

最新房地产销售个人年度计划 房地产销售个人工作计划(优秀8篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

房地产销售个人年度计划篇一

1、减少“人”的浪费。企业的人不在多，而在精;人多协调就多，过多协调，就会使企业丧失凝聚力。协调不力，就会造成工作停滞等方面的浪费。

2、减少“财”的浪费。房地产企业是资金密集型企业，动辄几千万上亿的资金流动，重点部门控制不好，浪费几十万上百万的资金是很容易的。

3、减少“物”的浪费。这个大家都知道，不再赘述。

4、减少“时间”的浪费。我们一个项目，如果投入1亿元，每月的利息大概是200万元，提前一天工期就节省6万多元，因此，做好计划，打紧工期是非常重要的。

1)避免计划编制无依据。公司下达了目标指标，各部门却不知道怎样分解，靠“拍脑子”和想当然去制定预算和计划，缺乏可执行性。对于非量化的工作，不进行细化，不具备可操作性。短期计划没有围绕中长期计划进行编制，两者之间出现脱节和背离，没考虑连续性。

2)杜绝计划编制拖拖拉拉，事态紧急才下发，忽视了及时性。对于这种计划，如果不进行修改和调整，甚至推倒重来，将

带来极大的危害。

3) 严禁计划执行不严肃。

4) 计划考核要到位。由于无法了解和掌握计划的进度和完成情况及存在问题，而难以实施考核。即使发现了问题，也不检讨反省，客观地分析存在差异的原因，而是一味强调理由，推卸责任，逃避考核。发现问题后，措施不到位，致使下期的计划中又没有体现或纠正，导致问题长期存在。

5、减少“空间”的浪费。土地是房地产企业的命脉，没有土地不会有开发项目，但是有了土地而闲路，造成的资金浪费是巨大的，尽快编制开发计划，缩短报批报建时间是非常重要的。另外合理规划布局，提高积率和土地利用效率同样重要。

6、减少“信息”的浪费。在当今竞争日益激烈的情况下，公司内外充斥着大量的信息，应当从中汲取有用的信息，经过汇总、分析等处理，进行放大输出；但有些公司在信息闲路方面的浪费是极其惊人的，需要从根本上进行变革，从信息的有目的搜集开始，经汇总、分析、存档、再输出的全过程中，找出不准确、不及时的浪费，并进行根除。

7、减少“组织”的浪费。合理搭建组织架构，尽力减少因机构重叠，职能重叠、职责不清、有章不循、业务流程的无序等方面的浪费，使生产经营要素能得到有效利用。

扁平化管理、业务流程再造、组织再造、过程管理等方法，都是工作流程化、规范化、职责化的有效措施，可以从某种程度上减少“组织”的浪费。

总之，20____年我一定会在董事长的带领下，在各位同事的帮助下，保持开放心态，积极进取，谦虚谨慎，努力做好各项工作，为公司的发展做出应有贡献！

2022房地产销售个人工作计划

房地产销售个人年度计划篇二

工作想要顺利的开展，取得圆满的成功，就要做好个人工作计划，提高自身专业素养。下面是由小编为大家整理的“20xx房地产销售个人工作计划”，仅供参考，欢迎大家阅读，希望对大家有所帮助。

公司的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。作为销售人员，为了我使我销售部门的各方面的工作顺利进行，特作出20xx年工作计划。

1、销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

2、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

3、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于

放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

4、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

5、在地区市建立销售，服务网点。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

以上是我的销售工作计划，希望我们公司蒸蒸日上！

作为一名房产销售人员，我所在的销售部在公司领导的正确带领下和各部门的积极配合下提前完成了全年的销售任务。这一年全球的经济危机蔓延，房地产市场大落大起，整个销售团队经历了房地产市场从惨淡到火爆的过程。准备明年在中国经济复苏和政府调控房地产市场的背景下，销售工作将充满了机遇和挑战。现制定20xx年房地产销售个人工作计划。

一、加强自身业务能力训练

我将加强自己在专业技能上的训练，为实现20xx年的销售任务打下坚实的基础。进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向

在新的一年里，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，

为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案

我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法

根据以往的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成

我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

20xx年，我将在部门经理与同事的共同努力下，进行相关的专业知识培训，使销售工作上升到一个新的高度。

20xx房地产销售个人工作计划(四)

20xx年，为了让自己在新的一年里有更高的收获，自身有更高的提升，特总结去年展望今年，根据自身的实际情况，特做出具体的工作计划。

一、业务的精进

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。在新年中，我更要加强队员的团结，团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

二、自身素质的提升

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己

的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。最后，在生活中用心的观察他人的销售方式，尤其是在同行之间更能学到，前期先照搬他人销售过程中，遇到问题后的解答方式，经过后期的语言加工，再遇到问题时就能有自己的方式解答。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。20xx年我会不断学习，努力工作。我要用全部的激情和智慧创造效益，让事业充满生机和活力!我们是一个整体，奔得是同一个目标!我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功!

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种服务，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，所以制定20xx年的工作计划：

一、日常工作

- 1、多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

- 2、对有意向的客户尽可能多地提供服务(比如根据其需要及

时通知房原和价格等信息)，目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨等，挑起其购买欲望。

3、在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4、在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的产品感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。

5、在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等了如指掌。

6、对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7、在总结和摸索中前进。

二、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

三、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独

立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，做到温故而知新。

房地产销售个人年度计划篇三

一次成功的推销不是一个偶然发生的故事，它是销售计划以及一个房地产销售人员的知识和技巧运用的结果，下面是本站小编收集整理关于房地产销售个人工作计划的资料，希望大家喜欢。

房地产营销计划的内容：

在房地产市场营销中，制订出一份优秀的营销计划十分重要。一般来说，市场营销计划包括计划概要：对拟议的计划给予扼要的综述，以便管理部分快速浏览。

2. 市场营销现状：提供有关市场，产品、竞争、配销渠道和宏观环境等方面的背景资料。

3. 机会与问题分析：综合主要的机会与挑战、优劣势、以及计划必须涉及的产品所面临的问题。

4. 目标：确定计划在销售量、市场占有率和盈利等领域所完成的目标。

5. 市场营销策略：提供用于完成计划目标的主要市场营销方法。

6. 行动方案：本方案回答将要做什么？谁去做？什么时候做？费用多少？

7. 预计盈亏报表：综述计划预计的开支。

8. 控制：讲述计划将如何监控。

一、计划概要

计划书一开头便应对本计划的主要目标和建议作一扼要的概述，计划概要可让高级主管很快掌握计划的核心内容，内容目录应附在计划概要之后。

二、市场营销现状

计划的这个部分负责提供与市场、产品、竞争、配销和宏观环境有关的背景资料。

1. 市场情势

应提供关于所服务的市场的资料，市场的规模与增长取决于过去几年的总额，并按市场细分与地区细分来分别列出，而且还应列出有关顾客需求、观念和购买行为的趋势。

2. 产品情势

应列出过去几年来产品线中各主要产品的销售量、价格、差益额和纯利润等的资料。

3. 竞争情势

主要应辨明主要的竞争者并就他们的规模、目标、市场占有率、产品质量、市场营销策略以及任何有助于了解其意图和行为的其他特征等方面加以阐述。

4. 宏观环境情势

应阐明影响房地产未来的重要的宏观环境趋势，即人口的、

经济的、技术的、政治法律的、社会文化的趋向。

三、机会与问题分析

应以描述市场营销现状资料为基础，找出主要的机会与挑战、优势与劣势和整个营销期间内公司在此方案中面临的问题等。

1. 机会与挑战分析

经理应找出公司所面临的主要机会与挑战指的是外部可能左右企业未来的因素。写出这些因素是为了要建议一些可采取的行动，应把机会和挑战分出轻重急缓，以便使其中之重要者能受到特别的关注。

2. 优势与劣势分析

应找出公司的优劣势，与机会和挑战相反，优势和劣势是内在因素，前者为外在因素，公司的优势是指公司可以成功利用的某些策略，公司的劣势则是公司要改正的东西。

3. 问题分析

在这里，公司用机会与挑战和优势与劣势分析的研究结果来确定在计划中必须强调的主要问题。对这些问题的决策将会导致随后的目标，策略与战术的确立。

四、目标

此时，公司已知道了问题所在，并要作为与目标有关的基本决策，这些目标将指导随后的策略与行动方案的拟定。

有两类目标——财务目标和市场营销目标需要确立。

1. 财务目标

每个公司都会追求一定的财务目标，企业所有者将寻求一个稳定的长期投资的盖率，并想知道当年可取得的利润。

一、加强自身业务能力训练。在20xx年的房产销售工作中，我将加强自己在专业技能上的训练，为实现20xx年的销售任务打下坚实的基矗进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在20xx年的销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向。在新的一年中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对20xx年的市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现20xx年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案。我在20xx年的房。产销售工作重点是公寓，我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法。我将结合20xx年的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成。我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

六、针对销售工作中存在的问题及时修正，不断提高销售人员的业务技能，为完成销售任务提供保障。明年的可售产品中商铺的所占的比重较大，这就要求我要具更高的专业知识做保障，我将在部门经理与同事的帮助下，进行相关的专业知识培训，使销售工作达到销售商铺的要求，上升到一个新的高度。

共2页，当前第1页12

房地产销售个人年度计划篇四

计划书一开头便应对本计划的主要目标和建议作一扼要的概述，计划概要可让高级主管很快掌握计划的核心内容，内容目录应附在计划概要之后。

计划的这个部分负责提供与市场、产品、竞争、配销和宏观环境有关的背景资料。

1. 市场情势

应提供关于所服务的市场的资料，市场的规模与增长取决于过去几年的总额，并按市场细分与地区细分来分别列出，而且还应列出有关顾客需求、观念和购买行为的趋势。

2. 产品情势

应列出过去几年来产品线中各主要产品的销售量、价格、差益额和纯利润等的资料。

3. 竞争情势

主要应辨明主要的竞争者并就他们的规模、目标、市场占有率、产品质量、市场营销策略以及任何有助于了解其意图和行为的其他特征等方面加以阐述。

4. 宏观环境情势

应阐明影响房地产未来的重要的宏观环境趋势，即人口的、经济的、技术的、政治法律的、社会文化的趋向。

应以描述市场营销现状资料为基础，找出主要的机会与挑战、优势与劣势和整个营销期间内公司在此方案中面临的问题等。

1. 机会与挑战分析

经理应找出公司所面临的主要机会与挑战指的是外部可能左右企业未来的因素。写出这些因素是为了要建议一些可采取的行动，应把机会和挑战分出轻重急缓，以便使其中之重要者能受到特别的关注。

2. 优势与劣势分析

应找出公司的优劣势，与机会和挑战相反，优势和劣势是内在因素，前者为外在因素，公司的优势是指公司可以成功利用的某些策略，公司的劣势则是公司要改正的东西。

3. 问题分析

在这里，公司用机会与挑战和优势与劣势分析的研究结果来确定在计划中必须强调的主要问题。对这些问题的决策将会导致随后的目标，策略与战术的确立。

此时，公司已知道了问题所在，并要作为与目标有关的基本决策，这些目标将指导随后的策略与行动方案的拟定。

有两类目标——财务目标和市场营销目标需要确立。

1. 财务目标

每个公司都会追求一定的财务目标，企业所有者将寻求一个

稳定的长期投资的盖率，并想知道当年可取得的利润。

2. 市场营销目标

财务目标必须要转化为市场营销目标。例如，如果公司想得180万元利润，且其目标利润率为销售额的10%，那么，必须确定一个销售收益为1800万元的目标，如果公司确定每单元售价20万元，则其必须售出90套房屋。

目标的确立应符合一定的标准：

各个目标应以明确且可测度的形式来陈述，并有一定的完成期限。

各个目标应保持内在的一致性。

如果可能的话，目标应分层次地加以说明，应说明较低的目标是如何从较高的目标中引申出来。

应在此列出主要的市场营销策略纲要，或者称之为“精心策划的’行动”。在制定营销策略时往往会面对多种可能的选择，每一目标可用若干种方法来实现。例如，增加10%的销售收益的目标可以通过提高全部的房屋平均售价来取得，也可以通过增大房屋销售量来实现。同样，这些目标的每一目标同样也可用多种方法取得。如促进房屋销售可通过扩大市场提高市场占有率来获得。对这些目标进行深入探讨后，便可找出房屋营销的主要策略。

策略陈述书可以如下所示：

目标市场：高收入家庭，特别注重于男性消费者及各公司，注重于外企。

产品定位：质量高档的外销房。有商用、住家两种。

价格：价格稍高于竞争厂家。

配销渠道：主要通过各大著名房地产代理公司代理销售。

服务：提供全面的物业管理。

广告：针对市场定位策略的定位的目标市场，开展一个新的广告活动，着重宣传高价位、高舒适的特点，广告预算增加30%。

研究与开发：增加25%的费用以根据顾客预购情况作及时的调整。使顾客能够得到最大的满足。

市场营销研究：增加10%的费用来提高对消费者选择过程的了解，并监视竞争者的举动。

策略陈述书阐述的是用以达到企业目标的主要市场营销推动力。而现在市场营销策略的每一要素都应经过深思熟虑来作回答：将做什么？什么时候去做？谁去做？将花费多少？等等具体行动。

行动方案可使经理能编制一个支持该方案的预算，此预算基本上为一项预计盈亏报表。主管部门将审查这个预算并加以批准或修改。

计划的最后一部分为控制，用来控制整个计划的进程。通常，目标和预算都是按月或季来制定的。这样公司就能检查各期间的成果并发现未能达到目标的部门。

房地产销售个人年度计划篇五

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质

具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。

房地产销售个人年度计划篇六

20xx年，为了让自己在新的一年中有更高的收获，自身有更高的提升，特总结去年展望今年，根据自身的实际情况，特做出具体的工作计划。

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。在新年中，我更要加强队员的团结，团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任

务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。最后，在生活中用心的观察他人的销售方式，尤其是在同行之间更能学到，前期先照搬他人销售过程中，遇到问题后的解答方式，经过后期的语言加工，再遇到问题时就能有自己的方式解答。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。20xx年我会不断学习，努力工作。我要用全部的激情和智慧创造效益，让事业充满生机和活力!我们是一个整体，奔得是同一个目标!我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功!

房地产销售个人年度计划篇七

实践活动中提升行政效能，创新推进项目建设和房产营销等工作，全城乡房管事业呈现蓬勃发展的良好态势，顺利完成了“双过半”目标任务。现将20xx年上半年工作总结和下半年工作打算的报告如下。

一、20xx年上半年工作总结

(一)房地产业持续健康发展。全县房地产固定资产投资完成45.15亿元，同比增长26.54%；商品房销售面积106.68万平方米，同比增长34.14%；新引进和裕欧景、阳光欣城、银河春天三期、美茵庄园、金控金融中心等5个房地产项目，到位县外资金17.5亿元，同比增长17.58%。

(二)公租房项目建设有力有效□20xx年312套公租房续建项目主体封顶，目前正进行项目总平施工和配套设施建设，预计年底竣工；20xx年100套公租房续建项目，预计20xx年6月底竣工；20xx年新建118套公租房项目正有序推进、正常建设。共发放廉租房租赁补贴149户(其中新增3户)，发放租赁补贴12.19万元，完成全年目标任务的99.3%。

(三)棚户区改造稳步推进□20xx年计划启动第一批5个项目的改造工作。现已启动的赵镇棚户区改造一期项目(包括巷、巷和巷棚户区3个区域)，总占地面积24.95亩，拆迁户数308户，总拆迁面积12095平方米，计划投资8307万元。上半年全县签订征收协议87户，完成全年目标任务43%，预计全年能够完成308户，完成目标任务154%。

(四)城市营销力争突破。上半年，通过异地巡展、营销活动、媒体推广以及借势节庆开展营销活动等，有效提升了我县的知名度和美誉度。开展了"xx首届迎春灯会"、"教育金堂、财富金堂"走进、"情系客户联谊会"□"xx牌房产走进青海"等主题营销活动；借势油菜花节、菌博会、铁人三项赛等节庆赛事活动，加大城市宣传力度；以三星片区为试点，在都市报、商报等主流媒体上大篇幅的宣传片区域价值、发展前景以及我县人居环境、旅游资源和交通优势；借助成都电视台《小刚刚刚好》、《深夜快递》等栏目平台以及xx高速立柱广告、南高速跨线桥广告对金堂城市形象进行了宣传；利用金堂电视台、《新金堂》、《魅力金堂》等宣传平台，持续推广城市

形象。

(五)市场监管和项目促建并举并进。把严格市场监管与优质政务服务统筹起来。大力推行商品房销售现场公示系统，提高开机率；积极探索商品房预售资金监管新方式；加强专项执法检查，重点对开发企业商品房预售资金、销售现场、合同备案、促销广告等进行严格监管，对成阿新城项目违规售房实施了行政处罚，对责令整改缓慢和拒不整改的香江、国际、财富广场等项目作出关闭项目网签的处理。同时，加大对开发企业的政务服务力度，提高政务服务质量和水平，组织、协调召开房地产联席会议4次，到房地产项目现场解决问题6次，协调解决了金山国际、恒合时代城、鹭洲城邦、润利鑫项目、维罗纳等项目的用电、用水、阻工、市政道路建设等影响项目建设和销售问题，并协助等项目办理报规报建手续。

(六)物业管理进一步规范。新增物业管理区域11个，面积65万平方米。推动62个100户以上农集区物业管理规范化建设，其中9个农集区聘用了6个物管公司进行物业服务。积极会同相关部门，探索建立物业管理矛盾纠纷处置长效工作机制，充分调动物业管理各类参与主体的积极性。上半年，调处等纠纷35起，回复涉及物管的信访件55个，按时办结率达100%。

(七)产权产籍管理逐步完善。按照法规政策和制度规定，共办理产权证登记10551件，归档10551件。其中新建房屋初始登记519件，转移登记4459件，抵押登记4075件，其他登记1498件。同时，房屋信息查询利用制度进一步完善，有效防止房屋信息泄露，确保房屋信息使用安全。

(八)确保全县房屋住用安全。重点开展了学校、幼儿园、医院、电影院、市场等公共场所房屋住用安全检查。对全县7家单位玻璃幕墙使用安全进行了专项检查。完成铁人三项赛、龙舟节等重大节庆临时建筑物安全检查任务。对全县城乡居民用房进行安全检查，发出整改通知书84份，并督促整改到位，无房屋安全事故发生。

(九)扎实开展群众路线教育实践活动。严格按照县委总体部署，结合我局工作实际，采用“找准两个载体、抓好三个结合、坚持四个走访、着力五个解决”的活动方式，扎实推进群众路线教育实践活动。把群众路线教育实践活动与党风廉政建设和正风肃纪工作有机结合，扎实开展第一阶段工作，广泛征求意见，查找问题，建立台账，实行问题管理，着力提升队伍素质能力和行政效能，打造政治坚定、业务精良、作风过硬的房管干部队伍。深入开展“走基层”、“五进”等活动，做好了联系服务群众、企业和对口帮扶等工作。

二、工作中存在的薄弱环节及其原因

(一)房地产市场执法力度不够。部分销售项目现场公示系统未按时开机，公布信息不及时，存在有误导消费者的现象；预售资金监管不够严格。主要原因是：侧重于强调政务服务，市场执法失之于软；预售资金监管部门协调性、联动性不足，合力不够。

(二)项目促建任务落实较慢。对于房地产项目促建确定的任务，相关职能部门在推进过程中，主动服务意识较差，配合解决问题力度不够，甚至落不到实处。特别是项目协调用地、用电和设施配套等方面落实较慢。主要原因是：部门本位意识较重，服务意识较差，有安排无督促，有任务缺落实。

(三)棚户区改造搬迁和资金压力大。搬迁进度较慢，项目资金缺口大。主要原因是：搬迁群众对搬迁补偿和安置期望值过高影响搬迁进度，改造地块商业开发价值小。

(四)物业小区矛盾纠纷多发频发。随着房地产业的发展，物业小区不断增多，居民维权意识增强，加之个别物业服务企业行为不规范，导致物业小区各类矛盾纠纷层出不穷。主要原因是：物业小区管理是综合性工作，除属地管理外，涉及行业主管部门较多，部门之间的协调联动不足，一定程度上影响小区矛盾纠纷的解决。

(五)城市营销创新不足。城市营销与相关部门联动不够，营销方法和手段上贴近市场、贴近对象方面还不够，针对西北地区市场的团购仍未实现实质性突破。主要原因是：在营销方法和手段上不够大胆，接地气不够。

三、下一步工作打算

下半年工作中，我局将紧紧围绕县委、县政府中心工作，按照“稳中快进、改革创新、统筹发展、全域开放”的工作基调，争当“四个标兵”，奋力完成全年各项目标任务。

(一)千方百计确保房地产业持续健康发展。加大房地产项目招商力度，积极引进知名房企提高项目打造的质量和水平，进一步推动城市综合体、纯商业、纯住宅等房地产项目连片发展，提高宜居水平，推进我县房地产业转型升级。加强房地产市场形势研判，稳定企业和购房者预期，尽力缓解经济波动引起的下行压力，确保全年目标任务顺利完成。

(二)有序推进住房保障工程建设。在把好工程质量、专项资金和建设过程安全“三关”的前提下，加快工程进度，确保完成20xx年300套公租房项目分配安置和加快续建、新建公租房项目建设。通过在具体操作中设定不同的收入、住房申请条件、采用市场定价、租补分离、梯度保障的方式，实现廉租房与公租房并轨运行。廉租房住户审查不合格但符合公租房保障条件的调为申请公租房，有效解决保障房类型单一、“只进不出”等问题。

(三)加大棚户区改造力度。进一步完善全县棚户区改造项目计划，深入研究项目实施的稳定风险和可行性，加大项目资金争取力度和融资力度。充分借鉴“曹家巷改造模式”以及其他先进地区的经验和有益做法，结合我县实际，进一步完善和出台优惠政策，调动群众参与改造的积极性，切实改善棚户区群众居住条件。20xx年7月上旬，在完成赵镇棚户区改造一期项目已启动区域的模拟搬迁前期工作基础上，加快推进

模拟搬迁协议签订工作，确保全年改造任务的顺利完成。

(四)深入推进城市营销。突破传统房产营销模式，谋求更加贴近市场、更加合理有效的办法深化城市营销和房产促销工作。重点以优惠促销、资源团购为切入点，突破新疆、西藏、青海在内的西北市场的团购渠道，实现城市营销效果的化。通过在等地异地巡展，进一步巩固市场；积极筹备“天府水城·金堂号”冠名列车t22/3(成都至拉萨往返列车)，预计9月底之前正式冠名；筹备“新浪金堂杯”第三届高尔夫挑战赛，通过cctv-5□cctv高尔夫频道、旅游卫视、新浪网、腾讯网以及《华西都市报》、《头等舱》等媒体植入我县城市形象宣传；借力我县重大节庆活动，集中展示精品房产，开通看房直通车，吸引更多人在我县购房置业。

(五)加强房产市场和物业监管。完善全县房地产市场监管工作机制，推动建设、工商、税务、城管、银监等部门联动，清理整顿房地产开发建设、商品房销售、中介服务机构的违规违法行为，严查各种违法违规行，规范房地产业开发销售及售后服务流程，重点加强预售资金监管、房地产广告发布、公示系统在线情况等监管，确保我县房产市场有序运行。同时，建立健全物业管理长效机制。充分落实县级部门、辖区乡镇政府、社区(村)管理责任，通过以奖代罚的方式，激励各部门各乡镇参与物业管理的积极性和工作责任的有效落实；制定物业企业准入机制，严格物业企业资质备案及合同备案制，实现退出备案率达100%。

(六)加强项目促建服务。以推动部门联动落实促建工作任务为目标，以解决企业实际困难、促进房地产项目加快建设为重点，进一步提升政务服务质量，积极协调各部门落实解决房地产项目在筹备、建设、销售、交房、办证过程中存在的问题和困难，推进项目加快建设。同时，加强尚缘国际、成阿新城、水城学府等问题项目的稳定风险管控，积极协调、会同相关部门解决项目遗留问题，切实降低维稳压力和行政风险。

(七)高标准开展群众路线教育实践活动。严格按照全县统一要求，不打折扣，不搞变通，认真落实第二阶段和第三阶段各项具体工作，把党风廉政建设和正风肃纪工作作为群众路线教育实践活动的重要内容。紧密结合房管工作实际，进一步用好“三视三问”群众工作法，建立健全群众诉求解决机制，实行台账管理、问题管理，大力解决密切关系群众切身利益的问题、联系服务群众“最后一公里”的问题等，着力建设一支为民务实清廉的房管干部队伍。

年初我们曾为今年工作定下以市场营销为核心、以成本控制为重点的十个工作重点，并定下了全年完成11亿的销售目标。迄今时间已过去八个月，今天我们有必要共同总结一下过去大半年的工作情况，统一一下思想，共同计划所余四个月的工作，力争完成全年销售目标。

一、工作小结

1、市场营销初创业绩初立品牌

今年是新地产在广州有史以来推出销售楼盘和规模的一年，今年计划要推出岭南、东方[?]时代四个大盘，在楼盘数量和档次跨度上都是空前的，这不但对市场营销系统提出了非常高的要求，也是对项目管理中心各部门协作能力的提出全新考验。或许年初确定今年目标时，不少同事对今年目标都持有保留甚至怀疑态度，八个月过去了，相信同事们应该已高兴地看到，岭南组时间过半完成销售目标已过半，东方组总销售业绩也已近半[?]项目开售时间因故推迟，但整体业绩亦令人满意。取得这样的成绩是靠市场营销系统的同事开拓创新、团结协作、全情投入、点点滴滴取得的，当然项目组、公司各职能部门的同事的支持和配合也是分不开的。

除了销售业绩，上半年四盘推出以及公司于8月5日举行的新中地产地区总部迁入珠江新城的庆典，均对公司在业界的形象产生了质的变化。相信同事们应该都已感受到了传媒、政

府、购房者对新地产品牌认识的提高和对新地产产品的认同，岭南、东方的知名度和品牌应该讲在同区、同档次盘中建立了很好形象和地位。z开售也已取得了初步的品牌效应。前不久一年一度对集团各项目中心均作一次考察的香港媒体代表团和证券分析员代表团访问广州，对广州区近四年来取得的进步和公司目前的业务表现也给予了充分的肯定。

2、内部优化初见成效

为适应公司业务重点的转移和发展需要，公司上半年进行了较大的组织架构优化调整，取消了分区副总及分区设置，全面清理和明确了各职能部门的职责分工，明确了项目组、营销组、物管处为单位的项目协调工作机制。半年来的工作证明，有关机制明显地提高了工作效率，增加了责任感。其运行的效果是令人满意的。

岭南项目，营销组、项目组、物管处密切配合，出色地完成了五一黄金周营销。2b-1二期交楼、现在正密锣紧鼓地为9月19日2b-3的营销做准备工作。z两位经理和岭南项目、营销组同事的工作态度、合作精神和工作经验是值得其它部门学习的。

东方项目组在不到半年时间里也已基本理顺了以往遗留的问题，包括项目内部欠缺协调、合作单位间缺乏信任、工期和造价失控等情况。在开发管理部的直接支持下，克服了政府部门政策严重不协调造成的困难，出色地取得了项目及营销所需的有关证照。东方营销组、项目组间近月来配合明显加强，为在九、十月销售旺季出佳绩，文今朝、劳慧儿和两组同事正积极筹备一些重要活动。相信东方组在“十一”黄金周会有出色表现。

z项目是公司在、在中国地产项目中举足轻重的项目，规模大、设计复杂，过往设计、建造过程和营销策划也遗留下不少问题。项目组和营销组均在五月份改组，经过等同事的努力，

保障了“五一”试盘、八月开盘、八月写字楼入伙等重大时间节点;项目和营销间的配合逐步加强;项目部内部及项目部与顾问公司、承建商的合作有了明显改进;工程建造已基本顺利;营销部和代理及广告公司间的合作机制也已形成并取得明显成绩。项目取得令人满意的销售成绩和市场形象,项目组、营销组的工作是值得肯定和表扬的。

时代项目,由于历史、地理位置等因素造成了该项目市场营销的特殊困难。经过项目部、营销部和公司有关部门的努力,现在已正式取得政府“天河软件园时代新地产园区”及“高科技开发区时代新地产园区”的批文,同时也取得了“民营新支持中心”的批复。这为时代新地产下一步走“住宅营商”的市场路向打下了非常好的基础。相信只要用心做好下一步内部组织工作,一定能为公司创造出好的成绩。

四个项目上半年的成绩,初步证明了目前项目协调机制的有效性,也证明了新架构下各职能部门积极配合,共同支持项目发展需要的服务态度和职业水平正在得到全公司的认同和发扬。

为进一步理清部门、各职位的职责,为各职位的职业化发展,建立绩效考核及更合理的薪酬和奖励体系,人事行政部现在正与顾问公司进行有关职位、绩效、职业化等的项目,在项目完成后,相信各职位的职责、各职位的职业化发展方向、各职位的绩效考核以及奖励体系会更加清晰,公司的组织架构和职能将更系统化和科学化。

3、存在问题

回顾前阶段的工作,市场营销和内部调整各方面都取得了一定的成绩,但内部也表现出不少的问题:

首先,责任心不够强,配合不够默契,有事互相推委等。例如东逸业主投诉处理不及时,公司曾收到投诉函件,并有一

定的不良影响;东方有客户因对银行按揭不满而退订;因部门工作不利造成东方营销部因电话欠费被停机等。

其次，内部成本核算不清，成本控制不利。直接成本算不清，财务、销售、行政费用缺乏积累和与同行的比较，造成公司在决策过程中一直缺乏基本财务数据有利支持。

再次，权力与职责不匹配，授权不清、流程审批流于形式等。

总结上半年工作情况和问题，公司认为，上半年公司在营销、工程、内部调整优化等方面都取得了一定成绩。现在看，年初定下的全年销售目标的确是艰巨的，但并非不可能的。所余四个月时间希望各项目部、各部门加强协作、全力以赴、做好销售、力争完成全年销售目标。

经过xx年两个月的工作，我对房地产销售有了更深层次的了解，同时也学到了很多，为了让自己在新的一年里有更高的收获，自身有更高的提升，特总结去年展望今年，根据自身的实际情况，特做出具体的计划。

一、业务的精进

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。在新年中，我更要加强队员的团结，团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散

发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

二、自身素质的提升

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。最后，在生活中用心的观察他人的销售方式，尤其是在同行之间更能学到，前期先照搬他人销售过程中，遇到问题后的解答方式，经过后期的语言加工，再遇到问题时就能有自己的方式解答。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。xx年我会不断学习，努力工作。我要用全部的激情和智慧创造效益，让事业充满生机和活力！我们是一个整体，奔得是同一个目标！我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功！

不知不觉，进入公司已经有1年了.也成为了公司的部门经理之一.现在xx年将结束，我想在岁末的时候写下了20xx工作计划.

转眼间来到了20xx年，今年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年.生活和工作压力驱使我更加努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一 销量指标：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度7.5万元。

二 计划拟定：

- 1、年初拟定《年度销售计划》。
- 2、每月初拟定《月销售计划表》。

三 客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为a类客户、b类客户、c类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析.做到不同客户，采取不同的服务.做到乘兴而来，满意而归。

四 实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作.公司在不断改革,订立了新的制度,特别在业务方面.作为公司一名部门经理,必须以身作责,在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划.学习,对于业务人员来说至关重要,因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力.适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量.专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容.知己知彼,方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流,增近感情,对a类客坚持每个星期联系一次□b类客户半个月联系一次□c类客户一个月联系一次.对于已成交的客户经常保持联系。

4、在网络方面

充分发挥我司及网络资源,做好房源的收集以及发布,客源的开发情况.做好业务工作。

以上,是我对20xx年的工作计划,可能还很不成熟,希望领导指正.火车跑的快还靠车头带,我希望得到公司领导正确引导和帮助.展望20xx年,我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务,争取更多的单,完善业务开展工作.相信自己会完成新的任。

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力,同时对提升个人素质具有更大的帮助,在与同事们两个月的相处中,我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处,同时也有很多的不同,其中有许多是我要学习加强的,这种性格上的互补,在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏,提升自己.在新年中,我更要加强队员的团结,团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要目标。

新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

房地产销售个人年度计划篇八

房地产公司在董事会的领导下，经过全体员工的努力，20xx年的各项工作取得了丰硕的成果，xx品牌得到了社会的初步认同。总体上说，成绩较为喜人。为使公司的各项工作在新的一年里更上一个台阶，特制定本方案。

1. 完成房地产开发面积xx万平方米。

2. 实现楼盘销售额x万元。

3. 完成土地储备x亩。

为确保20xx年度经营目标的实现，各部门需要做好如下工作。

（一）完成xx项目开发及后期销售工作

x项目是省、市的重点工程。市委、市政府对其寄予了殷切的期望。由于该项目所蕴含的社会效益和经济效益，我们必须高质量完成。因此，公司做出如下计划。

1. 确保一季度x工程全面开工，力争年内基本完成一期建设任务

x项目一期工程占地面积为x亩，总投资x亿元，建筑面积x万平方米。建筑物为x商业广场裙楼□x大厦裙楼和一栋物流仓库。

（1）土地征拆工作

春节前后务必完成第一期工程的土地征拆工作。一月份完成征地摸底调查，二月份完成征地范围内的无证房屋拆迁，三月份完成征地范围内有证房屋拆迁及国土储备中心土地和集体土地的征收工作。

（2）工程合同及开工

一月份签订招投标代理合同，工程进入招投标阶段。二月份确定具有实力的施工企业并签订施工合同，确定监理企业并签订监理合同。三月份工程正式开工建设。

（3）报建工作

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。一月份完成方案图的设计，二月份完成扩初图的设计。在承办过程中，工程部应善于协调与相关部门的关系，不得因报建拖延而影

响工程如期开工。

2. 全面启动细化x项目招商工作

招商工作是x建成后运营的重要基础。该工作开展得顺利与否，也直接影响企业的楼盘销售。因此，在新的一年里必须实现招商x户。

（二）加快x项目□x项目的施工速度

协调与施工单位的关系，加快x项目□x项目的施工速度，确保x项目的一期工程□x项目的二期工程在x月底前完成竣工验收。

（三）完成x项目□x项目的销售工作

x项目□x项目已全部竣工完成，为了迅速实现资金回流，结合项目所处地段及同类项目的价格，可以考虑采取适当的优惠措施，提高成交量。今年的目标销售额为x万元，销售率达到x%□

（四）参加土地招标

项目开发部要根据公司的实际情况，积极参与土地的招投标工作，确保企业土地储备达到x亩以上。