

# 2023年楼盘销售工作计划 楼盘销售的工作计划(优质5篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源分配。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

## 楼盘销售工作计划 楼盘销售的工作计划篇一

楼盘指由具备开发资质的开发商承担设计、建设并聚集在某一处进入市场上销售的房子。楼盘一般指商品房。下面是小编整理的关于楼盘销售的工作计划，欢迎阅读参考。

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201x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。

## 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信心，在不断的学习中充实自己，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，前期先照搬他人在销售过程中，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。

在不知不觉中201x年已经过了一半，加入公司的时间拼拼凑凑也有不少的时间了。在这段时间里，从一名置业顾问一步步晋升为销售经理，我不断的学习的知识并积累了很多的经验，也同时锻炼和提高了业务能力，这让自己的人生多了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的增加了一份人生的阅历。可以说在九阳的这段时间中，收货颇多，感触颇多。在这里，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现对目前的工作做以下总结。

## 一、任务完成

今年实际完成销售认购签约回款佣金的情况和竞争对手易居的对比的情况。

## 二、团队管理方面

1、招聘面试方面自己在招聘面试的时候缺少精心的设计和安排，有时候自己也不加重视，总是奔着你情我愿的想法，没有必要跟着面试者讲太多，正是因为自己的不重视应聘这个环节从而导致一部分优秀人员的流失，也给人事部部门增添了不少麻烦。

2、团队培训工作没有计划的培训，培训目的的不明确，培训前没有系统的准备对团队的打造目标不够明确比较笼统，培训的计划做的也比较笼统，因此在培训工作开展时想到什么就培训什么，感觉团队缺少什么就培训什么，有的时候很少培训，有的时候天天都在培训也达不到预期的效果。不但增加了置业顾问的负担更影响大家的心情。对于培训没有一个

长期统筹安排和布置，自己也没有提前做好充足的准备工作。自己不但没有得到锻炼，更使整个团队裹足不前。也没有研究过老的置业顾问和新人进行区别培训，导致新人学习难度增大，老的置业顾问也感觉付出了时间却得不到较好的效果。

3、监督、督促工作方面的很多事情都是及时的安排下去，但是没有给予及时的督促和监督，导致安排下去的事情做的不理想甚至是基本上没有完成。例如置业顾问的约电约客问题，自己很少去督促和检查他们的来电来客，导致置业顾问在这方面的工作开展的不是很理想。有的置业顾问甚至很长时间对客户都不进行约访，损失了公司难得的客户资源。

4、及时总结学习方面的当工作期间遇到一定难题的时候，自己很少去总结学习更谈不上将自己总结的东西传授给团队，有时候难题过去就过去了，不再过多的进行回顾总结和传授。当遇到问题客户的时候，总是想尽一切办法给予解决但总是忽略产生这些问题的根源在那，因而重复的问题不断出现，如何将该问题在前期解决掉或避免该问题的产生自己却不总结和传授。

5、公司制度的执行和落实方面的例如有的工作人员偶尔迟到三五分钟，但出于不忍心就不再严格按照公司制度给予其罚款，从而导致了其它置业顾问心理不平衡，给管理工作带来了一定的困难。究其原因做为一名销售部负责人首先必须严格按照公司的管理制度进行相应的处罚，对其违纪行为视而不见于心不忍不给予其进行罚款可实际上就是在纵容其行为，因此对于我来说是一种失职行为。公司最基本的管理制度自己都因为种种原因执行和落实不到位，更谈不上让自己的团队按照制度去严格要求自己。

6、销售一线工作出现的问题敏感性。由于销售一线工作灵活多变，因此需要根据实际情况及时制定出相应的制度策略。在这方面自己的主动积极意识存在很大的欠缺，总是习惯于领导将工作安排完事以后自己才去执行，不动脑子去想过多

事情，从而使很多工作做起来很被动。

7、团队之间的沟通。曾经也认真制定过与工作人员之间的沟通计划，但是实施一段时间后便抛向脑后，因为各种原因落下了，在置业顾问提成方面因为没有事先沟通，向团队说明公司的情况，导致了一些小的情况发展，不仅仅影响了团队的士气也影响了正常工作的进行。通过这件事才让我深刻的意识到及时的沟通是多么的重要。

### 三、案场管理方面的

1、案场谈客监督及把握方面当问题客户出现的时候，自己都想办法及时给予解决，在案场自己也时常全程并及时的给予置业顾问的谈客进行指导，同时提示或组织其它置业顾问给予适当的造势来创造氛围，常组织置业顾问交流谈客过程的关键点把握，从而提高了部分置业顾问的成交率。尤其是对新的置业顾问谈客自己都及时给予点评，并组织其它置业顾问给予及时的旁听来提高谈客技巧。

户对公司的信任感和认同感。

### 四、执行力方面的

我深刻的意识到自己办事比较拖沓，总有一种不到最后一刻绝不完成的想法，因此对领导安排或者其其它的事情总是能往后拖就往后拖，深知自己拖沓的习惯害人害己，自己也要努力改掉这样拖沓的坏毛病。在公司工作的这段时间里，深知自己身上存在各种各样的问题和不足，在以后的日子里我要给自己进行重新定位，振奋信心、保持本色、重燃激情，在改掉自己不足的前提下努力学习知识提高自身各方面的能力，并做出了以下工作计划。

1、首先在个人心态方面不仅好好调整，无论在任何的困境下都要和公司团队荣辱与共，共渡难关。用自己的良好的心

态去影响身边的人和公司的团队。

2、其次对于个人在团队管理上存在的不足自己要制定出详细的团队管理目标和实施方案。

3、学习招聘面试方面的技巧，重视每次的招聘面试工作，每次在面试之前都要设计出面试的方案，尽可能为公司吸纳和留住优秀人才。

4、在培训工作方面，制定出详细的培训方针和大纲，每个月末都要根据实际情况做出下个月详细的培训计划，针对新人和老人区别做出培训计划。并尽努力严格按照培训计划执行。落实项目部日常的管理制度，并严格按照管理制度去执行，无论任何人只要触犯公司的原则问题都一视同仁绝不姑息，牢牢记住“管理即是严格的爱”。

5、针对自己的沟通不足问题。每周固定两次和置业顾问进行有效沟通。及时的了解并掌握置业顾问的心态和动态。

6、关于监督督促工作在春节前也要形成制度，有奖有罚奖罚分明。

7、关于执行力不足问题，制定出关于执行力不到位的奖罚措施，争取任何事情达到第一时间，高质量的去完成。关于做事拖沓问题，自己要从每天上班开始锻炼，要求自己每天上班必提前20分钟到项目部，制定出处罚措施由秘书监督进行处罚。都说公司是自己的第二个家，既然是家，没有谁有理由不爱自己的家，在这个家里我一直都是，忠诚可靠，乐于奉献，一切以公司利益为出发点，忠于职守，不以权谋私，敢于管理，尽心尽力，尽职尽责，管的公平、公正、一视同仁，心胸宽广，宽容善待他人，任人为贤。积极热情、充满活力。用自己的热情去感染自己的下属，关心他们的工作和生活。当然没有谁是十全十美的，我也有很多的不足之处，在执行力方面的欠缺，有时候性格的过于温和，对团队管理

经验的不足，以及和下属沟通的欠缺，都给工作的进行带来了一定的困扰。

作为一名销售经理，想好更好的发展，这些缺点和不足都需要一一的克服和解决，我有信心能够很好的解决。学习犹如逆水行舟，不进则退，深刻的认识到自身知识水平有限及能力的不足，对未来我充满着期待和信心，相信在公司领导不断的批评和指导下我会进步的更快，变的更加成熟。

## 销售任务的提纲目录

### 一、对内对外，自己的角色

1. 自己对内，首先是作为一名管理者管理好自己的团队。是公司与当地置业顾问的一个沟通桥梁。
2. 对客户和甲方(开发商)作为客户的置业顾问，帮助客户去推荐他所需要的房子，并帮助置业顾问引导客户成交。对于甲方，是作为公司与甲方在当地的沟通人物，并及时和公司反映甲方的一些问题，保证本公司的利益不受到甲方的损害。

### 二、日常的管理办法及职责

1. 对置业顾问定期的培训专业知识，和进行现场模拟考试。
2. 制定考勤及卫生打扫的排班安排。
3. 做出对置业顾问接待客户的排班安排。
4. 做出置业顾问每天附近楼盘信息的收集和当地政府对房地产的政策调整收集，并及时反映给公司做出销售计划的调整。
5. 做出对置业顾问每月，每周，销售任务的安排。
6. 做出对置业顾问节假日的，放休，轮休，及调休的安排。



7. 对当地的宣传方式和效果每周，每月总结反映至公司。
8. 定期与置业顾问开会，总结思想，并及时调整置业顾问的心态。自身职责对置业顾问的管理，及时向公司反映工作安排和计划。并做好和甲方的沟通协调。并作出每个月的销售任务指数。

### 三、销售记录的本案

1. 电话咨询姓名电话
2. 上门客户(多少人)姓名电话
3. 置业顾问约客姓名电话
4. 定金交款人姓名电话收取
5. 成交人姓名电话付款方式付款多少。及根据付款方式的优惠
6. 每天销售总款项是多少
7. 每天总客户有多少
8. 剩余房源多少
9. 当日完成任务多少距离本月任务差多少。

经过201x年一年的工作，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。

## 楼盘销售工作计划 楼盘销售的工作计划篇二

市场营销计划更注重产品与市场的关系，是指导和协调市场营销努力的主要工具、房地产公司要想提高市场营销效能，必须学会如何制订和执行正确的市场营销计划。

1. 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。

## 五、市场营销策略

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。

## 六、行动方案

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。

## 七、预计盈亏报表

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。

## 八、控制

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。

## 楼盘销售工作计划 楼盘销售的工作计划篇三

市场营销计划更注重产品与市场的关系，是指导和协调市场营销努力的主要工具、房地产公司要想提高市场营销效能，必须学会如何制订和执行正确的市场营销计划。

1. 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。

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。

## 楼盘销售工作计划 楼盘销售的工作计划篇四

一：对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二：在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三：要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四：今年对自己有以下要求

1：每周要增加××个以上的新客户，还要有××到××个潜在客户。

2：一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3: 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4: 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5: 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6: 对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7: 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8: 自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9: 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10: 为了今年的销售任务每月我要努力完成×到×万元的任务额，为公司创造更多利润。

1. 市场调查与分析。也就是根据了解到的市场情况，对产品的卖点，消费群体，销量等进行定位。这些都要从对前一年的市场形势中推断而得。

2. 销售模式。做好市场分析之后，要根据你的结论找出适合自己产品销售的模式和方法。每一个销售人员的思维模式、做事方法都有不同，因此，建材销售人员要找出适合自己的方法，如此才能事半功倍。

3. 确立销售目标。销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售工作计划的最重要和最核心的部分。

4. 考核时间。销售工作计划可分为年度销售工作计划，季度销售工作计划，月销售工作计划。考核的时间也不一样。

5. 总结。就是对上一个时间段销售计划进行评判。以上五个方面是计划必须具备的。当然，计划也不是一成不变的，要根据市场的情况进行调整。

## 楼盘销售工作计划 楼盘销售的工作计划篇五

### 一、计划概要

针对枣阳光彩产业城一期标铺、家居大卖场、小商品城20xx年需回款3亿元的销售目标，制定如下市场分析及销售计划。

### 二、机会与问题分析

项目以百盟集团为背景，拥有充足的商业支持力以及丰富的专业市场运作经验。也得到了市场和枣阳人民的一致认可，这点从第一次开盘能达到1400多组认筹中就足以证明。

#### 1. 机会与挑战分析

基于襄阳百盟的影响力，枣阳人民对百盟是抱有很大希望、对于百盟产业城的顺利开业也是充满期待的。但由于几年来，枣阳市先后出现枣阳万象城、汉城等模仿百盟的商业模式先后面世，带走了一批投资户及自营户，但由于他们的不专业、不负责任，也伤害了一批投资户及自营户。我们现在要做的就是找回客户的信心，然他们重新回到百盟的怀抱。

## 2. 优势与劣势分析

枣阳百盟光彩产业城从地段、规模、规划、物流、仓储、办公配套以及政府支持力无论是枣阳还是襄阳，甚至武汉都是独一无二的。但目前在项目整体包装、推广上面，并没有将项目本身大气、航母般的气势诠释出来。对于一个近百万方的超大项目，几个板块同时启动，无论是规划、施工、宣传、策划、人员等都是极大的挑战。在3个多月，103天的时间内完成3亿元的回款不是问题，但目前市场的预热、形象的出街、沙盘模型的制作、各媒体资源的确定、蓄客、各种政策的制定及人员等工作都没有启动，要完成3亿元回款的目标，在目前看来，困难是巨大的。

## 3. 问题分析

截止到今天，总共认筹112组，离10月28日开盘仅有33天时间，按现在平均每天3、4组的来访量，到10月28日可增加105组新客户来访。70%成交率，可增加74组认筹。加上之前的累计认筹189组。认筹全部认筹也才增加105组认筹，按照70%的转筹率，可完成实际成交132组，50万/套，开盘可完成6598万销售额。这是经过半年时间的准备才达到成绩。如果想在短短3个月时间完成近5个亿的销售额，3个亿的实际回款，按目前的来电及来访量显然是不行的。完成的开盘商业地产一般都遵循“销售未动，招商先行”的原则，目前已经签订的商户也是投资客以及自营客比较关心的。公布已进驻的商户信息，不管是对招商、还是对销售，都可以起到积极的推动作用。

## 三、目标

### 1. 财务目标

一期标铺、小商品城、家居大卖场年内完成销售额5亿元，完成回款3亿元

## 2. 市场营销目标

一期标铺剩余可售近500套，全部销售可完成2.5亿元销售额，可完成实际回款1.5亿元。小商品城以及家居大卖场两个板块须完成2.5亿元销售额，完成实际回款1.5亿元。反推成交套数为1000户，完成认筹1428组，完成来访2040组，按103天的周期，平均每天接待新客户来访20组。分为三个卖场同时接待，每个卖场每天接待新客户来访7组。

## 四、市场营销策略

目标市场：枣阳市高收入家庭、个体户、公务员，年龄在35-55岁之间。产品定位：低风险、低投入、高回报纯商业地产投资项目。价格：价格稍高于市场水平。

配销渠道：1、通过专业广告公司，对项目整体进行重新包装(包括户外广告、报纸广告、海报、楼书、宣传单张、折页、纸杯、手提袋等等)销售物料的设计制作。2、通过专业的商业策划公司，对项目定位、推广、营销、各类宣传活动的方案的制定。3、成立一支精英的销售及招商团队，招商与销售相结合，客户资源利用化。4、服务：提供全面的商业物业管理。