

地产策划新年工作计划(模板5篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

地产策划新年工作计划篇一

策划部工作计划及预算尊敬的公司领导：

2012年，我有幸竞聘为策划部经理一职。作为策划部经理，我已经上任一个月了，在这个一个月里做了茗园国际宣传资料、六堡镇林地使用权租用合同签订、六堡镇新片区的规划布局等工作。在新的一年里，公司迎来了大发展，策划部随时要做好各项活动的策划及公司的宣传。为了公司的发展我部门制定以下工作计划：

- 1、在三月份举行植树节活动，邀请全体公司工作人员参加，在梧州新闻发布。主体以宣传创建绿色环保生态小区为主体，让社会各界认识到我公司在建设绿色宜居小区进行着最大的努力，也为梧州市创建绿色森林城市贡献一份力量。
- 2、全年做好六堡镇土地租用合同的签订，努力完善签订合同的不足之处，寻求对公司最有利的法律途径来进行土地租用，对于已征用的土地做好标识。在没有任何证件的土地，我们要做到实地勘测，做好标记及指界人的签字认可等工作。努力做好租用土地的工作任务，不出现重复租用。
- 3、做好六堡茶农业旅游的观光策划工作，对各分区包含有六堡山庄、漫步小镇、休闲度假区、原生态养老区、园林种植区、环城物流园区等制定详细的方案设计。为发展六堡茶农业旅游做好前期策划工作，为项目的顺利开展穿针引线。

4、按照农业发展公司要求，结合公司以后一系列的多元化投资，提高公司在社会的认知度，做好茶叶品牌标志设计，完成对茶叶的包装设计，做到设计样式的新颖。为茶叶的促销，根据农业发展的要求及社会的实际反应，实时做好茶叶的宣传工作。针对不同的社会反应，寻找有利的促销手段，努力将茶叶的销售量提高。

8、协助公司完成举办梧州六堡茶的展示活动策划，做好六堡茶展示的布局安排及具体活动的安排，并在期间的将楼盘宣传活动的切入，以此提高本项目的知名度，打造一个浓厚的茶文化的商业氛围。在举办茶叶展销会期间，向前来展示和观光的茶商、茶客宣传本项目，预约购房大送礼的形式进行本项目推广，在有能力的情况下，进行开盘大酬宾活动。

9、做好泰和嘉园尾盘的策划宣传工作，为进一步提高泰和嘉园的销售量选择一些优惠的活动进行宣传，引导消费者购买。

10、制定一年一度的诚业之光的活动方案，努力缔造诚业投资有限公司的形象，提升社会公众的认知度及接受度。

11、完成领导交待其他设计策划活动，为公司的进一步发展做出努力。

策划部门工作需要张扬个性，注重团队精神。只有在完善的管理机制下去张扬个性，才是对企业及团队有益无害的。新的管理机制包含以下内容：

1、明确岗位的职责：

策划部经理完成日常与领导的接触，理解领导的意图，并将领导的指令下达到下属职工。

策划部经理配合销售部及其他部门做好各项策划活动的安排，完成各项活动的的设计送至上级领导审批。

设计人员做好各项设计工作任务，完成上级领导交待的各项
工作，服从领导的调配。

2、绩效考核、有明确的部门奖惩机制

实行工作分配绩效考核制度，对于不能完成工作的人员，扣
除当月工资的5%进行处罚。

下属员工不服从领导安排，次数达到3次以上的，扣除当月工
资5%进行处罚，屡教不改者，给予不再聘任的处罚。

对于迟到早退的下属员工，一次处罚10元。

3、时刻注意管理弹性，充分发挥部门员工的才华，调动部门
员工的工作积极性。领导多与下属员工进行沟通，了解其思
想动态，做好各下属员工的思想工作，调到其工作积极性。

办公经费的预算： 以下费用不包含业务费用。车费：2000
元/年

办公用品费用：1500元/年（包含打印机墨盒、打印纸、笔、
笔记本、卷纸等）

通讯费用：600元/年 合计：4100元/年

策划部

地产策划新年工作计划篇二

一、初步接洽阶段

1、首次与开发商沟通，展示公司价值，明确合作意向。项目
资料前期收集。

负责部门：业务部、策划部

报告名称：《***项目立案报告》

中心内容：

项目所在城市——房产市场现状初步调研

项目基础资料

c□建筑形态，建筑立面，建筑风格，建筑选材，楼间距

d□房源表，价格表，销控表，付款方案，优惠方案，置业计划书，配套费用，税费

e□主力户型，户型配比，户型功能划分，户型特色，样板间，畅销户型，滞销户型

f□建筑工期，内部认购时间，开盘时间，销售走势，月度销售额

g□园林设计方案，园林造价

开发商访谈

动力公司简介，服务内容，标准合同，竞争对手情况

2、项目评审，营销思路，初步定位，规划设计建设性意见

负责部门：策划部

报告名称：《项目营销思路建设性意见》

中心内容： 评估项目立案的可能性。

项目资源条件整合及判断，优势、难点、突破口、可行性。

形成初步营销思路和项目关键操作点。

针对项目提出建设性意见。（定位、规划布局、立面、园林、户型及配比、价格。）

拟订合同草案。

3、正式洽谈合同合作意向签定。

负责部门：业务部。收取费用。

4、组建项目专案组，设立驻外办，制定工作计划进度表。

负责部门：业务部、策划部

二、前期策划阶段

1、全面市场调研

负责部门：策划部、驻外办

a□宏观 * 环境调研（城市总规、地理指标、人口指标、经济指标、城市发展变迁及趋势、城市历史与文化、政策金融环境）

b□房地产市场调研（房地产发展史、近两年年度开发量、近两年年度销售量、政府土地出让计划、价格走势、开发热点地区、开发成本）

c□房地产项目调研（见附件1）

d□房地产需求调研（购买欲望、户型、价格、地段、配套、

项目知名度、项目美誉度、本项目认知。见附件1)

e□合作项目的补充调研。

f□媒体环境调研（媒体价格、媒体效果评估）

2、形成市场调研报告

负责部门：策划部、驻外办

a□城市宏观环境综述

b□房地产市场环境综述

c□各项目市场调研资料及简评

d□房产开发总量分析

e□房产消费总量分析（集团购买与个体购买的比例，异地置业的比例）

f□消费者分析

g□畅销楼盘分析

h□滞销楼盘分析

3、项目概况

[1] [2] [3] 下一页

4、项目地块内在条件整合及价值分析

负责部门：策划部

a□项目土地性质分析

项目地段，街区功能，政治历史文化人文要素，自然景观，环境污染源，周边主要建筑物

c□项目用地周边配套分析

d□swot分析

s优势因素□w劣势因素□o机会因素□t威胁因素

转自.、项目初步市场定位

负责部门：策划部

a□类比竞争楼盘分析（地段、产品结构、建筑面积、容积率、绿化率、主力户型及配比、价格、配套、园林、物业、工程状况、销售状况、主力客户群、推广主题、品牌形象□b□项目初步市场定位（规划布局、建筑风格、产品结构、物业档次、生活主张、容积率、容积率、绿化率、主力户型及配比、价格区间）

c□投入产出经济指标模拟（成本模拟、收入模拟、利润模拟、关键赢利点、风险评估）

d□针对性市场调研报告（客户群、消费观念、价格水平、推广渠道和方式、市场缺口等，或根据创意找市场依据）

6、项目市场定位

负责部门：策划部

a□竞争策略定位

b□客户群定位

c□产品定位

d□价格定位 e□户型定位

f□品牌定位

g□社区文化定位

h□物业管理定位

i□小区配套定位

j□规划、建筑风格、园林定位

7、项目总体规划

负责部门：设计院

a□开发商初步规划和设想

b□总体平面规划及说明

c□功能分区说明 d□道路系统布局

e□绿化系统布局

f□园林规划设计

g□公建与配套系统

h□建筑立面色彩与风格

i□主力户型及配比

j□分期开发思路及工期

8、经济可行性分析报告

负责部门：策划部

综合成本（地价、造价、管理、财务、资金、推广、销售、税金）；收益率与销售价格分析

9、初步营销框架

负责部门：策划部、设计部

报告名称：《***项目初步营销策划》

中心内容：确定案名、推广主题、销售周期、营销阶段划分。

10、规划园林设计方案跟踪

负责部门：策划部

11、项目视觉识别系统核心

负责部门：策划部、设计部

a□名称（项目名、道路名、建筑名，组团名）

b□标志

c□标准色

d□标准字体

e□推广主题词

上一页 [1] [2] [3] 下一页

三、营销策划阶段

负责部门：策划部、设计部、销售部

报告名称：《***项目营销策划案》

1、卖点整合a□生活概念、客户群

b□规划、园林

c□地段、户型、价格、内部配套、物业

e□建筑形态，建筑立面，建筑风格，建筑选材，楼间距

2、项目研讨会（主题、价值提升、广告创意、借鉴案例、销售）

3、营销推广阶段划分及实施要点

4、销售计划及实施要点（销售额、阶段销售房源、销售控制、价格调整、重要时间点）

5、广告策略（推广主题、阶段广告表现内容、创意表现）

6、系列广告创作（报纸、电视、广播、短信、户外、印刷品）

7、促销策略

8、公关策略

9、媒体策略

10、推广预算 11、营销推广计划

四、项目vi延展及运用

1、工地环境包装视觉

建筑物主体

工地围墙

地产策划新年工作计划篇三

20xx年是我们xx地产公司业务开展至关重大的开局之年，对于一个刚刚踏入房地产中介市场的新人来说，也是一个充满挑战，机遇与压力并重的开始的一年。因此，为了我要调整工作心态、增强责任意识、服务意识，充分认识并做好厂房中介的工作。为此，在厂房部的朱、郭两位同事的热心帮助下，我逐步认识本部门的基本业务工作，也充分认识到自己目前各方面的不足，为了尽快的成长为一名职业经纪人，我订立了以下20xx年房产公司个人工作计划：

增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，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。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于业务员来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心应手。

1、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的厂房推界、客户推广，我相信是我们厂房部最热火朝天的时间。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把厂房工作业绩做到化！

2、在工作计划第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新的盘源和了解镇区工业厂房情况；通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，到以期组成一个强大的客户群体。

3、在工作计划第二季度的时候，公司已正式走上轨道，工业厂房市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力争取尽快开单，从而正式转正成为我们公司的员工。并与朱、郭两经理一起培训新加入的员工，让厂房部早日成长起来。

4、工作计划第三季度的十一中秋双节，市场会给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的厂房市场大战做好充分的准备。此时我会伙同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

地产策划新年工作计划篇四

1. 样板区范围：考虑到-项目销售必须突出良好居住环境的气

氛，因此我们将-售楼中心至1#样板房区域所包含的整个大区都打造成为样板区。物管，保洁等须按照样板房的管理规定进行管理。其中有两套样板房、售楼部到样板间的步行情趣长廊、叠水喷泉、及10#的临时景观区域。(注：从售楼部至样板房之间的参观浏览线路，以下暂定为y区)

2. 样板区作用：最大限度的展现温江宜居，城在林中氛围、家居水畔的氛围，体现国色天香大社区远见、高档、生态、宜居、增值的社区概念，体现独具特色的建筑风格。

3. 样板区展示安排：

确定对y区沿线情调、步行道的包装方式与具体要求；

确定y区道路沿线灯光布

布置方案，灯具选型要求与效果交底；

明确样板区工程施工、营销包装整体与分步实施节点、任务分解；

具体见附后(参观园线说明)

(二) 样板房

1. 样板房选择：样板楼选定为1#楼，1#楼一方面靠近售楼部，由于样板间前10#修建时间较晚，样板间会有较好的景观视线，另外1#楼位于英郦庄园主入口不远，不会影响后期其他楼幢施工，同时也不产生其他楼幢施工影响客户参观的情况。选定1#楼平层、底跃各一套。

2. 样板房作用：考虑到-项目户型面积偏大，通过样板房精装修设计可以引导客户更好的理解户型设计，同时也是对推广所倡导的享乐主义生活的一种实体诠释。

3. 样板房展示安排：

前期设计，包装由项目部同事负责，-跟进协调。样板房应于20xx年12月底前完成，以便于先期推广时，到访客户时参观。样板房的日常管理工作由营销部-负责，。

地产策划新年工作计划篇五

□—□

前言/思考

从广义来说，房地产策划主要包括：前期定位策划（包括市场调研，项目定位，项目的经济效益分析等）；推广整合策划（包括vi设计，推广期、促销期、强销期、收盘期投放多种媒体的广告方案设计和各种促销活动的策划等）；销售招商策划（包括售楼人员培训，销售手册的编制，分阶段销售价格的确 定，商业部分业态定位和招商策划）。

近年来，莆田房地产行业飞速发展，满目高楼林立，四处尘土飞扬，城市化建设加速已经是不可阻挡的事实；万达、万科、正荣、万好、万辉、凤达、联创等资本运作的开发商频频圈地，亿发、艾力艾、金威、万宝都开始投身房地产开发了。竞争之激烈，可谓盛况空前。在今天及将来的发展中，莆田新的本土地产企业，只能在相对狭小的市场寻找机会。

祥和作为本土地产新秀，必须清醒地认识到土地、资金、团队、品牌、销售等方面的劣势，同时还得直面开发成本上涨，媒体环境复杂化，高举高打做项目的方式渐渐失效，新营销策略带来的传统渠道变革等方面的冲击。鉴于上述理由，不得不将祥和地产的策划工作，从战略层面上进行思考、定位，而不仅仅简单地“做做活动，搞搞促销，打打广告”。

公司策划部工作将围绕以下七个方面展开：

e□终端推广：渠道建设/团队管理/终端推广/促销活动/新闻宣传□ f□媒介公关：策略建议/投放计划/广告预算/执行操作/跟踪反馈□ g□营销培训：目标分解/管理系统/激励机制/技巧培训/活动组织。

以下，是2013—2014年度工作计划的具体内容：

(1) 报纸杂志广告：

联系区域内的地产报纸、杂志，刊登硬软广告，如《湄州日报》、《莆田晚报》、《仙游今报》、《安居》、《海西金领》、《妈祖》、《古典工艺》等。