# 2024房地产策划部年终总结范文(通用3篇)

来源：网络 作者：情深意重 更新时间：2024-11-22

*中文单词，发音是Zǒngji&eacute它的意思是概括起来。 以下是为大家整理的关于2024房地产策划部年终总结的文章3篇 ,欢迎品鉴！【篇一】2024房地产策划部年终总结　　20XX年即将结束，我进入公司已经两个月了，现将工作总结如下。...*

中文单词，发音是Zǒngji&eacute它的意思是概括起来。 以下是为大家整理的关于2024房地产策划部年终总结的文章3篇 ,欢迎品鉴！

**【篇一】2024房地产策划部年终总结**

　　20XX年即将结束，我进入公司已经两个月了，现将工作总结如下。

　　1、策划案写作

　　策划案的核心是给这个项目的定位，以及怎么在各方面做到这个定位。每个策划案都有很多花哨的部分，一是为了渲染项目定位的感觉，二是美观，三也是展现能力的一种体现。

　　策划案是有模板和套路的，写过几个之后，就可以不自觉的就大量套用模板。要求不高时，合适的模板，不管在板式还是文字上，都可以大量沿用，只需要改动里面的部分文字即可。因为我们公司代理项目多，几乎可以找到所有需要运用的模板，这对我这个刚学做策划的是很方便的。如果需要的话，我自己也可以做出比较漂亮的模板。

　　2、报广

　　报广方面，我目前还是简单的写了一些，平时没感觉的一些“盛大开盘、荣誉开启”之类的词，到自己想就觉得不简单了，可能也是因为自己刚开开始写吧，反正也都是有套路的。

　　整个项目的报广内容是分阶段的，筹备期一、筹备期二、蓄水期三、预热期四、强销期五、持销期六、开业期七、养市期，每个阶段的报广侧重点不一样，如筹备期和蓄水期就注重整体的概念、定位基调的宣传，到预热期开始就涉及到一点产品的信息，再到强销期或以后，就要体现具体的产品信息，各种的营销活动则会掺杂在各个阶段。

　　3、案场改进方案

　　开发商由于对自己案场的布置习以为常，很多很明显的需要改进的地方都忽视了。或者只想到一两点，无法成为系统，代理商站在旁观者的角度，专业的来矫正很有必要。

　　我们给外滩中心做案场改进方案的时候，发现开发商因为几个领导要操心的事情太多了，重心偏向销售，没有专门的推广部门；历史遗留的问题又比较严重，前一个领导的作风是想到一个做一个，毫无连贯性可言，宣传推广的画面也是根据他的喜好选择多种亮色交杂在一起，无法体现项目的高端品质。我们接过这个项目，直叹这么好的项目，做成这样真是被埋没了。改进方案里，我们提出泛现场的概念，将项目的宣传布展扩大到周围一公里内，从道旗、展示牌、工地围挡、高炮到售楼处包装都统一更改，项目的高端有序的形象马上就出来了。

　　4、具体活动方案

　　活动展现出来的，其实都是简单的聚人气、彰显楼盘品质的东西，真正要命的是活动的核心及其想要达到的效果。

　　比方说都是参加房展会，你在房展会上要展示什么？有些楼盘展示是的定位和品质，有些楼盘就会在房展会上大肆打折促销，有些楼盘则会用高品质的活动吸引成交，属于比较隐晦的促销。

　　5、踩盘

　　踩盘的目的是什么呢？该开始经理让我去踩盘，我是很晕的，去楼盘转了一圈就回来了，售楼员说了一大通，不知道该听什么，楼盘里各种各样的东西，不知道该重点看哪些，记下哪些。事实上需要知道的资料网上都可以查得到，而且我们公司房地产信息研究很强大，可以查到各个楼盘的销售情况（不过有一定的滞后性）。踩盘一定要带着很强的目的性的。

　　策划经理带我的时候，踩盘就是要看项目的资源、现场的包装、小区的设计和产品的细节，这些都是要到项目现场去亲自看才知道的，思考为什么他们是这个定价，项目是不是受市场欢迎，消费者主要来自哪里，不过要求是比较感性的，市场情况知道一些就可以。

**【篇二】2024房地产策划部年终总结**

　　不知不觉中，20\_\_已接近尾声，加入\_\_\_房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。\_\_是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获额多，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，现将今年工作做以下几方面总结。

>　　一、学习方面：

>　　学习，永无止境，这是我的人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

>　　二、心态方面：

　　刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有不一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

>　　三、专业知识和技巧：

　　在培训专业知识和销售技巧的那段时间，由于初次接触这类知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗?当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

>　　四、细节决定成败：

　　从接客户的第一个电话起，所有的称呼，电话礼仪都要做到位。来访客户，从一不起眼的动作到最基本的礼貌，无处不透露出公司的形象，都在于细节。看似简单的工作，其实更需要细心和耐心，在整个工作当中，不管是主管强调还是提供各类资料，总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中，两位专案也给了我很多建议和帮助，及时的化解了一个个问题，从一切的措手不及到得心应手，都是一个一个脚印走出来的，这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

>　　五、展望未来：

　　\_\_这一年是最有意义最有价值最有收获的一年，但不管有多精彩，他已是昨天它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最前沿。俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也会全力以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间里，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距。

>　　六、总结一年来的工作

       自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，\_\_年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

　　(一)、依据\_\_年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在中重点类客户群。

　　(二)、针对购买力不足的客户群中，寻找有实力客户，以扩大销售渠道。

　　(三)、为积极配合其他销售人员和工作人员，做好销售的宣传的造势。

　　(四)、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

　　(五)、加强自己思想建设，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。

　　(六)、制订学习计划。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)。

　　(七)、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。今后我将进一步加强学习、踏实工作，充分发挥个人所长，扬长补短，做一名合格的销售人员，能够在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，为公司再创佳绩做出应有的贡献!

**【篇三】2024房地产策划部年终总结**

　　“实践是检验真理的标准”，那么地产楼市则是“市场才是检验楼市的标准”只有市场才有话语权，市场认可的产品、认可的价格在10年低迷的楼市的大背景才能逆市飘红，才不会被遗忘。

　　20xx年度御景苑项目策划部配合销售做了以下具体工作：

　　其一：常规的现场物料包装，从细节入手，体现精品社区的细节，过程精品打造结果精品。

　　其二：销售宣传资料的准备，及时无误的准备好楼书、单张、户型图等销售道具。

　　其三：4期18栋板房的包装、20栋板房的包装，板房开放受到客户的高度评价，18栋板房开放短短几日，就成交过半；20栋板房精装修板房开放更是空前火爆，短短3天就销售95%，可以说御景苑项目逆势飘红，不是偶然，是御景苑项目多个部门通力协作的结果，是项目“高标准、严要求”质量把关的结果，是根据市场反馈及时调整营销战略战术的结果。

　　其四：媒体推广宣传，户外广告以形象宣传为主，手机短信锁定目标客户群发送推货信息，影视广告从形象片到实景效果，然后又到形象片，频繁更换画面，增加新鲜度，几乎每周修改标版、走动字幕，为销售推货输出大量有效的信息，吸引客户到场。

　　其五：表演活动，楼市低迷，销售现场人气日趋下滑，而销售现场人气是否旺盛也是销售成交的关键，御景苑项目几乎每个月都举办一次销售现场的表演活动，涵盖高雅的舞台表演、寓教于乐的摊位游戏、活泼可爱的卡通真人秀、吸引客户参与的diy创意活动、让客户停留更多时间的美食品鉴活动，有新春派利是，喜庆的嘉年华活动、有抓住奥运热点的泳池开放日活动、也有锁定目标客户通过亲子联动的亲子运动会活动。总之目的一个活动就是为了集聚人气，为销售现场营造良好的销售气氛，促进销售成交。

　　经历了中国地产与“牛”同飞，与“熊”共舞的之后的我，心态更加平和，“牛市卖概念，熊市产品”，平时练好内功，抓好细节，做过程精品，在风云变幻的楼市面前，唯有不变的是心态，是对地产的执着，我坚信通过国家对楼市的扶持，由“危”转“机”只是时间问题，18年挑战与机遇并存，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！