# 房地产总监年终总结

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-04-25

*1房产销售总监总结尊敬的各位领导及公司各位同仁：提前祝大家新年好！不知不觉中，20XX已经过去，在这一年里，我很荣幸的被聘为公司的营销总监，这对我个人来讲是一种成长、一份磨练、一种自我完善，同时也更是一份沉甸甸的责任。在这一年当中经历了太多...*

1房产销售总监总结

尊敬的各位领导及公司各位同仁：

提前祝大家新年好！

不知不觉中，20XX已经过去，在这一年里，我很荣幸的被聘为公司的营销总监，这对我个人来讲是一种成长、一份磨练、一种自我完善，同时也更是一份沉甸甸的责任。在这一年当中经历了太多的物是人非，也经历了项目所具有的困难与挑战，收获颇多，感触颇多。

一、20XX年营销部年度总结及项目分析

在这三百多个日子里，在公司全体员工的共同努力下，我们同心同德、携手奋进，项目进展飞快。

1、临时接待中心开放。五月下旬，临时接待中心的筹备提上了议程并且立刻实施。经由各领导及同事的配合，我们的临时接待中心如火如荼的加紧建设，并如期投入使用，中间的曲折虽然很多，但我们仍旧克服了一系列困难，于约定日期正式对外开放蓄客。临时接待中心里每一处精心的布置，皆来自全体员工的共同努力。值得欣喜的是，在前期对外宣传开放的一段时间内，我们临时接待中心自然来访客户络绎不绝，项目的口碑宣传从此拉开序幕。

2、确定推广渠道，准备销售物料。依据年度营销方案要求，我们与广告设计公司和营销策划公司加班加点，利用一切资源，制定了周密详尽的工作计划，并将浮于纸上的计划任务逐一落地实现，我们先后确定了电视台、户外、LED、微信等多种宣传渠道，涵盖了平面、立体、短频快等多种类型的推广方式，并制定了详细全面的推广排期。

3、项目起势，VIP认筹启动。临时接待中心启动，我们举行了冲红包活动，之后在县城人流最密集的滨江广场举行了文娱会演，为项目的推广和公司的形象口碑打下了坚实的基础。年底VIP认筹正式启动，当天仅一小时，成功认筹30余张，客户、媒体、同行均对项目的产品及亮相表示高度的认可。

4、蓄客情况良好，年底新营销中心开放。从开始认筹，至12月下旬成功认筹70余张，在公司全体人员的共同努力下，项目高贵奢华的新营销中心顺利开放。当天到场VIP客户、嘉宾、各界媒体，共到场余200多人，各主流媒体均已到场。现场氛围大气、喜庆，为前期VIP客户打下了坚实的购买基础，并很好的对所有媒体展示了公司的形象、实力、及高竞争力。

二、项目营销工作不足与问题分析。

1、执行力低，务实性不强。项目营销的竞争就是人员的竞争，团队的竞争。只有各岗位分工明确、各执其职、团结一心，团队才能高效运转，但现在项目营销工作的整体分工相对不是很清晰，责任不够明确，整体工作推进很慢，策划线务实型的人员不多，总体执行比较差。

2、基本功不扎实，销售未最大化。目前的衡东房产市场，客户选择性多了，原来公司的广告吸引思路、送礼等方法，虽然客户上门量增多，但真正有意向的客户并未增加，且营销费用支出较大。客户买房基本同范围楼盘都会比较，如果不把自己的基本功做扎实，客户上门也很难留住。

三、20XX年工作大体计划及调整建议

20XX年项目整体销售情况一般，排卡数及强意向购买客户数是不够的，20XX年的销售任务巨大，但区域竞争绝不会比20XX年弱，加上新盘的面市，放量会超过20XX年，根据国家政策导向三四线城市房地产市场去库存降低购房门槛的趋势，消费群体依然以刚需为主，20XX年我们也必然要面对更残酷的市场。

1、良好的团队是关键。

很多时候执行力好不好，完全取决于后期的监督与督促。很多时候都是事情安排下去了，由于各种原因，没有给予及时的督促和监督，导致安排下去的事情没有达到预期的效果。所以在20XX年作为营销总监我一定要改正，要做到有计划有安排有监督有回馈，形成一个封闭的整体，增强团队执行力。

2、加强销售队伍培养。销售人员的培训一直是每个项目工作当中非常重要的一环，绝对不能马虎，所以从进场熟悉项目开始，我们就根据人员结构情况，和项目情况，按照计划统一安排了一系列的培训内容，明确培训目的，监督检查培训结果，目的是在最短的时间内，培训出能够尽快符合上岗条件的员工。但在培训当中也出现了一些问题，因为公司本年度招聘的人员，大多都是没有任何工作经验的新人，每个人的性格及接受能力都不一样，培训起来比较吃力，培训周期也被拉长，同时由于销售人员流动性太大，导致用在培训上的精力太多，培训在日常销售工作中占得比重过大，从而影响其他工作的正常进行。所以后期各项目在招聘时除了应将新人和老人比例控制好以外，还要重点加强公司员工的归属感，树立公司企业文化，培训工作让老员工也参与进来，让老员工积极的去带新员工成长。同时对培训要有一个长期统筹的安排和布置，针对不同的销售人员要进行区别培训，增加机会试培训，让他们感觉每天都能学到东西，让公司和员工共同成长。

3、知己知彼，百战不殆。现在的市场，是买方的市场，要时刻掌握竞争对手信息，加快调整赢得市场。随着客户选择性的越来越大，要想销售顺畅，就必须迎合客户需求。要想跑在别人前面，我们就需要花更多的时间和精力去探讨研究，并快速执行，发现了问题整个团队一起努力及时调整，客户选择购买时主要比较地段、价格、产品、服务四个方面。合理的定价、贴心的服务、主流的产品必定能在市场赢得主导地位。

四、20XX年度工作展望

回顾20XX，一切历历在目，时间在不知不觉中飘然而过。本人及营销部员工较好的完成了自己的本职及其他工作，通过近一年兢兢业业的工作和切身反思，工作模式有了新的突破，工作方式有了较大的改观，在这一年里，我看到了公司的进步，公司的成长。

展望20XX，革命尚未成功，同志仍需努力。新的一年里，我将带领营销部的同志们，在公司领导的坚强领导下，严格要求自己，按照公司的要求，力争圆满完成自己的本职及其他工作，迎接挑战，创造辉煌。在此预祝公司在新的一年里，业绩蒸蒸日上，更上一层楼！

2房地产销售总监年终总结

尊敬的各位领导，在座所有xxx地产的同仁们：

大家晚上好！我是xxxxx项目的销售总监xxxxx。非常荣幸能够受邀参加公司举办的年终晚会，也非常高兴今夜能与大家共聚一堂，共同总结和见证这一年来我们xxxxx地产走过的风风雨雨。

众所周知，xxxxx年，公司的大事件就是销售xxxxxx的住宅项目，也是我们xxxxxxxxx年全力销售的重点项目。从今年的xxx月份开始，我们就与公司接洽合作的事宜，于xxx月份正式进入售楼处进行销售与策划的工作，经过我们xxx个月时间对项目及产品的深入剖析，最终确定了项目形象定位与品牌定位、销售的策略与任务及未来的整合营销推广方向，于是，xxxx月份，xxxxx项目通过媒体的宣传正式面向xxxx市场。

在销售工作这xxx个月的时间内，由于公司领导的正确决策和公司上下对销售工作的大力支持，我们顺利地举办了住宅认筹与开盘、商铺开盘、车库车位发售等一系列销售活动，并在住宅开盘当日创造了xxxx销售额的营销奇迹。售楼处也已由原来的临时接待中心的彩钢房搬迁至现在的正式销售中心，借此机会，我仅代表xxxxx项目组的所有置业顾问及销售主管谢谢公司对我们销售工作的鼎力支持和配合，谢谢大家。

这xxxx个月期间，售楼处共接听来电xxxx组，接待到访客户xxxx组，实现住宅去化率xxxx，商铺去化率xxxx，车库去化率xxxx；实现全年总销面积约xxxxx万平方米，总销售金额约xxxx亿，转签总额约xxxx亿元，实现回款约xxxx亿元。

明年，我们将继续xxxxx的剩余产品，争取在第一个季度内实现清盘，为此，我们制定了三项工作重点，力争实现全面清盘：重点一，提升置业顾问的业务水平与待客能力，提高杀单率，力争更大程度上的成交；重点二，在原有的项目形象及品牌形象的基础上，再深度传播，扩散推广面及市场认知度；重点三，争取利润最大化，绝不搞降价销售或变相降价销售。在明年，除了继续销售xxxx的产品以外，下一个工作重点就是即将推出的xxxxx产品，在二期产品的销售中，我们将利用xxxxx的潜在资源，充分发挥自身优势，把销售策略做到精细化、系统化、利润最大化；把策划推广做到统一化、深入化、形象化，力争在xxxxx年，实现下一个房地产市场的销售奇迹，请大家拭目以待，谢谢！

3营销总监20XX年度工作总结

20XX年对于金域蓝湾来说是成长的一年，对于我个人也是意义重大的一年。在这三百多个日子里，我们经历了夜以继日紧张筹备、紧锣密鼓的团结作战、热闹非凡的喧嚣；在这三百多个日子里，我们也同心同德，携手奋进。在传说末日之年后的20XX，我们经历了以下大事件：

一、寻获有力支持，确定合作单位

为了能够强强联合，建立从内至外具备顽强实力的攻坚团队，第一季度中我们依照公司程序，有序地组织进行了形象推广设计服务招标以及营销顾问服务招标两项重要工作，确定了优秀的合作单位：北京\*\*\*文化传播有限责任公司以及北京\*\*\*\*房地产经纪有限责任公司。并且提出了出色的项目整体VI系统设计以及整盘营销计划。

二、开工好彩头，金域蓝湾扬帆起航

五月十八日，我们在那片平坦的土地上呐喊宣战，金域蓝湾如璀璨艳阳冉冉升起，从无到有，我们都一一留下见证，还有那迎风吟唱的赞歌。

三、设立临时接待中心，迎接八方宾客

虽然工程建设的紧锣密鼓，临时接待中心的筹备设立也就被提上了议程并且立刻实施。

经由各部门的领导及同事的配合，我们的临时接待中心在严峻的条件下如火如荼的加紧建设，并如期投入使用，这中间的曲折虽然很多，但我们仍旧克服了地块条件限制、施工难度限制、城管市政限制等一系列困难，于6月21日正式对外开放蓄客。看着临时接待中心里每一处精心的布置，皆来自全体销售部的努力，我们心情非常的感动。值得欣喜的是，在前期未对外宣传开放的一段时间内，我们临时接待中心自然来访客户络绎不绝，项目的口碑宣传从此拉开序幕。

四、挑选推广合作渠道，筹备销售物料

依据《金域蓝湾项目20XX年营销方案》，在五、六月份，策划工作的重点除了临时售楼部的设立之外，还有制定《营销推广计划》、联系确定推广合作渠道、筹备销售物料等工作，为此，我们与广告设计公司和营销策划公司加班加点，利用一切资源，制定了周密详尽的工作计划，并将浮于纸上的计划任务逐一落地实现，我们先后确定了报媒、网媒、户外led、短信等多种宣传渠道，涵盖了平面、立体、短频快等多种类型的推广方式，并制定了详细全面的推广排期，我们每一次创意设计都受到业界同仁及客户的关注。

五、正式售楼部建成，欢乐降临金域蓝湾

9月，伴随着嘻哈包袱铺带来的欢声笑语，金域蓝湾与广大客户们迎来了第一次正式的华丽的亲密接触，我们一起细细体味了金域蓝湾的实力以及品质。宫廷般的殿堂、考究的家具摆设全方位的展示了金域蓝湾这一品牌为\*\*当地带来的改变与价值，香榭丽舍法式公园里的梦幻家园，是比梦幻更美好的现实。

六、盛大开盘，震撼全城

9月28日，这个日子应该出现在金域蓝湾的里程碑上，这一天，我们为\*\*城房地产市场创造了一个奇迹。超过一千六百人聚集在我们的接待中心，共同见证金域蓝湾的热卖，这一刻，金域蓝湾真正意义上的一炮而红。

七、和平女神降临，书写新的传说

她是女神缪斯，她是太阳神阿波罗，他们驾着四匹耀目骏马奔腾而来，带来对金域蓝湾的祝福与护佑。10月，我们为那金光熠熠雕塑揭幕时的场面，相信在场的每一个人都记忆犹新，和平女神是金域蓝湾送给业主的礼物。

八、中国好声音，在金域蓝湾响起

如果说，20XX年最值得关注的项目是金域蓝湾，那么20XX年最值得关注度综艺节目就是中国好声音了。而富有营销创意的我们在这最为红火的时刻将两者巧妙的联系在了一起，为全城的朋友带来了一场最为震撼的视听盛宴，“金域蓝湾”，至今仍是个传说，在这一营销创意上，我们将中海、万达通通PK下去，无可比拟，不容颠覆。

九、编制招标及合同文件

今年一年，我与项目共同成长一个重要实例就是营销相关的招标文件和合同的编制签订工作。回头想想，自己也被震惊了，这一年，我竟然发起主办了相关合同达56份之多，这个数字如果不是年终总结来回溯细数，还真是没有什么概念。

这一年，我们与金域蓝湾共同成长，经历了很多，在这里我就不一一赘述了。20XX年，我们没有被传说中的末日带走，相信20XX年，我们将谱写新的纪元。在20XX年我对自己的工作作如下安排：

一、尽快确定《金域蓝湾项目20XX年营销方案》及《营销推广计划》，为20XX年的营销工作找寻一条指引主线。

二、第一季度完成全年主要营销相关事宜的招投标及合同的签订。这也是我在今年的工作中遇到的一个重大问题，分散节点筹备较为灵活但耽误时间和人力，我在多方咨询和研究后决定在20XX年改变工作步骤和习惯，更合理的安排节点事宜。

三、迎春开门红，我预计在三月份举办一次大型的活动，既是回馈老业主老朋友们的厚爱与支持，更重要的是结识一批新的资源，以冲刷20XX年开年业绩。

四、将按照20XX年新制定的平衡计分卡的要求，努力完成任务，为销售部充当先锋与后盾。

希望20XX年我们的金域蓝湾能大放异彩，再创辉煌。

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！