# 最新房地产销售三月份工作总结简短(九篇)

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2025-04-13

*最新房地产销售三月份工作总结简短一当营销计划的执行结果不能达到预期目标时，策略与执行之间的内在紧密关系会造成一些难以诊断的问题。如销售率低究竟是由于策略欠佳还是因为执行不当呢?此外还得确定究竟应确定是什么问题(诊断)还是应确定采取什么行动的...*

**最新房地产销售三月份工作总结简短一**

当营销计划的执行结果不能达到预期目标时，策略与执行之间的内在紧密关系会造成一些难以诊断的问题。如销售率低究竟是由于策略欠佳还是因为执行不当呢?此外还得确定究竟应确定是什么问题(诊断)还是应确定采取什么行动的问题?对每个问题都有不同的管理”工具”组合与不同的解决方法。

二、存在问题的公司层次

营销的执行问题在公司3个层次的任一层上都会发生。

1.营销功能层次

销售、办理许可证、广告、新产品计划、配销渠道等等功能，在执行营销任务时是必须履行的。

2.营销方案层次

即把各种营销功能协调组合在一些，构成一整体活动。例如房屋代理商通过定价、促销和配销的整体功能活动将房屋售给顾客。

3.营销政策层次

这里管理部门所关心的是：引导从事营销工作的人去理解本组织的主张及其在营销活动中的作为。营销的领导艺术以及更具体的各种报酬、招聘、训练和销售政策等要素，都体现了该组织的营销文化。如果房地产公司的工作人员在与客房，开发商和其他人交易时采用社会性营销观念，就需要有达到这一目标的明确的营销政策。营销政策对能否有效执行营销方案的影响最大，其次才是执行营销功能的能力。因此，营销方案能否有效地执行，主要取决于制订和执行健全的政策。

三、执行市场营销的技能

为了有效地执行营销方案，公司的每个层次即功能、方案、政策等层次都必须运用一整套技能。主要包括：配置、监控、组织和相互影响。

1.配置技能

指营销经理给功能、政策和方案3个层次分配时间、资金和人员的能力。如按何种方式来有效配置好房地产推销人员是每个房地产公司都面临的一个共同问题。

2.监控技能

建立和管理一个对营销活动效果进行追踪的控制系统。控制有4种类型年度计划控制、利润控制、效率控制和策略控制。从执行的角度出发，我们主要关心的是前3种类型。

3.组织技能

涉及营销人员之间为实现公司目标而应具有的关系结构。掌握构成控制系统的集中化程度和正规化程度及理解非正式营销组织的地位和作用，是制定有效执行程序的重要先决条件。非正式系统与正式系统的交互作用将影响许多执行活动的效率。

4.相互影响技能

指公司人员之间相互影响，尤指经理影响他人把事情办好的\'能力。营销人员不仅必须有能力推动本组织的人员有效地执行理想的策略，还必须推动组织外的人或企业，如营销调研企业、广告代理商、经销商来执行理想的策略，哪怕他们的目标不会正好与组织的目标相同。

组织内每个问题出现的频率，可能与企业的规模，市场位置和企业与之竞争的行业增长率有关系，而卓越的营销执行需要的在3个层次(功能、方案、政策)上的4个方面(配置、监控、组织、相互影响)的管理技能。

四、执行的评价技能

在市场上取得良好的绩效并不一定能证明营销执行得好。因此很难用绩效来区分策略好/执行差和策略差/执行好的情况。但是，我们可为评价一个公司的执行效果做一些基本的准备工作。要证明营销执行工作有效，应包括对下列问题的正面回答：

1.有无明确的营销主题、强有力的营销领导和能促进和诱发美德的企业文化?

2.公司的营销活动中有无健全的次级功能?属于销售功能的配销、定价和广告是否都管理得很好?

3.公司的营销方案是否形成整体，并以集中的方式向各类顾客群进行营销活动?

4.公司营销管理部门与(1)其他与营销有关的人员如销售人员;(2)公司的其他职能部门;(3)顾客与同行的相互关系是否良好?

5.管理部门采用什么监控方法使自己不仅知道自身的活动状况，而且也知道顾客和潜在顾客的行动状况?

6.管理部门给各种营销工作分配的时间、资金和人员是否得当?

7.为完成营销活动和处理与顾客的相互关系、管理部门是如何组建的?是否有向顾客及同行敝开的，容易进入的”组织机构大门”?

要将策略和执行在市场上产生的结果区分开来终究是一项因难的工作。但是，强调公司需要擅长执行营销计划和做好策略性的营销规划则会全面提高公司的绩效。

**最新房地产销售三月份工作总结简短二**

20xx年，在集团公司董事会的正确领导和决策下，全体同仁通过进一步转变观念，认真分析当前的形势，努力克服各种不利因素，齐心协力，扎实工作，基本完成了年初工作目标计划。现将分公司一年来的工作总结如下：

一、20xx年主要工作情况：

(一)经济指标完成情况：

全年共完成销售任务1630万元(主要为存量商铺，其中回款900万)。xx项目融资2500万元，既满足了分公司发展的需要，也在力所能及的范围内支援了总公司。

(二)xx小区遗留问题的处理

在20xx年分公司着重抓地一件大事就是xx小区项目的分成核算。在集团公司的领导及关注下，分公司全体员工齐心协力的努力下，最终与七纺物业公司就项目分成达成协议，并进行了最终结算。也在经济效益和社会效益上达到了双赢。

20xx年是项目的所有工程质量保修期的最后一年，在春天分公司要求项目部对历年来的一些老问题、难问题进行了统一剖析，提出来彻底解决问题的施工方案。经过请示总公司后，专门拿出专项资金，对屋面防水、安置楼地下室地面下陷、下水道断损等问题进行的彻底返修。经过两个季度实践检验，房屋质量维修问题数量急剧减少，且再未发生重大质量维修事故。

金华联超市明年1月份搬迁，估计3月份可回款100万元。

(三)项目推进方面：

经过壹年的艰苦工作，xx项目拆迁在14月份正式启动，目前开始动迁工作。房产分公司已初步完成项目的前期策划及产品功能定位、规划方案等前期工作。

但对照年初工作计划，xx项目总体推进进展相对缓慢。究其原因，主要有以下方面：一是国家拆迁政策在20xx年初进行调整，乌市地方拆迁政策迟迟不能出台，二是9月份亚欧博览会的举行影响了拆迁的具体实施。尽管项目整体推进时间有所滞后，但对项目下步的运作还是利大于弊。首先，项目的产品和功能定位更加准确。20xx年的政策调控导致市场不太好，而20xx年整个房地产形势必将好转，将更利于项目的建设和销售。其次是通过努力，项目容积率有可能进行调整，由5、0调高为5、2(目前正在审批)，将增加建筑面积5000多㎡，潜在经济效益增加可观。

(四)企业管理方面

在今年的工作中，我们对公司自成立以来在行政管理、机构设置、制度建设及运行机制等方面所存在的问题进行认真剖析，经过梳理，针对剖析出的主要问题及时采取措施加以整改。首先根据集团公司的酬薪政策，调整分公司的薪酬分配方案，调整了部分员工的工资。对一些老员工及技术骨干，激发员工的工作热情，也缓解了物价上涨对员工心理的影响。

同时，通过对公司现有的管理制度进行修改、补充和完善，并及时组织全体员工集中学习，以及在工作中进一步加强了管理。通过积极引导，20xx年分公司共有五人参加的工程类基础再教育，并积极开始申报技术类中级职称。

上述成绩的取得，是分公司全体同仁共同努力的结果，当让也离不开集团公司的领导和关怀。在客观的总结成绩和经验的同时，我们也清醒地认识到，我们分公司在工作中还存在许多问题和不足，主要是员工素质水平和业务技能参差不齐，团队整体创新意识不够，企业各项规章制度的贯彻执行力度不够。以上问题必须引起高度重视，并在今后的工作中加以改进。

二、20xx年工作计划

20xx年，宏观政策将继续调控房地产市场，政府亦将根据调控的效果适时推出跟进政策，以促进房地产市场健康、稳定的发展。但同时我们也清楚认识到，市场的发展及消费者的目趋理性，已经催生了品质时代的来临，只有以“品质”作为核心竞争力才能成为末来市场真正的赢家。面对激烈的市场竞争，能否在新的一年里继续保持强盛的发展势头，实现公司跨越式的发展，工作再上新台阶，将是对我们工作的严竣考验。20xx年工作计划如下：

(一)指导思想

以经济效益为中心，通过认真研究产品、研究技术进步、研究市场，加大创新力度，使项目品质具有前瞻性和差异性，使公司的经济效益和社会效益得到提升。公司将重点开发xx项目，并且将以精品社区、精品户型为主，并提升项目的整体定位水平，打造一个高品质、现代化的小区

(二)目标计划

计划全年新开工房屋总建筑面积约14万平方米，计划实现销售1亿元。xx项目争取在20xx年6月份前完成土地挂牌手续，8月份前基础部分开始施工，15月底裙房部分主体封顶。

(三)工作措施

1、进一步改革和完善企业管理体制和经营机制，根据项目及公司发展的需要，及时调整经营班子，合理调整和完善现行机构设置及人员力量的配置。

2、以市场为导向，强力推进项目运作。

xx项目前期工作大的障碍已在20xx年基本扫除，在20xx年的工作中，我们必须集中精力，将项目作为公司的形象工程进行打造，全力以赴抓好项目的建设、销售及市场招商工作，并力争运作出一两个亮点出来，使企业品牌及公司形象能得到较大提升。

首先是围绕项目品质的打造进一步加强对产品的研发工作，加大与设计单位的碰撞和沟通力度，并采取各种有效措施加强市场调研究及产品的自身研发，确保项目品质具有较强的市场竞争力;其次是要组织强有力的班子，加强项目施工过程各个环节的建设管理，保证项目高质、高效按计划推进;三是要加强和做好市场调研，制定切实可行的营销推广及市场招商方案，搭建好营销及招商队伍，加强营销及招商人员的业务培训，加大销售及招商工作力度，保证项目销售及招商计划的顺利实现。

3、切实加强企业内部管理，提高企业整体战斗力。

进一步完善企业规章制度，加大企业各项规章制度的贯彻执行及监督检查的工作力度，使公司日常工作更加有序，更加有效。同时，继续强化对全体员工的教育和业务培训，切实提高员工的思想意识和业务技能水平。

4、加大资本运作力度，千方百计想办法盘活资产，争取在xx项目增加融资5000万元，以保证项目的顺利推进。

总之，20xx年工作，时间紧，任务重，但我们相信，只要公司全体员工能够统一思想齐心协力，与时俱进、努力拼搏、扎实工作，就一定能圆满完成集团公司下达的全年各项目标工作任务。

**最新房地产销售三月份工作总结简短三**

尊敬的xxx：

您好！

感谢你在百忙之中审阅我的自荐书，今毛遂自荐！

我叫xx，来自于xx，正因生活在的环境，磨练出我吃苦耐劳、学习刻苦的性格，培养了我自学和强进取心的习惯。

四年里，我了的基础和专业的知识，了优异的成绩，了两次三等奖学金和该专业应证书，我有对销售、策划的能力，有对投资分析与管理、价格评估、物业管理和工程预算的理论基础，有对、天正建筑，和语言的应用能力，有对软硬件的操作能力，我还在自学。怀着对的忠爱和为社会的需要，我拥属于的计算机，现能熟练地操作系统，维修软件故障。跟上时代的步伐我很注重与人交往和沟通面的能力，我选修了公共关系学、演讲与口才、现代礼仪并考取了公关员证书。我有的团队精神和组织能力，在宿舍里，因有强的团体意识而宿舍多次获优；在迎新晚会上，也因好的团队精神而舞蹈荣获校二等奖！四年里我学习科学文化知识还节假日去锻炼的能力、磨练的意志，为融入社会，社会，的一技之长打下夯实的基础，我曾xx销售洗衣机、xx销售手机，今年我又xx房地产代理公司的楼盘销售。我知道这远远还，但我不气馁！因我拥有年轻、勇于拼搏，敢于挑战的资本！

在所有都以，曾经拥已历史，最的是珍惜现在，把握未来。迎接挑战，竞争，把握机遇才能立于不败之地。“问渠哪得清如许，为有源头活水来”，我一直朝着“无止境的开拓进取，不停为而奋斗”

愿与贵公司共创辉煌，期待您的佳音！

祝贵公司事业蒸蒸日上！

此致

敬礼！

**最新房地产销售三月份工作总结简短四**

尊敬的领导：

您好！

不知不觉中，20xx年已经接近尾声，加入公司已有些时间，这这段时间的工作中，我学习并积累了很多知识和经验，锻炼和提高了业务能力，更让自己的人生多了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，重要的是增加了一份人生阅历。可以说，在xx的这段时间中，收获颇多、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，现将今年工作做以下几个方面述职报告。

学习，永无止境，来到公司的时候，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和操盘模式，通过努力的学习明白了销售经理的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

刚进公司的时候，xx项目没有进场，觉得有点无聊甚至枯燥，但x月进入xx之后，回头再看，感觉在公司中每时每刻都会学到东西，主要在于自己有没有去发现、去学习。在公司领导的耐心指导帮助下，我渐渐了解心态决定一切的道理，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对生活和工作，随之心境也是越来越平静，更加趋于成熟。

1、共计销售x套，销售面积x平米，销售额x元，回款额x元。

2、到x后，对项目人员重新系统培训了房地产专业知识和销售技巧。

3、修改和重申了案场制度，制度更加细化。

4、制定早、晚会签字制度，分析市场、客户以及销售中遇到的问题，提升团队士气。

5、在公司领导的指导下，参与制定x的月团购计划，联系团购单位，选房、签约，终成交x，销售额x，回款额为x元。

1、对业务监督执行力度不够。

2、对项目整体把控有待于提高。

3、需要进一步增加管理方面的经验。

4、与甲方缺乏有效沟通。

在学习公司完善的操盘经验，发掘自己工作中的不足的同时，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：

1、进一步提高自己的管理水平；

2、及时完成领导交给的各项任务；

3、与甲方及时有效地沟通，保证销售工作的正常化；

4、不断改进工作中所存在的问题，及时调整策略，保证明年销售任务的顺利完成；

5、同时努力学习策划推广方面的技能，给项目销售提供更好的可行性方案；

6、加大工作的检查力度和计划的可执行性，努力增强团队的执行力；

7、制定月可行的销售计划分级管理，执行目标确立到个人，分工和责任明确，使销售工作系统化和正规化，提高团队工作效率；

8、工作从细致性出发，做到掌握销售上的一切相关事务。

20xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的一年，虽然我来xx公司时间不长，但是在这里真正体会到了团结协作，互帮互助，共同创业的一种精神，同时感谢各各领导、同事对我工作方面的支持和帮助，我相信公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，更好的发展，项目在公司的领导下，会以更好的业绩回报公司。

此致

敬礼！

述职人：xxx

20xx年x月x日

销售经理述职报告 | 销售述职报告

**最新房地产销售三月份工作总结简短五**

两年的房地产销售经历让我体会到不一样的人生，特别是在万科的案场，严格、严谨的管理下的洗礼也造就了我稳重踏实的工作作风，回首过去一步步的脚印，我总结的销售心得有以下几点：

1、“坚持到底就是胜利”

坚持不懈，不轻易放弃就能一步步走向成功，虽然不知道几时能成功，但能肯定的是我们正离目标越来越近。有了顽强的精神，于是事半功倍。持续的工作，难免会令人疲倦，放松一下是人之常情，在最困难的时候，再坚持一下也就过去了;同样在销售中客人提出各种各样的异议，放弃对客户解释的机会，客户就流失了;而再坚持一下、说服一下也就成交了。往往希望就在于多打一个电话，多一次沟通。同时坚持不懈的学习房地产专业相关知识，让自己过硬的专业素养从心地打动客户。

2、学会聆听，把握时机。

我认为一个好的销售人员应该是个好听众，通过聆听来了解客户的各方面信息，不能以貌取人，不应当轻易以自己的经验来判断客户“一看客户感觉这客户不会买房”“这客户太刁，没诚意”，导致一些客户流失，应该通过客户的言行举止来判断他们潜在的想法，从而掌握客户真实信息，把握买房者的心理，在适当时机，一针见血的，点中要害，直至成交。

3、对工作保持长久的热情和积极性。

辛勤的工作造就优秀的员工，我深信着这一点。因此自从我进入易居公司的那一刻起，我就一直保持着认真的工作态度和积极向上的进取心，无论做任何细小的事情都努力做到，推销自己的产品首先必须要先充分的熟悉自己的产品，喜爱自己的产品，保持热情，热诚的对待客户;脚踏实地的跟进客户，使不可能变成可能、使可能变成现实，点点滴滴的积累造就了我优秀的业绩。同时维护好所积累的老客户的关系，他们都对我认真的工作和热情的态度都抱以充分的肯定，又为我带来了更多的潜在客户，致使我的工作成绩能更上一层楼。这是我在销售工作中获得的的收获和财富，也是我最值得骄傲的。

4、保持良好的心态。

每个人都有过状态不好的时候，积极、乐观的销售员会将此归结为个人能力、经验的不完善，把此时作为必经的磨练的过程，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观的销售员则怪罪于机遇和时运，总是抱怨、等待与放弃!

龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径;一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果靠的是机会，运气总有用尽的一天。

一直以来我坚持着做好自己能做好的事，一步一个脚印踏踏实实的坚定的向着我的目标前行。

**最新房地产销售三月份工作总结简短六**

前言：营销理由

传统经济学认为，商品的价值决定于凝集在商品中的有效劳动，而商品的价格取决于供求关系。按这一理论，一个物件的价值是个客观、可度量的值。人们只要理智地度量生产某种商品所需要的有效劳动，就可以了解一个商品的内在价值，并以此为交换的依据。在这一理论的框架内，消费者能够客观地掌握一个商品的价值，因而是理智的，因而也就不存在市场营销概念了。

然而，西方经济学则认为，商品的价值取决于商品的utility，所谓utility是指商品的服务带给人们的效用，或说好处。而这个效用的评价标准是一个主观的概念：同一商品在不同的消费者看来有不同效用，南方人认为米饭好，北方人认为馒头好，谁也不能把自己的价值取向强加给对方。由于认识到了商品的价值是个很主观的东西，因此产生了西方经济学的市场营销概念。营销的目的就是要影响消费者的价值认同，使之心甘情愿地付出更多的成本购买某一品牌的商品，而不是具有同性质的其他品牌。

现在已经步入了知识经济，“华翠”内部必有一个创新系统来不断审视、破坏现有流程，取而代之更好的流程，以使自己跑得更快。以下是房地产营销策划书的具体内容。

二 房地产营销策划书-促销：点石成金

现在的竞争，已不仅仅是某一个层面上的竞争。一个企业如果仅仅在某一层面占据优势，而在整体上却还存在这样或那样的短板的话，那么，就有可能在新一轮的竞争当中，被更具综合优势的竞争者淘汰，这是新时期的基本市场法则。有远见的人总试图看清原本看不清的东西，一成不变的思维方法是最容易失败的。在房地产市场饱和的现状下，我们必须打破常规、标新立异，充分运用创新思想，设计出多种全新的营销模式。做到多点齐发，连点成面，面面俱到;多线共拉，布线为网，一网打尽。

(一)房地产营销策划书-立异：以租带售

房地产开发商对其所开发的项目都期望尽快销售出去，但往往事与愿违，欲速则不达。尤其是中高档的住宅物业，在买方市场的情况下，要想靠急功近利的方式获取高额的投资回报，更是难上加难。因此，市场上出现了一种带租与销售的营销模式，不仅适用于商业物业的销售，也被可引入中高档住宅的销售。目前高明住宅的销售市场竞争十分激烈，市场明显供大于求。在此情况下，如果华翠园沉住气，以“不变应万变”(价格方面)，倒也可以在高明独树一帜。但我们不能满足于此，必须尽快将部分尾楼处理掉，以加快资金的运转速度。所以，房地产营销应当调整思路，改变策略，在不“变”中求“变” ：“千变万化”(营销手段方面)，采取“租售结合”的营销策略。

“租售结合”房地产营销策略和方法的基本内容如下：当市场发生变化，供给过度，造成楼房难以销售时，应改变营销策略：先设法将手中的物业租出去;然后再将营销目标锁定在投资型买家这一目标消费群体，让其在有较高投资回报保障的前提下，成为该物业的拥有者。这样，即使房子暂时未售出，我们也可以获得一定的租金，而且，随着高明经济的发展导致消费推动的房价上涨空间巨大，这样，公司可以得到双面的回报。何乐而不为呢确实，房地产行业本身就特别注定资金的快速运转，可是，我们可以用出租之房到银行抵押进行贷款，以缓解再开发的资金压力，充分调整资金运转率。这样，我们就可以做到有大利而无小害、有多得而无少失。另外，本人曾经对荷城现有打工族做过租房调查，通过市场调查发现：随着大佛山的启动及招商成绩的显赫，吸引到了大批外来者，出租屋一直出现紧缺，并愈演愈烈。房屋租金也出现很大的上涨。所以，本策略很具可行性，市场空间大，大可一试!

(二)房地产营销策划书-顶楼：困中创“圆”(园)

众所周知，顶楼几乎成了所有开发商的心头病，绝大部分避免不了“滞销”的命运，开发商须费很大力气才能将其出售，有些甚至逃脱不了一直空置的状况。追本嗍原，我们必须找出导致其独特命运的原因：人的消费思想是理性的，同时，他们的消费行为也私利的，在决定高消费品时，他们都会“挑三拣四”“小心翼翼”，特别是左右自己全家命运的物产时，他们更是“铢铢校量”、“顾前怕后”。其实顶楼最要命的就是夏天过热，炙得人闷不过气来。具体问题具体分析，一切从实际出发，针对这种现状，我们可以在顶楼建好可以隔热的“花园”，它虽是隔热层，但它并不同于一般的其它隔热层，相比前者隔热效果更好，其房内正常温度几乎跟其他非顶楼一样;再者，它的材料及铺设形式有异：直接在原有隔热层上铺一定厚度的土层，然后于土层栽花种草，这样，除了可以防热外，还可以起到美化环境及净化空气的作用(土坯本身具有非一般的吸热功能)。

并且，我们投入也不大，100平面大概只需20xx元即可，同时，我们的大量建设又可以产生规模效应，进一步降低“花园”建设成本。至此，顶楼的困境我们就可以“圆”满解决了。(具体操作方法可以到“永安新村”“取经”)

阻碍顶楼销售的难题还有二：过高、容易漏裂。在这里，要解决过高的问题唯一可以做的就是对其进行精细化的市场细分，目标群定位于年轻阶层(如本人);另外，还必须采取低价、甚至成本价销售，在价格上对其固有的缺点以一定的补偿，以弥补其不足。对于顶楼容易产生漏雨及墙壁裂缝问题，在建造的过程当中如果严把了质量关的话，是不会发生这样的质量问题的，但是既然现在房已建好，我唯一要问的是您们对自己的产品有信心么?(当然我对您们还是有信心的)，如果有的话，那在售房时，我们可以大胆对消费者以“三包”的承认，并签订附外质量保证合同。这样，顾客们在够买时就会很放心了。(其实，这样的营销要以高要求的产品质量为基础的，因为营销是“末”，而产品是“本”;营销是“术”，而产品是“道”)

(三)房地产营销策划书-中楼：以旧换新

俗话说：“没有不好的产品，只有不好的定位”，市场如战场，“凡战者，以正合，以奇胜”。市场不同情弱者，在产品同质化严重、营销手段单一的竞争市场中，没有领先的、具有创新推广手段的企业，就没有长久的生命力与市场占有率;而将过去固化、单一的策略手段奉为“尚宝”的企业，必定走不出恶性竞争的阴影，最后也逃离不了失败的厄运。因此，企业只有永远保持创新的头脑，不断将其新思想转化为独特的、适应现实要求的模式，并成功付诸实践。才能稳固并拓展市场，胜出于与己激烈竞争的强手之林。

目前，作为弹丸之地的高明，已有大量建成、在建、筹建的楼盘存在，市场形势更趋严禁。我们必须采取差异化的市场策略，努力创造与对方的差异，以正确的市场定位加上强有力的执行去甩开跟随者，从而获取成功。经过苦苦寻思，本人又“卤莽”献上一计：随着高明低层消费群的成熟及社会普遍存在的“2·8定理”(社会中80%的钱掌握在20%的人手中，而其余80%的人只控制着20%的财富。在这里，本人将这80%的人定为低层消费者)，二手房市场异常火暴，有些时日甚至赶超新房成交量。跟随本区农村人口的继续大量转移及外来人口的消费涌动，这种市场结构状况必定还将延续甚至加深。二手楼交易已成为一种发展潮流，不可逆转!有时，机会就出现在市场的变化中，跟随于雷声轰隆的雨后。成功者善于并敢于抓住市场，而失败者之所以失败就因为他“茫然”于机会。我们必须抓住这大好时机，毫不畏缩地推行楼房“以旧换新”的销售模式。交换时用新楼固定价减去顾客旧楼协商价，然后由消费者支付这个结果值即可。

关于这个手段，我也不是盲目瞎瓣，而是有一定的市场依据的。毕竟，高明旧楼多分布于市区西面，即荷香路以西，这里，多以散楼布局为主;而新楼绝大部分为花园形式，设有保安及其他物业管理服务人员，安全系数更大。再加上老区环境污染严重及人们的喜新厌旧心理作祟，在有一定经济条件下，市民多有“卖旧买新”的冲动，而我们开展的“以旧换新”策略在多种宣传方法的基础上(后面提到)，一次又一次的激发着他们的购买欲，调动着人们的冲动感。在这样的作用下，成交是迟早的事。记住：市场上的成功者的确是那些最能适应现行环境要求的公司──它们向真正需要的“东西”(销售模式)而付出。

(四)房地产营销策划书-绿化：诗意栖居

“诗意栖居”是人类居住的最高梦想!所以古人云“无水则风到气蔽，有水则气止而风无。其中以等水之地为上等，以藏风之地为次等”，有山水怀抱之地才为风水宝地。于是人们诗意栖居在水一方契舍了文化、审美、心理和生理需要，遂流行于市井贩夫、商贾巨富、文人骚客中。至今，人们对于物业的绿化要求更高一层。花园者，人文、自然与建筑对话的灵性空间，于其中，人性获得升华。建筑为园林让路，生活回归自然。本人今天考察过贵园，微觉不妥，完美当中有那么一丝丝不足：花园外围绿化带未建立，从外看，给整个花园婀娜的身段“扎”上了一到深深的疤痕。请尽快将其“整容”一番。至时，必将带给您们更多的“选票”。

满眼的绿色意味着宽阔的视野，洞察市场才能开山立业;氧气如同良好的运营机制，保证置身其间的人力、资金、技术圆满运转;阳光是花园的远景，吸引更多市民“埋单”。

(五)房地产营销策划书-物业：“和谐”民主

现代消费从一般消费转向体验消费，由理性消费发展为感觉消费。以前叫做消费者买的放心、用的称心;现今边为消费者买得开心、用得满心，再加上人都是有感觉的动物，在享受服务时，必须要受到特别的待遇、绝对的尊重，他埋单时才满意，以后也高兴再次光临;在购买商品时，人们需要的是热诚的售后服务。在这方面，海尔集团的品牌建设可算上乘。

海尔产品的核心价值就是“真诚”，品牌口号是“真诚到永远”，其星级服务，产品研发都是对这一理念的注释和延展。因此，海尔的空调、冰箱、洗衣机等产品多次被列为消费者最喜欢的品牌之一。

在这方面，我们都得不耻于问师海尔，并还得把这样的服务延伸、拓展到物业管理服务上。因为物业管理好坏也直接影响到房楼的社会认同度。只有我们的认同度高了，才会受到更多消费者的追棒。具体操作：引进一家富有实力的物业管理公司来接盘，为现有业主提供优质的服务，带来人性化、亲情化的先进服务管理理念，同时，最主要的是在安全管理上受到业主的赞誉。这样，老业主带动新客户，必将提升“华翠园”销量。

三 房地产营销策划书-推广：多管齐下

一个成熟、成功的品牌，到最后所拥有的，并不仅仅是强势的知名度和优秀的形象，而是与消费者形成的牢固的心理上的联系。最高境界的品牌，并不是消费者有意识认定的“好品牌”，而是存在于消费者认知“无意识”中的一种自然的状态。强的品牌并不气势压人，而是以亲和友善的姿态向市民的一种虔诚的诉求及消费者的认同和好感。市场营销的战争其实就是借助广告对“品牌好感”的争夺。所谓“会哭的孩子有奶吃”就证明了要敢于诉求的道理。举一个最简单的例子：你爱上一个女孩必须勇敢追啊!否则，你只能在单相的煎熬中忍痛!而你那心中的女神随时都有可能成为别人卿卿我我的陪伴。悲哀呀!对吗?

最主要的，因为房产乃关系到一个家庭的福祉的关键性消费，一生中就那么一两次。面对它们时，谁不慎之又慎、顾这盼那?倘若我们“羞”于表达自己的“爱”、耻于剖白心中之“情”。人家会“下嫁”于我吗?这点从下面的图表就可以看出来：图中阴影部分为人们车房消费，他们在面对这二者时都富有理性，这就要求我们借助一切可以借助的力量(手段)全力去说服他们、征服他们

(一)房地产营销策划书-广告：媒体打压

广告宣传主要以《高明信息报》、街巷横幅条为主，以高明有线电视台为辅。其中，电视台广告尽量少放，一来减少广告投入费用，最大限度地提高广告资金的回报率;二来高明电视台上映时间短暂，又没有自己固定的频道(只是在黄金时段插播少次)，收视率低下，再者，电视广告是最招致观众反感的媒体。其实，采取任何活动都一样，在行动之前应先在自己心中琢磨琢磨，通过自己的逻辑考核看它是否“经济”。

如果广告后收益广告费用 ,则是经济的,可行!可是,学过甚至关注、了解过经济学的人都知道，企业是赢利组织，它的这一本性决定了其在参与所有实际时都必须是以最小的投入而创造利润的最大化!好!既然这样的话，我们在酝酿广告投入时，必须将其费用投入结构最优化，以达到花最少的费用而获取诉求的最大化。举个例子，如果你在平静的池塘里投一个小石子，激起的涟漪就能让你看得请清楚楚，这是效果;而你往大海里扔一块大石头，激起的浪花可能还没有海风吹起的浪花大，这是无效，而扔大石头的成本要远大于扔小石头的成本，石头不在大小，关键要扔对地方，而把大石头扔在池塘里，那就更好了。正是因为同样的费用投入到前者必定大于后者的效益，我才做出上面的结论。

另外，特地针对区内各乡镇农村市场的实际，本人建议采取“过时”、“落后”的墙体广告进入农村的“心脏”，更快、更准、更优地抢占农村市场。的确，墙体广告给人的感觉是比较低挡、缺乏公信力的，通常只有卖农村用品的厂商如饲料厂商才会使用。特别是在现今媒体不断出新的情况下，一般的公司是绝对与墙体广告划清界线的。但其实，企业这种拒绝墙体广告的态度可能是一个错误的决策。据调查，墙体广告是观众回忆度最高的广告，我能回忆到的也只有几个，“中国

移动”、“新飞冰箱”、“创维电视”、“农业银行”等。时代进步、经济发达，并没有完全把旧式的媒体淘汰掉，反而给了一些旧式媒体更多的空间。广告虽是艺术，讲究外表舒适、品位高雅。但是，我们企业所追求的是实用、实惠的双“实”原则!我们提倡的是“实实在在”的那点东西!对吧?

(二) 房地产营销策划书-造势：声势浩大

我个人比较欣赏《孙子兵法》对“势”的阐述：“流水之激，至于漂石者，势也;故善战者，求之于势，而不求之于人。”造势主要靠进行一个辅助媒体广告的宣传会、展销会。目的是进一步巩固消费者的印象度及刺激冲动消费的潜能。因为广告是一个很抽象化的东西，给人以一种虚幻感。推广过于单调容易产生品牌的空心化，即单纯的符号化，有广泛的知名度而没有差异化的忠诚度，品牌无一个个性化的内涵，它对消费者购买决策的影响力非常有限。这时，我们必须借助一两个推介会将原本“虚”的“意识”转化成“实”的“物质”。

具体推介有多种操作方法：

1 .利用突发事件(包括国内外甚至小到本省、市、区发生的有影响力的事件)来进行炒作。商场如战场，作战，不是只凭胆量就能取胜的。借助突发事件宣传自己，对于知名度不高的品牌来说，会有出其不意的广告效果，而对于知名品牌来说，更是具有拉动力。

2 .必要时可以在荷城广场展开一个展销会，将商品主动送到人的生活中。这样的好处有二：一来，可以提高推销力度跟效率，因为这样的活动进行时，推销员跟顾客之间是一对多的关系。相比在售楼部的一对一模式而言更省力、更有效。二来，也就是最主要的一点，这样可以补充广告的不足，使消费者更充分、更全面、更真实地了解我们的产品。为其冲动购房时打了一剂强心针;让产品在消费者的意念当中构筑了一个清晰的模型;令其在决定购买意识时给我们的产品下了一个重重的砝码。

四 补漏：瞻前顾后

最后，特别要注意的是，在执行上面计划、进行上面活动时尽量兼顾后来新楼盘的品牌力及知名度，全面贯彻可持续发展战略，在广告中，可以顺便提起后来楼盘开发的信息(如名称、地址、性质等)，其实在推介新有楼上，可以随便找个借口(理由、原因)进行，如可以是“推陈出新”(“陈”指华翠园的楼盘;而“新”则指我们即将推出的新楼盘)。

五 收尾：殷诚期待

在市场经济条件下，只有饱和的思想，没有饱和的市场。市场无处不在，缺的是“发现”二字。缺的是独具匠心、别具一格的思想，如何将思路与财路紧密地联系起来，必须抓住以下三个关键：

1 .勇于打破思维定式。

2 .善于另辟蹊径。

3 .敢于抓住机遇。

**最新房地产销售三月份工作总结简短七**

尊敬的领导：

您好!

自金秋\_\_年x月正式入职以来，在繁忙而充实的工作中，不知不觉迎来了20\_\_年。转眼间来到\_\_集团这个团体已经x个多月了，在这期间，经历了我们公司销售人员专业培训，参加了\_\_项目的销售工作，加入到充满热情的销售团队中，品味先进、人性化的公司文化。回顾这段难忘的工作历程，为了在新的一年当中更好的投入到这充满活力的工作当中，对过去的一年做如下总结：

一、工作中还有很多不足，还要不断的向同事们学习和借鉴不足

首先，作为一名20\_\_年入职的的公司新人，并且对\_\_的房地产市场有着诸多的不了解。应对新的环境、新的项目，尤其对\_\_项目十分陌生，从入职至今，短短的几个月时间，边学习公司、团体以及同事们的经验，边自我摸索适合自我的销售方案，很多地方还存在或多或少的欠缺和不足，还需要更好的学习与自我完善。

其次，加入这个团结提高的团体时间尚短，很多优秀的企业文化，丰富的企业底蕴，还有更好的理解和融通，这需要我在今后的团队生活中，更好的体会和把握，丰富自我的知识，武装自我的思想，将这个团队优秀的企业文化更好的发挥和利用在今后的销售工作当中。

二、热忱的团体、活力的团队，成就了对于我自我的自我超越成绩

作为销售部中的一员，从我入职起就深深感到自我身负的重任，作为企业的窗口、公司的形象，自我的一举一动、一言一行也同时代表了一个企业的形象，所以激励我从始至终不断的自我的提高，不断的高标准要求自我，不断的克服自我的缺点发挥自我的长处。并要在高素质的基础上要求自我不断加强专业知识和武装专业技能，做一个专业知识过硬、沟通协调本事强、能够吃苦耐劳、并具有良好团队协作精神的优秀销售工作者。

从入职到20\_\_年年末，我共销售出住宅x套，总销售x元，占总销售套数的x%，并取得过其中x个月的月度销售冠军。但作为具有x年房地产销售工作的老业务人员，虽然进入公司时间较短，这样的一组数字对于我个人而言，还是不够满意，期望在20\_\_年度，会有所提高，有所突破，更好的体现和实现自我价值。

三、强大的集团企业作为后盾，带给我更多的信心与热情

新的环境带来新的契机，但新的环境也带来了自我的压力，经历短短的公司专业培训后，在公司领导的关怀下，在同事的细心帮忙下，我才能够很快的熟悉我们\_\_的项目知识，和了解\_\_房地产市场的形式。人性化的管理模式、通畅的部门衔接、热情向上的团队精神……应对这些良好的工作环境，坚定了我作为这个团体一员的信念，给予了我做好一名作为企业窗口的销售工作者的信心，激发了我对于这样一个集团、一个企业、一个团体的热爱。让我在这个良好的空间中奋进，欢畅淋漓的驰骋在销售工作的舞台上。

强大的企业实力、坚实的资金基础、优秀的管理团队，即使作为一名普通销售工作者的我，也体会到无比的自信，使我在直接应对客户群体的时候，能够用我的这份自信去感染客户，建立客户对我们企业、我们项目的信心，更好的完成一个个销售任务，更好的完成我们的销售工作。

四、一年的销售工作

作为一名冲锋在销售第一线的销售人员，经过直接应对不一样的客户群体，对我们\_\_项目的一些理解与期望挑点小毛病。

20\_\_年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。x月的成功开盘，使我们\_\_成为众所周知的高档项目，也是我们树立品牌形象的起点。一期的项目全部销售，给我们二期增加了很多信心，二期的成功销售就给我们推向了又一个高峰别墅。

在近一个月的其它项目学习过程中，参观了市内的一些高档项目，这使我们销售团队都有不一样程度的提高和新的认识，不但开阔了视野，并且更多的了解到高端项目的市场需求，和在目前的政策大环境下，高端项目的优势，以及它的抗跌性和保值性。经过这些了解，结合\_\_高端项目产品越来也多的现状，让我更深刻的认识到\_\_土地的特殊性决定了它的不可复制性，以及非凡的潜质。

20\_\_年我们别墅项目将实现现房实景销售，但结合\_\_的整个市场，压力依然很大。

第一，同比\_\_同档别墅项目，我们的价格优势并不明显;

第二，建材和建料方面与其它项目相比，也有必须的劣势;

第三，并且同地区的别墅项目也很多，势必会给我们别墅项目得销售增加必须的压力。虽然压力比较大，但在我们这样优秀团队的努力下，在新的一年中必须会有新的突破，新的气象，必须能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

此致

敬礼!

述职人：\_\_

20\_\_年x月x日

**最新房地产销售三月份工作总结简短八**

各位领导，各位同事：

大家好!

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，作为\_\_\_\_企业的每一名员工，我们深深感到\_\_\_\_企业之蓬勃发展的热气,\_\_\_\_人之拼搏的精神。

我是销售部门的一名普通员工，刚到房产时，该同志对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及其房地产市场。作为销售部中的一员，该同志深深觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。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，还要广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，我已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

房地产市场的起伏动荡，公司于20\_\_\_\_年与\_\_\_\_公司进行合资，共同完成销售工作。在这段时间，我积极配合\_\_\_\_公司的员工，以销售为目的，在公司领导的指导下，完成经营价格的制定，在春节前策划完成了广告宣传，为\_\_月份的销售高潮奠定了基础。最后以\_\_个月完成合同额\_\_\_\_万元的好成绩而告终。经过这次企业的洗礼，我从中得到了不少专业知识，使自己各方面都所有提高。

下旬公司与\_\_\_\_公司合作，这又是公司的一次重大变革和质的飞跃。在此期间主要是针对房屋的销售。经过之前销售部对房屋执行内部认购等手段的铺垫制造出火爆场面。在销售部，我担任销售内业及会计两种职务。面对工作量的增加以及销售工作的系统化和正规化，工作显得繁重和其中。在开盘之际，该同志基本上每天都要加班加点完成工作。经过一个多月时间的熟悉和了解，我立刻进入角色并且娴熟的完成了自己的本职工作。由于房款数额巨大，在收款的过程中该同志做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔帐目都相得益彰，无一差错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，该同志不断总结自己的工作经验，及时找出弊端并及早改善。销售部在短短的三个月的时间将二期房屋全部清盘，而且一期余房也一并售罄，这其中与我和其他销售部成员的努力是分不开的。

这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

此致

敬礼!

述职人：\_\_\_\_\_\_

20\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

**最新房地产销售三月份工作总结简短九**

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最大化。通过在新疆、阿坝、凉山等地异地巡展，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频道、卫视、网、网以及《都市报》、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为，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。

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！