# 新楼盘前期的工作计划(实用25篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-01-18

*新楼盘前期的工作计划11、负责部门：泰源机构销售部、招商部2、协助部门：泰源机构策划部3、时间计划：20\_年02月20日-03月05日。03月08日提交最终报告。4、报告名称：《松桃国际商贸城销售客户情况分析报告》（销售经理、策划总监完成）...*

**新楼盘前期的工作计划1**

1、负责部门：泰源机构销售部、招商部

2、协助部门：泰源机构策划部

3、时间计划：20\_年02月20日-03月05日。03月08日提交最终报告。

4、报告名称：《松桃国际商贸城销售客户情况分析报告》（销售经理、策划总监完成）《松桃国际商贸城招商客户情况分析报告》（招商经理、策划总监完成）

5、中心内容：对目前登记客户进行电话回访、登门拜访，了解客户需求、购买或进驻诚意，将客户进行分类，包括购买诚意（a、b、c、d类）、购买目的（自营、投资类）、业态比例（陶瓷卫浴、照明灯饰、五金机电、门业板材、餐饮、茶叶、副食品类），并详细掌握客户对项目的认知程度、销售价格或租金期望，征询客户对项目销售政策、销售价格、招商政策、租金幅度、经营管理等各个方面的基本意见。

6、工作目标：通过对客户情况的输理、甄别，给高层策略制定和执行提供相对比较准确的依据，确保招商、认筹和后续开盘销售打下坚实的基础。

**新楼盘前期的工作计划2**

1、负责部门：泰源机构销售部

2、协助部门：泰源机构策划部

3、时间计划：20\_年02月20日-04月15日。

4、报告名称：《松桃国际商贸城客户登记/认筹情况分析》（销售经理、策划经理完成）

5、中心内容：

1）案场日常接待：接受客户咨询、推介项目优势、了解客户信息获取渠道、登记客户基本资料和联系方式，掌握客户需求情况购买意向。

2）周日、节假日户外或大型购物中心设点咨询：选择关键节点，尝试在人流较多的商业/休闲广场、大型购物中心，设置临时性咨询点，接受客户咨询，推介项目，邀约客户前来销售中心参观、洽谈。

3）销售人员登门拜访：走出去，请进来，强化与招商部门的相互配合，与客户进行“一对一”见面沟通，争取更多的投资客户。销售人员尤其是本地销售人员不能只是一味麻木地守株待兔，要充分运用自己的所有人脉关系，积极拓展客户。

4）活动促销：充分利用招商签约、正式认筹、正式开盘和中小规模投资分 析会，扩大项目影响，吸引更多犹豫型、游移型边缘客户。

5）设置外联部：通过外联部门的运作，多渠道、多途径拓展客户资源。

6、工作目标：通过销售认筹前、认筹后一段时间的努力，使意向客户达到预期总量，保证正式开盘销售的.顺利进行。

**新楼盘前期的工作计划3**

>一、房地产开盘主题：

对外传达xx房产开盘典礼的信息、显示企业实力。扩大xx房产的社会知名度和美誉度，体现xx房产的五大优势：公司的雄厚实力、“xx第一拍”的资历、优越的地理位置、良好的升值空间和一流的.户型设计，展示美好发展前景，促进楼盘销售。同时进行企业社会公关，树立xx房产积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户的关系。

>二、开盘时间：

xx年xx月xx日（暂预定）

>三、活动地点：

xx房产有限公司

>四、剪彩嘉宾：

贵公司确定

>五、拟邀媒体：

xx电视台、xx广告公司

>六、活动方案

（一）前期准备

1、到场嘉宾

市政府有关主管领导、业界知名人士、公司的关系客户、各媒体记者

2、购买或制作一批有意义的礼品。

做好活动现场的礼品、礼品袋（可由我公司提前提供样品，由贵公司定稿后我公司统一制作）。

一是可以表达对领导的尊敬和谢意；二是可以起到宣传作用和品牌效应。

3、剪彩仪式所需的红花、剪刀、托盘和鲜花

4、请柬的准备

提前印好请柬，非市内来宾请柬要在典礼前10天寄出，本市提前5天发出，并确认来否回执。（请贵公司确认、确定。）

5、其他准备工作

提前3天向市气象局获取当日的天气情况资料。

落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。

提前6天落实指挥和负责秩序工作。

（二）开盘前广告发布

**新楼盘前期的工作计划4**

开盘前工作计划及内容

►（7月25—8月15）

1、户外看板、工地围墙、道旗、条幅等制作悬挂（十个工作日）

由于目前客户得知我们项目的途径较为单一，而且对于我们项目的认识仍然停留在初级阶段，所以在这个时候我们绝对有必要给客户新一轮的视觉冲击，让新老客户对我们的项目有“耳目一新”的感觉，在开盘前再次掀起一轮“蓝湖名邸”的热潮。

2、报纸预告刊登（8月10日前）

从上一次的“奠基典礼”活动到现在，我们没有再做过任何形式的宣传推广。临近开盘，我们应该加大宣传力度，再次引起客户对我们的注意。

建议以软文和平面广告为主，内容主要以告知项目目前情况为主。

3、定期召开业务员会议修正策略

由于现场的销售人员刚上岗不久，对项目的熟悉程度及业务水平均不高，在开盘前还要不断的强化训练，掌握项目的优势和卖点，除每日例会外，还要针对随机发生的问题作出调整。

4、部门协调

与各部门及配合单位的工作做到协调、共进，信息及时反馈并落实，提高办事效率。

5、合同、定单、销售人员统一制服等销售必需品备齐（8月15日前

完成）

合同文本在苍山县房管局可以购买，具体条款如何签，需要公司确定。准备各种附件。

由我销售部制作定单及预订协议书，报交公司审批。

现场销售人员制服统一，现场销售道具备齐。

6、现场业务员接待登记、收集客户资料、作好统计跟踪

进行第一轮的客户回访，加深公司与业主之间的沟通与交流，让业主进一步了解我们楼盘的优越性及高尚住宅的居住含义，以便他们能在亲朋好友中相互传递，增加潜在的客户群，同时让业主感受公司的企业文化与开发理念，增强业主的信心与自鸣心理，以便于日后客户带客户的锁链效应；

7、开盘活动的落实，折扣或优惠方案确定

活动设想：

可推出大型抽奖活动，“购蓝湖名邸，赢取超值大奖”，在开盘第一个月内，购买蓝湖名邸产品，就有机会获得超值大奖，特设特等奖

一名，奖品为价值x万元装修一户；一等奖2名，奖品为价值x

万元名牌家电组合；二等奖3名，奖品为价值xxxx元家用电脑

一台。

电视上在晚间7：30至9：00黄金时段赞助播出一个剧情精彩的连

续剧，（宜在开盘前半个月就开始投放），将楼盘优势、卖点及抽奖

活动广而告之。

折扣及优惠：

告知客户在我们规定的时间期限内购买，可以享受xxx的折扣和

优惠。

8、核对房源报备

确定我们要推出的房源，办理预售证。

9、价格表制定

制定表价和底价。（8月15日前完成）

业务员没有让价的权限；

副专有2-3%的折扣权限（总价）；

专案权限由公司定；

关系客户的让价幅度由金总、张总自定；

10、开盘前通知客户，为正式开盘积聚人气（15日—28日期间）

主要目的：告知客户蓝湖名邸xx日正式开盘，开盘期间厚礼相送；

将开盘活动广而告之；

以特价房聚集人气；

►（8月15日---8月28日）

1、报纸系列广告制作刊登

以突出项目优势和卖点为主，积聚人气，造成轰动效应。

目的：进一步扩大产品知名度，吸纳人气，提升公司品牌形象与

社会美誉度；

2、推出第一批房源

3、各辅助媒体连环轰炸

4、修正销售说辞

在进行两轮客户回访及筛选的同时，有针对性的对销售说辞进行

修改。5、6、7、8、开盘营造现场热销气氛，运用sp逼定，提高成交率； 在销售过程中作好销控，发掘潜在客户； 销售房型控制节奏，最大限度避免“单挂” 业务员每天下班做好统计、整理工作交案场主管过滤； ►（8月28---

9、30）

1、报纸持续刊登

2、客户维护和积累

3、对前段时间出现的问题做出整改

4、完成签约、催款、回笼资金

5、定期召开业务会议

**新楼盘前期的工作计划5**

>一、时间：

xx年9月30日上午。

>二、地点：

xxxxxx售楼中心现场。

>三、人员：

工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

>四、拟邀贵宾：

市政府有关主管领导、市建委、市房地产管理局领导、市建筑、规划设计院负责人等。

>五、拟邀媒体：

XX电视台、XX日报、随广新闻台。

>六、预定目标：

对外传达xxxxxx开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大xxxxxx的社会知名度和美誉度，体现xxxxxx的美好前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立XXxxxx房地产开发有限公司积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

>七、会场布置：

1、主席台区：主席台区也就是剪彩区设在售楼中心南边，主席台中间为主持人及贵宾讲话用的立式麦克风，台面铺有红色地毯，背景墙为喷绘画面，主题为“xxxxxx开盘庆典仪式”。

2、签到处：来宾签到处设置在主席台北侧。签到处配有礼仪小姐。签到处设置签到处指示牌。

3、礼品发放区：届时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

4、贵宾休息区：可放在xxxxxx售楼中心现场，设置沙发、茶几饮料、水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

>八、开盘活动要点：

1、室内外表现

1）彩旗（彩条）

2）在售楼处大门外道路两旁悬挂，挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。

盆景花卉

在售楼处大厅的各个角落，分别摆设，以增加视觉美感、清新空气和烘托亲切氛围。

3）气拱门、气球

在工地现场、市区主干道布置大型气拱门、热气球、道旗，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

2、现场表演活动内容：

1）军乐队：用于演奏振奋人心的乐曲，作为背景音乐贯穿开盘庆典仪式的始终。

2）腰鼓队：在现场安排一支由20人组成的腰鼓队，用于迎宾和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

3）舞狮活动：在仪式过程中穿插舞狮活动表演，预示着xxxxxx美好的发展前景。

3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也可以轻松赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，形成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

**新楼盘前期的工作计划6**

时间过得真快，转眼间我们即将进入新的一年。新年是充满挑战、机遇和压力的一年，对我来说也是非常重要的一年。因此，我制定了一个工作计划，现在计划如下：

>一、销量指数：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每季度7万元，5万元

>二.规划：

1.《房地产年度销售计划》是年初起草的

2.每月初拟《房地产月销售计划表》

>三.客户分类：

根据收到的每个客户，将现有客户分为三类：A类客户、B类客户、C类客户，对各级客户进行综合分析。实现不同的客户，采用不同的服务。愉快地来，满意地回。

>四.实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务工作。该公司不断改革和建立新系统，尤其是在商业领域。作为公司的部门经理，你必须自己承担责任，在遵守公司规定的同时，尽最大努力开展业务工作。

2.制定学习计划。学习对于业务人员来说非常重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务活力。根据需要调整自己的学习方向，补充新能源。专业知识和管理能力都是我想掌握的内容。只有知己知彼，才能百战不殆。

3.加强与客户的信息交流，增加感情，坚持每周联系一次A类客户，半个月联系一次B类客户，每月联系一次C类客户。始终与已经达成交易的客户保持联系。

**新楼盘前期的工作计划7**

一、市场分析

目前\_\_在深圳空调市场的占有率约为2。8\_\_左右，但根据行业数据显示近几年一直处于洗牌阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20\_\_年度的产品线，公司20\_\_年度销售目标完全有可能实现。20\_\_年中国空调品牌约有400个，到20\_\_年下降到140个左右，年均淘汰率32\_\_。到20\_\_年在格力、美的、海尔等一线品牌的围剿下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60\_\_。20\_\_年度LG受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20\_\_年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而\_\_空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上情况在20\_\_年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、K/A、代理商管理及关系维护

针对现有的K/A客户、代理商或将拓展的K/A及代理商进行有效管理及关系维护，对各个K/A客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20\_\_年度的新产品传播。此项工作在10月末完成。

**新楼盘前期的工作计划8**

篇一：开盘前销售工作计划 松桃国际商贸城开盘前销售、招商工作安排

[销售蓄客阶段：20\_年02月20日-03月22日]

一、销售团队组建、培训

1、负责部门：泰源机构策划部、销售部、招商部

2、时间计划：20\_年02月20日-02月25日(团队组建）20\_年02月20日-02月30日(团队培训）

3、报告名称：《松桃国际商贸城销售人员培训计划》（项目总监完成）《松桃国际商贸城销售人员激励制度》（项目总监完成）《松桃国际商贸城销售问答》（项目总监完成）

4、中心内容：

1）项目销售团队组建：

项目总监1名：负责项目策略把控和全盘工作督导，与开发商进行重大事项对接。策划总监1名：负责项目营销策略制定，跟进广告设计、活动促销和媒体发布。销售经理1名：负责项目销售执行和案场管理，对置业顾问进行业务日常培训。销售主管2名：负责协助销售经理进行案场日常管理，同时直接参与销售工作。置业顾问6名：负责项目销售接待推介、沟通洽谈、促成签约等具体工作。

招商经理1名：负责项目招商执行和管理，对招商专员进行业务日常培训。招商专员5名：负责项目招商接待推介、沟通洽谈、促成签约等具体工作。行政文员1名：负责销售、招商资料整理、归档，处理办公室其他日常事务。2）项目销售人员培训：

①培训内容：房地产基本知识：基本概念术语、开发模式、开发流程 房地产市场分析：全国市场状况、贵州市场状况、松桃市场状况 项目情况介绍：规划设计、建筑风格、物业类型、产品特点 房地产营销知识：营销策略、广告推广、活动促销 房地产销售流程：接待洽谈流程、签约办证流程 房地产销售技巧：推介技巧、谈判技巧、促成技巧

②培训讲师：项目总监、策划总监、销售经理、招商经理。

③培训要求：采取专题讲授、会议分享、市场观摩、实战演练等多种培训方式。

5、工作目标：销售团队成员全部到位，通过晚间培训和实际演练，使销售人员和招商人员的综合业务水平得到明显提升，胜任项目销售和招商要求。

二、项目市场调研

1、负责部门：泰源机构策划部、销售部

2、时间计划：20\_年02月20日-02月30日

3、报告名称：《松桃国际商贸城市场调研简报》（策划总监完成）

4、中心内容：

1）调研方式：市场走访。

2）报告内容：① 松桃房地产市场装态势。

② 主要竞争对手基本情况、价格水平、销售策略、推广策略和渠道。

5、工作目标：策划部与销售部密切配合，持续性针对松桃房地产市场尤其是直接竞争对手进行深入了解，制作专门的市调简报，根据情况变动适时更新，每月5日定期提供给相关部门和开发商，以资决策参考。

三、项目资料收集

1、负责部门：泰源机构策划部

2、协助部门：万桥公司工程部

3、时间计划：20\_年02月20日-02月30日。[具体时间根据开发商报建进度确定]

4、报告名称：《松桃国际商贸城项目基本资料》（策划总监完成）

5、中心内容：开发商资料、项目规划数据、建筑说明及平面图、效果图、户型图、相关 证件等。

6、工作目标：相关图片、文字、数据的准确性、及时性，能够满足广告推广和销售招商的执行，避免因此造成工作的拖延。

四、销售、招商客户梳理

1、负责部门：泰源机构销售部、招商部

2、协助部门：泰源机构策划部

3、时间计划：20\_年02月20日-03月05日。03月08日提交最终报告。

4、报告名称：《松桃国际商贸城销售客户情况分析报告》（销售经理、策划总监完成）《松桃国际商贸城招商客户情况分析报告》（招商经理、策划总监完成）

5、中心内容：对目前登记客户进行电话回访、登门拜访，了解客户需求、购买或进驻诚意，将客户进行分类，包括购买诚意（a、b、c、d类）、购买目的（自营、投资类）、业态比例（陶瓷卫浴、照明灯饰、五金机电、门业板材、餐饮、茶叶、副食品类），并详细掌握客户对项目的认知程度、销售价格或租金期望，征询客户对项目销售政策、销售价格、招商政策、租金幅度、经营管理等各个方面的基本意见。

6、工作目标：通过对客户情况的输理、甄别，给高层策略制定和执行提供相对比较准确的依据，确保招商、认筹和后续开盘销售打下坚实的基础。

六、销售客户拓展

1、负责部门：泰源机构销售部

2、协助部门：泰源机构策划部

3、时间计划：20\_年02月20日-04月15日。

4、报告名称：《松桃国际商贸城客户登记/认筹情况分析》（销售经理、策划经理完成）

5、中心内容：1）案场日常接待：接受客户咨询、推介项目优势、了解客户信息获取渠道、登记客户基本资料和联系方式，掌握客户需求情况购买意向。

2）周日、节假日户外或大型购物中心设点咨询：选择关键节点，尝试在人流较多的商业/休闲广场、大型购物中心，设置临时性咨询点，接受客户咨询，推介项目，邀约客户前来销售中心参观、洽谈。3）销售人员登门拜访：走出去，请进来，强化与招商部门的相互配合，与客户进行“一对一”见面沟通，争取更多的投资客户。销售人员尤其是本地销售人员不能只是一味麻木地守株待兔，要充分运用自己的所有人脉关系，积极拓展客户。

4）活动促销：充分利用招商签约、正式认筹、正式开盘和中小规模投资分 析会，扩大项目影响，吸引更多犹豫型、游移型边缘客户。

5）设置外联部：通过外联部门的运作，多渠道、多途径拓展客户资源。

6、工作目标：通过销售认筹前、认筹后一段时间的努力，使意向客户达到预期总量，保证正式开盘销售的顺利进行。

七、外联部设置

1、负责部门：万桥公司总经理、泰源机构项目总监

2、协助部门：泰源机构策划部、销售部

3、时间计划：20\_年02月20日-02月30日。

4、报告名称：《松桃国际商贸城外联部管理制度》（项目总监、销售经理完成）

5、中心内容：1）人员设置：外联部经理1名，专职业务人员6名，兼职业务人员（业务 联络定点）20-30个。2）人员职责：外联部专职人员一是直接拓展客户，二是分区域或分行业负 责对兼职业务人员（业务联络定点）进行工作指导、配合和 相关工作的对接。

3）联络定点（定人）办法：区域方面，县内各个乡镇分别选定一家，铜仁、贵阳、吉首、怀化、遵义、重庆、浙江等省份、城市及周边县城尝试寻找合适的联络点。行业方面，政府、企业、教育、银行、保险、商会、行业协会等领域分别寻找性格活跃、人脉较广的兼职业务员。

4）管理制度：包括外联部专职人员、兼职人员的业务管理、薪酬制度和具 有相当吸引力的激励机制。

6、工作目标：发挥外联部作用，弥补销售部以案场接待为主的接待型业务方式，拓宽渠道，争取更多本地和外地客户，确保项目销售圆满成功。

八、招商签约、销售认筹准备工作

1、负责部门：泰源机构策划部

2、协助部门：泰源机构招商部、销售部

3、时间计划：20\_年03月01日-03月15日

4、报告名称：《松桃国际商贸城招商签约工作计划表》（策划总监督、招商经理完成）《松桃国际商贸城销售认筹工作计划表》（策划总监督、销售经理完成）

5、中心内容： 文件、合同、承诺书、票证、礼品、相关用品等设计制作和催办。

6、工作目标：未雨绸缪，提前准备，避免工作漏洞，确保正式认筹活动顺利进行。[销售认筹阶段：20\_年03月22日-正式开盘]

一、正式接受vip诚意登记

1、负责部门：泰源机构销售部

2、协助部门：泰源机构策划部

3、时间计划：20\_年03月22日-开盘。[开盘时间根据工程进度和蓄客情况另行确定]

4、报告名称：《松桃国际商贸城vip客户诚意登记情况分析报告》（销售经理完成）

5、中心内容：接受vip客户诚意登记、推介项目情况、了解客户信息获取渠道、登记客户基本资料和联系方式，掌握客户需求情况。

6、工作目标：争取达到保守600-800组、乐观1000多组的认筹客户。

二、价格策略执行计划

1、负责部门：泰源机构销售部

2、协助部门；泰源机构策划部

2、时间计划：20\_年03月25日-04月05日。

3、报告名称：《松桃国际商贸城价格体系及经济计量分析》[项目总监、销售经理完成]《松桃国际商贸城项目销售价格表》[项目总监、销售经理完成]

4、中心内容：依据经济敏感性分析结合对市场走势的判断，进行价格的高低、提升、折率的编排和修整，编列具体的优惠政策和基础价格表。

5、工作目标：通过对优惠政策的分析，对基本的价格和收益进行初步估算，明确具体的销售业绩目标。

三、开盘阶段整体营销策划

1、负责部门：泰源机构策划部

2、协助部门：泰源机构销售部

3、时间计划：20\_年04月01日-04月10日。

4、报告名称：《松桃国际商贸城开盘阶段整体营销策划方案》[策划总监完成]

5、中心内容：前期广告效果总结、开盘前后广告推广计划、销售任务和具体计划。

6、工作目标：对正式开盘后续营销工作提出具体的可执行性方案。

四、开盘活动操作执行策划

1、负责部门：泰源机构策划部

2、协助部门：泰源机构销售部

3、时间计划：20\_年04月01日-开盘前半个月。

4、报告名称：《松桃国际商贸城开盘解筹活动执行方案》[策划总监完成]

5、中心内容：活动调性、活动规模、活动内容、认筹办法、亮点炒作、执行分工等。

6、工作目标：力求细节无遗漏，提前炒作，准备充分，实现“一炮打响”的满意效果。泰源机构

篇二：开盘前工作计划

开盘前具体工作计划表

二〇一四年二月十二日 23 销售 工作销售 工作45 篇三：销售部开盘前后期工作计划 黄山天玺销售计划大纲

根据黄山〃天玺项目暂定开盘时间及据此而定的个推广节点，对销售部开盘前后期的主要工作重点及时间计划如下：

以上为目前到开盘期间主要工作内容，各部分内容的细化根据各推广节点具体时间及内容及时做出调整和侧重点。

**新楼盘前期的工作计划9**

展望xx年是充满机遇和挑战的一年，根据县的实际情况，多家房地产开发商进入市场，商品房的开发逐步放量，国家加大对房地产政策的宏观调控，这将是对我公司一次严峻的挑战和重大考验。我公司在总经理的领导下，全体同仁决心以苦练内功，建立与之相适应的规范管理体系，专业化管理团队、职业化管理理念，培育具有审时适度的核心竞争力。在品质上狠下功夫，确保多项关键经营指标与目标的完成，争取本公司在县的龙头地位。树立地产界的美誉度，使《xx》迈出二期工程的关键战略举措。随着企业的迅速成长，为了工程进展顺畅、有序、安全，我公司将采取有力的措施，培养一批能自觉学习、勇于负责、忠于企业、能打硬仗的职业化骨干队伍。为此，公司经慎重讨论，特提出xx年工作计划如下：

>一、配合当地政府和相关职能部门

促进华星路的拆建工作，在法规允许的范围内认真协助职能部门以维稳、和谐的大原则为前提，审时度势，做出适度的让步。既减轻当地政府和职能部门的工作压力，力争在xx年促进建设路的开建、竣工，又使公司在二期工程中全面、有序展开。

>二、工程进度计划及投资计划：

5#—9#楼建筑面积xxm2，计划在xx年12月份全部竣工。1#、2#、3#建筑面积xxm2，争取在本年度内完成80%以上。A区内配套设施绿化、硬化、亮化计划在本年度内全部完成。xx年项目总投资约xx万元。

>三、销售和效益指标。

根据建设路的逐步拆、建具体进展，在条件具备的情况下，随时跟进，大面积、全方位、快速度地进场施工。计划全年新开工房屋总建筑面积xx平方米，总户数套，计划实现销售超亿元。预计上缴税费、行政规费约万元。

>四、质量安全和服务计划实施

xx年元月末，随着xx号楼的竣工验收和其他住宅、部分沿街商舖相继结頂、预售，配套设置逐步完善，将迎来业主乔迁《xx》一期小区。更需加强安全防范意识，贴心服务意识，工程质量意识，规范管理意识。合格率达到100%，把安全作为头等大事;把“七分安全，三分生产”的理念贯彻始终，把服务理念贯彻最佳常态。

在新的一年里，任重和梦想同在，挑战与机遇共存，站在新的起点上，我们将吸取前一年工作的经验和教训，统一思想、与时俱进、努力拼搏，争取圆满完成公司计划的全年各项目标工作任务。

**新楼盘前期的工作计划10**

年初我们曾为今年工作定下以市场营销为核心、以成本控制为重点的十个工作重点，并定下了全年完成11亿的销售目标。迄今时间已过去八个月，今天我们有必要共同总结一下过去大半年的工作情况，统一一下思想，共同计划所余四个月的工作，力争完成全年销售目标。

1、市场营销初创业绩初立品牌

今年是新地产在广州有史以来推出销售楼盘和规模最大的一年，今年计划要推出岭南、东方、x、时代四个大盘，在楼盘数量和档次跨度上都是空前的，这不但对市场营销系统提出了非常高的要求，也是对项目管理中心各部门协作能力的提出全新考验。或许年初确定今年目标时，不少同事对今年目标都持有保留甚至怀疑态度，八个月过去了，相信同事们应该已高兴地看到，岭南组时间过半完成销售目标已过半，东方组总销售业绩也已近半，x项目开售时间因故推迟，但整体业绩亦令人满意。取得这样的成绩是靠市场营销系统的同事开拓创新、团结协作、全情投入、点点滴滴取得的，当然项目组、公司各职能部门的同事的支持和配合也是分不开的。

除了销售业绩，上半年四盘推出以及公司于8月5日举行的新中地产地区总部迁入珠江新城的庆典，均对公司在业界的形象产生了质的变化。相信同事们应该都已感受到了传媒、政府、购房者对新地产品牌认识的提高和对新地产产品的认同，岭南、东方的知名度和品牌应该讲在同区、同档次盘中建立了很好形象和地位，x开售也已取得了初步的品牌效应。前不久一年一度对集团各项目中心均作一次考察的香港媒体代表团和证券分析员代表团访问广州，对广州区近四年来取得的进步和公司目前的业务表现也给予了充分的肯定。

2、内部优化初见成效

为适应公司业务重点的转移和发展需要，公司上半年进行了较大的组织架构优化调整，取消了分区副总及分区设置，全面清理和明确了各职能部门的职责分工，明确了项目组、营销组、物管处为单位的项目协调工作机制。半年来的工作证明，有关机制明显地提高了工作效率，增加了责任感。其运行的效果是令人满意的。

岭南项目，营销组、项目组、物管处密切配合，出色地完成了五一黄金周营销、2bx1、2期交楼、现在正密锣紧鼓地为9月19日2bx3的营销做准备工作。x、x两位经理和岭南项目、营销组同事的工作态度、合作精神和工作经验是值得其它部门学习的。

东方项目组在不到半年时间里也已基本理顺了以往遗留的问题，包括项目内部欠缺协调、合作单位间缺乏信任、工期和造价失控等情况。在开发管理部的直接支持下，克服了政府部门政策严重不协调造成的困难，出色地取得了项目及营销所需的有关证照。东方营销组、项目组间近月来配合明显加强，为在九、十月销售旺季出佳绩，文今朝、劳慧儿和两组同事正积极筹备一些重要活动。相信东方组在“十一”黄金周会有出色表现。

x项目是公司在广州、在中国地产项目中举足轻重的项目，规模大、设计复杂，过往设计、建造过程和营销策划也遗留下不少问题。项目组和营销组均在五月份改组，经过等同事的努力，保障了“五一”试盘、八月开盘、八月写字楼入伙等重大时间节点；项目和营销间的配合逐步加强；项目部内部及项目部与顾问公司、承建商的合作有了明显改进；工程建造已基本顺利；营销部和代理及广告公司间的合作机制也已形成并取得明显成绩。项目取得令人满意的销售成绩和市场形象，项目组、营销组的工作是值得肯定和表扬的。

时代项目，由于历史、地理位置等因素造成了该项目市场营销的特殊困难。经过项目部、营销部和公司有关部门的努力，现在已正式取得政府“天河软件园时代新地产园区”及“高科技开发区时代新地产园区”的批文，同时也取得了“民营新支持中心”的批复。这为时代新地产下一步走“住宅营商”的市场路向打下了非常好的基础。相信只要用心做好下一步内部组织工作，一定能为公司创造出好的成绩。

3、完成业绩全民得益

公司拟拿出相当于二个月全公司薪金的现金，即约二百万元人民币作为全公司的今年的奖励基金。当然此基金会与公司全年销售完成计划的情况挂钩，公司将会按项目或公司整体销售额、年终考核成绩来决定每个组别和每个人的所得。按现在的销售业绩看，只要全公司同事全心全意，全力以赴，做好销售，每一位同事都应该取得好于往年的奖励!

**新楼盘前期的工作计划11**

20xx年，更多的挑战在等着我，我已经做好准备了。在新的一年，我相信我能够做的更好，这是我肯定灰要做好的。展望这过去一段时间的工作，我对将来的工作有了更多的期待，我相信我能够做的更好。在不断的发展中，公司得到了进步，我的知识和业务水平也都得到了进步，相信自己一定能够做好。

20xx年是给力的一年，是充满希望的一年，是充满机遇与挑战的一年。在新的一年里，在公司各级领导的带领下，我们仍会奋力拼搏，努力完成公司下达的指标任务。20xx年新的开始，新的征程，也是我人生中新的起点，在新的一年里我将以更加饱满的激情和热情投入到我的工作当中，紧跟公司发展的大步伐。我作为xx的销售人员，对20xx年的工作做如下计划：

第一 要给自己充电，专业化自己的专业知识及对业界房地产项目的充分了解，提高自己的学习能力。虽然在去年的工作中，自己也积累了不少的工作经验，但房地产这行政策变化性比较快。我需要对金融、财经、政府调控政策等方面增强敏感性。如果一个房产营销人员不能及时的掌握政府对房产的调控政策，他就很难再房产销售上作出很棒的业绩。很多限制性的政策需要对客户有个好的说辞，自己只有不断地总结经验教训，不断地学习积累，才能有能力做说客。只有不好的业务员，没有不好的客户，没有销售不出的产品，只看销售人员是否具备销0万。我的目标是要售出1xx套，销售总金额8000万。这离我的目标还有一段距离，但是我也会不断地努力去实现目标。这么轰动成功的开盘，大家的心里也都非常的开心，虽然开盘那几天案场的所有人都很忙碌，虽然也会经常加班，但是每个人心里也都很开心。因为我们成功收获了，xx的成功开盘，对我们每个人都产生了很大的影响，也给我们的人生上了美好的一课。

这次的销售工作，增加我经验的同时，也是我体会到了作为一名“xx集团员工”的荣幸。希望自己在以后的工作中，不仅可以深度传递我们公的品质，更能体现我们公司的文化素质和发展实力。

经历了xx的开盘，我的房地产的学习算是拿到了毕业证。我们的开盘无疑是轰动的，我的学习和努力也有了成果，我感激也感动着，愿我们的开盘是一个好的开始，更长更远的路还要我们不断的努力在20xx年。从开盘到现在，我不断地练习专业知识，努力提高自己的专业技能及专业知识，学习同事的成交技巧，经过自己的不断努力，从20xx年5月1日开盘到现在，我一共销售出了85套房子。

这次的销售工作，增加我经验的同时，也是我体会到了作为一名“潍坊金碧利置业员工”的荣幸。希望自己在以后的工作中，不仅可以深度传递我们公的品质，更能体现我们公司的文化素质和发展实力。

在以后的工作中，我要不断地总结经验教训，完善对客户的服务和跟踪，倾听客户的意见，了解客户的需求，学习销售技巧，将客户需求转变为真实成交量。

**新楼盘前期的工作计划12**

陈仁科老师谈如何开盘

一、确定开盘时间

首先要确定开盘时间，并以此为基础倒推开盘计划的部署。开盘时间一般为周六日，但具体还需要结合当地市场情况。假如项目打算在“五一”开盘，4月29日是周六、4月30日是周日、5月1日是周一，那该选择哪一天开盘？如果是在5月1日开盘，但万一当地很多人都在五一前出游了呢？一二线城市一到大假基本上是倾城而出，当然也有很多的旅游人蜂拥而至。但三四线城市却是探亲返乡的更多，所以，不同城市大节开盘其时间选择也是不同的。所以在遇上几大重要假期非周六日的时候，更要综合各种因素来确定开盘时间。

二、确定推货产品

在确定开盘时间后，紧接着就是确定此次开盘所要推出的产品，一般按以下几种进行安排：

1、产品类型：别墅、洋房（高层、小高层……）、公寓等；

2、单位面积：户型、面积、位置，选择单一或组合来推。此前必须了解竞争对手，以产品、市场把握及项目把握来拉高项目的高度与实力，转变角度让对方与我方竞争，而非我方与对方竞争。

3、推售数量：根据蓄客量来定，一般根据蓄客量的20%～30%作为有效客户来预算，少则推4～5万㎡，多则推8万㎡左右。值得注意的是，过大量的推货，结果去化率很低，容易造成不好的市场反应。

这里有必要对蓄客水分进行充分说明：一般来说，除了蓄客量的20%～30%是有效客户之外，其余都属于蓄客水分。这些“水分”的包括：

①一客多订、重复下订的占10%；

②开盘当天未到的占10%；

③未选中单位流失的占30%；

④价格犹豫的占20%～30%。

（注：②④两种情况的客户再次成为有效客户的几率极大。）

三、确定销售目标

一般来说，开盘当天能实现40%～60%的销售目标算成功，开盘一周之内能达到60～80%的销售目标算是相当不错。如果开发商想加速去化率，（无非是资金紧张想快速回笼和担心市场风险）可以在不变更价格的基础上向“日光盘”冲刺，但一般不主张做“日光盘”，因为销货快极有可能是定价策略出了问题，该赚的钱没赚回来，是人都会心有不甘。

四、开盘物料准备（销售物料）

1、售楼部：

内场：沙盘、户型模型、展板、吊旗、报架、资料架、警示牌、项目资料（楼书、户型图、单张等）、装修标准、物业管理、认购须知、按揭须知、证照、导引指示、资料袋、礼品区、销控板、背景音乐、3d片、厕所（香水、装饰）、鲜花、擦鞋机、雨伞、烟灰缸、麦克风、对讲机、接待饮料（咖啡等）、饮水机、垃圾桶等；

外场：拱门、空飘、道旗、挂旗、桁架、宣传牌、导示牌、围板、花篮、竖幅、横幅、灯光、音响、led、隔离带、植物、花卉、红地毯、警示牌、饮水机、遮阳棚、垃圾桶、医疗服务台、舞台、奖品展示、保安岗、移动厕所、启动仪式道具、选号流程、冷餐区等（提醒公关公司全场录影、摄像）。

物料准备必须落实到人、完成时间、到位时间，在物料准备过程中，尽量实现全过程跟踪把关，其时间安排必须预留整改甚至重新设计制作的空间。

2、销售员：

服装、头饰、领带、胸卡、名片、资料袋

资料袋包括：银行利率表、户型单张、选房确认表、置业计划表、价格表、销控表、认购须知、按揭须知、计算器、激光笔、签字笔等。

现在很多开发商用ipad代替，但必须做好两手准备。

五、开盘流程

1、涉及环节/区域

停车指引；

接待签到（①vip身份证及收据核对；②客户签到领号）；

a、等候区（安排销售员协助客户选号）；b、新客接待区；

选房客户等候区；

选房区；

客户选房确认区（可增设疑虑客户考虑区）；

财务缴款区；

签约区； 突发事件处理区（vip室）；

礼品、奖品发送区；

恭送客户。

2、涉及具体问题

各区域的人员按排；

桌椅的数量和摆放；

导示指引；

物料摆放；

人流控制、隔离管理；

销控管理（内外场销控板，在现场营造紧迫感；预留单位控制等）。

3、人员安排：

停车区：保安2-3人；

接待区：礼仪（2人以上，一般为双数）、审核人员（客户签到、单据审核，4人以上）；

等候区：礼仪（2人以上）、物管（清洁、茶水，各4人左右）、保安（秩序管理）、销售人员（客户选号指引、唱票各1人）；

选房等候区：保安（1人）；

选房区：销售人员（按情况定）、保安（2人）； 客户选房区：销售人员（按情况定）、销控管理人员（至少2人）、唱票人员（1人）；

财务区：财务人员（开单、收款，按情况定）、保安（2人以上）；

签约区：签约人员（按情况定）；

礼品发放区：工作人员（2人）、机动人员（2人）、总控人员（2人）。

4、销售通道

物料：宣传围挡、绿化植物、电瓶车、地毯、灯光、导示牌、水牌、桁架、道旗、吊旗、背景园林音乐等；

样板房：户型、展板、警示牌、鞋套、绿化植物、解说员、音乐、电视等。

六、开盘公关活动（开盘日）

1、活动主题

2、活动形式：围餐（酒店）、演艺表、剪彩、新闻发布会、产品推介会

3、活动流程

4、人员安排：主持、保安、物管、礼仪、邀约嘉宾、表演人员

5、现场布置：空飘、拱门、道旗、舞台

6、道具准备：灯光、音响、背景板、抽奖箱、桌椅、铁马、资料袋、礼品、饮水机、主持人、项目介绍稿

7、新闻机构接待：新闻通稿、邀请函、礼品、聚餐

七、开盘推广准备

**新楼盘前期的工作计划13**

房地产销售这份工作从来没有被我贬低过，也正是因为如此，我才会全力以赴对待销售工作中的每一项任务，最终在完成每月业绩的基础上提升个人能力，让自己越来越适应房地产销售这份工作。因此，我计划制定下半年的房地产销售工作计划，以应对下半年可能出现的意外情况。

首先，我觉得我应该丰富自己大脑的房地产知识储备，因为有时候我只能用专业知识打动一些熟悉房地产的客户。

所以除了最基本的销售演讲，我还应该懂得分析不同物业的优缺点，这将有助于我提高自己的工作能力。当然，如果房地产销售过程中出现问题，我可以及时向销售经理咨询，这相当于补充了我专业知识的一个薄弱点，另外，根据客户的不同，房地产销售要在分析客户心理需求的基础上进行。毕竟有些客户的潜在需求是深藏不露的。要知道他们是想租房还是买房，对房子有什么需求和顾虑。

其次，我可以总结整理手头的客户信息。

最后，我应该根据房地产市场的分析来设定小目标。

我要准备好每天客户打电话的次数，需要拜访哪些客户。另外下半年要提高自己做ppt的能力。毕竟，如果我随身携带计算机数据，我会比纯粹的纸质数据更有兴趣阅读。也许我应该在工作的后半部分更加注重信息的收集和整理。毕竟和客户谈判失败，可以提升自己的专业知识，不应该把全部精力放在和客户的纠纷上。

其实目前我只是确定下半年的总体行动方针，需要根据以后工作中遇到的问题补充具体方案。我相信，如果我提前做好准备，然后销售，我一定会增加销售成功和签单的几率，即使销售不成功，我也可以从中成长。

**新楼盘前期的工作计划14**

鉴于x月份的销售业绩严重下滑，我作为\_\_售楼部经理有不可推卸的责任，我们的销售及管理工作质量必须提高，\_\_的市场是有限的，我们要剖析市场细分市场，全力以赴做好销售工作。

根据x月份的销售工作，市场反应的问题如下：

一、市场方面：

1、市场动向：信息搜集不够，对其他楼盘信息掌握不够全面，影响与客户的沟通。

2、客户开发：一直以来置业顾问发单子，没能针对性，不能扩大宣传面，基本\_\_街上的人都认识几个发单子的置业顾问了，发了单子也无人问津；

3、客户维护：由于置业顾问欠缺销售技巧，与客户沟通说辞太单调，不能激发客户购买欲；

二、管理方面：

1、来客来电登记不够明确，多数自到客户都不能留下联系方式以至于流失客户；

2、平时只注重了专业知识的培训，忽略的实战技巧，以至于置业顾问在销售时不能随机应变、自圆其说，不能达到专业化给予客户所需；

3、对于休假、请假的管理松散，使得员工心态散漫，不能全身心的投入工作中；三、销售回款方面本月回款懈怠，

置业顾问催收付款方式有问题，客户不予配合，总以和开发商说好了为借口拒绝交款；

x月份的工作重点：

针对六月份出现的问题，我们x月份的工作重点有一、市场方面：

1、做好市场调研，分析周边各楼盘的优劣势，做详细对比表，做到知己知彼，百战不殆；2、有针对性的进行宣传，固定时间让置业顾问出去发单子；

三、销售方面：

1、改变销售策略，运用假销控进行后期销售；

2、调整说辞，让置业顾问统一口径，先说服自己再说服客户，在谈客户时不要因为说辞使客户产生误解和不信任；

3、对于老客户和潜在客户，要经常保持联系，争取带来新客户；并能从与老客户练习过程中获得更多客户信息和市场行业信息；

4、做好售楼部日志记录工作；

四、人员方面：

1、置业顾问要加强学习，提高自己的专业知识水平，并端正自己的管理与被管理意识；

2、改变每天早会方式，置业顾问每早汇报昨天的成绩和今天的工作计划，让每个人的生活工作都有计划有规矩，汇报完后要无条件按计划执行，

3、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，除专业知识外更要注重销售技巧的培训与锻炼，把专业知识与销售技巧相结合。

4、不定期抽查专业知识，90分过关，不过关者罚款十元充为售楼部公费；

五、回款方面：

本月必须把首付款全部催回，若有怠慢催款工作导致不能及时结账的后果自负；x月份对自己有以下要求

1、每天做好工作计划，按计划执行工作，一刻也不能懈怠；

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，并根据总结改变工作方式，自身管理水平要尽快提高；

3、置业顾问接待客户时要旁听，适时帮助职业顾问谈客户，必须每次想办法留下客户联系方式，以便做好回访工作才有可能不会丢失这个客户。

**新楼盘前期的工作计划15**

开盘前准备工作安排

工 作 事 项 完成日期 备 注

第一阶段介入期（元月26日前）1 完成初步市场调查收集项目规划图、工程图、城市规划图收集市场调查相关资料确定元宵活动方案（广告语、宣传方式、活动方式）确定包装主色调联系模型公司联系广告公司

第二阶段筹备期（2月9日至2月28日）元宵活动开展广告公司确定模型公司确定，开始制作售楼部腾空，开始装修广告公司进场，完成全部的初期广告设计、包装dm、手提袋设计制作导视牌、售楼部包装、围墙、展板设计制作内部认购卡设计制作销售人招聘 销售人培训 展开全面系统的市场调查完成各种户外、平面媒体的调查预定与各媒体记者的联系完成市场研究、营销策略论证，出营销策划方案最终确认营销方案，最终确认规划人员全部到位（经理18日到）销售管理工具全部到位

来电、来访记录、日报表、周报表、保留楼盘控制、已成交客户档案、答客问现场销售、派单、内管、后勤、招商人员安排 19 销售人员服装统一售楼部装饰装修完成模型制作完成，安装到位

第三阶段亮相期（市场探测期）（3月1日至3月22日）人员进驻售楼部全面展开预登记确定最终价格方案、销售方案 4 “诚信地产打响诚信第一枪”媒体见面会 报纸软文、广告开始投放电视媒体发布招商信息各宣传媒体全面展开

户外广告到位（灯杆、路牌、充气门楼）

车体（公交车、出租车）楼书、宣传单页设计制作楼书、宣传单页印刷电视广告设计制作，开始投放

第四阶段内部认购期（3月23日至3月30日）

排队、认购、促销、收款（定金、首期款、全额）认购活动方案确定 2 排队购房的程序安排内部认购模拟演练 4 认购活动展开

第五阶段全面发售期（开盘）5月1日

售楼部物品配备清单

名称 规格 数量 备注

电话机 一个号码 4部 售楼部

电话机/传真机 1部 招商部

饮水机 1台

柜式空调 2台

电视 1台

电脑 1台打印机 1台

dvd 1台 音响 1套 销售人员服装 10套

花草 若干

主接待台 1个专做 销售人员椅子 4个洽谈桌椅 6套

玻璃茶几、沙发 1套 办公桌椅 3套 礼品：

圆珠笔雨伞 带照明的钥匙扣

办公用品： 文件夹 10个

信笺纸

计算器

软抄笔记本 硬抄笔记本 射灯

彩色笔

签合同用条章

**新楼盘前期的工作计划16**

>一、现场布置

1、背景板：中国大学排名

2、楼盘四周：悬挂20个空飘彩球

3、广场四周：插满印有“xx置业”和“xx楼盘”的彩旗，预计100面（彩旗迎风招展，煞是好看，好一道壮美的彩旗围城，掠人眼目）。

4、广场上：首先对广场进行功能分区，划分为典礼区、停车区、来宾接待区、活动区及其它功能区，并用标记加以界分。然后准备足够的宣传资料，在典礼开始前每人一套。

>二、仪式议程、仪式开始前

仪式开始前

1、舞狮表演中国大学排名

2、仪式开始前半小时，军乐队合奏《迎宾曲》、《欢乐颂》，间插威风锣鼓豪气冲天的表演，展现人景互动的都市景观。

3、主持人：配合表演，进行sp提问、小礼品派送

4、弦乐四重奏表演——下午

仪式开始

1、司仪唱词，介绍来宾，由礼仪小姐引领相关领导上台。

2、总裁讲话。（话毕，鼓乐齐鸣）

3、建委领导讲话。（话毕，鼓乐齐鸣）

4、区领导讲话。（话毕，鼓乐齐鸣）

5、相关行业领导讲话。（话毕，鼓乐齐鸣）

6、剪彩仪式开始（由6名礼仪小姐手持托盘走上主席台呈一字站开）主持人有请总裁、建委领导等5人进行剪彩。剪彩时，放五彩喷花，鼓乐齐鸣，漫天彩屑飞舞，现场气氛达到高潮）。

>三、活动备忘

1、电源配置。

2、礼仪小姐换装处。

3、来宾休息处。

4、来宾停车位。

5、现场秩序维护。

**新楼盘前期的工作计划17**

>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矗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。

在新的一年中，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20xx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\*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。

**新楼盘前期的工作计划18**

>一、销售节奏

推广销售期指从市场导入开始至产品开盘销售，较大规模的项目一般持续xx个月的时间，因为项目一期体量较小，建议以个月左右为好，再结合以实际客户储备情况最终确定；另外，由于销售节点比工程节点易于调整，一般情况下为项目部先出具基本的工程节点，据此营销策划部制定销售计划。制定本计划的重要节点时间时，未与工程部跟进。故本销售计划相关节点只是初稿。待工程节点确定后，再最终定稿。

1、推广销售期安排x个大的推广节点，节点的作用在于不断强化市场关注度，并使销售保持持续、连贯。

2、鉴于年底临近过年的情况，开盘销售强销期应避开春节假期。

3、开盘销售前应确保样板区、样板房景观、工程施工达到开放效果。

>二、销售准备（20xx年x月x日前准备完毕）

1、户型统计。

2、销讲资料编写。

3、置业顾问培训。

4、户型公示。

5、交房配置。

>三、样板区及样板房

（一）样板区

1.样板区范围：考虑到xx项目销售必须突出良好居住环境的气氛，因此我们将x售楼中心至x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xx的临时景观区域。

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、步行道的包装方式和具体要求。

确定y区道路沿线灯光布置方案，灯具选型要求和效果交底。

明确样板区工程施工、营销包装整体和分步实施节点、任务分解。

（二）样板房

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。

样板房展示安排：

前期设计，包装由项目部同事负责，xx跟进协调。样板房应于20xx年x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。

>四、展示道具

1.沙盘模型：x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作。

2.户型模型：x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作。

3.户型图：x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作。

>五、价格策略

均价确定：包括销售均价及赠送面积等由策划师和销售部职业顾问踩盘整理数据，策划员协同-写出定价报告，报领导审批后执行。价格按建筑面积计算，不包括赠送面积。价格策略包括：销售均价，销售起价，销售实得单价，套内单价。价格走势分析，节点价格初步预计，职业顾问优惠权限，销售主管优惠权限，销售经理优惠权限，内部员工推荐优惠权限，公司领导优惠权限，一旦确定优惠权限，坚决执行，防止权限不明，私放优惠，扰乱现场销售。

时间安排：营销策划部于20xx年x月x日提出销售价格表和销售政策。

>六、推广

20xx年x月底前确定广告推广公司，20xx年x月底前出具具体的推广方案。

**新楼盘前期的工作计划19**

1、负责部门：万桥公司总经理、泰源机构项目总监

2、协助部门：泰源机构策划部、销售部

3、时间计划：20\_年02月20日-02月30日。

4、报告名称：《松桃国际商贸城外联部管理制度》（项目总监、销售经理完成）

5、中心内容：1）人员设置：外联部经理1名，专职业务人员6名，兼职业务人员（业务 联络定点）20-30个。2）人员职责：外联部专职人员一是直接拓展客户，二是分区域或分行业负 责对兼职业务人员（业务联络定点）进行工作指导、配合和 相关工作的对接。

3）联络定点（定人）办法：区域方面，县内各个乡镇分别选定一家，铜仁、贵阳、吉首、怀化、遵义、重庆、浙江等省份、城市及周边县城尝试寻找合适的联络点。行业方面，政府、企业、教育、银行、保险、商会、行业协会等领域分别寻找性格活跃、人脉较广的兼职业务员。

4）管理制度：包括外联部专职人员、兼职人员的业务管理、薪酬制度和具 有相当吸引力的激励机制。

6、工作目标：发挥外联部作用，弥补销售部以案场接待为主的接待型业务方式，拓宽渠道，争取更多本地和外地客户，确保项目销售圆满成功。

**新楼盘前期的工作计划20**

工作职责

董事长： 负责下达任务指令。工程技术中心 xxx： xxx：

负责监控工程技术中心工作的实施过程与指导方向，及时向董事长汇报工作进度继续协调解决的问题；

1.负责二期三标示范单位xxa101、xxa102、xxa103、xxa204、首层入户大堂、1-2层走火通道、二层电梯间按毛坯交楼标准完成目前未完成事项（如：间墙、入户门、铝合金窗的安装及收口、下水管的安装等）,并确保xxa101,xxa102单位符合装修施工单位开工条件。（完成时间：20\_年5月20日前）； 2.负责监督二期三标的园林绿化施工单位按图纸按质、按量、按时施工（完成时间：20\_年6月15日前）；

3.协调土建施工单位接通xxa101和xxa102示范单位的水、电，确保示范单位在装修及开放期间水电的正常供应。（完成时间5月20日前）4.监督土建施工单位完成二期三标外排栅悬挑工程（完成时间：20\_年5月30日前）；

5.监督土建施工单位的工程进度，确保每栋楼宇按时达到预售条件。（完成时间：xx号楼在5月30日前达到8层预售条件，xx号楼在6月15日前达到10层预售条件。）6.协调土建施工单位完成二期三标看楼通道的施工（完成时间：20\_年6月16日前）； 7.负责按二期三标段绿化施工图组织人员进行绿化种植施工（完成时间：20\_年6月25日）。

xx：

1.负责跟进xxa101,xxa102示范单位、首层入户大堂的设计方案的设计工作（完成时间：20\_年5月5日前）

2.负责监督装修施工单位严格按图纸按质、按量、按时施工（完成时间：20\_年6月15日前完成首层大堂，6月20日前完成样板房）； 3.负责对施工材料进行定样（完成时间20\_年5月12日前）；

4.对施工图与装修现场出现的技术性问题由规划技术部与装修施工单位现场协调解决（完成时间：20\_年6月15日前）； 5.负责与销售部、采购部按示范单位物资采购计划确定采购物资的款式（完成时间：20\_年5月30日前）； 6.负责物资的摆放、安装，确保示范单位的开放效果（完成时间20\_年6月25日前）； 7.组织施工单位、相关部门对工程进行验收（完成时间20\_年6月23日前）； 8.跟进二期三标看楼通道的设计工作（完成时间：20\_年5月15日）；

9.按二期三标园林绿化方案编制苗木采购计划及预算（完成时间：20\_年5月10日）。

xxx 采购部 xxx：

1.根据示范单位物资采购计划，与销售部、规划技术部人员共同确定需采购物资的款式，并在预算范围内，进行采购（完成时间20\_年5月30日前）； 2.确定所采购物资按时、按质送货到示范单位现场，并完成安装工作（完成时间6月16日前）； 3.办理物料的入仓手续，并汇同财务部核点材料；

4.根据苗木采购计划，与规划技术部、物业公司人员共同在预算范围内采购苗木（完成时间：20\_年6月5日前）。

物业公司 xxx： xxx： xxx： xxx：

监督下属人员按计划要求开展工作。

按计划向下属各部门下达任务，监控下属各部门工作的进展和效果。

1.在示范单位完成装修后，（具体时间由规划技术部通知）安排清洁部人员到示范单位、看楼通道进行细部清洁（完成时间20\_年6月16日前）； 2.要求清洁人员于装修交付后每天进行保洁。

1.安排安管人员协助采购部、规划技术部队采购物资进行搬运、摆放（完成时间20\_年6月16日前）；

2.示范单位完成装修及物品摆放后，（具体时间由规划技术部通知）安排安管部人员对示范单位进行接管，确保示范单位物资的安全。另外，要对安管人员进行培训，确保示范单位的开放效果（完成时间20\_年6月16日前）。

xxx： xxx： xxx：

示范单位接管后，安排物业工程部每天对示范单位设施、设备进行检查，确保示范单位设施、设备的正常使用（20\_年6月16日起）协助工程监管部人员共同种植二期三标段绿化，并对绿化进行接管保养（完成时间：20\_年6月12日前）。

1.督促财务部组织采购部、销售部、规划技术部、物业公司对示范单位物资进行鉴证验收，并制定物资清单提供相关部门，确保资料准确； 2.审核相关预算方案，确保预算方案的准确性。3.审批工程进度款、物资采购款。

xxx： xxx： xxx：

1.组织采购部、销售部、规划技术部、物业公司队示范单位物资进行鉴证验收，并编制示范单位物资清单（完成时间6月25日前）； 2.按时支付工程进度款、物资采购款。

负责组织编制二期三标园林绿化工程预算标底（20\_年4月25日前）。

1.负责二期三标段园林绿化工程招标工作，确定园林绿化工程施工单位并签订合同（完成时间：20\_年4月30日前）。

2.负责xxa101、xxa102示范单位首层入户大堂的装修招标工作，确定装修施工单位并签订合同（完成时间：20\_年5月20日前）；

投资策划中心 xxx：

1． 负责协调相关部门的工作，对示范单位工作的进度及对工程中存在的问题及时向董事长汇报。2． 督促跟进下属部门完成相关工作。

董事办招标小组

负责二期三标预售证的申请工作（完成时间：20\_年6月8日前完成xx号楼的预售证申请工作，6月15日前完成xx号楼的预售证申请工作。）

计划财务中心

xxx：

1.确定xxa101,xxa102示范单位的装修风格（完成时间：20\_年5月15日前）； 2.负责制定示范单位物资采购计划（完成时间：20\_年5月15日前）；

3.负责与规划技术部、采购部共同确定示范单位采购物资的款式（完成时间：20\_年5月30日前）； 4.负责制定二期三标的定价方案（完成时间：20\_年5月20日前）；

5.针对二期三标对销售人员进行统一口径培训、演练（完成时间：20\_年6月10日前）； 6.负责二期三标开盘销售预估并制定开盘预案（完成时间：20\_年6月20日前）。

xxx： xxx：

1.负责二期三标商品房价钱在明源系统上的录入（完成时间：20\_年5月30日前）

**新楼盘前期的工作计划21**

二环内·轻轨旁·马鞍山路30万平米压轴钜作--和昌·都汇华府特定于父亲节，准备了丰富多样的亲子活动作为送^v^给爸爸的礼物^v^，快来看看哪个最适合老爸的心意吧!感受父亲节文化，现场更有千元大奖等你拿。

据悉，现场节目安排丰富多彩，在都汇华府一定可以让^v^父子(女)^v^度过快乐而有意义的一天。

1、现设置飞行旗、跳棋、军旗、象棋活动区，客户可以随意参与，获胜方可获得世界杯小礼物;这一天，就让^v^父子(女)^v^俩好好^v^对杀^v^一阵吧!

2、设置飞镖游戏、套圈游戏、钓鱼游戏区，按活动规则比赛，获胜者可获得世界杯小礼物;

3、19日、20日连续两天下午举行现场抽大奖，千元家电套装、飞利浦剃须刀大奖等大奖等你拿。

4、喜欢画画的小朋友可以在家长的带领下报名参加儿童绘画大赛，画出心中对爸爸的爱，或者画出自己心目中的爸爸形象，将画作当做节日礼物送给爸爸，以特殊的方式，表达对父亲的节日祝福。如果画得够出色，还能获得冠亚季军，赢得礼品。

5、适逢世界杯酣战正急，怎能错过精彩的赛事?和昌·都汇华府还精心安排了^v^现场看球^v^环节，一起为这四年一度的盛事喝彩、加油!

据了解，和昌·都汇华府现推出的景观楼王产品有89㎡超值三房、112-119㎡阔景四房，性价比超高。对于期间购房的客户，并在约定时间内签约的客户，都汇华府将给予超值优惠，均可享受巴厘岛蜜月游，旅游基金也可抵做一定房款优惠。

**新楼盘前期的工作计划22**

月份不论是辉煌还是昏暗，都已经成为过去，我们每个人都应该具有归零的心态。展开新的工作，迎接美好的每一天。20\_\_年月的工作计划如下：

一、将每周例行的培训课提上工作日程。

之前一直都是白经理每周给大家培训，其他人员偶尔会参与其中。从本月开始，培训人员以我为主，两名主管为辅，内容以房地产相关知识为主。其他人员也可以自告奋勇，关于培训就两点要求，一是要积极向上，二是要以工作息息相关。我暂时计划月份前两节课由我培训，内容为谈客流程及谈客技巧，如果时间允许我想给大家讲一下，关于情商的问题。这些都与我们的工作和生活息息相关。

二、业绩目标继续努力完成。

月份的业绩目标目前还暂时未定，但是根据月份的活动，我们跟开发商申请了一部分优惠的点位和付款比例，这个月的业绩目标一定要比上个月高。不论市场政策出现什么变化，只要我们一心一意的努力总会有希望，所以我计划暂定目标套。源于本年的销售任务是个亿，在开盘前尽力销售，不能把希望都寄托在开盘，每个人都尽力而为。

三、新人上岗问题。

目前售楼处只有8名可以接客户的销售，还有5名新人，这5名新销售争取早日上岗，达到可以接客户的标准。目前5名新人都已进入到模拟对练阶段，老销售们依然要付出一部分精力。等到新人全部上岗后，售楼处就变成了真正的战场，新人和老人之间就会发生一场没有硝烟的战争。有竞争就是有业绩，“比学赶帮超”才会发挥的淋漓尽致。

四、完善自己的各方面技能。

除了每天的例行工作外，利用闲暇时间多多学习，俗话说“技多不压身”，多学点东西对自己而言是成长所必须的。

以上就是我月的工作计划，根据白经理制定的业绩，包括提升自己，我都会继续用心的做。争取月份超额完成任务，这就是我最大的目标。

**新楼盘前期的工作计划23**

1、负责部门：泰源机构策划部、销售部、招商部

2、时间计划：20\_年02月20日-02月25日(团队组建）

20\_年02月20日-02月30日(团队培训）

3、报告名称：《松桃国际商贸城销售人员培训计划》（项目总监完成）

《松桃国际商贸城销售人员激励制度》（项目总监完成）

《松桃国际商贸城销售问答》（项目总监完成）

4、中心内容：

1）项目销售团队组建：

项目总监1名：负责项目策略把控和全盘工作督导，与开发商进行重大事项对接。 策划总监1名：负责项目营销策略制定，跟进广告设计、活动促销和媒体发布。 销售经理1名：负责项目销售执行和案场管理，对置业顾问进行业务日常培训。 销售主管2名：负责协助销售经理进行案场日常管理，同时直接参与销售工作。 置业顾问6名：负责项目销售接待推介、沟通洽谈、促成签约等具体工作。

招商经理1名：负责项目招商执行和管理，对招商专员进行业务日常培训。

招商专员5名：负责项目招商接待推介、沟通洽谈、促成签约等具体工作。

行政文员1名：负责销售、招商资料整理、归档，处理办公室其他日常事务。

2）项目销售人员培训：

①培训内容：房地产基本知识：基本概念术语、开发模式、开发流程

房地产市场分析：全国市场状况、贵州市场状况、松桃市场状况

项目情况介绍：规划设计、建筑风格、物业类型、产品特点

房地产营销知识：营销策略、广告推广、活动促销

房地产销售流程：接待洽谈流程、签约办证流程

房地产销售技巧：推介技巧、谈判技巧、促成技巧

②培训讲师：项目总监、策划总监、销售经理、招商经理。

③培训要求：采取专题讲授、会议分享、市场观摩、实战演练等多种培训方式。

5、工作目标：销售团队成员全部到位，通过晚间培训和实际演练，使销售人员和招商人员的综合业务水平得到明显提升，胜任项目销售和招商要求。

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！