# 最新房地产7月总结8月计划(六篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2024-12-30

*房地产7月总结8月计划一在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以...*

**房地产7月总结8月计划一**

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。在新年中，我更要加强队员的团结，团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

二、自身素质的提升

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。

首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。

其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。

第三，在生活中用心的观察他人的销售方式，尤其是在同行之间更能学到，前期先照搬他人在销售过程中，遇到问题后的解答方式，经过后期的语言加工，再遇到问题时就能有自己的方式解答。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。20年我会不断学习，努力工作。我要用全部的激情和智慧创造效益，让事业充满生机和活力!我们是一个整体，奔得是同一个目标!我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功!

**房地产7月总结8月计划二**

第一，总体工作业绩不是很理想，年业绩目标五十万现今只完成 了 46%(近二十三万)，离年度目标还有一定的距离!

第二，整年 度自我对工作热诚不够高，重视度不高。

第三，对辖区分行团队的管 理力度不够，很多任务与相关制度没有落实到位。第四，对公司的向 心力不够，很多资源没有充分有效利用。

其次下面我六月份的工作进行总结：

1、没有完成自定的业绩目标。

2、完成了辖区联华花园城社 区盘源进行了又一次整合细分，租售资源信息清晰。

3、对笋盘与主 推盘以及有效盘源重视度不够高， 尤其表现在对主推盘的推荐不够积 极配合，没有真正做到资源的合理有效利用。

4、对经纪的管理鞭策 不到位，让他们对工作产生一定的惰性甚至开小差。

5、没有第一时 间把握好业主及客人第一动态，导致有部分资源流失。

6、关于公司 的制度没有明确化，执行不到位。

7、对新经纪工作心态与技能缺少 相关的培训。

8、个人自己具有一定的惰性，没有做好自己本分的工 作。

**房地产7月总结8月计划三**

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。在新年中，我更要加强队员的团结，团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

二、自身素质的提升

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。

首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。

其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。

第三，在生活中用心的观察他人的销售方式，尤其是在同行之间更能学到，前期先照搬他人在销售过程中，遇到问题后的解答方式，经过后期的语言加工，再遇到问题时就能有自己的方式解答。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。20年我会不断学习，努力工作。我要用全部的激情和智慧创造效益，让事业充满生机和活力!我们是一个整体，奔得是同一个目标!我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功!

**房地产7月总结8月计划四**

第一，总体工作业绩不是很理想，年业绩目标五十万现今只完成 了 46%(近二十三万)，离年度目标还有一定的距离!

第二，整年 度自我对工作热诚不够高，重视度不高。

第三，对辖区分行团队的管 理力度不够，很多任务与相关制度没有落实到位。第四，对公司的向 心力不够，很多资源没有充分有效利用。

其次下面我六月份的工作进行总结：

1、没有完成自定的业绩目标。

2、完成了辖区联华花园城社 区盘源进行了又一次整合细分，租售资源信息清晰。

3、对笋盘与主 推盘以及有效盘源重视度不够高， 尤其表现在对主推盘的推荐不够积 极配合，没有真正做到资源的合理有效利用。

4、对经纪的管理鞭策 不到位，让他们对工作产生一定的惰性甚至开小差。

5、没有第一时 间把握好业主及客人第一动态，导致有部分资源流失。

6、关于公司 的制度没有明确化，执行不到位。

7、对新经纪工作心态与技能缺少 相关的培训。

8、个人自己具有一定的惰性，没有做好自己本分的工 作。

**房地产7月总结8月计划五**

你们好!

光阴如梭，时光荏苒，年很快就要过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千!转眼间又将跨过一个年度之坎，回首过去的一年，虽没有很好的业绩，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。非常感谢星艺公司领导给我这个了解常德装饰行业市场规律的一个良好平台

即将过去的这一年，我在星艺工作了九个月，在加强团队建设,打造一个业务全面，工作热情高涨的团队。作为一个管理者，对下属充分做到“察人之长、用人之长、聚人之长、展人之长”，充分发挥员工们的主观能动性及工作积极性，提高团队的整体素质，树立起开拓市场、务实高效的星艺形象。我充分认识到自己既是一个管理者，更是一个执行者。

我是3月16日参加常德星艺团队的，一致在市场部负责销售工作，当时我为参加常德星艺这个团队，能来到广东星艺这个销售平台，我感到非常荣幸。上班的当天，在公司领导的协助下，我就忙着做公司市场部的筹备工作，紧接着招聘市场部人员，组织培训，搞市场调查分析，行业分析，找出公司的特点和卖点，要求市场部人员每天有日志，周周有计划，月月有总结，多参加一些市场上有关的活动，(如装饰协会组织的一些活动，近期各大楼盘举行的开盘盛典)收集楼盘相关资料，了解楼盘市场交房动态，合理处理好各大楼盘开发商、物业公司、售楼公司、房管局、小区管道煤气安装公司的关系，收集楼盘业主相关信息，效果明显，常德星艺公司在4月9日—4月11日常德市第三届家博会上到场的业主就有102位，和设计师接触咨询的就有77位，现场签单交定金的有一位，(业主是都市杰作)，家博会过后公司设计部与市场部之间无形之间产生了一条代沟，市场部人员跟进在家博会上自己接待的客户，设计师意见很大，市场部人员叫设计师去楼盘量房，做方案，设计师从不理睬，从此市场部人员对公司失去信心，人心浮动，有的员工连工资都不要就走了，当时有几位员工走时跟我说：高经理星艺这个平台是个好平台，现在这个状况没得搞头了，设计师太牛了，我把员工反应的有些事到上面，上司骂一顿就完了，设计部的人好像已经习惯了，保持不理就行了，后来材料商的业务员跟我说你们星艺的业务做得好，常德市的楼盘到处都是星艺开的工地，如柳都水语、荷塘月色、东方美景、都市杰作、金色晓岛等楼盘，后来我带业务员去调查，都是设计师开的私单，公司没开一个，当时我想这次常德星艺被设计师玩完了，我去找他，上司就跟我解释了他的当时处境，我没办法，只有从另一个角度去理解他，我只好打算离开星艺公司，后来他又给我做了一些工作留下来。

皎阳似火的7月，公司改组，新的领导班子接管，长沙总部来人协助，公司加强培训力度，市场部又增添了新的活力，公司又重新动了起来，8份月试营，市场部人员邀请上门咨询的客户就有30多位，9月份侨迁开业，公司大搞侨迁庆典活动，公司整个团队朝气蓬勃，干劲十足，团结一致，客户流量明显上升，当天到公司咨询的客户就有123位(其中包括一个403队团购客户44位)现场还签了几单，全月签单16个，开工4个;整个公司发生了翻天覆地的变化，使我重新认识了常德星艺公司，10月到公司的客户就有73位，有效咨询客户49位，全月签单12个，开工7个;11月到公司的客户就有43位，有效咨询客户27位，全月签单5个，开工8个;从公司改组，新的领导班子接管以来公司总的客户流量是239位，有效咨询的准客户为199位，有效咨询准客户率为83.3%，共计签单29个，开工19个(不包括12月份)签单率为14.57%，开工率为65.5%;数据显示说明，这个数据不是很理想的，销售数据波动幅度大，销售状况不稳定。主要原因是公司部分员工素质差，各个部门之间配合不协调，部门之间不愿沟通，设计师与工程监理之间沟通也不是那么的融洽，客户变成了设计师与工程监理之间传话的桥梁，工程质量出问题相互推脱，部分设计师不顾客户的感受，公司的形象，只顾自己目前利益，设法施展行业潜规则谋取利益，市场部要推行的其它的销售模式推行不了，导致市场部工程实地营销这块欠缺。最后的结果是客户受到了伤害，公司受到了损失，设计师伤失了自己回头客源，工程监理到工地在客户面前难以做人，业务员在客户面前的企业印象受损，严重影响了市场拓展，公司这个平台变成了客户观望的阳台。公司缺乏职业道德管理意识，缺乏全员维护市场管理机制，公司提倡要让工地说话变成了一句空话，业务员把客户带到公司之后客服部派给设计师，遇到好沟通的客户，业务员很难了解到自己客户与设计师沟通过程和沟通的具体情况，这个单谈死了，死了就死了，设计师给业务员没有一个说法的，业务员想和设计师沟通一下，设计师那种傲慢的姿态叫人难以接受;遇到不好沟通的客户设计师还是找业务员协助;对于那些签了单的客户，具体什么时间开工，工程进展情况，装完了装饰的效果如何，客户反应怎样，设计师遮遮掩掩的，业务员什么都不知道，工程出了问题，客户上门讨说法才了解一点，业务员你们也太不关心你们自己的客户了吧!

5、充分发挥业务员的潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

五、目标分配(按家装签单产值分配)

1、电话营销明年的目标200万元，市场部电话营销员、业务员接待的客户。

2、工程实地营销明年的目标150万元，工程部工程监理在工地接待的客户。

3、终端销售明年的目标250万元，市场部业务员在蹲楼盘和在楼盘里搞活动接待的客户，包括家协、房地产开发商、材料商举行的活动接待的客户。

4、网络销售明年的目标50万元，全体员工采用电子商务营销接待的客户。

5、回头客户明年的目标150万元，客服部接待的上门客户。

六、目标实现管理办法

1、根据常德市房地产分布示意图，各个楼盘的具体位置，楼盘动态，交房的具体情况;把常德市场划分为三个片区，业务员分三个小组，两人一组负责一个片区，把明年的目标转化计划，按全年时间分配落实到每一个片区，每一个楼盘，每一个小组，每一个人。

2、市场部建立楼盘档案，楼盘动态表，交房记录表，业务员跟进进度表，业主房子动态表。各个楼盘产生业绩评定分析，市场部要及时到楼盘物业了解。

3、市场部业务员每天有日志，周周有计划，月月有总结，季度有市场评审分析。

4. 市场部明年的具体思路细节、操作办法的实施还需公司领导鼎力支持，各个部门紧密配合，各位同事的协助，相信市场部明年是有能力完成目标的。

以上是我在星艺工作一年来耳闻目睹、亲身经历的的一些事或近段时间的观察，市场调研写的一些不成熟的思维和建议，如有不妥之处敬请谅解。

明年，希望的常德星艺公司会更好!市场部将迎来一个生机盎然的春天!

**房地产7月总结8月计划六**

你们好!

光阴如梭，时光荏苒，年很快就要过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千!转眼间又将跨过一个年度之坎，回首过去的一年，虽没有很好的业绩，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。非常感谢星艺公司领导给我这个了解常德装饰行业市场规律的一个良好平台

即将过去的这一年，我在星艺工作了九个月，在加强团队建设,打造一个业务全面，工作热情高涨的团队。作为一个管理者，对下属充分做到“察人之长、用人之长、聚人之长、展人之长”，充分发挥员工们的主观能动性及工作积极性，提高团队的整体素质，树立起开拓市场、务实高效的星艺形象。我充分认识到自己既是一个管理者，更是一个执行者。

我是3月16日参加常德星艺团队的，一致在市场部负责销售工作，当时我为参加常德星艺这个团队，能来到广东星艺这个销售平台，我感到非常荣幸。上班的当天，在公司领导的协助下，我就忙着做公司市场部的筹备工作，紧接着招聘市场部人员，组织培训，搞市场调查分析，行业分析，找出公司的特点和卖点，要求市场部人员每天有日志，周周有计划，月月有总结，多参加一些市场上有关的活动，(如装饰协会组织的一些活动，近期各大楼盘举行的开盘盛典)收集楼盘相关资料，了解楼盘市场交房动态，合理处理好各大楼盘开发商、物业公司、售楼公司、房管局、小区管道煤气安装公司的关系，收集楼盘业主相关信息，效果明显，常德星艺公司在4月9日—4月11日常德市第三届家博会上到场的业主就有102位，和设计师接触咨询的就有77位，现场签单交定金的有一位，(业主是都市杰作)，家博会过后公司设计部与市场部之间无形之间产生了一条代沟，市场部人员跟进在家博会上自己接待的客户，设计师意见很大，市场部人员叫设计师去楼盘量房，做方案，设计师从不理睬，从此市场部人员对公司失去信心，人心浮动，有的员工连工资都不要就走了，当时有几位员工走时跟我说：高经理星艺这个平台是个好平台，现在这个状况没得搞头了，设计师太牛了，我把员工反应的有些事到上面，上司骂一顿就完了，设计部的人好像已经习惯了，保持不理就行了，后来材料商的业务员跟我说你们星艺的业务做得好，常德市的楼盘到处都是星艺开的工地，如柳都水语、荷塘月色、东方美景、都市杰作、金色晓岛等楼盘，后来我带业务员去调查，都是设计师开的私单，公司没开一个，当时我想这次常德星艺被设计师玩完了，我去找他，上司就跟我解释了他的当时处境，我没办法，只有从另一个角度去理解他，我只好打算离开星艺公司，后来他又给我做了一些工作留下来。

皎阳似火的7月，公司改组，新的领导班子接管，长沙总部来人协助，公司加强培训力度，市场部又增添了新的活力，公司又重新动了起来，8份月试营，市场部人员邀请上门咨询的客户就有30多位，9月份侨迁开业，公司大搞侨迁庆典活动，公司整个团队朝气蓬勃，干劲十足，团结一致，客户流量明显上升，当天到公司咨询的客户就有123位(其中包括一个403队团购客户44位)现场还签了几单，全月签单16个，开工4个;整个公司发生了翻天覆地的变化，使我重新认识了常德星艺公司，10月到公司的客户就有73位，有效咨询客户49位，全月签单12个，开工7个;11月到公司的客户就有43位，有效咨询客户27位，全月签单5个，开工8个;从公司改组，新的领导班子接管以来公司总的客户流量是239位，有效咨询的准客户为199位，有效咨询准客户率为83.3%，共计签单29个，开工19个(不包括12月份)签单率为14.57%，开工率为65.5%;数据显示说明，这个数据不是很理想的，销售数据波动幅度大，销售状况不稳定。主要原因是公司部分员工素质差，各个部门之间配合不协调，部门之间不愿沟通，设计师与工程监理之间沟通也不是那么的融洽，客户变成了设计师与工程监理之间传话的桥梁，工程质量出问题相互推脱，部分设计师不顾客户的感受，公司的形象，只顾自己目前利益，设法施展行业潜规则谋取利益，市场部要推行的其它的销售模式推行不了，导致市场部工程实地营销这块欠缺。最后的结果是客户受到了伤害，公司受到了损失，设计师伤失了自己回头客源，工程监理到工地在客户面前难以做人，业务员在客户面前的企业印象受损，严重影响了市场拓展，公司这个平台变成了客户观望的阳台。公司缺乏职业道德管理意识，缺乏全员维护市场管理机制，公司提倡要让工地说话变成了一句空话，业务员把客户带到公司之后客服部派给设计师，遇到好沟通的客户，业务员很难了解到自己客户与设计师沟通过程和沟通的具体情况，这个单谈死了，死了就死了，设计师给业务员没有一个说法的，业务员想和设计师沟通一下，设计师那种傲慢的姿态叫人难以接受;遇到不好沟通的客户设计师还是找业务员协助;对于那些签了单的客户，具体什么时间开工，工程进展情况，装完了装饰的效果如何，客户反应怎样，设计师遮遮掩掩的，业务员什么都不知道，工程出了问题，客户上门讨说法才了解一点，业务员你们也太不关心你们自己的客户了吧!

5、充分发挥业务员的潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

五、目标分配(按家装签单产值分配)

1、电话营销明年的目标200万元，市场部电话营销员、业务员接待的客户。

2、工程实地营销明年的目标150万元，工程部工程监理在工地接待的客户。

3、终端销售明年的目标250万元，市场部业务员在蹲楼盘和在楼盘里搞活动接待的客户，包括家协、房地产开发商、材料商举行的活动接待的客户。

4、网络销售明年的目标50万元，全体员工采用电子商务营销接待的客户。

5、回头客户明年的目标150万元，客服部接待的上门客户。

六、目标实现管理办法

1、根据常德市房地产分布示意图，各个楼盘的具体位置，楼盘动态，交房的具体情况;把常德市场划分为三个片区，业务员分三个小组，两人一组负责一个片区，把明年的目标转化计划，按全年时间分配落实到每一个片区，每一个楼盘，每一个小组，每一个人。

2、市场部建立楼盘档案，楼盘动态表，交房记录表，业务员跟进进度表，业主房子动态表。各个楼盘产生业绩评定分析，市场部要及时到楼盘物业了解。

3、市场部业务员每天有日志，周周有计划，月月有总结，季度有市场评审分析。

4. 市场部明年的具体思路细节、操作办法的实施还需公司领导鼎力支持，各个部门紧密配合，各位同事的协助，相信市场部明年是有能力完成目标的。

以上是我在星艺工作一年来耳闻目睹、亲身经历的的一些事或近段时间的观察，市场调研写的一些不成熟的思维和建议，如有不妥之处敬请谅解。

明年，希望的常德星艺公司会更好!市场部将迎来一个生机盎然的春天!

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找