# 最新房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结十六篇(大全)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2025-01-23

*房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结一xx年年12月3日我从锦绣半岛项目回到增城锦绣御景苑项目工作，又一次回到起点，正所谓归零新起点，我重新梳理作为地产策划人的工作思路，重新总结工作经验，一级地产市场的高标准、严要求；一级地产市场的信...*

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结一**

xx年年12月3日我从锦绣半岛项目回到增城锦绣御景苑项目工作，又一次回到起点，正所谓归零新起点，我重新梳理作为地产策划人的工作思路，重新总结工作经验，一级地产市场的高标准、严要求；一级地产市场的信息敏感度；一级市场的推广思路；一级市场的细节关注度等都是二级市场要借鉴的经验。10年度的楼市低迷，客户持币观望，是危机，也是机遇，也是对地产从业人员的洗涤及教化，让我们明白卖楼不是买菜，在低迷的楼市之下我们唯有练好内功，方能度过寒冬，否则潮水褪去之时就是那些没有穿泳裤的地产人士贻笑大方之时，所以我觉得10年就是一个心态的考验，一个对地产行业是否动摇的考验，10年地产从业人员是固守阵地还是放弃就成了心灵的煎熬。

其二：御景苑项目销售团队具有强有力的凝聚力，基层员工至高层领导齐心协力，项目的每次活动，每次推货大家都是尽自己最大的力去做好，在荔城各个项目中我盘员工的精神面貌和素质都是不错的，在楼市低迷的时候，销售团队的一鼓作气也是成败的关键，在楼市不稳定之时，心态也是战胜市场的关键。

其三：有了好的销售队伍，还有好的产品，锦绣御景苑项目是荔城公认的外立面最漂亮的社区，西瓦、米色围墙、澳洲砂岩、精雕细琢，经典无限；当然还有香港贝尔高林打造的立体式园林景观，移步换景，风景如画。

锦绣御景苑项目经过近3年的开发，由一期到目前的四期，一步一步拉升项目的形象，由毛坯到装修房，由洋房到别墅，一次又一次通过实践来验证市场，通过市场来调整推广策略，调整推货思路。

期数推广名广告主题语推广方式效果评估御景苑一期锦绣御景苑湖畔尚品美宅单张、影视、户外、电台、增城日报首期开盘通过线上线下多种推广方式进行推广宣传，在xx年5月引领荔城楼市焦点御景苑二期湖畔豪园观山望湖宽生活影视、短信、户外、单张、2期开盘是以产品为推广的重点，以实景体验生活为目标，是对一期形象推广的延伸和弥补，以10个标准来塑造好房子。御景苑三期御品名苑荣耀人生享受非凡影视、短信、户外、南都、广日、dm3期开盘不但是御景苑产品的升级，更是项目形象的升级，别墅小区才是真正的精品社区，方能尊享非凡生活。御景苑四期峰景生活在风景之上影视、短信4期是洋房产品升级版，有别墅旁的花园洋房之称，为满足市场需要，御景苑项目也打造精装修洋房，弥补毛坯交楼的单一

“实践是检验真理的唯一标准”，那么地产楼市则是“市场才是检验楼市的唯一标准”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。

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，10年楼市低迷，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，09年挑战与机遇并存，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

岁末年终，今年的工作即将接近尾声，迎接我的是全新的xx年，在过去的一年中，有所感觉，有所收获，有所学习，有所心得。在新的一年工作开始之前，我有必要对今年的工作做一个全面的分析和总结，对公司的各种情况做一个建议，对自身遇到的情况做一个剖析，对明年的工作做一个计划。希望公司领导认真看待我所做总结反映的问题和内容。

我自七月份进入公司，已将近半年的时光。初入公司时，我在市场开发部担任企划专员的工作，负责公司内刊与部门领导交代的一些相关任务。在此期间，工作虽不算勤勉却也认真负责。后部门调整，转入销售部，任职营销策划。工作期间努力尽责，对销售部领导交给的任务认真对待，尽快完成做好。

刚到公司时，我对房产行业并不熟悉，对新事物存在一个了解的过程，经过半年时间的学习和了解，我对房产行业有了一个概括和大致的认识，对我的策划和文案工作提供了很大的帮助，能够很快上手做出公司需要的方案、稿件。做为企业的门面，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修养，高标准要求自己。加强自己的专业知识和专业技能，广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。

企划宣传工作对房地产行业来说，是一个重要的窗口，是宣传企业文化的前沿。在以“为做好企业宣传”为目的的前提下，树立企业形象，打造企业品牌，与团队共同完成项目推介与产品的对外宣传工作，开展对外与业务和产品相关的宣传、公关活动，及时准确掌握社会公众对公司的意见，并反馈到公司；楼盘广告、期刊的写作、广告展牌及宣传资料的制作与发放，通过利用视觉信息活动传递给外界对企业的评价，塑造企业形象，与同行业的竞争对手产生差别化；向广大客户在意见和建议。

最后，公司的管理制度及薪酬假期等制度也应该一视同仁。

对明年工作的计划和建议：

1、在新的一年即将到来之时，一如既往的做好自己的本职工作，按时完成领导布置的各项工作。

2、在新的一年里，对未来的工作做好统筹规划。

3、在新的一年里，努力学习策划的相关专业知识，提高自己的专业水平。

回首过往，展望未来，才能够对过去和未来作出反思，才能有所收获。敬呈公司领导过目！

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结二**

在繁忙的工作中不知不觉的又迎来了新的一年，回顾20xx年工作历程，从在友好市场的施工单位到成为铭箭的一名员工，我深深感受到了公司的蓬勃发展之热气，同事们积极拼搏之精神。

作为工程部的一名普通员工来到公司从8月份到现在已近4个月，刚进公司时候作为一名新员工对新环境新事物都很陌生，并且第一次从事甲方的工作岗位，对岗位工作等都不熟悉。在公司的各位领导的帮助下，对公司的性质、规章、工作模式等进行了全面的了解和认知，同时让我作为一名工程部这个核心部门的一名员工，深深感受到了肩上的重任。

在公司工程部工作中，严格遵守法律法规，遵守公司的各项规章制度，平时严格要求自己，廉洁自律。工作中敢于承担责任，具有认真负责的精神，与同事们互相配合，努力完成每一个工作任务。

由于来公司仅4个月，通过领导的安排指导下目前主要负责预决算、部门内业及配合其他同事的工作，汇报如下：

1、协助领导配合研发部完成了对创业小区二期、八一新城三期、友好市场、前进新区5#楼工程上住宅楼布局及做法的优化改进和变更，节约公司成本。

2、协助领导完成了对宜居佳苑、服务综合楼开工建设的定位测量和局部规划，配合施工单位进行图纸会审，提出图纸上的问题，配合研发部对设计布局问题处理和完善。

3、与同事协作配合完成了对八一新城三期、友好市场、创业小区二期主体工程的进度质量把控，对反馈的问题协助部门领导与施工单位协调处理。

4、与同事协作积极完成了对甲供材料的分配工作。公司甲供材料种类多，规格复杂，认真负责督促协调，确保了材料到场，质量达标，且不影响工程进度。

5、配合研发部完成了各小区配套工程的规划，完善了水电暖管线图等的各项技术指标，制定施工方案，协调施工单位对八一新城小区、创业小区配套工程施工。

6、协助领导配合公司各部门，完成起草分包及甲供材料等各项协议、合同，确保各小区工程进度不受影响。

7、配合部门同事对各小区施工楼幢进行有效管理，从施工质量、进度、安全、成本及协调方面把关控制，确保工程各项满足验收规范要求，完成了主体分部验收工作，为来年顺利交工给予有效保证。

8、在部门同事的配合下，认真严谨的对创业小区，八一新城小区，前进小区已完成的工程进行验收，复核工程量，协调造价咨询公司顺利完成了前进新区配套工程决算、创业小区一期主体工程决算、创业小区一期配套工程决算、八一新城二期配套工程决算、宜居佳苑预算、八一三期创业二期部分分包分项工程决算等工作。

9、完成了核对统计甲供材料、配套工程等已完成工作量未完成工作量的准确信息并且严谨的多次现场复核，确保公司对施工单位工程款拨付准确无误以及对明年工程计划提供准确有效信息。

10、认真仔细的完成了对友好东路砖厂现场测绘测量，核对施工方垫土反馈的工程量，经过现场复核，完成了对砖厂工程量的复核确定，确保了明年施工计划的有利推进。

11、配合研发部共同对创业小区二期八一新城三期的消防验收资料进行整理收集，保证了研发部对各小区消防验收报审不耽误，明年小区竣工工作不耽误。

12、协调且与施工单位共同完成了八一新城三期、创业小区二期主体工程的变更、经济签证决算信息的核对工作，同时完成了八一新城三期、创业小区二期甲供材料的信息整理，联系协调造价公司报送进行决算。

13、办公室文件、文档资料进行了整理，分项分类统一归档，便于取用，防止“找不见，难找见，分不清”提高工程部工作效率。

我的专业是工民建，在工程建设施工中有近五年的工作经验，所以明年开工建设的工程和在建工程的整个进度、质量核心以及成本控制是明年的首要工作重点，发挥自己的专长，与同事协作配合完成公司的计划任务，创造优良工程。同时领导分配的其他工作任务、20xx年八一新城三期、创业小区二期、友好市场工程的决算、配套工程的决算工作及竣工验收工作也是重中之重，确保我工程部各工作计划任务的顺利实施。

本职工作中，必须熟悉房屋开发项目工作程序，了解设计原理，严格掌握各项施工工艺，质量标准，建筑行业的法律法规。由于我的专业是工民建，专业基本相同，对于勘察、三通一平、图纸会审、主体验收、竣工验收、保修组织工作、施工进度质量控制、建筑成本控制等工作且有数年的工作经验，在进行此类工作时较为擅长。在这近半年的工作中领导给我安排的工作基本均能胜任，部分从未接触的工作也能触类旁通，从陌生到熟悉，从生疏到熟练。

不同于乙方技术能力第一，作为甲方管理能力第一，对于我来说管理方面较欠缺，在本职工作中需要不断的磨练和向同事学习。其次，我个人在工作中较为粗心，不够细致，思维不够缜密，在工作中存在一定的失误，我会在以后的工作中向同事学习并且积极改正，时刻提醒自己。

在工程项目的实施中，工程部对楼幢的功能分析，人性化需求设计分析，施工难度评估等信息直接影响研发部和设计院对楼幢的设计和研发，所以我们的思维模式，创新意识，专业知识等尤为重要，而这大部分对于我来说是曾经工作中从未涉及或很少涉及的，这也是我非常欠缺的一面，只有在工作中，不断的学习和积累经验。

工程部是在公司的领导下代表公司履行项目建设的项目管理机构，所以工程部必须是一个高效的的团队并且团队的意识以及团队成员的个人素质尤为重要。要进行高效的工作管理模式，必须提高团队的集体意识，如何提高团队的意识：

1、团队领导以身作则做好各方面的工作，避免产生团队的不信任、不负责等后果。

2、领导的开诚布公，互相信任，与团队成员之间保持紧密合作。

3、提高团队的凝聚力，责任心，忠诚度。

4、提高团队成员业务素质水平。

5、“人心齐，泰山移”团队领导者工作上对成员严格，生活上对成员关心，做好沟通协调工作，保证团队如机器一样有条不絮的和谐运转。

5、团队工作中集思广益，发挥各成员优势，取长补短。

工程部作为建设工程的项目管理方，对于施工方、监理方以及甲供指定方均存在一定的利益关系，所以我作为甲方代表，我会恪守公司规章制度，遵守国家法律法规，明清利害关系，时刻提醒自己拒绝吃拿卡要，不断努力为公司发展做出自己的贡献。

1、工程部能否配一套工作服。工程部每天频繁下工地，公司又规定在单位必须穿工装，这让我部门同事们一天换很多次衣服，但是经常有紧急事衣服来不及换，造成工装脏或者破损，也给公司带来不好的形象。

2、公司各部门岗位职责不清晰，物业公司与工程部、研发部与工程部部分工作没有进行划分，影响工作效率。

一年的工作已经结束了，在即将迎来的一年中，我会继续不断的努力的。每一年都有自己的进步，每一年都会有自己的成长！在20xx年的工作中，我会尽我的全力来参加工作的，毕竟现在还年轻，需要更好的奋斗，在年轻的时候多拼一拼，这才是一生中最好的奋斗时刻，努力拼搏打拼出属于自己的一片蔚蓝的天空，相信在大家共同的努力下在来年中公司的业绩一定会再创新高，取得最圆满的成功！

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结三**

在对房地产项目内外部环境予以准确分析，并有效运用经营资源的基础上，对一定时间内营销活动的行为方针、目标、战略以及实施方案进行设计和谋划。房地产营销的实质是以消费者对产品的需求为起点和核心、终止房地产产品售后服务的全程营销，而不是销售，是顾客、代理商、设计师、按揭银行、物业管理方等角度的多赢，而不是开发商自己的单赢。总之，房地产营销是一种人文化营销。

虽然我们此次的房地产营销策划是属于模拟的策划，但我们也必须要把握好房地产营销策划的内涵，包括以下几个方面：

1、营销策划是一种创新行为，要创新，就要把创意贯穿于营销策划的过程之中，创意成功与否是营销策划的灵魂关键之所在。

2、房地产营销策划是一个整体的方案，需要我们整组人员的强力配合，虽各自负责不同的版块，但需要组员之间良好的沟通以及资料的整合与评定。

3、房地产营销策划是一种全程开发中贯穿市场意识的行为方式。也就是说要结合市场，对楼盘的购买群体，消费层次、房型、价格定位进行决策。

4、房地产营销策划是连接产前产后市场的一座桥梁，是使营销过程顺利进行的创新思维，完成的是导演功能。

5、房地产营销策划是对营销方案的构思、实施到评价的规范程序和科学方法。其根本不是一本洋洋洒洒的策划方案文本，不是闭门造车，而是要体现市场的要求，体现物业特征、市场特性、顾客的消费习惯以及市场发展的要求。

6、房地产营销策划是一个系统工程。

一、市场状况分析

要了解整个市场规模的大小以及敌我对比的情况，市场状况分析必须包含下列13项内容、整个产品在当前市场的规模。

1、竞争品牌的销售量与销售额的比较分析。竞争品牌市场占有率的比较分析。

2、消费者群体的年龄、性别、职业、学历、收入、家庭结构之市场目标分析。

3、各竞争品牌产品优缺点的比较分析。

4、各竞争品牌市场区域与产品定位的比较分析。各竞争品牌广告费用与广告表现的比较分析。各竞争品牌促销活动的比较分析。 、各竞争品牌公关活动的比较分析。

5、竞争品牌订价策略的比较分析。 、竞争品牌销售渠道的比较分析。 、公司近年产品的财务损益分析。

6、公司产品的优劣与竞争品牌之间的优劣对比分析。讲究的是各组成员之间的协作与沟通，房地产营销策划讲求的是一个创新性，真实性，要求我们进行实地调查，对所获得的资料进行整合加工，对其进行分析，把握整个宏观市场与微观市场。

二、策划重心须以人为本

在过往的房地产项目营销策划过程中，较为成功的其一经验在于以人为本，能打动人心。发展商在其项目规划及策划的计算中须奉行“客户第一”的宗旨，包括根据人们及其聚体机成企业的需要设计商房的布局及配套，根据人们的爱好去设计大楼外观及包装卖点。三、精确掌握营销策略操控

在商品房营销过案中，对全盘的把握十分重要，开盘既有先卖好房“力争口碑”的做法，也有先卖差房“留前卫后”的个案，重要的是要始终吊住客户的胃口，使之兴趣不减。营销操控中的手段，包括：先卖哪栋、后卖哪栋；先卖哪层，后卖哪层；何时降价，何时涨价；何时广告集中大版面显示雷霆万钧之势，既有上气，还有下气；何时钓着小版面，春雨绵绵，润物无声；何时标奇立异，再创引另一潮头，然后，连续广告刺激，兴奋点不断，这都需要具有创意的营销策略和准确的事业预见性。成功的销售策划顾问代理往往能发挥事业资源，精确统筹资金对开发商来说是一个成败的关键因素，因此策划方案要围绕如何能够快速回笼资金。房地产的开发销售可视为一个货币流通、资金转易的过程，房地产营销策划是一个核心问题。

此外房地产营销策划要以为企业盈利为目的，本着以人为本的原则，才能做出更好的策划案。我们通过此次的策划，我们学会了沟通，思考与分析，为我们以后走上工作岗位奠定了一定的基础。

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结四**

不知不觉，在xxxx工作已经足月有余，在这个把月里，工作量不大，要学的却不少，尽管自己原来也是从事房地产销售，可是销售知识永远是个无底深渊。也正因为如此，我才乐此不彼，越来越喜欢这份工作。

以前常听说也遭遇过销售员之间为了比拼业绩，争夺提成，经常是不择手段，诡计迭出。幸运的是目前的xxxx拥有一个和谐的销售氛围，同事之间既有竞争更有互相帮助，每次分歧总能在沟通中消除，每次难题也常常在集思广益中(即便我们只有4人)化解。正因为有这样浓厚的.企业氛围和团队精神，才给了我在xxxx成长所需的养分。

但是通过工作，还是发现自身仍存在许多缺点急待解决。首先，刚进入xxxx，对xxxx地产的企业文化及xxxx这个项目的相关情况还没能够了然于心，跟客户介绍的时候不足为企业和项目展示很好的口碑与形象，致使客户对我们的企业品牌与项目一知半解。

我想作为一个大企业的置业顾问，不仅要精通卖房业务，更要让客户感觉xxxx无论是从企业品牌，社区环境，物业质量以及员工素质各方面都比其他楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我已经与同事小沈深刻讨论过，多学习，多讨教，从自身做起树立对本企业品牌的绝对信心与优越感，以此感染每个客户。

其次，由于进入xxxx时所有的住房已基本售罄，唯有两套170平大户型以及商铺在售，所以对于商铺销售基本可以说是毫无经验。我想，相对于住宅，商铺客户这类高收入投资群体的购房心态及个人气质各方面肯定也有所不同，因此对于这两类客户的销售方式也必须有相应的变化。

比如商铺客户考虑的更多的是收益回报率问题，那么我们就应该着重介绍周边的发展趋势与发展前景，坚定客户购买的信心，让其买得开心，买得放心。

以前总以为一个优秀的销售员必须有自己的个性，没有个性的销售员不过是个服务员而已。但是通过实践工作我才发现，一个真正成功的销售员除了必须有能够感染客户的个性外，更应该具备能够随时适应不同消费者心态的应变能力，同时牢记，专业、礼貌、主动服务、给予客户比他想象的更多，并坚持公司利益至上的职业操守。

所以，为了做好xxxx商铺的销售工作，我急待提高自身修养，无论从个人气质和专业能力方面都要把自己打造成一个适合xxxx地产大气之风的置业顾问。

另外，由于进入xxxx的时间不长，所以自己对公司的一些规章制度和流程方面还没有机会完全了解，偶尔犯下一些低级错误。虽然在主管的帮助下已经改善了许多，但肯定还有很多地方不够清楚，这方面也急待在今后的工作生活中得到改进，一方面自己会多学多问，另一方面也希望领导的鞭策，同事的提点。

我深知个人的发展离不开企业的发展，而热爱则是做好每件工作所必不可缺的。所以，在这充满希望的企业里，我必将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，严于律己，认真专研，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润!

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结五**

过去的20xx年可算是我工作上另一个转折点，更是一个新的开始。特别是自今年6月份接手营销策划工作，不知不觉，已有半年。回忆这一年的工作经历，有艰辛、有成长、有收获、更有前景。这一年既包含了太多的艰辛与不易，也取得了不错的工作业绩。成绩的取得离不开本人的勤奋努力，更与领导和同事们给与我的支持和帮助密不可分。现将今年工作总结汇报如下，请公司领导和同仁审议。

1、完成销售业绩；

2、完成销售物料的设计与制作；

3、完成媒体推广的执行；

4、完成公司领导交代临时工作；

5、协助领导完成风铃苑排屋开盘准备工作；

6、协助领导完成排屋客户交流会的组织落实；

7、协助领导完成样板房展示的媒体交流会；

8、协助领导完成样板房通道的布置展示。

这一年，伴随着公司的不断壮大，我也不断得到成长。回首自己的成长经历，感悟颇多。

勤奋学习是做好工作的基础。人可以不会不懂，但不能恐惧和无奈，越是不会越要笨鸟先飞，更加勤奋努力的学习。特别是我今年6月份接手营销策划工作后，由一知半解到现在对销售流程有一定的了解，背后其实下了不少功夫，也用了不少时间，当然也少不了同事之间的帮助。接触营销策划工作之后，才清楚明白到，工作量虽不大，却要学的是无比的多，销售知识永远是个无底深渊，但正因如此，我乐此不疲，越来越喜欢这份工作。我想作为一个置业顾问，不仅要精通卖房业务，对周边的一些知识也必须详细了解，这样才能更好的为客户服务，让客户感觉我们无论是从企业品牌、社区环境、物业质量以及员工素质各方面都比其它楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我在日常销售工作中，充分发挥善于思考的优点，通过对同事的观察学习以及对经验的归纳，总结出许多新的销售技巧和客户维护方式，并在随后的工作中通过实践加以修改和完善。事实证明，知识和创意永远是无穷无尽的。

热情服务是做好工作的关键。作为置业顾问这个职业和客户打交道，光有勤奋是不够的，必须还要有热情的服务态度，笑迎八方客，凝聚万家财，服务于客户，使他们能够体会到我们绿城周到热情的服务态度，我自己对这一点有着深深的体会和感受。我想相对于不同收入群体的购房心态及个人气质各方面肯定也有所不同，因此对于不同客户的销售方式也必须有相应的变化。比如面对不同文化水平和不同购房心态的客户，我们都应该有相对的谈判技巧和语气口吻来接待，让其买得开心，日后还想再买。在实践工作我还发现，一个真正成功的销售员除了必须有能够感染客户的个性外，更应该具备能够随时适应不同消费者心态的应变能力，同时牢记，专业、礼貌、主动服务、给予客户比他想象的更多，并坚持公司利益至上的职业操守。所以，为了做好销售工作，我急待提高自身修养，无论从个人气质和专业能力方面都要把自己打造成一个合格的置业顾问。

敬业爱岗是做好工作的前提。只有敬业爱岗，忠于职守，尽职尽责，一丝不苟，虚心学习业务知识，培养严谨的品格，全力以赴，才能在平凡的岗位上做出不平凡的成绩，才能获得价值的提升。这一年，我经历了无数次收获与失落，过程充满酸甜苦辣，行业文化使我体会良多，为人处事都让我不断成长与成熟，让我随时都保持一颗感恩的心去面对人和事。我喜欢超越对手挑战自己，这个行业很适合我，我在工作中享受与狼共舞的生存状态，这是一条不断超越，适者

生存的道路，是靠知识智慧立世的生存状态，我找到了适合自己的人生道路，我热爱这份工作。更重要的是我发现了自己的不足，不断完善自己，不断前进，坚持不懈，满腔热情的工作。热忱是工作的灵魂，热忱是战胜所有困难的力量，从工作的每一个环节，找到热忱，找到坚韧，也就找到了自信。

感恩忠诚是做好工作的根本。这一年里，我在这家公司获得的实在太多了，说也说不完，要多谢的不单只是一两个人，更不是一句\"谢谢\"就能简单了事。我要感谢主管，当我刚进入营销策划部时，自身有着太多的缺陷和不足，是她包容和教导我，很多次的利用下班时间跟我谈心沟通，改正了我很多积重难返的毛病。同时在工作中适时的给我压力和激励，让我时而如履薄冰，时而又充满信心，从不敢轻易有所松懈，逐渐成长为一名合格的置业顾问。让我更幸运的是我们拥有一个成熟和谐的销售团队，同事之间既有竞争更有帮助，每次分歧总能在沟通中消除，每次难题也常常在集思广益中化解。正因为有这样一群同事，我才能在销售部门迅速提升自己。俗话说，近朱者赤近墨者黑，因为有这样浓厚的企业氛围和团队精神，才给了我成长所需的养份。忠诚对我的工作来讲，首先，我的感受是我们对公司是否付出了全部的精力和智慧，对待每天的工作是否完全满意。我深信每位老板都希望自己的员工保持忠诚，每一位员工也希望有各个完善的老板。自从绿城那天起，我就记住了\"今天工作不努力，明天努力找工作\"作为自己的座右铭。

20xx年，既是新的一年，又是我一个全新的开始。对于即将到来的一年，对生活，对工作，我有着太多的希望和梦想。我打算在新的一年里，重点做好以下几项工作：

一是做好销售服务工作。在工作中，我要认真细心地为客户着想，通过自身良好品质的展现和坦诚、礼貌、周到、用心的服务，赢得市场和客户的信任，在潜在客户和老客户的心中树立良好的个人形象和公司形象，从而提高企业知名度和企业房产产品以及自己的信誉，为公司房产产品现在及未来的营销成功奠定良好的基础，也为自己未来的发展积攒了广泛的客户资源。

二是做好营销策划工作。积极培养市场意识，经常调查市场，及时了解到有关房产销售的各种信息，以及竞争对手及同类项目的发展动向。尤其是在与客户或准客户的频繁接触中，了解市场的最新资料，把握市场行情和发展变化趋势，认真听取客户对房地产

产品的议论评价和一些合理化的改进意见或者建议，从而为制定正确的房产开发计划和市场营销策略服务。

三是认真学习企业文化。积极参加企业文化的学习和培训工作，深刻了解企业文化的内容，理解企业文化建设的重要性，进一步提高自己的敬业奉献精神，更好地服务客户推动各项业务的发展。

四是提升自身综合素质。我将进一步加强学习，了解房产开发的整个流程，从产品研发到工程管理，再到营销策划等各个方面我都要有所认识。这样，在销售过程中，才能把客户提出的问题很好地反馈给上级领导，以便改进产品，提高居住品质。

五是完成领导交代的临时工作。

总之，在这充满希望的新一年里，我将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润！

房地产策划工作总结3

作为房地产策划人，必须具备房地产全程策划的能力，要熟悉房地产全程开发中的每一个环节，善于运用创新思维和已有经验化解全程开发中的问题和矛盾，使项目能够顺利运作并最终创造经济效益和社会效益。

房地产开发的最终目的和社会意义就是能够让居者获得舒适和满意的居住环境，在有限的资源下使居住条件达到最优化。作为房地产策划人，有责任把消费者满意作为自己的策划使命，在有限的土地上为消费者达到最优的居住空间。因此在土地获得之前，策划人就应该介入，这也是全程策划的开端。

全程策划的第一环节就是对土地进行调研，开发商在拿地之前，应该对拍卖地块进行周密的调研和经济预算，以求得到可以支付的最大拿地成本，降低拿地风险。土地调研和成本利润率核算几乎是同时进行的。对于地块的调研主要包括：地块基本条件和规划指标，地块所处城市位置和周边资源，地块所在城市房地产市场宏观环境、地块所在城市房地产微观环境，地块所在城市房地产市场预期等，对于地块经济效益的测算主要是成本利润率的测算，其中需要重点考虑的是：不同的拿地成本所带来的利润率、开发周期的预估、市场价格的预测、风险的预测，还有就是资金的机会成本评估。

随着开发商获得土地后，策划人的工作将正式展开并进入有计划和有步骤地阶段。第一阶段是项目的前期规划，通常认为项目建筑规划，园林景观规划只是设计院和园林景观的工作，这种看法是错误的。设计院虽然能够设计出好的产品好的建筑，但未必能够以市场为导向设计产品，也就是通常所说的需求导向。例如建筑类型的规划、户型比例的把握、户型的创新需求等，因此在做项目前期规划之前，相应的要对市场进行调查。首先就是要对市场的需求进行调研以此进行建筑类型设计（如高层小高层、多层、别墅等）、户型配比（如一房、两房、三房、越层、单身公寓等）、户型创新（如入户花园、观景阳台、空中庭院）等设计。在做好规划前的市场调研后，开发商、策划师和建筑设计人员要集中开动脑大会，开发商根据经验提出对项目规划的看法，建筑设计人员从建筑角度提出项目看法，策划师则侧重从市场分析的角度提出对项目规划的看法，也就是说策划师更加侧重规划的可行性，能够在项目推出后满足市场需求。这种需求导向对于一个商品房项目是至关重要的。同时策划师还要从

国家宏观政策的角度出发提出建筑规划中所应规避的问题点。

建筑规划设计的同时，也是项目卖点提炼的过程，作为策划人在这一阶段必须要有意识的把握建筑规划中可以作为项目卖点的东西加以提炼，这为日后做项目定位，卖点总结都有很大的帮助。同时，策划师还要对项目建筑做全盘性的理解和把握，掌握项目的优势和劣势，建筑园林景观、建筑类型、风格、户型比例、创新点等等。

在建筑设计方案审批通过之后，开发商将着手于项目施工，在正式施工之前，施工方和开发商要订出项目施工进度计划，策划师必须要对这一份施工进度计划有足够的掌握，以施工进度安排为基础才能准确的制定项目的推盘计划。

在建筑规划中后期，市场人员配合策划师要对项目所处市场进行一次深入的市场调研，做出一份集合真实性、实用行、全局性的市场调研报告。这一份调研报告可以说是提交给开发商作为项目操盘参考的依据，内容涉及了项目自身调研总结（swot分析、配套资源调研、卖点汇总等）、宏观房地产市场分析（宏观政策、房地产市场现状、供给与需求、整体价格、房地产市场预测等）、微观房地产市场分析（项目所在地楼盘汇总、项目所在地竞争性楼盘等）、消费者调研（需求分析、层次分析）、项目初步定位等，这份市场报告将为项目市场定位、推广主题、目标客户选择、定价策略、开盘周期策略、广告策略提供可靠依据，因此是至关重要的。

通过前期的土地调研、建筑规划前第一次市场调研、建筑规划设计、第二次全面市场调研、施工进度安排等一系列工作，策划师开始进行项目的操盘运作策划，首先要对项目进行市场定位，市场定位要结合项目卖点和所处的竞争环境给项目找准当前市场上的位置，定位务必要保证明确性和准确性，市场定位将作为项目推盘的核心贯彻推盘全过程。通过市场定位，在客群分析的基础上找准本项目对应的目标群体，着力明确目标群体的购买动机，购买行为，接受信息渠道。在市场定位、目标客群分析的基础上，为项目提炼出推广主题，这一主题即是项目的营销主题，贯穿项目推广的全过程，也是项目的广告主题，将反应项目最核心最优势的卖点。

拟定项目的总体营销推广思路（推盘思路）是前期计划的最重要一环，推广思路应明确运用何种方式推盘；运用何种营销方式引爆市场，使项目成为市场关注点；同时还要明确推盘时间的把握和控制；营销创新点的设计安排等，可以说总体营销推广思路是项目营销的前

提和主线，策划者必须对市场和消费者充分理解的基础上才能做出正确的思路选择。整体营销推广思路下是项目推广的策略环节，分策略计划是项目执行的基础，主要包括了：项目分期推广策略、价格策略、开盘营销策略、阶段广告策略、现场销售策略、公关活动策略等。这些计划制定要求既要有切实的可操作性，又要有前瞻性。到项目执行阶段，对分策略计划的执行要根据当时市场情况变化采取灵活运用，且不可拘泥于计划、循规蹈矩。

广告策略是房地产营销推广的主要手段，广告策略主要包括了：广告计划的制定、广告媒体的选择、广告主题和文案的编写（广告表现）、广告设计、广告分阶段计划、广告预算等。制定广告策略应根据楼盘的差异性而有所不同，不同档次、不同区域、不同的目标群体都相应有其独特的广告策略。这里要对比一下房地产策划师和专业广告公司的区别，专业的广告公司无疑是广告行家，对广告表现、广告手法的运用都有其独到和专业之处。可以说专业的广告公司会把房地产广告做得更像广告，更有艺术性和美感。房地产策划师则在对项目的理解、广告主题把握、广告阶段推广和投放计划上拥有不可替代的优势，他们劣势是写出的文案过于现实性、缺少美感，甚至大多直白平

淡，不具有冲击力和表现力。因此对比广告公司和策划师，二者有利有弊，值得互相取长补短。现今有很多专业广告公司出来的房地产策划师能够很好的弥补了二者的缺憾。

房地产广告应用的媒体与日常消费品应用的广告媒体也有所不同，房地产对广告媒体的选择和搭配上都有其独特的一面，房地产广告更多的应用大众传媒的报纸和杂志作为传播媒体，而较少用电视广播等。同时每一个房地产项目都有一个销售中心，楼书、户型图、海报的平面广告就成为房地产主要的宣传媒介。

房地产广告表现包括了广告主题、广告文案、广告设计，这些文字大多见诸于平面媒体，如报纸、楼书、海报、直邮、招贴、户外广告牌等。房地产广告与日常大众消费品的广告不同之处还在于，前者广告诉求单一、集中最核心的卖点吸引目标客户同时区分竞争对手，例如沃尔沃轿车主力诉求是安全，海飞丝广告主打去屑等。而房地产广告必须是全面表现楼盘优势的广告，在表现项目核心优势的同时，尽可能的多罗列项目卖点，甚至一个卖点就可以做成一则广告投放。可以说如何用最具吸引力和创造力的文字把项目卖点表现出来，是房地产宣传推广成功与否的关键，一则兼具了吸引力和独特性的广告能够更好的区分竞争楼盘，便于受众记忆。对于广告文案的撰写我个人更倾向与以宣传卖点为主，艺术渲染为辅。看过

了太多现今房地产广告，大多数是炒概念，烘托形象，斯斯文文、华而不实，反而对项目主力卖点介绍的很少，这种舍本逐末的行为多半会发生在广告公司身上。

这里值得一提的是，楼盘销售过程中如果出现销售情况不利，没有按照预期的销售进度时，那么我们就要适时地修改调整广告策略。在调整之前应该对前期广告效果进行调研并召开动脑会议找出前期广告不足，重新制定新的广告策略。调整的方式可以是对广告媒体的更换，广告发布时机的重新选取，广告投入增加，广告文案的调整，甚至必要的话广告主题也可以进行更换。当然销售不利可能是多方面的原因，如：楼盘定位不准，市场容量有限，销售淡季、宣传推广不到位等，这里从广告推广的角度考虑，不论什么原因导致销售不畅，都应该对广告策略进行相应调整。

开盘是项目取得预售许可证后正式销售的开始，开盘策划在楼盘营销推广中的地位举足轻重。在销售中心建立、销售人员进场到开盘这段时间，通常在房地产营销中所说的蓄水期阶段就要确定开盘策略。通常情况下，蓄水期阶段售楼处的工作主要是：销售道具准备、销讲培训模拟，销控表制定、销售的各种表格准备、接待来人来电、区分意向客户、前期预约和vip卡发售（在不允许收售定金的情况下，以会员制或者vip卡的形式积累客户是比较有效的方法）等。从蓄水期到开盘日时间的把握不应控制过死，应根据客户积累情况和市场竞争情况适当调整开盘时间，蓄水期过长或者过短都不利于客户的积累，影响开盘效果。

开盘的过程实质上是预约客户选房、签订认购合同的过程，而在整个操盘过程中，开盘对楼盘造势和宣传都起到了巨大作用。因此许多代理商会在开盘时作很多活动和宣传工作，以此达到宣传推广和造势的目的。开盘的准备主要包括了开盘流程制定、开盘方式选择、认购合同准备、开盘活动安排、开盘应急预案等。这里主要强调开盘方式的选择，通常用的开盘方式例如摇号法、排号法、vip客户优选法、所谓的开盘方式主要还是客户的选房规则。这里运用什么样的方式取决于前期客户的积累情况和项目的规模。在客户积累情况很好供不应求的情况下，通常采用排号方式，排在前面的客户有优先选房权。使用vip卡的方式通常是蓄水期的vip客户按照vip卡的排号顺序选房。开盘考验的是一个策划人的协调能力和组织控制能力，因此合理有序的开盘流程，科学民主的开盘方式都显得尤为重要。开盘的好坏直接影响到楼盘销售期的销售情况，一个场面热烈、井然有序、具有轰动效应的开盘将为楼盘销售创造一个良好的开端。

楼盘价格策略包括了楼盘定价和价格走势预测，定价需要以定性和定量的方式科学的制定，常用的定价方法有成本导向定价法和市场导向定价法，现实当中，通常两种方法加以结合应用，成本导向这里不必细说，市场导向定价法主要是针对目前市场同类项目的价格制定出既有竞争力，又符合本项目定位的价格，通常采用市场价格比较法系数修正表来制定价格，这种方法是通过定量比较得出的，从定性角度，同样不能忽视策划师和开发商多年来对楼市价格的经验把握，通过二者结合加上市场调研最终得出楼盘价格，制定好的楼盘价格同样不能限制太死，应根据市场的走势和价格的浮动有所变化，目前房地产市场价格涨幅过快，楼市价格急剧变幻，因此要求策划师能够掌握先机，提前预测楼盘价格走势，以期在合理的价格内获得较大利润，通常定价策略包括低开高走、平开高走、高开高走等，一般情况下楼盘定价较多使用低开高走策略，有利于先期销售顺畅和价格的抬升。

公共关系策略在楼盘营销中是比较常用的营销手段，这里不在赘述广义的公共关系，楼盘公共关系策略主要包括了活动营销和政府公关，活动营销主要指通过各种活动策划达到宣传楼盘知名度和影响力的目的，最终促进销售。活动营销具体包括了谢老客户答谢会，开盘演出活动、产品推介会、楼盘新闻发布会、明星代言、楼盘创新发布会、楼盘评比活动、各种酒会名车会、赞助或捐款各类公共活动和公益活动、参加官方或非官方的房展会、楼盘事件营销（包括开盘活动、封顶活动、入住活动等）等，活动应根据楼盘销售的不同时点适时地推出。所谓的政府公关主要是和政府及下属机关打交道，争取在第一时间得到政府颁发的房地产法律法规、市政规划、宏观经济调整等信息，这些信息对楼盘营销的影响不可小视。开展公共关系策略要把握三点：1是活动的成本控制，在有限的广告成本下活动营销应尽量控制成本，以防超出广告预算。2是必须有明确的目的性，公关活动的目的必须是明确的，每一个时段，不同的销售节点的公关活动必定是与之后的销售情况或者企业发展相关。3公关活动要针对特定的目标人群展开，房产消费群体在整个消费群体的比例是非常小的，公关活动在开展之前锁定目标群体、做到有的放矢才能取得良好的效果。可以说没有明确的目的性、没有选择目标消费群体展开公关活动无疑是浪费钱财。

一个楼盘在推广时，大致可以分为以下几个阶段：入市期、蓄水期（积累期）、开盘期、开盘强销期、持续期、第二强销期、第二持续期、尾盘期。每一个阶段都有特定的推广目标和工作安排，拿蓄水期来说，这一阶段主要推广目标是楼盘形象预告、知名度和影响力的提

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结六**

九月份的工作未见实际成效，让我十分沮丧，在同事和王经理的帮助下使我化悲痛为力量，增强了自己的信心。认识到这个月业绩差的原因，以及在下个月的工作中更加注意调整自己的心态以及学习同业优秀置业顾问的销售技巧。现就九月份工作中的薄弱之处总结如下:

1)、没能很好的调整自己的销售心态，总是太急功近利，急于求成，太注重个人以及公司的销售业绩，销售心理战术方面做得不够好。

2)、没能很好的抓住客户的购房心理以及吸引客户的亮点，对客户没有针对性的讲解，导致没能很好的了解客户的购房心理等等。

3)、对楼盘讲解过多，没有进行系统条理的分析客户的需求而导致客户听后当耳边风，甚至很多内容客户不易记住。

4)、对于专业知识以及楼盘的综合知识方面，在领导的培训下基本已经很熟练的掌握，但在销售技巧和技能方面不能很好的运用到实践中。

以上各条是在我冷静的思考和同事们的分析下得出的总结、在下个月的工作中一定时刻铭记各条，面对每一位客户都保持良好的心态；在铭记和纠正以上各条错误的同时多学习心理学方面的知识，所谓知己知彼百战百胜。我相信如果能判断出客户的购房需求再进行正对性的楼盘解说后一定能有优异的成绩。

感谢您阅读工作总结频道的《最新房地产策划工作年终计划及总结模板汇集》一文，希望帮助您解决写工作总结的需求和参考，如果本文还未解决您的需求，可以继续访问栏目。

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结七**

20xx年胜利之歌已经奏响，时间的车轮推动着满载硕果的列车正开往20xx年那个阳光明媚、充满希望的春天，现在正是回顾过去，展望未来的日子。

我进入xx公司已将近两年的时间，在公司领导强有力的带领以及关心支持下，个人在20xx年取得了不小的进步。在此，我衷心的感谢皮总对我的信任与栽培；感谢各位领导对我工程技术上的指导与教育；感谢所有同事对我工作上的支持与生活上的关心。我只能尽最好的工作态度、发扬学海无涯的精神，来回报大家，从而提升自身综合素质。

现将20xx年的个人工作情况作如下总结：

一、20xx年工作情况

1、深入贯彻公司各项规章制度。

作为xx公司的一员，我为这个团队感到自豪，同时也感到自身的压力。工作中，我以公司的各项规章制度为准则，严格要求自己，在坚持原则的情况下敢于创新，更快更好的完成工作任务。作为一名优秀员工，要以“政令通畅、纪律严明”为核心思想。按时、按量的落实领导安排的工作任务，谨记“落而不实等于没有落实的道理”。

2、工程部资料的整理工作。

认真履行工程资料、收发文、行政资料的整理，努力做到条理清晰，归档有序。落实工程相关人员的联系联络工作，保证信息的通畅，为工程建设提供后勤服务。

3、售楼部与办公楼的值班工作。

这虽是一个平凡的工作，但我一直全心对待。因为这不仅仅是皮总的信任，它还关乎公司财产的安全，也是公司形象的象征。

4、“xx小镇”二标段第一负责人的工作。

（1）安全生产情况。

安全生产以预防为主，提高安全意识，是工程质量和控制成本的基本保障。积极与监理、施工单位就安全工作进行沟通协调，参与不定期的安全检查，并记录在案。20xx年浩宇（二标）发生安全事故三起。

（2）工程质量情况。

①施工现场的跟踪，参与隐蔽工程验收的工作，严格要求按图施工，遵守施工规范。

②深入现场，对现场的布置做更深层次的了解，在掌握第一手资料后，查阅相关资料，积极向工程部领导汇报，为施工方案的编制，提供可靠的数据。

③加强与监理人员的联系，充分发挥监理体系的质量控制能动性。

④参与二标段各项质量检查，对质量隐患记录在案，一则可以跟踪整改到位，二则可以防止类似问题发生。

⑤至11月15日二标段8栋建筑，分两批全部中检合格，无重大质量事故。

（3）工程进度情况。

①施工过程中对施工单位进度目标进行动态跟踪和控制，加强与监理和施工单位负责人的联系，避免工程进度无故滞后。

②按照二标段进度计划的要求，收集施工进度实际值。

③定期对浩宇公司项目部提供的施工进度计划值与工程进度实际值进行比较分析，积极向上级汇报，查找滞后原因，以便采取有效的纠偏措施。

④浩宇（二标）共8栋建筑于3月11日开工。至10月17日主体工程依次封顶；至11月15日分两批全部中检合格；现已进入装饰装修施工阶段。

（4）施工现场的旁站。

①通过现场旁站深入了我对施工工艺的了解，有利于加强质量控制。

②现场旁站记录以及收集现场影像资料，是工程签证的重要依据，有效控制建设成本。

5、认真完成领导安排的其它工作。

积极、主动完成领导临时安排的其它工作，时刻端正工作态度，勿以善小而不为、勿以恶小而为之。

二、工作中的不足

回想自己本年度的工作，虽有一定工作量，但是闪光点不多，许多工作还有不尽如意之处，突出分析如下：

1、欠缺计划性和预见性

在工作过程中，由于经验缺乏，没有整体的计划性和预见性，导致目标不明确，主次矛盾不清晰，常常是“事倍功半”，领导不满意不说，自己还一肚子憋屈。好在有公司领导的细心指导，总算没有走太多的弯路。

2、专业面狭窄

作为土建工程师（虽然我还未考得工程师证，但我无时无刻不以工程师的标准来要求自己，压力往往是一切动力的源泉。）在基本熟悉图纸的情况下，我欠缺对施工规范、施工工艺、法律法规的了解程度。在以后的工作过程中，我会加强各方面的学习，充分利用公司资源，提高自身的主观能动性，争取能成为一专多能的人才。

3、不够细心

①资料的整理，还是未能达到清晰有序，有待积累与提升。

②二标段本年度虽未发生重大质量事故，还是因为图纸等问题出现了一些质量瑕疵，没能提前发现问题。

③领导安排的其它任务，有时候因为粗心，而耽误了时间。

④要加强记录工作，俗话说“好记性不如乱笔头”。

三、工作心得、自我激励

1、在沟通上有所进步。

发现问题积极向工程部领导汇报，保证工作质量；加强与监理、施工单位的联系工作，保证信息的通畅与快捷；有效的与班组长、工人沟通，因为有些质量控制现场管理要比会议更直接，效果更好。

2、专业知识有所增强。

刚来xx公司，无论专业知识或者工作经验，我都非常不足，经过将近2年的锻炼，加上公司各位领导的悉心指导与专业书籍引领，工作中多了一份得心应手，少了一份茫然。当然，离领导的要求还很远，我会再接再厉。

3、深入施工现场

作为工程管理人员，特别是作为经验欠缺的我，要深入施工现场观察与学习，脱离现场的管理，免不了纸上谈兵。马克思说的好“实践是检验真理的唯一标准”。

四、今后努力方向

“xx·xx小镇”是我发挥能力与才华的平台；是我学习更多专业管理知识的校园；是我体现人生精彩价值的舞台，因此我非常珍惜我的工作，重视我的每一次提升与锻炼的机会。绝不辜负公司对我的信任，要对得起皮总对我的栽培。

拥有良好的人格素质与过硬的专业素质是我做人、做事的宗旨；“先做对，再做好”是我要发扬的精神；“事实胜于雄辩”是我信奉的座右铭；缺点、弱点不少，可我一直在努力改正。我真诚的希望在今后的工作中，各位领导、同事对我多加指导、考核与批评，再次谢谢你们！

最后，在进军20xx年的号角吹响之前，我预祝大家在新的一年里身体健康、万事如意。我们期待20xx年xx公司全体员工在皮总的带领下，继续打造“xx小镇”精品工程，引领江南房地产潮流。

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结八**

20xx年即将结束，我进入公司已经两个月了，总结一下工作的心得。

一、专业技能

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，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。

销售经理来了之后，对我的踩盘则提出另外的要求，销售率成了踩盘的重点，整体销售了多少?哪些户型销售的好?客户是哪个地区?要尽可能的得出具体准确的数据。

踩盘是有很多技巧的，这个到下个篇章再具体来说。

二、学习方法

1、多看

要看大量的策划方案，但是自己的经验对于理解这些方案是很大关系的。一开始接触到策划案，一点感觉都没有，不明白项目这样的情况是多危及，系列的营销活动又是怎样力挽狂澜的。在听臧总分析项目，并写过策划案之后，看策划案马上就有很大进步，立马可以抓出策划案的核心，知道他们想要干嘛，会采取哪些方法来做。不过方法光看是没用的，凡是亲身经历了才知道水深水浅，才有经验。

2、实践

做事情前，要对为什么做这个事情，会达到什么效果心里要有数，不光要知道自己要做什么，还有知道其他人的分工，要有总局的把握。然后做的时候就验证预期的时候，这个过程可以变的很有趣。如果你是一个不怎么重要的角色，整个活动你知道的信息不会很多，对活动的把握自然就没有。那么就在做的过程中认真观察，梳理出来每批人都在负责什么，要想达到什么效果，在活动结束后，就能最大可能的掌握活动内容。各大活动大同小异，包括的都是几个部分。这次公司组织的中国旅游地产论坛，规模是很大的，来了很多全国重量级地产人物，参与到组织活动的其中，以前对大型活动，大型公司、大人物的崇拜感一下子就没了。再大的活动，重要的不外乎几点：制造出可以供不断炒作的噱头，请到大量的重量级人物，联系好重要媒体，安排好他们的行程和食住。

3、跟在师傅们的后面

很多东西不是口教或者安排课程来教会的，就是需要时间的潜移默化的。默默的跟在师傅们后面，看他们怎么说话，怎么行事，耳濡目染，提高自己。

4、自己创新

任何活动都要积极参与进去，当成安排到自己的任务，尽可能的想出解决的方法，并最好有多种方法。已经知道的方法，懂得怎么做就可以。创新很重要，想到大家没想过的，在你知道自己说出这个想法，可以得到赞许时，找机合适的时候发表自己的看法，如果不确定，先问过你的直接上司或者同事。

创新，并且能创新到很好，可以让上司关注到你，对于我来说，我是很喜欢创新的人，而且是喜欢大的创新，比方说创新造一座城之类的，在我进公司前，说我这些想法是会被取笑死的，但是在公司后，大家都习以为常的鼓励创新，在我以前看来是大的创新，在这里都有可能实现，大家会给很多的建议。我曾经提出来就专门为富二代做一个项目，完全满足他们炫酷的生活方式，提供一个集中的大舞台来给这样一批人来玩乐，师傅们听了觉得不错，就好好的谈论了番。在去外滩中心提案的时候，我发现他们的经理也是很有意思的，他想要在他们的项目做一个大型的海上广场，免费提供给华谊兄弟，只要他们把所有的最新产品发布会都放在这里举行，每个月让他们的一个或几个一线明星来这里表演一次。这样的话，不仅仅是对项目有很大的意义，对海口、海南来说都是非常棒的，游客来海南不仅仅可以看风景，更可以享受追星的乐趣。无意之中听到经理说，有人要在万绿园做一条艺术长廊，把世界级的艺术品拿过来展出，这样的话，海口的文化层次有上了一个台阶，万绿园完全靠风景的局面就完全得到改变。海南就是一个娱乐场，是有钱人的冒险城，他们可以随心所欲的打造一个个惊奇。虽然比不上迪拜，但我能有幸参与，或者说是观望到这样的游戏，也让我激动不已。

这两个月收获很丰富，但我销售经验的不足明显影响到对项目的理解，要想办法增加自己的销售经验了。暂时先总结到这里，再接再厉，多多学习专业知识。

销售经理来了之后，对我的踩盘则提出另外的要求，销售率成了踩盘的重点，整体销售了多少?哪些户型销售的好?客户是哪个地区?要尽可能的得出具体准确的数据。

踩盘是有很多技巧的，这个到下个篇章再具体来说。

二、学习方法

1、多看

要看大量的策划方案，但是自己的经验对于理解这些方案是很大关系的。一开始接触到策划案，一点感觉都没有，不明白项目这样的情况是多危及，系列的营销活动又是怎样力挽狂澜的。在听臧总分析项目，并写过策划案之后，看策划案马上就有很大进步，立马可以抓出策划案的核心，知道他们想要干嘛，会采取哪些方法来做。不过方法光看是没用的，凡是亲身经历了才知道水深水浅，才有经验。

2、实践

做事情前，要对为什么做这个事情，会达到什么效果心里要有数，不光要知道自己要做什么，还有知道其他人的分工，要有总局的把握。然后做的时候就验证预期的时候，这个过程可以变的很有趣。如果你是一个不怎么重要的角色，整个活动你知道的信息不会很多，对活动的把握自然就没有。那么就在做的过程中认真观察，梳理出来每批人都在负责什么，要想达到什么效果，在活动结束后，就能最大可能的掌握活动内容。各大活动大同小异，包括的都是几个部分。这次公司组织的中国旅游地产论坛，规模是很大的，来了很多全国重量级地产人物，参与到组织活动的其中，以前对大型活动，大型公司、大人物的崇拜感一下子就没了。再大的活动，重要的不外乎几点：制造出可以供不断炒作的噱头，请到大量的重量级人物，联系好重要媒体，安排好他们的行程和食住。

3、跟在师傅们的后面

很多东西不是口教或者安排课程来教会的，就是需要时间的潜移默化的。默默的跟在师傅们后面，看他们怎么说话，怎么行事，耳濡目染，提高自己。

4、自己创新

任何活动都要积极参与进去，当成安排到自己的任务，尽可能的想出解决的方法，并最好有多种方法。已经知道的方法，懂得怎么做就可以。创新很重要，想到大家没想过的，在你知道自己说出这个想法，可以得到赞许时，找机合适的时候发表自己的看法，如果不确定，先问过你的直接上司或者同事。

创新，并且能创新到很好，可以让上司关注到你，对于我来说，我是很喜欢创新的人，而且是喜欢大的创新，比方说创新造一座城之类的，在我进公司前，说我这些想法是会被取笑死的，但是在公司后，大家都习以为常的鼓励创新，在我以前看来是大的创新，在这里都有可能实现，大家会给很多的建议。我曾经提出来就专门为富二代做一个项目，完全满足他们炫酷的生活方式，提供一个集中的大舞台来给这样一批人来玩乐，师傅们听了觉得不错，就好好的谈论了番。在去外滩中心提案的时候，我发现他们的经理也是很有意思的，他想要在他们的项目做一个大型的海上广场，免费提供给华谊兄弟，只要他们把所有的最新产品发布会都放在这里举行，每个月让他们的一个或几个一线明星来这里表演一次。这样的话，不仅仅是对项目有很大的意义，对海口、海南来说都是非常棒的，游客来海南不仅仅可以看风景，更可以享受追星的乐趣。无意之中听到经理说，有人要在万绿园做一条艺术长廊，把世界级的艺术品拿过来展出，这样的话，海口的文化层次有上了一个台阶，万绿园完全靠风景的局面就完全得到改变。海南就是一个娱乐场，是有钱人的冒险城，他们可以随心所欲的打造一个个惊奇。虽然比不上迪拜，但我能有幸参与，或者说是观望到这样的游戏，也让我激动不已。

这两个月收获很丰富，但我销售经验的不足明显影响到对项目的理解，要想办法增加自己的销售经验了。暂时先总结到这里，再接再厉，多多学习专业知识。

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结九**

20xx年是本人参与项目执行工作最多的一年，在集团公司总裁和项目公司的悉心关怀下，个人得到快速的成长，工作效率及质量有较大提高，主要完成工作如下：

1、项目执行工作宝龙广场项目是本人进公司来重点跟进的项目，主要开展市场招商调研、客户接待、文案活动策划执行方面的工作，具体如下：

完成宝龙广场项目策划推广文案、20xx年度总结写作；项目前期招商接待工作；协助接待中心启用前期装饰安装工作；项目相关软文写作；跟进并实施项目宣传推广事宜；协助专题片制作组完成制片工作；持续跟进并协助报广设计、现场包装及物料设计工作，并充分运用报纸、电视台、广播电台、自办刊物等广告资源对项目开展了多渠道的宣传；完成项目阶段推广计划、客户营销活动方案写作等；协助项目推广工作的开展及媒体宣传的跟进工作。

2、个人学习及提升在本职工作完成之余，通过计划性的跑盘工作及区域市场研究来熟悉市场情况，从而加深对青岛与九江市房地产市场的进一步了解，同时还时刻关注行业政策的变化。

坚持进行专业文章及项目软文的写作，用来提高个人的写作能力及逻辑思维能力，为项目的策划推广工作打好坚实的基础。

3、工作总结回顾20xx年工作，本人感觉从专业能力及工作态度上，较之于20xx年有了一定的进步和提高，主要表现在：

工作态度有明显进步；对项目策划推广工作的计划性与推动力有深刻的认识；能独立完成项目策划推广执行过程中的部分工作；策划报告写作能力有较大的进步；有意识进行专业提升及个人学习。但同时还有许多的不足之处有待提高：

工作主动意识需要进一步加强；沟通及表达能力需要不断提高；执行工作中细节关注不够；专业提升及个人学习需有计划性并及时进行总结。

基于20xx年度工作回顾及总结，也有一些心得体会来进行分享：

1、专业，来自沉淀不积硅步，无以至千里。任何一个人的知识与能力的提升都是在项目服务过程中，不断积累，不断修正，不断完善的。只有专业的沉淀与坚持不懈的努力，才能取得团队和个人的成功。我在具体的项目执行工作中，也是在有计划地完成专业沉淀，完成原始积累，并在今后的工作中修正。不敢求一步到位，将来再行完善。只有达到足够的专业沉淀，才能真正做到“厚积而薄发”。

2、团队，在于有效沟通没有一个团队是可以不通过培养和耐心的沟通就可以达到团结和谐的。只有有效沟通才有理解，有理解才有更好的合作，有好的合作才能建立高效的团队，有高效的团队才可能有强大的专业公司。在企划工作中，没有个人行为，只有团队行为，唯有团队合作才能发挥强大聚集力量，达到事半功倍的效果。但在现实工作中，无论是领导者和团队成员之间，还是团队成员之间存在着或多或少的沟通障碍，这就要求发现问题及时沟通、及时协商和解决，在沟通中构建巩固和健全的团队精神。

3、学习，永无止境企划是一个复合型的行业，除专业的策划推广知识外，还需要了解从项目前期规划、设计、工程建设及后期物业管理的方方面面。任何一个小的细节问题都需要大量的时间和精力去摸索、研究，对于一个优秀的房地产企划人来说，学习应该是永无止境的。

1、个人展望专业能力快速提升

通过项目实践结合自我学习，快速提升个人专业能力，积累丰富的操盘经验，并及时的总结和调整。扩宽个人的知识面，积累丰富的专业知识，提高个人的口头表达和书面表达能力，真正做到一名优秀的策划人。

突破商业地产知识瓶颈入职近二年来，参与的项目基本为商业地产项目。继住宅地产开发主流之后，商业地产现正逐渐成为地产开发市场的新宠儿。如果想成为一名优秀的策划人，对于商业地产知识应该去充分的了解和学习，准确的产品定位、目标消费群体定位和招商是商业物业成功开发的关键所在。在20xx年本人将通过案例借鉴和自我学习，在商业地产方面有所突破。参与团队建设希望能够参与到团队建设中去，熟悉项目执行过程中的各个环节度，明确工作目标，提高工作效率，加强内部人员间的团结合作，互相紧密配合，充分挖掘集体的潜力。对工作的每一个细节进行检查核对，对工作的经验进行总结分析，从怎样节约时间，如何提高效率，尽量使工作程序化、系统统化、条理化、从而更进一步，达到新层次，进入新境界。

2、对于公司的建议个人认为，公司是一个能让员工价值有足够展示空间的企业，公司发展同科学管理模式的运用和团队、个人发展密不可分，一流的专业公司应同时具备一流的管理水平，技术和管理两方面都是不能偏颇的。我能有幸成为宝马的一员，也希望真正与团队一起，努力实现公司效益和个人价值最大化。

从公司层面来说，员工也需要得到公司的充分信任与认可，让我们在公司提供的平台上，可以尽情地发挥出各自的主观能动性，为公司创造更大的价值。回首总能够发现差距，展望总能够找到力量。新的一年有新的开始，“厚积薄发，学而知新”的理念支持我在策划推广这个行业中一步一步往前走。

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结篇十**

尊敬的董事长、各位来宾、各位同仁、各位员工：

今天我满怀感激与喜悦之情，站在这里代表沈阳置业有限公司总结已经过去的一年多的工作。

首先，感谢公司的股东。是公司股东的高瞻远瞩，以战略投资的眼光投资1亿7千万元成立了这个具有巨大发展潜力和光明前景的公司，非常感激股东一年多来给予了我们以充分的信任、理解和全力的支持。

在这里我也要感谢公司的全体员工及各位员工家属，是大家共同的辛勤努力，创造了“河畔新城”这一沈阳房地产界新品牌，树立了沈阳房地产界一面大旗。面对未来，我为公司拥有这样优秀的干部和员工更加充满信心。下面我代表沈阳华新联美置业有限公司做过去一年多来的工作报告。

一、主要经营指标

自20xx年5月份公司正式组建，河畔新城一期可售房屋总套数555套，认购率100%；已经签订《商品房买卖合同》并缴纳房款666套，签约率99%，尚未签约部分预计至明年6月份之前，部分主体封顶以后全部签约。可售住宅面积达22万平方米，预计实现住宅销售收入6亿元；半地下车库、库房、网点销售收入1万元，总销售收入5亿元，预计实现利润2万元。同时形成的股东资产有俱乐部、幼儿园、销售中心、物业用房等。据有关政府部门统计，在20xx年沈阳市住宅房地产开发项目中，河畔新城销售总额、销售率、销售速度三项指标均位于沈阳市第一位。

二、工程进展情况

20xx年河畔新城项目建设取得了突飞猛进的发展，河畔新城于20xx年xx月xx日正式开工，总占地面积约16.3公顷，一期总建筑面积14.3万平方米，20xx年全部开工。由于场地动迁和高压线迁移迟缓，五栋多层住宅7月份开工，二栋小高层和三栋多层九月底开工。

三、企业品牌建设

品牌是消费者对产品或企业的信赖与忠诚，而且是长期与持久的信赖与忠诚。品牌是在激烈的市场竞争中独树一帜，也是对消费者的郑重承诺，是企业综合素质的体现。未来长期在市场竞争中取胜的法宝就是品牌。

因此，公司成立之初，下决心、花功夫进行品牌的建设，并成功的迈出了第一步。我们在去年就提出“河畔新城”要成为沈阳房地产界的一面旗帜。目前，在沈阳市民中流传着这样一句口头禅“南有河畔新城，北有格林梦夏”，昭示着河畔新城品牌已开始深入人心。

四、企业管理

企业管理的科学化、规范化、有序化是企业正常运作和发展的基本条件。公司成立之初首要的工作就是迅速建立科学的组织机构、工作流程和工作秩序，规范部门工作职责和岗位责任制，短时间内公司进入正常运行状态，使各项工作流程清晰、责任明确、有章可循、有序运作。

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结篇十一**

岁月不居！转眼间我来到xx工作将近一年了。时间催促我即将告别20xx，憧憬激励我在20xx年开创事业的新高。为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短，现将20xx年工作情况总结如下：

自20xx年x月x日工作以来，我认真完成工作，努力学习，积极思考，工作能力逐步提高。伴随着——房产的蓬勃发展，特别是20xx年又荣获“———”，我所工作的策划部作为公司的宣传部门尤为重要。对外宣传的每一篇资料，每一句话都代表着公司的形象。所有，我在实际工作中，时时严格要求自己，做到谨小慎微。

此外，火车跑的快还靠车头带，由于刚参加工作，无论从业务能力，还是从思想上都存在许多的不足。在这些方面我都得到了公司领导、部门领导的正确引导和帮助，使我在工作能力提高，方向明确，态度端正。从而，对我的发展打下了良好的基础。

20xx年是我真真正正走上工作岗位的第一年，对于工作或者说事业，每个人都有不同的认识和感受，我也一样。对我而言，我通常会从两个角度去把握自己的思想脉络。

首先是心态，套用米卢的一句话“态度决定一切”。有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。具体而言，我对工作的态度就是选择自己喜爱的，然后为自己的所爱尽自己的努力。我一直认为工作不该是一个任务或者负担，应该是一种乐趣，是一种享受，而只有你对它产生兴趣，彻底的爱上它，你才能充分的体会到其中的快乐。我相信我会在对这一业务的努力探索和发现中找到我工作的乐趣，也才能毫无保留的为它尽我的力量。可以说，懂得享受工作，你才懂得如何成功，期间来不得半点勉强。

其次，是能力问题，又可以分成专业能力和基本能力。对这一问题的认识我可以用一个简单的例子说明：以一只骆驼来讲，专业能力决定了它能够在沙漠的环境里生存，而基本能力，包括适应度、坚忍度、天性的警觉等，决定了它能在沙漠的环境里生存多久。具体到人，专业能力决定了你适合于某种工作，基本能力，包括自信力，协作能力，承担责任的能力，冒险精神，以及发展潜力等，将直接决定工作的生命力。一个在事业上成功的人，必是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

20xx年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，努力学习，提高工作、业务能力。积极响应公司加强管理的措施，遵守公司的规章制度。

1、20xx年4月，准备并参加——房展会。主要工作为宣传资料准备、现场资料的收集与存档。

2、20xx年5月，准备企业内刊《xxx》的资料收集及酒店公寓资料的收集。

3、20xx年6月，返校一个月，考察xxx楼市。如：xxx、xxx、xxx、xxx商旅酒店（产权式）、——假日酒店等。

4、20xx年7月，第二期《xxx》收尾工作，与印刷厂协作印刷。撰写“xxx项目说明”、“xxx示范区可行性报告”等系列政府报告。

5、20xx年9月，网站文字改版工作全部完成，重新启动留言板功能。

6、20xx年10月，————商业房产考察。

7、20xx年11月，制作20xx年新年台历。与外协部门合作编辑设计《xxx》。

8、20xx年12月，考察——x房地产市场，主要是大户型楼盘，为————定位、销售做号准备。出版了第三期《xxx》，并联系制作了“xxx俱乐部”vip会员卡。

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结篇十二**

回顾10年感触颇多，由xx年地产的疯狂到10年地产的萧条可谓冰火两重天，10年一场由美国次贷危机引起的百年不遇的金融风暴卷起千堆雪，在经济全球化的趋势之下，持续10年高增长的中国经济也不能独善其身，面对来势汹汹的金融风暴，中国地产更是首当其冲，把地产行业推上了风口浪尖，一场地产行业变革势在必行。

xx年年12月3日我从锦绣半岛项目回到增城锦绣御景苑项目工作，又一次回到起点，正所谓归零新起点，我重新梳理作为地产策划人的工作思路，重新总结工作经验，一级地产市场的高标准、严要求；一级地产市场的信息敏感度；一级市场的推广思路；一级市场的细节关注度等都是二级市场要借鉴的经验。10年度的楼市低迷，客户持币观望，是危机，也是机遇，也是对地产从业人员的洗涤及教化，让我们明白卖楼不是买菜，在低迷的楼市之下我们唯有练好内功，方能度过寒冬，否则潮水褪去之时就是那些没有穿泳裤的地产人士贻笑大方之时，所以我觉得10年就是一个心态的考验，一个对地产行业是否动摇的考验，10年地产从业人员是固守阵地还是放弃就成了心灵的煎熬。

其二：御景苑项目销售团队具有强有力的凝聚力，基层员工至高层领导齐心协力，项目的每次活动，每次推货大家都是尽自己最大的力去做好，在荔城各个项目中我盘员工的精神面貌和素质都是不错的，在楼市低迷的时候，销售团队的一鼓作气也是成败的关键，在楼市不稳定之时，心态也是战胜市场的关键。

其三：有了好的销售队伍，还有好的产品，锦绣御景苑项目是荔城公认的外立面最漂亮的社区，西瓦、米色围墙、澳洲砂岩、精雕细琢，经典无限；当然还有香港贝尔高林打造的立体式园林景观，移步换景，风景如画。

锦绣御景苑项目经过近3年的开发，由一期到目前的四期，一步一步拉升项目的形象，由毛坯到装修房，由洋房到别墅，一次又一次通过实践来验证市场，通过市场来调整推广策略，调整推货思路。

期数推广名广告主题语推广方式效果评估御景苑一期锦绣御景苑湖畔尚品美宅单张、影视、户外、电台、增城日报首期开盘通过线上线下多种推广方式进行推广宣传，在xx年5月引领荔城楼市焦点御景苑二期湖畔豪园观山望湖宽生活影视、短信、户外、单张、2期开盘是以产品为推广的重点，以实景体验生活为目标，是对一期形象推广的延伸和弥补，以10个标准来塑造好房子。御景苑三期御品名苑荣耀人生享受非凡影视、短信、户外、南都、广日、dm3期开盘不但是御景苑产品的升级，更是项目形象的升级，别墅小区才是真正的精品社区，方能尊享非凡生活。御景苑四期峰景生活在风景之上影视、短信4期是洋房产品升级版，有别墅旁的花园洋房之称，为满足市场需要，御景苑项目也打造精装修洋房，弥补毛坯交楼的单一

“实践是检验真理的唯一标准”，那么地产楼市则是“市场才是检验楼市的唯一标准”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。

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，10年楼市低迷，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，09年挑战与机遇并存，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

岁末年终，今年的工作即将接近尾声，迎接我的是全新的xx年，在过去的一年中，有所感觉，有所收获，有所学习，有所心得。在新的一年工作开始之前，我有必要对今年的工作做一个全面的分析和总结，对公司的各种情况做一个建议，对自身遇到的情况做一个剖析，对明年的工作做一个计划。希望公司领导认真看待我所做总结反映的问题和内容。

我自七月份进入公司，已将近半年的时光。初入公司时，我在市场开发部担任企划专员的工作，负责公司内刊与部门领导交代的一些相关任务。在此期间，工作虽不算勤勉却也认真负责。后部门调整，转入销售部，任职营销策划。工作期间努力尽责，对销售部领导交给的任务认真对待，尽快完成做好。

刚到公司时，我对房产行业并不熟悉，对新事物存在一个了解的过程，经过半年时间的学习和了解，我对房产行业有了一个概括和大致的认识，对我的策划和文案工作提供了很大的帮助，能够很快上手做出公司需要的方案、稿件。做为企业的门面，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修养，高标准要求自己。加强自己的专业知识和专业技能，广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。

企划宣传工作对房地产行业来说，是一个重要的窗口，是宣传企业文化的前沿。在以“为做好企业宣传”为目的的前提下，树立企业形象，打造企业品牌，与团队共同完成项目推介与产品的对外宣传工作，开展对外与业务和产品相关的宣传、公关活动，及时准确掌握社会公众对公司的意见，并反馈到公司；楼盘广告、期刊的写作、广告展牌及宣传资料的制作与发放，通过利用视觉信息活动传递给外界对企业的评价，塑造企业形象，与同行业的竞争对手产生差别化；向广大客户在意见和建议。

最后，公司的管理制度及薪酬假期等制度也应该一视同仁。

对明年工作的计划和建议：

1、在新的一年即将到来之时，一如既往的做好自己的本职工作，按时完成领导布置的各项工作。

2、在新的一年里，对未来的工作做好统筹规划。

3、在新的一年里，努力学习策划的相关专业知识，提高自己的专业水平。

回首过往，展望未来，才能够对过去和未来作出反思，才能有所收获。敬呈公司领导过目！

**房地产策划工作总结报告 房地产策划工作总结篇十三**

20xx年时间终点的“警报”已经拉响，在即将踏入20xx年之际，促使自我向时间发起最后总攻，力争以最大的收获对这一年的工作绩效画上一个圆满的句号。回首在20xx年走过的历程，感慨甚多，它伴随着对策划认知高度的提升与工作中存在的一些“缺陷”共同走过。回顾半年的工作经历，有业务上的“丰满”（基本能够独立完成本职工作），也有专业的“骨干”（工作中存在的不足）。

6月1日，这是一个特殊的日子，是我走进华西希望集团。南部县美好家园房地产开发有限公司的起始点。短短的6个月时间，在策划专业方面跨进了一大步。在这期间，我被公司求真、务实、团结、激情、创新的工作作风及团队进取、吃苦的精神深深所感染，而公司极具潜力的发展前景、远见卓识和领导的魅力更给我留下了深刻印象。

六个月的时间，我在整个团队的配合和协助下，策划工作进展顺利，基本达到预期目标，下面是我个人对策划工作状况的简单回顾：

20xx年，我在策划工作主要表现为；充分利用现有资源、项目优势，营造奥体中心项目营销氛围，整

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