# 房地产销售经理年度总结分析工作(5篇)

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-06-08

*房地产销售经理年度总结 房地产销售经理年度总结分析工作一工作成果：20\_年销售部主要工作可以分为以下几块：1、负责进行已销售房屋后续手续的办理及尾款催缴2、负责对接销售代理公司日常销售各项事务3、负责进行公司员工自购福利房各事项的办理4、配...*

**房地产销售经理年度总结 房地产销售经理年度总结分析工作一**

工作成果：

20\_年销售部主要工作可以分为以下几块：

1、负责进行已销售房屋后续手续的办理及尾款催缴

2、负责对接销售代理公司日常销售各项事务

3、负责进行公司员工自购福利房各事项的办理

4、配合公司战略，开展移民搬迁团购工作

5、开展社区团体购房工作

6、负责小区内停车位销售工作

7、全面配合物业公司办理交房相关事项

8、配合公司处理各种债务问题

9、配合前期部办理相关证件等手续

经过全年的奋战，对以上几方面的工作销售部取得了如下成果：

在这个过程中，销售部的兄弟姐妹们都经历了各种酸甜苦辣，但是销售部的每一个人都能够服从安排，积极主动的去做好每一件事情，同时，在这个过程中，销售部的每一个人都提升了自我，获得了成长。

同样的，在过去的这一年，我们也有很多地方需要反思和改进：

1、执行力不够，有的事项落实过慢，到截止时间得不到解决;

2、上半年销售部内部工作流程不严谨，以至造成一房两卖事件，虽然最后通过努力得以妥善解决，但是这必须引起我们自身的重视并加以完善、改进

3、与其他部门、合作方对接的时候做的不够，销售部在日常工作中需要对接部门和合作方较多，但是我们在一开始没能找到正确、合适的方式进行对接和沟通，以至造成了很多不必要的麻烦，一度造成工作进度缓慢

针对我们本身的缺点和不足，是我们下一步必须要去面对和改进的，需要我们在接下来的工作中进行完善和解决。 20\_年的工作已经接近尾声，在即将迎来的新的一年中，我们销售部会继续不断的努力，我们销售部的每一个人每一年都要有自己的进步，我们销售部的每一个人每一年都要有自己的成长!

销售部在20\_年的工作中，依然不会轻松，依然充满挑战，但是，我们坚信，在公司\_\_\_的正确领导下，在公司各部门的鼎力支持下，在销售部全体成员的共同努力下，所有的问题都会迎刃而解，所有的问题都将不再是问题!相信我们\_\_\_公司在来年中一定会取得更圆满的成功!

**房地产销售经理年度总结 房地产销售经理年度总结分析工作二**

在过去的一年里，新安·邻里中心经历了开盘前积累期、开盘期、后续稳销期;在项目组全体工作人员的共同努力下，项目客户经历了从无到有，从少到多的积累，逐步实现了预期销售进度值，实现为开发公司回笼资金1000万，上客320组，现将本公司进驻新安·邻里中心项目部以来截至20\_\_年1月15日主要营销活动及销售工作总结如下：

一、营销总结

1、20\_\_年10月3日：本公司进驻新安·邻里中心

注：进场之前已完成售楼部物料准备、人员及车辆配备等工作

2、20\_\_年10月6日：新安·邻里中心售楼部盛情开放注：活动当天来客14组，并在10月6日前完成各媒体、媒介推广工作。通过此次活动，将新安·邻里中心售楼部开放信息有效传达，并引起一定的市场关注度。为后期一系列的营销推广活动奠定了坚实的基础。

3、20\_\_年12月9日—20\_\_年1月9日：新安·邻里中心开盘前系列活动

注：活动期间客户积累达150余组，为开盘工作顺利的推进起到关键的作用。期间主要采取以售楼部门前演出活动及单页发放并重的营销方式，取得了良好的效果。并在此期间完成保安及周边乡镇同类项目的调研工作，并写出详细的调研报告</span

4、20\_\_年1月10日：新安·邻里中心一期首批房源正式开盘

注：新安·邻里中心正式打开销售的序幕，开盘当天定出房源17套。在此之前完成开盘前所有的广告及准备工作。开盘达到预期效果，为后期资金的回笼及项目能够很好地延续打下坚实的基础，也为新安·邻里中心在保安地产界奠定龙头老大的口碑。

5、20\_\_年1月25日：启动新安·邻里中心春节营销计划

注:此期间主要推出针对保安当地各村有影响力(各村村支书)的人物发放优惠卡活动并为他们带去油、酒等新春礼品，并鼓励其为本项目介绍客户，若介绍成功奖励其20\_元/套。事实证明此种推广方式效果还是有一点的，但作用不是太大，还有一点点的负面影响，就是有的客户先到售楼部交过定金后才找的他们。

6、20\_\_年4月20日—20\_\_年五一期间：推出“首批商铺完美售罄，房源应急加推”活动

注：将7#号楼正式推向市场并接受预定，但由于7号楼的工期一再延期，导致销售工作没有很好地推进。此期间前期房源的价格首次调整，8号楼上调20元/㎡。此次活动首次采用短信的推广方式，可能是由于对号段的掌握并不准确，短信的效果并不明显。</span

7、20\_\_年7月16日—8月30日：推出“清凉一夏”买房送空调活动。

注：因7、8月份是房地产销售的淡季，且新安·邻里中心销售进度缓慢，适时推出“清凉一夏”买房送空调、看房送凉扇活动，并配合农村村口电影放映等营销方式，打破市场僵局。此期间的7月31日也是首批房源的合同约定交房日期，但由于8号楼刚刚封顶，水电及道路迟迟不到位，交房延期，也对销售工作产生一些负面影响。

8、20\_\_年9月10日—10月7日：推出“庆中秋，迎国庆”活动

注：期间推出看房送月饼及凭新安·邻里中心宣传单页购房可在其他优惠基础上再优惠1000元活动。中秋国庆假期相连，推出的活动也很顺应市场，但由于开发公司与施工方关系处理不当，导致10月12日施工人员对售楼部打砸，此次影响恶劣。致本项目前期精心、努力所建立的良好口碑毁于一旦，楼盘形象一落千丈，而且此恶劣影响也没有在短期内有所好转。保安地方不大，百姓人云亦云，而且夸大其辞，事实证明此影响在短期内是无法根除的，也为后期的销售推进带来一定的难度。且在此期间国家推出整治小产权，对本项目也有一定的影响

9、20\_\_年11月2日：新安·邻里中心一期二批商铺房源盛大公开

注：将d区、e区新建商铺房源推向市场，推出商铺交1000抵3万活动，市场反应强烈。当月售出商铺6套，住宅3套。此月为新安·邻里中心除开盘外单月销售量最多的一个月。但当月由于开发公司的张总与丁总在安置房源等方面问题互不沟通，致可销售房源较少，也导致后期释放房源失去销售时机。

10、20\_\_年12月27日：新安·邻里中心正式启动针对返乡置业潮营销计划

注：因私家小院销售进度缓慢，主要推出购私家小院送10件品牌电器活动：液晶电视、空调、洗衣机、太阳能、抽油烟机、燃气灶、高压锅、电动车、微波炉、豆浆机。并降低购房门槛，将私家小院的首付定为5万元，但由于本项目的私家小院楼距较近，只有5米，且价格相对较高，市场反应一般。

11、20\_\_年元月6日：农贸市场正式搬迁至新安·邻里中心，农贸大街正式启用。

注：农贸市场正式搬迁至本项目的菜市场内，市场摊位正式搬迁至农贸大街，为本项目的繁华奠定了坚实的基础，将新安·邻里中心又推向另一个高度。

小结：新安·邻里中心整体营销活动能够整体连贯及很好地衔接，能够根据市场情况适时做出调整，顺应节点，做出不同的有针对性的营销计划，并能够很好地实施执行到位。

二、销售总结

1、新安邻里中心多层住宅房源共4栋

注：从已售住宅来看，8号楼销售最多，因为8号楼的户型是本公司根据当地市场为开发公司精挑细选的户型，面积为97.1㎡及120.93㎡的三室房源，事实证明本公司给予开发公司的建议是正确及非常明智的。14、15号楼是开发公司在本公司进驻之前就确定的，由于开发公司的丁总盲目自信，对本公司的建议有所保留，不能够完全采纳，导致14、15号楼的两室房源一直滞销。

2、新安邻里中心私家小院房源共2栋

注：本项目的私家小院在原有规划上并没有此房源，开发公司的丁总不顾本公司的建议只考虑项目的容积率，认为增加房源，就是为项目增加利润。事实证明此决定并不成熟，因为此两栋楼是后加房源，在楼间距、阳光照射的采光度及舒适度等问题上并没有过多的考虑，导致此两栋楼采光受影响且视觉压抑，所以销售进度一直缓慢。3、新安邻里中心商铺房源150套注：本项目的商铺可售房源较少共40套，此40套房源大多为位置稍差的房源，除菜市场门口的9套外，其余大多为拆迁户挑剩下的房源，未售的17套房源其中有7套为转角且面积多为200㎡以上，面积较大，另有2套为通道房源，市场接受度较低。

小结：本项目虽拥有专业的营销建议及培训有素的销售人员，但也并不意味着可以不顾市场需求，与市场背道而驰。保安市场竞争激烈，地产项目较多，大大小小地产公司总共8家，市场存量房较多，永胜人家二期、贾墩小区二期及府东小区的二期都将在20\_\_年春节之前集中推向市场，推出房源较多，而且价格相对较低。在保安，经济基础较好人员都已经选择在市区购房，而留守人口经济基础差，百姓投资意识更差，大部分人由于经济原因，暂无购房计划或延缓购房计划。后期新安·邻里中心面临的竞争威胁依然激烈，新安邻里中心如何在竞争日益激烈的市场中站稳脚跟，并能够持续稳定的发展都将是后期要面临及要解决的问题。

三、后期计划

1、案场管理方面

一个科学、系统而简约的管理制度和管理方式是凝聚团队走向成功的基石，作为销售部门尤为重要，为了打造更优秀的销售团队，计划将从绩效、激励、行为、心态、奖惩等销售人员最困惑的问题及因素出发，制定更为完善的销售管理制度。

2、销售培训方面

一个地产项目的成功与否，离不开硬件建设(地段、资金、户型、配套、建筑品质)，也离不开软件塑造(物业、推广、销售)，作为软件环节中直接面对客户的先锋，销售人员综合素质的优劣在一定程度上成为客户订房签约的关键因素，为此，塑造一流的销售团队尤为重要，针对20\_\_年的销售计划和市场情况，将在培训中添加针对性的培训内容，同时更加细化，培训涵盖市场调研、房地产基础知识、项目知识、销售技巧、销售基本流程与特例操作方案等7大项，以循序渐进、优胜劣汰的培训方法提高置业顾问的专业水准。

3、营销策划方面

市场竞争日益激烈，对产品的包装及计划性的经营，显得尤为重要。针对新安·邻里中心的营销方式要更好的“闰土”及“接地气”，适应当地市场，将新安邻里中心的销售工作在平稳中更好的推进，适时利用节点推出适合当地市场的营销活动，把新安·邻里中心在现有基础上再推向另一个高度。

四、个人总结

回顾20\_\_，一切历历在目，时间在不知不觉中飘然而过。在公司领导的带领帮助下，严格要求自己，按照公司的要求，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，人生最可怕的就是虚度光阴，20\_\_年过去了，在这一年里，我看到了公司的进步，公司的成长，我自己也渴望成长，我希望公司能够向中国大地产企业看齐，我也希望自己成为一位名副其实的地产精英。20\_\_，我要和公司一起努力，一起成长。在公司领导的带领下，迎接挑战，创造辉煌。

**房地产销售经理年度总结 房地产销售经理年度总结分析工作三**

年初的时候，我作为一个房地产新人荣幸的加入了\_\_房地产代理有限公司这个大家庭，并在公司的项目做置业顾问。非常感谢公司领导给我的这个机会!随着年终的到来，我也已经升任为销售经理，现对今年的房地产销售工作进行总结。

一、销售工作的进步

因之前从未接触过房地产，初到项目时，对于新环境、新事物比较陌生。但在领导及同事的热心帮助下对房地产的专业名词及房地产市场有了大致了解，并很快熟悉了项目知识和工作流程，迅速进入了工作角色。非常感谢他们给我的帮助和指导!他们让我认识到作为销售部中的一员，身肩重任。作为企业的门面、企业的窗口、销售部的一员，自己的一言一行也同时代表了公司的形象。所以要不断地提高自身的素质，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。经过一段时间的学习，\_\_项目开盘了，我预约了\_\_套，但最后仅成交了一套。

二、工作中存在的问题

首次与房地产工作亲密接触，作为新人实践经验不足。在引导客户方面有所欠缺;工作主动意识需进一步加强，特别是在回访客户方面总存在一定心里障碍所以不够积极主动;缺少统一说辞，面对顾客时的口头传递消息的准确性打了折扣。

三、新的一年工作计划及目标

明年公司的任务是\_个亿，我给自己的任务是\_千万，一步一个脚印踏实前进。加强销售技巧;努力创造出合适自己的销售方法和技巧。调整心态，建立自信心;加强业务能力及沟通能力的学习，补充能量，为迎接下一个挑战做好准备。

即将过去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，相信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。

**房地产销售经理年度总结 房地产销售经理年度总结分析工作四**

不经意间，20\_年已悄然离去。时间的步伐带走了这一年的忙碌、烦恼、郁闷、挣扎、沉淀在心底的那份执着令我依然坚守岗位。

20\_\_年项目业绩20\_\_年工作小结元月份忙于年度总结、年度报表的核算工作;2月份接到公司新年度工作安排，做工作计划并准备9号楼的交房工作;3、4、5月份进行9号、12号楼的交房工作，并与策划部刘老师沟通项目尾房的销售方案，针对锦绣江南的尾房及未售出的车库、储藏间我也提出过自己的一些想法，在取得开发商同意后，6、7月份锦绣江南分别举办了“南昌县小学生书画比赛”和“南昌县中学生作文大赛”，在县教育局的协助下，希望通过开展各项活动提高中磊房产的美誉度，充实锦绣江南的文化内涵，当然最终目的还是为销售起推波助澜的作用，遗憾的是在销售方面并没有实现预想中的效果，但值得欣慰的是活动本身还是受到了业主及社会各界的肯定。

\_\_年工作中存在的问题

1、锦绣江南一期产权证办理时间过长，延迟发放，致使业主不满;

2、二期虽已提前交付，但部分业主因房屋质量问题一直拖延至今，与工程部的协调虽然很好，可就是接受反映不解决问题;

3、年底的代理费拖欠情况严重;

4、销售人员培训(专业知识、销售技巧和现场应变)不够到位;

5、销售人员调动、更换过于频繁，对公司和销售人员双方都不利;在与开发商的沟通中存在不足，出现问题没能及时找开发商协商解决，尤其是与李总沟通较少，以致造成一度关系紧张。\_\_年工作计划新年的确有新的气象，公司在莲塘的商业项目——星云娱乐城，正在紧锣密鼓进行进场前的准备工作，我也在岁末年初之际接到了这个新的任务。因为前期一直是策划先行，而开发商也在先入为主的观点下更为信任策划师杨华;这在我介入该项目时遇到了些许的麻烦，不过我相信通过我的真诚沟通将会改善这种状况。

新年计划：

1、希望锦绣江南能顺利收盘并结清账目。

2、收集星云娱乐城的数据，为星云娱乐城培训销售人员，在新年期间做好星云娱乐城的客户积累、分析工作。

3、参与项目策划，在星云娱乐城这个项目打个漂亮的翻身仗。

4、争取能在今年通过经纪人执业资格考试。

**房地产销售经理年度总结 房地产销售经理年度总结分析工作五**

时光荏苒，20\_年很快就要过去了，回首过去的这一年，是一个繁忙、充实而又快乐的一年，作为瑄嘉名都销售部的一名普通的置业顾问，在公司领导和同事们的帮助下不断的成长，工作也由开始时的比较生疏到现在的得心应手，做好了自己的本职工作。以下是对这一年来的工作总结：

一、认真学习和接待客户

在这一年里，本人思想认识端正，深知一个公司的销售人员就是这个企业的门面，企业的窗口，个人的一言一行不仅仅代表个人，还代表着企业的形象。能够认真学习房地产方面的专业知识，做到对本项目情况的精通，树立对本项目的信心，并且对周边楼盘都做每月一次的市场调查，时刻了解竞争对手的动向，做到知已知彼。在销售部认真接待来电、来访的每一位客户。在讲解时拥有激情，面对客户时更加有自信，首先让自己觉得瑄嘉名都是的，并给客户中肯的建议，让客户感觉不仅瑄嘉名都的房子是的，瑄嘉名都的销售顾问也是的。

二、销售和信息反馈

在销售方面，公司给了我们很好的支持，前期广告宣传做得很多，一期开盘销售火爆，这是领导和员工共同努力的成果。不足是户型都是大户型，不太适合滨州市场的需求，大多数人的需求都是在90㎡—130㎡之间。在我们对滨州市场有了更充分的了解后，及时地反应给领导，最后公司把后期的户型做了很大的调整，并且在媒体宣传方面做得更加广泛了一些，除了《广电》、《渤海晨刊》，还在《今日滨州》、《商务周刊》等大众报纸做了几期广告，覆盖面更广，公司给我们这么大的硬件支持和宣传支持，我的工作更加努力，接待客户更有激情，加大了回访力度，挖掘每一个潜在客户，不放过任何一个。在我们销售团队的共同努力下，基本完成了年度销售任务。

三、服从领导与团结同事

在工作中能够服从上级安排，令行即止。若有异议，及时沟通，不影响工作秩序，不传播个人意见。与同事间能够互相团结，现场或外出时，面对客户决不发生争执。并且互相配合，做到互帮互助。

四、缺点和未来的发展方向

在努力工作的同时，也存在着一些不足，主要表现在：只注意认真做好自己的工作，为领导分忧不够，对同事帮助不足;专业知识还需进一步加强，提高自己的工作效率;不断提高自己的谈判能力，让工作更加轻松，再难应付的客户也能挥洒自如。

新的一年意味着新的起点、新的机遇、新的挑战。过去的20\_\_年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。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，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地!

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找