# 房地产销售部工作总结(四篇)

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2024-06-15

*总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。房地产销售部...*

总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

**房地产销售部工作总结篇一**

作为一名销售业务员， 自己的岗位职责是：

1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；

2、努力完成销售管理办法中的各项要求；

3、负责严格执行产品的出库手续；

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；

5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；

6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；

7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求， 也是衡量职工工作好坏的标准， 自己在从事业务工作以来， 始终以岗位职责为行动标准， 从工作中的一点一滴做起， 严格按照职责中的条款要求自己的行为， 几年来， 在业务工作中， 首先自己能从产品知识入手， 在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案， 其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流， 分析市场情况、存在问题及应对方案， 以求共同提高。在日常的事务工作中， 自己在接到领导安排的任务后， 积极着手， 在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之， 通过几年的实践证明作为业务员业务技能和业绩至关重要， 是检验业务员工作得失的标准。今年由于\*\*系统内电网检查验收迫使工程停止及农电系统资金不到位， 加之自己业务知识欠缺、业务技能不高、市场的瞬息万变而导致业绩欠佳。

工作中自己时刻明白只存在上下级关系， 无论是份内、份外工作都一视同仁， 对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢， 在接受任务时， 一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求， 力争在要求的期限内提前完成， 另一方面要积极考虑并补充完善。

例如：

1、今年九月份， \*\*分厂由于承租人中止租赁协议并停产， 厂内堆积硅石估计约80吨、重晶石20吨， 而承租人已离开， 出于安全方面的考虑， 领导指示尽快运回分厂所存材料， 接到任务后当天下午联系车辆并谈定运价， 第二天便跟随车到\*\*分厂， 按原计划三辆车分二次运输， 在装车的过程中， 由于估计重量不准， 三辆车装车结束后， 约剩10吨左右， 自己及时汇报领导并征得同意后从当地雇用两辆三轮车以同等的运价将剩余材料于当日运回， 这样既节约了时间， 又降低了费用。

2、今年八月下旬， 到\*\*出差， 恰逢神东电力多种产业有限公司材料招标， 此次招标涉及以后材料的采购， 事关重大， 自己了解后及时汇报领导并尽快寄来有关资料， 自己深知， 此次招投标对我厂及自己至关重要， 而自己因未参加过正式的招投标会而感到无从下手， 于是自己深思熟虑后便从材料采购单位的涉及招标的相关部门入手， 搜集相关投标企业的及产品供货价格以为招标铺路， 通过自己的不懈努力， 在招标的过程中顺利通过资质审定、商务答辩和技术答辩， 终于功夫不负。

**房地产销售部工作总结篇二**

光阴似箭、岁月如梭，转眼间已接近年底，思之过去，放眼未来，为更好的开展新的工作，特对20xx年销售部工作做一个全面总结，并对20xx年工作计划做一简单规范，具体如下：

1、人员招聘：为保证新项目的顺利销售，今年销售部重点在储备人员，自4月开始，经过招聘、培训、筛选和个别销售人员的流动后，目前销售部共有销售人员6名，均较为稳定。

2、培训工作：今年销售部最主要也是最重要的工作就是培训，自5月开始到9月，近半年的时间销售部全员均在做系统而全面的培训。5月和6月重点针对第一批招聘的销售人员进行培训，为提高培训效果，另聘请了专业讲师进行授课。由于第一阶段销售人员综合素质和稳定性都不够理想，第一阶段培训后，只留老员工在公司继续工作；7月开始，公司调整招聘思路，新招一批没有销售经验的大学生，综合素质、稳定性以及上进心均很理想，经过2个月的培训，均掌握了房产销售的基础知识。为了明年项目顺利销售，培训工作目前仍在有序的进行。

3、市场调研：今年下半年，因为新项目未开始进行蓄客，培训之外，给销售人员又增添了更多的机会和时间去实践培训内容，也就是做市场调研，从5月开始培训起，结合实践课以及配合市场部做调研，销售部先后开展全面的调研共计5次以上，包括新项目周边楼盘调研、同质楼盘调研、商铺和车位调研以及全市性的整体调研，经过调研锻炼了销售员的分析能力，并增加了对全市所有楼盘的熟悉，从对房产市场的陌生到目前的基本熟悉，在这近半年的锻炼中，均有一定的效果，并且很显著。

4、老项目收尾工作：今年上半年直到7月底，除去平时培训之外，销售部重点工作就是在持续对老项目尾房和商铺进行销售和租赁，同时在7月底配合物业公司对新业主办理入住，截止目前，仅剩余27户未办理完入住，客户的盯催工作仍在继续中。

5、日常业务：自9月底开始，销售人员经过培训后，以小组形式分配到两个老小区对剩余尾房的销售以及商铺的租赁工作。销售期间，主要依靠个人网络发布信息、老客户回访、悬挂条幅和外出派单的形式搜集新客源，销售难度较大，虽然业绩不够出彩，但是对于新一批销售人员来讲，通过实践性的销售又进一步巩固了培训所学内容，尤其是销售技巧的实践，为来年新项目的蓄客和销售奠定了一些专业基础。

6、日常管理：由于新项目没有启动，老项目又进行了收尾，销售人员日常开展的业务工作就相较减少，多数时间在公司报到，仅8月一个月销售员在新项目售房部进场模拟工作了一个月，对案场日常工作的开展进行了熟悉。目前经过规范，销售部每日晨会、周会以及月度会议均按时召开，自10起又对全员开始实行了绩效考核机制，从制度上和执行力上对销售部全员进行规范和强调。

7、其他工作：主要是配合市场部做市场调研以及年底配合公司做好年会的策划和节目编排工作。

综上总结，20xx年主要以团队的建设、人员的培养为主要工作，经过近半年的努力，目前团队人员较为稳定，凝聚力也较强，协作力较好，整体团队的执行力也有所提高，对于制度的遵守也日渐规范。

销售部整体工作表现简言之就是：心态欠缺端正、工作有待积极、方法需要钻研！

1、心态欠缺端正：今年经过培训后的销售员仍然出现流动和被淘汰，主要还是心态不够端正，销售团队内对于公司和新项目的情况传播负面思想的人员占据多数影响了原本心态积极的人员，再次此基础上对自己的自信也有所下降，这也是第一批销售培训不够理想的主要因素。归根结底对公司和项目的自信心和认知不够，目标不够长远。

2、工作有待积极：销售团队的惰性是今年一个主要的障碍，更多的体现在纪律的.遵守上，又逢各小区销售的收尾工作，在客户的跟进频率上也有所下降。一方面团队里迟到、请假以及旷工的次数增多，另一方面客户成交上出现了零业绩以及丢客户的情况，工作的积极性不高，直接影响了收尾工作的销售速度。

3、方法需要钻研：今年销售部虽然工作任务不重，但是一些工作仍然需要动用头脑和运用合适的方法才能得到一定的效果，而这也是销售部内部人员缺乏的一项，更多的体现在团队的配合上，由于方法不当，出现了重复工作和工作堆积在了一人身上的情况，影响了部分销售员的工作情绪。

综合以上问题来讲，多数是我在管理上没有处理得当导致的结果，在来年新项目开始运作后，对于以上存在的问题会重点做一规避和加强改正。

对于20xx年销售部主要工作计划，主要做以下几点简要规划：

1、不断储备销售人员，保证新项目人员的充沛；

2、结合项目销售需求，对销售团队进行持续性的加强培训，提高团队的综合业务水平和专业技能；

3、加强销售团队的日常管理，严格按照公司制度要求规范全员，优化团队执行力和协作力，提高团队的综合素质；

4、与策划部做好对接，项目开始运作后努力完成每月销售任务，提高销售团队的能动作用；

5、完成销售部其他日常工作。

20xx年的任务是艰巨的，作为新项目的销售案场负责人，我深感身上肩负的担子有多重，我相信我会把这份压力化作动力，以高昂的斗志，饱满的热情，全身心的带领我们的销售团队投入到新的工作中去，为实现我们的全年销售任务不懈努力。最后，预祝我们20xx年的任务圆满实现。

**房地产销售部工作总结篇三**

回顾20xx年，最让我难忘的就是20xx年的9月3日，因为在这一天我正式进入雅厦地产工作，很荣幸的成为雅厦的一员，10月17日，我正式成为中央山水项目的置业顾问。到如今我在雅厦地产工作也已经四个多月了，从之前对项目懵懂的认识到现在对整个项目如数家珍，自己算勉强进入了这个行业。在销售方面还有很多地方有待提高。所以对这几个月来的销售工作进行总结，从中发现问题，得到提高，也可以从中找到自己需要学习的地方，完善自己的销售水平。经历了将近5个月的销售工作，整个的销售过程都开始熟悉了。在接待客户当中，自己的销售能力有所提高，慢慢的对于销售这个概念有所认识。从自己那些已经购房的客户中，在对他们进行销售的过程里，我也体会到了许多销售心得。在这里拿出来给大家看看，也许我还不是做的很好，但是希望拿出来跟大家分享一下。

第一、最基本的就是在接待当中，始终要保持热情。

第二、做好客户的登记，及进行回访跟踪。做好销售的前期工作，有利于后期的销售工作，方便展开。

第三、经常性约客户过来看看房，了解我们楼盘的动态。加强客户的购买信心，做好沟通工作，并针对客户的一些要求，为客户做好几种方案，便于客户考虑及最终下定决心购买，使客户的选择性大一些，避免集中在同一个户型。这样也给予了客户全方位的意见，也真正做到了顾问的水准，给客户树立自身和公司专业的形象。

第四、提高自己的业务水平，加强房地产相关知识及最新的动态。在面对客户的时候就能游刃有余，树立自己的专业性，同时也让客户更加的想信自己。从而促进销售。

第五、多从客户的角度想问题，这样自己就可以针对性的进行化解，为客户提供最适合他的房子，解决他的疑虑，让客户可以放心的购房。

第六、学会运用销售技巧，营造一种购买的欲望及氛围，适当的逼客户尽快下定。

第七、无论做什么如果没有一个良好的心态，那肯定是做不好的。在工作中我觉得态度决定一切，当个人的需要受挫时，态度最能反映出你的价值观念。积极、乐观者将此归结为个人能力、经验的不完善，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观者则怪罪于机遇、环境的不公，总是抱怨、等待与放弃！什么样的态度决定什么样的生活.

第八、找出并认清自己的目标，不断坚定自己勇往直前、坚持到底的信心，这个永远是最重要的。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。如果领先靠的是机会，运气总有用尽的一天。

对工作保持长久的热情和积极性，更需要有“不待扬鞭自奋蹄”的精神。所以这半年来我一直坚持做好自己能做好的事，一直做积累，一步一个脚印坚定的向着我的目标前行。20xx年我将以更加饱满的热情投入到销售工作中去，实现自我、公司、客户的三赢！

**房地产销售部工作总结篇四**

20xx年7月份告一段落，现销售部将7月份的销售情况与有关问题以及8月份计划做以下总结安排：

7月份由于天气炎热住宅市场进入淡季，加上雨水较多上客量较上月有所下降，7月份来访总量：226组，销售套数14套，总销售合同金额：9475996.8元。成交率为6.19%，7月份全月任务为20套，截至7月31日实际销售14套，按照计划20套任务计算完成率为70%，7月份销售汇款2942377元，按揭汇款8760000万，合计回款11702377元，完成回款计划的100%，总结为以下几点：

1、6月份特价房的热销没有在7月初期延续，主要问题是6月份积累的意向客户基本在当月成交，7月初新增意向客户不足，经过一周的蓄客，对老客户的回访追踪，以及对置业顾问夕会的针对性培训，竞争对手的情况分析，置业顾问逼定技巧的加强，在7月10日后陆续加快了成交节奏。

2、7月进去淡季以来，周至其它项目售楼部上客量也一样不理想，所以龙记、新天地等项目大量启用销使蹲点带客户，我们也在销使管理上重新安排专人负责，专人看房车接送客户，效果较之前有所提高。竞争对手为了吸引客户推出超低特价，我们也迅速调整了价格方案，将2号楼作为特价房应对市场，效果显著，2号楼除了两套顶层外月底前基本清盘.

3、淡季上客量不足成交量低、销售部在拓客方面做了调整、安排了乡镇拓客为后期蓄客做准备。在房源上也在推出了一些新房源，在楼层及面积区间作了补充。

1、根据年度销售计划分配月度销售任务，8月份任务定为26套。车位排号继续进行。

2、针对市场竞品，将继续关注龙记观园、碧鑫苑，新天地、江山悦等楼盘动向，8月将进一步在项目优势卖点提炼上做功课，制定抗性说辞及合理有效的市场应对方式。

3、为保障月任务的完成，为后期9号楼蓄客，8月份将全面打开目前可售房源，争取在房源选择上做到楼层面积可选性余地大。

4、业务外拓方面进一步调整，在日常管理上制定置业顾问责任制，责任任务到人，进一步加强时间上、拓客方式上、宣传区域方面合理分配。

5、举办周至“油”福活动。（见附件方案）

6、举办砸金蛋送家电活动。

销售与按揭回款将根据实际情况安排如下：按照月度销售任务首付款计划回款400-480万，加上按揭放款，8月份计划完成回款1000万。

推广执行及渠道执行：

（1）线上包装、价值传递：

1、新营销中心的体验价值传递及产品升级的形象传递；

2、借助商业改造包装、品牌酒店引入等炒作，改变项目形象；

3、线上传播渠道：门户网站、微信公众号（重新启用）、朋友圈、嫁接周至旅游资源。

4、线下派单：在周至进行地毯式扫荡①周至县城主要街道商铺、专业市场②有改善需求的住宅小区③周至县人流集中的商业广场定点派单④乡镇巡展-通过周至县周边各乡镇定期乡会进行客户拓展（乡镇派单+横幅）。

（2）渠道执行：圈层（129、135户型相对容易消化）

1、激活老带新政策（5000元-老客户奖励现金3000元/或物业费，新客户总房款-20xx元），重新梳理未成交客户，深度挖掘；

2、借助商业街招商资源拓展，商业街招商意向洽谈时，带入洋房推介，瞄准相对高端资源；

3、开发商政府资源、企事业单位资源定向挖掘；

活动一：周至百姓“油”福啦

为回馈周至父老乡亲们的支持，御湖大境千桶精品食用油全城免费送！

活动目的：引发全城关注，增加到访量及认筹量为洋房开盘做准备

活动时间：8月10日至8月16日

活动形式：8月7-15日全周至县派送免费领油券，客户可凭领油券持本人身份证到御湖大境营销中心免费领取食用油一桶。客户到访御湖大境营销中心关注项目微信公众号，并手机群发项目宣传海报和活动海报到微信好友（微信好友人数150人以上均可），每个微信号限领一桶（此活动类别与其他现场活动，在广告传播中，属于强制性广告，如：1人微信好友有100人，10人转发1000人，100人转发10000人，500人参与活动周至县将会有50000万人强制性收看项目广告）。每人/每张身份证/每张油券仅限领取一份，不可代领。数量有限，先到先得；

物料：背景桁架一个（3x6米）、画架2个、项目微信二维码、桌子两张、凳子若干、海报、矿泉水

食用油：20xx桶，16元/桶（1.5升）

共计：32000元

该活动可分批次执行，每次

活动二：御湖大境开学季精美好礼大放送

活动背景：九月将近，全国的学生和家长进入了忙绿的开学季，孩子们忙着没有写完的暑假作业，家长们忙着给孩子们办各种入学手续和购买学习用品。少年强则中国强，孩子是家庭的希望，祖国的未来，为给开学的莘莘学子们加油，8月23日—24日，御湖大境营销中心举办“御湖大境开学季，精美好礼大放送”的主题活动，以各种各样的精美文具礼包，为开学季助威。

活动时间：8月23-24日

活动地点：御湖大境营销中心

活动主题：

你开学我送礼

御湖大境开学季精美好礼大放送

活动形式：在项目地搭建活动外展点，通过现场宣传，凡到访的家长和学生均可参与“幸运大转盘”抽奖活动，每人限转一次，超级丰厚的实用奖品；书包、精美u盘、纪念水杯、削笔刀.....开学超级豪礼，数量有限，等你来抢。（关注项目微信二维码并转发项目信息及活动画面至微信好友朋友圈，免费获得一次幸运转盘机会）

物料：背景桁架一个（3x6米）、画架2个、项目微信二维码、桌子两张、凳子若干、简易遮阳篷、海报、矿泉水（免费提供）

矿泉水：30元/每箱，10箱共计300元礼品：5000元共计：5300元

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