# 最新楼盘前期销售工作计划(五篇)

来源：网络 作者：无殇蝶舞 更新时间：2024-10-07

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。楼盘前期销售工作计划篇一...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**楼盘前期销售工作计划篇一**

►（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

**楼盘前期销售工作计划篇二**

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：

1.1 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；

1.2 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

1.1 停车指引；

1.2 接待签到（①vip身份证及收据核对；②客户签到领号）；

1.3 a、等候区（安排销售员协助客户选号）；b、新客接待区；

1.4 选房客户等候区；

1.5 选房区；

1.6 客户选房确认区（可增设疑虑客户考虑区）；

1.7 财务缴款区；

1.8 签约区； 1.9 突发事件处理区（vip室）；

1.10 礼品、奖品发送区；

1.11 恭送客户。

2、涉及具体问题

2.1 各区域的人员按排；

2.2 桌椅的数量和摆放；

2.3 导示指引；

2.4 物料摆放；

2.5 人流控制、隔离管理；

2.6 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：

3.1 停车区：保安2-3人；

3.2 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）；

3.3 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）；

3.4 选房等候区：保安（1人）；

3.5 选房区：销售人员（按情况定）、保安（2人）； 3.6 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）；

3.7 财务区：财务人员（开单、收款，按情况定）、保安（2人以上）；

3.8 签约区：签约人员（按情况定）；

3.9 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

4.1 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；

4.2 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

一般在开盘前一周，以报媒为主，集发连发整版广告，如果周六开盘，最好在周三开始连发三天整版。同时在开盘前十天，更换户外广告，预告开盘时间和优惠。另外在三四线城市不要忽视现在的喜庆气氛营造，而单张密集派发也是最好的告知途径。无论一二线还是三四线，短信和网络都是不可或缺的。

开盘广告一般重点突出此次开盘所推售单位、面积、优惠措施等。如果配合送大礼和大型公关活动更好。

八、项目销售前期准备工作

1、人员招聘：架构、人数、薪金、级别制定、佣金提成

2、人员招聘渠道

3、人员培训计划

培训内容包含：

1）房地产基础知识：建筑知识、园林、法规（包括：权属登记、按揭单位、认购书认购合同条例）。

2）项目情况：

百问百答，包含以下内容：周边配套、项目建筑（建筑风格、规模、绿化、园林、建筑面积、总套数、总楼栋等）、产品（重点和周边 竞争项目产品户型对比）、物管、建材、配套收费、区域配套政策等。

3）礼仪：仪容仪表、站姿、坐姿、礼貌用语、接待动作规范。4）销售技巧：接待流程、认购流程、签约流程；客户分析；逼定技巧；客户跟单技巧：电话来电、来访、微信；call客技巧；派单技巧（站位、说辞、潜在客户的判断、如何索取号码、如何即时邀约）；客户维护；销售说辞的注意事项；沙盘说词、模型讲解、板房介绍；产品推介技巧；营销节点说词调整培训；客户意向套取技巧（心理价位意向）。

5）其他培训：客户登记（来访客户分析；来电获知渠道）；客户填单；认购书、买卖合同；按揭客户计算；优惠折扣计算、税费计算；装修基础培训；竞品项目市调注意事项；客户跟踪本填写要求。

6）公司文化培训。

7）规章制度（公司、佣金分配、案场纪律）。

8）职业心态培训。

4、各阶段销售工作要点

4.1 前期培训（基础培训）

4.2 中期强化：

认筹期：认筹细则讲解，客户竞争项目对比

开盘前：意向单元、心理价位

4.3 开盘培训：流程、工作要点、岗位职责、说辞、计价

4.4 持续期：案场销售培训调整（难点说辞调整）

5、新人帮带安排 5.1 工作安排

5.2 佣金分配

5.3 培训考核

5.4 各阶段注意要点：要善于总结、要学会统筹、要注重分享、要懂得安抚。

**楼盘前期销售工作计划篇三**

二期三标开盘前准备工作布置的架构

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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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2024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：2024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：2024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2024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2024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：2024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：2024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2024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：2024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2024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2024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2024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（2024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：2024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（2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024年5月30日前）； 4.负责制定二期三标的定价方案（完成时间：2024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：2024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：2024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：2024年5月30日前）

2.负责二期三标商品房合同的准备工作，完善网上备案系统（完成时间：2024年6月xx日前）1.负责示范单位看楼通道现场包装物品设计、整改及安装（完成时间：2024年6月25日前）； 2.负责二期三标的开盘活动方案（完成时间：2024年5月10日前）； 3.负责二期三标的推广方案（完成时间：2024年4月28日前）

4.宣传方案的制定，宣传物料的制作及安装（折页、dm单张、户型图、户外广告、影视广告等）（完成时间：2024年6月10日）。

行政部 xxx

负责开盘活动当天司机的安排、音响安装、摄影、员工餐饮的安排。

工作流程图

**楼盘前期销售工作计划篇四**

开盘前期销售计划

（开盘前期）

开盘前期：持续时间大概3个月（8月19—11月18日）

目标要求：认筹达到300户以上

人员安排：销售经理一名，销售主管一名，置业顾问4名，财务一名，司机一名

工作内容1、9：00—18：00客户接待、登记及认筹、做好客户来电、来访的登记工作2、18：00—21：00销售人员值班，并对销售人员进行培训包括：前期接待、沙

盘讲解、户型介绍、礼仪培训、案场管理制度、各种流程培训等

3、根据客户累计及登记意向情况计划制定开盘计划及销售价格初案

4、待开盘时间及开盘政策都拟定后，逐个通知客户，要做到让每个客户都能亲

临现在。

5、开盘前的准备工作

6、每周做工作总结和汇报，分析当周客户情况，在宣传上做相应的调整

7、对于问题客户和客户问题进行分析和汇报，针对性的做些销售调整

8、收集客户信息协助策划部门做好宣传工作和市场分析

9、制定认筹计划和销售计划，设法完成任务

10、制定提成规定和奖惩制度，激励销售人员

工作安排

一、拜访工作

积极开发福泉市各个乡镇的客户源（马场坪、牛场、凤山、道坪、高坪、黄丝、龙昌、地松、陆坪、岔河、仙桥等），重点在马场坪、牛场、龙昌

主攻福泉市内的拜访工作，其中包括：

医疗系统：市人民医院、同济医院、博爱医院、妇幼保健医院、疾病防役中心、明仁医院、协和医院等

政府机构：市政府、供电局、服务大厅、检察院、法院、公安局、交警大队、工商局、税务局、计生局、民政局、财政局、林业局等

企事业单位：南方电网、电视台、电信局、移动公司、川恒化工、瓮福磷矿等 金融系统：中国银行、农业银行、建设银行、工商银行、农村信合、邮政储蓄等 教育系统：一小、二小、三小、四小（含初中部）、福中（含初中部）、职中、二、日常管理工作

1、制定各类制定、案场规定、销售流程

如：销售管理制度、客户接待流程、销售人员考核措施、处罚条例、岗位职责、保密规定、行为规范等。

2、制定相关表格

如：考勤表、来访来电登记表、客户追踪表、日报表、周报表、认筹统计表

3、针对日常管理工作进行系统的培训

如：规章制定培训、礼仪礼貌培训、房地产专业知识培训、各类流程培训等

4、案场的管理工作、报表的统计、客户资源的收集分析、客户的接待等

三、广告宣传工作

1、宣传方法和途径

户外广告牌（都是在福泉市内，分别位于：碧桂广场、洒金加油站、马场坪进福泉入口处）；

外墙广告（主要是工地围墙）；

夹报（利用邮局发放，主要针对福泉地区个订报单位）；

短信平台（预定前期10万条，辐射福泉地区高消费人群）；

晚上设点（每天晚上19:30-21:00在福泉市内的碧桂广场、大小十字、和其他人流量多的地方派发dm单张）；

各商场大型小区展示牌（恒源超市、亿客隆、三联超市、心连心超市、黔客隆、新港城等，要求：突出主题认筹，设定醒目标志房地产）

注：其他未尽宣传方式请公司策划部门协助

2、所需物料

易拉宝6个（要求：鸟瞰图、认筹详情、其它活动广告语）展示牌5个（要求：突出主题认筹，设定醒目标志房地产）联系短信平台公司制作夹报单页（尺寸和a4纸相等，要求双面）联系邮局（夹报）车一辆下乡用的喷绘（要求：1.5\*2四面打孔）矿泉水一箱下乡餐费公关费用实报实销名片（每人至少5盒）制作小礼物（成本维持在5元左右，数量1000份左右）

3、时间安排

第一周（8月20日---8月27日）：主要因考虑每天来访客户量较多所以主要以接待上门来访客户及认筹为主，另外晚上维持一周的基础知识培训、规章制度培训及礼仪礼貌培训

第二周---第三周（8月28—9月11日）对福泉市区拜访医疗系统、政府机构、企事业单位、金融系统、教育系统等进行拜访和派单

第四周—第六周（9月12—10月1日）对福泉周边地区的各个乡镇进行巡展，重点在马场坪、牛场、第七周（国庆黄金周）针对福泉市区做一个小型的活动，具体活动内容请公司策划部设计安排（所需物品另行安排）

第八周起 重点在售楼部的日常认筹工作，每晚安排销售人员在广场设点，要求工作人员跟踪回访。

注：最后至少三周时间用于开盘前期准备工作

四、工作任务及人员安排

第一周（8月20日---8月27日）：认筹数量：60组销售人员3名每人20组，没有完成任务的或后两名则在第二周由荣经理带领进行各单位的拜访，售楼部安排销售经理及一名销售人员留守

第二周---第三周（8月28—9月11日）总认购数量：60组由荣经理带领至少两名销售人员进行拜访，拜访人员每人15组任务留守现场的人员30组

第四周—第六周（9月12—10月1日）总认购数量：60组由荣经理带领至少两名销售人员进行拜访，拜访人员每人15组任务留守现场的人员30组

第七周（国庆黄金周）要求120组每人30组

第八周 尽量每周维持在30组以上最终达成预期的300组以上目标并保证开盘时有两百套以上的解筹率

开盘前三周必须对接按揭银行落实按揭问题、网签流程、办理网签、解筹流程、开盘物料补充、销售人员的相关培训等准备工作。

注：巡展和拜访所带人员以现场业绩来定，由倒数二名参加，每周更换。

五、经费预算

相关物料和经费预算请公司策划部及相关领导共同预算细分

金域龙庭销售部

时间：2024年8月31日

**楼盘前期销售工作计划篇五**

篇一：开盘前销售工作计划2.20 松桃国际商贸城开盘前销售、招商工作安排

[销售蓄客阶段：2024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：2024年02月20日-02月25日(团队组建）2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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：2024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

2024.02.20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。

黄山〃天玺一期2024销售计划目标月度分解表注：每月销售预计套数与销售面积可能会因为单套户型及面积的差异而有所差别，根据市场及前期客户的了解，预计前期9、10号楼的去化进度会快于3、4号楼，因此月度销售任务主要以预期套数为主要任务基数。黄山天玺销售部 2024-7-19

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