

2023年地产活动策划(模板5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

地产活动策划篇一

1、借活动体现项目特色，提高品牌美誉度，扩大项目市场影响力；

3、通过周末暖场活动，集结新老客户到场，制造氛围，并结合现行政策提升销售业绩。

老客户：约40组

近期来电来访意向登记客户：约10组

共计约50组

9月6日9：00——17：00冰皮月饼diy+猜灯谜

9月7日9：00——17：00猜灯谜

月是故乡明幸福在名郡

1、当天来访客户到登记处，签到领取diy制作券即可参与月饼diy与猜灯谜活

动；

2、客户凭制作券去制作台参加活动；自己做的月饼可以带回

家和家人一起分享，

让家人尝尝自己亲手做的. 月饼；

3、客户在猜谜区根据谜面的内容，确定自己能猜出谜底之后，让工作人员将谜

4、吧台准备茶点给客户品尝。

那不见不散啦！祝您生活愉快！

特别说明：

1， 活动人数预定80组， 每组限做3个月饼；

2， 4个置业顾问， 每人邀约指标20组， 其中老业主10组以内；

（开发商特别说明， 意向客户为主， 老业主为辅， 不希望活动登记表上全是老业主， 望各位理解！ ）

3， 策划负责月饼diy[]灯谜区需要支援一名（渠道/助理）， 如果有客户猜对灯谜， 取下谜语灯笼赠送， 签到处登记领取奖品（需要拍照）。

地产活动策划篇二

个性化、形象化竞争日益激烈，将成为太原市地产发展的潮流。物业项目要取得优异的销售业绩，就必须把握时机，尽竭利用自身的`个性资本和雄浑的势力，把自身打造成极富个性和口碑，拥有良好公众形象的楼盘。

优势：

1、 位置优越， 交通便捷

地理位置优越：处于北城区的成熟社区之中心；徒步3分钟即可到达酒店、食府、剧院、商场、超市等社区设施一应俱全。

交通便捷：公共交通比较便捷，有三趟公交线路途径本案

2、区内康体、娱乐、休闲设施一应俱全

室外设施：活动广场、小区幼儿园、医院、购物广场、篮球场

室内设施：桑拿浴室、健身室、乒乓球室、桌球室、卡拉ok酒廊

3、小户型

2房2厅、3房2厅，面积68.79--106.92平方米之间的小户型，以及提供菜单式装修，对于事业有成、家庭结构简单、时尚、享受的目标购房群极具吸引力。

不足：

1、环境建设缺乏吸引性景观

环境建设缺乏吸引性景观，不利于引发目标购房群兴趣；不利于提升hs花园在公众中的知名度、美誉度和造成记忆；同时也不利于满足区内居民的荣誉感。（现代住宅不仅要满足居住的需要，还要满足居住者特殊的心理需求）

2、物业管理缺乏特色服务

物业管理方面未能根据目标购房群的职业特点和实际需求（事业有成、时尚、享受）开展特色服务，使hs花园在服务方面缺乏了应有的个性和吸引力。

地产活动策划篇三

我是敏捷地产增城锦绣御景苑项目策划部的杨京城，主要负责御景苑项目的媒体推广、现场包装、物料跟进、销售促销活动、月度推广计划初步拟定、配合策划经理，协助销售部完成每月的项目推广策划工作。

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□dm

3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

“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。

地产活动策划篇四

培养节日气氛,提升新方房产品牌形象,展现新方置业的客户关怀服务精神,增强意向客户的购买信心,最终促进销售量的提高。

x月x号、x号

所有业主和准业主

新方·新怡园为回馈新老客户，在元宵节期间，特推出如下优惠活动：

1、正月十五“送元宵”活动，活动期间，进售楼处看房的客户，即可得到精美元宵一份。

2、为烘托节日气氛，增加售楼处的人气，开展“猜谜有奖”的活动。售楼处内挂置装饰灯谜，奖励也写上，凡答对者即可得到精美小礼品一份(奖品可设置为物业券、元宵、剪纸、台历等)

3、延用“万元置业”首付款借款活动：

a□零首付借款(二套房首付款30%)的客户执行借款半年；

b□首付款借款15%(二套房首付款45%)的客户执行借款一年；

5、为配合本次活动的有效性及广泛性，特申请追加30万条短信宣传。

6、售楼中心再次进行装点。如横幅、气球、灯谜等，衬托节日的氛围。

地产活动策划篇五

1、“男人帮女人帮”——亲友帮你赚优惠

2、“男人帮女人帮”——相亲相爱攒幸福赚优惠

3、“男人帮女人帮”——亲友相帮家享优惠

促销剩余房源，实现冲刺；

增加来访客源，积攒人气，促进销售；

周六

楼盘营销中心

由老客户带来的新客户及自然来访新客户

暖场活动+抽奖送礼(抽奖仅针对认购成功客户)

活动规则:

老带新客户抽奖送礼:若新客户认购成功,新客户可直接参加抽奖赢取奖品,老客户即免物业费,并获得抱枕一个。

新a客户带新b客户:新b客户认购成功可直接参加抽奖赢取奖品,新a客户可获抱枕一个;如若双方都成功认购,即可参与抽大奖并抱枕一个。

暖场活动内容

女人帮——光棍节送温馨给朋友!

2、活动结束后,手持礼品券的客户都可凭券领取抱枕(或伞)一个,礼品送完即止;

男人帮——光棍节不做宅男!

中午13:00x16:00男士可在小区内部的篮球场以一组3对3进行篮球比赛,一天之内设定3场比赛,现场男士可报名参加,报名人数共18个名额,现场将请篮球裁判一个,最后获胜队每人也可获价值150元/个的电水壶一个,依次类推,获奖名额共有9个,此处需备9个电水壶作为游戏获胜者发放。

抽奖活动针对所有认购成功客户,抽奖完毕后,应凭首付款发票领取奖品;

抽奖礼品:一等奖:ipad1名, 价值4000元/个;

二等奖:冰箱2名, 价值2500元/个;

三等奖:电水壶10名, 价值150元/个;(篮球赛获胜者需另备9个水壶作为礼品发放, 故现场需备20个电水壶)

另, 普通奖礼品:抱枕(或伞)50名, 价值40元/个;伞(价值30元/个)(普通奖适用于所有参与活动且手持礼品券的客户, 礼品送完即止;)

房地产集团年会活动策划方案

20年迎新年联欢?晚会活动准备好了吗?想不想您的晚会活动更加与众不同, 活动节目更加精彩?一个电话交给传古文化传播有限公司, 所有都统统搞定!

一、活动目的

增进领导与员工的零距离沟通, 激发员工蓬勃的斗志, 迎接新的挑战增强公司的向心力和凝聚力, 体现公司与职员的, 同心、同德、同赢共生、共存、共荣。

深度了解企业文化, 有效整合团队精神, 调动企业员工积极性, 感受公司大家庭带来新年气氛和温馨。让职员体会到他就是公司, 公司就是每一位职员。

为先进个人与集体颁奖, 给员工一个充分展示表演天分的舞台, 展示(中国)的激情与蓬勃发展之态。

二、活动亮点

整体协调亮点

会场入口有绚丽的五彩气球，卡通兔偶及美丽大方的礼仪模特和红地毯，过道两旁有(中国)发展历程的图文资料及视频资料，主会场以红和金色为主色调的红地毯、红条幅等，舞台采用设计制作，及各种各样的荧光盔，手掌拍。

整体会给人一种庄严、喜庆、辉煌的.效果。

开幕亮点：

兔子曲及兔子舞处处彰显着活力、拼搏、激情辛劳的兔子精神，大胆创新、专业策划、和谐发展的中国文化。

颁奖亮点：

每一个获奖人两支玫瑰花，一支在口袋上，一支拿在手里，在授奖台上有一个精心制作的家字，获奖人在聚光灯柱下，徐徐从会场入口通过左侧走上授奖台把手里的花插在家字上，300支花组成一个家字，这是音乐想起(家和万事兴)合影完了一起唱！

文艺演出及猜猜有奖亮点：

在文艺表演的中间，参插互动游戏，(像有奖问答、动手动脑、砸金蛋)等。

三、活动环节衔接

在到场每一位都不知情的情况下。所有灯光唰的暗淡下来了(5秒)，这时激情的奔跑舞曲响起，聚灯光柱照在帷幕接口处，帷幕慢慢的拉开，一对兔子舞演员听着他们熟悉的旋律，姗姗起舞。随后上海传古文化传播有限公司提供活动策划，九对兔子舞演员陆续入场，共十对，寓意着，十全十美。也寓意着是房地产业的真诚和十分专注专业的企业。

舞曲和舞蹈到了结尾，主持人上台向在坐的各位拜年两句以后，突然手机(免提手机)响起，((中国)领导打的)说该是我们给大家伙拜年了吧，然后领导快步的走上舞台(一个上、聚光灯柱迎接)主领导向员工拜年完，说一句祝福的成语。未见其人就听其声，下一个领导说着成语上台(虎年腾达、达官显贵……)最后所有领导向员工同说一句拜年的话。

拜年结束，一个领导说是不是给大伙颁奖了啊，所有领导沉思后说“好”激情的音乐轻轻响起，进入颁奖环节，聚光灯灯柱迎着每一位领奖人及两个礼仪小姐伴随着走上领奖台。(或者用“道具兔子车”拉到领奖台，同样礼仪，灯光都要到位)

在“家和万事兴”歌曲结尾时灯光慢慢暗下来，突然亮起，带着面具的表演人员在台上站着，(面具可摘)这个之后，就可以不用暗灯了，文艺演出结束后，也面临着此次年会的结束，所有领导上台再次给大家拜年，音乐响起，(明天是个好日子)结束。