

2023年房地产抽奖活动流程及规则 房地产暖场活动方案(实用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

房地产抽奖活动流程及规则篇一

活动时间□20xx年11月4日——20xx年11月5日

活动地点□xxxxx营销中心

参与办法：客户进店转发活动信息（如游戏）即可获得一次抽奖机会，群发指定销售信息（不得低于200人）即可获得多一次的抽奖机会，抽中奖品即可现场领取。

活动奖励：（活动奖品待定）

本次活动的最终解释权归本项目开发商所有。

房地产抽奖活动流程及规则篇二

一、项目简介：

凤凰城项目位于郑州房地产市场的东南板块，在郑汴路路南，凤凰东路、凤台路(在建)和青年路三条路呈型将社区同周边的商品大世界、名优建材市场等分开。

销售，但没有为开发商实现预期的利润，没有树立中、高档物业的品牌形象，无意中形成凤凰城下一期小户型开发和小高层开发的品牌障碍。

现在，一期多层尚有37套现房、准现房，销售额850万元。其中159.7m²的三室两厅有23套，以五、六楼为主；127m²的三室两厅7套；这两种房型的销售金额占一期余额的90.4%。

二期小户型总销售金额预计2800万元，临街商铺1700万元，合计4500万元。预售许可证预计__年5月底办下。

由此可见，目前凤凰城的可售资源由三种不同的物业组成：期房小户型、现房大户型和商铺。其中二期小户型占所有可售金额的52%，一期大户型销售额16%，二期临街商铺占32%。如何解决可售资源过于分散的障碍，是我们面对的重大挑战之一。

二、市场概况及基本竞争格局：

a□东南板块及郑汴路商圈。

郑州房地产市场的东南板块主要由三部分组成：郑汴路沿线、东明路南段沿沿线、航海东路与107国道沿线。

郑汴路沿线主要由建业、英协、百合花苑、东方明珠等中高档楼盘组成。在郑汴路商圈的支撑下，这里已经成为明确的高尚住宅区。凤凰城位于这一区位之内。与英协、建业几乎是一路之隔。但凤凰城在操盘过程中，没有除理好商务环境与居住环境的品牌区分与借势，纯粹以低价位的品牌内涵介入竞争，不仅没有收获天然的地段价格优势，而且为二期、三期制造了品牌障碍。

东明路南段沿线目前竞争非常激烈，主要由东明花园、佳艺花园等楼盘组成。

航海东路与107国道沿线是__年以来的楼市亮点，宝景、金色港湾、悉尼阳光、燕归园等一批中价位大型楼盘。其中燕归园是凤凰城二期小户型明确的竞争楼盘，其它几乎所有的楼

盘都和凤凰城一期159、127平米现房形成明确的竞争关系。

b□小户型市场概况。

自__年底时尚party介入郑州楼市以来，小户型这种物业形态迅速发展起来。尤其是__年初，青年居易(easy-go)以1900余套的投放量冲击市场，形成了小户型的“市场黑洞”，彻底打破了市场的竞争格局，实现了小户型从供小于求到供大于求的转变。今年4月份更是破天荒地出现了小户型销售量的急剧下降局面。

燕归园位于货站街东段，由盛煌房地产公司开发，已成功实现一期的开发，在几乎没有什么竞争的情况下，收获了小户型市场的第一批需求者，现在燕归二期正在认购阶段。燕归园提前介入了小户型市场，并且认识到小户型的主力市场是60-80平米的两室户型和100平米的三室两厅。这与我们的市调结果完全一致。此次燕归二期开发的正是此类户型(两室两厅75平米，三室两厅95平米)。可以说，同燕归园的户型配比上比较，我们没有优势。

c□商铺市场

商铺是一个比较特殊的物业形态，商铺的价格是由商铺能为房东带来的租金多少决定的。目前郑州的商铺市场尚处于起步阶段。凤凰城二期商铺位于商品大世界、名优建材市场南端，即将建成的大卖场的商业价值将会决定二期商铺的价格。人们对大卖场的商业认同也将影响二期商铺的价格。

和二期商铺有竞争的主要楼盘是建业新天地的临街商铺、英协尚未售出的部分商铺。

三、项目swot分析

一)优势

1) 郑汴路商圈天然的地段优势，这里是财富的俱乐部，富翁的制造厂，在这里百万富翁比比皆是，每年都有新一代需求产生，源源不断的需求是我方楼盘最有力的支撑2016房地产营销策划书策划书。

市场细分如下：

a□ 高端市场被英协、建业等高档楼盘满足，这一部分客户大部分是第二次或第三次置业，是终极消费，10年内不会再置业。

c□ 复合市场。凤凰城一期是一个大众楼盘，从价位角度划分，属中低档楼盘。凤凰城二期小户型项目的目标群，预计业主身份复杂，置业心理不尽相同，故推广过程中，不能拘泥于单一的推广主线。

房地产抽奖活动流程及规则篇三

适合项目：入住小区，认筹客户较多，有小孩的家庭，足够大的场地，项目周边人群较多。

2) 梦幻拉斯维加斯

活动内容：拉斯维加斯主要是经过赌博才赢取足够多的积分，来兑换礼品，顾客通过进行赌博赢取来的筹码（积分）来竞拍礼品，也可以兑换相应积分的礼品，活动期间设置2到3次用积分竞拍，积分可自由兑换礼品。如在十一期间，可设置终极竞拍大奖，放到最后一天进行竞拍，前几天顾客可积攒积分，在最后一天统一引爆。（一般礼品建议100到400元，终极竞拍礼品建议1000-5000元）

现场配备：1个德州扑克，1个大小点，1个大轮盘。荷官3名，及相对应的凳子。

适合项目：出入方便，商业和住宅，年轻人群，自由人士。3) 浪漫写真，爱意无限

活动内容：现场特别举行写真，婚纱，全家福等各种写真拍照活动，让顾客可进行参加，到访客户都可以参加摄影写真的拍摄，现场为客户拍照，精修5张底片，并赠送一个7寸相框，可以让业主们通过微信分享点赞来赢取礼品，现场拍摄的照片因需要精修，所以需要在活动节后一个星期左右才能给甲方。（礼品建议，相框，照片墙，）

现场配备：1名摄影师，1名化妆师，1名助理，1台灯光，1个遮阳板，服装若干。

适合项目：样板间小区，园林小区。4) 十一大讲堂

识（主要讲与如何充分利用房屋面积），装修禁忌（高层，别墅，洋房，）等房屋装修类话题，让客户可以来聆听。增加到访人数及停留时间长。现场配备diy活动或者冷餐，礼品等，让客户不光光可听讲座，而且还有礼品拿。活动时间建议半天2到3小时左右。

现场配备：1套音响，1名讲座师，1台电脑，1套投影仪，凳子若干，搭配diy活动或者礼品。

适合项目：认筹或以交房，修养客户，自由客户。出入方便，5) 体验异国风情(异国美食)

活动内容：现场设置7个diy暖场活动，每天一个diy活动，及搭配冷餐，现场间断性举办抽奖活动，增加客户到访，让客户现场停留时间较长□diy活动可举办diy韩国泡菜，插花，绿植，微景观，彩绘阳光罐，葡萄酒酿制，纽扣画等新颖一点的暖场活动项目。

活动配备：7天活动物料，冷餐物料，2名指导老师，1名冷餐

师，1名服务员，桌椅软干。

适合项目：住宅，中端项目，交通方便项目。

7) 疯狂飙车

活动内容：主题可以xx首届赛车比赛现场搭建跑道，选取专业遥控赛车，让前来到访客户可参与比赛，3-5人可进行比赛，来赢取排名，最终进行比赛赢取大奖。比赛可以以天进行比赛选取冠军，最后一天可让前几天的冠军统一进行比赛来赢取首届冠军，（礼品可建议选取一些比较有名的遥控赛车作为奖品）然后选取可选择一：四驱赛车比赛，特点自由性比较大，体验感比较强。缺点看起来跑道不是很专业。选择二：卡雷欧赛车比较，卡雷欧赛车是一种类似于磁悬浮类的赛车和跑道，必须专用的赛车和专用的跑道，特点是品牌比较大，全球有无数家分店，缺点自由性太小，没有可发挥空间。

活动配备：赛车若干，跑道一套，其他软干

适合项目：年轻人，有小孩的人，交通方便，有足够面积。

房地产抽奖活动流程及规则篇四

在中秋节期间，在项目营销中心举办为期三天的中秋家年华，围绕中秋节对营销中心主题包装，在营销中心内场举行契合节气，彰显品牌格调的特色diy活动体验，共到访客户，项目业主参与体验，为项目积蓄人气，营造氛围。

房地产抽奖活动流程及规则篇五

在去年金融危机之前，我们国家的房地产市场一片繁荣，楼房的价格被炒到了历史，不过在我看来只不过是虚假的繁荣，果然自从全球金融危机到来之后，我们国家的楼市持续低迷，虽然房地产厂家想出了多种促销方式，不过似乎作用一直不

大。

房地产的持续低迷也影响了国家经济的发展，所以很多地产商在投资的时候更加谨慎了，一般的地段是不会再投资了，不过已经盖好的楼房却需要销售，我做房地产策划工作已经很多年了，奉命写出了房地产公司营销策划书。

一般说来，“营销策划书”并没有统一的格式和内容，但是，大部分的“营销策划书”都是针对发展商的需要而撰写的，通常包括下列内容：

一、研展部分

1、项目简介。其内容包括开发商、基地面积、总建筑面积、住宅面积、公建面积、容积率、绿化率、建筑密度、停车位、自行车停放面积、住宅总套数、地理位置等。

2、区域市场分析。其内容包括地理位置、交通配套、个案市调等。

3、swot分析。主要是在区域市场分析的基础上分析本案的优势(strength)、弱点(weakness)、机会点(opportunist)及存在的问题(threats)。

4、客源分析。包含客层分析、年龄层分析、客户来源分析等。通过对目标客户的分析，从而可以对产品进行定位。这部分内容通常可以用饼图来显示，较直观。

5、产品定位。包括产品建议、价格建议及付款建议。在产品建议中必须罗列出为什么这样定论的理由和房型配比建议，在价格建议中也要罗列出定价的理由和随工程进度和销售率可能达到的价格。

二、企划部分

包括：

1、广告总精神。

2、诉求重点。

3、稿标题初拟。

4、媒体计划。

三、业务部分

主要包括销售阶段的分析、业务策略及执行计划两大部分。其中销售阶段分析一般分为三个阶段(引导期、强销期、持续期)做详细阐述。业务策略及执行计划也分为三部分：策略拟定、销售通路及业务执行等做一一陈述。

完成了以上研展、企划、业务三大部分的报告后，一份提案报告书基本上出来了，但最后不要忘记还有一个关键的事情必须在报告书里涉及，那就是与开发商的“合作方案”，营销公司一般可以有三种代理的方式：

(1)纯代理；

(2)代理(即包括广告)；

(3)包销。这三种方式的代理价格与佣金提取方式都是不同的，可以在报告书中罗列出来，由发展商去选择，双方再做进一步的商讨。“提案报告书”写出来后，做一个闪亮的包装也是很必要的。这可以给开发商一个醒目的感觉，使开发商感觉营销公司对提案报告是相当重视的，也可以让开发商对营销公司的实力有充分的了解。从而赢得开发商的信任。

总之，撰写“提案报告书”的主要目的在于能够成功地取得

销售代理权，让开发商觉得“非你莫属”。

“以正合，以奇胜”房地产策划之体会

成功的房地产策划最重要的不是靠什么高招奇招，最重要是靠踏踏实实的规范操作；只要在每一步的操作都到位的基础上，再加上一些突破之举，策划才能绽放异彩，取得成功！策划工作中应把握以下关键点：

一、定位(市场定位、产品定位及规划设计等)

你的市场定位是否适应市场的需求，产品定位是否满足目标客户需求，这是项目成败的关键所在。“金×豪园”失败的定位是一个有力的反面例证。

二、时机(投资开发的时机)

投资时机的决定是建立在房地产市场把握的基础上。如果对投资开发时机的决策失误，则你所策划的项目很可能在未出世前已注定失败。“汇展阁、东海一期”的成功正是很好地把握时机的结果；“大厦、中心时代广场”的失败正是生不逢时的例证。对时机的把握关键的要点是你要清楚在什么时候应投资开发什么类型的房地产，还要清楚在不同的时期，房地产投资的利润水平会有所不同。因此，做好项目的前期分析是策划的第一步工作。

三、位置(项目开发所在的地理位置)

位置的选择取决于发展商的投资眼光。同样一块地，对于不同的投资者有不同的价值；不同位置的地块，其地价水平也不同，在选择位置时要清楚地价成本是楼宇总建造成本中决定的因素，能否取得物有所值的地块将直接影响着投资的利润水平。因此，了解发展商地价水平，做好项目的可行性分析是策划的第二步工作。“罗湖商业城”地块是物业集团在90

年以4亿2千万的天价投标所得，这在当时被认为是一个失败的投资项目，但现在看来，再没人怀疑其敏锐的投资眼光了。

在接受代理楼盘时，发展商往往会要求其写出“营销策划书”。根据“提案报告书”的好坏，发展商决定由哪一家营销公司来代理其楼盘，所以，“提案报告书”制作的好坏，基本上决定了营销公司生存的命运。一份好的“营销策划书”，必须由营销公司的研展部门、企划部门、业务部门通力合作，才能很好地完成。撰写“营销策划书”来时，首先必须要求发展商提供个案资料、建筑规划设计初稿或蓝图，以及其他相关资料。在此基础上，再收集个案所处区域的都市计划图、人口统计资料、交通建设计划、公共工程建设计划及其他利多利空资料。同时，还要收集该个案区域市场的市场调查资料表，作为“营销策划书”的附表，据以作为提出“价格建议”、“产品定位”的数据资料。

其实我感觉策划书并不是最重要的，最重要的还是楼房的设计和地位问题，策划书只不过是一个参考，明眼人都知道策划书的作用只不过是一种宣传，至于宣传的效果，楼房的质量问题是最重要的。

做房地产策划已经还是不错的，不过最近的房地产市场普遍低迷，我知道这也许是暂时的，不过楼房确实要降价了，现在的房子实在太贵，超出了一般人的承受范围。我会在今后的工作中继续努力的！