

# 2023年房地产三八节活动方案 房地产活动方案(通用9篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

## 房地产三八节活动方案篇一

名城是一座集商品住宅和商业旺铺于一体的社区。为使名城的销售达到“更上一层楼”的目的，特决定举办五一晚会。现对本次五一晚会实施方案详述如下：

20xx年5月1日18：00—21：00

名城中心广场

望月

主题释义：该主题将开发商与五一有机地结合起来，同时渲染出一种家的温馨氛围，暗喻进入就是回到了家。

- 1、为业主与开发商之间搭建近距离沟通的平台。
- 2、树立开发商企业形象和进一步宣传楼盘。
- 3、深度挖掘潜在消费群体。

五一晚会：600人

五一酒会：400人

合计：1000人

“今晚回家吃饭吗？”

活动宣传语释义：五一佳节作为中国一个传统节日，有道是：“每逢佳节倍思亲”，佳节都是家人团聚的时候，故活动宣传语以一种亲人的问询来触发本次活动，这句话也更能引起大众的共鸣，同时也暗喻本次活动将为所有与会者以家的温馨感觉。

1活动前的推广措施：

- 1、在本次活动中推出当日购房可享受9.18折的优惠促销活动（注：可根据开发商情况酌情制定一些限制条件）。
- 2、制作并随机赠送本次活动文化宣传衫若干。
- 3、制作“名城”字样的.五一印入场卷（造型可参考月饼造型）。

以上活动的目的旨在达到强化活动宣传效果和彰显开发商人性化的经营理念。

## 房地产三八节活动方案篇二

端午是我们中华民族的传统节日，这恰好是一个回温老客户、开发新客户的契机，因此端午蓄客活动是必要的。

比拟普遍的.活动有以下几种：女儿回娘家，挂钟馗像，悬挂菖蒲、艾草，佩香囊，赛龙舟，比武，击球，荡秋千，给小孩涂雄黄，饮用雄黄酒、吃咸蛋、粽子和时令鲜果等。对于此次活动将做如下安排：

- 1、一期商铺根本一售罄，二期商铺也在x月底开售，在五一

的时候也做了相应的推广活动，这时端午正式我们再次加固客户、加大推广力度的时机。

2、工程在销期间有众多意向客户，加快逼定意向客户。

3、端午节假日，局部外出打工的客户回乡、机关单位事业单位放假，潜在客户量提升。

1、维系老业主关系，提供销售人员与业主沟通感情的时机。

2、口碑传播，通过老业主以及民众之口为做传播。

3、通过此次维系活动，为提高促进二期商铺的销售。

20xx年x月x日

工程售楼处

老业主及来访客户。

在售楼部门口贴挂钟馗像、挂艾草。渲染节日气氛。

### (一)、活动内容

1、现场品尝各类粽子。

2、参与现场活动并领取礼品。

### (二) 活动流程安排

1、客户到场，签到。

2、现场品尝各类粽子(入会办卡展示)。

3、现场品尝各类粽子(入会办卡展示)。

### (三) 案场系列活动细那么

#### 1、“投飞镖、赢大奖”

活动时间□20xx年x月x日9：00。

活动方式：但凡在此期间来访的老业主，均有一次参与本活动的时机(由销售代表引领客户到活动区域签字确认参与活动)，通过投飞镖，按照所得的环数赢取不同的奖品。

活动内容：每位客户均有三次投掷飞镖的时机，累加三次飞镖的总环数，换取相对应的奖品。

活动物料：飞镖10枚，标盘5个，登记与礼品桌1张。

奖品设置：

一等奖(25——30环)：绒线玩具(价值元)。

二等奖(15环——24环)：水杯(价值元)。

三等奖(15环以下)：钥匙扣(价值x元)。

备注：活动奖品以公司原有剩余礼品发放为主。

#### 2、“品尝各类粽子”

活动时间□20xx年x月x日9：00。

活动方式：由销售代表通知客户活动信息，邀请老客户及来访客户，在x日下午17：00时统计参与人数。

# 房地产三八节活动方案篇三

## 秦绿地产名仕城6.1儿童节

### 6.1童乐会全家总动员之爱的拓印

继5月18日青年歌手大赛后,通过6.1儿童节全家总动员——马克杯diy活动,使名仕城再次深入人心,给孩子带来快乐的同时,在家长的心中树立起良好的秦绿品牌形象,提升品牌品质。在活动过程中,大力展现空中花园/中央空调/双层立体停车场/承诺保值增值四大卖点主题,从而促进业主对名仕城档次和品质的认可,增进与业主之间的交流。

20xx年6月1日--6月3日

名仕城政府街售楼中心

1、前期认购并转签合同的`业主

2、前期认购的客户

3、电话邀约的意向客户

4、活动期间到访的新客户

1、儿童创意签到(田字本)/家长诚意签到(家长登记表)

2、“爱的拓印”拍照留念

3、马克杯diy制作

1、签到区工作人员:负责儿童及家长登记签到,协调签到区域秩序整理并发放资料

- 1、橱窗海报
  - 2、展版海报
  - 3、数码相机一部
  - 4、打印机一台
  - 5、马克杯热转印设备烤杯机一台、转印墨水、转印纸
  - 6、名仕城logo
- 1、名仕城logo
  - 2、“爱的拓印”现场拍照
  - 3、马克杯diy制作

## 房地产三八节活动方案篇四

20xx年5月1日

xx售楼中心现场。

工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

市政府有关主管领导、市建委、市房地产管理局领导、市建筑、规划设计院负责人等。

xx电视台□xx日报□xx新闻台等。

对外传达xx开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大xx的社会知名度和美誉度，体现xx的美好前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立xx地区xxxx房地产开发有限公司

司积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

1、主席台区：主席台区也就是剪彩区设在售楼中心南边，主席台中间为主持人及贵宾讲话用的立式麦克风，台面铺有红色地毯，背景墙为喷绘画面，主题为“xx开盘庆典仪式”。

2、签到处：来宾签到处设置在主席台北侧。签到处配有礼仪小姐。签到处设置签到处指示牌。

3、礼品发放区：届时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

4、贵宾休息区：可放在xx售楼中心现场，设置沙发、茶几饮料、水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

## 1、室内外表现

### 1) 彩旗(彩条)

2) 在售楼处大门外道路两旁悬挂，挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。

盆景花卉在售楼处大厅的各个角落，分别摆设，以增加视觉美感、清新空气和烘托亲切氛围。

### 3) 气拱门、气球

在工地现场、市区主干道布置大型气拱门、热气球、道旗，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

## 2、现场表演活动内容：

1) 军乐队：用于演奏振奋人心的乐曲，作为背景音乐贯穿开盘庆典仪式的始终。

2)腰鼓队：在现场安排一支由20人组成的'腰鼓队，用于迎宾和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

3)舞狮活动：在仪式过程中穿插舞狮活动表演，预示着xx美好的发展前景。

### 3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也可以轻松赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，形成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

### 4、筹备工作：

1)拟定与会人员。于月日向与会领导发出请柬。

2)提前准备好请柬，并确认来否回执。

3)提前5天向xx气象局获取当日的天气情况资料。

4)落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。

5)提前6天落实指挥和负责秩序工作。

6)做好活动现场的礼品、礼品袋

7)提前8天办理气球、活动场地、气拱门所需的审批。

5、来宾身份识别：来宾到场后，礼仪小姐为来宾佩带胸花。贵宾由礼仪小姐指引或公司领导陪同前往贵宾休息区。

### 6、人员安排：

1)预设礼仪小姐10名，入口处4名，签到处2名，会场区4名礼仪小姐要求统一着礼服。



2) 工作人员15名;

3) 公司工作人员30名;

11: 00客户签约, 开盘销售活动正式展开。

### 1、报纸广告

27日、28日、30日在《xx日报》第x版刊登整版广告, 告知xx开盘的信息。

### 2、电视广告

xx电视台录制开盘录像, 制成vcd作为开盘活动的资料。并由xx电视台制作新闻, 报道整个开盘活动现场的情况, 进一步扩大宣传。

### 3、电台广告

在开盘前后两个月播出xx开盘的信息。

### 4、印刷品广告

楼书、海报已印制完毕, 采取派员发放与夹报相结合的方式。

1.《xx日报》27、28、30日整版xx元

2. 电视台录制开盘录像及新闻报道xxxx元

3. 电台广告宣传xxxx元

4、开盘仪式场地户外广告管理处审批xxx元

5、礼仪公司各项费用xxxx元(含舞台、音响、舞狮队、腰鼓

队、军乐队、礼仪小姐及主持人酬金)

6. 气球(开盘现场及市区主干道)xxxx元

7. 鲜花盆景租赁xxxx元

共计xxx元

## 房地产三八节活动方案篇五

1、促进开盘成交客户合同签订;

2、提升开盘售楼部现场人气;

3、促进项目开盘成交，制造凯悦城的声音，及快速去化房源。

20xx年9月份（具体时光待定）

凯悦城售楼中心

1、置业顾问电话邀约时光□20xx年9月份

2、电器的购买时光□20xx年8月30日

3、抽奖券制作到位时光□20xx年9月初

4、水果糕点现场布置到位时光：开盘前一天

邀请凯悦城开盘，购房签约客户，将在售楼中心内部进行现场“砸金蛋得家电”活动，由项目经理对本次活动类容进行简单介绍，并传递前期购房客户，老带新活动政策，本次活动抽奖由当天购房客户现场抽取，产生以下奖励：一等奖：笔记本电脑（2名）二等奖：海尔冰箱（4台）

100元x90台=9000元

费用预估：33000元

三等奖：海尔洗衣机（6名）四等奖：微波炉（10名）

五等奖：榨汁机或电饭煲或加湿器（90名）

新客户到达售楼中心——进入签到区签到——拿排号单或序号——客户集中到门外——现场维持开盘前客户情绪，待开盘开始，由销售带客户购房，已签订购房认购的客户——由销售带客户进行现场砸蛋区——由客户砸蛋获取奖券——销售带客户去领奖去等级（需带认购和客户身份证）——核对后领取奖品——销售让客户从后门离开。

（置业顾问全程接待，并一对一介绍，促进成交几率，深入挖掘潜在客户群）

1、抽奖券数量：100张

抽奖箱：

1个费用：100元

2、聘请婚庆公司

费用：2500元

3、水果糕点

费用：1000元

4、预计现场布置费用：费用：500元

5、小礼品购置费：毛绒玩具等20xx元

6、不可预计支出费用：费用：900元

7、家电费用

费用：33000元

20xx

费用合计：40000元

策划部20xx年8月22日

## 房地产三八节活动方案篇六

- 1、促进开盘成交客户合同签订；
- 2、提升开盘售楼部现场人气；
- 3、促进项目开盘成交，制造凯悦城的声音，及快速去化房源。

20xx年9月份(具体时间待定)

凯悦城售楼中心

1、置业顾问电话邀约

时间□20xx年9月份

2、电器的购买

时间□20xx年8月30日

3、抽奖券制作到位

时间□20xx年9月初

#### 4、水果糕点现场布置到位

时间：开盘前一天

邀请凯悦城开盘，购房签约客户，将在售楼中心内部进行现场“砸金蛋得家电”活动，由项目经理对本次活动类容进行简单介绍，并传递前期购房客户，老带新活动政策，本次活动抽奖由当天购房客户现场抽取，产生以下奖励：

一等奖：笔记本电脑(2名)

二等奖：海尔冰箱(4台)

3000x2台=6000元

1500x4台=6000元

1000元x6台=6000元

600元x10台=6000元

100元x90台=9000元

费用预估：33000元

三等奖：海尔洗衣机(6名)

四等奖：微波炉(10名)

五等奖：榨汁机或电饭煲或加湿器(90名)

新客户到达售楼中心--进入签到区签到--拿排号单或序号--

客户集中到门外--现场维持开盘前客户情绪，待开盘开始，由销售带客户购房，已签订购房认购的客户--由销售带客户进行现场砸蛋区--由客户砸蛋获取奖券--销售带客户去领奖去等级(需带认购和客户身份证)--核对后领取奖品--销售让客户从后门离开。

(置业顾问全程接待，并一对一介绍，促进成交几率，深入挖掘潜在客户群)

1、抽奖券数量：100张

抽奖箱：1个

费用：100元

2、聘请婚庆公司费用：2500元

3、水果糕点费用：1000元

4、预计现场布置费用：

费用：500元

5、小礼品购置费：毛绒玩具等20xx元

6、不可预计支出费用：

费用：900元

7、家电费用：33000元

策划部

xx年8月22日

# 房地产三八节活动方案篇七

年月日上午。

x售楼中心现场。

工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

市政府有关主管领导、市建委、市房地产管理局领导、市建筑、规划设计院负责人等。

xx电视台□xx日报□xx新闻台等。

对外传达x开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大x的社会知名度和美誉度，体现x的完美前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立xx地区xx房地产开发有限公司用心良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

1、主席台区：主席台区也就是剪彩区设在售楼中心南边，主席台中间为主持人及贵宾讲话用的立式麦克风，台面铺有红色地毯，背景墙为喷绘画面，主题为“x开盘庆典仪式”。

2、签到处：来宾签到处设置在主席台北侧。签到处配有礼仪小姐。签到处设置签到处指示牌。

3、礼品发放区：届时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

4、贵宾休息区：可放在x售楼中心现场，设置沙发、茶几饮料、水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

1、室内外表现

1)彩旗(彩条)

2) 在售楼处大门外道路两旁悬挂，挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。

### 盆景花卉

在售楼处大厅的各个角落，分别摆设，以增加视觉美感、清新空气和烘托亲切氛围。

### 3) 气拱门、气球

在工地现场、市区主干道布置大型气拱门、热气球、道旗，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

## 2、现场表演活动资料：

1) 军乐队：用于演奏振奋人心的乐曲，作为背景音乐贯穿开盘庆典仪式的始终。

2) 腰鼓队：在现场安排一支由20人组成的腰鼓队，用于迎宾和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

3) 舞狮活动：在仪式过程中穿插舞狮活动表演，预示着完美的完美的发展前景。

## 3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也能够简单赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，构成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

活动文案如下：

为酬谢首批客户，开发商特斥资80万元，于9月30日现场发售购房vip卡100张，并免费赠送抽奖卡100张。购房vip卡每张卡



统一售价1000元，卡面值分别为5000元、7000元、10000元三种，持卡人在购房时可冲抵与vip卡同等金额的房款，购房vip卡系无记名卡，可自由转让。

抽奖卡奖品设置为购房券5000元10名，购房券3000元20名、物管费1000元30名，均可冲抵房款，品牌电饭煲20个，品牌电熨斗20个，中奖率100%，抽奖卡依现场排队顺序免费赠送。赠完为止，以上酬宾活动由xx市公证处全程公证。

现场排队应遵守先后顺序，按现场指定的起止点方向排队，9月30日早上6：00开始理解排队。

本公司将于20xx年9月30日上午8：00开始发送“排号出入卡”。

获得“排号出入卡”后，每十人一组依次进入营销现场办理登记、交费取卡手续。

“购房vip卡”在购房兑换时，务必与购卡收据一并出示，方为有效。

活动规定：参与者务必年满18岁以上，具有完全民事行为能力，持有效身份证明的中国公民、华侨、港澳台同胞或外国公民(每人限购、取卡一张)

购房vip卡售出不退，购房时冲抵购房款；不购房或超过购房时间期限此卡作废，不予兑换。能够自由转让，转让价格自定。

购房vip卡在购房时凭卡面金额冲抵同等金额房款，每套房仅限使用一张卡。

本次活动对团购客户无效。

#### 4、筹备工作：

- 1) 拟定与会人员。于月日向与会领导发出请柬。
- 2) 提前准备好请柬，并确认来否回执。
- 3) 提前5天向xx气象局获取当日的天气状况资料。
- 4) 落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。
- 5) 提前6天落实指挥和负责秩序工作。
- 6) 做好活动现场的礼品、礼品袋
- 7) 提前8天办理气球、活动场地、气拱门所需的审批。

5、来宾身份识别：来宾到场后，礼仪小姐为来宾佩带胸花。贵宾由礼仪小姐指引或公司领导陪同前往贵宾休息区。

#### 6、人员安排：

- 1) 预设礼仪小姐10名，入口处4名，签到处2名，会场区4名礼仪小姐要求统一着礼服。
- 2) 工作人员15名；
- 3) 公司工作人员30名；

11：00客户签约，开盘销售活动正式展开。

#### 1、报纸广告

27日、28日、30日在《xx日报》第x版刊登整版广告，告知x开盘的信息。

## 2、电视广告

xx电视台录制开盘录像，制成vcd□作为开盘活动的资料。并由xx电视台制作新闻，报道整个开盘活动现场的状况，进一步扩大宣传。

## 3、电台广告

在开盘前后两个月播出x开盘的信息。

## 4、印刷品广告

楼书、海报已印制完毕，采取派员发放与夹报相结合的方式。

1.□xx日报》27、28、30日整版xxx元

2.电视台录制开盘录像及新闻报道xx元

3.电台广告宣传xx元

4、开盘仪式场地户外广告管理处审批xxx元

5、礼仪公司各项费用xx元

(含舞台、音响、舞狮队、腰鼓队、军乐队、礼仪小姐及主持人酬金)

6.气球(开盘现场及市区主干道)xx元

7.鲜花盆景租赁xx元

共计x元

贵州演艺策划传媒有限公司

贵州演艺策划传媒有限公司业务范围：

1. 专业文艺演出：大型演唱会、文艺晚会、电视综艺节目制作
2. 各式商务演出：公司晚会、会议演出、新年联谊活动
3. 新闻发布会、时装展示会、产品推介会及商务促销露演
4. 各种会议服务、展览展示
5. 礼仪庆典：开业庆典、周年庆典、开工奠基剪彩仪式及剪彩仪式等

## 房地产三八节活动方案篇八

本次房地产开盘活动初定时间为2018年12月25日。在\_\_\_\_项目的推广，\_\_\_\_花园在市场上已经具有一定的知名度，通过媒体推广和销售接待，客户群对项目的了解已经趋于成熟，同时根据项目销售情况统计说明，项目的已放号客户群中准客户所占比例较大，预计到开盘前夕，项目放号量将会持续增加，因此开盘活动的市场背景条件应该说是比较成熟的，同时通过一段时间的推广，项目也已到了必须开盘的时候，再推迟势必会造成客户的流失。

房地产开盘活动紧紧围绕销售为中心，通过一系列的包装等工作，在开盘后两天内争取达到30~40%的成交率，同时将\_\_\_\_花园的市场知名度和美誉度扩大化，为一期项目的销售成功和今后二期的推广、销售打下坚实的基础。

### 二、活动时间

20\_\_\_\_年12月25日

### 三、活动地点

\_\_\_\_\_花园项目销售中心现场

### 四、房地产开盘策划方案主题思路定位

强调氛围、突出品位、提升档次、有条不紊、圆满成功

1)通过开盘当天在周边及现场的包装和庆典活动，给项目渲染出浓烈的喜庆氛围，突出表现项目的开盘盛典。

2)通过在售房部现场的包装和水酒供应，工作人员的细微服务来突出表现项目的品位和档次，让到来的客户都能从现场感受到一种尊贵感和荣誉感。

3)通过合理的区域划分，有效的活动流程安排，现场工作人员工作职责的合理分配以及对客户关于选房、购房流程的讲解和传达，有条不紊地对开盘当天的现场人流人群进行有效合理的控制，以使整个项目现场感觉有次序、有、层次，整个项目现场有条不紊。

4)通过一系列的工作辅助，最重要的是在销售过程中抓住客户心理，充分利用好销控掌握的方法，以置业顾问来积极调动购房者的迫切心态，以使之达到成交，签定相关合约。

### 五、房地产开盘活动现场规划布置方案

#### 1)现场布置

a在售楼部立柱前根据场地尺寸搭建半米高上下舞台一个，后设背景板(双面)，舞台两边用花篮装饰。附设一个用鲜花包扎的讲台，以作嘉宾发言及领导致辞用，整个舞台主要用做剪彩以及主持、发言用途。

**b**售楼部东北角面塔南路与新安路交汇处设彩虹门一个，汽柱两个分别立在彩虹门两端。鞭炮气球8串，花篮若干，礼炮18门，舞台上用花扁、花架装饰，售楼部入口设红色地毯，售楼部前广场设空飘若干。

**c**舞台前设座椅两排，20个位置左右，供嘉宾及领导使用。

## 2) 外围道路布置

**a**塔南路两侧按排号活动期间方案设计，插上彩旗。

**b**项目工地临塔南路一侧安置空飘若干。

**c**在塔南路进入售楼部路口处设空飘两个，以达到吸引人流，车流，指引来宾，宣传开盘的作用。

## 3) 售楼部分区布置及其他布置

**a**售楼部内部分为4个区域

**a**选房区：主要用做通知到的放号客户在该区域通过销售人员的二次讲解和价格预算，进行选房，确定房号，并签署相关协议。

**b**签约区：主要用做已经选好房的客户在该区域签定认购书、缴纳房款定金，履行相关手续。

**c**展示区：主要用作未通知到选房的客户参观沙盘和模型，索取资料，户型图，在选房前有个心理准备。

**d**休息区：原洽谈区位置，主要用作客户逛累了之后临时休息用。注：选房区与签约区设在同一区域，意向性划分。

**b**其他区域

a□活动区：售楼部门口广场，用作开盘活动、剪彩等，同时作主要的包装区域。

b□休闲区：用作舞狮表演及客户观赏表演的区域。

4)新客户排号台：设在售楼部入口右侧，立柱之后，用作新客户临时排号之用，同时也用作临时室外咨询台之用。

## 房地产三八节活动方案篇九

“五一黄金周”历来是各商家的一个重要销售时节，特别是冰箱、空调等夏季需求性较大的家电产品，同时也是楼市的一个旺点。为把握五一销售时机，建议联合市内较大、综合实力较强的家电经销商共同开展五一促销活动。整合家电与房产两大主力时尚资源，以丰富的产品面及较大的广告号召力、较强的现场煽动力促进双方产品的市场认知度、促进双方产品的销售。

同时活动较之于平面广告更能加强产品的市场印象，能增进与消费者的互动，更好的调动起消费者对楼盘关注的积极性与购买欲。联合造势既可减少广告投入，又能提高市民对活动的关注度，是双赢之举。

1、与消费者零距离交流、扩大各自产品的市场影响力；

2、以优惠的措施，促进各自产品的销售；

1、活动区域固定居民

2、观光旅游人士

3、各自的目标消费群

4月28日——5月3日（可根据活动效果、天气另行调整时间）

以人口较为集中，有一定购买力的区域作为选择标准。

1、歌舞演出

2、有奖问答

3、发放宣传单

4、楼盘/产品咨询

#### （一）楼盘促销

1、多层单位的特价房先到先得。

2、多层单位非特价房活动期间购买，除享受二千、三千的优惠额度外，赠送指定空调或冰箱一台；但不再享受任何折扣优惠。

3、活动期间购买商铺的客户除正常折扣外，获赠指定空调或冰箱一台；但不再享受任何金额优惠。

4、来活动现场中答者，可获得礼品伞一支。

5、项目已购老客户在五一当天可至售楼部现场领取礼品一份，礼品暂定为xx□

#### （二）家电促销

1、当天认购家电额外优惠一定金额（未定）

2、现场有奖问答，获赠小礼品

2八、活动流程（每天上下午各一场、共两场轮流演出）



9: 00主持人开场白

9: 05节目

9: 15楼盘项目/家电产品介绍

9: 25节目

9: 45有奖问答

10: 00节目

10: 15发放宣传单及咨询

1、展板2块，规格2.4x1.2□铁架焊制可折叠收放

2、易拉宝一个

3、音响一对含无线话筒

4、拱门1——2个（双方各提供一个）红地毯

5、咨询台1-2张、椅子6张

6、宣传折页、资料袋若干

7、礼品伞200支

8、冰箱、空调若干台（经销商提供）

9、家电类宣传展板由经销商制作安排

10、帐篷4顶（经销商提供）

1、活动短信：5万条

2、电视流字1周

3、宣传单页（各自制作、发布）

4、户外广告牌（长年效应）

略