

最新房地产派单总结 房地产活动方案(实用7篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

房地产派单总结篇一

“正月的花灯，三月的鸪儿”。春天放风筝、玩风筝已经成了广大市民与青少年、小朋友户外运动爱好者喜爱的运动。2012年是中国龙年，为迎接龙年春天，江南天池推出首届“祥龙迎春心灵飞翔”为主题的风筝节活动。此次活动主要由专业风筝选手及广大风筝爱好者参加，并欢迎各位过往游客参与，不论技艺，不限年龄，为期一月，为龙年新春添一道亮丽风景。

为了给景区增添热闹的节日气氛，给游客制造风筝放飞的环境和氛围，增加游客丰盛的视觉盛宴和参与项目，此活动除了风筝放飞表演还安排了环库跑、体验高山温泉，露营红歌会等精彩活动内容。

风筝节的主要特色风筝有八爪聚财(160m²的大章鱼)、龙腾虎跃(大型龙串、软板串，大型老虎)，九龙串大型、中型，蜻蜓点水软翅串大型，莲年有鱼硬板串，耄耋富贵硬翅超大型等等不少于20项各类风筝，形态各异、大大小小的风筝争相在天空飞翔，将给2012年春天带来一场视觉盛宴。

的天荒坪抽水蓄能电站和中国竹乡山峦翠竹为背景，将雄伟壮观的水利工程和纯朴秀丽的自然风光融为一体，成为远近闻名的高山旅游休闲胜地。近年来相继获得全国工业旅游示范点、浙江省科普教育基地、中国水利风景区、湖州市十大

品牌景区等称号，获得市、县优强服务业单位多次。在海拔千米的山顶放风筝，风筝飞起即达千米。

在春色满园的江南天池景区，处处挥洒着吉祥喜气。龙，作为华夏民族的“族徽”象征着吉祥、高贵、尊荣。龙年看祥龙、画祥龙、放飞祥龙，象征着龙年的飞跃。让我们的心灵随着风筝飞翔！

活动主题：祥龙迎春心灵飞翔

时间：2012年3月31日-4月30日

地点：安吉江南天池景区

主办单位：湖州市体育总会

承办单位：安吉江南天池度假村有限公司

协办单位：湖州市户外运动协会

安吉县户外运动协会

媒体合作：湖州电视台、安吉电视台、钱江晚报、湖州报、体坛报等

各级领导、邀请嘉宾、湖州地区户外运动爱好者、广大游客

(1)开幕式“画龙点睛”活动

时间：3月31日

(2)室外大型彩色风筝艺术展

1、硬翅风筝 用上下两根竹条做成翅膀的风筝，如沙燕等。

2、软翅风筝 用一根竹格支撑翅膀上沿，翅膀上沿不设竹条，放飞时，翅膀下沿随风飘荡，故称软翅风筝。

3、拍子风筝 造型基于平板形的风筝。

4、直串风筝 由若干个单元联接成串的风筝。

5、桶形风筝。

6、半挑风筝。

7、软风筝。

(3) 专家放飞风筝活动

“草长莺飞二月天，指堤杨柳醉春烟。儿童放学归来早，忙趁东风放纸鸢。”朋友们，正如诗中所说，乘着春光美景，放风筝吧！在龙年放飞祥龙，象征着龙年的飞跃。由杭州风筝协会，湖州风筝协会等派出的20多位放飞高手协助领导放飞其亲手点睛的祥龙，一个腾越，一个摆尾，气势非凡，处处挥洒着吉祥喜气。

(4) “一箏春色”活动

风筝达人现场制作巧手协力扎风筝，专业教师现场教学

征集20户家庭、20对情侣现场亲手制作风筝放飞心情

(二) 驴友环库跑

(三) 驴友论坛

议题待定

(四) 露营红歌会

搭帐篷，升篝火，唱红歌，忆往昔。让我们在歌声中重温历史，展望未来，在新的一年里再创辉煌！

房地产派单总结篇二

2、加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；

4、增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

二、活动主题：

中秋月·邻里情——天中豪园中秋节感恩答谢酒会

三、活动时间：

9月12日(周五，农历八月十三日)下午5：00-8：35

四、活动地点：

天龙酒店宴会厅(须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全)

五、活动参与人员：

1、认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者(文字摄影)

3□xx公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

六、参与方式：

1、客户：由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、媒体：由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注：制作出邀请券放置营销中心，共分三联，凭第一联入场，第二联抽大奖，第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人（一张最多3人参加），总人数控制在180-230人左右。

七、活动形式：

自助冷餐酒会 互动游戏表演抽奖 隐性项目推介。

房地产派单总结篇三

地点：1、__广场；2、现场售楼处

聚集开盘人气，重拳出击，在最短的宣传期间内，刺激大众，创造最佳口碑和打响__首盘小高层高档住宅小区的品牌。

活动方式：现场摇号、活动助兴、抽奖酬宾

一、前期广告宣传

__着重以信息发布为主宣传，主要是摇号参加办法、地点、时间等信息告知。发布途径为报纸、灯箱、跨街横幅。

宣传主题：未来城都市居住典范，__首期豪华高品位住宅楼销售在即。

引领都市时尚，坐居__海岸。

__海岸__月__号日真情放送，豪华住宅乍现__。

因为珍稀，所以珍贵。

__开盘有好礼，惊喜大奖等你拿。

二、摇号现场布置

1、摇号方式：现场公开，即选即定。具体摇号登记处暂定2处。

（确定小高层购买资格，建议摇号总数比实际户数多30%）

2、地点选定：__广场

□a□需要一定活动场地b□场地方有举办活动经验c□有聚集人气的先例）

3、软环境布置：

高空气球4个；大型气拱门1个；30平方左右舞台1个；

楼盘效果展示牌1套；广告宣传易拉宝4个；宣传折页1000份

周遍跨街横幅、灯箱20套

4、员工统一着装

三、活动进程（_月_日）

1、下午14：00正式开始（13：50——14：00礼炮、奖品展示）

2□14□00——14□30

主持人5分钟、领导5分钟、嘉宾2人共10分钟、活动解说8分钟、公证人讲话2分钟。

3、摇号开始（14：30——15：00）同时登记汇总

4、摇号抽奖（15：00——16：00）

奖品分1、2、3等奖和纪念奖（100份）

5、现场答谢演出、小娱乐活动（16：00——17：00）工作人员休息

6、公布摇号和抽奖结果（17：10——17：30）

7、获奖群众领奖（17：30——17：50）

四、摇号办法

1、一期总销售户

数为__套，暂定摇号总人数与实际销售户数为5：1，参加群众不定。

2、摇号采取实名登记制，不得替代或多摇，每套户型最多登记人数为5人。

3、凡登记在册的准购房者，登记同时需交纳1000元保证金，摇号当天如登记人中号并获得购房资格，该保证金则纳入房款，如不成功则在原款反还的基础上增加200元作为答谢费用。

4、摇号登记时间自20__年__月__日至20__年__月__日，为期5天。

5、登记地点：__房地产公司售楼处

6、摇号工具使用公开摇奖设备进行摇号决定。（中号比例为5：1）

7、关于没有中号群众的解决办法。均以纪念品赠送。并登入二期开盘购房档案。

五、工作人员分工

__房产公司职员做礼仪、保安等维护性工作；__广告做活动监测和媒体联络工作。

六、媒体发布

邀请当地知名各大媒体具体：__电视台、__之声广播台、__专递、__晚报、__网络等记者参加活动，并给予现场报道。

七、经费预算

1、环境布置

高空气球4个__元/4个

大型气拱门1个__元

30平方左右舞台1个__元

楼盘效果展示牌1套__元/10张

广告宣传易拉宝4个__元/4个

宣传折页3000份__元

周遍跨街横幅、灯箱20套

2、场地租赁__元

3、公证人邀请费__元

4、媒体邀请费__元

5、设备租赁费__元

6、管理费__元

7、主持人__元

8、演员演出费__元

9、现场应急费__元

房地产派单总结篇四

项目首次开盘以住房为主。考虑到本案区属及周边竞品推盘情况，为保证意向客户不被竞争对手分流，建议通过“认筹”提前锁定客户。

20xx年4月2日开始认筹，确定客户开盘前来意向，通知客户开盘当天凭借“认筹卡”可现场参与选房。

20xx年4月日开始，认筹直到开盘当天截止。（工作日早9：00-晚20：00）

1、认筹地点

售楼处现场

2、认筹说明

a□“认筹卡”的实质

代表开盘当天参加选房的权利；能够享受开盘当天的优惠□ b□
“认筹卡”的金额

住房以现场缴纳壹万元诚意金为准

商铺缴纳五万诚意金

认筹卡客户可在开盘当天按摇号顺序优先选房。

开盘当日放弃认购的客户须于指定认购日后的15日~45日内携带身份证原件、收据原件、本筹单亲临销售中心办理无息退还诚意金手续；若客户在上述期间没有前往销售中心办理退款手续的，由客户自行承担由此产生的一切损失。

（备注：认筹时间建议控制在2月左右，如认筹到开盘时间太长前期认筹客户将会流失）

认筹流程

销售员引导客户填写认筹房源确认单

陪同及引导客户至财务交款

将交款收据、身份证及认筹单交给打单员打派筹单

引导客户在派筹单上签名

派筹单盖章确认后，将客户联及交款收据交给客户

派筹单存根联收回存档

房源表待定

- 1、按认筹预计量配备相应电脑、打印机，认筹卡；
- 2、所有认筹电脑须在认筹前一天晚上调试到位，认筹卡准备到位。

房地产派单总结篇五

活动背景：

国庆七天黄金周，除了是旅游旺季外，也是全家睇楼买楼的好时机。市内各大小楼盘，均将展开铺天盖地的宣传及促销

攻势，以祈提高售楼销量。除了楼盘的地段、楼盘的质素等等综合因素外，如何在众多售楼广告中，吸引并促使买楼人士莅临售楼现场，详细了解楼盘的详情及参观现楼，以及提高现场的人流量，将是房地产发展商每一次宣传及促销活动收效与否的首要关键因素。

随着人们生活水平及文化水平的不断提高，如何科学孕育下一代，让自己的宝宝赢在起跑上，是每一个父母、每一个家庭重点关注的问题。一切与宝宝有关的讯息，均将引起每一个家庭的注意。而这些新一代家庭，大多收入稳定，三代同堂，正是买楼置业的人生阶段。

主办单位：房地产开发公司

协办单位：代理公司

活动时间□20xx年10月1日——10月3日或10月6日

活动地点：广场。

活动内容：

(1) 久长街口-儿童“金鹿杯”《阳光下成长》绘画比赛活动；
购房知识咨询服务活动。

(2)、塔尔门广场-购房知识咨询服务活动。

活动程序及要求：

(1)、儿童“金鹿杯”《阳光下成长》绘画比赛活动

a□联络小学或幼儿园，邀请老师带一班学生来参加绘画比赛。

b□办理相关手续。

c□成立绘画比赛评委，邀请有绘画专业知识的或稍有名气的人参加。

d□准备好铺地的绢布和礼品、奖状、奖品。

e□由公司派出一名主持人，负责活动的组织、管理；一名现场维护人员，负责秩序的维护及安全防范。

f□布置现场。地下铺绢布，挂“合川市金鹿杯阳光下成长儿童绘画比赛活动”横幅，设置评委台。

g□老师及学生1：00钟入场，1：30分钟开始绘画，3：30分钟交卷并经评委评选，4：00钟发奖，4：30分钟活动结束。

(2)、购房知识咨询服务活动

a□联络场地并办理相关手续。

b□现场布置。两张普通办公桌，铺红色台布，台布上印字：金鹿城市花园一购房知识咨询服务台；并设置幕景，幕景边框用白、浅蓝、黄三色编织成螺旋状。

c□咨询师一名，准备好购房的相关法律、法规和购房程序等知识资料。

d□促销小姐一名，佩带绶带或工作牌，准备好“”宣传资料，适时派发并口头宣传。

e□该活动在久长街口增加气模拱门及宣传横幅的设置，并有两具活动卡通气模在久长街口和塔尔门之间游行。

f□在两处活动地点皆放置展板若干。

费用预算：（略）

房地产派单总结篇六

本次房地产开盘活动初定时间为20xx年x月xx日，星期x□

xxx售楼中心

强调氛围突出品位提升档次有条不紊圆满成功

1) 透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) 透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) 透过合理的区域划分，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) 透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，以置业顾问来用心调动购房者的迫切心态，以使之到达成交，签定相关合约。

1) 现场布置

a□ 在售楼部根据场地尺寸搭建半米高上下舞台一个，后设背景板，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，鞭炮气球8串，花篮若干，礼炮18门，舞台下用花扁、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□在塔南路进入售楼部路口处设空飘两个，以到达吸引人流，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透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。

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：用作客户观赏表演的区域。

天隆?三千海作为北海具有全球影响的高端海景楼盘，深受国内外客户的青睐。很多客户对项目的高尔夫别墅情有独钟。应广大客户要求，天隆?三千海拟定于20xx年5月1日(暂定)开盘，推出项目一期高尔夫别墅。

为了展示项目的高端形象和开盘的热烈氛围，天隆?三千海市场营销部现面向社会公开邀标开盘活动方案。标书具体资料如下：

一、资格要求及邀标范围

- 1、合法经营相关资质(工商营业执照等)
- 2、国内外专业房地产营销活动公司及公关策划公司
- 3、具有策划、组织、执行大型、高端房地产项目开盘活动、个性是别墅项目开盘活动的承办经验(附承办过大型活动的资料)

三。开盘活动时间及地点

- 1、时间□20xx年5月1日(暂定)
- 2、地点：北海三千海项目内(海神广场)

开盘活动策划方案主要资料要求

- 1、整体流程的设计
- 2、活动现场布置(含物料准备)与活动氛围营造
- 3、活动现场参与人员的组织
- 4、活动流程执行

5、方案报价(清单)

房地产派单总结篇七

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。