

# 2023年地产签约仪式 房地产活动方案(优秀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？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 地产签约仪式篇一

“五一黄金周”历来是各商家的一个重要的销售时节，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的标准。

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，除了享受二千、三千的优惠额度外，赠送指定空调或冰箱一台；但是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；但是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

（每天上下午各一场、共两场轮流演出）

1、9：00主持人开场白

- 2、9：05节目
- 3、9：15楼盘项目/家电产品介绍
- 4、9：25节目
- 5、9：45有奖问答
- 6、10：00节目
- 7、10：15发放宣传单及咨询

1、展板2块，规格2.4\*1.2，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）

1、活动短信：5万条\*x元/条=x元（各出50%）

2、电视流字1周\*x元/天=x元（各出50%）

3、演员费用：约x元/天·人\*x人\*5天=x元（经销商）

4、场地费用[x元/天·地\*5天=x元（开发商）

5、拱门审批[x元/天\*5天=x元（经销商）

6、绶带：4条\*30元/条=x元（经销商）

7、地毯、台布：约x元（开发商）

8、展板[x元/个\*2个=x元（开发商、含喷绘）

9、汽车租赁：250元\*5天=1250元（各出50%）

10、户外广告喷绘约x元（开发商）

11、其他费用共计x元

## 地产签约仪式篇二

9月1日至9月10日(后边紧接着中秋、国庆活动)

教师，以及持教师证客户；

主推26#楼，大幅优惠，强力促销

## 1、看房送礼：

凡持教师证到售楼部看房者，每天前十位送小礼品。价值在5-10元之间。总数控制在50个左右。

## 2、26楼大幅优惠：

整体推出26，为“园丁楼”，凡持教师证购买26#楼者，一次性优惠8888元，分期、按揭优惠6888元。

## 3、额外优惠：

凡教师认购本案任何一套房源，根据教师工龄，额外再优惠工龄年数×100元的优惠(工龄需要学校开具证明)。

## 4、旅游促销：

在活动期间，凡持教师证购房者均送“西峡中原第一漂”旅游，九月十日教师节当天组团成行。放弃者充抵200元房款。

一般说服客户放弃旅游，充抵房款，等于教师再额外优惠200元。

## 1、派单

8月30日，31日两天一般为学生报道日期，针对学校高强度派单。三万份单页。

单页设计框架：以第二十二个教师节尊师重教、回馈社会为切入点，以教师购房四重惊喜优惠为卖点，以针对教师推出整栋“教师公寓”大幅优惠为亮点，以额外优惠和旅游吸引眼球。树立本案社会公众形象，打造人文社区。

## 2、流动字幕：

从8月30日至9月2日，连续做四天流动字幕。

流动字幕内容：唐城锦苑在教师节来临之际，特推出“教师公寓”，教师购房均可享受最高8888元优惠，另有惊喜额外优惠以及送“中原第一漂”旅游。房源有限，机会不容错过。售房地址：银化路老化肥厂南门，热线☐xxx☐

### 3、短信群发：

公司短信平台，针对原积累客户，全部发送一遍。

短信内容：参照流动字幕内容。

26楼销售十套左右。

此次教师节活动，有教师借口，暂不涨价。教师节后再涨，然后紧接着是整个“金九银十”的高潮部分，中秋、国庆双节，主推六楼，大张旗鼓的’宣传，掀起销售狂潮。

## 地产签约仪式篇三

### 1、浪漫情人，相邀美丽

### 2、浪漫满屋，幸福情人

情人节又叫圣瓦伦丁节或圣华伦泰节(英语☐valentine'sday)☐即每年的2月14日，是西方的传统节日之一。这是一个关于爱、浪漫以及花、巧克力、贺卡的节日，男女在这一天互送礼物用以表达爱意或友好。情人节的晚餐约会通常代表了情侣关系的发展关键，现已成为各国青年人喜爱的节日。

在中国，传统节日之一的七夕节也是姑娘们重视的日子，因此而被称为中国的`情人节。

- 1、营造浪漫的节日气氛，增加客户对企业的认同；
- 2、真诚回馈客户，同时挖掘潜在客户，提升顾客的品牌忠诚度；
- 3、提升xx地产的知名度，营造良好的企业形象；
- 4、与东莞美容机构合作，让新老客户享受浪漫的同时，体验健康美丽；

1、情人节，节日购房大优惠；

3、与东莞美容机构-伊丽莎白美容机构合作，为到场的讲授美丽健康的秘诀；

6、现场精彩互动小游戏，为现场情侣、夫妻提供一次爱的体验，见证爱的默契；

7、小提琴暖场，营造温馨浪漫氛围；

活动时间□20xx年2月14日

活动地点□xx地产售楼部邀约人数：100人左右

邀约对象：(情侣、夫妻)老客户、潜在客户、伊丽莎白vip客户等活

动形式：健康美丽养生座谈会+现场互动+节日优惠促销

## 地产签约仪式篇四

维护老客户关系，树立项目良好口碑，最终达到通过口碑传播促进项目销售的目的；

解决销售上前期积累意向客户(这部分客户有购房需求,但迟迟有没下定)

“甜蜜七夕节,情定奥林匹克花园”

节日期间到场客户,首次置业者;

销售上前期积累意向客户

老业主带新客户;

七夕节节点,推出七套特价浪漫婚房;(仅限七夕节当天)

七夕节期间购房者,均可获得“浪漫婚纱照”-价值3000元

节日期间老业主带新客户并成交者,老业主可获赠一年物业费

现场热场小活动(有节日氛围,年轻人喜欢的)

1、美甲;节日期间到场客户mm可免费美甲

2、插花;现场免费教授插花,送给亲密爱人

3、可爱小丑派发玫瑰花或小礼品(心形钥匙扣等)

4、爱情贺卡;免费领取爱情贺卡,标上爱情印记,送给亲密爱人。

1、门口活动形象背景板

2、门口“心形气球”拱门

3、活动易拉宝

4、接待前台、谈判桌摆放玫瑰花

售楼员电话告知(针对前期积累意向客户)

短信宣传(为主)

网络宣传。

## 地产签约仪式篇五

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。