

房地产看电影活动方案 房地产活动方案(通用9篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

房地产看电影活动方案篇一

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

房地产看电影活动方案篇二

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。

房地产看电影活动方案篇三

“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,耄耄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！

房地产看电影活动方案篇四

1在目前客源匮乏的情况下，以团购大副度的优惠政策有效促进销售；

1同时增加企业亲和力，树立优良企业形象，形成良好的口碑效应。

20xx年6月26日至8月20日

20xx年xx“清凉夏日-团购优惠月”

大学、项目附近企事业单位

(一)、团购操作思路流程：

步骤

时间控制

主要目标

第一步

6月26日-6月30日

主要操作思路：

1、确定优惠政策文件及收款方式，以单位相关部门对其下属部门进行宣传

（提议在学校内部公告栏下发说明及团购宣传海报、条幅）

第二步

6月30日-7月30日

主要操作思路：

1、争取两个星期内完成4个单位的宣传；其余时间主要进行团购跟踪；

2、组织客户到售楼中心看房，（提供大巴，统一接送）填写团购申请表；

3、追踪团购申请客户，并使其最终缴纳订金；（订金伍仟元，可退）

4、根据团购下订的实际人数，考虑是否推出首批其他房源参与团购；

第三步

7月30日起

到7月30号前团购效果已经基本明朗，因此根据团购情况办理相关手续；

主要操作思路：

通知客户到销售中心办理定房和签定购房合同；

第四步

根据实际情况决定下一步销售策略。

根据团购客户数量以及效果制定下一步销售策略。

（二）、团购房源及销售策略：

对外针对团购特定栋号（蔓香谷）实行团购，原因如下：

一、是从目前销售状况看这两栋楼去化较慢，需要以团购的形式进行促销；

二、是可售房源相对较多、较整，便于团购操作。

在实际团购操作中如果客户量较大，我们考虑对首批其他房源进行加推。

（三）、团购优惠政策：

此次团购活动优惠政策采用团购优惠加付款优惠的方式。

1、付款优惠

1) 一次性付款：95折；

2) 银行按揭：97折；

2、团购优惠

团购规模

优惠政策

5（不含）套-15（不含）套

优惠8000元/套，

15套（含）以上

优惠10000元/套，

责任人

时间安排

主要事项

开发商

6月20日前

团购活动方案的审批；

6月21日-8月20日

团购活动宣传品的审定及制作完成（单页、折页、户型图等；

组织团购客户看房用大巴车的提供和销售人员外出拓展团购单位车辆的提供；

朝阳大地

6月10日前

团购活动方案定稿、团购拓展单位的初步拟订、人员安排及培训；宣传品文案定稿；

6月26日-7月30日

6月20日-6月26日销售人员对附

近单位的走访宣传了解，开展团购意向摸底；

从6月26日-7月30日此段时间

对集团内部进行宣传；

每天外出人员为两人，两天一个单

位，并对每天的工作进行梳理形成文件以备后续工作开展；

团购客户的现场接待，带其看房并

引导填写团购申请表；

团购申请客户跟踪，使其下订；

团购客户信息整理收集；

7月31日-8月20日

确认团购人数，办理相关购房手

续；

确保在老客户中的良好口碑；

根据团购效果，制定下一步销售方

案；

序号

物料名称

完成时间

数量（个）

总额（元）

1

海报

1. 文案定稿（朝阳大地）：6月10日；
2. 设计完成（朝阳大地）：6月13日；
3. 审定并印刷完成（甲方）：6月26日。

50

1000

2

单页

1. 文案审定（朝阳大地）：6月10日；
2. 设计完成（朝阳大地）：6月14日；
3. 审定并印刷完成（甲方）：6月26日。

1000

1700

3

团购卡

1. 文案审定（朝阳大地）：6月10日；
2. 设计完成（朝阳大地）：6月14日；
3. 审定并印刷完成（甲方）：6月26日。

300

300

4

车辆

外出拓展面包车1辆，阶段性接送大巴车1辆

2

8000

5

现场布置

横幅、拱门各一个（阶段性使用）

1

20xx

合计：

附件一（内部团购优惠文件）

内部员工优惠购房政策

紫澜香郡首批房源正式对外销售，现针对目前最好单位——“蔓香谷”。面向全公司内部需要购买的人员实行以下优惠：

报名须知：

购买者享受统一团购优惠外，不再享受其它优惠。

最终解释权归详筑地产所有；

内部员工购房优惠申请登记表

姓名

联系电话

家庭住址

身份证号码

单位（所属部门）

栋号、户型、面积：

付款方式

置业次数

备注

附件二（对外团购须知）：

团购申请须知

团购申请时间为□20xx年6月26日至20xx年8月20日，逾期不再办理；

团购房源：紫澜香郡——“蔓香谷”。

报名参与团购的客户可凭申请表，到营销中心选定房号，交纳订金；

购买者享受统一团购优惠外，不再享受其它折扣优惠；

最终解释权河北祥筑房地产开发有限公司所有；

申请人员意向登记表

姓名

联系电话

家庭住址

身份证号码

单位（所属部门）

栋号、户型、面积

付款方式

置业次数

备注

房地产看电影活动方案篇五

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。

房地产看电影活动方案篇六

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。

房地产看电影活动方案篇七

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。

房地产看电影活动方案篇八

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。

房地产看电影活动方案篇九

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)