

2023年房地产开盘活动布置方案(通用5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

房地产开盘活动布置方案篇一

本月的团日活动的主题为“爱国主义教育”。

首先，团支书拟定了团日活动方案，并与组织委员一起做好了供本次活动用的ppt。然后，团支书为本次的活动做准备。在10月28日开展了本次团日活动。在活动当天，团支书先向团员们解释了爱国的定义，并向团员们展示了爱国名言和关于林则徐、文天祥宁死不屈和陈天华遥寄血书的爱国故事。然后，团支书向团员们解释了爱国主义和爱国主义精神的意思，并让团员们了解到了爱国主义教育的含义、内容、意义和历史发展。

本次活动开展效果很好，团员们都参与了本次团日活动，配合团支书将本次活动办好，并对本次的团日活动发出了积极的响应，在举行活动时，团员们都非常积极地提出了自己对爱国主义的了解与看法，还要用自己的实际行动来做到爱国主义。

本月团日活动本团支部团员参与率为百分之一百。

通过这次的团日活动，我团支部团员更加深刻的了解到了爱国的含义。更深层次的了解到了爱国主义的精神、教育和意义。

团员们通过读林则徐、文天祥宁死不屈和陈天华遥寄血书的爱国故事，从中了解到爱国主义是人们千百年来对自己的祖国的一种最深厚的感情。它同为国奉献、对国家尽责紧紧地联系在一起，它是一种崇高的思想品德。

在几千年的发展历程中，中华民族形成了以爱国主义为核心，团结统一、爱好和平、勤劳勇敢、自强不息的伟大民族精神。我们作为共产党青年团团员，作为21世纪的祖国的花朵，我们应该继承和发扬这伟大的民族精神。而要做到爱国主义，我们就要从生活中，从意识上的点点滴滴的事情做起。在生活中，我们每周都要进行的升旗仪式。这简单而又庄严，我们不能因为它的简单而又忽略了对它的尊重。每周一我们都要庄严的向国旗行注目礼，认真的唱国歌。在意识上，我们要维护国家的团结统一，反对“疆独”、“”等分裂行为。

爱国是一个公民的基本道德，也是中华民族的传统美德。我们要积极参加爱国主义教育，努力学习，为祖国开创出美好的明天！

房地产开盘活动布置方案篇二

二、活动时间□a:**年11月9日19: 3 0 —2 1 : 0 0

b:**年11月10日09: 00—11: 00

三、活动地点：花香维也纳售楼处

1、推广需要：聚敛现场人气，发挥项目最大价值，呼应客群的重要情感；

2、客户重视：通过在现场举办活动，使客户强烈感受社区音乐主题氛围的优越性

四、人员邀请：

- 1、以请柬形式邀请目前预定项目的排号客户和一期业主；
- 2、相关媒体资源，尤其是后期会跟推广配合的燕赵晚报，燕赵都市报

（备注：为更多的聚敛人气，活动前报广有专门的活动信息说明，可以告知受众，持当天报广到售楼处，可以领一份精美礼品，并且可以领取开盘活动当天签到券，告知活动当天有重大庆典和神秘大奖，每期报广都告知，造成活动神秘悬念，引发广泛关注）。

五、活动目标：

进一步提升花香维也纳楼盘品牌知名度，扩大影响力，持续刺激市场、保持

较高的销售消化速度。

六、活动基础考虑：

1) 老带新优惠

开盘前已积累的意向客户，是实现老客户带新客户，迅速完成销售的客群基础，对于老带新两方都给予一定的优惠（如免物业费，赠送购房代金券）

2) 与本地著名音乐学校的签约仪式，同时聘请该音乐学校校长为会所艺术顾问

（此活动亦可开盘前举办）

借助音乐学校在本地的知名度，使音乐教育成为一个强大的卖点加以宣传本项目，未来由其提供相应的师资力量，与社区联办艺术幼儿园，并可在会所建成后定期在会所内举行音乐会以及音乐讲座和相关培训活动。

3) 成立“爱乐沙龙俱乐部”庆典

爱乐沙龙俱乐部的成立，为后期活动打下了坚实的人脉基础，使后期活动顺理成章，环环相扣，在石家庄地产项目中为首创，给客户足够信心和体面，强化音乐主题卖点，活动过后，能够形成延续，自愿形成口碑传颂，使活动既能与产品的推广核心、产品地位相契合，又气氛热烈、高雅，充满高层次的生活品位，同时兼顾答谢及销售的活动基础。

4) “维也纳浪漫之旅”抽奖

前期内部认购的客户，都发放抽奖卡，开盘当天现场抽出大奖，中奖者获赠为期3——7天维也纳浪漫之旅。

5) 音乐酒会

辉映花香维也纳推广计划主题——石家庄首家音乐文化社区，紧扣主题举行开盘活动，表达花香维也纳的核心价值，将音乐定位贯穿始终，以音乐酒会形式，传达我们倡导的格调生活方式，锁定目标客群特殊阶层，给够他们身份感和荣誉感。

七、活动目的：

3) 使观望客户冲动购买、迅速下定、快速成交；

4) 酬谢已定、已签约之老客户，发挥老客户带新客户之最大功效，加快楼盘消化速度。

第二部分

一、出发点和重点

此次活动的详细流程需要公关执行公司与开发商共同协商制定，我方提供活动的主题策划方案。

在这个方案中，我们构想的出发点和重点是：

2、如何让活动的策划方向跟我们的推广整体方向保持统一？

3、如何在1.5个小时的活动中，丰富多彩、保持一定品质和水准的同时能够有核心亮点出现，既成为活动的高潮，又能够让人在活动结束后仍能有所回味记忆深刻。

二、整体现场：

3) 接待中心前、嘉宾签到处、样板间门口由外模装扮的英式管家接待，让客户从签到时即体验一种卓尔不群的贵族生活的感受，客户签到时除领取一份小的精美礼品及项目资料外，还会有一张嘉宾卡，后续活动及抽奖均以此卡进行。

4) 音乐：邀请现场乐队演出，制造现场气氛，小型音乐会；

5) 主持人：选择具有影响力及极强的现场操作感的主持人主持所有活动，介绍活动主要内容、爱乐沙龙成立庆典和老带新大奖酬宾活动规则，带动互动参与，活跃气氛。

6) 领导讲话：在活动开始时，花香维也纳的领导做简短讲话，宣布正式开盘剪彩仪式隆重进行。

三、活动流程：

(1) 来宾、客户到现场签到

(2) 主持人出场、告白

(3) 现场乐队奏乐助兴

(4) 领导登场、讲话，宣布开盘庆典开始，

(5) 音乐学校与花香维也纳的现场签约仪式

(7) 音乐，香槟开启

(8) 现场高潮宣布抽奖行动开始，首先宣布老带新政策（老客户介绍新客户并成交（签合同），老客户与新客户各获得价值2000元购房代金券暂定）或者减免两年的物业费。）

(9) 之前内部认购者抽奖，中奖者获赠“维也纳浪漫之旅”

(10) 到场客户参与幸运抽奖，抽奖者获赠小礼品

(11) 现场乐队助兴，自助西餐会、现场音乐会开始

(12) 活动结束，宾主尽兴而归

第三部分

开盘活动结束。

开盘成功。

每一位客户都尽兴而归。

项目及到来的所有客户及媒体朋友得到广泛传播，提升美誉度和知名度。

希望后续能够有媒体的软文支持，将活动丰富进客户通讯，为接下来活动积累了人气，继续后期全面推广行为。

房地产开盘活动布置方案篇三

20xx年4月2日我院青年志愿者组织了无偿献血的活动，无偿献血是人间传递真情的红色纽带，是中华民族传统美德。这次活动在我小篮球场进行。与往日的无偿献血活动一样，本次活动得到了，同学们的大力支持。

一、阶段为了做好活动的宣传和活动，早在一周前，我院的青年干事就开始做好宣传发动工作。介绍献血流程，宣传献血知识，减轻同学们对献血的陌生感和恐怖感。同时也使她们了解如何保护针眼，如何补充营养，以及如何对献血过程中的紧急情况，为保证活动的进行做好了准备。

二、活动过程4月2号上午12点，我们所有的工作人员都准时到篮球场集中，并可是分工工作。中心血站采血车到了学校，所有工作人员热情的招待每位志愿者，从验血到献血。整个活动井然有序地进行着。

三、直接外在整个活动过程中，我院的青年志愿者的各位工作人员，个尽职守，热情认真。经过此次的无偿献血活动，广泛地宣传了献血的意义。也使同学们的献血意识不断增强，并消除了同学们对献血影响身体健康的错误认识。而大多部分的同学都能相反的认识认识到献血能促进新陈代谢，刺激血液的再造，降低血液粘稠度。献血者不仅是用自己的热血拯救同胞的生命，也是用自己的博大情怀倡导了一种助人乐的社会风尚。

房地产开盘活动布置方案篇四

11月30日上午，清华一附院组织职工无偿献血，广大医务人员积极响应，踊跃报名，共有60名职工参加本次无偿献血活动。

寒冷的天气丝毫未影响医护人员的献血热情，早上刚刚上班，通州区血液中心的工作人员就将各种采血设备布置就位，下夜班的医护人员顾不上吃早饭和休息，就在填表处排起了队伍，上白班的同志们抽空也赶来参加献血。其中有多次献血的泌尿外科医生，有刚刚毕业进入一附院工作的年轻护士，还有院党委书记关兆东、副院长朱栓立等领导带头献血。资料信息登记、健康检查到献血、无偿献血证书的领取，整个活动秩序井然，有条不紊。一附院职工积极献血的热情感染

了陪同患者就医的患者家属和病区内进行装修施工的民工，纷纷加入到献血的队伍中来。

据了解，目前各大医院临床患者处于用血紧张状态，如不及时得到血液供应，有可能贻误救治的最佳时机，医务工作者比老百姓更了解血液对患者的珍贵。近几年来，清华一附院每年定期组织职工进行无偿献血活动。平日里，他们站在治病救人的一线，凭借高超的医术救死扶伤，在患者用血紧张的时候，捐献自己的血液帮助患者度过难关。此次职工无偿献血活动是清华一附院又一奉献爱心的行动。

房地产开盘活动布置方案篇五

- 为正式上市扩大市场影响力；
- 将产品正式推向市场，树立企业与产品的新形象；
- 以产品本身的特色扩大品牌知名度，吸引更多市场目光；
- 为产品后续内容的推出作前期酝酿，加快口碑传播，争取更多关注。

2、活动意义

- 吸引客户，形成良好的市场口碑效应一个项目的前期客户来源，除了广告等媒体吸引过来的外区客户之外，很大的一部分来自区域客户和通过区域居民对项目传播而来的客户。因此在做好广告等媒体宣传的同时，还应在项目正式开始销售前后针对区域客户进行推广活动。
- 达到传播目的,虽然本项目前期形象整体推进良好，但本项目建筑外立面出来后，还未能很好的传递给客户及各界领导、相关单位。举行具有规模和个性的开盘仪式，可以迅速达到向公众传播的效果。

•成交客户,通过展示企业开发实力等相关活动的衬托,前期积累和潜在需求的客户在良好企业行为和高品质物业的召感下认可物业品质,增加社会亲和力,在强化立身投资和升值潜力意识的同时,进一步扩大和提高了企业与楼盘知名度;加深社会公众印象,促进销售的良性发展,形成销售热潮,从而吸引更多的购房者。

3、活动时间

201_年8月5日8:00~12:00

4、活动地点

现场销售部和销售门前空地