

# 最新房地产圣诞节活动的策划方案及流程 (模板7篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

## 房地产圣诞节活动的策划方案及流程篇一

### 一、 活动目的和背景

本次房地产开盘活动初定时间为2018年6月19日，星期六。从2018年度至今年五月份在 亿万酒店 项目的推广，再加上5月下旬开始的媒体推广到现在， 太极景润花园 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，同时根据从6月6日到现在的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，同时将太极景润花园 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

2018年6月19日(星期六)

### 三、 活动地点

太极景润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。

## 房地产圣诞节活动的策划方案及流程篇二

时间飞逝，转瞬间，一年一度的圣诞节又即将来临，为了增进员工之间的感情，展现xx地产的企业形象，拟圣诞节当天举行圣诞欢聚派对，向员工和现场客户传递圣诞的祝福。

放飞梦想 传递祝福

xx集团全体员工(项目留守人员除外)

20xx年12月25日(周三)下午15:00—18:00

xx咖啡厅及前广场(利用公司的自有物业作为活动场地，整合资源以节省费用;与此同时向现场客户传递xx地产的企业精神，烘托现场销售氛围)

1、圣诞树：拟借用xx销售部的圣诞树，在购买圣诞树前综合考虑本次活动的需求，选择一棵较为高大和茂盛的圣诞树，并事先定好圣诞树的装饰品。

2、喝咖啡吃糕点：将圆桌和凳子摆放在前广场围成圆圈，各位员工可以一边吃烧烤和蛋糕，一边参加游戏或欣赏节目。

3、提前让各位员工准备好用以互赠的圣诞礼物，提倡物美价廉和别出心裁，并将标有号码的便利贴贴在礼物上，由礼物提供者各自签上名字，以便于后续活动中的礼物互赠。

4、其它节日氛围的物料筹备：每位员工各发一顶圣诞帽，最好有太东logo;现场做简单布置，衬托出现场喜庆、活跃的节日气氛;现场播放《平安夜》、《圣诞钟声》等圣诞颂歌。

1、幸福祈祷：给参加活动的每位员工发一张精致的圣诞小贺卡，自行填写圣诞愿望，并集中挂在营销中心的圣诞树上，然后闭目许愿。

2、游戏环节：听音乐抢凳子、现场疯狂猜歌(抢答)、拍七令(报到七的人不能报数，而是拍下一个人的肩膀，出现错误者现场表演节目)

注：游戏环节建议设立小奖励以刺激员工们的活动热情。

4、真情互赠：将各位员工所提供的礼物全部堆放在中间，然后轮流抽签上前领取礼物，礼物抽完后互相向礼物的提供者真诚地道一声祝福。

5、放飞梦想：现场宣布太东地产的发展宏愿，由领导班子将愿望写在系在大氢气球的横幅纸上，同时将员工的愿望也写上面，全体员工共同放飞气球，并合照留念。

## 房地产圣诞节活动的策划方案及流程篇三

本次房地产开盘活动初定时间为2016年6月19日，星期六。从2016年度至今年五月份在 亿万酒店 项目的推广，再加上5月下旬开始的媒体推广到现在， 太极景润花园 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，同时根据从6月6日到现在的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，同时将太极景润花园 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。

2016年6月19日(星期六)

太极景润花园项目销售中心现场

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。

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。

## 房地产圣诞节活动的策划方案及流程篇四

1、活动主题：圣诞气息降临(快乐圣诞，共度平安之夜)

2、活动主旨：为了丰富大家的课余生活，让大家在圣诞之夜在体验西方文化的同时放松心情，展现外语外贸职业学院各优秀社团的风采，活跃校园气氛。

3、活动时间：12月24日晚18:00

4、活动地点：江西外语外贸职业学院大学生活动中心

5、主办方：江西外语外贸学院院团委团体联合会

6、承办方：江西外语外贸职业学院院团委联合会及各社团

1、工作人员：

总负责：正主席

总导演：某副主席

总策划：柳崎

## 2、项目组：

### (1) 第一项目组：节目组

组 长：各协会分管副主席 和分管艺术部主席

组 员：各协会会长及参演人员

任 务：

a□完成节目收集、筛选及后期的排练、彩排工作(包括收集互动游戏)

b□主持人的选择、形象设计及台词审核；

c□负责节目的编排及晚会全流程的衔接

d□准备好晚会所需的一切服装道具；

### (2) 第二项目组：宣传服务组

组 长：分管宣传部主席

副组长：宣传部部长

组 员：宣传报道组(海报宣传、广播宣传、网络宣传)

任 务：

a□利用海报、横幅、广播、网络等方式开展宣传

b□完成台词的创作、晚会工作证及椅卡的制作、请柬的写作

工作和节目单的打印工作

c□晚会全过程节目摄影

d□晚会当日准备好会场服务物品，如水杯、茶叶等

(3) 第三项目组：采购组

组 长：分管财务部主席

副组长：财务部部长

组 员：财务部成员

任 务：

a□负责采购布置舞台物品及晚会现场的用品

b□保管采购清单并做好报销费用的工作

(4) 第四项目组：舞台布置组

组 长：分管艺术部主席

副组长：艺术部部长

组 员：文艺、体育、学术部部门部员

任 务：

a□晚会现场的设计与装饰

b□确保演出当天舞台装饰的完整性

c□负责会场桌椅的配备工作

(5)第五项目组：外联组

组 长：分管外联部主席

副组长：外联部部长

组 员：外联部部员

任 务：

a□负责晚会的赞助

c□联系好兄弟院校的节目

d□联系各大商家对本次活动及各协会的赞助项目

(6)第六项目组：机动组

组 长：彭丽民

组 员：策划部及秘书处部员

任 务：

a□晚会期间，负责会场纪律维持、会场后勤保障以及处理紧急情况

b□晚会现场话筒的传递

c□晚会期间的灯光、音响设备的维护与管理

(7)第七项目组：清场组

组 长：副主席

组 员：扩展部、财务部、宣传部、秘书处

任 务：

a□扩展部：负责清理晚会会场的布置

b□财务部：负责晚会会场的场地清扫

c□宣传部、秘书处：负责晚会结束后桌椅、音响设备等的归还

1、晚会前三个阶段：

(1)晚会策划及准备期

本阶段主要完成宣传、节目收集、主持人确定及邀请嘉宾

1) 节目收集：由节目组负责。采取向各协会收集节目的渠道，确定主持人。

2) 前期宣传：由宣传组负责。海报设计、广播稿的撰写及准备台词。

(2)晚会协调及进展期

本阶段主要完成节目筛选及排练、中期宣传、确定音响设备、购买物品

1) 节目筛选及排练：由节目组负责，总导演监督。

2) 中期宣传：由宣传组负责。该阶段让各系学生会出本次晚会的海报。

3) 物品购买：由采购组负责。物品需要情况征求各组组长。

4) 邀请嘉宾：由外联组负责。确定邀请嘉宾，经主席团同意后发请柬。

### (3) 晚会倒计时期

本阶段主要确定晚会的全过程(节目单的确定、末期宣传、核实邀请嘉宾)

1) 晚会全过程确定：由节目组负责，总负责和总导演监督。节目组确定节目单后交于宣传组打印，并加紧排列节目。(兄弟院校的节目也由节目组审核)

2) 末期宣传：宣传组负责。节目单的设计和发放，网络宣传。

3) 核实邀请嘉宾：由外联组负责。

2、晚会当日流程：由总导演和节目组负责 (节目附表)

3、晚会后期工作：

(1) 清扫会场(由清场组负责)

(2) 送嘉宾(由外联组负责)

(3) 书面总结(全体工作人员)

1、12月20日在各宿舍楼张贴栏上张贴pop海报，23日再次于主要教学楼一楼张贴处张贴海报，需要海报约15张，组织人员在学院派发宣传单。由宣传部负责海报的制作。

2、12月20日前后，在学院一食堂、二食堂悬挂横幅，如“xxx(赞助者)预祝外语外贸职业学院圣诞之夜圆满成功”

云云。

备注：活动宣传方式

- 1、提前2到3天在校内各主干道发放传单(彩喷宣传纸)，正面为此次活动的宣传，背面为赞助商简介等。
- 2、与我院广播站联系，提前一周开始广播宣传此次圣诞晚会。
- 3、由我院各系出海报张贴于各系实验楼，宣传此次圣诞晚会，并写明商家名称。
- 4、由团联宣传部出宣传海报，张贴于校宣传栏，并写明商家名称。
- 5、晚会由商家冠名，并在晚会中介绍赞助商。
- 6、在晚会现场发放赞助公司的传单或者小礼品。

1、入口：放圣诞树

宣传：海报：3元/张 15张=45元

横幅：40元/条 2条=80元

宣传单：0.2元/张 100张=200元

会场布置：圣诞歌曲的cd□20元/张 1张=20元

圣诞树：80元/棵 1棵=80元

喷雪：2.5元/瓶 6瓶=15元

气球：0.5元/个 20个=10元

彩带：0.5元/条 30条=15元

氢气球：1.5元/个 20个=30元

纸张(最想表达的一句话)：2元/张 2张=4元

油性笔：3元/支 3支=12元

奖品设置：保暖水杯 15元/个 10个=150元

如果晚会遭遇停电状况的话

- 1、由秘书处负责看管晚会财务。
- 2、由文艺部负责看管表演所需道具。
- 3、由策划部和外联部负责维持现场秩序。
- 4、如晚会开场前遭遇停电，等待10分钟，如还未来电，由晚会负责人宣布晚会推迟到明天或另改时间举行。
- 5、如晚会上半场遭遇停电，等待10分钟，如还未来电，由晚会负责人宣布晚会推迟到明天或另改时间举行。
- 6、如晚会下半场遭遇停电，等待10分钟，如还未来电，由晚会负责人宣布晚会结束。

## 房地产圣诞节活动的策划方案及流程篇五

### 【房地产圣诞节活动策划方案】

#### 一、活动目的

一年一度的圣诞节即将来临，为了增进员工之间的感情，展

现太东地产的企业形象，拟圣诞节当天举行圣诞欢聚派对，向员工和现场客户传递圣诞的祝福。

## 二、活动主题

放飞梦想 传递祝福

## 三、活动对象

地产集团全体员工(项目留守人员除外)

## 四、活动时间

2019年12月25日(周三)下午15:00—18:00

## 五、活动地点

太东·时尚岛咖啡厅及前广场(利用公司的自有物业作为活动场地，整合资源以节省费用;与此同时向现场客户传递太东地产的企业精神，烘托现场销售氛围)

## 六、活动形式及筹备

1、圣诞树：拟借用时尚岛销售部的圣诞树，在购买圣诞树前综合考虑本次活动的需求，选择一棵较为高大和茂盛的圣诞树，并事先定好圣诞树的装饰品。

2、喝咖啡吃糕点：将圆桌和凳子摆放在前广场围成圆圈，各位员工可以一边吃烧烤和蛋糕，一边参加游戏或欣赏节目。

3、提前让各位员工准备好用以互赠的圣诞礼物，提倡物美价廉和别出心裁，并将标有号码的便利贴贴在礼物上，由礼物提供者各自签上名字，以便于后续活动中的礼物互赠。

4、其它节日氛围的物料筹备：每位员工各发一顶圣诞帽，最

好有太东logo;现场做简单布置，衬托出现场喜庆、活跃的节日气氛;现场播放《平安夜》、《圣诞钟声》等圣诞颂歌。

## 七、活动方案

1、幸福祈祷：给参加活动的每位员工发一张精致的圣诞小贺卡，自行填写圣诞愿望，并集中挂在营销中心的圣诞树上，然后闭目许愿。

2、游戏环节：听音乐抢凳子、现场疯狂猜歌(抢答)、拍七令(报到七的人不能报数，而是拍下一个人的肩膀，出现错误者现场表演节目)

注：游戏环节建议设立小奖励以刺激员工们的活动热情。

4、真情互赠：将各位员工所提供的礼物全部堆放在中间，然后轮流抽签上前领取礼物，礼物抽完后互相向礼物的提供者真诚地道一声祝福。

5、放飞梦想：现场宣布太东地产的发展宏愿，由领导班子将愿望写在系在大氢气球的横幅纸上，同时将员工的愿望也写上面，全体员工共同放飞气球，并合照留念。

## 八、物料及预算

# 房地产圣诞节活动的策划方案及流程篇六

活动地点:会所(环形影视厅、会所一楼大厅)

活动内容：？ 互动游戏:进行趣味性互动小游戏,结合奖品,提升活动娱乐性；？

冷餐会:准备各式点心、水果、饮料供客户自由饮用；？

文艺表演:准备圣诞节文化相关舞蹈、歌曲等助兴文艺演出;  
?

销售信息及促销政策宣讲、结合有奖问答:文艺表演环节中安排促销员传达销售信息及 促销政策,宣讲后进行有奖问答,使客户聆听时集中注意力; ? 幸福大抽奖:文艺表演环节中穿插幸运抽奖活动; 幸福祈祷仪式:活动尾声发放幸福贺卡,业主填写真心祝福语,把贺卡挂上提前准备的 圣诞树进行祈祷; ? 结束送小礼品:每户业主家庭凭抽券附联领取一份圣诞礼品。

地点:销控台 地点:一楼大厅 地点:环形影视厅 地点:一楼大厅

## 1. 来宾签到及领取抽奖券

- 小游戏建议: 1、唱圣诞歌曲,唱对送礼品(不能重复)

3、猜成语,一方写出成语并做示意动作让对方猜;

12月24日 案场

## 房地产圣诞节活动的策划方案及流程篇七

本次房地产开盘活动初定时间为20xx年6月19日,星期六。  
从20xx年度至今年五月份在亿万酒店项目的推广,再加上5月下旬开始的媒体推广到现在,太极景润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,同时根据从6月6日到现在的销售情况统计说明,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，同时将太极景润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。

20xx年6月19日(星期六)

太极景润花园项目销售中心现场

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。

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。