

最新楼盘营销策划方案活动内容(大全6篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

楼盘营销策划方案活动内容篇一

公司业务发展迅速，销售渠道不断拓展，需要加深与经销商之间的联系。会议思路：

厂家需要为经销商与销售人员进行信心，经由愿景规划、策略制定、行动计划，让经销商倍受鼓舞，士气高涨，热血沸腾。一个成功的经销商会议，既要“充电”，也要“打气”。制造轻松宽松的气氛，一方面可以让客户积极参与其中，调动客户订货的积极性，同时可以消除客户的防范心理，感染其它客户，主要可以采取以下方式来做：（1）设置游戏，邀请客户参与游戏让客户放松。

（2）穿插娱乐节目，调动现场气氛。

（3）实行订货摸奖，调动客户订货积极性

（4）开设有奖问答，让客户了解产品，对所出的问题设置不要过于复杂，以简单为主，达到宣传和让客户积极参与的目的。

1. 增进经销商对公司的了解，鼓舞经销商的士气，实现20xx年销售目标任务。

2. 最大限度占用每个经销商的专用资金，从而造成其它品牌的铺货压力。
3. 最大限度调动经销商对震旦机器的销售热情和忠诚度。
4. 培养经销商的销售观念和调动他们主动学习的激情。
5. 1. 携手同行，共拓疆土
6. 2. 在新的高度起飞（对经销商工作的认可，以及对未来美好的期望。整个主题引人思考，意味深长）
7. 3. 携手同行，共创震旦

楼盘营销策划方案活动内容篇二

□xx月xx日——1月3日整体活动□xx到了新年好，6000本台历倾情送

活动期间，凡在商城累计购物满300元(大家电等贵重品满500元)即可获赠精美台历一本，单张信誉卡仅限领1本，每天1500本，发完为止！

三楼羽绒世界

兴隆商城全体员工祝您新快快乐万事如意

食品商场：美食升级贺新年

- 1、烟酒、滋补——精品文化大餐庆新年
- 2、常规食品——大升级

1□xx年春节金条全新上市、

2、黄金“钱”兔似锦，吊坠纳福新春

3、新年特别企划

1) 黄金饰品免费换

2) 黄金加工费兑换大升级

3) 黄金身份证当钱花

4) 黄金屋会员购金双倍积分

4、明牌首饰新年送惊喜

1) 明牌黄铂金每克优惠价

2) 明牌钻石全场8折，赠送精美礼品一份

3) 明牌裸钻成本价销售。

4) 明牌铂金免费换(只须递增30%-40%)

5) xx银饰xx银饰xx银饰xx银饰xx全场6.8折

6、元旦开门红，戴新表走正点

7、化妆元旦惊喜接连不断选份礼物送给心中的“她”

鞋帽商场

1、元旦开门红兴隆鞋城旧鞋换新鞋

活动细则：在xx月xx日--1月3日活动期间，顾客凭在鞋城购鞋的信誉卡可在品牌正价折扣的基础上再优惠80元，特价商品可优惠20元。(单张信誉卡只可购买一双鞋，不可累积使

用)。

2、兴隆鞋城精品男鞋展皮尔卡丹金利来卡帝乐沙驰花花公子啄木鸟等

4、元旦开门红箱包送财运金利来8.8折鳄鱼恤8.8折卡帝乐8.8折米奇8.8折万里马7折烟斗7折保罗7折特价包198---385元皮带59--98元。

1、元旦开门红以旧换新大行动国家财政补贴10%厂商再补贴10%，双重补贴更省钱。

电视、冰洗、数码全面参与以旧换新。

2、苹果店迎新开业。

3、精品电器展。

1、兴隆床品，元旦开门礼，以旧换新大行动。

2、新年换新锅，越“锅”越红火，炊具贺新年，拿锅就抵钱，苏泊尔、爱仕达以旧换新大行动。

3、时尚炊具新春首选——韩国炊具大联展。

4、送礼送健康，健身器材大推广。

5、健康三部曲：

(1)、健康送父母——足浴盆推广。

(2)、健康送朋友——足疗机、按摩垫套购献礼。

(3)、健康送领导——按摩椅推广。

6、应季新品全新上市：

(1)x年送祝福——兔子大会。

(2)新年换新衣，喜庆又吉祥——儿童唐装展。

(3)红红火火过新年——鸿运专柜全新上市。

(4)欢欢“洗洗”过新年——洗涤用品大联展。

(5)“瓷”旧迎新——陶瓷用品大联展。

(6)冬季商品全面清仓：儿童棉服、羽绒服、儿童靴鞋。

1、冬季商品大清仓。

2、极品服饰推荐。

3、贺岁款服饰推荐

针纺商场：

1、红运专柜，休闲春款抢先上市

2、新年贺新春羊绒首选礼

楼盘营销策划方案活动内容篇三

一、营销概况：

房地产系不动产的商品概念，与其他商品有着本质截然不同的区别，不同于买件衣服那样随心所欲，这是因为买房子价位高，耐用性长。买主务必经过审情度事、权衡利弊的反复斟酌才能作出决定，而且反弹心理很强，稍有不称心就会改变主意，买主思考的问题，内容丰富，错综复杂，既要考虑

得天独厚的地理条件，又要考究优雅舒适的自然环境，楼质、交通、音贝、污染、安全等诸方面的慎之有慎。由此可见房地产营销深度广，难度大，负荷重，企求在房地产营销上取得卓然显著的成效，并非轻而易举、弹指一挥间，必须加强重视大脑智力投资的力度，具备冰冻三尺非一日之寒的韧劲和毅力。

二、创意理念：

房地产营销策划方案要达到尚方宝剑的强大韧劲和力度，必须在创意理念上形成：

- 1、具有高度的自信野心；
- 2、富于竞争，且乐此不倦；
- 3、头脑敏锐，不拘传统；
- 4、感性认识和理性认识相处融洽；
- 5、注重历史，尊重现实，睽重未来。

三、构思框架：

- 1) 以塑造形象为主，渲染品味和意念；
- 2) 展现楼盘的综合优势；
- 3) 体现楼盘和谐舒适生活；
- 4) 直切消费群生活心态。

四、实战流程：

- 1、形象定位：

对楼盘的综合素质进行整体概括，揭示楼盘从地理位置、物业档次到设计思想、具体细节等到方面的高起点定位。所谓高起点完全可以从楼盘的整体设计中体现到：吸取园外、境外高档物业经验，处处顾及住户需要，大到小区环境规划设计和公共空间的审美安排；小至空调机位、公共过道采光以及住户户型设计等等，都进行精雕细凿，力争完美。

好东西总有不同之处，因而“不同”二字构成了楼盘这一高档物业的形象基础，使它有机会从众多物业中脱颖而出。比如：地理位置不同，交通条件不同，物业品质不同，发展商信誉不同，人均拥有空间不同，升值潜力不同，车位数量不同，小区规划不同。这“八种不同”的明知故问句子成为开发商向楼盘消费对象阐述物业优势的重要线索。

2、主要卖点：

对楼盘进行全面分析研究，概括为四个方面的卖点构成：

1)地理位置；2)、楼盘设施结构；3)、楼盘做工用料；4)、户型设计。突出明显优势，这是楼盘消费者最关心的物业指标。

3、绘制效果图：

根据开发商的条件和推广需要，分别绘制整体效果图、多层单体效果图。绘制效果图要强调公共空间开阔、细节丰富、品味高，因为楼盘的销售，需要启动购楼者对未来的想象，无数事实范例证明，精美的效果图对营销起了事半功倍的决定性作用。

4、广告诉求点：

1)阐述楼盘的位置；2)阐述楼盘所在地的历史渊源；3)阐述楼盘交通条件；4)阐述楼盘人口密度情况；5)阐述楼盘的升

值潜力；6) 阐述楼盘开发商的信誉；7) 阐述楼盘的背景；8) 阐述楼盘的舒适温馨；9) 阐述楼盘的实用率；10) 阐述楼盘的付数计划；11) 阐述楼盘的品质；12) 阐述楼盘的深远意义；13) 阐述楼盘的物业管理有什么不同。

5、广告阶段划分：

对楼盘的品牌推广是一个长期的行为，应有战略的考虑，从而使每一期广告都变成一次品牌的积累。都成为对楼盘形象的一次重要投资。其广告推广大致划分为三个阶段：

第一阶段（预期到首期交楼入住）：此阶段广告宣传以建立品牌知名度和促进销售为目标，从而尽快奠定楼盘在人们心目中的品味、档次和形象。此阶段广告费用投入相对较大。

楼盘营销策划方案活动内容篇四

海源营销策划通过对水果罐头的全方位市场调研，找到制约水果罐头企业发展的核心问题，找出解决营销问题的方法，得到专业顾问给予的建议，从而确定改善问题的方向，审核企业的经营理念是否符合中国食品行业发展的科学规律。

水果罐头市场分析主要分行业状况分析，消费者分析，销售渠道分析和竞争对手分析等十八个版块。

- (1) 行业的市场现状；
- (2) 该类产品的市场容量；
- (3) 行业市场格局；
- (4) 行业的市场前景；
- (5) 发展趋势分析等。

(1) 认为该类产品最好的品牌，原因；

(2) 购买最多的品牌，原因；

(3) 是否知道本公司品牌；

(4) 本公司的品牌形象如何；

(5) 为本公司的整体品牌形象评分；

(6) 品牌形象市场分析

(1) 购买该类产品的的主要品牌；

(2) 选择购买该品牌的主要原因；

(3) 购买该类产品最主要能满足您的哪些需求；

(4) 购买该类产品关键因素；

(5) 是否购买过本品牌；

(6) 选择购买本品牌的主要原因；

(7) 为什么不购买本品牌；

(8) 为什么选择这个品牌，而不是其它品牌；

(9) 喜欢购买什么样的该类产品；

(10) 现有的产品有哪些不足；

(11) 您心中理想的产品是什么样的；

(12) 希望厂家推出什么样的产品；

(13) 购买该产品主要受哪些因素的影响；

(14) 购买该产品的决策过程是如何形成的。

(1) 食用该产品有多长时间了；

(2) 吃该产品主要目的是什么。

(3) 每天食用该产品的时间；

(4) 您食用该产品最多的场合；

(5) 食用该产品的方式；

(6) 每月该产品的消费量；

(7) 每月该产品的花费；

(8) 购买该产品的地点、方式；

(9) 购买该产品的频次；

(10) 每次购买该产品的数量；

(11) 食用该产品最多的季节；

(12) 家里主要是谁负责购买该产品；

(1) 性别？

(2) 年龄？

(3) 职业？

(4) 文化程度？

(5) 家庭收入？

(6) 人口？

(7) 兴趣爱好等。

(1) 消费者认为本公司是什么样的食品公司；

(2) 哪种品牌定位更好；

(3) 本品牌现在是国际品牌，全国品牌还是国内区域品牌；

(4) 未来的品牌如何定位；

(5) 品牌定位对公司发展的影响。

(1) 您最喜欢吃哪种口味的该类产品。

(2) 您认为哪个品牌(种类)的产品口味最好。

(3) 您认为本品牌的口味如何。

(4) 您认为本品牌哪个产品的口味最好。

(5) 口味对您购买该类产品有哪些影响。

(1) 您最喜欢吃哪种包装、容量的该类产品？

(2) 您认为哪个品牌的产品包装最好？

(3) 您认为本品牌的包装如何？

(4) 该类产品质量好主要表现在哪几个方面；

(5) 包装对您购买该类产品有哪些影响；

(6) 本品牌在口味和包装方面与其它品牌相比有哪些优点与不足;

(7) 您认为本公司推出什么样新包装的产品会受消费者的欢迎。

(1) 您一般是购买哪个价位的该类产品?

(2) 您认为目前该类产品的价格是否合适?

(3) 对于各种容量包装的该类产品心理价位分别是多少?

(4) 您认为本公司产品的定价是否合适?

(5) 价格对您购买该类产品有哪些影响?

(1) 购买该类产品的地点;

(2) 购买该类产品的主要方式;

(3) 产品摆放位置对购买的影响;

(4) 卖场促销对您购买该类产品有哪些影响;

(5) 您认为怎样的卖场布置和促销活动的效果会最好;

(6) 您认为该品牌应怎样做卖场布置和促销。

(1) 哪个该类产品品牌的广告做的最好, 原因;

(2) 您能记住哪些该类产品的广告:

广告语广告画面人物音乐等;

(3) 您认为本公司的广告做的如何;

(4) 您能记住几条本公司产品广告；

(5) 广告对您购买该产品有哪些影响；

(6) 您看电视的时间、频道；

(7) 您最喜欢看的电视节目；

(8) 您最喜欢看的报纸、栏目。

(1) 能记住哪个该品牌的促销活动(内容)，您的评价；

(2) 能记住哪个该品牌的公关活动(内容)，您的评价；

(3) 您能记住哪些本产品的促销、公关活动；

(4) 您认为本品牌应该怎样做促销、公关活动，效果才会好。

(1) 给该产品品牌排名；

(2) 为本公司的整体品牌形象评分；

(3) 经销商认为本公司是一个什么样的公司；

(4) 本公司哪种品牌定位更好；

(5) 现在的本公司是国际品牌、全国品牌还是区域品牌；

(6) 未来的本品牌如何定位；

(7) 品牌定位对本公司发展的影响。

(8) 品牌市场分析

(1) 本品牌在行业中的位置；

- (2) 本品牌发展过程与趋势;
 - (3) 本品牌今后的发展方向。
- (1) 销售该类产品的品牌企业;
 - (2) 销售排在前三位的该类产品品牌,
 - (3) 主要品牌的优劣势比较;
 - (4) 主要该类品牌销售政策优劣势比较;
 - (5) 主要该类品牌营销策略优劣势比较;
 - (6) 影响该类产品销售的主要因素;
 - (7) 增加该类产品销售量的方式有哪些;
 - (8) 该类产品、市场的发展趋势;
 - (9) 本品牌营销策略优劣势;
 - (10) 影响本产品销售的主要因素;
 - (11) 增加本产品销售量的方式有哪些。

- (1) 公司标识
- (2) 企业文化
- (3) 营销理念
- (4) 管理水平
- (5) 员工素质

(6) 技术水准

(7) 产品质量

(8) 售后服务

(9) 发展前景等；

十七、水果罐头竞争对手市场分析

(1) 品牌定位；

(2) 产品类别；

(3) 产品定位；

(4) 目标市场；

(5) 各类产品的价格；

(6) 产品卖点；

(7) 销售区域；

(8) 市场进入策略；

(9) 广告策略；

(10) 促销、公关策略；

(11) 销售政策；

(12) 销售状况；

(13) 企业的发展动态等。

- (1) 与竞争品牌相比，本品牌的优势分析；
- (2) 与竞争品牌相比，本品牌的`劣势分析；
- (3) 本品牌的市场机会分析；
- (4) 本品牌的市场威胁分析。

楼盘营销策划方案活动内容篇五

经过校园的调查表显示，选择巧克力作为情人节礼物，居第一位。因此将德芙巧克力在校园里推销是一个很好的`计划。用金帝德芙巧克力给最爱的人一份勇敢的宣 告、真挚的表白!浪漫的日子，伴随着德芙巧克力的浓郁香醇，与最爱的人一起，分享美丽、分享爱。德芙小礼品巧克力，以温馨浪漫为基调，或配合流畅的音符， 演奏爱的温柔乐曲;或用美丽的玫瑰，宣告爱的坦诚与浪漫。小心翼翼地打开每一颗金色巧克力，心型的榛子浆夹心巧克力闪耀爱的光泽。细细品味，可可的醇香、 榛子浆的柔滑，一如美丽的爱情，浓郁的醇香中充满着无限的温柔。发现有种味道在心里，叫做、爱情??德芙巧克力，只给最爱的人。

活动目的：这次在校园促销推广活动不是以单纯的销售为目标，最终的目标是为情人节过后的市场淡季期间，树立售点信心获取售点支持形成销售增长。所以在活 动的设计上更多是要考虑吸引注意，促进记忆，达到好感，因此这次活动一定要达到红红火火过新年的热闹喜庆市场宣传气氛。

活动时间□xx年1月21日至2月14日

活动场所□xxc5楼下

具体项目□xx德芙巧克力专卖店为了迎接2月14日情人节的到来，该店的推销员很好的与广东海洋大学寸金学院学生会的

学生商量，商量对德芙巧克力推销工作进行缜密的策划。希望在校园的推销活动中达到预期的结果。

一、在开始促销当日(1月21日)晚上在广东海洋大学寸金学院的综合楼前举行一个“缤纷浪漫情人节”活动。

2月14日是一年当中最浪漫的日子，这一天无限柔情和蜜意尽情等待回答，心与心的碰撞，撞出永恒的火花。在这样一个浪漫的日子了，我们以实际行动送上真诚的祝福，开展一个特别的“缤纷浪漫情人节”活动，从而使情侣了解到德芙巧克力是最好传达感情的情人节礼物。

二、在广东海洋大学寸金学院的c5楼下，进行摆摊，从而把德芙巧克力推销出去给热恋的情侣们。

方式有买赠：购买的价格是以优惠促销价格为标准，送礼物纸包装外盒；凡在最后一日购买德芙巧克力的，可以加送上一枝纸玫瑰。

三、并在每天促销的摆摊旁边陈列一些有关德芙巧克力不同种类的介绍和xx德芙巧克力专门店的介绍。

四、并在促销期间派出有关德芙巧克力种类介绍的宣传单。

在促销第一日晚上送上的是“缤纷浪漫情人节”活动。

“缤纷浪漫情人节”活动的活动游戏有三个：女生盖上红盖头为男生打领带、最佳拍档(情侣站报纸)、合作猜字游戏。

(一)首先，在该晚由广东海洋大学寸金学院学生会在司仪组选两个人(一个男一个女的)做当晚的司仪。由他们两个介绍德芙巧克力，接着就介绍xx德芙巧克力专卖店的服务等等。最后就宣布活动的开始。

游戏一为女士盖上红盖头为男士打领带

主题： 我们的爱如此默契

所获奖项： 最佳默契情人奖

组织方式： 随机抽取4对情侣，女生用红盖头盖住头部，蒙面为男生打领结，有偷看者算为违例，取消比赛资格速度最快、打的最好的为胜者。本比赛分为两轮，每轮四对，获胜者一对情侣均可获得最佳默契情人奖。

责任人： 现场两位司仪

比赛监督： 现场情侣报名或者随机抽取

游戏 二为最佳拍档(情侣站报纸)

主题： 爱情的智慧魔力

所获奖项： 最聪明爱情奖

责任人： 现场司仪

监督： 现场情侣报名或者随机抽取

游戏三为合作猜字游戏

主题： 心有灵犀一点通

所获奖项： 最灵犀情人奖

组织方式： 随机抽取或者自愿报名四对情侣，一人背对屏幕，一人面对屏幕，面对屏幕者用动作表演屏幕所示，也可以用语言提示，但在提示语言中若涉及到具体 的屏幕所展示的图片或文字，则视为违规；背对屏幕者说出屏幕所示内容，时间

一分钟，说出正确的最多的为胜者。本比赛分为四轮，获胜者只有一对情侣获得最灵 犀情人。

责任人：现场司仪

监督：现场情侣报名或者随机抽取

(二)、在广东海洋大学寸金学院的c5楼下，进行摆摊，从而把德芙巧克力推销出去给热恋的情侣们。

责任人：德芙专卖店的促销员

(三)、并在每天促销的摆摊旁边陈列一些有关德芙巧克力不同种类的海报介绍和xx德芙巧克力专门店的介绍。

责任人：德芙专卖店的促销员

(四)、派有关德芙巧克力的宣传单

负责人：寸金学院院学生会的成员

目标：保证每天派出200张

消费群体为在校的大学生们，此类消费者都是情人节消费的主力人群。他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。特点就是这一人群的消费能力不高，但是基数大，所以总体的消费量也就很大，是活动的主要参与人群，绝不能放弃。这类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场。而且消费习惯不成熟，极易受到广告的影响，所以是广告宣传的主要对象他们是一个喜欢怀念的群体，所以注定了他们较容易受到这类消费群体的影响，跟随这类群体的步伐庆祝情人节。所以可以通过强烈刺激这类群体产生购买行为来带动他们的消费行为发生。策划传播渠道：

要想一个促销会活动成功必然少不了一个传播渠道，因此此次促销需要一个很好的传播渠道。

一、“缤纷浪漫情人节”活动，将此次优惠活动的细节都介绍给学生们。让学生们了解到送德芙巧克力是最好的选择。

二、陈列有关德芙巧克力种类和湛江德芙巧克力专卖店的海报进行宣传，使学生们更准确地了解。

三、派有关德芙巧克力类型的杂志，使学生们能了解到自己的爱人是喜欢哪种类型的。

“浪漫缤纷情人节”活动中用去的费用有：一、活动当中用的领带有4条，用去的费用是80元(20×4条)二、活动当中用去的报纸费用为10元 三、活动当中需要颁发的奖项的费用为180元(60×3份)

陈列的海报需要用到的费用为：200元(20×10张)

宣传单的费用为：150元(0.03×5000张)

这次活动促销员和学生们的积极合作下，达到xx德芙巧克力专卖店在本次活动的主要宣传推广效果，活动期间，销售点广东海洋大学寸金学院c5楼下的陈列德芙巧克力，充满喜庆的热闹气氛；实现该德芙巧克力专卖店预期销售目标，整体产品销售量比去年同期升高了30%。同时实现本专卖店为淡季期间产品市场的销售方向，起到预测分析作用。

同时也提高了该德芙巧克力专卖店的知名度。

楼盘营销策划方案活动内容篇六

冬天，让我们感动上帝

3、通过宣布下半年等离子摩托车的相关政策和宣贯下半年等离子摩托的推广方案，提高代理商推广等离子摩托车的积极性，并了解和掌握推广等离子摩托车的方法和手段。

20xx年7月27日——7月29日

君临大酒店

主办单位

承办单位

协办单位

支持单位

- 1、代理商总经理或操盘手：55人(含鑫源-大林代理商10人)；
- 2、代理商财务主管：20人；
- 3、公司高层领导：15人；
- 4、销售公司：20人(含事务所总经理)；
- 5、工作人员：10人；
- 6、合计：120人。

(一)经销商会议

- 2、销售公司总经理作下半年营销工作规划，并宣布下半年销售政策(各种奖励政策)；
- 3、余波助理总结20xx年上半年营销工作及下半年营销推广大纲(含广宣政策)；

- 4、缪文斌宣贯20xx年鑫源-大林摩托上市营销方案
- 5、温荣华宣贯20xx年下半年等离子推广策划方案
- 6、奚霞宣贯20xx年下半年售后服务活动方案(含售后服务政策)
- 7、分组讨论

(二) 等离子销售表彰及等离子产品订货会

- 1、销售公司总经理宣布20xx年8月—20xx年7月等离子销售先进的表彰决定。
- 2、董事长给先进颁奖
- 3、张滨总工程师介绍等离子摩托车新车型和等离子摩托车全面质量整改的情况通报；
- 4、余波助理宣布现场订购等离子摩托车的奖励办法和年终奖励政策；
- 5、代理商现场订购等离子摩托车
- 6、销售公司总经理公布代理商获奖结果

(三) 参观鑫源公司产品展厅

(四) 联欢晚会