

房地产儿童活动方案(模板7篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

房地产儿童活动方案篇一

- 1、促进开盘成交客户合同签订；
- 2、提升开盘售楼部现场人气；
- 3、促进项目开盘成交，制造凯悦城的'声音，及快速去化房源。

20xx年9月份（具体时间待定）

xxx售楼中心

- 1、置业顾问电话邀约

时间□20xx年9月份

- 2、电器的购买

时间□20xx年8月30日

- 3、抽奖券制作到位时间□20xx年9月初

- 4、水果糕点现场布置到位

时间：开盘前一天

邀请凯悦城开盘，购房签约客户，将在售楼中心内部进行现场“砸金蛋得家电”活动，由项目经理对本次活动内容进行简单介绍，并传递前期购房客户，老带新活动政策，本次活动抽奖由当天购房客户现场抽取，产生以下奖励：

一等奖：笔记本电脑（2名）

二等奖：海尔冰箱（4台）

三等奖：海尔洗衣机（6名）

四等奖：微波炉（10名）

五等奖：榨汁机或电饭煲或加湿器（90名）

100元x90台=9000元

费用预估：33000元

新客户到达售楼中心——进入签到区签到——拿排号单或序号——客户集中到门外——现场维持开盘前客户情绪，待开盘开始，由销售带客户购房，已签订购房认购的客户——由销售带客户进行现场砸蛋区——由客户砸蛋获取奖券——销售带客户去领奖去等级（需带认购和客户身份证）——核对后领取奖品——销售让客户从后门离开。（置业顾问全程接待，并一对一介绍，促进成交几率，深入挖掘潜在客户群）

1、抽奖券数量：100张

抽奖箱：1个

费用：100元

2、聘请婚庆公司

费用：2500元

3、水果糕点

费用：1000元

4、预计现场布置

费用：500元

5、小礼品购置费

毛绒玩具等:20xx元

6、不可预计支出

费用：900元

7、家电费用

费用：33000元

费用合计：40000元

策划部20xx年8月22日

房地产儿童活动方案篇二

国庆七天黄金周，除了是旅游旺季外，也是全家睇楼买楼的好时机。市内各大小楼盘，均将展开铺天盖地的宣传及促销攻势，以祈提高售楼销量。除了楼盘的地段、楼盘的质素等等综合因素外，如何在众多售楼广告中，吸引并促使买楼人士莅临售楼现场，详细了解楼盘的详情及参观现楼，以及提高现场的人流量，将是房地产发展商每一次宣传及促销活动

收效与否的首要关键因素。

随着人们生活水平及文化水平的不断提高，如何科学孕育下一代，让自己的宝宝赢在起跑上，是每一个父母、每一个家庭重点关注的问题。一切与宝宝有关的讯息，均将引起每一个家庭的注意。而这些新一代家庭，大多收入稳定，三代同堂，正是买楼置业的人生阶段。

xxx市xxx区每年新生儿人数约3500—4000元，即目前0至6岁婴幼儿家庭约24000个。

1、主题：“国庆假期何处去？一齐去参加“国庆亲子合家欢”活动啦！让你和bb一展身手！”。

2、时间：10月4、5、6、7日。

3、地点：各楼盘内。

4、内容：宝宝竞赛、亲子竞赛、儿童健康及教育咨询。

5、目标对象：0—6岁婴幼儿家庭。

6、主办单位：

协办单位□xxx亲子俱乐部。

7、宣传范围□xxx地区。

8、目的：

1、活动项目：

类别、比赛项目、适合年龄、宝宝竞赛：

(1) 爬行组：

1岁3个月以下、且未会独立行走的宝宝，。

(2) 健步组

2岁以下、且可以独立行走的宝宝。

(3) 跳跃组

2岁以上宝宝，“亲子合家欢”。

竞赛：

(1) 毛毛虫

爬行组宝宝及家长。

(2) 接力拼图

健步组宝宝及家长。

(3) 齐步走

跳跃组宝宝及家长。

2、组织流程：

(1) 广告宣传过程中突出报名电话、报名点、报名截止日期，由家长自行电话报名或到各售楼部报名，并通知其于指定时间内回来领取参赛号码。

(2) 将报名名单分类、分时间、分场地，编排参赛号码。

(3) 发放参赛号码。

(4) 活动当日，凭号码牌参赛。

(5) 当日流程：略。

3、亲子竞赛

比赛过程中奖小组冠军。

现场咨询、参观。

回收积分卡（要求卡上的项目全部参与过）

投入抽奖箱、发小礼品。

10□30

集中大堂抽奖、颁奖、有奖问答。

10□40

结束，自由活动。

4、现场分区：

(1) 比赛区：爬行组区、竞走组区、跳跃组区。

(2) 咨询区：楼盘咨询区、儿科专家咨询区、早期教育咨询区。

略。

1、广告媒体□xxx有线电视台、宣传海报、活动单张。

2、传播途径：

(1) 电视广告宣传。

(2) 各楼盘内、城东公园、芙蓉公园、体育中心等人流稠密地点张贴宣传海报。

(3) 各售楼现场□xxx□大型妇婴用品店□bb屋、弄潮儿、幸福天使、阳光宝)。

房地产儿童活动方案篇三

个性化、形象化竞争日益激烈，将成为太原市地产发展的潮流。物业项目要取得优异的销售业绩，就必须把握时机，尽竭利用自身的`个性资本和雄浑的势力，把自身打造成极富个性和口碑，拥有良好公众形象的楼盘。

优势：

1、位置优越，交通便捷

位置优越：处于北城区的成熟社区之中心；徒步3分钟即可到达酒店、食府、剧院、商场、超市等社区设施一应俱全。

交通便捷：公共交通比较便捷，有三趟公交线路途径本案

2、区内康体、娱乐、休闲设施一应俱全

室外设施：活动广场、小区幼儿园、医院、购物广场、篮球场

室内设施：桑拿浴室、健身室、乒乓球室、桌球室、卡拉ok酒廊

3、小户型

2房2厅、3房2厅，面积68.79—106.92平方米之间的小户型，以及提供菜单式装修，对于事业有成、家庭结构简单、时尚、享受的目标购房群极具吸引力。

不足：

1、环境建设缺乏吸引性景观

环境建设缺乏吸引性景观，不利于引发目标购房群兴趣；不利于提升hs花园在公众中的知名度、美誉度和造成记忆；同时也不利于满足区内居民的荣誉感。（现代住宅不仅要满足居住的需要，还要满足居住者特殊的心理需求）

2、物业管理缺乏特色服务

物业管理方面未能根据目标购房群的职业特点和实际需求（事业有成、时尚、享受）开展特色服务，使hs花园在服务方面缺乏了应有的个性和吸引力。

房地产儿童活动方案篇四

“五一黄金周”历来是各商家的一个重要销售时节，特别是冰箱、空调等夏季需求性比较大的家电产品，同时也是楼市的一个旺点。为了把握五一销售时机，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(天天润也可以考虑)。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，能增进与消费者之间的互动，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标准，暂定：
天天润、

- 1、歌舞演出
- 2、有奖问答
- 3、发放宣传单
- 4、楼盘/产品咨询

楼盘促销

1、多层单位的特价房先到先得。

但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。

- 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2.4x1.2□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12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xx元/条=x元(各出50%)
- 2、电视流字1周xx元/天=x元(各出50%)
- 3、演员费用：约x元/天人xx人x5天=x元(经销商)
- 4、场地费用□x元/天地x5天=x元(开发商)
- 5、拱门审批□x元/天x5天=x元(经销商)
- 6、绶带：4条x30元/条=x元(经销商)
- 7、地毯、台布：约x元(开发商)
- 8、展板□x元/个x2个=x元(开发商、含喷绘)
- 9、汽车租赁：250元x5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

房地产儿童活动方案篇五

- 1、“男人帮女人帮”——亲友帮你赚优惠

2、“男人帮女人帮”——相亲相爱攒幸福赚优惠

3、“男人帮女人帮”——亲友相帮家享优惠

促销剩余房源，实现冲刺；

增加来访客源，积攒人气，促进销售；

周六

楼盘营销中心

由老客户带来的新客户及自然来访新客户

暖场活动+抽奖送礼(抽奖仅针对认购成功客户)

活动规则：

老带新客户抽奖送礼：若新客户认购成功，新客户可直接参加抽奖赢取奖品，老客户即免物业费，并获得抱枕一个。

新a客户带新b客户：新b客户认购成功可直接参加抽奖赢取奖品，新a客户可获抱枕一个；如若双方都成功认购，即可参与抽大奖并抱枕一个。

暖场活动内容

女人帮——光棍节送温馨给朋友！

2、活动结束后，手持礼品券的客户都可凭券领取抱枕(或伞)一个，礼品送完即止；

男人帮——光棍节不做宅男！

中午13:00x16:00男士可在小区内部的篮球场以一组3对3进

行篮球比赛，一天之内设定3场比赛，现场男士可报名参加，报名人数共18个名额，现场将请篮球裁判一个，最后获胜队每人也可获价值150元/个的电水壶一个，依次类推，获奖名额共有9个，此处需备9个电水壶作为游戏获胜者发放。

抽奖活动针对所有认购成功客户，抽奖完毕后，应凭首付款发票领取奖品；

抽奖礼品：一等奖：ipad1名，价值4000元/个；

二等奖：冰箱2名，价值2500元/个；

三等奖：电水壶10名，价值150元/个；(篮球赛获胜者需另备9个水壶作为礼品发放，故现场需备20个电水壶)

另，普通奖礼品：抱枕(或伞)50名，价值40元/个；伞(价值30元/个)(普通奖适用于所有参与活动且手持礼品券的客户，礼品送完即止；)

房地产集团年会活动策划方案

20年迎新年联欢?晚会活动准备好了吗?想不想您的晚会活动更加与众不同，活动节目更加精彩?一个电话交给传古文化传播有限公司，所有都统统搞定!

一、活动目的

增进领导与员工的零距离沟通，激发员工蓬勃的斗志，迎接新的挑战增强公司的向心力和凝聚力，体现公司与职员的，同心、同德、同赢共生、共存、共荣。

深度了解企业文化，有效整合团队精神，调动企业员工积极性，感受公司大家庭带来新年气氛和温馨。让职员体会到他就是公司，公司就是每一位职员。

为先进个人与集体颁奖，给员工一个充分展示表演天分的舞台，展示(中国)的激情与蓬勃发展之态。

二、活动亮点

整体协调亮点

会场入口有绚丽的五彩气球，卡通兔偶及美丽大方的礼仪模特和红地毯，过道两旁有(中国)发展历程的图文资料及视频资料，主会场以红和金色为主色调的红地毯、红条幅等，舞台采用设计制作，及各种各样的荧光盔，手掌拍。

整体会给人一种庄严、喜庆、辉煌的.效果。

开幕亮点：

兔子曲及兔子舞处处彰显着活力、拼搏、激情辛劳的兔子精神，大胆创新、专业策划、和谐发展的中国文化。

颁奖亮点：

每一个获奖人两支玫瑰花，一支在口袋上，一支拿在手里，在授奖台上有一个精心制作的“家”字，获奖人在聚光灯柱下，徐徐从会场入口通过左侧走上授奖台把手里的花插在家字上，300支花组成一个家字，这是音乐想起(家和万事兴)合影完了一起唱！

文艺演出及猜猜有奖亮点：

在文艺表演的中间，参插互动游戏，(像有奖问答、动手动脑、砸金蛋)等。

三、活动环节衔接

在到场每一位都不知情的情况下。所有灯光唰的暗淡下来

了(5秒)，这时激情的奔跑舞曲响起，聚灯光柱照在帷幕接口处，帷幕慢慢的拉开，一对兔子舞演员听着他们熟悉的旋律，姗姗起舞。随后上海传古文化传播有限公司提供活动策划，九对兔子舞演员陆续入场，共十对，寓意着，十全十美。也寓意着是房地产业的真诚和十分专注专业的企业。

舞曲和舞蹈到了结尾，主持人上台向在坐的各位拜年两句以后，突然手机(免提手机)响起，((中国)领导打的)说该是我们给大家伙拜年了吧，然后领导快步的走上舞台(一个上、聚光灯柱迎接)主领导向员工拜年完，说一句祝福的成语。未见其人就听其声，下一个领导说着成语上台(虎年腾达、达官显贵……)最后所有领导向员工同说一句拜年的话。

拜年结束，一个领导说是不是给大伙颁奖了啊，所有领导沉思后说“好”激情的音乐轻轻响起，进入颁奖环节，聚光灯柱迎着每一位领奖人及两个礼仪小姐伴随着走上领奖台。(或者用“道具兔子车”拉到领奖台，同样礼仪，灯光都要到位)

在“家和万事兴”歌曲结尾时灯光慢慢暗下来，突然亮起，带着面具的表演人员在台上站着，(面具可摘)这个之后，就可以不用暗灯了，文艺演出结束后，也面临着此次年会的结束，所有领导上台再次给大家拜年，音乐响起，(明天是个好日子)结束。

房地产儿童活动方案篇六

随着五一小长假的到来，海南作为旅游地产，将会迎来很多的游客和返乡的本地人，中国的房产市场，很多人都会选择在五一小长假这个时机去为家人购房，而各开发商也纷纷借节献礼，促销活动接连发力。在目前市场白热化，供过于求，客户消费理性及观望的心态，为了能继续结合暖春购房活动的价格差异化营销模式，针对市场客户需求，作促销提案如下：本次促销拟将“单刀直入式”的促销手法。该手法虽然

几乎所有的楼盘都有在使用，但是迎合了节日的氛围及项目所处位置和周边配套等的优势，突显“格差异化”的’优惠政策，实时回馈客户，对于楼盘的销售的知名度和销售都起到“风声水起”的作用。

本次活动主要是针对商业广场、样板间落成、3、4#号楼开盘及五一黄金周的促销为主。全力助推“”在本地市场的知名度，促进楼盘迅速销售快速回笼资金，为即将到来的海南房产6、7、8月份的销售淡季一个缓冲及海南金秋时节置业旺季做前期销售奠定好的基础。

促销对象主要是针对最后一批在海南过冬，即将返程的候鸟群客户，那大城市刚需居民及周边农场、乡镇想改变生活质量搬迁市区等的本地置业人群。

1、商业广场、样板间的正式开放，儋城壹品全新面貌迎接业主的到来

2、3、4#楼正式开盘，经典生活诚挚奉上，5月1日至5月7日每天5套特价房，限时抢购。

5、现场促销氛围营造广场放置遮阳伞及休闲桌椅，免费开放wifi]免费提供饮料、咖啡、爆米花，增加人气，放置音响，播放音乐结合广场喷泉，形成一个典雅的休闲区。案场入口设置拱门，广告语“”

6、促销活动时间及地点；促销活动时间；一口价房源时间为五一黄金周7天。折扣加送装修大礼包活动截止与20xx年8月30日。

促销活动地址：市区为主，周边农场及乡镇为辅；

房地产儿童活动方案篇七

商界名流，欢聚一堂

xx花园开业庆典暨商家联盟酒会

以酒会的形式，蕴涵丰富的商务交流实际内容，从而促进丽湾花园、会员、商家三者之间联盟，互惠互利，并将丽湾花园与其他美容院所有的重大差别“名流商务交流平台”这一显着特色对外强力推广，形成概念融入人心。

因此活动过程特色将一改普通美容会所单纯产品、项目促销以及酬宾的内容，充分体现在会刊宣传（会所自创会刊，主要以会员所经营的商业项目或者产品广告为主，以及提供各大商家之间的信息交流，资源互享）、商家互换名片交流、会员商务展示及广告宣传（会员企业资料、背景画加logo□宣传广告投影播放）。

20xx年5月（具体时间待定）

- 1、活动现场能充分容纳五百人同时用餐，并具有充足的舞台空间；
- 3、选地稍远，目的是以防来宾过早离场；
- 4、暂定南国桃园凤丹白鹭大酒店会展中心

会员、广州市内成功人士、企业家、中上等层次个体经营者、高级白领、社会名媛、政府要员等一切具有消费能力，拥有商务需求，及善于享受休闲美容生活者。人数基准为300人。

- 1、实现现场销售目的。
- 2、实现与会员、商家之间的公关目的，

1、活动实施时间及具体细节安排表（附后表格）

2、现场气氛布置（按照暂定酒店的现场实际环境布置）

a□会展中心大堂门口处摆放欢迎牌，以及悬挂活动名称及欢迎横幅；

c□会展中心大厅外走廊左侧，为取餐点，就餐时间由酒店负责将所有餐点陈列于此；

e□会展大厅后方，为酒水取用点，由酒店人员负责将晚宴上提供的酒水饮料陈放于此；

3、工作人员安置

a□会展中心大堂入口处，至电梯处，两侧各林立八名身着燕尾服的学生促销人员；

b□电梯尽头处，分别于电梯两侧林立四名学生促销，负责指引来宾入场；

c□会展中心宴会厅入口处签名牌两侧，各站立一名会所迎宾，手持托盘，陈放签名笔；

h□宴会开始之后，可以调用大堂的学生促销安排至适当的位置作为服务人员。

1、剪彩仪式用品清单

2、活动用品

精美邀请函、胸花等会场布置中所有安排的物品，以及附属活动详细流程中所需的所有物品。

3、活动纪念品

印有“丽湾花园”logo的精美指甲钳一盒，所有到场来宾都可以获得。

现场奖项及礼品设置（暂拟）：

a□有奖问答答中者获赠狄比或曼堤产品试用装一份；

b□幸运奖五十名，赠送成本价较低的产品一份，如曼堤香皂；

f□名流终极大奖一名，获赠现场小汽车一辆；（可将汽车转换同等价值会员卡一张）。

4、活动所需宣传品

（一）前期推广

a□于市内各大型小区内投放电梯广告；由赵经理负责；

c□活动前两周，将本次活动的宣传单以及本次活动所提倡的特殊概念发放到广州市内各大企业，并送上活动倡议书一份；由江总负责。

（二）中期推广

b□邀请电视台记者于活动现场采访报道此次空前的大型酒会；由陈豪全负责；

（三）后期推广

a□报纸报道本次酒会产生的效果；

b□及时跟踪所有受邀商家在本次活动中取得的收获，并

加强促进商家之间的互动联系；由高贤玉负责。

略

1. 完成vi形象设计及印制会刊

2. 完成筹办《名流生活》杂志手续与准备工作且进行广泛推广

3. 对顾客进行“资源转嫁”“共同成长”意识灌输，如：你想一下子增加一千个会员二千个会员甚至一万个会员、二万个会员吗？丽湾花园为你做到。

4. 以手机短信、电话、请柬及面对面沟通形式确定与会人员与嘉宾名单。

5. 其它一切工作完成，如：礼品准备、会场设计与布置、专车、资料、有奖问题、抽奖等。

6. 工作人员培训。