

最新售楼部策划销售活动方案 售楼部元宵节活动方案(汇总8篇)

一个好的调研方案可以为调研工作提供有效的指导和保障，从而达到预期的调研目标。小编搜集了一些营销策划的典型错误和失误案例，希望大家能够从中吸取经验教训。

售楼部策划销售活动方案篇一

万马奔腾闹元宵xxxx欢乐季

老客户客户答谢，提升项目口碑；借助元宵节气氛活跃现场气氛，加强现场人气，提高现场转化率；通过人际传播扩大项目影响力带动销售。

xxxx地产

2月x日（星期五）9：30—11：30

营销中心

1、前期准备

（1）宣传工作

销售中心入口处元宵节主题展板宣传活动信息（玻璃贴）

销售中心元宵节主题背景板

置业顾问点对点电话宣传（以先期来访为主）

（2）来宾邀请

新老客户电话邀请

邀请媒体工作者到活动现场参与游戏

相关合作者邀请

（3）现场布置工作

在春节包装的基础上放置元宵节活动的包装

销售中心门口左侧放置“万马奔腾闹元宵紫金华府欢乐季”主题板一块。

营销中心门口放置一个四色宫造型灯笼寓意元宵节喜庆吉祥。

入口处两名销售人员身着喜庆服装引导来宾进入活动区域。

营销中心主活动背板前摆放心形鲜花花束（情人节元素体现）。

活动区内放置大的. 活动主题背景板。

主背景板前面放置各式汤圆、甜点、水果、热饮等供客户食用。

销售中心用灯笼、灯谜、窗花、鞭炮等等物品装饰，以烘托出温馨喜庆的元宵气氛为标准，根据现场情况决定。

营销中心播放元宵节喜庆音乐，营造烘托现场气氛。

现场工作人员需穿着喜庆服装，营造气氛。

（4）人员准备

迎宾2名

灯谜工作人员2位

包汤圆比赛工作人员2位

保洁1个

安保员2个

(5) 普惠礼品

凡当天到访营销中心参加活动客户均可获得紫金华府项目赠送的精美巧克力礼盒一份；

2、活动的主要内容及具体安排元宵猜灯谜：“气球一响，猜对有奖”

活动细则：

奖品：速冻汤圆、装饰灯笼、绒毛兔玩具、热宝等低于20元左右的奖品。

包汤圆赛：“浓浓团圆意亲手传真情”

活动细则：以客户自愿参赛为活动参与者选取原则。

活动每轮5人竞赛，每轮3分钟，以规定时间内制作汤圆数量与质量为评判依据，数量相同时以质量优先。在规定时间内包的最多最好的客户即可获得“元宵汤圆”两包。所有参赛者均可将自己包的作品带回家。活动全程进行六轮比赛。评出第一名、第二名、第三名为胜出选手，奖品分别为微波炉、电磁炉、电饭煲。

3、活动后期

进行活动总结，分析问题经验并通过业主群与论坛图文并茂

进行播报发帖。

售楼部策划销售活动方案篇二

1. 营造售楼部节日气氛与人气氛围，以新的. 视觉形象吸引过往人群；
2. 圣诞节活动作为项目奠基、认购活动的客户预热，便于实现持续性的升温；
3. 以圣诞节抽代金券、送礼品为噱头，维系老客户，吸引新客户，并作为项目奠基与认购信息的载体，邀约客户至现场，强化产品认知。
4. 针对前期积累客户进行筛选，吸引新客户到场，为奠基制造人气，为认购储备客户资源。

20xx年12月15日——20xx年12月31日

xx圣诞月200万献礼嘉年华

- (1) 售楼部入口。彩条折成房子形状，渲染入户氛围。门上粘贴圣诞老人1对。
- (2) 橱窗。雪地粘贴纸。喷雪。
- (3) 沙盘上空、接待区与影音室上空悬挂立体雪片。
- (4) 圣诞树(3米)以及圣诞树装饰品。
- (5) 背景墙。彩藤编制以项目logo为主题的创意小品。
- (6) 彩灯装饰圣诞树与过道绿色植物。(3组10米)

(7)接待桌，圣诞老人摆放品与糖果拼盘。(5组)

(8)销售人员装饰。圣诞帽配饰。

1. 老客户告知：自项目面世以来，所有来电来访客户。短信告知。

2. 强意向的重点客户：电话告知。

3. 新客户：短信群发告知。短信透漏项目即将奠基和认购的信息。

4. 短信告知：10万条，按消费额度发送。

(1)男女圣诞帽(1000套)。

(2)假面。(200套)

(3)仙女棒。(300支)

1. 主题：港湾圣诞月200万献礼嘉年华

2. 目的：针对认购活动的预热，进一步甄选、套牢客户。

3. 奖券总金额：200万。

4. 奖券分配表：

500元200张20%

1000元700张70%

2000元100张10%

合计1000张100%

总金额100万

5. 抽取形式:

- (1) 通知所有老客户到售楼部现场抽取代金券，领取礼品。
- (2) 圣诞节活动期间，凡到场客户均可抽取代金券。
- (3) 客户抽取代金券一张，登记客户信息，可以转让。
- (4) 代金券可冲抵购房款，每人仅限一张，以最高金额为准。
- (5) 代金券共计1000张，抽完即止，早到早得。
- (6) 代金券可与认购优惠累计使用。

售楼部策划销售活动方案篇三

导语：一年一度的父亲节即将到来，下面小编为您推荐父亲节售楼部活动方案，欢迎阅读！

- 1、提升项目影响力和美誉度；
- 2、加强已成交客户及所有潜在客户对xxx的认同感；
- 3、增加售楼部的来访量，为二期二批认筹开盘蓄客。

售楼部

加油，我的'超级老爸！

感恩父亲节，精品大礼等您来。

活动期间到访人员登记后均可参加(需父子一同到场)

(到访送粽子一份)

1、超人竞技赛

1) 客户到访领取活动入场券，副券交由工作人员；

4) 老爸在限定的时间内从礼品区带出心仪的礼品(超出时间商品做无效处理，只获得精美礼品一份);礼品建议：

以日常用品、小件家电、儿童玩具为主，适当摆放3-5件体积大质量重的家电家器。

2、我心中的超人老爸

凡到场客户均可参与“心中的超人老爸”亲子t恤diy活动，孩子可在t恤上画出心中老爸的形象。

3、“我和老爸最美瞬间”微信活动

1) 关注项目微信公众号；

2) 上传“我和老爸”的合影并转发项目微信稿；3) 在朋友圈内集赞；

4) 6月20日18点之前微信截图回复至项目微信公众号；5) 集赞数量最多三名可获等大奖一份(不能低于68个赞)：

派单、广播、网络、微信提前宣传。

特别是派单，印发有活动时间和活动内容的单页，提前在老城、市区、项目周边派发。

售楼部外：

售楼部内：

售楼部策划销售活动方案篇四

- 1、了解端午节的风俗习惯，知道端午节是我国的传统节日。
- 2、知道赛龙舟是端午节的一种风俗习惯，并愿意与家长一起合作制作龙舟。
- 3、尝试运用画、剪、贴等多种方式和家长共同装饰美丽的龙舟，体验合作成功的快乐。
- 4、知道节日的时间、来历和风俗习惯，感受节日的气氛。
- 5、体验人们互相关心的美好情感。

ppt□视频、未装饰的龙舟、彩纸、笔、剪刀、胶水、抹布等。

1. 谈话导入，引出端午的由来。

教师播放端午节的由来视频。

- (1) 幼儿和家长共同回答问题，说出端午节习俗。
- (2) 教师出示ppt图片，端午节风俗习惯。
- (3) 特别引出赛龙舟，引起幼儿兴趣。

3. 师：我们一起来看看赛龙舟吧！（播放简短视频）

- (1) 观察端午节龙舟比赛的照片，回忆龙舟的外形特征，激发装饰龙舟的兴趣。

指导语：你看到的龙舟是什么样的？上面有什么？

(2) 出示木质龙舟，观察龙舟，讨论装饰龙舟的方法，激发合作装饰的兴趣。

(3) 播放ppt□观看别人的手工龙舟作品。

4. 教师示范制作龙舟师：我们也来做一做龙舟吧！

(1) 出示制作龙舟材料，介绍制作材料

(2) 一边制作，一边讲解注意事项。

5. 举办“美丽的龙舟展”，体验合作成功的快乐，幼儿家长与龙舟一起合影。

6. 活动结束。

通过活动，幼儿不仅了解了中国文化习俗活动的意义，还获得了多种经验的积累，如学会有序的使用多种工具的经验、用画剪结合的方式表现作品的经验等等。

售楼部策划销售活动方案篇五

篇一

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，特决定举办中秋晚会。现对本次中秋晚会实施方案详述如下：

一、活动时间

20xx年9月12日(中秋节)18：00—21：00

二、活动地点

名城中心广场

三、活动主题

望月

主题释义：该主题将开发商与中秋有机地结合起来，同时渲染出一种家的温馨氛围，暗喻进入就是回到了家。

四、活动目的

- 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、活动预计参与人数

中秋晚会：600人

中秋酒会：400人

合计：1000人

六、活动宣传语

“今晚回家吃饭吗？”

活动宣传语释义：中秋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。

七、活动方案及创意构思

1活动前的推广措施：

- 2、制作并随机赠送本次活动文化宣传衫若干；
- 3、制作“名城”字样的中秋印入场卷(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。

1中秋晚会

为达到更佳的宣传效果和更广泛的认知，本次活动拟将晚会分为两部分：晚会部分和酒会部分，并通过一些活动和环节将两部分有机地结合起来。

晚会内容：

晚会以突出家的氛围和格调为主，诠释中秋的内涵和底蕴，弘扬中国传统文化，触发所有与会者的共鸣，并使其能以最快和最自然的方式融入到本次晚会当中，使所有与会者真正体会到家的温馨情怀。

晚会进行当中由集团相关领导为地产第1000位业主授予荣誉员工称号(注：具体数字可根据开发商具体情况定，既可以是整数位，也可以是第815位、第918位等与中秋有关联的数字位)。

现场互动环节：

1、现场制作月饼

由聘请的厨师现场演示月饼的制作工艺和流程，由互动业主现场实地操作，并将制作好的月饼送与他最想送的人品尝。

该环节主要突出家庭的一种温馨氛围，尤其是那些整日奔波劳碌的业主，他们很难帮助家里做什么，以这种方式表达他们的歉意，可以更深刻的让他们体会到操持一个家的不易。

2、现场征集有关中秋的诗词歌赋

由主持人向现场观众征集有关中秋的各种形式作品(例如：歌曲、诗词等)送与他们想送的人，赠送形式既可以是现场献歌，也可以当场挥毫泼墨，也可以吟诵给他们的亲人听(看)。

该环节主要考虑在各种形式的有关中秋的作品中大多以中秋寄情来抒发一种对家和亲人的思念之情，其目的是可以更加强化家的感觉和氛围，体现以诗咏情、以词吟情、以歌颂情的一种格调。

3、月饼的味道家的味道

由主持人邀请现场观众上台品尝月饼，月饼分为酸、甜、苦及特殊月饼几种。吃到酸的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件让他(她)感到心酸的事;吃到甜的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件感到最为甜蜜的事;吃到苦的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件(段)感到最为痛苦的事(历程);吃到特殊月饼的观众可当场获得开发商现金或物质的奖励。

本环节主要是让参与者能够和与会者去分享他们生活当中的各种滋味，进而达到共鸣!

4、词语置换

由主持人邀请现场观众上台朗读一篇文章，将文章中的“中

秋” 置换成，将置换成“中秋”。无错误的参与者将得到开发商的现金或物质奖励，读错者将受到一定的惩罚。

本环节以娱乐为主，同时起到宣传公司品牌形象的目的。

篇二

一、时间：年月日上午。

二、地点：售楼中心现场。

三、人员：工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

四、拟邀贵宾：市政府有关主管领导、市建委、市房地产管理局领导、市建筑、规划设计院负责人等。

五、拟邀媒体：电视台□xx日报、新闻台等。

六、预定目标：对外传达开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大社会知名度和美誉度，体现美好前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立xx地区*房地产开发有限公司积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

七、会场布置：

1、主席台区：主席台区也就是剪彩区设在售楼中心南边，主席台中间为主持人及贵宾讲话用的立式麦克风，台面铺有红色地毯，背景墙为喷绘画面，主题为“开盘庆典仪式”。

2、签到处：来宾签到处设置在主席台北侧。签到处配有礼仪小姐。签到处设置签到处指示牌。

3、礼品发放区：届时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

4、贵宾休息区：可放在售楼中心现场，设置沙发、茶几饮料、水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

八、开盘活动要点：

1、室内外表现

1) 彩旗(彩条)

2) 在售楼处大门外道路两旁悬挂，挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。

盆景花卉

在售楼处大厅的各个角落，分别摆设，以增加视觉美感、清新空气和烘托亲切氛围。

3) 气拱门、气球

在工地现场、市区主干道布置大型气拱门、热气球、道旗，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

2、现场表演活动内容：

1) 军乐队：用于演奏振奋人心的乐曲，作为背景音乐贯穿开盘庆典仪式的始终。

2) 腰鼓队：在现场安排一支由20人组成的腰鼓队，用于迎宾和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

3) 舞狮活动：在仪式过程中穿插舞狮活动表演，预示着美好的发展前景。

3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也可以轻松赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，形成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

活动文案如下：

为酬谢首批客户，开发商特斥资80万元，于9月30日现场发售购房vip卡100张，并免费赠送抽奖卡100张。购房vip卡每张卡统一售价1000元，卡面值分别为5000元、7000元、10000元三种，持卡人在购房时可冲抵与vip卡同等金额的房款，购房vip卡系无记名卡，可自由转让。

抽奖卡奖品设置为购房券5000元10名，购房券3000元20名、物管费1000元30名，均可冲抵房款，品牌电饭煲20个，品牌电熨斗20个，中奖率100%，抽奖卡依现场排队顺序免费赠送。赠完为止，以上酬宾活动由xx市公证处全程公证。

现场排队应遵守先后顺序，按现场指定的起止点方向排队，9月30日早上6：00开始接受排队。

本公司将于20xx年9月30日上午8：00开始发送“排号出入卡”。

获得“排号出入卡”后，每十人一组依次进入营销现场办理登记、交费取卡手续。

“购房vip卡”在购房兑换时，必须与购卡收据一并出示，方为有效。

活动规定：参与者必须年满18岁以上，具有完全民事行为能力，持有效身份证明的中国公民、华侨、港澳台同胞或外国公民(每人限购、取卡一张)

购房vip卡售出不退，购房时冲抵购房款；不购房或超过购房

时间期限此卡作废，不予兑换。可以自由转让，转让价格自定。

购房vip卡在购房时凭卡面金额冲抵同等金额房款，每套房仅限使用一张卡。

本次活动对团购客户无效。

4、筹备工作：

1) 拟定与会人员。于月日向与会领导发出请柬□

2) 提前准备好请柬，并确认来否回执。

3) 提前5天向气象局获取当日的天气情况资料。

4) 落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。

5) 提前6天落实指挥和负责秩序工作。

6) 做好活动现场的礼品、礼品袋

7) 提前8天办理气球、活动场地、气拱门所需的审批。

5、来宾身份识别：来宾到场后，礼仪小姐为来宾佩带胸花。贵宾由礼仪小姐指引或公司领导陪同前往贵宾休息区。

6、人员安排：

1) 预设礼仪小姐10名，入口处4名，签到处2名，会场区4名礼仪小姐要求统一着礼服。

2) 工作人员15名；

3) 公司工作人员30名；

九、仪式流程：

11:00客户签约，开盘销售活动正式展开。

十、媒体计划：

1、报纸广告

27日、28日、30日在《xx日报》第x版刊登整版广告，告知开盘的信息。

2、电视广告

电视台录制开盘录像，制成vcd作为开盘活动的资料。并由电视台制作新闻，报道整个开盘活动现场的情况，进一步扩大宣传。

3、电台广告

在开盘前后两个月播出开盘的信息。

4、印刷品广告

楼书、海报已印制完毕，采取派员发放与夹报相结合的方式。

十一、广告预算

1.《xx日报》27、28、30日整版x元

2.电视台录制开盘录像及新闻报道x元

3.电台广告宣传x元

4.开盘仪式场地户外广告管理处审批x元

5、礼仪公司各项费用x元

(含舞台、音响、舞狮队、腰鼓队、军乐队、礼仪小姐及主持人酬金)

6. 气球(开盘现场及市区主干道)x元

7. 鲜花盆景租赁x元

共计x元

售楼部策划销售活动方案篇六

活动地点:

活动对象:

1、前期所有来电客户、登记客户及家属

2、活动当天到访客户

活动细则:

现场几个身穿玩偶的人,做暖场,吸引路过人群;

2、播放影剧《财神客栈》、《功夫熊猫》等;

费用预算: 约2000元

其他活动建议:

活动方案六:

活动主题: “周末寻开心一起来拧巴” 欢乐拧毛巾pk赛

活动时间：

活动地点：

活动对象：

1、前期所有来电客户、登记客户及家属

2、不限，街边行人

活动细则：

1、凡邀约及来访客户登记即可参与此次活动

2、3人为一组，10分钟以内轮流拧毛巾，谁拧出最后一滴水，即为获胜者二、三等奖；

4、获胜者可获赠精美礼品一份

费用预算：约2000元

活动方案七：

活动主题：“赠人玫瑰手留余香”玫瑰小花束diy活动活动时间：

活动地点：

活动对象：

1、前期所有来电客户、登记客户及家属

2、不限，街边行人

活动细则：

- 1、凡邀约及来访客户登记即可参与此次活动
- 2、每人限包玫瑰花最多5支
- 3、配备印有logo包装透明纸或丝带，手工艺剪刀
- 4、凭成品到访售楼部可领取礼品一份

费用预算：约3800元

活动方案八：

活动主题：“幸福生活莓丽心情”草莓蛋糕diy活动活动时间：

活动地点：

活动对象：

- 1、前期所有来电客户、登记客户及家属
- 2、不限，街边行人

活动细则：

- 1、凡邀约及来访客户登记即可参与此次活动
- 2、配备小蛋糕胚、奶油、新鲜草莓、一次性手套等
- 3、根据蛋糕样式评出一、二、三等奖，到售楼部领取费用预算：约3800元

活动方案九：

活动主题：“清新甜蜜清凉一夏”甜筒diy活动活动时间：

活动地点：

活动对象：

- 1、前期所有来电客户、登记客户及家属
- 2、不限，街边行人

活动细则：

- 1、凡邀约及来访客户登记即可参与此次活动
- 2、参与者自助操作冰激凌机器获取美味甜筒
- 3、甜筒小纸条印有logo
- 4、现场工作人员为每位客户留影
- 5、凭自制品到访售楼部，可领取礼品一份费用预算：约3800元

注：具体费用、物料等以活动公司报价及提供为准

[售楼部春节前活动方案]

售楼部策划销售活动方案篇七

暖场活动一般是活动开场或中间观众疲劳期进行的活动，房地产售楼部如何策划暖场活动实施方案?下面本站小编给大家介绍关于售楼部暖场活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

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，特决定举办中秋晚会。

现对本次中秋晚会实施方案详述如下：

一、活动时间

20xx年9月12日(中秋节)18：00—21：00

二、活动地点

名城中心广场

三、活动主题

望月

主题释义：该主题将开发商与中秋有机地结合起来，同时渲染出一种家的温馨氛围，暗喻进入就是回到了家。

四、活动目的

- 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、活动预计参与人数

中秋晚会：600人

中秋酒会：400人

合计：1000人

六、活动宣传语

“今晚回家吃饭吗？”

活动宣传语释义：中秋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。

七、活动方案及创意构思

1活动前的推广措施：

2、制作并随机赠送本次活动文化宣传衫若干；

3、制作“名城”字样的中秋印入场卷(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。

1中秋晚会

为达到更佳的宣传效果和更广泛的认知，本次活动拟将晚会分为两部分：晚会部分和酒会部分，并通过一些活动和环节将两部分有机地结合起来。

晚会内容：

晚会以突出家的氛围和格调为主，诠释中秋的内涵和底蕴，弘扬中国传统文化，触发所有与会者的共鸣，并使其能以最快和最自然的方式融入到本次晚会当中，使所有与会者真正体会到家的温馨情怀。

晚会进行当中由集团相关领导为地产第1000位业主授予荣誉

员工称号(注：具体数字可根据开发商具体情况定，既可以是整数位，也可以是第815位、第918位等与中秋有关联的数字位)。

现场互动环节：

1、现场制作月饼

由聘请的厨师现场演示月饼的制作工艺和流程，由互动业主现场实地操作，并将制作好的月饼送与他最想送的人品尝。

该环节主要突出家庭的一种温馨氛围，尤其是那些整日奔波劳碌的业主，他们很难帮助家里做什么，以这种方式表达他们的歉意，可以更深刻的让他们体会到操持一个家的不易。

2、现场征集有关中秋的诗词歌赋

由主持人向现场观众征集有关中秋的各种形式作品(例如：歌曲、诗词等)送与他们想送的人，赠送形式既可以是现场献歌，也可以当场挥毫泼墨，也可以吟诵给他们的亲人听(看)。

该环节主要考虑在各种形式的有关中秋的作品中大多以中秋寄情来抒发一种对家和亲人的思念之情，其目的是可以更加强化家的感觉和氛围，体现以诗咏情、以词吟情、以歌颂情的一种格调。

3、月饼的味道家的味道

由主持人邀请现场观众上台品尝月饼，月饼分为酸、甜、苦及特殊月饼几种。吃到酸的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件让他(她)感到心酸的事；吃到甜的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件感到最为甜蜜的事；吃到苦的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件(段)感到最为痛苦的事(历程)；吃到特殊月饼的观众可当场获得开发商现金或物质的奖

励。

本环节主要是让参与者能够和与会者去分享他们生活当中的各种滋味，进而达到共鸣！

4、词语置换

由主持人邀请现场观众上台朗读一篇文章，将文章中的“中秋”置换成“”，将“”置换成“中秋”。无错误的参与者将得到开发商的现金或物质奖励，读错者将受到一定的惩罚。

本环节以娱乐为主，同时起到宣传公司品牌形象的目的。

一、时间： 年 月 日上午。

二、地点：售楼中心现场。

三、人员：工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

四、拟邀贵宾：市政府有关主管领导、市建委、市房地产管理局领导、市建筑、规划设计院负责人等。

五、拟邀媒体：电视台□xx日报、新闻台等。

六、预定目标：对外传达开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大社会知名度和美誉度，体现美好前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立xx地区*房地产开发有限公司积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

七、会场布置：

1、主席台区：主席台区也就是剪彩区设在售楼中心南边，主席台中间为主持人及贵宾讲话用的立式麦克风，台面铺有红

色地毯，背景墙为喷绘画面，主题为“开盘庆典仪式”。

2、签到处：来宾签到处设置在主席台北侧。签到处配有礼仪小姐。签到处设置签到处指示牌。

3、礼品发放区：届时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

4、贵宾休息区：可放在售楼中心现场，设置沙发、茶几饮料、水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

八、开盘活动要点：

1、室内外表现

1)彩旗(彩条)

2) 在售楼处大门外道路两旁悬挂，挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。

盆景花卉

在售楼处大厅的各个角落，分别摆设，以增加视觉美感、清新空气和烘托亲切氛围。

3)气拱门、气球

在工地现场、市区主干道布置大型气拱门、热气球、道旗，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

2、现场表演活动内容：

1)军乐队：用于演奏振奋人心的乐曲，作为背景音乐贯穿开盘庆典仪式的始终。

2)腰鼓队：在现场安排一支由20人组成的腰鼓队，用于迎宾

和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

3) 舞狮活动：在仪式过程中穿插舞狮活动表演，预示着美好的发展前景。

3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也可以轻松赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，形成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

活动文案如下：

为 酬谢首批客户，开发商特斥资80万元，于9月30日现场发售购房vip卡100张，并免费赠送抽奖卡100张。购房vip卡每张卡统一售价1000元，卡 面值分别为5000元、7000元、10000元三种，持卡人在购房时可冲抵与vip卡同等金额的房款，购房vip卡系无记名卡，可自由转让。

抽奖卡奖品设置为购房券5000元10名，购房券3000元20名、物管费1000元30名，均可冲抵房款，品牌电饭煲20个，品牌电熨斗20个，中奖率100%，抽奖卡依现场排队顺序免费赠送。赠完为止，以上酬宾活动由xx市公证处全程公证。

现场排队应遵守先后顺序，按现场指定的起止点方向排队，9月30日早上6：00开始接受排队。

本公司将于20xx年9月30日上午8：00开始发送“排号出入卡”。

获得“排号出入卡”后，每十人一组依次进入营销现场办理登记、交费取卡手续。

“购房vip卡”在购房兑换时，必须与购卡收据一并出示，方

为有效。

活动规定：参与者必须年满18岁以上，具有完全民事行为能力，持有效身份证明的中国公民、华侨、港澳台同胞或外国公民(每人限购、取卡一张)

购房vip卡售出不退，购房时冲抵购房款；不购房或超过购房时间期限此卡作废，不予兑换。可以自由转让，转让价格自定。

购房vip卡在购房时凭卡面金额冲抵同等金额房款，每套房仅限使用一张卡。

本次活动对团购客户无效。

4、筹备工作：

1)拟定与会人员。于 月 日向与会领导发出请柬□

2)提前准备好请柬，并确认来否回执。

3)提前5天向气象局获取当日的天气情况资料。

4)落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。

5)提前6天落实指挥和负责秩序工作。

6)做好活动现场的礼品、礼品袋

7)提前8天办理气球、活动场地、气拱门所需的审批。

5、来宾身份识别：来宾到场后，礼仪小姐为来宾佩带胸花。贵宾由礼仪小姐指引或公司领导陪同前往贵宾休息区。

6、人员安排：

1) 预设礼仪小姐10名，入口处4名，签到处2名，会场区4名礼仪小姐要求统一着礼服。

2) 工作人员15名；

3) 公司工作人员30名；

九、仪式流程：

11:00 客户签约，开盘销售活动正式展开。

十、媒体计划：

1、报纸广告

27日、28日、30日在《xx日报》第x版刊登整版广告，告知开盘的信息。

2、电视广告

电视台录制开盘录像，制成vcd作为开盘活动的资料。并由电视台制作新闻，报道整个开盘活动现场的情况，进一步扩大宣传。

3、电台广告

在开盘前后两个月播出开盘的信息。

4、印刷品广告

楼书、海报已印制完毕，采取派员发放与夹报相结合的方式。

十一、广告预算

1.《xx日报》27、28、30日整版 x元

2. 电视台录制开盘录像及新闻报道 x元

3. 电台广告宣传 x元

4、开盘仪式场地户外广告管理处审批 x元

5、礼仪公司各项费用 x元

(含舞台、音响、舞狮队、腰鼓队、军乐队、礼仪小姐及主持人酬金)

6. 气球(开盘现场及市区主干道) x元

7. 鲜花盆景租赁 x元

共计 x元

共2页，当前第1页12

售楼部策划销售活动方案篇八

一、开盘销售：

1、保留5%的最好房号以后再推出，其余可售房号全部推出。具体可售房号请贵司尽快提供，以便共同商榷。在春节期间成交的客户应可获得促销折扣，以折扣促销积聚人气，促销折扣视当时xx村销售价格情况而定。

2、必须制定出完整的价格表供客户选择。

3、已经签订了《预订房号意向书》的客户需提前一周通知，

样板房做好之后，需立即通知其前来观看，以便让其充分感受到二期的实际情况，尤其是阳光花房的实景，最终达到促使其落定。这部分客户在公开发售后一周内签订正式的《认购书》。

通知形式：提前发送华源公司致客户(指作了内部登记的客户)邀请函，售楼员电话访问确认。

邀请函内容：通知客户参观xx村二期样板房，同时邀请其参加二期开盘仪式，并向客户表达发展商对客户的新年美好祝愿。

促销推广：

在春节期间必须配发大量的广告才能完成销售目标，由于是春节期间，广告宣传应以电视广告、路牌广告为主，报纸广告、网络广告为辅。

电视广告：发布时间、频率，及频道我司将在调查收视率，及热播节目后作详细的发布计划。

路牌广告：广告公司设计制作完毕后，需在开盘前一个星期安装到位，正式发布。

网络广告：更新网页，发布xx村公开发售消息，全面介绍xx村二期flash mtv制作完毕，在网上发布，及提供免费下载，以flash mtv作为一个主要宣传载体。

报纸广告：《特区报》 整版 促销广告

促销现场：

与礼仪公司尽快制定现场包装方案并完成现场包装，制定开盘仪式方案；广告公司完成销售导视系统，及售楼通道、售楼

处包装，现场工作要求提前完成，为销售创造出一个良好的氛围。

所有的园林、水景都清理、修整完毕，全部开放；对xx村水电设施作全面的检测及维修，如电灯，会所洗手间；地下停车场的绿化装饰□xx村将以一个最佳的状态迎接客户。

现场接待：

要求物业管理公司对服务人员进行培训，制定为开盘服务的计划及协助人员安排，要求到岗到位，服务周到，并为客户提供精致、可口的茶点招待客户。

我司将对售楼员进行专业培训，分工分责。详细制定工作安排表，发展商销售部有关人员及我司策划人员及有关领导在现场处理突发事件。

通讯及交通：保证售楼处销售电话的畅通，看楼专车必须到位。罗湖关口安排看楼专车。

办公用具及所需宣传资料的到位：办公所需办公用具及宣传资料全部到位，发展商安排负责人。

开盘发放礼品：贺岁片dvd+xx村flash mtv光碟

促销活动：

a□举办新年业主茶话会

b□新年晚会

c□xx村贺新年元宵节花灯猜谜游园活动。

1 活动背景

所处推广阶段：春节过后，加快洋房及高层剩余户型推售；

本阶段营销目标：积累洋房及高层客户，完成销售目标；

2 效果预估

3 活动主题

主题： 团团圆圆 十全十美

4 主办单位

XXXXXXXX

5 活动形式

猜灯谜兑换礼品，吃元宵

6 活动时间

7 活动地点

会所大厅

8 参与人员

约访老业主及意向客户

9 活动规模

约40组/天

10现场物料

大厅指示牌、背景版、果盘饮料、桌椅、灯笼、谜语

11礼品

元宵、儿童玩具(元宵晚上玩的玩具)

12活动流程

活动细节：

活动形式

13现场负责分工

14费用明细

注：以上为预计费用，报销将按实际消费执行。

15前期准备事宜及负责人

2月22日关键点及分工

共2页，当前第2页12