# 2024年房地产策划方案做 房地产策划方案(实用14篇)

来源：网络 作者：雨声轻语 更新时间：2024-09-21

*方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。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。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。房地产策划方...*

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。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。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**房地产策划方案做篇一**

通过调查了解，目前大多数房产公司所采取的宣传推广模式有：

1、短信

2、电视广告、报纸专栏

3、墙体广告、车体广告

4、延街派发广告宣传册

而现今采用的宣传推介模式具有不同程度的优劣势：

1、短信——投放范围广、成本低、内容不完整、不易留存；

2、电视广告、报纸专栏——投放范围有限、成本高、时效性差；

3、墙体广告、车体广告——地域局限性大、缺乏文字信息、受众少、成本低；

4、延街派发广告宣传册——信息全面、针对性差、人工及宣传册成本高。

【合作项目】

据我邮政局营销人员的了解，目前贵公司正处于大力宣传期，贵公司目前已采用了以电视广告、报纸广告等宣传载体进行宣传。

做房地产广告，最简单，也最不简单。简单在于，房地产产品的地域性强，目标消费群体相对集中，公文范文地方特色的存在更容易把握广告的诉求方式。而不简单在于，竞争密度大，竞争对手很可能就是邻居，如果产品本身区别不大，在广告上就很难形成差异，更重要的是房地产广告要求立竿见影，广告效果是否有效，做出既能知晓。

针对“紫晶城”的具体情况，结合xxxx房产市场的特点我们做出了极富创造性的方案：自造媒体——数据库商函。它与传统大众媒体相比，直指目标受众，将“诱人的”信息，以合适的时刻，送到正确的地点，交给有需求的人。数据库商函是以广告信函为载体，依托邮政庞大的数据库资源，选择有针对性的目标客户名址，提供打印、封装、投递等一条龙的服务，并通过邮政渠道将广告信息寄发给目标客户。

【项目优势】

1、目标针对性强：无论是商铺或住宅，都可根据需要，运用各种目标市场名址库，来选择目标消费者群，剔除了无效受众，降低了单位有效受众广告成本，避免了浪费。有选择，更精确，有的放矢，实效传播。

2、沟通信息个性化：有利于品牌塑造和促进销售。使用信函体现广告主与目标客户进行的是个人沟通，从而增强了营销活动的亲和力。

3、开展营销活动的灵活性：没有固定受众限制，可自由决定发送信息的内容、规模和对象，并方便地将传递的`信息顾客化，寄发任何对公司有意义的信息。可以全面反映公司实力、楼盘环境、户型、交通、设施等全面情况。

4、效果的可测定性：通过响应率可以测定广告的效果，根据销售直接测定收益率，并可根据具体情况调整合适的寄发广告方式，达到更好的效果。

【宣传方案】

1、宣传内容

（1）、xxxx紫晶城置业投资有限公司简介

（2）、楼盘实景图片及规划图片

（3）、楼盘说明及配套实施说明

（4）、其他

2、宣传渠道

经过多年经营，邮政系统拥有强大的服务网络和规模庞大、基础牢靠的客户名址。根据市场需求，我们在基于市场细分的基础上，通过精心筛选，收集的xxxx在外务工人员、中高端收入、个体工商户、行政事业单位、组织机构等名址信息数据库近15万条左右，我们将根据贵公司需要将宣传广告以信件的形式有针对性地寄送给目标客户。

【项目形式】

方案1：信函式

我局可为xxxx紫晶城置业投资有限公司设计专用邮资信封，信封上印有贵公司名称、地址、联系方式、楼盘形象、楼盘标志及楼盘简介等内容。通过邮资信封的使用，可以起到扩大公司形象，公文范文提升公司知名度的“软广告”效果。信封内可装有贵公司自行设计印制或由我局代为印制的宣传彩页，还可装有现行的住房公积金、商业房贷的办理流程及房贷小知识。封装后通过确定筛选后目标客户名址打印并寄递。

产品价格：

信封制作费：1.40元/每封

印刷费：印刷资料按邮政局要求自行印刷，公文范文也可交邮局设计印制（费用视纸质及工艺要求而定）

方案2：邮简式

邮简式是将信封和内件两者融为一体的邮送广告，其流通形态为一个信封，客户收到邮简后打开是一张图文并茂的彩色印刷品广告。主要是以“打开有礼”吸引收信人打开信件为卖点，为客户发布产品信息的商函业务。

产品价格：

印制费：印刷资料按邮政局要求自行印刷，也可交邮局设计印制（费用视纸质及工艺要求而定）

邮 资：本埠0.80元/封 外埠1.20元/封

【项目运作流程】

流程：名址选择——设计、制作商函广告——寄发邮件——分析反馈信息

【效果预测】

1、推动销售量的提升

2、以较低的成本，打响贵公司的品牌

3、以信函为载体，使目标客户更有亲切感

**房地产策划方案做篇二**

活动背景：

1、热烈庆祝我公司成为跨进中国百强企业唯一家民营企业，今后我们要更好的为国人们建造我们中国人自己的房子。

2、庆祝我公司在20年取得的优异的业绩让员工感受我公司的文化理念和管理理念，展望20年的工作。

活动时间

20年x月日星期五下午14：00—22：00

活动地点

国际商务酒店视觉宴会厅

参会人数

公司x名全体职工，位特别嘉宾

年会基调

和谐、欢快、大气

同心同行，共创未来

集体的努力，大家的荣誉

1、14：00准时进入会场，14：30分会议准时开始。

2、14：00开场舞，主持人宣布大会的开始，致《开幕词》。

3、15：00—15：30首先请总经理做陈述报告，总要概括我公司去年所取得的业绩。

4、15：30—16：30请各部门负责人做年终陈述。

5、16：30—17：00由副总经历宣读20年优秀员工名单，优秀员工上台领奖。优秀员工发表获奖感言。

6、17：00—18：25联欢文艺汇演，首先由领导表演，员工代表表演员工自己准备的节目。

17：25—17：30所有演员上台齐唱《相亲相爱一家人》

7、18：00—19：00互动游戏

三七令

用具：无

人数：无限制

方法：多人参加，从1—99报数，但有人数到含有“3、7”的数字或“3、7”的倍数时，不许报数，要拍下一个人的后脑勺，下一个人继续报数。如果有人报错数或拍错人则罚酒。

兴奋点：没有人会不出错，虽然是很简单的算术。

开火车

用具：无

人数：两人以上，多多益善

方法：在开始之前，每个人说出一个地名，代表自己。但是地点不能重复。游戏开始后，假设你来自北京，而另一个人来自上海，你就要说：“开呀开呀开火车，北京的火车就要开。”大家一起问：“往哪开？”你说：“上海开”。那代表上海的那个人就要马上反应接着说：“上海的火车就要开。”然后大家一起问：“往哪开？”再由这个人选择另外的游戏对象，说：“往某某地方开。”如果对方稍有迟疑，没有反应过来就输了。

兴奋点：可以增进人与人的感情，而且可以利用让他或她“开火车”的机会传情达意、眉目传情。

踏板运水接力（共48人）

1、队员：每队男女各6人共计12人，分三个小组进行接力，每小组须配置2男2女；

2、比赛流程：

1）预备：每组第一位队员踏板一对放第一小组队员右侧；每组4位协作队员各端水一盆；

盆，左手搭前一位队员的左肩（最前面一位队员除外）前行；

3）到达终点，将水盆中的水倒入本队的水桶后，按原方式原路返回；

4）返回起点，队员双脚离开踏板，水盆交协作队员打水；

5）下一组开始；

3、规则：

1）比赛时间10分钟，以运送水的多少决出名次；

2）打水可以由协作队员进行，但协作队员必须是队员，非队员不能提供任何协助；

3）终点倒水除本人或本小组其它队员协助外，其它人员不能提供任何协助；

4）倒水时可以双脚离开踏板；

5）终点踏板掉头时，可以用手协助掉头，但位置应与掉头前大体相当；

6）2男2女一组，男女队员前后踏板位置不作限制；

7）中途倒地可以重新套上踏板端起水继续前进；

4、奖励：奖励第一名，其它队获鼓励奖

（奖品分别是：特等奖：一名，价值4800元电脑一台；

一等奖：两名，价值2900元电视机一台；

二等奖：五名，价值1000元微波炉一台；

三等奖：十名，价值100元小洗衣机一台；

纪念奖：五十名，现金五十元）

9、19：30主持人宣布此次大会结束。

10、19：30—20：00自由活动时间。

11、20：00—22：00

首先由董事长讲话，展望20年工作，激励员工在20年能做的更好，大家新年快乐。

用餐期间公司领导及员工到个桌敬酒，同事之间交流沟通，增进彼此之间的距离。

（一）年会的通知与宣传：公司办公室于今天向机关各部门及各项目部发出书面的《关于20年终总结会的通知》，对本次年会活动进行公示和宣传，达到全员知悉。

（二）条幅的制作：红底黄字字幅，具体文字内容：“中海地产20年度年终总结打会”

（三）物品的采购：抽奖礼品、生肖礼品、游戏奖品、大会席位人名牌（会议用）、笔、纸、员工席位卡（晚宴用）、会场布置所需气球、拉花、花篮；抽奖箱；会议所需矿泉水、晚宴所需酒水、各类干果小食品。

（四）现场拍照：提前安排好相关人员携带数码相机，做好大会及晚宴活动现场的拍照工作。

（五）公司员工表演的节目事先自己部门准备，表演所需服装、道具、化妆，均可到专业剧团租借，费用公司掏付。

（六）公司员工自己准备的节目由各部门自行组织时间排练。

房地产企业年会主持串词

各位领导，各分包，各位来宾，大家好！

男；我总觉得时间过得很快，上次封顶我站在这里好像还没过去多久，又是一春节了，那么首先，我向在座的各位，表示由衷的祝福和感谢。

男：我们面前的市场很大，关键在于怎样把握。

女：我们都知道房地产的竞争越来越激烈，外资品牌也在不断介入，怎样顺时而动、因机而发，是大家在肩负的职责。

挑战是必然的，但是我们的机会更大！我始终认为，做土建很有挑战在，公司目标还要增加，这应该不是一个梦想，在座的各位既然加入了万锦江城这个大家庭，我就希望大家能够同心同德、齐心协力，同把它变成现实。

男：那么下面，进行抽奖活动，我们进行三次抽奖，由领导介绍抽奖细节。

位更有信心！荣业地产提供了一个大舞台，而我相信你们的努力能让这里更精彩，每一份付出都会得到回报。我期待我们同的中海地产能在步上一个新的台阶，而你们也能为自己创造一个更好的明天。让我们一起把中海地产做得更大、更强，进入中介市场前三名。

合：最后，我祝愿大家，春节愉快、万事如意！谢谢各位！

**房地产策划方案做篇三**

在商业地产销售发展日益成熟的的今天，房地产营销策划在商业地产的销售与招商过程中越来越重要，商铺要想卖得好，前期的营销策划必不可少，而且必须做到位。如下是小编给大家整理的房地产的策划方案，希望对大家有所作用。

营销总体策略是仔细分析、科学划分并准确切入目标市场，通过全方位地运用营销策略，最大限度提升项目的附加价值，获取项目的最大利润，并全面树立和提升企业形象及项目形象。概括本项目的营销总体策略，可以简述为“五个一”，即树立一个新锐概念、倡导一个财富理念、提炼一个鲜明主题、启动一个前卫市场、酝酿一场热销风暴。

根据本项目“五个一”的总体营销策略，拟订本项目的营销目标方针如下，作为本项目营销工作纲领的完善和充实。

1、树立一个新锐概念：休闲式购物商业。

2、倡导一个财富理念：创投性商业、休闲式购物、稳定性回报。

3、提炼一个鲜明主题：产权式商铺、休闲式商业。

4、启动一个前卫市场：崇尚“创投性商业、休闲式购物”，摒弃传统商业的纯购物环境压抑与约束，主要面向年轻新锐、有自己个性的消费群体，让其体验到休闲模式的商业环境，购物主题明确。

5、酝酿一场热销风暴：本项目将传统商业行为上升为现代全新的休闲商业，力争推动商业房地产市场开发的全新变革，避开传统商业的竞争，在一个全新市场里掀起一场热销风暴。

1、销售（招商）目标

2、销售目标分解

根据项目的\'定位及施工进度计划，将营销工作分为四个阶段，各阶段工作重点如表8-5所示。

为了更好地在后续营销过程中充分体现总体营销策略和达成目标方针的实现，综合项目要素资源和营销推广传播要素，结合项目定位，确定以下销售时机及价格。

（一）项目入市时机及姿态

1、入市时机：根据规划与工程进度以及营销准备，在2024年5月份房交会期间开盘（或2024年9月），可以抓住2024年春季房交会、五一国际劳动节等机会掀起第一个启动高潮；在国庆节、2024年秋季房交会、元旦等重要时期掀起新的销售高潮。

2、入市姿态：以全市乃至西北地区“财富地产、休闲购物”形象登场，开创全新休闲商业投资经营理念。

（二）价格定位及价格策略

1、价格定位的原则：采用比价法和综合平衡法。

2、价格定位：整个商业项目的销售均价为3580元/平方米，其中起价为3328元/平方米，最高价为4000元/平方米。

3、价格策略：采取“低开高走”型平价策略，开盘后半年作为第一阶段的价格调整（略升），均价为3380元/m2，尾盘销售变相略降。

（一）宣传策略主题

1、个性特色：“××商业城财富地产投资商业”是我市首家也是唯一一家将商业开发从“建造建筑产品”上升到“营造全新休闲购物方式”，倡导“投资财富地产、获取稳定回报”的投资理念。

2、区位交通：本项目地处××广场旁，地段绝佳，高尚居住区地标建筑，交通便捷，是北部区域首选的理想商业地产投资环境。

3、增值潜力：处于政府规划重点发展区域的核心区域，发展前景好，购置成本低，升值潜力大，是投资置业的首选。

（二）宣传媒介组合

1、开盘前期：主要以软性新闻及广告进行全新“财富投资，稳定回报”理念的深度挖掘，媒体主要以报纸为主，电视为辅。

2、开盘后的强势推广期：即项目营销推广的重要时期，宣传媒介以“报纸、电视、户外广告牌三位一体”为主，配以相关杂志、直邮广告等形式。

3、开盘后的形象展示期：为了展示形象，以软性深入挖掘为主，媒介选择主要是电视和报纸，重点辅以论坛公关、促销活动、项目招商说明会等形式。

**房地产策划方案做篇四**

为配合碧桂园 未来发展，以及在新一年华南碧桂园 的上市推广，需制定一套长远功效而兼具促销力的广告策略方案，以此作为今后广告执行之蓝本。

为充分利用、发挥碧桂园品牌资源优势，以带动华碧及今后的碧桂园楼盘销售，本次提案主要侧重在品牌形象、华碧上市推广的广告策略和创意表现，并希就有关意见共同讨论，为增进合作共识及成功推动此项目而努力。

一年一个碧桂园的高速发展，将会呈现多个各具特色的碧桂园，满足不同的市场需求；各有各精采的每个碧桂园，它们各自的品牌个性与碧桂园 母品牌的共性将会是碧桂园品牌的充实和延伸。

碧桂园的品牌形象将影响今后各个子品牌的发展。

大规模、多功能、具各项完善生活配套设施的名牌优质盘受到追捧；但硬件性的配套设施同质性十分严重，你有的会所我有；你有网球场我有；你有的泳池我有;当楼盘的质量、功能及配套等都与其它楼盘相差无几时，楼盘的品牌个性是差异的唯一来源。

发掘软件性的个性差异，是跳离硬件同质严重的最佳手段。

根据我们的调研结果：(用电话随机访问法，共有效访问了226人)

强大的广告攻势，令碧桂园知名度几乎达100％.

**房地产策划方案做篇五**

1、交房时间安排

年月日为集中交房时间，每天上午8：30至下午5：30各部门联席集中办公。(月日进行交房演练并举行现场交房协调会)。

2、各楼栋具体交付时间:

年月日号楼户年月日号楼户3、交房地点：4、组织架构

5、各组人员安排及工作内容

成员：人(销售代表)职责：

a、负责对业主的接待，解释宣传交房流程，发放交房程序表。

b、业主确认最终的房屋面积，办理好确认书。手续办理完毕后，在交房程序表上签字确认。

c、负责引领业主到公司产权组办理相关产权手续。d、负责引领业主按程序办理好其它手续。

a、负责对业主的接待和咨询，特别是关于产权收费项目的解释工作。b、查验交房手续第一项的签字确认情况。

c、确认无误后，为业主办理各项产权工作，并在交房程序表上签字确认。

d、负责为业主指示下一步的交房程序。

a、负责对业主的接待和咨询，特别是关于收费项目的解释工作。b、查验交房手续第一项的签字确认情况。

c、确认无误后，为业主办理各项收费(产权税、维修资金等)。

a、负责对业主的接待和咨询，特别是关于物业收费项目的解释工作。b、查验交房手续前三项的签字确认情况。

c、确认无误后，为业主办理各项收费(预收三个月物业服务费)，并在交房程序表上签字确认。

a、负责对业主的接待和咨询，特别是关于协议的内容解释工作。b、查验交房手续前四项的签字确认情况。

c、与业主签定物业相关协议。让业主填写家庭成员一览表，发放《业主手册》，并在交房程序表上签字确认。

成员：职责：

a、负责对业主的热情接待及物业的咨询。

b、查验交房程序表上的前五项签字，为业主借用钥匙，填写房屋验收表的相关事项。c、引领业主上楼验房，首先查验钥匙的正确性以及防盗门的完好程度，同时查验房间内包括土建、水电以及房间配置各项目，同时为业主抄取水电气表的底数。

d、各项完毕后，接待员引领业主回验房组，将业主提出需整改的问题填写在表格上，请业主在房屋验收表签字确认。接待员收回房屋验收表并在自己一栏内签字确认。

e、在交房程序表上签字确认。负责指引业主到钥匙组领取钥匙。

f、每日汇总房屋验收表上的反馈问题，以交房快递的形式在当晚送交总指挥、项目部、物业。

成员：钥匙：门卡：职责：

a、接待人员负责对业主的热情接待以及关于物业的任何咨询。查验业主交房程序表上的前六项签字和两个财务完款收据。

b、领取钥匙，并请业主在物品领用表上签字。c、手续办理完毕，在交房程序表上签字确认。

d、收房程序办理完毕，指引业主到礼品组领取礼品。

a、负责对业主礼品的发放。b、做好发放登记。

a、负责对验房发现的问题进行答复并安排整改(原则上小问题三天解决，大问题不超过7天，重大问题由组长决定)。

成员：保安、保洁

职责：

a、负责对业主的热情接待，设立饮料点、休闲区、咨询区。

b、负责物业的咨询，客户服务中心功能的推广，收集业主对服务项目的意见和建议。c、负责交房现场等所需物品的搬运工作以及整个区域内的突发事件的衔接处理。d、为业主发放饮用水。

e、协助交房现场布置，交房中物资搬运。

f、维护好交房现场的正常秩序，处理突发事件的发生。

a、熟悉业主情况和交房流程以及相关负责人;

b、着整洁工作制服，佩带好工号牌，女员工全部淡妆;

e、对有争议的业主，引领到物业咨询办公室;

f、上班时间必须准时，不得迟到早退、不得擅自离岗;

g、每日交房完毕后，每组人员集中汇总当日情况，如业主的意见、建议、需求及交房中遇到的问题，并提出第二日注意事项。

6、各组物品及资料准备

附件一：所需物品统计

**房地产策划方案做篇六**

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：

20xx年9月27日(中秋节)18：0021：00

名城中心广场

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。

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

中秋晚会：600人

中秋酒会：400人

合计：1000人

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。

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。

**房地产策划方案做篇七**

为了展示置业发展有限公司的企业风采，进一步提升楼盘的品牌形象，促进楼盘销售，展示其“众里寻她千百度”而终姗姗到来的“庐山真面目”，我们有幸策划“楼盘月日开盘庆典”活动。

在策划过程中，我们将通过对现场的巧妙布置、开盘典礼的精心筹划，现场音乐会的烘托来营造隆重、热烈、喜庆的现场氛围，汇聚鼎沸人气，传达开盘信息，形成良好口碑，实现售房目的。

置业发展有限公司

礼仪有限公司

重庆广告策划有限公司

相关领导、新闻媒体、新老客户、工作人员

通过对此次开盘庆典和现场音乐会的构思策划和实施，将突出楼盘开盘当天的热烈、喜庆的气氛和其楼盘建筑必须具有思想性的建筑理念，最大限度地刺激消费者的购买欲望，促进楼盘的销售。

1、背景板：

2、楼盘四周：悬挂20个空飘彩球

3、广场四周：插满印有“置业”和“楼盘”的彩旗，预计100面（彩旗迎风招展，煞是好看，好一道壮美的彩旗围城，掠人眼目）。

4、广场入口处：双龙拱门（双龙戏珠，更现喜庆气氛）。

5、售楼大厅门口及四周：我们将用气球编织出一道缤纷绚丽的“五彩门”。

6、广场上：首先对广场进行功能分区，划分为典礼区、停车区、来宾接待区、活动区及其它功能区，并用标记加以界分。然后准备足够的宣传资料，在典礼开始前每人一套。

7、样房四周：过去，很多楼盘在开盘典礼的策划中忽略了一个环节，那就是开幕式现场与样板房沿途的精心布置上。样板房是引起目标客户产生购买欲望的有力促销工具，在开盘典礼当天，在样板房及其四周小山丘的布置包装上下功夫，也是我们礼仪公司构思巧妙之所在。

（一）、仪式开始前

1、背景音乐响起

2、舞狮表演

3、仪式开始前半小时，军乐队合奏《迎宾曲》、《欢乐颂》，间插威风锣鼓豪气冲天的表演，展现人景互动的都市景观。

4、仪式开始前，身披金黄色绶带的礼仪小姐协助主办方工作人员接待来宾，并为来宾佩戴胸花。

5、工作人员为仪式作最后检查。

（二）仪式开始

1、司仪唱词，介绍来宾，由礼仪小姐引领相关领导上台。

2、总裁讲话。（话毕，鼓乐齐鸣）

3、建委领导讲话。（话毕，鼓乐齐鸣）

4、区领导讲话。（话毕，鼓乐齐鸣）

5、相关行业领导讲话。（话毕，鼓乐齐鸣）

6、剪彩仪式开始（由6名礼仪小姐手持托盘走上主席台呈一字站开）主持人有请总裁、建委领导等5人进行剪彩。剪彩时，放五彩喷花，鼓乐齐鸣，漫天彩屑飞舞，现场气氛达到高潮）。

（三）仪式后（现场音乐会）

1、城市民谣（大笨熊组合）——上午

2、高校最好的乐队“边缘乐队”组合表演——上午

3、主持人：配合表演，进行sp提问、小礼品派送

4、弦乐四重奏表演——下午

1、电源配置。

2、礼仪小姐换装处。

3、来宾休息处。

4、来宾停车位。

5、现场秩序维护。

**房地产策划方案做篇八**

所谓的房地产策划方案，从字面上理解就是为提高房地产销售业绩而采取的一系列策略，再综合各方面的考虑最终形成一整套适合自己企业的的营销策划方案。

要对本营销策划所要达到的目标，宗旨树立明确的看点，作为执行本策划的动力或强调执行的意义所在，以要求全员统一思想，协调行动，共同努力保证策划高质量的完成。企业营销上存在的问题纷繁多样，但概而言之，也无非六个方面：初步房地产业，缺乏实际cao作经验。尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点、项目特点策划出一套营销计划。某地产项目改变功能和用途，原有的营销案已不适应新的形势，因而需要重新设计新的\'营销方案。企业改革经营方向，需要相应地调整行销策略。发展商原营销实施方案严重失误，不能再作为企业的行销计划。房地产市场行情发生变化，原经销案已不适应变化后的市场。

发展商在总的营销实施方案下，需在不同的时段，根据市场的特征和行情变化，设计新的阶段性方案。一般的房地产营销策划书文案中，对策划书的目的说的非常详细，都会出现类似如下前言：承蒙某某房地产开发有限公司的信任，委托我们某某广告策划公司参与某某城市广场的前期营销策划。我们通过对该项目的市场分析和项目定位，又抽调出大批市场调研人员深渗入渗出市场，针对该项目入行了全面的市场调研，从而说明某某城市广场项目营销对公司长远、近期利益及对长期系列影响的重要性，要求公司各级领导及项目小组、各环节部门达成共识，完成任务，这一部分使得整个方案的目标方向非常明确、突出。

对同类楼盘及住宅产品市场状况、竞争状况、楼盘销售价格及宏观环境要有一个清醒的熟悉。它是为制定相应的营销策略，采取正确的营销策略提供依据，知己知彼方能百战百胜，因为这一部分需要策划者对市场比较了解，这部分主要分析：

1、当前市场状况及市场前景分析房地产市场总体概述;区域竞争性楼盘分析;楼盘的市场性、现实市场及潜在市场状况;市场成长状况，楼盘目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的楼盘营销侧重点如何，相应营销策略效果如何，需求变化对产品市场的影响。目标客户群体对楼盘的接受性，这一内容需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展的前景。

2、对楼市影响因素进行分析。主要是对影响楼盘销售的不可控因素进行分析;如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如置业者收入水平，消费结构的变化，消费心理及文化层次等，对一些商业物业的营销策划还应考虑周边地区人口分布状况，商业网点分布状况及片区商业业态形成等发展趋势。

所谓的营销实施方案，就是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了营销策划的关键，只要找准了市场机会，策划就成功了一半。

1、针对项目目前营销现状入行问题分析，一般营销中存在的详细问题，表现为多方面：发展商知名度不高，项目地段不佳，形象不佳影响产品销售。项目整体规划欠佳，功能不全，被客户冷落;项目包装太差，提不起目标客户群体的购买兴趣;楼盘价格定位不当;目标客户群体定位缺乏科学性，使销售渠道不畅;促销方式不佳，客户不了解楼盘;广告投入太少，难以启动市场;销售人员服务质量不高，客户有不满情绪;售后服务缺乏保证，客户购房后的顾虑多等都可以是营销中存在的问题。

2、针对项目特点分析优秀、劣势。从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或目标客户群热点，进行市场细分，对不同的消费需求尽量予以满足，抓住主要目标客户群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售率为%，预计销售日期为xx天。

1、营销宗旨一般发展商在企业策划案中注重这样几方面：以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品正确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。以楼盘主要目标客户群体为销售重点。建立起畅通的销售渠道，不断拓展销售区域。

2、竞争策略通过前面房地产市场机会点与问题分析，提出合理的推广策略建议，形成有效的4p组合，达到最佳效果。

1)项目定位：产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使楼盘迅速启动市场。

2)功能定位：功能定位涉及到定位产品质量的优于劣。一般来说，功能齐全的住宅物业是深受置业者欢迎，是十分具有市场竞争力和生命力的。楼盘功能定位科学，即为入入市场销售提供了有力的保证。

3)楼盘品牌：要形成一定知名度、美誉度，树立广大置业者心目中的知名品牌，必须有强烈的创造意识。

4)楼盘包装：楼盘作为不可移性的特殊商品，其包装与其它市场销售的产品一样，十分重要，包装作为楼盘给目标客户群体的第一印象，需要能迎合置业者质量满足的包装策略。

5)价格策略：这里强调几个普通性原则;销售当时的市场环境;周边楼盘的质量及销售状况;楼盘自身的客看条件;销售战略及销售进度安排;发展商的成本及营销目标;以成本为基础，以同区域竞争的同类楼盘价格为参考，使楼盘销售价格更具竞争力，若发展商以楼盘价格为销售优势的则更应注重价格策略的制定。

3、销售渠道。项目目前销售渠道状况如何对销售渠道的拓展有何计划，采取一些实惠政策鼓励销售代理商的销售积极性或制定适当的奖励政策。

4、广告宣传计划。

(1)、原则服从公司整体营销宣传策略，树立楼盘形象，同时塑造企业品牌形象。强调项目品牌形象的个性化，要求在广告诉求中统一广告风格，在一定推广阶段应推出一致的广告宣传。强调选择广告宣传媒体多样化的同时，注重抓宣传效果好的方式。不定期地配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行。

(2)、广告目标建立并树立项目品牌形象。明确提出将项目包装成何种效果。有力促进楼盘销售。

(3)、广告方式全方位、立体化、多层面、多角度、密疏相间的强使渗入渗出。

(4)、广告风格自始至终将楼盘推广语、logo等贯穿楼盘销售推广过程中;重点突出项目的各项优势;注重积累发展商及楼盘品牌，凸显丰厚的文化底蕴;强调广告风格以平实、自然、以情动人为主，其它为辅。

(5)、卖点整合项目适合炒作的概念。楼盘所具有的各种功能，各项技术指标，包括片区地理位置，交通状况、教育环境、商业氛围、智能化物业管理等综合卖点。

(6)实施步骤可按以下方式进行：策划期内前期推出产品形象广告各销售时段广告。如销售筹备期、内部认购期、公开发售期、巩固期(渗透伙期)。节假日、重大活动前推出促销广告。把握时机进行公关活动，接触消费者。积极利用新闻媒体，善于创造利用新闻时间提高楼盘知名度。

5、具体行动方案根据策划期内各时间段特点，推出各项详细行动方案。行动方案要细致、周密、cao作性强有不失灵活性。还要考虑费用支出，一切量力而行，尽量以最低的费用取得良好的效果为原则。尤其应该注意季节性产品淡、旺季的营销侧重点，抓住旺季营销优势。

。

这一部分记载的是整体营销方案推入过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用，阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。费用预算方法在此不在详谈，企业可凭借经验具体分析制定.

这是很常见的形式，“简单暴力”，利用明星强大的粉丝团体和超高的人气，来获得大量的媒体曝光度和众多的追捧者的参与。从而达到很好很强大的宣传效果与成交量。但它可能会存在资金花费相对过高，时间限制性较大，极度依赖明星的档期时间来举行活动。

2.：

如舞狮，小品，相声，歌舞等各类娱乐节目。以喜庆，欢乐的形式来达到宣传目的。此种方法较大众化，普遍化。吸引眼球的力度不大，缺乏一定的创新性，宣传效果不明显。

3.：

4.：

此种方式能很好的吸引眼球，时尚大气，潮流，宣传效果也较好。此种方式的缺点就是宣传效果不明显，参与人群有一定的局限性，毕竟时尚往往掌握在少数人手中。

5.：

比如“浓情圣诞嘉年华” 通过节日来策划活动很温情地的达到宣传效果，充满节日气氛。同时它的和第一种类似，受时间的限制性较大，毕竟值得利用的节日一年就那么几次。参加人员也相对较少，过节大家都忙着其他的活动呢。

6.：

篮球赛，足球赛，轮滑赛，书画赛，摄影赛，攀岩赛等比赛，在竞技的过程中体现丰富的社区活动，此种方法极具体验性，参与性高，资金花费相对较低，缺点就是宣传效果不够明显，媒体曝光度不够。

7.：

以轻松，不拘谨的和谐气氛达到宣传效果，针对性强，易完成交易由于此种方法的策划导致参加人数有限。也由于针对性强所以覆盖面稍低。

8.

此种方法之所以很多房地产商家运用，因为它有较多的优点。它兼具游乐场，动物园，博物馆等性质，具有很高地科普性，知识性，趣味性；目标群体范围大，可携带小孩边看房边游乐；影响范围广，互动性也较强，可以拍照，乘坐恐龙坐骑，恐龙蛋等；时间不局限于节日，可随房地产厂商自由选定；活动举行周期较长，商家可按整个房产情况决定周期长短，宣传效果显著；维护简单，可操作性高，只需恐龙展商家（如自贡龙晨时代艺术文化有限公司）进行短期的安装，拆除工作。

以上列举几种，还有更多的方法小编就不一一介绍了。总之，它们都能为房地产的推介活动起到很好的帮衬作用，以起到很好的宣传效果。提升房地产品牌形象，促进房地产销售成交量。

**房地产策划方案做篇九**

1、建立品牌认知度，让购房者简单选房。

2、通过开盘活动集中放量，将前期意向客户转化为现实购买力。

3、现场销售氛围的营造，提高现场楼盘销售业绩，提高客户成交比例。

4、迅速聚集人气，在保证最大限度成交量的同时，通过细节把控、品牌形象展示，树立客户口碑。

5、项目的宣传造势，扩大项目知名度，扩大市场影响力，较大幅度的提升市场美誉度。为今后二期、三期的推广、销售打下坚实的基础。

销售现场签约组织+氛围布置物料准备+外场演艺+明星活动

1、8：30-9：00领导嘉宾到场，由礼仪人员引领为其佩带胸花，并引领至休息区休息。

2、9：00-9：05外场大鼓热场，9点锣鼓准时响起，由礼仪人员将领导从休息区邀请至舞台前嘉宾席就坐，准备正式开始。

3、9：05-9：10主持人致辞，开场音乐响起，主持人上台介绍活动主题、资料，并简短对项目做介绍；而后依次介绍到场的公司领导。

4、9：10-9：15公司领导致辞，主持人邀请政府领导上台讲话，由礼仪人员引导领导上台及下场就坐。

5、9：15-9：25明星上场，主持人邀请明星出场、上台致辞。后由礼仪人员引导下场就坐。

6、9：25-9：30剪彩仪式，主持人邀请政府领导、公司领导以及明星为项目开盘剪彩，礼仪引导剪彩嘉宾上台，由领导用剪刀剪断花球之间的红绸，与此同时，礼炮齐鸣，烟花四起。

7、9：30-9：35舞狮表演，舞狮上台表演。

8、9：35-9：40点睛，纳福，舞狮表演后，两头祥狮卧于舞台中间，此时主持人邀请两位领导上台为祥狮点睛。祥狮点睛后，完成采青表演。并由这两位领导上台为其纳福。（纳福：当祥狮在采到青后，从其嘴里将吐出由祝福文字的红色条幅，这时由领导将该条幅从祥狮口中取下并展示与观众面前，纳福结束）。

9、9：40-10：00明星现场互动，邀请明星与项目领导上场。由项目领导为明星赠送礼品后退场。由主持人对其进行访谈、并邀请3名观众上场与明星进行现场互动游戏。并准备宣纸与毛墨邀请其现场书法展示、为项目开盘书写文字。

10、10：00开盘仪式结束，主持人宣布开盘仪式结束、领导退场、明星进入休息室内休息。准备植树活动。现场选房正式开始。

14、15：30背景音乐播放。

开盘庆典

策划思路：强调氛围、突出品位、提升档次、有条不紊、圆满成功

本次开盘其实就是针对前期意向客户聚集能量的一次有效释放，通过精心的现场布置与丰富的节目演出和互动活动，充分营造当天开盘活动的氛围。将潜在客户群充分的挖掘出来，让客户更具信心，更满意地购买公园壹号的房子，使之到达最大化的成交量，为开盘当日以及今后的营销计划起到推波助澜的作用。

活动主题：成都xxxxx一期开盘活动；活动时间：20xx年x月x日

参加人员：诚意客户及其他人员、公司领导及工作人员、各媒体记者、演艺嘉宾

活动形式：开盘仪式、现场选房、助兴演出、明星见面现场活动

主办：四川xxxx房地产开发有限公司

为保证开盘活动的有序开展，在开盘前一日，准备工作务必完备，各种因素思考周全，以期到达最佳效果。以下相关设施需落实到位，对整个流程进行完整性检查。

1、整体工作以销售开盘当天工作为重心，采取一个总指挥三条线路（三个区域）进行分工协作的模式，其它管理及后勤人员进行多方配合。

2、相关人人员邀请领导、嘉宾参加（包括市领导、区领导、建筑公司负责人、新闻媒体电视台、日报记者等)

3、其他准备工作，如领导发言稿、主持人串联词导视系统、相关印刷品、水果等食物、桌椅摆放；认购区（销售部摆放竹藤椅10套）选房等候区（摆放竹藤椅50套）休息区摆放竹藤椅500套、嘉宾席20套；在销售部外、形象展示喷绘、餐台、舞台搭建、音响、喷绘、绗架、升空气球；当天用的鞭炮、彩烟、礼炮、红花彩带等用品；需与我公司提前交流，做到奠基仪式当天分工有序。

4、挑选出适合本次活动主持人，要求主持人形象好、经验丰富、能hoid住全场且能说会道，主持开盘活动仪式。

5、邀请警察及城管部门在开盘当天维持秩序；现场停车区提前划分，方便客户及嘉宾出入；了解当天的天气状况，准备雨具。

1、工作人员各就各位，相关领导到迎接贵宾，保证贵宾车队行驶安全；礼仪小姐依次为嘉宾佩戴红花。

2、物业、财务、销售、管理、配合等各人员按照各自分工岗位到位；三大分工区域人员到位的检查，以及总体指挥系统的检查；各岗位人员熟悉操作本岗流程，等待开盘。停车场区域保安组织客户停车，由指定停车区开始沿公路辅道停放汽车。

3、举行开盘仪式，由公司领导致辞剪彩。在其等待区域将安排一系列活动以供等待客户打发时光。

4、开始按流程进行客户选房，客户在等候区等待时，安排工作人员提醒客户准备前期的vip卡、入会费收据、身份证原件等资料。

5、外场工作人员负责升空气球的维护、所有导视系统的维护，负责外场的督导及协调、内场的秩序及清洁。在外围区域服务中，在干果摆台处摆放干果、饮料等。（随时注意食品存量，不足时应及时补充。）

6、演艺明星接待、安排见面会及现场互动。

7、午餐发放及活动流程跟进，在发放过程中，由保安协同向现场参观客户进行发放，注意秩序的维护。预留工作人员的午餐，并向各个岗位的工作人员发放，工作人员可进行轮流用午餐。根据天气状况，若下雨，需向客户发放雨伞。同时活动出口处摆放收集箱，向离开的客户收回伞。

用折扣优惠和礼品派送充分引爆市场，在充分消化客户的前提下，运用价格策略于实行价格上涨，实为有升暗降，以促进销售。为使客户更加满意，让开盘顺工作利进行，优惠细则如下。

1、针对前期已排号认筹客户：给于按揭2%、一次性付款4%的优惠政策。

2、未排号客户(新客户)：按揭优惠1%、一次性付款3%的优惠政策。

3、对于排号前三十名到场签合同的客户无论其付款方式均给于3%的优惠

4、老客户带新客户送老客户一年物管费;一次性付款的客户无论是否排号均送电动车一辆。

5、售房现场开展抓金币活动，所抓金币总面值能够直接充抵房款。抓金币活动仅限购买三房客户，每户限抓两次）

**房地产策划方案做篇十**

二环内·轻轨旁·马鞍山路30万平米压轴钜作--和昌·都汇华府特定于父亲节，准备了丰富多样的亲子活动作为送\"给爸爸的礼物\"，快来看看哪个最适合老爸的心意吧!感受父亲节文化，现场更有千元大奖等你拿。

据悉，现场节目安排丰富多彩，在都汇华府一定可以让\"父子(女)\"度过快乐而有意义的一天。

1、现设置飞行旗、跳棋、军旗、象棋活动区，客户可以随意参与，获胜方可获得世界杯小礼物;这一天，就让\"父子(女)\"俩好好\"对杀\"一阵吧!

3、19日、20日连续两天下午举行现场抽大奖，千元家电套装、飞利浦剃须刀大奖等大奖等你拿。

4、喜欢画画的小朋友可以在家长的带领下报名参加儿童绘画大赛，画出心中对爸爸的爱，或者画出自己心目中的爸爸形象，将画作当做节日礼物送给爸爸，以特殊的方式，表达对父亲的节日祝福。如果画得够出色，还能获得冠亚季军，赢得礼品。

5、适逢世界杯酣战正急，怎能错过精彩的赛事?和昌·都汇华府还精心安排了\"现场看球\"环节，一起为这四年一度的盛事喝彩、加油!

据了解，和昌·都汇华府现推出的景观楼王产品有89㎡超值三房、112-119㎡阔景四房，性价比超高。对于期间购房的客户，并在约定时间内签约的客户，都汇华府将给予超值优惠，均可享受巴厘岛蜜月游，旅游基金也可抵做一定房款优惠。

小学生父亲节活动方案

为更加有效落实社会主义荣辱观教育，进一步深化感恩教育，淮河小学少先队继母亲节活动后紧紧抓住父亲节契机，精心组织策划了主题为“感恩孝行父亲节”感恩教育活动。

活动分四步进行。大队部在周一升旗仪式上首先进行动员，随后利用晨会课分班介绍父亲节的由来，接着放手让学生进行活动的自主设计，最终确定活动方案并实施。具体要求全体少先队员开展“四个一”活动：

1、对父亲说一句节日祝词，并汇报近来的学习情况。

2、做一件力所能及的家务事。如：烧菜、盛饭、洗碗筷、烧开水……

3、送给父亲一件自制的小礼物。(如心意卡等)

4、一边给父亲捶捶背，一边听父亲讲孩子小时候受到无私关爱的一件事，并倾听父亲的教诲，改正自己的一个缺点，用实际行动来感恩。

连日来，学生精心制作贺卡，并在贺卡上写下对父亲的祝福。同时发放倡议书，倡议全校师生利用周末做力所能及的事，用实际行动感恩，让爸爸们能在这一天忘却平日的忙碌和艰辛，温馨的度过这一天特殊的日子。本次活动大队部还把它作为下半年评比校“孝敬之星”的一个依据。

在父亲节即将来临之际，灰埠小学校园里，“父亲节”礼物再次成为热门话题，很多学生都想借这个特殊的日子，向他们的父亲致意。

为此，学校大队部根据本年“感恩教育”活动方案，学生除了每天都要做的爱心作业外，(如：为父亲倒杯茶、洗洗脚、捶捶背等)，我们还设计了“爸爸我爱您，祝您节日快乐”的主题活动，3-6年级给爸爸写一封感谢信;1-2年级给爸爸写一段感谢的话，并且读给爸爸听，让爸爸写出听后感言，让学生们在父亲节这一天给父亲过了一个特别的节日。

**房地产策划方案做篇十一**

xx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xx传播有限公司，所有都统统搞定!

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，有效的整合团队精神，调动企业员工的积极性，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xx(中国)的激情与蓬勃发展之态。

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xx(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：

每一个受奖人两支玫瑰花，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，受奖人在聚光灯柱下，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。

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，聚光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xx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xx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，(xx(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(兔年腾达、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。

**房地产策划方案做篇十二**

在情人节，手持一朵玫瑰，送上一份巧克力，是对爱的一种表达方式，更是对浪漫与美好事物的追求。有一种情谊比玫瑰更动人，那就是爱的延续和传播。值此七夕情人节之际，秦新·巴塞罗那特拟举办“情定巴塞罗那，圈定幸福70年”大型特惠活动，为港城情人送上一份诚挚祝福，成就一个温馨的家。

情定巴塞罗那驻守幸福70年

20xx年8月10日——20xx年8月25日

七夕享钜惠，爱，就勇敢说出来

1.“情定巴塞罗那，驻守幸福70年”活动，选定各类户型房共4套，作为“情定巴塞罗那，驻守幸福70年”活动优惠户型。

促销房源表：

优惠内容：

活动优惠针对购置婚房情侣或改善住房夫妻，巴塞罗那给予该户型以“爱巢启动计划”为噱头的优惠。

凡对该活动持参与意向的情侣、夫妻可填写“爱巢启动计划”报名表，通过与客户沟通，了解客户实际情况后统一进行审核，最终确定4对夫妻、情侣获得“爱巢启动计划”名额，享有优惠。

凡获得“爱巢启动计划”名额客户获赠由巴塞罗那赠送的“情定巴塞罗那”情侣、夫妻证书一份。

2.凡在情人节活动期间在本楼盘购置100㎡以上住宅情侣、夫妻送价值5000元定情钻戒一对。(可抵房款)

注：该活动资金来源于常规活动：购3房减5000元

3.凡在情人节活动期间在本楼盘购置100㎡以下住宅情侣、夫妻送价值3000元国内浪漫豪华双人游一份。(可抵房款)

注：该活动资金来源于常规活动：购2房减3000元

4.凡在8月13日-8月18来访情侣、夫妻赠送定情精品玫瑰一支

5.凡在七夕情人节活动期间，老业主及落小定及以上新客户，均可参与“巴塞罗那之恋”活动。

材料准备：照相机1台

彩绘1副

“情定巴塞罗那”大型喷绘1张

装饰品若干(气球、彩纸彩带等)

20x.08.6-08.10活动物料准备;

(开发商)广告宣传物料准备;

(开发商) 20x.08.9-08.11

广告宣传信息发布;(开发商)

销售人员预约客户，预估活动参加人数;

(湖北汉隆) 20x.08.11活动物料就位;

活动执行及解决现场突发事件;(湖北汉隆)

执行结束后，整理活动工作中的问题并统计。(湖北汉隆)

活动宣传

短信：在日常短信中加入活动信息，提供宣传。短信内容如：

“情定【巴塞罗那】，驻守幸福70年”大型七夕情人节优惠活动开放中，7.7万元”爱巢计划”、精美情侣钻戒、豪华浪漫双人游等更多礼品等您来拿!3316888拱桥：活动期间，树立拱桥在项目部门前，参考内容如下：

喜迎七夕情定巴塞罗那“爱巢计划”进行中!最高7.7万元爱巢基金与您共定幸福

现场布置：运用气球，彩纸等布置活动现场，营造七夕情人节浪漫氛围。

活动物料清单及费用预算表

广告计划及费用预算表

**房地产策划方案做篇十三**

1浪漫七夕，相邀美丽

2浪漫满屋，幸福七夕

每年农历七月初七这一天是我国汉族的传统节日七夕节。因为此日活动的主要参与者是少女，而节日活动的内容又是以乞巧为主，故而人们称这天为“乞巧节”或“少女节”、“女儿节”。七夕节是我国传统节日中浪漫色彩的一个节日，也是过去姑娘们最为重视的日子。

人们传说在七夕的夜晚，抬头可以看到牛郎织女的银河相会，或在瓜果架下可偷听到两人在天上相会时的。脉脉情话。女孩们在这个充满浪漫气息的晚上，对着天空的朗朗明月，摆上时令瓜果，朝天祭拜，乞求天上的仙女能赋予她们聪慧的心灵和灵巧的双手，让自己的针织女工技法娴熟，更乞求爱情婚姻的姻缘巧配。

1营造浪漫的节日气氛，增加客户对企业的认同。

2真诚回馈客户，同时挖掘潜在客户，提升顾客的品牌忠诚度。

3提升x地产的知名度，营造良好的企业形象。

4与东莞美容机构合作，让新老客户享受浪漫的同时，体验健康美丽。

1七夕佳节，节日购房大优惠。

2搭建鲜花拱门，搭配粉色地毯，地毯上撒满玫瑰花瓣，地毯两侧有落地鲜花，让前来参与活动的新老顾客感受“鹊桥幽会”的浪漫氛围。

3与东莞美容机构-伊丽莎白美容机构合作，为到场的讲授美丽健康的秘诀。

4活动签到时，每位女性朋友将获得一束美丽的玫瑰花，及由伊丽莎白美容机构提供的美容体验券一张。

5现场好礼送不停，凡参与活动的每对情侣、夫妻，将获得一张抽奖券，有机会抽取大奖。

6现场精彩互动小游戏，为现场情侣、夫妻提供一次爱的体验，见证爱的默契。

7小提琴暖场，营造温馨浪漫氛围。

活动时间：20xx年8月23日

活动地点：x地产售楼部

邀约人数：100人左右

邀约对象：(情侣、夫妻)老客户、潜在客户、伊丽莎白vip客户等

活动形式：健康美丽养生座谈会+现场互动+节日优惠促销

签到：

1、来宾签到，赠送鲜花，领取资料2、走鹊桥，合影留念

亮点1：走鹊桥，营造温咖啡馨浪漫的氛围

亮点2：小提琴暖场，用音乐渲染气氛，增添节日元素茶水点心供应

2、水吧提供足够数额的茶水点心，包括奶茶、咖啡、蒸馏水、汽水、曲奇饼等

主持人开场白：

2、小提琴表演，拉奏优美、温馨、扣人心弦的曲子，渲染氛围第一轮抽奖

3、抽取三等奖，调动客户的积极性，为健康美丽讲座奠定感情基础健康美丽座谈会

4、有伊丽莎白美容机构讲师主讲，跟到场的来宾，尤其是女性讲授健康美丽的秘诀

互动游戏：

1、心有灵犀大比拼互动游戏

2、肢体模仿秀

抽奖：

1、分一、二、三等奖，各项奖品待定

2、第一轮抽出三等奖，最后一轮抽奖同时抽取一等奖、二等奖

略

略

**房地产策划方案做篇十四**

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。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn