

房地产策划方案范文集合 6 篇

房地产策划方案 篇 1

一、活动背景

根据中冶尚园项目计划，在 1 月 14 日(农历十二月二十一日)，即在新春佳节到来之际举办一场“新春嘉年华，看房送大礼”活动，为新老客户献上新年大礼。

二、活动目的

1、制造新年市场热度，加强市场关注度；

2、通过活动为新老客户加深对本项目的深刻印象，传递项目信息等；

3、通过现场活动营造热烈气氛，聚拢人气，迅速累积客户。

三、活动理念

1、注重人气凝聚，营造“中冶”品质；

2、加大活动整体“新春嘉年华”氛围展现，充分体现“看房送大礼”活动意义；

3、烘托“新春”的“乐与玩”，打造“看房送大礼”相关气氛活动；

4、让更多贵宾加深“中冶 尚园”的美好印象；

四、活动地址

信阳市洋山新区中冶尚园营销中心现场

五、活动时间

1月14日 8:30 ——17:30

六、活动对象

看房、购房准客户

七、活动项目筹备安排：（1月9日-13日 基准筹备）

策划：郭森 15____601

1月9日：本活动项目策划汇报

达成初步合作意向 确定本活动方案

1月10日：组建本活动项目小组

确定本项目活动中所有执行人员

确定各种物料、设备、人员等确定的前期筹备工作。

1月11日：项目正式筹备和实施

时间：

地点：

1、海盐新天地广场

2、现场售楼处

活动目的：

聚集开盘人气，重拳出击，在最短的宣传期间内，刺激大众，创造最佳口碑和打响海盐首盘小高层高档住宅小区的品牌。

活动方式：

现场摇号、活动助兴、抽奖酬宾

活动安排：

一、前期广告宣传

3.30—4.05 着重以信息发布为主宣传，主要是摇号参加办法、地点、时间等信息告知。发布途径为报纸、灯箱、跨街横幅。

宣传主题：

未来城都市居住典范，海盐首期豪华高品位住宅楼销售在即。

引领都市时尚，坐居金仕海岸。

金仕海岸4月5号日真情放送，豪华住宅乍现海盐。

因为珍稀，所以珍贵。

金仕开盘有好礼，惊喜大奖等你拿。

二、摇号现场布置

1、摇号方式：现场公开，即选即定。具体摇号登记处暂定 2 处。

(确定小高层购买资格，建议摇号总数比实际户数多 30%)

2、地点选定：海盐新天地广场

(a、需要一定活动场地。b、场地方有举办活动经验。c、有聚集人气的先例。)

3、软环境布置：

高空气球 4 个；大型气拱门 1 个；30 平方左右舞台 1 个；楼盘效果展示牌 1 套；广告宣传易拉宝 4 个；宣传折页 1000 份，周遍跨街横幅、灯箱 20 套

4、员工统一着装

三、活动进程（4 月 5 日）

1、下午 14：00 正式开始（13：50——14：00 礼炮、奖品展示）

2、14：00——14：30

主持人 5 分钟、领导 5 分钟、嘉宾 2 人共 10 分钟、活动解说 8 分钟、公证人讲话 2 分钟。

3、摇号开始（14：30——15：00）同时登记汇总

4、摇号抽奖（15：00——16：00）

奖品分 1、2、3 等奖和纪念奖（100 份）

5、现场答谢演出、小娱乐活动（16：00——17：00）工作人员休息

6、公布摇号和抽奖结果（17：10——17：30）

7、获奖群众领奖（17：30——17：50）

四、摇号办法

五、活动经费预算

房地产策划方案 篇 3

端午节的到来又为当地地产的销售带来了机遇，为了把握住这次的机遇，我们特地举行端午节活动来带动销售的进行。

活动主题：

“青年置业——小户型当家”__看房团暨浓情端午？“粽”享未来。

活动时间：

端午节期间。

活动对象：

__报名客户（200人左右，分为两批）

现场来访客户。

前期来访来电客户（置业顾问回访邀请）

活动内容：

（一）线上部分：（__报宣传）

1、活动前期的新闻预报和参与读者的咨询、报名；

2、6月10日的特刊释放，主要内容包括关于小户型的新闻报道和房地产开发企业小户型展示的形象广告；

（二）线下部分：（__报北线看房直通车）

组织读者参与专门针对小户型的看楼直通车活动；

（三）现场活动：（浓情端午？“粽”享未来）

目的：以端午节为噱头，结合__报看房团的到场，通过现场客户参与性小活动，并以赠送小礼品形式给客户利益点，使看房团及来访客户愿意长时间停留在销售中心，营造现场销售气氛。

形式：

1、__报看房团客户及端午期间来访客户在销售中心登记个人信息，即可领取端午节精美礼品一份（如粽子等）；

2、购买端午荷包制作材料，邀请荷包制作老师，现场给客户制作荷包，客户更可亲手DIY端午小荷包。

3、外场接待，在邀请荷包制作老师现场教客户DIY荷包的同时，做茶艺表演，同时会有演绎四人组配合表演现场弹奏古典音乐，让客户亲身体验高雅的茶文化，品评幽香茶味。

4、现场提供冷饮、冰激凌、爆米花，给客户带来凉爽夏季的感觉。

5、在__x超市门口请2个环保大使派发环保袋，环保袋内装MAX未来宣传资料树立MAX未来节能环保楼盘的公众形象。

活动流程：

时间 内容 物料、人员准备 备注：

10：00—12：00 环保袋的派发 2名环保大使（__）；

环保袋若干（__x） 物业手续已办好，但在派发中仍需注意城管。

16：00—18：00 环保袋的派发 2名环保大使（__）；

环保袋若干（__x）；

09：30—14：00 活动布展 __传媒；

14：00—15：00 香包DIY区、演绎人员到位；

15: 01—15: 40 接待第一批看房团客户，内场向客户进行项目户型的解说，外场进行茶艺表演及香包 DIY。 香包，演绎人员；

15: 41 接待第二批看房团客户，内场向客户进行项目户型的解说，外场进行茶艺表演及香包 DIY。

16: 00 看房团活动结束 整理场地及物料；

接待方案：

由于看房团集中人数到场较多，活动当天分两批到场（每隔四十分
钟一批，每批约 100 人）。

1、讲解：重点培训三人，分区域负责讲解，其他置业顾问做配合
咨询解答。

岗位 负责人 接待内容：

销售经理 __ 主要负责项目沙盘模型区域讲解。讲解内容包括：项
目整体介绍、区域位置、产品类型、科技卖点等内容；

销售主管 __ 主要负责项目区域电子沙盘区域讲解。讲解内容包
括：项目区域位置、周边配套、交通优势、商业优势、政府规划等价值
内容；

置业顾问 __ 主要负责项目工法展示区域讲解。讲解内容包括：霍
尼韦尔家居系统、无负压供水设备（水质比较）、丝吉利娅新风系统、
外墙外保温、LOW-E 玻璃、断桥铝合金窗等科技卖点价值内容；

置业顾问 …… 主要负责现场客户单点答疑。讲解内容包括：现场客户零散问题答疑、分户模型户型讲解、抽车活动说明、白金卡及钻石卡办理说明、诚意登记细则等内容；

现场配合 __x 主要负责现场客户单点答疑、调查问卷填写、客户银行存款手续、引导礼品领取及其他紧急事项协调。

2、接待物料准备

接待物料 内容 数量 负责单位：

__接待说辞 项目整体介绍、区域位置、产品类型、科技卖点等内容； 1份；

__接待说辞 项目区域位置、周边配套、交通优势、商业优势、政府规划等价值内容； 1份；

__接待说辞 __x 家居系统、无负压供水设备（水质比较）、丝吉利娅新风系统、外墙外保温、LOW-E玻璃、断桥铝合金窗等科技卖点价值内容； 1份；

项目百问 项目百问问答内容 1份；

扩音器 三个主讲人讲解使用 3个；

房地产策划方案 篇 4

一、房地产开盘主题：

对外传达____房产开盘典礼的信息、显示企业实力。扩大____房产的社会知名度和美誉度，体现____房产的五大优势：公司的雄厚实力、“____第一拍”的资历、优越的地理位置、良好的升值空间和一流的户型设计，展示美好发展前景，促进楼盘销售。同时进行企业社会公关，树立____房产积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户的关系。

二、开盘时间：年月日（暂预定）

三、活动地点：____房产有限公司

四、剪彩嘉宾：贵公司确定

五、拟邀媒体：____电视台、____广告公司

六、活动方案

（一）前期准备

1、到场嘉宾

市政府有关主管领导、业界知名人士、公司的关系客户、各媒体记者

2、购买或制作一批有意义的礼品。

做好活动现场的礼品、礼品袋（可由我公司提前提供样品，由贵公司定稿后我公司统一制作）。

一是可以表达对领导的尊敬和谢意；二是可以起到宣传作用和品牌效应。

3、剪彩仪式所需的红花、剪刀、托盘和鲜花

4、请柬的准备

提前印好请柬，非市内来宾请柬要在典礼前 10 天寄出，本市提前 5 天发出，并确认来否回执。（请贵公司确认、确定。）

5、其他准备工作

提前 3 天向市气象局获取当日的天气情况资料。

落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。

提前 6 天落实指挥和负责秩序工作。

（二）开盘前广告发布

在《____广告》发布整版开盘庆典活动平面广告，于活动前 2 星期投放。在社区配合文字图片报导。

（三）开盘之日媒体报道

开盘当天邀请市电视台、平面及网络媒体，以新闻报导、文字和图片形式突出宣传____房产的开盘庆典。

七、开盘现场活动

1、现场布置

售楼大厅：厅内分接待区和服务区。正墙做形象墙介绍公司整体情况，顶部做射灯突出效果；前面设立弧形售楼咨询服务台，正墙右侧做六个主推户型的写真。中间立柱上悬挂简介彩旗或宣传画面。另摆设沙发、茶几和楼盘简介资料。整体需体现出公司正规、有实力、有品位，给客户带来温馨和谐的感受。（效果图附后）

会场布置：

会场布置以实际效果为准，按照不同区域不同划分。现场以售楼部为接待中心，配合媒体广告宣传，营造良好的接待环境和现场氛围。

主席台区：

也就是剪彩区，设在公司或楼盘门口。左侧为贵宾致辞台，右侧为主持人用立式麦克风，台面铺有红色地毯，台前及左右侧有绿化盆景。

嘉宾区：可设在剪彩区域前方和两侧。

签到处：来宾签到处设置在会场入口处。签到处配礼仪小姐。

礼品发放处：签到处的桌子也可作为礼品发放桌。

贵宾休息区：可设在____房产董事长办公室，配饮料、水果，摆放精美插花。

来宾休息区：可放在____房产售楼中心现场。

2、庆典剪彩仪式

3、精彩舞狮表演

4、乐队欢奏、礼炮齐鸣

八、现场布置

1、彩虹门

在____房产公司门口或楼盘入口处放置一座双龙彩虹门，突出气势；

2、高空气球

活动现场上空布置 4 个红色高空气球，下面悬挂祝贺开盘的竖幅。

3、小气球

施放只高空小氢气球，显示对财富、人气的上升与飞跃。

4、地毯

活动现场及舞台铺设红地毯，意味红红火火，突出整体氛围。

5、中国礼炮和彩花弹

中国礼炮和彩花弹 288 枚，意味好运连发。

6、盆景

在庆典现场放置 100 盆盆景，增强效果。

7、舞狮

在仪式过程中穿插舞狮表演，预示着_____房产美好的发展前景。

8、礼仪小姐

礼仪小姐 8 名，形象、气质出众，在剪彩仪式时为嘉宾佩戴胸花，协助嘉宾剪彩，指引位置。

九、活动程序（11 月 28 日安排）

7：00—9：10 总策划检查落实各项工作，布置到位情况；

彩虹门、礼炮、主席台、升空气球、广告条幅，全部安置到位；检查音响、电源、麦克风、小氢气球到位；

礼仪小姐、主持人，陆续进场，准备好各自工作。

9：30—9：50 嘉宾陆续到场，两位工作人员及两位礼仪小姐给领导佩戴胸花、嘉宾签名、发放礼品，引至活动现场。

10：00—10：08 主持人介绍领导和嘉宾，宣布_____房产开盘庆典正式开始；

10：10—10：25 市领导致贺辞、_____房产董事长致欢迎辞；

10：25 主持人宣布剪彩仪式开始；剪彩嘉宾、礼仪小姐上场

10：28—10：40 剪彩嘉宾站好位置，剪彩开始；

剪刀起，礼炮响，施放彩花弹，雄狮舞动、乐队欢奏；

放飞氢气球，活动进入高潮；

10: 45—10: 50 首位客户签约。

10: 50—11: 00 主持人宣布典礼结束，来宾赶往午宴现场。

十、人员安排及整体预算

十一、其它设备

落实好电源、麦克风、音响、乐器、签到台、胸花、饮用水、条幅、地毯、舞台、氢气球的采购；

停车场的安排，活动现场的安全及相关后勤保障。

篇 5

一、项目分析

天第公寓(后来在市场的推广名被定义为 星期五公社)，项目位于上海浦东金桥地区，社区仅仅 2 幢 24F 的高层，由浦房开发建造到 10 层就因资金短缺问题搁置。

上海浦东金桥地区的住宅多以 80 年代末由于当时市政动迁原因建造的多层动迁安置住宅为主，虽然生活配套设施已日趋成熟，但由于区内人口密集，新兴住宅需求量激增，因而本案周边正在新建大批新兴住

宅。但相较于别的竞争个案，本案在地理位置是不占优势的，离区域繁华中心又远，从小环境来讲还是很偏僻，周边配套还是很短缺的，加之本案的房型较老、规模较小、竞争压力大……在面对众多竞争对手的情况下，要把这个几年前遗留下的烂尾楼——天第公寓推向市场无疑是在打一场艰难的突围战。如何使产品在竞争对手中脱颖而出成了当务之急。

1. 市场情况

大环境让人欣慰，产品得过烂尾炎，遭遇十面埋伏。

从市场的眼光来分析，其较为有利的是，本案位置属于金桥、金杨新村的延伸段。东面、北面、西面即是金桥进出口加工区、外高桥加工区及陆家嘴金融贸易区，处在三大高能力消费区之中，有充足的客源基础。金桥新村作为浦东广大市民极为熟悉老式公房区域，其存在已有十几年的历史，在商业配套设施方面已相当完善，可以满足本区域居民的一般生活需求。对于本案来讲，虽不及区域其他同质个案便利，但步行10分钟左右，即可共享金桥的配套设施，而本案周边，目前上市销售的个案，也会增加一定量体的商业用房，另外，杨高北路、巨峰路即将兴建易初莲花大型超市，使本案住户生活更为便利。而杨高北路、浦兴路两条交通主干道近在咫尺，众多公交线路和即将兴建的轻轨(L4线)使本区域的交通出入畅通无阻。

然而，本项目是烂尾房改造，所在这区域停工多年，在周边居民心中有一定的负面影响。本案房型也是比太太还老的一梯八户式的蝶型建

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/21604121114010111>