

房地产公司年会的主题策划方案【优秀7篇】

年会上大家的工作能力是越来越好，公司和员工之间的作用是相互的，公司给员工们发展的资源和空间，员工们给公司创造更多的价值。下面是我辛苦为朋友们带来的7篇《房地产公司年会的主题策划方案》，希望能为您的思路提供一些参考。

房地产活动方案 篇一

一、活动背景

- 1、目前项目7#楼已经亮相，工程进展迅速，已购业主300余人；
- 2、通过邀约老业主及意向客户到售楼部参加端午送粽子活动，向客户传达楼盘信息，提高项目人气；
- 3、项目前期销售拥有老业主资源，维系老业主的关系以促进后期的推售。

二、活动目的

- 1、维系老业主关系，提供销售人员与业主沟通感情的机会；
- 2、口碑传播，通过老业主传播项目口碑；
- 3、约访已到访意向客户，提供优惠促使成交；
- 4、现场吸收新客户，促进成交。

三、活动时间

20xx年x月x日-x月x日（x月x日开始电话邀约，短信告知）

四、活动主题和地点

- 1、主题：XX生活 品味出“粽”
- 2、地点：XXXX接待中心

五、活动对象（邀约客户）

XXXX业主、重要意向客户、来访新客户

- 1、电话、短信邀请老客户、意向客户到接待中心领取粽子礼品；
- 2、凡在领取粽子时间段来访客户均可领取粽子一份；
- 3、置业顾问做好宣传项目及登记工作。

六、活动内容

活动期间前往销售中心登记即可领取真空包装嘉兴粽子一份 领取粽子时间：早上 10:00 一次（一次持续 1 个小时） 下午 3:00 一次（一次持续 1 个小时）

活动时间 x 月 x 日—x 月 x 日，抽奖活动集中端午节 1 天，每天限量抽取。（x 月 x 日短信、电话告知端午节有大抽奖活动）

大轮盘百发百“粽”抽奖活动：投飞镖，射“粽”拿奖 抽奖礼品：一等奖豪华四件套（价值 200 元，4 份） 二等奖食用油一桶（价值 40 元，5 份） 三等奖水杯一个（价值 30 元，10 份） 售楼部外堆放礼品，布置射飞镖场地。

七、优惠方式

活动期间购房除享多重钜惠外，额外享 5000 元端午员工“粽情”优惠，购房送粽子礼包一份。

（说辞为员工专享优惠，仅限员工及亲友购房，用于逼定。）

八、工作安排及物料清单

九、活动费用

房地产年会庆典策划 篇二

参加人数：公司全员

时间：20__年 x 月末

地点：公司大会议室、__餐厅、__KTV

参加人数：公司全员

所需时间总计：x 小时

一、活动目的

对 20__年工作进行总结，制定新一年度工作总体规划，明确新年度工作方向和目标，表彰工作优秀的公司员工，通过激励作用，将全体员工的主观能动性充分调动起来，增强员工的凝聚力。

二、年会主题

——

三、年会安排

1、茶话会

1)时间：下午 x 时-x 时

2)内容：

a、各部门就 20__年的工作进行总结，20__年的工作方向和目标进行规划；

b、个人自由发言；

c、领导总结发言；

d、表彰优秀员工；

e、公司员工大合影。

2、聚餐：

1)时间：晚上 x 时-x 时

2)内容：员工聚餐；总经理向全体员工敬酒，致新年贺词。

3、KTV联欢

1)时间：晚上 x 时-x 时

2)内容：员工节目汇演，穿插游戏抽奖活动。

4、活动结束

四、活动人员安排及职责

1、总负责：__

主要工作：总体协调，人员调配。

2、策划和现场协调：__

主要工作：年会策划、会议节目安排、舞台协调、现场资讯采集。

3、后勤：__

主要工作：餐厅和 KTV预定、物资采购、车辆安排、人员接待。

4、会场布置：__

5、活动主持：__

主要工作：根据活动流程进行活动主持。

五、年会会场布置

公司大会议室：

A: 投影展示：本公司的 LOGO及年会主题 B: 桌上摆放水果等
食品若干

六、奖品设置

一等奖：__；

二等奖：__；

三等奖：__；

优秀员工奖：__。

七、年会员工文艺汇演、抽奖、游戏

1)节目选取形式：各部门报送或做游戏选取；

2)抽奖：由总经理抽取写有员工姓名的卡片选取；

3)游戏：__。

八、年会活动预算

茶话会：__元

聚餐：__元

KTV __元

以上费用不包含奖品、酒水、烟和交通费

房地产活动方案 篇三

一、活动时间

******年 9 月 29 日——开盘当天

二、活动地点

瑞豪花园营销中心

三、活动方法

采取办理私人礼宾护照方式

四、活动流程（护照签领）

1、客户缴纳人民币 20 元办理私人礼宾护照壹本；

2、于各大时间节点（如认筹、样板间开放、主题活动日等）可

通知意向客户于营销中心进行护照签证；

3、每次签证可获得人民币 20xx 元积累优惠，此举可多次判断客户购买意向；

4、客户办理护照后可介绍亲朋到访办理护照，每带一批亦可享受人民币 20xx 元积累优惠；

6、签证活动将控制在 4 次以内

（护照持有人通过以上各种形式取得的购房优惠最高不超过人民币 8000 元）

备注：开盘当天交定金后三天之内签订合同并交齐首付款再同时优惠 20xx 元。

办理私人礼宾护照的客户定房优惠只限开盘后 15 天内，开盘 15 天后此护照无效。

本选房护照只限制 15#楼、31#楼、33#楼、35#楼。

五、申请协议

房地产公司年会的主题策划方案 篇四

一、活动目的

1、通过活动安排，回顾在 xx 年与这个城市的缔造者们在这个城市的足迹，一起见证城市的发展与繁荣，共同探讨 xx 房地产走向；

2、推介企业信息服务产品模式，总结 xx 市场合作信息，并对 xx 信息推广进行现场解说；

3、通过双向互动形式，增进企业与客户之间的关系与感情；

4、专设答谢晚宴，感谢新老客户在这一年中对公司的信任与帮

助；

5、设置精彩的节目与现场抽奖环节，让来宾感受企业的多彩的企业文化氛围；

6、借此机会进一步提升公司的品牌影响力，为以后市场拓展奠定基础。

二、场地布置

1、外围场地及亮点布置

A.酒店入口处设置条幅，根据现场实际情况可立拱门等，营造年会气氛；

B.设立专用停车区域，并由专人接待，统一标识；

C.全称安保为本次年会所邀请的'嘉宾护航。

酒店内部场地及亮点设置

A.酒店入口至内部场地设立主题指示牌，与外部统一标识，安排礼仪及工作人员现场接待引导；

B.设立主题签到背景板，并由礼仪人员为来宾佩戴胸花，为来宾派发礼品；

C.全程、全方位摄影，为本次年会留住每一个精彩瞬间；

D.设置抽奖箱，由礼仪向每一位来宾派发抽奖券

E.主会场两侧设立投影幕布（也可 LED屏幕）投影展示

三、活动内容

第一章节：Cities and the Future 城市与未来

1、主题宣传片播放

2、《吉祥颂》、《中国的希望》、《中国鼓》 开场曲)

3、现代舞欣赏

4、省市领导讲话、祝贺词

5、启动仪式开始

第二章节： 赢 动 未来 Win the next move

1、主题宣传片播放

2、客户代表致答谢词

3、热舞《no body》舞蹈演员与客户代表互动

4、京剧表演

5、现场抽奖

第三章节： 感恩 Thanksgiving

1、房地产公司发展历程 VCR展示

2、公司领导致感恩谢词

3、歌曲感恩的心

4、互动魔术表演

5、抽奖环节

第四章节： 房地产众 赢

1、播放有气势的主题 VCR

2、小提琴表演（2-3 人）《卡农》 励志

3、大合唱（xx 员工）

4、抽奖环节

5、由公司领导启动 众 赢 激光球。

第五章节：宴会 time

1、进餐时穿插互动游戏与抽奖

2、全程音乐

房地产活动方案 篇五

一、活动目的和背景

本次房地产开盘活动初定时间为 20xx 年 12 月 25 日。在 xx 项目的推广，xx 花园在市场上已经具有一定的知名度，通过媒体推广和销售接待，客户群对项目的了解已经趋于成熟，同时根据项目销售情况统计说明，项目的已放号客户群中准客户所占比例较大，预计到开盘前夕，项目放号量将会持续增加，因此开盘活动的市场背景条件应该说是比较成熟的，同时通过一段时间的推广，项目也已到了必须开盘的时候，再推迟势必会造成客户的流失。

房地产开盘活动紧紧围绕销售为中心，通过一系列的包装等工作，在开盘后两天内争取达到 30~40% 的成交率，同时将 xx 花园的市场知名度和美誉度扩大化，为二期项目的销售成功和今后二期的推广、销售打下坚实的基础。

二、活动时间

20xx 年 12 月 25 日

三、活动地点

xx 花园项目销售中心现场

四、房地产开盘策划方案主题思路定位

强调氛围、突出品位、提升档次、有条不紊、圆满成功

1)通过开盘当天在周边及现场的包装和庆典活动，给项目渲染出浓烈的喜庆氛围，突出表现项目的。开盘盛典。

2)通过在售房部现场的包装和水酒供应，工作人员的细微服务来突出表现项目的品位和档次，让到来的客户都能从现场感受到一种尊贵感和荣誉感。

3)通过合理的区域划分，有效的活动流程安排，现场工作人员工作职责的合理分配以及对客户关于选房、购房流程的讲解和传达，有条不紊地对开盘当天的现场人流人群进行有效合理的控制，以使整个项目现场感觉有次序、有、层次，整个项目现场有条不紊。

4)通过一系列的工作辅助，最重要的是在销售过程中抓住客户心理，充分利用好销控掌握的方法，以置业顾问来积极调动购房者的迫切心态，以使之达到成交，签定相关合约。

五、房地产开盘活动现场规划布置方案

(1) 现场布置

A 在售楼部立柱前根据场地尺寸搭建半米高上下舞台一个，后设背景板（双面），舞台两边用花篮装饰。附设一个用鲜花包扎的讲台，以作嘉宾发言及领导致辞用，整个舞台主要用做剪彩以及主持、发言用途。

B 售楼部东北角面塔南路与新安路交汇处设彩虹门一个，汽柱两个分别立在彩虹门两端。鞭炮气球 8 串，花篮若干，礼炮 18 门，舞台下用花扁、花架装饰，售楼部入口设红色地毯，售楼部前广场设空飘若干。

C 舞台前设座椅两排，20 个位置左右，供嘉宾及领导使用。

(2) 外围道路布置

A 塔南路两侧按排号活动期间方案设计，插上彩旗。

B 项目工地临塔南路一侧安置空飘若干。

C 在塔南路进入售楼部路口处设空飘两个，以达到吸引人流，车流，指引来宾，宣传开盘的作用。

(3) 售楼部分区布置及其他布置

A 售楼部内部分为 4 个区域

a、选房区：主要用做通知到的放号客户在该区域通过销售人员的二次讲解和价格预算，进行选房，确定房号，并签署相关协议。

b、签约区：主要用做已经选好房的客户在该区域签定认购书、缴纳房款定金，履行相关手续。

c、展示区：主要用作未通知到选房的客户参观沙盘和模型，索取资料，户型图，在选房前有个心理准备。

d、休息区：原洽谈区位置，主要用作客户逛累了之后临时休息用。注：选房区与签约区设在同一区域，意向性划分。

B 其他区域

a、活动区：售楼部门口广场，用作开盘活动、剪彩等，同时作主要的包装区域。

b、休闲区：用作舞狮表演及客户观赏表演的区域。

(4) 新客户排号台：设在售楼部入口右侧，立柱之后，用作新客户临时排号之用，同时也用作临时室外咨询台之用。

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/367201066115006044>