

一、活动目的：

- 1 、在众多参展楼盘中，脱颖而出；最大化登记储备房展会客户
- 2 、用小嬉戏聚集人气，吸引人流，营造热闹火爆的现场气氛
- 3 、关爱客户、传递项目口碑
- 4 、将房展会客户最大限度转成售楼处来访
- 5 、利用节日和展会契机，推动 2 期住宅的认筹工作

二、活动对象：参与房展会的人

三、展位布置：

- 1 、房交会现场的展位代表这楼盘的形象，是给经过人们的第一印象，所以要做得有特色。整个展位可以用主打广告色(红色)为背景色，包括嬉戏中用到的道具，都可以用此色。
- 2 、音响设备布置到位，营造热闹的气氛。
- 3 、在展位中辟出特地的区域供嬉戏活动的绽开。
- 4 、在展位的一个角落放置饮水机，给参与嬉戏的人们解渴。

四、工作分工

地点：房展会现场展厅

时间：10月1-3号

对象：房展会现场客户

内容：

1、来访登记即有礼(展会期间分时间段执行) 说明：活动期间房展会来访客户均可领取精致礼品一份 奖品建议：精致礼品一份(10元/份)

2、缤纷嬉戏，互动有礼

说明：活动期间房展会参加互动嬉戏客户均有机会获得大奖 奖品建议：决出一、二、三等奖

五、嬉戏方案

以下嬉戏可任选其一，也可协作使用。

嬉戏方案一：扎气球

1、嬉戏主题为：扎球有礼；在宣扬海报中可以把此主题写得醒目。

2、在展厅顶部布满气球。事前在气球里放一张小纸条，纸条上可以是某种嘉奖，也可以是小小的惩处。(类似表演一个小节目等等，假如节目表演得精彩还是能得到一份奖品。)

3、用回答问题的形式来选取参与扎气球嬉戏的人，即：主持人对前来扎气球的人提一个简洁的问题(关于本项目的，例如：本项目的开发商是谁?)，答对方可参与嬉戏。

、气球扎破后捡起纸条，交给主持人当众念出。依据纸条上面的内容给扎球人相应的嘉奖或惩处。

5 、若每天重复同一个嬉戏。当气球全部被扎破后，由工作人员可在当天散会后把现场清扫洁净，再悬挂满气球。保证嬉戏可以循环进行。

嬉戏方案二：猜猜猜

嬉戏规章：现场备有若干组词语，每组有 8 个词语，嬉戏者为一人，可事先选择一组，并依据词语用肢体语言来表现，让现场观众来猜谜底。每个词语的限时是 30 秒，表演不到位而导致观众不出猜出谜底的，身后有大棒服侍。若全部完成则有嘉奖。答对谜底的也有小礼品。 题目：

A(人物题) 医生 警察 小偷 媒婆 小贩 模特 孕妇 歌手

B(动物题) 鸭子 袋鼠 企鹅 鸵鸟 兔子 青蛙 母鸡 恐龙

C(爱情题) 触电 亲吻 送花 拥抱 哭泣 性骚扰 求婚 吃醋

F(体育题) 竞走 跳水 举重 击剑 拔河 体操 高尔夫 鞍马

道具要求：40 张 A4 纸、4 个文件袋(或能装下 A4 纸的其他袋子)、手表 1 只(或其他计时工具)、大的充气棒槌一个

程序预备：事先将以上各组词语分别用 A4 字打印好，按组别用文件袋装好，文件袋外面标好 1-4 的号码，并写明“网络题”、“成语题”等类别字样。

嬉戏方案三：拼图嬉戏

1 、事先预备好几套简洁的拼图。可以是紫苑的效果图或者家装图片等。（可以用 KT板自制。）

2 、预备好一个粘贴拼图的架子，以便利围观的人群观战。

3 、规定的时间内(一分钟)完成拼图者有小礼品赠送。

六、奖品建议：

七、费用预估：

八、留意事项

1 、提前一周把预备工作做好，比如气球的印字、嬉戏工具的预备等等。

2 、主持人需特别清晰嬉戏的规章和流程，口齿伶俐，擅长搞气氛。

3 、以上嬉戏规章仅供参考，可依据相应状况调整

有创意的会展活动策划方案篇 2

一、活动目的

淮南第十二届房地产交易会即将盛大进行，目前，淮矿生态新城项目在淮南还属于一个全新的楼盘，项目形象和

如何借势本次房交会，树立项目的品牌形象，对项目的胜利入市和取得一个良好的销售开端都特别重要。

借本次房交会之势，将项目胜利推广入市； 树立开发商品牌形象和项目的高端品质形象；利用现场强大的视听冲击，多方位的展现项目的高端品质形象，协作现场置业顾问的专业讲解，让项目的品牌形象深化人心；

利用现场促销手段，乐观宣扬项目信息，争取吸引更多客户排号预约，为项目胜利开盘销售打下基础；现场协作看房专车，对意向购房客户进行重点把握；

二、活动形式

一场盛大、形式丰富、全城瞩目的房交会即将隆重进行，借助本次房交会现场的轰动气氛，通过“强大的视觉冲击+专业的项目讲解+现场派奖”形式，使淮矿·生态新城项目在本次房交会中闪亮登场，一举打开淮南商品房市场，树立项目的高品质楼盘形象。

三、活动时间

9 月 15 日至 9 月 18 日(详细时间暂定)

四、活动地点

淮南锅炉技校对面

五、活动策略

参与房展会的最终目的主要为两个方面：

一、吸引人气(有利于项目的品牌形象传播)

二、吸引客户排号预约(本项目现在还未对外销售,以促进客户办理排号协议为主要目标)

如何才能有效的达到两全其美的活动效果,必需解决一下几个问题:

第一: 如何把散客吸引至项目的展位?

其次: 如何吸引散客情愿在展会中了解项目?

第三: 如何吸引散客去案场具体了解,需要什么样的诱因?

第四: 现场有什么促销活动能促使散客去展现中心排号预约?

活动策略:

一、视觉冲击

a) 置业顾问统一着装

b) 现场背景墙、拱门、喷绘、展板、横幅(空飘)(视现场状况而定)

c) 物料、现场人员举牌

d) 促销广告语(如: 办绿茵里护照, 开盘享受 1000 元优待)

听觉冲击:

a) 现场音响设备, 对项目基本信息进行宣扬(三维宣扬片)

二、

- a) 置业顾问主动热忱接待
- b) 置业顾问专业讲解
- c) 客户信息的记录

三、

- a) “奖品派送”，本活动的主要目的是为了吸引客户，凡在本项目登记的客户都能得到小礼品一份(礼品参照第九项)
- b) “办绿茵里护照”，参与绿茵里护照签章活动，开盘即享 1000 元房款优待

六、现场布置(现场展区意向图)

七、活动流程与操作

八、活动人员支配

(本次活动需要销售人员 10 名，假如人手不够需提前做好预备)

九、留意事项

本次房展会活动为生态新城在淮南市场的第一次大型宣扬活动，本次活动意义重大，开发商和现场销售人员必需提前为本次活动做好各方面预备工作，才能确保本次活动的顺当开展；

本次房展会参展活动流程分为多个环节，人员进行了不同分工，只有各个环节做到仔细到位，才能达到活动的最佳

；对此次活动登记的客户进行梳理，后续进行亲密跟踪，对有购房需求的客户进行重点追踪；

由于本项目目前处于开盘前夕蓄客阶段，对客户的讲解应当重点偏向项目的基本信息宣扬，价格的释放，视客户诚意而定；项目看房车辆随时待命，预备接送客户到项目现场看房。

十、 活动礼品

雨伞 文化衫 扇子、扑克

——由广告公司设计，开发商批量制作

十一、 相关物料预备

客户信息登记表、记录笔

项目宣扬资料

背景墙、喷绘、条幅、展板——活动公司

雨伞、文化衫、扇子、扑克(各 500 份)

音响设备、项目三维动画宣扬片

接送车辆

工作餐

矿泉水每天一箱

全部物料活动开头前三天应当预备到位

注： 建议文化衫和雨伞为本项目的长期活动礼品，由广告公司设计，批量制作；

拱门文字内容：淮矿·生态新城项目欢迎你；

背景墙内容：项目的总体形象和项目的基本信息；

展板内容：项目形象宣扬的展板等；

条幅文字内容：项目促销信息(绿茵里护照全城申领中，看房有好礼专等您来拿)

有创意的会展活动策划方案篇 3

一、参展目的

1 、提高维多利亚城认可度，利用丰富的现场活动与优待政策积累客户。

2 、利用项目现房优势，与地段优势，塑造产品价值，提升产品形象，为产品供应价格支撑。

3 、最大限度的拓展客源，吸引客户到现场看房，增加项目人气，促进销售成交；

4 、企业品牌宣扬；

二、参展时间

1 、布展时间： 20__ 年 9 月 20 日、9 月 28 日

2 、房展会日期：房管局主办 9 月 22 日—27 日、日报社主办 10 月 1 日—10 月 3 日

3 、展现时间：上午 9：00- 下午 6：30，依据客流状况适时延长 三、布展的要求

1 、展厅规格：房管局主办展位为三个，每个长宽 3_3 米；日报社主办展位为一个标准展位，9_10 米；

、展厅材质要求：以桁架、喷绘为主，展位要求有顶，能遮风挡雨；地面铺地毯；

3 、 产品展现分区：公馆项目、维多利亚城

四、售楼部活动

1 、 五彩缤纷

展会期间看房客户均可参与一次扎气球赢大奖活动。

特等奖：折叠自行车+购房优待 8000 元(维)

购买 120 平米以下房源可抵 5000 元购房优待

一等奖：水晶烟灰缸+购房优待 5000 元(维)

二等奖：LED充电台灯+购房优待 3000 元(维)

三等奖：精品水杯+购房优待 20__元(维)

2 、 飞镖夺奖

展会期间看房客户均可参与一次飞镖夺奖活动，每位客户可扔飞镖三支，环数累加。

特等奖：27 环 餐具套装

一等奖：25 环 家庭洗涤套装

二等奖：20 环 洗发水

三等奖：10 环 洗衣粉 2 袋

五、优待政策

1 、 总经理特批赠送三年物业费；

2 、 展会期间现场看房最高优待 8000 元；

3 、 购买 120 m²以上房源，一次性付款最高优待 78, 000

；

4 、展会期间特推出两套特价房：

六、售楼部包装

1 、门口玻璃幕墙清洗。

2 、花卉绿植租摆：

大门口四根柱子四周摆放 80 公分左右绿植与小盆花卉

大门入口摆放 8 棵迎宾绿植，不低于 1.5 米

售楼部内花卉更新调整

3 、售楼部内灯管更换。

六、物料的预备

1 、看房车：预备两辆商务车作为看房车(配两名专职司机)，在房展会现场接送客户去售楼部看房，销售人员跟车引导。

2 、展位物料预备

3 、售楼部物料预备

五、现场接待流程

1 、人员支配

提前确定展会和售楼的详细人员支配。展会期间，全部销售人员全员上岗，前 2 天以展会现场接待为主，售楼现场活动为辅，后期以售楼部现场接待为主，详见人员安排表。

、接待流程

2.1 、客户进入展场，现场接待人员乐观迎上，微笑欢迎：“您好！欢迎光临维多利亚城(公馆)。”

2.2 、具体介绍项目状况，为客户讲解户型，并将以下信息告知客户：展会期间项目促销活动；现阶段执行的优待政策；

2.3 、对于意向客户，销售人员讲解产品，炒作项目优势，并鼓舞其到现场看房、参与活动。

2.4 、房源销控由销售部专人核对后确定(小订、大定均需销控表上明确标识)，展会现场与售楼部准时联系核对。

六、工地协作事项

1 、保安、保洁人员统一着装，晚上配备一名保安员在展会值夜；

2 、样板房全天开放，保洁人员随时清洁整理；

3 、全面打扫社区卫生，确保小区环境。

七、房展会费用预算表

1 、印刷品

2 、活动费用预算

有创意的会展活动策划方案篇 4

一、展会分析；

博览中心的电动车展会规模大，参会经销商人数多，这

范围市场的重要机会。但同时现场各电动产品厂家必将投入大量人财物进行宣扬，将面临更激烈的竞争。

二、展会思路；★坚持差异化营销(坚持与整体传播形象相承，以奇怪、惊险、刺激为活动内容主

题，不断吸引客户眼球，使从众多品牌中脱颖而出，从而实现

差异化宣扬。)

★强化内在优势，以质取胜(优势是质量好，动力强。本次展会上实施生动化的、体验化的展现，让经销商深刻的体会、了解质量， 加深印象。)

★与民互动，形成良好口碑(展会中穿插互动环节，让经销商和消费者乐观参加，形成良好口碑，从而无形中成为_品牌宣扬的一股强劲动力)

三、展会主题；(暨产品春季大型展销会)

四、展会目的；

通过一系列的电动产品一系列的产品形象展现、产品卖点的部分释放等活动宣扬，达到吸引广阔电动车经销商和消费者的注目率，从而拉开电动产品的后期入夏市场宣扬攻势，增加潜在经销商对产品的信念和购买欲望，促使其在展销会后成为产品的现实忠诚客户。

五、展会对象；

市区和各地市经销商、乡镇网点

六、展会亮点；

歌舞、魔术表演+品牌现场模拟展现+有奖问答、礼品赠送+杂技、跑酷表演+现场

互动节目(骑技竞赛、试乘试驾)

七、展会前期预备；

★展位设计包装：

包装原则：实行差异化包装策略，主要体现在现场进行大批量的宣扬资料散发，并侧重于精致新奇的展位布置，高素养的人员接待，以及公司实力和辉煌成就的宏观展现。现场留意掌握不要有噪音，但可播放些舒缓的音乐。详细分析如下：

1 、结合展会现场详细状况，充分利用现场条件设计出独具特色的展位，使产品形象宣扬效果达到最大化；

2 、背景墙——企业与产品的全称、标识、平安送暖 幸福人家

3 、现场小型喷绘展板设计——产品形象展现与主题性展现相结[企业文化、产品定位]

4 、企业及产品形象宣扬资料(单页设回执联)、礼品(宣扬册、广告笔、手提袋等)

5 、具备企业与产品特色的询问登记台 1 个

6 、易拉宝布置(2 个)

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/82813607600006063>