

# 房地产活动方案案例 房地产暖场活动方案 (实用8篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。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。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 房地产活动方案案例篇一

暖场活动策划方案是我们精觉文化的强项，我们拥有资深策划团队，专业设计人员，项目经理全程效果掌控，衷心为客户打造独一无二的暖场活动策划。

无论项目的定位、建筑设计的理念、策划方案的创意、营销推广的策略，没有独创、毫无新意，要在市场竞争中赢得主动地位是不可能的。

在开发项目中，有各种不同的客观资源，大概可分为两大类：一是从是否明显看出来分，有显性资源、隐性资源。二是从具体形式来分，有主题资源（或称概念资源）、社会资源、人文资源、物力资源、人力资源等。

客观原则是指在策划运作的过程中，策划人通过各种努力，使自己的主观意志自觉能动地符合策划对象的客观实际。

所谓“定位”，就是给策划的基本内容确定具体位置和方向，找准明确的目标。

可行性原则是指策划运行的方案是否达到并符合切实可行的策划目标和效果。

全局原则从整体、大局的角度来衡量策划的兴衰成败，为策

划人提供了有益的指导原则。从策划的整个过程来讲，它分为“开局、析局、创局、选局、布局、运局、馈局和结局八大过程，每个过程都跟全局有密切的联系，每个局部的运作好坏都会对整个全局造成影响。

人文原则是强调在策划中要认真把握社会人文精神，并把它贯穿到策划的每一个环节中去。

所谓应变就是随机应变，它要求策划要在动态变化的复杂环境中，及时准确地把握发展变化的目标、信息，预测事物可能发展变化的方向、轨迹，并以此为依据来调整策划目标和修改策划方案。

开盘庆典，搭建，施工！庆典服务，会议服务，舞台搭建，灯光，开工庆典，奠基仪式！大型活动的组织，策划，设计与实施，展览展示，广告策划与设计，媒体整合推广。

拥有一支一流设计与策划团队和先进设备，完善服务体系的我们，始终以“用我们所能，做我们最好”的服务理念，立足于三秦大地金典人的格言：用我们的一份真诚，换取您的一份信任，客户满意是我们永远追求的目标，我们愿与每一位朋友携手双赢。

公司地址：上海市松江区伴亭路15号a栋1-3层

## 房地产活动方案案例篇二

方案一：

端午佳节即将来临之际，叶集锦绣城项目部为做好营销宣传工作，拟以“品质生活 全城热练”为主题，由叶集徽商锦绣城与皖西当代职业技术学校共同参与，以校企联合形式开展叶集试验区全民晨跑宣传活动。

活动主题：

品质生活 全城热练

——端午全民晨跑 共享运动健康——

活动口号：

用真诚感动顾客，用行动树立口碑

活动目的：

1. 为贫困学子提供勤工俭学的机会
2. 引起路人关注，拍照、视频，迅速形成对锦绣城的口口传播
3. 引导有购房意向的客户前往锦绣城看房、购房；
4. 树立良好的企业形象，弘扬新徽商精神，打造口碑效应；
5. 提升锦绣城项目部工作人员综合素质和团队精神.
6. 引导，宣传，全民参与健身运动的重要性。

活动安排：

时间：6月\*日—6月\*日7：30——8：00

路线：\*\*路—\*\*路

参与人员：

1. 项目人员年龄40周岁以下必须参加，40周岁以上的自愿参加；

2. 校园自行征集30—40名“校园晨跑达人”。

3. 社会自愿者（报名参加晨跑，）

活动要求：

1. 每日7：15前按四列纵队将队伍集结完毕

2. 晨跑活动（含跑步途中与退场）由项目工作人员带队，确保步调一致、口号响亮；

3. 各小队队长必须按时监督本小队的晨跑活动；

4. 各小队队员如因事、病等请假，需提供签字假条；

5. 严格按此策划书内容执行，如遇恶劣天气，当日活动可取消；如有其它活动安排，另行通知。

活动礼品：

活动期间，社会参与人员均可获赠锦绣城宣传t恤一件。活动结束后，公司将提供一些精美适用的礼品赠送给参与活动的学生以作纪念。礼品为运动器材，如跳绳，乒乓球拍，或者学习用具，笔记本，水笔等。

方案二：

为回馈广大新老业主，端午节期间叶集锦绣城特举办端午节送粽子活动。活动期间，新老业主及来访客户均有精品粽子赠送。

活动主题：“情系端午，粽送温情”

暨锦绣城端午节答谢新老客户主题活动

活动目的：

通过端午节前期赠送粽子等礼品，与新老客户制造话题增加互动粘合点；先以提升企业形象、提高项目形象、打造口碑效应为主，深度挖掘老客户渠道资源，后以吸引新客户认知项目为目标，聚集现场售楼处人气，锁定意向客户，达到快速销售剩余房源、同时为二期开盘做蓄客准备。

活动时间：2013年6月\*日—2013年6月\*日

活动地点：售楼部

目标客群：所有已购客户，所有到访新客户、大众客户

活动形式：期间凡已购客户或成交客户均可领取端午节粽子精装礼包礼品，新客户登记或到现场参观均可领取粽子小礼包礼品。活动内容：

期间至锦绣城售楼部人员均可领取端午节粽子精装礼包一份；售楼员并告知客户项目现阶段工程情况，同时维护、安抚老客户，传达项目品质提升，老带新活动说明，实现老客户带新客户购买，项目延期的客观原因，老城电路改造。

## 房地产活动方案案例篇三

### 1、活动介绍

活动主题：闹元宵，砸大奖

活动对象：关注xx房产微信账号的顾客

活动口号：其乐融融庆元宵，喜气洋洋砸金蛋

活动时间□20xx年xx月xx日

举办场地□xx县xx广场

主办单位□xx县xx房地产开发有限公司

承办单位□xx县xx房地产开发有限公司

## 2、活动背景

农历正月十五日，是中国的传统节日元宵节。正月为元月，古人称夜为“宵”，而十五日又是一年中第一个月圆之夜，所以称正月十五为元宵节，又称为“上元节”。按中国民间的传统，在一元复始，大地回春的节日夜晚，天上明月高悬，地上彩灯万盏，人们观灯、猜灯谜、吃元宵合家团聚、其乐融融。为了进一步促进社区文化及节日氛围(商场则为吸引人流，带旺人气，借元宵之际开展元宵旺场活动)开展本次活动。

## 3、活动目的

通过开展晚会活动，能提高群众对于xx房产的好感;以大家喜闻乐见、形通俗易懂的游戏节目内容、营造成一个充满节日氛围的[欢乐大舞台”，充分体现群众与元宵节同欢、同庆、同喜、同乐，激情沸腾的热烈场景，使整场元宵晚会的气氛达到最高潮，是更多的群众认识了解xx房产。

1、布置效果：具有中国元素的新春元宵气氛，欢快、热烈，以灯笼、灯谜、窗花、鞭炮等等物品装饰，烘托出温馨喜庆的元宵气氛。

3、活动现场播放元宵节喜庆音乐。

4、搭建舞台，全新红地毯，显眼活动主题背景，突显节日喜气洋洋的气氛。

5、提前释放出活动信息。

## 6、广场入口粘贴活动海报。

### 1、关注xx房产微信账号，送红包。我们的节日元宵节活动方案。

游戏规则：现场节目开始前，观众可以通过关注xx房产的微信账号与会场大门处获得现场赠送的红包，红包有三百个，只有进入会场且关注xx房产的微信账号的前三百名观众可获得红包，一个账号只能获得一个红包，经现场服务人员验证后领红包者签字领取，送完为止。

注：每个人只有一次获得红包的机会，同一个人多个微信账号也只能获得一个红包。

道具：红包三百个，发奖台一个

奖品：进入活动现场并关注后获1个红包

所需人力：共五人，两名保安在发奖台两边维持现场秩序，一名服务人员负责检查领红包观众是否关注xx房产微信账号，一名服务人员负责发红包并监督领红包观众签字，一名服务人员负责保管所有的红包。

### 2、砸金蛋

游戏规则：晚会进程中每位观众可通过所关注的xx房产的微信账号在手机微信上参加砸金蛋抽奖活动，每个关注的账号有三次砸金蛋机会，通过砸金蛋来随机获得现场所提供的不同奖品，奖品分为一等，二等，三等(如有需要可增加奖项)，每次砸金蛋的中奖概率为百分之五十，中奖后观众微信账号上会显示获奖信息，中奖的观众可在晚会结束后凭借中奖信息到领奖处领取相应的奖品，奖品限当日兑现，经现场服务人员验证获奖信息签字领取，过期作废。

道具：手机，桌子，板凳(条件允许的话可在现场提供免费wifi以方便观众参与活动)

奖品：待定

所需人力：共九人，四名保安位于领奖台周围维持现场领奖持续，一名服务人员负责监督领奖观众签字验证，一名服务人员负责发放奖品，三名服务人员负责保管所有奖品。(可根据奖品的数量适当增减保管奖品的服务人员。)

1、兑奖方式：红包所获奖金直接在红包里以现金方式提供。砸金蛋所获奖项可在晚会结束后，凭借xx房产微信账号所提供的中奖信息到指定的领奖台当场兑现。

2、奖品设置：

送红包游戏：每个红包内金额随机为一元，三元，五元。一元红包设两百个，三元红包设八十个，五元红包设二十个。总金额五百四十元。

金蛋游戏奖品待定

3、注意事项：

获得奖券者领取奖品前需亲笔签字后才能领取对应奖品。

1、进行活动总结，分析问题经验。

2、发布活动成果信息。

## 房地产活动方案案例篇四

泡泡狂欢节，等你来约“泡”

销售中心及商铺门口

6月1日-3日

意向客户，到访客户

1) 活动布置：以泡泡为主题，在销售中心门口右侧设置魔法泡泡乐园，内包含泡泡照相馆、泡泡实验室、泡泡运动馆（可设比赛，获胜者可得泡泡灯一个）、魔法泡泡屋、魔法泡泡秀舞台等，在玩乐的同时拍照传播，表演者定时在舞台区表演互动，并在互动期间以项目问题与观众互动，参与互动顾客有机会参与幸运大转盘抽奖活动，以活动延长观众滞留时间。另在销售中心布置泡泡趣味3d照、泡泡情侣房等供观众拍照，增加传播效应。通过网络发布推广，以魔法泡泡乐园门票引导转发分享。（报名方式：以四季城公众号软文转发为进场凭证，泡泡园门口工作人员确认无误并在内场不拥挤情况下即可进场，否则排队等候。）

2) 主体活动

c魔法泡泡秀表演：下午14：30-15：00现场举行魔法泡泡秀表演，以魔幻的泡泡表演吸引更多人流，期间以项目问题进行互动并参与幸运抽价，提高客户参与度及满意度。（一等奖食用油、二等奖王老吉、三等奖大米、四等奖餐巾纸）

## 房地产活动方案案例篇五

内容：“国庆亲子合家欢”活动计划

发出：亲子俱乐部

一、背景分析：

国庆七天黄金周，除了是旅游旺季外，也是全家睇楼买楼的好时机。市内各大小楼盘，均将展开铺天盖地的宣传及促销攻势，以祈提高售楼销量。除了楼盘的地段、楼盘的质素等等综合因素外，如何在众多售楼广告中，吸引并促使买楼人士莅临售楼现场，详细了解楼盘的详情及参观现楼，以及提高现场的人流量，将是房地产发展商每一次宣传及促销活动收效与否的首要关键因素。

随着人们生活水平及文化水平的不断提高，如何科学孕育下一代，让自己的宝宝赢在起跑上，是每一个父母、每一个家庭重点关注的问题。一切与宝宝有关的讯息，均将引起每一个家庭的注意。而这些新一代家庭，大多收入稳定，三代同堂，正是买楼置业的人生阶段。

## 二、活动细则：

1. 主题：“国庆假期何处去？一齐去参加“国庆亲子合家欢”活动啦！让你和bb一展身手！”

2. 时间：10月4、5、6、7日

3. 地点：各楼盘内

4. 内容：宝宝竞赛、亲子竞赛、儿童健康及教育咨询

5. 目标对象：0-6岁婴幼儿家庭

6. 主办单位：

协办单位：亲子俱乐部

7. 宣传范围□x地区

8. 目的：

1提高品牌知名度

1提高活动当日人流量、提高口碑宣传量

1提高售楼成交量

三、活动项目及流程：

1活动项目：

类别

比赛项目

适合年龄

宝宝竞赛

爬行组

1岁3个月以下、且未会独立行走的宝宝

健步组

2岁以下、且可以独立行走的宝宝

跳跃组

2岁以上宝宝

“亲子合家欢”

竞赛

毛毛虫

爬行组宝宝及家长

接力拼图

健步组宝宝及家长

齐步走

跳跃组宝宝及家长

1组织流程：

1. 广告宣传过程中突出报名电话、报名点、报名截止日期，由家长自行电话报名或到各售楼部报名，并通知其于指定时间内回来领取参赛号码。
2. 将报名名单分类、分时间、分场地，编排参赛号码
3. 发放参赛号码
4. 活动当日，凭号码牌参赛
5. 当日流程：

9□00--9□30

入场签到、自由参观

凭号码牌领取积分卡

9□30

集中、主持人讲话、宣布开始仪式

9□40

分组竞赛，每组分别进行

(1) 宝宝竞赛

(2) 亲子竞赛

比赛过程中奖小组冠军

现场咨询、参观

回收积分卡(要求卡上的项目全部参与过)

投入抽奖箱、发小礼品

10□30

集中大堂抽奖、颁奖、有奖问答

10□40

结束，自由活动

6. 现场分区：

1比赛区：爬行组区、竞走组区、跳跃组区

1咨询区：楼盘咨询区、儿科专家咨询区、早期教育咨询区

四、奖项设计：

1举办场次：4场，前三场为初赛，最后一场为决赛

1预计人数：150人/场，

1到场每个家庭可获小礼品1份、饮用水1支，预计150份/场，4场共计600份

1分组竞赛：每6人一组，奖小组冠军

1宝宝竞赛类约25组

1亲子竞赛类约25组，合计礼品共50份/场，4场共计200份

1抽出6名幸运奖，共6份/场，4场共计24份

1送出价值25000元课程礼券。

五、活动资源组织：

1. 广告媒体：有线电视台、宣传海报、活动单张

2. 传播途径：

1电视广告宣传

1各楼盘内、城东公园、芙蓉公园、体育中心、等人流稠密地点张贴宣传海报

1各售楼现场、大型妇婴用品店(bb屋、弄潮儿、幸福天使、阳光宝)

## 房地产活动方案案例篇六

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)。

#### 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。

## 1“望月”酒会

酒会以推广和宣传为主，播放一些轻柔的背景音乐，同时设置部分“望月”茶座，会场设置业务洽谈区、品茗区、月饼制作演示区、餐饮区等。其中休闲娱乐区拟邀请木偶戏团、小型民乐演奏等现场助兴作为酒会的一个亮点推出。

### 关于本次晚会节目的一些设想

晚会应包含演艺团体的节目、企业员工节目、互动节目及企业领导致词或颁奖等几个部分。

演出团体的节目应以格调高雅的民族类节目为主，可以包括一些民乐演奏、体现中秋节日气氛的民歌等，同时可以考虑邀请一些专业的播音人员来现场吟诵一些反映中秋的诗词，考虑到各年龄段业主的需求，可适当增加一些流行时尚的元素，但该部分只能属于陪衬和渲染气氛，不应喧宾夺主。为实现宣传品牌的目的，拟采用模特现场走秀的形式来展示，模特可以穿上印有集团开发的各个楼盘标识和形象的文化衫进行现场展示，以达到最佳的宣传效果。模特既可以邀请专业模特，也可以考虑使用企业自己的员工来展示。

企业所出的节目应体现出企业的风采、员工的风貌，同时所选节目应突出集团与业主是“一家人”和处处都是为业主考虑的一种人文关怀。

企业领导致词或颁奖是体现本次活动目的的一个重要载体，其作用是强化本次活动的意义和作用，同时也通过致词表达人对所有业主和潜业主的祝福和感谢。

本次晚会的一个目的是希望现有业主介绍其周边亲戚或朋友来购买，但如果去过份渲染这一目的势必会起到适得其反的

作用。我认为最佳的办法是只在主持词中体现这一目的，然后通过本次晚会的举办能让与会观众能切实感到该企业的独到之处，只有让业主能深深感受到该企业 and 该楼盘的好，才能真正触发他们的宣传意识，使这种宣传和介绍由一种被动行为变成一种主动行为，将这一目的由宣传变为无形，也就是“此处无声胜有声”，其效果才能达到最佳。

## 房地产活动方案案例篇七

房地产活动方案

房地产活动方案（一）

时间□20xx-4-05——4-08 地点：1、海盐新天地广场 2、现场售楼处

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：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

1、一期总销售户

00□

数为140套，暂定摇号总人数与实际销售户数为5：1，参加群众不定。

2、摇号采取实名登记制，不得替代或多摇，每套户型最多登记人数为5人。

3、凡登记在册的准购房者，登记同时需交纳1000元保证金，摇号当天如登记人中号并获得购房资格，该保证金则纳入房款，如不成功则在原款反还的基础上增加200元作为答谢费用。

4、摇号登记时间自20xx.4.05——4.10□为期5天。

5、登记地点：秦山房地产公司售楼处

6、摇号工具使用公开摇奖设备进行摇号决定。（中号比例为5：1）

7、关于没有中号群众的解决办法。均以纪念品赠送。并登入二期开盘购房档案。

#### 五、工作人员分工

秦山房产公司职员做礼仪、保安等维护性工作；九洲广告做活动监测和媒体联络工作。

#### 六、媒体发布

邀请当地知名各大媒体具体：海盐电视台、杭州交通之声广播台、中邮专递、钱江晚报、搜狐网络等记者参加活动，并给予现场报道。

## 七、经费预算

### 1、环境布置

高空气球4个400元/4个

大型气拱门1个500元

30平方左右舞台1个1000元

楼盘效果展示牌1套1200元/10张

广告宣传易拉宝4个600元/4个

宣传折页3000份7500元

周遍跨街横幅、灯箱20套

2、场地租赁2000元

3、公证人邀请费1000元

4、媒体邀请费2000元

5、设备租赁费5000元

6、管理费1000元

7、主持人1000元

8、演员演出费5000元

9、现场应急费2000元

总价30000元

## 房地产活动方案（二）

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：

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

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。

#### 1“望月”酒会

酒会以推广和宣传为主，播放一些轻柔的背景音乐，同时设置部分“望月”茶座，会场设置业务洽谈区、品茗区、月饼制作演示区、餐饮区等。其中休闲娱乐区拟邀请木偶戏团、小型民乐演奏等现场助兴作为酒会的一个亮点推出。

#### 关于本次晚会节目的一些设想

晚会是以各种节目的形式来烘托中秋的节日气氛，同时为体现开发商的形象，所以应体现出家庭生活的温馨、浪漫，而此处的家庭应理解为广义的家庭，它既指每个人的小家，也涵盖着名城这个大家庭，因此所有节目应围绕这个主题展开，所有节目也应为这个主题服务。

晚会应包含演艺团体的节目、企业员工节目、互动节目及企业领导致词或颁奖等几个部分。

演出团体的节目应以格调高雅的民族类节目为主，可以包括一些民乐演奏、体现中秋节日气氛的民歌等，同时可以考虑邀请一些专业的播音人员来现场吟诵一些反映中秋的诗词，考虑到各年龄段业主的需求，可适当增加一些流行时尚的元素，但该部分只能属于陪衬和渲染气氛，不应喧宾夺主。为实现宣传品牌的目的，拟采用模特现场走秀的形式来展示，模特可以穿上印有集团开发的各个楼盘标识和形象的文化衫进行现场展示，以达到最佳的宣传效果。模特既可以邀请专

业模特，也可以考虑使用企业自己的员工来展示。

企业所出的节目应体现出企业的风采、员工的风貌，同时所选节目应突出集团与业主是“一家人”和处处都是为业主考虑的一种人文关怀。

企业领导致词或颁奖是体现本次活动目的的一个重

载体，其作用是强化本次活动的意义和作用，同时也通过致词表达人对所有业主和潜业主的祝福和感谢。

本次晚会的一个目的是希望现有业主介绍其周边亲戚或朋友来购买，但如果去过份渲染这一目的势必会起到适得其反的作用。我认为最佳的办法是只在主持词中体现这一目的，然后通过本次晚会的举办能让与会观众能切实感到该企业的独到之处，只有让业主能深深感受到该企业 and 该楼盘的好，才能真正触发他们的宣传意识，使这种宣传和介绍由一种被动行为变成一种主动行为，将这一目的由宣传变为无形，也就是“此处无声胜有声”，其效果才能达到最佳。

最后，小编希望文章对您有所帮助，如果有不周到的地方请多谅解，更多相关的文章正在创作中，希望您定期关注。谢谢支持！

## 房地产活动方案案例篇八

### 一、活动目的和背景

根据项目建设进度和前期的蓄客情况，为了更好的将项目推出市场；营造销售气氛，促成更好的成交制定此方案。

### 二、活动时间

### 三、活动地点

亚非·泗州华府售楼部

#### 四、方案主题思路

有条不紊圆满成功

#### 五、房地产 开盘活动现场规划布置方案

##### 1) 现场布置

a在售楼部右侧搭建4米×7米舞台一个，后设背景板，舞台两边用花篮装饰。附设一个用鲜花包扎的讲台，整个舞台主要用表演用途。

b售楼部前路口设彩虹门一个，彩旗若干，花篮若干，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，100个位置左右，供嘉宾休息使用。

##### 2) 外围道路布置

a303省道两侧插上彩旗。

b 在303省道与西二环交口设空飘两个，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3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。

## b其他区域

a□活动休息区：售楼部门口广场右侧，用作开盘活动、剪彩等，同时作主要的包装区域。

b□停车区：共客户来访停车，售楼部左侧和303省道沿线□c□新客户排号、签到区：设在售楼部入口左侧，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。

## 六、开盘活动流程安排

开盘典礼开始时间：年月日上午9：30时

7：00所有现场外包装工作完成8：00所有物品归位完毕

8：00所有现场工作人员到位

8：08售楼部开门正式迎接客户和来宾。喊号人员开始宣读购房流程

8：08庆典人员、表演人员、主持人到位

8：20喊号人员开始进行开盘之前的最后一次选房、购房流程的讲解。

8：30宣布开盘典礼正式开始（鸣礼炮）

按购房流程进行选房，等待人员欣赏外场演出

## 七、开盘当天人员及工作安排

1、开盘活动当天，专门安排1名工作人员于停车范围，2、售楼部主入口安排2名工作，活动区安排2名工作人员，3、财务人员2名，由财务部指定，工作职责：

4、选房区置业顾问、认购签定人员、内部销控人员分配：

5、喊号人员1名

6、新客户排号签到区安排2人

## 八、费用预算

根据所涉及工作目前情况，费用暂时难以估算，总体控制在2万元左右。

## 九、备注

1、所有开盘当天工作人员于月日早上7：30到达现场，8：00全部到位就绪。

2、所有工作人员佩带工作牌。

3、开盘当天所有工作人员手机一律开机，电量充足。