

# 写春联活动宣传文案 送春联活动方案(优秀5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 写春联活动宣传文案篇一

活动主题：名家春联派送，百万红包祝福活动时间□20xx年xx月xx—xx月xx日

活动对象：

- 1、前期已成交老客户；
- 2、前期登记意向客户；
- 3、前期来电来访客户；
- 4、活动期间上门客户。

活动地点□xx售楼部活动内容：

本次活动主要分：名家现场书写春联、按照客户需求自行挑选春联、老客户送糯米。

活动流程：

8：30老客户糯米开始登记发放活动细节：?维持现场秩序活动执行方案?做好礼品(糯米)发放登记工作?做好新老客户接待

工作?借助现场氛围,把握新客户成交。

活动物料:

老售楼处大喷绘布,促春联活动广告。活动预算

a□活动目的

春节期间,大量潜在购房群体,集中返乡潮。为提升项目的来电来访量,促进项目的`销售。

b□活动地点

针对本项目前期已成交客群及来电/来访的分布情况分析。拓客地方为逢集集结点。同时展开乡镇沿街街铺扫铺工作。

乡镇选择由营销部拟定为以下5个乡镇:常坟、找郢乡、古城、河溜、双沟。

c□活动时间

根据各乡镇的赶集情况,将时间暂定为:

注:乡镇巡演拓客之前需先进行踩点,确定巡演位置及相关申请报备。

d□县城扫楼

时间□xx月xx日——xx月xx日,6天内全部扫完。费用:每人每天60—80元

e□汽车站派发

时间□xx月xx日——xx月xx日,每天上下午都有人在派发,保

证返乡人员能第一时间了解项情况。

费用：2人，每天60——80元/人

f□活动主题：西湾国际首付三万让爱回家

g□宣传方式

- 1、活动演出现场，演出+有奖问答；
- 2、集市中心小蜜蜂派单+扫街派单；
- 3、置业顾问现场登记和接受咨询。

h□活动内容

- 1、现场演出
- 2、有奖问答(活动前发dm单页，根据dm单页内容简单提问)
- 3、置业顾问现场咨询k□演出地点及现场布置

1、演出区：演出地点及演出现场布置(活动公司确定)

2、咨询区：咨询桌一张、椅2张；手提袋(内含dm□抽纸、扑克牌)；签字笔、客户信息登记表等。

l□活动流程

m□礼品

- 1、互动礼品：扑克牌；
- 2、问答礼品：扑克牌、抽纸盒；

n□现场工作人员安排：

v□前期筹备进度

活动公司、演出内容、拓客乡镇、各种礼品、物料、展台等均在乡镇拓客前一日点清、确定并装车完毕。

a□8□9号两栋楼做墙体广告，红底黄字主题

1□xx首付三万让爱回家，8900000主题

2□xx□3990元/起坐拥一湾无价水岸

安装时间□xx月xx日

与吊车司机联系好，使用吊车挂

b□转角围墙

为了更好展示项目，转角围墙遮挡广告牌的部份拆除，以更全面的展现广告牌的作用，三块做成一块。

主题□logo

倚水而居不争山湖春节钜惠，立减200元每平

c□条幅200

主题：西湾国际纯水岸观景房，春节钜惠每平立减200元主要乡镇区域

d□日印刷□xx号早上到□xx号单张全部到位数量：50000份

## 写春联活动宣传文案篇二

20xx年1月22日——20xx年1月23日

梓山湖领御外展点物料准备：

3、小蜜蜂扩音器1个，红色横幅1条；

4、活动背景板一个；

注：每个外展点将配备以上所有物料，所有物料1月20日必须准备完毕。

人员配备：

注：根据场地实际情况调整。

1、书法家n名（每个外展点最少2名，建议多请1位，天气冷，可轮换休息）；

2、每个书法家助手各1—2名（建议女性）；

3、每个外展点维持秩序2名（建议男性）；

4、每个外展点宣传员1—3名；

活动执行：

1、1月22日上午10点前，现场布置完毕，10点整活动正式开始；

3、在人多排队的时候，需要维持秩序人员2名，保证现场秩序稳定安全；

5、书法家助手在负责书法家书写的同时应该对等待领取的顾客保持微笑，保持良好形象。

6、在当天活动执行完毕时候应该打扫现场卫生，保持现场干净整洁，总结当天的情况，为第二天执行做准备。

2天活动预算控制在1万元人民币以内。

预计受众1000人，目标顾客200人。

- 1、保证现场秩序，保证人员安全；
- 2、现场布置合理，避免过度拥挤；
- 3、物料准备充足，避免顾客排队而领不到对联的情况。

## 写春联活动宣传文案篇三

- 1、浪漫情人，相邀美丽
- 2、浪漫满屋，幸福情人

情人节又叫圣瓦伦丁节或圣华伦泰节(英语[[valentine's day](#)])即每年的2月14日，是西方的传统节日之一。这是一个关于爱、浪漫以及花、巧克力、贺卡的节日，男女在这一天互送礼物用以表达爱意或友好。情人节的晚餐约会通常代表了情侣关系的发展关键，现已成为各国青年人喜爱的节日。

在中国，传统节日之一的七夕节也是姑娘们重视的日子，因此而被称为中国的情人节。

- 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xx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、情人佳节，节日购房大优惠；

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；

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2月14日

活动地点□xx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

## 写春联活动宣传文案篇四

9月1日至9月10日(后边紧接着中秋、国庆活动)

教师，以及持教师证客户；

主推26#楼，大幅优惠，强力促销

## 1、看房送礼：

凡持教师证到售楼部看房者，每天前十位送小礼品。价值在5-10元之间。总数控制在50个左右。

## 2、26楼大幅优惠：

整体推出26，为“园丁楼”，凡持教师证购买26#楼者，一次性优惠8888元，分期、按揭优惠6888元。

## 3、额外优惠：

凡教师认购本案任何一套房源，根据教师工龄，额外再优惠工龄年数×100元的优惠(工龄需要学校开具证明)。

## 4、旅游促销：

在活动期间，凡持教师证购房者均送“西峡中原第一漂”旅游，九月十日教师节当天组团成行。放弃者充抵200元房款。

一般说服客户放弃旅游，充抵房款，等于教师再额外优惠200元。

## 1、派单

8月30日，31日两天一般为学生报道日期，针对学校高强度派单。三万份单页。

单页设计框架：以第二十二个教师节尊师重教、回馈社会为切入点，以教师购房四重惊喜优惠为卖点，以针对教师推出整栋“教师公寓”大幅优惠为亮点，以额外优惠和旅游吸引眼球。树立本案社会公众形象，打造人文社区。

## 2、流动字幕：

从8月30日至9月2日，连续做四天流动字幕。

流动字幕内容：唐城锦苑在教师节来临之际，特推出“教师公寓”，教师购房均可享受最高8888元优惠，另有惊喜额外优惠以及送“中原第一漂”旅游。房源有限，机会不容错过。售房地址：银化路老化肥厂南门，热线☐xxx☐

### 3、短信群发：

公司短信平台，针对原积累客户，全部发送一遍。

短信内容：参照流动字幕内容。

26楼销售十套左右。

此次教师节活动，有教师借口，暂不涨价。教师节后再涨，然后紧接着是整个“金九银十”的高潮部分，中秋、国庆双节，主推六楼，大张旗鼓的`宣传，掀起销售狂潮。

## 写春联活动宣传文案篇五

1、浪漫情人，相邀美丽

2、浪漫满屋，幸福情人

情人节又叫圣瓦伦丁节或圣华伦泰节(英语☐valentine'sday)☐即每年的2月14日，是西方的传统节日之一。这是一个关于爱、浪漫以及花、巧克力、贺卡的节日，男女在这一天互送礼物用以表达爱意或友好。情人节的晚餐约会通常代表了情侣关系的发展关键，现已成为各国青年人喜爱的节日。

在中国，传统节日之一的七夕节也是姑娘们重视的日子，因此而被称为中国的`情人节。

- 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xx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、情人节，节日购房大优惠；

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；

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2月14日

活动地点□xx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