

2023年房地产暖场活动方案案例(实用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

房地产暖场活动方案案例篇一

2、制作并随机赠送本次活动文化宣传衫若干；

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）。

现场互动环节：

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。

“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，但如果去过分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。

房地产暖场活动方案案例篇二

这类暖场活动的规范管理一是不会减少活动纰漏，暖场活动时间的合理安排，能够发现根本问题所在从而能够及时修正，团队的规范管理也是在一定程度上提高项目美誉度，增加客户对项目的信任度提高项目的公信力。

是指以活动为载体，以营销为目标，通过活动带动人气，吸引目标客户关注，最终达成产品及服务销售的活动形式。

意在步入正轨的正常销售周期前中后期，通过举行互动的文娱活动的形式来加深新、老客户对项目的认知，以实现人气、成交的目的。

熟话说：“有人气才有财气”另一方面来说，有了人气才能营造热闹的销售氛围。楼盘的暖场活动在各大楼盘多在周末举行，开发商会提前向较强的客户邀约至售楼中心，通过一些互动性较强的文娱活动来活跃现场气氛，进而提高楼盘的关注度，对于一般的暖场活动来说，花费小，在处于淡季时，多举行高质量暖场活动，以至于不会出现：“卖房的比看房

的多”的局面。

房地产暖场活动方案案例篇三

一、 活动背景

2. 以母亲节、手机美容diy、摘樱桃各种主题活动为纽带，促进恒大名都与业主及客户之间的亲密互动，维系业主与项目的感情，并深化项目品牌形象，让现场来访客户切实感受到恒大名都浓郁的欢乐社区氛围。

二、 活动目的

3、赢得客户心理认同，锁定客源，最终实现加推销售目标。

三、 活动概述

四、 活动主题

五、 邀请对象

1、销售员电话通知近期成交的客户及对后期加推房源有兴趣的意向客户；2、销售员电话通知近期各自接听的来电客户和接待的来访新客户；3、qq群通知老业主。

六、 指挥管理人员安排

活动总指挥：蒋彬 活动总把控：朱健、许顺尧 活动负责人：刘宁、张浩、冯铭

七、 活动内容

温馨现场氛围布置：本次活动的主题是母亲节，整体现场将以粉色或者红色为主色调。销售大厅悬挂些爱心、妈妈辛苦、

妈妈我爱你等暖心点缀小物件。

赠送康乃馨：看房客户均可获得一支康乃馨，同时也提醒业主今天是母亲节，应该送一支康乃馨给自己的母亲。

现场做蛋糕：亲手为妈妈做美味的蛋糕，还可将劳动成果带回家，和家人共同分享甜蜜。

免费全家福：母爱是一种最无私的爱，最无私的感情，它像春天的甘露，洒落在我们的心田，虽然悄然无声息，却滋润着一棵棵生命的幼苗。值此母亲节到来，到场客户签到后都能参加现场“免费全家福”拍摄，当周拍，下周末取。

你感恩行动，我彬彬有礼：由工作人员向每位到访客户发放一张卡片，写上客户姓名和一句感谢妈妈的话，此卡片，也将由工作人员收回作为抽奖的凭证。11日当天下午将安排两轮抽奖环节，第一轮15:00，由主持人抽取2名中奖者，中奖者要大声读出自己的感言，如果妈妈在场的话要给妈妈一个拥抱。奖品为挂烫机各1张；第二轮16:00，由主持人抽取2名中奖者，奖者同样要大声读出自己的感言，如果妈妈在场的话要给妈妈一个拥抱。奖品为电磁炉各1个。

房地产暖场活动方案案例篇四

2. 以母亲节、手机美容diy、摘樱桃各种主题活动为纽带，促进恒大名都与业主及客户之间的亲密互动，维系业主与项目的感情，并深化项目品牌形象，让现场来访客户切实感受到恒大名都浓郁的欢乐社区氛围。

二、活动目的

3、赢得客户心理认同，锁定客源，最终实现加推销售目标。

三、活动概述

四、活动主题

五、邀请对象

1、销售员电话通知近期成交的客户及对后期加推房源有兴趣的意向客户;2、销售员电话通知近期各自接听的来电客户和接待的来访新客户;3□qq群通知老业主。

六、指挥管理人员安排

活动总指挥：蒋彬
活动总把控：朱健、许顺尧
活动负责人：刘宁、张浩、冯铭

七、活动内容

温馨现场氛围布置：本次活动的主题是母亲节，整体现场将以粉色或者红色为主色调。销售大厅悬挂些爱心、妈妈辛苦、妈妈我爱你等暖心点缀小物件。

赠送康乃馨：看房客户均可获得一支康乃馨，同时也提醒业主今天是母情节，应该送一支康乃馨给自己的母亲。

现场做蛋糕：亲手为妈妈做美味的蛋糕，还可将劳动成果带回家，和家人共同分享甜蜜。

免费全家福：母爱是一种最无私的爱，最无私的感情，它像春天的甘露，洒落在我们的心田，虽然悄然无声息，却滋润着一棵棵生命的幼苗。值此母亲节到来，到场客户签到后都能参加现场“免费全家福”拍摄，当周拍，下周末取。

你感恩行动，我彬彬有礼：由工作人员向每位到访客户发放一张卡片，写上客户姓名和一句感谢妈妈的话，此卡片，也

将由工作人员收回作为抽奖的凭证。11日当天下午将安排两轮抽奖环节，第一轮15:00，由主持人抽取2名中奖者，中奖者要大声读出自己的感言，如果妈妈在场的话要给妈妈一个拥抱。奖品为挂烫机各1张；第二轮16:00，由主持人抽取2名中奖者，奖者同样要大声读出自己的感言，如果妈妈在场的话要给妈妈一个拥抱。奖品为电磁炉各1个。

我为初夏狂，遮阳帽潮到爆：到访客户可以在涂鸦大师的指导下，依自己的创意喜好，尽情的在帽子上挥墨涂鸦diy出专属于自己的最潮太阳帽，不管是大人还是小朋友，都有适合的规格供你来开启乐趣清凉时光。

房地产暖场活动方案案例篇五

1、活动主题：

泡泡狂欢节，等你来约“泡”

2、活动地点：

销售中心及商铺门口

3、活动时间：

6月1日-3日

4、参与来宾：

意向客户，到访客户

5、活动内容

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)