

最新地产系列活动 房地产活动方案(通用8篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

地产系列活动篇一

20xx年，全国房市全面进入低谷期，大部分城市销售处于疲软状态，为了激活资金链，各区域市场纷纷通过变相下调价格或更新促销活动来刺进消费者放币置业，以便拉动销量，回笼资金。随着国家对房市的新一轮调控政策变化及银行基本利率的下调，在一二线城市，房地产市场发生拐点变化，再加上媒体的大力炒作城市房地产的降价销售或变相促销来拉动销量。本区域各房产项目也开始对本年度的最后阶段加大力度，纷纷通过各种渠道各种方式进行促销来抢占市场拉动销量。

阿克苏，一个以农业为经济支柱的大农业地区，据完全调查，由于今年本区气候原因，80至90%的棉农、果农经济亏损，收入大大缩水，作为传统的房产购买主力军，目前没有太高的购买积极性，因而，本区域房产市场出现很明显的低迷和清淡状态。

- 1、与其他项目分享客源，抢占市场份额；
- 2、通过活动培育潜在的意向客户群体；
- 3、挖掘潜在的持币客户；

4、回馈长期以来关注和支持本项目的客户；

5、通过活动提升本项目的知名度；

1、一路同行，感恩有你，真情回馈，购房大礼送不停。

2、着力改变项目形象，极力挽回项目在市民心中的影响。

3、媒体报刊大力宣传、制造影响面。

20xx年x月x日至20xx年x月x日

周年

真情感恩，购房6重豪礼，强势回馈：

活动1、交5000元抵5万元；

活动2、活动期间加推50套房源，3628元/㎡起；

活动3、团体购房最高9.5折；

活动5、活动期间老客户带新客户购房成交，可获赠一年的物业管理费(依此类推)，新客户在原优惠的基础上再多优惠30元/㎡

活动6、超低首付，轻松购房

首付3万元，便可办理贷款手续，剩余首付由开发商垫付，交房前收回。

地产系列活动篇二

“浓浓深情，反哺之恩”是20xx年的母亲节主题活动，我们

整个房地产中心筹备了整整一个月。从场地到参与人员，从赞助方面到喷绘内容，从活动形式到表演方案，甚至是从话筒音响到游戏所需小道具……事无巨细，样样都得考虑到。我们整个中心不过x个人，因着这件事忙的团团转了差不多一个月。可是结果却是好的，无论是形式多样的精彩的文艺表演还是花样繁多奖品丰盛的亲子游戏，都得到了到场家长孩子和众多路人的驻足观看，参与者也非常多。

活动在xx广场举行。广场的舞台后我们必须挂上xx的大喷绘，任凭我们几个长再高，也不可能挂上去的啊！

由于其规模较大，我们所需要的义工数量也非常多。但是这次活动本身是一个公益性质的义工活动，我们无法为参与人员提供任何补贴——哪怕是几块钱的车费。然而令人欣慰的是，连续三次，在我们发出通知后的几个小时内，我们的义工报名都很积极，人数最终达到xx人。尽管有两个同学最终因为某些事无法参加，但是我们绝大部分人都主动抽出时间配合我们活动的进行，有几个男生更是从早上8点一直跟随我们忙到下午活动结束后才离开。

此外，还有我们xx艺术团和校街舞协会的各位同学，不记得失，大热天的特地组织众多人员赶到表演现场为我们带来精彩的文艺表演，丰富了我们的演出内容，更吸引了大批的母子、路人驻足欣赏。扩大了本次活动的影响。

地产系列活动篇三

在情人节，手持一朵玫瑰，送上一份巧克力，是对爱的一种表达方式，更是对浪漫与美好事物的追求。有一种情谊比玫瑰更动人，那就是爱的`延续和传播。值此七夕情人节之际，秦新·巴塞罗那特拟举办“情定巴塞罗那，圈定幸福70年”大型特惠活动，为港城情人送上一份诚挚祝福，成就一个温馨的家。

活动主题：

情定巴塞罗那 驻守幸福70年

活动时间：

xx年x月x日——xx年x月x日

活动内容：七夕享钜惠，爱，就勇敢说出来

1、“情定巴塞罗那，驻守幸福70年”活动，选定各类户型房共4套，作为“情定巴塞罗那，驻守幸福70年”活动优惠户型。

促销房源表：

优惠内容：

1、活动优惠针对购置婚房情侣或改善住房夫妻，巴塞罗那给予该户型以“爱巢启动计划”为噱头的优惠。

2、凡对该活动持参与意向的情侣、夫妻可填写“爱巢启动计划”报名表，通过与客户沟通，了解客户实际情况后统一进行审核，最终确定4对夫妻、情侣获得“爱巢启动计划”名额，享有优惠。

3、凡获得“爱巢启动计划”名额客户获赠由巴塞罗那赠送的“情定巴塞罗那”情侣、夫妻证书一份。

4、凡在情人节活动期间在本楼盘购置100m²以上住宅情侣、夫妻送价值5000元定情钻戒一对。（可抵房款）

注：该活动资金来源于常规活动：购3房减5000元

5、凡在情人节活动期间在本楼盘购置100m²以下住宅情侣、夫妻送价值3000元国内浪漫豪华双人游一份。（可抵房款）

注：该活动资金来源于常规活动：购2房减3000元

6、凡在8月13日—8月18来访情侣、夫妻赠送定情精品玫瑰一支

7、凡在七夕情人节活动期间，老业主及落小定及以上新客户，均可参与“巴塞罗那之恋”活动。

活动内容：新老客户持情侣、夫妻恩爱照一张（可自带，亦可现场拍摄）张贴于以“巴塞罗那之恋”为名的宣传板上，由来访客户进行评判（每名来访客户只可评判一次，选出最喜欢的情侣、夫妻投1票）活动期后进行票数统计，最后票数最高的三名客户得到由巴塞罗那送出的价值500元爱情玫瑰水晶球一个具体实施流程：

8、材料准备：照相机1台

彩绘1副

“情定巴塞罗那”大型喷绘1张

装饰品若干（气球、彩纸彩带等）

9、活动日程安排

x月xx—x月xx

活动物料准备；（开发商）

广告宣传物料准备；（开发商）

x月xx—x月xx

广告宣传信息发布；（开发商）

销售人员预约客户，预估活动参加人数（xx汉隆）

x月xx—x月xx

活动物料就位；

活动准备（xx汉隆）

x月xx—x月xx

活动执行及解决现场突发事件（xx汉隆）

执行结束后，整理活动工作中的问题并统计（xx汉隆）

活动宣传

短信：在日常短信中加入活动信息，提供宣传。短信内容如：

“情定【巴塞罗那】，驻守幸福70年”大型七夕情人节优惠活动开放中，7.万元“爱巢计划”、精美情侣钻戒、豪华浪漫双人游等更多礼品等您来拿！

10、拱桥：活动期间，树立拱桥在项目部门前，参考内容如下：

喜迎七夕 情定巴塞罗那“爱巢计划”进行中！最高7.7万元爱巢基金与您共定幸福

11、现场布置：运用气球，彩纸等布置活动现场，营造七夕情人节浪漫氛围。

活动预算

活动物料清单及费用预算表

广告计划及费用预算表

地产系列活动篇四

一年一度的世界植树节即将到来!为了唤起全市人民植树造林、绿化环境、美化生活的共同意识和实际行动，为长沙建设成旅游风景城市添砖加瓦，*****国际新城联合**房地产信息网首发倡议书，广邀阳光100俱乐部会员和长沙各界人士于20xx年x月12日进行义务植树活动。

一、活动主题：绿色、氧气、健康、时尚；

二、活动主办单位：长沙房地产信息网；

活动协办单位：长沙阳光100国际新城；

三、活动时间□20xx年3月12日(星期六)8：40——14：00；

四、集合地点：黄行路步行街中心广场

植树地点：岳麓山；

楼盘参观地点：长沙阳光100项目会所；

五、交通工具：大巴车接送、自驾车；

六、种植树种、数量：公孙树，40棵；

七、活动流程：

1/09：00：黄兴路步行街集合；

2/09：15：宣誓；

3/09：30：出发；

510: 30: 到达植树地点;

a□植树造林;

b□互动游戏;

c□媒体现场采访活动主持人、会员和阳光100俱乐部负责人;

d□业主代表讲话;

5、14: 00: 活动完毕, 会员自由合影, 乘车返回金源酒店;

地产系列活动篇五

我是敏捷地产增城锦绣御景苑项目策划部的杨京城, 主要负责御景苑项目的媒体推广、现场包装、物料跟进、销售促销活动、月度推广计划初步拟定、配合策划经理, 协助销售部完成每月的项目推广策划工作。

回顾10年感触颇多, 由xx年地产的疯狂到10年地产的萧条可谓冰火两重天, 10年一场由美国次贷危机引起的百年不遇的金融风暴卷起千堆雪, 在经济全球化的趋势之下, 持续10年高增长的中国经济也不能独善其身, 面对来势汹汹的金融风暴, 中国地产更是首当其冲, 把地产行业推上了风口浪尖, 一场地产行业变革势在必行。

xx年年12月3日我从锦绣半岛项目回到增城锦绣御景苑项目工作, 又一次回到起点, 正所谓归零新起点, 我重新梳理作为地产策划人的工作思路, 重新总结工作经验, 一级地产市场的高标准、严要求; 一级地产市场的信息敏感度; 一级市场的推广思路; 一级市场的细节关注度等都是二级市场要借鉴的经验。10年度的楼市低迷, 客户持币观望, 是危机, 也是机遇, 也是对地产从业人员的洗涤及教化, 让我们明白卖楼不是买菜, 在低迷的楼市之下我们唯有练好内功, 方能度过

寒冬，否则潮水褪去之时就是那些没有穿泳裤的地产人士贻笑大方之时，所以我觉得10年就是一个心态的考验，一个对地产行业是否动摇的考验，10年地产从业人员是固守阵地还是放弃就成了心灵的煎熬。

其二：御景苑项目销售团队具有强有力的凝聚力，基层员工至高层领导齐心协力，项目的每次活动，每次推货大家都是尽自己最大的力去做好，在荔城各个项目中我盘员工的精神面貌和素质都是不错的，在楼市低迷的时候，销售团队的一鼓作气也是成败的关键，在楼市不稳定之时，心态也是战胜市场的关键。

其三：有了好的销售队伍，还有好的产品，锦绣御景苑项目是荔城公认的外立面最漂亮的社区，西瓦、米色围墙、澳洲砂岩、精雕细琢，经典无限；当然还有香港贝尔高林打造的立体式园林景观，移步换景，风景如画。

锦绣御景苑项目经过近3年的开发，由一期到目前的四期，一步一步拉升项目的形象，由毛坯到装修房，由洋房到别墅，一次又一次通过实践来验证市场，通过市场来调整推广策略，调整推货思路。

期数

推广名

广告主题语

推广方式

效果评估

御景苑一期

锦绣御景苑

湖畔尚品美宅

单张、影视、户外、电台、增城日报

首期开盘通过线上线下多种推广方式进行推广宣传，在xx年5月引领荔城楼市焦点

御景苑二期

湖畔豪园

观山望湖宽生活

影视、短信、户外、单张、

2期开盘是以产品为推广的重点，以实景体验生活为目标，是对一期形象推广的延伸和弥补，以10个标准来塑造好房子。

御景苑三期

御品名苑

荣耀人生享受非凡

影视、短信、户外、南都、广日□dm

3期开盘不但是御景苑产品的升级，更是项目形象的升级，别墅小区才是真正的精品社区，方能尊享非凡生活。

御景苑四期

峰景

生活在风景之上

影视、短信

“实践是检验真理的唯一标准”，那么地产楼市则是“市场才是检验楼市的唯一标准”只有市场才有话语权，市场认可的产品、认可的价格在10年低迷的楼市的大背景才能逆市飘红，才不会被遗忘。

其一：常规的现场物料包装，从细节入手，体现精品社区的细节，过程精品打造结果精品。

其二：销售宣传资料的准备，及时无误的准备好楼书、单张、户型图等销售道具。

其四：媒体推广宣传，户外广告以形象宣传为主，手机短信锁定目标客户群发送推货信息，影视广告从形象片到实景效果，然后又到形象片，频繁更换画面，增加新鲜度，几乎每周修改标版、走动字幕，为销售推货输出大量有效的信息，吸引客户到场。

其五：表演活动，10年楼市低迷，销售现场人气日趋下滑，而销售现场人气是否旺盛也是销售成交的关键，御景苑项目几乎每个月都举办一次销售现场的表演活动，涵盖高雅的舞台表演、寓教于乐的摊位游戏、活泼可爱的卡通真人秀、吸引客户参与的diy创意活动、让客户停留更多时间的美食品鉴活动，有新春派利是，喜庆的嘉年华活动、有抓住奥运热点的泳池开放日活动、也有锁定目标客户通过亲子联动的亲子运动会活动。总之目的一个活动就是为了集聚人气，为销售现场营造良好的销售气氛，促进销售成交。

经历了中国地产与“牛”同飞，与“熊”共舞的之后的我，心态更加平和，“牛市卖概念，熊市产品”，平时练好内功，抓好细节，做过程精品，在风云变幻的楼市面前，唯有不变

的是心态，是对地产的执着，我坚信通过国家对楼市的扶持，由“危”转“机”只是时间问题，09年挑战与机遇并存，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

地产系列活动篇六

房地产策划是在房地产领域内运用科学规范的策划行为。它根据房地产开发项目的具体目标，以客观的市场调研和市场定位为基础，以独特的概念设计为核心，综合运用各种策划手段，按一定的程序对未来的房地产开发项目进行创造性的规划，并以具有可操作性的房地产策划文本作为结果的活动。包括房地产战略策划、房地产广告策划、房地产营销策划、房地产物业管理策划等等”。

房地产策划的步骤是以假定的目标为起点，然后定出策略以及详细的内部作业计划，一求目标之达成，最后还包括成效的评估和反馈，而返回到起点开始了策划的第二次循环。

一、房地产策划的具体内容

（一）、从何策划：房地产策划考虑的主要因素

- 1、对房地产项目宏观方面的把握：房地产项目的策划应该首先考虑国家政治经济政策和发展情况、当地市场经济和消费水平状况，房地产行业的发展情况和项目本身和竞争对手的优劣比较。
- 2、考虑房地产本身的硬件设计和弹性要素：从地段、价格、区位、配套等硬件设施下手分析项目本身，提炼出与其他竞争项目的优劣对比。寻找项目的附加价值和象征意义，考虑目标消费者的需求，找出独特的，差异性的卖点，重点策划。
- 3、联系项目周围环境：项目不是独立的，它处于整个社会中，受到多方面的影响。分析项目周遭的社会环境和自然环境，

找到其优势所在下手策划。

（二）策划什么：寻找项目的卖点

2、产业嫁接概念：教育地产、运动社区、文化概念地产、旅游胜地等房产概念的产生实现了产业嫁接，进行资源整合，优势互补，相辅相成。比如奥林匹克公园地产的产生是住宅与体育产业有机嫁接的典型范本。

3、住宅附加值：生态园林、绿色地产、环保社区、智能化概念使房地产项目有了除硬件设施外更具吸引力的附加价值，寻找卖点可以联系周围环境和高新技术等方面发现其独特性和差异性，赋予其巨大的附加价值。比如石家庄西山渡地产就是依托周围环境，打造出生态旅游的特色别墅。

4、居住文化理念：寻找项目卖点可以从项目所代表的精神和意识层面下手，赋予其人性化的价值，从感情上建设消费者依托，由此产生了亲情小区、健康住宅假日公寓等地产概念。比如石家庄滨江尚城国际的策划重点突出了其酒店式精装公寓的差异性。

5、区隔消费人群：一个项目的策划要准确的寻找到目标消费者，然后从中进行区隔。白领公寓、工薪住宅、豪宅等就是在经济层面上对消费者进行区隔的结果，它准确定位消费人群，找到项目差异性卖点，进行针对性的策划。比如石家庄东方魅力房地产项目推出集约型城市青年生活社区的概念，在年龄和观念上对消费者进行了区隔，拉近了与目标消费者的距离。

6、建筑风格：寻找项目卖点可以考虑项目的建筑风格，在一成不变的城市高楼中，消费者也希望找到不同的、带有异国气息的房产，分析项目的建筑风格，赋予其不同的格调，可以成为很好的卖点。比如欧陆风、地中海风情、澳洲格调、岭南小镇、、现代主义等概念就是打造建筑风格卖点。比如

石家庄同祥城提出“140万平方米地中海始诗”的概念，维多利亚时代也提出“英伦范”的独特卖点。

二、房地产策划人员应该提高的知识和能力

（一）、知识素养：

房地产策划是一项复杂的活动，它不是仅仅限于项目本身文字组织，它是综合能力的发挥。进行房地产策划，应该了解建筑结构，构造基础，以便对项目的设计有明确的认识。明白房地产基础理论和房产策划的流程，使策划工作更加的顺利流畅，还要熟悉广告学、经济学、社会学、和心理学等方面的知识，这样才能分析经济环境和社会各方面的影响，了解消费者的心里预设，把握策划方向，创造出好的方案。

房地产策划总结

（二）、能力提高：

1、高度的热情和责任感：房产策划是一项很困难的工作，有时候工作时间固定，还需要做多方面的调查研究，这需要策划人对自己的本职工作有高度的热忱并且能持之以恒，有强烈的责任感，能为自己所作的策划对项目、消费者、社会负责。

2、人际沟通能力：作为策划人不只是埋头写作，更重要的是和公司内部人员和客户进行沟通，互相交流，整理资料素材，寻找共同利益点，所以需要策划人有良好的沟通能力才得以实现。

3、分析判断总结的能力：房地产策划人应该具有对宏观社会环境和微观房产项目的分析总结能力，判断其优劣性，总结房产项目卖点和消费者需要，创造出好的策划。

4、文字驾驭能力：房地产策划工作最终需要通过文字来传达思想和创意，它需要策划人有较高的文案写作能力，具有丰富的房产知识和高深的文化素养，并且能灵活应用。

5、创新能力：现在很多房地产策划都是一成不变，乏味可陈的，好的策划需要在对行业市场 and 项目的了解的基础上，发挥主观能动性，进行创造性的活动，要能标新立异，摆脱旧有桎梏。

6、熟练的计算机操作技能：现在的策划工作一般都需要使用计算来完成，这就要求策划人具有熟练操作计算机的能力。

三、有效的营销手段：

房地产营销是为了取得理想的推广效果，利用可动用的各种外部及内部资源进行优化组合，制定相关计划并统筹执行的过程。房地产营销面对不同环境，不同的消费人群有有多种多样的手段，其中比较有效的手段有策划楼价、活动营销、体验营销、关系营销、文化营销等。

1、策划楼价：对于房地产这种高消费品，目标公众有最朴实的消费心态物美价廉，因此最简单、最直接、最有效的策划方式就是楼价。各类档次的项目都需要策划楼价，项目价格的制定要考虑随行就市，必要时的降价促销，能够推动成交速度，达到销售目的。另一方面让利促销也是策划楼价的表现，比如折扣优惠、特价单位、送车位、送管理费等方式。

2、活动营销：在销售过程中可以组织一些活动，如联谊会、酒会等，能够增加销售气氛，增强已购买业主的信心和忠诚度，挖掘潜在客户，树立项目良好形象，促进销售。

3、体验营销：房地产营销可以进行项目模型建设或者样板房的现场体验营销，给客户最直观的感受，为其留下鲜明深刻的印象，彰显企业实力，宣传品牌，提高项目的知名度和美

誉度。

4、关系营销：关系营销是一种软性推销技术，其重视消费者导向，充分考虑消费者需要，通过企业和消费者的双向沟通，简历长久的稳定的对应关系，在市场上实力企业和品牌的竞争优势。

5、文化营销：现代生活下的消费者渴望居家之中的文化内涵，希望一种和谐的邻里关系、温馨的居住文化。项目应挖掘这一点，以此为营销重点，在建筑风格上体现文化内涵，通过富有特色的主题创意，提升住宅小区的文化价值，采取有效措施加强业主之间的沟通交流，提高项目文化设施的质量和品位。

总之，房地产的营销策划需要多方面的努力，需要以消费者利益为宗旨，以互惠为原则，以长远利益为方针，进行周密的调查分析，利用各种营销策略，促进销售，宣传企业形象，提高品牌知名度和美誉度。

地产系列活动篇七

活动地点：芜湖碧桂园销售中心、湿地公园

活动流程：

今年种下一棵树，几年后将收获一片绿荫。你可以带着孩子一起来种属于你们的亲子之树，你也可以和心爱的ta来种一棵爱情之树，你还可以和好友一起来种颗友谊之树，让树的成长见证曾经的岁月和年华。同时，植树造林，功在千秋，是一件非常有意义的事情，赶快来参加吧。

地产系列活动篇八

通过公关活动，在11月2日正式开售当天，达到吸引众多人流、

营造广泛口头流传、区域围内人群高度关注性的’效果。

2、场地：旧售楼处门口围不够大、且有一定角度斜坡，因此开盘活动场地设定在旧售楼部门口的话，交通题较难处理，也不利于人流秩序，建议深入（花园）里面一些。

上午0900以前，现场物品设置，参与人员到位，激昂音乐起

0900—0920调整，修正，沟通准确到位

0920—0940预备到位，激昂音乐止，轻音乐起。

0940—1000舞狮表演

1000—1007主持人致开场白（空投传单的充气飞机准备起飞）

1007—1018主持人宣布贵宾上台，并致词

1018—1020由贵方代表宣布“xx豪园开盘”。同时彩花齐放，舞狮、腰鼓表演，全场鼓掌。

1020—1025主持人宣布植树活动开始，由礼仪小组带贵宾到植树现场（xx花园内）

1025—1030由礼仪小姐带贵宾到楼盘展示处参观，舞狮跟随表演

1030—1040调整时间

1040—1045主持人点评，宣布艺表演节目及抽奖事项时间

1045—1055歌曲《我想有个》六人合唱

1055—1105主持人点评：介绍“xx豪园”概况及酬宾活动