

# 最新房地产促销礼品方案(汇总5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。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。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

## 房地产促销礼品方案篇一

以下六类促销手法在楼盘的操作过程中常常综合使用，根据各楼盘的特性，在不同的销售阶段采用相应的促销礼品方案和操作方式，力求做到“人无我有，人有我优”，这样才能达到促销的根本目的——楼盘销售和形象宣传。

方式：折扣优惠、特价单位、送车、送车位、现场抽奖、有奖游戏、送装修、送家居用品、送管理费、有价票券等。

这一类促销礼品方式在中低档楼盘中最为直接，也最为常见，常被综合使用，高档楼盘和大盘在内部认购期和尾盘期也常用这一类促销礼品手段。

这类促销礼品的方式属于以小博大的投资。通过给消费者一定的实惠，以较小的代价，拉开与周边楼盘的价差，加快销售速度，加快资金的快速回笼。

折扣优惠和特价单位在楼盘销售过程常被使用，在内部认购期间，折扣优惠往往是最吸引购房者的因素，而在尾盘期，特价销售往往能起“四两拨千斤”的效果，通过少数特价单位的销售带动其它单位的销售。

方式：会员卡、贵宾卡

这一类促销方式适用于知名发展商和大盘，一些实力雄厚、后续开发能力强的发展商往往通过使客户成为俱乐部成员或贵宾的形式，发展潜在消费群，这一类促销方式的效果是非常明显的，而且客户忠诚度较高。

第一种会员卡或贵宾卡是发展商的会员卡或贵宾卡，会员经常会收到发展商的楼盘销售信息和一些活动信息，会员购买发展商开发的物业可获得优先权或折扣优惠，这一类会员对发展商的忠诚较高，对发展商的企业文化有较高的认知度和认同感，往往出现二次购买，甚至多次购买。

第二种是消费会员卡或贵宾卡，知名开发商往往与一些比较知名的商场或饮食娱乐场所结成战略联盟，形成“双赢”，常见于商业面积较大，配套较齐全的楼盘。消费者在成为业主后到指定消费场所消费可获得一定的折扣优惠，如超市、百货商场、高尔夫俱乐部、西餐厅、咖啡厅等。这一类会员对发展商品牌认知度和忠诚度明显不如上一类会员，但对盟友的品牌认知度和忠诚度较高。

方式：长期展销厅、巡回展示

这一类促销方式适用于开发量较大的知名开发商和多期开发的大盘。

通过长期展销厅或巡回展示的方式，发布楼盘销售信息，展示楼盘形象和开发商的实力，培育目标市场和品牌知名度，长期展销厅一般设在消费力较强的城市和人流比较集中的商业中心，如建筑展示中心、招商的售楼中心、红石的建筑师走廊、奥林匹克花园等。

运用此类促销手法的开发商实力雄厚、品牌意识高，有意识地培育目标市场，宣扬企业的经营理念，在消费者心目中已形成较高的品牌知名度。

方式：社区文化、冠名赞助各类社会活动，如音乐会、电视剧、专栏节目等。

这一类促销方式多用于大盘和开发量较大的开发商。

在销售过程中，通过组织一些社区活动，如联谊会、运动会、酒会等，增加销售气氛，有利于增强已购买业主的信心和忠诚度，挖掘潜在客户，向外宣扬一种社区文化，树立楼盘的良好形象。

冠名赞助一些文化品味较高或与楼盘特质比较相近的社会活动，如音乐会、电视连续剧、财经节目、体育比赛等，针对目标客户群的喜好，有目的发布楼盘销售信息，有利于宣扬楼盘形象和提升楼盘的含金量。

方式：房地产展销会，如春交会、秋交会、港交会、住交会。

这是目前影响最为广泛的促销方式，效果也比较明显。

展销会就象一个大超市，会形成种聚光灯效应，为各个楼盘的集中展示提供一个展示平台，方便消费者一次性参观多个楼盘。各个楼盘在展销期间粉墨登场，八仙过海，各显神通，通过展位的精心布置和各种各样的优惠措施，充分展示楼盘形象和企业品牌，吸引参观者前往楼盘现场参观选购。

从近年各地的房地产展销会的效果来看，均取得了比较明显的效果，展销期间有大批置业者前往参观，展销会的影响力越来越大。

方式：各种节日，如情人节、妇女节、母亲节、国庆节、中秋节、圣诞节等。

特定的节日往往是促销的良机，各发展商充分利用各个节日的特定含义举办各类促销活动，以“师出有名”，在特定的

节日给予特定的对象以一定的优惠或赠送些小礼品，吸引客户购买。

利用节日促销礼品体现了发展商对购买者的人文关怀，对于楼盘的形象宣传和销售不无帮助，尤其是一些中小楼盘或小户型楼盘，往往能起到“奇兵突起”的作用，因此，节假日促销、礼品赠送常被使用，但由于节假日一般较短，因此，短期内效果并不十分明显。

中国老百姓根深蒂固的“家”理念，催生了房地产行业的繁荣，也带动了礼品、媒体、建筑、装修等行业的发展。大中型房企一般在新楼开盘、销售季、节庆等时都会准备赠品，吸引消费者，增加竞争力。同样预算的礼品，如何获得更好的客户效果？满橙电商——企业礼赠一站式解决方案提供商，为您的礼赠搭桥铺路。

满橙集多年礼赠行业丰富经验，结合电子商务发展大趋势，首创“满橙大礼包”礼品册之全新送礼模式，结合满橙礼品商城线上服务与线下全国物流免费配送到家的领先服务，真正实现浓缩礼品精华于一册，礼册价位从几十元至上千元不等，满足层次多样化的客户群，让礼需者送的体面，收得满意。展现一册打尽天下好礼，集便捷、心意、创意与真挚为一体的送礼初衷，大大提高礼遇满意度。

《满橙礼录》是满橙20xx尊推的全民礼品仓储手册，以多、精、质为准，将“荐”与“萃”呈现给全民，并任其自选的礼品实物画册；数十种类别、几千款精品皆由满橙精雕细琢所呈□vip会员全程尊享品级服务，特享会员购买价、优先购买权、礼品优惠专案、消费全程透明、专属员工福利管理、客户营销弹性管理通道。

满橙将礼品的专属及受者心理融入了文化、赋予了灵魂。好的礼品不仅是产品自身的优劣特点和功用，还有赋予它的核心文化礼仪概念，使其独树一帜、独一无二、个性随心。满

橙将礼品专属概念延展至姓氏、昵称、性格、代名词、专用语等您的个性专属标记上，在礼者、受者间的情感纽带印刻了深深的情感烙印。情谊传递的同时，企业文化宣传也渗入客户心间。

中国房地产业近几年快速增长，房地产已成现今最受社会关注产业，楼市在政府调控下商业地产正逐步变为吸金洼地，赠送礼品成为一种文化。由于行业的特殊性，的主题往往与“房”离不开，楼盘开盘的时候派发的促销品，销售中附带的家居用品或者是纪念品都是房产礼品的主打。鼎翰文化提供专业的礼品方案服务，让你的采购不再麻烦。

作为房地产开发商，如果仅仅用传统地视觉跟听觉传媒广告来推广自己的产品那是不够的。如果开发商定制一些广告促销礼品印上自己的专有logo将会给客户留下深刻的印象。

一张小小的健康饮食养生贴，饮食黄金搭配、食物搭配禁忌，健康养生食谱，涵盖饮食生活各个方面，是全家健康饮食必不可少之佳品。养生贴特意为各家公司预留了放置公司logo的位置，为企业宣传加一把力！

不知不觉，我们的生活走进“卡”时代，卡包让卡有所归，卡有所用，让您的生活更加省时、省心。卡包封面、封底广告位，能潜移默化地发挥传播功能，携带方便、时尚创意的礼品，保持企业形象的长久有效，大大降低沟通成本，交流互动更顺利。

“乐呵”玻璃系列产品集清新自然、绿色环保、造型别致、美观实用等优势于一体，打造最具性价比的礼品，提供专版定制服务，突出产品的实用价值，属于低投入、高回报的房地产促销礼品。

餐桌广告，点对点精准传播，让客户在每天的饮食生活中接受品牌宣传，重复渗透传播，接受程度高。健康环保，享受

完美生活，更有专版定制的精美包装盒。

源起潇湘楚地，效千年制香古法，承“贡品艾香”之精妙，追求道法自然，创“静馨坊”健康养生香。艾香，是清静、优雅、馨悦生活的象征，因其养生、保健之功效，是房地产商表达关爱的佳品。

故人来，有洞庭秋月。颇具特色和文化底蕴的潇湘八景礼盒，用茶艺人生“礼”出健康，展现企业高雅的文化品位。本款礼品在包装上采用了颇具盛名的《潇湘八景图》，无论从风格、题材、技巧、意境上都有着浓郁的文化气息，馈赠最合适！

尊贵、奢华、精致、卓越，这是尊尚坊精致厨具套装给人的第一感觉，送出如此高档、时尚、浑身散发着英国皇室贵族气质的厨具套装，既彰显了企业的实力，又让受礼者倍感尊崇！十分适合房地产商馈赠公关使用的高档礼品。

要如何选择？鼎翰文化从事礼品行业16载，可根据各类房地产开发商情况进行系统策划，并开发出适合于房地产开发商自己所需的广告促销品、房地产开盘礼品、房地产活动礼品，客户回馈礼品、活动抽奖礼品，品种多样、样式新颖。

## 房地产促销礼品方案篇二

作为房地产开发商，如果仅仅用传统地视觉跟听觉传媒广告来推广自己的产品那是不够的。如果开发商定制一些广告促销礼品印上自己的专有logo将会给客户留下深刻的印象。

一张小小的健康饮食养生贴，饮食黄金搭配、食物搭配禁忌，健康养生食谱，涵盖饮食生活各个方面，是全家健康饮食必不可少之佳品。养生贴特意为各家公司预留了放置公司logo的位置，为企业宣传加一把力！

## 房地产促销礼品方案篇三

中国房地产业近几年快速增长，房地产已成现今最受社会关注产业，楼市在政府调控下商业地产正逐步变为吸金洼地，赠送礼品成为一种文化。由于行业的特殊性，的主题往往与“房”离不开，楼盘开盘的时候派发的促销品，销售中附带的家居用品或者是纪念品都是房产礼品的主打。鼎翰文化提供专业的礼品方案服务，让你的`采购不再麻烦。

## 房地产促销礼品方案篇四

方式：各种节日，如情人节、妇女节、母亲节、国庆节、中秋节、圣诞节等。

特定的节日往往是促销的良机，各发展商充分利用各个节日的特定含义举办各类促销活动，以“师出有名”，在特定的节日给予特定的对象以一定的优惠或赠送些小礼品，吸引客户购买。

利用节日促销礼品体现了发展商对购买者的人文关怀，对于楼盘的形象宣传和销售不无帮助，尤其是一些中小楼盘或小户型楼盘，往往能起到“奇兵突起”的作用，因此，节假日促销、礼品赠送常被使用，但由于节假日一般较短，因此，短期内效果并不十分明显。

## 房地产促销礼品方案篇五

中国老百姓根深蒂固的“家”理念，催生了房地产行业的繁荣，也带动了礼品、媒体、建筑、装修等行业的发展。大中型房企一般在新楼开盘、销售季、节庆等时都会准备赠品，吸引消费者，增加竞争力。同样预算的礼品，如何获得更好的客户效果？满橙电商——企业礼赠一站式解决方案提供商，为您的礼赠搭桥铺路。