

# 红色项目营销策划方案 项目营销策划方案 (通用5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。

## 红色项目营销策划方案篇一

2、选择访问量大的正规站，比如搜房网，设立自己的宣传网页；

4、成立客户服务热线，快速处理客户投诉与客户疑问，在公司现有的情况下力争客源；

6、参加一些评比活动，取得一些评比证书；

7、工地现场、售楼处及样板房精心装修，增强客户的购买欲望及视觉效果；

8、电台广播，随时随地，敏锐性强，可以起到强迫客户接受广告宣传的效果；

9、进行潜在客户的开发，同时可以适当的提供额外优惠等。

10、付款方式

(2)分期付款：首付达到45%以上的，免一年物业管理费；

(3)银行贷款：本公司为其出示证件，并可以作为其银行贷款的担保人。

## 红色项目营销策划方案篇二

活动期间，消费者凭宣传单进店即可领取小礼品一份。数量有限，送完为止。

### 活动二：感恩连好运

活动期间，凡在本店消费满一百即可参加抽奖活动(中奖率100%)，惊喜多多，认购从速。

### 活动三：实惠感恩心

活动期间，凡一次性消费满168元即可享受8.8折优惠；满268即可享受8折优惠，买的越多折扣越多。

## 红色项目营销策划方案篇三

1、鉴于目前宏观调控政策的影响，已认筹客户及时的选房开盘，将意向客户转变成购房客户，及时回笼销售资金是我们目前重要的工作。

2、通过本次开盘活动盛大宣传，为二期后续销售吸引一定的人气

认筹时间：3月8日-5月日 认筹数量：78组

鑫隆名居销售大厅

20xx年5月日上午9点30分

1. 邀请辉县市政府或区政府相关领导(条件不允许，可开发商

领导代替)进行开盘盛典剪彩仪式。

2. 通过舞台表演吸引人气，可邀请辉县市知名演艺乐队进行表演

3. 邀请辉县市老年军乐队或鼓舞队表演来助阵。

4. 邀请已认筹客户现场参与开盘选房活动来调动潜在客户的积极性。

5. 已定房客户领取奖品提升客户对楼盘的美誉度

舞台尺寸建议10米xx7大小，结构轻钢为主，高度30-50厘米之间，调动现场观众的互动性和参与性，舞台背景以红色为主，热烈奔放，更具视觉冲击力，地面铺设红色地毯，音响及话筒由演绎乐队自备。舞台表演以歌曲，舞蹈，魔术为主导内容，中间穿插项目的介绍，抽奖，有奖问答等环节。

军乐队或锣鼓队布置：统一红色服装，乐器自备，位置根据现场安排在舞台左右，人数最少20人以上，有专人负责，根据现场活动时间安排。

1、将售楼部两侧距售楼部500米范围内插上彩色旗帜来增加喜庆和导视作用。

2、售楼部后楼体以及对面楼体上置20xx5米喷绘(内容见后)2块，内容以开盘文字为主。

3、售楼部门口安置两个金象(寓意吉祥，美好，发财)，两金象之间为15米尺寸拱门，上置条幅(内容见后) 升空礼炮，旋风彩带，如果条件允许在售楼部前安全位置安放，数量为6或者8个，在剪彩仪式进行时从听觉和视觉上达到更好的效果。

4、售楼部外斜拉条幅，根据售楼部外观的布置，在确定条幅

的数量

售楼部内部顶部以吊旗和气球从视觉上来渲染开盘气氛，案场设置开盘流程展架，认购须知来引导客户，案场音响释放激昂乐曲从听觉上烘托紧张氛围，引起客户的购买冲动。布置抽奖区，放置抽奖道具和奖品激发参与欲望。

售楼部内具体划分区域：

客户等候区--客户选房区--客户签约区--奖品区

3、客户签约区设置在财务办公室前区域，签约和财务收款为一体

4、奖品区设置在签约后边门口处。

## 红色项目营销策划方案篇四

感恩节回馈“送健康免费体检”。

活动营销。

借活动提升企业和项目的品牌形象。

业主。

20xx年xx月xx日8：00——16：00点[]xx房产公司在xx分公司的中间联络下，聘请xx医院副主任级别以上专家进入社区，为xx业主提供了一次专业的“送健康免费体检”活动，为广大业主进行了健康检查。同时，现场解答业主健康方面疑问，给业主提供改善健康计划的建议等，获得业主的一致好评。

xx房产公司一直以打造国际化高档社区为己任，在对业主的服务上猛下功夫。这次活动既充分体现了开发商对业主的贴

心关怀，又成功地做到了“社会资源的整合与共享”。

策略分析：

都市紧张的工作节奏使人们更加注重居住的服务品质，体现高品质生活的“宜居、健康、生活”的住宅理念也应运而生，并受到市场的热烈追捧。珠江帝景的这次“送健康”活动，进一步丰富北京珠江帝景社区的文化生活，为业主们营造一个更加良好的健康居住氛围，同时也树立起合生和珠江帝景的市场口碑。

xx房产公司———赞助经典芭蕾《罗密欧与朱丽叶》天桥上演

11月25日，由xx房产公司项目赞助，摩纳哥蒙特卡洛芭蕾舞团演出的“xx房产公司———新古典之夜”芭蕾舞《罗密欧与朱丽叶》vip专场演出在xx天桥剧场举行。该活动还推出了价值两万元人民币的天价票，即每购买一张两万元票的观众都可以将此票作为“代金券”，在“xx”购置指定尊贵户型时冲抵等值房款。开发商赞助芭蕾舞这样的高雅艺术在国内还属首次。

## 红色项目营销策划方案篇五

在预热期，大量的作业是一些推广前的准备工作，广告运用为软文和

户外媒体。人员推广只是配合企业内部进行的认购工作。在这个期间，推出“美丽河畔的空中花园”的宣传主题，让大家开始了解本项目的整体品味。

### (2) 公开推广期

进入公开推广期，项目被正式推向市场，这个阶段可以增加

户外广告的投放，并开始运用dm□人员推广，也辅助以软文广告，把市场渐渐热起来。这个阶段可以推出“美丽河畔的空中花园”和“风尚的薄板洋房生活”宣传主题，在让客户了解楼盘品味的同时，更多的了解楼盘的设计理念，这样更贴近生活更有生活气息。

### (3) 强力出击期

强力出击期是项目推广的核心阶段，力求达到签约的高峰，这一阶段的推广十分重要，必须综合运用所有的推广方式，包括户外广告、人员推广□dm□电话跟踪等，配合销售达到顶峰。“美丽河畔的空中花园”、“风尚的薄板洋房生活”“中心城中城”强势推出，冲击消费者的心理，让其更加详细全面了解楼盘的特色，促使其达到最终的购买欲。

### (4) 消化期

强力的出击期过后的消化期，我们着重对前期客户的消化吸收和一些事务性工作。此外，还应对此次推广策略的修正和检讨，努力为下一个营销周期的到来做准备。