

房地产十月份国庆活动方案及策划 房地 产国庆节活动方案(汇总8篇)

项目策划需要考虑项目的时间和资源限制，制定出合理的优先级和计划。小编希望这此年会策划范文能为你的活动策划带来一些新的思路和想法。

房地产十月份国庆活动方案及策划篇一

国庆七天黄金周，除了是旅游旺季外，也是全家睇楼买楼的好时机。市内各大小楼盘，均将展开铺天盖地的宣传及促销攻势，以祈提高售楼销量。除了楼盘的地段、楼盘的质素等等综合因素外，如何在众多售楼广告中，吸引并促使买楼人士莅临售楼现场，详细了解楼盘的详情及参观现楼，以及提高现场的人流量，将是房地产发展商每一次宣传及促销活动收效与否的首要关键因素。

随着人们生活水平及文化水平的不断提高，如何科学孕育下一代，让自己的宝宝赢在起跑上，是每一个父母、每一个家庭重点关注的问题。一切与宝宝有关的讯息，均将引起每一个家庭的注意。而这些新一代家庭，大多收入稳定，三代同堂，正是买楼置业的人生阶段。

1. 主题：“国庆假期何处去?一齐去参加“国庆亲子合家欢”活动啦!让你和bb一展身手!”
2. 时间：10月4、5、6、7日
3. 地点：各楼盘内
4. 内容：宝宝竞赛、亲子竞赛、儿童健康及教育咨询
5. 目标对象：0-6岁婴幼儿家庭

6. 主办单位：

协办单位□xxx亲子俱乐部

7. 宣传范围□xxx地区

8. 目的：

1活动项目：

类别

比赛项目

适合年龄

宝宝竞赛

爬行组

1岁3个月以下、且未会独立行走的宝宝

健步组

2岁以下、且可以独立行走的宝宝

跳跃组

2岁以上宝宝

“亲子合家欢”

竞赛

毛毛虫

爬行组宝宝及家长

接力拼图

健步组宝宝及家长

齐步走

跳跃组宝宝及家长

1组织流程：

1. 广告宣传过程中突出报名电话、报名点、报名截止日期，由家长自行电话报名或到各售楼部报名，并通知其于指定时间内回来领取参赛号码。

2. 将报名名单分类、分时间、分场地，编排参赛号码

3. 发放参赛号码

4. 活动当日，凭号码牌参赛

5. 当日流程：

略

(2) 亲子竞赛

比赛过程中奖小组冠军

现场咨询、参观

回收积分卡(要求卡上的项目全部参与过)

投入抽奖箱、发小礼品

10□30

集中大堂抽奖、颁奖、有奖问答

10□40

结束，自由活动

6. 现场分区：

1比赛区：爬行组区、竞走组区、跳跃组区

1咨询区：楼盘咨询区、儿科专家咨询区、早期教育咨询区

略

1. 广告媒体□xxx有线电视台、宣传海报、活动单张

2. 传播途径：

1电视广告宣传

1各楼盘内、城东公园、芙蓉公园、体育中心、等人流稠密地点张贴宣传海报

1各售楼现场□xxx□大型妇婴用品店(bb屋、弄潮儿、幸福天使、阳光宝

房地产十月份国庆活动方案及策划篇二

1、大中城市房地产市场回暖。

2、处于每年的销售旺季（金九银十）。

1、一期d区e区f区剩余房源大部分为六楼。楼层相对较高。

2、g区g8区g9部分房源存在明显的产品缺陷

3、三期即将认筹，开盘在即。

针对目前房地产发展的现状，及项目本身特点及产品特点，特制定十一促销活动方案，旨在促进一二期房源的销售，为三期的开盘做足准备工作。

1、增加小区的知名度。

2、制造营销气氛，最大化的去化二期剩余房源。

3、增加三期a1号楼的认筹数量，树立三期项目形象，为开盘奠定好基础。

10月1日—10月7日

主题一：“国庆豪情盛典，舞动黄金海岸”

主题二：“欢度国庆之喜，领略黄金真情”

主题三：“活力黄金周，超值优惠7天乐”

1、黄金周每天推出8套特价房（主要以二期特惠房源及g9一口价房源为主）；

3、活动期间，天天豪礼相送，凡是国庆期间到访的客户均有机会参与抽奖，每天开奖两次（上午、下午各一次，视现场气氛而定），凡是签约客户均可获赠电饭煲一个，多买多赠
抽奖奖项设置：

一等奖：电饭煲两名（每天提供两台）

二等奖：台历三名三等奖：购物袋若干

- 1、网络（搜狐焦点新闻报道、现场报道，新华网）
- 2、短信（短信定于9月30日、10月3日每天两万条信息）
- 3、报纸广告（今日莱州半版，暂定9月29号）
- 4、国庆宣传易拉宝
- 5、户外演出的一场或花车游行3天

室外：

- 1、横幅：0.7×10米×2条
- 2、国庆抽奖礼品的堆放；
- 3、气球装饰：大门、礼品区；
- 4、吊旗；
- 5、易拉宝展示

短信内容（待定）：

房地产十月份国庆活动方案及策划篇三

- 1、抓住国庆销售旺季机会，促进终端销售。
 - 2、迎合公司批量新品上市，推广公司新品。
- 1、终端促销时间□x月x日（周x□—x月x日（周x□
（含两个周末和7天国庆假期，共计16天）

全国各终端零售网点（含专卖店和散批客户）。

1、感恩祖国、东金献礼

（1）终端凡是在x月x日—x月x日期间的提货，可获得相应提货数量的礼品配备支持，用于国庆促销活动赠送消费者来促进终端销售。

（2）礼品配备原则：原则上每一件产品，配备礼品一个，但礼品数量有限，先提先配，配完即止。

2、国庆促销、提货优惠

（1）终端凡是在x月x日—x月x日期间的提货，满2万可享受全场9.5折。

1、所有的礼品赠送必须按标准执行，严禁截留礼品，严禁把礼品挪作它用，严禁售卖礼品。

2、敬请各位经销商提前积极、及时备货，已备满足在国庆活动期间活动需求，以免影响活动效果。

1、购物券须当日消费，购物满xxx元方可使用，每人每券限用一次。

顾客、促销、处理品不参与活动。费用预算：限制购满xxx元可使用□xx元抵用券，相当于最低9.3折，满xxx元相当与9.5折，买的越多，折扣越低。每天限前50名，既可限制费用又可吸引人气，提高人流量和销售。

1、店内布置。包括吊旗，展板，充气门等。

2、报纸、无线电、电视宣传。

3、宣传单的发放。

4、网上论坛宣传。

房地产十月份国庆活动方案及策划篇四

一、活动背景：

9月28日安排暖场活动，提升周末客户到访量，可提前释放国庆节活动信息，为

国庆节活动提前邀约客户。

针对国庆节假期安排系列活动积蓄客户，增加客户到访量。

金九银十的重要节点，为售楼部创造良好的销售气氛，增加项目人气。

二、活动内容：

三、活动对接

活动对接人：房地产国庆暖场活动布场、盯场负责人：具体内容：

9月28日

活动内容：1、捕鱼达人

参与嘉宾在水槽中捞取小金鱼，每人可捞取6条金鱼，并赠送小鱼缸与水草。

2、精美冷餐

四款蛋糕按口味分别，两款点心，三款水果，两款饮料

活动内容****邀您一起法国之旅voiceoffrance!

1、法国美食之旅推出一系列法式美食(七天七款)，让客户在明威橡树湾就能品尝

和学习到法式美食及其制作方法。

day1:感受法国蓝带级烹饪美食

day2:来自葡萄牙的“液体黄金”——银鳕鱼

day3☐法式经典点心，感受异域风情。

day4☐法式焦糖布丁为您的孩子学道法式甜点吧。

day5☐法国大餐一般人也能学会，品尝法式美食，学做大餐。

day6☐简单易学的法式美食——法式水果饼

day7☐感受法国浪漫气息，学做法式巧克力，学学法国人的浪漫吧

2、法国艺术之旅(七天三款)，通过与美食的相互应，保证现场气氛的热烈。

day1☐法式奢华享受，每个人都拥有，法式香水diy☐把法国带回家。

day2☐梵高什么的弱爆了，在这里就算涂鸦，你也是艺术家，快来画油画吧。

day3☐法式风情建筑diy☐让您的孩子从小就做建筑师。

四、费用预算

周末活动日期：9月28日

国庆活动日期：10月1日至10月7日活动分为两部分美食之旅与艺术之旅

房地产十月份国庆活动方案及策划篇五

1、负责：企划部

2、成员：各部门负责人

二、活动时间：20_年9月份

地点：凯悦城售楼处

准备：职业顾问电话邀约、外面截流

三、国庆节策划方案——活动目的：

1、促进开盘成交客户签订合同

2、提升当天现场售楼处气氛，使得房子很抢手

3、为凯悦城打响名气，促使人际口碑效应

四、国庆节策划方案——活动主题：

庆国庆，迎国庆，送大礼！

五、活动口号：望景送情意，国庆礼上礼

六、国庆节活动方案——场景布置：（时间开盘的前一天）

（一）、场外布置：

大门对联：万家团圆迎国庆，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；(条幅或者对联，5元一米，5米x5=25元)

外墙悬挂巨幅：宽：高=10m_13m□宣传活动内容；(130平方米x10=1300)

在门上方悬挂大红灯笼8个□(26x8=210)

共计费用：30+1300+210=1540元=1600元

(二)、场内布置：(开盘的前一天)

1、条幅：欢迎光临“凯悦城”售楼处

2、在一楼大厅设立一个大月饼;(kt板或塑料材料价格不详，预算大概300元)

3、在一楼入口处设立一座牌坊，在加上两个人进行现场月饼制作，在牌坊上端悬挂吊牌写上家乡月饼，烘托做月饼和家乡的气氛；(牌坊加上原料和人工1000元)

4、租用婚庆公司的地毯、拱门、音响、(500元)

5、在各楼层通道摆放上50个小吊旗(4x50=200元)

6、中厅中央吊一个大型(2、5米宽)的灯笼(用kt板制做)，在大灯笼下方吊方块字样“国庆节快乐”，在从再加上其它的装饰物。(费用500)

共计费用：2600元

七、国庆节活动方案——宣传策略(时间：开盘前一天准备到售楼处)

1□dm海报宣传；

a□宣传内容：项目的户型与配套优势等相关内容；

b□时间：20_年8月30日；

c□宣传形式：图片加文字。

2、场外巨幅、展板宣传；

3、场内播音宣传；(售楼处有)

活动流程

新客户到达售楼中心——进入签到区签到——拿排号单或序号——客户集中到门外——现场维持开盘前客户情绪，待开盘开始，由销售带客户购房，已签订购房认购的客户——由销售带客户进行现场砸蛋区——由客户砸蛋获取奖券——销售带客户去领奖去等级(需带认购和客户身份证)——核对后领取奖品——销售让客户从后门离开。

(置业顾问全程接待，并一对一介绍，促进成交几率，深入挖掘潜在客户群)

八、活动费用

外场景布置(巨幅+灯笼+对联)费用1600元

内场景布置(kt板+牌坊)费用2500元

不可预算费费用500元

共计费用：4600元

文档为doc格式

房地产十月份国庆活动方案及策划篇六

房地产国庆节活动主题：国庆豪情盛典，舞动黄金海岸

一、市场现状：

- 1、大中城市房地产市场回暖。
- 2、处于每年的销售旺季(金九银十)。

二、项目现状：

- 1、一期d区e区f区剩余房源大部分为六楼。

楼层相对较高。

2g区g8g9部分房源存在明显的产品缺陷

- 3、三期即将认筹，开盘在即。

针对目前房地产发展的现状，及项目本身特点及产品特点，特制定十一促销活动方案，旨在促进一二期房源的销售，为三期的开盘做足准备工作。

三、活动目的：

- 1、增加小区的知名度。
- 2、制造营销气氛，最大化的去化二期剩余房源。
- 3、增加三期a1号楼的认筹数量，树立三期项目形象，为开盘奠定好基础。

四、活动时间：

10月1日—10月7日

五、活动主题：

主题一：“国庆豪情盛典，舞动黄金海岸”

主题二：“欢度国庆之喜，领略黄金真情”

主题三：“活力黄金周，超值优惠7天乐”

六、活动内容：

1、黄金周每天推出8套特价房(主要以二期特惠房源及g9一口价房源为主)；

3、活动期间，天天豪礼相送，凡是国庆期间到访的客户均有机会参与抽奖，每天开奖两次(上午、下午各一次，视现场气氛而定)，凡是签约客户均可获赠电饭煲一个，多买多赠抽奖奖项设置：

一等奖：电饭煲两名(每天提供两台)

二等奖：台历三名三等奖：购物袋若干

七、宣传方式：

1、网络(搜狐焦点新闻报道、现场报道，新华网)

2、短信(短信定于9月30日、10月3日每天两万条信息)

3、报纸广告(今日莱州半版，暂定9月29号)

4、国庆宣传易拉宝

5、户外演出的一场或花车游行3天

八、现场包装：

室外：

- 1、横幅：0.7*10米*2条
- 2、国庆抽奖礼品的堆放；
- 3、气球装饰：大门、礼品区；
- 4、吊旗；
- 5、易拉宝展示

九：物料准备及费用预算：

短信内容(待定)：

国庆豪情盛典，舞动黄金海岸。

莱州黄金海岸小区二期典藏现房2210元/m起售，三期观海高层认筹活动交2万抵3万火爆进行中。

黄金热线☐XXXX-XXXXXXX

房地产国庆节活动主题：顺驰太阳城——举行国庆节马戏表演(天津)

类型：活动营销

目的：借助活动营造社区文化

目标客户群：业主

十月四日至六日，顺驰太阳城的客户组织——阳光会在社区里组织了一场精彩的马戏表演，包括老虎和狮子骑马、打滑梯、钻火圈、跳火圈表演；狗熊骑车、晃板表演；猴子骑车、高空踩球表演；还有可爱的小狗集体跳跃障碍、钻圈等等，引起了在场群众的阵阵喝彩声。

在场的业主纷纷表示：这次阳光会带来的马戏表演，使业主第一次感受在家看马戏，既新鲜又刺激，让他们度过了一个快乐难忘的国庆长假。

阳光会成立了三周年，会员达1万多人，含盖太阳城的5000多户。

业主三年来，阳光会本着共建“我的七彩生活的太阳城社区文化”为宗旨，通过各种方式，为太阳城业主提供子女教育、文化娱乐、美体健身、消费指南等方面的服务。

策略分析

国庆黄金周犹如市场的杠杆，各大开发商纷纷使出浑身解数，目的也是为了给自己增加砝码。

顺驰太阳城阳光会此次在国庆长假举行精彩纷呈的马戏表演，不但为项目营造了健康、欢快的社区文化氛围，同时也可留住广大业主的心，增加品牌的社会影响力。

房地产十月份国庆活动方案及策划篇七

活动背景：

国庆七天黄金周，除了是旅游旺季外，也是全家睇楼买楼的好时机。市内各大小楼盘，均将展开铺天盖地的宣传及促销攻势，以祈提高售楼销量。除了楼盘的地段、楼盘的质素等等综合因素外，如何在众多售楼广告中，吸引并促使买楼人

士莅临售楼现场，详细了解楼盘的详情及参观现楼，以及提高现场的人流量，将是房地产发展商每一次宣传及促销活动收效与否的首要关键因素。

随着人们生活水平及文化水平的不断提高，如何科学孕育下一代，让自己的宝宝赢在起跑上，是每一个父母、每一个家庭重点关注的问题。一切与宝宝有关的讯息，均将引起每一个家庭的注意。而这些新一代家庭，大多收入稳定，三代同堂，正是买楼置业的人生阶段。

主办单位：房地产开发公司

协办单位：代理公司

活动时间：10月1日——10月3日或10月6日

活动地点：广场。

活动内容：

(1) __街口-儿童“金鹿杯”《阳光下成长》绘画比赛活动；
购房知识咨询服务活动。

(2)、__广场-购房知识咨询服务活动。

活动程序及要求：

(1)、儿童“金鹿杯”《阳光下成长》绘画比赛活动

a□联络小学或幼儿园，邀请老师带一班学生来参加绘画比赛。

b□办理相关手续。

c□成立绘画比赛评委，邀请有绘画专业知识的或稍有名气的

人参加。

d□准备好铺地的绢布和礼品、奖状、奖品。

e□由公司派出一名主持人，负责活动的组织、管理；一名现场维护人员，负责秩序的维护及安全防范。

f□布置现场。地下铺绢布，挂“__市金鹿杯阳光下成长儿童绘画比赛活动”横幅，设置评委台。

g□老师及学生1：00钟入场，1：30分钟开始绘画，3：30分钟交卷并经评委评选，4：00钟发奖，4：30分钟活动结束。

（2）、购房知识咨询服务活动

a□联络场地并办理相关手续。

b□现场布置。两张普通办公桌，铺红色台布，台布上印字：__城市花园—购房知识咨询服务台；并设置幕景，幕景边框用白、浅蓝、黄三色编织成螺旋状。

c□咨询师一名，准备好购房的相关法律、法规和购房程序等知识资料。

d□促销小姐一名，佩带绶带或工作牌，准备好“”宣传资料，适时派发并口头宣传。

e□该活动在__街口增加气模拱门及宣传横幅的设置，并有两具活动卡通气模在__街口和__门之间游行。

f□在两处活动地点皆放置展板若干。

费用预算：（略）

房地产十月份国庆活动方案及策划篇八

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。