

最新房产公司抽奖活动 房地产活动方案(优质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。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

房产公司抽奖活动篇一

2、 加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；

4、 增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

二、 活动主题：中秋月·邻里情——天中豪园中秋节感恩答谢酒会

三、 活动时间：9月12日(周五，农历八月十三日)下午5：00-8：35

四、 活动地点：天龙酒店宴会厅(须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全)

五、 活动参与人员

1、 认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、 天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者(文字 摄影)

3、 **公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

六、参与方式

1、 客户：由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、 媒体：由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注：制作出邀请券放置营销中心，共分三联，凭第一联入场，第二联抽大奖，第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人（一张最多3人参加），总人数控制在180-230人左右。

七、 活动形式：自助冷餐酒会 互动游戏 表演 抽奖 隐性项目推介

八、活动内容及流程

时 间 节目安排 备注说明

5: 00 客户陆续到场并签到 安排背景音乐，同时发放项目最新的折页，来宾签字将采取在签字板签字的形式，同时为签字的来宾在签字板前照相留念，既可以增加此次酒会的重要性，又可以体现人性的归属感。此签字板在本次活动过后可裱起来放在销售中心作为纪念，以展示项目的社区和谐氛围。来宾签字后同时将抽奖卷放进抽奖箱。

6: 00 开场演员演唱《花好月圆》 掀起现场之节日气氛。

6: 05 主持人致开场欢迎词

6: 08 **公司代表及客户代表致辞 邀请一位客户代表本次酒会的来宾与开发商共同致辞，在增进双方共识的同时突出发展商对客户的尊重；客户代表及发言由发展商安排。

6: 10 主持人公布活动主要内容 主要概述有奖互动游戏及抽奖之信息。

6: 15 节目表演 豫剧及流行曲等共2首，推高现场气氛。

6: 25 **公司代表讲话，宣布冷餐会开始并祝酒 介绍片区及项目未来远景描述，表达对客户支持的感谢。

6: 30 歌舞表演 音乐演奏表演、歌曲演唱等共5个表演，让主办方与客户在愉快中交流及进餐。可邀请客户即兴表演。

6: 50 互动游戏 中秋有奖猜谜。

7: 10 国基公司代表讲话及第一轮砸奖 讲述承建商资质、项目工程质量及工程进度。抽奖3份，被抽中人员上台砸奖(模仿央视砸金蛋游戏)，国基代表颁奖。

7: 25 互动游戏 中秋有奖猜谜以及项目知识问答。

7: 45 趣味表演及歌舞表演 各一个表演，增加现场欢笑声。

8: 00 规划设计院代表讲话及第二轮砸奖 讲述建筑设计理念，所能提供给居住者的优越品质生活。抽奖5份，规则同前次，设计院代表颁奖。

8: 15 独唱 2首，第一首演员独唱，第二首可邀请现场观众共同即兴表演。

8: 25 **公司代表介绍最新销售政策，第三轮砸奖 宣布项目最新优惠政策。抽奖8份，规则同前次，代表颁奖。

8: 35 共同歌唱《朋友》，活动结束，客户领取礼品 由主持人及演员领歌，在欢乐中结束活动。

备注：

餐饮费标准：建议为80元/人，总费用预计为 $200 \times 80 = 16000$ 元

(需要最后与酒店方面落实)。

房产公司抽奖活动篇二

9月1日至9月10日(后边紧接着中秋、国庆活动)

教师，以及持教师证客户；

主推26#楼，大幅优惠，强力促销

1、看房送礼：

凡持教师证到售房部看房者，每天前十位送小礼品。价值在5-10元之间。总数控制在50个左右。

2、26楼大幅优惠：

整体推出26，为“园丁楼”，凡持教师证购买26#楼者，一次性优惠8888元，分期、按揭优惠6888元。

3、额外优惠：

凡教师认购本案任何一套房源，根据教师工龄，额外再优惠工龄年数×100元的优惠(工龄需要学校开具证明)。

4、旅游促销：

在活动期间，凡持教师证购房者均送“西峡中原第一漂”旅游，九月十日教师节当天组团成行。放弃者充抵200元房款。

一般说服客户放弃旅游，充抵房款，等于教师再额外优惠200元。

1、派单

8月30日，31日两天一般为学生报道日期，针对学校高强度派单。三万份单页。

单页设计框架：以第二十二个教师节尊师重教、回馈社会为切入点，以教师购房四重惊喜优惠为卖点，以针对教师推出整栋“教师公寓”大幅优惠为亮点，以额外优惠和旅游吸引眼球。树立本案社会公众形象，打造人文社区。

2、流动字幕：

从8月30日至9月2日，连续做四天流动字幕。

流动字幕内容：唐城锦苑在教师节来临之际，特推出“教师公寓”，教师购房均可享受最高8888元优惠，另有惊喜额外优惠以及送“中原第一漂”旅游。房源有限，机会不容错过。售房地址：银化路老化肥厂南门，热线☎xxx☎

3、短信群发：

公司短信平台，针对原积累客户，全部发送一遍。

短信内容：参照流动字幕内容。

26楼销售十套左右。

此次教师节活动，有教师借口，暂不涨价。教师节后再涨，然后紧接着是整个“金九银十”的高潮部分，中秋、国庆双节，主推六楼，大张旗鼓的’宣传，掀起销售狂潮。

房产公司抽奖活动篇三

1、浪漫情人，相邀美丽

2、浪漫满屋，幸福情人

情人节又叫圣瓦伦丁节或圣华伦泰节(英语□valentine'sday)□即每年的2月14日，是西方的传统节日之一。这是一个关于爱、浪漫以及花、巧克力、贺卡的节日，男女在这一天互送礼物用以表达爱意或友好。情人节的晚餐约会通常代表了情侣关系的发展关键，现已成为各国青年人喜爱的节日。

在中国，传统节日之一的七夕节也是姑娘们重视的日子，因此而被称为中国的`情人节。

- 1、营造浪漫的节日气氛，增加客户对企业的认同；
- 2、真诚回馈客户，同时挖掘潜在客户，提升顾客的品牌忠诚度；
- 3、提升xx地产的知名度，营造良好的企业形象；
- 4、与东莞美容机构合作，让新老客户享受浪漫的同时，体验健康美丽；

1、情人佳节，节日购房大优惠；

3、与东莞美容机构-伊丽莎白美容机构合作，为到场的讲授美丽健康的秘诀；

6、现场精彩互动小游戏，为现场情侣、夫妻提供一次爱的体验，见证爱的默契；

7、小提琴暖场，营造温馨浪漫氛围；

活动时间□20xx年2月14日

活动地点□xx地产售楼部邀约人数：100人左右

邀约对象：(情侣、夫妻)老客户、潜在客户、伊丽莎白vip客

户等活

动形式：健康美丽养生座谈会+现场互动+节日优惠促销

房产公司抽奖活动篇四

1在目前客源匮乏的情况下，以团购大副度的优惠政策有效促进销售；

1同时增加企业亲和力，树立优良企业形象，形成良好的口碑效应。

20xx年6月26日至8月20日

20xx年xx“清凉夏日-团购优惠月”

大学、项目附近企事业单位

（一）、团购操作思路流程：

步骤

时间控制

主要目标

第一步

6月26日-6月30日

主要操作思路：

1、确定优惠政策文件及收款方式，以单位相关部门对其下属部门进行宣传

（提议在学校内部公告栏下发说明及团购宣传海报、条幅）

第二步

6月30日-7月30日

主要操作思路：

- 1、争取两个星期内完成4个单位的宣传；其余时间主要进行团购跟踪；
- 2、组织客户到售楼中心看房，（提供大巴，统一接送）填写团购申请表；
- 3、追踪团购申请客户，并使其最终缴纳订金；（订金伍仟元，可退）
- 4、根据团购下订的实际人数，考虑是否推出首批其他房源参与团购；

第三步

7月30日起

到7月30号前团购效果已经基本明朗，因此根据团购情况办理相关手续；

主要操作思路：

通知客户到销售中心办理定房和签定购房合同；

第四步

根据实际情况决定下一步销售策略。

根据团购客户数量以及效果制定下一步销售策略。

（二）、团购房源及销售策略：

对外针对团购特定栋号（蔓香谷）实行团购，原因如下：

一、是从目前销售状况看这两栋楼去化较慢，需要以团购的形式进行促销；

二、是可售房源相对较多、较整，便于团购操作。

在实际团购操作中如果客户量较大，我们考虑对首批其他房源进行加推。

（三）、团购优惠政策：

此次团购活动优惠政策采用团购优惠加付款优惠的方式。

1、付款优惠

1) 一次性付款：95折；

2) 银行按揭：97折；

2、团购优惠

团购规模

优惠政策

5（不含）套-15（不含）套

优惠8000元/套，

15套（含）以上

优惠10000元/套，

责任人

时间安排

主要事项

开发商

6月20日前

团购活动方案的审批；

6月21日-8月20日

团购活动宣传品的审定及制作完成（单页、折页、户型图等；

组织团购客户看房用大巴车的提供和销售人员外出拓展团购单位车辆的提供；

朝阳大地

6月10日前

团购活动方案定稿、团购拓展单位的初步拟订、人员安排及培训；宣传品文案定稿；

6月26日-7月30日

6月20日-6月26日销售人员对附

近单位的走访宣传了解，开展团购意向摸底；

从6月26日-7月30日此段时间

对集团内部进行宣传；

每天外出人员为两人，两天一个单

位，并对每天的工作进行梳理形成文件以备后续工作开展；

团购客户的现场接待，带其看房并

引导填写团购申请表；

团购申请客户跟踪，使其下订；

团购客户信息整理收集；

7月31日-8月20日

确认团购人数，办理相关购房手

续；

确保在老客户中的良好口碑；

根据团购效果，制定下一步销售方

案；

序号

物料名称

完成时间

数量（个）

总额（元）

1

海报

1. 文案定稿（朝阳大地）：6月10日；
2. 设计完成（朝阳大地）：6月13日；
3. 审定并印刷完成（甲方）：6月26日。

50

1000

2

单页

1. 文案审定（朝阳大地）：6月10日；
2. 设计完成（朝阳大地）：6月14日；
3. 审定并印刷完成（甲方）：6月26日。

1000

1700

3

团购卡

1. 文案审定（朝阳大地）：6月10日；
2. 设计完成（朝阳大地）：6月14日；
3. 审定并印刷完成（甲方）：6月26日。

300

300

4

车辆

外出拓展面包车1辆，阶段性接送大巴车1辆

2

8000

5

现场布置

横幅、拱门各一个（阶段性使用）

1

20xx

合计：

附件一（内部团购优惠文件）

内部员工优惠购房政策

紫澜香郡首批房源正式对外销售，现针对目前最好单位——“蔓香谷”。面向全公司内部需要购买的人员实行以下优惠：

报名须知：

购买者享受统一团购优惠外，不再享受其它优惠。

最终解释权归详筑地产所有；

内部员工购房优惠申请登记表

姓名

联系电话

家庭住址

身份证号码

单位（所属部门）

栋号、户型、面积：

付款方式

置业次数

备注

附件二（对外团购须知）：

团购申请须知

团购申请时间为□20xx年6月26日至20xx年8月20日，逾期不再办理；

团购房源：紫澜香郡——“蔓香谷”。

报名参与团购的客户可凭申请表，到营销中心选定房号，交纳订金；

购买者享受统一团购优惠外，不再享受其它折扣优惠；

最终解释权河北祥筑房地产开发有限公司所有；

申请人员意向登记表

姓名

联系电话

家庭住址

身份证号码

单位（所属部门）

栋号、户型、面积

付款方式

置业次数

备注

房产公司抽奖活动篇五

1、促进开盘成交客户合同签订；2、提升开盘售楼部现场人

气;

3、促进项目开盘成交，制造凯悦城的声音，及快速去化房源。

20xx年9月份(具体时间待定)

凯悦城售楼中心

1、置业顾问电话邀约时间:20xx年9月份

2、电器的. 购买

时间:20xx年8月30日

3、抽奖券制作到位时间:20xx年九月初

4、水果糕点现场布置到位时间:开盘前一天

邀请凯悦城开盘，购房签约客户，将在售楼中心内部进行现场“砸金蛋得家电”活动，由项目经理对本次活动类容进行简单介绍，并传递前期购房客户，老带新活动政策，本次活动抽奖由当天购房客户现场抽取，产生以下奖励:一等奖:笔记本电脑(2名) 二等奖:海尔冰箱(4台)

100元xx90台=9000元

费用预估:33000元

三等奖:海尔洗衣机(6名) 四等奖:微波炉(10名)

五等奖:榨汁机或电饭煲或加湿器(90名)

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xx——销售让客户从xx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)

1、抽奖券数量:100张

抽奖箱:1个费用:100元

2、聘请婚庆公司

费用:2500元

3、水果糕点

费用:1000元

4、预计现场布置费用:费用:500元

5、小礼品购置费:毛绒玩具等20xx元

6、不可预计支出费用:费用:900元

7、家电费用

费用:33000元

20xx

费用合计:40000元

策划部年8月22日

房产公司抽奖活动篇六

2、加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；

4、增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

二、活动主题：

中秋月·邻里情——天中豪园中秋节感恩答谢酒会

三、活动时间：

9月12日(周五，农历八月十三日)下午5：00-8：35

四、活动地点：

天龙酒店宴会厅(须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全)

五、活动参与人员：

1、认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者(文字摄影)

3□xx公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

六、参与方式：

1、客户：由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、媒体：由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注：制作出邀请券放置营销中心，共分三联，凭第一联入场，第二联抽大奖，第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人（一张最多3人参加），总人数控制在180-230人左右。

七、活动形式：

自助冷餐酒会 互动游戏表演抽奖 隐性项目推介。

房产公司抽奖活动篇七

随着项目的首次开盘，品牌项目的市场影响力和美誉度再次得到市场证明和目标客群认同，再次深化和推广项目品牌的中心领跑者的城市精神和自我定位，为接下来的销售打下基础，显得很有必要。

中秋节作为九月的最大，最关注的节日，以团圆，幸福美满的情感主线，吸引和邀请意向客户前往营销中心参与体验互动，在营销中心外场设置中秋元素主题美陈，内场举行形式丰富，彰显项目品牌格调的diy活动，植入项目销售信息，品牌精神，提升意向客户的品牌认同感，项目美誉度，为意向客户现场认筹营造氛围，达成销售。

在中秋节期间，在项目营销中心举办为期三天的中秋家年华，围绕中秋节对营销中心主题包装，在营销中心内场举行契合节气，彰显品牌格调的特色diy活动体验，共到访客户，项目业主参与体验，为项目积蓄人气，营造氛围。

项目业主、认筹客户，意向客户

月饼手工diy 手工宫灯diy 猜灯谜，中秋茶会，月圆吾家中秋主题美陈

20xx年9月22日

手工宫灯diy猜灯谜、月圆吾家中秋美陈

20xx年9月23日

手工月饼diy中秋茶会、猜灯谜，月圆吾家中秋美陈20xx年9月24日

兔子香包diy猜灯谜

活动一

活动时间20xx年9月22日活动形式：手工宫灯彩绘diy猜灯谜

手工宫灯彩绘diy在营销中心设置手工宫灯diy区域，共到访的客户现场进行手工制作，宫灯制作完成后，可进行宫灯彩绘涂鸦。

趣味猜灯谜

在营销中内场设置猜灯谜区，共到访客户参与互动，回答正确的可以获得月饼，兔子玩偶等中秋小礼品。

精美冷餐

冷餐那可以已中秋的相关食物，如桂花糕，月饼酥等小糕点，搭配花茶等饮料。

活动二

活动时间20xx年9月23日

活动形式：手工月饼diy中秋茶会、猜灯谜

月饼制作diy月饼制作diy区域，提供各种形式的月饼馅料，邀请月饼师傅现场制作表演。

中秋茶会

在营销中心设置月饼茶会，邀请客户参与，现场吃月饼品茶。

趣味猜灯谜

设置猜灯谜区，共到访客户参与互动，可以获得月饼，兔子玩偶等中秋小礼品。

活动三

活动时间□20xx年9月24日活动形式：兔子香包diy□猜灯谜

兔子香包diy在营销中心设置兔子香包diy□共到访客户，业主现场制作。

趣味猜灯谜

设置猜灯谜区，共到访客户参与互动，可以获得宫灯，兔子玩偶等中秋小礼品。

活动布置

月圆吾家中秋美陈

营销中心宫灯装饰

在营销中心外立面及通道，安装悬挂宫灯。

活动礼品

房产公司抽奖活动篇八

维护老客户关系，树立项目良好口碑，最终达到通过口碑传播促进项目销售的目的；

解决销售上前期积累意向客户（这部分客户有购房需求，但迟迟有没下定）

“甜蜜七夕节，情定奥林匹克花园”

节日期间到场客户，首次置业者；

销售上前期积累意向客户

老业主带新客户；

七夕节节点，推出七套特价浪漫婚房；（仅限七夕节当天）

七夕节期间购房者，均可获得“浪漫婚纱照”-价值3000元

节日期间老业主带新客户并成交者，老业主可获赠一年物业费

现场热场小活动（有节日氛围，年轻人喜欢的）

- 1、美甲；节日期间到场客户mm可免费美甲
- 2、插花；现场免费教授插花，送给亲密爱人
- 3、可爱小丑派发玫瑰花或小礼品（心形钥匙扣等）
- 4、爱情贺卡；免费领取爱情贺卡，标上爱情印记，送给亲密爱人。

1、门口活动形象背景板

2、门口“心形气球”拱门

3、活动易拉宝

4、接待前台、谈判桌摆放玫瑰花

售楼员电话告知(针对前期积累意向客户)

短信宣传(为主)

网络宣传。