

房地产母亲节活动方案(模板7篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

房地产母亲节活动方案篇一

2、加强项目方案的形象宣传，及项目方案品牌的影响力；

4、增进项目方案圈子的凝聚力，答谢客户支持。

中秋月·邻里情——·天中豪园中秋节感恩答谢酒会

9月12日（周五，农历八月十三日）下午5：00-8：35

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）

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

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。

自助冷餐酒会+互动游戏+表演+抽奖+隐性项目方案推介

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，同时发放项目方案最新的折页，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，以展示项目方案的社区和谐氛围。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

介绍片区及项目方案未来远景描述，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、项目方案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方案知识问答。

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

宣布项目方案最新优惠政策。抽奖8份，规则同前次，代表颁奖。

8□35

共同歌唱《朋友》，活动结束后，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：

1、餐饮费规范：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）

2、砸奖规则

所有参加砸奖人员需将抽奖卷于签到时放入抽奖箱。抽奖时，由讲话之代表抽取，模仿央视砸金蛋节目，最大程度调动现场气氛，被抽中之客户上台砸金猪（为零钱罐金猪，具体奖品随机放置于金猪内），砸中后由讲话之代表颁奖。

3、奖品设置

互动游戏奖品设置：建议为中秋礼盒，每份价值月80元，共20份，总值约1600元。

砸奖奖品设置：16份不同价值物品，其中13名为实物奖品，总值约为一万元；3名为楼价减免奖，设置三千元、五千元、八千元。

为了更广泛的传播本次后动的'盛况，提升项目方案形象及客户信心，在9月9日，通过天中晚报以硬广（预算为6000元正）以及销售现场x展架公告的形式发布活动信息，以提前引起广大市民和客户对项目方案的关注，而活动后则通过各主流媒体发布活动新闻炒作。后期炒作费用则通过给媒体记住之红包体现。

经讨论并由王皓经理确认，08中秋客户答谢酒会工作组成员

及职责如下：

组长：蔡经理，统筹整体工作。

组员：田莹，负责联系礼仪公司，落实各项礼仪物料及人员。

荆洪涛，负责场地及音响，联络及邀请媒体，安排媒体报道。

王德强，负责联络餐饮及礼品。

李伟，负责组织客户参加酒会，同时向客户灌输销售信息，引导客户认筹或者老客户带新客户认筹。

许冠华，负责计划方案活动方案，协助组长协调各项工作。

房地产母亲节活动方案篇二

房地产营销活动是房地产开发企业在推广销售产品时最常用的一种手段。通过营销活动，企业能够有效地推广产品，提升品牌知名度和市场份额，促进销量增长。我有幸参与了一家房地产企业的营销活动，并在其中学到了不少宝贵的经验和体会。

第二段：营销活动策划与准备

一个成功的营销活动不是凭空产生的，而是需要通过精心的策划和准备来实现。归纳总结，营销活动的策划和准备主要包括以下几个方面：确定活动时间和地点，明确活动目的和宣传重点，制定详细的活动安排和流程，提前准备好各种宣传材料和礼品，安排专业的活动策划和执行团队，并确保各项准备工作有条不紊地进行。只有充分的准备和周密的计划，才能确保营销活动能够取得良好的效果。

第三段：创新营销方式和手段

在今天这个信息碎片化、市场竞争激烈的时代，传统的营销方式已经不能满足企业的需求。因此，创新营销方式和手段显得尤为重要。例如，我们在一次营销活动中采用了微信投票的方式，让客户在线投票选择自己心仪的房型和户型，从而增强了客户的参与度和沉浸感；此外，在现场设置有趣且富有互动性的抽奖环节，吸引客户参与互动，加深客户印象，提高品牌影响力。因此，企业需要不断尝试新的营销方式和手段，以吸引和留住潜在客户。

第四段：完善售前和售后服务

营销活动的目的不仅仅是为了促进销售，更要在售前和售后为客户提供全面的服务和支持。在营销活动中，我们需要详细介绍产品的特点和优势，通过咨询和答疑解惑，让客户更加了解自己需要购买的产品。同时，在售后服务方面，我们需要加强对客户的跟踪和回访，解决客户的疑问和问题，提高客户的满意度和信任度。只有完善的售前和售后服务，才能让客户信任和选择我们的产品。

第五段：总结和展望

作为一名参与过多次房地产营销活动的从业人员，我深刻认识到营销活动在房地产行业的重要性和作用。成功的营销活动需要精心策划、创新手段、完善服务，这不仅需要企业有足够的资源和实力，更需要企业有始有终的执行力和持续不断的创新能力。我相信，在未来的房地产市场中，只有那些具有创新思维和执行力的企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

房地产母亲节活动方案篇三

1□

2□

3□

4、 认购时间：开盘前综合工程进度及经营推广进度确定认购期。 认购目标：积累人气为开盘造势，摸清价格的市场接受度。 认购对象：项目合作单位，政府机构，各职能部门或市场客户。 认购方式：

a□对本项目建设有贡献的个人和团体，给予认购期定房九折优惠。

b□对认购期的前一百位客户给予交1万抵2万的优惠活动。

二、 团购销售方案房地产促销活动方案1、

2、 团购时间：可以在项目的整个推广销售期、从认购到清盘。 团购目标：积累人气、缩短销售周期、快速回笼资金、节省成本。

3、 团购对象：各个企事业单位和各投资群体、及媒体组织的团购活动客户。

4、 团购方式：团购套数达100套以上的客户9折优惠、50套以上的给予9、3折优惠、30套以上的给予9、5折优惠、10套以上的给予9、7折优惠。

三、 特价房销售方案

1□

2、 活动时间：可以是销售进度较慢时 活动目标：吸引目标客户眼球、提升来访量、销售出较差的房屋。

3、 活动对象：资金不充裕、对房屋品质要求较低的目标客户和投资客户。

4、 活动方式：把所谓位置较差的和朝向、楼层及户型销售的较慢的房屋以低于其他房屋每平方米300—500的价格尽快出售。

四、买房送装修活动

1、 活动时间：认购期和清盘期。

2、 活动目标、在认购期积累人气、提出装修标准后可根据需要以现金折算

3、 活动对象：对整体装修或现金折算都没有异议的客户。

4活动方式：对前一百个定房的客户给予买房送装修的优惠、实行拎包入住计划。（装修费用合计每平方米1000元）

上述房地产营销过程中常见的几类促销方法，结合本项目的实际情况和市场行情，以上四种促销方案可根据销售需要同时采用、也可分开采用，视销售目标而定。我们应适时的对促销方法进行调整，推盘期为达到持续热销的销售状态，应积极推出刺激客户消费的优惠活动和促销政策，紧密结合整个区域的市场销售现状；热销期当预定的销售计划达到预期目标且客户的购买欲望呈上升趋势，重点则应在扩大项目形象宣传及产品质量宣传上，同时调整销售价格实现项目销售均价持续稳步上升趋势。

附例案：本公司服务其它项目的特价房开盘前认购活动方案细则

特价房执行方案

目标：

通过特价房2套，为区域内其它邻近项目的解筹制造麻烦

试探前期客户对降价的反应

降价势在必行，通过降价促进成交

时间节点：

10月7日至10月13日

特价房房源：

2-3-501 c1 110.37平米 元

1-2-301 a1 94.22平米 元

营销口号：

成本

说辞：

- 1、 处理存货：一期a区销售已经85%，对部分存货成本价销售。
- 2、 认购：一期b区即将销售，现正意向登记。销售前清理库存。
- 3、 特价房：公开对老客户宣传，特价房是钩子，吸引客流。对新客户承诺可以买到。
- 4、 房交会促销：即将开始的房交会认购
- 5、 数量少：最大供应量永远低于20套，并逐步减少
- 6、 不全面优惠：复式楼和部分单位不参加优惠活动。

7、 合法：对部分客户扯皮，明确告知其无法律依据。

销售部执行要点：

1、 明确对老客户的价格刺探，按照标准讲解解答。超出范围作出解答明确惩罚标准。

2、 统一对来电客户作出统一解答，超出范围解答做出明确惩罚标准。

3、 客户来电后明确告知特价房仅剩两套，现在还有，速来，

4、 客户到现场后根据客户的需要推荐房源，表现出意向后告知有若干优惠

5、 公开媒体上仅标示特价房两套，或者根本不提及优惠

6、 推广方法按照产生的麻烦和销售效果逐步调整。

7、 以现行价格表为参考，以一口价出售，以每平方米降低480元为基础。（原91折政策为均价2960）

8、 优惠房源优惠幅度不同，避免有统一的降价幅度描述，有的便宜2万，有的不减价，复式楼加价，有的便宜4万，让人摸不着头脑。

9、 避免以折扣方式计算价格，避免出现原价，全部以一口价25万或多少万出现，销售控制表一日一换，内控全部以公司内部通知出现(清盘房源清单)

10、 20套展示房源根据买3套报一套的速度逐步替换，少报销售，将存货分批上架出售，针对性零售(特价房与展示房源并非同一概念)

11、 对成交价格严格控制，在一定时间内保密，包括对银行

保密，私下告知客户以送现金或实物的方式优惠，维持成交价格在原价格水平左右，为保证员工内购保留条件。

12、一房一价表应该提前审定，给予现场更大的价格浮动支持。

13、客户对目前房源无兴趣的，可告知其可登记为b区客户，明确告知b区(***组团)可能价格尚未确定。

价格下调幅度：

在现行价格元的基础上平均下调480元。降价幅度为16.2%。
媒体预算：

10万

媒体排期：

平面广告：10月9号《**晚报、**都市报》半版

广告短信：30万条

工地包装费：2万

房地产母亲节活动方案篇四

随着我国房地产行业的规模越来越大，房地产营销活动也愈加复杂。市场竞争激烈，营销形式多样。经过多年的从业经验，我深刻认识到房地产营销活动的重要性，积累了不少心得体会。接下来，我将结合自己的实际工作情况，分享一下我的心得体会。

第二段：营销目标的确定

房地产企业进行营销活动时，首先要明确其目标。目标的制定应该与房地产企业的实际情况相符。一些企业往往只是因为竞争对手在做，所以盲目跟风。但是，这样的做法是有风险的，而且不能真正体现企业的独特性。确定目标的关键是从消费者和市场需求出发，再考虑企业自身资源和竞争情况。

第三段：产品差异化营销

在当前竞争激烈的房地产市场中，同质化现象日益凸显。因此，产品差异化营销就尤为重要。要想做好差异化营销，就必须以消费者为中心，充分了解消费者对于产品的需求和意见。同时，企业要坚持高端化的战略方向，从产品质量、服务水平、品牌形象等多方面提高自身竞争力。当然，在做好产品差异化营销时，也不能忽略自身的内部管理，包括企业文化、理念以及组织架构等。

第四段：拓展多元化渠道

面对日益激烈的市场竞争，房地产企业需要更广泛地开拓市场渠道，这是企业的生存和发展之道。拓展多元化渠道主要包括线上线下两个方面。当然，线上营销作为互联网时代的必然趋势，越来越受到人们的关注。线下营销则强调形式多样、全面覆盖，通过地推、社区营销、车展等多种方式，提高品牌知名度和影响力。

第五段：关注营销效果评估与改进

在投入大量时间、人力和费用开展房地产营销活动的同时，企业也要注意整个活动效果的评估和总结，这对于企业的未来发展至关重要。其中一个重要的步骤就是要及时反思和改进。营销效果的评估和改进需要全过程化、全方位化。通过对市场趋势、消费者反馈、竞争对手情况等多方面的考察分析，及时了解产品的优点和不足之处，在此基础上，再根据

企业的实际情况制定相应的营销策略。

结语

房地产营销活动是一个复杂的工作，要想做好这项工作，需要企业全面发挥其自身的管理和技能优势。在此过程中，团队合作、心态调整等，都是至关重要的。只有实现客户需求与企业资源的优化整合，才能真正提升房地产企业的核心竞争力，实现可持续发展。

房地产母亲节活动方案篇五

房地产营销活动是房地产开发商和营销人员为推广房地产产品而进行的一系列宣传、促销和营销策略的执行过程，是房地产开发商向购房者传递信息、营造品牌和建立信誉的重要手段。房地产营销活动在竞争激烈的市场中具有重要意义，而企业要想在激烈的市场竞争中获得更多的市场份额，必须要开展一系列的营销活动。

二段：谈谈房地产市场的激烈竞争

随着房地产市场的竞争加剧，购房者越来越看重房地产的品牌、信誉和服务，而不仅仅是房屋本身的质量和价格。这就需要房地产企业从各个角度进行市场营销，使消费者在众多房地产企业中选择自己的品牌，从而实现市场份额的提升。例如，在房地产销售中，人情化的服务和优质的售后服务是吸引购房者的重要做法。因此，在营销房地产时，房地产企业应该注重对消费者的感受，从而打造一个独特的品牌形象。

三段：谈谈我对房地产营销活动的心得

在我参与的几次房地产营销活动中，我认为要做好营销活动需要在策划上下足功夫。首先，要了解目标消费者的需求和特点，其次，要对竞争对手的市场营销策略进行深入分析，

并且团结企业内部人员，形成强大的团队协作。

在宣传方面，我发现制作和发布信息多媒体广告是非常有效的营销方式。例如，通过网络、电视、报纸、杂志和海报等形式，可以更广泛地宣传企业的品牌、产品和服务。此外，营销活动中的互动体验能够在消费者中间引起热烈的反应，我认为再加上有人情味和感人的元素，能够有效打动客户，促进消费。

最后，我参与了一次由房地产企业主办的品牌推广活动。活动以“品牌升级，品质优化”为主题，通过各种形式的互动体验，将品质、诚信和信誉作为品牌文化的核心理念进行宣传。该活动不仅强化了消费者对该企业品牌的认知和好感，而且也为企业建立起了良好的市场声誉和信誉，是一次非常成功的营销活动。

四段：如何提高房地产营销活动的效果

在我看来，要提高房地产营销活动的效果，需要从以下三个方面进行努力：

首先，要提高营销策略的针对性和有效性，以确保营销活动能够顺利实现预期目标。其次，要加强营销团队的培训和提高内部员工的素质，以提高企业的竞争力。最后，要注重优质的售后服务，保证消费者的购房体验获得良好的反馈和口碑。

五段：总结

从以上分析可以看出，房地产营销活动是房地产企业提高品牌知名度、树立信誉和增加市场份额的重要手段。在营销活动的策划过程中，企业要注重了解目标消费者的需求和特点，适时调整营销策略；在营销活动的实施阶段中，要注重优质的服务体验，营造品牌好感度；在维护营销成果的过程中，

要注重跟进管理和优质的售后服务，保证消费者的购房体验获得良好的反馈和口碑，这样才能引领企业稳健发展。

房地产母亲节活动方案篇六

2、电视台录制开盘录像及新闻报道xxxx元

3、电台广告宣传xxxx元

4、开盘仪式场地户外广告管理处审批xxx元

5、礼仪公司各项费用xxxx元

（含舞台、音响、舞狮队、腰鼓队、军乐队、礼仪小姐及主持人酬金）

6、气球（开盘现场及市区主干道□xxxx元

7、鲜花盆景租赁xxxx元

共计xxxxxxx元

贵州演艺策划传媒有限公司

贵州演艺策划传媒有限公司业务范围：

- 1、专业文艺演出：大型演唱会、文艺晚会、电视综艺节目制作
- 2、各式商务演出：公司晚会、会议演出、新年联谊活动
- 3、新闻发布会、时装展示会、产品推介会及商务促销露演
- 4、各种会议服务、展览展示

5、礼仪庆典：开业庆典、周年庆典、开工奠基剪彩仪式及剪彩仪式等。

房地产母亲节活动方案篇七

活动规则：以家庭为单位，在现场工作人员的指导下到访客户可以在活动区域自己动手手绘t恤，并可以带走！

2□diy盆栽

活动规则：以家庭为单位，在现场工作人员的指导下到访客户可以在活动区域自己动手种植小绿植小盆栽，并可以带走！

3□diy风铃

活动规则：以家庭为单位，在现场工作人员的指导下到访客户可以在活动区域自己动手串接风铃，并可以带走！

4、立体水晶拼图

活动规则：以家庭为单位，在现场工作人员的指导下到访客户可以在活动区域自己动手组装拼接3d立体拼图，并可以带走！

5、照片t恤

活动规则：以家庭为单位，在现场工作人员的指导下到访客户可以在活动区域有专业的工作人员为顾客拍照，然后将拍好的照片制作到t恤上，并可以带走！

6、木版画

活动规则：以家庭为单位，在现场工作人员的指导下到访客户可以在活动区域有专业的工作人员为顾客拍照，然后将拍

好的照片制作到木版画上，并可以带走！

7、水晶版画

活动规则：以家庭为单位，在现场工作人员的指导下到访客户可以在活动区域有专业的工作人员为顾客拍照，然后将拍好的照片制作到水晶版画上，并可以带走！

8、茶歇

9、马克杯diy

公司logo与客户照片设计拷贝到变色杯上，在常温下杯身成黑色，加入45度以上热水，照片就会显示出来，具有很神奇的特点。

清明节活动策划有几点需要注意：

- 1、清明节活动主题的选择，不要被禁锢在最原始的清明节追忆先人的层面上，根据清明节的特点，胆大心细的去挖掘与自己产品相关的主题。
- 2、清明节活动策划要以实际情况为依据，进行设计策划。
- 3、清明节活动中的要有所创新，才能吸引消费者的眼球。
- 4、清明节活动要做好实施过程及监控过程，才能让本次的清明节能完整顺利的完成。