

最新地产五一活动方案(优质5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

地产五一活动方案篇一

促销主题：针对婚房装修客户举办优惠活动，可延伸到卧房主题装修方案

促销类型：举办活动

- 1) 在当地报纸做1/2或1/4版广告宣传
 - 2) 与当地一家大型连锁婚妙影楼进行合作宣传
 - 3) 安排电话营销人员对前期咨询的客户或小区电话名单进行电话告知
 - 4) 公司内部海报
 - 5) 施工现场进行海报宣传(印刷几十份海报)
- 1) 婚房装修方案展示
 - 2) 现场交订金，装修85折，送时尚婚纱摄影套餐一份(价值1480元)
 - 3) 时尚家居家电产品现场6折起订购

4) 现场抽奖，3000元钻戒马上奖给当场最幸福的新人(限2名)，著名婚礼主持人免费主持婚礼活动(限2名)

1) 请当地著名的婚礼主持机构现场主持活动

2) 现场举办新人配合类游戏得小家电礼品

3) “美丽瞬间”爱情誓言活动(由新人在特殊背景布前进行爱情宣誓，并由摄影机构拍摄成相片，装裱成巨幅相框后送给新人)

1) 与婚妙摄影机构和婚礼策划机构合作

2) 婚房与卧房设计方案展示

3) 家居家电厂商合作

本方案专门针对于婚房，这对于培育公司优势是很好的宣传。以婚房主题进行促销宣传

的，目前市场上并不多见，好好操作，成为当地最著名的婚房装修专家！

地产五一活动方案篇二

“五一黄金周”历来是各商家的一个重要销售时节，特别是冰箱、空调等夏季需求性较大的家电产品，同时也是楼市的一个旺点。为把握五一销售时机，建议联合市内较大、综合实力较强的家电经销商共同开展五一促销活动（天天润也可以考虑）。整合家电与房产两大主力时尚资源，以丰富的产品面及较大的广告号召力、较强的现场煽动力促进双方产品的市场认知度、促进双方产品的销售。

同时活动较之于平面广告更能加强产品的市场印象，能增进

与消费者的互动，更好的调动起消费者对楼盘关注的积极性与购买欲。联合造势既可减少广告投入，又能提高市民对活动的关注度，是双赢之举。

- 1、与消费者零距离交流、扩大各自产品的市场影响力；
- 2、以优惠的措施，促进各自产品的销售；

三、活动对象

- 1、活动区域固定居民
- 2、观光旅游人士
- 3、各自的.目标消费群

4月28日--5月3日（可根据活动效果、天气另行调整时间）

以人口较为集中，有一定购买力的区域作为选择标准，暂定：
天天润

- 1、歌舞演出
- 2、有奖问答
- 3、发放宣传单
- 4、楼盘/产品咨询

楼盘促销

- 1、多层单位的特价房先到先得。
- 2、多层单位非特价房活动期间购买，除享受二千、三千的优惠额度外，赠送指定空调或冰箱一台；但不再享受任何折扣

优惠。

3、活动期间购买商铺的客户除正常折扣外，获赠指定空调或冰箱一台；但不再享受任何金额优惠。

4、来活动现场中答者，可获得礼品伞一支。

5、项目已购老客户在五一当天可至售楼部现场领取礼品一份，礼品暂定为xx□

1、9：00主持人开场白

2、9：05节目

3、9：15楼盘项目/家电产品介绍

4、9：25节目

5、9：45有奖问答

6、10：00节目

7、10：15发放宣传单及咨询

1、展板2块，规格2.4*1.2，铁架焊制可折叠收放

2、易拉宝一个

3、音响一对含无线话筒

4、拱门1--2个（双方各提供一个）红地毯

5、咨询台1-2张、椅子6张

6、宣传折页、资料袋若干

- 7、礼品伞200支
- 8、冰箱、空调若干台（经销商提供）
- 9、家电类宣传展板由经销商制作安排
- 10、帐篷4顶（经销商提供）

- 1、活动短信：5万条
- 2、电视流字1周
- 3、宣传单页（各自制作、发布）
- 4、户外广告牌（长年效应）

- 1、活动短信：5万条* xx 元/条= xx 元（各出50%）
- 2、电视流字：1周* xx 元/天= xx 元（各出50%）
- 3、演员费用：约 xx 元/天/人* xx 人*5天= xx 元（经销商）
- 4、场地费用 \square xx 元/天/地*5天= xx 元（开发商）
- 5、拱门审批 \square xx 元/天*5天= xx 元（经销商）
- 6、绶带：4条*30元/条= xx 元（经销商）
- 7、地毯、台布：约 xx 元（开发商）
- 8、展板 \square xx 元/个*2个= xx 元（开发商、含喷绘）
- 9、汽车租赁：250元*5天=1250元（各出50%）

10、户外广告喷绘约xx元（开发商）

11、其他费用共计xx元

（一）短信、游字文案

（二）展板文案

展板一：

地产五一活动方案篇三

□xx售楼中心现场。

：工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

：市政府有关主管领导、市建委、市房地产管理局领导、市建筑、规划设计院负责人等。

体：xx电视台□xx日报□xx新闻台等。

标：对外传达xxx开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大xx的社会知名度和美誉度，体现xxx的美好前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立xx地区xxx房地产开发有限公司积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

1、主席台区

：主席

台区也就是剪彩区设在售楼中心南边，主席台中间为主持人及贵宾讲话用的立式麦克风，台面铺有红色地毯，背景墙为喷绘画面，主题为“xx开盘庆典仪式”。

2、签到处：来宾签到处设置在主席台北侧。签到处配有礼仪小姐。签到处设置签到处指示牌。

3、礼品发放区：届时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

4、贵宾休息区：可放在xx售楼中心现场，设置沙发、茶几饮料、水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

1、室内外表现

1) 彩旗（彩条）

2) 在售楼处大门外道路两旁悬挂，挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。

盆景花卉

在售楼处大厅的各个角落，分别摆设，以增加视觉美感、清新空气和烘托亲切氛围。

3) 气拱门、气球

在工地现场、市区主干道布置大型气拱门、热气球、道旗，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

2、现场表演活动内容：

1) 军乐队：用于演奏振奋人心的`乐曲，作为背景音乐贯穿开盘庆典仪式的始终。

2) 腰鼓队：在现场安排一支由20人组成的腰鼓队，用于迎宾和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

3) 舞狮活动：在仪式过程中穿插舞狮活动表演，预示着美好的发展前景。

3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也可以轻松赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，形成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

活动文案如下：

为酬谢首批客户，开发商特斥资80万元，于9月30日现场发售购房vip卡100张，并免费赠送抽奖卡100张。购房vip卡每张卡统一售价1000元，卡面值分别为5000元、7000元、10000元三种，持卡人在购房时可冲抵与vip卡同等金额的房款，购房vip卡系无记名卡，可自由转让。

抽奖卡奖品设置为购房券5000元10名，购房券3000元20名、物管费1000元30名，均可冲抵房款，品牌电饭煲20个，品牌电熨斗20个，中奖率100%，抽奖卡依现场排队顺序免费赠送。赠完为止，以上酬宾活动由xx市公证处全程公证。

现场排队应遵守先后顺序，按现场指定的起止点方向排队，9月30日早上6：00开始接受排队。

本公司将于20xx年9月30日上午8：00开始发送“排号出入卡”。

获得“排号出入卡”后，每十人一组依次进入营销现场办理登记、交费取卡手续。

“购房vip卡”在购房兑换时，必须与购卡收据一并出示，方为有效。

活动规定：参与者必须年满18岁以上，具有完全民事行为能力，持有效身份的中国公民、华侨、港澳台同胞或外国公民（每人限购、取卡一张）

购房vip卡售出不退，购房时冲抵购房款；不购房或超过购房时间期限此卡作废，不予兑换。可以自由转让，转让价格自定。

购房vip卡在购房时凭卡面金额冲抵同等金额房款，每套房仅限使用一张卡。

本次活动对团购客户无效。

4、筹备工作：

- 1) 拟定与会人员。于xx月xx日向与会领导发出请柬。
- 2) 提前准备好请柬，并确认来否回执。
- 3) 提前5天向xx气象局获取当日的天气情况资料。
- 4) 落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。
- 5) 提前6天落实指挥和负责秩序工作。
- 6) 做好活动现场的礼品、礼品袋
- 7) 提前8天办理气球、活动场地、气拱门所需的审批。

5、来宾身份识别：来宾到场后，礼仪小姐为来宾佩带胸花。贵宾由礼仪小姐指引或公司领导陪同前往贵宾休息区。

6、人员安排：

- 1) 预设礼仪小姐10名，入口处4名，签到处2名，会场区4名礼仪小姐要求统一着礼服。
- 2) 工作人员15名；

3) 公司工作人员30名;

11: 00客户签约, 开盘销售活动正式展开。

1、报纸广告

27日、28日、30日在《xx日报》第x版刊登整版广告, 告知开盘的信息。

2、电视广告

xx电视台录制开盘录像, 制成vcd作为开盘活动的资料。并由xx电视台制作新闻, 报道整个开盘活动现场的情况, 进一步扩大宣传。

3、电台广告

在开盘前后两个月播出开盘的信息。

4、印刷品广告

楼书、海报已印制完毕, 采取派员发放与夹报相结合的方式。

十一、广告预算

1. 《日报》27、28、30日整版xx元

2. 电视台录制开盘录像及新闻报道xx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xx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□xx元

7. 鲜花盆景租赁xxx元

共计xxx元。

地产五一活动方案篇四

随着五一小长假的到来□xx作为旅游地产，将会迎来很多的游客和返乡的本地人，中国的房产市场，很多人都会选择在五一小长假这个时机去为家人购房，而各开发商也纷纷借节献礼，促销活动接连发力。在目前市场白热化，供过于求，客户消费理性及观望的心态，为了能继续结合暖春购房活动的价格差异化营销模式，针对市场客户需求，作促销提案如下：本次促销拟将“单刀直入式”的促销手法。该手法虽然几乎所有的楼盘都有在使用，但是迎合了节日的氛围及项目所处位置和周边配套等的`优势，突显“格差异化”的优惠政策，实时回馈客户，对于楼盘的销售的知名度和销售都起到“风声水起”的作用。

本次活动主要是针对商业广场、样板间落成、3、4#号楼开盘及五一黄金周的促销为主。全力助推“xx”在xx本地市场的知名度，促进楼盘迅速销售快速回笼资金，为即将到来的xx房产xx月份的销售淡季一个缓冲及xx金秋时节置业旺季做前期销售奠定好的基础。

促销对象主要是针对最后一批在xx过冬，即将返程的候鸟群客户，那大城市刚需居民及周边农场、乡镇想改变生活质量搬迁市区等的本地置业人群。

1、商业广场、样板间的正式开放□xx全新面貌迎接业主的到来。

2、3、4#楼正式开盘，经典生活诚挚奉上□xx月1xx日至xx月xx日每天5套特价房，限时抢购。

1、黄金周献礼，回馈客户。

xx的雨季即将来临，凡是来项目看房，登记来访的客户，均送项目雨伞，使“xx”的广告铺满整个儋州。

2、3、4#楼正式开盘□xx月xx日起正式销售，在儋州市内、周边农场、乡镇悬挂横幅，增大广告宣传量。

3、折扣房源，送装修大礼包；购房贷款9折，一次性付款8.8折，再送xx元装修大礼包。

4、每天特价房源，限时限套抢购。

在xx市区、周边农场、乡镇悬挂横幅，传递节日期间每日限量特价房信息，为黄金周这个置业旺季促销加温□xx月xx日~xx日每天5套一口价房源xx元不限楼层□xx月xx日~xx月xx日每天5套一口价房源xx元不限楼层。

5、现场促销氛围营造

广场放置遮阳伞及休闲桌椅，免费开放wifi□免费提供饮料、咖啡、爆米花，增加人气，放置音响，播放音乐结合广场喷泉，形成一个典雅的休闲区。案场入口设置拱门，广告语“xx”□

6、促销活动时间及地点；

促销活动时间；一口价房源时间为五一黄金周7天。折扣加送装修大礼包活动截止与20xx年8月30日。

促销活动地址□xx市区为主，周边农场及乡镇为辅。

地产五一活动方案篇五

中央人民政府政务院于1949年12月作出决定，将5月1日确定为劳动节。 以下是由本站pq小编为大家收集整理出来的房地产五一活动策划方案，希望能够帮到大家。

“五一黄金周”历来是各商家的一个重要销售时节，特别是冰箱、空调等夏季需求性较大的家电产品，同时也是楼市的一个旺点。为把握五一销售时机，建议联合市内较大、综合实力较强的家电经销商共同开展五一促销活动(天天润也可以考虑)。整合家电与房产两大主力时尚资源，以丰富的产品面及较大的广告号召力、较强的现场煽动力促进双方产品的市场认知度、促进双方产品的销售。

同时活动较之于平面广告更能加强产品的市场印象，能增进与消费者的互动，更好的调动起消费者对楼盘关注的积极性与购买欲。联合造势既可减少广告投入，又能提高市民对活动的关注度，是双赢之举。

1、与消费者零距离交流、扩大各自产品的市场影响力；

2、以优惠的措施，促进各自产品的销售；

1、活动区域固定居民 2、观光旅游人士 3、各自的目标消费群

4月28日5月3日(可根据活动效果、天气另行调整时间)

以人口较为集中，有一定购买力的区域作为选择标准，暂定：
天天润、

1、歌舞演出 2、有奖问答 3、发放宣传单 4、楼盘/产品咨询

楼盘促销

1、多层单位的特价房先到先得。

但不再享受任何折扣优惠。

3、活动期间购买商铺的客户除正常折扣外，获赠指定空调或冰箱一台；但不再享受任何金额优惠。

4、来活动现场中答者，可获得礼品伞一支。

5、项目已购老客户在五一当天可至售楼部现场领取礼品一份，礼品暂定为 。

1、9：00主持人开场白

2、9：05节目

7、10：15发放宣传单及咨询

8、冰箱、空调若干台(经销商提供) 9、家电类宣传展板由经销商制作安排 10、帐篷4顶(经销商提供)

1、活动短信：5万条 2、电视流字1周

3、宣传单页(各自制作、发布) 4、户外广告牌(长年效应)

1、活动短信：5万条*x元/条=x元(各出50%)

- 2、电视流字1周*x元/天=x元(各出50%)
- 3、演员费用：约x元/天人*x人*5天=x元(经销商)
- 4、场地费用[x元/天地* 5天=x元(开发商)
- 5、拱门审批[x元/天* 5天=x元(经销商)
- 6、绶带：4条* 30元/条=x元(经销商)
- 7、地毯、台布：约x元(开发商)
- 8、展板[x元/个* 2个=x元(开发商、含喷绘)
- 9、汽车租赁：250元* 5天=1250元(各出50%)
- 10、户外广告喷绘约x元(开发商)
- 11、其他费用共计x元

随着五一小长假的到来，海南作为旅游地产，将会迎来很多的游客和返乡的本地人，中国的房地产市场，很多人都会选择在五一小长假这个时机去为家人购房，而各开发商也纷纷借节献礼，促销活动接连发力。在目前市场白热化，供过于求，客户消费理性及观望的心态，为了能继续结合暖春购房活动的价格差异化营销模式，针对市场客户需求，作促销提案如下：本次促销拟将“单刀直入式”的促销手法。该手法虽然几乎所有的楼盘都有在使用，但是迎合了节日的氛围及项目所处位置和周边配套等的优势，突显“格差异化”的优惠政策，实时回馈客户，对于楼盘的销售的知名度和销售都起到“风声水起”的作用。

本次活动主要是针对商业广场、样板间落成、3、4#号楼开盘及五一黄金周的促销为主。全力助推“××”在××本地市

场的知名度，促进楼盘迅速销售快速回笼资金，为即将到来的海南房产6、7、8月份的销售淡季一个缓冲及海南金秋时节置业旺季做前期销售奠定好的基础。

促销对象主要是针对最后一批在海南过冬，即将返程的候鸟群客户，那大城市刚需居民及周边农场、乡镇想改变生活质量搬迁市区等的本地置业人群。

1、商业广场、样板间的正式开放，儋城壹品全新面貌迎接业主的到来

2、3、4#楼正式开盘，经典生活诚挚奉上，5月1日至5月7日每天5套特价房，限时抢购。

1、黄金周献礼，回馈客户；

4、每天特价房源，限时限量抢购；

5、现场促销氛围营造

广场放置遮阳伞及休闲桌椅，免费开放wifi[]免费提供饮料、咖啡、爆米花，增加人气，放置音响，播放音乐结合广场喷泉，形成一个典雅的休闲区。案场入口设置拱门，广告语“”

6、促销活动时间及地点；

促销活动时间；一口价房源时间为五一黄金周7天。折扣加送装修大礼包活动截止与2019年8月30日。

促销活动地点：××市区为主，周边农场及乡镇为辅；