

# 最新楼盘节日促销方案(模板7篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 楼盘节日促销方案篇一

本案二期自年10月开盘销售以来，通过房展会、报纸广告等有效地宣传媒体达到了市场初步认知的目的，截至到年11月29日累计销售房屋套，取得了较好的销售业绩。

自开盘以来，通过人传人的口碑宣传，使本案积累了众多的潜在客户，为了促进客户成交，拟开展“元旦促销活动”，主要有以下目的：

本案自开盘销售以来，还没有开展过项目形象宣传，主要是因为希望尽量减少广告费用的投入，为开发公司节约费用，注重宣传的实效性，注重有效客户的挖掘工作。

众所周知对于房地产销售而言，每年的一、二月份因受“元旦”和“春节”的影响通常是销售淡季。但因本案开盘销售时间较晚，为了巩固刚刚形成的良好的销售局面，不能放弃一、二月份的销售机会。在一、二月份报纸广告量适当减少的情况下，举办促销活动为较有效的促销方式。

在每个成功销售的房地产案例中，不仅要求不断地吸引新客户成交，而且还要注重对老客户的服务和深度挖掘工作，以便使其能介绍亲朋好友购房，同开发公司及销售人员建立朋友式的关系，长期为本案的销售工作提供帮助。

此次活动，计划安排在20xx年元月1日至元月15日之间（以下简称此时段）进行。

1. 购买一期的住宅按揭优惠3万元，一次性4万元，商铺按揭2万元，一次性3万元

2.

1. 于20xx年1月1日之前，在“楚天都市报”做出夹报广告；分时段共做两次；将这次购房优惠内容广而告之。

2. 给已经登记未购房客户发短信广而告之。

1.

2. 两次夹报：

短信：

## 楼盘节日促销方案篇二

活动主题：“青年置业——小户型当家”看房团暨浓情端午“粽”享未来

活动时间：6月15日

活动对象：报名客户(200人左右，分为两批)

现场来访客户

前期来访来电客户(置业顾问回访邀请)

活动内容

(一)线上部分：(华商报宣传)

1、活动前期的新闻预报和参与读者的咨询、报名；

(二)线下部分：(华商报北线看房直通车)

组织读者参与专门针对小户型的看楼直通车活动；

(三)现场活动：(浓情端午?“粽”享未来)

目的：以端午节为噱头，结合华商报看房团的到场，通过现场客户参与性小活动，并以赠送小礼品形式给客户利益点，使看房团及来访客户愿意长时间停留在销售中心，营造现场销售气氛。

形式：

2、购买端午荷包制作材料，邀请荷包制作老师，现场给客户制作荷包，客户更可亲手diy端午小荷包。

3、外场接待，在邀请荷包制作老师现场教客户diy荷包的同时，做茶艺表演，同时会有演绎四人组配合表演现场弹奏古典音乐，让客户亲身体会高雅的茶文化，品评幽香茶味。

4、现场提供冷饮、冰激凌、爆米花，给客户带来凉爽夏季的感觉。

5、在沃尔玛超市门口请2个环保大使派发环保袋，环保袋内装max未来宣传资料树立max未来节能环保楼盘的公众形象。

活动流程：

时间 内容 物料、人员准备 备注

10:00—12:00 环保袋的派发 2名环保大使(圣诺)

环保袋若干(得天厚) 物业手续已办好,但在派发中仍需注意城管。 16:00—18:00 环保袋的派发 2名环保大使(圣诺)

环保袋若干(得天厚) 09:30—14:00 活动布展 圣诺传媒

15: 41 接待第二批看房团客户,内场向客户进行项目户型的解说,外场进行茶艺表演及香包diy

16:00 看房团活动结束 整理场地及物料

接待方案:

由于看房团集中人数到场较多,活动当天分两批到场(每隔四十分钟一批,每批约100人)。

现场配合 贺总、杨德生 主要负责现场客户单点答疑、调查问卷填写、客户银行存款手续、引导礼品领取及其他紧急事项协调。

## 2、接待物料准备

接待物料 内容 数量 负责单位

项目百问 项目百问问答内容 1份 得天

扩音器 三个主讲人讲解使用 3个 尚美佳

活动筹备工作及物料清单:

工作及物料 内容 规格数量 费用 责任单位

横幅 配合活动宣传 1条 100元(买) 圣诺

## 1. 活动时间

6月8日(端午节前一天)

## 2. 活动地点:

第1地点: 项目现场售楼处 第2地点: 家常饭

## 3. 活动主题:

\*\*\*\*\* 开心端午

## 4. 活动方式

包粽子比赛 派发购房代金券

## 5. 活动目的.

通过具有家庭氛围、以及老带新的活动, 扩大\*\*\*\*\*的知名度及美誉度, 同时结合购房代金券的派发锁定目标客户, 并通过代金券的优惠在引导客户关注的同时积累人气。

## 6. 代金券赋值:

本次共发放300张购房代金券

## 7. 活动流程

a. 案场提前3天电话通知目标客户, 告知活动以及购房代金券发送讯息及规则  
b. 客户到达售楼处, 凭身份证登记报名参加活动(留下电话、姓名)。

c. 所有报名客户均可获得购房代金券一张(活动结束后派送)。

d. 所有报名客户下午3点统一在项目售楼处集合, 坐看房车到

达家常饭□ e. 媒体人员到场、活动开始。

f. 评出2位获奖得主颁发3000元现金或价值10000元的购房优惠卡□ g. 所有参与客户在家常饭吃晚饭(简餐)□ h. 每组客户派送一张购房代金券□ i. 在派送代金券的同时派发广告笔1支。

## 8. 活动包装

### a□洽谈区

在售楼处洽谈区摆放糖果盘，内放各色糖果给客户取用□ b□彩虹门

布置彩虹门1座放置于售楼中心入口位置。

布置彩虹门1座放置于家常饭门口□ c□道旗

在进入售楼中心道路两旁设置若干引导旗，吸引受众视线。

## 9. 活动准备

注意：活动前需和家常饭充分沟通，由他们准备好粽子包扎的一干物件。

## 10. 媒体安排

电视 南昌3套、江西3套 15秒活动广告

户外 北京路与高新大道交界口(尚东大道对面) 南京路与京东大道交界口

短信

短信群发活动内容 报纸

## 附：电视广告拍摄说明

- 1、拍摄15秒电视广告，在南昌3套及江西3套中播出。
- 2、播出时间从6月9日开始，持续半年。
- 3、广告画面以项目实景拍摄为主，同时配合历次开盘的火爆场面。
- 4、广告配音选择嗓音清亮、富有磁性的男性。
- 5、画面风格表现明快
- 6、广告在表现建筑风格、品质的同时将项目小桥流水的园林景观与项目周边风光融为一体。

## 附：活动视频投放说明

- 1、剪辑1--5分钟的活动现场花絮。
- 2、在南昌3套及江西3套新闻栏目及地产栏目中播出。

## 楼盘节日促销方案篇三

### 一、活动背景：

即将到来的清明节是中华民族的一个重要的传统节日，是祭祖和扫墓的日子，也是郊游踏青的好时光。清明节这个中国传统节日被已列入非物质文化遗产保护名录，还列入法定国假日，这体现了国家对传统民俗节日的重视。然而，青少年学生虽然热切盼望清明小长假，但据我的初步调查不少青少年学生，对这个节日的民俗意义和相关传统文化知识却知之甚少，他们认为祭祖是老人的事，甚至认为是封建迷信，而扫墓则是出游的幌子，至于清明节的来历、风俗、文化内涵

等他们知之甚少。针对他们缺乏对传统文化的感知、对感恩思源的精神的实践而召开了这次主题班会。

## 二、活动目的：

1、通过这次主题班会，希望学生作为一个炎黄子孙能全面正确的了解清明节，深切感受清明节的文化内涵，积极的过一个有意义的清明节。

2、通过这次主题班会引导学生了解中华民俗、风情和传统美德。有利于青少年对孝悌、慎终、追远、民德归厚的理解和升华在缅怀革命先烈的丰功伟绩的基础上，继承先烈遗志，发扬革命精神，珍惜现在的美好生活。

3、通过这次主题班会，增强青少年对传统文化的认同感，热爱民族文化，主动地传承民族文化、弘扬民族文化。

## 三、活动时间：

20\_\_年3月30日

## 四：活动地点：

六年级(2)班

## 五、活动准备：

1、清明节习俗活动片段，爱国电影(淮海战役)片段、爱国烈士图片、哀乐、白色、黄色、紫色皱纹纸、铁丝、剪刀、包装纸、空白花圈等。

2、学生课前搜集整理清明节有关知识、资料、图片等。

3、每位学生调查自己家的家族史。

4、每组选若干名学生参加“清明知识知多少”比赛，准备竞赛的题目。

## 六、活动过程

班主任：清明祭祖扫墓，是中华民族慎终追远、敦亲睦族及行孝品德的具体表现。自古以来，清明扫墓不仅是纪念自己的祖先，对历为人民立过功，做过好事的人物，人民都会纪念他。下周就到了我国的传统节日清明节，为了更好的开展这次活动我们举办了这次班会。

## 楼盘节日促销方案篇四

商场针对清明节搞促销，很难找到一个合适的切入点，但可以结合春天的来临以及春装的全面上市间接举行商品促销，再加上今年清明节(4月4日)是星期五，紧连一个双休日，三天的时间一定会形成一个新的购物高潮。因第一次尝试清明节促销，故考虑时间不宜太长，以简单的促销形式为“五·一”营销做辅垫。

### 二、促销主题

草长莺飞四月天欢腾购物送“纸鸢”

### 三、活动时间

4月4日— 6日(共三天)

### 四、活动内容

1、凡活动期间当日购物累计满100元的顾客，凭小票可到一楼服务台加2元领取风筝一只；当日购物累计满300元的顾客，凭小票加5元可领取碳塑风筝一只(领完为止)。

2、考虑到正值春装的销售旺季,故不要求各个柜组统一折扣销售。各柜组可根据自身情况,合理安排促销活动,需打折的品牌由各事业部提前安排并布置好促销气氛。

## 五、布置

室外布置集中在正门口玻璃,好利来西边广告位,两个偏门及二门口。主要以本次活动内容为主,3月25日前布置。

室内布置主要利用一楼中厅吊顶到总服务台上方,悬挂各式各样的风筝,给顾客选择的同时突出春的气息以及渲染促销氛围。3月25日前布置到位。

## 六、宣传

宣传媒体仍以《平顶山晚报》为主,4月3日刊登1/4广告一期。同时利用短信群发扩大宣传面和影响力。

## 七、预算

晚报广告20\_\_元(已付)

短信群发300元

室内布置500元

风筝购量300元(实付费用)

总计:3000元

## 楼盘节日促销方案篇五

确定在母亲节前面几天时间内准备好礼物和活动材料。

今年母亲节的阳历5月14日,农历的四月十九;布置活动场景

的材料要早3-5天准备好，免得到时候没时间买，在母亲节前一天晚上装饰好；如果礼物在当地买的话，母亲节前一两天准备好就行了。网购的话要提前十天去买才行，因为母亲节网购的人很多，而且都是用快递派送，时间无法把握。

想好母亲节应该说些什么母亲节祝福语并写在“演讲稿”上。

送妈妈的礼物要用心去找，最好是你妈妈最需要的东西，由于某些原因一直没得到，可以从你爸爸那里了解；准备一篇演讲稿，如果可以的话，让爸爸也准备一份，多加点母亲节祝福语。演讲稿第一段建议加一段能让你和母亲都感动的真实事情，必须是你们之间的事情，能把妈妈感动到哭的事情。

尽量简约点的布置，但是要让妈妈感到温馨

建议布置一个烛光晚餐，买几十支蜡烛，定一个蛋糕，在餐厅摆起，最好能在进门一路摆两排蜡烛，还可以在其它地方摆个心或者摆几个字；餐桌上，蛋糕摆在中间，你或者你爸爸下厨做饭，摆十来碗，水果也是必须的，还有红葡萄酒...好温馨呀！

和妈妈商量怎么庆祝，或者给她一个惊喜！

如果时间定在晚上的话，那就要和妈妈约定好，或者掐准妈妈下班的时间，给妈妈惊喜，你接妈妈回家或者你爸爸接也行。如果爷爷奶奶也参与的话，让他们在家里一起庆祝，老人家就不要耍什么花样了，但是，一定要爸爸演讲。

## 楼盘节日促销方案篇六

二、活动地点：余桥烈士陵园、参观部队军史陈列馆

三、时间：\_\_年4月2日(星期四)。

#### 四、活动程序：

- 1、下午2：00在学校教学楼前集合，老师指挥依次出发。
- 2、在余桥烈士陵园门口集合，由团总支安排，按花圈、校旗、队伍顺序依次进入。向烈士敬献花圈后，默哀1分钟。
- 3、学生代表发言。
- 4、举行新团员入团仪式。
- 5、宣誓完毕以后在老师的带领下参观纪念馆。
- 6、参观部队军史陈列馆。

#### 五、要求

- 1、活动结束后，所有学生返校。
- 2、学生统一穿校服。
- 3、扫墓期间，全体人员必须听从指挥、严肃认真，不允许嬉戏，追逐打闹，要注意文明礼貌，环境保护、饮食安全和交通安全。

#### 六、准备工作

- 1、政教处和团总支负责联系入团宣誓地点和部队。
- 2、团总支负责准备花圈、照相机。
- 3、全校师生胸前都要佩戴一个小白花。
- 4、各班队列整齐、服装统一、口号响亮，打好校旗、团旗。

## 七、安全措施

- 1、横穿马路时各班主任和负责人注意过往车辆。
- 2、不准在野外生火。
- 3、在活动时注意安全保护，远离存在安全隐患的场所。
- 4、各班主任和跟班老师要密切配合，严格要求学生遵守纪律，不得私自半路回家，确保学生安全。

## 楼盘节日促销方案篇七

为推进未成年人思想道德建设和文明城市创建工作，经研究，决定在清明节期间组织全区中小學生开展“我们的节日·清明节”主题教育活动，现将有关事宜通知如下：

慎终追远 缅怀先辈 奋发有为

以缅怀先辈、文明祭祀、奋发学习为主旨，着重开展传统文化教育、爱国主义教育、艰苦奋斗教育。

各学校要结合实际，通过组织开展祭扫烈士陵园、野外远足、主题班会等灵活多样的方式开展主题教育活动。各学校选择主题教育活动形式时，要注重结合学生年龄特点和学段特点，设计适合学生参与、易于学生接受的活动；在中学普遍开展“我们的节日”经典诵读活动，在小学4、5年级普遍开展节日小报创作活动，在小学1至3年级开展“我们的节日”童谣传唱活动。小学1至3年级学生，不得开展手抄报、征文比赛等书面形式的活动。

（一）认真抓好工作落实。

各学校要从推进全市精神文明建设、促进学生健康成长的高

度，进一步提高认识，抓好主题教育工作的部署和落实，确保每一个学生都有机会参加活动。

## （二）认真抓好活动宣传。

各学校要及时总结活动经验，协调各级各类新闻媒体，加强对主题教育活动的宣传报道。要认真做好活动信息的报送工作，特别是做好向淄博教育信息网、张店教育信息网的信息报送工作，各学校校园网要集中刊发活动信息，营造良好舆论氛围。

## （三）认真抓好活动总结。

活动结束后，各学校要形成工作总结，并做好主题教育活动资料的收集、整理、保存工作，存档备查。工作总结要说明工作部署情况，并说明活动的落实情况及参与活动的学生数量。