

# 2023年楼盘策划方案 楼盘开业活动策划方案(模板5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。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。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

## 楼盘策划方案篇一

近几年，随着国内百货流通业的急剧快速发展，各大百货连锁流通“巨头”竞争热浪更是此起彼伏，呈现出“花开三支，各自争妍”的局面。

作为中港合资经营的大型零售连锁企业，中国百货流通业的著名品牌公司——xx集团公司，自19xx年作为xx第一家走中、高端市场消费群体，集购物、饮食、娱乐、休闲于一体的大型mall式百货商场的成功推出，使得天虹从传统百货商场，迈向了现代百货的重要转变，并在短短的20年时间，从最初的xx万资本累计发展到今天的xx亿元人民币，并遍布全国十多个大中城市的17家连锁商场。

xx的这一成功和大胆的市场定位和推出，使得天虹品牌逐渐被许多大中城市的市民所认知，并一度成为深圳零售业龙头企业，屹立于全国零售百强之林，进一步彰显出xx的实力。

时间□20xx年xx月xx日。

地点□xx市xx店。

三、庆典仪式活动安排

(一) 嘉宾和媒体签到□□20xx年x月x日上午8: 00——8: 30)

(二)、开幕剪彩仪式□□20xx年x月x日上午8: 30---9: 00)

特邀当地相关政府主管部门官员、天虹集团总经理及各邀请的嘉宾出席开幕剪彩仪式。(注明: 本次开幕式可邀请醒狮队前来舞狮助兴。在开幕式现场有鲜花、拱门、空飘、横幅广告、气球、等场景布置与点缀。)

- 1、邀请当地政府官员上台致辞。
- 2、邀请天虹集团总经理上台为惠州天虹店至贺词。
- 3、邀请其他嘉宾上台致辞。
- 4、醒狮表演。
- 5、邀请相关天虹集团总经理为彩狮点睛。
- 6、新店门打开迎接顾客

#### 四、“深情天虹·缤纷秋恋”时尚发布会

释义: 本环节将主要打破以往xx开连锁商场时简单的开业庆典的剪彩的模式, 新的模式是, 在承袭了此前的必要环节之外, 我们建议将在紧接着剪彩环节完毕后, 将举办一场别开生面的“深情天虹·缤纷秋恋”时尚发布会, 特邀青春靓丽的模特, 穿着各种高贵的服装进行现场集中展示, 并进一步宣传进驻该商场的著名品牌服饰。在举办本次“缤纷秋恋”时尚发布时, 建议商场方面将引入商场的各大型百货供应商邀请到场观看本次时尚发布活动。造成轰动和品牌效应以吸引更多市民前来观看。

为达到本次活动的预期目的, 我们建议将在本次活动现场,

围绕着舞台四周将各大商家的品牌打出来。并在舞台的背景版上列上承办本次时尚发布活动的主要时装品牌的赞助商家名称等。

## 五、庆典开幕式活动筹备和进程

1□x月x日前确定主持本次活动的司仪。

2□x月x日前，确定出席本次庆典开幕式的嘉宾人数和名单。

3□20xx年x月x日前完成整个开幕式所需的各种宣传材料的印刷、礼品袋和礼品的定制及各种户外喷画、条幅广告。

文档为doc格式

## 楼盘策划方案篇二

为了确保工作或事情能有条不紊地开展，通常会被要求事先制定方案，方案属于计划类文书的一种。那么什么样的方案才是好的呢？以下是小编精心整理的楼盘整合传播策划方案，仅供参考，欢迎大家阅读。

一、形象主题：上层社会人士生活、休闲乐园

二、物业主题：卓越家园 富贵人生

三、物业概念：精品公寓楼

### 传播执行

本项目规模小、不可能投入较多营销费用，广告应有的放矢，采取少量、持续的策略，保持一定的曝光率；同时，制造具影响力的软性新闻和文化活动，力求最小的费用投入，产生

最大的广告效果，并在成功宣传项目的基础上，打造开发商品牌，提升其在房地产业的知名度,为今后的房产开发夯实基础。

为此，拟先后通过风水咨询、电视专题制作、印刷品制作（售楼书、海报、平面图、及各种图表）、看板（售楼处）、指示牌制作、奠基典礼和“卓越人生”征文（第一期报纸宣传）、应对wto企业总裁论坛和游园活动（第二期报纸宣传）、促销活动、开盘庆典等（第三期报纸宣传）、国庆庆典（第四期的报纸宣传）、第五期报纸宣传（配合促销）达到预期的宣传目的。其具体工作流程如下：

### 工作进程表

xx年2月 风水测定

xx年3月 专题片制作

xx年4月 印刷品设计、制作

xx年4月 软新闻（征文发布）

xx年6月 看板、指示牌制作完毕

xx年6月30日 奠基典礼和软新闻（湖里公园又添新景观）

xx年7月 应对wto企业总裁论坛、游园和软新闻

xx年9月 开盘庆典、第一期报纸广告

xx年10月1日 国庆庆典、第二期报纸广告

xx年10月以后 第三期报纸广告（预留）

## 一、媒体传播

### 第一期

目的：

结合本案的开盘庆典、“书写卓越人生 畅想美好家园”征文颁奖活动的举行，分别从本案的生态环境、人文气息、设计规划、休闲天地等优势，引导客户认同“卓越园”的生活、休闲、娱乐的全新概念；营造一种诗情画意桃花源头式的空间理念；提升本案文化品味；激发顾客的购买欲，同时，首肯本案开发商品品牌形象。

推广主题：

卓越园整体品牌形象的推广造势

广告口号：

珍藏公园美景 开创卓越人生

版面：

半版和1/12版

费用：（略）

内容：

a□口号

b□登出本案全景示意图

c□登出本案的地理位置图

d□简单介绍本案独特的规划设计、现代的物业管理配套情况、优美的环境、良好的生态气息、和睦的人文氛围。

效果：

通过第一期的报纸广告、本案开盘庆典现场的营造宣传、征文活动的发布全面推出本案开发商的品牌形象，为后期的分步宣传打下视觉、理念基础。

第二期

目的：

借举国庆特殊的日子，营造欢庆的氛围，结合具体的促销性活动，抛起“羊群效应”。

宣传主题：

卓越园整体品牌形象的推广造势。

广告口号：

园林居室 卓越人生

内容：

a□口号

b□介绍本案庆典活动的具体内容

c□本案区位图

d□介绍本案规划设计

版面：

1/4版

费用：（略）

效果：

为本案营造现代、超前、高贵的品牌形象，同时提升了本案业主的地位，满足业主的虚荣心理。

第三期

一、 预留1/4版（视具体销售情况而定）

二、 sp活动

鉴于本项目规模小、不可能投入较多营销费用，因此，拟先后通过各种活动和制作，宣传本案人文、生态、环境、设计等特征和开发商品牌形象，为销售铺垫。具体安排如下：

风水测定

因项目所在地众多百姓，相信风水之说。“风水学”已引起专家、学者的广泛重视，据称：好的风水地不仅可以让居住人身体健康、事业有成、传宗接代，还可以避邪、避难以保证居住人平安顺利。因此，科学地运用“风水学”，将为本案的良好销售业绩，起到推波助澜的作用。且本案所在地的朝向，又与国人的（坐北朝南）思维模式相悖。

出于以上因素的影响，本司决定邀请在东南亚具有影响力的梵天寺主持厚学法师来为本案测定风水。

目的：

借助厚学法师的知名度和权威性，告知业主本案由于独特的地理位置和独特的设计以及厚学法师认定座南朝北自有的独到之处，引导业主随着我们的思维去确认本案实际上是一块风水宝地；减少业主的后顾之忧。

内容：

请厚学法师为本案测定风水

邀请人员：

梵天寺主持厚学法师（86高龄）（在东南亚和本地知名度高，本地几十幢楼和市政大楼均由他测定风水）

事项安排：

安排厚学法师现场指导，从不同角度拍摄厚学法师测定风水、观看、讲解本案规划设计图纸时的盛况；同时把厚学法师对本案的看法和建议的原音记录，为vcd售楼书、宣传报道的制作提供材料；有关人员在本案名称的围墙前与厚学法师合影留念。

费用：（略）

参加人员：

项目有关人员。

效果：

借助厚学法师的知名度和权威性以及本案独特的地理位置和设计，利用厚学法师的引导，让顾客随着我们的思维，感觉本案实际上是一块风水宝地，座南朝北其实也有本案自身的独到之处。

## 专题片□vcd□

目的：

使顾客通过vcd影片，全面了解本案的风水状况、生态环境、人文氛围、休闲空间、规划设计等优势。

宣传主题：

从本案有利的“风水状况、生态环境、人文氛围、休闲空间、规划设计”进行诉求、宣传、包装。

内容：

采用实景拍摄和三维制作相结合的手法，从风水优势、生态环境、人文气息、休闲空间、规划设计等方面展示本案得天独厚的卖点。并通过售楼处播放及派发等渠道，使潜在客户增强对本项目的理性和感性认识，提前直观领略本项目的精彩之处，从而刺激购买欲望，最终完成销售行为。

a□梵天寺住持厚学法师认定本案风水优势的内容

b□生态环境

c□人文气息

d□休闲空间

e□规划设计

费用：（略）

效果：

通过vcd影片全面了解本案的优势所在，引导、刺激客户，使其产生欲进一步亲临其境的念头，从而达到宣传目的。

售楼书、宣传册制作

目的：

通过售楼书、宣传册全面了解本案的优势，引导、刺激客户，使其产生亲临其境的感觉，从而达到宣传目的。

内容：

从风水优势、生态环境、人文气息、休闲空间、规划设计等本案的优势方面，多角度、深层次地描绘项目特质。

费用：（略）

征文活动（题：“畅想美好家园 书写卓越人生”）

目的：

通过征文活动，让广大市民参与、感受卓越人生的精彩故事，营造卓越园浓郁的文化氛围，以提升其知名度（此举也将书写本地新一轮房地产广告宣传广告新纪年）。

内容：

用第一人称表现手法，书写自身的真实生活经历、成功事业和对未来美好生活的畅想。

评奖：

通过报刊向市民发布征文活动的具体事项：

其一、本次活动将聘请著名教授、电台编辑、教育界人士共

同进行评选，以示公平。

其二、本次活动将设一、二、三等奖各一名，优秀奖8名。一等奖可获现金5000元和10000元购房优惠（房价让利即：本案的房价确定后，在此房价的基础上再减去10000元。）；二等奖可获现金3888元现金和5888元的购房优惠；三等奖可获现金1888元和3888元的购房优惠；优秀奖可获现金888元。参加人员可得到一款x本案内容有关的艺术品（约38元每份）。

其三、9月1日前，将征文寄至规定地点，过期无效。

其四、现场颁奖将在xx年9月本案开盘庆典日，本案入口绿地处进行。

效果：

通过征文活动，让广大市民以自己切身生活经历、成功事业和对未来美好生活的憧憬参与、感受卓越园的精彩故事，营造卓越园浓郁的人文氛围，提高其知名度和开发商的品牌形象。

看板、指示牌

目的：

吸引过往乘车人员、行人、顾客的目光，突出本案的优势和品牌形象。

内容：

看板：一块建在售楼处的顶上（正面一块高6米、长20米；采用本案全景图）；另一块立于公园的围墙上与第一块相呼应（高6米、长20米，描绘本案生态环境、人文气息、规划设计、休闲空间等优势）。

指示牌：在交通要道位置（高4米、长16米；）同时在各车站临时租用宣传栏，形成动态广告。

费用：（略）

奠基典礼（结合第二期报纸传播）

目的：

通过第二期的报纸传播（软新闻）和本案奠基现场气氛的营造，昭告广大市民：项目又添新景观，诱使广大市民前来游玩，扩大消费群，制造“羊群效应”。

宣传主题：

着重从生态环境、休闲空间、人文气息三方面推出品牌形象

内容：

a□现场剪彩

b□开工

费用：（略）

效果：

奠基典礼现场气氛的营造，结合软新闻的发布，全面推出本案开发商的品牌形象，扩大影响范围，吸引顾客前往。

企业总裁论坛、游园活动

目的：

利用崇拜名人心理，吸引看楼、游园人潮，形成“羊群效

应”。

宣传主题：

以邀请全国各知名企业总裁来本案为契机，提升开发商和本案的档次

内容：

a□ 企业总裁论坛——如何面对加入wto的机遇和挑战，

b□ 游园活动——企业总裁与广大市民一起游园

奖项：

每项活动各设一奖项，分别给予物质或现金奖励。

参加人员：

知名专家、本地企业家及目标客户

费用：（略）

效果：

提升品牌形象，形成“羊群效应”，加速销售进度。

开盘庆典、征文颁奖

目的：

结合第一期报纸广告宣传、“书写卓越人生 畅想梦想家园”征文颁奖（软新闻报道）活动、开盘庆典的举行，分别从本案的生态环境、人文气息、休闲天地、设计规划等优势，引导客户认同“卓越园”的生活、休闲、娱乐空间概念；营

造诗情画意的桃花源头式空间理念，提升本案文化品味，激发顾客的购买欲，首肯本案开发商品品牌形象。

推广主题：

卓越园品牌形象造势

广告口号：

珍藏公园美景 开创卓越人生

费用：

（略）

内容：

a□邀请新闻媒体现场报道；

b□邀请地方领导、专家、学者现场祝贺；

d□客户代表发言（阐述购买动机和购买后心理、情感上的满足）；

e□颁奖（公布征文活动获奖作品、作者）

f□请已内部认购业主到现场，营造本案开盘期的活跃场面，现场签约（按揭代款银行、公证处等有关单位现场办公）

g□宣布开盘（准备一些假客户制造销售气氛开始现场销售）；

公布本案销售价格、房型、朝向、付款方式、按揭银行等购房须知和促销内容。

效果：

通过报纸广告、开盘庆典和征文颁奖活动的举行，吸引潜在客户的到场感受，刺激其购买欲望，同时，进一步提升本案整体品牌形象。

国庆庆典

目的：

结合第二期报纸宣传，借举国欢庆的特殊时刻，营造欢庆氛围。结合具体的促销活动，掀起抢购热潮。

宣传主题：

以规划设计为切入点，宣传、包装本案尊贵的形象。

广告口号：

精典居室 豪华卓越

费用：（略）

效果：

营造本案出一种现代、超前的品牌的形象。同时也提升、满足了业主的地位和心理。

总费用预算

（略）

## 楼盘策划方案篇三

时间□20xx年6月18日上午

地点□xx大厦客户服务中心现场

人员：工作人员、客户、礼仪、演员等

拟邀政府贵宾：市政府有关主管领导□xx市劳动局有关领导、市总工会领导

特别嘉宾：本年度xx市的全国劳动模范(或全国五一劳动奖章获得者) 拟邀媒体□xx电视台□xx日报□xx晚报□xx快报□xx广播电台 人数：100人左右。

预定目标：对外传达xx大厦开盘典礼的信息、显示企业实力扩大xx大厦的社会知名度和美誉度，体现xx大厦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地产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。

会场布置：会场布置以实际效果为准，但会按照不同区域的不同划分。主席台区：主席台区也就是剪彩区设在客户服务中心门口或放在大厅内，主席台左侧为贵宾致辞专用致辞台(透明有机玻璃，上有精美插花)，右侧为主持人用立式麦克风，台面铺有红色地毯，台前及左右侧有绿化和不锈钢礼仪柱。

嘉宾区：可放在剪彩区域前方和两侧。

签到处：来宾签到处设置在会场入口处。签到处配有我们的礼仪小姐。签到处设置签到处背景。

礼品发放区： 即时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

贵宾休息区：可放在xx大厦客户服务中心现场，设置沙发茶几饮料、水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

来宾休息区：可放在xx大厦客户服务中心现场。

创意表现一：

鲜花立柱剪彩仪式：采用不锈钢礼仪柱替代传统的礼仪小姐托花球的方式，每个礼仪柱上摆放精美插花，更具高雅喜庆的气氛。

创意表现二：

揭幕启动仪式(建议案1)：由嘉宾揭幕xx大厦的logo仪式。

在主席台的中心位置，我们将放置一个精雕玉龙(本案的logo)放置在古色古香的梨木托架上，四周用红绸缎扎成彩结，并且事先用幔布遮盖，之后由嘉宾徐徐揭幕)在仪式进行同时，领导与嘉宾上台，为项目开盘剪彩，活动也在此时达到高潮，吉庆礼花开始燃放，以烘托热烈的气氛。

创意表现三：在工地现场布置大型气拱门和热气球，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

室内外表现(建议)：

### 1、户外路牌

路牌是一种版面最大的媒体，按传播原理来说，面积是和效果成正比的，面积越大，效果越好。而对于楼宇这种特殊的商品来说，路牌是最直观、最动人、最有气势的媒体应用元素。因此在售楼处及工地附近必须果断采用。(市区其他主要交通路口也需要适当采用，形成开盘信息的'传播网络)

## 2、指示牌

两种功能，一种是引导买家路向，二是塑造xx大厦的物业形象。

## 3、彩旗(t型旗)

在售楼处大门外道路两旁悬挂，一般挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。旗上一般印有楼盘标志及广告标语。

## 4、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。

媒体策略：

闻”，让新闻媒体主动关注xx大厦的开盘，为本项目做免费广告，从而在最大程度上达到新闻信息的轰动性、楼盘信息的扩散性、公众认知的深入性，实现投入与产出效益的最大化！

核心活动策略建议：

于项目开盘当日，确定首位在现场与本案签约的客户(届时请xx各大媒体进行现场监督产生)[]xx地产公司将根据这位业主所购买物业在xx大厦实际所在的楼层数[]xx大酒店[]xx大厦、投资广场三幢楼楼层数的累加总和×29(案名“xx大厦”的总笔画数为29划)，作为奖金，用于奖励本年度xx市全国劳动模范获得者(或全国五一劳动奖章获得者)。并且进行现场为劳模颁发奖金，这是本媒体策略的焦点人物。也是活动的亮点！此项策略目的在于引起社会公众和xx各大媒体对本案开盘信息的高度关注，从而形成区域新闻效应，最大程度上借助社会舆论与媒体的力量为本案的开盘营销造势，提高xx大厦的

知名度和开发商的社会形象及美誉度。实现本次开盘活动经济效益社会效益与的最大化。此外，另将“xx大厦”拆成四大个字，作为大红胸牌由四位礼仪小姐分别佩带，平行站立于现场媒体公证台之前最显眼的位置，吸引媒体的镜头。籍以增强楼盘开盘信息传播的渗透性、扩散性。建议在本次开盘之前召开一次新闻发布会，借此将“xx大厦向劳模颁发奖金”之新闻信息向社会、媒体公布。

本活动还可以延伸为项目以后一系列的产品促销活动，此略内容表现一：

乐队：在现场安排一支由20人组成的琵琶乐队，或大提琴小提琴合奏用于迎宾和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

内容表现二：

南狮采表、点睛：在仪式过程中穿插南狮采青、点睛表演，预示着xx大厦美好的发展前景。

## 楼盘策划方案篇四

“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。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。

## 二、活动目的

- 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

## 四、活动时间

4月28日—5月3日(可根据活动效果、天气另行调整时间)

## 五、活动地点

以人口较为集中，有一定购买力的区域作为选择标准。

## 六、活动内容

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

## 七、促销措施

### (一)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 。

## (二)家电促销

- 1、当天认购家电额外优惠一定金额(未定)
- 2、现场有奖问答，获赠小礼品

## 八、活动流程(每天上下午各一场、共两场轮流演出)

- 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

## 九、现场布置

- 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
- 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)

## 十、广告宣传

- 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)

## 十一、活动费用

- 1、活动短信：5万条\_\_元/条=\_\_元(各出50%)

- 2、电视流字1周\_\_元/天=\_\_元(各出50%)
- 3、演员费用：约\_元/天?人\_\_人\_5天=\_元(经销商)
- 4、场地费用：\_元/天?地\_ 5天=\_元(开发商)
- 5、拱门审批：\_元/天\_ 5天=\_元(经销商)
- 6、绶带：4条\_ 30元/条=\_元(经销商)
- 7、地毯、台布：约\_元(开发商)
- 8、展板：\_元/个\_ 2个=\_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\_元(开发商)
- 11、其他费用共计\_元。