# 2024年房地产广告策划方案通用模板

来源：网络 作者：情深意重 更新时间：2024-09-08

*为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。2024年房地产广告策划方...*

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**2024年房地产广告策划方案通用模板一**

株洲，位于湖南东部湘江之滨，距省会长沙50公里，总面积11262平方公里，总人口372万，其中城区面积60平方公里，城区人口75.9万，下辖4县一市。据统计：20\_\_年株洲市生产总值394.1亿元，人均国民生产总值达到10800元，人均可支配收入8986元，居民生活水平在不断提高。由于株洲有着非常优越的地理位置和工业基础比较发达，株洲已成为全国对外开放的重要城市和重要出口商品基地，旅游业逐步发展成为株洲的重要产业，近年来随着房地产业的扩张，株洲的商品房交易也日趋火爆，20\_\_年7月天然气将进入株洲，房地产市场的火爆和天然气的入株必然会为厨卫产品带来全新的发展机遇和市场空间。\_\_品牌是湖南当地的厨电品牌，在株洲灶具市场占有67%的市场份额。为把握商机，占领市场，积极开辟新的销售渠道，\_\_品牌利用自身的地缘优势，针对房产市场专门组织了一系列的小区促销活动。

一、活动目的

提高\_\_品牌知名度及市场占有率，拓展新的销售渠道以扩大销量。

二、活动主题：

购\_\_品牌家厨，创造美好新生活。

三、活动前期准备：

A、宣传品制作。

①条幅：保证每个小区悬挂3条，可挂在小区外墙、路边树干及小区内主干道上。内容可为：\_\_品牌家厨义务维修服务点;\_\_品牌创造舒适健康新生活;新生活，新家厨——\_\_品牌家厨，条幅作为现场的促销广告，内容为\_\_品牌企业标准色，蓝底白字，以吸引消费者注意，形成强烈的视觉冲击力。

②海报：张贴于小区宣传栏或小区门口、外墙、现场咨询台或产品上，以引起消费者注意，达到宣传的目的。

③\_\_展架：内容主要是产品形象及企业形象Logo以及促销活动内容及服务内容等。

④DM宣传单页：由导购员或临时导购员在小区门口，人流量大的过道交叉路口，主要干道及小区活动现场向消费者散发大量的宣传品、DM宣传单页，向消费者传递信息应直接，完整，因此DM宣传单页包括公司简介及公司理念等，适当印上产品型号、尺寸及简介。另增加售后服务承诺及售后服务联系电话，免除消费者后顾之忧。

⑤楼层贴：制作楼层贴张贴于各个小区的每层楼道内，颜色为\_\_品牌企业标准色，如蓝色和白色，蓝底白字或白底蓝字，内容主要以公益性质宣传语为主：如\_\_品牌集团与您共创全国文明城市;争做文明株洲人;\_\_品牌集团祝您身体健康，步步高升等。

⑥帐篷：帐篷统一印刷企业CI形象，并于小区直销活动开始前运送至小区活动现场，增加企业和产品知名度，提升品牌形象。

⑦售后服务联络卡：增加厂家与消费者的感情，提高企业的美誉度，引起消费者信赖。

B、小区选择：

①首先对小区的总体情况做调查，了解小区的开发商背景及住宅楼的开发规模，并且对业主的背景进行分析，围绕目标消费者进行信息收集，确定合作伙伴。

②了解希望合作小区的管理制度并与物业人员沟通，了解对方对小区活动的看法，探讨合作模式，以便更好的开展小区活动，避免不必要的麻烦。

③在与房地产开发商签定合作协议，以开发商品牌和\_\_品牌共同活动的方式进行，以提高各自销量。如：“湘银、\_\_品牌与您携手共创美好新生活。”

C、直销活动宣传方式。

①在进入小区直销活动前，组织人员进入小区内以地毯式发放宣传单页，做到家家户户均看得到\_\_品牌的宣传单页。

②在各小区楼道内贴上楼层贴，提高影响力，悬挂横幅于各小区内，增强品牌知品度，扩大影响。

③在现场摆点直销时，不仅发放DM宣传单页，另可附加奉送一系列小礼品扩大宣传的影响力。

④在小区现场销售过程中，可发动现场的消费者参与，以引起其他消费者对\_\_品牌产品和促销活动的注意，利用他们之间的信任和喜欢“凑热闹”的心理来宣传活动，以拉动销售。

⑤利用房地产开发商展览大厅，放置\_\_品牌DM宣传单页或联合促销广告单页。

⑥借助售楼小姐进行推介，如购房一套，赠送\_\_品牌优惠券\_\_元或凭\_\_品牌的DM宣传单页可享受\_\_折优惠，或免费清洗一次。

D、导购员培训。

导购员必须要全面熟悉产品结构和特点，了解产品知识。公司营销部门针对此次活动，有针对性地从各个产品中提炼出卖点，组织专业售后服务人员和技术人员对导购员加以培训，让他们了解各零部件的作用和功能，使导购员真正对产品全面了解，使他们能够在向消费者介绍产品时更有说服力。

活动中，导购员要统一说词，统一口径，统一着装，始终保持友善、热情、微笑的工作态度，积极主动，耐心细致的对消费者讲解活动内容，处处体现出导购员的专业素质，以点燃消费者购买欲望。

另外在终端布置和推销技巧上也加以培训：

1.活动条幅悬挂和海报张贴应在醒目位置，活动赠品也应整齐合理摆放，以吸引消费者注意，引起消费者购买欲望，也烘托出现场的热烈气氛。

2.产品应做到整齐摆放并做堆头，吸引消费者注意，烘托产品热销的情景。赠品也应做堆头，并在赠品上张贴赠品贴。

3.导购员看见消费者后，应主动笑脸相迎，并积极介绍促销活动方式，增强成交率。

4.导购员积极的向前来观看的消费者发放DM宣传单页，当消费者显示出购买欲望后，积极加以引导，促成销售。

5.同时在活动期间，导购员应在每天下班前主动统计销量情况，并及时将信息反馈给经营部，以便经营部作出决策调整。

四、直销活动内容：

现场演示活动。现场演示是一个非常简单且效果明显的方法，比导购员口头介绍效果要强，“耳听为虚，眼见为实”，这样不仅引起消费者兴趣，也提起消费者购买欲望，更增加了消费者的购买信心。现场的演示从产品的特点功能出发，让消费者知道产品的核心卖点，以引起消费者注意，更利用现场演示吸引更多消费者。

同时为加大直销活动力度，必须附加赠品和开展其它活动，吸引消费者，让消费者真正感觉到现场购买确实能够得到实惠，因此，开展以下活动：

活动方式一：以旧换新活动。内容：购买台式灶，旧台式灶更换新灶，旧台式灶抵现金\_\_元;购嵌入式灶，旧灶抵现金\_\_元;购买热水器，旧热水器抵现金\_\_元。

活动方式二：赠品活动。内容：购台式灶，送围裙一条;购嵌入式，送砧板一块;购热水器，送不锈钢鸣笛水壶一个，另可以根据实际情况增加套餐制产品。

活动方式三：免费维修活动。在消费者越来越理性，消费心理越来越成熟的今天，售后服务尤为重要，售后服务不仅要及时、规范、完善，更要做到超前，想用户之所想，急用户之所急，为消费者解决一切后顾之忧，开展免费维修活动，进一步提高品牌效应和企业美誉度。

五、活动中应注意的问题。

①注意天气变化，避开下雨、狂风等不利于开展直销活动的天气。

②防范不怀好意的人捣乱，应主动与小区保安联系。

③避免不愉快的事情发生，不要与消费者争吵，特别是售后服务方面、导购员应做到交待清楚，不得误导消费者，心中要紧记“顾客永远是对的”信念。

④如逢竞争对手也在摆点，不抵毁对方，不得为争抢客户而与竞争对手发生争吵。

⑤做好货物、赠品的保管和销量统计工作，防止货物和赠品的流失。

六、活动总结及效果评估。

针对小区开展的直销活动，不仅可以拓展新的销售渠道，同时也可避免与竞争对手直面相接，既抢占了先机，也起到意想不到的效果，品牌知名度得到大大增强，销量也得到提升。

另外对小区直销活动效果做出评估及做出费用预算进行存档备案。

**2024年房地产广告策划方案通用模板二**

活动背景：

株洲，位于湖南东部湘江之滨，距省会长沙50公里，总面积11262平方公里，总人口372万，其中城区面积60平方公里，城区人口75.9万，下辖4县一市。据统计：20\_\_年株洲市生产总值394.1亿元，人均国民生产总值达到10800元，人均可支配收入8986元，居民生活水平在不断提高。由于株洲有着非常优越的地理位置和工业基础比较发达，株洲已成为全国对外开放的重要城市和重要出口商品基地，旅游业逐步发展成为株洲的重要产业，近年来随着房地产业的扩张，株洲的商品房交易也日趋火爆，20\_\_年7月天然气将进入株洲，房地产市场的火爆和天然气的入株必然会为厨卫产品带来全新的发展机遇和市场空间。X品牌是湖南当地的厨电品牌，在株洲灶具市场占有67%的市场份额。为把握商机，占领市场，积极开辟新的销售渠道，X品牌利用自身的地缘优势，针对房产市场专门组织了一系列的小区促销活动。

一、活动目的

提高X品牌知名度及市场占有率，拓展新的销售渠道以扩大销量。

二、活动主题：

购X品牌家厨，创造美好新生活。

三、活动前期准备：

A、宣传品制作。

①条幅：保证每个小区悬挂3条，可挂在小区外墙、路边树干及小区内主干道上。内容可为：X品牌家厨义务维修服务点;X品牌创造舒适健康新生活;新生活，新家厨——X品牌家厨，条幅作为现场的促销广告，内容为X品牌企业标准色，蓝底白字，以吸引消费者注意，形成强烈的视觉冲击力。

②海报：张贴于小区宣传栏或小区门口、外墙、现场咨询台或产品上，以引起消费者注意，达到宣传的目的。

③X展架：内容主要是产品形象及企业形象Logo以及促销活动内容及服务内容等。

④DM宣传单页：由导购员或临时导购员在小区门口，人流量大的过道交叉路口，主要干道及小区活动现场向消费者散发大量的宣传品、DM宣传单页，向消费者传递信息应直接，完整，因此DM宣传单页包括公司简介及公司理念等，适当印上产品型号、尺寸及简介。另增加售后服务承诺及售后服务联系电话，免除消费者后顾之忧。

⑤楼层贴：制作楼层贴张贴于各个小区的每层楼道内，颜色为X品牌企业标准色，如蓝色和白色，蓝底白字或白底蓝字，内容主要以公益性质宣传语为主：如X品牌集团与您共创全国文明城市;争做文明株洲人;X品牌集团祝您身体健康，步步高升等。

⑥帐篷：帐篷统一印刷企业CI形象，并于小区直销活动开始前运送至小区活动现场，增加企业和产品知名度，提升品牌形象。

⑦售后服务联络卡：增加厂家与消费者的感情，提高企业的美誉度，引起消费者信赖。

B、小区选择：

①首先对小区的总体情况做调查，了解小区的开发商背景及住宅楼的开发规模，并且对业主的背景进行分析，围绕目标消费者进行信息收集，确定合作伙伴。

②了解希望合作小区的管理制度并与物业人员沟通，了解对方对小区活动的看法，探讨合作模式，以便更好的开展小区活动，避免不必要的麻烦。

③在与房地产开发商签定合作协议，以开发商品牌和X品牌共同活动的方式进行，以提高各自销量。如：“湘银、X品牌与您携手共创美好新生活。”

C、直销活动宣传方式。

①在进入小区直销活动前，组织人员进入小区内以地毯式发放宣传单页，做到家家户户均看得到X品牌的宣传单页。

②在各小区楼道内贴上楼层贴，提高影响力，悬挂横幅于各小区内，增强品牌知品度，扩大影响。

③在现场摆点直销时，不仅发放DM宣传单页，另可附加奉送一系列小礼品扩大宣传的影响力。

④在小区现场销售过程中，可发动现场的消费者参与，以引起其他消费者对X品牌产品和促销活动的注意，利用他们之间的信任和喜欢“凑热闹”的心理来宣传活动，以拉动销售。

⑤利用房地产开发商展览大厅，放置X品牌DM宣传单页或联合促销广告单页。

⑥借助售楼小姐进行推介，如购房一套，赠送X品牌优惠券\_\_元或凭X品牌的DM宣传单页可享受ⅹ\_\_折优惠，或免费清洗一次。

D、导购员培训。

导购员必须要全面熟悉产品结构和特点，了解产品知识。公司营销部门针对此次活动，有针对性地从各个产品中提炼出卖点，组织专业售后服务人员和技术人员对导购员加以培训，让他们了解各零部件的作用和功能，使导购员真正对产品全面了解，使他们能够在向消费者介绍产品时更有说服力。

活动中，导购员要统一说词，统一口径，统一着装，始终保持友善、热情、微笑的工作态度，积极主动，耐心细致的对消费者讲解活动内容，处处体现出导购员的专业素质，以点燃消费者购买欲望。

另外在终端布置和推销技巧上也加以培训：

1.活动条幅悬挂和海报张贴应在醒目位置，活动赠品也应整齐合理摆放，以吸引消费者注意，引起消费者购买欲望，也烘托出现场的热烈气氛。

2.产品应做到整齐摆放并做堆头，吸引消费者注意，烘托产品热销的情景。赠品也应做堆头，并在赠品上张贴赠品贴。

3.导购员看见消费者后，应主动笑脸相迎，并积极介绍促销活动方式，增强成交率。

4.导购员积极的向前来观看的消费者发放DM宣传单页，当消费者显示出购买欲望后，积极加以引导，促成销售。

5.同时在活动期间，导购员应在每天下班前主动统计销量情况，并及时将信息反馈给经营部，以便经营部作出决策调整。

四、直销活动内容：

现场演示活动。现场演示是一个非常简单且效果明显的方法，比导购员口头介绍效果要强，“耳听为虚，眼见为实”，这样不仅引起消费者兴趣，也提起消费者购买欲望，更增加了消费者的购买信心。现场的演示从产品的特点功能出发，让消费者知道产品的核心卖点，以引起消费者注意，更利用现场演示吸引更多消费者。

同时为加大直销活动力度，必须附加赠品和开展其它活动，吸引消费者，让消费者真正感觉到现场购买确实能够得到实惠，因此，开展以下活动：

活动方式一：以旧换新活动。内容：购买台式灶，旧台式灶更换新灶，旧台式灶抵现金ⅹ\_\_ⅹ元;购嵌入式灶，旧灶抵现金\_\_元;购买热水器，旧热水器抵现金ⅹⅹ元。

活动方式二：赠品活动。内容：购台式灶，送围裙一条;购嵌入式，送砧板一块;购热水器，送不锈钢鸣笛水壶一个，另可以根据实际情况增加套餐制产品。

活动方式三：免费维修活动。在消费者越来越理性，消费心理越来越成熟的今天，售后服务尤为重要，售后服务不仅要及时、规范、完善，更要做到超前，想用户之所想，急用户之所急，为消费者解决一切后顾之忧，开展免费维修活动，进一步提高品牌效应和企业美誉度。

五、活动中应注意的问题。

①注意天气变化，避开下雨、狂风等不利于开展直销活动的天气。

②防范不怀好意的人捣乱，应主动与小区保安联系。

③避免不愉快的事情发生，不要与消费者争吵，特别是售后服务方面、导购员应做到交待清楚，不得误导消费者，心中要紧记“顾客永远是对的”信念。

④如逢竞争对手也在摆点，不抵毁对方，不得为争抢客户而与竞争对手发生争吵。

⑤做好货物、赠品的保管和销量统计工作，防止货物和赠品的流失

六、活动总结及效果评估。

针对小区开展的直销活动，不仅可以拓展新的销售渠道，同时也可避免与竞争对手直面相接，既抢占了先机，也起到意想不到的效果，品牌知名度得到大大增强，销量也得到提升。

另外对小区直销活动效果做出评估及做出费用预算进行存档备案。

**2024年房地产广告策划方案通用模板三**

活动背景：

株洲，位于湖南东部湘江之滨，距省会长沙50公里，总面积11262平方公里，总人口372万，其中城区面积60平方公里，城区人口75.9万，下辖4县一市。据统计：20\_\_年株洲市生产总值394.1亿元，人均国民生产总值到达10800元，人均可支配收入8986元，居民生活水平在不断提高。由于株洲有着非常优越的地理位置和工业根底比拟兴旺，株洲已成为全国对外开放的重要城市和重要出口商品基地，旅游业逐步开展成为株洲的重要产业，近年来随着房地产业的扩张，株洲的商品房交易也日趋火爆，20\_\_年7月天然气将进入株洲，房地产市场的火爆和天然气的入株必然会为厨卫产品带来全新的开展机遇和市场空间。X品牌是湖南当地的厨电品牌，在株洲灶具市场占有67%的市场份额。为把握商机，占领市场，积极开辟新的销售渠道，X品牌利用自身的地缘优势，针对房产市场专门组织了一系列的小区促销活动。

一、活动目的

提高X品牌知名度及市场占有率，拓展新的销售渠道以扩大销量。

二、活动主题：

购X品牌家厨，创造美好新生活。

三、活动前期准备：

A、宣传品制作。

①条幅：保证每个小区悬挂3条，可挂在小区外墙、路边树干及小区内主干道上。内容可为：X品牌家厨义务维修效劳点;X品牌创造舒适健康新生活;新生活，新家厨——X品牌家厨，条幅作为现场的促销广告，内容为X品牌企业标准色，蓝底白字，以吸引消费者注意，形成强烈的视觉冲击力。

②海报：张贴于小区宣传栏或小区门口、外墙、现场咨询台或产品上，以引起消费者注意，到达宣传的目的。

③X展架：内容主要是产品形象及企业形象Logo以及促销活动内容及效劳内容等。

④DM宣传单页：由导购员或临时导购员在小区门口，人流量大的过道交叉路口，主要干道及小区活动现场向消费者散发大量的宣传品、DM宣传单页，向消费者传递信息应直接，完整，因此DM宣传单页包括公司简介及公司理念等，适当印上产品型号、尺寸及简介。另增加售后效劳承诺及售后效劳联系电话，免除消费者后顾之忧。

⑤楼层贴：制作楼层贴张贴于各个小区的每层楼道内，颜色为X品牌企业标准色，如蓝色和白色，蓝底白字或白底蓝字，内容主要以公益性质宣传语为主：如X品牌集团与您共创全国文明城市;争做文明株洲人;X品牌集团祝您身体健康，步步高升等。

⑥帐篷：帐篷统一印刷企业CI形象，并于小区直销活动开始前运送至小区活动现场，增加企业和产品知名度，提升品牌形象。

⑦售后效劳联络卡：增加厂家与消费者的感情，提高企业的美誉度，引起消费者信赖。

B、小区选择：

①首先对小区的总体情况做调查，了解小区的开发商背景及住宅楼的开发规模，并且对业主的背景进行分析，围绕目标消费者进行信息收集，确定合作伙伴。

②了解希望合作小区的管理制度并与物业人员沟通，了解对方对小区活动的看法，探讨合作模式，以便更好的开展小区活动，防止不必要的麻烦。

③在与房地产开发商签定合作协议，以开发商品牌和X品牌共同活动的方式进行，以提高各自销量。如：“湘银、X品牌与您携手共创美好新生活。〞

C、直销活动宣传方式。

①在进入小区直销活动前，组织人员进入小区内以地毯式发放宣传单页，做到家家户户均看得到X品牌的宣传单页。

②在各小区楼道内贴上楼层贴，提高影响力，悬挂横幅于各小区内，增强品牌知品度，扩大影响。

③在现场摆点直销时，不仅发放DM宣传单页，另可附加奉送一系列小礼品扩大宣传的影响力。

④在小区现场销售过程中，可发动现场的消费者参与，以引起其他消费者对X品牌产品和促销活动的注意，利用他们之间的信任和喜欢“凑热闹〞的心理来宣传活动，以拉动销售。

⑤利用房地产开发商展览大厅，放置X品牌DM宣传单页或联合促销广告单页。

⑥借助售楼小姐进行推介，如购房一套，赠送X品牌优惠券\_\_元或凭X品牌的DM宣传单页可享受ⅹ\_\_折优惠，或免费清洗一次。

D、导购员培训。

导购员必须要全面熟悉产品结构和特点，了解产品知识。公司营销部门针对此次活动，有针对性地从各个产品中提炼出卖点，组织专业售后效劳人员和技术人员对导购员加以培训，让他们了解各零部件的作用和功能，使导购员真正对产品全面了解，使他们能够在向消费者介绍产品时更有说服力。

活动中，导购员要统一说词，统一口径，统一着装，始终保持友善、热情、微笑的工作态度，积极主动，耐心细致的对消费者讲解活动内容，处处表达出导购员的专业素质，以点燃消费者购置欲望。

另外在终端布置和推销技巧上也加以培训：

1.活动条幅悬挂和海报张贴应在醒目位置，活动赠品也应整齐合理摆放，以吸引消费者注意，引起消费者购置欲望，也衬托出现场的热烈气氛。

2.产品应做到整齐摆放并做堆头，吸引消费者注意，衬托产品热销的情景。赠品也应做堆头，并在赠品上张贴赠品贴。

3.导购员看见消费者后，应主动笑脸相迎，并积极介绍促销活动方式，增强成交率。

4.导购员积极的向前来观看的消费者发放DM宣传单页，当消费者显示出购置欲望后，积极加以引导，促成销售。

5.同时在活动期间，导购员应在每天下班前主动统计销量情况，并及时将信息反应给经营部，以便经营部作出决策调整。

四、直销活动内容：

现场演示活动。现场演示是一个非常简单且效果明显的方法，比导购员口头介绍效果要强，“耳听为虚，眼见为实〞，这样不仅引起消费者兴趣，也提起消费者购置欲望，更增加了消费者的购置信心。现场的演示从产品的特点功能出发，让消费者知道产品的核心卖点，以引起消费者注意，更利用现场演示吸引更多消费者。

同时为加大直销活动力度，必须附加赠品和开展其它活动，吸引消费者，让消费者真正感觉到现场购置确实能够得到实惠，因此，开展以下活动：

活动方式一：以旧换新活动。内容：购置台式灶，旧台式灶更换新灶，旧台式灶抵现金ⅹ\_\_ⅹ元;购嵌入式灶，旧灶抵现金\_\_元;购置热水器，旧热水器抵现金ⅹⅹ元。

活动方式二：赠品活动。内容：购台式灶，送围裙一条;购嵌入式，送砧板一块;购热水器，送不锈钢鸣笛水壶一个，另可以根据实际情况增加套餐制产品。

活动方式三：免费维修活动。在消费者越来越理性，消费心理越来越成熟的今天，售后效劳尤为重要，售后效劳不仅要及时、标准、完善，更要做到超前，想用户之所想，急用户之所急，为消费者解决一切后顾之忧，开展免费维修活动，进一步提高品牌效应和企业美誉度。

五、活动中应注意的问题。

①注意天气变化，避开下雨、狂风等不利于开展直销活动的天气。

②防范不怀好意的人捣乱，应主动与小区保安联系。

③防止不愉快的事情发生，不要与消费者争吵，特别是售后效劳方面、导购员应做到交待清楚，不得误导消费者，心中要紧记“顾客永远是对的〞信念。

④如逢竞争对手也在摆点，不抵毁对方，不得为争抢客户而与竞争对手发生争吵。

⑤做好货物、赠品的保管和销量统计工作，防止货物和赠品的流失

六、活动总结及效果评估。

针对小区开展的直销活动，不仅可以拓展新的销售渠道，同时也可防止与竞争对手直面相接，既抢占了先机，也起到意想不到的效果，品牌知名度得到大大增强，销量也得到提升。

另外对小区直销活动效果做出评估及做出费用预算进行存档备案。

**2024年房地产广告策划方案通用模板四**

活动日期：

20\_\_年4月8日——20\_\_年5月1日

活动主题：

购房\_\_X五一送旅游

活动目的和意义：

1、五一这个季节大家喜欢出游，所以做一些户外活动也比拟符合传统习惯。同时，三天的假期，不少人没想好去哪里、做什么，这个时候如果我们能做一些有特色的活动，或者是给点小恩小惠，送点小礼品，很容易吸引客户到售楼部来。所以，节日的促销活动不可少，小礼品或者折扣等都是这个时候的常用手法。另外，节日促销，是做情感营销的好时机，这个时候组织老客户和现在成交的客户一起旅游，会很自然，容易赢得客户的好感，宣扬本工程，扩大影响力度，得到口碑效应。

2、利用五一旅游活动，升华情感营销，情感营销就是人与人之间的关心，真情的流露，并没有以产品销售为目的而最终到达销售产品的目的的营销。情感营销是一种以销售人员受人欢送的人格魅力以及对未来消费习惯的把握上来影响自己身边的人，以自身来引导消费的一种营销方式。情感营销相似于沟通营销，也相似与口碑营销，我认为情感营销是沟通营销与口碑营销的共同体，是两者的结合，合二为一。情感营销是以后营销学的大势所趋。

3、抓住五一假期时间，来访客户即赠送小礼品，老客户介绍新客户送物业费，成交客户参加五一旅游活动，衬托案场促进销活动。

4、五一旅游活动结合楼盘抽奖活动，给予客户大折扣、大优惠、送旅游、抽大奖，不断提升我们案场人气，情感营销加上SP配合、假客户等，促使客户快速成交。

五一旅游活动路线：供参考(一日游不含午餐二日游是全含)

1、龙潭大峡谷一日游168元/人

2、六羊山一日游128元/人

3、龙潭大峡谷+皇城相府二日游388

4、云台山二日游398元

5、万仙山+郭亮村二日游298

**2024年房地产广告策划方案通用模板五**

一、活动主题：

1浪漫七夕，相邀美丽

2浪漫满屋，幸福七夕

二、活动背景

每年农历七月初七这一天是我国汉族的传统节日七夕节。因为此日活动的主要参与者是少女，而节日活动的内容又是以乞巧为主，故而人们称这天为“乞巧节”或“少女节”、“女儿节”。七夕节是我国传统节日中浪漫色彩的一个节日，也是过去姑娘们最为重视的日子。

人们传说在七夕的夜晚，抬头可以看到牛郎织女的银河相会，或在瓜果架下可偷听到两人在天上相会时的。脉脉情话。女孩们在这个充满浪漫气息的晚上，对着天空的朗朗明月，摆上时令瓜果，朝天祭拜，乞求天上的仙女能赋予她们聪慧的心灵和灵巧的双手，让自己的针织女工技法娴熟，更乞求爱情婚姻的姻缘巧配。

三、活动目的

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x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。

四、活动亮点

1七夕佳节，节日购房大优惠。

2搭建鲜花拱门，搭配粉色地毯，地毯上撒满玫瑰花瓣，地毯两侧有落地鲜花，让前来参与活动的新老顾客感受“鹊桥幽会”的浪漫氛围。

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。

4活动签到时，每位女性朋友将获得一束美丽的玫瑰花，及由伊丽莎白美容机构提供的美容体验券一张。

5现场好礼送不停，凡参与活动的每对情侣、夫妻，将获得一张抽奖券，有机会抽取大奖。

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。

五、活动要素

活动时间：20\_\_年8月23日

活动地点：x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

六、活动流程分解

签到：

1、来宾签到，赠送鲜花，领取资料2、走鹊桥，合影留念

亮点1：走鹊桥，营造温咖啡馨浪漫的氛围

亮点2：小提琴暖场，用音乐渲染气氛，增添节日元素茶水点心供应

2、水吧提供足够数额的茶水点心，包括奶茶、咖啡、蒸馏水、汽水、曲奇饼等

主持人开场白：

1、提前五分钟、二分钟提醒户外的客人入场2、讲解活动，包括活动主题、内容等小提琴表演

2、小提琴表演，拉奏优美、温馨、扣人心弦的曲子，渲染氛围第一轮抽奖

3、抽取三等奖，调动客户的积极性，为健康美丽讲座奠定感情基础健康美丽座谈会

4、有伊丽莎白美容机构讲师主讲，跟到场的`来宾，尤其是女性讲授健康美丽的秘诀

互动游戏：

1、心有灵犀大比拼互动游戏

2、肢体模仿秀

抽奖：

1、分一、二、三等奖，各项奖品待定

2、第一轮抽出三等奖，最后一轮抽奖同时抽取一等奖、二等奖

七、活动预算

\_\_

八、活动评估

【2024年房地产广告策划方案通用模板】相关推荐文章:

房地产广告营销策略浅析

2024年晚会活动策划方案通用

房地产中秋晚会策划方案

房地产宣传推广策划方案

2024年个人工作总结通用模板

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找