

泉州海悦府项目

“中秋” “十一” 双节促销活动方案

September 11, 2016



目录



1

海悦府中秋活动方案（现执行）

2

双节促销优惠活动方案建议

3

1A#楼办公产品去化建议

第一章

海悦府中秋活动方案（现执行）

如何在中秋、十一节假日的最佳销售时机，达成销售业绩？



通过项目机会点及应对策略思考，寻找解决思路！

项目机会点及应对策略

项目机会点

随着恒大、碧桂园等一线房企入驻，区域热度不断升温，市场关注度提高，区域市场来访量增加

应对策略

做好、做深、做透 竞品客户拦截（挖掘资源客户）+ 浔埔拆迁户拓展+ 目标客户定向拓展



恒大都市广场



东海片区

针对恒大

外展点



针对碧桂园、十二宴

楼体条幅



拦截桁架



竞品节点 活动应对

小蜜蜂派报



海悦府中秋活动方案

通过项目机会点思考，进行核心策略推导



近身肉搏！

活动目的

提高客户来访量，通过口碑宣传，提高项目知名度，同时回馈新老客户，促进项目成交；

活动主题

浓情中秋，海悦有礼+88888元家电好礼免费送

活动时间

2016年9月8日-2016年10月7日

促销方式

认购送电烤箱+认购参与砸金蛋（业主专属奖）



中秋博饼

10-18日博饼系列活动：浓情中秋、海悦有礼+88888元家电好礼免费送！



来访流水博饼

业主专场博饼

资源客户专场



来访砸金蛋

来访即可砸金蛋，100%中奖！+派送砸金蛋券，直接竞品截客



油悦府

老师您辛苦了

赠送月饼礼，敬师福利

凭教师资格证到海悦府营销中心，
即可获得5大品牌大券一份，
并可参与砸金蛋及中秋博饼活动。
100%中奖家电礼等你来赢！

89-199㎡一线海景现房，即买即住

28211000 26776666

项目地址：泉州市·丰泽区·中海路与东海街交叉口
营销中心设在泉州市海悦府售楼部和展示厅内。

油悦府

9.7-9.17
来访砸金蛋
100%中奖

89-199㎡一线海景现房，即买即住

28211000 26776666

项目地址：泉州市·丰泽区·中海路与东海街交叉口
营销中心设在泉州市海悦府售楼部和展示厅内。

样板房开放

9月15日台湾诚品风格样板开放：冰皮月饼DIY+精美茶歇+万元家电抽奖



样板房开放结合中秋节假日节点进行线上炒作，以微信大V为主，做系列推广铺排

氛围包装

政策利好展板+区域价值配套展板+合影留念氛围布置+礼品堆头



在城市中央，我有一所房子，面朝大海...





保温饭盒/碗筷套装



目标客户拓展策略

拓客思考：

发挥项目场地优势：企事业单位、团体合作资源互动、圈层营销

锁定目标群体的专属性活动

针对女性：优雅下午茶、美甲体验、美容养护等

针对市政府、企事业单位：对外企业培训、专场联谊会，外资专场洽谈会

针对医生教师：送关爱手环，举办相亲会、联谊会、博饼；

针对银行证券VIP客户：举办金融讲座、互动沙龙、样板房实景夜宴等

针对商会：定制高端商务活动，例如高尔夫球体验、举办专题茶话会

针对爱跑族、高端健身会所VIP：举办健康跑活动，运动健康主题活动

➤ **引进来：**利用项目场地资源进行互动，客户导入，举办跨界活动、高端客户私宴活动、客户派对；

➤ **走出去：**结合中秋博饼，主动进行大客户拜访、打通企业重点人物，进入企业内部集中项目推介；

双节资源活动系列月



本月已确定圈层活动共**9场**，专场资源活动仍在持续洽谈增加中，预计来访超**1000人**

第二章

双节促销优惠活动方案建议

双节促销优惠活动方案建议

促销方案建议

限时特惠，买房补贴加倍送！

1、活动时间：

2016年9月15日-2015年10月15日（视具体情况可延续至12月31日，与政府补贴同步）；

2、活动对象：

活动期间新增认购的客户；

3、活动内容：

即日起至活动有效期内，凡在海悦府购房者，将同时享受政府1-1.5%补贴和开发商让利补贴优惠（1-1.5%），总房价最高直减8万元（仅限89㎡及199㎡产品，限35名，先到先得！）；

广告宣传主题建议

活动主题建议

1、金秋购房补贴1+1，挑战年度最优惠！

2、“一家买房·两家补贴”全城大行动！

3、双节百万让利计划：无补贴，不买房！

网络/微信软文铺排

第1波：【最高直减8万】你离市中心海景房又近了一步！

摘要1：好事不常有，错过就没有！

第2波：【重磅消息】政府、开发商齐发力，置业泉州正当时！

摘要2：省下的钱，可以买部车了！

第3波：不曾有，不再有！一家买房，两家补贴！

摘要3：上有老下有小，买房还是大点好！

[illegible][illegible]


购房福利：政府给力 半岛再补贴
1500000 购房补贴
助您有自己的一“套”
郑开·蓝林半岛墅区湖景房，仅限50套，助力奋斗中的您
 95-157㎡湖墅区湖景房，限时补贴，剩加金
 27777777 7419888

= 永和·尚居 =

海曙中心 约30-50m²精装

盛达城

SHENGDA COMMUNITY

为宁波青年撑腰

1% + 1% 青年购房
助推计划

宁波出台大学生购房新政，最高给予房价总额1%购房补贴
永和尚居携手 []，对符合条件的毕业生，再补贴房价总额的1%

购房补贴对象：2014年10月16日—2014年10月24日止 具体优惠政策详见售楼部

**80后
抢先机**

约300米 黄金级三房

高校毕业十年内
最高补贴房价总额 **1%**

促销推广策略

整体策略

推广结合样板房开放、节假日及销售节点进行，整合传播，有效覆盖！

总体思路

大众媒体—分众媒体—网络媒体—微信营销—事件营销/活动营销

大众媒介/分众传媒

- 904广播
- 户外大牌
- 社区道闸
- 电梯框架广告

短信/网络/微信

- 目标客群短信覆盖
- 微信大V投放
- 微信刷屏稿及图文转发
- 新媒体ALLWIFI开屏广告

事件营销/活动营销

- 样板房开放
- 中秋博饼系列活动
- 海居生活体验
- 举牌巡游、派报、推介



促销产品说明

促销产品说明									
促销房源	产品	套数 (套)	促销前 折扣	促销后 折扣	促销前总货值 (万元)	促销后总货值 (万元)	促销前均价 (元/㎡)	促销后均价 (元/㎡)	货值差额 (万元)
	89㎡	30	0.98	0.9702	3147	3116	11779	11660	-31
	199㎡	5	0.98	0.9653	1423	1402	14258	14044	-21
	合计	35	/	/	4570	4518	12453	12308	-52
本次促销房源为2#2单元、5#楼89㎡、3#199㎡户型（具体房号、户型、数量见附件）									
促销产品选择原因：89㎡库存多、定位偏差（刚需客户总价高，暂无配套）、199㎡总价高，配合政策补贴做线上宣传推广！									

2016年9月1日-10月7日销售目标	
认购目标	60套
签约目标	48套
活动来访目标	1500人

高标准，高要求，全力以赴，使命必达！



海悦府：打造成为滨海居住品质标杆

促销政策说明

促销折扣率说明:

89m²产品: 政府补贴1%, 开发商补贴1%, 即按揭折扣率为 $0.98 \times 0.99 = 0.9702$

199m²产品: 政府补贴1.5%, 开发商补贴1.5%, 即按揭折扣率为: $0.98 \times 0.985 = 0.9653$

优惠金额消化方式说明

调价房源	产品	套数 (套)	调整前总价 (万元)	调整后总价 (万元)	调整前均价 (元/m ²)	调整后均价 (元/m ²)	货值差额 (万元)
	101m ²	10	1832	1887	13061	13453	55
	140m ²	19	2410	2482	12578	12956	72
合计			4242	4369	12782	13166	127
5#楼101及140m ² 产品单价上浮3%, 即整体货值增加127万元, 抵消促销产品优惠金额; (备注:101m ² 及140m ² 产品市场较为认可, 库存仅72套, 其中101m ² 31套, 140m ² 41套, 通过样板房展示, 产品组合推 售, 稳步去化, 实现高收益)							

销售保障措施

针对性 保障措施

1、商业启动

- 1、9月30日前完成商业市场深化调研，细化商业方案；
- 2、王府井商业合作洽谈，计划于10月30日前完成合同签署；
- 3、商业造势，增加客户对配套的信心；

2、体验营销

- 1、9月15日前：看房动线提升及样板房开放；
- 2、9月30日前：海居生活试住体验启动；
- 3、10月30日前：完成社区生活配套底商招商；

3、客户拓展

- 1、浔埔拆迁户：上门拜访+派送大米券+家宴活动；
- 2、老社区拓展：绘制拓客地图，差异化活动进社区；
- 3、乡镇、厦门客户拓展：外展点+异地渠道商合作；

4、竞品拦截

- 1、针对恒大：8月30日外展点开放（面向恒大售楼部）；
- 2、针对碧桂园：楼体条幅+发光字+拦截桁架+小蜜蜂；
- 3、专场主题活动+圈层活动+暖场活动进行客户拦截；

第三章

1A#楼办公产品去化建议

1A#楼办公产品去化建议

1A#楼现状：

因项目用地性质及规划指标要求，项目1A#号楼为办公性质，产权为50年。

项目周边竞品SOHO库存

项目	面积 (m²)	层 (m)	库存 (套)	均价 (元/m²)
恒大都市广场	40-67	4.8	1500	未开盘
东海泰禾广场	55-1350	5	800	10500-12450
上实海上海	约40 (未测绘)	5	420	未开盘
星光耀广场	38-72	5	800	7950
御花园：328套38-68m²单身公寓（住宅性质）				/

周边竞品办公产品库存大，且都为买一层送一层，1A整体去化难度较大

1A号楼整体均价：11987元/m²

单元号	01	02	03	05
建筑面积 (m²)	110.31	96.50	96.56	128.95
成交均价 (元/m²)	11822	11169	10956	13617

根据推售节点、策略
阶段性优化产品价格

1A#建议：整栋精装修

购房合同、装修合同分开独立签署

避免消防规范责任、以运营促销售

王府井运营洽谈+商业地块启动

商业入市+会展配套+区域规划升级

未来区域商业价值显现，推动运营产品去化

1A#楼项目去化建议:

整体户型结构保持不变、精装套房：以租促售，运营先行

类别	1A#楼经济技术指标
建筑面积	6788.17m ²
层数/套数	18层（其中1-2层为店面），共63套
层高	3m
类别	精装修建议方案
精装标准	1975元/m ²
装修层数	整栋精装
装修风格	现代风格
备注	分批装修，租售同步，运营先行

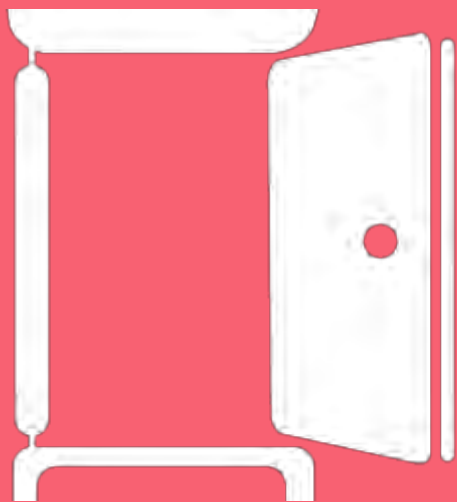
海悦府精装交付标准		
配置标准报价		1975元/平米
装修面积(平米)		
室内	玄关	顶棚、墙面、地面 ■多乐士乳胶漆 ■石膏板吊顶 ■筒灯 ■国产墙纸 ■实木复合地板
	客餐厅、 房间	顶棚、墙面、地面 ■多乐士乳胶漆 ■石膏板吊顶 ■筒灯 ■国产墙纸 ■实木复合地板
	厨房	顶棚、墙面、地面 ■乳胶漆 ■石膏板吊顶 ■筒灯 ■L&D墙砖 ■L&D墙砖
	卫生间	顶棚、墙面、地面 ■多乐士乳胶漆 ■石膏板吊顶 ■筒灯 ■排气扇 ■人造大理石
	阳台地面、户内门、家具	■实木复合地板 ■成品户内门含锁具 ■成品浴室柜 ■成品橱柜
	电器	■西门子油烟机、燃气灶、消毒柜
	洁具、龙头、花洒	■成品淋浴房 ■TOTO台盆 ■TOTO马桶 ■TOTO或同档次品牌面盆龙头、花洒 ■浴室镜
	开关、插座及其他	■飞利浦或同等档次品牌插座开关面板 ■潜水艇防臭型地漏
机电 设备	VRV空调	LG变频冷媒流量多联式冷暖中央空调系统
	给排水管、电梯电梯	伟星或同档次品牌；起新或同档次品牌

政策利好

《泉政文[2016]97号》文件，对于参照成套住宅设计的商业办公用房项目，用水用电按实际使用功能进行收费；房屋装修入住后，做居住使用的，按民用水、电标准计费；在技术和安全条件允许的情况下，可引进燃气入户；

精装总成本：**1341万元**，销售单价上浮**2000元/m²**，即调整后1A#均价为**13987元/m²**

未来，随着会展中心、总部经济区的启动和入住，片区商务办公将日趋成熟，将给项目带来更多机会！



营销任意门

www.yxrym.com

你的营销军火库



营销任意门——海量高质量营销策划方案、行业报告、营销案例、行业资讯!

最新4A方案 | 培训资料 | 网课资料 | 行业报告 |
资源对接

品牌策略 / 定位方案 / 媒介策略 / 社会化传播 / 数字营销 / 直播 / 年会 /
每年超100G资料分享，每天持续更新.....
整合营销 / 创意方案 / 事件炒作 / 公关活动 / 招商方案 / 发布会.....

快消、汽车、金融、地产、美妆、旅游、互联网、电商、服饰、
游戏、家装、3C、母婴、体育、餐饮、医疗.....



掌门人微信



网站

便捷搜索

在线查看

随意下载

成为营销任意门

钻石会员

每年超100G资料

持续更新1000+方案

致力打造营销策划人便捷使用的网站



掌门人微信



网站