# 楼盘开工庆典策划方案

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-07-01

*第一章 现状与原因1、 发展商品牌在合肥少有人知；2、 在项目上市之前必须进行知名度传播；3、 项目所在区域没有形成区域热点；4、 该项目即使在行业内部也缺乏知名度。第二章 目标与要...*

第一章 现状与原因

1、 发展商品牌在合肥少有人知；

2、 在项目上市之前必须进行知名度传播；

3、 项目所在区域没有形成区域热点；

4、 该项目即使在行业内部也缺乏知名度。

第二章 目标与要求

1、 长期目标——成为整个项目启动的调性把握；

2、 短期目标——引起政府、行业、媒体对项目的广泛关注；

3、 专题目标——预告“巢湖居住时代即将到来”；

4、 一般目标——引起社会大众的兴趣；

5、 特殊目标——引导政府参与项目、关心项目的开发。

第三章 目标可行性

1、 政府最近接二连三下文展示对滨湖城市开发的决心；

2、 该区域拥有最多的空地，能够得到发展商的关注；

3、 该项目规模在安徽无出其右，激发行业兴趣；

4、 该项目事关合肥城市发展方向，媒体愿意制造新闻。

第四章 目标控制

1、 不需要太多公众参加，只需要告诉其“结果”；

2、 希望邀请到相关政府官员，将这件事情上升到“形象工程”、“政绩工程”的高度。

第六章 设计原因

1、话题够大——巢湖一直是全安徽关注的话题，这个话题会迅速引起全社会的关注；

2、便于延伸——可以把若干小活动围绕之为主题开展，形散而神不散；

3、奠定领先优势——作为该区域的创建者的身份符号毋庸置疑，3012项目，首先要做到的是板块的创建者；

4、切合项目的发展方向——项目最大的资源母体就是“巢湖”，对其水文资源、旅游资源的再创造将给我们带来巨大的价值。

第七章 活动设计

1、仪式性活动

a、“问湖”

——拜巢湖神，表达项目和巢湖的关系

——参与者政府官员

b、“追湖”

——马拉松赛跑，表达项目和巢湖近距离

——参与者民众

2、学术性活动

a、“湖居”

——项目规划研讨会，表达项目和巢湖关系，并宣布“众安会”落户安徽

——参与者官员、行业、新闻

b、“访湖”

——巢湖水文化民间普查活动开始

——参与者，社会民众

第八章 物料配合

a、基础物料

1、《滨湖生活蓝本-上篇》

——用大量世界各地的事实与政府相关文件、规划方案证明滨湖时代是一个现代城市的必然选择

2、《滨湖生活蓝本-中篇》

——对绿色港湾项目进行概念介绍，彰显其核心优势

3《滨湖生活蓝本-下篇》

——展望未来的生活方式，感性描述

b、辅助物料

1、 领导发言稿——政府官员、施总、张总

2、 新闻发言稿——各个大媒体

第九章 选择媒体

1、 根据传播范围选择《电视新闻》

——发布活动主题，典礼与系列活动内容实况；

2、 根据政府官员选择《安徽日报》

——发布活动主题，开工典礼与系列活动；

3、 根据行业选择《新安晚报》

——发布活动主题，开工典礼与系列活动；

4、 根据大众的关注选择《户外媒体》

——发布活动主题，具体位置待定。

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