



这一年营销较新潮

1 啤酒狂欢 文化大戏

回放:5月23日下午,激情盛夏,升龙啤酒狂欢节活动在升龙国际中心售楼部广场上拉开帷幕,欢声、笑声让在座的业主度过了一个愉悦的晚上。到场的业主不但品尝了风味各异的啤酒,欣赏精彩绝伦的表演,更积极踊跃的参与各种有趣的啤酒比赛,并且赢得了丰厚的奖品。

6月20日下午,橄榄城炫夏德国啤酒节暨老客户答谢会激情上演。动感的英文歌曲,儿童游戏“寻找小红帽”,奇幻魔术等精彩的节目表演让现场高潮迭起。7月18日晚,橄榄城第二届炫夏啤酒节激情再现。

点评:随着收入的增加,人们对精神生活的追求愈加强烈。开发商通过举办一系列社区活动,不仅回馈了客户的长期支持,更提前为大家展示了社区文化,诠释了和谐的生活模式。

2 浪漫之约 温情上演

回放:6月6日,由本报和河南汉飞置业等单位联合举办的大型公益情缘活动“浪漫紫荆之约”在郑州市紫荆山公园举行。

由于社会压力大、交际范围有限,单身青年们的婚姻问题已凸显,该活动旨在给郑州市优秀单身青年提供一个公益性、开放性的交流平台,现场参与人的数量、涉及面都是空前的,另外,参与人的层次以及众多的名企事业单位集体参与等都让本次活动充满亮点。

点评:主办方不局限于房地产市场,站在公益角度,此类活动充满温情,得到了诸多单身男女的青睐。

3 娱乐大腕 视听盛宴

回放:5月1日上午,曼哈顿商业广场举行开业典礼,特邀蔡依林、林俊杰、董文华、田华等明星演出,并力邀凤凰卫视著名主持人陈鲁豫出任开业典礼及群星演唱会的现场主持,演唱会将以半开放形式进行,让郑州市民在家门口免费享受一场豪华视听盛宴。

9月24日,纵贯线终于在众多粉丝的千呼万唤下抵达郑州,来到“远大理想城”里举办新闻发布会。10月11日,由远大理想城和四老老窝共同赞助主办的纵贯线郑州站演出火爆举行,4万观众一起雨中卡拉OK。

点评:近两年,娱乐大腕频频现身房企开盘现场,也往往引起市民的极大关注,项目知名度快速提升。其实,这就是“名人效应”,房企如果选对了“腕”,也在无形中强化了企业品牌。

4 品味幸福 感恩生活

回放:6月28日,“下一站,生活——‘锦艺·幸福快车’”双层巴士的启动仪式举行。现场,一辆外观独特、富有时代气息的双层巴士,吸引了众多新到访客户和群众的驻足观看,之所以采用一辆双层巴士作为项目的代言车,是与项目所倡导的“在路上”的生活理念密切相关的。锦艺·国际花都希望向公众展示的是一种不断前行的生活标准和生活状态。

7月2日上午8点,新芒果·双河湾迎来了他们的VIP客户,从当天至7月7日,他们将把这些在“河南希望工程新芒果助学活动”中献出自己爱心的VIP客户举行盛大的选房活动,以表达对这些爱心客户的敬意和感谢。

点评:作为社会心理体系一个部分的幸福感,受到许多复杂因素的影响,不同的环境与经历,让人们对于幸福有着不同的感悟和体会。随着房地产开发逐渐回归到追求人们内心对居住的需求,社区生活能否给人们带来幸福的感官体验也就愈加重要。

2009年的楼市有着戏剧性的变化,完全背离业内专家的预测。这一年,销售形势的好转,再次引发“营销无用论”,购房者紧盯产品品质,高性价比成为称霸市场的法宝。不过,愈来愈注重品牌形象的房企依旧精心构思了一系列活动,为2009的中原楼市增添一抹色彩。 晚报记者 王亚平

5 水居样板 体验之旅

回放:2009年7月8日,帝湖花园东王府开盘,郑州水上销售中心揭幕,首座豪华游艇试水,帝湖之景观塔亮灯以及社区联合中心启动仪式这五大活动同时举行。在众多媒体记者及客户的见证下,上午9点30分帝湖一号游艇首航仪式正式开始。在一片长长的鸣笛中,帝湖一号载着众多媒体记者及新老业主,在16万平方米的浩瀚湖面巡游,让客户体验到海域风情。该游艇将长期停放在帝湖水面上,与水上售楼部共同构成帝湖花园项目的水上办公中心。

点评:临水而居是人们的居住梦想,在北方缺水的城市,这往往成为一种难以实现的奢望。因此,不少房企竭力在社区内开挖水系,往往也因管理不善难以持续。拥有资源的帝湖花园建立水上办公中心,并邀请人们乘游艇观湖景,此体验之旅也不失为一智慧的营销手法。

6 强强联手 解读家装

回放:8月8日《交换空间》走进美景鸿城销售中心与客户开展了一场别开生面的家装对话,为大家带来了一场精彩的家装盛宴。CCTV《交换空间》河南区8位优秀金牌设计师为大家详细讲解了家装秘籍,并现场解答客户的装修盲点。

美景鸿城自亮相以来即凭借自身优越的区域价值,超值的户型设计以及广阔的发展前景受到了市场的一致追捧,同时也凭借美景雄厚的品牌实力在社会上引起了强烈反响。

点评:作为央视的品牌节目,《交换空间》有着较高的收视率,不少老百姓从该节目中学习时尚的装修元素。房企深知购房者的这一需求,让设计师走近业主生活,自然会受到大众的青睐。

7 红歌新唱 喜迎国庆

回放:8月16日晚7点,绿城三周年文化庆典五大主题活动之一——红红火火红歌会决赛唱响,堪比专业水准的演唱水平,为西区人民献上了一场听觉盛宴。

为了庆祝新中国60华诞,为了怀念60年的光辉岁月,郑州搜房网、帝湖花园共同主办“相约帝湖,祝福祖国”2009搜房网红歌会。广大搜房网网友和帝湖业主于9月20日齐聚一堂,唱响红歌,献礼祖国。一首首经典老歌从记忆深处蓦然在身边响起,不仅唱出了振奋,更是唱出了共鸣,近千名市民在美妙难忘的红色旋律中,共同为祖国献上祝福。

点评:“红歌会”绝对是今年一个重要的年度标志,我们迎来了新中国60周年华诞。全国上下掀起了红歌热,表演者既有古稀老人,也有3岁幼儿,每个人都用自己的方式演绎红歌的记忆、历史的记忆。这些歌曲唤起了人们对祖国的热爱,重回那激情燃烧的火红岁月。

8 专家莅临 展望趋势

回放:10月30日上午,博鳌压轴论坛秘书长、原外经贸部副部长龙永图,经济学博士、北京科技大学经济管理学院教授赵晓,中国民营科技实业家协会理事长王治国等来到郑州清华忆江南。

他们分别从当前国际经济形势、中国宏观经济特点、基本国策等三大方面详细的阐述了当前宏观经济层面上的三个要素、两个基本动力、一个基本国策。

当日活动现场,座无虚席,业内人士纷纷驾车来到这一休闲大盘倾听专家对行业的观点。

点评:今年房地产行业的趋势变化之快,让大部分业内人士感到不可捉摸,专家的声音代表着权威的观点和认知。房企邀请专家开讲,既能帮助大家解答疑惑,又将郑州的房企精英聚集在一起,体验休闲大盘的社区生活,可谓双赢。

9 主流展会 别出心裁

回放:10月1日上午,伴随着新中国建国六十周年阅兵仪式举行,以“和谐人居魅力中牟”为主题的第十七届郑州住交会暨2009首届中牟品牌地产联展在省人民会堂前广场上拉开帷幕。该展会不仅给中牟房企提供了一个展示的平台,也让更多郑州人产生了置业中牟的想法。

这也是活动主办方——郑州晚报在本年度的又一创举。之前,本报接连举办了多届郑州住交会以及西区专场房展会。

点评:如今,各行各业展会大为普及,但其效果却高低不一。如何实现展会创新成为各主办方的紧要任务,作为主流媒体,本报深入群众,从大家的内心需求出发,秉承“高品质、高规格、高层次”的办展理念,且在展会各个环节上穿插精心策划的营销活动,进展人数屡有突破。

10 圣诞派对 温馨如画

回放:2009年12月12日,一场极具异域风情的盛大圣诞派对在温哥华山庄营销中心举行。精美的舞蹈、高雅的钢琴、传统的豫剧、动人的曲子构筑了一幅幅温馨如画的场景,让温哥华山庄400余业主欢聚一堂,共同沉浸在山庄和谐的气氛与节日的喜悦中。

许多业主积极报名,早早“备战”。活动现场,挂满彩灯的圣诞树、笑容可亲的圣诞老人一下子把时光拉回西方童话世界,节日的氛围感染每一位业主的情绪,这仿佛又为精彩的表演添了无穷动力,拉丁舞、歌曲演唱、钢琴演奏……无一不掌声如潮,赢得了大家一致青睐、喝彩。

点评:与其说圣诞节浪漫,不如说圣诞节温暖,安静,洋溢着一种精神。国人对圣诞节热衷愈加明显,在社区内举办圣诞派对,给大家提供一个欢快的节日氛围,留下特殊的圣诞体验。

