

预告片

营销就像预告片：用它的精华吸引你的眼球

营销技术哪家强，跟着电影学卖房；先发预告再炒作，卖戏总比拍戏忙。话说这电影好不好得看了才知道，但买票之前只能看预告片；房子好不好得住了才明白，但交钱之前只能听置业顾问的。所以楼盘的营销活动跟预告片一样，大场面全有，但你得“辩证”地信。



万科助力买不起房的“求婚男”

3月31日，齐鲁晚报整版刊登“没房，哥不配爱？”的新闻图片及报道，济南一男孩因买不起房而导致婚姻受阻。第二天万科登出整版广告《支持不买房的爱情》，第三天报纸刊登《开发商支持不买房，万科新里程闹哪样》的文章，文中有专家、读者专业分析结婚要不要买房子，一时间成为街头坊间热议的话题。

德润天玺“小声点”

6月，是考试季。为了给考生营造一个安静的环境，德润天玺在全济南发起“济南，小声点——请为考生营造宁静”公益活动。5月31日—6月1日，在济南近30个广场商超，空降50余位美女超人，招募150名爱心小红帽志愿者，共同呼吁市民“小声点”、“早点睡”，为莘莘学子守护一片宁静，并在全城倡导“济南小声点”。让这家第一次来济南的德润天玺赚足了眼球和话题，很好地实现了在济南这座城市的品牌落地。



2014地产营销哪家强？

祥泰城送出1500万装修基金

6月，作为祥泰实业在济南的首个造城项目，大规模退还业主购房装修基金，让利共计1500万元。300名老业主获益，全城轰动。此举一经推出，立刻成为连日来引爆济南楼市的头条热点话题。业内人士亦表示，在目前济南房地产市场观望氛围浓厚的前提下，作为民营企业的祥泰实业率先开此先河，其担当可见一斑。



史蒂芬·巴克奏响
大尧风华盛景钢琴音乐节

7月20日，济南省会大剧院，一场声势浩大的艺术盛宴——“大尧·风华盛景杯”2014齐鲁晚报首届钢琴音乐节在此奏响。钢琴大师史蒂芬·巴克现场个人演奏，钢琴大师班中6名幸运学员与大师同台献艺，现场观看表演的观众人山人海。作为独家冠名本次活动的“大尧·风华盛景”项目，在本次活动期间也得到了更多市民的关注。

重汽地产“寻找1956”

8月，重汽1956向全城征集关于“1956”字样的老物件，活动通过报纸、微信、微博、派单等形式展开，不少热心市民对此产生浓厚的兴趣，积极参与。活动过程中，征集到1956年的邮票、信件、公文、钱币以及关于1956年的回忆，还有1米95的明星球员、19岁与56岁的母女组合等市民的创新参与，活动仅半个月时间就在全城引起巨大反响，令刚入市的重汽1956项目在济南楼市中脱颖而出，一跃成为搜索热度最高的楼盘，吸引了大批意向客户到售楼处咨询。



北大资源
助力考古文博训练营

8月8日，由北京大学公众考古与艺术中心主办，北大资源集团协办的2014年北京大学中学生考古文博训练营景德镇线圆满落下帷幕。通过层层选拔，来自山东、北京、湖南、广东、山西等地的42位中小學生参与了此次训练营活动。在景德镇为期一周的训练营活动中，众多参与者既可以聆听专业讲座，也可以实地探访众多古窑遗址，充实过程让每一位参与者都受益匪浅。

中海华山珑城劲销40亿元

11月16日中海华山珑城震撼开盘，当日销售金额达40亿元。中海华山珑城推售产品涵盖了别墅、商铺、高层、小高层、花园洋房等多条产品线，户型面积从80平到230平不等。其中住宅6700元/平、别墅22000元/平、商铺20000元/平的销售价格，刷新了济南北部片区的成交价格纪录。



鲁邦奥林匹克
征集专属户型设计方案

11月20日，“鲁邦杯”装修设计大赛启动，针对鲁邦·奥林匹克的五种主力户型，面向社会征集设计方案。12月15日报名截止后，对参赛作品展示并进行评选，同时优秀作品通过报纸刊登。对鲁邦奥林匹克12月交房的600户业主提供装修参考。

银丰唐郡免费派发
298元大马戏门票

11月，银丰·唐郡倾情呈现的俄罗斯金装大马戏中国巡演·济南站，其演出团队是曾经为沙皇演出的马戏后代人们。俄罗斯大马戏可以说是世界马戏最高水平的代名词，它与芭蕾舞一起成为俄罗斯民族的国粹。巡演所到之处，90分钟的演出，有超过100次的掌声，精彩的马戏表演给银丰唐郡带来超高的人气。



保利华府
签约山师附属中小学

12月28日，保利华府1500余名新老业主齐聚山东会堂共同见证山东大学保利华府实验学校揭牌仪式。虽然楼盘不大但是签约知名中小学，对购房者而言成为意外惊喜。这样的签约仪式对业主来说，是承诺也是一个诚信企业的细节体现。