

# 项目营销政策审批表

此流程仅限营销政策类审批。  
禁止用于房间销售过程中的调价，延期签约付款，更名，换房的审批。

标题	伊河湾2025年1-2月月度方案——项目营销政策审批-费晨光-2024-12-30		
申请人	费晨光	申请时间	2024-12-30 12:16
申请公司	地产	申请部门	新澜-销售部
所属项目	伊河湾项目		
审批事项	不涉及优惠破底的政策，包含分销佣金调整/提成点数调整/营销激励		

## 填报内容

**目录**  
CONTENTS

- 01 12月营销完成情况
- 02 1-2月营销计划
- 03 需支持事项

**12月营销 任务完成**

12月签约任务2738万，实际2398万，完成率88%，预计月底完成4000万，全年完成2.8亿，完成率92%  
12月回款任务2680万，实际完成1492万，完成率56%

类别	指标	认购	签约	回款
月度任务 (万元)	月度任务	2800	2738	2680
	实际完成	3170	2398	1492
	完成率	113%	88%	56%
年度任务 (万元)	2024年度任务	30500	30436	30021
	2024实际完成	26588	26048	24760
	完成率	87%	86%	82%

**12月营销 任务完成**

12月营销费用预算64万，费率2.4%，实际产生112万，费率2.8%  
 1-12月营销费用预算729万，费率2.61%，实际产生1014万，费率3.62%

类别	签约金额	营销费用预算	实际支出	预算费率	实际费率	备注
1-12月	=26048+898 (已认购月底可签)+1000 (冲制) =27946	729万	1014万	2.61%	3.62%	已删除2023年逾期43万元, 2024年逾期70万冲抵营销费用

序号	科目	项目	内容	自行归口	金额	科目小计	占比
1	物料费	2024年营销物料费	物料费	自行归口	33,920.00	207549.4	18.60%
		2024年营销物料费	物料费	自行归口	8,800.00		
		2024年营销物料费	物料费	自行归口	100,000.00		
		2024年营销物料费	物料费	自行归口	4,800.00		
2	代垫费	伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	4,571.50	626000	56.09%
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	388.50		
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	30,000.00		
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	20,000.00		
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	500,000.00		
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	1,000.00		
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	5,000.00		
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	100,000.00		
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	2,872.50		
		伊河湾12月营销费用	代垫费	自行归口	6,555.50		
3	差旅费	伊河湾12月营销费用	差旅费	自行归口	2,872.50	2872.5	0.19%
4	交通费	伊河湾12月营销费用	交通费	自行归口	6,555.50	6555.5	0.58%
5	通信费	伊河湾12月营销费用	通信费	自行归口	1,000.00	1000	0.09%
6	水电费	伊河湾12月营销费用	水电费	自行归口	5,000.00	5000	0.45%
7	物业费	伊河湾12月营销费用	物业费	自行归口	31,500.00	31500	2.82%
8	人工费	伊河湾12月营销费用	人工费	自行归口	231,887.00	231887	20.73%
其他				自行归口	111,629.95	111629.95	100.00%
其他				自行归口	4.8%		

营销费用(不含4000万)

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

**第二部分 1-2月营销计划**

**目录 CONTENTS**

- 01 12月营销总结
- 02 1-2月营销计划
- 03 需支持事项

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

**1月营销计划 任务分解**

伊河湾项目, 1月营销任务指标:  
 签约任务2222万, 回款任务1777万, 目标18套, 来访成交比15:1, 来访任务270组。

类别	目标	1月任务指标分解至每周					1-31日									
		第一周	第二周	第三周	第四周	冲刺	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
来访(组)	270	50	60	70	70	20	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
签约(套)	9	2	2	2	2	1	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
洋房(套)	9	1	2	3	3	0	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
车位	16	2	4	4	4	2	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
签约(万)	2222	342	500	630	630	120	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5

伊河湾项目签约指标分解

姓名	王静雅 (008.5万)	梁书博 (008.5万)	李俊峰 (011万)	梁文浩 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)
任务	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202

伊河湾项目签约指标分解

姓名	王静雅 (008.5万)	梁书博 (008.5万)	李俊峰 (011万)	梁文浩 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)
任务	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

**2月营销计划 任务分解**

伊河湾项目, 2月营销任务指标:  
 签约任务1772万, 回款任务1862万, 目标14套, 来访成交比15:1, 来访任务210组。

类别	目标	2月任务指标分解至每周				1-31日						
		第一周	第二周	第三周	冲刺	27	28	29	30	31	1	2
来访(组)	210	120	30	30	30	3	4	5	6	7	8	9
签约(套)	7	4	1	1	1	10	11	12	13	14	15	16
洋房(套)	7	4	1	1	1	17	18	19	20	21	22	23
车位	16	4	4	4	4	24	25	26	27	28	29	30
签约(万)	1772	962	270	270	270	24	25	26	27	28	29	30

伊河湾项目签约指标分解

姓名	王静雅 (008.5万)	梁书博 (008.5万)	李俊峰 (011万)	梁文浩 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)
任务	161	161	161	161	161	161	161	161	161	161

伊河湾项目签约指标分解

姓名	王静雅 (008.5万)	梁书博 (008.5万)	李俊峰 (011万)	梁文浩 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)	李俊峰 (011万)
任务	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

**1-2月营销计划 具体执行**

**伊河湾2024年1-2月营销计划**

任务	第一周: 1.11-1.15 1. 直播: 宋850组	第二周: 1.16-1.22 4. 直播: 宋850组	第三周: 1.19-1.19 3. 直播: 宋870组	第四周: 1.20-1.26 5. 直播: 宋870组	第五周: 1.27-1.31 1. 直播: 宋820组	第六周: 2.1-2.9 2. 直播: 宋830组	第七周: 2.10-2.16 3. 直播: 宋830组	第八周: 2.17-2.23 2. 直播: 宋830组	第九周: 2.24-2.28 2. 直播: 宋830组
主题	返乡置业一步到位 即买即装修								
活动	一批次3#、5#、8#装修验收			伊河湾杯青少年书法大赛			新年采摘季——共赴“莓”好时光		
推广	自建新媒体矩阵运营			河洛楼市对谈新媒体运营			河洛楼市对谈新媒体运营		
渠道	①房产大V直播及探盘 ②河洛楼市对谈 ③安居客对谈 ④经纪人及内部短视频PK赛 ⑤项目媒体线上渠道拓展								
管理	①返乡拓展: 理发店派发团布, 外卖网点投放项目一次性便利袋; ②4S店、餐饮、酒店、旅行社、影楼等, 贺幅衣、食、住、行各行业的谈基础优惠, 整合大礼包赠送客户								
包装	每日管理8项工作: 电开、分销门店维系、员工及业主维系、竞品拦截、群信息裂变、每日群发、推介会、自媒体直播								
包装	案场新年氛围包装, 示范区景观亮化, 一批次社区现场包装								

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

**1-2月营销计划 具体执行**

**返乡置业——加强豫屋、甄选等团队返乡置业直播场次, 为项目背书**

豫屋房产: 60场直播+3场探盘, 11-12月已直播40场, 1月计划直播20场+2次探盘 (交付+返乡置业探盘)  
甄选好房: 30场直播+3场探盘, 11-12月已直播20场, 1月计划直播10场+1次探盘 (装修交付探盘)

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

**1-2月营销计划 具体执行**

**持续与河洛楼市深入合作, 充分抓住返乡置业节点, 包装3万折扣包 持续发声**

视频情况: 已拍摄6条视频, 项目视频号、抖音播放3.4万, 河洛楼市官方, 播放16万, 点赞1万  
直播情况: 直播2场, 直播最高在线588人, 目前留资6组, 1组到访, 客户持续跟进中  
抖音建设: 目前抖音号, 已突破粉丝量900+, 阅读量500万+

1-2月计划: 12条情景剧+30条热点引流视频+每周2场直播+账号及时互动等 (评论, 私信及时回复)

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

**1-2月营销计划 具体执行**

**返乡置业拓展——整合各门店资源推广助力**

- 与理发店、外卖网点合作洽谈, 周一至周五全员拓展, 店主推荐意向到访奖励50元购物卡, 成交享1%政策, 客户享受专属购房优惠 (包装)
- ① 理发店: 采购500个围布, 派送洛阳各个理发店, 派送2-5个, 深入合作店家, 可持续长期提供
- ② 外卖网点: 洽谈美团4-5个网点, 每个网点负责人送1500元购物卡, 外卖包装投放一次性便利袋返乡价值信息
- 对酒店、汽车4S店、餐厅、旅行社、影楼等洽谈基础优惠, 整合资源用于项目包装, 客户到访成交后可赠送客户, 享受新年衣、食、住、行等各方面优惠等, 由策划牵头洽谈对接

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

**1-2月营销计划 具体执行**

### 书法展活动扩展—嫁接洛阳青少年书法班资源

**主题:** 伊河湾杯 洛阳青少年书法展  
**客群:** 洛阳少儿书法培训班50余家单位  
**规模:** 儿童及家长到访预计**300组500人**，现已征集作品600余幅  
**时间:** 12月29日洛阳书法协议主席至现场内评，1月11日下午3:00举办开幕仪式  
**场地:** 3号楼北面广场  
**流程:** 签到(发放礼品+一页纸介绍)—营销中心讲解—组织3号楼北广场—开场—项目介绍—领导致辞—颁奖—结束  
**优势:** ①洛阳书法家协会主席站台背书; ②**洛阳电视台免费助力推广**; ③新客户引流多本次组织可达500人规模  
**费用:** 1.5万



HONDEN 浩德控股

**1-2月营销计划 具体执行**

### 伊河湾新年采摘季——共赴“莓”好时光

**利用周末及假期，组织业主户外摘草莓，加强老业主互动**

- > 活动时间: 2025年1月12日、18日
- > 活动对象: 伊河湾老业主每天约20—30组，业主也可带朋友参与
- > 活动地点: 孟津区送庄镇朱寨村十里香草莓总基地
- > 活动费用: 不限吃，30元/人，大巴车1500元，2场，共计6000元; (不含采摘带走费用)
- > 活动组织: 置业顾问携专项邀约体系，下午3点至草莓采摘地点
- > 专属场地包装+业主抖音拍摄推广



HONDEN 浩德控股

**1-2月营销计划 具体执行**

### 伊河湾幸福老友记活动

**累计拉动45组，20组到访，复访4组**  
**持续与业主持续沟通的平台，将项目信息渗透，逐渐形成口碑传播，带动老带新**

- > 活动主题: 伊河湾幸福老友记之新朋友计划
- > 活动时间: 全周期活动
- > 活动对象: 伊河湾老业主
- > 活动内容: 利用装修入住邀约到访，邀约业主赠送物业费
- > 活动目标: 带访客户获得价值50元积分，可抵物业费，可累计
- > 政策激励: 带访评级C类客户发放护照或物业费兑换券
- > 报备规则: 按照公司员工报备带访统一执行
- > 活动主题: 伊河湾幸福老友记之回家计划
- > 活动时间: 全周期活动
- > 活动对象: 伊河湾老业主
- > 邀约方式: 利用交付，以私下邀约业主维系
- > 邀约地点: 海底捞或其他火锅店，每人按照100元标准，预充值
- > 专属场地包装+业主抖音拍摄推广
- > 以上均为意向方案，具体执行待沟通后确定



HONDEN 浩德控股

**1-2月营销计划 具体执行**

### 一批次3#、5#、8#提前装修

**装修时间:** 2025年1月6日  
**交付楼栋:** 3#、5#、8#  
**交付形式:** 分户交付，每日交付8-10户 (3# 每天交付4户、5# 每天交付2户、8# 每天交付2户)  
**交付流程:** 签到-审核-缴费-签约-领取物资-验房-签字-领取礼品  
**媒体矩阵:** 河洛楼市1条交付视频，3场大V探盘、各网站及论坛免费发布，项目自媒体抖音音全直播  
**费用预算:** 13.96万，礼品4.43万及电费差价2.13万计入成本，包装7.4万营销承担 (项目自己采购，计划缩减至6万)



HONDEN 浩德控股

**1-2月营销计划 具体执行**

**拉动职能部门专项团购，以开发部为主，与关系单位初步洽谈**  
持续拉动同行、单位圈层推介等多渠道拓展，扩大来访基数

**01 同行拉动**  
12月拉动12组到访 3组到访

- 设置推荐到访成交奖励：  
持续执行同行推荐到访奖励**50元**购物卡，成交**0.5%**佣金奖励政策，签约即发放，快速结算刺激同行推荐积极性；
- 加强同行内合伙人推荐力度：  
宝龙、商阳中心、绿地等置业顾问保持联系频次
- 设置推荐考核机制：  
推荐到访3组以上，顾问获得购物卡200元，成交每套获得购物卡500元，以周为考核1名推荐到访，未到访罚款50元。

**02 圈层推介**  
12月推介4期，每周2场，共计8场

- 设置圈层体系奖励机制：  
以周为单位，每周一周期，每周每组至少1家单位推介，少一扣经理乐捐50元，当期置业顾问每人20元。
- 礼品上门推介：  
礼品准备水杯、手袋袋、鼠标垫等，策划、销售经理、营销负责人、项目总等联合至定点单位进行礼品推介，上门推介会；
- 重点关系人营销维系：  
对单位重要关系人阶段性重点维系，促进推介力度。

**03 专项团购**  
初步11家单位先开始洽谈

- 专项小组  
职能部门成立专项2人小组（白兰、焦红丽）
- 专项政策：  
专项优惠（暂定1个点，以实际沟通为准）  
关键人饭局+礼品、员工礼品支持

单位名称	计划
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位
浩定佳康	1、1-2月计划拜访5家单位线上开门拜访5家单位

**1-2月营销计划 具体执行**

**抖音拍视频—送年货干果礼包**  
每周经纪人现场拍摄短视频，可额外领取价值20元干果礼包

活动时间：2025年1月1日-2月28日

活动一：凡是视频拍摄点赞20个，推荐页60%以上，均可任意挑选20元套装  
①样板间、示范区等，不限内容 #浩定伊河湾；②每周每个账号领取1次；③每周末统计播放量第一名奖励200元购物卡

活动二：持续带访意向客户领取50元大张购物卡，提升客户到访



**1-2月营销计划 具体执行**

**伊河湾自媒体团队矩阵**

1. 活动时间：2025年1月1日-2月28日
2. 创作要求：项目出镜，场景创作，软性结合项目卖点，场景式购房等；
3. 日常考核：①、短视频：顾问工作日每周3条优质短视频创作，未完成处罚20元/次，经理连带处罚10元/次；②、抖音、微信直播：各组顾问工作日中午，直播不低于60分钟，未完成处罚20元/次，经理连带处罚10元/次；
4. 视频奖励：每周统计短视频，根据点赞、播放量评出优秀视频，奖励前三名顾问，各50元购物卡，并奖励100元抖音；
5. 直播奖励：午间抖音直播，同时在线人数超过10人，截屏奖励50元购物卡，并奖励该次直播抖音支持100元；
6. 到访奖励：通过抖音到访看房意向客户，经过项目策划认定渠道有效，奖励顾问50元大张购物卡；（整体费用1万）



**1-2月营销计划 具体执行**

**降分销！组建新媒体线上渠道部，打开线上拓客渠道**

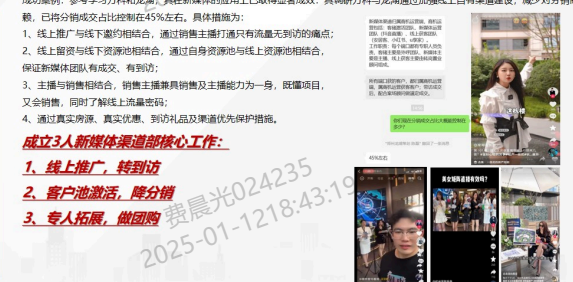
通过新媒体手段，发展地产新模式，直接触达终端消费者，解决线上流量转化问题，减少中间环节带来的额外成本。

成功案例：参考学习万科和龙湖，其在新媒体的应用上已取得显著成效；具调研万科与龙湖通过加强线上自有渠道建设，减少对分销商的依赖，已将分销成交占比控制在45%左右。具体措施为：

- 1、线上推广与线下邀约相结合，通过销售直播打造只有流量无到访的痛点；
- 2、线上引流与线下资源池相结合，通过自身资源池与线上资源池相结合，保证新媒体团队有成交、有到访；
- 3、主播与销售相结合，销售主播兼具销售及直播能力为一身，既懂项目，又会销售，同时了解线上流量密码；
- 4、通过真实房源、真实优惠、到访礼品及渠道优先保护措施。

**成立3人新媒体渠道部核心工作：**

- 1. 线上推广，转到访**
- 2. 客户池激活，降分销**
- 3. 专人拓展，做团购**



1-2月营销计划 具体执行

### 新媒体线上渠道核心动作:

**搞流量**

三人小组专业直播获客、项目短视频主流平台持续输出爆款，打造人设，场景化营销，增加项目曝光，提高项目在洛阳市知名度，每天2条爆款视频，预计投放500元，每天1场直播，时间定为下午或晚上，直播时长3小时，直播内容偏娱乐+软性项目卖点植入

**搞到访**

1、所有分销首次过期客户转化进入新媒体电销公池，每日电话拜访20组，制定优惠说辞，确保客户脱离分销渠道，跟现场购买；  
2、已公众号为触点通过直播、短视频、线上咨询、私信发放真实优惠券，配合到访礼品，转化线下到访。

**盘资源**

结合项目领导资源，在项目拉动下，定期制定企事业单位团购方案，给予真实优惠，通过活动维系，增加团购客户导入。

**促成交**

线上客户到访后，由主播点访置业顾问，销售经理、置业顾问承接，主播需配合、辅助成交。

任务分解 + 价值点 + 营销策略 - 其他策略 +

1. 营销计划  
2. 活动/推广  
3. 媒体/渠道

HONDEN 浩德控股

1-2月营销计划 具体执行

### 新媒体线上渠道拓客策略

打造超级IP形象

两大部分，打造不同IP内容，通过持续的互动、服务，来进一步提高转化率

直播主流媒体：抖音、快手、视频号

小红书、公众号

朋友圈

微信好友

主流房产网站

打造伊河湾品牌IP，代表项目发声为项目造势、引流，获取更多意向客户线索

IP形象两大核心组成部分

PART.1 直播运营 (吸引公域流量)

PART.2 内容运营 (私域流量沉淀)

项目顾问承接到访转化

任务分解 + 价值点 + 营销策略 - 其他策略 +

1. 营销计划  
2. 活动/推广  
3. 媒体/渠道

HONDEN 浩德控股

1-2月营销计划 具体执行

### 新媒体线上渠道拓客组织架构及岗位职责

**运营策划经理 (1人)**

- 1、全面负责和协调项目在新媒体平台上的所有推广和运营活动；
- 2、制定并执行新媒体推广的整体策略，搭建直播场景、直播物料筹备；
- 3、策划高质量的内容方案，结合热点话题和品牌特点，撰写视频拍摄脚本，每日拍摄+剪辑+视频发布，后台数据监控及维护。

**销售主播 (2人)**

- 1、岗位职责：每日8小时工作制，上午拍摄、下午直播、晚上回访客户电话；
- 2、1人负责管理抖音、快手、视频号平台，1人负责小红书、公众号及房产网站平台管理与维系；
- 3、人员要求：外貌出众、身高超1.68米，具备一定销售与直播经验，了解平台引流机制，配合项目推广要求着装、动作等；
- 4、销售任务：每月成交1套，三个月不开单即优化。

**部门费用**

- 1、团队费用：每月5万元，含人员底薪2.4万 (0.8万\*3人) + 视频投放1.5万 (500元\*30条) + 直播场景搭建0.5万 + 直播间红包0.6万。试运营半年，暂不做业绩考核。
- 2、成交佣金：运营策划经理部门总提干1/套、销售主播成交干5/套。

伊河湾运营策划岗位职责表.doc

任务分解 + 价值点 + 营销策略 - 其他策略 +

1. 营销计划  
2. 活动/推广  
3. 媒体/渠道

HONDEN 浩德控股

1-2月营销计划 具体执行

### 分销与新媒体部费用对比

**分销月度费用**

目前分销费用月均60万  
单套房源约合4万元

**新媒体渠道部费用**

团队费用月均5万元

含人员底薪2.4万 (0.8万\*3人) + 视频投放1.5万 (500元\*30条) + 直播场景搭建0.5万 + 直播间红包0.6万。  
月度成交1套，部门费用即可全包含。

任务分解 + 价值点 + 营销策略 - 其他策略 +

1. 营销计划  
2. 活动/推广  
3. 媒体/渠道

HONDEN 浩德控股



执行总裁	来自Android客户端 集团-总裁班子/冯祖辉 2025-01-03 09:32:12 批准
副总裁	系统自动批准 集团-总裁班子/罗桦 2025-01-02 17:21:04 批准
财务管理中心	集团-总裁班子/王晓莉 2025-01-02 17:21:01 批准
营销客服中心	集团-总裁班子/罗桦 2025-01-02 09:20:18 批准
区域总	来自Android客户端 开元区域/徐飞飞 2025-01-02 08:56:30 批准
副总经理	同意, 请领导审批 来自Android客户端 开元区域/陈英英 2024-12-31 16:33:10 批准
项目总	来自Android客户端 河南浩德新澜置业有限公司/王国壁 2024-12-31 15:21:31 批准
财务组	25年预算分销占比较低, 请注意把控费用! 新澜-财务部/焦红丽 2024-12-31 10:38:59 批准
销售部	请领导审批! 新澜-销售部/郭智鹏 2024-12-30 15:49:12 批准
策划组	系统自动批准 新澜-销售部/费晨光 2024-12-30 12:18:27 批准
申请人	新澜-销售部/费晨光 2024-12-30 12:18:24 提交