

公关策划方案精选5篇

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/1676540730259.html>

范文网，为你加油喝彩！

公关策划 篇一

一、活动名称

我最公关

二、主办方

河海大学学生科协

三、承办方

河海大学学生科协公关部

四、活动背*白话文 www.baihuawen.cn*景

河海大学校园科技节是我校一年一度的科技盛典，每年在科技节期间吸引无数热爱学习，思考，创新的同学们踊跃报名，并涌现出一大批先进的科技人才和优秀成果。作为我校历年来人气最高的活动之一，科技节就是广大同学展示自我的一个良好的平台。

科技节主要由校学生科学技术协会承办，公关部作为校学生科协的基础部门，应该在科技节期间开办自己的特色活动，为科技节的成功举办增光添彩。

当代大学生不仅要具备良好的科学素养和知识积累，更需要在大学期间，积累一定必要的礼仪常识和交际经验，提高自己的交际能力，使自己的言行举止更礼貌得体，为更好的走向社会打下良好的基础。我校第二十四届校园科技节恰逢华东水利学院建院六十周年契机，校科协公关部旨在为河海学子搭建一个展示个人智慧与活力、体现团队精神和凝聚力、学习科技和礼仪知识的平台，通过举办此活动，展现当代大学生的良好精神风貌，宣传河海大学以及河海大学校科协的良好形象，向华水六十周年献礼。

五、活动时间

初赛：20xx年11月17日

决赛：20xx年11月24日

六、活动具体内容

1. 前期宣传：

- 1、设计并制作手绘海报
- 2、在骏园广场悬挂横幅
- 3、在各路口发放传单
- 4、在新媒体、人人网及QQ空间等网络媒体发布消息
- 5、制作展板摆放在致用楼，教学区食堂及骏园食堂

参赛人员：

- 1、以个人形式或团队报名，分成4—6人一组，共十二组。
- 2、11月5、6日在教学区食堂及骏园食堂发放活动传单，11月7—9日在教学区及骏园食堂门口摆摊设置报名点。
- 3、通知各院学生科协负责人协助宣传
- 4、接受网络以及短信等方式的报名

2. 比赛流程：

1)、初赛（20xx年11月17日）

1. 名称：我最公关之校园大搜索

2. 赛制：在校园内设置8个赛点，参赛的队伍在比赛开始之前拿到标有本组赛点行走顺序的地图（附图1），通关卡（附图2）。一同从起点处开始出发并计时，依次按照地图标识的地点顺序进行闯关，每关设有问题或小游戏，要求参赛人员按照比赛点工作人员指示完成相应任务后在通关卡上加盖通关印章，即可进行下一关卡，途中不能跳过任一环节，达到终点时记下最终时间即为本环节成绩。本环节预计淘汰进入决赛6组。

3. 赛点安排：三名工作人员（一名主裁判，一名裁判助理，一名摄像人员）、桌子两张、椅子三把、各组的比赛地图（共十二张）、赛点时间表（附图3）、比赛通关印章、拍照设备、后勤设备（如饮用水等）。

赛点设置：

1. 小浪底广场（起点 终点以及总控制台所在地）

2. 水工涡轮机纪念塔

3. 叠翠山西山脚石桌

4. 叠翠山顶观景台

5. 静思桥

6. 致用楼201门口平台

7. 爱心超市门口

8. 廉池

4. 总控制台设置：

1、在三峡广场设置总控制台，以起到宏观调度和掌控活动进展的作用。

2、人员设置：

（1）应急中心：3人将应急中心人员的电话印在每组的地图上，便于参赛人员遇到紧急情况时及时与总控制台联系。

（2）总控接受短信：4人每人负责接受2—3个赛点发来的短信并及时记录各组进展情况，确保及时监控。

（3）机动人员：3名维持秩序，后勤以及现场突发任务的处理

（4）部长 副部长总控，及时处理突发情况

5、注意事项：

每组选手到达指定地点完成任务后由裁判助理记录时间，写在通关卡和赛点时间表上，并在通关卡上加盖通关印章；

通关卡用作每组选手的通关证明，赛点时间表由各赛点工作人员记录并妥善保管以备核对。

每组选手在赛点闯关成功后，该赛点的主裁判需向主控制台发送短信，告知该组通关情况。（如：XX组于XX时间在XX赛点通关。主裁判员：XXX）

工作人员公正执法，维持良好秩序；

各赛点摄像人员拍照记录各组闯关情况并留存；

参赛人员须按照工作人员指示行动，最终解释权归活动举办方所有；

各组完成所有任务到达终点时记录最终时间，然后出示本组通关卡，收集到所有印章并且记录时间无误即视为比赛成绩有效，否则视情况变更结果；

比赛过程中若有犯规视情节给予加时惩罚或取消比赛资格；

最终解释权归举办方所有；

2)、决赛(20xx年11月24日)

1. 名称：我最公关之公关show

2. 地点：思源楼二楼

3. 赛制：本环节采取舞台演出的形式，共分为三个小部分：团队风采展示、危机公关情景应对、知识问答题。复赛通过团队才艺、知识水平等方面给分。

(1) 团队风采展示：

团队风采环节每队派出成员(人数不限)进行才艺展示，形式不限，时间限定在五分钟之内。表演结束后由现场评委打分，取所有分数的平均分为该组的最终得分。

(2) 危机公关情景应对：

六组选手按照第一轮得分从低到高排序，第一轮得分最低的队伍在第二轮首先出场并依此类推。每组选手从事先准备好的12个公关题库中随机抽取一个危机公关的情景。抽取题目后每组有90秒的思考讨论时间。90秒后每组有3分钟阐述本组的解决方案，形式自选。阐述结束后由评委进行打分，取平均分为该组的最终得分。

(3) 知识竞赛：

知识竞赛环节每队有10道必答题，。每题10分，分别为科技类2题，生活类2题，礼仪类(电话礼仪，餐桌礼仪，面试礼仪)6题。每队各有一次去掉一个错误答案、电话求助、求助亲友团机会。按照前两轮分数从低到高的顺序答题，一队一题轮流回答。10题全部结束后统计最终得分。

4. 互动活动

1) 第一环节与第二环节之间：

现场观众抽奖

2) 第二环节与第三环节之间：

礼仪舞蹈展示

5. 颁奖仪式：

根据最终得分情况以及评委评议，最终决出团体一二三等奖、最佳个人奖1人、最团结团队奖、最有魅力团队奖、最具风度奖，并颁发证书和奖品。

七、活动预期效果

危机公关是校科协公关部每年在科技节期间举办的特色活动，影响力深远。通过举办本次危机公关的活动，可以在河海大学学生群体中带来广泛的影响力，同时宣传校科协和河海大学的形象。危机公关活动的举办可以提高学生们社会交际和公共交往能力，树立起崇尚科学，热爱科技，重视礼仪，追求文明的正确价值导向。同时在活动期间，可以提高大家的团队协作能力和动手能力，并积累一定量有用的科技、礼仪等多方面的知识。总而言之，危机公关活动的举办可以带来多方面的积极影响。

公关策划 篇二

一、调查问卷的设计

（一）问卷的主题

10营销班在辽服的形象的塑造

（二）调查的目的

通过对我们班级学生，其他班级学生及校领导进行问卷调查（访谈）的方式，来对我们10营销班有一个全面、系统的自我了解。问卷中的一些反馈意见，我们会进行科学合理的分析，为可持续班级形象发展提供依据；从而，促使我们10营销班的形象在辽服创优。最后，感谢辽服各位同学及校领导的填写，谢谢你们的合作与支持！

（三）问卷的内容

（此次问卷分为两份：1、针对10营销班内部的调查 2、针对其他班级及校领导的调查）

问卷一（共有7个问题，1个开放性题，6个封闭性题）

1、你热爱你的班级吗

A、一般 B、喜欢 C、热爱 D、不热爱

2、你对你的专业课程喜欢吗

A、一般 B、喜欢 C、不喜欢

3、你喜欢积极参加你们班级组织的活动吗

A、喜欢 B、非常喜欢 C、不喜欢

4、你认为你的班级在辽服表现的怎么样

A、一般 B、出色 C、非常出色

5、你认为你的班级有凝聚力吗

A、一般 B、有 C、非常有 D、没有

6、当你遇到困难时，你会想到你的班集体吗

A、会 B、一定会 C、不会

7、在你的心目中你的班集体是什么样的形象

问卷二（共有11个问题，1个开放性问题，10个封闭性问题）

1、你对营销班的总体印象是

A、差 B、一般 C、好 D、很好

2、你曾经接受过10营销班级的同学帮助吗

A、有 B、没有

3、你对10营销班举办的大型拍卖会感觉如何

A、一般 B、好 C、很好 D、非常好

4、你对10营销班班委有何印象

A、差 B、一般 C、好 D、很好

5、你喜欢参加10营销班所举办的活动吗

A、一般 B、喜欢 C、不喜欢

6、你知道10营销班有省外同学吗

A、知道 B、不知道

7、你曾经听说过校老师对10营销班的同学的赞美吗

A、听过 B、没听过

8、你喜欢与10营销班的学生交往吗

A、一般 B、不喜欢 C、喜欢 D、非常喜欢

9、您认为10营销班的孩子具备辽服的校训吗

A、具备 B、不具备

10、您对10营销班的孩子表现是否认可

A、不认可 B、认可 C、非常认可

11、您想对10班的孩子们有什么样的期待？

二、问卷的发放及填写与回收

（一）整理问卷

把问卷整理一下，就开始打印问卷。两份问卷共打印50份，班级内部的问卷打印15份；班级外部问卷打印35份，此次打印费用15元。

（二）分发问卷

班级内部问卷在发放后，时隔2天，进行回收；而班级外部问卷，在发放3天后，进行回收。

（三）回收问卷

按照计划把各个问卷回收，分类整理，进行下一步的任务。

三、问卷的分析总结

（一）对内班级问卷的分析总结

通过对班级内部15份问卷的整理分析，针对7个问题的作答，整体看，我们班的学生是十分热爱与肯定自己的班级的，这一点特别能够体现一个好的班级体的良好素质。那就是团结、凝聚，这也是一个班级的核心价值观的体现。所以说，这对班级形象的塑造起到了最为坚实的作用，为一个好的班级形象奠定了一个基础与保障。

（二）对班级外部问卷的分析总结

通过对班级外部35份问卷的整理分析，针对11个问题的作答，客观，真实地说明了一些问题。例如，有的同学对我们班级了解不够深刻，甚至对我们没有了解；当然，这其中对我们班级了解的也有一定数量。而且，对我们营销班的（拍卖与典当）专业持极大的兴趣，存在不了解的状态，这对我们班级的形象塑造有

所阻碍。但是，这种阻碍也有一定的优势与机会；也就是说，我们营销班要对存在的问题进行一次又影响力的公共关系策划方案。问题就是信息资源，它可以转化为生产力，从而，推动我们10营销班的形象快速发展。

四、公关活动方案-----拍卖会策划

（一）前言

为了使10营销班级在辽服有一定的知名度、美誉度、和谐度，促成辽服院校的每位学生及校领导对10营销更加了解，更加地肯定，更加地重视。从而，需要策划一些公关活动，进行推广，综合前期调查问卷存在的问题以及我们所学的核心学课方面的优势的分析，计划策划一场行之有效的拍卖会，从而，树立班级的良好形象。

（二）活动主题-----拍卖会

内容概要有以下八个方面：

1、拍品征集，做好宣传，在教学楼，综合楼，宿舍，超市，水房，校门口

贴上宣传海报，加强广播宣传。

2、走访，进行个班宣传，寻找有意向的委托人。

3、收集有价值的拍品。

4、与委托人协商，定保留价。

5、在规定的地点进行拍品展示，大力宣传。

6、寻找有意向的竞买人。

7、对拍卖会进行宣传。

8、进行拍卖。

（三）拍卖会的流程设计概要

（四）拍卖会各个项目的评估标准

五、经费预算

室外张贴200元

横幅 $50 \times 6 = 300$ 元

海报100元 广告180元 调查问卷0、 $1 \times 1000 = 100$ 元 赞助费用：1000元

总费用：1880（预测波动价大概价位就在1880到20xx元）

六、结论总结

通过对我班级形象塑造，利用调查问卷的手段，进而策划了一次具有特色的公关活动。从而，使

得班级这个组织更加具有了认知度、美誉度以及和谐度；促使了辽服10营销班在辽服的重要程度。使得10营销班的形象更加地完美；从而，也间接地说明了公关关系策划方案的重要性，说明了公关关系是社会是社会组织通过形象塑造、传播管理、利益协调等方法，提高认知度、美誉度、和谐度，促成社会组织与其相关公众良好合作并和谐发展的科学与艺术，加深了公共关系学科在教学课程中的重要程度。最后，希望我们10营销班的每位同学努力学好它，为以后的营销活动做好记住，也对自身的素质的培养起到了一定的良好作用；另外，预祝10营销班20xx-6-12的拍卖会成功。

七、附录

- 1、拍卖会的名称——助梦扬帆 感恩之夏 爱心助学拍卖会
- 2、拍卖会的主办单位——院团委、商业管理系10营销与策划（拍卖与典当）
- 3、拍卖会的赞助单位——院领导
- 4、拍卖会的工作人员——10营销的全体师生

公关策划 篇三

一、公关策划的目的

- 1、通过本次校庆活动，向社会各界传达本校的发展历程、教学成绩，扩大学校在社会的影响力，提升社会的认知度与美誉度。
- 2、通过本次活动的规模效应，营造出“校园文化”，加强学生对学生的了解及认识，形成荣誉感和自豪感。
- 3、以本次活动为机遇，向与会的各级领导与师生进行汇报，并聆听相关的意见与建议，完善今后的工作领域，并力取得到领导的满意。
- 4、借助本次活动，以“学子梦想出发的地方”为主题，加强本校与校友的联系，为以后的相关校园活动奠定基础。

二、校庆活动时间计划

（一）启动阶段（**年4月——6月）

- 1、成立筹备领导机构和工作机构
- 2、研究确定校庆日和名称在校内外营造迎校庆氛围具体活动：
 - （1）、“今天的辉煌属于你——我的母校”为主题展开绘画祝福、文字祝福、活动徽章的征集比赛。加强宣传本次活动，引起学生的注意，为学生中产生情感共鸣。
 - （2）、以“我的母校”为主题展开各种绘画展、表演、知识竞赛、摄影比赛等活动，为此搭建

老师和学生的情感交流。

(3)、针对“清远职业技术学院成立10周年”，面向校园展开祝福歌曲征集活动，目的是完善校园文化的多样性，彰显校园文化的独特性，为学校的历史阶段做一次奠基。

(4)、活动会徽征集活动，目的是为了完善校园文化建设，并成为师生情感归属的标志，也为了去体现校园在社会的认识基础。

(5)、“母校——您的成长”庆祝清远职业技术学院10周年演讲活动，以突出学校的历史的发展和取得的成绩对社会的影响为主题，并把获奖作品刊登在校报上和编制在校历上。

3、活动的经费筹集工作学校接受来自社会各界人士的捐赠还有赞助商对学校活动的赞助费。

4、研究确定规划项目和校园景观项目

5、完成学校校庆筹备领导小组确定的其它任务

(二)筹备阶段(**年7月——9个月)

1、建立各地校友联络站，编辑《校友通讯簿》

2、编撰校史，编印画册，编辑《校庆专刊》，制作光盘(专题片)，设计确定校庆纪念品，出版发行

3、布置校史陈列馆

4、组织校园环境美化，校舍整修

5、组织文艺活动排练和师生活动布展校史

(1)“十年荣誉与梦想”清远职业技术学院十周年的发展历程主题图片展，突出学校的“成就”和“荣誉”

(2)准备校庆文艺晚会活动，开展校友座谈会。

6、制订学术交流活动方案，开展科技成果洽谈，组织学术报告和专家论坛。

7、组织实施规划项目和校园景观项目。

8、继续筹集校庆活动相关经费，设立专项基金。

9、联系落实领导题词，确定重要领导、来宾和重要校友名单。

10、制订校庆活动具体实施方案。

11、完成学校校庆领导小组确定的其它任务。

（三）庆典阶段（校庆日前1个月——校庆日）

- 1、邀请领导、来宾、校友
- 2、在校庆日举行首发仪式
- 3、起草校庆文稿，印制文字资料
- 4、召开新闻发布会，在各种媒体上加大校庆宣传力度

（1）邀请新闻媒体参加校庆活动

- 5、登记接收礼品和钱物并进行展示
- 6、在校庆日举行庆祝活动(1)市领导、各部门负责同志出席，新闻记者也参加，全球校友出席具体安排：
 - a、唱校歌
 - b、校长致辞，市领导，知名校友致贺词
 - c、学校举行校庆纪念品的首发式。
 - d、举行各地校友会，由各地校友回忆历史。

（2）“庆祝清远职业技术学院十周年”文艺演出晚会

体现“荣誉”“团结”“梦想”主题，以活动的形式加强反映出学校的成果与学校的优势，也成为凝聚校园情感的一个重要组成部分

（3）大学大型签名活动

发动和号召届时到会的所有实验师生的签名活动，体现“母校情深”的统一，表达出“我以清远职业技术学院为荣”的自豪感。

校庆筹备工作领导小组组成结构校庆筹备工作领导小组，下设办公室、宣传组、材料组、校友联络组、项目规划组、学术活动组、环境与建设组、筹款与经费组、文艺与师生活动组等9个工作组，各学院成立本学院校庆筹备工作小组。

经费预算本次校庆活动公关费用预算如下：

前期活动费用3万元

校庆日费用2万元

领导小组费用6000元

推广宣传费用5000元

校庆筹备工作领导小组名单

公关策划 篇四

一、项目背景。

美国加州圣克鲁斯市的自行车店店主克雷格·卡尔菲是全美国最优秀的自行车制作者之一。他擅长用碳纤维制作出重量最轻的赛车，为像赢得环法赛的首位美国人格雷戈·勒蒙那样的杰出选手提供服务。功成名就的克雷格·卡尔菲并没有打住他的创造力，在12年前，他开始捣鼓如何用竹子来制作自行车，并造出样式简朴的竹子自行车。

竹子这种植物在亚洲和非洲都很常见，非洲竹子80%盛产在埃塞俄比亚。在该国的温带山地森林地区都有成片的竹林分布，人们连最基本的交通工具都没有，那里恰恰是生产竹子自行车的好去处。对于在埃塞俄比亚的人们来说，自行车是价格最低，也最有用的交通工具。它们被用于个人的出行，在田间运送农具，运货物到市场，送生病的人去医院，为人们提供医疗服务、分发药品。有很多的例子表明，交通是对非洲地区商业的主要限制因素。如果你不能把经济作物运到市场上去，那种植经济作物还有什么意义呢。如果你只能把货物扛在背上或者头上（很多非洲妇女都是这样运货物），那么人们与市场的接触就是极为有限的。一辆自行车，比光靠双脚，可以让人接触到大约10倍以上更广阔的地区，同时，人们也可以运送更多的货物。

另外埃塞俄比亚人口不断增多交通需求越发急迫，据埃塞jimma times网站报道：美国人口普查局报告称目前该国20xx年人口达9100万，以现在的增长速度将在20xx年暴增到2.78亿成为全球人口第七大国，将在2150年成为全球第一人口大国，无论该报告是否准确都说明了该国人口在大幅增加。

这些造价低廉、可以不依靠电力全手工生产的自行车可以为当地人提供基本的交通和大量的就业机会。

1、推出这个产品的优势：

竹制自行车比非洲现在用的金属自行车要更轻，更持久。竹子的张力要比钢材还要大些。因此，竹自行车可以运送更多更重的货物。当地的竹子资源，让自行车的修理、零件更换变得更容易。竹制自行车大约每五年需要更换零件，而钢结构的则是12到18个月就需要更换一次。竹制自行车可以运送非常重的货物，也可以应对当地的路面情况。车子由当地的可再生材料竹子和西沙尔麻纤维制成，比进口的金属车有更长的生命周期。另一个很重要的方面是，这种车的生产不需要电力。原材料可以用手工获得，制作过程中也不需要焊接。虽然如果电力，制作速度可以加快，但是不用也可以。因此，在非洲的电力服务条件下，不管在有电或者没电的地区，都可以进行生产。

该国政府正在大力发展农牧业，开发竹林资源有很大前景，这些造价低廉、可以不依靠电力全手工生产的自行车可以为当地人提供基本的交通和大量的就业机会，项目会得到政府支持

2、推出这个产品存在的挑战：

- (1) 产品竞争力有限，档次、质量和性能有待进一步提高。
- (2) 要懂当地语言，并在与埃塞俄比亚居民的交流中树立公司的品牌。
- (3) 教会当地人如何利用他们丰富的、环保的、可再生的资源去制作自行车并且为公司工作。

二、项目策划。

1、公关目标。

在埃塞俄比亚开拓竹子自行车的市场并创立品牌，打入埃塞俄比亚从而进入非洲市场。

2、公众分析。

- (1) 主要销售对象是有一定经济收入，需要代步工具，但买不起摩托车或汽车的人。
- (2) 前期销售对象之一是中青年群体，因为他们更容易接收新事物，而且是该国主要劳动力。

3、公关策略。

- (1) 以多种形式的媒体报道来促进人们对竹子自行车的了解；
- (2) 以令人激动、竞技性的新闻活动使产品升入人心，例如在当地开展骑竹子自行车比赛等系列活动促进人们对自行车的了解。
- (3) 与政府合作开发竹子产业，找到政策支持。

4、创意点：

利用丰富的、环保的、可再生的竹子代替易氧化的重金属钢架结构制造自行车，以一种更加简便、环保的方式进行生产制造。

三、项目实施。

- 1、找该国政府洽谈开发竹林，合作建厂生产竹子自行车等事宜，以期形成特色竹子产业，互利双赢，并跟踪报道进度，并着重报道竹子产业对该国的实际好处，由此来扩大影响力塑造良好形象。
- 2、开展一系列的与自行车相关的活动，如骑竹子自行车的比赛。
- 3、在该国各大报纸发布竹子自行车的消息，吸引民众的眼球。
- 4、在主要城镇张贴竹子自行车广告，让民众熟悉竹子自行车。
- 5、在当地电视台播放广告：

6、关于当地人在挤公交的场面，以及在跟货运司机就价钱问题讨价还价的场面，最后引出我们的竹子自行车能为他们解决这方面的困难，而且价格便宜。

7、请埃塞俄比亚长跑运动员海尔·格布雷塞拉西耶代言推出“我不跑步时骑竹子自行车”、“骑竹子自行车更快”、“竹子自行车就是耐用”等系列广告，以长跑英雄的影响力带动销售。

8、在大市场提供试驾，让人们亲自体验竹子自行车。

9、让民众到竹子自行车工厂进行参观。

公关策划方案 篇五

一、天时

“西安之行”活动时间选择在12月6、7、8日，正是元旦和春节来临之际，各个厂家必将花大的资金对产品销售进行宣传造势，而tcl移动通信公司出其不意的大打服务品牌宣传，以金喜善12月来华进行“事件营销”，开展公关活动，请金喜善出任“移动天使”，吸引消费者注意力，将服务作为市场竞争的重要因素进行推广，拉开服务营销的序幕。此举必将引起媒体和公众的高度关注，进一步塑造tcl手机高品质、高价值品牌形象，形成良好的口碑效应，从而提升tcl手机整体品牌的美誉度。

二、地利

古都西安是一个享誉世界的文化旅游城市，先后有14个王朝建都，时间共计1064年；西安拥有全国排名第三的院校数量，共有近50个大中专院校，几万多名学生的潜在消费市场；西安更是西北地区经济龙头，这里人杰地灵，人文和商业气氛都相当浓厚。前任美国总统克林顿访华第一站就定于西安，由此可见一斑。更主要的是西安-西北地区是tcl发家的地方-当年tcl王牌彩电的腾飞之地，tcl集团现任高层的多名管理者均出自西安，西安在整个tcl集团的历史地位和现实地位都相当重要。

三、人和

tcl移动通信当年管辖西北大区的营销总监戴克先生是整个“西安之行”活动的灵魂人物，更是一个魅力超群的营销高手，“激情营销”的倡导者，至今在业界也留有声望。之前通过不断的渠道整合，凝聚一支忠诚度高、执行力强的各级经销商队伍；也经过主动沟通和多次合作，结识了大批媒体朋友、广告合作伙伴；更在于吸引和培养了相当一批向心力强、业务素质精良的内部营销人员。此外，tcl移动通信总部在活动期间也派驻公关传媒、售后等领导和专门人员进行协助。尤其是tcl集团李东生总裁的亲临，更增强“西安之行”活动的人气。

第二章活动整体概述

“西安之行”活动在12月6、7、8日展开，以大南门入城仪式为热身，以“移动天使移动服务”新闻发布会为核心，以商场签名促销活动为高潮，以参观兵马俑博物馆活动为完美结局，整个3天活动安排一气呵成，中间穿插tcl移动通信西北大区金钻经销商俱乐部成立大会活动。活动对象直接触及消费者、零售商、包销商、内部全体员工、兄弟单位、新闻媒体、政府机构、竞争对手等，持续效果长达一年多。

第三章前期精心的准备

采取“空中轰炸+地面冲击”相结合的策略进行组合式传播，运用广泛的宣传载体，包括报纸、电视、广播、户外大型荧屏、候车亭广告、海报、单张、空飘、刀旗等等，力求化告知受众人群，极大地提高关注度。

一、硬性广告

“西安之行”活动前一月就开始安排实施在收视率很高的西安电视台二台和收听率的西安音乐台插播广告，在签名促销活动商场入口处的户外大型led荧屏投放广告并插播活动预告倒记时固定字幕等；前一周在《华商报》、《西安晚报》等当地优势报媒刊发硬广告宣传。

二、软性宣传

众所周知，软性宣传相对于硬性广告具有信息量大、可读性强、费用低廉等优点。tcl移动通信西安分公司一方面在总部发放的软文基础上因地制宜修改整理；另一方面自行结合公司发展现状和侧重点撰写相关软文，在配合当地媒体关于韩国影星金喜善来西安的自主宣传上加大其他内容软文[包含产品介绍类、公司文化类、促销活动类、企业动态类等]的信息发放量，使得韩国影星金喜善和tcl移动通信、tcl手机能够密切、有机地结合在一起。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发