

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案(汇总8篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案篇一

今年我校将充分利用全国推广普通话宣传周的契机，开展一些能产生实效的宣传工作，使普通话逐步成为校园语言，提高全xx中学师生的语言文字规范意识和推普参与意识，促进我校推广普及普通话和语言文字规范化工作向纵深发展。

组 长：

副组长：

组 员：

- 1、活动时间□xxxx年9月15日至21日
- 2、参与人员□xxxx初级中学全体师生

说好普通话，圆梦你我他。

1、在校园内张贴宣传图片、校园广播、校园电子屏显示宣传标语，营造浓厚的推普氛围。

3、各班召开关于推普工作的主题班会。

5、开展“校园啄木鸟在行动”——“校园不规范用字清查”活动。

7、开展xx中学第五届“暑期读一本好书”读书征文活动。

8、积极开展xx中学经典诵读活动，组队参加市县级经典诵读比赛。

9、九月底开展推普周活动总结。

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案篇二

中国在世界上是最大的服装加工基地，服装生产总量大，但单件价值水平低。我国纺织服装企业国际经营经验严重欠缺，世界性品牌几乎为零，品牌对市场的号召力和多地域伸展力不足，企业的市场形象、企业财政透明度等方面有所欠缺，这些都是我们的弱项。当今是品牌经济时代，加入世贸后，服装行业的竞争不只是行业内竞争，还有来自行业外的竞争，如迪斯尼的“米奇妙”牌童装进入市场，在中国城市儿童消费领域很有影响力。我国服装产业欠缺的不是质量，而是国际品牌、国际经营经验。我们必须创造自己的拳头产品，打造国际品牌。

加入世贸后中国服装出口将会遇到以下几方面的问题：

第一，服装是精神消费品，除物质消费功能，还需要有文化内涵。这是中国服装严重不足的一个方面。

第二，如今消费市场国际化，商品消费品牌化，竞争的层面与以前相比大为复杂，我们在国内市场有多大胜算，也要打一个问号。

第三，开放是互相的，我们要冲出去，别人要打进来，竞争会更加激烈。

第四，服装加工并非中国的专利，争夺国际订单的问题会越来越突出，企业生存和发展如果依附在别人身上，其困扰是无法避免的难题。

第五，没有无限度的开放。非关税壁垒障碍、反倾销诉讼、环保等问题都会成为抑制我国服装出口的理由。我国产品多为中低价格，容易招致反倾销。具有较高知名度品牌的绿色服装、生态服装应是我们要作为重点发展的领域。

总的来说，中国服装业品牌意识普遍不强，缺乏知名品牌。作为一个纺织与服装大国，许多服装企业依旧停留在“要什么，做什么”、“有什么，卖什么”的阶段，一味依赖于外贸代理订单，而不去培育自己的品牌，无力直面国际市场。虽然有雅戈尔、顺美等一批服饰精品在国内崭露头角，但真正有影响力的品牌寥寥无几。因此，在加入wto后，服装企业实现品牌战略化已经势在必行。

第一，做品牌是一项系统工程

思痛之后，服装企业又开始高举“设计师”大旗。遗憾的是，服装企业与知名设计师的联姻并没有走出“短命”的怪圈。

第二，用个性营销模式创造个性品牌

单一的产品个性化很容易被其他服装企业借鉴和模仿，一旦被大量克隆之后，产品的个性也就不存在了。而个性品牌不一样，品牌个性越明显，其被克隆的可能性就越小。

第三，实现品牌个性化的突破

总的来说，应当从以下几方面进行定位：

1、品牌的概念：讲述的就是产品的来源以及历史，提供给消费者对产品内涵的理解。产品从设计到包装以及相关的宣传

都是围绕品牌的概念来进行的，比如为一个运动休闲服装进行品牌概念的树立，就可以一个故事的讲述来定义为力量与美丽间的对比，这样产品的设计就以体现力度美以及年轻人活力而进行，产品的包装也会变得比较前卫或者是时髦，同时推广也会选用年轻偶像或者是运动来体现。

2、品牌的风格：产品在消费者心目中的形象以及被认同的特点，可以分为正装、日常便装，休闲装，运动装，时装等。每个类型中又可以分为粗狂的，传统的，前卫的等。

3、品牌的服务对象：产品适合穿着人群以及这些对象的背景。

4、品牌的设计特点：主要是从商标、款式外型、面料、色彩等方面来体现个性化。

5、品牌的价位设计：确定不同产品以及不同品牌在市场的系列价格。

6、品牌的服务：提供销售中以及售后的系列服务。

现代消费者追求个性，展现自我。“韩服”之所以能够畅销于海内外，其原因就是抓住了消费者的这种时代心理与所需展示的风格。

koogi是“韩服”中的一个知名品牌。它之所以成为知名品牌，并不是因为“koogi”这五个字母与“5001”四个数字紧密相连以暗示消费者：其服装非常前卫，即使时间跨越到5001年，也不过时的理念，而是它能够合进地运用市场细分的组合手段，将市场定位于当代具有活泼、躁动甚至有些叛逆心理，渴望前卫、新潮又强烈突出自我，无时不透发了青春气息风格的15-20岁间的青少年群体上，将品牌定位于极端的前卫与另类上。同时，为了体现服装的个性化，避免服装间的雷同，koogi的每一款服装都是小批量上市的。即使有些款式看似雷同，但细微之处的差异产生了不同的效果，如：纽扣的

位置、衣服的长短、颜色的搭配等□koogi的这些营销举措，无疑迎合了当代青少年要求突出自我、与众不同的迫切需求，深受青少年的喜爱。尽管koogi服装的价格不菲。

通过对koogi服装的简单分析，对于那些仅仅知道靠降价促销的中国服装企业能否有所启迪呢不容置疑的是，在小批量、多品种、个性化的服装时代，适者生存并发展的服装企业一定是那些能准确把握消费群个性需求的企业。

未来服装企业的市场定位不应该单纯的停留在25-50岁这种年龄范围过大的市场细分基础上，也不应该停留在“白领”或“蓝领”这种简单的职业划分标准上，更不应该停留在“时尚、自然、舒适”这种任何服装企业均可以使用的、没有任何特别之处的抽象词汇上，而应该是对消费有更深刻的理解，并在此基础上进行的市场细分。比如：外资企业中的白领与内资企业的白领，25岁的白领与40岁的白领，他们虽然都统属于白领阶层，但可以肯定，他们对服装的需求与理解是不同的。有文化的中老年人与无文化的中老年人，50岁有文化的中老年人与65岁有文化的中老年人，城市中的中老年人与农村的中老年人，他们虽然都是中老年人，但可以肯定，他们对于服装的需求与理解肯定有着明显的差异。

可能有人会问，当所有的服装企业都无一例外地采用科学的市场细分标准，准确把握住消费群的个性需求时，企业还有什么优势可言呢？要知道，时尚的服装永远不会面临饱和的市场，何况市场细分只是营销中的一段手段。服装企业要有效地满足消费群日益翻新的需求，就必须对这种需求进行深入的调查与透彻的理解，这对服装企业来说是一个永久性的课题。

1、产品自身设计

主要包括：

a□品牌的号型系列搭配

b□品牌的号型生产数量比例

c□品牌的色系

d□品牌的款式设计

e□品牌的面辅料选择

f□品牌似的产品质量要求

g□品牌的包装

h□品牌的各种标牌设计

在这个过程中，必须强调设计师与营销部门的密切配合，设计出来的产品一定要符合品牌个性，而且是市场所需要的。

2、价格定位。

价格竞争并非企业的唯一竞争手段。中国著名运动装品牌“李宁”在价格制定就明显高出其它国产品牌，但又明显低于进口品牌，而且对于收入不高甚至没有收入的年轻消费者来说，“李宁”产品的价格并没有给他们带来更多的压力。因此，企业可以通过价格的制定来确认自己产品的地位，同时也可以清晰地锁定自己的产品消费目标人群，而实现这一切，都是必须通过对服务对象的分析才可以制定出相应适合的价格的。

3、品牌的宣传

推广。“直销”推广是通过企业参与或举办的社会活动面对面地向现场的特殊消费者宣扬品牌；“中介式”推广主要通过媒体广告和专栏评论、专题报道等向社会宣传品牌。

时装“秀”不仅以其品牌形象和产品风格来“面对面”地直接感染现场观众，而且还为品牌的“中介”推广提供了依据和“素材”。因此，作“秀”者不仅要创造良好的现场氛围，而且要注重摄影师、摄像师对灯光、舞美的要求，为制作电视片、专场录像带、产品宣传册等“后加工产品”创造条件。

4、顾客服务

顾客服务是一种十分有效的进攻手段，服务也可以创造价值和利润。顾客在店面、销售点挑选服装的时间比较长。因此，顾客服务在服装产品行销中占有十分重要的地位，而且也是很好的展示个性的地方。在这当中，销售人员除了所必要的基本礼貌和热情之外，专业的装扮知识和恰当的服务是更为关键的环节，因为他们销售的不仅仅是产品，更销售出去的是品牌的形象与品牌的精神。

5、店面设计

同时，要通过店面生动化、人性化、服务化来体现品牌的特点。店面生动化是从店面格局设计、视觉统一、产品陈列、pop辅助销售工具等，实施全面系统的策划和管理，通过有效的环境规划、气氛营造、产品陈列等使卖场更加能够吸引消费者光临，最终促成消费者购买产品，实现整体销售的迅速提升。与媒体广告相比，店面生动化是一种较为廉价的推广手段，非常适合国内众多的中小型服装企业使用，更为重要的是店面生动化对品牌个性的塑造十分有效。

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案篇三

为了全面、深入宣传国家语言文字法规政策，促进推广普通话和语言文字规范化工作不断深入，营造与和谐社会相适应的和谐语言生活，切实提高师生说普通话，用规范字的意识与能力，以《国家中长期语言文字事业改革和发展规划纲要〔20xx-2020〕年》为指南，以市县语委第十七届推普周文件

精神为指导，结合我校实际，制定本方案。

20xx年9月11---9月21日

推广普通话，圆梦你我他。

通过本次推普周活动，进一步浓厚校园讲普通话、写规范字的氛围；养成“说好普通话、写好规范字”的校园用语用字良好习惯，为促进我校文化建设，提升文化软实力，构建和谐校园、和谐社会，营造良好的语言环境作出贡献。

（一）组织领导，落实管理。

由学校语言文字工作领导小组成员与各校校长、教学点负责人组成推普周工作领导小组。负责包括推普周的组织、宣传发动、计划安排、监督实施、检查评估。

（二）宣传动员，营造氛围。

在学校大门、教学楼处张贴以宣传推广普通话为主题的标语和宣传画，悬挂“推广普及普通话，圆梦你我他”、“说普通话，写规范字，做文明人”等宣传横幅，形成推广普通话、促进语言文字规范化的良好氛围。

（三）利用传媒宣传。

1、一次国旗下讲话。

各校利用周一升国旗活动，做推广普通话的宣传，并由少先队大队部向全校师生发出倡议。

2、一个主题班会。

各班在9月12日开一次“说普通话，写规范字，用文明语，做

文明人”主题班会。

3、一次主题黑板报评比。

各年级以“推广普通话，圆梦你我他”为主题出一期黑板报，全校进行集中评比。

4、一次手抄报评比。

在四至六年级开展“我是小小推普员”为内容的学生手抄报评选，全校将评出一二三等奖若干。

5、开展学法系列活动。

利用网络，在师生、家长中开展学习《出版物上数字用法》、《标点符号用法》、《中国人名汉语拼音字母拼写规则》等语言文字法律法规学习活动，增长知识，规范运用。

6、举行规范汉字书写比赛、作业展评。

组织一至六年级学生开展规范汉字书写活动，做好校级评比。

（四）做好其他系列活动。

1、开展“啄木鸟纠错”活动。

各班发动学生，小组或同桌互查课内外作业，清查标点、数字乱用现象。利用周六、周日等节假日时间，做一回“啄木鸟”，开展“争当社会用字小医生”的社会用字检查活动。发现有不规范的字及时向有关部门指出。

2、开展“小手拉大手”活动。

发动学生运用在学校所学的知识纠正家庭里存在的不正确用字的现象，以实现“一个学生带动一个家庭，一个家庭推动

一个群体”的推普两级跳。

3、继续开展“经典诵读”比赛。

继续开展我校经典诵读的系列活动。推广普通话人人有责，我校将通过开展系列推普活动，进一步提高我校师生语言文字规范意识和推普参与意识，推进我校语言文字工作进一步规范化和制度化。

1、树立语言规范意识，构建和谐校园环境。

2、积极普及民族共同语，增强中华民族凝聚力。

3、说普通话，迎四方宾客；用规范字，显华夏文明。

4、人人学讲普通话，个个争当文明人。

5、沟通——从普通话开始。

6、说普通话，用规范字，展示师生风采。

7、说普通话，写规范字，用文明语，做文明人。

8、普通话是校园语言。

9、普通话和规范汉字是我国的通用语言文字。

10、普通话——现代人必备的素养和交流工具

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案篇四

本站发布宣传策划方案，更多宣传策划方案相关信息请访问本站策划频道。

格式与样例

一、策划书名称尽可能具体的写出策划名称，如“×年×月×日信息系×活动策划书”，置于页面中央。

二、活动背景：这部分内容应根据策划书的特点在以下项目中选取内容重点阐述；具体项目有：基本情况简介、主要执行对象、近期状况、组织部门、活动开展原因、社会影响、以及相关目的动机。其次应说明问题的环境特征，主要考虑环境的内在优势、弱点、机会及威胁等因素，对其作好全面的分析(swot分析)，将内容重点放在环境分析的各项因素上，对过去现在的情况进行详细的描述，并通过对情况的预测制定计划。如环境不明，则应该通过调查研究等方式进行分析加以补充。

三、活动目的及意义：活动的目的、意义应用简洁明了的语言将目的要点表述清楚；在陈述目的要点时，该活动的核心构成或策划的独到之处及由此产生的意义都应该明确写出。

四、活动名称：根据活动的具体内容影响及意义拟定能够全面概括活动的名称。

五、活动目标：此部分需明示要实现的目标及重点（目标选择需要满足重要性、可行性、时效性）。

六、活动开展：作为策划的正文部分，表现方式要简洁明了，使人容易理解。在此部分中，不仅仅局限于用文字表述，也可适当加入统计图表等；对策划的各工作项目，应按照时间的先后顺序排列，绘制实施时间表有助于方案核查。另外，人员的组织配置、活动对象、相应权责及时间地点也应在这部分加以说明，执行的应变程序也应该在这部分加以考虑。

七、经费预算：活动的各项费用在根据实际情况进行具体、周密的计算后，用清晰明了的形式列出。

性因素，因此，当环境变化时是否有应变措施，损失的概率是多少，造成的损失多大等也应在策划中加以说明。

九、活动负责人及主要参与者：注明组织者、参与者姓名、单位（如果是小组策划应注明小组名称、负责人）。

注：1、策划书须制作一张封面，装订时从纸张长边装订；

2、系级以上的策划须按如上格式交电子版和打印版各一份。

社团活动策划书格式要求

一、策划书名称

写清策划书名称，简单明了，如“xx活动策划书”[]“xx”为活动内容或活动主题，不需要冠以协会名称。如果需要冠名协会，则可以考虑以正、副标题的形式出现。避免使用诸如“社团活动策划书”等模糊标题。

二、活动背景、目的与意义

活动背景、活动目的与活动意义要贯穿一致，突出该活动的核心构成或策划的独到之处。活动背景要求紧扣时代背景、社会背景与教育背景，鲜明体现在活动主题上；活动目的即活动举办要达到一个什么样的目标，陈述活动目的要简洁明了，要具体化；活动意义其中包括文化意义、教育意义和社会效益，及预期在活动中产生怎样的效果或影响等，书写应明确、具体、到位。

三、活动时间与地点

该项必须详细写出，非一次性举办的常规活动、项目活动必须列出时间安排表（教室申请另行安排）。活动时间与地点要考虑周密，充分顾到各种客观情况，比如教室申请、场地

因素、天气状况等。

四、活动开展形式

协会须注明所开展活动的形式，比如文艺演出、文体竞赛、影视欣赏、知识宣传、展览、调查、讲座等。

五、活动内容

活动内容为活动举办的关键部分。活动内容要符合时代主题旋律和校园文化建设内涵，健康向上，富有教育意义与启示意义。杜绝涉及非健康文化的消极内容。要详细介绍出所开展活动的主要内容，如影片放映要写出影片的性质、名称和大致内容。

六、活动开展

（一）活动准备阶段（包括海报宣传、前期报名、赞助经费等）；

（二）活动举办阶段（包括人员的组织配置、场地安排情况等）；

注：须注明开展活动的阶段负责人、指导单位、参加人数等信息。

（三）活动后续阶段（包括结果公示、活动开展情况总结等）；

注：如有涉及校园卫生、环境等情况，应及时清理。

七、活动经费预算

经费预算要尽量符合实际花费；写出每一笔经费预算开支，以便于报销处理（报销时附正规发票）。如果大型活动需要

资金赞助，联系社团联外联部。

八、活动安全

对于大型活动和户外活动，要成立安全小组，指定第一安全负责人，充分考虑安全隐患，把人身安全放在活动开展的首要位置。在策划书的结尾，除写明策划单位、策划时间以外，协会负责人须亲自签名，并盖上协会印章，以示责任。

附：注意事项

1、本策划书格式要求只提供基本参考方面，为必须内容。在此基础上，社团策划书可以根据活动大小与类型适当添加、灵活书写，做到内容充实、版面安排得当。

2、本策划书格式要求只对策划内容作出规定，策划书字体、版面排版得当等不作统一要求，但各社团要保证策划书样式规范、美观。

3、如有附件（比赛规则、评分标准、奖项设置等）可以附于策划书后面，作为附录部分。

4、策划书电子版须妥善保管，以备后用。

5、活动策划书应尽量于5—7天前上交活动管理部。

社团活动策划书格式要求

一、策划书名称

写清策划书名称，简单明了，如“××活动策划书”，“××”为活动内容或活动主题，不需要冠以协会名称。如果需要冠名协会，则可考虑以正、副标题的形式出现。避免使用诸如“社团活动策划书”等模糊标题。

二、活动背景、目的与意义

活动背景、活动目的与活动意义要贯穿一致，突出该活动的核心构成或策划的独到之处。活动背景要求紧扣时代背景、社会背景与教育背景，鲜明体现在活动主题上；活动目的即活动举办要达到什么样的一个目标，陈述活动目的要简洁明了，要具体化；活动意义其中包括文化意义、教育意义和社会效益，及预期在活动中产生怎样的效果或影响等，书写应明确、具体、到位。

三、活动时间与地点

该项必须详细写出，非一次性举办的常规活动、项目活动必须列出时间安排表（教室申请另行安排）。活动时间与地点要考虑周密，充分顾到各种客观情况，比如教室申请、场地因素、天气状况等等。

四、活动开展形式

协会须注明所开展活动的形式，比如文艺演出、文体竞赛、影视欣赏、知识宣传、展览、调查、讲座等。

五、活动内容

活动内容为活动举办的关键部分。活动内容要符合时代主旋律和校园文化建设内涵，健康向上，富有教育意义与启示意义。杜绝涉及非健康文化的消极内容。要详细介绍出所开展活动的主要内容，如影片放映要写出影片的性质、名称和大致内容。

六、活动开展

二活动举办阶段（包括人员的组织配置、场地安排情况等）；

注：须注明开展活动的阶段负责人、指导单位、参加人数等信息。

三活动后续阶段（包括结果公示、活动展开情况总结等）；

注：如有涉及校园卫生、环境等情况，应及时清理。

七、活动经费预算

经费预算要尽量符合实际花费；写出每一笔经费预算开支，以便于报销处理（报销时附正规发票）。如果大型活动需资金赞助，联系社团联外联部。

八、活动安全

对于大型活动和户外活动，要成立安全小组，指定第一安全负责人，充分考虑安全隐患，把人身安全放在活动开展的首要位置。在策划书的结尾，除写明策划单位、策划时间以外，协会负责人须亲自签名，并盖上协会印章，以示责任。

附：注意事项

- 1、本策划书格式要求只提供基本参考方面，为必须内容。在此基础上，社团策划书可以根据活动大小与类型适当添加、灵活书写，作到内容充实、版面安排得当。
- 2、本策划书格式要求只对策划内容作出规定，策划书字体、版面排版等不作统一要求，但各社团要保证策划书样式规范、美观。
- 3、如有附件（比赛规则、评分标准、奖项设置等）可以附于策划书后面，作为附录部分。
- 4、策划书电子版须妥善保管，以备后用。

一份活动策划，要有几个主要内容板块，有所策划活动的活动目的、活动题目、活动意义、活动准备、以及具体活动内容等，活动后有份活动总结，这样子为下一次活动做好铺垫。

一、活动的目的

好的活动策划，要适合团队的建设发展需要，活动内容丰富多彩，对团队精神的建立具有非常积极的意义，培养参与者的市场经济意识和创业意识，认识市场规律和规则，真正做到学以致用，活学活用，并且增强参与者关注经济社会发展、关注市场的意识。

二、活动题目

春季分组登山比赛

三、活动意义

通过组织学生进行登山提高学生身体素质以及团队合作精神

四、活动前期准备

由社团组织部负责参与活动同学的组织工作□xxx负责本次活动的宣传工作及活动中摄象工作□xxx负责本次活动的赞助工作。

五、活动形式

分组，每组自主选出队长，由队长带领，自主选择登上线路，想到一组获胜。

六、活动目的

通过本次活动使学生提高对身体素质的重视,增强学生的团队

合作意识

七、活动总结

通过这次活动，使我们社团成员间的关系更为密切，团队精神得到了进一步升华，内部合作更加默契，各部门对于各自职责更加明确，同时也发现了工作分配时的不足，对以后社团建设有非常好的借鉴意义。总体来说这次活动非常有意义，以后也会长期的搞下去。

XXXX大学XXXX社团

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案篇五

购房xxx五一送旅游

1、五一，这个季节大家喜欢出游，所以做一些户外活动也比较符合传统习惯。同时，三天的假期，不少人没想好去哪里、做什么，这个时候如果我们能做一些有特色的活动，或者是给点小恩小惠，送点小礼品，很容易吸引客户到售楼部来。所以，节日的促销活动不可少，小礼品或者折扣等都是这个时候的常用手法。另外，节日促销，是做情感营销的好时机，这个时候组织老客户和现在成交的客户一起旅游，会很自然，容易赢得客户的好感，宣扬本项目，扩大影响力度，得到口碑效应。

2、利用五一旅游活动，升华情感营销，情感营销就是人与人之间的关心，真情的流露，并没有以产品销售为目的而最终达到销售产品的目的的营销。情感营销是一种以销售人员受人欢迎的人格魅力以及对未来消费习惯的把握上来影响自己身边的人，以自身来引导消费的一种营销方式。情感营销类似于沟通营销，也相似与口碑营销，我认为情感营销是沟通营销与口碑营销的共同体，是两者的结合，合二为一。情感

营销是以后营销学的大势所趋。

3、抓住五一假期时间，来访客户即赠送小礼品，老客户介绍新客户送物业费，成交客户参加五一旅游活动，烘托案场促进销活动。

4、五一旅游活动结合楼盘抽奖活动，给予客户大折扣、大优惠、送旅游、抽大奖，不断提升我们案场人气，情感营销加上sp配合、假客户等，促使客户快速成交。

五一旅游活动路线：供参考(一日游不含午餐二日游是全含)

1、龙潭大峡谷一日游168元/人

2、六羊山一日游128元/人

3、龙潭大峡谷+皇城相府二日游388

4、云台山二日游398元

5、万仙山+郭亮村二日游298

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案篇六

“预知家”是自发成立的品牌战略合作的团体，于20xx年10月正式成立。覆盖全市具有一定名气和影响力的装饰、建材企业，并且整合国际国内享有一定声誉的品牌产品(首批战略合作成员：同济装饰、华润涂料、吉事多卫浴、丹麦风情移门壁柜、杰克橱柜、宝钢地板、美心木门、摩力克布艺、蒙娜丽莎陶瓷)。以强强联合的方式，最大限度的为消费者提供透明、互动的品牌联盟、专业的引导消费、质量承诺的一站式服务。并且在各成员之间建立交流沟通和资源共享的平台，确保各合作成员销售业绩的大幅提升。

1) 市场背景

2) 产品说明

“预知家”品牌产品以推动扬州家装事业为己任，倡导绿色装修、快乐装修，保证装修质量以及让客户从菜单式装修、一站式服务里得到更多的实惠。联盟国际国内享有一定声誉的品牌产品，以透明、互助为宗旨定期在小区开展专业知识的引导消费，实施保障金制度的质量承诺并与消费者协会联合打造诚信家装。

1) 广告目标

3、“预知家”品牌产品针对家装市场与消费者创造供给需求的平台

4、突出“预知家”品牌产品旨在严厉打击非法行为和机构，规范和净化家装市场，建立健康有序的市场环境。

2) 广告创意

以普及家装知识、保护消费者权益为路线，利用小区加强对家装知识的普及，倡导绿色装修、快乐装修为宗旨。

3) 广告标语

1、预知家—预制健康的家 2、因为——有了“预知家”所以——

未来美好生活，任由你揽入家！

4) 广告媒介

2、选择报纸夹报宣传。由自身设计宣传单(印上广告标语)，随当地报纸一起发行出去，当消费者在翻阅报纸的过程中便

可看见宣传单，达到了信息传递的功效。

5、住宅区推广。宣传优惠、装修、材料等知识的普及，根据市场需求，最好以家装课堂或培训班的形式出现。

6、电视

7、公交站台看板

1) 活动计划

顾问：待定

负责人：待定

在预定好的场地布置音箱设备、桌椅摆放位置(定位)。各合作成员提前进现场做好自身的宣传工作。包括教室内场地设备、宣传的前期准备。

活动开始阶段：

地点：(小区广场)由专业音效师进行音乐效果铺垫、造势和聚集人气，营造氛围。工作人员将参加本次活动的合作成员安排座位。

地点：(室内场地)同样桌椅的定位摆放，人员座位的安排，由讲师上台做简短的开场白。讲师人员由合作成员轮流担当，每次可邀请一至两家合作成员作为主讲。

活动一：

主题：家装知识宣传

目的：通过活动让消费者了解更多的家装知识(家装信息、材料行情、疑点解答等)，间接的了解到“预知家”品牌产品的

内容及合作成员实力。

时间：9：00开始

内容：以宣传台的模式与消费者一对一的交流，将消费者的疑点、问题点逐一解决，适时可发放宣传单。

活动二：

主题：现场抽奖

目的：利用“问卷调查表”从侧面了解到消费者对“预知家”品牌产品的认可度、理解、需求及对家装市场认知态度。

时间：11：00

活动三： 主题：家装知识培训

目的：通过免费培训让消费者了解更多的家装知识，体现它是一位家装知识的传播者及专业引导消费顾问。

内容：课堂形式交流，讲解家装信息、材料行情并逐一解决家装疑点、问题点，适时可发放宣传单和礼品。

活动结束：工作人员进行现场环境清理。

备注：以上所有的活动在各个小区均可以复制举办。最好设定一个活动周期，每期定一个主题思想。

导入期：这一阶段大约要半年，主要是提高在全市范围内扩大知名度、美誉度。给大家灌输“预知家”一位家装知识的传播者及专业引导消费顾问，改变家装业主们传统消费观念。

生长期：这个阶段大约要一年，在前一阶段广告宣传的基础上，进一步提升“预知家”的品牌形象，让大家一想到家装，

就想到“预知家”。

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案篇七

控制抗菌素耐药性

宣传口号：

今天不采取行动，明天就无药可用。

二、活动时间与地点

（一）时间

（二）地点

医院住院楼东侧

（三）活动方式

活动的主要内容是围绕主题，采取健康教育板面宣传、资深医务人员现场义诊咨询服务、发放宣传材料等活动形式。

三、任务安排

1. 组织宣传板面

设立健康教育宣传栏进行宣传

2. 设立咨询点

组织医疗义诊咨询服务

3. 发放宣传品。制作印有健康教育知识的宣传品，一并在宣传咨询点发放。

四、活动要求与注意事项

各相关人员要高度重视此项工作，认真组织，确保此项工作落实到位。并留有影像资料，健康教育项目责任人在活动结束后要及时撰写工作总结，确保此项工作不走过场，真正为患者解决实际问题。

迎亚运宣传海报 宣传推广普通话活动策划方案篇八

商聚天伦 万客皆怡

- 1、高雅品位、卓越超群。主要体现设施环境等。
- 2、引领潮流、全新体验。主要体现文化和经营理念等。
- 3、天伦之星、商务首选。主要体现特色与服务等。
- 4、追求品质、共创高峰。主要体现集团领导班子的风采与管理流程等。

本片大气、高档次、高品位，全片上下既体现酒店功能设施与服务品牌的完美结合，又贯穿企业文化与艺术风格的和谐统一。充分应用演员把身临其境的感受注入酒店经营，彰显时尚，提升休闲生活艺术般享受的品位。制作时大量运用特效画面与特效声音合成，以富于艺术性，增强可视性和感染力。