

最新宣传推广活动总结(实用6篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。那么，我们该怎么写总结呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

宣传推广活动总结篇一

随着社会的不断发展和竞争的日益激烈，推广宣传在商业领域中的重要性不可忽视。作为一种有效的市场推广手段，推广宣传不仅可以提升企业的知名度和影响力，还能够吸引潜在客户，增加销售额。在过去的一段时间里，我担任公司推广宣传部的负责人，通过亲身经历和实践，我深刻领悟到了推广宣传的重要性，并积累了一些成功的经验和体会。

首先，建立明确的宣传目标是成功推广的基础。在推广宣传之前，我们需要明确宣传的主要目标是什么。是提升产品的知名度还是增加销售额？是针对特定的目标群体还是面向广大的群众？只有明确了宣传的目标，我们才能有针对性地制定合理的宣传策略和计划。例如，如果目标是提升产品的知名度，我们可以通过在社交媒体平台上开展广告投放、与知名博主进行合作推广等方式来扩大产品的曝光度。而如果目标是增加销售额，我们可以通过打折优惠、促销活动等方式来吸引消费者的购买兴趣。

其次，选择合适的宣传渠道是取得成功的关键。在如今的信息爆炸时代，宣传渠道的选择显得尤为重要。我们需要根据产品特点、目标受众的喜好和消费习惯来选择合适的宣传渠道。例如，如果我们的目标受众主要是年轻人群体，那么我们可以选择在社交媒体平台上开展宣传活动，因为年轻人更

加熟悉和依赖社交媒体。而如果我们的目标受众主要是中老年人群体，那么传统的电视广告和报纸杂志更为适合。选择合适的宣传渠道，能够更有效地吸引目标受众的注意力，提升宣传效果。

再次，积极与潜在客户互动是推广宣传的重要环节。推广宣传不仅仅是向潜在客户宣传产品信息，更重要的是与他们建立积极的互动和沟通。只有与潜在客户保持良好的互动，才能更好地了解他们的需求和意见，从而更好地改进产品和服务。同时，通过互动可以增强潜在客户的购买兴趣和购买意愿。我们可以通过举办线下活动、开展在线问答等方式积极与客户互动，为他们答疑解惑，并传递出公司积极负责的形象。

最后，持之以恒地宣传推广是取得成功的关键。推广宣传不是一蹴而就的过程，需要长期的坚持和努力。我们不能仅仅满足于宣传了几次就停止下来，反而应该保持持续不断的推广力度。只有在长期的推广宣传过程中，我们才能够逐渐积累品牌的影响力和口碑，吸引更多的潜在客户，从而实现销售额的增加。同时，在推广宣传中遇到问题和挫折是难免的，但我们要坚持乐观积极的态度，寻找问题的解决办法，并不断总结经验教训，不断调整宣传策略和方法。

总结起来，推广宣传对于企业的发展至关重要，但要取得成功并不容易。作为企业推广宣传的负责人，我深刻认识到建立明确的宣传目标、选择合适的宣传渠道、积极与潜在客户互动以及持之以恒地宣传推广是取得成功的重要要素。只有不断学习和总结经验，才能不断提高宣传的效果，为企业的发展贡献力量。

宣传推广活动总结篇二

中国(杭州)某某集团公司是一家具有现代企业特点的大型企业集团，以生产经营现代中成药、保健品而闻名海内外。

然而，由于产品结构的老化，以及市场推广手段的单一，使得登峰公司的总体产品销售面临滑坡的危险。为了从根本上改变这一不利的局面经过周密的前期市场调查，决定借企业新品铁皮石斛颗粒的开发，引入外脑为铁皮新品的入市推广进行全案策划与推广。

1、初期主打市场为省城杭州，待杭州市场稳固后，再向省内其它地区或省外渗透。

2、通过8个月有效的市场策划与推广，使新品铁皮达到1500万的销售收入。

3、通过8个月有效的市场策划与推广，强化已有的终端销售队伍。

4、通过8个月有效的市场策划与推广，提升某某登峰的品牌形象与品牌信任度。

5、争取8个月有效的市场策划与推广，确立通过某某登峰铁皮的市场地位与声誉。

6、在完成铁皮产品的成功推广后，对其公司其它品牌进行包装与品牌整合。

用半个月的时间，对登峰现有180家终端进行了细致周密的调研；

用一个月的时间，对登峰数百名消费者进行了随机的访问；

对铁皮研制专家进行深度产品知识与市场趋势访谈调研；

对某某登峰公司全体员工思想动态进行深度访谈及问卷调研；

对即将入市的潜在竞争对手进行市场搜索调研。

经过大量细致的调研，本案的一些市场背景渐渐清晰起来。

纵观杭州铁皮枫斗类产品市场，明显存在以下特征：

产品品种和品牌为数尚少；

产品市场因未饱和而未及细分；

铁皮类产品无明确的产品定位；

先导者xxx立钻xxx牌铁皮枫斗晶的系列产品一枝独秀；

少数一些跟进品牌因xxx立钻xxx的强大竞争优势而被迫处于守势；

历年来，铁皮枫斗产品的销售大部产生于礼品市场；

铁皮枫斗产品消费意识较强，但因价格高而仅限于高端消费者；

铁皮枫斗产品在消费者心目中存在一定程度的信任危机。

由于天然铁皮石斛对生长环境的要求较高，多年来铁皮石斛一直受供求关系的影响而价格高企。然而浙江xxx药业的立钻铁皮枫斗晶因率先建立铁皮石斛培植基地而占尽市场先机，并以此为制高点狙击跟进者。

即便如此，铁皮枫斗巨大的市场空间仍吸引着众多的品牌前赴后继欲分一杯羹。

据一些可靠的市场信息表明，目前铁皮枫斗产品市场已山雨欲来。棗

场内：一些已生产铁皮枫斗晶的企业，如桐君阁药厂、森山、

雷允上等正处心积虑酝酿更大的市场动作。

场外：更多实力企业与品牌已虎视眈眈，瞄准这一热点市场，准备投入资金与人力生产铁皮枫斗，进场拼抢市场份额。

可以预见：不久的将来，铁皮枫斗这一产品市场必将因市场份额的重新瓜分而烽烟四起！

作为一个有着几十年历史的品牌，登峰品牌目前存在着以下优势与问题：

品牌优势点

- (1) 品牌历史较长，在省内有着良好的品牌知名度；
- (2) 母品牌某某有很强的品牌实力与品牌影响力；
- (4) 与超过180家超市与医药终端有良好合作关系；
- (5) 有一支常年活跃在终端一线的营销推广队伍。

品牌问题点

- (1) 登峰品牌存在一定的品牌老化现象；
- (2) 登峰系列产品从未进行过产品形象整合；
- (3) 登峰铁皮石斛晶产品入市形象尚未明确；
- (4) 如何塑造登峰铁皮石斛晶独特的产品个性；
- (5) 如何面对产品市场先导者的市场狙击；
- (6) 如何未雨绸缪完成产品市场的市场细分；

- (7) 企业营销队伍完成整合后能否打好终端硬仗；
- (8) 直销市场未设销售总监，营销措施的执行力度偏弱；
- (9) 如何运用母品牌优势使登峰铁皮石斛迅速获得市场认同。

(1) 针对常规消费市场，产品定位于xxx钻石补品xxx；

(2) 针对礼品市场，定位于xxx尊贵礼品xxx；

(3) 主打广告语xxx做事我靠它xxx□

3、针对市场先行者制定相应的集中市场要害的价格策略。(价格分为礼品，普通，常规三种)。

4、采取xxx高档包装的包装策略，并在制作中采用新材料，强化产品形象。

5、做好产品系列的开发准备，适时整合登峰品牌的整体产品形象。

6、制定所有终端的户外广告推广策略。

7、制定大型终端的促销推广活动方案，促进品牌产品促销互动。

8、制定市中心广场大型公关推广活动方案。

9、针对一些特殊人群，制定独到的特通销售。

10、举办xxx万人重阳登峰活动xxx□提升品牌美誉度。

1、登峰营养保健品公司借助母品牌某某进行品牌整合(某某·登峰出品)。

2、确定明确的产品定位(目前铁皮市场无明确产品定位)。

经过三个月的深入调研、精心策划，产品于同年8月25号正式上市。经过一个中秋的热销(仅杭州市场各终端累计就达到50万/天)，某某·登峰铁皮成功地占领了市场，得到了广大经销商与消费者的广泛认同。某某·登峰公司仅在四个月内就收回了前期的投资成本。

预计到20xx年春节，所有终端销售回款将达到2800万元，大大超出了市场策划的预期目标。

宣传推广活动总结篇三

随着市场竞争的日益激烈，企业推广宣传成为获取市场份额的重要手段。作为一名推广宣传人员，我在长期的工作实践中积累了一些宝贵的经验和心得体会。在此，我将分享我在推广宣传方面的体会，总结的五个要点，希望能够给正在从事或将要从事这一职业的人们提供一些借鉴和思考。

首先，深入研究目标群体是推广宣传的第一要素。作为企业推广宣传人员，我们首先要明确推广的目标，了解目标群体的需求，并制定相应的推广策略。比如，如果我们在宣传某个日用品时，应该深入研究目标群体的生活习惯、经济实力和购买心理等因素，准确把握推广的方向和关键点。只有通过目标群体的细致分析，我们才能做出精准的推广宣传，提高目标群体的接受度和认同感。

其次，策划创意是推广宣传的灵魂。在推广宣传的过程中，创意起到了至关重要的作用。好的策划能够有效吸引目标群体的注意力，增强推广效果。因此，我们在制定推广计划时，要注重策划创意的独特性和针对性。借助最新的市场动态和流行元素，结合产品的特点和需求，开展新颖、有趣、富有互动性的推广策划，从而打动目标群体，引起他们的购买欲望。

第三，多渠道传播是推广宣传的关键。现今社会信息爆炸，传播渠道多种多样，推广宣传人员应该充分利用各种渠道来进行信息传播。无论是通过传统媒体还是互联网等新媒体，都能够将推广信息传达给更广泛的受众群体。同时，我们还可以利用社交媒体和微信公众号等平台进行精准推广，与目标群体建立起更直接、更有效的互动。只有通过多渠道的传播，我们才能够提高推广的曝光率，使推广宣传更加具有影响力。

第四，持续跟进和反馈是推广宣传的必备环节。在推广宣传的过程中，我们必须保持与目标群体的沟通和互动，及时了解他们的反馈信息。通过通过各种反馈渠道的监测和分析，我们能够及时评估推广效果，并根据反馈情况进行必要的调整和改进。同时，我们还可以利用目标群体的反馈信息来不断优化推广策略，提高推广效果，实现推广宣传的最终目的。

最后，保持创新和学习也是推广宣传不可或缺的一环。在竞争激烈的市场环境下，只有保持创新和学习的态度，才能够不断提高自身的推广能力。我们应该密切关注市场动态和最新技术，并将其运用于推广宣传工作中。同时，我们还可以通过学习与交流、培训和参与行业论坛等方式，不断拓展自己的知识和视野，保持在推广宣传领域的领先地位。

总之，推广宣传是企业获取市场竞争优势的重要手段。通过深入研究目标群体、策划创意、多渠道传播、持续跟进和反馈以及保持创新和学习，我们可以提高推广宣传的效果，使企业实现预期的市场目标。作为推广宣传人员，我们应该始终保持热情和责任感，不断完善自身的能力和素养，为企业的发展贡献自己的一份力量。

宣传推广活动总结篇四

为贯彻落实《国家通用语言文字法》，进一步提高语言文字法律法规的社会知晓率，更好地普及文化教育，实现幼儿园

语言文字工作的规范化、标准化，我园围绕第xx周推普周宣传主题进一步推进园所语言文字工作全面、协调发展，为构建与社会主义和谐社会相适应的和谐语言生活作贡献。

9月xx日—xx日(部分推普活动持续开展)。

规范使用国家通用语言文字，弘扬中华优秀传统文化传统。

1. 根据市语委的有关活动要求，召开推普周活动领导小组会议，由园长担任组长、副园长担任副组长，小、中、大班年级组长为组员，对本园的推普周工作进行规划和部署，并和全体教职工全面领会《通知》精神。

2. 抓好日常推普工作：要求教职工坚持用普通话交流，并检查教师的文字资料以提高教职工规范用字的自觉意识。同时把语言文字工作与幼儿园一日活动结合起来，积极引导幼儿用普通话进行交流，形成全园都说普通话的良好氛围。

3. 扩大推普宣传面积：通过张贴推普标语、宣传板报，积极向家长进行推普宣传。同时引导幼儿向家长宣传，请家长一同加入推普工作行列，让“说普通话、写规范字”的意识深入每个人的心里。

4. 做好园外推普宣传：组建“小小推普团”，让幼儿成为语言文字规范化宣传的“小使者”，组织教师和幼儿走出幼儿园，规范幼儿园周边的社会用字，并走进社区向居民发放“推普倡议书”，在社区掀起推广普通话的热潮。

5. 推普周活动领导小组成员督导各项活动有序、有效地开展，并做好活动资料的积累和总结工作。

9月上旬：推普周活动准备阶段，推普周工作动员会。

9月xx日：国旗下讲话、宣传标语条幅。

宣传推广活动总结篇五

校园宣传推广是学校管理中不可缺少的一环，通过宣传推广能够有效地推动学校的发展和提升学校的声誉。在长期的实践中，我深刻地认识到了这一点。在这篇文章中，我将分享我在校园宣传推广上的心得体会，并从五个方面总结出如何在校园宣传推广中达到更好的效果。

第一，校园宣传推广需要具备多种形式的手段。在校园宣传推广的过程中，传统的海报、宣传册和横幅等手段虽然仍然占有一定的重要性，但结合现代科技手段，比如微博、微信公众号以及短视频等也具有非常大的效果。对于不同类型信息，采取不同的手段，才能让宣传推广更加全面。

第二，校园宣传推广需要有特色。创意是校园宣传推广的关键，对于宣传内容的创新，设计的巧妙，更能引起学生的兴趣和注意。比如，可以印刷畅销的清华大学“宝宝”系列等宣传物品，或者创作校园文化动画，而这些特色是宣传设计的关键所在。

第三，校园宣传推广需要贴合时代潮流。随着时代的变化，学生的接受能力和审美观也在不断发生改变，因此，校园宣传推广必须紧跟时代潮流和学生的兴趣变化，以此为切入点，从而更好地传达宣传内容。例如，通过微信等社交媒体平台，可以让学生提前了解一些即将到来的活动信息，让学生在更自然的情况下接受校园宣传推广。

第四，校园宣传推广需要有系统性。校园宣传推广不应该只是单一的宣传活动，而应该是一个系统的运作。从策划、创意、设计到推广等整个流程，都应该注意每一个细节和环节，形成一个协调有序，步步为营的宣传推广机制。

第五，校园宣传推广需要重视反馈与评估。为了确保宣传推广的效果，必须及时了解学生在宣传推广中的反馈情况，为

学校今后的宣传决策提供依据。通过对反馈的持续跟踪和评估，检查校园宣传推广所存在的问题和不足，从而增强学校宣传推广的针对性和可行性。

总之，校园宣传推广的成败关键在于方案的策划和推广过程中的效果，必须在节奏掌控、信息的有效传递、创意的运用等方面仔细政策，才能真正实现校园宣传推广的效果和价值。在实践中不断探索并加以总结，才能不断提高校园宣传推广的水平和质量。

宣传推广活动总结篇六

乙方：

根据中华人民共和国相关法律、法规，经甲乙双方协商达成共识，双方申明：双方都已理解并认可了本协议的所有内容，同意承担各自应承担的权利和义务，忠实地履行本协议。

1、_____年_____月_____日新闻发布会选中甲方建议媒体中进行微博、微信推广，执行日期_____年_____月_____日。

2、_____产品节中，选中甲方建议媒体中进行提供微博、微信推广，执行日期_____年_____月_____日。

3、合作期内，甲方具体投放资源价格以不超过每执行周期支付款项为前提。甲方有权对约定媒体进行替换，或要求乙方及时更新可以替换资源，乙方执行内容非全部为自媒体大号转发类型，执行内容包含部分微信内广告位投放，所有执行项必须按甲方要求及时调整，因未沟通产生的所有费用均有乙方承担。

1、提供专人与甲方联络。

2、按协议相关约定，为甲方提供微信、微博推广服务。

3、在要求的期限内，完成协议规定项目。

4、乙方案针对甲方约定的服务达标时应及时通知甲方，甲方也应即时通过互联网查看效果确认，如甲方未能即时确认，该协议生效日以乙方发出通知的第_____日为准。

1、提供专人与乙方联系。

2、甲方必须保证微信、微博信息内容的合法性和真实性，如因此引起纠纷，乙方不承担任何法律责任。

3、按照协议的约定，及时支付费用。如因乙方过错未能如期完成协议约定内容，甲方有权要求终止，并按未完成相关粉丝数量所占比例，要求乙方退还相应款项。

1、协议金额_____元（含增值税发票费）。

2、本协议签订当日，甲方支付乙方人民币_____元作为启动资金；乙方项目第一阶段执行完毕后，与_____年_____月_____日前提供相应资料数据汇报，经甲方签字确认后，甲方再支付乙方人民币_____元整。乙方项目第二阶段执行完毕后，与_____年_____月_____日前提供相应资料数据汇报，经甲方签字确认后，甲方再支付乙方人民币_____元整。乙方项目第三阶段执行完毕后，与_____年_____月_____日前提供相应资料数据汇报，经甲方签字确认后，甲方再支付乙方剩余款项人民币_____元整（甲方采用现金或转账方式支付乙方设计费用）。

1、乙方应以电话、传真以及电子邮件提供推广结果。

2、推广结果达到约定效果即为验收合格。

3、甲方请及时验收确认。

4、验收期限为_____天，如果甲方超过验收期未验收乙方将视为验收满意。

5、甲方完成验收后以协议提供的联系方式及时联系乙方。

1、乙方在签订本协议后，如证实无法向甲方提供规定的服务，甲方有权与乙方中止协议。

2、任何一方有证据表明对方已经、正在或将要违约，可以提出中止履行本协议，但应及时通知对方。

3、若对方继续不履行、履行不当或者违反本协议，该方可以解除本协议并要求对方以协议额赔偿损失。因地震、火灾等自然灾害、战争、罢工、停电、政府行为等造成双方不能履行本协议义务，双方通过书面的形式通知对方，本协议即告中止。

4、协议时间终止时，乙方未完成协议规定要求，应按照相应比例进行退款。

5、如果乙方收到甲方支付的相应费用却并未开展相应的服务，需退还甲方未开展服务部分的相应费用，同样，如果甲方未能按时支付各项费用，违约金按未支付款项的_____％乘以逾期天数计算。

自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止。

1、协议如有未尽事宜，须经甲乙双方共同协商达成书面补充协议，补充协议与本协议具有同等法律效力。

2、订立本协议所依据的法律、行政法规、规章发生变化，本

协议应变更相关内容。

3、订立本协议所依据的客观情况发生重大变化，致使本协议无法履行的，经甲乙双方协商同意一致达成书面协议的可以变更或解除本协议。

4、本协议一式_____份，甲方执_____份，乙方执_____份，具同等法律效力，经双方代表签字并加盖双方公章或协议章后生效。

甲方（签章）：

乙方（签章）：

_____年_____月_____日