

# 最新公司宣传wps 传媒公司宣传方案(优质5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 公司宣传wps篇一

### （一） 企业经营状况分析

通过公司领导和员工的共同努力，我们公司取得了良好的收益。资产运营平稳。但是公司现在所面临的一个重大问题是知名度不够。公司要追求进一步的发展，就必须加大业务拓展的力度，进一步宣传品牌，增强企业的知名度。

### （二） 产品分析

公司的主要产品是为中小企业提供资信评估、担保与反担保、追偿、清算与重组业务、置业担保。能提供这一业务的企业在我县很少（可写具体数字）因此我们所面临的竞争不强，公司的业务在市场中占有相当大的份额。我们更应该注重品牌的发展。因为当产业发展进入成熟阶段，品牌就成为产品及企业竞争力的一个越来越重要的因素。

### （三） 市场分析

近年来，我县的中小企业数量不断增加，（此处可加具体数据），并且刚起步的企业资金链是不完整的，中小企业在发展的开始和过程中很容易出现资金短缺的状况，因此我们存在着很大的客户群体。

#### （四）消费者研究

中小企业主要是通过媒体的途径了解本公司所提供的服务。对中小企业来说公司所提供的服务也是现阶段所必需的，有需求必然就会有市场。

#### 三、广告战略

服从公司整体宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

长期性，在一定时段上推出一致的广告宣传。

广泛性，选择多样化的宣传方式同时注重抓宣传效果好的方式。

把握时机，灵活变通

### 公司宣传wps篇二

为体现公司企业精神，增加员工的团结协作感，促进员工之间的沟通，方案4月份组织员工进行春游活动，具体如下：

提高大家主动性，促进员工之间的沟通，让员工放松心情，增加集体凝聚力和团队精神。

20xx年4月26日星期六上午7点动身

放松心情、团结协作！

1、人员餐费方案30人×50元=1500元

2、车辆费用：估计600元（供应活动车辆者每车补助100）

- 3、矿泉水：60元
- 4、应急药品：30元
- 5、临时备用：500元
- 6、奖品费用：1500元

为了让大家彼此都能尽快熟识了解，活动期间要进行部分团队嬉戏，活动结束后要进行集体拍照。

- 1、全部人员应留意平安，不允许单独行动。不允许抽烟，现在是防火期。
- 2、爬山时间为2个小时，2个小时后返回山庄进行其他活动。
- 3、全部垃圾斗装到食品袋中，不允许随便乱扔。
- 4、行为举止大方得体，留意维护公司形象，不在风景区里大声喧哗，乱扔垃圾，破坏公物，破坏环境。
- 5、期间出现任何突发状况时，要准时上报负责人，负责人准时处理好应变工作。
- 6、在游玩中，请各组确认人数、留意平安，。
- 7、必需严格遵守时间规定，并准时到达集合点，准时清点人数。一切听从负责人的支配。
- 8、请您保管好自己的行李。特殊是手机、钱包及其他珍贵物品。并应时刻提示自己不要遗忘物品。

公司活动策划

## 公司宣传wps篇三

经过几代治污人的艰辛工作,市河流截污及综治工程历经风风雨雨十几年。如今效果凸现,效果显著,也河现出一大批杰出有为的劳动骨干。但是由于临时以来缺乏宣传,或负面宣传效应过于突出,公众对河流整治的方方面面都不是非常了解,甚至有所误解,这就需要我水务部门主动反击,联合各种宣传媒体,积极谋划和组织宣传,以平民化、人本化手法将多年来,尤其是年12月以后河流截污及综合整治方面的效果昭示公众,将综合整治的难点告知公众,将整治计划、前景展示公众,做到使群众心里有底、脑中有谱,互动节目通过面对面的沟通交流无疑为我提供了有利的平台。

### 一、互动节目的必要性:

互动节目的必要性主要基于以下两点来考虑:

(一) 扭转长期以来公众对河流整治的误解,争取市民支持。市河流众多,主干河流就有231条,由于城区规划等原因,长期以来,河流整治就成了的一个软肋。由于媒体记者对河流治理并不了解,加之为了迎合受众的感观品味,媒体就成了百姓出气筒的代言人,负面新闻层出不穷,在一定程度上误导了群众对河流整治实际情况的了解。互动节目就克服了这方面的局限,一方面,通过面对面,你问我答的交流方式,参与群众可第一时间,向最具权威的部门和个人了解河流整治的实际情况,也让他们了解现阶段工作中存在的诸多困难,消除心中疑问,避免由于第三方理解不当产生的误解;另一方面,相关水务部门可以在节目中占据主动位置,通过正面舆论导向,积极引导群众向理解、支持河流整治工作的方向思考问题,争取良好的外部环境。

(二) 宣传水务投资集团企业文化。通过现场展示、人物访谈,将“上善若水”、“净化水质、造福人民”等企业文化理念深入人心,通过主流媒体宣传,增强集团影响力,塑造

知名度和美誉度，为集团及下属单位的发展奠定有利基调。

## 二、互动节目的可行性分析

### （一）选址可行性：

本次互动节目选址进行创新，计划从截污和综合整治效果较为显着的河和河两条河流周边任选其一作为节目地点。主要原因一是河、河已被列入3月30日前见效果的重点整治河流，市民较为关注；二是在河边搞节目可以达到身临其境的目的，直接向市民展示河流整治成绩，针对性强，节目效果容易体现。

1. 河：河路经地几乎都独具水乡风貌，又途经村等人流相对密集区域。在此地举行活动的优点是，既能展现人文特色，又易招揽人气，扩大节目的影响面，增强宣传效果，缺点是节目录制过程中不可预见因素较多，不易采用直播形式。

河现已全部完成截污，其中，中约地段旁边区域计划兴建一座小型广场公园，预计年6-7月完工，建议可在此广场举行媒体互动节目。

2. 河：河周围大多环境幽雅，风景优美，闹中取静，在此举行活动不易受外界干扰，但影响面不会太广。

河主干管电厂东路夏先段已截污完成。计划在街人工湖至电厂东路段建一绿化带，预计6月中旬可以完工。该绿化带也可作为该节目场地，但场地空间不一定能满足需要，需要待节目形式及绿化带规模确定后才能知晓。

### （二）时间可行性：

建议该治水论坛定在6月举行。

1. 两河虽然定为3月30日之前见效果，但由于其堤岸及周边绿化届时还在建设中，因此，需到年6月30日前，两河综合整治工作才基本完毕，时机比较成熟，有条件向外界展示成果，在全市范围内进行大规模宣传。

月正值夏季，适宜户外活动，光线充足，节目录制质量容易保证。

### （三）合作可行性：

为配合大型国际赛事会，河流整治为集团和媒体今年宣传的一大重点，由于治水较为分散，一直以来，媒体较难捕捉到较为准确、全面的治水信息，加之今年治水新闻媒体见光率明显增大，相关媒体在“城市论坛”中也涉及过治水内容，媒体也希望通过该项节目增加收视率和影响力，因此合作录制节目的成功率较大，共同打好这场“治水战役”。

### （四）大环境的可行性：

治水工作作为今年的一项重点“民生工程”，重要程度不言而喻，市委、市政府及水务部门已经排好时间表。从大环境上讲，该项工作得到全市各方面的大力支持。因此，录制治水访谈节目上得政力，下得民心，在邀请各级领导参与，诚招热心观众等方面应该不会遇到太大的困难。

## 三、治水互动访谈节目设计

### （一）栏目描述：

1. 播出形式为与嘉宾及现场观众交流互动形式，现场观众30人左右，录播，如果节目播出后反响不错，可考虑做成系列节目。

2. 播出内容为：一是市水务部门嘉宾向市民讲述污水治理工

作历史，近两年取得的治水成绩，存在的困难，业主代表讲述自己在治污过程中所经历的各种故事，选取能够打动观众、引起共鸣的经历讲述；二是采取现场问答的形式接受观众提问，回答市民关心的问题，不过问题及提问观众最好提前指定；三是采用展板展示河和河两河的历史渊源，整治过程和整治效果；四是通过简单的文艺表演展现水务投资集团及其下属单位企业文化；五是穿插情景再现等影像资料，涉及河或河概况介绍，整治前、后对比照片，河流整治的简要过程，治理后前景展望。

3. 播出时间：建议选择在周末黄金时间段（晚8：00—10：00）。

#### （二）节目特点：

本节目主要在于寓情于事，寓情于实，节目要能拉近和观众的距离，能够吸引观众的积极参与，并且倡导市民珍惜、爱护水资源，保护水环境的生活观念。除此之外，与其他访谈节目不同的是，内容多样化，节目融入影像资料短片、文艺表演，使节目更具可观赏性。

#### （三）节目内容：

2. 河或河史料回放（5-10分钟）

3. 与现场观众交流（15分钟）

4. 文艺表演（10分钟）

#### 四、人员设置：

##### （一）合作媒体：

电视台作为本土主要媒体，忠实观众相对较多，反映本土地

方文化特色的节目较受欢迎，收视率较高，建议与其合作。

## （二）人员设置：

现场人员分为四大部分：一是主持人1名，建议聘请专业主持人或由合作媒体指定，主持人应该能够充分引导嘉宾及调动观众的情感；二是受邀嘉宾4名，包括市水务局、市水投集团、污水处理公司相关领导及大学环境工程专业学者、群众代表；三是现场观众，建议先报名，后筛选，人数不超过30人；四是文艺表演人员。

## 五、节目宣传策略

建议采用栏目形象宣传片策略进行宣传，这是提升节目影响力的又一种重要手段，长度在20秒左右。栏目形象宣传片的立意要高，要能代表整个栏目的特色和地位。画面音乐也应非常讲究，视觉冲击力要强。形象宣传片有如栏目的广告，不仅要讲究创作手法，还要讲究创作主题。具体宣传渠道可以利用媒体优势，在电视台、城市电视等渠道进行宣传。

## 六、经费预算：

（一）场地租用：

（二）场地布置：

（三）主持人：

（四）展板：

（五）影像资料制作：

（五）礼品：

# 公司宣传wps篇四

企业宣传策划方案

企业宣传策划方案

通过公司领导和员工的共同努力，我们公司取得了良好的收益。资产运营平稳。但是公司现在所面临的一个重大问题是知名度不够。公司要追求进一步的发展，就必须加大业务拓展的力度，进一步宣传品牌，增强企业的知名度。

入成熟阶段，品牌就成为产品及企业竞争力的一个越来越重要的因素。

近年来，我县的中小企业数量不断增加，（此处可加具体数据），并且刚起步的企业资金链是不完整的，中小企业在发展的开始和过程中很容易出现资金短缺的状况，因此我们存在着很大的客户群体。

中小企业主要是通过媒体的途径了解本公司所提供的服务。对中小企业来说公司所提供的服务也是现阶段所必需的，有需求必然就会有市场。

服从公司整体宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

长期性，在一定时段上推出一致的广告宣传。

广泛性，选择多样化的宣传方式同时注重抓宣传效果好的方式。

把握时机，灵活变通

# 公司宣传wps篇五

## 一、博览会的宣传目标：

2、挖掘博览会的新闻热点，通过国内媒体的有效传播，提高博览会的知名度与影响力；

3、临近博览会和大会期间跟踪报道和重点专访等，全面展示中医药科技产业发展，向全世界展示我国中医药现代化进程，力争使博览会成为具有轰动效应、最成功的中医药国际科技盛会，促进中医药研究、开发、生产、流通的国际交流与合作。

## 二、博览会宣传活动步骤：

从2005年5月开始进行有计划、有重点、有针对、有步骤的宣传工作，随着筹备工作的推进，宣传力度逐渐加强。后续追踪报道，让博览会和中医药产业发展成为长久话题。

### （一）会前宣传：6月-8月下旬

广告：7—9月连续在《中国医药报》非头版刊登约1/4大小的博览会广告。

深度报道：从6月底开始，与《成都日报》合作，围绕中医药项目推介会，在对成都中医药产业的代表性项目进行梳理基础上，进行深度挖掘。

展会会刊：博览会进展情况、主要活动情况，重点参展企业机构介绍，特色介绍。成都市及其中医药产业介绍及其特色。招商信息动态，组委会领导寄语等等。