

最新辅导机构招生活活动方案 暑假招生活活动方案(精选5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

辅导机构招生活活动方案篇一

活动主题：

快人一步，开学让你做学霸

活动时间：

x月x日-x月x日

活动方式：

一、常规招生方式。（市场派单、咨询功单）

二、借助本次活动，给予更多有吸引力的.优惠活动，来赢得更多目标群的关注。

三、免费公开课，举办小升初论坛(目标新初一学生)、中考冲刺(新高一)、高考冲刺(高考生和复读生)。

活动安排：

一、物料统筹

1、单页(常规单页、本次活动单页)

2、无纺布袋

3、活动海报

4、x展架或易拉宝

5、条幅

6、太阳伞

7、雨伞

8、扇子

9、咨询台

10、购买矿泉水

二、具体执行

1、总部统筹设计、制作本次活动所需物料，并于20x月x日前分发到各校区活动负责人处。

2、市场团队在活动开始后，在日常派单位位置发放无纺布袋，内存日常单页和活动单页。

3、市场团队在活动开始后，在本单位周边允许位置悬挂条幅、张贴海报、摆放x展架或易拉宝。

4、市场团队在活动开始后，与学校、学校周边文具店、书店、超市等摊位、门店协商，悬挂条幅、张贴海报、摆放x展架或易拉宝、更换太阳伞。

5、市场团队在活动开始后，与学校周边社区协商合作，在允许位置悬挂条幅、张贴海报、摆放x展架或易拉宝。

6、市场团队在活动开始后，在小升初、中考、高考日期，在考点附近(送考家长聚集地)搭建服务咨询台(特殊时期，服务为主，咨询为辅)，服务台为太阳伞、桌椅、物料、易拉宝或x展架、海报、条幅(为考生加油)及其他物料组成。为送考家长免费赠送矿泉水、雨伞、扇子(定做带logo和广告语的塑料扇或纸扇)，附赠无纺布袋(内涵日常单页和活动单页)。

7、免费公开课时间，咨询团队与市场团队齐上阵，派发无纺布袋(内涵日常单页、活动单页及其他小礼品)，咨询功单。

8、活动期间，网络宣传与推广同步进行。

三、工作要求

1、统一管理，按照规定的时间出现在规定的地点，完成相应的准备工作。

2、工作期间，组织有序，分工合作，团结互助。

3、貌待人，在招生过程中，一定要有礼貌，形象端正向上，统一穿着工装，佩戴工作牌，禁止穿拖鞋，佩戴首饰，可佩戴绶带。

4、活动开始前，对相关人员进行统一的、关于本次活动的话术培训。

辅导机构招生活动方案篇二

为进一步规范初中学校招生行为，维护正常教育教学秩序，确保适龄少年按时接受义务教育，根据国家、省、市有关文件精神，结合我区实际，现对20xx年我区初中学校招生工作

提出如下 求，请认真贯彻落实。

初中学校招生工作坚持“免试”原则，公办学校要严格执行国家“划片招生，就近入学”的招生政策，民办学校优先安排信都区户籍生源入学需求。

（一）公办初中

初中学校招生工作由区教育局主导，各初中学校负责具体组织实施。

1. 主城区初中学校招生工作

对人户一致的按就近原则安排，人户分离的视情况安排。如片内学生人数超出学校容量，人户分离的由区教育局协调到相对就近可容纳学校或有住宿条件的邢台市第十四中、邢台市二十二中就读。

招生程序和具体要求如下：

（1）小学毕业生信息登记及核实

毕业生信息由所在毕业学校负责登记、审核，区教育局组织人员对有关证件及证明材料进行复审。

（2）划定初中学校招生范围，公布划片招生名单

区教育局根据各初中学校招生计划和周围生源分布情况，划定每所初中学校的招生范围，将小学毕业生按家庭住址分配到相应的初中学校，7月16日前将学校划片招生范围和分配学生名单予以公布，同时由各初中学校将义务教育入学通知书送达学生家长（或其他法定监护人）。

（3）初中一年级新生入学

7月 18日至 7月 20日，各初中学校办理新生报到手续，核实新生的相关证明材料，确认相关信息。

报到时监护人需携带户口簿、房产证（或购房合同原件）、小学毕业证书。适龄儿童随祖父母（或外祖父母）居住或租赁住房的，由接收学校与家长共同到房产管理、户籍管理部门核实学生家庭房产、户籍信息；对按城区规划拆迁户子女，可凭拆迁协议或回迁协议等相关材料，按原户籍地所属片区办理入学手续。

2. 农村初中学校招生工作

（1）白岸、城计头、路罗三个乡镇的小学毕业生到路罗中学就读；龙泉寺、西黄村、宋家庄三个乡镇的小学毕业生到马河中学就读；冀家村、将军墓、浆水三个乡镇的小学毕业生到将军墓中学就读；南石门、羊范、太子井三个乡镇和邢台市第一实验小学毕业生到皇台底中学就读；皇寺、会宁、北小庄三个乡镇的小学毕业生到皇寺中学就读。具体入学安排由初中学校负责组织。

（2）农村初中学生入学：由其父母或者其他法定监护人持本人身份证明及学生的户籍证明、合法常住固定住所证件等有关材料，到指定的学校办理入学手续。

3. 随迁子女入学

坚持“以流入地政府管理为主、以公办学校接收为主”的原则，对符合规定条件的随迁子女，按照国务院颁布的《居住证暂行条例》、河北省人民政府印发的《河北省居住证实施办法（试行）》的要求，各学校要按照相对就近入学的原则落实以居住证为主要依据的随迁子女入学政策；要简化随迁子女入学流程和证明要求，实行混合编班，统一管理，保障随迁子女平等接受义务教育。

4. 非我区小学毕业生需到我区上初中的手续办理

非我区小学毕业生符合到我区上初中条件的，于 7月22日至7月24日期间，携带户口簿、房产证（或购房合同）、营业执照或务工证、居住证、居委会证明、小学毕业证书等材料办理登记手续（地点另行通知）。教育局7月 30日前将学生分配名单通知各学校。

（二）民办初中

按照属地管理的原则，我区民办初中招生入学工作由区教育局统一组织实施，与公办学校同步招生。招生工作开始前，民办初中学校要提前申报招生计划、招生方案，由区教育局依据其基本办学条件、结合本地教育资源情况予以审定，并向社会公布。对于报名人数超过招生计划的民办学校，全部采取电脑随机派位方式招生。随机派位招生由区教育局统一组织，全程接受社会监督，随机派位结果即时向社会公开。民办学校不得另行组织招生报名，不得自行通过网上预约、信息登记等形式提前进行预报名、预录取。

（一）加强宣传引导，营造良好氛围。

各学校要充分利用、网络、微信等多种方式深入、细致对今年义务教育招生政策进行解读，使之家喻户晓，取得社会支持，家长理解，积聚工作正能量。本着便民、高效的原则，优化报名程序，规范相关材料，引导家长充分认识就近入学对于学生健康成长的价值和意义，树立正确的教育观和人才观，避免盲目跟风择校。

（二）合理划定招生范围。

原则上每所公办初中招收的本地户籍适龄儿童、少年，95%以上由就近入学方式确定，学校要按照公平、公正、公开的原则开展招生工作。

（三）规范招生行为。

严禁义务教育阶段学校组织任何形式的入学考试；严禁以任何理由收取“择校费”、“赞助费”等费用；严禁设立重点班、快慢班，学校要按规定随机、均衡分班并对专任教师均衡编排；严禁公办民办学校混合招生，民办学校不得以公办学校名义招生，不得故意混淆与公办学校关系，模糊办学主体，进行虚假宣传误导学生和家長；各学校要严格执行区教育局划片范围，按教育局下达的招生计划招生，凡学校擅自突破招生计划录取的学生，一律不予注册学籍；要严格控制班容量，初中不超过50人；全面取消特长招生，禁止以外语特长、体育艺术特长等名义选拔或变相选拔招收特长生；未经批准，公办学校不得跨区域招生，不得招收不属于招生范围内生源；8月10日前，各初中学校（含民办）将初一新生报到情况汇总后报区教育局。

（四）切实加强学籍管理。

区教育局将充分利用全国中学生学籍信息管理系统组织实施义务教育免试就近入学工作，提高学籍管理信息化水平，为学生登记注册及遏制学生无序流动等提供基础性保障。严禁出现人籍分离、空挂学籍等问题，严格实行“一人一籍、籍随人走”原则。进一步规范和加强学生学籍管理，特别加强区域外招收和转入学生的学籍管理，对手续不齐全，不符合有关要求的一律不予审批，严格控制学生非正常流动。

（五）强化责任追究。

对提前招生、组织入学考试等违反招生工作纪律，扰乱招生秩序，造成社会不良影响的学校，公办学校由区教育局对主要负责人和相关责任人员进行责任追究；民办学校由区教育局依据《义务教育法》和《民办教育促进法》及其实施条例等有关规定，视情节分别给予通报批评、核减招生计划、责令停止招生、吊销办学许可证等处罚。

辅导机构招生活动方案篇三

实现淡季招生、提前续费、营销推广、回馈客户、增强情感的. 多重目的。

以全校课程费用限时折扣为基础结合多种促销形式进行。

单个课程费用不同折扣限时秒杀（仅限双十二当天，每人每次秒杀仅限购一科）

（或者9点整开放3个名额1折秒杀，10点整开放10个名额3折秒杀，11点整开放50个名额5折秒杀，12点整开放100个名额7折秒杀，13点整开放200个名额8折秒杀。）

秒杀最容易营造活动氛围。

捆绑买赠。

两个或多个课程捆绑买赠，如报一科送一科，或者报一科送课时，亦或报一科送赠品（赠品待定）

代金券/优惠券/体验券

代金券：直接用来抵消现金；

体验券：凭券免费体验课程或免费参加学校某项活动（如抽奖、户外活动、体验课、试听课等）

注：所有券需在活动前发放，活动当天发放的券面价值需低于活动宣传期发放价值，所有券须注明使用日期为十二月16日前，过期作废。

辅导机构招生活动方案篇四

促进招生工作的顺利进行，保证辅导班顺利开班。

（一）根据目标群体进行的宣传

目标人群1：幼儿园升小学的学生。

主要宣传对象：学生家长。

心理分析：家长都有“望子成龙望女成凤”的思想观念，很多幼儿园孩子的家长都很注重孩子升入小学的成绩以及他们的适应情景，所以让自我的孩子领先别人的途径之一就是参加补习班。一旦知晓了一个人的心理就有了自我的应对方案，攻其弱点有助于自我目标的达成。而针对学生本身，由于年龄小，玩性比较强，所以很少愿意在假期补习甚至不明白补习为何物，所以我们的主要宣传对象定位在学生家长身上。

宣传策略：抓住家长“望子成龙望女成凤”的心理，针对这一心理发起“进攻”，向家长解释补习对于学生的重要性，幼儿园到小学，学生首先应对的是一个适应问题，课时时间延长，功课难度加大等，如果提前预习，有助于学生较快适应小学课堂的教学模式和教学资料，有助于学生学习的提高。

目标人群2：小学升初一的学生。

主要宣传对象：学生本人。

心理分析：小学升初中最大的不一样在于增添了英语科目，很多学生在小学内并未涉及过英语知识的学习，就算有也只是简单的单词练习。所以很多学生会比较担心初中的英语科目，毕竟没有接触过或者没有真正对英语进行系统的学习，会有畏难情绪。另外，初中数学较之小学数学，有如“小巫

见大巫”，小学数学如果是点的话，初中数学就是线，明显复杂得多，难度系数大很多，加上数学是主要科目之一，并且数学一旦偏科要想考取好学校可谓天方夜谭。

宣传策略：跟目标人群1一样，抓住主要宣传对象的心理弱点，充分利用其畏难情绪，明白学生担心的是英语学习的问题，就重点突出提前补习英语对于其在进入初中学习的重要性，能够先别人一步，掌握英语学习的方式方法，便于在进入初中后不用去适应一门新科目的教学资料，直接掌握学习的技巧。数学科目方面，大力解说数学成绩的重要性，让学生从心理上认同宣传员讲解的东西，一旦让一个人从心理上认同了自我所讲的，宣传就算成功了90%，剩下的10%就靠宣传人员随机应变，说服宣传对象报名。

目标人群3：初中升高一的学生。

主要宣传对象：学生及其家长。

心理分析：这一人群有一特殊性，承担了较大升学的压力。从中考之后的学生得以必须程度的放松，还有的是对升入大学的担心。高中较之初中较大的变化就是各科难度加大，拿数学来讲，初中数学如果是线，那么高中数学就是面甚至体，在高中，数学的位置显得更加重要，跟初中一样，一旦数学偏科，要考取好的大学也是不可能的，所以高中数学的学习要打好基矗对于家长来说，学生进入高中就承载了他们的期望，他们期望自我的孩子能考取一流的学校，所以也期望自我的孩子能比其他孩子出色，为了让自我的孩子教好适应高中学习生活，让孩子参加补习班是他们仅有的选择。

宣传策略：跟前两者相似，抓住其心理特点，说明我们辅导班对于他们的意义，由于是两个对象，所以在对这一群体进行宣传的时候难度会比较大，要取得最佳的'宣传效果就得靠宣传人员的沟通本事和随机应变的本事。

（二）宣传地点的选择

结合（一）的分析阐述，宣传地点的选择重点在以下几点：

1、幼儿园

幼儿园是目标群体活动的主要场所，在幼儿园内宣传有几大优势在于：幼儿园的学生大都在幼儿园附近居住，参加补习比较方便，且学生对幼儿园环境各方面很熟悉，有助于其在辅导班的学习；幼儿园内针对家长的宣传比较集中，能够经过说服一位家长而带动其他家长；在幼儿园内是整个班级宣传，推出我们的报名优惠方案，有助于促使那些犹豫不决的家长做替孩子报名的决定；学生之间的互动能够增加参加的进取性。虽然有优势，但也不排除宣传反效果的出现。

（三）宣传策略

2、小学6年级班级

同上，在毕业班级内宣传能调动学生的进取性，充分利用学生之间的感情，鼓动更多的学生报名，参加辅导。同上，也不排除反效果的出现。

3、初中初三年级班级

由于初三考试已经结束，所以想要在初三毕业班级内宣传是不现实的，针对初三毕业生这一群体，只能在生活中去寻找，进行宣传。

4、快餐店（德克士、乡村基等）

大部分孩子都比较喜欢汉堡之类的东西，所以在快餐店内能聚集大部分的小孩，另外夏天天气闷热，快餐店内空调开放，较之外面凉爽，所以很多中学生也喜欢去快餐店避暑。所以，

针对快餐店内目标对象比较多，所以能够加大在快餐店内的宣传。

5、人流量大的地方

人口聚集的地方往往存在最多可能目标对象，所以在人流量大的地方设点宣传很有必要。根据丰都县城实际情景，人口相对集中的地方有：电影院广尝四大行、滨江路丰都港（“坝坝舞”在晚上将很多人聚集在一齐）、批发市场（靠近辅导班所在地，那一带的家长忙于做生意无暇顾及孩子的学习）、公车站点（由于丰都公交以“龟速”前进，所以在公交站点通常会聚集较多的候车人，他们中很多也是我们宣传的目标对象。另外，还能够在公车上宣传，目标对象有时间听宣传人员的讲解）、各大菜市场（也是人流量比较大的地方，并且更新比较快，目标对象选择面比较广，也因为这一点，我们宣传的时间相对较少，所以要抓住每一个可能的机会进行宣传）。

（一）地毯式轰炸

团队内分成几个小组，熟悉县城内所有人流量大、居民聚集的地方，经过在街道张贴栏、小区信息公告栏等显眼的地方（规定范围内，以免给自我带来不必要的麻烦）张贴宣传单、海报，制造声势，让尽可能多的目标群体见到明星辅导班的宣传单。

（二）定点宣传及招生

也能够说是细分目标群体，把宣传对象定位为个人，团队分成4个小组

（二）8人，两个人一组（如果有充足的宣传人员能够再组队），定点宣传、招生，一个队员甲针对可能的对象派发宣传单，另一个队员乙坐阵咨询台，甲经过给人介绍辅导班，

把目标对象拉到咨询台，由乙解释相关细节，游说家长，劝说孩子参加辅导班。在这个过程中，乙需要记录家长的联系方式，以便于事后针对没有及时报名的家长再进行游说，答疑解惑，增加报名的人数。

（三）扫楼

扫楼需要宣传人员有足够的毅力和耐心，这一工作比较辛苦，需要逐栋逐层进行上门宣传，过程中可能会吃闭门羹，或者别人不理解宣传，此时不能灰心丧气，必须要再接再厉，争取下一家成为我们的报名对象。另外在扫楼过程中要异常注意自身安全，两个人一组，强强联合，尽最大努力劝说目标对象报名明星辅导班。在进行扫楼之前，最好对小区内人员的特征有必须的了解，以免费力不讨好，做无用功。

（四）充分利用优惠策略和补助策略

应对市场现有多家专业补习机构竞争的压力，我们要充分利用我们的优惠策略，即团购优惠，5人一同报名优惠30元，10人一同报名优惠50元，优惠价也能够视情景而定，从营销学角度，让利给消费者对于促进产品的销售有极大的作用，所以在目标对象前来咨询价格时，能够适当放宽优惠价格的范围。另外，由于辅导班选址存在必须的劣势，在宣传时要大力宣传补助策略，能够供给路费报销。这从局部来看是失利，但从整体来看是赢利的。

（五）充分利用现有报名人员，发挥“一传十十传百”效应

已经报名的人员也能够成为我们的宣传人员，如果经已经报名人员介绍有人前来咨询报名，给予已经报名人员5元的提成，以此鼓励已报名人员推荐熟人前来咨询报名，有助于拓宽我们的宣传面，增加我们的宣传力度，也有助于弥补我们对错失目标对象的宣传，这一战略也可称为“熟人”效应。

辅导机构招生活动方案篇五

时间:六一儿童节

项目:爱心传递计划

背景:六一儿童节的时候,学生之间喜欢互相送礼物,利用中国人的这种交际需求,搞爱心传递计划。

内容:对你学校的所有学生说:今年的六一儿童节,学校将送给你们每个人二份特别的礼物:

礼物之一:

学校将把你们各自的照片做成贺卡,并以你们的名义送给你们的朋友,同时会在贺卡上写上你们对朋友的祝福语.要求所有的同学提供你要送的朋友的名单:包括家庭地址、电话号码、学校班级名称.学校到时候将通过邮局寄给你们的朋友,给他们一个惊喜.---得到学生名单.

礼物之二:

期末考试快到了,大家都想知道有没有什么办法能帮你们快速的提高成绩的方法?

学校将把一些关于如何快速记忆英语单词、如何快速记忆英语课文、如何快速提高运算能力、如何写好作文的方法,一并寄给你的同学,作为你送给他们的特别的儿童节礼物.-----达到教育潜在学生的目的.

具体操作:

将贺卡的底色设计成你的学校的形象图片,并将学生的照片放上去.---这个可交给广告公司设计并制作,成本不高,一张贺

卡成本应该不超过1元.

好处:

1. 形式新颖,
2. 符合人性:人最爱的是自己,都喜欢自己的照片让更多的人知道.
3. 送卡的学生和家长都很喜欢.
4. 收到卡的人也觉得很有新意.
5. 更重要的是,我们的礼物是最特别的,这将在学生和家長中成为一个讨论的话题.
6. 每张贺卡中都有你的学校的形象图片,无形中对学校的品牌传播起到了一个润物细无声的作用.

学习方法:

单纯的.送贺卡只是收集到了潜在学生的名单,更重要的是我们要对这些潜在生源进行教育,通过送这些关于学习方法的资料,让学生能感受到我们学校对他们的关心,同时可以打造我们学校的独特优势:我们是用最好的方法来教学生,借此来吸引学生.

操作:

1. 网上收集资料.
2. 隔三天送一份资料.
3. 到期末考试前10天,送一份:期末模拟试卷(注明:内部资料,未经本校允许,请勿传播!)—这个可以和公立学校的老师合作,

由他们提供10%—20%的考试题目(大纲),增加模拟试卷的命中率.

4. 通过前面的三个步骤,就可以树立我们在学生和家長心目中的地位:你的学校既能帮孩子提高学习能力,还能帮孩子提高学习成绩.

第二阶段:继续收集学生名单—强化教育学生

时间:本学期快结束的时候或者下学期开学第一周.

项目:搞一个汇报演出

内容:英语演讲中文演讲唱歌跳舞

操作:对演出的流程进行录象,请专业的摄影师来录制,为每个选手拍特写镜头(开始一次,结尾一次),给每个选手一张,另外再额外送10张,可以给他们的同学、朋友或者亲戚,因为在dvd里面有他们的镜头,他们都喜欢表现自己,所以他们会很乐意的送给别人分享.

在dvd的最后,留下你们学校的名字、地址、开设课程、课程特色.

免费咨询电话:

第三阶段:宣布提高学费(并提出零风险承诺教学)

时间:本学期结课前

比例:提高20%—30%

提前报名的,可以保持原来的价格.这样就会促使更多的学生提前报名,稳定生源.

到期报名的,确实提高20%—30%的价格,但是送等值的礼物,比如学习用品,或者是某商场/麦当劳的代金券.

超过报名日期的(比如5天或者10天的),将不再赠送礼品.

给家长一个提价的理由:

我们学校将给学生给好的服务,比如我们将配备助教,及将给学生提供一些新的素质教育课程,如感恩教育、注意力训练、创造力训练、超级演讲特训、少儿个人礼仪修养课、单词快速记忆等.

这也为我们以后开设新的课程做好市场预热.

连续报二科或者连续报二期的,将额外赠送:妈妈亲子培训班.

(周一至周日晚上7点—8点半(每周一次))

零风险承诺教学:上了我们的课程,以四个月为一期,上了3次课,如果不是100%的满意,可以退款!

操作难点:这就要求教师的素质必须比较高,同时工作积极性要很强.

解决:对教师实行基本工资加10%—30%的提成(这个问题在我的《招生就这么简单》这本书里就有很详细的说明.)

第四阶段:以后每个月都给学生搞一次生日聚会,并将聚会搞成汇报演出的形式,将过程拍下来.(必须有蛋糕和其他的小礼品),然后告诉这个月过生日的学生,可以邀请10-20个同学或者朋友参加,其他的学生也可以邀请3-5个朋友参加,每个来参加的人每一份小礼品.(这是人性化的转介绍,具体的操作在我的《招生就这么简单》这本书里有详细的介绍)

好处:

1. 每个月都可以招生.
2. 让学生感受到受尊重的感觉.
3. 让学生体验到在我们的学校学习的乐趣. (自己玩, 还可以带朋友一起玩)