

拉赞助的方案策划(优秀8篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

拉赞助的方案策划篇一

近年来，随着市场竞争的加剧，赞助活动成为了企业推广品牌的一种重要手段。而为了有效地获得更好的效果，企业需要精心设计赞助方案。在这个过程中，笔者也有所体会，下文将分享我的一些心得。

第二段：了解需求

设计一个有效的赞助方案，首要的是要全面了解市场需求和目标人群。只有深入了解市场和消费者的需求，才能有针对性地制定赞助方案。同时，我们需要结合企业自身定位和品牌核心理念，确定可行的赞助领域，以确保与企业品牌定位相符合。

第三段：合理分配预算

赞助活动所需要的巨额资金，必须合理分配。具体来说，我们需要明确不同赞助领域的预算限制，理性评估可能获得的回报，并据此将资金分配到合适的赞助项目。此外，反复推敲，精益求精，以尽可能地提高资金利用效益。

第四段：定期监测评估

一个成功的赞助方案，不仅仅是制定好，更需要不断调整和完善。因此，企业需要设立一套严格的流程和标准来检查赞

助方案的实际执行情况，并定期对其效果进行监测和评估。及时发现问题和调整措施，可以避免不必要的损失，提高赞助活动的核心价值。

第五段：提高响应效果

最后，要想在赞助活动中获得更好的效果，企业还需要根据实际情况不断提高赞助的响应效果。什么是好的响应效果呢？可以通过数据分析来解决，通过综合考虑消费者的反馈、品牌知名度的提高等多方面因素，来确定好的响应效果，并根据实际情况进行调整和优化。

结论

当一个赞助方案能够同时满足消费者的需求和企业品牌的推广需求时，赞助活动才能更加成功。因此，企业在制定赞助方案时，需要深入思考其市场需求，明确预算分配和效果检测标准，并根据实际情况不断完善调整，提高赞助的响应效果。

拉赞助的方案策划篇二

为打造具有特色的`核军工文化校园，在洒满阳光的季节，东华理工大学迎来了第二届社团文化艺术节的到来，针对此次社团文化艺术节，我们决定携手商家开展此次活动。活动中，我们将联合36个协会，使整个活动更加吸引全体新老同学和教职工的目光，给留下深刻的印象，在学校产生深远的影响。这次活动得到了校领导的高度重视，得到了校学生会各部门的大力支持。我们坚信，有校的高度重视，有社团联合会饱满的工作热情和很强的组织能力，有所有同学的积极参与，再加上贵公司的物力、资金等方面的鼎力支持，这次活动一定会取得圆满成功，并达到理想的宣传效果深远的影响力。

1、学校背景

东华理工大学拥有2万余名在校生，36个社团联合组织本次活动，36个校级社团覆盖面积保守估计达到全校区的学生人数的60%。

2、新生需求

大学生生活开始不久，许多东西进入了一个更新换代的时期，因此呈现出一大片市场。如何把握这个商机成了商家拓展产品市场的契机，并且作为处于不断发展的学校，每年的招生规模会持续扩大，对该公司产品有可观的需求量。但学生对这类产品缺乏品牌概念，所以需要有一个商家进驻这个市场，为学生提供高质量的产品和长期的高品质的服务。

3、学生特点

在学校的宣传下，学生们不仅可以进一步了解该企业的产品，甚至在购买同类产品中首选该企业产品。学生的个人力量虽然小，但是这是不容忽视的。因为学生大多具有以下特点：

- 1、消费群体范围集中，针对性强，消费量大，特别是我校消费水平和消费量，普遍不差。
- 2、容易受周围环境的影响，消费易引导。
- 3、容易形成潮流，并且迅速向周边地区辐射。
- 4、学生接受能力强，尤其是对新事物。对于贵公司新开发的产品，通过一传十，十传百的宣传形式，可以收到意想不到的效果。

4、优势性

- 1、同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到的宣传。

2、学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。若是商家能在这种全校型的、参与面甚广的活动中进行宣传，效果可想而知。

3、我校又是一所快速崛起大学，以其创造性和节约型的理念吸引着人们的眼球，得到社会各界人士的广泛关注。有数千余名师生员工，其潜在市场我们不能低估。

4、我们相信通过前期多方位、“轰炸”式的宣传，再加上本次活动的冠名，以及后期的造势，一定会在校内引起不小的轰动。

5、这是第二次举办社团文化艺术节，必将为商家在我校开拓新的市场打下坚实的基础。因为年年都有新生入校，如果条件允许的话商家还可以同我们建立一个长期友好合作关系，将会使商家在东华理工大学内外的知名度不断加深极具有长远意义。

6、便捷的活动申请：商家在高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们合作，贵商家可以方便快捷获得批准，并且得到我校团委各部门的大力协作配合。

7、高效廉价的宣传：以往的活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学院摆出宣传板、悬挂条幅，可以达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵商家完成宣。

1、赞助前后

本次该公司对我校的赞助，亦可称之为长远利益的投资，无论是对于商家本身还是东华理工大学社团联合会都会受益匪浅。。对于赞助商来说，宣传力度和方式无疑是成功占有市场的一大重要因素。而与社团联合会的合作，很好地解决了这一问题。当然，第一位的还是商业价值。进一步提高该公司在我校学生心目中的地位，扩展该公司的销路，提高市场

占有率，甚至可以与我校结成长远合作关系，始终拥有这个市场。其次，与东华理工大学社团联合会合作，更能体现该公司给教育界的支持，提高该公司在文化领域的地位，展现当今品牌所缺少的文化气息。另一方面，对于我校来说，不仅是这一次的获益，与知名公司的长期合作，更能为我校今后在活动赞助方面带来巨大影响力，吸引更多的赞助厂家，为我校活动的成功举办提供充裕的资金条件。

2、影响力

一个高校或许只有几万甚至几千人，但是学生与学生之间的影响力是不可小视的，而且作为我们学生会社团联合也和各大高校有着千丝万缕的联系，从而学生与学生之间的影响就变成了高校与高校之间的影响，进而影响到社会，这个计划的潜在受众面不仅仅是一个学校，而是相当广大的社会。

3、计划性宣传

方式

时间

地点

内容

拉赞助的方案策划篇三

在商业运营中，赞助是一种常见的策略，它可以帮助企业推广品牌形象、增加曝光度并提高知名度。赞助方案是对赞助的具体方案与策略的总体规划，通常由企业市场团队或专业赞助公司撰写。在过去的几年中，我曾经参与过多个赞助方案的制订，通过不断的实践与总结，我结合自己的经验分享一些心得与体会。

第二段：明确目标群体

在制定赞助方案时，首先需要明确赞助的目标群体，针对目标群体进行深入的分析与研究。在我的实践中，我发现如果目标群体不明确，对方案的实施将会很难精准投放，达不到赞助预期的效果。仔细了解对方的特点与喜好，才能为对方量身打造适合的活动内容，增加赞助回报的有效性。

第三段：选择合适的赞助项目

在明确了目标群体之后，就需要选择合适的赞助项目，这需要秉持着与企业商业目标相适应的原则。不同的赞助项目对企业的影响有所不同，因此需要考虑市场重要性、曝光率、品牌相关度等因素。选择合适的赞助项目可以将品牌推广有效地与受众联系在一起，提高品牌关注度，增加企业竞争优势。

第四段：量化评估和反馈

在赞助方案的实施过程中，不断地对活动进行评估与反馈，是一个非常重要的环节。量化评估可能涵盖的领域包括曝光率、ROI回报率、参与者反馈、品牌调查结果等方面。通过对数据的分析与对比可以及时发现问题并进行更好的优化，进一步提高项目的执行效率与达到预期效果。

第五段：持续推进赞助方案

赞助方案需要持续推进，努力取得更好的效果。对于那些已经得到成功的赞助项目，需要抓住机会通过不断的创新和改进追求更高效的执行效果，并将此次成功的经验传播至其他赞助项目中。通过这样的方式实现赞助方案的复制和推广，进一步为公司品牌的宣传营造出更好的商业机会。

总结： 赞助的目的在于提高品牌的知名度和商业价值，赞助

方案的核心是精准的实施细节，有明确的目标群体、合适的赞助项目、量化评估和持续推进策略。通过积淀实践经验，我们可以不断深化对赞助营销的理解，为企业的推广提供更高效率的出击策略。

拉赞助的方案策划篇四

尊敬的. 赞助商：

华和元旦晚会活动的可行性有较深入的了解。现在就让我们为（贵公司）作此赞助可行性报告。

一、活动背景

- 1、本次嘉年华和元旦晚会得到了学院领导和学校相关部门的大力支持，规模大、参与者多，能吸引更多师生及其家属来观看，深受同学欢迎，并推动学校大学文化事业的发展，必引起全校性的轰动。
- 2、在校大学生达8000余人，人口密集，而且本校的消费能力较高，为贵公司宣传的成效更明显。
- 3、本次活动得到师生关注，贵公司的产品也将得到大力的宣传。

二、宣传方式

- 1、横幅：为期一周的大横幅宣传，在学校内悬挂横幅，（横幅内容为运动会的内容和公司的相关宣传——赞助商名称）活动前三天粘贴在运动场等人流量最多的位置。悬挂时间是一天24小时不间断性。
- 2、我们将在运动会的宣传海报中点明（贵公司）为赞助单位。（前期宣传）

3、立式广告牌。在活动期间作为独立的宣传方式在学校内进行宣传。

4、在活动举行期间，向组织人员分发有赞助商标志的帽子，加大宣传力度。

5、活动期间由贵公司在活动场地附近进行一定规模的产品销售活动

三、目的：

希望本次活动的吸引性能帮贵公司的产品吸引更多的关注,互惠互利

1、优秀学生的奖品由公司提供.

2、横幅有标明赞助商

四、活动经费预算

宣传展板： 宣传人员： 设备

活动所用器材使用费：

宣传材料管理及维护费用： 打印费：

预计赞助费用总计：

五、赞助意义

增加校企间的交流与合作，共同学习，共同发展。

扩大公司在各高校影响，通过全面的宣传，提高公司产品在高校的市场占有率。

通过赞助相关活动树立企业形象，提高公司的社会效益。

我们真心的希望能够以此次活动为契机，和贵公司建立更长久的合作关系，帮助贵公司不仅在校内，而且在社会上的最大的利益的实现。我们将在以后的工作为贵公司提供更大支持。

希望贵公司能慎重考虑我们的建议,给我们提出宝贵的意见.所有在校内的宣传活动由我们负责,公司可以派人监督.希望能和贵公司通力合作,共同搞好这次活动,期望贵公司尽快回复.期待您的加入!合作愉快!

拉赞助的方案策划篇五

赞助活动是企业推广品牌和产品的重要手段，而赞助方案的制定则是赞助活动成功与否的决定性因素之一。在我公司的近期赞助活动中，我担任了赞助方案的制定工作。通过这次经历，我深刻体会到了赞助方案制定的重要性，并获得了一些宝贵的经验和体会。

第二段：清晰定位、明确目标

在制定赞助方案时，我们首先需要明确赞助活动的定位和目标，也就是想要树立公司的形象，还是推广某个产品。只有明确定位和目标才能制定出有针对性的赞助方案，并能够很好地达到预期效果。在具体操作中，我们可以通过市场调研和目标消费者的定位来进一步细化目标。

第三段：合适的赞助项目与策划

寻找合适的赞助项目和策划也是赞助方案制定的重要环节。我们需要将目标消费者和公司形象与赞助项目进行对比，从而选择最为符合预期效果的项目。同时，在策划赞助活动时，也需要注意配合目标消费者的消费习惯、价值观念等因素，

并利用各种情感因素来加深消费者对赞助活动和公司的认知和好感度。

第四段：细节决定赞助效果

细节在赞助活动中非常关键。我们需要精细设计赞助活动的方案，并考虑各种细节。例如，赞助物品的规格、配送方式和外包装，赞助活动中的各种礼仪、音乐、道具等，都需要考虑周到。只有细节做到位，才能给消费者留下好印象，并进一步提升品牌形象和产品销售效果。

第五段：不断反思和改进

最后，我们要注意对赞助活动的反思和改进。我们需要分析赞助活动的各项指标和反馈，对效果进行评估，并不断地改进赞助方案和策划思路。同时，我们还要借鉴其他企业的成功经验，并不断创新和尝试，从而促进企业的不断成长。

总结：

在赞助活动中，制定好的赞助方案是取得成功的必要条件之一。通过本次活动，我深刻体会到了，清晰定位和明确目标、合适的赞助项目与策划、细节决定效果和不断反思改进是赞助方案制定的关键步骤。希望这些经验和体会能够对其他从事赞助活动和品牌推广的同行有所启示和帮助。

拉赞助的方案策划篇六

xx是华语歌坛一个“不老的传说”：自20世纪60年代末红透香港开始，xx的艺龄已横跨了60、70、80、90及新世纪5个年代，拥有一大批已经追随他十余年，甚至更久的忠实歌迷。

强大票房号召

xx的演出人次、场次在华人歌手中占据鳌头，最关键的是上座率年年爆满。演唱会风格多样，每出新意，每有盼望。其现场演唱会的感染力和现场发挥水平也属绝对一流。

20xx年，xx与xx合作在上海举办了名为“xx”的演唱会，演唱会所有中、高价位门票提前两周即宣告售罄，创造了当时上海八万人体育场近几年演唱会门票销售最高记录。

强势歌迷人群

谭咏麟的歌迷群遍布20-40岁之间各年龄段、各阶层人群，即有二十岁出头的青年学生；又有步入中年、事业有成的工作一族。他们大多已追随谭咏麟达十余年之久，拥有较为稳定的经济来源，因而其消费水平和购买能力也相对较高。

其次谭咏麟在长三角地区拥有人数众多的忠实歌迷，据20xx年“xx”票务销售情况反映，近20%中、高价位门票为外地歌迷所购，这部分外地歌迷多集中在杭州、苏州、温州、无锡、嘉兴、南京等长三角主要城市，购票最多的为杭州、温州歌迷，他们多结伴而来，并且指定购买800元vip票，其购买能力可见一斑。

强力媒体宣传

此次演唱会将举办一系列公关活动，并通过电视、平面、户外等多媒体组合形式进行宣传推广，最终达到扩大演唱会社会影响力、吸引更多社会大众关注之目的。

企业可借助此次演唱会之宣传优势，增强企业品牌知名度与亲和力、赢得消费者关注、提高企业产品市场占有率。

主办方□xx文化传播有限公司

xx唱片有限公司

时间□20xx年x月x日

地点：上海八万人体育场

目前在亚洲最具影响力的演出、比赛场地，每场可容纳8万人，适合举办国际、国内重大演出、比赛活动。

三、活动安排

活动内容时间地点

新闻发布会20xx年x月x日

歌迷见面会20xx年月日

演唱会20xx年x月x日上海八万人体育场

庆功宴20xx年x月x日

独家冠名赞助标的：万元人民币

a) 嘉宾礼遇

独家冠名赞助商将获得此次演唱会冠名权益，冠名形式为□“xx20xxxx上海演唱会”（暂定）

冠名权益将体现于媒体宣传（包括电视、平面、地铁、通路广告等）、演唱会相关广告宣传品及公关活动中。

独家冠名赞助商将作为本次演唱会主办单位参与宣传和推广的策划，并列名于相关宣传、推广活动之中。

独家冠名赞助商将作为本次演唱会主办单位之一，该企业领导将出席新闻发布活动及庆功酒会，具体出席人数双方协商

解决。

独家冠名赞助商作为本次演唱会主办单位之一，企业领导将在主席台就座观看演出

b)活动现场回报

新闻发布会

新闻发布会过程中，独家冠名赞助商代表出席并进行专门发言

新闻发布会过程中，主持人将对独家冠名赞助商的大力支持表示感谢

新闻发布会主背景板显著位置体现独家冠名赞助商名称及logo，会场内悬挂此次演唱会相关宣传海报等主要宣传品。

新闻发布会现场摆放独家冠名赞助商宣传x展架，具体数量双方协商决定。

新闻发布会主席台放置独家冠名赞助商产品

新闻发布会过程中发放新闻资料袋，资料袋可由独家冠名赞助商提供，资料袋设计体现独家冠名赞助商产品形象。

歌迷见面会

歌迷见面会过程中，主持人将对独家冠名赞助商的大力支持表示感谢

歌迷见面会主背景板显著位置体现独家冠名赞助商名称及logo，会场内悬挂此次演唱会相关宣传海报等主要宣传品。

歌迷见面会现场摆放独家冠名赞助商宣传x展架，具体数量双方协商决定。

歌迷见面会现场设置独家冠名赞助商产品展台，具体数量双方协商决定。

歌迷见面会现场，由艺人展示独家冠名赞助商产品，并由到场媒体现场拍照。

演唱会现场

演唱会现场主入口通道两侧放置独家冠名赞助商x展架，具体数量双方协商决定

演唱会现场设置大型条幅（尺寸：1米x10米、数量：4条），内容表现□“xx企业预祝20xxxx上海演唱会成功”（暂定）

演唱会主会场外设置3平方米左右独家冠名赞助商产品展台，具体数量双方协商决定

演唱会主会场各入口处张贴此次演唱会宣传海报

庆功宴

庆功宴过程中，主持人将对独家冠名赞助商的大力支持表示感谢

庆功宴主背景板显著位置体现独家冠名赞助商名称及logo□会场内悬挂此次演唱会相关宣传海报等主要宣传品。

庆功宴现场摆放独家冠名赞助商宣传x展架，具体数量双方协商决定。

庆功宴现场，由艺人展示独家冠名赞助商产品，并由到场媒

体现场拍照。

c)媒体回报

电视媒体

投放频道投放内容投放次数投放时间说明

东方电视台文艺频道15秒

广告宣传片每天不少于2次6月24日

-7月14日体现演唱会冠名全称

体现独家冠名赞助商产品名称及logo

东方电视台音乐频道15秒

广告宣传片每天2-3次，黄金时间不少于1次6月24日

-7月14日体现演唱会冠名全称

体现独家冠名赞助商产品名称及logo

备注电视广告20天内总播出次数不少于160次

广播媒体

投放频道投放内容投放次数投放时间说明

fm103.730秒

广告宣传片5-7次/天6月14日

-7月14日体现演唱会冠名全称

演唱会信息预告

fm101.7

上广交通频道

备注三频率广播广告30天内总播出次数不少于450次

报纸媒体

投放媒体投放内容投放次数

新闻晨报半版报纸广告

1/4版面为独家冠名赞助商产品广告

体现演唱会冠名全称

体现独家冠名赞助商产品名称及logo2次

x月x日新闻发布会投放一期

演唱会开票当日投放一期

申江服务导报通栏报纸广告

体现演唱会冠名全称

体现独家冠名赞助商产品名称及logo1次

x月x日新闻发布会时投放

上海星期三通栏报纸广告

体现演唱会冠名全称

体现独家冠名赞助商产品名称及logo1次

x月x日新闻发布会时投放

平面媒体

海报：

印制演唱会所需海报(尺寸：全开)5,000张，提供独家冠名赞助商1000张。

在各个指定售票点、商场超市、宾馆酒店、娱乐场所、餐厅酒楼、市内各大高校及周边城市或地区允许张贴处进行张贴。

海报中显著位置体现独家冠名赞助商名称及logo(稿件由独家冠名赞助商确认)

宣传单页：

印制本次演唱会宣传单页(双面彩印，尺寸：大16k)共10,000张，其中提供独家冠名赞助商1,000张。

在本市及周边城市及地区各大商业聚集点，居民聚居区和各个指定售票点广为散发。

宣传单页中显著位置体现独家冠名赞助商名称及logo(稿件由独家冠名赞助商确认)

宣传页背面可做独家冠名赞助商广告，内容可附带促销信息，样稿由独家冠名赞助商提供，经我方确认。

入场券票套：

印制演唱会入场券票套60,000枚，随演唱会入场券赠送

票套显著位置体现独家冠名赞助商名称及logo（稿件由独家冠名赞助商确认）

票套背面可做独家冠名赞助商广告，内容可附带促销信息，样稿由独家冠名赞助商提供，经我方确认。

请柬：

为本次活动的新闻发布会及庆功宴会所印制的请柬上，独家冠名赞助商和其他主办单位将作为联合邀请单位列于其上。

户外媒体

20xx年x月x日起至x月x日演唱会举办期间，选择上海八万人体育场大门入口处大型广告牌，投放户外广告。

广告牌尺寸：米x米，内容体现演唱会冠名全称、独家冠名赞助商企业名称及logo

d)其他特殊形式回报

赠送独家冠名赞助商部分演唱会门票，所赠送门票的票面面值总和为其赞助金额10%，赠票将于演出前3天交付独家冠名赞助商。

有奖促销活动

独家冠名赞助企业可利用此次演唱会赠票，配合推出有奖促销活动。

主办单位可配合独家冠名赞助商相关促销活动，利用独家冠名赞助商所提供的产品作为奖品，对演唱会门票进行促销。以期使独家冠名赞助商产品促销与演唱会门票销售两大活动，与其受众群体之间实现充分互动。

拉赞助的方案策划篇七

作为青春的代言人，大学生总洋溢着年轻的活力、充满着狂热的激情，对新奇刺激的. 大型活动必定会踊跃参与，全程投入。这类的活动必能让主办协会的知名度得到很大的提高，同时也让赞助的商家达到想要的最佳宣传效果, 从而大家都得以大丰收。本年的十一月是活动开展的最佳时机，产品宣传的最佳时间，形象策划的最棒时段。因为新生的大学生活已进入了正轨，一切都相对顺利，而且该月的功课也相对于其它月份少些，会有更多的时间组织和参与活动，更何况学校的活动月也在这个时候完全开放，很有活动的气氛。

在这个宣传的黄金月，哪个组织率先策划出极具创意的活动，哪个组织就能在新生中树立良好的公众形象，同样哪个公司能在一个月做最有效的宣传，哪个公司就能树立稳固的公寓品牌，更快地占去这一片超两万人的大市场。因此，公共关系协会作为华农学生声望最高的协会组织又怎会错过这么好的一个黄金时机呢?! 于是我协会精心策划了这次公寓狂欢夜联欢party! 本次活动的策划不但在上年成功举办圣诞party的经验总结之上，而且通过了整个公关协会筹备委员会的分析讨论，极具权威性。况且本次活动是华农公关协会最具特色的招牌活动，也是本学年的重头戏，因此得到校团委、社团联合会等官方组织的高度重视，并给予大力的支持和配合。除此之外本活动还得到本校各兄弟协会、学生组织、外校团体、特邀嘉宾……的鼎立相助和参与。届时必将能让活动的参与者感到耳目一新，兴奋不已; 让赞助商尽情享受投资少回报高的乐趣。华农公关协会也会为此而奋斗到底!

1. 同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。
2. 学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。其中高校学生作为现代青年都喜欢追求新鲜的、刺激的、浪漫的、能展示个性表现自我的时尚活动。若是商家能在party

这种刺激狂野的活动中进行宣传，效果可想而知。

3. 因为年年都有新生，如条件允许的话，商家还可以同我们公共关系协会建立一个长期友好合作关系，如每年共同策划一次圣诞party,将会使商家在公寓内外的知名度不断加深，甚至到石牌各个高校，极具有长远意义！

4. 便捷的活动申商家在公寓内、高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们公关协会合作，贵公司可以方便快捷获得校方批准，并且得到我们协会各部门的大力协作配合。

5. 高效廉价的宣传：以往的校内活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学校建有强大的宣传网，可以在短时间内达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵公司完成宣传活动！

6. 本次活动将有过两万人了解，并至少超500人能进场参与(因场地所限人不可进太多)，并会在五山高校区广为流传。

7. 假如这类活动能再度成功举办，我们华农公关协会将会在下年的圣诞节推动广州所有高校共同策划一个更大型的圣诞联欢party[]其盛况也必定空前。本次活动作为关键的一炮，意义深远，商机无限！

1. 活动目的：

本次活动是本着丰富公寓文化，活跃校园气氛，提高会员积极性的大型特色活动。

2. 组织机构：

主办单位：华南农业大学社团联合会

承办单位：华南农业大学公共关系协会

协办单位：华南农业大学吉它协会，舞蹈协会

赞助单位：

3. 活动时间□xx-xx-xx□晚上7：30——10：50

4. 活动地点：五山大学生公寓饭堂三楼

5. 现场布置：

楼梯(封) 聊天4(工作)

聊天1 观众1

主舞台音响

控制 物品储备

非会员入场区(买票) 聊天2 观

众2 吉协

会员入场区 观 众3

聊天 3

门口1 门口2 小卖部

6. 活动内容：

当天活动详细内容是由理事委员会策划的，他们那里有一份详细方案，但在活动开展前暂不公开。至于活动流程见工作计划“7. 活动进程”即可。

1. 申请审批：

在xx年xx月x日前落实策划的审批和场地的申请工作(由秘书部负责)

2. 寻找合作组织

在xx年xx月x日前落实合作机构及合作项目(由会长负责)

3. 寻找赞助单位

在xx年xx月x日前落实赞助情况(由外联部负责)

4. 邀请嘉宾

在xx年xx月x日前落实嘉宾情况(由秘书部负责)

5. 筹备资金

在xx年xx月x日前落实物资和金钱的筹备工作。包括：赞助资金，申请资金和门票收取。(由财务部负责)

6. 现场布置

活动当天由组织部和人力资源部负责

7. 活动进程

12: 30 布置现场 分工要细，效率要高

17: 00 吃饭休息 注意道具和食品的保护

18: 30 清场整理 保证非工作人员都离开

19: 20 理事各守岗位 注意换班安排

19: 30 会员，嘉宾，非会员进场 有序排队，防止拥挤，逃检

19: 30 速配换礼品及跳舞 有序排队

20: 00 主持人出场，开场白，介绍嘉宾，介绍节目及环境语出惊人

20: 10 会长致词，宣布开幕 有气魄，激情

20: 20 游戏1 配对游戏

20:35 吉协表演 准备要快

20: 50 游戏2 配对游戏

拉赞助的方案策划篇八

为打造具有特色的核军工文化校园，在洒满阳光的季节，东华理工大学迎来了第二届社团文化艺术节的到来，针对此次社团文化艺术节，我们决定携手商家开展此次活动。活动中，我们将联合36个协会，使整个活动更加吸引全体新老同学和教职工的目光，给留下深刻的印象，在学校产生深远的影响。这次活动得到了校领导的高度重视，得到了校学生会各部门的大力支持。我们坚信，有校的高度重视，有社团联合会饱满的工作热情和很强的组织能力，有所有同学的积极参与，再加上贵公司的物力、资金等方面的鼎力支持，这次活动一定会取得圆满成功，并达到理想的宣传效果深远的影响力。

1、学校背景

东华理工大学拥有2万余名在校生，36个社团联合组织本次活

动，36个校级社团覆盖面积保守估计达到全校区的学生人数的60%。

2、新生需求

大学生生活开始不久，许多东西进入了一个更新换代的时期，因此呈现出一大片市场。如何把握这个商机成了商家拓展产品市场的契机，并且作为处于不断发展的学校，每年的招生规模会持续扩大，对该公司产品有可观的需求量。但学生对这类产品缺乏品牌概念，所以需要有一个商家进驻这个市场，为学生提供高质量的产品和长期的高品质的服务。

3、学生特点

在学校的宣传下，学生们不仅可以进一步了解该企业的产品，甚至在购买同类产品中首选该企业产品。学生的个人力量虽然小，但是这是不容忽视的。因为学生大多具有以下特点：

1、消费群体范围集中，针对性强，消费量大，特别是我校消费水平和消费量，普遍不差。

2、容易受周围环境的影响，消费易引导。

3、容易形成潮流，并且迅速向周边地区辐射。

4、学生接受能力强，尤其是对新事物。对于贵公司新开发的产品，通过一传十，十传百的宣传形式，可以收到意想不到的效果。

4、优势性

1、同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到的宣传。

2、学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。

若是商家能在这种全校型的、参与面甚广的活动中进行宣传，效果可想而知。

3、我校又是一所快速崛起大学，以其创造性和节约型的理念吸引着人们的眼球，得到社会各界人士的广泛关注。有数千余名师生员工，其潜在市场我们不能低估。

4、我们相信通过前期多方位、“轰炸”式的宣传，再加上本次活动的冠名，以及后期的造势，一定会在校内引起不小的轰动。

5、这是第二次举办社团文化艺术节，必将为商家在我校开拓新的市场打下坚实的基础。因为年年都有新生入校，如果条件允许的话商家还可以同我们建立一个长期友好合作关系，将会使商家在东华理工大学内外的知名度不断加深极具有长远意义。

6、便捷的活动申请：商家在高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们合作，贵商家可以方便快捷获得批准，并且得到我校团委各部门的大力协作配合。

7、高效廉价的宣传：以往的活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学院摆出宣传板、悬挂条幅，可以达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵商家完成宣。

1、赞助前后

本次该公司对我校的赞助，亦可称之为长远利益的投资，无论是对于商家本身还是东华理工大学社团联合会都会受益匪浅。。对于赞助商来说，宣传力度和方式无疑是成功占有市场的一大重要因素。而与社团联合会的合作，很好地解决了这一问题。当然，第一位的还是商业价值。进一步提高该公司在我校学生心目中的地位，扩展该公司的销路，提高市场占有率，甚至可以与我校结成长远合作关系，始终拥有这个

市场。其次，与东华理工大学社团联合会合作，更能体现该公司给教育界的支持，提高该公司在文化领域的地位，展现当今品牌所缺少的文化气息。另一方面，对于我校来说，不仅是这一次的获益，与知名公司的长期合作，更能为我校今后在活动赞助方面带来巨大影响力，吸引更多的赞助厂家，为我校活动的成功举办提供充裕的资金条件。

2、影响力

一个高校或许只有几万甚至几千人，但是学生与学生之间的影响力是不可小视的，而且作为我们学生会社团联合也和各大高校有着千丝万缕的联系，从而学生与学生之间的影响就变成了高校与高校之间的影响，进而影响到社会，这个计划的潜在受众面不仅仅是一个学校，而是相当广大的社会。

3、计划性宣传

方式

时间

地点

内容