

医院新媒体宣传方案(精选5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。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。

医院新媒体宣传方案篇一

1、新媒体概念

2、新媒体的特点

从传统意义上来讲，新媒体具有以下特点□a□交互性与即时性□b□海量性与共享性□c□多媒体与超文本□d□个性化与社群化。但是，随着时代的发展，新媒体的特点随营销策略而发生一些新变化。

二新媒体营销模式与策略

1、做品牌卖授权

“品牌策略”会使新媒体企业具有“明星效应”，极大提升议价能力。以迪斯尼为例，由最初的动画片制作企业，到现在经营着包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧等多种动漫产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与其动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的动漫产业，这得益于迪斯尼对动漫的全方位开发。动漫衍生品的开发主要是通过品牌授权的方式进行的，被授权商使用授权商的动漫品牌生产销售某种产品或提供某种服务，并向动漫品牌授权商支付商定数额权利金。品牌授权的方式一般有商品授权，促销授权、主题授权、通

路授权等。衍生品开发环节是动漫产业链中获益最高的一环，国际上发展成熟的动漫产业链，在动漫播出环节和衍生品开发环节收益比为1:9。因此，打造品牌会使企业在利润增长、吸取资金、赢得关注等方面获得巨大收益。

2、做渠道卖链接

医院新媒体宣传方案篇二

一、关于品牌 “果x”

“果x”一词，灵感来源于_学院_餐厅，正所谓灵感来自生活。

新的水果超市取名果x原因有三。

一是打造品牌效应，通过品牌效应提升知名度打开市场；二是有利于宣传新店开张；三是连锁经营企业必须要有统一的品牌统一管理。

二、高校市场环境分析(以_学院为例)

_市高校市场环境分析，可分为宏观市场环境和微观市场环境：

宏观环境：

x院坐拥17000多名师生，市场需求旺盛。根据生物学表明多吃水果有益维持膳食平衡和补充维c等，因此水果同蔬菜一样是人们生活不可或缺的必需品。

微观环境：

根据调查得知x院学子每周平均用于水果消费大多处于10-50元范围内，且频率大多1-2次，且偏爱苹果香蕉梨西瓜这类水果，因此货源的采购应相对便宜且要就近进货降低运输成本

以达到盈利目的。

三、行业现状分析

国内水果市场普遍存在价格弹性较大，逢节假日价格均有三成到五成的价格上升，即使非节假日无论是收购价，批发价以及零售价均有相当可观的利润空间。果品类只要采后处理得当，保鲜时间普遍较长，错开果品集中上市避免滞销掉价。

同时因我们做的是学校内水果超市，因此应该在促销和延长水果新鲜度方面做功课，例如减少进高档昂贵类水果，选取诚信供货商，规划好物流费用，通过控制成本从而控制水果零售价，给予广大同学们以最实惠的价格和最优品质。

水果连锁经营实行的是团体作战，灵活和及时的配送，可以保持各单位货品的新鲜度集群开店，可以降低成本，货品采购和配送成本，其高度一致的整体行动和区域市场占有率，可以迅速扩大品牌的知名度和占有市场，其特性完全符合水果销售。

结论：水果连锁超市的市场定位是——低价、便利、时尚、诚信、高品质、服务优。主要服务对象为学生和老师。

四、主要消费群体分析

“果x”水果超市市场定位主要针对高校师生。

(以_学院师生为例)

这类消费群体特点通过调查报告得知：

1、消费频率为周1-2次，月3-6次。

3、水果消费女性人数和份额大大高于男性，因此要适时针对

女性消费心理制定合理的促销手段，如打折或者买一送多。

4、学生不像久经沙场的父母一辈善于挑拣性价比水果，因此在购买水果的时候心理略倾向于色泽口感优类果品。

五、竞争分析

水果超市是水果行业发展到一定阶段的产物，它和水果零售的专业场所与水果批发及大型综合超市经营特征不同，我们塑造的是服务周到的校区平价水果超市。

通过调查得知，昆院师生购买水果一般在校外水果摊、校内超市、路边摊贩。其中校外水果摊和路边摊贩能够通过各种渠道进到相对廉价的水果且果品多样，因此最受到师生们的青睐。但校外摊贩毕竟鱼龙混杂，食品安全(例如农残)是一个值得质疑的问题。

医院新媒体宣传方案篇三

用户每天既会不断新增，也会不断流失，如果单独只看每日活跃用户数，是很难发现问题的本质的，所以通常会结合活跃率和整个app的生命周期来看。活跃率是指活跃用户/总用户，通过这个比值可以了解你的用户的整体活跃度，但随着时间周期的加长，用户活跃率总是在逐渐下降的。所以经过一个长生命周期（3个月或半年）的沉淀，用户的活跃率还能稳定保持到5%-10%，则是一个非常好的用户活跃的表现，当然也不能完全套用，得视产品特点来看。

来自：海阔天空wslas3[文件夹1]》

推一荐：发原创得奖金，“原创奖励计划”来了！

0条评论

请遵守用户 评论公约

市场推广运营方案心得

市场推广运营方案心得。3、市场运营部门架构大概是：一个带头的（总监），一个做渠道和流量（渠道经理或bd商务拓展），一个玩社交媒体（...）

医院新媒体宣传方案篇四

以各部门单位为参赛单位。各部门单位限报5项新媒体运营作品，学生自媒体可配1名指导教师。不接受个人或团队自行报名。

1. 名称要求。

微博名称为学校+部门单位（学生组织、社团、班级）名（机关处室命名为全称，二级学院命名采用标准简称）。微信公众平台名称可结合部门单位特色进行命名。

2. 运营要求

（1）各部门单位（学生组织、社团、班级）需配备专职新媒体运营人员；

（3）关于新媒体*台认证事宜可拨打电话；

所有材料电子版发送至邮箱：，邮件标题注明“部门单位+新媒体运营大赛”，纸质版须以档案袋封装送至逸夫楼a619办公室，档案袋请上标注“部门单位+新媒体运营大赛”字样。电子版、纸质版材料报送截至□20xx年10月20日。逾期不予受理。最终有效参赛资格以加盖公章的纸质版材料为准。

1. 作品展播。组委会将在展播*台上展示优秀参赛作品。

2. 评审。由大赛评审委员会和大众评审团评选。

设一等奖2名、二等奖4名、三等奖6名、优秀奖若干名。

联系人：张苗

医院新媒体宣传方案篇五

为切实落实20xx年职教招生工作，确保完成职教招生指标，根据教育局职教招生工作会议精神，特制定以下招生实施方案。

以教育局《关于加强20xx年职教招生工作意见》和《高碑店市教育局20xx年职教招生工作实施方案》为指导，坚持大力宣传、营造氛围、齐心协力、多措并举的原则，努力做好20xx年职教招生工作。

总校成立职教招生工作领导小组：

组长：

副组长：

成员：

领导小组下设职教招生工作室，负责职教招生工作的数字、文字材料的收集和整理工作，每周统计全乡职教招生工作进度，汇总后向上级汇报。

主任：

成员：

（一）认清形势，提高认识。学校领导及全乡所有教师要认

真学习教育局20xx年职教招生工作《意见》和职教招生《方案》，充分认识到今年职教招生工作的重要性和紧迫性，同时每一个人都要掌握基本的招生政策和工作方法，并将此项工作提升到一项政治性工作来落实。

（二）加大宣传力度，营造良好氛围。首先召开全乡中小学校长会和全体教师会，统一思想，提高认识；其次召开以校为单位的家长会和学生会；再次发放致家长的一封信积极宣传我市招生政策，客观、准确地宣传我市职业学校的办学理念、办学目标、学校规模和招生就业等一系列基本情况，提高学生及家长对职业教育的认识；最后下乡做好家访工作，真正做到逐一跟踪、逐一包干、逐一动员、逐一落实。

（三）分解指标，划片招生。为了更好地、有针对性地开展职教招生工作，我们将以中学领导和教师为中坚力量，以小学领导、教师为辅助，将招生指标分解到各小学，并成立以小学校长为组长，副校长为副组长，所辖小学教师为成员的招生工作小组，明确责任范围。所有教师都要包片，亲自进村深入到熟悉的学生家中去开展工作，这样更有利于职教招生任务的完成。

（四）加强监管，防止外流。为防止生源外流，我乡根据市教育局的规定做出如下安排：一是为防止外县市职业学校到学校招生，学校每天安排领导到学校门口值班，制止外县市学校到我校附近宣传。特别是六、日及节假日的时间，为防止学生去外县市参观，学校每村安排1—2名小组长，随时注意动向，一旦发现有去外县市参观迹象，立即报告学校，及时采取措施进行制止。二是任何教师不得给外市县提供考生名单和考生信息，更不允许组织学生到外市县参观考察。三是任何教师不得和中介组织联系给外市县提供生源。对以上问题一经查实依照规定顶格处理。

（五）跟踪走访，工作入户。中学要提供初三年级包括辍学生在内的所有学生名单，并做好学生特别是辍学生的跟踪走

访工作，要深入到学生家中，了解学生家庭情况，积极向家长宣传职教招生政策，以及职业教育的广阔前景，鼓励其到职业学校就读，成为有一技之长的技术型人才。中学还要根据职普分流工作要求，将初二年级后三分之一的学生纳入到职教招生工作范围，登记造册，扩大职教生源。

全乡干部教师要按照教育局职教招生会议精神，严格遵守招生纪律，严格执行招生政策。对违反纪律和政策的按上级有关文件进行严肃处理。对招生工作组织不得力，未完成分配指标的学校取消评优评模资格；对招生指标完成好的学校进行表彰奖励。

为圆满完成好20xx年职教招生任务，各单位要提高认识，加强领导，加大宣传工作力度，做到积极招生、灵活招生，同时还要大力发扬“三千”精神，努力营造良好的招生氛围，确保“打”一场漂亮仗。