

# 最新媒体行活动方案 春节新媒体营销策划方案(大全5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 媒体行活动方案篇一

方案围绕圣诞节、元旦、春节等盛大节日展开，大力通过商品促销、文化促销、顾客互动活动等，实现客流和销量的提升。一方面宣传企业文化，更能方便大家的生活娱乐。

1、主题□20xx新年当头炮

2、时间：1月1日—1月11日(共11天)

3.2扮靓新家迎新年活动期间，家居清洁用品、新年饰品集中陈列。清洁系列：吸尘器、扫帚、垃圾袋、毛球刷、家具护理液、地板蜡、洗衣液、油污净等。新年饰品：龙年玩具、福贴、剪纸、挂件等。

3.3锅碗瓢盆协奏曲活动期间，锅具、各种规格碗、碟、盘、匙、筷、盆集中陈列，统一氛围装饰。

3.4冬装大出清冬季棉服、外套、保暖内衣全场出清，超低折扣。

1、店内氛围

1.1卖场入口主题横幅

1.2主通道灯笼装饰

1.3dm堆头商品吊牌、围挡

1.4xx展架

2、媒体宣传(含元旦春节内容)

2.1晚报半版：12月31日

2.2信息半版：12月30日(半版)

2.3手机短信：1月1日(10万条)

## 媒体行活动方案篇二

为进一步激发大学生学习英语的热情，增强学生英语的口头表达能力，切实提高大学生的应用能力。同时，也为了促进我校学风建设，营造健康向上、积极进取的校园学习氛围，为广大同学提供一个展示自我、提高自我的平台。由华电英语协会与smart口语合办的英语角活动即将拉开帷幕，热烈欢迎广大学生的踊跃参加！

3. 通过这个活动，加强不同院系的交流、沟通，营造良好的校园学习环境，促进大家共同学习。

xx年xx月26日16：00—18：00

教二北侧成材林亭子处

1、开场介绍

由主持人自我介绍、介绍特邀嘉宾、举办方smart口语代表发言(3分钟)

## 2、分组freetalk

根据到场人数平均分组，男女比例均衡，每个组约3人坐一个石凳，组员自我介绍□freetalk中可以谈天说地，加深了解。

## 3、主题讨论(5分钟)

本次的主题为“介绍一种自己最爱的美食”。先在每小组内进行，再扩大到两个小组之间。

## 八、注意事项：

- 1、保持教室干净，整洁。
- 2、顾及全体同学，调动每位同学的积极性。
- 3、活动起到强化学习英语的目的，活动中用英语交流。

## 媒体行活动方案篇三

- 2、负责新媒体（微信、微博、微淘）运营推广，根据产品定位，制定的内容方向并发布；
- 4、定期对运营的新媒体（微信、微博、微淘）效果进行数据统计、总结；

## 任职要求：

- 2、能写，有料/有梗/有点，能够敏锐的察觉到即火非火的热点；
- 3、擅长产品描述，具备一定的文字功底和文案撰写能力；

## 媒体行活动方案篇四

从全国范围看，蒙牛的主要竞争对手为伊利和光明企业的的冷饮事业，而伊利和蒙牛的二者对比，伊利的主要优劣势为：

重产品利润，轻产品份额，轻装前进，以产品调控为手段，追求最大的效益比，人力资源雄厚，主推产品，销售理想，市场整体稳步前行。

劣势：产能有限，品种不全，边缘区域开发明显不足，但没有形成一条连续的，贴近市场的销售战略。

而蒙牛的优势集中表现为：

重市场份额，让利于市场。推行本土化经营，讲究大手笔，大流通，大市场的运作，主导市场乡镇开发市场份额，社会资源占有优势明显，并形成了一套经验和运作方法，注重企业文化。

劣势：限制于产品技术开发，市场销售掌控能力不足

### 2、销售渠道分析

配送平台制：即与区域市场内规模较大、网络较为密集的二批商（也称之为邮差）结成联盟，厂家提供微型冷库和送货车辆（以人力三轮车为主），并承担一部分冷库的费用和配送人员的工资，条件是加盟配送客户专营厂家产品。同时厂家为每个平台提供一个跑单员，并根据平台的冰柜等营销资源的数量和季节的不同提供1~4名冰柜管理员。

传统的网状二级邮差分销模式：即厂家直接对区域内的上百家批发网点送货，由其分销到终端的运作模式。这种模式成本低廉，风险较小，但缺点是管理间接，价格难于控制，对产品的研发要求较高，新品铺市依赖性较强，难以控制批发

商的经营重心，无形中给蒙牛的管理提出许多艰难的课题。

### 3、消费者分析：

### 4、购买潜力分析

雪糕是人们夏日里喜爱的冷冻品，无论是女孩子们还是男孩们都逃不出其诱惑性，但是买哪个品牌，就是商家竞争的焦点，对于雪糕这类的冷冻品，有些人害怕吃了伤胃或者长胖，但是年轻人有朝气，很多消费都是帅性而为，很多都是感性的消费，所以相比较而言消费动机更强，更有购买潜力。

### 5、产品特征分析

雪糕是夏季生活中人们非常喜爱的食品，最基本的特征是解渴，

在炎热的夏天带给人一丝清凉。同时蒙牛“随变”雪糕是牛奶和巧克力混合制成的，口感好，味道香浓。是蒙牛集团的产品，质量有保证。

6、广告效果分析：除了本身的口感好，好吃外，还有就是借助雪糕名称“随变”，可以传达出时尚，个性，青春有活力的讯息。

1、产品差异化战略：蒙牛在产品设计上，高屋建瓴，创造性地采取了两项举措：“一净”着眼于卫生，用的是“加法”，采取了一项足以载入中国乳业发展史的创举：建起了中国第一个奶车桑拿浴车间。“一净一稠”。“一稠”着眼于价值，用的是“减法”：添加了“闪蒸”工艺，在百分之百原奶的基础上又剔除掉一定比例的水分，从而使牛奶闻更香饮更浓。

质量优质化战略：在牛奶冰品安全管理方面，蒙牛更是强调“产品等于人品”、“产品质量的好坏就是人格品行的好

坏”。

2、产品本土化战略：注重产品乡镇市场本土化开发

3、产品品牌化战略：除了产品本身的改造，还要给相应的心情披上一个相应的包装，不同的样式，只是一点小细节，或许就能给买随变冰激凌的人们带去一分关怀，把产品理念注入在产品品牌的过程中，让受众在接受产品理念的同时接受了这个品牌。

借助“随变”这个特殊的名字，在广告中增加其的使用率，一味的强调可以让更多的人记住他。同时，“随变”还具有一定的时尚气息，诉求着其独特的个性，抓住了受众求新的特点。

随着全球温室效应的逐渐炎热，雪糕必定会大面积的上市，要想在同类产品中脱颖而出，必定需要广告的宣传。作为推出的第一个广告，主要的吸引受众的注意，让他们记住他，因此，在广告中我们利用简单的情景故事诉求其名称的特色，比较容易拍摄，同时广告应诉求一定的故事情节，更能吸引受众观看。

1、广告对象定位：蒙牛“随变”雪糕冰品的目标是定位在年轻而有活力的人群，尤其年轻女性，因而在蒙牛冰品品牌内涵中加入一些年轻、活力的元素。而新的宣传定位需要一个独特的沟通载体。如超级女声是一档大众娱乐节目，在观众特别是年轻观众中收视率和参与度都非常高。大量的市场调查证实了超级女声的栏目定位非常符合蒙牛酸酸乳的品牌需要。

2、与竞争对手的广告对比，伊利的品牌名称及它现在的广告更注重的是感性，一种心理上的感觉，蒙牛则是实实在在的，触手可及的，让你感觉到它的存在，是理性的感觉。伊利让你感受心灵的天然牧场，对时尚的追求，在纷繁混乱的都市

中寻求一块净土，安逸、平和、细细的去品味，洋溢着青年男女的都市情怀；蒙牛给人的感觉是真实的存在，来自无污染的大草原，追求天然绿色食品，踏踏实实的走好每一步，为人们奉献更好的牛奶。

3、广告目的：吸引受众的注意，，引导生活，让产品品牌在无形中贴近受众，从而树立产品品牌形象，挖掘产品潜在购买力，带动产品销售，从而为企业带来经济效益。

1、广告生活化策略：根据随心所变创作广告，把生活容入广告，用广告改变生活。广告的创作首先要贴近目标受众的生活，只有贴近生活的东西他们才有兴趣去看，广告才能起到所要实现的作用。在贴近生活的同时，还要注意引领生活。

3、系列报纸广告。选择都市报连续刊播，直接宣传产品。

4、促销活动。

5、采用电视广告、公车广告、网络广告、广播的方式，同时赠送赠品。

6、策略建议：

企业品牌和产品共同作用互相扶持。采取企业力带动产品的方式运做。

造会发挥出双重甚至多重效应的影响力

1、投放的成本按照千人成本计算

2、媒体广告费用预测

(1)、报纸广告：都市报，晚报，晨报等都是每天发行最多的报纸。选择一个报纸连续刊登一个星期增加15%的知名度。费用控制在10万之内。

(2)、电视广告：先由一个地区的区域广告打红以后再推向全国市场。间段性晚上7：30到8：30之间达一分钟至一分半钟的广告。前期费用控制在30万之内。

(3)、公车广告：费用控制在3万之内。

(4)、网络广告：间段性在黄金时段放置3个小时的广告就可以。费用控制在50万之内。

(5)、广播：这种听觉广告费用是最少的，费用控制在3万之内。

### 3、促销费用预测

(1)、赠品费用：在服务节当日，组织活动，让品牌给大众良好的企业形象，赠送印有“蒙牛，好品质，绿生活”字样的手帕，预计需要1000万个赠品，每6毛钱一个预算控制在100万之内。每位当场购买本公司保险服务的客户将获得一把印有“蒙牛，好品质，绿生活”字样的天堂伞，每6元钱一把预算控制在400万之内。

(2)、促销人员费用：现在临时促销员的工资是40元一天加提成。只用双休和大型节假日做。费用控制在5万之内。前期费用在110万之内。

## 媒体行活动方案篇五

二。活动背景：12·4全国法制宣传日至今已走过十个春秋，中国的法制正朝向健全有序的方向发展，各部门法都在不断完善，如今法律的制定修改都在朝向有利于国计民生的方向发展。虽然公民的许多权利都得到了维护，但仍有一些人的权利受损，而且找不到合法有效的手段解决，我们的维权路正在进行。

### 三。活动目的：

同时为了繁荣我校园文化活动，树立学校在市民中的良好形象，宣传木锋法学社，提高知名度，给同学们提供更多的法律实践机会。

### 四。活动内容：

1. 法律案例互动：12月4日于生活广场举行，面向全体大学生，了解目前大学生知法状况。
2. 万人签名：12月4日于生活广场举行以“弘扬宪法精神，构建法治校园”为主题的万人签名活动，体现大学生对法治的关心，及对中国法制建设的信心、决心。
3. 西清法制公园行：由社长带领部长和部分部员到石家庄市西清法制公园进行普法宣传，帮助市民解决生活工作中遇到的问题。进行“弘扬法治文化，传播法治文明”为主题的万人签名活动。
4. 与市司法局合作：在西清法制公园帮助市司法局进行普法宣传活动。
5. 模拟法庭：木锋法学社成员参加，针对刑事案件开展庭审现场，使部员提前接触感受诉讼程序。
6. 观看法制电影：组织木锋全体社员观看法制电影，使大家对法律产生兴趣，激发大家的学习法律的激情，使其正确面对自己的人生，学习其中的真谛。
7. 意见征集：12月4日在生活广场进行意见征集，了解大学生对法律的人之状况以及对我社团建设的意见和要求，集百家之言，促我木锋发展。

五。活动所需：1. “高校诈骗案件的预防措施”的宣传材料、活动宣传展牌

2. 万人签名条幅、签字笔、中性笔、纸张

3. 模拟法庭、服装道具

4. 帐篷三个、桌椅八套、

六。活动注意事项：1. 各不按照分工提前做好各项准备工作，确保活动如期顺利进行

2. 活动进行过程中对各种设施进行保护

3. 活动过程中各部组织好成员、明确分工、团结合作。