

2023年广告专题网 广告活动策划(优质9篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

广告专题网篇一

项目起始时间□xx年4月——xx年6月

实施单位□xx师范大学学生社团联合会

支持媒体□xx日报 ……

广告成为独立的产业之后,产业规模不断扩大,业务水平不断提高,在国民经济中扮演着重要的角色.随着社会和经济的发展,信息化的加强,广告在整个社会中的地位将得到进一步的巩固与提高,广告产业也将会出现新的发展和变化.广告产业的国际化进程正在加快.

师大新校区所有大学生

体现新时代大学生审美态度，诠释自我审美观点，挖掘大学生的个性创意。为喜欢广告创作的同学们创造一个彼此之间交流经验的机会，以便在交流中得到成长，使自己的水平及能力在实践中得到不断提高。

联系各企业，由企业提出主题，征对相关主题进行创意征集，获胜作品所有权归企业所有，而作者仅获相关奖项。为企业获得最大利益。

- 1、主题宣传，作品征集
- 2、企业评选，并与作者沟通
- 3、奖项公布

通过现场互动、问卷调查等方式对项目的整体策划及实施情况、效果进行评估。

三千元人民币

广告专题网篇二

青年志愿者协会绿色先锋队

20xx年10月7日

一、 活动背景

近期，校园小广告铺天盖地，严重影响了校园环境。为了增强广大同学热爱劳动的意识，进一步加深爱校荣校观念，引导教育广大新同学加入到美化校园的行列，为广大师生营造更为舒适温馨的学习生活环境，我队决定开展清理小广告活动，向校园“牛皮癣”说不。

二、 活动主题

“爱我西工，美化校园”

三、 活动时间

20xx年10月13日（周日）

四、 活动地点

西安工业大学未央校区

五、 活动参与者

青年志愿者协会绿色先锋队成员30人

六、 前期策划

1、 活动前五天，通知各小组负责人，商讨活动计划并交换意见

2、 活动前两天召开内部会议，讨论活动计划，确定活动人数、活动内容

和活动分工

3、 活动前一天各小组负责人到活动地点了解小广告主要位置

七、 活动内容

1、 清理取款机、宣传栏、墙面、电线杆上的广告

2、 请学校广播站对活动进行报道，呼吁大家从自身做起，保护校园环境

八、 活动流程

1、 10月13日（周日）下午两点全体活动人员在食堂门口集合，清点人

数，并发放工具

2、 活动负责人讲话，通告注意事项

3、 根据之前分工，分为四组，分别去教学楼宣传栏、食堂

门口宣传栏、

宿舍周围及小东门附近，分头行动，清除小广告，并悬挂警示牌，活动进行约2小时

4、各个队伍负责人按照之前约定时间将队伍带回到食堂门口，清点工具，

负责人进行简单活动总结，活动至此结束

5、活动过程中，由宣传部采集照片，为活动总结做好准备

九、 注意事项

1、参加活动的志愿者须遵守活动纪律，确保活动有序进行

2、注意个人行为，注意维护志愿者形象，应穿戴志愿者衣帽

3、注意强调持“刀、铲”的队员的安全问题

4、凡报名者无特殊情况一定准时参加，报名前请慎重考虑。不得随意迟

到、缺席、早退。所有参与志愿者必须坚持到活动结束

5、所有参与活动会员必须听从活动组织者的统一调度，积极配合活动组

织者的工作

6、每个小组自带扫帚和簸箕，不能将活动产生的垃圾遗留现场，退场时

必须清理干净；

7、 为防止清理过程中发生的意外受伤情况，工作前提醒大家工具的使用，

并配备创可贴

8、 由于是户外活动，注意穿适宜活动的服装；天气渐凉，请大家做好抗

寒保暖工作

十、活动预算

钢丝球（10个） 10元

小铲子（20个） 60元

手套（15个） 15元

创可贴（10个） 5元

抹布（5个） 10元

总计：100元

十一、意外事件处理方案：

（1）须有后备替补人员，他们应了解明晰本次活动的各个环节，当遇到原参加人员因事不能参加时及时替补，不能造成活动推迟。

（2）如遇雨天或其他恶劣天气，活动将顺延举行

附：各组负责人及各组人名单

注：加粗的即为各组负责人

青年志愿者协会绿色先锋队

20xx年10月7日

广告专题网篇三

超市情人节促销广告语

让我们成双成对

今天为爱而换位

共同的日子天天都是情人节

“情”你准备爱我

酒店情人节促销广告语

我们为您准备浪漫，您准备好了吗？

“长久”酒店一直为您守候

“情”寻色香味

激情绽放时代有爱

其它情人节促销广告语

三星硬盘：要的就是稳定

导航手机：姻缘一“信”牵

任天堂(nintendo)wiimii巧克力情人：我们属于彼此，你和蜜。

书店：玫瑰心情

餐厅：甜蜜情侣套餐，超值惊喜超级浪漫

美容院：情系新春，礼表爱

关于广告活动策划汇总八篇

企业广告营销活动策划

关于广告活动策划集合六篇

关于广告活动策划汇编六篇

实用的广告活动策划三篇

实用的广告活动策划四篇

广告专题网篇四

3月是文明礼貌月。小广告影响了校园环境的美观，下雨后掉色、整堵墙又脏又难看、为了加强对校内广告、宣传海报公告栏的管理、促进校园的精神文明建设、提升校园的文明形象，给同学们创造一个良好的学习、生活环境。将墙壁上的“牛皮癣”广告清楚干净，让同学们有一个干净整洁的生活环境。

通过实践活动，培养学生们关心校容校貌、美化校园环境的意识和责任感；通过参与校园公益活动，培养学生的劳动观念和奉献精神。以“文明礼貌月”为契机，提高大家的环境意识。提高同学的合作团队精神和劳动的积极性。

树文明新风，创和谐宛职。

在餐厅外的墙壁上有大量小广告，影响校园形象。

- 1、3月1日上午考察活动地点，并准备工具。
- 2、3月1日下午带领班级10名同学，前往餐厅外面，开展劳动。
- 3、劳动中彻底清理墙壁上的广告，注意到细节的地方，不留死角。
- 4、清理结束后站队带回。

- 1、所有参与者要爱护公物，尽可能不伤及公物的底漆，将铲下的广告不要随便乱丢，装进垃圾袋、再投到垃圾箱。
- 2、参与者不要大声喧哗、嬉笑打闹，不妨碍行人的活动，保持良好的形象。
- 3、注意本班带的劳动工具，不把工具遗失。

广告专题网篇五

我们的广告作业完成了，回顾整个过程感触是很深的，收获是丰硕的。通过这次实习，我对广告有了进一步了解和认识。说实话与广告专业的学生相比，其实我们这个广告做的是十分吃力的。因为我们真正的广告知识是从这个学期才开始学的。好多的东西并没有全面的理解和掌握。而且广告的制作软件我们都不会用。这就导致了即使有再好的创意有时也就表达不出来。所以好多创意只能pass掉。我们最终选择的是视频广告，但是制作视频的pro工具我们组没一个人会用。所以我们只好去图书馆找相关书籍从零学起，制作的效果可能不是很好，但是我们真的已经尽力了。

通过此次活动，我们看到了自己的不足。像在广告策划上，只要一动手，就会意识到自己真的差多少。我充分看到了自己在知识上的欠缺。例如，在广告语的提出上缺少创意；在广告文案的书写上，写作水平明显须待提高。当然我们从们也

中学到了许多东西，如：策划一个活动应该从何开始；怎么写方案并且把他成功的展现；以及视频制作工具的使用等等。

难处，也有它可学的东西，关键是搞这个活动不是单单一个人的力量可以做到的，而是我们组分工合作共同努力的成果。为此我组开过好几次小会，也在一个问题上争吵过几句，但是我们知道那是为了作品做的更好，所以我们依然很高兴。我觉得做完这次团体性的工作后，令我们感受到了团结的力量和团结的重要性，让我们不断的思考不断的学习，学习许多新事物，学会到分析，调查，增加对别人的信任，沟通技巧。在这里最要感谢的就是我们小组的组长！她工作负责且积极，常常把最重的工作都留给自己，并且会听取我们给予的意见，直到大家达到一致的共识。这次活动能圆满完成，最大功臣就是她了！

这次活动丰富了我们在广告方面的知识，使我们向更深的层次迈进，对我在今后的学习有一定的促进作用，但我们也认识到，要想做好这方面的工作单靠这个活动是不行的，还需要我在平时的学习和工作中一点一点的积累，不断丰富自己的经验才行。我们面前的路还是很漫长的，需要不断的努力和奋斗才能真正地走好。我们不仅要学好广告学理论和相关技术，还需更完善自己的实际操作能力，以及更加灵活的思维和良好的沟通能力。

关于广告活动策划模板五篇

关于广告活动策划模板九篇

企业广告营销活动策划

关于广告活动策划集合六篇

关于广告活动策划汇编六篇

实用的广告活动策划三篇

广告专题网篇六

消灭小广告

走在学校的道路上，校园的美时刻深深吸引着过路人，但每次走到体育馆和后山拿快递总是能看见墙上被无良商家贴满了各种各样的宣传海报，严重影响了我们学校的形象，就算有人组织清除不久就又被贴满了，这是一项需要长期作斗争的事业。刘校长也提出了作为一名岭师学子要维护学校这个家，保护岭师的环境对学生来说人人有责，我们有义务为岭师的环境做出自己的一份贡献。

（三）义工们做先行者呼吁和宣传学子们应该共同爱护学校环境，关注学校这个大家一起生活的大家庭。

20xx年3月31日15:30—16:30

岭南师范学院新民苑、至善苑外墙和体育馆快递处

新民苑至善苑外墙与体育馆快递处柱子

“感恩圆梦”义工服务队机电工程学院分队

（一）活动前期：

1、活动前让各班副班在班上进行宣传活活动，活动共招募10名义工，5名负责体育馆后面，5名负责新民至善外墙（场地为公共场合无需申请）。

2、突发情况方案：若遇节假日和大风大雨等特殊天气则取消活动并提前通知校负责干部已取消活动；若小广告数量不多可适当减少招募义工的数量。

（二）活动进行时：

1、星期六下午3：10，二级学院带队小队长到达志道苑门口处拿工具，义工则在3：15准时到达，小队长考勤完毕后，利用5分钟给队员们讲解工作内容和注意事项。

2、义工们平均分成两组，一组前往体育馆后面快递处，另一组前往至善苑和新民苑进行铲小广告活动，将墙上和柱子上的小广告铲除并达到无过多残余纸屑留在墙上，并将垃圾倒到附近垃圾桶。

3、活动完毕后于志道苑集合，院队小队长检查铲除情况并清点检查工具，待院小队长核实工具无误后工具归还，活动完毕。

学校环境更加美化，通过活动让义工感受到为学院工作出一份力的快乐，从中锻炼自己刻苦耐劳，乐于为他人付出的奉献精神。

（一）全体参与人员都要服从工作安排，履行好各自的职责，发扬不怕苦、不嫌累的精神，确保活动顺利开展。

（二）进行工作的过程中，不许玩手机，不可喧哗，必须认真工作。

（三）参与活动的所有人员要保持礼貌，服务时必须主动热情，说话得体，不可发生冲突。

（四）活动中途如无特殊情况，不得私自离开。如有同学离开，则视作该同学放弃该次活动时间。特殊情况必须经带队队长同意并说明缘由方可离开，同时要保证工作有人完成。

（五）本次活动的义工必须是自愿参加，确保在本次活动中的各项行动均属自愿。

（六）每位参加义工活动的工作人员遵守并履行以上各条注意事项，以便活动能够正常进行。

“感恩·圆梦”义工服务队机电工程学院分队

关于广告活动策划集合六篇

关于广告活动策划汇编六篇

关于广告活动策划汇总八篇

关于广告活动策划模板五篇

关于广告活动策划模板九篇

企业广告营销活动策划

实用的广告活动策划三篇

广告专题网篇七

通过活动建立xx的温馨有爱形象，来推动及超越实现预期的销售目标。提高销量，扩大知名度，加深消费者对本品的'印象。

商品□xx纸巾

xx面巾纸，100%进口木浆，原生木浆，纸质细腻柔韧，洁白优质，吸水性强。适合各类人群使用。

活动时间□20xx年08月16日—08月30日

活动卖场□xx区域所有导购网点

活动对象：家庭主妇，学生，老人

活动主题□xx纸，xx的爱

活动宣传：在卖场四周进行宣传xx产品外场大型促销活动（6台外场宣传车3天宣传活动）（时间：18—20号）

1. 模特走秀：（展示产品的优势与特别）、同时在卖场现场进行可湿水手帕纸的免费派发，群众互动赠送活动xx纸巾绿色环保带给大家。

2、实力歌手：同台演出。（演员统一着xx广告t恤衫演出）

3、小品演出：用xx纸做成婚纱穿在女演员身上和男演员表演民国时期结婚仪式以吸引卖场周围的消费者的眼球，达到宣传目的。

4、抽奖环节：抽奖（买xx系列产品满20元起凭收银小票金额，一张小票只可以抽奖一次）

特等奖（1个）：买多少xx产品送多少xx产品

一等奖（2个）：印有xx标志的水杯一个，一袋xx纸巾

鼓励奖（7个）：印有xx标志的钥匙扣一个

5、现场答题：对xx产品知识的了解，加深对本产品的深刻印象，答对免费送xx纸巾。

6、舞蹈表演：增加现场的娱乐性、幽默性。

7、拔河比赛：在卖场现场进行xx外场拔河比赛。

舞台搭建现场布置，大型音响设备租凭，广告条幅、彩虹门、

现场主持人、礼仪小姐、背景巨幅设计制作、录像。

费用预算

项目

单价

数量

金额

普通灯光

200元

大型音响设备租凭

800元/天

3天

2400元

地毯

16元/米

30米

480元

背景巨幅设计制作

20元/米

25米

500元

舞蹈表演

1500元/天

3天

4500元

礼仪小姐（4人）

1200元

3天

3600元

现场主持人

500元

3天

1500元

彩虹门

200元

3天

600元

模特走秀（4人）

1600元

3天

4800元

舞台搭建

30元/米

80米

2400元

现场立柱一对

300元

3天

900元

短信广告

0.05元

50000条

2500元

宣传车

260元/天/部

3天

3000元

拍照摄影

100元

3天

300元

总计：25460元

时间节目表

时间

项目

备注

8月（18、19、20）日

1、主持人开场

2、实力歌手演出

3、模特走秀

4、小品演出

5、舞蹈演出

6、抽奖活动

7、拔河比赛

广告专题网篇八

我们的广告作业完成了，回顾整个过程感触是很深的，收获是丰硕的。通过这次实习，我对广告有了进一步了解和认识。也知道了怎么和小组成员更好地沟通交流，更好的分工和合作。也学会了人与人之间更好的交流。知道了什么叫团队，怎么样才能调动所有成员的积极性，更好的做到预期的目标。

说实话与广告专业的学生相比，其实我们这个广告做的是十分吃力的。因为我们真正的广告知识是从这个学期才开始学的。好多的东西并没有全面的理解和掌握。而且广告的整体流程我们也不太清楚。这就导致了即使有再好的创意有时也就表达不出来。所以好多创意只能pass掉。而在整个策划中，刚开始我们都无法找到一个合适的主题。找不到我们选的商品品牌的切入点，最后在老师的帮助下和我们所有小组成员的共同努力下，我们成功的找到了切入点。而在做调查问卷和调查报告的时候，我们想得不够仔细，最后导致我们花费了大量的时间和精力做了一些没有意义的工作。之后，我们吸取经验，取得了一些比较大的成果。而在广告创意的想法中，我们多次讨论，各诉己见，最后达成一致，虽然离我们的预期目标还有一定的距离，但无疑这也是一种进步。而在此期间，我们的沟通和交流都比较多和成功，小组成员都很好的表达了自己的建议和意见。所以，我对我们小组还是比较满意的。

通过此次活动，我们看到了自己的不足。像在广告策划上，只要一动手，就会意识到自己真的差多少。我充分看到了自己在知识上的欠缺。例如，在广告语的提出上缺少创意；在

广告文案的书写上，写作水平明显须待提高。当然我们从们也中学到了许多东西，如：策划一个活动应该从何开始；怎么写方案并且把他成功的展现；以及视频制作工具的使用等等。

我觉得除了专业知识另一个重要的收获是在团队的工作过程。小组学习是一种非常重要而且是一种很不错的学习模式。这是我们第一次实行一个活动，我们感觉到每一个细节都有它的难处，也有它可学的东西，关键是搞这个活动不是单一个人的力量可以做到的，而是我们组分工合作共同努力的成果。为此我组开过好几次小会，也在一个问题上争吵过几句，但是我们知道那是为了作品做的更好，所以我们依然很高兴。我觉得做完这次团体性的工作后，令我们感受到了团结的力量和团结的重要性，让我们不断的思考不断的学习，学习许多新事物，学会到分析，调查，增加对别人的信任，沟通技巧。在这里最要感谢的就是我们小组的组长！她工作负责且积极，常常把最重的工作都留给自己，并且会听取我们给予的意见，直到大家达到一致的共识。这次活动能圆满完成，最大功臣就是她了！

要想做好这方面的工作单靠这个活动是不行的，还需要我在平时的学习和工作中一点一点的积累，不断丰富自己的经验才行。我们面前的路还是很漫长的，需要不断的努力和奋斗才能真正地走好。我们不仅要学好广告学理论和相关技术，还需更完善自己的实际操作能力，以及更加灵活的思维和良好的沟通能力。

广告专题网篇九

武汉作为华中最大都市，拥有800万的消费者，其中常住人口700万，流动人口100万，再加上“火炉”的气温，对于任何一支饮料新军来讲，都是一个不可估量的“黄金市场”。如今，春尚未走，武汉饮料市场已是产品繁多，群雄骤起，悄然进入战国时代，由此可见一斑。

三九集团是国内外知名大型军工企业集团，独特的管理，优质的产品早已树立了良好的企业形象，这也为开启武汉市场提供了一把金钥匙。

一、市场背景分析：

1、据不完全统计武汉市目前已有20多种品牌的矿泉中(包括蒸馏水、太空水、纯水等)，其中，知名品牌约有5、6种。整个矿泉水市场以“乐百氏”为霸主。另外，有两支力量也值得注意：一是“太阳神”，二是“健士霸”。

2、市场竞争分析：

当前1999蒸馏水的主要竞争对手有：

a□乐百氏：

优势特点：

a□长期经营，是最先打入武汉市场的矿泉水品牌之一。

b□广告投入大，“当然乐百氏”颇受青睬。

c□产品质量较好。

d□拥有稳定消费群。

e□市场点、面较广。

b□太阳神：

优势特点：

a□广告投入大，“太阳神”是国内最著名的品牌之一。

b□产品质量较好。

c□进入武汉市场较早，有不俗的指名购买率。

c□健士霸：

产品分析：健士霸同999一样，也是今年初初步入武汉市场，但其广告投入仅前期就号称近200万元，并拥有一套专业营销人马，是999成为“黑马”的有力竞争对手。

d□其他：相比之下势头较弱，略过不提

3、产品问题点 / 机会点：

a□产品问题点：

a□各竞争对手实力雄厚；

b□产品进入市场晚；

c□消费者通常将“999”与胃泰联系在一块，不能马上适应从胃泰到矿泉水的转变，需要一段时间的心理接受乃至认同过程。

b□市场机会点：

a□良好的企业形象，知名度高的品牌，有助于迅速打开市场；

b□产品质量上乘，价格适中；

c□广告与营销的同步运作；

d□通过“乐百氏”、“太阳神”等“粤水”打先锋，江城消费者对“粤水”，尤其是著名品牌的“粤水”有一定的信任度与好感度。一些畅销品牌价格上涨较快，且市面上伪劣产品较多。消费

者往往愿意接受新品牌，以防“假水”。

4、消费者状况调查及分析：

a□对品牌的记忆率，饮用率和近期购买较高的品牌，均为老品牌，广告促销多的品牌，并且分布相当集中。

b□据调查，有90%以上的消费者饮过矿泉水，有72%的人表示满意，另有30%的女性，10%的儿童，65%的男性消费者长期饮用，但同时值得注意的是，有近20%的消费者在不提示情况下回忆不起矿泉水的具体品牌，这表明目前的武汉市市场仍有一部分消费者的品牌阵地未被占领。

c购买场所及比重：百货商场(含超市)35%，夜总会及溜冰城等15%，副食商店25%，冷饮摊点及其它25%。

e□广告效果调查：矿泉水广告影响比重为电视45%，报纸17%，户外10%□pop12%□车身12%，电台及其它4%，这表明999的广告重心仍须侧重电视。

二、市场策略：

1、市场定位：

a□以武汉市为主，辐射整个湖北省，市内以七个市区为主，辐射各郊区(县)；

b.商品定位：高质低价的清纯蒸馏水

c.目标市场：所有矿泉水现有消费者及潜在市场

d□广告定位：以情感诉求广告为主，公关活动为辅

三、广告策略：

1、综合立体策略：上市伊始，集中优势兵力从电视、报纸、车身pop电台等方面推进，造就广告优势。

2、差别策略：通过针对性的广告活动，使消费者逐步做到在看到999时不仅只想到胃泰，还有蒸馏水，为避免部分消费者误认为“999蒸馏水”是药用水，或者将999与药品相联的心理，广告须采取有效而必要的差别策略，主题应突出“纯”、保健等。

3、广告主题：为配合“关键时刻，还是999”的企业主题，可将纯蒸馏水的主题拟为“九百九十九次的选择之后，还是999纯蒸馏水在手”。

四、营销策略：

1、营销思路：“推拉”相结合

推销：建立、保持、发展与零售商的合作关系。

拉销：通过大量而具有广泛影响的传播媒介把产品信息传达给消费者，反复诉求，刺激其购买欲望和行动。

2、销售目标：

从经营的阶段性发展规律着手，制定短、中、长期目标。

短期目标：成功地切入市场。

中期目标：逐步形成一个较为稳定的消费群，开拓新客源，寻求更多消费者的指名购率。

长期目标：维持产品的市场占有率，谋求最大利润。

3、市场目标：第一年：占有同类市场的10%，第二年递增

为20%—25%，第三年达到30%以上，作为切入市场的96年，销售额暂定为50万元—80万元。

五、广告目标：

- 1、通过广告活动的整体、细致的策划与实施，使999蒸馏水变市场新军为市场领头羊。
- 2、诱导消费者的指名购买，刺激需求。
- 3、提高市场知名度与好感度，让90%以上的消费者知道并接受999蒸馏水。
- 4、提高市场获利能力。

六、媒介策略：

以硬广告为主，硬广告，软广告交错并行。

1、硬广告：

a□电视：

a□武汉有线台：时间4月20日—5月30日共40天为第一期广告。这一阶段内投播量须大而当，可一天2—3次。第二期为6月1日—8月30日，这一时间为矿泉水的黄金时期，有线台实际收视率居市内各电视台之首，应加重投入，每天可选择综艺台，电影台各2—3次。9月以后为第三期，势头渐弱，做维持性广告。

b□武汉电视台：与有线台同步交相辉映，覆盖整个武汉市，也可选择播1月停1周再重复。

b□报纸：以《长江日报》、《武汉晚报》、《电视周报》为

首选报纸，其特点是发行量大，信息面广。

c□车身：选择4条线路，同时穿武汉三镇的专线车，每条线路5台车，可订为分别往武昌青山，洪山，火车站三条线路及往汉口客运港，火车站不同方向的四条线路。

d□户外：可选择二桥，江汉路等地段发布三九集团企业形象的广告。

e□pop□分海报(悬挂、招贴等形式)和看板两种形式。

f□电台：针对广大青年、尤其是学生，也可考虑选用收听率较高的楚天音乐台、湖北文艺台、武汉文艺台等。

2、软广告：

a□新闻发布会。

b□文化衫。

c□参加大型商品展览会。

c□与经销商、部分零售商的联谊会。

※特别公关活动推荐：(未计入预算内)

街角拍照，征求认领：

5月一9月每日在市内拍10张999蒸馏水的消费者消费相片，选1张评为“武汉市三九纯水今日之星”，获“二九形象奖”，此活动由武汉有线台辟专栏主办，每日晚于有线台公开征求照片’中人认领，获奖者得奖金30元，如果亲友转告中奖者领奖，那么，第一个转告者同时奖20元，(此项以50元/日计)每月在30名形象奖的人围者中选1名评为当月“三九最佳形象

者”奖金200元，同样，最初转告者获100元。估计其影响将深入家庭，无疑，每一个获奖者都会对其亲友、邻居、周围环境中人产生巨大的广告效应，并有刺激购买之功效。

七、经费预算：

1、硬广告：

a□电视、15”

a□有线台：

第一期(每天2次)11□84万元七五折：8、88万元

第二期视实际情况另定

第三期视实际情况另定

b□武汉台：

第一期(每天2次)16万元八折：12、8万元

第二期视实际情况另定

第三期视实际情况另定

b□报纸：

14万元

c□车身：20万元

d□户外：20万元八折：16万元e□pop□1万元f□电台1万元

2、软广告：

a□新闻发布会5-8万元b□文化衫5万元

c□公关活动10万元

八、广告效果评估：

于广告刊播后，不定期以问卷、座谈会等方式作广告效果测定，以随时修正广告企划案。

1、电视广告以一星期测定1次。

2、不定期以问卷测定。

3、每月开消费者座谈会1次。

关于广告活动策划汇总八篇

广告活动策划模板集锦五篇

关于广告活动策划模板五篇

企业广告营销活动策划

年会活动策划模板汇总八篇