# 2024年公关活动策划书封面 公关活动策划书环保(7篇)

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2024-06-20

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？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。公关活动策划书封面 公关活动策划书...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？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。

**公关活动策划书封面 公关活动策划书环保篇一**

上海克莉丝汀食品有限公司成立于1992年，系一家台资企业，主要生产各式中西糕点、面包、裱花蛋糕、月饼、饼干、糖果等六大类三千余种产品。目前，在xx地区，克莉丝汀主要分布于南京、扬州、常州、无锡、吴江、太仓、常熟、昆山、张家港等地。在南京各个区中，克莉丝汀均开有分店。现公司高层决定，在南京市鼓楼区北圩路段开设分店一家。为了达到良好效果，公关策划尤为重要。

通过开业庆典活动，进一步提高克莉丝汀在南京市的知名度和影响力，同时希望扩大克莉丝汀蛋糕店的市场占有率，以立于不败之地。

1、前期指示牌和传单宣传

(1)设置地点：以克莉丝汀北圩路分店为中心，辐射周围一公里以内的各个街道，小区，学校

(2)设置形式：在周围小区和学校的门口树立开业指示牌，在街道上放置指示牌，在店面周围分发传单

(3)数量：各个小区一共放置10个，各个学校一共放置5个，街道放置一共6个，一共21个，传单500张

(4)大小、高度：指示牌大小和高度依照周围环境情况而定，字体力求清晰醒目。传单印刷清晰优美

(5)设计要求：附上糕点的图片，突出克莉丝汀的特色

(6)时间要求：于开张前5天设计好

(7)目的：广而告之，吸引大家的注意，为开业积攒人气

2、开业当天公关活动策划方案

(1)主题：舌尖上的克莉丝汀

(2)活动时间：开业当天

(3)活动地点：克莉丝汀北圩路分店

(4)活动概况：给在开业当天过生日的顾客一次亲手制作蛋糕的机会，制作完毕，由围观群众投票，评出各个层次的奖项。制作蛋糕的顾客于活动结束后可以免费把制作的蛋糕拿回家，参与评选的部分观众也可以领取相应的礼品。

(5)活动细则、注意事项：

①刊登活动广告：

a、时间：开业前10天

b、媒介：《扬子晚报》 、 《标点美食》

c、版面：1/4版

d、文案内容：

标题：舌尖上的克莉丝汀

第一部分：克莉丝汀简介;

第二部分：舌尖上的克莉丝汀活动介绍——克莉丝汀北圩路分店将于xxxx年xx月xx日正式开张营业，为庆祝蛋糕店的开业，特举办“舌尖上的克莉丝汀”开业活动，免费让公众体验制作蛋糕的感觉;

报名条件：凡当天过生日，并在南京市有固定住所的市民，均可报名参加;报名登记日期：即日起至xx月xx日止，每天上午9点-下午6点;额限制：限12名，先到先得，额满即止;

报名地点：克莉丝汀北圩路分店;

报名须知：凭身份证、户口本原件，不予代报;未成年必须有监护人陪同;年老体弱的人必须有人陪护;

其余说明：报名之后，请于开业当日按时到达，迟到者则失去参加活动资格;本次活动一切解释权归克莉丝汀北圩路分店所有。

②参赛人数每组2人，共分6组

需报名者本人参与，不予代人参赛

③开业当天：

a)拍照留念：所有当天过生日的来宾与克莉丝汀北圩路分店所有员工合影留念

b)在店里大厅放置6张桌子，分别放置制作蛋糕的材料。让12名嘉宾入场，并在糕点师的指导下，现场制作蛋糕。蛋糕制作完毕，从现场选取18名群众，由他们分别领取带有1-18编号的便贴纸，按照“最具观赏性奖，最具艺术性奖，最具简单性奖”等奖项，分别评出最符合要求的蛋糕，蛋糕店现场颁发奖状，所制作的蛋糕也可以免费带回家。同时在1-18号中随机抽取10个号，被抽到的群众可免费获得“克莉丝汀3寸乳酪蛋糕”

④软性文章：为配合本次活动，尽量在《标点美食》等美食版发表软性文章，以别开生面的开业庆典为题，来达到宣传克莉丝汀蛋糕店的目的。

3、开业后系列公关活动

(一)主题——开业蛋糕打折卖

(1)活动日期：开业后5天内

(2)活动时间：上午8：00——16：00

(3)活动地点：克莉丝汀北圩路分店

(4)活动概况：活动当天前30名顾客，可享受8折优惠

(二)主题——美味糕点免费尝

(1)活动日期：开业后5-15天

(2)活动内容：在店内的柜台上放置6小盘子，每个盘子放置一种糕点若干，消费者可以先品尝口味再做出是否购买的决定，并配有专业的导购员在旁边给予指导购买。

(3)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅;

(4)注意事项：免费品尝的糕点，总量限制在1kg以内;

(三)主题——美味糕点免费送

(1)活动日期：开业后15-30天。

(2)活动方法：每购买一斤面包，赠送一两;每购买蛋糕一个，赠送迷你小蛋糕一块;

(3)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅;

(4)注意事项：每天免费赠送的顾客限制在50名以内;

(四)主题——玩骰子拿奖品

(1)活动日期：开业后30-35天

(2)活动方式：凡在本店购物满50元的顾客，即有机会凭购物小票到收银处参加“玩骰子”游戏活动，掷骰子的次数，满50元有一次机会，满100元的有两次机会，满150元的有三次机会，以此类推。奖项设置如下：

一等奖：掷出点数“六”，奖价值100元礼品卷;

二等奖：掷出点数“五”，奖价值5 0元礼品卷;

三等奖：掷出点数“四”，奖价值3 0元礼品卷;

四等奖：掷出点数“三”，奖价值5元礼品卷;

(顾客凭礼品卷可以在店内随意挑选同等价位的商品)

(一)指示牌20元一个，一共2 1个，共计420元;

(二)传单0.5元一张，一共500张，共计250元;

(三)雇佣粘贴指示牌及分发传单人员3人，50元/1人/1天，雇佣1天，共计150元;

(四)刊登活动广告，发表文章费用，共计200元;

(五)便贴纸一本，共计2元;

(六)空白奖状6张，0.5元一张，共计3元;

(七)10块克莉丝汀3寸乳酪蛋糕，成本10元一个，共计100元;

(八)现场制作蛋糕原材料6份，成本20元一份，共计120元;

(九)免费品尝糕点6份，成本共计20元;

(十)大堂及外围宣传横幅2条，5元一条，共计10元;

(十一)免费赠送的糕点，成本50元;

(十二)骰子及礼品券购买，制作费用5元;

综上所述，预算共计1330元。

1、通过前期指示牌和传单宣传，使公众对克莉丝汀北圩路分店有了一个初步的了解;

2、通过开业活动，给公众意外的惊喜，留给公众一个深刻的印象;

3、通过“开业蛋糕打折卖”活动，给公众以物质上的优惠;

4、通过“美味糕点免费尝”活动，让公众真正体会到克莉丝汀的魅力;

5、通过“美味糕点免费送”活动，使公众成为回头客的可能性大大增加;

6、通过“玩骰子拿奖品”活动，更加激励公众的购买欲望。

**公关活动策划书封面 公关活动策划书环保篇二**

前言

作为青春的代言人，大学生洋溢着青春的活力，充满着狂热的激情，对好玩新奇刺激的大型活动必定会踊跃参与，让躁动的青春在全程投入中散发出不可抵挡的魅力。丰富的社团活动是大学最吸引人的亮点之一，各社团聚集了众多兴趣爱好相同的学生，社团的各种活动也繁多。所以社团各中心的管理和发展对下属协会的发展至关重要。

随着经验的累积，策划公关中心的管理不断完善，各方面也得到不错的发展。当然，也有存在着不足的地方。所以以后策划公关中心的管理会取其精华，去其糟粕，努力把好的做好，把不足的弥补上。更好的发挥本中心的职能，努力成为社团部不可或缺的顶梁柱，推进社团部的进一步发展。

策划公关中心是一个富有蓬勃朝气的部门，是对外联系的强有力的纽带，是我社团部对外活动的重要窗口。

职能介绍及意义

作为社团部的策划公关中心，其职能就是以沟通、联系、交流为主要契机开展工作。在社团活动时，能为其拉到一定的赞助支持，并与学校其他部门组织公关、协商事宜，使社团活动顺利和无虑的开展。除此之外策划公关中心还为本中心的成员提供一个初步接触社会，锻炼自我的平台，能让本中心的成员的表达、交际、临场应变、社交礼仪、为人处事等能力得到一定的锻炼和提高，增强个人的综合素质和竞争力。通过我中心的各种活动，既丰富了同学们的业余生活，也培养了同学们较强的人际交往、沟通和口头表达能力，为日后的实习和工作积累了较多的经验，使同学们能够有条不紊的应对以后各项工作，能够站在制高点面对激烈的社会竞争。

swot分析

1、优势：

(1)本中心隶属于社团部学生组织，自主性较强，管理和活动上较灵活，拥有一定的经费，更有利于发挥学生的主观能动性。

(2)策划公关中心是最能体现其实践能力的团队,要求具有较高的综合素质，在各项活动中都保持一个良好形象。

(3)本中心会对成员的表达能力、社交礼仪、写作能力、策划能力等进行培训，能吸引许多愿意锻炼自我、提高个人综合能力、热情积极的同学。

(4)凡本中心成员可免费加入社团部下属的任意协会，因此，在招新时，能吸引更多有能力的同学。本中心氛围轻松，成员活跃、各有所长、团结协作，有较好的能力开展团体活动和完成上级部门布置的任务。

2、优势的使用：

(1)本中心自主的开展了几次校外活动，视具体情况来举行每周的例会和制定例会的内容。在平时例会上或外出活动时，鼓励成员积极发表意见和看法，激发了大家的能动性和创造性。

(2)在招新时，着重宣传了本中心优势，同学们踊跃报名、面试，其中不断涌现出有能力、有特长的优秀学生。本中心精益求精，挑选出适合本中心并能胜任本中心职务的同学。

(3)在复试之后就开始对成员进行表达能力、社交礼仪、写作能力、策划能力的培训，使成员个人的综合能力得到了一定的提高。

(4)学校要求的值班，组织的学雷锋活动等，我中心都出色的完成了任务。

1、劣势：

(1)鉴于学校的实际情况，本中心的职能未能充分行使，使得平时例会的内容不够充实，以至于本中心在某些情况下形同虚设。

(2)因本中心功能未充分发挥，所以未能给成员提供一个初步接触社会的平台，成员未能在社会中得到真正的磨练。

(3)学校门槛高，以至于有些不错的赞助物资无法进入到学校，影响到社团协会活动的顺利开展。

2、劣势的弥补：完善和强化职能。努力争取校方的支持。(具体见中心管理方案p7)

1、机遇：

(1)随着xx各校各自的校区功能的完善，安保工作也进一步完善，校方会逐渐放宽拉赞助的限制。

(2)随着我校的设施完善，社团协会活动将日益活跃，需要本中心的机会也就更多。

(3)除了各校的功能完善，周边的生活娱乐设施也逐步完善，商家越来越多，有利于我中心出校拉赞助。

(4)新学期开始，我校师生人数进一步增加，庞大的人数，有利于吸引商家的目光。

2、机遇的把握：

(1)在繁多的社团活动中挑选出比较重大的活动，向校方提出申请去拉赞助，借机宣传本校举行的这些重大活动的，提高学院知名度，为得到校方的支持奠定基础。

(2)本中心的工作应该是长期、持续的,平时应多出去走动，探听商家动向，多注意校园周围的商家和与学生生活相关的商家,应与其保持密切联系。

(3)商家在学校宣传有着良好的性价比，能用最少的资金达到最好的宣传效果，所以尽量把商家叫到校内宣传。因为新生是活动的主要参与者，而每年都会有新生，所以可以和商家建立一个长期友好合作的关系。

1、挑战：

(1)位于xx职教区，周围大学众多，商家选择较多，要求会较高。

(2)其他学校对商家进入的限制较小，商家的利益较大，因此本中心的成功率会较低。

2、挑战的排除：

(1)充分利用周围的人文环境，努力完善自身能力，学习有关部门的长处，取长补短。

(2)出去拉赞助时，在言明实际情况(学校门槛高)后，可转变思维，向商家说明，门槛高既可获得的宣传效果明显(同期宣传的商家少)。

**公关活动策划书封面 公关活动策划书环保篇三**

上海克莉丝汀食品有限公司成立于1992年，系一家台资企业，主要生产各式中西糕点、面包、裱花蛋糕、月饼、饼干、糖果等六大类三千余种产品。

通过开业庆典活动，进一步提高克莉丝汀在南京市的知名度和影响力，同时希望扩大克莉丝汀蛋糕店的市场占有率，以立于不败之地。

1、前期指示牌和传单宣传

(1)设置地点：以克莉丝汀北圩路分店为中心，辐射周围一公里以内的各个街道，小区，学校

(2)设置形式：在周围小区和学校的门口树立开业指示牌，在街道上放置指示牌，在店面周围分发传单

(3)数量：各个小区一共放置 10个，各个学校一共放置5个，街道放置一共6个，一共21个，传单500张

(4)大小、高度：指示牌大小和高度依照周围环境情况而定，字体力求清晰醒目。传单印刷清晰优美

(5)设计要求：附上糕点的图片，突出克莉丝汀的特色

(6)时间要求：于开张前5天设计好

(7)目的：广而告之，吸引大家的注意，为开业积攒人气

2、开业当天公关活动策划方案

(1)主题：舌尖上的克莉丝汀

(2)活动时间：开业当天

(3)活动地点：克莉丝汀北圩路分店

(4)活动概况：给在开业当天过生日的顾客一次亲手制作蛋糕的机会，制作完毕，由围观群众投票，评出各个层次的奖项。制作蛋糕的顾客于活动结束后可以免费把制作的蛋糕拿回家，参与评选的部分观众也可以领取相应的礼品。

(5)活动细则、注意事项：

①刊登活动广告：

a、时间：开业前10天

b、媒介：《扬子晚报》 、 《标点美食》

c、版面：1/4版

d、文案内容：

标题：舌尖上的克莉丝汀

第一部分：克莉丝汀简介 ;

第二部分：舌尖上的克莉丝汀活动介绍——克莉丝汀北圩路分店将于xxxx年xx月xx日正式开张营业，为庆祝蛋糕店的开业，特举办“舌尖上的克莉丝汀”开业活动，免费让公众体验制作蛋糕的感觉;

报名条件：凡当天过生日，并在南京市有固定住所的市民，均可报名参加 ; 报名登记日期：即日起至xx月xx日止，每天上午9点-下午6点 ; 额限制：限12名，先到先得，额满即止;

报名地点：克莉丝汀北圩路分店;

报名须知：凭身份证、户口本原件，不予代报;未成年必须有监护人陪同;年老体弱的人必须有人陪护;

其余说明：报名之后，请于开业当日按时到达，迟到者则失去参加活动资格;本次活动一切解释权归克莉丝汀北圩路分店所有。

②参赛人数每组2人，共分6组

需报名者本人参与，不予代人参赛

③开业当天：

a)拍照留念：所有当天过生日的来宾与克莉丝汀北圩路分店所有员工合影留念

b)在店里大厅放置6张桌子，分别放置制作蛋糕的材料。让12名嘉宾入场，并在糕点师的指导下，现场制作蛋糕。蛋糕制作完毕，从现场选取18名群众，由他们分别领取带有1-18编号的便贴纸，按照“最具观赏性奖，最具艺术性奖，最具简单性奖”等奖项，分别评出最符合要求的蛋糕，蛋糕店现场颁发奖状，所制作的蛋糕也可以免费带回家。同时在1-18号中随机抽取10个号，被抽到的群众可免费获得“克莉丝汀3寸乳酪蛋糕”

④软性文章：为配合本次活动，尽量在《标点美食》等美食版发表软性文章，以别开生面的开业庆典为题，来达到宣传克莉丝汀蛋糕店的目的。

3、开业后系列公关活动

(一)主题——开业蛋糕打折卖

(1)活动日期：开业后5天内

(2)活动时间：上午8：00——16：00

(3)活动地点：克莉丝汀北圩路分店

(4)活动概况：活动当天前30名顾客，可享受8折优惠

(二)主题——美味糕点免费尝

(1)活动日期：开业后5-15天

(2)活动内容：在店内的柜台上放置6小盘子，每个盘子放置一种糕点若干，消费者可以先品尝口味再做出是否购买的决定，并配有专业的导购员在旁边给予指导购买。

(3)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅;

(4)注意事项：免费品尝的糕点，总量限制在1kg以内;

(三)主题——美味糕点免费送

(1)活动日期：开业后15-30天。

(2)活动方法：每购买一斤面包，赠送一两;每购买蛋糕一个，赠送迷你小蛋糕一块;

(3)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅;

(4)注意事项：每天免费赠送的顾客限制在50名以内;

(四)主题——玩骰子拿奖品

(1)活动日期：开业后30-35天

(2)活动方式：凡在本店购物满50元的顾客，即有机会凭购物小票到收银处参加“玩骰子”游戏活动，掷骰子的次数，满50元有一次机会，满100元的有两次机会，满150元的有三次机会，以此类推。奖项设置如下：

一等奖：掷出点数“六”，奖价值100元礼品卷;

二等奖：掷出点数“五”，奖价值5 0元礼品卷;

三等奖：掷出点数“四”，奖价值3 0元礼品卷;

四等奖：掷出点数“三”，奖价值 5元礼品卷;

(顾客凭礼品卷可以在店内随意挑选同等价位的商品)

(一)指示牌20元一个，一共2 1个，共计420元;

(二)传 单0.5元一张，一共500张，共计250元;

(三)雇佣粘贴指示牌及分发传单人员3人，50元/1人/1天，雇佣1天，共计150元;

(四)刊登活动广告，发表文章费用，共计200元;

(五)便贴纸一本，共计2元;

(六)空白奖状6张，0.5元一张，共计3元;

(七)10块克莉丝汀3寸乳酪蛋糕，成本10元一个，共计100元;

(八)现场制作蛋糕原材料6份，成本20元一份，共计120元;

(九)免费品尝糕点6份，成本共计20元;

(十)大堂及外围宣传横幅2条，5元一条，共计10元;

(十一)免费赠送的糕点，成本50元;

(十二)骰子及礼品券购买，制作费用5元;

综上所述，预算共计1330元。

1、通过前期指示牌和传单宣传，使公众对克莉丝汀北圩路分店有了一个初步的了解;

2、通过开业活动，给公众意外的惊喜，留给公众一个深刻的印象;

3、通过“开业蛋糕打折卖”活动，给公众以物质上的优惠;

4、通过“美味糕点免费尝”活动，让公众真正体会到克莉丝汀的魅力;

5、通过“美味糕点免费送”活动，使公众成为回头客的可能性大大增加;

6、通过“玩骰子拿奖品”活动，更加激励公众的购买欲望。

**公关活动策划书封面 公关活动策划书环保篇四**

一.标题

一份完整的公关策划文案，必须有一个标题，使人一读就明白这是一份活动策划书而不是一份工作小结或评估报告。

标题可以直接写成\"xx公司xx活动策划书\"，也可以采用点明某一活动主题的词语作为主标题，而将\"xx公司xx活动策划书\"作为副标题列在其下。

标题撰写要明白易懂。

二.前言

也称背景介绍。即简略地介绍组织策划这份文案的背景情况。因为，社会组织的任何一项公关专题活动的策划、组织和实施，都不是无缘无故的，均有其特定的背景和需要。只有阐明了这一背景和需要，才能引出后面的具体策划内容(方案)，也才能说明举办这一活动的迫切性和意义所在。脱离了一定的活动背景，会使策划内容(方案)使人看了不得要领。

前言撰写要简明扼要。

三.调查分析

公关策划是建立在调查分析的基础上的，调查分析是公关活动策划的先期工作。调查分析主要是对组织形象做出具体分析，可以从当前组织形象存在的优势点，问题点和机会点三个方面进行分析，从而明确下步公关工作的重点和方向。

调查分析要注重调查对象的代表性，调查手段的适用性，调查方法的科学性，资料收集的真实性和全面性，分析结论的可靠性。

**公关活动策划书封面 公关活动策划书环保篇五**

尽可能具体的写出策划名称，如“×年×月×日信息系×活动策划书”，置于页面中央。

这部分内容应根据策划书的特点在以下项目中选取内容重点阐述此活动时的各项状况。

将该活动的核心构成或策划的独到之处及由此产生的意义都应该明确写出。

根据活动的具体内容影响及意义拟定能够全面概括活动的名称。

此部分需明示要实现的目标及重点（目标选择需要满足重要性、可行性、时效性）。

作为策划的正文部分，表现方式要简洁明了，使人容易理解。在此部分中，用文字表述出活动的时间的先后顺序及项目，绘制实施时间表有助于方案核查。执行的应变程序也应该在这部分加以考虑。

活动的各项费用根据实际情清晰明了的形式列出。

内外环境的变化，不可避免的会给方案的执行带来一些不确定性因素，因此，当环境变化时是否有应变措施，损失的概率是多少，造成的损失多大等也应在策划中加以说明。

注明组织者、参与者姓名、单位（如果是小组策划应注明小组名称、负责人）。

**公关活动策划书封面 公关活动策划书环保篇六**

公关策划文案，又称\"公共关系专题活动策划书\"，是开展公关实务活动前必须做的一项工作。一个策划文案，表明了为了取得预期结果而必须采取什么行动的工作理论。理论决定着战术的选择，指导着具体的工作实践过程，是进行公关实务活动的指南。公关策划文案，是公关实务操作中最常用的文案之一，也是公关人员国家职业资格统一鉴定\"中级技能\"部分重点考核的内容。学会撰写公关策划文案，是一名合格的公关人员必须具备的基本功。

公关策划文案的内容主要包括以下十个方面：

一份完整的公关策划文案，必须有一个标题，使人一读就明白这是一份活动策划书而不是一份工作小结或评估报告。

标题可以直接写成\"xx公司xx活动策划书\"，也可以采用点明某一活动主题的词语作为主标题，而将\"xx公司xx活动策划书\"作为副标题列在其下。

标题撰写要明白易懂。

也称背景介绍。即简略地介绍组织策划这份文案的背景情况。因为，社会组织的任何一项公关专题活动的策划、组织和实施，都不是无缘无故的，均有其特定的背景和需要。只有阐明了这一背景和需要，才能引出后面的具体策划内容(方案)，也才能说明举办这一活动的迫切性和意义所在。脱离了一定的活动背景，会使策划内容(方案)使人看了不得要领。

前言撰写要简明扼要。

公关策划是建立在调查分析的基础上的，调查分析是公关活动策划的先期工作。调查分析主要是对组织形象做出具体分析，可以从当前组织形象存在的优势点，问题点和机会点三个方面进行分析，从而明确下步公关工作的重点和方向。

调查分析要注重调查对象的代表性，调查手段的适用性，调查方法的科学性，资料收集的真实性和全面性，分析结论的可靠性。

**公关活动策划书封面 公关活动策划书环保篇七**

中华民族经过了1840年至今进两百年的屈辱和磨难，终于在中国共产党的领导下，凭借着中华儿女特有的聪明，谦逊，勤劳，坚韧，我们开始走向了繁荣富强的光明大道。20xx年北京奥运会的申办成功，不但见证着长期以来中国取得的辉煌成就，更为北京，为中国，打开了一扇与世界沟通的大门，引来了无限的商机。20xx年北京奥运将让世界进一步了解中国，凭借20xx年北京奥运，中国将走向更广阔的天地，20xx年北京奥运也吹响了中华民族伟大复兴的号角。

经过五年的艰辛的申奥历程，我们赢了，再过二年的急切盼望我们即将迎来奥运，这让世界期待，更让中国欢腾。此时此刻，我们，一群拥有着同一个世界同一个梦想的两岸三地的大学生们能为奥运做些什么呢

首先，众所周知，追求美丽是欧莱雅文化的灵魂，欧莱雅也正是在美的主题之下，发挥自己所有的想象力，运用各种不同的方式传递着其对于美的理解和追求，履行着它神圣的使命。而欧莱雅的每一个产品传承美的精髓，幻化为自身含蓄内敛的高贵气质，并且闪耀出最为时尚绚丽，五彩缤纷的光芒。

对于当代的大学生来说:一方面，他们既享有与生俱来的青春和活力，又是社会精英群体，无疑是欧莱雅公司产品的最佳适用者，更将会成为未来消费主体。另一方面，时代赋予当代大学生的伟大的历史使命和任务，使得为奥运喝彩，为奥运奉献他们的力量，成为每个充满激情的当代大学生心中跳动的旋律。

于是，我们在奥运与欧莱雅和大学生中找到了最佳契合点。

其次，大学生作为社会的精英群体，是优秀的人才，他们代表着较高的品味和购买力，本应该引领社会时尚的潮流，但社会上正是缺少这一种由大学生引领的文化，他们总是处于被接受的地位，随波逐流，我们希望通过此次活动来让大学生成为主导时尚潮流的力量。

再次，时代在发展，社会在进步，我们想证明八十年代后不是垮掉的一代，而是真正地把个人理想与崇高的社会理想相结合的一代!我们智慧!我们美丽!我们希望在20xx奥运会上那面鲜红的共和国国旗上释放我们的能量。

考虑到以上因素，我们策划了欧莱雅福娃真人show活动，即在当代大学生中选拔出最能代表奥运吉祥物五色福娃性格特点的真人福娃。这个活动像一根红线，在奥运这个主题之下，一头紧系着素以高雅，美丽。，责任而著称化妆品行业的国际巨头―欧莱雅集团，另一头紧系着我们中国最具有活力，最时尚，最有创新精神和表现力的群体，美丽的代言人，当代的大学生们。

从公关策划的角度而言，我们策划的思路不是打一个局部战争，而是进行一个大战役，所以我们采取了集束攻关和立体攻关相结合的方式。在空间范围内，以点带面，以局部带动整体，使其产生连锁反应和裂变效应，在运营策略上，综合运用各种媒介，联合各层次的合作者，集中造势，形成一种放大效应和光环效应，从而实现我们的策划目标。

我们的公关活动有天时地利人和的优势，能最好的表现出当代大学生的青春风采，彰显奥运会的时尚风情，将让大学生热情活力，携欧莱雅的美力，与奥运之火共同燃烧，为北京奥运，为我们的祖国，献上青春的热情，增添一道亮丽的色彩。

总而言之，一个个新颖的细节将使我们的活动成为一个传奇和经典，它将释放出21世纪中国公关史上最璀璨夺目的华光，我们坚信:impossibleisnothing!

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找