# 最新广告的推广方案(五篇)

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-09-01

*为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。广告的推广方案篇一...*

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**广告的推广方案篇一**

能够参与远洋明珠大厦的广告运动，我们深感荣幸，定必尽力为远洋明珠策划并创作富有销售力的广告。

产品分析

1、珠江新城的概念：

珠江新城是广州未来城市中心。

规划完美，是到目前为止，广州最具气派的规划。

文化设施完备，是现代化的生活居住地点

是最有投资魅力的热点。

总之：珠江新城经过多方媒体的报道，其魅力已经覆盖广州。

2、珠江新城的负面印象：

目前环境差。未来的几年都是一个大工地，住在珠江新城就像住在工地。

珠江新城是非常昂贵的，住宅的单价高，只有富豪才住得起。

现在珠江新城的生活设施还不完善。

3、远洋明珠大厦的特点：

位于广州新城市中心―珠江新城。

小开间，以中小户型为主，总价低。

准现楼。

毛坯房，外墙色彩高雅，利于业主按照自己的喜好和个性装修。

面对江景，周边绿化好，景观怡人。

靠近五羊新城、天河，生活方便。

广州大道旁，交通便利。

新大厦是它的隔音墙。

广州远洋集团的雄厚实力为后盾。

4、其他主要珠江新城楼盘的情况

新大厦：

醉人江景时刻拥有

世界级名师设计，放在香港也是豪宅

均价9000元/平方

总之，在我们的附近是富豪的居所，我们有同样的地段价值。但是我们的目标消费群并不一样。

**广告的推广方案篇二**

前言

能够参与远洋明珠大厦的广告运动，我们深感荣幸，定必尽力为远洋明珠策划并创作富有销售力的广告。

一、产品分析

1、珠江新城的概念：

珠江新城是广州未来城市中心。

l规划完美，是到目前为止，广州最具气派的规划。

l文化设施完备，是现代化的生活居住地点

l是最有投资魅力的热点。

总之：珠江新城经过多方媒体的报道，其魅力已经覆盖广州。

2、珠江新城的负面印象：

l目前环境差。未来的几年都是一个大工地，住在珠江新城就像住在工地。

l珠江新城是非常昂贵的，住宅的单价高，只有富豪才住得起。

l现在珠江新城的生活设施还不完善。

3、远洋明珠大厦的特点：

l位于广州新城市中心―珠江新城。

l小开间，以中小户型为主，总价低。

l准现楼。

l毛坯房，外墙色彩高雅，利于业主按照自己的喜好和个性装修。

l面对江景，周边绿化好，景观怡人。

l靠近五羊新城、天河，生活方便。

l广州大道旁，交通便利。

l新大厦是它的隔音墙。

l广州远洋集团的雄厚实力为后盾。

4、其他主要珠江新城楼盘的情况

新大厦：

醉人江景时刻拥有

世界级名师设计，放在香港也是豪宅

均价9000元/平方

总之，在我们的附近是富豪的居所，我们有同样的地段价值。但是我们的目标消费群并不一样。

**广告的推广方案篇三**

1.广告联盟推广：主要包括付费推广和免费推广。

2.付费推广主要是在百度、谷歌等大型搜索引擎投放广告，还有一些大型的网络联盟做定向宣传。

3.免费推广主要是通过论坛发帖、博客软文、微博信息、友情链接、广告互换等。

4.由推广部制定一些营销活动，以此来吸引更多的企业在访问并注册易晒网。

把阿里巴巴、慧聪网等知名网站的信誉高、发展成熟的一些企业通过电话、企业转移页面转移到易晒网，不仅能使交易顺利进行，也能避免出现骗子商家，保证易晒网的声誉，而且其成熟的电子商务经验能够促成易晒网的不断优化，达到与客户“双赢”的目的。但这些企业往往对惯用的电子商务平台很信任，有一种依附性，因此转移起来有一定的难度，需要投入一定的人力，将此项工作长期进行下去。

具体转移方式

按照一定的标准选定要接触的优质客户清单

发送推广邮件――优质客户易晒安家。

备注：详情请见邮件模板“优质客户易晒安家”

客户点击了“同意安家”按钮后，将跳转到申请表格，申请表格详见模板――同意安家资料填写。客户填写好提交后，运营后台可以直接看到，之后根据客户的选择进行后续服务。

针对不同客户，邮件推广之后，我们可以采取电话营销模式，也可以采取聊天工具的沟通。

2、企业注册送大礼活动

“注册送大礼”活动的开展，主要是提升用户注册数量，实现用户向客户的漏斗的第一步重要转化。

a)首先设计我们的广告语，如“免费注册易晒网，大奖ipod等你抢”、“抢注易晒网，惊喜奖品连连送”等

b)其次，要求技术部配合推广部，制作广告专题页面，和邮件模板

c)发送邮件以及通过qq群等沟通软件群发活动信息，吸引客户

参与说明：

a.注册为易晒用户并填写真实完整商铺信息;

b.每月共20名，注册并填写完整商铺信息用户可获得活动奖励;

c.每月进行用户注册统计，以注册速度和商铺质量为标准，越早注册并且商铺质量度越高用户获得奖品越丰厚;

参与流程：

了解注册奖励

注册(注册的引导)

完善企业资料

发布商品

建立高质量的企业网站

获得奖励邮件推广主要包括产品服务推广邮件、定期邮件、专题邮件等

1.产品服务推广邮件，主要包括不定期的发送关于我们易晒服务产品的宣传推广邮件，如移动宝、网商通、连锁通等产品的推广邮件。

2.定期邮件是指试用服务到期邮件、订购到期邮件等

3.专题邮件是指营销活动专题以及新闻专题等，吸引更多的网站流量!

专题包括活动推广专题和新闻专题，分别由推广部和编辑部策划执行，技术部配合制作。制作专题的目的是为了更集中的表现某一活动和某一事件，希望以此更能引起客户的兴趣，从而更加深入的了解全程电子商务、运用全程电子商务。

以上就是我们推广的四个策略，细节部分可以参考金算盘运营管理文件的营销推广。我们应该认真的从每一个细节坚决执行，付出必有收获。

**广告的推广方案篇四**

一、活动宗旨

今年是我国律师制度恢复周年，为了更好地推进我市律师事业的发展，推进律师文化建设，宣传律师行业的先进典型，大庆律师协会与大庆电视台、大庆晚报共同开展宣传律师制度恢复30周年活动。

二、宣传媒体

大庆电视台、大庆广播电台、大庆晚报。

三、宣传方式

(一)大庆电视台

1、律师代表或领导，做客“市民议事厅”的直播室。回顾律师制度恢复重建的历程，展示30年大庆律师业发展的丰硕成果。

2、律师代表以现场访谈的方式回顾年来我市律师创业、发展与壮大的历程。

3、制作一期电视节目专题片，再现大庆律师事业的发展历程和辉煌成就。

(二)大庆广播电台

1、开展主题专访，从不同角度、不同侧面展现大庆律师业30

年所取得的辉煌成就。

(三)大庆晚报

1、在重要版面，通过突出报道、系列报道、全面系统集中宣传大庆律师30年来取得的成就。

2、每位律师援助一起法律案件，对律师法律案件办理情况进行连续报道。

(四)《黑龙江律师》杂志

1、在《黑龙江律师》杂志上发表此次庆祝活动的专题报道，图文并茂。

(五)《中国律师上》

1、在《中国律师上》杂志上发表此次庆祝活动的专题报道，图文并茂。

三、宣传工作委员会

§1.受众分析

老山药业→产品(药、保健品)→产品主力受众(重生活品质、重健康的中老年人)

南京广播电视报→服务(新闻、宣传)→媒体主力受众(有购买力、时间充裕的中老年人)

老山药业与南京广播电视报的受众群一致!

§2.目标分析

老山的企业背景：1971年3月创办的南京老山制药厂

受众认知：实力雄厚、品质保证

老山的优势产品：南京本土、制定国家标准的蜂产品

受众认知：南京人自己的优质蜂产品

老山的产品特点：中老年常备药品、保健品

受众认知：南京中老年常备药品、保健品

老山现在的位置：品牌稳固，但品牌形象不清晰

受众认知：老山是南京一位矍铄、稳重、经验丰富的老中医

老山的目标位置：

1、老山的蜂产品是南京人自己的蜂产品;

2、老山药业的产品是南京中老年常备药品、保健品;

3、老山在南京人心目中是一位矍铄、稳重、经验丰富的老中医;

老山能带给南京中老年人健康

如何到目标位置：见宣传/活动方案

是否到达目标位置：见效果测评

§3.宣传/活动方案

一、让老山的蜂产品成为南京人自己的优质蜂产品

(一)加强老山蜂产品是本土优质蜂产品的宣传

1、老山制定蜂王浆国标的新闻报道

报道时间：政府宣布蜂蜜国标期间报道版面：半版(2期)

版面位置：视界周刊―关注版整体费用：万

新闻宣传简介：以新闻的角度对老山制定国标进行系列新闻报道，并让信息以新闻的形式传播，让南京人民对老山蜂产品产生品质信任。如新闻报道主题可为“看企业制定国家标准――南京老山药业出台蜂蜜国家标准”

2、在蜂产品的旺销季进行蜂产品原料及品质宣传

宣传时间：20年7月7日――20年12月31日(16期)广告版面：半版

共计版面：8版整体费用：万

广告宣传简介：在蜂产品的旺销季，通过软文的形象宣传，打造老山蜂产品的品质形象及本土形象。在其他厂家都打价格促销战的时候，老山从其中跳出来专做品质宣传，但价格不变，以高质量、低价格取胜。同时，借助南京市民对本土品牌的好感和认可，以及老山产品本身的优质进行产品的营销推广。如宣传主题可为“老山蜂蜜，更了解南京人的健康”等。

(二)做些公益活动，惠及南京市民

1、蜂产品社区免费品尝会

活动形式：进社区进行蜂产品展示活动时间：随本报进社区时间(待定)

活动简介：不定期跟随南京广播电视报的广电卡活动，进入社区以举办免费蜂产品品尝会之名进行蜂产品展示。在现场设置凭广电卡以市场价优惠5元、10元、20元的折扣价购物活动。现场设置1―2名使用老山的产品后对老山赞不绝口的老客户到现场捧场，制造现场气氛。

**广告的推广方案篇五**

达到三高――高利润、高营业额、高知名度

情浓五月天，欢乐过端午。

活动一：包粽子

1、参加活动的消费者及负责人在超市前事先分好组。

2、人员、物品就位后，包粽子比赛正式开始。

3、比赛结束，评选出优胜队，并给予一定得奖励。

活动二：端午购物购满就送

与众不同的礼物给与众不同的你，在这特殊的日子里，我们还将送出我们的小礼物。只要您购满xx元，我们将送出我们的礼物。您想拥有一份特别的礼物吗，沃尔玛超市随时欢迎您的到来。

活动三：与粽子有关的产品促销

未来让广大消费者在端午节迟到粽子，我们超市特此对端午节有关各类食品和原料进行特教促销活动。

此次活动促销相关商品：

食品类：

散装粽子、包装粽子、糯米、红枣、食用油、火腿肠、白砂糖、虾仁米酒、红酒、糯米酒、咸蛋、松花蛋及其他蛋类

生鲜类：

五花肉、鸡肉、牛肉、虾肉、豆制品、汤料、紫菜

(1)提高竞争力

在中国与xx相似的超市很多，所以竞争就非常的激烈，此次活动不仅给xx带来了极高的利润，同时也大大的提高了xx超市的竞争力，使得xx超市在与之处于同样竞争地位的超市之间博得头筹。

(2)扩大超市知名度

在中国xx超市的地理方位还是偏繁华的地区，同时其又位于地下，超市的门面不是很显眼。但是通过举办此次活动所进行的扩大化宣传，使得xx超市在我国的知名度大大的提升，增加了客源，提高了商品的销售量。

(3)提升了超市的形象

超市举办的包粽大赛，体现了“与民同乐”的思想，更加的亲近消费者，拉近了与消费者之间的距离，使得消费者认为，来这里购物很放心，从而使超市的利润率提高。

此次的端午节促销活动采取了多样的促销方式，充分的考虑了消费者的购物心理和购物行为，在市场中一定能购达到超市策划和实施该活动方案时所预期的实际经济效果。

(1)端午包粽大赛预算xx元

(2)超市内外宣传条幅及海报xx元

(3)pop广告牌x个，x元

(4)快讯宣传单xx元

共计xx+xx+xx+xx=xx元

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