# 幼儿园春学期招生方案(五篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-10-17

*“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”。方案的格式和要求是什么样的呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。幼儿园春学期招生方案篇一所谓“彼”主要包括两个方面：商圈和竞争者。幼儿...*

“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”。方案的格式和要求是什么样的呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**幼儿园春学期招生方案篇一**

所谓“彼”主要包括两个方面：商圈和竞争者。

幼儿园的经营有很强的地域性，每个幼儿园基于自己的规模、发展规划和影响力都有一个基本的地理辐射范围。如一般处在城镇的200—400人规模的幼儿园应以幼儿园为中心3—5公里为自然半径。根据人口密集度和竞争者的情况不同可以灵活扩大这个范围。这个范围的形成取决于两个基本要素——家长的偏好和管理的难度。家长为了方便一般就近选择，幼儿园为了降低接送等管理成本通常就近招生。经营者应对这个范围所处的地理位置、住宅与企业分布、配套设施（如公立小学）、经济收入状况、人口数量组成和流动情况、文化教育水平、教育观念和价格敏感度等尽量有一个较全面的认识，在方法上可以采用比较法，如将发达地区、不发达地区和本地区做比较。对商圈较好的管理办法是分层与重点区域结合、逐片操作、逐步深耕。“分层”就是按地理远近分为招生核心层、有效辐射层、边缘层，对关系招生核心利益的核心层进行重点管理，保证在此区域达到高度的知名度，并结合的幼儿园经营获得通过口碑传播为主的美誉度，确保这一区域的生源不外流。“重点区域”就是核心层里生源密集的区域，如大企业、机关单位或规范管理的大型社区。可以通过与其管理机构的合作进行集中、长期的合作招生。“有效辐射层”是核心区域的外围，关系幼儿园扩大招生和近期发展的区域，这一区域的运作可以把重点区域操作法和小众分众传播结合起来，比如车体广告、精心设计的形象标示物传播等都可以在长期内取得宣传效果，此区域管理效果的衡量以知名度为主，美誉度为辅。“边缘层”是关系幼儿园长远发展的区域，也是防御竞争者的一线区域，在这个区域的策略以不定期的大众传播为基本方式，以获得知名度为基本管理指标。管理好“有效辐射层”和“边缘层”的另一个重要意义就是在长期内保持生源数量的稳定性，避免大起大落。“逐片操作、逐步深耕”一个是在面上要逐步做全，一个是在沟通的层次上逐步加深。比如逐个社区和企业搞活动，从形象宣传到教育观念的沟通。

邻近的幼儿园招生竞争是不可避免的，这方面政府审批会有一定的考虑，但核心商圈附近强有力的竞争者还是会对幼儿园造成很大的影响。如果是综合水平相近的幼儿园，采取“差异化策略”、“品牌借力”、“经营升级”等竞争策略，区分卖点，拉开差距都是有效的选择，尽量避免的是进入价格恶性竞争。如果对方在品牌号召力和教学软硬件方面优势明显，对附近的生源有很强的吸引力，则需要对症下药，根据实际情况采取针对措施。比如利用对方初期投资大，管理不到位，利用时间差对家长的亲情化沟通做深做细，做好教学和成本管理，给家长更大的优惠，或者引进“强势品牌”等办法都会相当程度上提高自己的竞争力。

招生的方法万变不离其宗，主要也是两个方面：挖掘卖点和有效传播。

卖点可以源于自身的也可以是外部引进的，或者是与周边相结合的，比如幼儿园毕业后升小学是家长很关心的一个问题，如果周边有优质的公立小学，和他们又有不错的关系，通常可以作为一个不错的卖点。先进的课程体系或师资的引进、幼儿园评级升级、幼儿活动获奖情况、硬件的优势等方面都可以作为卖点。卖点的宣传内容和方式需要结合具体的传播方式和环境，结合自身资源、家长获取信息的渠道、竞争者的宣传策略等。有效的传播方式未必是高成本的传播。“多、快、好、省”永远是传播的终极追求。基于幼教不同于一般商业领域的独特性，过分的商业化包装反而会引起家长的抵触。因此宣传时，教育观念的沟通，富有人性化也是两条重要的基本参考要素。

知名度和美誉度是衡量品牌经营效果的两大指标，结合幼教行业的特殊性，建议采取“宣传为辅，重在沟通”的招生宣传策略。宣传是提高知名度的基本措施，获得家长的好感和美誉更有效的方法在于面对面的沟通。宣传可以出“奇”，沟通重在务实。下面将提供一些基本的沟通和宣传的参考方法，供幼儿园根据自己不同的情况选择：

一）、沟通

1、家长调查。对家长的教育水平、幼教观念进行了解。幼教不仅仅是幼儿园的事，家长的参与和配合甚至更重要。幼儿园通过调查方式了解家长情况，既可以传达幼儿园的教育观念，又可以充分了解家长情况，便于教学管理工作的开展。

要点说明：

l 调查应做的彻底，避免表面化，问卷需要精心设计。比如下面的现象恐怕都有一定的普遍性——有的经济条件比较差，无精力和能力充分关注孩子；有人认为孩子成长是自然的过程，不去多管他（她）；有的家长过分溺爱和呵护孩子，对孩子的一点点问题动辄反应过激。这些家长的情况都需要掌握，这样才便于有针对性地开展招生工作，也降低将来管理的难度。

l 通过调查掌握对招生有利的信息。比如有的家长比较热心，有的在计生或居委会等机构里面有号召力，他们的一句话有时候比一千张传单都有效。掌握这些信息后，可以通过邀请这些热心人士到园里指导工作，帮助找毛病提意见等方式，让他们充分关注幼儿园，关心幼儿园的发展。

2、专家讲座。请专家宣讲幼儿教育的先进理念和方法。和家长统一认识，提高幼儿园管理理论水平，现场交流为家长答疑，也能发现一些平常不易发现的问题。

3、专题培训。专家讲座因为费用问题，通常适合充分准备后的大规模宣讲，每学期招生期和学期结束的时候举办两次基本就可以取得不错的效果。专题培训就可以有针对性的小规模不定期举行，作为对大规模宣讲的补充，又增加了和家长深入沟通交流的机会，如饮食、保健、医疗等。幼儿园老师的亲情化内训也可以邀请家长参加。

要点说明：

※专题要选择家长关心或头疼的问题，比如针对现在的独生子女问题，建议爸爸妈妈“做孩子的知心朋友”；婴幼保健与营养方面经常为家长提供一些知识和配方；为充分调动家长的积极性和参与性，可以在专业人士引导下，让家长来讲孩子健康成长的经验和问题。针对内部的培训可以选择一些非常具有操作性，老师每天面对的问题，如“如何快乐工作”、“用妈妈的心走过每一天”、“怎样面对5类不同的孩子”等。

※精心设计一些亲子游戏，在老师参与下和爸爸妈妈一起玩。对老师和家长的配合互动有很大的帮助，易于消除孩子的陌生感和距离感，对提高家长的满意度也有很大帮助。

4、家长热线。有条件的幼儿园可以和培训机构或专家合办专家热线，规定每周末某段时间为家长解惑答疑。这种方式的好处是，回避面对面沟通家长的顾虑和不好意思，对家长的帮助是实质性的，是建立幼儿园口碑的很好的方式。

二）、宣传

1、外教参与招生活动：找几个肤色明显的外教参与招生活动，对吸引注意力有不错的效果，也能体现幼儿园对双语教育的重视和安排。

要点说明：

l 免费为孩子和外教拍照（一起做游戏、学习），留下家长的地址寄过去，这样就自然而然的了解了家长的信息，也便于通过相片的形式进行二次传播。

l 活动的场所可以选在人员流量大的超市、小孩子集中的公园或儿童娱乐中心、麦当劳肯德基餐厅等。组织小孩子一起表演，现场购物教学，配合幼儿园招牌或横幅一起宣传。

2、幼儿园形象玩偶。制作一些印有幼儿园形象、名称、电话的小玩具或标牌标贴，广泛散播到各种交通工具上，人气集中的商场等地方，传播的趣味性和长效性都会比较强。

3、“大客户”公关。附近的企业和管理规范的社区可以通过与其管理机构建立联系，在宣传栏定期张贴幼教知识、不定期的组织表演、邀请参观，让外教给企业或社区进行一次英语口语培训等方式开展宣传活动。

4、“回娘家”：如果是多年经营的幼儿园，“老客户”的作用不容忽视，他们的口碑传播很有力量，可以邀请家长和孩子“回家”看看，看看新的变化，关心一下孩子现在的成长情况等，都是富有人性化的宣传措施。

要点说明：

要取得效果，一定要买一点纪念性的小礼物，在用过的教室桌椅和原来的老师一起照个相。总之，明确目的在于通过强化“老客户”的认可协助招生。

5、温馨提示。现在多数幼儿园都把车接车送作为幼儿园服务的标准配置，因此有很多的接送站点，在这些站点做一个幼儿园的温馨提示牌，既能体现幼儿园的细心周到，在当地也能起到一定宣传作用。这种类型的温馨提示在园内适当布置，也会让家长感觉到独到的用心。

6、“新学期，新感觉”。每年从8月份中旬开始，各幼儿园的老师在经过短暂的休假后又以全新的姿态投入到新学期的招生教学工作中，这段时间的幼儿园是否也应该有个新的面貌呢？整理一下脱落的墙体，粉刷一新，增加几个色彩亮丽的可爱形象，继续就读的小孩子也有新鲜感，新来的家长也心情舒畅，投入也不大。

像这样成本节省又新颖的招生方式还有很多，幼儿园需要根据不同的情况灵活选择。

三）招生措施

方式一：到超市、商场投放宣传资料

方式二：联合小区做活动

方式三：到商场小区设置招生点(张贴海报)

方式四：教师与家长之间手递手的发放

方式五：进行亲子活动

方式六：夹报、书刊等   ．

方式七：刊登广告

方式八：网络宣传

方式九：利用节假日进行幼儿的演出和外出活动

 超市商场投放宣传材料

 根据我园的收费标准分析入园的适宜人群，所以在投放点的选择上要选择稍大的超市和商场。

  根据我园的现状应分析从就近的超市或者商场开始宣传，逐步延伸到各班车线路周边。

   周边超市分布：详见附录

    具体措施：

   1、锁定目标超市及商场，电话联系可否放置宣传材料。

   2、到超市、商场和负责人或服务台进行沟通，商量合适方案及放置、发放办法。

   3、负责人跟踪发放情况

    联合小区做活动

   结合节日联合小区做活动，如母亲节、父亲节、儿童节、等节日。根据不同的节日组织不同的活动。

   活动的基本形式j亲子运动会、亲子手工制作等活动

    具体措施：

   1、了解周遍小区的分布图，锁定我们的目标小区。

   2、和小区的物业进行联系确定我们的活动方式。

   3、提前向家长发放通知使其了解活动的大致内容。   ‘

   4、组织主持活动并进行宣传或者材料的发放。

   到商场、小区设置招生咨询点

   利用周六、日可以到幼儿园周边小区、商场设置招生咨询点，进行和家长面对面的交流和解答，并登记留下咨询家长的资料，以便日后联系。在小区张贴海报以便达到长期的宣传效果。

   资料准备：家长手册、宣传海报、咨询登记表、红幅

    具体措施：

   l、与小区物业进行联系，商议咨询点的设置。

   2、商议如何在小区的宣传栏里张贴我们的海报。

   3、红幅的悬挂。

   4、准备接待家长，及咨询者。

 教师与家长之问手递手的发放

   为了保证我们资料发放的目的性和有效性，我们可以进行和家长的手递手的发放，以便我们能和家长进行面对面的交流。

 具体措施：

 1、选择发放地点，可以选择商场或者超市门口等人流较大的地方。

 2、培训教师，统一招生口径。

 3、有意者留下家长资料及电话，以便日后取得联系。

 4、发放宣传资料并向家长介绍我园特色。

 5、统计整理家长资料。

举行亲子活动

根据季节的不同组织不同的亲子活动，如春秒季可以组织幼儿和家长的运动会。可以在周六日开设亲子班。

具体措施：

1、在海报的宣传上除了日托班的宣传再加上亲子班的内容。

2、做出亲子孙班的教学

计划

以及每次活动的流程步骤。

3、利用周六日请1岁到1.5岁的孩子和家长一起来园参加活动。

4、长期举办并记录下家长的资料，为其幼儿的入园打下基础。

宣传资料的夹报，书刊等方法

对周边的报亭进行统计，选择可用报亭。了解北京免费杂志及其发放渠道。选择我们可以放置、夹放的杂志或报纸。

1、向报厅主人了解，哪些杂志卖的比较快，并和其商量如何进行夹报，杂志宣传。

2、北京地铁周刊是免费杂志，和其负责人商量如何夹报发放。

3、向带孩子的家长赠送书刊，内夹宣传材料

刊登广告和网络宣传等等也是很不错的方案。

利用节假日进行演出和外出活动

利用儿童节，圣诞节，母亲节，父亲节，教师节等一些节日进行演出活动，并进行幼儿园的宣传活动。我们可以选择春天，秋天等合适的季节，选择一日幼儿外出，进行踏青，活动。在各大节日进行演出，可以联合社区等做活动。春季可带幼儿进行踏青或者远足等活动。

秋季可以带幼儿进行采摘等活动。带幼儿外出参加表演、比赛等。

**幼儿园春学期招生方案篇二**

xxx园内现有的班级，如托班、大班、中班或小班，各有几个，各个班级里现有人数与满员人数显示对比。

经过园况分析，预计各班级的招生人数外，另外是否还需增加班级，现有班级加新增班级共计招生人数

1、通过幼儿园网站上发布相关信息进行宣传，将校园网站进行完善。

2、通过才艺表演进行宣传。

利用节日进行宣传活动：如商场内部或一些少年宫广场，由各班级内部进行演出，与此同时教师进行宣传和介绍活动。

具体办法：到各小区、商场、超市进行宣传活动。与小区的物业进行联系，可以张贴海报，可设专门咨询点。

注意事项：在与家长交流的内容要完整、准确的体现幼儿园的特色，并留下家长资料和联系电话。事后与家长取得联系，以便确定其来园参观或参加活动的时间。

时间安排：各位教师可以根据自己的时间进行安排，如下班后、周六、周日等。

1、教师向家长宣传我园并留下咨询家长的详细联系方法和资料的，每份资料奖励该教师xx元。

2、和家长取得联系后家长来园参观或参加活动的，来一位家长奖励该教师xx元。

3、家长带幼儿参观或参加活动后满意，并交费入园的，每入园一名幼儿奖励该宣传人xx元。

4、如果半内幼儿数量达到定额，则奖励该班教师xx元。

5、如果全园完成招生人数，达到定额，则奖励全体职工共计xx元。

**幼儿园春学期招生方案篇三**

(一)做一个较为详细的家长入园选择调查

只有知己知彼才能百战不殆，在宣传之前，应该做一个详细的市场调查，研究家长的心理。例如，了解家长选择幼儿园的关键是什么，以及在入读幼儿园时，家长希望孩子在哪些方面能得到发展等。

(二)根据调查的信息，制定宣传具体内容

1、找出公立幼儿园与私立园的不同之处，变劣为利，以迂为直。

例如：针对现在公立的幼儿园比私立的幼儿园收费低，我们可以让家长理解为，付出与回报都是成正比的。强调幼儿园好的方面，让家长觉得值得。

2、找特点，将别的幼儿园没有的，而自己有的东西表现出来。

例如，公立幼儿园一到报名时间就被围得水泄不通，他们不肯提供加时照看幼儿的服务，由于名额的关系，在公立幼儿园，孩子一般充当的都是可有可无的角色，而私立幼儿园则不同，这就是优势所在。

3、找准幼儿园的办学理念，与家长尽可能地沟通。

办学理念，是校长基于“办什么样的学校”和“怎样办好学校”的深层次思考的结晶。办学理念，从某种意义上说，就是学校生存理由、生存动力、生存期望的有机构成。因此，在这个方面，跟家长充分沟通，有助于帮助他们对幼儿园深入了解。

(一)线上招生

招生要兼顾线上、线下两个方面，协同带动。线上可以通过制作专题页、广告投放，而最方便快捷的，莫过于通过新媒体进行宣传、招生。可以通过软文传播，结合社会实事、热点话题;也可以通过硬广，但要把幼儿园的优势凸现出来。可以通过h5页面进行传播、扩散，也可以通过策划一些活动，如发放优惠券、代金券以及借助于一些小游戏等，吸引家长参与其中，但主题一定要新颖、操作一定要简便易行。

活 动 方 案：

1.手机报名享优惠

手机报名，时间设置成1周，一周以后，手机报名活动自动关闭。

为了让招生活动有立竿见影的效果，还需要使出必杀技——手机报名有优惠/有礼物，比如：

前10名报名的享有8折优惠;

前50名报名的享有9折优惠。

前100名报名的可领取200元代金券。

前200名报名的，都将获得印有幼儿园logo的书包一个。

2.推荐有礼

家长通过手机报名，只需填写：宝宝姓名、年龄、手机、推荐人四项信息即可。

这个推荐人可以是老师，也可以是家长，幼儿园需要给成功推荐生源的家长或老师一个小礼物作为感谢。通过这种方式，可以轻松地统计出来各位老师在招生上都做出了多少贡献。

(二)线下宣传

这是最传统的推广方式，也是常玩常新的一种方式。

1.到商场、超市投放宣传资料。

根据幼儿园的收费标准分析入园的适宜人群，在投放点方面，要选择中大型超市、商场及就近的超市开始宣传，逐步延伸到周边各公众场合。

具体措施：

①锁定目标超市、商场。电话联系是否能放置宣传资料。

②到超市、商场，和负责人或服务台进行沟通，商讨合适方案及放置点、发放办法。

③负责人跟踪发放情况。

2.联合小区做宣传活动。

结合节假日，联合附近小区做宣传活动，根据不同的节日组织不同的活动。活动的基本形式如亲子手工制作、亲子游戏等。

具体措施：

①了解周边小区的分布图，锁定幼儿园的目标小区。

②和小区的物业进行联系，确定活动方式。

③提前向家长发放通知，让他们了解活动的大致内容。

④活动正式开展，派发宣传资料，做好登记工作。

3.到超市商场小区设置招生咨询点。

节假日、周六日，可以到幼儿园周边小区、商场超市设置招生咨询点，进行和家长面对面的交流和解答幼儿入园疑难问题，并登记留下家长的资料，以便联系，在小区、村庄、站台张贴宣传海报，以便达到长期宣传的效果。

具体措施：

①资料准备：宣传海报、易拉宝、条幅、登记表格等。

②与小区物业取得联系，商议咨询点的设置。

③商议如何在小区的宣传栏内张贴幼儿宣传海报。

④横幅的悬挂。

⑤易拉宝的摆放。

⑥接待家长，做好登记工作。

4.先试园后入园活动

新入园幼儿可享受半月的试园，即先入园体验，满意再交费，这种对于家长来说“0”风险的活动可以吸引一些举棋不定的家长，当你交钱给我的时候，并不代表你对我价值的认可，而是你愿意给我一个机会，让我一步一步的展示给你看，我所说的一切我都能做到。实验证明，一般试园后的家长都会很爽快地缴费办理入园手续。

很多人认为这很恐惧，其实你仔细算一个帐：假如说在你不用“零风险承诺”的情况下，你只能招10个孩子，而你用了它招了30个孩子，就算有30%的人退掉了，结果是什么?结果是你多招了11个孩子。更重要的是，这21个孩子的家长会更欣赏你，你们之间的信任度加强了，家长对你更感激了，因为你有这个魄力提供零风险承诺，这对他来说是一种待遇。所以你要看清这一点，不仅你的收入加倍了，更重要的是你与家长之间的关系变得更融洽，更信任了。

5.赠送礼品

这一般是与其他活动方式同步进行的。目的是采用迂回宣传，让家长在不知不觉中接受了宣传，就比如现在大多数人采用的，发放印有幼儿园标志、电话的纸巾、扇子、笔和气球等。

现在每个家庭都是独生子女，家长对孩子的宠爱自然不在话下，孩子需要的东西，家长总是尽可能地去满足，所以，在招生方面，我们可以做一些能抓住小孩子心理的宣传海报，然后制作一些简单精美的小名片、卡片发给小朋友。制作方面，结合现在颇受小孩子喜爱的动画人物或游戏图案，运用里面的一些标志，再加上幼儿园的电话和简介。他们一定爱不释手，这自然也会引起家长们的兴趣。

6.与周边小学取得联系

孩子幼儿园毕业后升小学是家长很关心的一个问题。了解幼儿升小学的基本要求，解决幼儿升小学对学校的选择。我们可以带幼儿去学校参观，提前体验小学生活，解决家长后顾之忧。

7.异业合作

幼儿园可以在周边选取合适的异业结盟对象，凭借对方的品牌形象与名气，来达到吸引家长、完成招生的任务。例如，可以和麦当劳、人寿保险等合作。另外，还可以和周边单位挂钩，单位职工子女享受优惠待遇，从单位的立场来说，增加了职工福利，从幼儿园方面来说，则是扩大了幼儿园的影响力，增加了固定生源。

(三)注意事项

1.宣传页的发放

首先，宣传页的制定不仅要精美，彰显幼儿园实力和特色，还应具体，如幼儿园特色方面，可以采用表格对比方式，相对普通幼儿园形成一目了然的优势，表格的子项包括：班容量、教育理念、特色课程、硬件设备等。

其次，为了增加收到宣传单的家长走进幼儿园进一步了解的机会，可以在宣传页中附加附页，如图片涂色篇，并注明：完成涂色的宝宝，可以在家长的陪同下于某月某日到幼儿园领取精美奖品一份，或参加免费亲子游戏一次。或者附加问卷调查，教师以问卷调查的方式发放宣传页，针对家长较关心的问题设问，并邀请家长到幼儿园参加幼教专家关于家庭教育方面的讲座。这样，既能增加家长对宣传页阅读的兴趣，又提高了家长走进幼儿园、对幼儿园进一步了解的机会。

2.稀缺性与紧迫性

“并不是每个孩子都能进来，我有一定的数量限制。”幼儿园要设计这个稀缺性。怎么设计?“我园只能接收100个孩子，为什么?因为我希望能照顾到每一个孩子，所以我不能接受很多孩子。”为什么稀缺性很重要?如果你没有稀缺性，对方会犹豫，因为稀缺性会造成一种失去的感觉。

紧迫感是什么?是时间有限。比如招生，我可能在8月20号就停止招生，虽然20号以后还有很多人打电话，但我根本无法应付，因为没有时间了。我们希望在20号以后全力以赴地做好开园准备。这是一个时间的紧迫感，如果你在20号之后，再打电话过来，“对不起，我们无法帮你。”所以这就增加了家长的“紧迫感”。紧迫感和稀缺性是相关的，这两个可以相互地加强。没有紧迫感和稀缺性，你很难招生。

3.口碑营销

其实家长就是最好的招生宣传，只要和家长建立了良好的关系，让家长觉得在幼儿园，他们的孩子在按照他们理想的方向发展，幼儿也每天都很快乐，幼儿园自然就有了口碑，通过各个家长进行宣传，幼儿园的生源自然就有了。

各班老师可以根据自己的时间进行安排或园内统一组织(周六、日、下班后)

根据园内生源情况，每位教师招生指标人数10人。

奖励办法：

1、教师向家长宣传幼儿园，并留下家长详细资料和电话的，每份资料奖励xx元

2、与家长取得联系后，家长来园参观或参加活动的，来一位家长另奖励xx元

3、家长带幼儿参观满意后并报名入园的，一名幼儿另奖励30元

4、如果半年内各班招生人数达到定额，另奖励班上老师100元/人

5、如果半年内全园完成招生人数达定额，奖励全体教职工100-200元

完成招生指标人数奖励办法：

1、每位教师完成10人奖励200元加提成

2、每位教师完成8人以上(含8人)奖励150元加提成

3、每位教师完成5人以上(含5人)奖励100元加提成

4、每位教师完成5人以下按招生提成提取30元/人

处罚办法：

在登记过程中有造假现象，一经发现处罚该教师50元

零完成率对该教师处罚50-100元

1、宣传地点设置

2、宣传人员分配(可分区域)

3、招生简章

4、招生时间

5、招生所需物品如小礼品、气球等

6、幼儿入园须知

7、招生横幅

8、校车

9、登记表格

**幼儿园春学期招生方案篇四**

本园现有班级6个，托班、小班、中班各一个，大班两个混龄班1个。托班现有人数9人，满员人数15人;小班现有人数22人，满员人数25人;中班现有人数23人，满员人数25;大班每班现有人数16、17人，满员人数25人，

托班预计招生6人;小班预计招生3人;中班预计招生2人;大班预计招生17人;另外需新增一个托班，预计招收幼儿15人。托班、小班、中班、大班加新增班级共计招生人数43人。

1、通过网络。在网站上发布相关信息进行宣传，将相关网站进行完善。

2、通过才艺表演进行宣传。

利用节日进行宣传活动：在“银座百货”进行演出活动;在“华联”进行演出活动。由小、中、大班幼儿在商场内部进行演出，与此同时教师进行宣传和介绍活动。

具体办法：到各小区、商场、超市进行宣传活动。与小区的物业进行联系，可以张贴海报，可设专门咨询点。

注意事项：在与家长交流的内容要完整、准确的体现幼儿园的特色，并留下家长资料和联系电话。事后与家长取得联系，以便确定其来园参观或参加活动的时间。

时间安排：各位教师可以根据自己的时间进行安排，如下班后、周六、周日等。

1、教师向家长宣传我园并留下咨询家长的详细联系方法和资料的，每份资料奖励该教师元。

2、和家长取得联系后家长来园参观或参加活动的，来一位家长奖励该教师元。

3、家长带幼儿参观或参加活动后满意，并交费入园的，每入园一名幼儿奖励该宣传人元。

4、如果半内幼儿数量达到定额，则奖励该班教师元。

5、如果全园完成招生人数，达到定额，则奖励全体职工共计元。

附:周边小区分布状况

周一、周二去小区;周三、周四去小区;周五去小区;

备注:每个小区连续去一个月,进行招生咨询活动.

宣传所需物品：海报、家长手册、条幅、入园咨询登记表

**幼儿园春学期招生方案篇五**

提高幼儿教育质量为中心，实行全方位的科学管理，注重幼儿素质的培养及智能的开发，办有多种特色教育模式。开设的语言、英语、珠脑算、美术、音乐、舞蹈等课程。

1、促进幼儿身体正常发育和机能的协调发展，增强体质、培养良好的生活习惯、卫生习惯和参加体育活动的兴趣。

2、培养儿童良好的心理素质和与人相处、合作、互助的良好品德。

3、发展幼儿智能，培养正确运用感官和运用语言交往的基本能力，增进对环境的认识、培养有益的兴趣和求知欲望，培养初步的动手能力。

统一报名、统筹安排录取

1、具有当地地区的户口、身体健康、智力正常的适龄幼儿。

2、大班：招收5---6岁

中班：招收4---5岁

小班：招收3---4岁

4月-5月

入园前，家长首先要带幼儿到幼儿园报名、登记;决定入园时，请家长带幼儿到我园指定医院进行体验，然后带体验结果及儿童预防接种卡片，预防接种证、户口本来园报到并办理入园手续。

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