# 最新公关活动策划方案(汇总8篇)

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2024-06-15

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。公关活动策划方案篇一主题：科技?人性化，xx首倡消防绿色宣言背景...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**公关活动策划方案篇一**

主题：科技?人性化，xx首倡消防绿色宣言

背景：消防行业鱼龙混杂，营销模式暗箱操作，消费意识尚属空白。

方案：在广州或深圳举行新闻发布会，邀请相关领导出席，由xx集团领导宣布消防产品实现升级换代，以科技?人性化为主题，标志消防产品进入绿色环保时代。

目的：以“科技·人性化”打破消防行业旧局，树立xx电子在消防行业科技、环保新龙头的形象。

软文标题一：消防产品步入数字时代 绿色环保荣登大雅之堂

软文标题二：守则亡 变则生 xx引领消防产业全面升级

2、公关活动之二——政府公关活动

主题：粤浙民企激情碰撞，谁可胜出？

背景：广东民企领开放之先，抢得第一桶金，形成新民企族群；浙江的民企迎头赶上，势不可挡，有望后来居上。区域经济和城市竞争力是最近相当热门的话题，而民企的走向更是在媒体中炙手可热，再加上省委书记张德江一直大力提倡发展民营经济，一份崭新的《民营经济报》正呼之欲出，此时举行辩论活动可谓天时地利人和。

方案：邀请xx集团负责人、浙江一民企负责人、有关领导和专家举行辩论式座谈。由两民企介绍企业情况和管理特色，由有关领导和专家现场点评广东民企和浙江的民企的各自特征。邀请电视台和新闻单位做现场报道。

目的：通过两地民企辩论的形式，吸引媒体关注，在较短时间内集中炒作，迅速推介xx品牌形象。

软文标题一：粤浙民企激情碰撞 折射未来两种走向

软文标题二：粤浙民企浓情对话 共谋区域发展大计

3、公关活动之三——产品销售活动

主题：地产消防企业联手，打造全新安全社区

背景：地产业依旧火爆，但营销手段逐渐趋同，地产商急需新的亮点吸引眼球。各大媒体的房地产版面也希望有新鲜的内容填充。

方案：与著名地产商等联手，由xx电子资助或以优惠价格向地产商供应消防产品。地产商配合炒作，宣称耗巨资从xx购买最新消防产品，合力打造全新的消防安全社区。

目的：目前各大媒体地产版面甚多，地产企业和xx集团联合炒作，全新思路和做法势必引发媒体关注。

软文标题一：地产消防企业联手，打造全新安全社区

软文标题二：打造安全社区 xx首选xx

4、公关活动之四——热点炒作活动

主题：民企牵手国际it巨头 消防产业酝酿智能升级

背景：wto背景下，国内企业加紧与国际产业巨头的联盟，比如汽车业和彩电业。相形之下，消防产业仍然维持低水平重复状态。如何实现产业升级和重组突破，与国际it巨头的联手将加快这一进程，同时此举也会成为媒体关注的焦点。

方案：与国际it巨头如英特尔或微软洽谈合作，由媒体关注合作进程。

目的：产业重组和升级一贯为媒体关注焦点，而与国际巨头的合作更让这一话题炙手可热。

软文标题：xx牵手国际it巨头 消防产业酝酿智能升级

5、公关活动之五：行业推广活动

主题：消防十大企业发表行业宣言，应对入世竞争

背景：随着中国加入wto的纵深化，市场竞争的加剧，越来越多的民族产业在与外资企业的竞争中拓展了自身的生存空间，占据了一席之地。但是，消防产业——这一与老百姓生命安全关系最为密切的行业却仍然处于传统和保守的态势，这一行业向何处去？未来怎样发展？在最近火灾频繁发生的背景下，这一趋势犹为引人关注。

方案：由xx联系业内其他企业，联合发表行业宣言，

目的：行业宣言一直是媒体关注的焦点，消防产业——这一封闭已久的行业突然发表行业宣言，不啻在平静的湖面丢下了一块巨石。

软文标题：消防产业坚冰融化，行业宣言石破天惊

**公关活动策划方案篇二**

三、活动分解：

1、活动时间分析：

我们选择中秋节这个中国人传统的节日结合了中国人的民族传统，这个节日表达的是中国人的家庭情节，合家团圆的美好愿望，而保险企业本身的服务就是针对家庭和亲人的保障，因此在理念上是一致的，在这个时候做活动更有强大的公益性，传达的是企业对目标受众一份浓浓的亲情，更利于感动目标受众，同时距某公司入渝近半年时间，企业更应该对自己的目标客户传达来自企业的关心和问候，并邀请自己的客户现场体验，保险企业经营的产品是无形的，实际是一种企业形象和消费信心，消费者切身体验到的是来自企业的服务，更需要的是在创新、创意和更酷的高度来构建自己的核心价值链，遗忘自己的客户终将被客户抛弃。所以我们认为在这个时间策划一系列的公关活动是非常符合企业实际现状的，更符合保险企业亲情营销原则。

同时我们给该活动较长的准备时间，为的是精心策划、执行到位，做好每一个细节，完全留给客户一个深刻的印象，保证活动的质量、充分传达某公司的企业形象。

2、活动地点分析：

明月几时有?把酒问青天。

不知天上宫阙、今夕是何年?

我欲乘风归去，惟恐琼楼玉宇，高处不胜寒.

起舞弄清影，何似在人间?

转朱阁，低绮户，照无眠。

不应有恨、何事长向别时圆?

人有悲欢离合，月有阴晴圆缺，此事古难全。

但愿人长久，千里共蝉娟。

因此我们选择朝天门两江交汇处的水域，更能激发参与者的幽古之情，符合中秋明月的大背景，给与会者一次难忘的心灵震撼之旅，深深刻上中美大都会的企业印记。

3、活动形式分析：

本次活动为社会高端人群量身定做，深度把握目标客户的价值心理需求，整个活动是在轻松、自由的氛围中举行，背景音乐是高雅的民乐，场地是豪华的游艇上，满目尽是山城璀璨的夜景，满眼尽是可以相交的朋友，入耳尽是让人忘欲的高雅艺术，还有极新奇的事物，亚洲第一个动感、仿真造型的广告牌，并且还可近距离体验飞艇的飞行魅力，此情此景，真有不知今夕是何夕的感动!

我们设计的每一个活动都极具细节，体现一个国际大企业背景的实力，并且活动内容是充分的中国传统民族文化和艺术，表达的是企业完全本土化运作的企业理念，表明的是某公司服务于中国高端人群的企业宗旨和决心，体现出差异化的营销策略，区别于本土的保险企业，区格了竞争对手在高端价值人群的分食能力，是一种实力也是一种姿态、专心、专业，专注于目标客户的满意与忠诚，这样某公司的企业形象跃然纸上，真正丰满和鲜活起来。

4、活动亮点分析：

亲情营销、直指价值人群情感核心

本次活动完全以情动人，围绕目标人群尽打亲情牌，不管时间、地点、内容等各方面细节完全展现某公司的亲切魅力，从细节入手而不牵强，真切体会与会者的情感需求，以情取胜，无形胜有形，水乳自然交融。

情景体验、建立企业核心价值链

本次活动完全针对高端价值客户，注重整个活动现场的包装与现场气氛的烘托，让每个临场嘉宾都能深切感受现场氛围，完全被现场活动感动，融入现场活动，领略某公司国际化企业背景和特色服务营销魅力，陶醉在传统的民族音乐魅力中，还有山城夜景、两江灯火、中秋明月;这一切都那么层次分明地立体构造整个晚会活动场景。

**公关活动策划方案篇三**

活动宗旨:我们将以会员喜闻乐见的方式宣传公关的基本知识，提高广大会员参与活动的积极性，增强会员的公关素养。

活动主题:公关风采展，展现公关风采

活动内容:

1、我们以图片等方式向广大会员宣传公共关系的起源，发展以及一些基本原则等基础知识。如果赞助允许我们还将向会员分发知识手册。

2、我们还将请冯兰老师以及知名化妆品品牌顾问给会员们讲解着装和化妆技巧等使用的公关礼仪，使广大会员在日常生活中能够体会公关知识的重要性。

活动目的:

1、普及基本的公关知识，根据会员大会的情况，会员们不具备基本的公关知识。

2、采用活泼有趣的形式，传授使用的生活技巧，提高广大会员对协会活动的信心和兴趣。

参与对象:协会新老会员

活动安排

公关图片展

预期时间:4月10日-15日

预期地点:博园主干道和荟园主干道

活动安排:博园主干道和荟园主干道张贴公关知识宣传单

组织人员安排:负责人:黄飞参与者:协会其他骨干成员

公关仪表礼仪讲座

预期时间:4月11日晚7:00

预期地点:三教b205

活动安排:邀请冯兰老师以及化妆品品牌顾问给会员们讲解一些日常的着装礼仪和化妆技巧。

组织人员安排:负责人:黄飞参与者:协会所有骨干成员

宣传计划

公关图片展不采用宣传，因为它本身就是一种宣传方式。

仪表礼仪讲座宣传:手绘海报，3次\*3张=9份

手写海报30份，2次每次15份，贴于食堂，宿舍，信息栏

财务计划

**公关活动策划方案篇四**

一、项目背景

根据对\*\*食品饮料有限公司的公关调查报告，得出结论。该企业是一个正在迅速发展中的中小型企业。虽然在该行业的企业管理、产品开发、产品质量、技术研究上有待更进一步发展，但较之同类型、同一规模的企业还是有一定的竞争力。企业当前所面对的一个问题是企业在公关宣传中没有达到预期的效果，包括企业的业务在各地方政府、相关企业、消费者心中的认知度、美誉度都不是很高。对于一个刚跨入全国市场的企业，在各地方的业务都还没有稳定成熟，此时企业在公关上还需做大量的工作。为实现企业能在公众心中树立良好的企业形象、更高的美誉度和将企业的公众认知度有原来的15%提升到20%这些个目标，特为\*\*食品饮料有限公司做此公关宣传的策划书。

二、活动主题

爱心\*\*幸福千万家

三、活动目标

通过参加产品所在地的食品展销会，结合“向红十字会捐赠”爱心活动借用地方媒体宣传，提高xxx公司及产品在公众心中的认知度与美誉度。在公众心中树立\*\*“爱心+健康”的企业形象。

四、综合分析

1企业概况

公司目前生产以果汁为主，拥有专门的产品研发部门，企业产品种类丰富，并且在不断增加新产品。企业引用优质水源，新厂远离工业区，产品所采用原材料均来自上海的大型食品加工企业。新工厂面积上扩大二倍，生产环境更舒适，最新引进大型灌装机等自动化先进设备，产量直接提升到原来的一倍。生产车间同外界隔离，职工在生产过程中严格按照规定操作，并每天对生产车间清洗消毒，质监部门对产品的生产、加工、包装各个阶段在质量、卫生上严格要求以确保给消费者健康放心的产品。

3市场分析

通过企业负责人了解，在国内同类型、同规模企业中，\*\*食品有限公司生产的饮用品占全国市场份额的18%。产品主要在河南、山西、山东、湖北等周边一些省份占得份额较高。其中大部分地区的市场只是初步进入，还需进一步加强公关活动来巩固和壮大。

4消费者分析

\*\*食品饮料有限公司生产的各种饮用品在企业所在地有一定的认知度。虽然在外地市场与之竞争的企业较多，但xxx凭借自己产品种类丰富、较高的质量要求加上价格优势，其在各年龄段都有会大量的潜在消费者。加之企业的诚信经营，应能赢得更多客户和消费者的青睐。

五、基本活动程序

1时间以各业务所在地展销会举办具体日期而定，但必须在会展举办前一个月掌握展销会的有关信息，尽可能的取得有利的展位(最好是在展销会场入口附近)。

2精心布置会场，要求展台上的内容除产品样品外，其他事物、图片、装饰器具都要围绕“爱心\*\*幸福千万家”这一主题。

3采用公关技巧，取得会展组织方的许可另设专柜向参展公众免费提供本企业的饮用品。

4在参展前向地方媒体发布公告，企业会将本次会展签的订单中抽取15%的利润用于捐赠红十字会的爱心活动，并邀请媒体到会展现场跟踪报道。5会后对本次活动做总结。

六、传播与沟通方案

1会展前向地方媒体告知此事，并同该媒体签订一定时期的广告业务。将企业与红十字会的爱心活动制作条幅标语置于展台旁，会展期间邀请红十字会有关人员和媒体记者到会展现场做监督和跟踪报道。并做留影和录像记录纪念此次活动。2在展厅附近向参展公众发放企业及其产品特色的宣传单。

3企业领导亲临会展现场，与客户进行产品、服务、行业发展等交流。4由专门人员对企业、企业产品及爱心活动的讲解。

七、预算经费

发放精致传单份600元;展销会展位租赁费用6000元，租赁两天;展位装饰费用1000元;员工薪酬费用3000;生活费用开支600元;媒体广告费用9600元，选择地方主流电视台的7：30播放段播放两期。.预算经费总共26800元。

八、预测效果

将展销会与红十字会的爱心活动结合起来应能起到两层效果。一方面给参展的顾客留下深刻的印象，使顾客感觉该企业必定是讲诚信的企业并愿意同其建立合作关系。一定程度上增加企业订单增加企业效益;另一方面通过媒体的宣传必定提高企业的的认知度，在消费者心中树立良好的企业形象，让消费者认知该企业是一个有爱心有社会责任的企业，最终增加消费者对企业的消费信心。

**公关活动策划方案篇五**

(一)企业宏观环境及行业分析

x集团股份有限公司创立于1981年，是目前中国最大的、全球性规模经营的消费类电子集团之一，旗下拥有三家上市公司。目前，该集团已形成多媒体、通讯、家电和部品大产业集团，以及房地产及投资业务群，物流及服务业务群。如今经营，大多数企业都会在之余开始关注国家大事，老百姓的生活、安危。需要的时候都会积极发挥企业的影响力与号召力，贡献自己的力量实现社会价值，为行业、产业链乃至整个社会做出贡献。

(二)消费者分析

集团此次公益活动的主要消费群体为教师及其他们的家庭成员，这类消费者更注重产品的经济实惠、实用性、品牌等。一般购买家电是在专卖店、网店、大卖场及超市，他们容易受到品牌的实用性及价格的影响来购买产品。

(三)竞争对手分析

x集团通过这次扶贫助教的活动，借助新闻媒介的广泛传播，以期唤起公众的慈善之举，扩大集团的知名度，能够让更多的社会公众认可，同时也在消费者心中树立良好的美誉度，为提高销售额打下巩固的基础。

(一)主题一：爱心赠送，学习无忧

(二)主题二：感恩教师，美好知识

(三)主题三：爱心传递，温暖你我

江西现代职业技术学院所有师生

活动地点：江西现代职业技术学院

(一)主题一：爱心赠送，学习无忧活动流程：11月20日在零陵区所有学校宣传此次活动。向学校及评选出来的贫困教师赠送教学用品和礼物。

(二)主题二：感恩教师，美丽知识活动流程：11月22日在永州零陵九中举行授课演讲比赛，邀请永州零陵所有教师参加比赛，邀请当地的电视台记者现场播放以及当地有关部门担任评委。比赛分为初赛、复赛、决赛，可以是团体或个人参赛。奖项设置为：一等奖获tcl 32寸彩电一台(一名)二等奖获tcl双门小冰箱一台(二名)三等奖获手机tcl i780手机一台(三名)

注：报名仅限50人，比赛材料自备。报名时间从11月22日开始至11月30日结束。

(三)主题三：爱心传递，温暖你我在活动期间，免费为各中小学校及教师修理家用电器和学校的各种电器，期间可以帮来报名的前30名贫困教师免费上门修理。

横幅：悬挂于校园各主要干道及举办地点内外。

精美海报(和活动内容)：在校园内各主要地方张贴。

传单(品牌形象，活动章程及内容)：在校园内派发。

彩旗：悬挂于校道两侧及活动场内外。

展示架：展示产品及品牌形象。

书签：针对学生的长期广告宣传物。

校园广播：活动宣传。

校园网站：进行大力宣传活动内容，bbs公布活动的进程及相关问题回复。

校级报刊：报道活动的花絮及精彩内容。

宿舍楼下黑板：书写活动通知。

活动项目流程设计

1、庆典大会

庆典大会定于20xx年11月11日举行，并同时举行校史展览室揭幕仪式，参观校史展。

2、活动宣传

10月成立第一届校友会，6月—9月开展“校友寻访”活动; 11月出版反映学校风貌的画册和反映前进中高专的专题片。

3、文化艺术活动

举办大型文艺晚会，晚会活动以学校感恩晚会的节目为主要内容，争取以较少的经费办出既有学校特色，又能展示学校风采的高水平的文化艺术活动。校庆期间还将举办学生艺术节，“教职工书画、摄影作品大赛”、校庆征文等活动。

4、校史展览室建设

按照升本要求建成校史展览室，通过举办校史展，弘扬优秀传统，展示办学成果，丰富办学理念，提高学校地位。

通过集团与烛光工程联合开展“美好人生，烛光点亮”的扶贫助教活动，预期达到宣传企业文化及提高企业的知名度和美誉度，在集团总销售额的基础上提高40%。

**公关活动策划方案篇六**

一、前言：

西谚云：人类一思考，上帝就会笑。但如果人类不思考，不知上帝会是什么表情?

4月26日，某公司作为第一家合资保险公司迈出布局全国的步伐开始高调进入某市，为期17天的高空飞艇表演秀吸引了众多某市市民的眼球，实际上在之前的招聘会上，某市市民已经开始领略了国际保险业巨头的非常魅力，500多位老总级人物疯抢26名中层储备干部;“西点培训计划”、“寿险归划师”等全新的经营理念都让业界和市民震动，因此，某公司进入某市以其漂亮的先手给山城留下了良好而深刻的印象。

保险界一位资深人士在谈到打造保险企业核心价值链时说，第一环是展示企业形象魅力(ci，企业形象);第二环是赢得广大顾客欢心(cs，顾客满意);第三环是获得终身顾客价值(cl，顾客忠诚)。

作为服务于高端客户的某公司又怎样构造自己的核心价值链三环呢?21世纪是个变化和速度的社会，企业营销不仅要创新、更要有创意、更还要创酷，只有不断的为客户着想才能立足于竞争林立的保险界。

某公司进入某市近半年来发展怎么样，做了些什么应该是该企业的潜在顾客和媒体朋友所关心的，因此，深圳中影南方特别策划了本次这样一个公关活动，全面展示半年来某公司进入某市的风貌。

二、活动综述：

(一)、活动名称：某公司浓情中秋之夜

(二)、活动目的：

1、传播某公司企业和品牌实力及形象;

2、提升某公司核心价值魅力;

3、现场体验某公司国际背景和服务水准;

(三)、活动时间：9月17日晚(中秋前晚，周六)

(四)、活动场所：长江豪华游轮

(五)、活动场景：长江、嘉陵江交汇处及附近水域

(六)、活动主题：畅游两江赏明月，中秋佳节寄真情

――某公司浓情中秋之夜

(七)、活动形式：自助冷餐会

(八)、活动内容：

1、某公司近期新闻通报

2、亚洲第一块飞艇广告牌赏析

3、中秋民乐赏、诗词朗诵

4、两江风情、中秋明月赏

(九)、活动嘉宾：(由企业定向邀请200人)

**公关活动策划方案篇七**

20\_\_年1月29日，天镇第一中学253班将进行一次聚会，希望253班的所有同学放下一切大小事务，怀念同学情分，前来参加，以使大家能有机会敞开心扉，共话沧桑。多时的分别，多时的牵念，给了我们相约再聚的足够理由。为了保障这次同学聚会能够顺利的进行，能够让同学在短时间内叙说当年友情，畅谈美好未来，分享大学期间的经验，特拟订本活动方案。

一、聚会指导思想

以加深和拓展同学之间的友谊为第一宗旨，以提高全班凝聚力为第一目标，以促进大家之间人生体验的经验交流与沟通为第一目的。

二、聚会原则

1.坚持自愿原则。

2.坚持aa制原则。

3.坚持财务公开原则。

4.坚持一切从检原则。

三、聚会时间、地点

时间：

地点：待定

四、组织分工

成立“253班同学聚会筹备委员会”，全面系统的负责活动方案的制订、准备以及聚会的组织、指挥、联络等工作。

筹备委员会下设六个小组：

1,财务组：由杨建飞同学担任组长，负责制订人均费用预算，经费收支，并做好记录。

2,联络组：由朱成伟同学担任组长，负责制订报到时间、方式，登记好参加同学的姓名和联系方式并写邀请函邀请所有的任课老师。

3,生活组：由张娜同学担任组长，负责接待、饮食等事宜。

4,摄像组：由孟然、李晓辉负责照相、录像等事宜。

5,文艺组：由樊斌同学担任组长，负责午餐前的文艺节目策划。

6,宣传组：253班全体成员都有义务去宣传，通知你们能联系上的所有同学，争取让253班全体同学都知道聚会这件事。通知到位与否是咱们所有知情人士的礼节性问题，至于有些人到不到是他们态度性问题。

五、活动流程

十点四十以前到指定的饭店。

十一点到十二点进行文艺节目。

十二点准时开饭。

六、活动具体要求

1.按照聚会流程安排，统一进行活动。服从各方面负责人的安排。

2.各小组做好你们的工作,如需人员可以随时找大家帮忙，也希望大家积极配合一下。

3.文艺组要安排好文艺节目，内容要丰富，活动要多样。

4.每位同学都要讲团结，力争经过我们大家的努力，把这次聚会办成一次团结、活泼、热烈、融洽的盛会，留下一个美好的回忆。

**公关活动策划方案篇八**

雕牌洗衣粉是浙江丽水市爱纳斯公集团的品牌产品。纳爱斯集团成立于1968年，前身是地方国营“丽水五七化工厂”，1993年底改制为股份公司，是目前世界上最大的洗涤用品生产基地。纳爱斯集团年产洗衣粉100万吨、洗涤剂30万吨、香肥皂28万吨。20xx年底，纳爱斯独占国内洗衣粉市场的鳌头。

为了回惠广大社会家庭对本公司一贯的支持和信任，在母亲节来临之际，我公司本着“只为提升您的生活品质”的经营理念，准备于母亲节当天在各城市的广场举办此次大型母亲节活动。

让广大社会更加认识和了解雕牌洗衣粉的出品定位，认可雕牌洗衣粉“只为提升您的生活品质”的经营理念。

市场定位为广大的家庭主妇和逐渐步入自立的青少年，如住校生、外出打工者等。

征稿评选、现场活动。

于20xx年5月10号在北京、上海、广州、武汉、青岛五个城市分别同步举行。

(一)提前一个月时间(4月10号)在地区报纸、杂志等刊登雕牌洗衣粉杯——“我与母亲的故事”征文比赛的征稿广告，面向社会的高中生公开征稿，邀请有关专家作为评委，选出一等奖5名，二等奖25名，三等奖50名，共80名“孝子之星”颁发证书、给予奖励(4月29日)，并邀请参加母亲节当天在徐东销品茂商业中心一楼举办的“雕牌洗衣粉特约——浓情五月，感恩母爱”母亲节活动。

一等奖者奖励一次“和谐家庭”之海南岛双飞五天旅游；

二等奖者奖励数码学习机一部；

三等奖者奖励高级mp3一部；

幸运者可获得20袋雕牌家庭装洗衣粉半价vip优惠卡一张。

(幸运者是从来稿者中随机抽取出1000名)

(二)5月10号母亲节当天母亲节活动：

在徐东销品茂商业中心广场搭建临时舞台，于母亲节当天下午(因为大多数人的假期是一个下午)3点举行“雕牌洗衣粉特约——浓情五月，感恩母爱”母亲节活动。

2：30分前所有参演人员化装完毕，嘉宾开始入座。

3：00——3：15开场热舞，嘉宾就座。

3：15——3：30主持人宣布活动正式开始，由主持人介绍雕牌洗衣粉产品，说明理念和定位，鸣谢活动主办方。

3：30-4：30邀请于丹教授进行国学“仁爱”的讲座，并接受现场提问。

4：30-5：15“我为母亲梳一次头”活动，让获奖的儿子现场为母亲梳一次头发，体会母亲抚养自己的艰辛，给母子创造一次心的交流，给母亲一个最难忘的母亲节，让每个家变得更加和谐，提升每个家的生活品质。同时向现场每个参与者及观众派送印有“雕牌”商标的梳子。

5：15-5：45雕牌洗衣粉有奖问答。

5：45-6：00公司人员合唱。

6：00之后1000袋300克装雕牌洗衣粉试用盒装现场大派送。

主持人鸣谢爱纳斯公司，嘉宾等依次退场，活动结束。

(1)与市团委协商，落实前期母亲节节日氛围的宣传；

(2)与媒体协商，形成媒体对活动的支持；

(3)落实奖品、赠品准备工作。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn