# 最新公关策划方案设计时要考虑哪些问题(通用12篇)

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-04-27

*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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇一...*

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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇一**

我院20xx年12月被教育部、财政部确定为全国百所国家骨干院校建设单位，享有单独招生的优惠政策。为贯彻落实《关于进一步推进“国家示范性高等职业院校建设计划”实施工作的通知》，从今年开始，我院逐步探索高职单独招生试点工作。我们将本着公平、公正、公开的原则，探索多元化选拔人才的方式。

学院成立由院长担任组长，由主管招生、教学管理的副院长和负责纪检监察的副书记担任副组长的“唐山工业职业技术学院单独招生领导小组”，全面领导单独招生各项工作。凡属考试、录取中的重大问题，一律由领导小组集体研究决定。

学院单独招生领导小组下设办公室，分级管理、逐级负责，做好单独招生试点工作。按照信息审核、成绩评定、确定录取名单、上报信息、发放通知书环节设命题考务组、信息核实组、安全保卫组、后勤保障组、纪检监察组、招生录取组、信息发布宣传组。

省略

1、20xx年在河北省报名参加普通高考的应届高中毕业生和报名参加20xx年河北省普通高校对口招生的考生，也可招收具有高中学历的复转军人，男女性别不限。

2、思想政治品德和身体健康状况均符合教育部《20xx年普通高等学校招生工作规定》。

１．填报志愿

考生填报志愿时间为20xx年5月3日8：00---5月5日18：00。考生登录河北省教育考试院网站进入“河北省普通高校单独招生网上填报志愿系统”进行填报。考生应认真阅读我省有关单招规定和我院单招方案，并按照省教育考试院的规定和要求填报志愿（只能填报一所学校）。专业志愿只填报一个专业，录取过程中不进行专业调剂。

２．交费及志愿信息确认

20xx年5月6----5月9日，考生凭14位考生号缴纳考务费用，缴费金额100元。汇款时请注明考生姓名、考生号及报考专业，逾期未缴费的考生视为自动放弃单独招生考试资格，学院不再受理考生现场交费。

学院户名：中国工商银行唐山市西缸窑支行

学院账户：0403010729300012169

1.领取准考证

5月14日上午8:00---10:00考生携带身份证、高考报考证、高考体检核对表领取单独招生考试准考证。

领取准考证地点：唐山工业职业技术学院(唐山市路北区缸窑路29号)

2．考试时间安排：

非艺术设计类考生：

日期 时间 考试内容

艺术设计类考生:

日期 时间 考试内容

2．考试内容

文化知识考试包括文化课考试和综合素质考试。

文化课考试考查语文、数学、英语三个科目，每科50分，总分150分。命题依据20xx年普通高校招生考试大纲；综合素质主要测试考生的逻辑思维能力、人文社会知识，50分。文化知识考试一张试卷，考试时间120分钟。

艺术设计类考生文化课考试考查语文、数学、英语三个科目，每科50分，总分150分,考试时间90分钟。除参加统一的文化知识考试外，还要参加专业基础能力测试，专业基础能力测试包括素描静物写生、水粉静物写生，150分，考试时间180分钟（考生自带画具和材料）

1．命题：由学院聘请校外专家和校内有丰富经验教师组成的命题专家组，进行全封闭式命题。试卷的印刷、运输、保管等工作严格按照《河北省国家教育考试考务安全保密工作实施细则（试行）》执行。

2．考试：严格按照《河北省普通高校统一考试实施细则》执行。严格考试管理过程，严肃考风考纪，对在考试中被认定为违规的考生及工作人员，严格按照《国家教育考试违规处理办法》（教育部第18号令）进行处理。

3．评卷：由学校组织专家按照《高等学校招生全国统一考试考务工作规定》进行，实行责任制，采取封闭式流水评卷方式。制定科学合理地评判标准，加大信息公开及结果公示力度，确保考试评判工作公正、透明。

1.录取工作坚持公平竞争、公正选拔、公开透明的原则，德智体美等方面全面考核、综合评价、择优录取。

2.根据考生总成绩分专业由高分到低分录取。总分相同时，综合素质成绩优先；艺术设计类考生总分相同时，专业基础能力测试成绩优先。

3．公示与备案：由学校通过网络等方式向全社会公示录取考生名单，拟录取结果报送河北省教育考试院备案。

4.已被我院单独招生录取的考生，不再参加河北省20xx年普通高考，也不能被其它高校录取；未被我院单独招生录取的考生，可以继续参加河北省20xx年普通高考。

5.学院自觉接受省教育厅及省教育考试院的督导检查和社会监督。

新生报到后，进行新生复查，如发现有弄虚作假行为或其他违纪违规行为的考生，我院将报河北省教育考试院，取消其入学资格，并将其档案退回其户籍所在地。对在新生复查中发现的其他问题，同时按照上级部门有关规定和《唐山工业职业技术学院学生学籍管理规定》处理。

时间 工作内容

5月3日至5日

考生在省教育考试院网上填报志愿。

5月6日至9日

考生到学院指定银行任意网点缴纳考试费

考生携带身份证、高考报考证、高考体检核对表领取准考证

5月14日下午13:00

考生持单独招生考试准考证、身份证，参加考试

5月18日至20日

登统核实成绩，确定录取名单并网上公示。

5月21日

在学院单招网站上公布录取名单，录取结果上报省教育考试院备案。

5月25日前

邮寄录取通知书等入学材料

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇二**

1、梦园——您梦想的家园!

2、给您回家的感觉——梦园宾馆

3、你我共建美好家园

5、前期指

6、示牌宣传(设置指7、示牌)：

(1)设置地点：以梦园宾馆为中心，2km范围内的主要道路上

(2)设置形式：重新报建，如不允许，则租用现有合适的位于道路两旁的户外媒介(如公共汽车侯车亭广告位)

(3)数量：每个不同文案至少要求设置5个，共至少10个

(4)大小、高度：视实际情况而定，文字能大就大，力求醒目

(5)设计要求：要求使用梦园宾馆标准的标识及标准字体

(6)时间要求：于开张前10天设好

(7)目的：提升知名度，引发好奇心，树立一定的美誉度;

2、开业公关活动策划方案

(1)主题：梦园宾馆为您过生日!

(2)活动时间：开业当天。

(3)活动地点：梦园宾馆。

(4)活动概况：给梦园宾馆开业当天过生日的30位公民每人赠送一间包间，他可以邀请亲朋好友前来包间聚餐消费，所有费用最后由梦园宾馆代为支付。

(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：《四平日报》、《新文化报》

c、版面：1/4版

d、文案内容：

标题：梦园宾馆为您过生日!

正文第一段：梦园宾馆介绍

文第二段：为您过生日活动介绍——梦园宾馆将于x年xx月xx日正式开张营业，为庆祝梦园宾馆的开业，特举办梦园宾馆为您过生日活动，免费赠送30个包间消费。

报名条件：凡当天过生日，并在四平有固定居所的市民，均可报名参加

名登记日期：即日起至xx月xx日止，每天上午8点-下午6点

名额限制：限30名，先到先得，额满即止;

报名地点：梦园宾馆一楼大厅办事处

报名须知：凭人身份证、户口本原件，亲临报名;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：进入时，必须衣冠整齐，否则主办单位有权拒绝入内;本次活动家一切解释权归梦园宾馆。

2)先报名预定房间

报名时间：广告刊出后当天开始，至开业前一天截止。

报名须知：凭当天报纸广告、持本人身份证(或户口本，以防身份证有假)，亲临梦园宾馆预先订房登记。

报名的其他条件：凡未成年人，应由其监护人陪同前来;年老体弱的应由其亲戚陪护;进餐时，需衣着整洁，否则有权拒绝入席。

菜谱限制：在限定的一类或几类菜单中选择当天的菜谱。

菜的数量：限定一个总的上限，如每人限2个菜，以便避免浪费。

酒水限制：在限定的一类或几类酒水单中选择。

吃不完的处理：要告知所点的菜吃不完，需要作小小惩罚，象吃自外助餐一样，要不然他们会乱点。

报名人数超过30人，则采用先来先得的方式，直至满额为止。为防止秩序混乱，应准备好排队的号筹，来一个发一个，凭号筹办理，这样不会出乱子。 注意在广告中注明：活动解释权归梦园宾馆;活动时送生日蛋糕，并举行共切生日蛋糕仪式。

3)开张当天：

a)拍照留念：所有同天生日的来宾与梦园宾馆管理层代表合影留念(如该照片需在某范围内，如梦园宾馆使用，则应与其签定肖像权使用协议)

b)举行梦园宾馆请您定菜价定价员抽取及聘收颁发仪式。从当天参加的成年来宾中，通过抽签的方式(即抽即知)，抽取30名定价员，发出聘书，邀请其于xx月xx日(应选择星期天)来梦园宾馆参加评菜价的活动。

4)软性文章：为配合本次活动，尽量于《四平日报》等美食版，发表软性文章，以别开生面的开业庆典为题，通过反映四平餐饮业的精神文明新风貌，来达到宣传梦园宾馆的目的。

3、开业后系列公关活动

(一)——主题：梦园宾馆请您定菜价!

(1)活动日期：开业后10天左右的某一个星期天

(2)活动时间：上午8：00——10：00

(3)活动地点：梦园宾馆

(4)活动概况：聘请30位定价员，对提出的若干类别的若干菜名，集体评定其菜价

(5)活动公证：开业前10天，应与公证处取得联系，同意对此项活动进行公证，公证结果，公布在大堂显眼位置。

(6)定价员选择：

选择方式一：开业当天，以抽签的方式，抽出30个愿意参加活动的客人;

选择方式二：开业后每天随机抽取3个前来消费的来宾(在来宾愿意、有空的前提下)，担任定价员。

(7)活动预告：开业后第3天，发出梦园宾馆请您定菜价活动广告

(9)需要确定菜价的菜名：由梦园宾馆选择。

(12)事后宣传：活动的第二天或第三天，在报纸上刊登以公布菜价确定结果、鸣谢公证处及定价员，并请市民监督、检查为内容的广告，同时，刊出梦园宾馆请您评大厨的活动预告。

4、开业后系列公关活动

(二)——主题：梦园宾馆请您评大厨!

(1)活动开始日期：评菜价活动后的第二天开始

(2)评选方法：定菜价活动开始后第二天起，每天对每个厨师，随机抽取其烹饪的5道菜，请享用该菜的客户，对该菜的各项品质属性如味、色、香、形等进行打分(先做好打分登记表，以方便客人操作，最好只要打勾就行了)，并请客户签名;对于参加评分的客户，每人赠送一份精美的纪念品。收集每天的评分，进行累加，即可得出每个厨师的总分，从而能排出名次。

(3)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅

(4)评选结果及过程照片，可于评选结束后的第二天或第三天，刊出在报纸上;报纸同时刊出梦园宾馆请您评服务活动预告，同时将梦园宾馆服务员工作标准列出来。

5、开业后系列公关活动

(三)——主题：梦园宾馆请您评服务!

(1)活动开始日期：评大厨结束后的第二天或第三天，活动预告刊出后起第一天。

(2)评选方法：

1)每天请5位客户在买单时，填写《服务人员评分表》，对为其提供服务的服务员，按梦园宾馆服务员工作标准进行评分，将每天的评分表累加在一起，形成每个服务员的总分，从而排出名次。

2)注意要均衡每个服务员被评分次数，保持大体一致

(3)赠给评分客户一件精美礼品

(4)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅

(5)评选结果及过程照片，可于评选结束后的第二天或第三天，刊出在报纸上;报纸同时刊出梦园宾馆请您评服务活动预告。

6、开业后系列公关活动

(四)——主题：指定绿色菜地活动

(1)活动方式：开张10天后，开始着手物色附近的农家，找一些比较理想的，与其签署绿色蔬菜供应合同并拍一些照片，然后，在梦园宾馆大厅合适地方，展示这些照片，特别是要展示一些有虫眼的照片。

(一)(二)(三)(四)费用

七、效果预测

1、通过前期指示牌宣传，使公众对梦园宾馆有一个初步了解。

2、通过开业公关，给公众一个耳目一新的感觉，留给公众一个深刻的印象。

3、通过“定菜价”活动，给公众留下一个菜价合理的深刻印象。

4、通过“评大厨”活动，使公众了解到梦园宾馆有优秀的厨师。

5、通过“评服务”活动，让顾客了解梦园宾馆的优质服务。

6、通过“绿色菜地”活动，使绿色饮食观念深入人心，并在公众心目中形成梦园宾馆为绿色宾馆的良好印象。

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇三**

一、事件描述：

1、加多宝集团背景

加多宝集团是一家大型专业饮料生产及销售企业，于1995年创立，同年推出首批红色罐装“王老吉”。1998年，集团以外资形式在中国广东省东莞市长安镇设立首个生产基地。销售网络遍及中国大陆30多个省、市、自治区，并销往东南亚、欧美等地。

2、加多宝与广药集团商标权之争

2024年4月，广药向中国国际经济贸易仲裁委员会提出仲裁申请，并提供相应资料，广药集团认为“2024年至2024年间，鸿道与广药分别补签的《“王老吉”商标许可补充协议》和《关于“王老吉”商标使用许可合同的补充协议》“是当时任广药总经理的李益民收取了鸿道数百万的贿赂后，才签署了将租赁期限延长到2024年的授权书。李益民东窗事发后，广药集团认为上述补充协议无效，商标租赁期限已于2024年5月2号到期。

2024年5月12日，根据中国国际经济贸易仲裁委员会的裁决书，加多宝停止使用“王老吉”商标。

3、在痛失“王老吉”商标之后，加多宝以6000万打包冠名《中国好声音》，迅速以一种“地毯式轰炸”的营销方式变颓势为优势，建立起“红罐凉茶”的品牌-连锁加盟-形象。

4、加多宝沿袭了在营销策划王老吉品牌时一贯的定位思想，对加多宝凉茶进行了精准、明确的定位：正宗凉茶领导者——加多宝。大张旗鼓地宣传加多宝是正宗凉茶，直接挑战王老吉的正宗凉茶定位。为了有效阻截原来的王老吉品牌，用了这样的广告语“全国销量领先的红罐凉茶，改名加多宝，还是原来的味道，还是原来的配方”，并且使用与原来的王老吉广告相似的场景画面，试图让原来的王老吉消费者相信王老吉凉茶已经改名加多宝凉茶了，加多宝凉茶就是正宗凉茶的代表。通过此种策略，试图留住原来为王老吉品牌辛辛苦苦积累下的老顾客。

5、2024年2月4日，加多宝官方微博连发四条主题为“对不起”的自嘲系列文案，并配以幼儿哭泣的图片，引发上万网友转发。

“对不起，是我们太自私，连续6年全国销量领先，没有帮助竞争队友修建工厂、完善渠道、快速成长„„”

“对不起，是我们太笨，用了17年的时间才把中国的凉茶做成唯一可以比肩可口可乐的品牌。”

“对不起，是我们无能，卖凉茶可以，打官司不行。”

“对不起，是我们出身草根，彻彻底底是民企的基因。”

6.2024年3月26日，凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪携家族成员在深圳召开“凉茶创始人王泽邦后人媒体见面会”。会上，王氏家族发表联合声明，表示从未将祖传秘方授予广药集团使用。同时，王健仪对广药集团滥用王泽邦及其他先祖的肖像注册商标及利用其先祖的名字、凉茶创始年份进行广告宣传等行为表示强烈抗议，并称将依法捍卫家族的合法权利。

7.2024年4月26日，加多宝官方微博发布消息称，“将通过@中国扶

贫基金会，向雅安灾区捐款1亿元，用于灾后重建。我们相信一切都会好起来的。”

二、事件评述、影响

很显然，失去王老吉这样一个深入人心的老商标，是加多宝集团的损失。但加多宝集团的成功，在于改名后重新打回市场的主动出击地位，从而被大众认可。而且，加多宝在与广药的商标诉讼中，被视为民企与国企争端的又一个“牺牲品”，已经成功在消费者心目中营造了“弱者”的形象，其悲情公关备受业内称道，赚了不少同情分。

其次，加多宝选择赞助《中国好声音》，是一次成功的公关活动。因为《中国好声音》与加多宝推行的“正宗凉茶”战略相关联。中国中小企业要打造强势品牌，公关活动必须指向品类，与品类形成响《中国好声音》演绎了一场场“原创”的声音，而加多宝想抢占“正宗凉茶”的品类，相互之间形成了呼应，从战略上实现了加多宝重新塑造凉茶品类领导品牌的目标。

随后，加多宝迅速展开了大规模的宣传攻势。不仅在覆盖面及影响力最大的央视媒体上投放广告，而且选择重点区域的媒体，如消费者对凉茶认知比较深厚的地区浙江的卫视、广东的南方卫视、体育频道等，进行地毯式狂轰滥炸般的广告投放。

马上又在广告宣传中称：“还是原来的配方，还是熟悉的味道。”达到“名改质不改”的目标，让原来支持王老吉的消费者同样支持加多宝。

加多宝微博4日发布“对不起”系列主题微博，这个看似道歉、实则叫屈。仅仅一天，这条微博很快被转发了2万多次。在转发和评论的人中，大多数对加多宝表示同情，不少人把焦点指向国企与民企之争，加多宝又进行了一次很成功的营销。

日前加多宝，通过中国扶贫基金会向四川雅安地震灾区捐出1亿专项赈灾资金，无论是08年的汶川还是10年的玉树，加多宝都不仅仅是一捐了事，在关注灾情的同时关注灾后的重建，更希望以自己的实际行动感召更多的企业共同为慈善事业做出努力，再次唤起了各方对企业慈善观的讨论和关注。

其实，加多宝整个品牌运作的核心就是重新塑造一个凉茶品牌——加多宝。从痛失“王老吉”商标之后，加多宝似乎一切都从零开始，可是它很巧妙地利用各种各样的营销策略，展开了精彩绝伦的营销大作战，将原来红罐凉茶王老吉十余年积累起来的“怕上火”的宝贵心智资源，移植到更改的新品牌“加多宝”身上，从而抢占凉茶品牌的领导地位。

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇四**

我就是我的特色

二、活动目标

1、使消费者认识并了解湘西特色餐馆，能与当地其他的餐馆进行特色区分。

2、树立自己的品牌，建立在消费者心目之中的特色、良好的形象

3、尽量让更多消费者参与到餐馆的开业活动中来。

三、活动程序

（一）活动前期准备

1、印制传单、横幅、海报和问卷，并在活动前一天在市中心进行宣传。

2、购买必需的装饰用品和活动奖品。

（二）具体活动程序

1、观众进场，进场的观众每人发一份有湘西特色餐馆的基本情况的传单，如餐馆的经营理念，服务理念，湘西特色菜等。

2、餐厅老板宣布湘西特色餐馆正式开业。

3、有奖问答，由观众说出湘西特色菜。答出一个湘西特色菜就有相应的小礼品。

4、随机选取20名观众，对湘西特色餐馆的厨师现做的菜进行品尝并评分，并说出与其他餐馆的不同之处，说出最多不同之处的观众将会获得相应的小礼品，然后把厨师的分数统计出来，评出特色厨师，好口味厨师各若干名。

5、有奖问答，由主持人问出关于餐厅的一些基本情况，例如，经营理念，特色菜等（刚进场每人都会领到一份的传单）。答对者就有相应的小礼品。

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇五**

意义：学校决定筹备启动校庆工作是为了回顾学校历史，展现办学成就，展望美好的未来，扩大知名度，在和各高校的竞争占优势，凝聚各方力量，推动学校全面、快速，发展成为全国知名高校。

公关策划的目的：

一：通过本次校庆活动，向社会各界传达本校的发展历程、教学成绩，扩大学校在社会的影响力，提升社会的认知度与美誉度。

二：通过本次活动的规模效应，营造出“校园文化氛围”，加强学生对学校的了解与认识，形成荣誉与自豪感。

三：以本次活动为契机，完善校园的“软件”，编撰校园的校史、构建“文化长廊”等信息交流平台。

四：以本次活动为机遇，向与会的各级领导与师生进行汇报，并聆听相关的意见与建议，完善今后的工作领域，并力取得到领导的满意。

五：借助本次活动，以“学子梦想出发的地方”为主题，加强本校与校友的联系。彼此关注、支持，营造“校园情怀”“师生情感”的氛围，并为日后的相关校园活动奠定基础。

庆活动时间计划：

（一)启动阶段(年月——月）

1、成立筹备领导机构和工作机构

2、研究确定校庆日和名称在校内外营造迎校庆氛围具体活动

（1）“今天是你的生日—我的母校”为题举办激扬文字、真挚祝福主题征文活动，加强本次活动，引起学生注意，在学生中的情感共鸣。

（2）以“我的老师”为主题开展多样的绘画、摄影、书法展。依此搭建老师与学生的情感交流。

（3）针对“\_大学成立20周年”，面向校园开展校歌征集活动。目的是完善校园软件工程与开辟在校师生的参与途径，也用于校园文化的独特性与其它校园进行区别与突出。

（4）校徽征集活动，目的完善学校的文化建设，并成为师生的情感归属标志，也为了去体现校园在社会的认知基础。

（5）“母校，我为你骄傲”庆祝\_大学20周年演讲活动，以突出校园20\_年来取的成就和社会影响为主题。并对获奖作品编撰入校历。（如刊首寄语）

4、启动活动经费筹集工作学校接受来自社会各界人士的捐赠，用于庆典活动和校园建设

5、研究确定规划项目和校园景观项目

6、完成学校校庆筹备领导小组确定的其它任务。

（二)筹备阶段(年月——校庆日前2个月）

1、建立各地校友联络站，编辑《校友通讯簿》。设立校友网站

3、布置校史陈列馆

4、组织校园环境美化，校舍整修

5、组织文艺活动排练和师生活动布展

（1）“二十年荣誉与梦想”\_大学20\_年的发展历程主题图片展。突出“成就”“荣誉”。

（2）准备校庆文艺晚会活动，开展校友座谈会

6、制订学术交流活动方案，开展科技成果洽谈，组织学术报告和专家

7、组织实施规划项目和校园景观项目

8、继续筹集校庆活动相关经费，设立专项基金

11、完成学校校庆领导小组确定的其它任务。

（三)庆典阶段(校庆日前2个月——校庆日）

1、邀请领导、来宾、校友

2、编印（出版）校史、校友录、学术报告集(1)在校庆日举行首发仪式

3、起草校庆文稿，印制文字资料

4、召开新闻发布会，在各种媒体上加大校庆宣传力度

邀请新闻媒体参加校庆活动

5、登记接收礼品和钱物并进行展示

6、在校庆日举行庆祝活动

（1）市领导、各部门负责同志出席，新闻也参加，全球校友出席具体安排：

a.唱校歌

b.校长致辞，市领导，知名校友致贺词

c.学校举行校庆纪念封、邮票首发式

d.举行全球校友会，由知名校友回忆历史

e.举办校友大型酒会

（2）“庆祝\_大学成立二十周年”文艺演出晚会。体现“荣誉”“团结”“梦想”主题。以活动的形式加强反映出学校的成果与学校的优势。也成为凝聚校园情感的一个重要组成部分。

(3)\_大学大型签名活动。发动和号召届时到会的所有实验师生的签名活动，体现“母校情深”的统一，表达出“我以\_大学为荣”的自豪感。校庆筹备工作领导小组组成结构校庆筹备工作领导小组，下设办公室、宣传组、材料组、校友联络组、项目规划组、学术活动组、环境与建设组、筹款与经费组、文艺与师生活动组等9个工作组，各学院成立本学院校庆筹备工作小组。

经费预算

本次校庆活动公关费用

预算前期活动费用元

校庆日费用元

领导小组费用元

推广宣传费用元

校庆筹备工作领导小组名单

校庆委员会

年月日

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇六**

可口可乐是全球销量排名第一的碳酸饮料，也是全球最著名的饮料之一，拥有全球48%的极高市场占有率，具有很高的品牌知名度，可口可乐的味道有些霸气，符合年轻一代的口味。可乐品牌知名度高，无形中也是一种年轻时尚的象征。可口可乐在高校已占有很大的市场份额，但仍有一小部分人群未曾接触过可口可乐，说明可乐在本地区仍有一定的发展空间。大学生群体喜欢刺激，崇尚时尚，追求个性与品位，有较强的品牌意识，可口可乐是一种碳酸饮料，正符合这类消费群体的消费理念。

此次活动对象是贵州民族学院在校学生，年龄集中在2岁-25岁之间。可口可乐的宣传力度大，涉及范围广，各种传播媒体都以涉及到，以电视广告和网络广告为主，大大提升了企业的品牌知名度和影响力。随着科技的发展，广播广告近年来的影响力度逐年降低，因此有必要在学校中进行公共关系策划，以进一步提升可口可乐在学生中的品牌形象。

二、目的及意义

此次活动的目的是使可口可乐在贵州民族学院树立良好的形象，将企业的有关信息及时、准确、有效的传递给贵州民族学院，为企业树立良好形象创造良好的舆论气氛。提高企业的知名度、美誉度。

三、活动安排策划

1〉广告宣传：

在贵阳市场上的广告宣传，应该具有明确的广告战略，一个重要的战略目标就是建立、保持产品和企业的品牌。高校市场上的广告诉求点应该具有针对性，而这主要依赖高校学生群体的消费习惯和购买行为。

同时也因该注意到高校广告媒介的灵活性和特殊性。在贵阳市场上除了具有学生阅读率比较高的传统媒体（如环球时报、时代周刊、大学周刊），还有特殊的媒介工具，如校园海报、宣传单、网络交友平台等。

2〉公共关系：(1)助学活动

（四）、参加要求：本次活动主要是以奖学金的形式来激励学生奋发向上，所以拟定年级学习成绩前五名的学生可以得到可口可乐公司提供的5元的奖学金，以资鼓励。

（五）活动负责人：凌琼姜恩忠

（2）企业家讲座

（一）、活动目的：宣传企业文化和企业理念，可以增强融洽度、认同感和亲和力

（二)、活动地点：15栋教学楼中心教室(三）、活动时间：\_\_-5-26日下午两点

（3）企业赞助学生社团活动

（五)、参与企业：贵阳市东方科技公司、贵州省开发公司、贵州迅捷流动公司、贵阳人类教育中心。(六）、赞助金额：各公司将给予每个社团2的活动资金资助。

（4）组织企业实地参观和动手实践。

四、经费预算

本次活动总经费：21元其中活动一：5活动二：4活动三：1活动四：\_\_

五、效果评估和展望

本次活动面向全校，还邀请友邻及媒体参加，覆盖面广，活动以学生校园作为宣传重点，系列活动连续出击，一定能使各方受益。

对于校方：通过各种形式的活动在广大学生中传播了公关概念、理念，使学生更能体现经济内涵，涉外内涵；丰富了校园文化，为校园注入新风。如能成立研究会、建立实习基地，将极大的推动我校公共关系的研究、加快我校学生社会化进程。对于赞助方：推广了品牌；发扬了关心教育传统，提升了美誉度、知名度，获得了人心。活动总计21元经费深入影响了很多师生，成本低。将更能密切管理学部和管理课程较多的学部师生与可口可乐的关系，为在师生中、社会上广泛推广可口可乐品牌形成良好的舆论氛围。对于学生：增长了见识、陶冶了情操，加深了对公共关系作用的理解，获得了精神上的享受，部分学分锻炼了才干，物质奖励，可谓双丰收。对提高就业竞争力亦会有积极意义。

公关之星选拔赛策划书

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇七**

1.公关活动之一——品牌推介活动

主题：科技?人性化，××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××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××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 ××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××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××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××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××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××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 ××首选××

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：××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××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

10.网络传播活动之一：消防总动员，大奖等你拿

××与新浪联手，共同举办“消防总动员，大奖等你拿”活动，每周在新浪发布消防知识大奖赛，幸运者可获得××赠送的奖品。

11.网络传播活动之二：“贴近新闻” 方达扬名

湖南衡阳大火、俄罗斯大学校园的火灾，让火灾信息和消防动态成为人们关注的焦点。××与新浪或搜狐网站合作，在所有有关火灾或消防的新闻标题上添加一个banner，让所有关注这些信息的网民在点击新闻标题后，都能看到的××消息或者广告。此项活动名为“贴近新闻”。

12.文化营销活动之一：一流报刊 文化直销

众所周知，dm（直邮）一直是非常有效的营销方式之一，而文化dm则比传统dm更为高雅，也更为有效。××集团主办一流的消防报纸或者刊物，可读性强，具权威性，有保存价值，将其免费发往所有县级以上消防局，以文化直销的方式弘扬××品牌。

13.终端展示活动之一：.机场形象展示

当下，媒体名目繁多，信息铺天盖地，如何才能有效地锁定目标客户？如何以最小的投入博得最佳的效果？机场无疑是所有消防局长的必经之地，选择重点机场的有效位置，展示××对消防的态度和对人民生命的关爱，能够获得最佳效果。

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇八**

一年一度的中秋节如期而至，望着天上皎洁的圆月，你会想起谁？或许今日不能点百盏灯，或许再也没有意味深长的邂逅，但至少猜灯谜的趣味依旧在。小小的一句灯谜，亦庄亦谐，是中国古老的文字嬉戏，是中国最睿智的文学，怎么能让人不怀念。

一、活动主题：

浓情中秋，情系财经

二、活动意义：

丰富同学的校内文化生活，通过大众参加活动的形式，让每个人体会中秋文化的魅力，在各种节日冲击中国文化节日的今日，继承和发扬中国的传统文化。

三、活动目的：

在祖国生日之际，在红色之月，在文化西化的年月，重温中国文字的美妙，也为师生带来一些高雅的乐趣。

许多同学之间缺少主动性、协作与沟通，可以通过此次活动的调动性，增进友情，给以感染。

四、活动对象：

财经系全体师生

五、活动时间:

9月13日

六：活动流程：

（1）前期预备，

9月5日，了解奖品所需资金，确定题量和奖品数目。

9月6日，收集灯谜及支配工作人员。

（2）前期宣扬，

9月7日，张贴海报宣扬、大型背景喷绘。

（3）活动布置，用绳子将挂有附灯谜的灯笼串联一起，在将灯笼放在空中跑道左边的围墙上，每个灯笼隔1.5m，每位工作人员负责看相应的灯笼，活动参加者若知道谜底，讲撕下选中的灯谜，去旁边的兑奖桌告知工作人员编号及答案，若答案正确，则可当场获得奖品。

（4）活动结束阶段，落实好场地的清理工作。

七：策划主办单位：

财经系同学会

承办单位：财经系同学会

赞助单位：文秘.、高校生精英论坛

八：经费预算:

灯笼（4元|个×30=120元）

蜡烛（0.5元|支x30=15元）

绳子（0.5元|mx80=40元）

奖品：再议

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇九**

策划人：张琳君

策划时间：2024年6月

日

目录

一 前言

步步高集团始创于1995年，公司总部位于湖南省湘潭市。其控股子公司——步步高商业连锁股份有限责任公司于2024年6月9日在深圳证券交易所上市，被誉为“中国民营超市第一股”。公司位列全国连锁经营百强企业30强，属于中国建设银行授予的“aaa信用客户单位”。2024年初，“步步高”商标被国家工商总局认定为“中国驰名商标”

本次公关策划的目的：作为湖南本土企业，步步高集团要更进一步巩固和深化湖南本土市场。

二 市场分析

（一）宏观环境以及行业分析

步步高集团始创于1995年，公司总部位于湖南省湘潭市。其控股子公司——步步高商业连锁股份有限责任公司于2024年6月19日在深圳证券交易所上市，被誉为“中国民营超市第一股”。公司位列全国连锁经营百强企业30强。

（二）消费者分析

随着我国经济的不断发展，居民收入水平的不断提高，消费者逐步倾向于大商场及超市购物，同时各大型连锁超市服务的不断优化使消费者的购物越来越便捷，同时提供的产品质量不断的提高。

（三）竞争对手分析

沃尔玛是目前世界上最大的零售商，2024年全球销售额达2852亿美元，连续四年排名《财富》杂志世界500强企业榜首，同时，沃尔玛在全球多个国家被评为“最受赞赏的企业”和“最合适工作的企业”之一。目前，沃尔玛在全球开设了超过6000家商场，员工总数160多万。每周光临沃尔玛的顾客近1亿4千万人次，商店分布16个国家。沃尔玛于1996年进入中国，在深圳开设了第一家沃尔玛购物广场和山姆会员商店。目前沃尔玛在中国经营多种业态，包括购物广场、山姆会员商店、社区店等，在全国创造了超过50000个就业机会。

三 活动目标

1、树立亲民友好的品牌形象

2、提高品牌的美誉度

3、吸引顾客到步步高采购年货

4、增加步步高的人气

5、增加卖场的销售

6、扩大市场占有率

步步高超市在巩固和深化湖南本土市场时，进一步进军国内连锁企业的核心地位。同时搞好政府部门之间的关系，扩大企业知名度。

四 活动主题

绘“年”画，赢年货，欢天喜地过新年！

五 活动对象

湖南省的广大市民及外来旅游客人

六 活动时间

2024年1月26日—2月12日

七 活动项目流程设计

活动一：天天有好礼

凡一次性购物满38元的顾客，即可凭单张电脑小票抽奖一次 一等奖：烧水壶一个

二等奖：绣有四龙戏珠的抱枕一个 三等奖：年画一张

1.本次活动前5天各店将所有有关活动物资准备到位，并在门口处放置海报进行宣传。

2.活动安排在场外进行操作，顾客凭收银小票进行兑换，兑换负责人将顾客换取后的小票进行回收，并将台帐表登记好。

3.活动结束后各店如果采用的是商品即可到总部进行报销处理，（收银小票及顾客登记表）。

八 媒介宣传

（一）报纸广告

报纸选择：《潇湘晨报》、《长沙日报》、《长沙晚报》等各省份的知名报纸

（二）电视广告

频道选择：在湖南卫视、湖南经视，在19:35时段时插播广告，主题绘“年”画，赢年货，欢天喜地过新年！

（三）户外广告

广告地点：在公交汽车站站台照明灯、交通枢纽附近的楼盘广告、路灯上的旗帜广告。

九 费用预算

活动台搭建所需物品：25万元 后勤物品：15万元 广告：20万元

十 效果评估

向社会大众宣传了良好的企业形象，宣传了产业政策和行内发展现状，进一步巩固了企业的在行业内的地位，提高了企业知名度，美誉度，新闻落稿率为200%。

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇十**

中国有五千年的文明史，素有“礼仪之邦”的美称。中华礼仪经过千百年的积淀，逐渐形成了一种“礼仪文化”，这种中国文化的特色现象是中国传统文化的重要组成部分。随着社会的发展，社会交际空前活跃，社交已成为社会组织维系生存和开拓发展的重要手段。礼仪作为人们在社会生活中的行为规范，是调节人际关系的重要手段，也是道德修养的外在表现形式。得体、自如地使用社交礼仪，可以表现出个人优雅的风度、典雅的气质和高尚的情趣，不仅给交际者留下美好的印象，更重要的是反映出组织的良好形象。

使在校的大学生能够提高公关礼仪的意识，掌握面试时个人形象方面的礼仪规范，树立形象意识，为成功求职做好准备；通过面试情景的模拟训练，让学生熟悉面试的过程，掌握面试时的行为举止要求及规范，养成良好的个人行为习惯，力争在面试时能争取主动；同时能熟悉面试的常用试题，掌握面试应答的技巧，提高面试的成功率。

活跃校园文化生活，展现我南阳师范学院大学生礼仪风采。

给礼仪定位，给美丽打分。

3月26－27号（初赛）；四月中旬（决赛）。

艺术楼136和137（初赛）；西区演播厅（决赛）。

、准备关于礼仪知识问答的知识手册80份，（礼仪部）。

、艺术楼2个教室（初赛）及西区演播厅（决赛），初赛2条横幅。（组织部）

主持人（初赛4个，决赛若干），准备决赛当中穿插的娱乐节目3个。（文体部，ces部协助）

、拉赞助商（外联部）

满分为10分）

一．个人风采展示（5分）

（1）、自我介绍（也可进行才艺展示，不做具体要求，可得印象分）（2分）

（2）、形体展示（3分）

二．礼仪知识问答（5分）

（1）6个关于礼仪的知识（3分）

（2）考官随机提问（考官可提问关于礼仪的一切问题，考生言之有理即可）（2分）

三。比赛内容的考评标准

（1）参赛选手体态条件主要从以下方面考评：

1、身高比例；

2、上下身比例及身形体态；

3、三围比例；

4、头围与肩宽比例；

5、五官比例及面部表情；

（2）参赛选手的表现能力主要从以下方面考评：

1、语言表达：自我介绍的语言表达能力及组织能力；

2、服饰搭配：自选服饰的搭配技巧；

3、个性气质：个性表现，风格气度；

4、音乐乐感：对音乐节奏感的把握，对音乐内容的理解；

5、台步技巧：走台风格，技巧把握；

6、现场发挥：现场应变能力。

满分为10分

详细规则请见下份“美丽在行动”的详细策划

1、活动前期策划准备（3月20日到3月25）

1前期宣传的制作（20日到25日）

本阶段主要完成宣传海报，展板，号码牌的制作（文宣部请于22日中午之前将所有工作结束，并移交组织部。组织部于22日晚之前将所有宣传物品安放到位）在学校食堂，活动中心，公示板，女生男生公寓楼前每处一张。

赞助商确定：由外联部负责。联系商家，并配合商家作好宣传工作

礼仪部负责做好礼仪知识手册

2前期报名工作（23日到25日）

网络部负责好音响、话筒等宣传所需设备，至于餐厅门口。文体部负责讲解员的安排。

组织部负责好物品搬运工作，并排好值日表，责任落实到人。

礼仪部负责相关人员的站礼仪工作。

2、活动中期的工作（3月26日到3月27）

1组织部在上午8:00及下午1:30可开始现场准备工作。

文体部出主持人到位（讲解活动规则）。

礼仪部邀请评委到位（评委分为两部分，艺术楼136教室安排4人，137安排2人）。

网络部把音响设备调好。

初赛正式开始。选手们拿着自己的号码牌，有序进行比赛

礼仪部和组织部合作对在场参赛选手进行引导。

首先在艺术楼136开始个人风采展示，接着在艺术楼137开始礼仪知识问答

网络部进行摄像和记录工作。

ces部负责选手分数统计

3、后期总结工作

网络部写通讯稿，加大宣传量，为决赛做铺垫

文宣部做入围选手名单，交由组织部张贴

一、宣传方案简介：

敬爱的商家，我们承诺赞助我们的活动是您在南阳师院进行商品宣传、品牌推广的绝佳选择！

我们的“美丽在行动”活动将把您的品牌推广与我们的活动紧密结合，可以更好地帮助商家在南阳师院大学生心中建立良好口碑，树立优秀的品牌形象。

在品牌推广过程中，我们将为您量身打造周到细致的策划方案。展板、海报、横幅、比赛宣传片、比赛活动现尝网络等都将会成为我们为您宣传的平台，使您的品牌可以在短时间内迅速提高知名度，并为良好美誉度的建立提供条件。（以下安排将根据活动推进与商家要求可再作细致调整）

宣传方式执行方案效果分析冠名宣传

u展板及其他宣传资料由公口协会文宣部统一制作，均可结合赞助商信息，包括支持字句，企业logo，企业冠名。1.人流量大。每天在中餐、晚餐两大就餐时间各食堂门口的人流量是最大的，学生宿舍，教学楼前学生往来较多。因而集中在学生就餐时间通过放置展板和在宿舍及教学楼前进行宣传既节省人力物力又可以达到理想的宣传效果。

海报、横幅宣传

信息量更大、更时尚化，宣传效果直接海报

（1）初赛张贴时间：3月22号开始张贴，至活动完全结束为止。

（2）初赛张贴地点：16栋公寓的出入口，教学楼前。

（3）决赛宣传方案与商家另议。

1、覆盖面大，持续时间长。16栋宿舍楼及教学楼，覆盖几乎全校学生，持续至少5天的高强度宣传。无缝覆盖，务必达到“广而告之”的效果。

更明显、更直观、更立体

（1）场地的布置及设计可以由两方共同商议。现场可以在入口处可放置展板或条幅等宣传，同时在活动现场的两侧可以张贴海报、条幅等带有赞助商信息的物件。

热点讨论、延续影响网络部将活动过程中所拍的视频和照片上传协会博客。更加真实的视频和照片更能直接对赞助商的品牌进行宣传。

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇十一**

最近，护康医院遇到了一个难题，需要作为人员的我们为其医院做出一份详细的策划书。虽然护康综合医院是一家好医院，但其比在同一地区的医院规模都小，而且缺乏名气。单单在这一地区就要和20多家医疗机构竞争。因此，针对医院的这一情况，我们通过对医疗市场概况的调查，对护康医院背景的了解。制定出一个策划方案，使医院找到自己的市场定位，以其独到的特点吸引病人入住。在这次策划中，我们将采取公益性公共关系模式，主要以服务性、公益性的社会活动来获取公众群体对医院的了解与信任。我们也会借助媒体的力量，提高医院的认知度、美誉度、和谐度、吸引患者。对此，我们有信心让护康医院被公众熟知。

医疗事业是国民生计中不可缺少的行业，他的发展水平直接关系到国民的身体素质水平，因此，他历来都是国家的发展重点。护康医院就是在这样的大背景下成立的。护康医院不是国营医院，它是一家民营医院。但其为病人提供的医疗服务一流，护理人员的态度友善、和蔼，医疗设备也是一流的。医院的规模虽小，但灵活机动，可以及时的满足病患的需求，使病人享受到人性化的医疗环境。来了这家医院的病人，都认为这家医院很好。但这家医院比在同一地区的其他医院的名气小，不被大众熟知，这是这家医院的经营者最近的困扰。

通过护康医院经营者孙伟成通过对病人的交谈，收集了一些社区里其他医院的资料。了解其他医院的概况。

(1)大学健康中心：能为每个人提供特殊护理、专门护理和基础护理服务。

(2)力生综合医院：一家大型且享有盛誉的医院，它的声誉很好，除非发生重大悲剧，不然很难动摇它在社区里的地位。

(3)慈善医院：以其优秀的外伤中心闻名，被大众认可。

(1)知名度的提高

护康医院对公众群体而言，不是非常熟悉和了解的，除了在护康医院治疗过的病人对医院有所了解，医院的知名度不高。所以我们的首要目标是让大众知道护康医院。

(2)吸引患者入住护康医院

在公众熟悉护康医院的基础上，吸引更多的患者选择护康医院，入住护康医院。更好的使护康医院被公众知道。

为了让公众熟悉护康医院，让护康医院在该地区建立良好的知名度、美誉度、和谐度，此次策划我们将选择公益性公共关系模式。从医院的市场营销、向公众进行医疗知识教育、新闻媒介这三方面进行策划。

1、医院市场营销

在医院工作中引入市场营销职能，是公共策划中的新视角。市场营销这个词语对医生来说，马上就会想到、游说、宣传。但医院注意的是非营利性的服务，公众要评价这些服务到底给他们带来什么好处就需借助市场营销。

(1)针对病人，护康医院不仅要关心病人在医院的一切活动，更要关心病人出院后的情况。要有系统的信息反馈程序，如正式的调查、患者小组会等。

(2)收集当地公众对医院的要求，接受公众的倡议，医院与公众直接接触，让公众直接感受到医院的服务。制作关于医院的卡片向公众发放。

2、医院向大众进行医疗知识教育

现在的大众，对健康越来越看重，对自己的身体越来越重视。所以大众对医疗知识越来越想了解。安排医院在公共场所进行医疗知识教育，能使公众更好的知道护康医院。

活动安排:

(1)在周末其间，医院派医务工作者在医院附近举行一个有问必答的活动，回答公众对一些疾病的疑惑。

(2)在赞助商的支持下，医院派出医务工作者举办有

关某种疾病患者康复问题的讲座。并在给大电视台播出。

3、运用新闻媒介

医生和医院历来都是新闻媒介重视的“新闻源”。新闻媒介对一所医院的声誉影响很大。护康医院应有自己的发言人，专门回答记者的提问。发言人的姓名、电话号码、接待时间等，应当告诉电话总机及医院其他所有可能接到新闻界电话的部门，并通报有关新闻机构。

(1)媒体预算

初期预算为28240元。其中电视23565元，发言人4675元。

(2)调查与活动预算

初期预算15432元。其中调查5432元，教育活动10000元。

通过策划的步骤，护康医院通过一步一步的实施策划步骤，举行医疗知识教育活动，市场营销，媒体传播已经让公众熟悉与了解护康医院。现在大部分的患者都会选者入住护康医院。

(1)活动筹备工作进程表(略)

(2)经费开支明细预算表(略)

**公关策划方案设计时要考虑哪些问题篇十二**

一、背景

1、温馨——您梦想的家园！

2、给您回家的感觉——温馨宾馆

3、你我共建美好家园

4、您的家园由我们来建设

二、活动目标

通过本次活动，让厦门人们了解温馨、认识温馨，对温馨有个感性的认识。

三、活动程序活动方案

1、前期指示牌宣传

（1）设置地点：以温馨宾馆为中心，2km范围内的主要道路上

（2）设置形式：重新报建，如不允许，则租用现有合适的位于道路两旁的户外媒介（如公共汽车侯车亭广告位）

（3）数量：每个不同文案至少要求设置5个，共至少10个

（4）大小、高度：视实际情况而定，文字能大就大，力求醒目

（5）设计要求：要求使用温馨宾馆标准的标识及标准字体

（6）时间要求：于开张前10天设好

（7）目的：提升知名度，引发好奇心，树立一定的美誉度；

2、开业公关活动策划方案

（1）主题：温馨宾馆为您过生日！

（2）活动时间：开业当天。

（3）活动地点：温馨宾馆。

（4）活动概况：给温馨宾馆开业当天过生日的30位公民每人赠送一间包间，他可以邀请亲朋好友前来包间聚餐消费，所有费用最后由温馨宾馆代为支付。

（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：《厦门日报》、《新文化报》

c、版面：1/4版

d、文案内容：

标题：温馨宾馆为您过生日！

正文第一段：温馨宾馆介绍

正文第二段：为您过生日活动介绍——温馨宾馆将于xxxx年xx月xx日正式开张营业，为庆祝温馨宾馆的开业，特举办温馨宾馆为您过生日活动，免费赠送30个包间消费。

报名地点：温馨宾馆一楼大厅办事处

报名须知：凭人身份证、户口本原件，亲临报名；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：进入时，必须衣冠整齐，否则主办单位有权拒绝入内；本次活动家一切解释权归温馨宾馆。

2）先报名预定房间

报名时间：广告刊出后当天开始，至开业前一天截止。

报名须知：凭当天报纸广告、持本人身份证（或户口本，以防身份证有假），亲临温馨宾馆预先订房登记。

报名的其他条件：凡未成年人，应由其监护人陪同前来；年老体弱的应由其亲戚陪护；进餐时，需衣着整洁，否则有权拒绝入席。

菜谱限制：在限定的一类或几类菜单中选择当天的菜谱。

菜的数量：限定一个总的上限，如每人限2个菜，以便避免浪费。酒水限制：在限定的一类或几类酒水单中选择。

吃不完的处理：要告知所点的菜吃不完，需要作小小惩罚，象吃自外助餐一样，要不然他们会乱点。

名人数超过30人，则采用先来先得的方式，直至满额为止。为防止秩序混乱，应准备好排队的号筹，来一个发一个，凭号筹办理，这样不会出乱子。

注意在广告中注明：活动解释权归温馨宾馆；活动时送生日蛋糕，并举行共切生日蛋糕仪式。

3）开张当天：

a、拍照留念：所有同天生日的来宾与温馨宾馆管理层代表合影留念（如该照片需在某范围内，如温馨宾馆使用，则应与其签定肖像权使用协议）

b、举行温馨宾馆请您定菜价定价员抽取及聘收颁发仪式从当天参加的成年来宾中，通过抽签的方式（即抽即知），抽取30名定价员，发出聘书，邀请其于xx月xx日（应选择星期天）来温馨宾馆参加评菜价的活动。

4）软性文章：为配合本次活动，尽量于《厦门日报》等美食版，发表软性文章，以别开生面的.开业庆典为题，通过反映厦门餐饮业的精神文明新风貌，来达到宣传温馨宾馆的目的。

3、开业后系列公关活动

（一）——主题：温馨宾馆请您定菜价！

（1）活动日期：开业后10天左右的某一个星期天

（2）活动时间：上午8：00——10：00

（3）活动地点：温馨宾馆

（4）活动概况：聘请30位定价员，对提出的若干类别的若干菜名，集体评定其菜价

（5）活动公证：开业前10天，应与公证处取得联系，同意对此项活动进行公证，公证

结果，公布在大堂显眼位置。

（6）定价员选择：

选择方式一：开业当天，以抽签的方式，抽出30个愿意参加活动的客人；

选择方式二：开业后每天随机抽取3个前来消费的来宾（在来宾愿意、有空的前提下），担任定价员。

（7）活动预告：开业后第3天，发出温馨宾馆请您定菜价活动广告

（9）需要确定菜价的菜名：由温馨宾馆选择。

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