

广告活动策划

关于广告活动策划八篇

广告活动策划 篇 1

一、活动背景及活动目的：

为了给我校广大广告爱好者提供一个学习的平台，将国内外优秀的广告作品（主要为影视广告）呈现在会员面前。通过简短的讲解让会员在欣赏优秀作品的同时能够进一步了解广告、激发自身的创意，即寓教于乐。同时，为更好的促进江西科技师范学院广告创意协会 13 级新成员之间及新老成员之间的交流、团结。特此举办江西科技师范学院广告创意协会广告饕餮之夜广告欣赏大会。

二、时间： 10 月 20 日 19: 00——21: 00

三、地点： 1301

四、参与人员：广告协会主要负责人，广告协会全体会员，全校广告爱好者。

五、主题：1. 广告欣赏学习大会。2. 新老生交流。

六、活动前期准备：

1、设计部文案部：负责制作宣传海报（包括三部份：第一部分图片宣传有设计部制作，第二部分文案宣传由文案部制作，第三部份说明时间、地点、面向人员等）设计部负责把海报张贴好

2、客户公关部提前申请好教室（1301）（客户公关推选人员总体主持,可以一老生一新生）

3、策划部派人过去布置好教室，包括多媒体准备，桌椅摆放等。（确保在 6:30 之前布置好，注意音响话筒和教室占用等）

4、网络部准备好要播放的视频广告片并配上一个解说员，要求经典，耐人寻味，种类各异。先统一播放一遍，第二遍由解说员互动解释。设计部准备好要播放的平面广告片并准备好观赏过程中要提的问题由设计部人员进行互动解答 答对者奖励一小礼品。，找 8-----10 个平面广告 。文案部准备好 10----15 个广告标识和广告语同设计部一样由文案部人员进行互动解答。设计部负责会场秩序。

5、主持人待选中。（客户公关推选人员总体主持）

6、办公室 负责会前会员签到。负责礼品的采购，棒棒糖 3 包 60 根。

七、活动流程：

（一）6:30-7:00 之间：全部老成员负责维护现场秩序。

（二）7:00 大会正式开始：主持人致前言。

（三）观赏正式开始。

（四）大会结束。

八、活动预算：

宣传板：广告设计的制作费用

礼品：3*10=30

活动预期效果：让新生对广告专业有更多的了解，对协会充满信任和热情，将我们广告创意协会的特色展示出来。

江西科技师范学院大学生广告创意协会

广告活动策划 篇 2

西域春是中国著名的品牌之一，是中国软饮料市场的领导企业，在中国积极推进本土化进程。我们的愿景是令全球人们的身体思想及精神更怡神畅快，让我们的品牌及形象不断激励人们保持乐观向上，让我们所触及的一切更有价值。作为新疆最大的软饮料公司，此次在中国地区展开的广告活动主要是为了提高其在中国市场的占有率和知名度，使西域春成为消费者的第一选择！

一、广告目标

本策划的目的是通过 20xx 年夏季到 20xx 年夏季一年的广告战略和广告战术计划的实施，进一步提高西域春公司产品的市场知名度，提高指名购买率，使其品牌形象深入人心。建立、健全销售网络，形成稳固的市场。

1、企业提出的目标

（1）通过广告活动，在一年内市场占有率提高 10%—15%。

（2）使西域春饮料知名度再次居领先水平

2、根据市场情况可以达到的目标：

(1) 市场占有率在中国赶上和超过百事可乐。

(2) 使可口可乐饮料的品牌超过百事可乐。

二、企业、市场情况分析

(一) 可口可乐公司概况

西域春公司是新疆最大的软饮料公司。公司总部设在新疆昌吉。

西域春公司制造和分配浓缩软饮料和果汁，它的产品西域春是从牛奶中取出液汁制成的一种饮料。作为该公司主要部门的软饮料每年的销售额约占公司，新疆西域春公司是举世闻名的牛奶大王，它在中国各地

(二) 主要产品

牛奶 香草牛奶 大果粒 新疆老酸奶

(三) 企业优势

中国最大之软性饮料业巨人，拥有大厂优势及强大之全球竞争力，强势行销能力，体系及企业广告，品牌形象深植人心，已成为消费者生活之一部分，核心产品之神秘配方处于极度保密，使其流行 50 年后而不衰，通路布建相当完整(尤其是自动贩卖机之设置)，并拥有速食业(以麦当劳为首)的强大销售通路，新疆西域春公司的作业流程标准化，具有创新及高度研发能力，最具代表性为西域春老酸奶之推出，甫一上市即造成风潮，市场占有率高，产品更为市场之领导品牌，产品拥有便利性(随处可得)，独特风味(神秘配方)及价格公道等特色，产品生命周期为循环再循环型态，历久弥坚，日前宣布将股票选择权视为员工薪质费用之一部分，此举将充分反映企业之财务状况，引起众多专家学者之一片好评，更一扫投资者因安隆弊案而对美国企业所产生之阴霾。

(四) 面临威胁

1.目前市场上牛奶等饮料的产品替代性仍不低，消费者的选择空间非常大。而且，随着人们生活水平的提高，消费者追求健康之意识抬头，势必将减少对别的饮料之饮用。

2.饮料市场竞争颇为激烈，主要竞争对手(挑战者)-维维威胁力十足，而在过去几年当中西域春业绩出现停滞不前之情形，而百事可乐却是持续在成长当中，其赢得了多数年轻阶层的喜欢，这也是西域春要争取的广大消费群体。

(五) 消费者及市场分析

许多年来，西域春不断用创新的手段加强与消费者的联系，激发年轻人的共鸣，点染他们对自由表达自我和追寻人生梦想的无限热情。

1、 商品定位

商品特征 可口可乐综合各层面人士意见认定，其饮料产品属于营养型，适销的空间与时间范围大；更属于兴奋型，适用于各个年龄、职业群体及社会生活各种场合。（没有特别重视其老牌、名牌因素）

消费特点 初次为冲动性购买；使用后若留有好感则习惯性重复购买；对品牌加深印象后则选择性、固定性重复购买。餐饮业、娱乐场所、家庭、学校、单位购买受季节性影响低微。

2、 市场分析

区分层次，选择重点在取得详尽的调查资料基础上加以分析，按照购买力、营销能力、市场潜力等因素测算出综合指数，据此确定攻击重点。如济南营业所调查发现该市有饮料销售点 8000 余个，经过分析，从中选取出 2500 个作为重点，由各片业务员负责全力攻。确定适宜的商品面目 即确定攻击方式，根据不同地区、不同销售场所、不同消费群体的不同习惯，分别选择提供大瓶或小瓶、玻璃瓶或塑料瓶、瓶装或罐装或使用现调机或配备冷冻展示柜等等。

3、 市场细分

潜力与现实 根据目标市场全部售点数量、人口密度及购买力水平等因素，将本产品在各区域的最大市场潜力测算出来加以列示；现将已占领的售点及销量一一对应列示，加以对比，使市场开拓任务从总体到各个分区域都一目了然。

几年的发展，但是其仍然影响西域春的业绩发展。

三、 广告对象

(一)产品定位

可口可乐属于碳酸类饮料，这类饮料的宣传对象应以思想前卫，追求时尚的年轻群体为主，具体为 15—30 岁的青年人。竞争对手为百事可乐。

(二)潜在消费者分析

现阶段应以下述对象为主：

(1)思想叛逆、前卫的高中生

(2)有部分收入的大学生

(3)年轻业务人员

(4)高级职员

(5)从事公关工作人员

(6)城市个体户

(7)其他有收入，追求时尚的人

(8)来华旅游、出差的人

四、广告地区

本次广告将在全国范围进行，从市场的角度来说，中国是一个拥有16亿人口的国家，拥有着强大的市场消费潜力；从季节的角度来说，我国夏天气温普遍较高，夏日饮料需求旺盛，我们力争使西域春，成为人们夏日首选饮品。

五、广告战略

六、广告战术

七、广告主题，

主题是广告的灵魂。广告主题是根据广告目标所提出来的中心思想，它通过广告信息的传播，直接明白地表现广告主的意愿。因此，广告设计、创意文案以及广告表达方式，都应符合主题的中心思想。

广告主题是广告策划的重点内容。一般说来，广告对象策划是确立广告目标策划的前提和基础，广告目标策划又是确立广告主题的依据，三者都以促进销售为目的。它们之间有联系，也有区别，成为相互影响、依存、制约的有机整体。

创意是为了表现广告主题的，因而确立主题是创意的基础，创意就是构思。有好的创意，才可能制作出好的广告，所以说创意是广告策划成功的重要因素。

西域春拥有十几年的历史，它进入市场的时间比较长，已经被人们接受和认可。因此，广告语的宣传应趋于感性，在功能性的诉求基础之上，应着重对其象征意义进行宣传。由于西域春的口味清爽，有营养，广告应形成自己时尚，热情的特点。

另外，西域春的配方神秘，所以广告应突出其口感的与众不同。

总之，广告创作的总原则应该是强调商品时尚、热情，与众不同的特点，突出口味优势。

八、广告预算和广告设计制作

(一)广告预算表

本表为广告预算，今后各项开支以此为依据，不会有大的浮动，最后以实报实销结算。

(二) 广告设计制作项目表

九、广告效果监测

如果同意按照本计划的广告战略和广告战术施行，预计可达到一项内所规定的任务与目标。

以下几个问题必须按计划落实：

- (1) 广告效果监督；
- (2) 广告反馈的管理；
- (3) 广告计划要因情况变化而合理调整；
- (4) 定期以问卷、座谈会等方式进行广告效果测定。

广告活动策划 篇 3

一、活动背景

和谐美好的校园给了我们一个舒适、安静的学习环境，可是总有一些不文明的人做些不文明的事。我们的校园的各主要校道上的一些小广告（俗称牛皮脚廋）比比皆是，这大大的损坏了学校的环境，就是一名普通的学生也要对这有所为，更何况我们身为一名志愿者了。校园小广告的泛滥，直接影响着我校的校容，影响着我校师生的生活学习。

二、活动主题

文明校园，你我同行

三、活动目的及意义

彻底清除校园小广告，实践我班志愿服务宗旨。促进校园精神文明的建设，树立当建设，立足身边小事，改善校园环境，力争为广大师生展示一个特色鲜明、环境优美校园环境。

四、活动时间

20xx 年 5 月 10 日

五、活动地点

咸宁学院温泉校区宣传栏、寝室楼、教学楼、食堂及各条主要校道

六、活动对象

基础医学院 10 临床本二班全体成员

七、活动流程

(一)活动前准备工作阶段

- 1、安排两到三名同学到校园内了解小广告到处张贴的情况并拍下照片；
- 2、利用多种宣传方法，先在班级内进行宣传，然后到学校各处进行宣传，统计好班上参与名单；
- 3、对参加此次活动的成员进行分组，总负责人为每个小组划分工作区域，并在每一组中设立小组长，负责自己所在小组，小组负责人要准备好工具小刀，抹布，垃圾袋或垃圾桶。

(二)活动进行阶段

- 1、下午两点在西区食堂前集合，各个小组长负责清点好本组人数，确定人数到齐后，负责人强调有关注意事项和纪律；
- 2、两点半活动正式开始，各个小组长带领小组成员出发前往划分好的清理区域进行清理；
- 3、四点半活动结束，将垃圾全部带走，并到食堂门后集中，签到、交工具。

(三)活动后期阶段

- 1、负责人为此次活动写活动总结；
- 2、参加活动的成员写心得或新闻稿，提出本次活动的不足之处和从中吸取的经验教训。

八、注意事项

- 1、在活动的过程所有的成员要服从指挥，要有纪律性、组织性；

2、小组长要起到通讯员的职责，及时汇报情况，好让负责人有所准备；

3、所带工具要妥善保管好，认真清除小广告、乱涂乱画非法字迹，并把垃圾放在随身带的袋子里面；

4、要注意形象，报名参加的不准直挂名在玩，负责人要严格要求，要以学校的形象为重，注意安全；

5、活动的过程中所有的成员要注意自己的形象，明白自己代表的不仅是一个人，更是 10 临床本二班这个大集体。

活动预算

1、水桶 15 个

2、抹布 30 块

3、砂子 100 张

4、小刀或铲子 30 把

5、垃圾袋或垃圾桶 15 个

广告活动策划 篇 4

“寝室里的那些事”主题微视频大赛策划书为努力营造我校良好活跃的校园文化艺术氛围，描绘和记录美好大学生活的点点滴滴，激发大学生对视频创作剪辑的兴趣爱好，促进广大同学主动学习电脑知识技术，给自己的才华和创意有一个展示的平台，青春飞扬，激情荡漾，创意无限，欢迎各位同学积极踊跃参加。

一、活动主题

我的大学与你 e 起同行

二、活动方式

视频创作剪辑

三、活动时间

11 月 15 日-11 月 20 日

四、活动地点

E1A108教室

五、活动对象

怀化学院全体同学

六、参赛形式

以班级若干同学组成的团队或者个人为单位报名参赛，作品数量没有上限，将作品以邮件附件的形式发送到指定的邮箱中，并在邮件中注明“作品题目、系别、班级、团队负责人及成员联系方式（或个人联系方式）”。

七、作品要求

1、作品以美好的大学生活、学习为题材，可以自己拍照摄影，也可以从影视片段中截取或合并多个片段，自行搭配上文、图片、音乐、声音等素材。

2、作品须有一定的明确主题，具有原创性，内容积极向上，思想健康，不能涉及任何政治色彩。

3、作品可以以诙谐、幽默的形式表达，创作的作品无须高水平高水准，但严禁恶搞、抄袭，一经发现取消该作品参评资格。

4、作品限时为 15 分钟以内。

八、活动流程概括

1、以班级若干同学组成的团队或个人为单位报名参赛；

2、确定参赛名单后我们会通知参加的同学做一个简单的视屏剪辑培训，让同学们更加了解如何去创作视屏；

3、各参赛同学在活动期间制作并将作品发至规定邮箱；

4、由相关人员评选出优秀作品，进行奖项鼓励；

5、活动未尽事宜，另行通知。

九、活动具体流程策划

1、由相关部门负责宣传本次活动，让每个同学了解本次活动，知道如何参加本次活动。具体为到班级上宣传，让想参加的同学们填表参与，分个人和团体报名两种。（团体报名的同学还可以个人报名，评奖可以重复评奖，但是作品不可重复）

2、请熟悉视频剪辑的老师或者学长来对想参加活动的，但不会视频剪辑的同学做一个简单的培训。

、指定同学们在规定时间内将参赛作品发至指定邮箱。另外正文附上作品简介。

4、请艺术系专业人员对作品进行仔细评判，对其打分，评奖后将作品名称以及分值作者联系方式发送至主办方负责人处。

5、统计出一等奖等奖项后公布并对其进行奖励。并在院新浪博客设置专栏进行展示。

十、奖项设置

一等奖 1 名

二等奖 2 名

三等奖 13 名

最佳特色奖

最佳效果奖

最佳创意奖

十一、奖项评选标准

创意新颖，主题明确，内容健康，画面清晰，声音清楚，画面流畅稳定，幕规范。

计算机系团总支权益部、素质拓展部

广告活动策划 篇 5

一、公司的宣传推广

作为新成立的广告公司，要善于宣传推广，塑造自己的品牌，扩大自己的影响。

1、根据公司的业务定位，配备一些行内有经验的业务员，他们会给公司带来一定的业务关系。

2、定位公司的主流客户。可以从当地的报纸媒体中了解到哪些公司投入广告量大，比如地产、学校、政企单位、装饰装修公司、医药等，把这些公司尽数掌握，根据他们的心理特点制作一份公司的业务宣传单或名片，形式可以适当创新。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/265241102011011240>