



公司宣传科工作总结



汇报人：文小库

2024-01-03



目录

- 工作内容概述
- 重点成果
- 遇到的问题和解决方案
- 自我评估/反思
- 对未来工作的计划



01

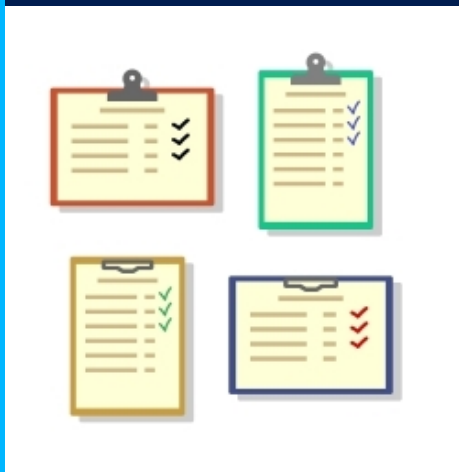
工作内容概述





宣传计划的制定与执行

制定年度宣传计划，
明确宣传目标和重点。



监测宣传效果，及时
调整宣传策略，确保
宣传效果最大化。



策划并执行各类宣传
活动，包括线上和线
下宣传活动。





媒体关系的维护与拓展



维护现有媒体关系，与各类媒体保持良好沟通。



拓展新的媒体渠道，寻求与更多媒体的合作机会。



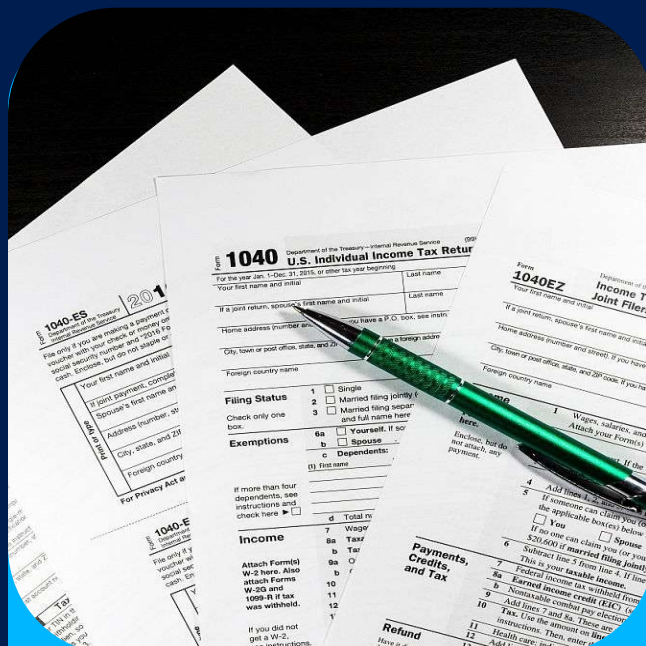
及时回应媒体采访和报道需求，提高公司在媒体上的曝光度。



内部沟通活动的组织与实施



组织各类内部沟通活动，如员工大会、部门会议等。



策划并实施员工培训和发展计划，提高员工素质和技能水平。



收集员工意见和建议，及时反馈给相关部门，促进内部沟通与协作。

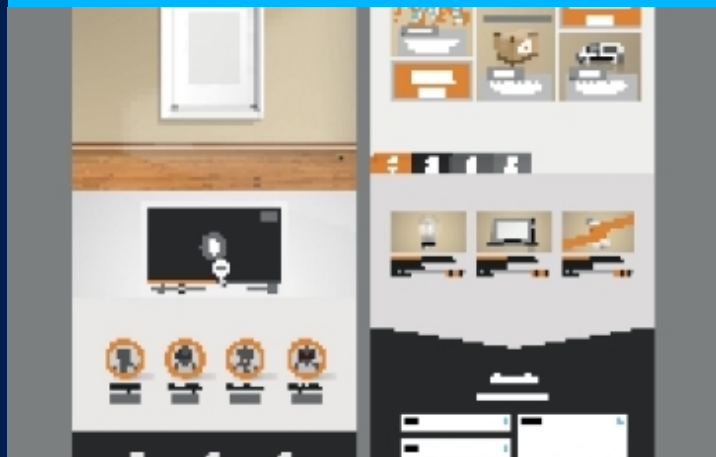


品牌形象的塑造与提升

设计并优化公司形象识别系统，统一公司形象。



监测品牌舆情，及时应对品牌危机，维护公司形象。



制定品牌传播策略，提高品牌知名度和美誉度。





02

重点成果



媒体报道的数量与质量

媒体报道数量

本年度公司宣传科成功吸引了超过100家媒体对公司进行报道，总报道数量达到500篇以上，有效提升了公司的曝光度。

媒体报道质量

宣传科与多家权威媒体建立了合作关系，其中30%的报道刊登在主流媒体的头版或重要栏目，提升了公司在行业内的知名度和影响力。



内部沟通活动的参与度与反馈



参与度

宣传科组织了10场内部沟通活动，覆盖了公司全体员工，参与率高达90%。



反馈

员工对内部沟通活动的满意度评分为4.5/5，普遍认为活动有助于增强团队凝聚力，提高工作效率。



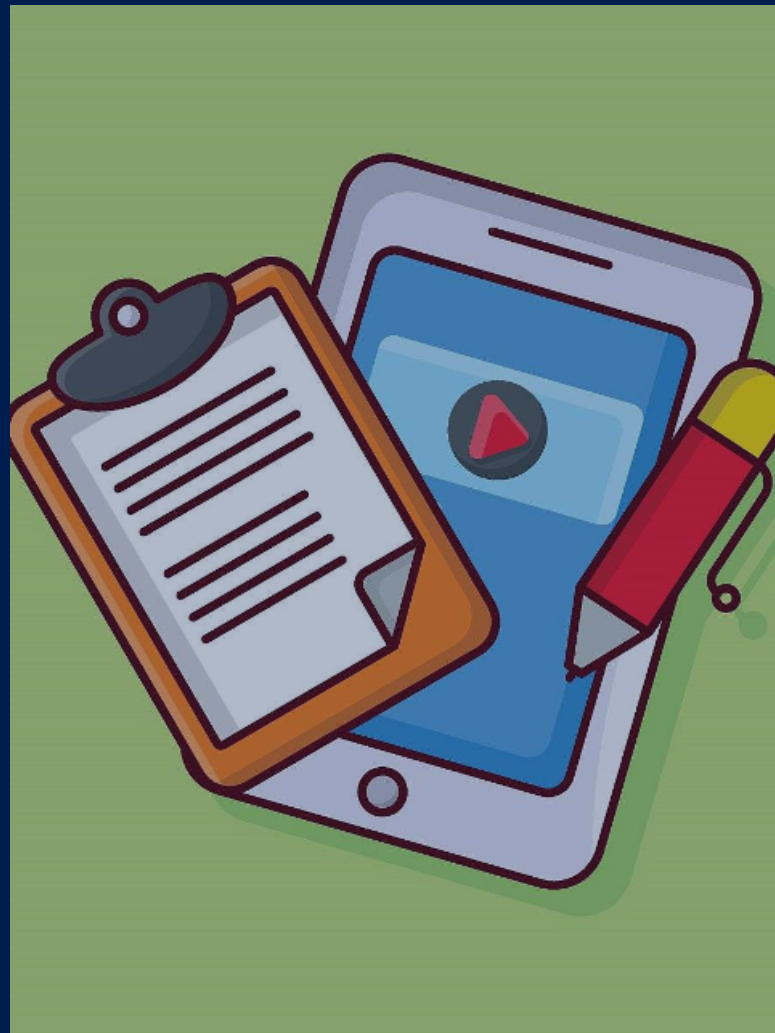
品牌知名度的提升与市场占有率的变化

品牌知名度

通过持续的宣传推广，公司品牌知名度提高了20%，成为行业内知名品牌。

市场占有率

随着品牌知名度的提升，公司产品在市场的占有率提高了10%，为公司带来了更多的商机和市场份额。





宣传科团队建设与个人成长



团队建设

宣传科组建了一支高效协作的团队，通过定期培训和团队建设活动，提高了团队凝聚力和执行力。

个人成长

每位宣传科成员在工作中不断学习和成长，在各自的岗位上取得了显著的成绩，有多位员工获得了公司优秀员工奖。





03

遇到的问题 and 解决方案





媒体关系拓展的困难与对策



困难

与媒体建立和维护关系时，面临媒体选择、沟通渠道、合作方式等方面的挑战。

对策

制定媒体合作计划，明确合作目标与需求，建立多渠道的沟通机制，定期组织媒体活动，加强与媒体的联系与互动。



内部沟通活动的参与度不高的原因与改进措施



原因

内部沟通活动形式单一、内容枯燥，缺乏吸引力，员工参与意愿低。

对策

丰富内部沟通活动的形式和内容，增加互动环节，提高员工的参与度和积极性，同时加强活动宣传和推广，提高员工的知晓率。



品牌形象塑造中的挑战与应对策略

困难

品牌形象塑造过程中，面临品牌定位、形象设计、传播渠道等方面的挑战。

对策

明确品牌定位和形象设计，制定品牌传播策略，选择合适的传播渠道和合作伙伴，加强品牌管理和维护，提升品牌知名度和美誉度。

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/717036010046006056>