# 2024年新媒体营销策划的要点(三篇)

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2024-07-02

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧新媒体营销策划的要点篇一夏季，炎热的夏季。...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

**新媒体营销策划的要点篇一**

夏季，炎热的夏季。冰镇啤酒，一想起就觉得如火山爆发天降大雨。心里就咯吱一声的凉爽。提前将啤酒冰镇到位，无限量供应。可能有的人认为会亏损，事实证明相当于全单打八折。以前本人在重庆骑龙火锅任职总经理的时候，包括重庆的直营店都是这样的一个营销策略，不仅赚来了十足的人气，更是赚得盆满钵满。有事实作为依据，大就不用怀疑。

最后说明一点，光大听到啤酒免费就足以吸引眼球。是你，难道不去？

2、火上加火策略

既然大觉得吃火锅上火，我们到不如来个火上加火策略。这也是营销策略之一，实际操作方法就是“上火，你更火！”的主题营销活动——“天上掉馅饼，火锅免费整”。

活动规则：

a、每天前来就餐的顾客，有一桌将会获得全免单的机会。

b、如果你餐厅有68张台位，在抽奖箱里放置68个乒乓球。其中有一个球是免费的。

c、在运营高峰期，举例晚上8点是客人入座率最高的时候，将入座的客人进行扎帐。

d、挨桌让客人摸奖，若摸到免费那个乒乓球，则在扎帐之前的消费全由店买单。哪怕客人消费了20\_\_块，只要他又那么好的运气和胆量。

此策略的做法就是火上加火，营造一种人们都希望自己火的美好向往。重点要把这种气氛做出来，用互动的气氛转移人们对火的另外一种期盼。同时这种营销策略也符合中国人买票的四两拨千斤的赌博心理。如果我免单了，我幸运，如同中了票头奖；如果我没中，那么我也无所谓。反正自己消费了。

3、其他营销小策略

a、免费冰激凌。b、免费凉茶。c、免费绿豆汤。

以及其他，但小策略的营销活动最好不要单独使用。配合其他大型促销活动使用，增加顾客对我们的印象。

**新媒体营销策划的要点篇二**

中国汽车市场已进入白热化激烈竞争局面，不同品牌、不同档次车型的众多商家不断展开铺天盖地的广告和促销活动争抢顾客的“眼”。面对如此竞争，我们\_\_品牌应该推陈出新，抢抓顾客的“心”，多开展一些投入少、效果又好的公益性公关活动，争取一举多得。

一、市场分析：

\_\_年在中国车市创下辉煌战果的\_\_汽车，在\_\_年仍旧保持强劲增长，销量连破历史记录，二月销量再攀新高，突破10000辆大关。 2月份深圳汽车市场总销量11438台，较1月份增长2326台（25.5%）。

本公司\_\_汽车1月份终端销量78台，2月份增至151台，同比增长

93.5%。同期竞争车型如长安羚羊（186-173=13台），增长7.5%，天汽夏利20.5%（41-34=7台）等，比较经济型轿车本月销量，\_\_汽车深圳市场销售走势良好。

二、客户群体分析：

我公司采用数据库检索，电话访谈，车主座谈等方式就资料库中

182名\_\_车主，针对车型、车主性别、年龄、学历、职业、用途、是否具有广泛爱心等因素开展了\_\_用户调查活动。

调查结果经统计分析得出：\_\_汽车作为具有卓越性价比的国内经济型家庭轿车，其车主更多集中在家庭年收入为5-8万之间、25-45岁的男性消费群体；职业最多为中层管理人员，其次是私营业主和营销商务人员；用户购买\_\_汽车主要出于理性需求，代步成为主导，工作、业务需要处于其次。其中具有广泛爱心、经常施舍的车主占绝大多数，多数客户反映出在自己生活日渐富裕之后，早有资助贫困孩子上学的愿望，长期以来一

直迫于身边没有奉献自己爱心的平台而未尽此善举，表明多数车主还是拥有爱心，乐善好施，热心于公益事业，关注社会发展的。

深圳\_\_为千百万个充满爱心的车主朋友搭建关爱之桥。从今年3月开始，凡购\_\_汽车者，\_\_公司均以车主名义出资三百元捐助一名失学儿童。

三、活动策划思想：

我公司以“助失学儿童，祈车主平安”为主题推出优惠购车活动。

儿童是祖国的未来，祖国的希望，特困品学兼优面临失学的儿童更需要社会的支持和关注，借此为主题策划活动，一方面在优惠车主购车满足个人物质需求的同时，更让其为社会奉献了自己的一份爱心，满足了其更高的社会需求，从马斯洛人性需求论的角度来讲更易社会接受，同时树立了汽车品牌、公司良好的社会形象。另一方面捐助贫困地区失学儿童，为社会教育事业贡献公司绵薄的力量。

**新媒体营销策划的要点篇三**

一、会场基本情况：

（一）展览时间：20\_\_年4月18日-4月22日开幕时间：20\_\_年4月18日上午10点预展时间：20\_\_年4月17日撤展时间：20\_\_年4月23日

（二）地点：

（三）名称：

（四）主题：

（五）宗旨：

（六）参展范围：

1、汽车整车：进口及国产汽车

2、汽车配件：进口及国产汽车配件

3、汽车用品：汽车装饰件、汽车美容件、改装用具等

4、汽车延伸产品：汽车模型、电子产品、自行车等

5、汽车服务：汽车金融、汽车保险等

（七）展区布局：

1、主展场展览面积3万平米，室内1、5万平米，室外1、5万平米；

2、展厅内以进口汽车为主；

3、展厅主通道以汽车配件、电子产品、改装用具等为主；

4、前广场以国产汽车、特种车、房车展示及互动活动为主；

5、汽配城为汽车配件展区；

6、4s店、二手车市场自有品牌展示；

7、试车道进行试乘试驾活动。

（八）参展品牌：

1、已确定参展品牌

（2）待确定参展品牌

（3）计划参展新车

（九）展会期间主要活动：

现场开幕仪式、厂商新车发布会、厂商表演活动、联合试乘试驾活动、现场抽奖活动、汽车摄影大赛等。

十)展位规划见下图：

二、主要组织单位：

1、主办单位：

2、协办单位：

3、承办单位

4、支持单位：

三、车展筹备机构：

设立由\_\_相关部门组成的筹备委员会，下设办公室、招商组、宣传组、布展组。全面负责车展的各项准备工作。具体组织机构及分工如下：

1、筹备委员会领导成员：

2、现场指挥部：

总指挥：

副总指挥：

3、各组负责人设置及工作职责

（1）综合服务组

主要工作职责：

a、负责车展主办单位及嘉宾单位邀请；

b、负责门票赠送工作；

c、负责门票的销售、兑换、人员统计等工作；

d、负责班车及线路的确定和管理工作；

e、负责与管委会、控股、中进等股东的联系；

f、负责文件起草、上报和归档工作；

g、负责财务管理，收支预算；

h、会议组织、接待工作。

（2）招商组人员：主要工作职责：

a、展厅内及外广场等展位招商工作；

b、招商品牌统计、汇总、跟进工作：

c、海关、商检等优惠政策申报工作；

d、展费收取工作。

（3）宣传组组长：

成员：娄志斌及市场部全体人员。

主要工作职责：

a、制定展会策划方案、宣传方案；

b、媒体关系维护，最大限度刊发新闻通稿、软文；

c、广告位设立；

d、配合参展商提供促销方案；

e、广告设计制作；

f、参展商布展设计审核工作；

g、手提袋、会刊、门票、海报、等dm材料广告招商工作。

（4）布展组

组长：卞庆华

成员：杨茗及展贸中心人员现场管理人员。

主要工作职责：

a、展位划线、展位详规；

b、展场现场管理工作；

c、消防、保险等工作；

d、区内交通管理部门的协调工作；

e、现场安全管理。

四、车展宣传计划

(略)

五、目前工作进度

1、展会策划工作：展会整体策划方案、招商手册、邀请函、工作分工表等系列前期准备文件已经全部准备完成。

2、招商工作：已于3月3日正式召开了园区企业车展动员大会，展会邀请函和招商资料已经发给园区企业，园区企业基本参加本次展会，区外企业招商工作已经正式启动。

3、宣传工作：需与津洽会组委会建立密切的沟通联络机制，在天津主流媒体建立津洽会专栏集中报道本次车展内容。计划从3月中旬每天提供一片800字左右的新闻通稿报道本次车展总体情况、参展品牌、参展车辆、展会活动、销售量等等。

4、文件上报工作：已正式向保税区管委会上报了车展的相关文件，涉及到展会进口汽车的入关等问题仍需津洽会组委会协调解决。

六、需津洽会组委会协助解决的问题

1、宣传问题：

1)建议在天津主流媒体建立津洽会专栏集中报道本次大会，车展内容的新闻最好每天能刊出或播出一片。 2)鉴于硬性广告对于宣传的巨大作用，建议津洽会组委会能对车展投放的硬广给予大力支持。

3)车展期间的记者邀请及新闻报道请给予大力支持。

4)路牌等户外媒体的发布请给予大力支持。

5)建议建立密切的宣传联络员沟通配合机制。

2、开幕仪式组织问题：需津洽会组委会尽快确定出席开幕仪式的领导、开幕仪式由谁来负责、形式、规模大小等系列问题。

3、行政许可、安防 、消防、交通协调等问题请津洽会组委会统一办理重大活动行政许可报批手续，设计安防、消防、交通协调等问题由津洽会组委会统一负责。

4、门票的印制、定价、销售问题历届嘉年华门票定价20元，主要凭车展广告兑换门票，今年建议还采取以上方式。

5、会场之间的交通问题建议开通国展中心到汽车园的免费班车方便观众参观。

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