# 美容院广告宣传策划最佳方案

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-08-22

*第一篇：美容院广告宣传策划最佳方案美容院广告宣传策划最佳方案1．统筹安排广告宣传广告宣传有一个长期性、连续性的效应，单凭一、两次广告是达不到理想效果的，尤其是现在的信息社会，每天都要有数以万计的广告出现。缺乏统筹安排则会使广告风险加大，甚...*

**第一篇：美容院广告宣传策划最佳方案**

美容院广告宣传策划最佳方案

1．统筹安排广告宣传

广告宣传有一个长期性、连续性的效应，单凭

一、两次广告是达不到理想效果的，尤其是现在的信息社会，每天都要有数以万计的广告出现。缺乏统筹安排则会使广告风险加大，甚至导致无效投资，给美容院造成严重的损失。

一般来说，美容院半年或者是一年做一次广告计划，包括美容院广告的内容、所选择的媒介、广告的力度、投入与回报的预测等。

2． 精心选择广告媒介

美容院的广告投资非常有限，所以要精心选择广告媒介。

（1）选择广告媒介的相关因素；

① 价格：

不同的广告媒介收费标准也不同，美容院要考虑自己的承受能力，选择价格适宜的广告媒介。

② 消费群体：

美容的消费者以女性居多，有二十多岁左右喜欢扮靓的女孩儿，有初入社会的学生，有二十多岁的职业女性，有三、四十岁的具有成熟韵味的女性，有五、六十岁进入衰老期的女性。美容院选择媒介，要充分考虑到美容消费群体的特点，选择她们经常接触的媒介。

（2）合理利用宣传媒介：

①

电视、广播：电视广播传播效果比较广，但广告价格昂贵，不能长期使用。可以以讲座的形式与其合作，比如讲各个季节皮肤的保养知识，各类皮肤的保养、头发的养护、化妆品的选择与使用等等。这样，既可以传播美容知识，又可以宣传美容院，使美容院产生一定的知名度。

②

报纸、杂志：报纸杂志读者也很广泛，但现在报刊种类很多，令人眼花缭乱，最好是选择美容类专业杂志、女性杂志，电视周刊以及以生活消费信息为主的报刊，因为这几类报刊好存放，内容比较丰富、几乎成为全家人的刊物，效果能持续一周甚至几个月，所以这些报刊作美容广告媒介比较适合，价格也比较适中。

③

印刷品、宣传单：印刷品、宣传单的特点是价格相对便宜，而且可以将美容院的情况做详尽的说明。如美容院的服务理念、美容院的技术力量、特点特色及美容院的各类图片均可包括在内。

④

户外广告：户外广告包括招贴、路牌、壁画、灯箱等广告形式，具有传播面广、费用低、收效快的特点，是一种大众传播信息的方式。其广告用语简洁、画面醒目、标识清楚、形式多样，很引人注目。招贴一般是将书写或彩色印刷的广告粘贴在墙壁上或悬挂于热闹的街市或商店，酒店旁边以招来顾客，路牌广告一般设置在交叉路口，壁画、灯箱广告一般布置在美容院门口。户外广告要求创意新颖、图像生动、色彩鲜明、对比强烈、与众不同。

⑤

橱窗广告：橱窗广告就是橱窗陈列。美容院门的橱窗里，有生动的图案、宣传画、模型、产品样品、文字说明，配以灯光、色彩布置等给人以美的享受，是一种很好的企业展示和广告宣传。制作橱窗广告最主要是设计，把装饰美、艺术美与商品的特点有机地结合起来，以取得最佳的宣传效果。

3． 把握好广告宣传的力度：

广告宣传的力度是指美容院多长时间做一次广告，每次做多长时间或多大版面。力度较大的广告宣传是指广告发出比较频繁，版面较大，或时间较长。

美容院通常在开业、整修重张等情况下，广告宣传力度较大。在转入正式经营以后，广告就要量力而行了。一般来说，广告的频次以每周做一次或每月做两到三次，甚至每月做一次都可以。大小版面适当调整，如逢年过节版面大一些，平时版面小一些，这样既能使广告、持续不断，又能节省开支，达到事半功倍的效果。

4． 广告宣传要突出重点

广告宣传的时间和版面均是有一定限制的，不可能想写多少就写多少，所以做广告时，要注意突出重点。可以从以下几个方面来把握：

（1）强调美容院的整体素质：这种宣传不以经营服务项目技术细节为主，而是突出美容院人员的素质、技术能力、店面规模及服务理念，有助于提高美容院的品牌形象。

（2）强调美容院的服务特色：特色经营

是一个个性鲜明、技术独特的经营方式，如祛斑专门店、纹刺专门店、化妆专门店、美体专门店、脱毛专门店等等，以其独特的方式吸引顾客。宣传时，强调自己的特色，可以起到突出重点，一目了然的作用。

（3）突出一、二项，带动其它项：综合美容院服务项目众多，如果面面俱到，会给人感觉杂乱，而且哪一项也介绍不清。广告时，可以重点宣传其中一、二项，而略带其它，待消费者对该项有了较深印象后，再突出另外一、二项做重点介绍。也可以根据季节做重点项介绍。如夏季刚过，可以突出祛斑、美白项目，冬季过后，可以突出减肥项目等等。

5.广告形式要吸引人：

美容院常常在报刊上做广告，但报刊由于受印刷技术的限制，容易单调，如果广告版面不够大的话，对消费者的直接视觉刺激不够强，不容易引人注目。所以广告的标题要醒目，立意要新颖，版面结构要尽量简单，文字要清晰，如：都是较好的题目，写广告内容时要尽量精炼，如果版面疏密有致，视觉感觉会比较舒服，人们爱看，如果文字太多，密密麻麻，人们不愿意细读，很容易把视线移开，这样，即使广告说的再详细，也起不到广告的作用

6． 集信息反馈、做好广告效果评估

广告发出后，美容院要注意收集来自各方面的信息，如电话咨询、或对上门咨询的顾客可以顺便问一下：“您是怎么知道我们美容院的呢？”通过询问，便可以知道所做的广告计划。每个月统计一下广告费支出与美容院收入情况。一般来讲，广告支出的费用是营业额的20%左右。广告以后，美容院效益增长了，可以适当加大广告力度，如果广告持续一段时间，仍无较好的效果，美容院必须对广告做适当调整。

广告宣传的注意事项

1． 广告要令人信服，不可搞一些背离科学的玄术。有的广告盲目夸张美容效果，结果顾客做完美容后，根本见不到效果，便会指控美容院做虚假广告，美容院会受到工商部门的处罚。

2． 广告用语不要太极端，可以加上“基本”、“一般”等用词，这样可以排除特殊性。

3． 广告用语要简单扼要，文字的含金量要高，一目了然。

4． 广告用语要简单新颖，要适当地变动广告形式和内容。一成不变，会给人死板，没有生气的印象。但如果变动频繁，消费者弄不清楚美容院的整体情况和主要经营项目。

5． 广告要有连续性，不能一曝十寒，效益好就不做广告，效益不好就拼命做广告，或是广告公司推销上门，不好意思拒绝，而缺乏总体的长远计划性。这样只能导致广告经费的浪费。

郑州海源营销策划有限公司 凭借15年为美容企业成功营销策划的实战经验，在中国首先实现了为中小美容企业低成本，无风险营销策划的公司理念。我们所有的营销策划工作都能达到或超过中国一流水准，以及为美容企业创造相当于营销策划费用10-100倍的经济效益，是海源营销策划公司永远不变的郑重承诺。

**第二篇：美容院如何进行广告宣传策划**

美容院广告宣传策划最佳方案

1。统筹安排广告宣传

广告宣传有一个长期性、连续性的效应，单凭

一、两次广告是达不到理想效果的，尤其是现在的信息社会，天天都要有数以万计的广告出现。缺乏统筹安排则会使广告风险加大，甚至导致无效投资，给美容院造成严重的损失。

一般来说，美容院半年或者是一年做一次广告计划，包括美容院广告的内容、所选择的媒介、广告的力度、投进与回报的猜测等。

2。精心选择广告媒介

美容院的广告投资非常有限，所以要精心选择广告媒介。

(1)选择广告媒介的相关因素;

① 价格：

不同的广告媒介收费标准也不同，美容院要考虑自己的承受能力，选择价格适宜的广告媒介。

② 消费群体：

美容。的。消费者以女性居多，有二十多岁左右喜欢扮靓的女孩儿，有初进社会的学生，有二十多岁的职业女性，有三、四十岁的。具有成熟韵味的女性，有五、六十岁进进朽迈期的女性美容院选择媒介，要充分考虑到美容消费群体的特点，选择她们经常接触的媒介。

(2)公道利用宣传媒介：

① 电视、广播：电视广播传播效果比较广，但广告价格昂贵，不能长期使用。可以以讲座的形式与其合作，比如讲各个季节皮肤的保养知识，各类皮肤的保养、头发的养护、化妆品的选择与使用等等。这样跟妆类既可以传播美容知识，又可以宣传美容院，使美容院产生一定的着名度。

② 报纸、杂志：报纸杂志读者也很广泛，但现在报刊种类很多，令人眼花缭乱，最好是选择美容类专业杂志、女性杂志，电视周刊以及以生活消费信息为主的报刊，由于这几类报刊好存放，内容比较丰富、几乎成为全家人的刊物，效果能持续一周甚至几个月，所以这些报刊作美容广告媒介比较适合，价格也比较适中。③ 印刷品、宣传单：印刷品、宣传单的特点是价格相对便宜，而且可以将美容院的情况做详尽的说明。如美容院的服务理念、美容院的技术气力、特点特色及美容院的各类图片均可包括在内。

④ 户外广告：户外广告包括招贴、路牌、壁画、灯箱等广告形式，具有传播面广、用度低、收效快的特点，是一种大众传播信息的方式。其广告用语简洁、画面醒目、标识清楚、形式多样，很引人注目。招贴一般是将书写或彩色印刷的广告粘贴在墙壁上或悬挂于热闹的市井或商店，酒店旁边以招来顾客，路牌广告一般设置在交叉路口，壁画、灯箱广告一般布置在美容院门口。户外广告要求创意新奇、图像生动、色彩鲜明、对比强烈、与众不同。

⑤ 橱窗广告：橱窗广告就是橱窗陈列。美容院门的橱窗里，有生动的图案、宣传画、模型、产品样品、文字说明，配以灯光、色彩布置等给人以美的享受，是一种很好的企业展示和广告宣传。制作橱窗广告最主要是设计，把装饰美、艺术美与商品的特点有机地结合起来，以取得最佳的宣传效果。

3。把握好广告宣传的力度：

广告宣传的力度是指美容院多长时间做一次广告，每次做多长时间或多大版面力度较大的广告宣传是指广告发出比较频繁，版面较大，或时间较长。

美容院通常在开业、整修重张等情况下，广告宣传力度较大。在转进正式经营以

后，广告就要实事求是了。一般来说，广告的频次以每周做一次或每月做两到三次，甚至每月做一次都可以。大小版面适当调整，如逢年过节版面大一些，平时版面小一些，这样既能使广告、持续不断，又能节省开支，美女养成当学吴佩慈，达到事半功倍的效果。

想开美容院什么品牌好雅致轩让你最满意

要想加入美容院行业，首先要明确美容院的定位，想开一家什么样的美容院，如果想加盟大品牌、门槛低、产品效果好、加盟政策优惠、售后服务完善的美容院可以咨询雅致轩美容院。

雅致轩品牌定位：中国问题皮肤解决专家，专业做面部问题皮肤的治疗和解决方案。雅致轩国际集团十一年来一直致力于中医药美容治疗和护肤领域，雅致轩定位于中国问题皮肤治疗专家，为中高端顾客提供面部问题肌肤有效解决方案。解决包括面部美白、祛斑、除皱、祛痘、祛印、祛胎记、红血丝、敏感肤质等方案，同时针对眼部除皱、鼻子黑头、面部脱毛祛痣等提供技术、产品和解决方案。

雅致轩运用中医药辩证施治，内调+外治的综合治疗方法为顾客打造一张最为引人注目的面部名片。11年的疗效品质，全国近900家加盟店，让雅致轩成为一个靠口碑做起来的一线中高端品牌。顾客的口碑和产品疗效证明雅致轩中药产品的实力，数以万计祛斑患者见证雅致轩的祛斑疗效!。

雅致轩女子美容院加盟优势：

纯中药美容项目；11年疗效品质；全国近900家加盟店；中医药辨症施治，内调外治；靠口碑作起来的一线中高端品牌。

雅致轩特色项目：

中药祛斑、中药美白、中药祛痘、中药抗皱、中药高保养、SPA冷/暖疗

雅致轩美容院加盟项目的特点：

面部为主的项目；完全纯中药绿色疗效产品；内调外治综合治疗的类医疗经营项目；产品线分类最细最长达300余款；永久长效的经营项目至今已成功经营11年不换品牌；靠疗效口啤品质作起来的项目；全球最大的化妆品集团经营的专业线项目；强大营销团队支持的美容院项目；定位于中高端疗效的美容院项目。

适合加盟雅致轩的三种情况：

1.有店面。有自己的店面，但是生意不好，产品效果一般，留不住顾客，想找一个产品效好、加盟费低、货源有保障的美容院产品加盟。现在有自己的店，生意也还行，但是想把生意做的再大些，再选一些好项目，赚更多的钱，同时帮助更多爱美的女士美容需求。

2.没有店面。热爱美容事业，想自己创业，但是没有经验，资金不多，想找大品牌、门槛低、产品疗效好、加盟政策优惠、售后有保障的美容院品牌进行加盟，可以加盟连锁店也可以产品加盟，根据自己的实际情况决定。

3.加盟连锁店。有美容业相关经验，做过店长、美容师或者美导，现在想开一家自己的美容院，但是还没有店面，想找一家品牌大、门槛低、产品疗效好的美容院加盟连锁店。加盟雅致轩与厂家直接合作技术培训和售后有保障

雅致轩历经十余年的发展的成长，有着成熟的管理和运营体系，开店从选址、装修、开业、培训、促销、管理等有成熟的体系，真正做到营者放心、省心、无忧经营;无论是整店输出还是产品加盟都是和厂家直接合作，由厂家直接提供服务技术支持和培训，中间不经过任何繁杂的环节，减少了不必要的麻烦，让加盟商放心经营。

雅致轩是国内十大主流权威媒体联合推荐的中医药美容院加盟项目，适合新手创业投资、美容师创业、有店想寻找更好的项目者，雅致轩在全国首家推出0元加盟，免费培训，直接进店赢利的模式，为N多加盟商提供了快速入行致富的空降途径。

详情可以在百度搜索雅致轩官网了解。。。

**第三篇：广告宣传策划方案**

和风寿司宣传策划书

一、宣传目的

和风寿司是一家将日式料理、餐吧汇于一体，为茂名市一家独特的高档次、高品位的餐饮场所，引领着茂名市日式料理餐饮休闲娱乐新潮流。现开业在即，如何确保“首战必胜’’是所有新生项目的首要问题，对于和风寿司来说，开业时的兴衰决定了和风寿司的命运。因此，本次和风寿司的开业前期广告宣传工作无论在广度和深度上都要形成浪潮之势，要达到以下几个方面的效果：

1·在茂名市要产生积极广泛的社会影响，有力地促进和风寿司，开业庆典的成功举办。

2．适时地宣传和风寿司的服务设施和产品。

3．做好和风寿司的招聘宣传及员工的培训工作。

4．提升和风寿司宣传的主题及社会形象和影响力。

二、宣传策略

1·开业前期宣传的时间上可大致分为五个阶段，层层递进，逐步掀起高潮。

A．预热阶段：11月下旬至12月上旬，属于整个开业前期的宣传预热期。组织3台宣传车进行和风寿司的车身包装，深入茂名市，一方面进行资料发放，进行品牌形象宣传；另一方面到了市区，宣传车停下来打出横幅进行传单的派放，届时与当地新闻媒体提前联系，可作为当地的一大新闻热点进行渲染，这样的效果比做纯粹的报纸和电视广告要好且不用花什么钱，何乐而不为?

B．初期阶段：12月上旬至12月中旬，对和风寿司的整体形象进行初步的宣传报道。

C．中期阶段(品牌形象树立及概念渗透期)：12月中旬至12月下旬，对和风寿司的整体形象进行深入宣传，公众号重点介绍产品活动等。

D．结尾阶段：ll月上旬至正式开业时间，总结回顾开业前期的宣传，分析评估广告投放的效果，以便做好和风寿司正式开业庆典的整体活动宣传策划。

2．空间上进行辐射式宣传，形成冲击波效应：茂名市行业一全区，主要在媒体选择上，茂名地方媒体、互联网媒体相结合。

3．立体全方位宣传：线下、互联网、微信、户外广告、活动赞助等全方位冲击。

4．在进行时空交叉、立体宣传的同时，注意突出重点，深入报道。

三、宣传要点(新闻点)

1．以“2024魅力巨星演唱会特约餐饮中心”为主题，进行开业前期的渲染造势。

2．通过下到全区四县一市进行宣传，作线下传单派发以及配合活动宣传，作为当地一个新闻的热点进行宣传炒作，营造出很好的和风寿司品牌效应。

3．经过一系列宣传攻势，在茂名市的消费者心目中，初步建立和风寿司品牌的知名度和好感度，促进、保证和风寿司在正式开业时一炮打响，并且以此为契机，吸引周边城市的消费者。

4．通过宣传，使和风寿司经营理念和品牌形象深入消费者。

5．做好和风寿司正式开业的庆典剪彩仪式、开业后系列活动的宣传预告，及在开业当日将举办大型的“2024魅力巨星演唱会”的配合工作广告宣传。

四、特别宣传活动

以2024魅力巨星演唱会为契机，开展线上和线下宣传工作：

1、线上

转发和风寿司公众号开业当天微信，或前期公众号发出的预热微信进行集赞换门店优惠劵或演唱会门票。

2、线下

设立演唱会门票兑换点，开展新张开业期间，门店单次消费满XXX元换演唱会门票或以会员充值制度吸引消费，单次充值金额满XXX元送演唱会门票等活动，进行全面推广。

配合演唱会宣传，打印海报或传单，为即将开业造势，开业时凭传单可兑换礼品或店内食物。

五、开张当天表演安排

开张当天，已预约好日本舞蹈员一名，古筝演奏一名，乐队人员3名，歌手2名。详细见附表。

**第四篇：广告宣传策划方案**

广告宣传策划方案

一、宣传目的：为进一步推动公司的业界宣传，提升公司在行业中的影响力，提高公司的知名度和美誉度，加快合作，彰显实力，着眼未来，把握机遇，在服务行业先声夺人并立稳脚跟。让社会更好的了解知道我们秘书服务公司的积极向上的友好态度和认真服务的宗旨。同时也打开市场，让我们秘书服务有限公司可以服务更多的有需要的企业。

因此，本次在公司广告宣传工作上的广度和深度上都要形成浪潮之势，要达到以下几个方面：

1、完善和树立热情服务的品牌形象。

2、适时地宣传公司的服务态度和主要工作。

3、提升公司形象宣传的主题及社会形象和影响力。

二、宣传策略：

A、预热阶段：10月15，16两天属于宣传的预热期，提高公司知名度，利用媒介，可在报刊杂志上、电视网络上介绍公司的性质等。

B、初期阶段：（品牌形象树立及概念渗透期）17号，(1)对公司整体形象进行宣传，挑选出公司形象代言人，重点报道,(2)邀请相关业界企业领导参加公司文化服务的座谈会。

C、高潮阶段：18日上午，在人群相对集中的地方搭台展示公司文化，下发给路人有关公司资料，现场免费服务有需要要的人，包括写一些通知，启示，宣传标语等等。下午，对公司工作环境进行现场报道与解说。

D：结尾阶段：利用19日一天，分析评估广告投放效果，挖掘潜在客户，整理宣传资料，以及做好备份，记录工作

1、空间上进行辐射式宣传，形成冲击波效应:行业-全区，主要在媒体选择上，地方媒体，县市媒体，互联网媒体相结合。

2、立体上方位宣传：报纸、电台、互联网、户外广告等全方位冲击

3、在进行时空交叉，立体宣传的同时，注意突出重点，深入报道。

三、宣传要点：（新闻点）

1、以“我办事，你放心”为主题，进行前期的渲染工作，打出我们真诚服务的宗旨

2、通过报纸，网络、电视等媒介的宣传，初步在人们心中留有印象，提高了公司的知名度

3、利用对形象代言人的重点报道，以一个热点新闻来炒作，进行攻势。稳固公司形象。

4、免费的现场服务可以提增人们对公司的好感，也凸显我们公司的实力。营造良好的品牌效应和服务形象。

5、公司环境的报道拍摄又处于深入了解我们公司内部，把活动推向高潮，让更多的人参与进来。

6、通过宣传，挖掘潜在客户，吸纳更多的有识之士加入，创立更多的合作方案。

7、着重的宣传，体现我们公司的服务意识强，社会爱心，为公司夺得社会效益的最大回报

四、新闻发布会：

时间10月16日

内容：对公司性质进行整体介绍，宣布后期会有活动

目的：主要通过新闻界向社会传递信息，形成一个公众期待的焦点

五、宣传与媒介形式：

1、报纸：

可以选择《处州晚报》、《丽水日报》等报纸宣传。开辟专栏、专版，对丽水市食点秘书服务有限公司进行深入报道。广告形式以软广告为主，配合少量的新闻炒作，投放收费低廉的通栏广告

2、电视台

制作专栏广告片。选择在黄金档播出。电视台可选择丽水综合频道、丽水生活频道、丽水新闻频道。

3、广告小礼品

设计精美的适合送给不用身份宾客的有宣传性质的小礼品（比如记事本、明信片、签字笔等）在相关活动中赠送。

4、网络广告：

网络广告作为一种现代化的手段，可以进行广泛的宣传、报道。在《丽水人才网》、《丽水信息港》、《丽水人事信息》等

六、资金预算

1.电视台：10000元（中期阶段以后开始逐步投入）

2.报纸： 8000元（中期阶段以后开始逐步投入）

3.户外广告费35000元（高潮阶段开始投入）

4.广告小礼品1000元（中期阶段开始购买）

5.搭台，音响租用4000元

6.其他10000元（不可预见费用）

总计：65000元

一个成功的宣传，应整合运用广告，公关，实践等手段全方位立体传播。一个好的品牌敢于在实践中开拓自己的市场。本次的形象宣传策划，公关部将是公司形象的一个重点代表。创立名牌企业，实行优质服务，是企业良好信誉和形象的表现，也是企业开展正当竞争的主要手段。为了在社会中站稳脚跟，必须树立名牌意识，用优势的服务树立企业的信息和形象，才能使企业在竞争中立于不败之地。

**第五篇：餐饮广告宣传策划方案**

“219”餐饮连锁集团宣传部策划方案

一、宣传目的：

“219餐饮集团”是一家集中西餐饮、主要以快餐为主的餐饮连锁集团，为绥化市独特的一家高档次、高品位的餐饮休闲娱乐行业，引领着东北快餐新潮流。现开业在即，如何确保“首战必胜”是所有新生项目的首要问题，对于“219餐饮集团”来说，开业时的兴衰决定了“219餐饮集团”的命运。为了确保“首战必胜”，不同的项目遇到的症结也有所不同。“219餐饮集团”开业成功所必须克服的症结问题是：既要有轰动的场面，又要有实实在在的营业额，而要使经常发生矛盾的两者兼具，就要求助于开业前期的广告渲染。对“219餐饮集团”来讲，它的开业活动是否别致新颖即“首战是否能大获全胜”，给人以耳目一新并最终一炮打响，对于此餐饮休闲娱乐行业在绥化先声夺人并立稳脚跟有着至关重要的影响。如果正式开业留下种种缺憾，将对以后各项的开展会造成相当的被动。另外，任何一个快餐行业的生存，很重要的是看它的经营手段如何，营业业绩的好坏，这是我们都回避不了的问题。如何在“219餐饮集团”开业庆典上成功的同时，同时也让“219餐饮集团”有很好的营业佳绩，是摆在我们面前的不容忽视与回避的问题。

因此，本次“219餐饮集团”的开业前期广告宣传工作无论在广度和深度上都要形成浪潮之势，要达到以下几个方面：

1、在绥化乃至周边县市都要产生积极广泛的社会影响，有利的促进“219餐饮集团”开业庆典的成功举办。

2、完善和树立“219餐饮集团”的品牌形象。

3、适时地宣传“219餐饮集团”的服务设施和产品。

4、做好“219餐饮集团”的招聘宣传及员工的培训工作。

5、提升 “219餐饮集团”宣传的主题及社会形象和影响力。

二、宣传策略：

1、开业前期宣传的时间上可大致分为五个阶段，层层递进，逐步掀起高潮。

A、预热阶段：作好“219餐饮集团”的员工招聘宣传工作，组织3台宣传车进行“219餐饮集团”的车身包装，深入绥化市一方面进行资料发放，进行品牌形象宣传，一方面到了所在县市，宣传车停下来打出横幅进行员工大型现场招聘，届时与当地新闻媒介提前联系，可作为当地的一大新闻热点（为当地解决就业问题）进行渲染，这样的效果比做纯粹的报纸和电视广告要好且不用花什么钱，何乐而不为。

B、初期阶段：对“219餐饮集团”的整体形象进行初步的宣传报道，包括员工的军训和业务培训。

C、中期阶段（品牌形象树立及概念渗透期）：对“219餐饮集团”的整体形象进行深入宣传，重点报道。

D、高潮阶段：根据“219餐饮集团”的各项筹备工作就绪进行现场深入报道。E、结尾阶段：总结回顾开业前期的宣传，分析评估广告投放的效果，以便做好“219餐饮集团”正式开业庆典的整体活动宣传策划。

2、空间上进行辐射式宣传，形成冲击波效应：绥化-行业-全区，主要在媒体选择上，绥化地方媒体、全区各县市媒体、互连网媒体相结合。

3、立体全方位宣传：报纸、电台、电视台、互连网、DM邮政快递、户外广告等全方位冲击

4、在进行时空交叉、立体宣传的同时，注意突出重点，深入报道。

三、宣传要点：（新闻点）

1、以“绵绵快餐情，浓浓幸福意”为主题，进行开业前期的渲染造势。

2、通过下到全区五县市进行宣传及大型员工现场招聘活动，作为当地一个新闻的热点进行宣传炒作，营造出很好的“219餐饮集团”品牌效应和服务形象。

3、经过系列宣传攻势，在绥化全区的消费者心目中，初步建立“219餐饮集团”品牌的知名度和好感度，促进、保证“219餐饮集团”在正式开业时一炮打响，并且以此为契机，吸引周边城市的消费者。

4、通过宣传，使“219餐饮集团”经营理念和品牌形象深入消费者，5、通过宣传，吸纳更多的有识之士加盟到“219餐饮集团”，与“219餐饮集团”共创伟业。

6、着重宣传体现“219餐饮集团”的社会性与星剑企业的爱心，为企业夺得社会效益的最大回报。

7、突显出群众性、参与性强的要点，把“219餐饮集团有奖知识答卷竞赛”活动推往一个高潮。

六、宣传与媒介形式：

1、报纸：

可以选择《绥化广播电视报》、《绥化晚报》、等报纸宣传。开辟“219餐饮集团”专栏、专版，对“219餐饮集团”进行深入报道。广告形式以软广告为主，配合少量新闻炒作，投放收费低廉的通栏广告；

2、电视台

制作“219餐饮集团”专题广告片，选择好的频道在黄金时段播出。广告形式以30秒形象广告为主，配合15秒广告；电视台可选择绥化生活频道、绥化综合频道、绥化公共频道。

3、广播电台

充分利用绥化电台《交通频道》的热门直播节目，进行各种形式的采访报道。

4、宣传车及公交车车身广告

由集团办公室出面协调，请求交警队，城管局同意“219餐饮集团宣传车”，宣传车具有时效长，流动性大，宣传面广的特点，并且比较经济，另外可以选择在市内跑的几条主要干线的公交车，做几台“219餐饮集团”的车身形象广告。

5、广告礼品

设计精美的适合于送给不同身份宾客的有宣传性质的广告小礼品（比如：T恤文化衫、明信片、打火机、领带、钥匙扣等等带有广告性质的小礼品）在相关活动中赠送。

7、软性广告

以公司为幕后投资绥化学院食品与科学专业举办美食文化艺术节，以推动本餐饮集团在学生中的流行程度，并以此来吸收新鲜年轻的血液，为集团展示一种健康，青春，阳光的集团形象，并达到宣传效果。

8、网络广告

网络广告作为一种现代化的手段，可以进行广泛的宣传、报道。在《人才网》、《绥化信息港》、《绥化人事信息》等网站发布招聘信息。可以建立“219餐饮集团”自己专门网站，与各大相关专业网站进行连接，进行广告推广，扩大传播力度，如：《绥化招商引资》、《星空绥化》、《绥化之窗》、《绥化房地产资讯网》等。

9、手机短信广告：

可以与绥化移动公司和联通公司、电信局联系，通过通讯网络不定期的发布“219餐饮集团”招聘广告和开业时间的讯息。

一个成功的宣传推广，应整合运用广告、公关、POP、促销、DM等手段全方位立体传播。但目前根据“219餐饮集团”的财务状况及现阶段的工程进展情况，还不适合进行大规模的全面的广告宣传活动，因此“219餐饮集团”将在实践中去开拓自己的品牌与市场，“219餐饮集团”开业前初期阶段的宣传重点以组织宣传车下到五县市边派发宣传资料宣传边进行大型的员工现场招聘，然后结合互联网进行“219餐饮集团”品牌形象和员工的招聘进行宣传，以相关报纸软文和电视新闻报道为辅，以顾客为传播的主要介质，突出以人为本的人性化的宣传策略。中期阶段以后的宣传可统一策划、统一口径、统一部署、分层负责、分步实施即“三统两分”的原则展开，采取点、线、面结合的方式，广泛利用电视、报刊、广播、网络、户外广告和商函、邮送广告、海报等媒体，再全方位地宣传 “219餐饮集团”的服务功能和设施，传达“219餐饮集团”的全新经营理念。开业前期的宣传在兼顾普遍的基础上将以消费能力强、消费潜力大、容易接受和尝试新鲜事物的中年和青年一族为重点

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