

# 2023年培训公众号线上推广方案 线上培训讲话稿(优秀5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

## 培训公众号线上推广方案篇一

2. 有一定的组织管理能力，熟悉并能胜任所要担负的工作；
4. 在目前承担的工作中实绩突出；
5. 具有大学以上学历；
6. 具有合理的年龄结构：年龄在35周岁以下

### 二、后备干部的推荐人数

男1名，女1名。

### 三、后备干部推荐、选拔办法

本着群众民主推荐，支委讨论通过的方式确定人选，上报教育局党办。

### 四、后备干部的管理和培养使用

(1)后备干部名单一经确定，由学校党支部建立专门的后备干部档案，统一管理。

(2)学校要充分认识后备干部队伍建设的重要性，积极做好后备干部的选拔、培养、管理和考核工作，并为后备干部的成长提供必要的条件。

(3)党支部应根据后备干部培养、管理、考核实际情况，及时调整更新后备干部人才库。

(4)学校党支部将继续加强对后备干部的培养和使用。通过干部培训、校、内外挂职锻炼等形式，积极为后备干部的成长提供平台。新提任学校中层领导干部原则上应从同级后备干部队伍名单中产生。

## 五、后备干部推荐注意事项

1. 推荐人要着重从思想政治素质、工作实绩、廉政情况、群众公认程度和发展潜力等方面全面了解被推荐人，本着对学校负责、对个人发展负责的态度推荐后备干部，必要时可在不同范围听取群众意见。
2. 推荐后备干部应注意从学校事业发展大局出发，综合考虑，把不同岗位的优秀人才都推荐上来，特别是要注意把既具有专业特长又具有一定管理能力的优秀人才推荐上来。
3. 推荐后备干部过程中应坚持德才兼备原则，同时应注意女同志、少数民族干部、党外人士优先推荐的原则。

## 培训公众号线上推广方案篇二

本次团校培训以“提高团干部理论素质、加强团干部工作能力”为中心，以“拓展”为重点对学生干部进行培训。通过团校培训，以提高团干部的工作积极性，使其了解团组织的现状和发展方向，以提高思想认识，提高工作能力，增进沟通与交流。因此，此次团校培训的课程也会按此设置。

关注社会，完善自我。

我院校培训对象为我院分团委、学生会部分学生干部、以及xx级各班主要学生干部。

xx级每班xx名，xx级每班xx名（并交照片一张）。

（一）第一讲。

1、时间□xx月xx日（星期四）下午4：20—6：00。

2、地点：。

3、主讲人：。

4、课程主题：团校开幕式和团员的责任与义务。

5、目的：提高工作能力。通过培训是团学干部了解和掌握团的相关知识和工作方法，提高团学干部的思想素质、政治素质、工作能力、学习能力和组织能力，明确工作的思路，进一步做好我们负担的各项工作。

（二）第二讲。

1、时间□xx月xx日（星期六）上午8：30—10：30。

2、地点：。

3、课程主题：观看50周年阅兵仪式视频。

4、目的：建国60周年的今天，10年前的阅兵仪式给我们的记忆已是模糊，不同的年龄观看的态度有所发生，让我们回顾过去展望未来。

### （三）第三讲，

- 1、时间□xx月xx日（星期六）上午10：50—11：50。
- 2、地点：管院教室。
- 3、课程主题：义务劳动——擦桌子。
- 4、目的：培养团干部的实际动手能力，增强团干部的热爱集体、热爱劳动的思想。

### （四）第四讲。

- 1、时间□xx月xx日（星期一）4：20—6：00。
- 2、地点：。
- 3、课程主题：应用文写作。
- 4、讲课老师：待定。
- 5、目的：培养学生干部及团员团干的公文的撰写能力、学会运用公文语言、掌握常用公文写作格式和要领，为今后的工作奠定基础。

### （五）第五讲。

- 1、时间：4月16日（星期四）4：20—6：00。
- 2、地点：。
- 3、主讲人：。
- 4、课程主题：素质与技能培养和观看视频《金融危机下的我们》。

5、目的：提高思想认识。通过团校培训，使各位团干部了解和掌握我系学生工作的发展思路，特别是增强就业能力的工作目标和要求以及目前大学生所面临的机遇与挑战。同时通过道德素质教育和理论素质教育，转变思想观念，扩展工作思路，提高团学干部的思想认识水平。

#### （六）第六讲

1、时间□xx月、xx日（星期六、星期天）。

2、课程主题：参观红色纪念馆。

3、目的：分小组由组长带队，自由选择参观的地点，培养团干部的历史责任感。

#### （七）第七讲。

1、时间□xx月xx日（星期四）下午4：20—6：00。

2、地点：。

3、课程主题：结业考试。

#### （八）第八讲。

1、时间□xx月xx日（星期一）下午4：20—6：00。

2、地点：。

3、课程主题：结业典礼。

#### （九）考勤制度：

1、团员、团干考勤工作由分团委办公室负责。

2、考勤表有办公室制定，团校学员需提前15分钟到上课地点，进行考勤签到。

3、学员在学习期间不得随意请假，若无法参加活动，需持有班级团委的请假条向教务组请假，但不能超过2次。

4、一般情况下，上课期间不能随意离开，若临时有事，须向教务组请假并批准后才能离开。

（十）凡有下列情况之一者，均取消学员资格：

a□缺席1次以上者（含1次）。

b□请假2次以上者（含2次）。

c□迟到或早退达4次者（含4次）。

（十一）学习和作业制度。

1、结业考试内容从上课内容里摘选，请同学们做好课堂笔记。

2、学员要按时上课不迟到、不早退，认真听讲。

3、学员努力学习团的知识，在党的方针政策指导下理论联系实际，提高思想政治素养，促进团的建设工作。

4、按时按量完成作业，不得迟交、缺交。

5、学员作业及考勤情况与学员结业及本学期评优相联系。

## 培训公众号线上推广方案篇三

在线课程常常以方便作为自身的优势，因为不用出门就可以学习。而实际上，当所有机构都开始线上上课的时候，所谓的

便利性其实就是上课无阻力。

什么是上课无阻力？比如在线上课前要花半个小时的时间进行设备试调，这就是上课阻力。减少上课阻力，就是增强在线课程的便利性。

搜集家长在线上课会遇到的各类阻力，针对性的帮家长想办法解决，让家长认可机构的服务之后，再上升到对课程的认可。

做过线下招生的校长们都知道，线下招生核心是引流，引流的结果决定最终转化的结果。同理，线上营销的关键也是在于流量采集，流量的基数决定后期的转化的效果。采集回来后的流量，导入公众号进行留存。再由公众号导入到个人号和社群进行转化，最后是成交和复购，这样就算是一个完整线上营销系统。

## 培训公众号线上推广方案篇四

(3)严格执行每天发帖的工作，保证发帖质量。是无需付费的广告，必须重视。可以考虑增加搜狐，新浪□qq等。

(4)重视

### 2、企业推广

(2)学校举办考前mba□以及在读mba公开课。邀请有兴趣的学员参加；

(3)走进名企。与企业合作，给企业内部员工做讲座。加深员工对mba的了解，从而引导其参加mba考试。

(4)校校合作。与其他没有竞争关系的培训学校合作，双方互惠互利，协助对方的宣传；互换生源，资源共享，开发潜在隐

形客户。

(5) 广告宣传。选择宣传费用较少，宣传效果较好的载体做广告宣传；到各大企业、写字楼、图书馆，以及人口集中的繁华地段派单，或发放印有学校介绍的小礼品。

(6) 拓展其他市场。增加不同年龄段的培训课程和科目，涉足领域越广，人气越好，更扩大学校知名度。

(7) 举办各种社会活动，英语角，英语比赛等。

3、老学员介绍维护好与老学员的关系，服务好老学员，与老学员建立信任。建立老学员介绍新学员的奖励制度，并认真执行。可以通过定期回访，经常性沟通等手段来维持客户关系。例如可以利用短信、邮件、卡片传情，手册指导等方式，不定期给每名学员发送短信，邮件，卡片等。

#### 4、第三方招生

(1) 教育培训市场越来越激烈，培训机构普遍存在生源不足，可通过第三方招生机构拓展更多生源渠道。培训机构的招生和办学成本越来越高，招生推广费用和越来越大，可借助第三方招生机构的专业服务来降低招生费用和化解招生风险。

#### 5、了解竞争对手的情况

彻底了解竞争对手的师资，学费，上课形式等情况，对比总结出我们学校的优势条件。实时掌握竞争对手的动态，做到依照竞争对手的情况，我们做相应的策略调整。

#### 6、员工内部培训

必须重视企业内训，提高内部员工的素质与专业知识。专业有素的招生队伍，是保证生源的最关键要素。



## 培训公众号线上推广方案篇五

邀请式裂变玩法，是裂变中分类标准最不一的，既可按照模式分，也可按照场景分，为了方便理解，特将邀请式裂变方法分为复利式、众筹式、共享式三种。

### 1) 复利式

所谓复利式，指的是参与裂变的双方互惠互利，比如你邀请朋友买东西，相互各得福利，而根据互惠的逻辑，可以盘点出这几个玩法：

a□赠一得一：邀请好友购买或直接送给好友，自己就能得到和好友相同的福利，比如瑞幸咖啡的送ta咖啡、趣头条的「收徒」拉新□vipkid的推荐有礼等。

b□互惠裂变：与邀请的好友成为绑定关系，只要好友消费，双方均获得收益，典型案例是神州专车的□u+司机」招募活动，凭此玩法招聘到6万多司机。

c□个体福利：用户分享后免费获取，好友通过分享渠道如邀请码等也能免费获取，可参考的案例是喜马拉雅的「分享免费听」、「百万英雄」等直播答题的复活卡玩法。

d□群体福利：个体福利玩法的升级版，模仿的是微信红包，是app裂变的主要方式之一，比如饿了么等外卖平台的裂变红包、瑞幸咖啡的游戏化发券、微信支付的社交立减金等。

### 2) 众筹式

所谓众筹式，指用户需要好友的帮助才能获取奖励，在好友帮助的过程中完成邀请裂变，即人人帮我，包含了大部分付费裂变玩法，比如拼团、解锁、砍价等。

a□拼团：需要一定数量好友抱团付费或参与才能获取产品（也可以是机会，比如组队抽奖）的玩法，是目前最适合中国式熟人社交关系的模式，典型案例就是拼多多，当然也逐渐用于其他行业，比如在线教育平台ahaschool等。

b□解锁：也叫任务宝玩法，基本逻辑是用户邀请一定数量好友完成某一行为（如关注公众号、加个人号、付费等）即可获取奖励，是公众号增粉的基础手段之一，常用其他名头，比如助力、集赞、投票等。

c□砍价：一种营销性质非常浓的裂变玩法，和群体福利一样，都是抽奖逻辑，需要邀请好友以“砍价”形式揭开砍掉的价格，本质还是“人人帮我”，是拼多多、淘集集等裂变大户又一惯常手段。

d□集卡：可以看成是砍价玩法的变种，只不过从“砍一刀”变成“翻一翻”，要么邀请好友翻，要么邀请好友参加后自己翻，同样是需要他人帮助，比如春节期间各家app的集卡领红包、连咖啡的邀人拆红包等。

众筹式裂变包含了目前裂变相对主流的玩法，也是创意空间相对较大的，每一细分玩法可以相互组合，是多数裂变玩家的首选方向。

### 3) 共享式

众筹式是“人人帮我”，而共享式则是“我帮人人”，这一类裂变利用的是用户的“利他心理”，很少强调分享收益，但加上的话会更有驱动力。常见的共享式玩法有如下几种：

a□主动推荐：用户购买产品后获得一些可用于分享给好友的权益、福利等、自身是没有的，但好友如果领取，自身可以得到其他激励，比如混沌大学的「好友赠课」，不同数量好友领课会得到不同数量的研值奖励。

**b**□权益共享：指用户的权益可以直接分享给亲友使用，比如神州专车的亲情账户；也可以是自己购买并存储的虚拟产品主动分享给好友，比如瑞幸咖啡的咖啡红包。

**c**□买给好友：用户主动买产品送给好友，这是最基础的利用「利他心理」的玩法，比较典型的是星巴克的「用星说」、樊登读书会的「送礼品卡」等。