

# 2023年广告策划收获与体会(优秀5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 广告策划收获与体会篇一

随着经济的不断发展，品牌广告策划已成为企业推广产品、树立形象的重要手段。蒙牛三牛广告策划是近年来备受瞩目的成功案例之一。通过深入研究和分析，我深受启发，并从中得出一些有关广告策划的心得体会。

首先，蒙牛三牛广告策划突出个性和差异。广告市场竞争激烈，同质化的产品让消费者难以区分。而蒙牛三牛广告策划却凭借鲜明的个性和独特的差异，创造出令人难以忘怀的形象。通过巧妙地运用“三牛”元素，赋予产品灵魂，让消费者能够对品牌产生情感共鸣。这种差异化的策略在广告领域中非常重要，它能够有效地促使消费者记住品牌并对其产生兴趣。

其次，蒙牛三牛广告策划强调情感共鸣。当今社会，消费者不再满足于单纯的产品功能，他们更注重情感体验。蒙牛三牛广告策划利用情感的力量，将产品与人们的情感需求相结合，从而使广告更加引人入胜。例如，蒙牛三牛广告中，可爱的小牛形象和父母关爱子女的情感表达，能够让观众产生共鸣和喜爱。通过与观众共同的情感体验，品牌与消费者之间建立起了强烈的情感纽带，提高了产品的认知度和可信度。

第三，蒙牛三牛广告策划注重故事叙述。一个好的广告必须有一个吸引人的故事，能够引起人们的共鸣和思考。蒙牛三

牛广告策划通过讲述小牛的成长故事，既能够吸引目光，又能够传递品牌的核心价值观。在这个故事中，蒙牛通过精心构建的情节和温馨的画面，向观众传达了关爱、成长和健康的理念。这种故事叙述方式让消费者更容易接受广告所传达的信息，增加了广告的影响力和说服力。

第四，蒙牛三牛广告策划重视跨媒体传播。现代社会人们的信息获取渠道多种多样，单一的广告形式已远远不能满足消费者的需求。蒙牛三牛广告策划通过跨媒体传播，将广告形式延伸至微博、微信、电视等多个领域。这种多样化的传播方式既能够吸引不同类型的受众，又能够提高品牌知名度和曝光率。此外，跨媒体传播还能够实现信息共享和互动，增加消费者对品牌的参与感和忠诚度。

最后，蒙牛三牛广告策划注重长期的品牌建设。良好的品牌形象是企业持续发展的基石。蒙牛三牛广告策划通过一系列的宣传活动和品牌推广，逐步树立了良好的品牌形象和口碑。同时，他们注重与消费者的互动和反馈，不断改进产品质量和服务水平。这种长期的品牌建设不仅增加了消费者忠诚度，也为企业的可持续发展提供了坚实的基础。

总之，蒙牛三牛广告策划凭借其个性鲜明、情感共鸣、故事叙述、跨媒体传播和长期品牌建设等策略，取得了显著的广告效果。这些策略对于广告行业具有深远的启示意义，值得其他企业借鉴和学习。通过不断创新和提升，我们可以更好地利用广告策划，实现企业的品牌宣传和推广目标。

## 广告策划收获与体会篇二

青岛农业大学大学生广告艺术大赛，是我校应用型特色名校建设工程“一院一品牌”大学生科技竞赛项目之一，旨在搭建广告实践能力训练平台，提高专业学生广告创作能力，引导学生关注社会关爱他人，提升用专业服务于社会的责任与担当，希望通过作品传播正能量，推进知识传播，切实增强

学生的专业归属感和荣誉感。

主办单位：青岛农业大学教务处

承办单位：青岛农业大学动漫与传媒学院

广告专业及相关专业全日制在校生

本届大学生广告艺术大赛的主体为公益广告创作大赛，选题包括命题与自命题。

大赛选题：1. 关注食品安全，主题：“舌尖上的安全”；

2. “传递正能量，践行中国梦”；

3. 自命题公益广告创作。

2. 参赛作品要求：参赛作品应以原创性为原则，遵守《广告法》和其他国家有关法律及政策法规、行业规范等要求。鼓励采用广告新思想、新形式、新媒介进行策划和设计。

1. 广告策划，可为公益主题的社区推广方案、主题公益活动策划方案等，可自由选择策划样式，策划书内容与格式不限。打印规格为a4纸，正文不超过30页，附件不超过10页。

2. 影视广告拍摄工具及制作软件不限，时间30秒以内，（其中，微电影广告时长5分钟以内；动画广告为24帧/秒，时间30秒以内；网络广告），画面宽度不小于600像素，提交flv和avi两种格式。

4. 广播广告□mp3格式，时间30秒以内，文件大小不超过3mb□

5□app设计，所用软件不限，作品尺寸宽为640像素，打包文

件大小不超过30mb需打包源文件。

1. 截稿日期为20xx年6月10日，请在此日期前将作品及报名表（见附件）打包发送到大赛指定邮箱：2197902396@，邮件主题请注明：大学生广告艺术大赛字样。联络人：安琪18363974235，张福侃18363971581。
2. 提交的作品及相关资料请自行做好备份，评选后不再退还。
3. 大赛拥有参赛作品的公益性展览、出版、宣传、收藏的权利。
4. 大赛将分网络投票与专业评审两部分进行评选，获奖作品分为一二三等奖及优秀奖，一等奖将获得获奖证书及3个创新学分，二等奖将获得获奖证书及2个创新学分，三等奖将获得获奖证书及1个创新学分，优秀奖将获得获奖证书。

## 广告策划收获与体会篇三

### (一)前期筹备：

- 1、了解你要应聘的台的基本情况，便于你对节目内容形式风格的定位，必要时虚心请教台领导或前辈。
- 3、要做好一个主持人，首先要做好一个人，你这个人有哪些长处和短处，有哪些爱好等等，这些都需要你对自己有一个明确的认识！

### (二)策划书的编写

- 1、节目名称，节目播出时段，节目内容与形式
- 2、节目的近期，中期，长期目标与走向

3、节目的存在意义分析，相比其他同类节目的优势竞争力在何处，节目的回报估算(有多少人会听你的节目，有什么商家会愿意在你的节目投放广告等等)

要记住:一个优秀的dj最需要的是出众的审美，严密的逻辑或敏锐的感受，以及超凡的想象力，当然基本功也得很扎实!

## [广告策划书格式范文篇五:广告策划书]

### (一)前言

简要说明制定本策划书的缘由、企业的概况、企业的处境或面临的问题点，希望通过策划能解决问题，或者简单提示策划的总体构想，使客户未深入审阅策划书之前能有个概括的了解。

### (二)市场分析

市场分析主要包括三个方面的内容:1、背景资料:与被策划企业的产品有关的市场情况;2、目前同类产品情况:目前国内市场中进口、国产的同类产品的几种主要牌号以及这几种主要牌号的知名度与美誉度如何;3、同类产品的竞争状况:可分为国内市场与国际市场分析。

### (三)产品分析

被策划产品的优越性及其不利因素可分为:1、产品特点:具体分析产品的工艺、成分、用途、性能、生命周期状况;2、产品优劣比较:同国内及进口的同类产品进行比较。

### (四)销售分析

销售是市场营销的重要组成部分，透彻地了解同类产品的销售状况，将为广告促销工作提供重要的依据。销售状况分析

有下列内容:1、地域分析:同类产品销售的地域分布与地点;2、竞争对手销售状况:分析主要竞争对手的.销售的手法与策略;3、优劣比较:通过分析比较,找好本策划产品最有利的销售网络与重点地区。

### (五) 企业目标

企业目标分为短期和长期两种。短期目标以一年为度,可具体定出增加销售或提高知名度的百分比。长期目标是三年至五年,广告策划中提到企业目标,可以说明广告策划是怎样支持市场营销计划,并帮助达到销售和盈利目标的。

### (六) 企业市场战略

为了实现企业的经营目标,企业在市场总战略上必须采取全方位的策略,这些包括:1、战略诉求点:如何提高产品知名度和市场占有率;产品宣传中是以事实诉求为主还是以情感诉求为主;2、产品定位:可以选择高档、中档、低档定位中的一种。如福达彩胶定位为:高质量;低价格,国际流行的产品,柯达技术,厦门制造的国产高档彩色胶卷;3、销售对象:分析产品的主要购买对象,越具体越好,包括人口因素各方面,如年龄、性别、收入、文化程度、职业、家庭结构等,说明他们的需求特征和心理特征,以及生活方式和消费方式等;4、包装策略:包装的基调、标准色;包装材料的质量;包装物的传播,设计重点(文字、标志、色彩)等;6、零售点战略:零售网点的设立与分布是促销的重要手段,广告应配合零销网点策略扩大宣传影响。

### (七) 阻碍分析

根据上面对市场、产品、销售、企业目标、市场战略等的研究分析,已可以顺理成章地找出本企业产品在市场销售中的难点。排除这些阻碍,就是下一步广告战略与策略的主要目的。

## (八) 广告战略

- 1、竞争广告宣传分析:分析主要竞争对手的广告诉求点、广告表现形式、广告号、广告攻势的强弱等。
- 2、广告目标:依据前面企业经营目标,确定广告在提高知名度、美誉度、市场占有率方面应达到的目标。
- 3、广告对象:依据销售分析和定位研究,可大略计算出广告对象的人数或户数,并根据数量、人口因素、心理因素等说明这一部分人为什么是广告的最好对象。
- 4、广告创意:确定广告总体的表现构思。如广告口号,使用的模特儿或象征物,广告的诉求点或突出表现某种观念、倾向等。
- 5、广告创作策略:即向目标市场传播什么内容。按照电视、报刊、广播pop等不同媒介的情况,分别提出有特色的、能准确传递信息的创作意图。

## (九) 公关战略

公关活动旨在树立良好的企业形象和声誉,沟通企业与公众的关系,增进消费者对企业的好感。公关战略要与广告战略密切配合,通过举办一系列具有社会影响力的活动达到上述目的。

## (十) 媒介战略

根据广告的目标与对象,选择效果最佳的媒介来到达广告对象,包括:

- 1、媒介的选择与组合:以哪种媒介为主,哪些媒介为辅;

2、媒介使用的地区:配合产品的营销需要进行,分重点与非重点地区;

3、媒介的频率:在一年中可分为重点期和保持期,每种媒介每周或每月使用的次数安排;

5、媒介预算分配:组合媒介所需的费用进行预算。

### (十一)广告预算及分配

必须把年度内的所有广告费用列入,包括:1、调研、策划费;2、广告制作费;3、媒介使用费;4、促销费、管理费;5、机动费等。

### (十二)广告统一设计

根据上述各项综合要求,分别设计出报纸、杂志、广播、电视pop广告的设计稿或脚本,以供年度内广告制作的统一设计作参考或依据。

### (十三)广告效果预测

预计广告策划可以达到的目标或效果反馈、检测的方法:参见陈培爱:广告策划与策划书撰写,厦门大学出版社1993年10月版,第11页14页。

这两家意见大同小异,基本上是一致的。我们看到,广告策划是一个全方位的谋略活动,如同军事上一个大的战役的战略运作,策划书便是战役的书面作战计划,计划得是否周详、破绽多或少,关系到战役的成败。广告策划书的撰写亦如此,它关系到企业的兴衰,所以要以严肃、科学、负责的态度对待它,决不能想当然、闭门造车,或马马虎虎应付了事。

同时,我们又看到撰写广告策划书不仅要有文字功底,而且



还要有广博的多学科的知识，要掌握市场营销学、消费心理学、人类学、文学、美学、影视写作学、广告心理学、广告战略学等学科的相关知识，以及各种商品的有关知识。目前，广告策划人才奇缺，就因为他不是一般人所能胜任的，广告策划者应是一个通才之人。我们要做好一个广告策划者，写出完善的策划书，首先要有深广的知识，高度的文化修养和高度的广告理论修养。

## 广告策划收获与体会篇四

岗位职责：

3. 熟悉互联网视频广告各类形态，并能结合客户需求熟练应用于项目创作；
4. 具备独立思考和分析能力，具有统筹规划和进度管理能力，保证工作的顺利推进。

任职要求：

1. 大专及以上学历，具有较强的视频策划能力及制作能力，能独立完成视频剪辑制作；
3. 性格开朗，善于表达，脑洞大，创意强，吃苦耐劳，职业目标明确；
4. 能熟练掌握合成制作软件和剪辑软件，及office软件。
6. 具备优秀的`客户服务意识和团队合作精神。

## 广告策划收获与体会篇五

岗位职责：

3. 熟悉互联网视频广告各类形态，并能结合客户需求熟练应用于项目创作；

4. 具备独立思考和分析能力，具有统筹规划和进度管理能力，保证工作的顺利推进。

任职要求：

1. 大专及以上学历，具有较强的视频策划能力及制作能力，能独立完成视频剪辑制作；

3. 性格开朗，善于表达，脑洞大，创意强，吃苦耐劳，职业目标明确；

4. 能熟练掌握合成制作软件和剪辑软件，及office软件。

6. 具备优秀的客户服务意识和团队合作精神。