

学校促销方案推广 学校食堂窗口促销活动方案(优质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。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

学校促销方案推广篇一

- 1、倡导节约粮食，争做文明大学生、
- 2、带动部门成员的积极性，增进部门成员的感情

食堂一楼

院生活部

院生活部全体新成员

9月20日

- 1、制作出各式各样的小卡片
- 2、罗列出节粮的标语
- 3、分配部门成员的工作，负责把卡片贴在食堂的每张桌角上

院生活部

虽然只是一次小小的活动，希望能为同学们营造优美优质的生活环境作出贡献，我们的生活需要我们去关注点点滴滴，

同时也希望这次活动能够引起同学们的重视，节约粮食，节约资源，创建优美校园，争做文明大学生！

学校促销方案推广篇二

在2011年牛奶事件之后，人们对于牛奶的健康问题，更加关注了。于是在牛奶事件还存于人们心中之际。伊利牛奶根据消费者追求健康的心态推出新品纯牛奶具有保健功能，但是，发现功能性乳品市场的发展不仅仅是光明一家。因此近年来，开始出现攻占养颜美容市场的牛奶品类，光是纯牛奶市面上就不少于4家乳品企业。为此，伊利牛奶进行全方面的新品促销活动，推出新品，使之在安徽成功上市。并在消费者心目中塑造光明品牌关爱人们，关注研制健康美容产品的形象成为我们的促销活动方案的目标。

牛奶市场上有很多种品牌，如蒙牛、伊利、海河、雀巢、光明等品牌。在为伊利销售的前期我们做了大量的有关资料的收集、市场调查、数据分析的工作，对目前天津师范大学市场状况、市场趋势、消费者的心理与需求进行了详细的分析，研究了伊利品牌的卖点，并在其销售的过程中增加了促销活动。

前言伊利纯牛奶营养丰富、容易消化吸收、物美价廉、食用方便，是最“接近完美的食品”，人称“白色血液”，是最理想的天然食品。奶中的蛋白质主要是酪蛋白、白蛋白、球蛋白、乳蛋白等，所含的20多种氨基酸中有人体必须的8种氨基酸，奶蛋白质是全价的蛋白质，它的消化率高达98%。乳脂肪是高质量的脂肪，品质最好，它的消化率在95%以上，而且含有大量的脂溶性维生素。奶中的乳糖是半乳糖和乳糖，是最容易消化吸收的糖类。奶中的矿物质和微量元素都是溶解状态，而且各种矿物质的含量比例，特别是钙、磷的比例比较合适，很容易消化吸收。

纯牛奶营养丰富，含有高级的脂肪、各种蛋白质、维生素、

矿物质，特别是含有较多维生素b族，它们能滋润肌肤，保护表皮、防裂、防皱使皮肤光滑柔软白嫩，使头发乌黑减少脱落，从而起到护肤美容作用。

相信这份策划能够有效的促进伊利牛奶的销售，并完成所设定的销售目标。

三. 促销概述

营养、香浓、新鲜，可以预见在销售过程中能够大放异彩，吸引顾客的目光。随着经济的快速增长使人们的生活水平日益提高，人们对于食品的消费趋向于更富营养、合理、科学化，并且他们的健康保健意识逐渐增强，纯牛奶开始成为家庭消费的主要组成部分。

四. 1 伊利简介

内蒙古伊利实业集团股份有限公司一直为消费者提供健康、营养的乳制品，是目前中国规模最大、产品线最全的乳制品企业，也是国内唯一一家同时符合奥运及世博标准、先后为奥运会及世博会提供乳制品的企业。2011年，伊利股份实现营业收入477.79亿元，同比增长13.78%，实现净利润32.01亿元，较去年同期增长84.4%。

伊利倡导健康的生活方式，通过与消费者的沟通与互动，宣传绿色理念，分享绿色行动，倡导绿色生活，促进环境保护和社会和谐。伊利在业内首倡的“绿色产业链”，践行与自然、社会、公众、行业合作伙伴的和谐共赢之路，从而形成整个产业链可持续发展的“绿色生态圈”。

伊利一直秉承“厚度优于速度、行业繁荣胜于个体辉煌、社会价值大于商业财富”的发展观。伊利以自身的良好经营、与环境的和谐共处、与社会的多方共赢带动了企业公民理念在中国商界的普及。

2. 伊利纯牛奶的背景分析

伊利以其优质奶源制造而成的优质牛奶和良好的服务，获得了广大消费者的认可和青睐，在消费者心中树立了良好的品牌形象确立了自己市场老大的地位。根据以往伊利牛奶的销售数据，本次所要促销的“伊利纯鲜牛奶”实惠、天然、营养、香浓、新鲜，可以预见在销售过程中能够大放异彩，吸引顾客的目光。

在现代社会，人们对身心的健康越来越重视，在提高生活质量的同时，人们不再满足传统的饮食观念，更多的是追求它的营养价值，因而人们对天然的绿色食品的需求成为整个饮食产业的主流。伊利牛奶的绿色，健康正符合了现在人的消费观念，“中华民族从来都不缺乏梦想和追求梦想的精神。但是，没有身心的健康，一切梦想都难以变成现实。因此，高质量的，健康的生活才是现代人所需要的。”提起牛奶，很多人都会记得伊利这个品牌，伊利牛奶在中国几乎是家喻户晓的。经调查发现大学生是方便面的重要消费群体，长期的泡食方便面让很多的大学生缺少营养，而牛奶能够及时的为他们提供一些营养。

经济的快速增长使人们的生活水平日益提高，人们对于食品的消费趋向于更富营养、合理、科学化，并且他们的健康保健意识逐渐增强，牛奶开始成为家庭消费的主要组成部分。特别是学生市场，在大学生人群中喜欢喝纯牛奶的占总人数的41%，“伊利纯鲜牛奶”因其实惠、天然、营养更能获得大学生的青睐。本校在校生二万五千多人，市场消费力强，有很大的潜力。

四. 促销主题和目标

1. 主题：燃情中秋，开箱伊力有大礼

2. 目标：明确牛奶诉求重点，传达健康和新鲜的理念。使企

业在消费者心目中

的建立起专业纯牛奶的权威形象，稳定老顾客，吸引新顾客；

五. 市场分析

1. 产品行业分析

a□产品名称：伊利纯牛奶包装形式：百利包产品规格□227ml
产品描

述

伊利天然纯正牛奶使用三层环保复合膜包装，最大限度保证了牛奶的天然营养和新鲜(30天保质)主要卖点：实惠、天然、营养、香浓、新鲜。

c□优劣分析：伊利纯牛奶虽然营养价值高、实惠，但是相对于其他奶制品而言价格仍偏高。作为饮品，有很多的竞争者和替代品，这对伊利纯牛奶的销售会造成很大的威胁。特别是针对消费观念更加理性，产品种类繁多的校园市场而言，伊利纯牛奶的品牌效应会相应地减弱。

2.a□蒙牛

伊利最直接的竞争者就是蒙牛，两者都是位于呼和浩特市，价位也相差无几，特别是近几年来蒙牛凭借其一系列成功的营销之道成为中国乳业的一极。下面是它的一些基本情况。

4. 56亿元，年均递增208%；主要产品的市场占有率达到30%以上。目前，日均收奶量达到近9000吨，位居行业第一。

b□光明：

三聚氰胺事件后，光明乳业的情况相对较差其营业收入同比增长0.12%只达到38.52亿元。

在形象上，光明注重的是个体感性心理区隔，感情沟通较重，它是最老资格的品牌，其品牌的每个阶段诉求都比较守成和稳定。光明在消费指标方面的表现比较出色，而广告指标方面的表现，略逊蒙牛一筹。光明的产品是无抗生素、无防腐剂产品。光明牛奶能满足营养需求，其三保科技(保新鲜、保营养、保安全)是享受健康的保证。

光明的宣传主要以营养牛奶为诉求点。但广告不突出，相比之下略显逊色。

c□其他替代品：

如豆浆、奶茶、果汁等，也对伊利纯牛奶造成了一定的影响。

4、消费者分析

a□牛奶是人们保持健康、增强体质的最佳饮品。大学生这个特殊群体，作为消费者，他们倾向于购买质量有保障、营养价值高、价格可以适度偏高的食品。然而在诸多奶制品品牌竞争激烈的状况下，消费者越来越趋于理智消费，会综合比较多项因素后方才购买，盲目性消费业已减少，特别是大学生群体消费时会更加理性。

b□其次，大学生生活较为轻松，由于大学生晚睡晚起的习惯，他们会在晚间和早上补充能量。营养价值高、贮存能量高的纯牛奶成为了大学生的最佳选择。然而，相对于其他饮品而言，纯牛奶偏高的价格，阻止部分大学生的购买。

学校促销方案推广篇三

一日三餐离不开食堂，食堂是大家生活的重要组成部分，营

造清洁、文明、舒适的就餐环境，不仅关系每位同学的生活，而且直接体现了我们玉岩中学学生的整体形象。因此，营造良好的校园文化，围绕学校“为社会引领者成长奠基”的理念，打造文明有序的就餐环境，促进，广大学生养成文明就餐的良好习惯，提高学生思想道德素质，特举行“文明就餐月”活动。

“文明就餐，从我做起。

领导组：组长：罗洁副组长：肖萌

执行组：组长：毛红勋

食堂“文明就餐月”主题月

活动时间□20xx年10月8日至11月8日

主题班会文明就餐动员会：

宣传文明就餐，进一步增强同学们的文明就餐意识，培养文明就餐的良好习惯，使“文明就餐”深入人心。

发放文明就餐倡议书。

各班级开展“文明就餐”主题班会。

做好宣传标语在食堂内张贴，做好宣传活动。

文明就餐千人签名活动

使“文明就餐”活动的主题深深印在广大同学心中，号召同学们行动起来，共同参与到文明就餐的行列中。

操场

1、由学生工作处组织现场发放文明就餐倡议书。

2、由学生再现食堂就餐情境

3文明就餐执勤及督导。

引导广大同学自觉排好队，做到“不插队，不拥挤，不喧哗。”引导广大同学在就餐后自觉将残留物拨回碗里。

每天由值日教师安排“自管会”学生干部在食堂值班，逐个“文明就餐”督导活动，并及时反馈就餐信息。

完善后勤管理体系。

加强食堂与学生之间的沟通，使食堂与学生之间能够互相理解，互相体谅，架起同学们与食堂的沟通桥梁，营造和谐的就餐氛围。

学生代表参与食堂饮食服务监督管理，由食堂反映学生在就餐中遇到的问题以及提出意见，做好餐厅与同学之间的桥梁作用。

学校促销方案推广篇四

为深化和丰富家校合作的内涵和形式，形成学校全方位开放、家长多层次参与共同支持的家校合作机制，更好地为家长深入了解学校教育教学工作打开沟通之门，办老百姓家门口的优质学校。现结合我校实际情况，制定如下方案：

1. 通过多种形式和途径，切实加强学校与家长的沟通，听取意见、建议，宣传我校的教育政策及办学成效，构建家校互动的良好教育环境和氛围。

2. 进一步强化学校食堂食品卫生监督，切实提高学校食堂管

理水平，促进学校食堂规范管理，确保学生饮食安全。

3. 让家长亲身经历子女在校的学习和生活，走进教室，关注教育；走近孩子，倾听心声；走进学校，参与评价。

4. 利用“开放日”这一载体，加强沟通，调动家长参与学校食堂管理，吸纳家长的合理化建议，推进家校积极互动，进一步改进学校午餐管理，促进教育和谐发展。

真诚沟通家校共育

组长：钱斌、姚菊华

副组长：王斌

组员：保障中心、德育中心、卫生室、各班正副班主任

一~五年级的学生家长代表（每班一位代表）。

1. 四、五年级：10月13日（星期二）上午11:00—12:30

2. 一、二、三年级：10月14日（星期三）上午11:00—12:30

（1）家长集中三楼会议室，听校长介绍学校办学理念、特色；学生校园生活活动以及学生午餐改革措施、经费调整情况。

（2）保障中心简要介绍疫情防控期间，学校午餐食堂管理，专间设置，防蝇防尘措施，餐具消毒，食品留样，原料采购记录，食品加工流程，餐柜清洁，冬季保温，食堂工作人员的配菜、清洁、送餐等情况。

3. 11:15—11:40 家长学生午餐跟餐体验

（1）家长走近所在年级楼层，观看学生午间就餐活动。

(2) 德育中心向家长介绍每位学生在疫情防控期间班级的午餐消毒、有序就餐情况。

(3) 家长进入各自班级与班主任协同参与学生午餐管理。

(1) 家长参观后回到三楼会议室，就此次午餐观摩活动进行交流，提出建议。

(2) 保障中心收集家长对食堂的意见和建议等反馈信息写成材料，进行整改。

(3) 每位活动家长填写《翔殷路小学家长开放日活动反馈表》（见附页）。

开展家长开放日活动，不仅让家长们看到自己孩子在学校就餐表现和就餐环境，也是对学校教师素质、学生行规的一个全面展示。因此，全体教师要高度重视，用我们的诚意，尽心为家长、学生服务，将家长开放日活动作为宣传学校、展示班级管理平台的平台，精心准备，力求实效，努力让家长安心满意，让孩子受益开心。

卫生室与保障中心协作进行食堂管理、专间设置、防蝇防尘、餐具消毒、食品留样、原料采购记录、食品卫生许可证书、食品加工流程，餐柜清洁、食堂工作人员的配菜、清洁、送餐等情况进行自查，确保安全。

班主任认真领会本次主题活动目的，做好学生行规和午餐有序训练，把活动主题落到实处。午餐做到学生井然有序，不打翻饭菜。教室内外无杂物（尤其是汤桶倒置剩饭菜时）。

(1) 学生文明礼仪、见到家长问好、午餐时保证衣着整洁、领巾标志的佩戴。

(2) 排队有序，不大声喧哗。

(3) 如厕有序，走廊不奔跑，保持洗手池清洁，关门轻轻。

(4) 环境清洁，桌椅整齐，教室物品摆放整洁，地面无纸屑、杂物。

(1) 听见第四节课下课铃声，分饭教师（中低年级建议正副主任配合）戴好口罩和手套，组织学生有序整理学习用品，拿出餐垫（早上整理书包时已经放入桌肚），等待教师命令。

(2) 教师组织学生有序拿午餐隔板，进行消毒擦拭后竖起靠在椅背上，等待老师命令。

(3) 在学生擦拭午餐隔板时，分饭教师及时观察，请先完成一组学生有序到教室前排队消毒洗手，做到衔接及时有序。洗手后，直接从前门靠右拿餐盒（双手握紧，保持平衡，不洒汤汁）、汤碗和勺子，靠前门左侧有序进入教室，回到座位坐好。如果有条件的班级，也可打开后门，前门拿，后门进，更佳！分饭教师站在门口适当处进行观看，及时指导学生排队和如何拿餐盒。

(4) 学生到位后，分饭教师拎汤桶进行分汤（减少学生进出碰撞桌椅，导致饭盒和汤碗落地）。学生盛烫后自行及时就餐，有隔板的学生就餐时及时竖起小桌板。

(5) 分饭教师分汤后，把汤桶和班级餐椅上（汤桶放在椅子上，学生不会因为人高距离远而把饭菜倒到外面）一起放置门口。低年级汤桶可以放在地上。

(6) 分饭教师鼓励、倡议学生光盘。

(7) 学生就餐后，将剩余杂物归拢，放在餐盘内，盒盖放在餐盘下（以备教师能够检查），汤碗和勺子放在餐盘空余处，有序进行还饭盒。

(8) 分饭教师站在门口适当位置（能够看到教室内外情况，及时进行督促、指导），观看教室内学生就餐情况的同时，指导学生有序还饭盒、汤碗和勺子。

(9) 学生倒残余杂物时，有序排队，与人保持距离。首先，还汤碗，放在事先留在餐车上放置汤碗的盒子里。接着，倒杂物，身体弯下，把餐盘伸入桶内，用勺子刮干净。然后，把勺子放入餐车上放置汤碗的盒子里。最后，蹲下还盖子和饭盒。（有些班级事先已经把饭盒盖收齐，放好，也是可以的）

对于家长提出的问题认真记录，认真解答，做好与学生家长的沟通交流工作。对于家长提出的好的意见和建议，认真记录，切实改进。

做好引导及服务工作；学生穿校服。

争取圆满的完成本次开放日活动。

1. 协调各部门工作，检查落实情况。

2. 准备家长座谈会发言稿。

1. 制定活动方案、邀请函、活动反馈表、家长签到表。

2. 做好参与家长人数统计。

3. 发放家长开放日邀请函、家长开放日活动意见反馈表。

4. 班主任开放日工作培训指导。

5. 活动当日家长签到工作。

1. 做好后勤服务（校园卫生、厕所、绿化带等保洁），备好饮用水等。

2. 做好校门口疫情检测工作，家长凭邀请函方能进入校园。
3. 做好家长接待及导引工作。
4. 组织家长参观路线及参观活动。
5. 做好电子显示屏欢迎宣传工作。
6. 负责照相。
7. 做好家长开放日反馈表的回收和情况统计工作。

1. 做好学生礼仪教育、文明行为教育。
2. 组织学生有序进行用餐教育。
3. 做好用餐管理、卫生管理。
4. 确定开放日参与家长。

学校促销方案推广篇五

一、市场现状：

- 1、大中城市房地产市场回暖。
- 2、处于每年的销售旺季(金九银十)。

二、项目现状：

- 1、一期d区f区剩余房源大部分为六楼。楼层相对较高。
- 2g区g8g9部分房源存在明显的产品缺陷
- 3、三期即将认筹，开盘在即。

针对目前房地产发展的现状，及项目本身特点及产品特点，特制定十一促销活动方案，旨在促进一二期房源的销售，为三期的开盘做足准备工作。

三、活动目的：

- 1、增加小区的知名度。
- 2、制造营销气氛，化的去化二期剩余房源。
- 3、增加三期a1号楼的认筹数量，树立三期项目形象，为开盘奠定好基础。

四、活动时间：10月1日—10月7日

五、活动主题：

主题一：“国庆豪情盛典，舞动黄金海岸”

主题二：“欢度国庆之喜，领略黄金真情”

主题三：“活力黄金周，超值优惠7天乐”

六、活动内容：

1、黄金周每天推出8套特价房(主要以二期特惠房源及g9一口价房源为主)；

3、活动期间，天天豪礼相送，凡是国庆期间到访的客户均有机会参与抽奖，每天开奖两次(上午、下午各一次，视现场气氛而定)，凡是签约客户均可获赠电饭煲一个，多买多赠抽奖奖项设置：

一等奖：电饭煲两名(每天提供两台)

二等奖：台历三名三等奖：购物袋若干

七、宣传方式：

- 1、网络(搜狐焦点新闻报道、现场报道，新华网)
- 2、短信(短信定于9月30日、10月3日每天两万条信息)
- 3、报纸广告(今日莱州半版，暂定9月29号)
- 4、国庆宣传易拉宝
- 5、户外演出的一场或花车x3天

八、现场包装：

- 1、横幅□0.7x10米x2条
- 2、国庆抽奖礼品的堆放；
- 3、气球装饰：大门、礼品区；
- 4、吊旗；
- 5、易拉宝展示