# 校园媒体策划书(模板5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

## 校园媒体策划书篇一

喝咖啡是一种流行，同时喝咖啡也成了一种文化，一种情调和一种生活方式。随着咖啡文化的流行，校园也成为了咖啡文化入驻的重要场所。咖啡厅已正在成为人们与人沟通和自我享受的一个重要场所，它的价值在于它能提供给消费者高层次的精神享受。咖啡不仅仅是一种饮料，而是一种氛围文化和生活追求。经济和社会的发展必然映射到校园中来，咖啡文化消费在校园市场大有可为。

2、市场状况

目前高校周边分布有众多咖啡厅，纷纷瞄准了高校市场。以武大为例，珞狮路一条街咖啡厅密集程度之高，是武汉其他地方不常见的，所以现在咖啡消费市场的竞争是非常激烈的。校外咖啡厅都有把高校老师和学生作为自己潜在顾客的考虑和行动，但是并不是有明确的细分和定位??他们不仅仅为高校师生提供咖啡。经营一家定位高校市场的校园咖啡厅，如何在激烈的竞争中胜出，需要综合考虑各种有利和不利的因素，发挥自己的优势，为顾客创造差异化价值，才能在校园市场切下一块自己的蛋糕。

3、校园咖啡厅特点

高校是人口极为密集的场所，同时整体上知识文化素质比较

高，接受了较多西方思想和生活方式，易于接受新事物。他们有强烈的追求较高品位的生活方式的欲望，有一部分群体消费水平较高，有较多的可支配收入购买非生活必需品。在校园里面经营一家咖啡店，一方面可以丰富教师与学生的生活，另一方面对于经营者而言，潜力巨大，大有可为。

## 校园媒体策划书篇二

(1)推销市场实地分析：学府路以及江北大学城，学校分布密集。

(2)推销人员：为了进行较好的市场宣传与推销，推销人员应遍布学校新生主要宿舍区，这样才能做到有利的宣传与推销，在第一时间抢占校内较多市场，同时为以后pad的配送提供了更多的方便。同时考虑到男生进入女生宿舍不方便，推销人员应有一定的男女比例，通过这些建立有利的地理优势!

(3)鉴于对市场实地的分析，估计总共需要40人左右的推销员分布在校园各个新生宿舍进行宣传与推销。

## 校园媒体策划书篇三

推销对象：大一大二的同学们。

对象总人数：预计在5000人左右

对象需求分析：

(1)对于刚踏入象牙塔里的大学生来说，美好的生活才刚刚开始，想学习，可是没目标。他们会接受到很多新鲜事物，如果自己的手里有一台时下最流行的pad□走在同学当中，那么无疑是对他们虚荣心极大的满足。

(2)对于大二的学生来说，美好的生活已经变得淡然无味，想

学习，可是为有动力。总喜欢自己一人窝着，特别对于宅男宅女们，如果有一台pad可以陪自己共度这“黯然”的时光，那么无疑是最好的选择。

## 校园媒体策划书篇四

本策划书是关于在大学校园内开设一家自行车租赁行的方案。此自行车租赁行类似于时下各大景区内的流行的自行车出租，不过地点换成了需求更广的大学，其主要业务是对外出租自行车，目标市场是在校大学生，以租金为其主要利润来源。本出租行首先采取个体户的经营方式。但是有自己的品牌商标，价值理念。总体战略目标是：“立足大学，树立品牌，步步为营，扩大规模，连锁经营”。

1、可行性分析

大学很多娱乐休闲设施还不健全，对于课余时间较多，又比较爱玩的现代大学生来说，他们更忍不住好奇去周边的各个学校去游玩，打的出去有点奢侈，坐公交要步行很久，也不方便，自行车可以随时出动，即可以锻炼身体，有十分的环保、休闲、方便实用，目前我校的学生拥有自行车的并不多，周边也没有自行车出租店，每到周六、周日，自行车应该会有一定的市场需求。学校的电动出行车固然不错，但是受限于地点的原因，并不是能方便到广大的学生。

事实上，大学生的真正需要不是自行车而是自行车带来的方便，那么自行车出租服务无疑会解决这个问题，只要一两元钱就能尽情的享受自行车带来的便利，而且又没有自行车存放保管的问题。大学生有需求，自行车租赁行又能提供这种服务，这就是自行车租赁行产生的条件。同时，在下罗这里，华东交大，江西理工，财大三所大学学生众多，其潜在市场规模是相当可观的，即便是只能占领三分之一的市场，也能取得可观的回报。这是自行车租赁行的市场条件。所以从理论上讲，开设自行车租赁行的基本条件已经具备。

2、产品分析

出租自行车是一种服务型的产品，目前在我们学校及周边市场上几乎不存在这种服务，尤其是品牌化，专业化，规模化的根本没有。

3、竞争分析

目前在我们学校这边很少能看到提供出租自行车服务的组织，有的也只是在铁道路那边有个搞出租的，由于远离校园，市场竞争应该很小，所以面向大学生出租自行车在我们这边仍是一个空白市场。

4、选址分析

选择好的出租自行车的摆放点很重要，否则客源得不到保证。自行车停放可以在校内租个店面，摆放点在与保卫处协商后，看是否能在大学生活动中心斜对面的那个篮球场入口那设个摆放点，白天停放，晚上收回到店里。

1、机会与威胁

面向大学生出租自行车的业务在我们交大尚无企业涉及，仍是一个空白市场，这是最大最有利的机会但另一方面，由于开设自行车租赁行的成本小，硬件要求低，进入市场难度小，如果营利状况良好，就很容易被效仿，而且此租赁行是小规模的个人创业，受资金条件的制约，短时间内不能占领所有市场，所以很可能被后期的跟随者或效仿者吞食大部分市场，这是最大最严重的威胁。

1、优势与劣势

由于我们本身是大学生，接近大学，清楚的了解大学生的需求心理，容易找到大学生的心理诉求点。这是最重要的优势

另一方面，大学生创业社会经验不足，创业资金短缺，发展速度慢，市场很容易被抢占，这是最大的劣势。

3、对策分析

考虑到容易被模仿的威胁，因此在条件成熟后应抓住时机尽可能快的扩大规模占领市场，在初期应采取快速渗透的市场营销策略。另外，要塑造品牌，走品牌化道路，虽然产品容易被复制但品牌却不能复制，品牌中包含的精神理念更不能被复制。

通过直销的方式与顾客进行面对面的接触来销售，根据发展情况来进行适时调整，一年内建立在本大学的地位。我们的发展进度程序主要有以下几点：

1通过海报，条幅等方式进行宣传。在全校范围内举行一个关于自行车绿色环保出行的活动，或者举办一个情侣双人车慢骑之类的比赛，达到宣传我们车行的目的。

2车行运行一段时间后，根据学校具体的市场情况，再进行相应的市场战略调整。

3在未来两个月内，首先得得保证处于盈利模式。

4进行跟踪调查，两个月后进行全方位调整，加强自身服务改善，提高服务质量。

目标市场：在校大学生

价格：单人车2元/小时15元/一天

双人情侣车4元/小时25元/一天超过6小时，八折优惠

团体出租，可以考虑价格优惠远离车行配送点的，可以送货上门

在该行办理会员的同学可以享受到优惠的服务自行车出租手续要严格。租用者以身份证或学生证作抵押并让其预交50100元的押金。

租用者使用完毕，将自行车返往原领取点，检查无损后返还押金。

产品定位：大众型，情侣型车服务

项目费用元数量

自行车购置双人车1500x10=15000单车30x240=7200

海报条幅100

传单200

门面租赁300每月

广告牌200

合计23000元

综上所诉，自行车出租这一行业投资少，见效快，能在较短的时期内收回投资，并能够对我们学校的大学生创业形成一个良好的鼓励形式，契合我们学校的鼓励大学生自主创业的初衷。并且这是一个时髦即待发展的行业，具有很大的市场前景和开拓价值。

文档为doc格式

## 校园媒体策划书篇五

1-外卖盈利：搭建平台后，食堂窗口入驻平台，每在平台上

销售一单，可根据销售额抽取5%-10%服务费。另外，同学们下单需要支付一定的配送费用作为配送员的工资或平台盈利。

2-搭载广告：平台搭建成功后，可以依托人数规模等等搭载广告，从而收取广告费用实现盈利。