



如何策划一场成功的营销活动

沙周——互动



目录

01

活动要素和流程

02

优秀案例剖析



01.活动要素和流程

做一场活动中，有哪些重要要素？ 活动的具体流程是什么？ 需要注意哪些内容？

NEXT



01.活动流程

活动准备

活动目的、目标人群、活动推广渠道，
活动测试、奖品内容及数量，活动流程等

1

活动预热

各渠道推广、宣传活动
粉丝维护

2

活动发布

渠道推广，粉丝维护
奖品兑换

3



活动调整

奖品数量，紧跟活动数据
中奖概率调整

4

活动收尾

粉丝兑奖，转化方式
收集获奖信息

5

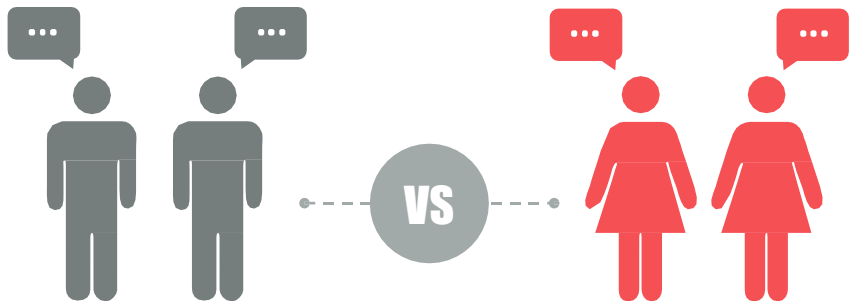
活动复盘

活动流程复盘
活动效果分析

6

1、活动准备

确定活动目的、目标人群



-策划活动目的是什么？

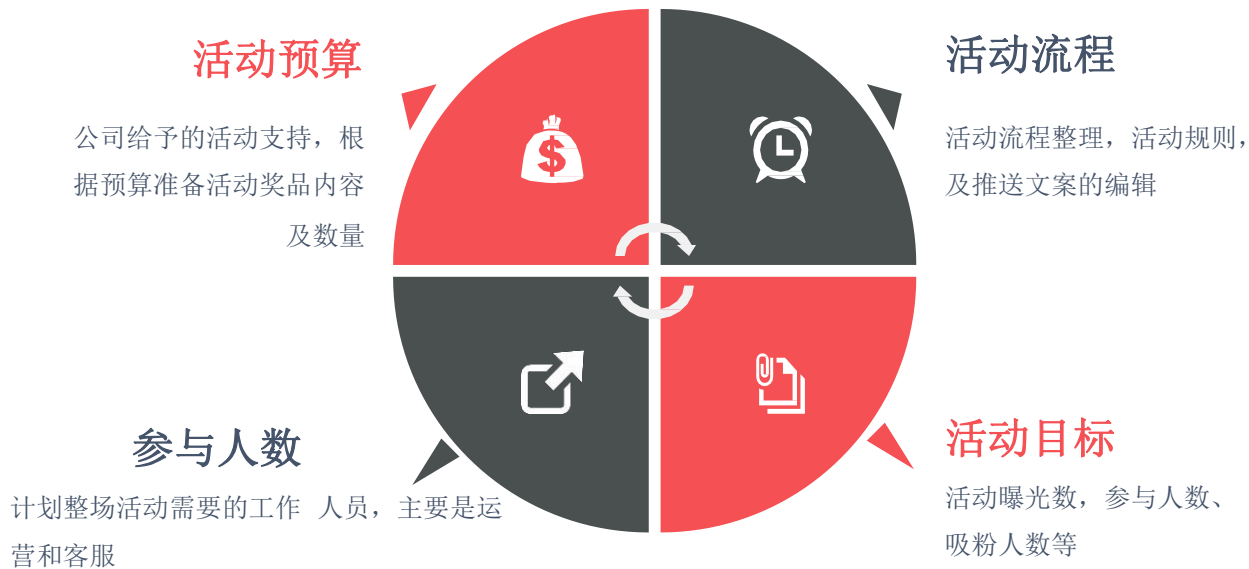
吸粉？宣传品牌？激活粉丝活跃度？

-目标用户是？

某年龄段？某地理位置？某圈子？某兴趣？

1、活动准备

制定活动方案



做好这些，你认为你的活动已经准备好了么？

1、活动准备

活动测试



1、配置后台选项

2、找员工或朋友，告诉他们活动内容，咨询他们是否愿意参与和分享

测试成功，意味着成功**60%**



1、活动准备

推广渠道

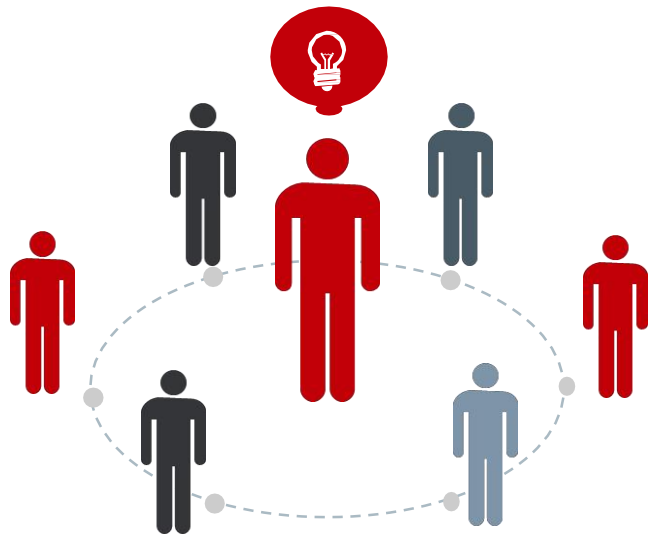
面对无任何资源可利用的窘况，怎么破

-你有微信么？

-你的微信好友，有好友超过500的么？

-找100个这样的好友 一传十，十传百

的道理



功能设置：（强吸粉效果功能）

- 1、设置强制关注
- 2、设置微信口令红包
- 3、设置分享奖励
- 4、设置中奖轮播信息

推广方式：

- 1、利用微信公众号推广，朋友圈转发，微信+QQ社群转发
- 2、发动公司员工身边朋友把活动转发朋友圈，获取第一批玩家。
- 3、官方微博等其他门户网站宣传
- 4、线上线下想结合推广，利用门店现场广告位投放，海报+员工宣传
- 5、利用相关大号助推，收费项目（条件允许下可以考虑）
- 6、资源互换推广

2、活动预热

预热期间粉丝也会增长的，你知道吗？



准备好的渠道进
行宣传

渠道推广



预热期间不断
宣传活动

不断宣传



粉丝动态跟进，
维护

粉丝跟进

3、活动正式开始



活动过程中，需要运营人员持续关注活动动态，客服配合做好粉丝服务和粉丝维护

事项	时间	问题	原因	解决
活动准备				
推广渠道				
活动预热				
活动发布				
活动结尾				
人员配合				
奖品数量				

4、活动收尾



奖品发放



粉丝维护

维护未获奖粉丝



活动效果告知

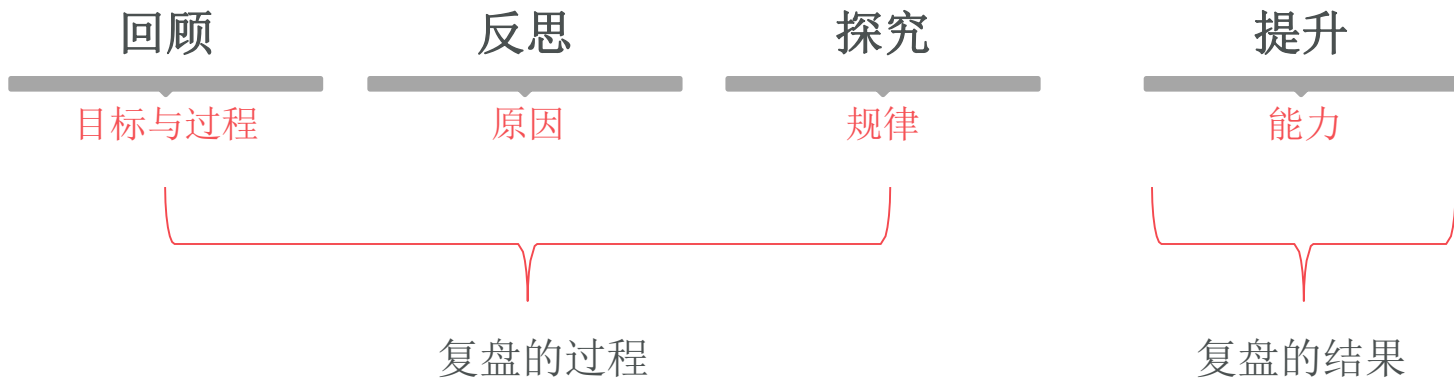
粉丝得知活动真实性



活动结案

在活动收尾中，可预告下次活动内容，或者同步宣传目前正在进行的活动

5、活动复盘



总结和复盘的区别：

总结：对事件过程进行梳理，对已经发生的事情和行为进行描述、分析和归纳 **复盘：**除了总结外，还对未发生的行为进行虚拟探究，探究其他可能性和可行性，找到新的方法和出路

02.优秀案例剖析

深度剖析优秀案例，真正领悟如何做一场好的活动

NEXT



案例：OPPO—邀你吃月饼中大奖案例

商家名称：oppo

活动时间：中秋节期间

活动目的：品牌宣传，激活粉丝活跃度

活动奖品：oppo镜头，蓝牙耳机，优惠券等

宣传渠道：微信公众号，官方微博



活动二维码



案例：OPPO—邀你吃月饼中大奖案例

活动亮点：

此次活动选取了合适的传播渠道，对于消费者的刺激足够，借由oppo门店的分布优势，形成线上线下联动，超过2w的访问量中，每两次访问就有一个分享，真正引爆社交网络。

活动效果：

活动曝光
量**2W+**

平均每日
粉丝增长
1k+



案例：王者荣耀—超级大转盘



商家名称：泡面番

活动主题：幸运王者大抽奖

活动时间：5月8号

活动目的：品牌传播，吸粉

活动奖品：现金红包、现金点券

宣传渠道：微信公众号

案例：王者荣耀—超级大转盘



活动亮点：

- 1、所有奖品均为现金红包、现金点券
- 2、通过客服微信号领取红包，为后期建立社群做铺垫

活动效果：

粉丝增长
75000+

客服粉丝增加
33000+

参与量
50w+

课程回顾





谢谢观看
