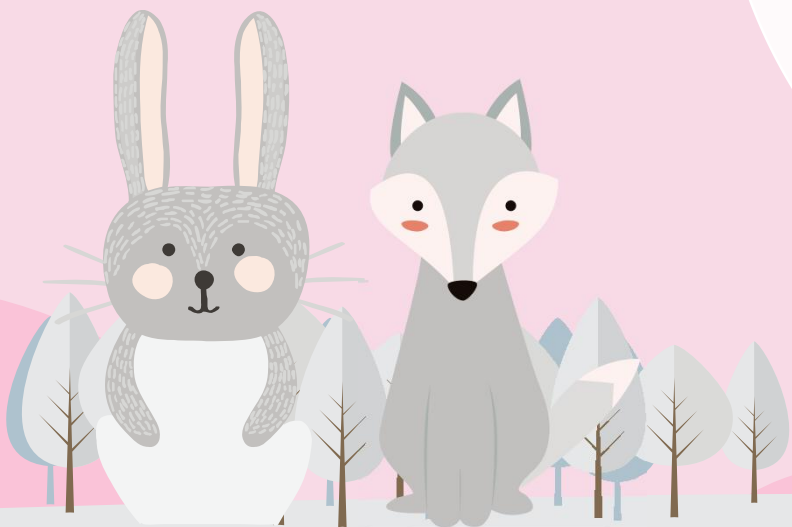


三步玩转优惠券营销

3月活动策划指导方案

广州凡科互联网科技股份有限公司



Contents



一、3月热点及营销宝典



二、逆营销：如何做好降价促销



三、3步玩转优惠券营销

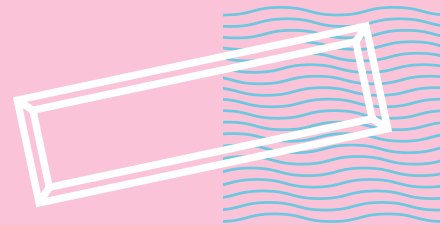




3月热点及营销宝典

(1) 三月热点营销建议

(2) 三月营销宝典



1.1 三月主要热点营销建议

3.05 | 学雷锋纪念日

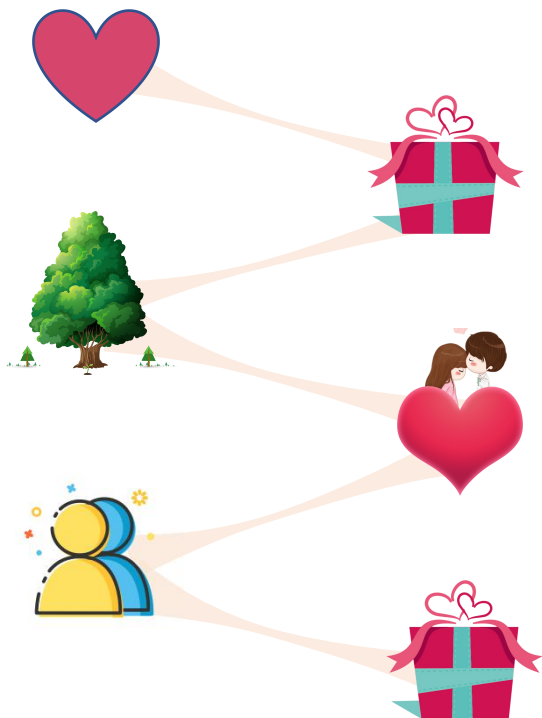
宜：话题营销“你做过哪些记忆深刻的好事”

3.12 | 植树节

宜：环保答题活动，推文种草自家产品，买产品送植物/花果种子等

3.15 | 消费者权益日

宜：玩危机公关，准备三篇推文。
品牌被点名的马上道歉
行业被点名的马上撇清
对手被点名的马上补刀



3.08 | 妇女节/世界胃病日

宜：女神投票活动，美妆/女装行业也可以做女神节促销等

3.14 | 白色情人节

宜：餐饮、酒店、花艺、电影行业土味情话活动、情侣穿白色衣服进店有礼

4.1 | 愚人节

关键词：有趣、整蛊。注意恶搞尺度，可从正话反说、飞机稿营销下手

营销关键词：春分、关爱、女神、女王、自然、环境、权益

(1) 三八妇女节游戏推荐



女神节颜值大比拼
(投票活动)



狂欢砍价.魅力女神节
(消除类)



狂欢砍价.魅力女神节
(商业促销)



三月八转好礼送女神
(抽奖活动)

(1) 三八妇女节活动建议



营销关键词：女神、女王、美、买买买
如：凡科互动邀你抢女神豪礼

美妆、服装业活动建议：

- 1.答题游戏：快速答出美妆品牌/产品名称，即可参与抽奖。奖品可设置为与女性相关奖品/代金券等
- 2.投票活动：颜值比拼赢礼品等
- 3.拼团、砍价活动：
设置美容美甲、女装/化妆品特价产品借节促销等

(1) 三八妇女节活动案例



浏览人数：57657；参与人数：51；分享人数：1503

促进团队积极性，宣传企业文化

主办单位：珍爱网

采用游戏：谁是人气王

活动时间：2018.3.02——2018.3.08（7天）

活动亮点：

1. 女神团队颜值比拼，促进团队协作。

2. 奖品为：

一等奖 1个 1200元团队奖金

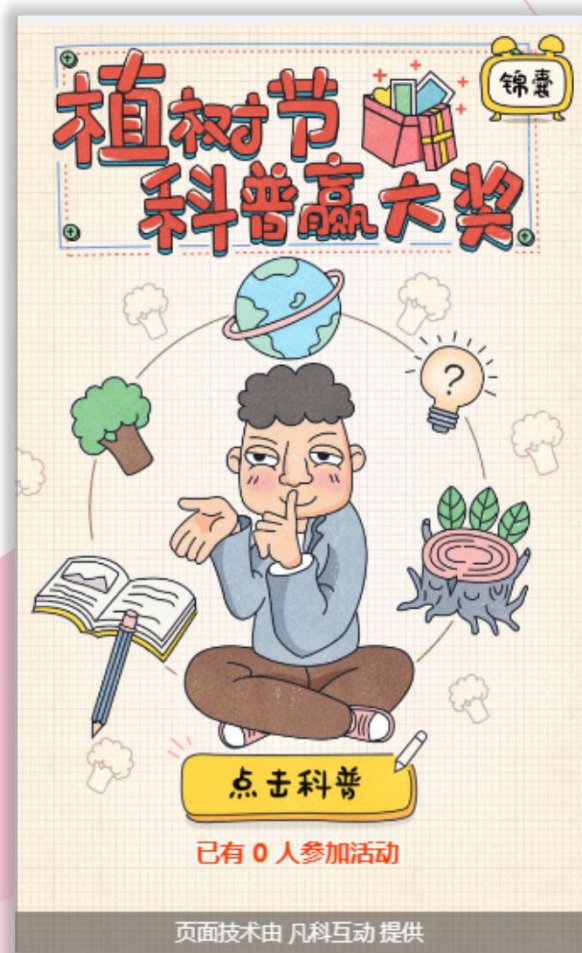
二等奖 2个 1000元团队奖金

三等奖 3个 500元团队奖金

调动员工参与热情，减少跳槽率

3. 开启“联系信息”，增加活动真实度

(1) 植树节游戏推荐



植树节科普赢大奖
(答题类)



植树节·齐种树赢好礼
(助力活动)



植树大作战
(反应类)



下吧下吧我要长大
(接物品)

(1) 植树节活动建议



营销关键词：植树、种树、绿色、环保
如：一起种树抢华为手机！

家居、房地产行业活动建议：

- 1.答题活动：环保知识类答题，普及雾霾的危害及防治措施等
- 2.助力活动：结合植树节，邀请好友一起浇水（参考后续案例）
- 3.常规类抽奖活动：奖品可设置为种子/礼包/第三方奖品等

★ 第三方奖品可在凡科互动礼品中心选购

(1) 植树节活动案例



浏览人数: 28514; 参与人数: 7532; 分享人数: 4652

吸粉、线下引流

主办单位: 新晚报

采用游戏: 植树节·齐种树赢好礼

活动时间: 2018.3.10——2018.3.18

活动亮点:

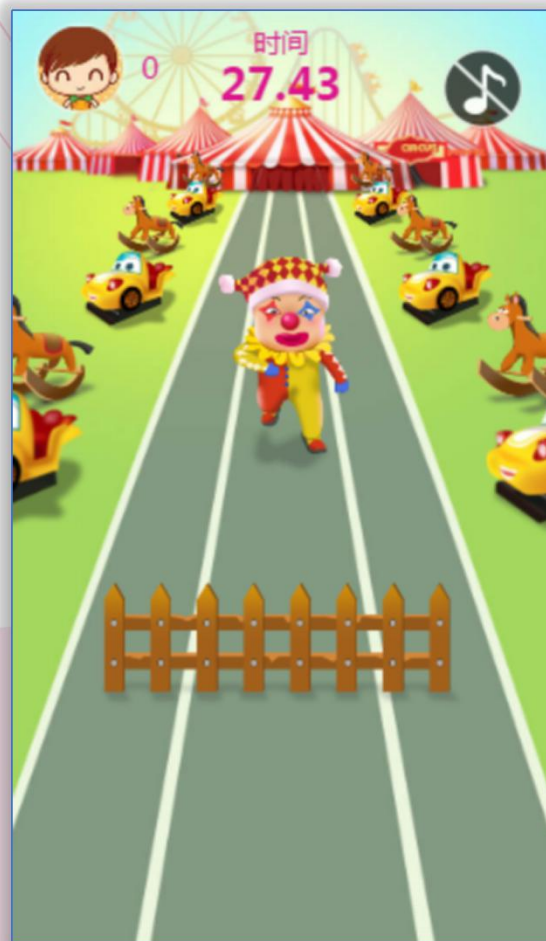
1. 结合植树节, 引导好友一起种树, 加大传播
2. 品牌联动, 中奖后线下领取, 为合作方线下引流
3. 奖品丰富, 激发粉丝参与热情

不足: 没有开启“强制关注”、未植入品牌 logo, 而是在活动说明处提示, 关注公众号回复关键词参与活动, 未达到活动效果最大化。

(1) 愚人节游戏推荐



愚人节·不整你整谁
(反应类)



愚你同乐·小丑快跑
(动作类)



愚人拆礼送惊喜
(手速类)



愚人节刮刮乐
(抽奖活动)

(1) 愚人节活动建议



营销关键词：整人、脑洞、恶搞、笑、段子
如：XX有礼，整你没商量

愚人节活动建议：

线上场景：

- 1.海报营销：结合品牌特点玩愚人节海报
- 2.内容营销：一本正经的胡说八道
- 3.活动营销：答题活动——比比谁的脑洞大/普及搞笑冷知识/选择各种惊悚标题达到整蛊效果

线下场景：

- 1.进店玩大冒险，消费者接受整蛊后可获小奖品一份

(1) 愚人节活动案例



浏览人数：43263；参与人数：37905；分享人数：4221

线下引流、增加销售额

主办单位：广州尊宝比萨

采用游戏：全民冲顶

活动时间：2018.3.31——2018.4.02（2天半）

活动亮点：

1. 活动与节日契合度高，驱动用户传播
2. 活动主题鲜明，引起用户猎奇心理
3. 奖品层层递进，以套餐+单品+无门槛券为组合，并设置大量3元无门槛券为安慰奖，实现客流增长



二、

逆营销：如何做好降价促销

- (1) 为什么降价促销也无人购买
- (2) 降价促销法如何使用，才能降低对品牌的伤害？

思考：你是否会出现这种情况

1. 降价后回归正常价格，是否无人购买？

2. 经常降价促销，效果越来越差



如果出现以上问题，就表示被降价促销反噬的情况

(1) 为什么会出现这种情况？

1. 用户产生刺激适应心理

打折越来越频繁，给人带来的刺激感逐步减弱或消失



2. 用户产生刺激依赖心理

短暂的价值感很难积累到真正有价值的用户。



(2) 降价促销法如何使用，才能降低对品牌的伤害？

1. 什么情况下降价促销效果最好？

- (1) 用户有购买动机，但存在心理阻碍
- (2) 牺牲某个产品，为其他产品引流
- (3) 关键时刻抢销量时



2. 如何促销不自伤品牌？

- (1) 特殊时刻：节假日/店庆/合作打折
- (2) 特殊身份：针对新/VIP顾客打折
- (3) 特殊商品：如，妇女节，客户买化妆品的时候，同时对卸妆棉进行降价促销
- (4) 特殊随机性：如，随机抽中折扣券
- (5) 特殊奖励：客户付出了努力，所以需要回馈
- (6) 利他原则：客户认为自己获得的优惠，是为了帮助他人，而不是占小便宜





三、 三步玩转优惠券营销

- (1) 优惠券的10种玩法
- (2) 裂变优惠券玩法攻略
- (3) 如何提高优惠券的使用率？

(1) 优惠券10种玩法

1. 现金券

针对商家产品
或者服务，直接
优惠

2. 品类券

限定某一个品
类的商品使用
优惠券。

3. 体验券

如：产品7天免
费体验权

4. 礼品券

凭券兑换对应
产品或服务，
一般也可转赠
他人

5. 折扣券

下单打XX折，
针对老客户，或
节日促销，常用
的营销方式



(1) 优惠券10种玩法

6. 特价券

适应于重要活动
或节日使用

7. 品牌券

限定某个品牌的
商品。
如：在淘宝中看到
限定某个服装的
商品使用

8. 下单
返券

鼓励客户
再次下单

9. 单品券

限定某些
单个商品使用

10. 裂变
优惠券

凡科互动中的奖项功能
当玩家抽中优惠券后，分
享给好友，好友可得到裂
变出的新券，同时玩家本
人的券面值也会提高



(2) 裂变优惠券介绍 & 功能

基础设置

派奖方式

奖项设置

请设置活动需要派发的奖项

奖项一

奖项二

奖项三

基本选项 · 奖项一

奖项等级：

一等奖

奖项类型：

(发布后不可修改)

☒ 自选奖品

☐ 礼品中心

裂变优惠券 钻

奖项名称：

券面值 天猫超市优惠券

奖项数量：

1000

优惠券初始面值：

(发布后不可修改)

5

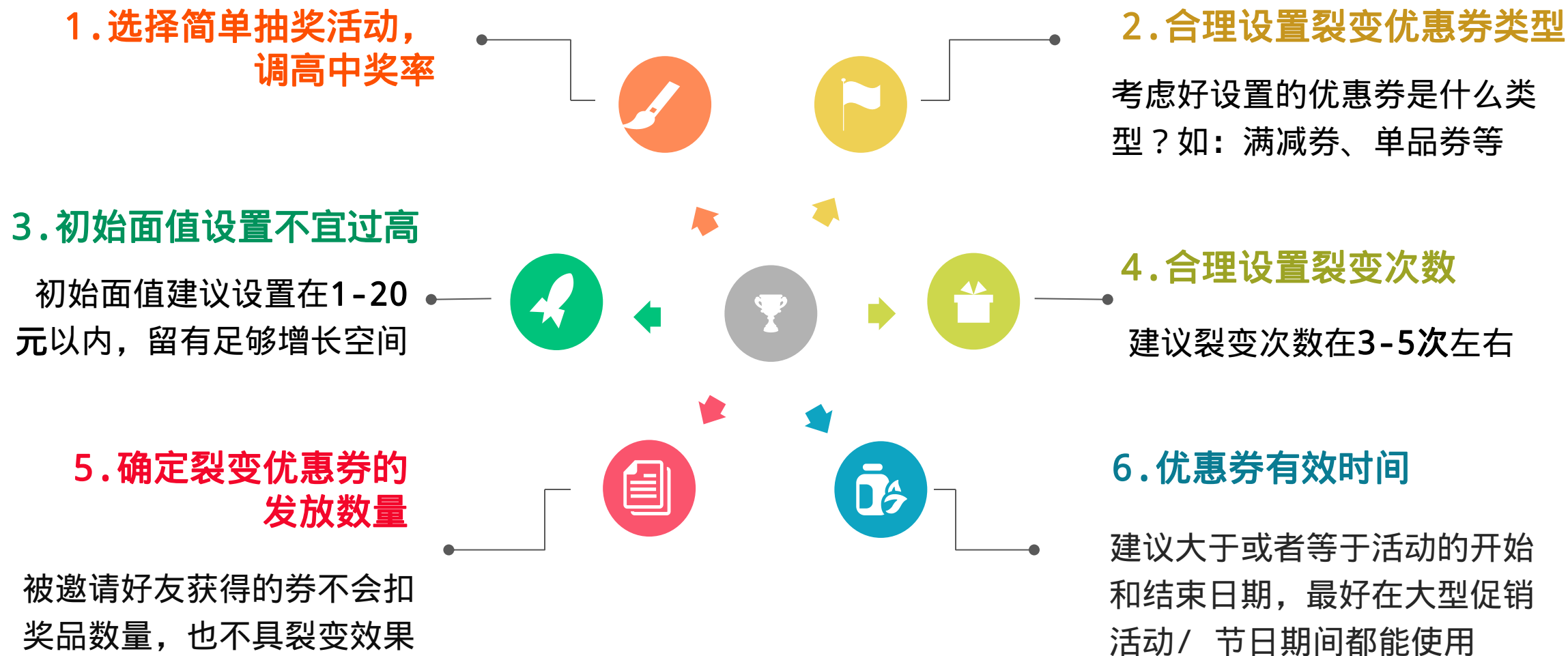
凡科互动中的奖项功能

当玩家抽中优惠券后，分享给好友，好友可得到裂变出的新券，同时玩家本人的券面值也会提高。

功能：

裂变传播、用户拉新、裂变增粉、促销产品

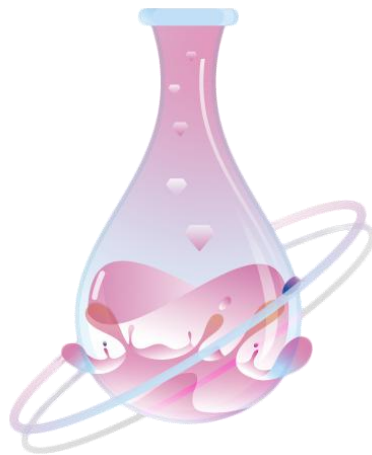
(2) 裂变优惠券玩法攻略



(3) 如何提高优惠券使用率

1. 确认用券目的

如：**拉新**，可以使用新人券；
促转化，可使用下单返券需要各个场景和商品上增加券，促进再次下单



2. 优惠券内容设计

种类、面值、数量，有效期（大于或等于活动日期）、领取频次、**使用条件**（有门槛/无门槛/是否可叠加使用/使用范围）

(3) 如何提高优惠券使用率

3. 提高用券动机

(2) 营造稀缺感/增加用户获券成本

如：用游戏化、任务式的方式增加获券难度

(3) 赠送附加值

如：搭售、赠品、免费试用

(1) 价格让利

如：多人同行立减、提前x天预设立减、满额立减



(3) 如何提高优惠券使用率

4. 突出优惠券的 展现形式

如：线上商城或app，可展示的
渠道主要有：用户优惠券中心、
领券中心、订单列表页、购物车、
商品详情页等



5. 领券后：适当提醒，触 达用户

如：用短信、社群、模板消息的方
式提醒用户还有优惠券未使用。

★ 注意：模板消息用券提醒不要
频繁发送

为什么选择凡科互动？



创建游戏



品牌植入



发布公众号



发送给朋友



分享朋友圈

凡科互动

白银版898/年，铂金版1198/年，买二年送二年

任意创建活动，持续享受VIP服务

10分钟创建活动，一键发布使用

活动期间随意修改活动设置

新三板上市公司保障，7*24小时安全监控



传统定制

5000-50000

一次性使用，每次付费只能定制一款活动

需不断与技术人员沟通，耗时2-3个月

每次修改需联系乙方，处理周期长

皮包公司多，安全风险大，维护要收费

价格实惠、即建即用、持续服务、灵活修改、安全可靠

登录凡科互动官网

免费创建更666的互动游戏、
获取新功能通知 及 游戏营销玩法

（凡科互动官网可在线咨询客服）

<http://hd.fkw.com>



关注公众号，回复“201903”，
免费获取课件

