

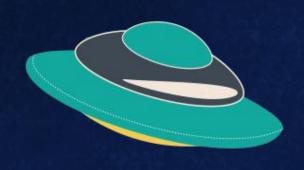


## 6月活动策划指导方案

# 10分钟学会打造快速涨粉活动

广州凡科互联网科技股份有限公司













三、如何将活动粉丝成功转化(粉丝转化篇)





## 为什么做了活动,粉丝量还上不去?







公众号提供的价值不能满足需要



排版混乱,阅读体验差









## 涨粉活动前—— 公众号定位





我是谁? (公众号定位)



我的内容给谁看? (目标人群定位)



我能给他们带来什么价值? (服务定位)



### 确定活动形式





★ 明确用户群体,了解用户心理特性再去策划活动。







- 1.新人注册送奖品
- 2.初次使用产品免费/半价。
- 3.老带新双方费用减免
- 4.进群送好礼





## (传播周期短)

- 1.话题营销
- 2.事件营销
- 3.热点营销



### 6大活动涨粉方式

- 1.助力活动
- 2.抽奖活动
- 3.投票活动
- 4.砍价/拼团活动
- 5游戏营销
- 6.裂变营销(工具:凡科公众号

助手;如赠送资料,需X人转发

后可获得)





### 正确激励用户参与活动







内在激励 (好玩、自我实现) 外在激励(物质、金钱) <del>奖品类别:</del>实物类、现金类、优惠 券类、卡券类、积分类



放大活动价值







### 读书郎 涨粉案例





涨粉,引导使用产品

主办单位: 读书郎

采用游戏:接力跑挑战赛(助力活动)

•活动时间: 2019. 4. 17——4. 24

活动亮点:

1. 页面精美,游戏中穿插产品图及产品亮点

2. 以自家产品电话手表为头等奖,高价值头等奖+ 低价值次等奖的奖品打法

3. 开启"强制关注"及"公众号兑奖",涨 粉效果倍增

4. 在活动说明中,提示客户可邀请好友帮忙 接力,加大活动传播力

浏览人数: 58026; 参与人数: 11265; 分享人数: 5927





## 6月热点营销建议



#### 6.18 京东购物节

宣:年中优惠促销,

限时折扣、╅满赠、送

礼、抽奖等



宣: 看球酒水套餐、足球小

游戏、集球星卡(集卡营销)

#### 6.14亲吻情人节

宜: 情侣进店消费赠送玫

瑰花一支,餐厅可举办免

费拍照活动等



#### 6.7 端午节/高考

宜: 普及端午习俗知识,

话题营销: 征集高考奇闻

趣事; 高考创意作文解读等;

招生营销活动等

#### 6.16 父亲节

宜: "爸王餐"活动,健身行业可开展父亲节办卡打折优惠,男士单品/套装促销、送礼等多种形式的折扣等

#### 6.1 儿童节

宣:话题征集:追忆童年;带孩子进店消费打6.1折/赠送零食,特惠儿童套餐61元,消费满60元,加1元可换购好礼,"晒童年照"领取礼物



## 六一游戏推荐





暴露年龄de测试 (答题类)



疯狂过山车 (动作类)



谁还不是个宝宝! (抽奖活动)



六一欢乐嘉年华 (抽奖活动)



#### 六一活动建议







学而思拼团活动案例

游戏:暴露年龄de测试

#### 关键词:儿童、孩子、六一、童心

\*宜: 带孩子进店消费打6.1折/赠送零食,回忆童年味道,特惠儿童套餐等

游戏模板推荐: 商业促销类、抽奖活动、投票活动。

#### 营销活动Tips:

- 1.线上场景:产品/品牌宣传、促进消费
- a. 使用拼团/砍价/秒杀进行课程促销
- b. 举办"晒童年照"投票活动

#### 2.线下场景: 提升销量、门店引流

- a. 线下服装业推出亲子装促销活动
- b. 消费满60元,加一元可换购好礼
- c. 身着卡通人偶互动
- d.教育行业可开展六一文化艺术展进行现场展览



## 端午节游戏推荐





粽子哪里跑 (手速类)



接力龙舟赛(手速类)



答端午十问,识传统佳话 (答题类)



端午节刮大奖 (抽奖活动)



#### 端午节活动建议





页面技术由 凡科互动 提供

游戏:好礼接"粽"而来



游戏:粽子哪里跑

关键词:端午、粽子、龙舟

宣: 普及端午习俗知识、促销、买赠等

游戏模板推荐:游戏营销、答题活动、助力活动等®

#### 营销活动Tips:

1.线上场景:产品/品牌宣传、促进消费

a. 话题营销: 你喜欢吃什么口味的粽子。

b. 资源互换, 联合品牌举办活动, 赠送粽子消费券

#### 2.线下场景: 提升销量、门店引流

a. 餐饮行业开展端午节促销买一赠一活动(赠送粽子)

b. 消费满指定金额,可赠送粽子X个

c. 蛋糕/亲子: 组织线下制作粽子活动



## 父亲节游戏推荐





我的超人爸爸 (跳跃类)



集暖心好礼送父亲 (助力活动)



我的保护神爸爸 (动作类)



父亲节幸运大抽奖 (抽奖活动)



### 父亲节活动建议





游戏: 我的超人爸爸 游戏: 父亲节幸运大抽奖

关键词:父亲、父爱、爸爸

宣: 男士单品/套装促销等

游戏模板推荐: 投票活动、助力活动、商业促销类等

营销活动Tips:

1.线上场景:产品/品牌宣传、促进消费

a. 品牌进行父亲节海报营销

b. 快餐行业可在这天,为点外卖的人送一份暖心父亲 节祝福语纸条

c. 开设父亲节孝心卡活动, 持卡消费打 X 折

2.线下场景:门店引流、提升转化

a. 餐饮行业可推出父子/父女/爸王餐等优惠套餐

b. 到店顾客"晒晒我和爸的合影"可参加抽奖

c. 节日当天带爸爸到店消费,赠送父亲节伴手礼





#### 儿童节品牌传播投票活动案例





品牌传播,促进消费

主办单位: 中原银行

采用游戏: 萌宝投票

活动时间: 2018.6.7——2018.6.13

活动亮点:

1. 根据线上投票、线下评分的综合成绩,公布最终得分结果。

2. 奖品丰富,**写明奖品价值。**特等奖1名,一 等奖3名,二等奖6名,三等奖10名,引导参 与者发布朋友圈及群聊

- 3. 自定义设置分享游戏内容文案
- 4. 开启3秒广告页,加大品牌影响力

浏览人数: 132479; 参与人数: 52035; 分享人数: 3114



#### 端午节员工回馈活动案例







#### 员工回馈、品牌传播

主办单位: 阿特斯阳光电力集团有限公司

采用游戏: 集粽子过端午(助力活动)

#### 活动亮点:

1. 活动说明处提示仅限阿特斯员工可获得,及开启"中奖后填写联系信息",由于中奖后需填工号,一定程度上限制外人参与

2.奖品丰富,高价值头等奖iPhone 8+孝心奖

父母体检套餐,引导员工自传播

3. 推广方式为朋友与群聊,活动出乎意料引爆

8万多浏览量,至今仍在持续增长

浏览人数: 86905; 参与人数: 27535; 分享人数: 11839





#### 618 线下引流活动案例





618盟猫闹端午 吸猫大赛 各个参与活动的猫星人、主子们、投票时间即将结 有个剧场为大家举行颁奖典礼 请各位带好猫猫,并为他们捆上猫绳带狂欢吧! 礼品券领取需要联系小编微信号:2874422862 2018年6月7日 13:56 - 2018年6月14日 20:31 友,为自家萌宠拉人气吧!

#### 线下引流,粉丝促活

主办单位:新世界百货&其他宠物店联合举办

采用游戏: 萌宠争霸赛(投票活动)

活动时间: 2018.6.7——2018.6.14

活动亮点:

- 1. 页面明亮吸晴,植入品牌logo
- 2. 自定义设置分享内容设置
- 3. 获奖者自行前往新世界百货颁奖典礼
- 4. 奖品为2000元萌宠大礼包,价值较高,驱动用户传播

不足: 可清晰写明价值2000萌宠大礼包内含 什么礼品

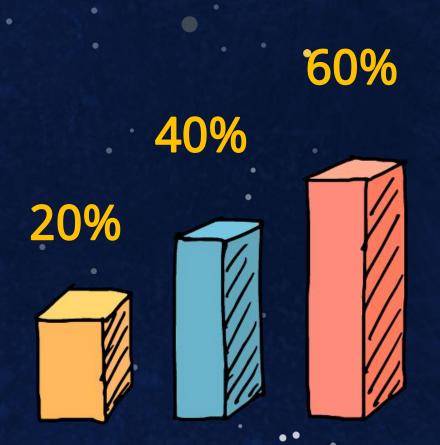
浏览人数: 43608; 参与人数: 50; 分享人数: 268





思考: 你的粉丝为什么无法转化?





- 1. 用户不信任新品牌
- **★2.产品太新,用户不能理解**
- 3.用户体验差



## 常见的转化思维误区





## 粉丝转化七部曲

















## 定位用户 吸引关注 产生兴趣 激发需求 运营互动

线上or线下 分享传播 转化

产品的核心用 户是谁?他们 使用的动机和

成本是什么?

粉丝关注后能

得到什么?

(1)好玩

(2)有用:优

质内容

(3)有利:定。

期小福利



## 详析粉丝转化七部曲



粉丝不信任新品牌, 如何提高转化率?



粉丝不理解新产品,如何提高转化率?



## 粉丝不信任新品牌,如何提高转化率?







名人/公司/数据/用户评价/案例背书、权威(权威认证 机构、品牌故事、检测报告)、热销截图等



## 2. 优质内容

了解粉丝的属性,再去产出内容



## 粉丝不信任新品牌,如何提高转化率?









## 3. 品牌广告.

(1) 打造特色栏目,定期邀请粉丝参与内容产出 (2) 利用权威媒体/、打造品牌势能

## 4. 在线客服



## 粉丝不理解新产品,如何提高转化率?













2.用户进群



3. 活动运营(定期开展活动)



4.引导添加客户 个人号沟通

## 为什么选择凡科互动?















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<u>互动游戏</u>、 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"<mark>201906"</mark>, 免费获取课件