



广州凡科互联网科技股份有限公司

低成本突破活动流量僵局

1月开年营销活动策划指导方案



目录

- 一、流量翻倍的老带新6大狠招
- 二、1月热点及营销秘籍
- 三、如何通过社群裂变打造流量池



一、流量翻倍的老带新6大狠招

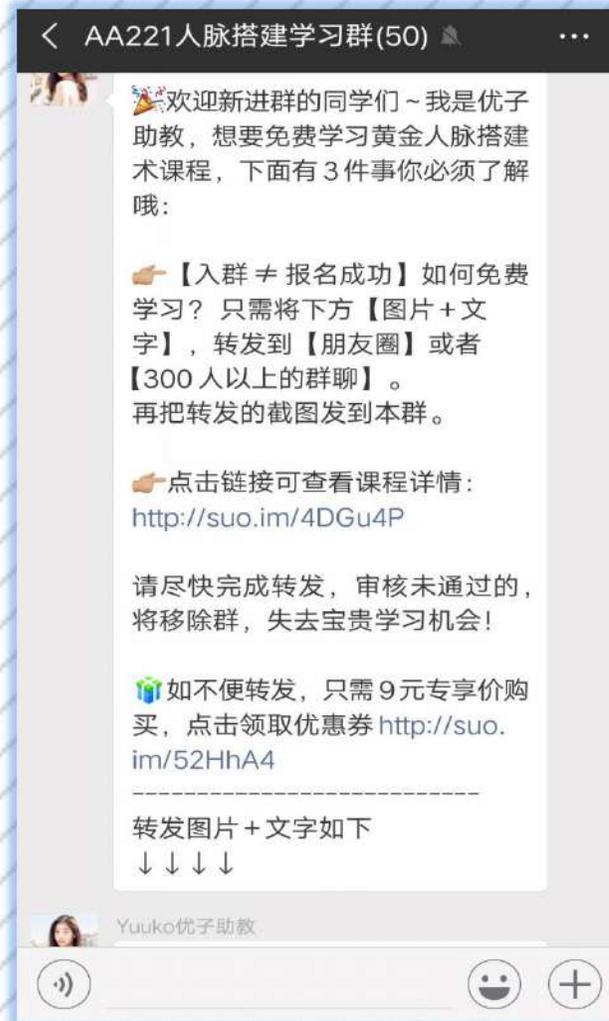
1.流量翻倍的老带新6大狠招



■ 打卡营销



■ 个人海报营销



■ 群裂变

1.流量翻倍的老带新6大狠招



- H5游戏-邀请/分享
享获抽奖机会



- 拼团/砍价/秒杀



- 助力营销
如-集字、集福、集赞



二、一月热点及营销秘籍

- (1) 一月热点营销建议
- (2) 奖品如何送，才能实现营销最大化

2.1 一月热点营销建议

1.01 | 元旦

宜：开年促销、新年祝福



1.14 | 日记情人节

宜：记录恋爱日记抽奖

1.05 | 哈尔滨国际冰雪节、小寒

宜：送票、冬日周边产品营销



1.21 | 国际拥抱日

宜：情侣拥抱照投票、使用情人节相关游戏促进用户传播

1.13 | 腊八节

宜：针对冬季寒冷的特点推出“粮油、生鲜、冬季护肤套装、冬衣外套等拼团砍价活动”



营销关键词：元旦、小寒、大寒、腊八节、春运、小年、年货



1.01 | 元旦活动营销建议



2019你敢不敢来！
(接物品)

定制我的圣诞夜
(场景布置类)

关键词：新年、2019、计划、祝福

宜：送新年祝福、开年促销

游戏模板推荐：接物类、场景布置类、商业促销类

营销活动Tips：

1.线上场景：品牌/产品宣传、促进消费

- a. 使用拼团/砍价/秒杀进行跨年促销
- b. 场景布置类活动，设置“定制你的新年夜”主题活动进行品牌宣传

2.线下场景：提升销量、引流

- a. 礼品业推出“新年迎新礼”商业促销活动
- b. 美容业举办新年年卡优惠

1.05 | 哈尔滨国际冰雪节/小寒活动营销建议



砍价（支付版）
（商业促销）



滑雪大作战
（动作类）

关键词：冰雪节、滑雪、防寒、欢乐

宜：送票、周边产品营销

游戏模板推荐：动作类、集物类、商业促销类

营销活动 Tips：

线上场景：优惠发放、产品/品牌/活动宣传

a：商业促销类/游戏营销类模板+冰雪节门票为奖品

b：电商平台可上线棉袄羽绒服等服装的优惠活动

线下场景：线下引流、促进消费

a：可开展户外促销，如滑雪、雪地摩托等项目，搭配运动装备进行售卖

1.13 | 腊八节活动营销建议



腊八蒜我要泡你
(手速类)

集齐一碗腊八粥
(助力活动)

关键词：腊八粥、温暖、冬天

宜：买一送一、“腊八节”知识竞赛，腊八民俗文化
游戏模板推荐：游戏营销类通用、商业促销类

营销活动Tips：

- 1.线上场景：吸粉、引流、提高销售额
 - a.食品及电商业可以推出腊八专属套餐礼盒
 - b.教育业可举行“腊八节”有奖问答
- 2.线下场景：引流、促进销售额
 - a.推出腊八特色套餐的拼图/砍价/秒杀活动，引导客户到店消费

1.14 | 日记情人节活动营销建议



定制我的圣诞夜
(场景布置类)

关键词：爱情、打折促销、酒店

宜：记录恋爱日记抽奖

游戏模板推荐：动作类、场景布置类

营销活动Tips：

1.线上场景：品牌/产品宣传、粉丝促活

a：场景布置类活动，主题为“爱情定制日记”，举办情话大赛，挑选走心海报赠送相应的奖品。

2.线下场景：品牌/产品宣传，减少客户等位流失

a：可在场景布置类游戏中，穿插自家产品进行宣传，客户在等位中可参与游戏。

1.21 | 国际拥抱日活动营销建议

关键词：拥抱、情侣、爱

宜：线上线下的温情活动，如：情侣拥抱照投票、使用情人节相关游戏促进用户传播等

游戏模板推荐：投票类、助力类、商业促销类

营销活动Tips：

- 1.线上场景：商业促销、吸粉引流
 - a.服装行业——情侣装秒杀活动
 - b.情侣拥抱投票活动

- 2.线下场景：门店引流
 - a.穿情侣装到店消费，可抽50元优惠券
 - b.线上线下推广活动，开启“线下兑奖”



投票模板：我的妈！好美！

教育行业- 线下引流案例



目的：线下引流、获取意向客户联系信息

- 主办单位：**立祥国际跆拳道联盟
- 采用游戏：**好友助力赢大奖
- 活动时间：**2018.11.01——11.11（10天）
- 活动亮点：**
 1. 大奖吸睛：分别设置了**金锦鲤宝宝**（1名）：iPhone XR+88888元课程年卡
 - 银锦鲤宝宝**（助力指数大于111）：价值4600元少儿兴趣课程包
 2. 开启“联系信息”，参与前填写联系信息
 3. 奖品按助力指数排名高低派发
- 不足：**没有植入自家品牌logo和产品元素

浏览人数：221556；参与人数：7261；分享人数：12842

保健品行业- 吸粉案例



目的：吸粉、获取客户联系信息

主办单位：汤臣倍健营养家

采用游戏：备年货过小年

活动时间：2018.01.26——1.28 (3天)

活动亮点：

1. 阶梯式的奖品策略：1—5等奖为少数实物奖品，幸运奖为多数奖品。
2. 挑选符合节日模板，植入产品logo及产品元素
3. 开启“公众号兑奖”，参与前填写联系信息。

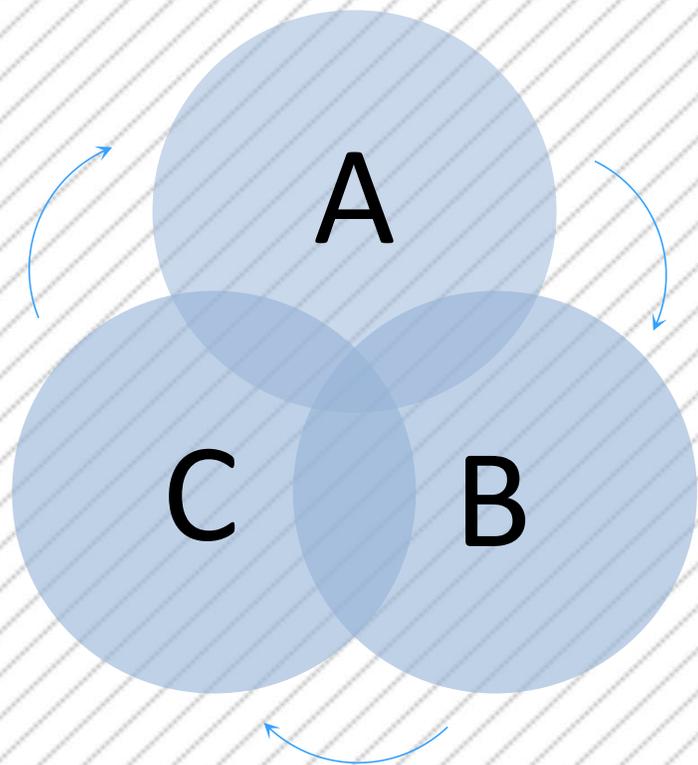
浏览人数：46923；参与人数：17558；分享人数：12063



(2) 奖品如何送，才能实现营销最大化



思考：为什么奖品免费送，还是没人参加活动？



- 客户对奖品没兴趣
- 品牌影响力低
- 活动参与流程复杂



2.2 奖品如何送，才能实现营销最大化

分析目标客户需求

准客户的需求点，并与客户
建立良好对信任关系

抛出“诱饵”

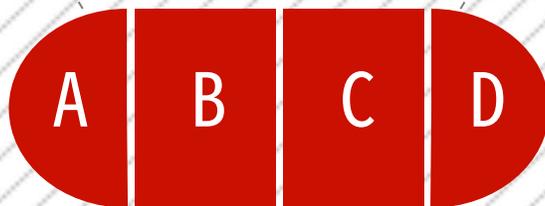
免费诱饵
低成本诱饵

制造沉没成本

时间成本（关注有礼、朋友圈
点赞、砍价、拼团）、捆绑销
售、邀请有礼、付邮费等

公布中奖名单

塑造活动真实性



如何抛出“诱饵”，让客户主动参与活动？



免费诱饵

- 电子书、课程、指导、资料包、ppt模板等



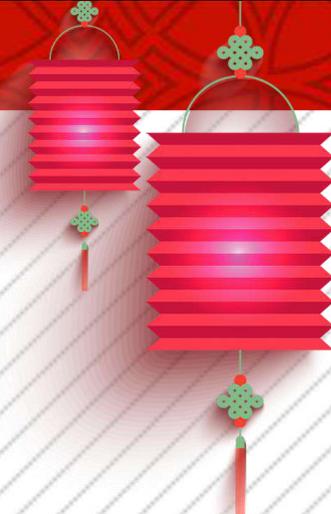
低成本诱饵（高价值）

- **有趣**：近期热门礼品
- **有用**：生活用品、红包、试用装、可转化奖品等

★ 奖品策略：

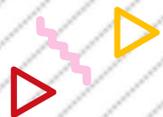
1. 大奖（以大奖为噱头，）
2. 普通奖
3. 安慰奖（引导客户再次参与，如代金券等，重点：与投入/产出比挂钩）





三、如何通过社群裂变打造流量池

- (1) 什么是群裂变？
- (2) 6步玩转群裂变
- (3) 社群的8种变现方式



什么是社群？

- 一群有相同的目的、价值观、兴趣爱好的人通过网络的形式被聚集起来
- 普遍的形式：qq群、微信群

什么是群裂变？

- **借助微信群这个载体进行粉丝引流裂变**

基于活动线上分享课程、资料合集、优惠福利等为噱头的社群内用户一起转发分享的裂变行为



(2) 6步玩转群裂变

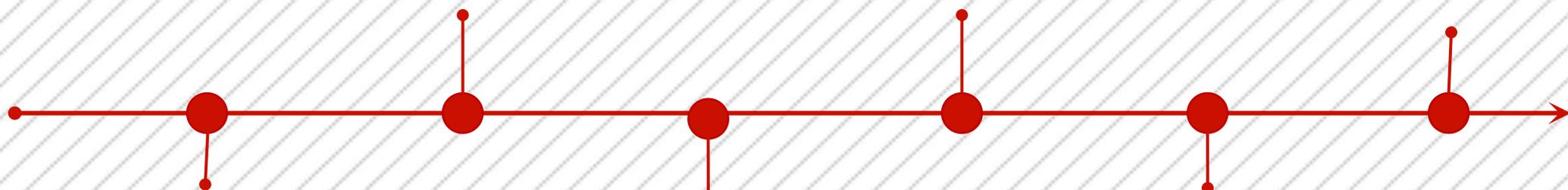
2.准备诱饵、裂变规则、海报、群内/分享话术

4.设计好用户转化路径

推荐新人2个工具：
wetool+码云

6.开始启动

种子用户转发裂变海报



1.定位

(1) **群定位**，先清晰搭建社群目的，如：引流转化/赚钱/粉丝互动/提高留存

(2) **目标客户定位**：越细分、越垂直，用户就越精准、价值越高

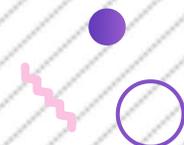
3.累积并建立相应的群

(数量随活动规模而定)

客服人员分工并提前进群

5.测试路径

活动开始前测试路径是否顺利



微信群+微信群裂变流程

推文/朋友圈/社群投放海报



用户扫码进群



进群后，引导用户转发海报至朋友圈



用户转发，截图发群内



对已转发用户打标签分组

新用户扫码
继续裂变

★ **重点：**精细化管理客户，及时给客户打标签

通过标签筛选

深圳 商务合作 凡科 已进群
未进群 课程共享 广州 有意愿
无意愿 商务 已成交

微信群+个人号裂变案例

◆ 课程领取卡 ◆

搭建黄金人脉系列课程



请看清以下方法领取课程

- 长按扫码，公众号自动弹出【全额优惠券】。
- 点击进入后领取并使用
- 优惠券已抵掉本节全额费用，支付0元即可听课！



海报二维码放活码

AA221人脉搭建学习群(50)

欢迎新进群的同学们~我是优子助教，想要免费学习黄金人脉搭建术课程，下面有3件事你必须了解哦：

👉【入群 ≠ 报名成功】如何免费学习？只需将下方【图片+文字】，转发到【朋友圈】或者【300人以上的群聊】。再把转发的截图发到本群。

👉 点击链接可查看课程详情：
<http://su...>

请尽快完成转发，审核未通过的，将移除群，失去宝贵学习机会！

🎁 如不便转发，只需9元专享价购买，点击领取优惠券 <http://im/5...>

转发图片+文字如下
↓↓↓↓

Yuuko 优子助教

进群引导转发朋友圈

AA221人脉搭建学习群(50)

Yuuko 优子助教

恭喜上面发转发截图的朋友，你们审核通过！已获得免费听课资格
我们群人满95人就给大家推送课程~
没有转发的将被移出本群失去学习机会
已转发的不需要再去邀请好友扫码

<http://t...SOYTZ2uw>

点击链接添加助教老师可以额外获得【千聊大师课程】

回复已转发的同学
引导添加个人号

扫码添加好友领取大师课程

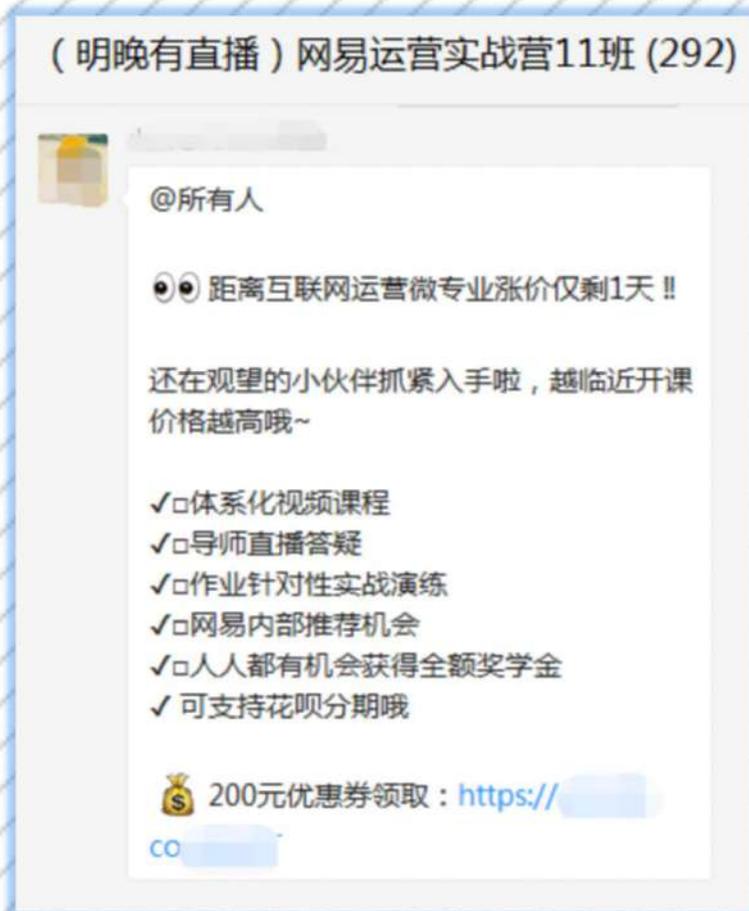
千聊大师课免费学
超值购课优惠
终身成长学习服务
海量知识宝库



扫码添加好友领取

添加个人号好友活码页面

(3) 社群的8种变现方式



■ **产品式**
以产品为导向



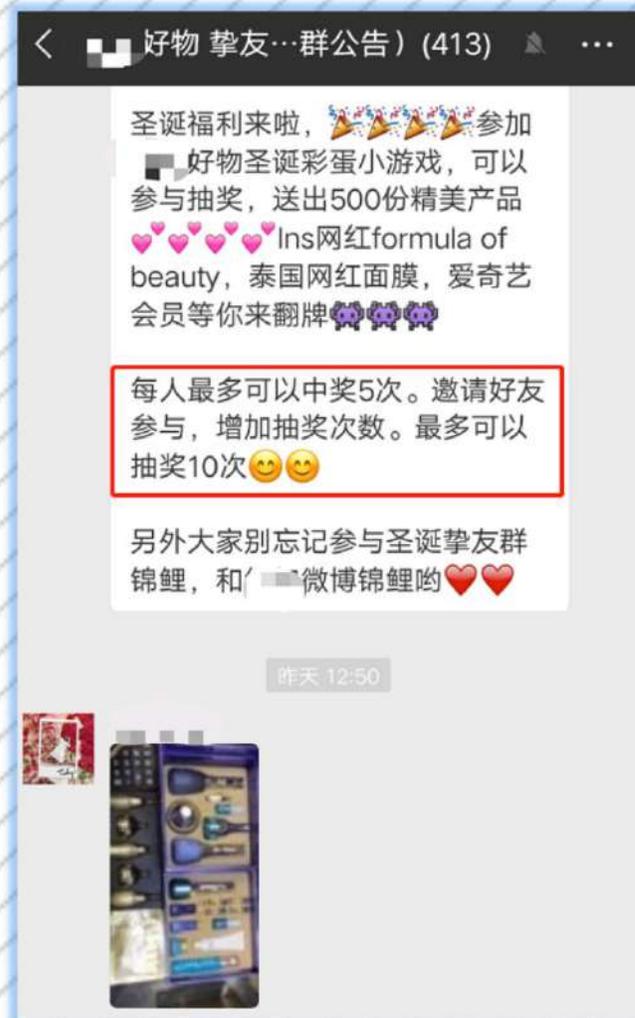
■ **会员式**
通过直接收取会员费达到变现的目的

(3) 社群的8种变现方式



■ 电商式

通过销售商品的方式实现变现



■ 活动式

定期做活动，维护粉丝关系

(3) 社群的8种变现方式

■ 服务式

开展增值服务通过对有需要的人收费的方式实现变现



■ 众筹式

在小众产品内部发起众筹



■ 智库式

开展增值服务通过对有需要的人收费的方式实现变现



■ 合作式

通过不同两种不同的定位/品牌、类型进行跨界合作



扫码关注凡科互动

免费获取更666的活动攻略、
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“**201901**”，
免费获取课件

