

五月份

活动策划指导

www.fkw.com

凡科互动

WWW.FKW.COM



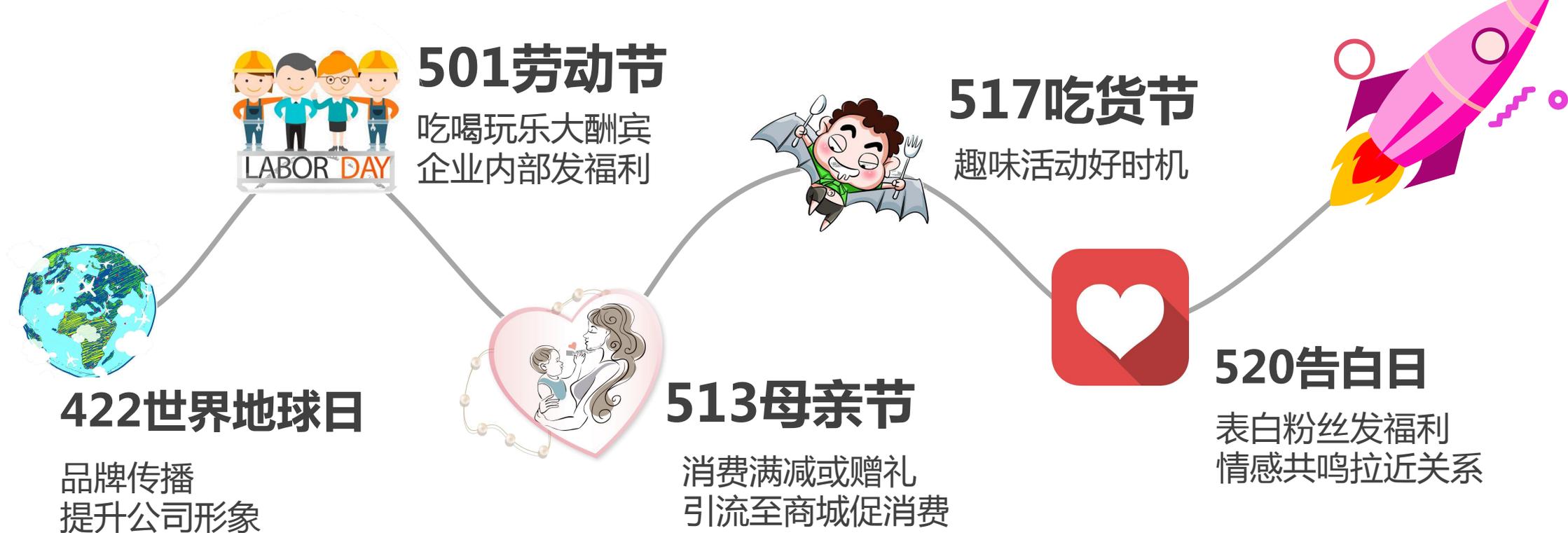
目 录

- 一、与十亿用户玩个小游戏
- 二、节日模板与策划建议
- 三、优秀活动的效果案例
- 四、打造爆款活动的几点建议
- 五、新功能上线开放体验

一、与十亿用户玩个小游戏

- (一) 五月份活动热点
- (二) 互动游戏模板大全
- (三) 解锁小游戏的多种用途

(一) 五月份活动热点



其他热点提示

节日：423阅读日、504青年节、531无烟日

社会：足球甲级联赛、贸易战、区块链

娱乐：吃鸡、第五人格、短视频

(二) 互动游戏模板大全

节日类

五一脑动节
给最美**劳动者**颁奖
采花抢礼献**母亲**
六一欢乐嘉年华
双11扫货大作战
邀请好友装扮**圣诞**树
集**元旦**祝福

.....

接近50种节日主题
每周都能玩转互动

助力类

拼团抽豪礼
全民**砍价**
集福赢好礼
好友**助力**赢大奖
邀好友拆礼盒
铁人三项
邀好友种树

.....

社交传递
形成裂变式传播

竞技类

奔跑抢好礼
疯狂挠**红包**
萌宠爱消除
天掉**金币**送大礼
极限**跳跃**抢大奖
吃鸡大比拼
全民冲顶**答题**

.....

多种类游戏
竞赛得分更刺激

通用类

投票
签到
大转盘
九宫格
砸金蛋
摇一摇
刮刮乐

.....

简单粗暴更有效
周期型活动最佳

(三) 解锁小游戏的多种用途 1

公众号吸粉

产品曝光、吸引潜在客户
提升品牌知名度、塑造企业形象

强制关注
低成本、低风险快速吸粉

品牌传播

横跨场景，实现便捷引流、销售转化
线上一—APP、商城
线下一—门店、景点、峰会、展馆
奖品设置卡券、实物礼品等

平台引流

(三) 解锁小游戏的多种用途 2

企业招聘

培训前：填写报名信息获培训入场券
培训时：答题考察知识、投票比人气
培训后：游戏抽奖刺激学员填写问卷

员工关怀

宣传阶段：助力游戏形成裂变式传播
面试现场：引导参与，为公众号吸粉

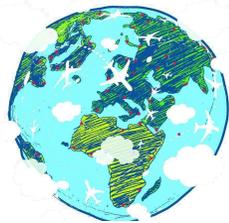
课程培训

发放日常、节假日员工福利
晚会、年会抽礼物营造气氛

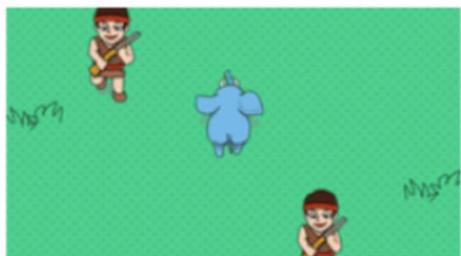
二、节日模板与策划建议

- (一) 4月22号—地球日
- (二) 5月01号—劳动节
- (三) 5月13号—母亲节
- (四) 5月17号—吃货节
- (五) 5月20号—告白日

(一) 模板推荐与建议 —— 地球日



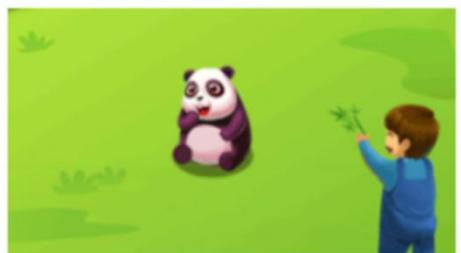
04.22为世界地球日，适合做品牌传播、提升企业形象的活动



动作类



答题类



手速类



反应类

策划提示——地球日品牌传播活动

游戏模板推荐：答题类、竞技型

主题关键词：地球、保护环境、XX品牌名称

例：保护环境知多少，答题赢XX品牌好礼；与XX品牌保护**，人人有奖。

品牌植入游戏Tips：

- 画面自定义：广告页、游戏背景、游戏部件、企业LOGO、页面加载图片。
- 文字编辑：标题、活动说明、自定义分享内容、企业名称等文字编辑栏。
- 奖品设置：以自家商品作为大奖礼品、商品优惠券为小奖礼品。



(二) 模板推荐与建议 —— 劳动节 1

05.01为劳动节，适合吃喝玩乐大酬宾、做企业福利活动



砍价游戏



九宫格抽奖



答题游戏



跳跃类游戏



(二) 模板推荐与建议 —— 劳动节 2



接物品类游戏

策划提示——劳动节营销活动

模板推荐：直接抽奖型、竞技型

主题关键词：五一、假期、促销、奖品福利

例：五一假期天天抽，**好礼送不停，；五一狂欢节抢XX品牌大礼。

奖品准备Tips：

- 大奖刺激：**符合用户口味的大奖为噱头，激发用户参与。
- 小奖补充：**量多成本低的小奖如口令红包、卡券、话费流量。
- 兑奖引导：**根据活动目的选择兑奖方式，分为线下兑奖、公众号兑奖、网页兑奖。比如引流到线下门店领奖，则选择线下兑奖。



(二) 模板推荐与建议 —— 劳动节 3



投票类游戏

策划提示——劳动节企业的内部活动

模板推荐：投票、答题、竞技型

主题关键词：企业名、劳动楷模、最佳员工、福利

例：谁是XX（企业）年度最佳员工；XX（企业）史上最**的员工评选

投票游戏Tips：

- a. **主题**：活动能够让用户展示自己亮点，产生主动参与的欲望。如展示文采的三行情书主题、展示人脉的人气王主题、展示技能的摄影主题等等
- b. **门槛**：减少报名限制、开启手机端报名或后台导入。
- c. **奖项**：大奖、小奖、安慰奖与主题贴合，大奖刺激，小奖普惠参与者。

(三) 模板推荐与建议 —— 母亲节 1

05.13为母亲节，营销活动适合走亲情路线



手速类



手速类



答题类



助力类

(三) 模板推荐与建议 —— 母亲节 2



摇一摇抽奖

策划提示——母亲节营销活动

游戏模板推荐：**直接抽奖型、竞技型**

主题关键词：**感恩、母亲、送礼物、儿女**

例：感恩母亲节，**豪礼摇到手；为母亲赢奖，**礼品送不停。

奖品在发布后的设置Tips：

- a.前-调动：较高的中奖概率。小奖放部分数量，大奖保留。
- b.中-维持：降低中奖概率。补充剩余奖品数量，开大奖。
- c.后-控制：较低的中奖概率。不补充数量或剩余奖品清零。

(四) 模板推荐与建议 —— 吃货节 1

05.17谐音“我要吃”，做趣味活动不可错过，尤其是餐饮业



手速类



手速类



助力类



反应类

(四) 模板推荐与建议 —— 吃货节 2



反应类

策划提示——吃货节营销活动

游戏模板推荐：助力类、竞技型

主题关键词：美食、吃货、免单、XX品牌、

例：吃货节大作战，XX品牌新品优惠享不停；517挑战大胃王赢XX品牌免单。

餐饮业活动Tips：

a.线上场景：新店宣传、优惠发放、引流到店

- i 砍价、集物品的游戏模板+自家菜品为活动奖品。
- ii 竞技型、直接抽奖型的游戏模板+餐饮优惠券或礼品作为奖品。

b.线下场景：减少等位流失、结账、注册会员

- i 等位期间引导顾客扫码参与小游戏，设置小吃或饮品赠礼。
- ii 餐桌放二维码，通过扫码进入游戏，设置免单、折扣券为奖品。
- iii 游戏开启“个人信息”功能，获取顾客手机号码等信息。

(五) 模板推荐与建议 —— 告白日 1

05.20谐音“我爱你”，适合通过情感共鸣做营销活动



跳跃类



手速类



手速类



动作类

（五）模板推荐与建议 —— 告白日 2



摇一摇抽奖

策划提示——520告白日营销活动

模板推荐：**直接抽奖型、竞技型**

主题关键词：**520、表白、情人节、礼物、红包**

例：甜蜜告白，赢取520大奖；520真爱hong包大派发

口令红包领取Tips：

- 直接领取**：用户抽中后点击直接领取，微信弹窗提示红包领取。
- 关注领取（可吸粉）**：用户抽中后关注公众号发送口令，微信弹窗提示红包领取。

三、优秀活动的效果案例

三、优秀活动的效果案例 1



主办单位：仁和药业

活动时间：2017.04.29-05.11 劳动节

活动目的：品牌传播

活动主题：“劳动最光荣，洗洗更健康”

浏览人数
33500+

参与人数
31800+

分享人数
6400+

活动奖品： iphone7*1、口令红包*1188
10元优惠券*2.6W

游戏模板：“砸金蛋”

三、优秀活动的效果案例 2



主办单位：OPPO

活动时间：2017.05.14 母亲节

活动目的：品牌传播、门店引流

活动主题：“OPPO陪你把爱唱给她听”

**浏览人数
31000+**

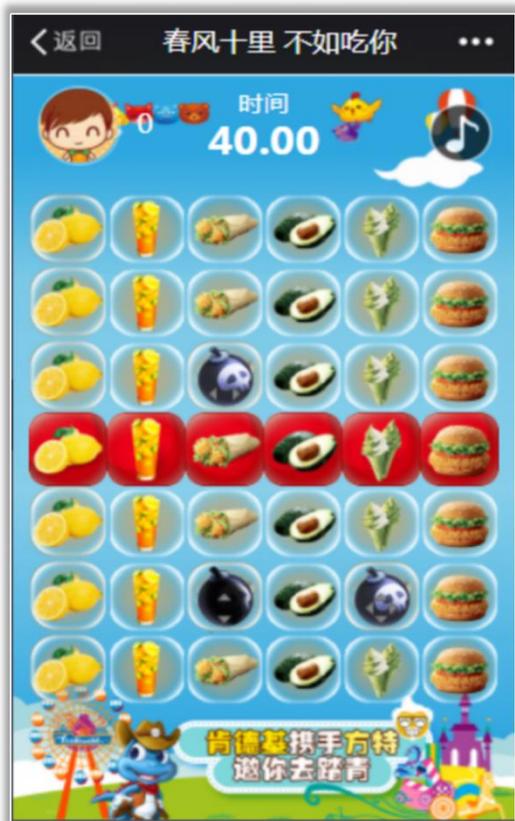
**参与人数
19000+**

**分享人数
11000+**

活动奖品： 派克钢笔*2、巴萨背包*20
杨幂抱枕*30、车载小欧*30

游戏模板：“母爱歌曲猜猜猜”

三、优秀活动的效果案例 3



主办单位：肯德基

活动时间：2017.03-06

活动目的：品牌传播、门店引流

活动主题：“春风十里，不如吃你”

浏览人数
66400+

参与人数
55600+

分享人数
15200+

活动奖品：方特门票*329、门票代金券*1.6W
门店小吃*3.3W

游戏模板：“吃货爱消除”

三、优秀活动的效果案例 4



主办单位：追书神器

活动时间：2017.05.19-05.31 告白日

活动目的：官网引流

活动主题：“万份1314、520追书券等你抢”

浏览人数
59100+

参与人数
54400+

分享人数
9700+

活动奖品：追书卷*1W

游戏模板：“520真爱大礼包”

四、打造爆款活动的几点建议

- (一) 活动策划的思考
- (二) 活动设置的细节检查
- (三) 增强活动效果的互动功能
- (四) 低成本的推广渠道大全

(一) 活动策划的思考

常见活动：产品宣传、促销卖货、品牌传播

活动资源

活动主题

活动目标

活动成本

一场活动需要哪些物料？

人：设计、公关、运营等
事：事项与步骤、时间节点
物：物资、奖品、赞助品等

活动定下主题后怎么用？

反复体现：标题、口号响应主题
贯穿活动：全程统一主题风格
加入广告：将品牌与主题元素结合

设定目标有什么用？

方向：明确活动目的、方式
监控：跟进情况并调整策略
复盘：回顾步骤以提升效果

为什么考虑投入成本？

活动策划思考以结果为导向。
不计考虑投入产出比的活动，
很可能导致过度浪费资源。

(二) 活动设置的细节检查

细节影响效果，小游戏也需要认真检查

用户自检分析卡	
首次关注：	首次关注是否开启关注时回复 首次关注是否有活动相关引导性的内容，比如文本，游戏图文点击即可进入游戏。
自定义菜单：	自定义菜单是否有互动类的游戏，做有吸引力的公众平台 自定义菜单是否有过期的营销推广活动，应及时下掉
互动游戏：	是否定期使用互动游戏定期做活动 是否清楚活动一些规则以更好的开展活动 是否清楚活动中奖模式（比如先到先得模式，还是抽奖模式等）以避免造成粉丝投诉 是否兑奖过程比较顺利，是否在公众平台公布中奖名单 活动开始前是否做过内容测试
活动推广：	是否有发动的员工身边朋友转发游戏到朋友圈，微信群 是否有很多微信社群可以在活动时派上用场 公众号基础粉丝数量 是否有门店，可以做门店推广 是否会做一些付费的推广

① 检查

② 试玩

③ 发布

④ 推广

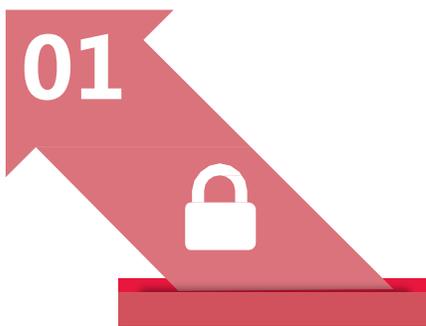
⑤ 兑奖

(三) 增强活动效果的互动功能

四个功能玩转活动，让效果更上一层楼

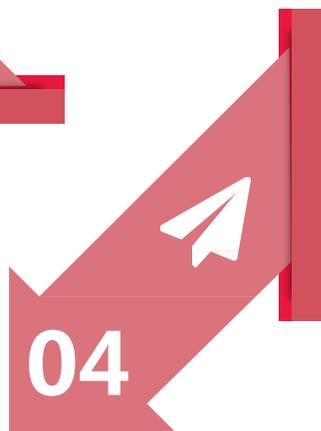
强制关注功能

◆关注公众号才能参与游戏，吸粉神器。



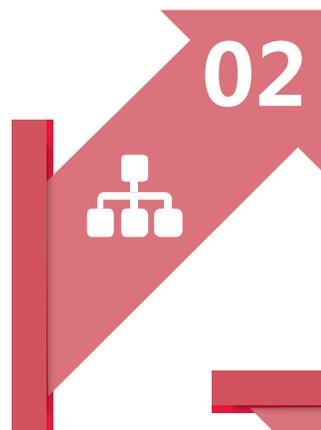
口令红包功能

◆继强关注后又一涨粉利器，吸引粉丝主动关注公众号。



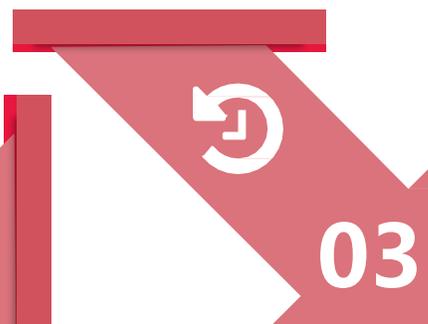
分享奖励功能

◆分享可奖励抽奖机会，鼓励用户发朋友圈，扩大影响力。



公众号核销功能

◆玩家获奖后回复兑奖码到公众号，将实现自动核销。



（四）低成本推广渠道大全

活动不能离开推广，善用各种渠道进行传播

1. 微信平台

- ① 公众号群发推文、海报
- ② 联系合作方在其平台上发布
- ③ 发动员工转发社群、朋友圈、好友等社交圈子上

2. 自有渠道

线上：

- ① 官方微博、门户网站、APP
- ② 论坛、贴吧、QQ等自媒体平台

线下：

- ① 门店二维码、传单、展架
- ② 产品包装、购物袋印刷二维码
- ③ 员工主动宣传、指引

3. 付费渠道

- ① 微博推广
- ② 朋友圈投放
- ③ 媒体广告
- ④ 大V、网红推荐

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**698**/年，铂金版**998**/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



销售提高



广泛传播

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

五、新功能上线开放体验

五、新功能上线 — 给游戏加个锁



新功能：访问密钥

★使用密钥才可参与活动

针对VIP/会员参与

购买商品后才可参与游戏

会议现场人员参与

特定
人群、场景

...

1.一人一码

- ① 可一键生成N个码
- ② 支持自定义数字、英文码
- ③ 表格快捷导入1W个码及以上

2.通用码

- ① 支持自定义数字、英文码
- ② 支持中文码

★功能已开放，请登录凡科互动首页创建游戏进行体验



END

凡科互动

WWW.FKW.COM