



内含七夕活动保命秘籍

如何巧借七夕玩爆H5活动

ibaotu.com

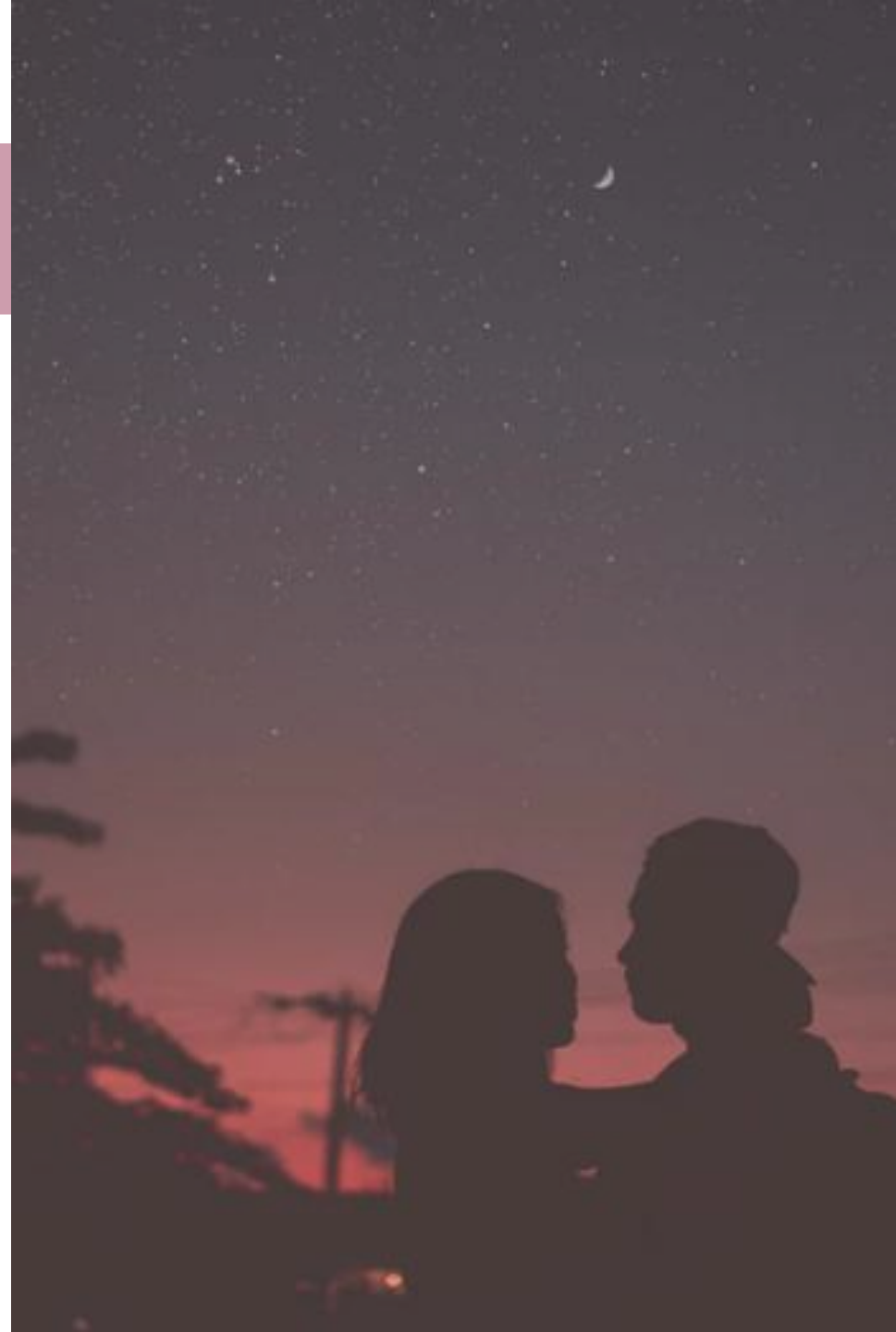
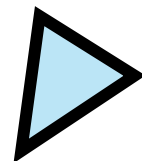
不得不看的八月活动强攻指南

广州凡科互联网科技股份有限公司



CONTENTS

- 1、八月热点及推荐主题
- 2、设置好活动的核心技巧（上）
- 3、四大核心手段让活动高效推进
- 4、避免让活动越做越差的两个诀窍



一、八月热点及推荐主题

01

八月热点与推荐游戏

七夕活动的三点保命秘籍

02

- 活动与七夕关联
- 预热
- 埋好引爆点

1. 八月营销热点

08.01
建军节



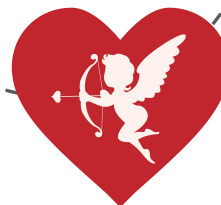
08.08
全民健身日



08.14
绿色情人节



08.17
七夕



营销关键词：

爱国、建军、电影、炎热、七夕★、鲜花、健身、

其他节日：

8月7日 立秋

8月23日 处暑

8月26日 全国律师咨询日

1. 八月互动模板建议

1.1 爱国主题



建军节奔跑领勋章
(反应类)



威武军人护家园
(动作类)



热血铸军魂
(搜集类)

1. 八月互动模板建议

2.5 教育行业—投票、砍价、答题游戏

暑期火爆的教育市场，可用**投票/砍价/答题**活动神助攻



萌宝投票

投票页面



好友推广赢大奖（砍价）



文状元挑战赛（答题）

1. 八月互动模板建议

1.3 电商行业（砍价、拼团、抽奖）

关键词：军事周边、七夕、度假和户外活动、返校购物季、国际电影节



全民砍价



砍价（带支付版）



拼团抽豪礼



超级大转盘

2.七夕活动的三点保命秘籍

① 如何吸引更多用户参与活动

2.2 预热

2.1 活动与七夕关联

- ① 七夕推荐游戏
- ② 七夕游戏营销玩法展示
- ③ 七夕案例分析

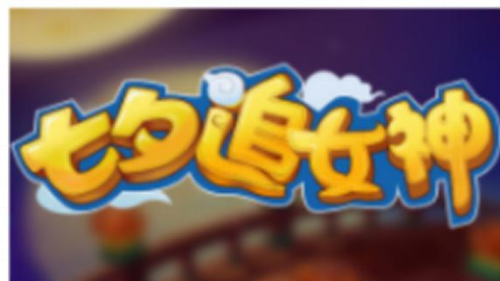
2.3 埋好引爆点

①

七夕推荐游戏



浪漫七夕



七夕追女神



牛郎织女私奔大作战



情人节七夕摇好礼



七夕秀你妹



接女神过七夕



来帮牛郎织女么么哒



七夕·牛郎织女派好礼



帮牛郎织女搭鹊桥



七夕抓喜鹊



七夕活动热门角度：

浪漫七夕豪礼抽大奖/
情侣照评比（投票活动）/
接吻有礼/进店接吻打5折（线下）/
恶搞接吻活动等

②

七夕反应类游戏营销玩法展示

功能：病毒营销、引流、涨粉

派奖方式：抽奖派发

病毒营销：

- 1.借势七夕热点、开启“好友推广”推广
- 2.结合微传单共同使用
- 3.活动引起情感共鸣，增加分享率

引流：

- 1.线上引流：开启“网页兑奖”，点击“页面兑奖”跳转线上商城/APP
- 2.线下引流：开启线下兑奖引流到店领取奖品/到店消费

涨粉：

- 1.开启“粉丝专属”
- 2.开启公众号核销/口令红包



示例模板：接女神过七夕

③

案例分析

模板：浪漫七夕，豪礼抽大奖

主办单位：蝶莲娜

活动目的：涨粉、品牌传播

活动亮点：

1. 以自家产品为奖品吸引用户参与游戏，奖品丰富，共有8种。
2. 中奖者到其公众号找客服兑换奖品，兑奖需自付10元邮费。
3. 开启粉丝专属及分享奖励，分享获3次抽奖机会，达成裂变传播。
4. 每人1次中奖机会，百分百中奖。



浏览人数：42532

获奖人数：25899

参与人数：33921

分享人数：15620

③ 案例分析

模板：来帮牛郎织女么么哒

主办单位：杭州薇可生物科技有限公司

活动目的：电商引流

活动亮点：

1. 主题鲜明，以自家产品**洗护旅行套装**为奖品吸引用户参与游戏。
2. 点击“立即兑奖”跳转到其微店，中奖者在微店自付 8 元邮费，自主兑换奖品。
3. 标题植入品牌名称，起到一定宣传效果。
4. 每人10 次中奖机会，百分百中奖。



浏览人数：14464

获奖人数：9569



参与人数：14739

分享人数：1556

③

案例分析

模板：接女神过七夕

主办单位：星美票务

活动目的：电商引流、涨粉

活动亮点：

1. 主题鲜明，以电影通兑券、不同价格电影优惠券为奖品，加大客户参与热情。
2. 点击“立即兑奖”跳转星美票务APP。
3. 每人每日3次抽奖机会，百分百中奖。
4. 开启“粉丝专属”功能，进行有效涨粉。



浏览人数：78184

参与人数：38993

获奖人数：31021

分享人数：294



线上

- 1.微信公众平台、推文、海报
- 2.KOL、社群、朋友圈
- 3.合作方
- 4.行业网站
5. APP

2.2 预热

线上+线下扩散
活动覆盖范围



线下

海报、展架、台卡、
展览、产品包装

2.3 埋好引爆点

如果没有埋好引爆点，再好的奖品设置，再好的活动形式也很难火

举例：360儿童卫士寻找代言人（投票活动）

为让更多人参与，主办方在其投入了较火的小童星。带给家长一个感觉：我是在跟某童星同台竞技，我们家的孩子并不比童星差。会让他更有动力参加活动。

这个引爆点可吸引更多有影响力的家长参加活动



二、设置好活动的核心技巧（上）

公众号涨粉

引流

公众号涨粉

设置
技巧

奖品设置：
红包/礼品/话费
/流量/视频会员

开启：
粉丝专属
好友推广

公众号兑奖：
关注后领取/菜单栏外
链/公众号微商城里

引流

线上引流

奖品设置：
礼品/电商优惠券

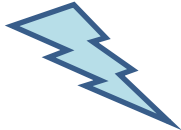
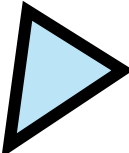
兑奖方式：
网页兑奖—商城链接

设置
技巧

线下引流

奖品设置：
礼品/门店优惠
券/微信卡券

兑奖方式：
线下兑奖—输入门店
地址



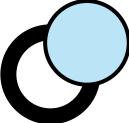
三、四大核心手段让活动高效推进



1.创意

2.诱因

3.病毒式扩散



4.筛选优质渠道

三、四大核心手段让活动高效推进

1. 创意

符合当前用户目光聚焦点

举例（右图）：页面简单直观，清晰明了，直接带出商家想表达的信息。用户不用经过思考，直接就能接收到所有商家信息，广告效果突出。



2. 诱因

（1）多样的奖品

注意：活动期间奖品要有持续性，否则用户的参与热情会降低。

（2）采用评选形式吸引用户参与，如：投票等形式。

三. 四大核心手段让活动高效推进

3.病毒式扩散

发布H5页面最佳时间建议：

用户访问和分享高峰时段：

19:00-23:00

访问、分享人数达高峰时间：

21:00-22:00

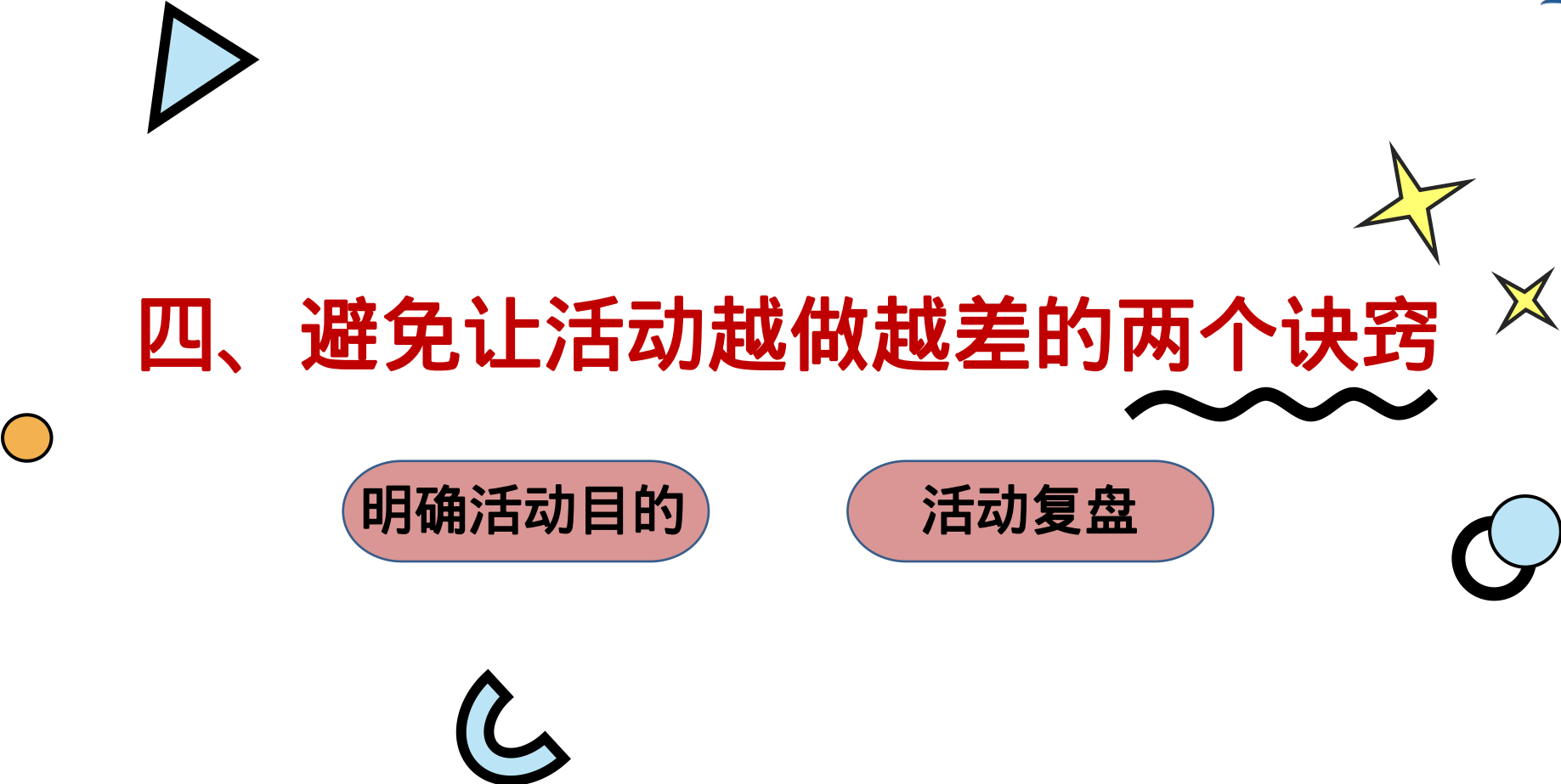
在高峰时段推广H5效果更赞



4.筛选优质渠道

(1) 不同类型渠道中，测试各个渠道的表现以及适合的方式。

(2) 根据渠道，合理预估活动初期参与人数



四、避免让活动越做越差的两个诀窍

明确活动目的

活动复盘

01 明确活动目的——如何设定活动目的

目前产品/店铺/品牌处于什么情况？

这种情况下，我们应该怎么办？

通过以上两点，把目标具象成具体的数值，在多长时间內，投入多少资源，获得多少回报。

举例：某新兴平台刚成立不久，需要做微信涨粉活动。
8月2日—8月7日，五天内，投入某活动五千元人民币，成功涨粉2万人

02

活动复盘



注意：复盘除了对活动进行分析总结外，还能指引下次活动做得更好

01

为什么要做活动复盘

避免重复犯错，总结与吸取此次活动中的优点和可取之处

02

什么是复盘

在头脑中对做过的活动重新“过一遍”，复制成功的经验，以避免下次犯错及迭代升级

03

如何做好活动复盘

复盘四步法

2.3 复盘四步法

2.评估结果

结果与目标的对比，基于此发现问题（对比的目的是为了发现问题）

1.回顾目标

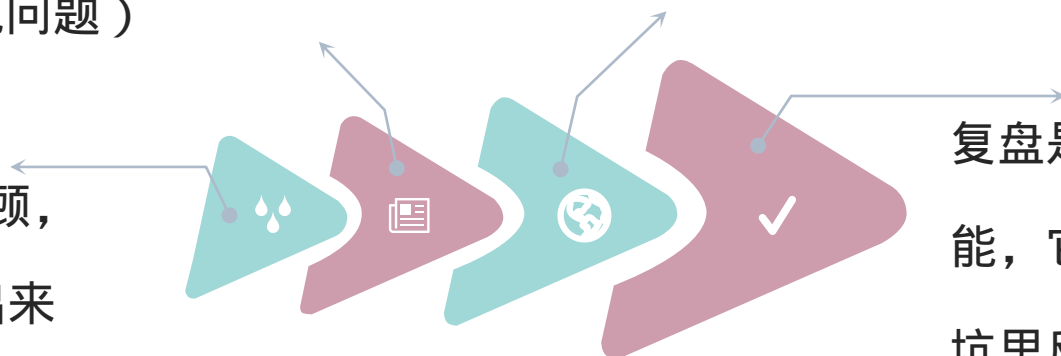
按之前制定的预期目标回顾，总目标是否完成，拆解出来的小目标有哪些没有达成

3.分析原因

什么原因导致实际情况与预期的差异，成功/失败的关键原因在哪里？

4.总结经验

复盘是做好活动运营的重要技能，它能让我们避免在同一个坑里反复跌倒，不再重复犯错



举个栗子

小凡这次舞蹈比赛没跳好，总结和复盘分别如下：

1.这次比赛没好好练习，
有些动作忘记了

2.下次好好加油

总结

复盘

1.这个比赛的目标是什么？

2.比赛的结果是什么？

3.成功的亮点/需提升的点有
哪些？

4.下次应该怎么做？

为什么选择凡科互动？



凡科互动

1. 目前白银版898/年，铂金版1198/年，钻石版1498/年，**买二年送二年**
2. 任意创建活动，持续享受VIP
3. 三分钟创建活动，一键发布
4. 活动期间随意修改活动设置
5. 新三板上市公司保障，7*24小时安全监控

传统定制

1. 价格贵，5000-50000
2. 一次性使用，每次付费只能制作一款活动
3. 需与技术人员不断沟通，耗时2-3个月
4. 每次修改需联系乙方，处理周期长
5. 皮包公司多，安全风险大，维护要收费

★ 重要通知：

互动价格将涨

2020年1月1日起，对产品价格进行调整

产品版本	调整前	调整后
互动白银版	898元/年	898元/年
互动铂金版	1198元/年	1498元/年
互动钻石版	1498元/年	1998元/年

调整详情



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“**八月**”，
免费获取PPT