



10月活动策划指导方案

半小时学会引爆线下实体店

广州凡科互联网科技股份有限公司

目录

CONTENTS

- 01 三倍提升客流量的门店引流技巧
- 02 10月活动攻略及爆款H5活动经验
- 03 让用户愿意主动下单转化

PART 01

三倍提升客流量的门店引流技巧

1. 十大门店引流技巧
2. 形成门店引流模型
3. 门店引流案例解析

1.1 十大门店引流技巧



门店会员
政策引流

线下固定广
告位引流

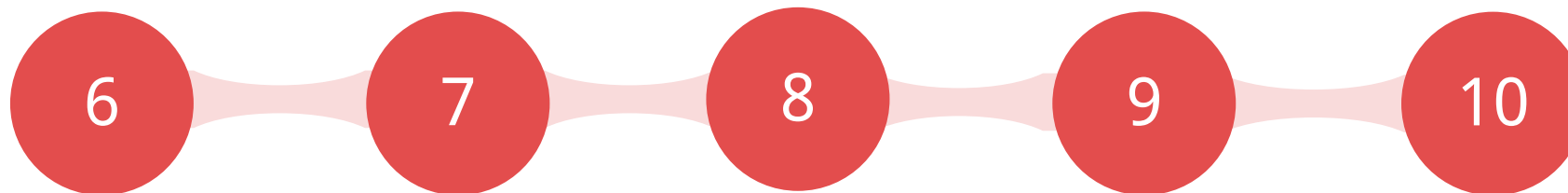
促销活动
引流

美团/大众点
评/饿了么等
团购平台

店面wifi引流



1.1 十大门店引流技巧



门店内的人气
营造

爆款产品
引流

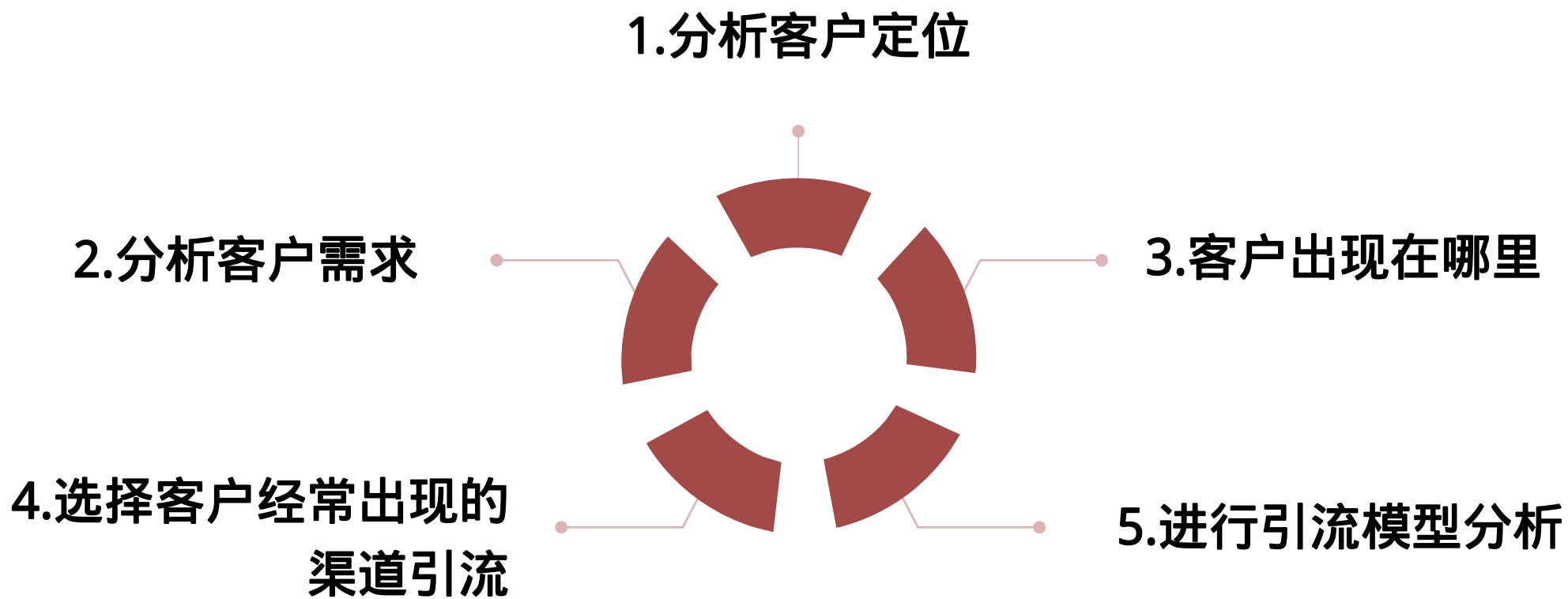
借力引流
(异业合作)

赠品引流

抖音引流

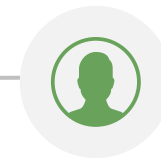


1.2 形成门店引流模型



1.2 如何进行门店引流模型分析？

1.过去针对这个渠道
你是怎么做的



4.你认为哪些环
节出现问题？

2.在做的时候
有哪些关键环节？

4.你认为这个环节
的关键点是？



10w+门店引流案例解析



涨粉、线下引流、品牌宣传

主办单位：西安御宝羊乳品营销有限公司

采用游戏：邀好友拆礼盒送大奖

活动参考点:

1. 开启广告页，展示“拆礼盒喝羊奶”的亮点
2. 邀请6个好友推广，即可100%获奖，先到先得
3. 奖品丰富：以高价值少数量头等奖+低价值多数次等奖为组合
4. 多渠道宣传活动，加大活动曝光
5. 每人仅限一次参与机会，参与人数限制 5w人，控制活动成本

浏览人数: 128169; 参与人数: 43513 分享人数: 29900

10w+门店引流活动复盘——活动前



提前在公众号、线下门店宣传活动



提前设置自动回复和菜单栏，
在宣传文章内引导参赛者进入公众号参与

10w+门店引流活动复盘——活动中



促进活动二次传播：发送宣传文至官网后台

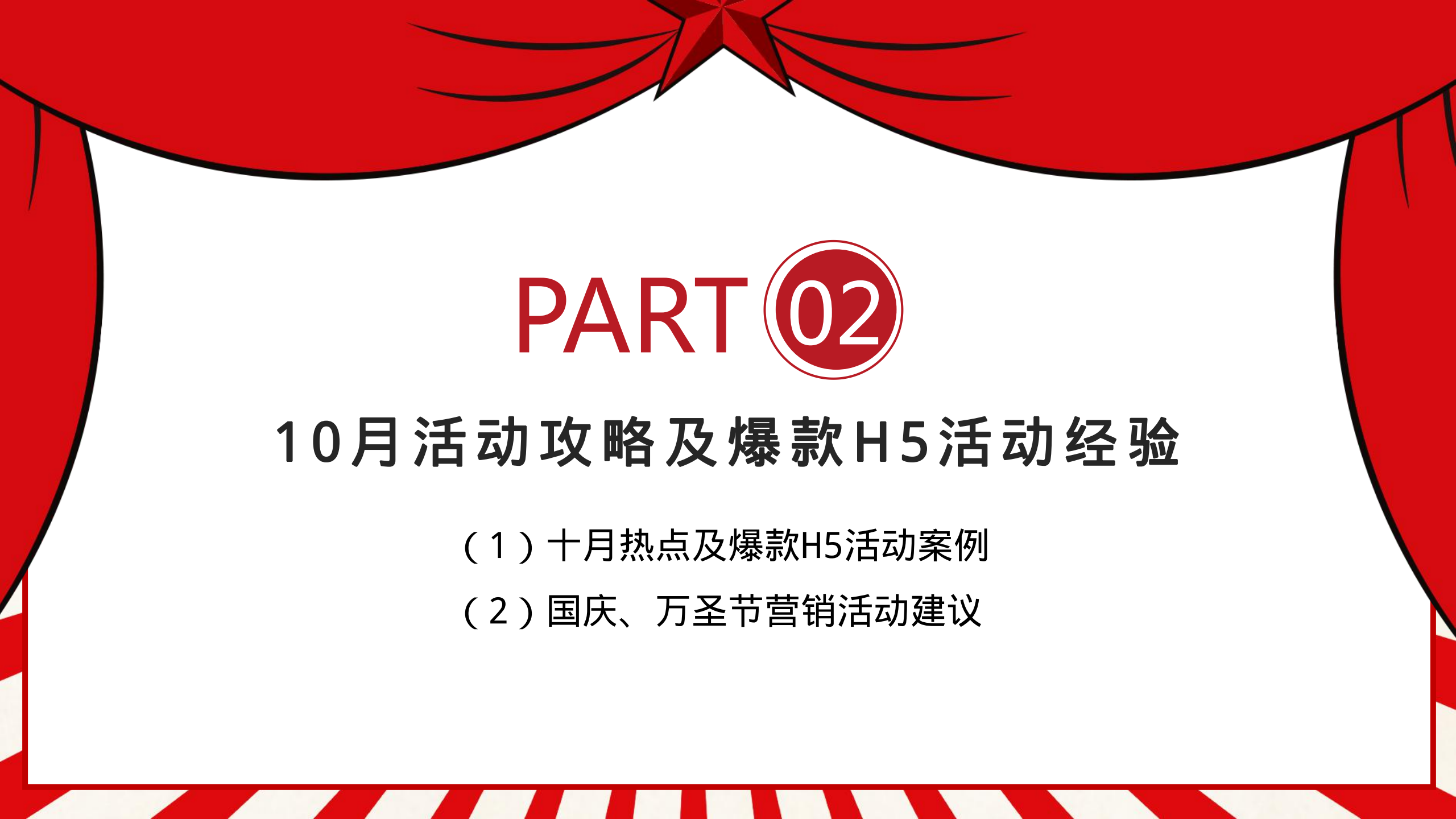
文章放至活动和公众号二维码

10w+门店引流活动复盘——活动总结

参考点

1. 低门槛抢高价值奖品：邀请6个好友推广，即可100%获奖
2. 奖品丰富：以高价值少数量头等奖+低价值多数次等奖为组合，促进客户自传播
3. 保留中奖页面有额外优惠，到店还有机会获得购买4听及以上立减69元的优惠
4. 多渠道分不同时间宣传活动，增加活动曝光量
5. 开启“广告页”，展示“拆礼盒喝羊奶”的亮点



A decorative graphic at the top of the slide featuring a red five-pointed star with a 3D effect, set against a background of red curtains with black outlines. The curtains are pulled back, revealing a white central area.

PART 02

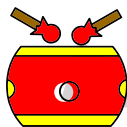
10月活动攻略及爆款H5活动经验

- (1) 十月热点及爆款H5活动案例
- (2) 国庆、万圣节营销活动建议

2.1 十月热点营销建议

10.1-10.7 | 国庆

宜：旅游行业可制作特色旅游线路，配合酒店、景点门票进行活动；活动奖品可设置为国庆期间旅行流量包，国际话费等



10.17 | 重阳节

宜：重阳复古海报；餐饮业开设重阳家庭团聚套餐，自媒体开展“你有多久没有好好陪陪父母了？”等营销话题



10.31 | 万圣节前夜

宜：万圣节妆容摄影优惠，当天购物送万圣节惊喜（惊吓）福袋、顺便预热双十一活动



10.16 | 世界粮食日

宜：粮食安全科普活动，开展“光盘活动”，教育业可开设珍惜粮食美术展等



10.28 | 寒衣节/世界男性健康日

宜：冬季服装折扣；男性保健品开设买赠，满减；开展男性体检优惠套餐，男性健康知识科普活动等等



2.1 万圣节游戏推荐



万圣节好礼派送
(接物品)



躲避万圣恶魔
(动作类)



收集南瓜灯
(推广活动)



万圣狂欢抽大奖
(抽奖活动)

2.2 国庆节营销建议



营销关键词：国庆、黄金周、长假

线上活动：

1. 自媒体可开设不同岗位国庆话题，如“XX岗位的国庆节在做什么”
2. 开展国庆答题、推广等活动
3. 举办国庆大“放价”活动，拼团/砍价/秒杀等促销活动

线下活动：

1. 生日有礼：10.1-10.7期间生日的客户，可凭身份证到店领取生日礼一份
2. 建国70周年，国庆消费满 70赠10元代金券等

2.2 国庆节优秀活动案例



涨粉、线下引流

主办单位：中国石油

采用游戏：拼图大作战

活动时间：2018. 09. 30——2018. 10. 8

活动参考点：

1. 品牌与节日契合，吸引国庆开车出游的玩家参与活动
2. 活动后，更换广告页，让粉丝关注公众号
3. 奖项合理：198元电子券+20元汽油券+20元非油券
4. 活动规则清晰，开启“联系信息”，搜集参与者信息，方便兑奖

浏览人数：37216； **参与人数：**29939 **分享人数：**6233

2.3 万圣节营销建议



营销关键词：万圣节、糖果、搞怪

线上活动：

1. 万圣节推广、抽奖、拼图活动
2. 举行万圣节装扮投票大赛
3. 消费满59元即可获得万圣糖果礼包

线下活动：

1. 万圣节主题装扮游园活动
2. 亲子同乐化妆秀
3. 餐饮行业开设“万圣主题餐饮”特惠

2.3 万圣节优秀活动案例



线下引流、现场活动

主办单位：长沙中海环宇城

采用游戏：萌宝投票

活动参考点：

1. 主题新鲜有趣，吸人眼球
2. 仅限小朋友可参与
3. 高价值奖品+ 参与奖：前三名有高价值大奖，现场报名可现场获得万圣节定制糖果一袋，糖果限定500份
4. 每日均可投票，每人每日可为5名选手投票

浏览人数：18538； 参与人数：458 分享人数：552

PART 03

让用户愿意主动下单转化

1. 如何让用户愿意主动下单转化
2. 引导客户主动下单的6大技巧
3. 提升销量又不贬低产品价值的五种打折套路

3.1 如何让用户愿意主动下单转化



设计出用户的
整个路径过程



寻找路径中的
转化节点



刺激用户加店长/
客服微信或拉群

比如：告知用户有福利群，
可抽奖 新菜品免费品尝



3.1 设计出用户的整个路径过程举例



（找到关键转化节点后，从不同维度刺激用户想成为会员）



3.1 引导用户主动下单6大技巧

1.使用从众效应



2.意见领袖（KOL）

3.增强购买动机



4.先前体验

5.简化购买流程



6.建立熟悉度



3.3 提升销量又不贬低产品价值的五种打折套路

01

赠而不折

指给现金券或其他方式给消费者，但不打折

重点：赠品的价值要让客户无法拒绝

02

错觉折扣

1.低价高购：原100元商品，现60元就能买到

2.预存免费模式：充值多少钱，就可以免费享受当次消费

03

特价单品引流

把店里某款产品进行低价打折，吸引更多用户流量进店

04

概率型打折

随机式打折：
抽奖类活动

确定式打折：
办理会员送X X

05

正当理由打折

- 1.金额满减
- 2.数量满减
- 3.完成任务
- 4.会员打折
- 5.其他特殊理由



凡科
九周年

凡科互动铂金版 & 钻石版

限量 **买二送三**

(活动时间：2019.9.24 - 2019.10.11)

为什么要买凡科互动？



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

铂金版1198元，钻石版1498元，买二年送三年

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



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>