

11月活动策划指导方案

三招打造爆款双11活动

广州凡科互联网科技股份有限公司



CONTENTS

第一招 11月热点及双11捞金攻略

第二招 最完整的线上活动策划指导

第三招 防止公众号粉丝流失的5个套路



一、11月热点及双11捞金攻略

1. 十一月热点
2. 双11怎么玩，才能让用户胃口大开

1.1 十一月主要热点

11.11

★ 天猫狂欢购物节
香港夫妻节/光棍节
宜：大促、满减、买赠



11.07

立冬/世界美容日

宜：“养生、进补、聚餐、美容”主题营销活动



11.22

★ 感恩节
宜：感恩回馈、借节特惠、推文发送感恩客户话题

11.23

★ 黑色星期五

宜：线上线下结合促销、满减



其他营销节点：

11.14 世界防治糖尿病日
/电影情人节

11.17 国际大学生节

11.20 国际儿童日



1.2 双11怎么玩， 才能让用户“胃口大开”？

(1) 双11营销游戏解析

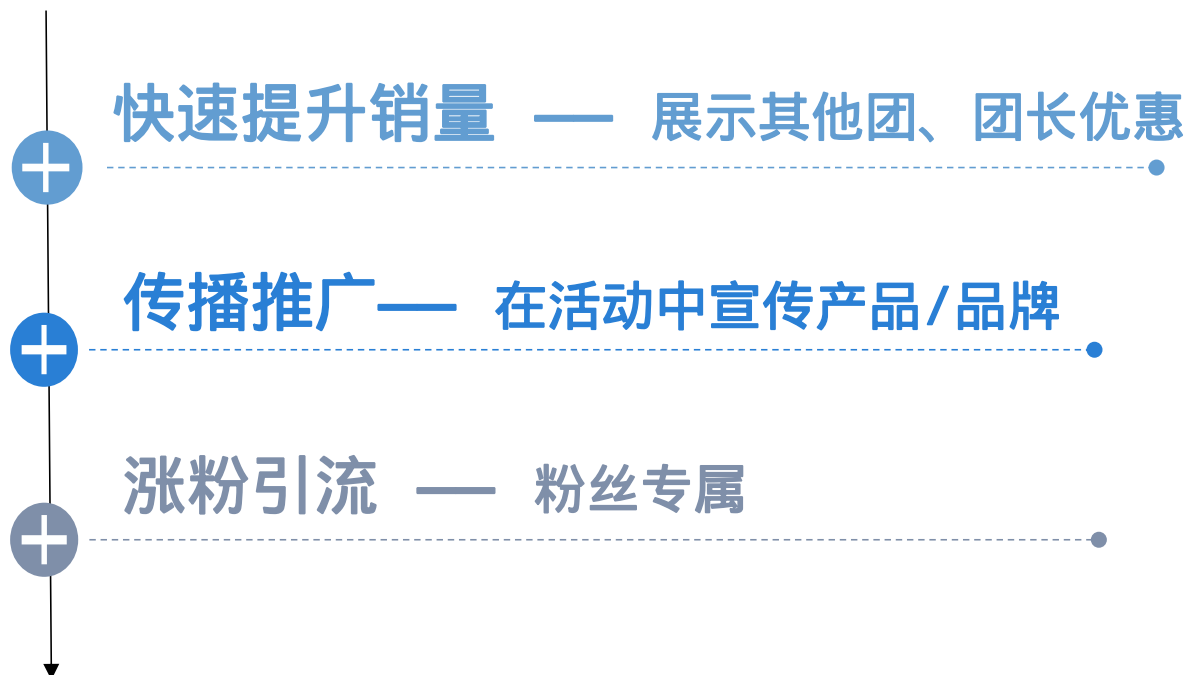
(2) 电商赚钱法

(2) 玩爆双11营销游戏——天天拼团



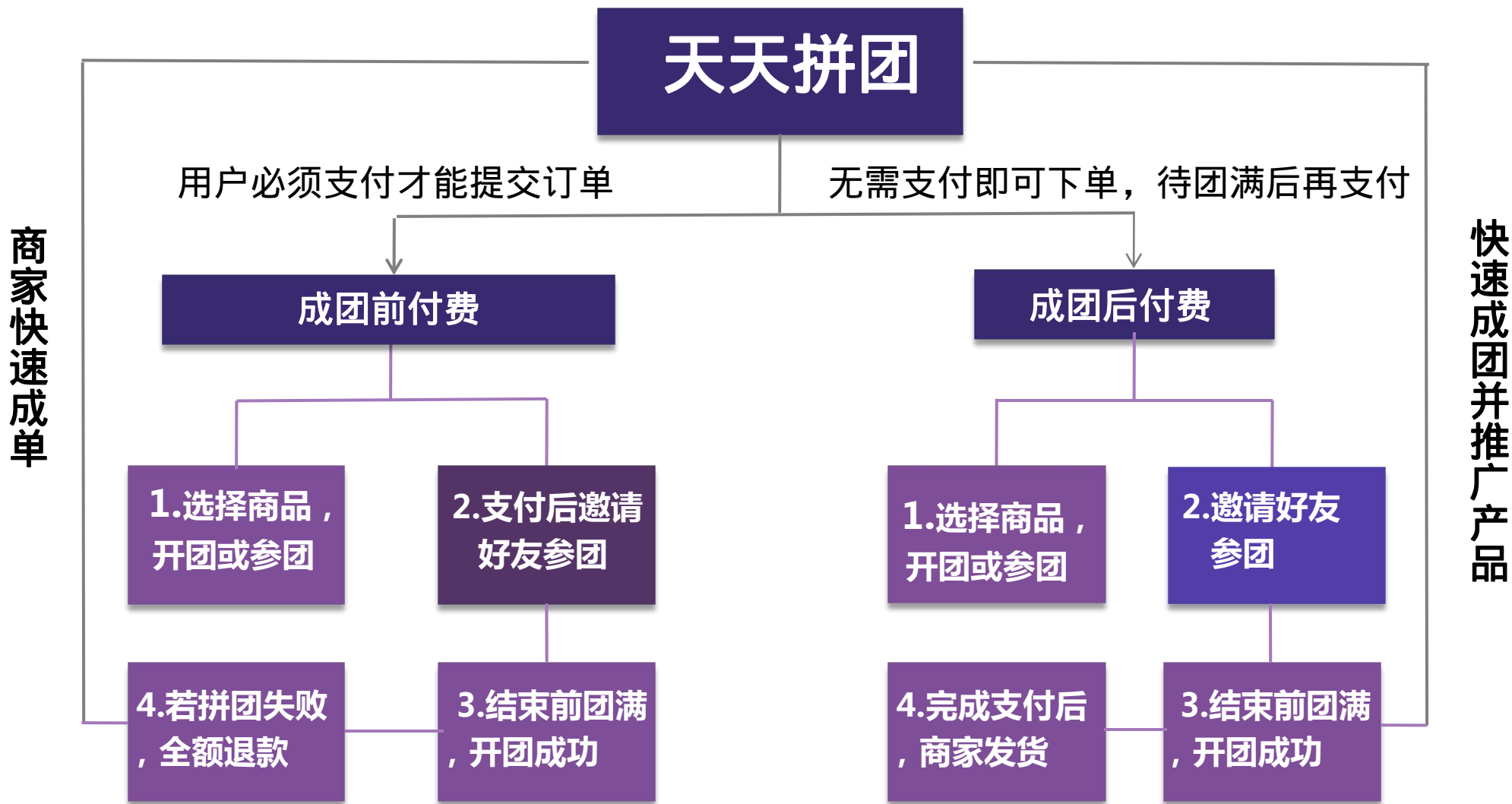
★ 拼团模式：

1. 成团前付费
2. 成团后付费



天天拼团（推广活动）

(2) 拼团玩法解读



(2) 玩爆双11营销游戏——砍价（带支付版）



砍价（待支付版）



全民砍价

★ 砍价活动： 1. 砍价（待支付版） 2. 全民砍价

功 能：

1. 线上线下引流
2. 涨粉
3. 病毒营销
4. 联系信息
5. 刺激用户购买（此功能限砍价待支付版）

(2) 母婴行业——睿凯砍价实战案例



订单量: 230;

订单总额: 19880元

在线购买、线下引流、提高销售额

主办单位: 睿凯孕婴优品

采用游戏: 砍价 (待支付版)

活动参考点:

1. 游戏首页插入官方客服微信。
2. 砍价门槛低, 设置2-3人即可成功砍价。
3. 设置限制“支付时间”, 下单后需在1小时内支付才能成功砍价, 刺激用户消费。

(2) 双11-营销游戏推荐



双十一欢乐抽大奖
(抽奖活动)



单身狗躲避暴击伤害
(动作类)



签到双十一
(签到活动)



双十一疯狂拆快递
(手速类)

(2) 感恩节-营销游戏推荐



感恩刮好礼
(抽奖活动)



感恩节 · 大转盘
(抽奖活动)



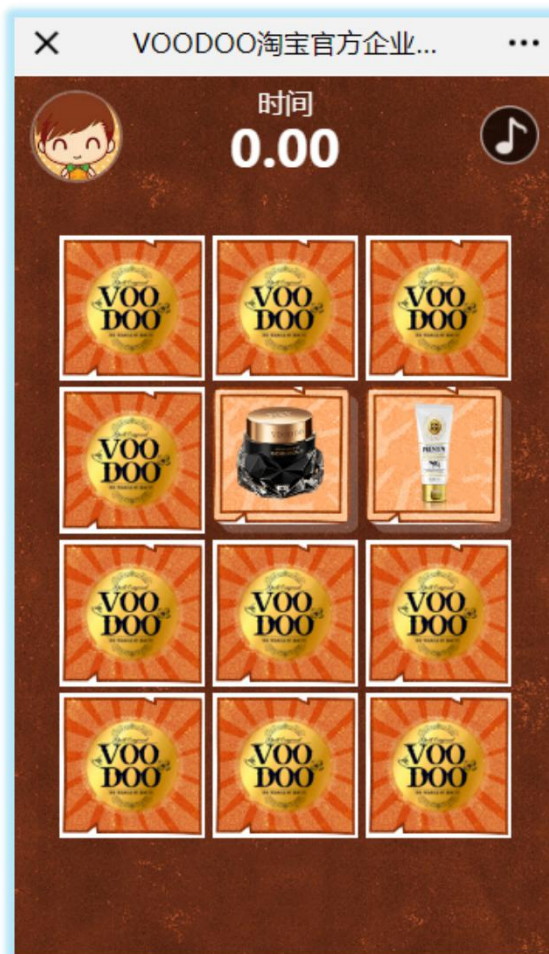
感恩节·火鸡大逃亡
(反应类)



感恩有礼翻大奖
(翻牌类)



原始页面



参考案例

游戏：翻牌抢货

品牌传播最大化其他玩法

合理运用互动游戏—— 自定义设置
如：消除类模板更改为自家产品元素

适用场景：

新品上新、新店开业、品牌宣传、
产品宣传等

(3) 电商赚钱法——“港仔文艺男”男装店涨粉、淘宝引流实战案例

游戏类型：大转盘抽奖

功能：● 涨粉 ● 引流 ● 病毒营销

活动目的：涨粉、线上引流、转化购买

活动时间：2018.08.15—2018.08.28

14天公众号精准涨粉：15856人

奖品设置：

一等奖：20元现金红包

二等奖：16.8元现金红包

三等奖：6.88元现金红包

四等奖：3元现金红包

五等奖：1元现金红包

六等奖：5元无门槛淘宝优惠券

七等奖：98 减 10元淘宝优惠券

安慰奖：198 减 20元淘宝优惠券



3.1 “港仔文艺男”活动数据

活动访问次数：46409；活动参与人数：45372；获奖人数：45372；分享人数：381



3.1 “港仔文艺男” 活动流程



活动前

公众号、朋友圈、用户群

1. 开启“公众号兑奖”，奖项设置为“礼品”。
2. 自定义用户兑奖后的回复内容，设置为淘口令。
3. 公众号同步更新菜单栏抽奖入口



基础设置 派奖方式 奖项设置 高级设置

请设置活

奖项一

基本

自定义回复内容

回复内容: 默认 自定义

* 登记成功: 成功兑奖, 直接复制该条内容, 打开【手淘】即可领奖~店铺

* 券码已核销: 该券号已经登记过了, 将活动分享给朋友, 即可获得更多抽奖

* 券码已过期: 该券号已经登记过了, 将活动分享给朋友, 即可获得更多抽奖

确认 取消

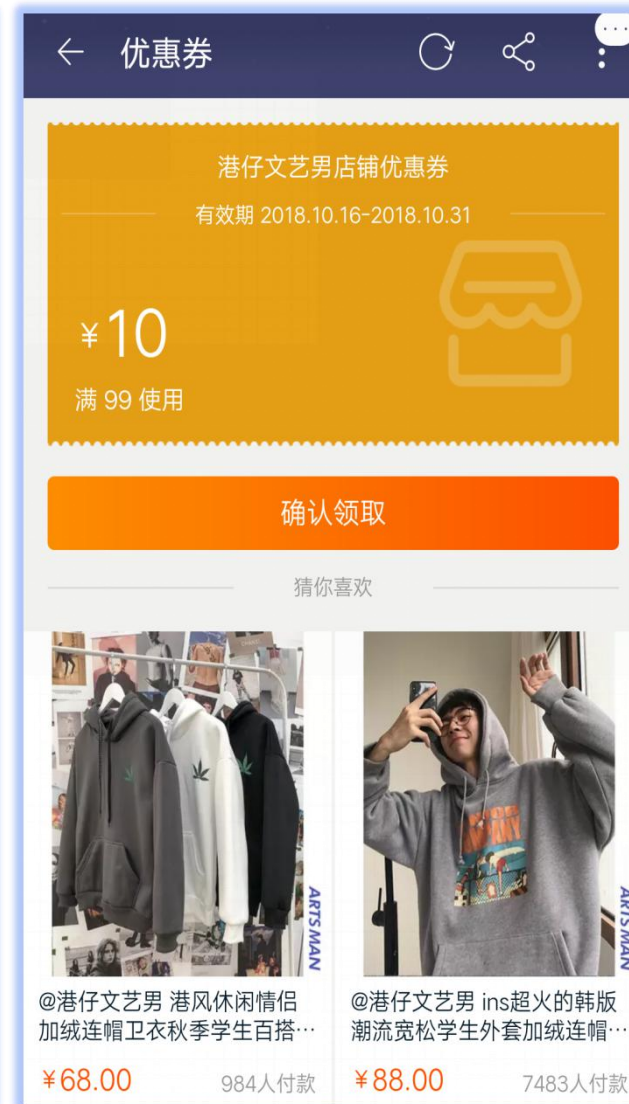
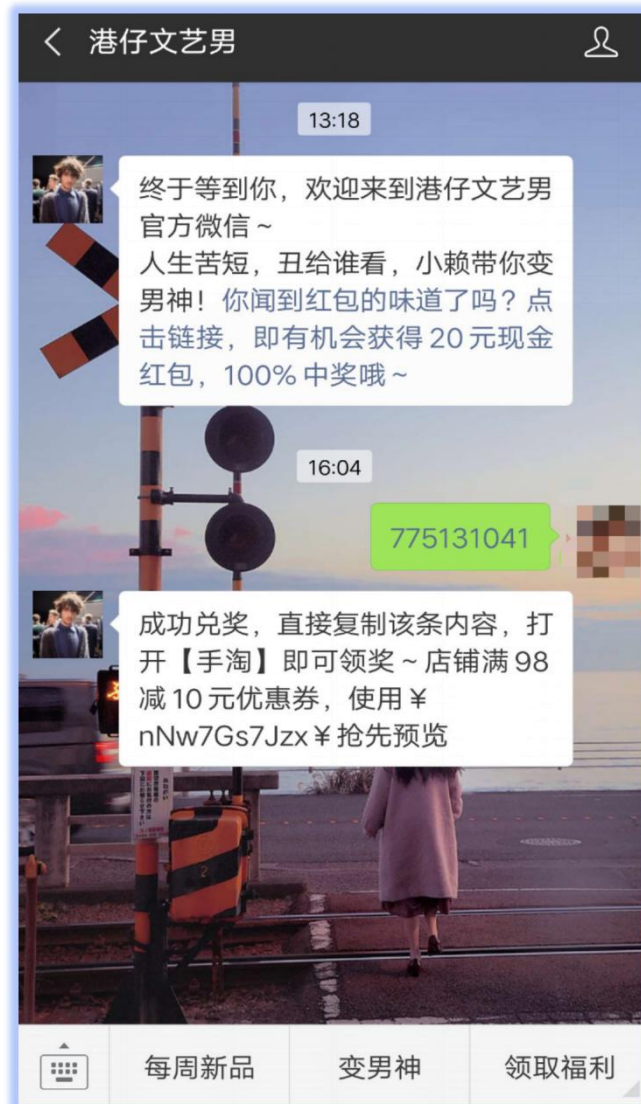
3.1 “港仔文艺男” 活动流程



活动中

玩家发兑奖码到公众号核销，公众号自动回复淘宝优惠券领取口令，玩家复制口令，打开淘宝——领取消费。

重点：核销成功自动回复淘口令。



3.1 “港仔文艺男” 活动后-总结

参考点

1. 巧用设置技巧，兑奖后自动回复淘口令。
2. 活动衔接公众号菜单栏、朋友圈、用户群。
3. 大奖简单粗暴，运用红包快速裂变。运用优惠券，引流至淘宝店铺，提升转化率。
4. 定期做活动，百分百中奖。每月两场活动，活动期间加大粉丝对“港仔文艺男”品牌关注度。
5. 用户所收包裹中，引导用户扫码进微信群

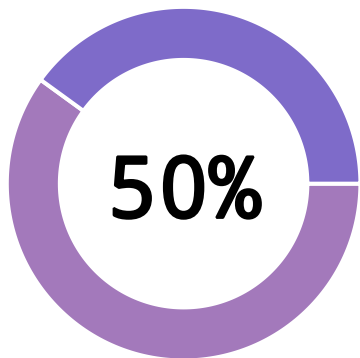


(港仔文艺男订阅号菜单栏参考案例)

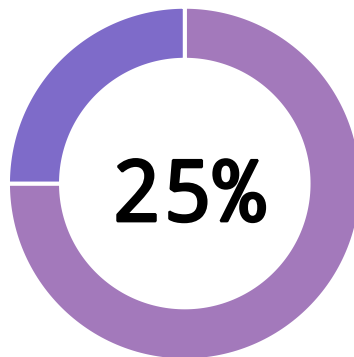
二、

最完整的线上活 动 策 划 指 导

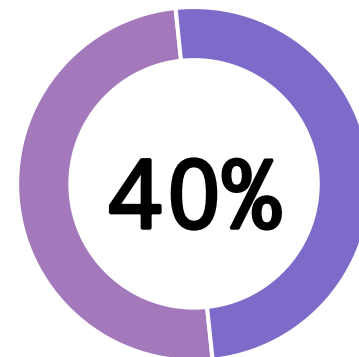
90%的人都会犯的活动策划误区



直接套方案模板

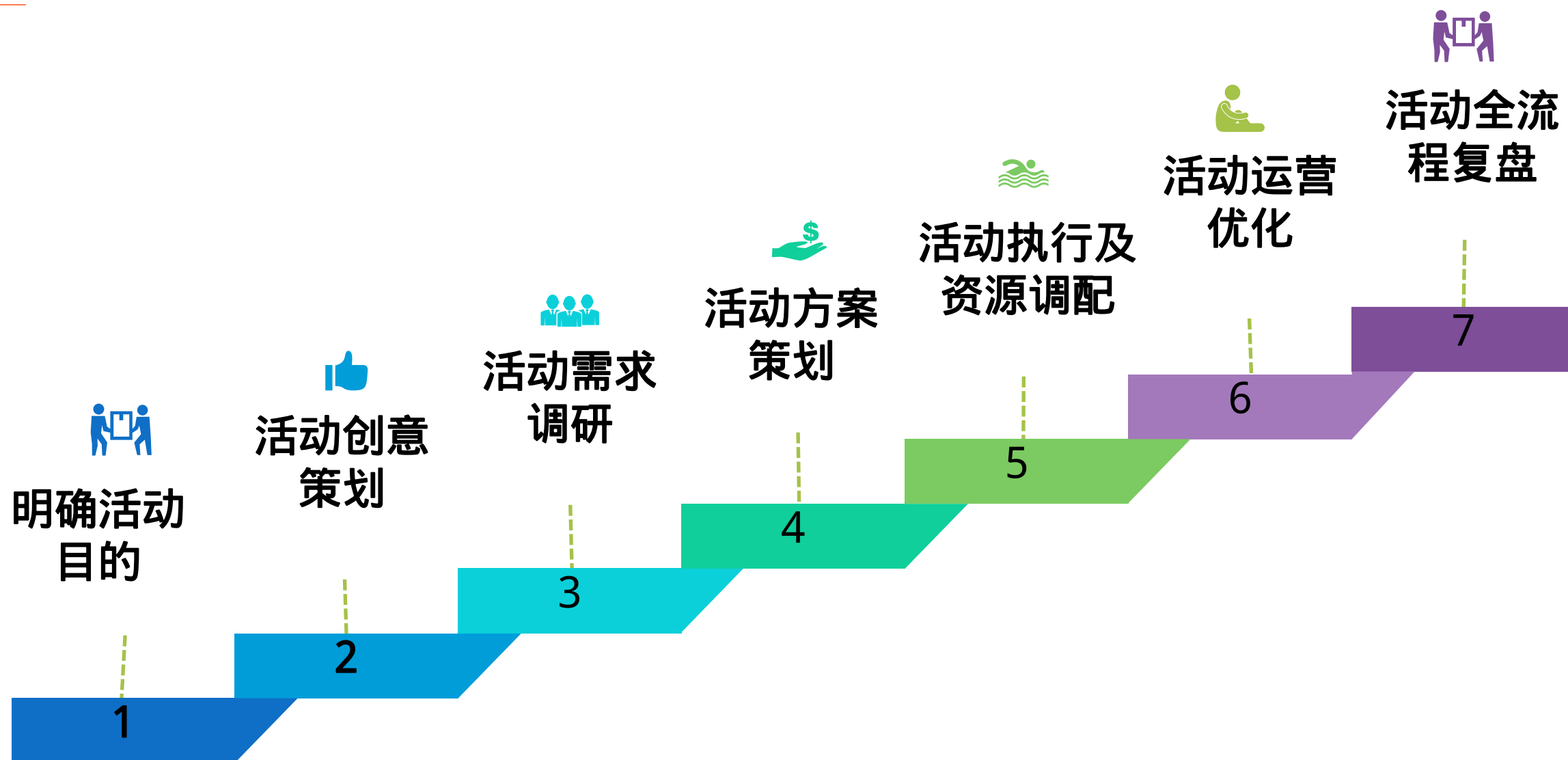


没思路也一边写



方案写得好
营销效果就好

二、线上活动策划基本流程



二、线上活动策划基本流程

1. 明确活动目的

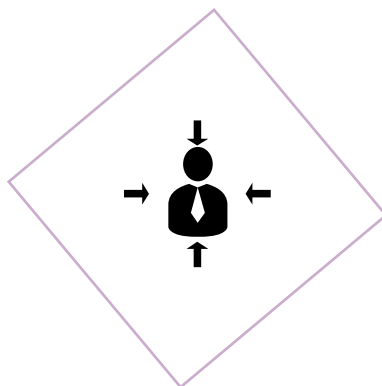
思考：

1. 目前产品/店铺/品牌处于什么情况？
2. 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，在多长时间内，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。

10月24日—10月30日，7天内，投入某活动五千元人民币，成功涨粉2万人



2. 活动创意策划

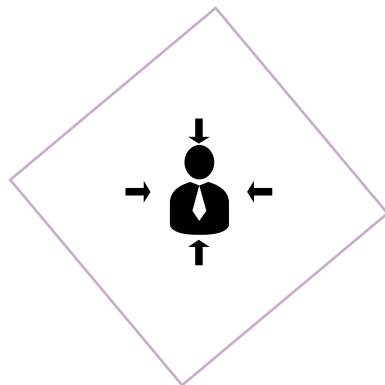
初步制定活动方案框架



二、线上活动策划基本流程

3. 活动需求调研

验证用户是否会因此买单，感兴趣的点在哪里，能帮助我们有效降低活动失败率



4. 活动方案策划

确定具体执行方案，包含要素有：

活动时间、活动方式、活动分工和排期、活动流程、活动宣发、预算和资源等各个细节；



二、线上活动策划基本流程

5. 活动运营优化

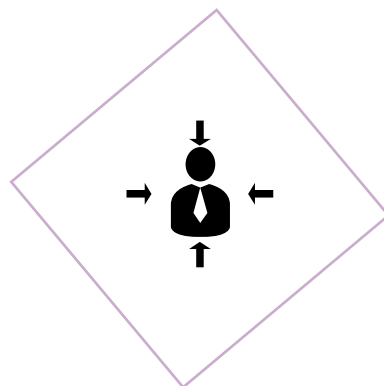
根据数据进行调整

常出现情况：

活动参与人数/传播层级不够

解决方式：

1. 寻找KOL帮忙宣传活动



6. 活动全流程复盘

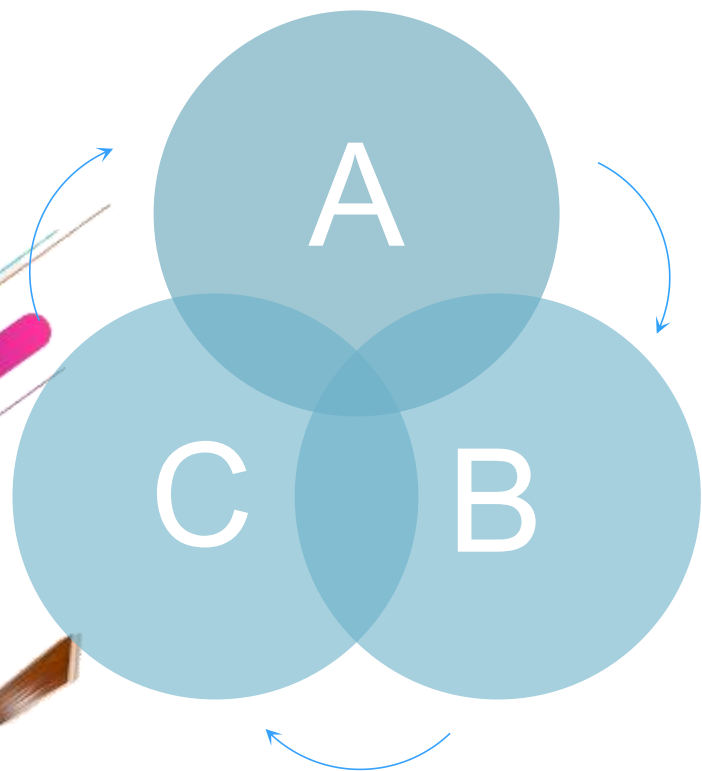
1. 回顾目标
2. 评估结果
3. 分析原因
4. 总结经验



三

防止公众号粉丝 流失的5个套路

思考：你的公众号为什么总留不住粉丝？



- 粉丝关注领了奖品又取消关注
- 一发文就掉粉
- 试了很多方法，粉丝总涨不上去

三、防止公众号粉丝流失的5个套路

01

活动复盘

- 1.回顾目标
- 2.评估结果
- 3.分析原因
- 4.总结经验

02

推送 优质内容

根据用户不同的
属性标签，推送
适合其口味的文
章内容

03

人格化 粉丝互动

- 1.打造特色栏目
- 2.追热点
- 3.培养用户留言习惯
- 4.打造品牌温度

04

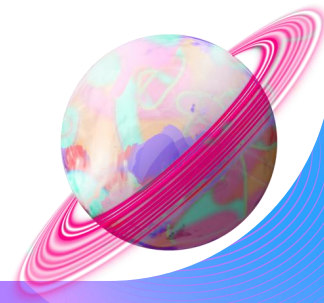
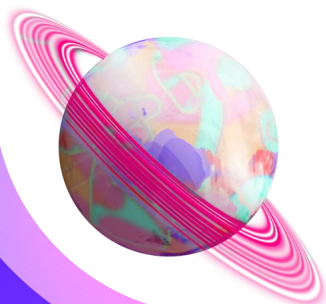
提供价值

短期价值：
H5红包活动，
快速建立信任。
长期价值：
有利、有趣、有用、
有感、增加用户粘
性

05

服务号 “群发通”

凡科互动公众
号助手促活粉
丝，提升转化，
提高留存。



凡科公众号助手——“群发通”提高粉丝留存

发送消息不限，打破服务号每月4次推送限制

增强粉丝粘性

提高转化



无限量群发信息

新产品发布通知
促销信息
满减信息
产品推送信息等



每天可群发多次不同类型消息



一个账号可绑定5个公众号

- 1. 使用凡科公众号助手，公众号后台添加“群发通”功能。（此功能仅支持已认证的服务号）
- 应用场景：维持活动热度、通知领取优惠券、线上线下引流、促进转化、提高销售额与客单价等

凡科公众号助手——“群发通”案例

报名成功通知

恭喜超幸运的你！

活动名称：榴莲披萨9周年9元兑换券

活动时间：即日起至2018年9月30日

活动地点：130家直营店通兑

会员姓名：仅限9000名幸运乐粉

#生而创造Rethink pizza【点击领取】小程序注册用户（乐粉）到店点6寸金枕榴莲披萨，即可以9元优惠价购买。仅限堂食小程序使用，非乐粉可在注册后三日内获券。

线上/线下引流案例

连咖啡微服务

2018年8月2日 14:09

预约活动开始提醒

馆主福利：限时3小时，每售出1杯返利0.3杯，快去呼朋唤友来光顾你的小店吧~

姓名：眉眼如初°

预约时间：下午2点到5点

点击下方【口袋咖啡馆】开启你的小店主梦~

2018年8月10日 10:26

过期提醒

咖啡到期提醒

店铺名称：连咖啡 | Coffee Box

服务时间：您库里的日晒耶加冰拿铁将在2018-08-13过期

请尽快下单享用吧~

详情

点击跳转领取福利页面，促进转化

订咖啡

一元拼团

≡ 我的

什么是咖啡库？

在连咖啡购买的入库套餐，会自动存放到库里。平时想喝了就下单，我们会尽快送到您手上。库里的咖啡也可以像发红包一样直接微信送给好友，大家一起分享，乐趣多多。

什么是成长咖啡？

它是可以累积的咖啡福利，满一杯时可以兑换成可下单的咖啡并放入咖啡库。您在连咖啡付款下单就有机会获得成长咖啡。

✓ 我知道了



成长咖啡
0.1杯



百宝箱

促进转化案例

**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:[http : //hd.fkw.com](http://hd.fkw.com))

