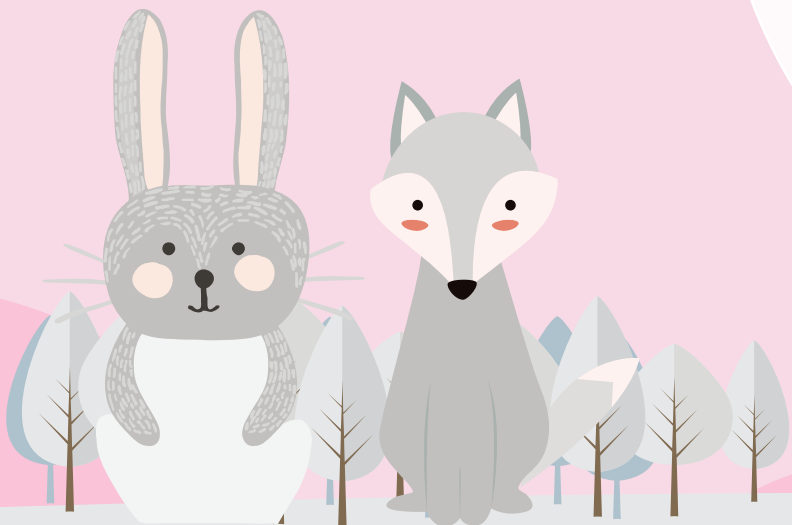


# 三步玩转优惠券营销



3月活动策划指导方案

广州凡科互联网科技股份有限公司



# Contents



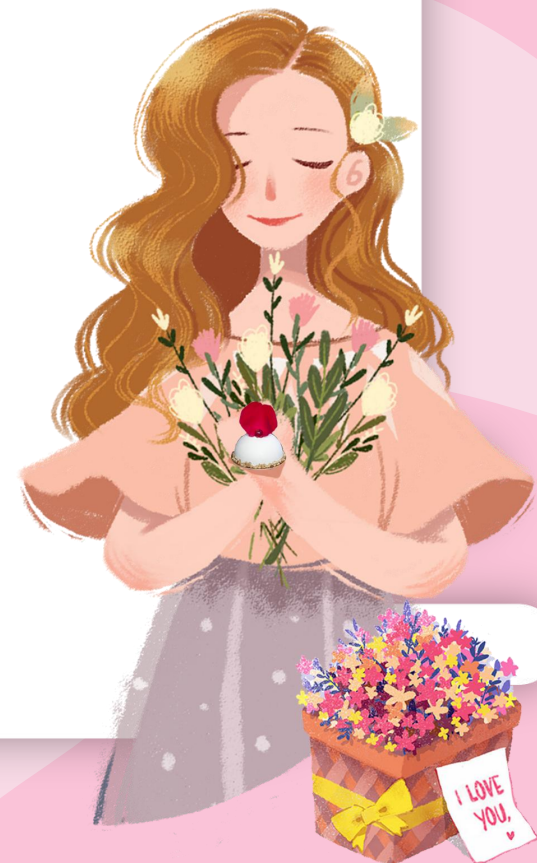
一、3月热点及营销宝典



二、逆营销：如何做好降价促销



三、3步玩转优惠券营销





# 3月热点及营销宝典

(1) 三月热点营销建议

(2) 三月营销宝典

## 1.1 三月主要热点营销建议

### 3.05 | 学雷锋纪念日

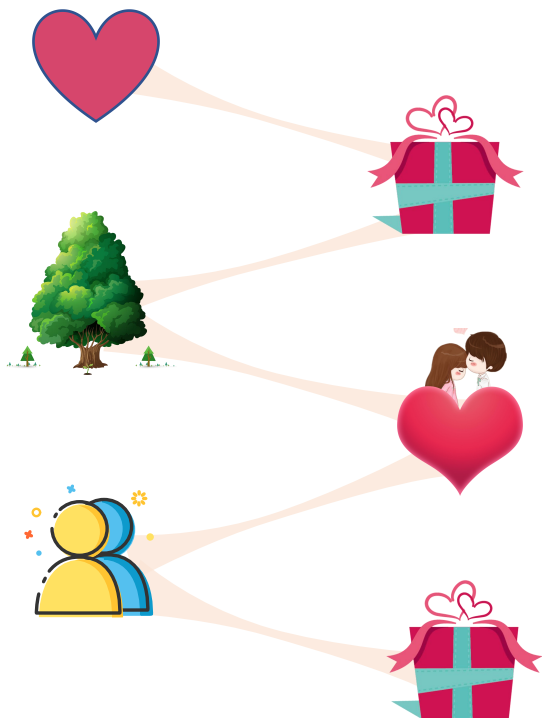
**宜：**话题营销“你做过哪些记忆深刻的好事”

### 3.12 | 植树节

**宜：**环保答题活动，推文种草自家产品，买产品送植物/花果种子等

### 3.15 | 消费者权益日

**宜：**玩危机公关，准备三篇推文。  
品牌被点名的马上道歉  
行业被点名的马上撇清  
对手被点名的马上补刀



### 3.08 | 妇女节/世界胃病日

**宜：**女神投票活动，美妆/女装行业也可以做女神节促销等

### 3.14 | 白色情人节

**宜：**餐饮、酒店、花艺、电影行业土味情话活动、情侣穿白色衣服进店有礼

### 4.1 | 愚人节

**关键词：**有趣、整蛊。注意恶搞尺度，可从正话反说、飞机稿营销下手

**营销关键词：**春分、关爱、女神、女王、自然、环境、权益



## (1) 三八妇女节游戏推荐



女神节颜值大比拼  
(投票活动)



狂欢砍价·魅力女神节  
(消除类)



狂欢砍价·魅力女神节  
(商业促销)



三月八转好礼送女神  
(抽奖活动)

## (1) 三八妇女节活动建议



**营销关键词：**女神、女王、美、买买买  
如：凡科互动邀你抢女神豪礼

### 美妆、服装业活动建议：

- 1.答题游戏：快速答出美妆品牌/产品名称，即可参与抽奖。奖品可设置为与女性相关奖品/代金券等
- 2.投票活动：颜值比拼赢礼品等
- 3.拼团、砍价活动：  
设置美容美甲、女装/化妆品特价产品借节促销等



## (1) 三八妇女节活动案例



促进团队积极性，宣传企业文化

主办单位：珍爱网

采用游戏：谁是人气王

活动时间：2018.3.02——2018.3.08（7天）

活动亮点：

1. 女神团队颜值比拼，促进团队协作。

2. 奖品为：

一等奖 1个 1200元团队奖金

二等奖 2个 1000元团队奖金

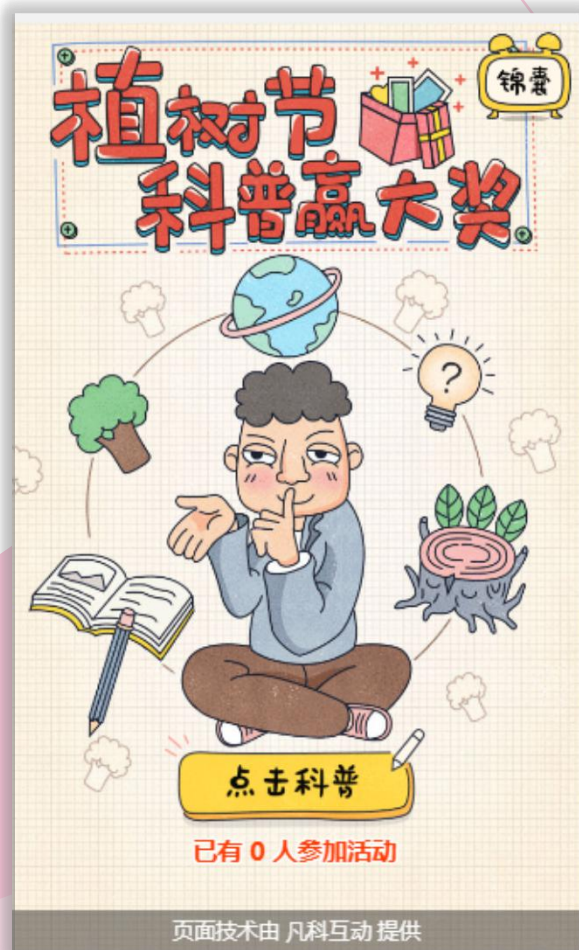
三等奖 3个 500元团队奖金

调动员工参与热情，减少跳槽率

3. 开启“联系信息”，增加活动真实度

浏览人数：57657；参与人数：51；分享人数：1503

## (1) 植树节游戏推荐



植树节科普赢大奖  
(答题类)



植树节·齐种树赢好礼  
(推广活动)



植树大作战  
(反应类)



下吧下吧我要长大  
(接物品)



## (1) 植树节活动建议



**营销关键词：**植树、种树、绿色、环保  
如：一起种树抢华为手机！

### 家居、房地产行业活动建议：

- 1.答题活动：环保知识类答题，普及雾霾的危害及防治措施等
- 2.推广活动：结合植树节，邀请好友一起浇水（参考后续案例）
- 3.常规类抽奖活动：奖品可设置为种子/礼包/第三方奖品等

★ 第三方奖品可在凡科互动礼品中心选购



**采用游戏：植树节·齐种树赢好礼**

### 活动亮点：

1. 结合植树节，引导好友一起种树，加大传播
2. 品牌联动，中奖后线下领取，为合作方线下引流
3. 奖品丰富，激发粉丝参与热情

**不足：**没有开启“粉丝专属”、未植入品牌 logo，而是在活动说明处提示，关注公众号回复关键词参与活动，未达到活动效果最大化。

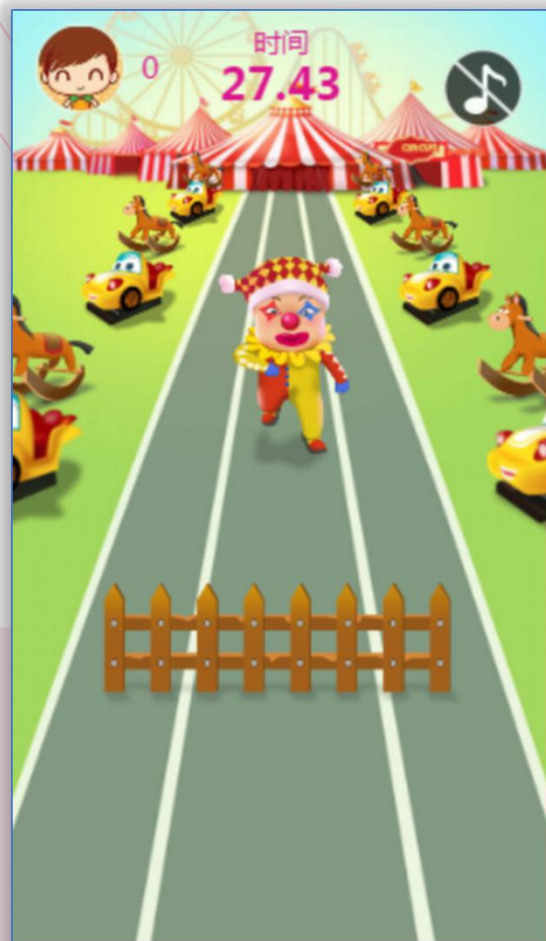
浏览人数：28514； 参与人数：7532； 分享人数：4652



## (1) 愚人节游戏推荐



愚人节·不整你整谁  
(反应类)



愚你同乐·小丑快跑  
(动作类)



愚人拆礼送惊喜  
(手速类)



愚人节刮刮乐  
(抽奖活动)



## (1) 愚人节活动建议



**营销关键词：**整人、脑洞、恶搞、笑、段子  
如：XX有礼，整你没商量

**愚人节活动建议：**

**线上场景：**

- 1.海报营销：结合品牌特点玩愚人节海报
- 2.内容营销：一本正经的胡说八道
- 3.活动营销：答题活动——比比谁的脑洞大/普及搞笑冷知识/选择各种惊悚标题达到整蛊效果

**线下场景：**

- 1.进店玩大冒险，消费者接受整蛊后可获小奖品一份

## (1) 愚人节活动案例



浏览人数：43263；参与人数：37905；分享人数：4221

线下引流、增加销售额

主办单位：广州尊宝比萨

采用游戏：全民冲顶

活动时间：2018.3.31——2018.4.02（2天半）

活动亮点：

1. 活动与节日契合度高，驱动用户传播
2. 活动主题鲜明，引起用户猎奇心理
3. 奖品层层递进，以套餐+单品+无门槛券为组合，并设置大量3元无门槛券为安慰奖，实现客流增长



二、

## 逆营销：如何做好降价促销

- (1) 为什么降价促销也无人购买
- (2) 降价促销法如何使用，才能降低对品牌的伤害？



思考：你是否会出现这种情况

1. 降价后回归正常价格，是否无人购买？

2. 经常降价促销，效果越来越差

★ 如果出现以上问题，就表示被降价促销反噬的情况

## ( 1 ) 为什么会出现这种情况 ?

### 1. 用户产生刺激适应心理

打折越来越频繁，给人带来的刺激感逐步减弱或消失



### 2. 用户产生刺激依赖心理

短暂的价值感很难积累到真正有价值的用户。



## (2) 降价促销法如何使用，才能降低对品牌的伤害？

### 1. 什么情况下降价促销效果最好？

- (1) 用户有购买动机，但存在心理阻碍
- (2) 牺牲某个产品，为其他产品引流
- (3) 关键时刻抢销量时



### 2. 如何促销不自伤品牌？

- (1) 特殊时刻：节假日/店庆/合作打折
- (2) 特殊身份：针对新/VIP顾客打折
- (3) 特殊商品：如，妇女节，客户买化妆品的时候，同时对卸妆棉进行降价促销
- (4) 特殊随机性：如，随机抽中折扣券
- (5) 特殊奖励：客户付出了努力，所以需要回馈
- (6) 利他原则：客户认为自己获得的优惠，是为了帮助他人，而不是占小便宜







### 三、 三步玩转优惠券营销

- (1) 优惠券的10种玩法
- (2) 裂变优惠券玩法攻略
- (3) 如何提高优惠券的使用率？

## (1) 优惠券10种玩法

### 1. 现金券

针对商家产品  
或者服务，直接  
优惠

### 2. 品类券

限定某一个品  
类的商品使用  
优惠券。

### 3. 体验券

如：产品7天免  
费体验权

### 4. 礼品券

凭券兑换对应  
产品或服务，  
一般也可转赠  
他人

### 5. 折扣券

下单打XX折，  
针对老客户，或  
节日促销，常用  
的营销方式



## (1) 优惠券10种玩法

6. 特价券

适应于重要活动  
或节日使用

7. 品牌券

限定某个品牌的  
商品。  
如：在淘宝中看到  
限定某个服装的  
商品使用

8. 下单  
返券

鼓励客户  
再次下单

9. 单品券

限定某些  
单个商品使用

10. 裂变  
优惠券

凡科互动中的奖项功能  
当玩家抽中优惠券后，分  
享给好友，好友可得到裂  
变出的新券，同时玩家本  
人的券面值也会提高



## (2) 裂变优惠券介绍 & 功能



基础设置 | 派奖方式 | **奖项设置**

请设置活动需要派发的奖项

奖项一 | 奖项二 | 奖项三

基本选项 · 奖项一

奖项等级： 一等奖

奖项类型： (发布后不可修改)

☒ 自选奖品 ☐ 礼品中心

**裂变优惠券 钻**

奖项名称： 券面值 天猫超市优惠券

奖项数量： 1000

优惠券初始面值： 5 (发布后不可修改)

### 凡科互动中的奖项功能

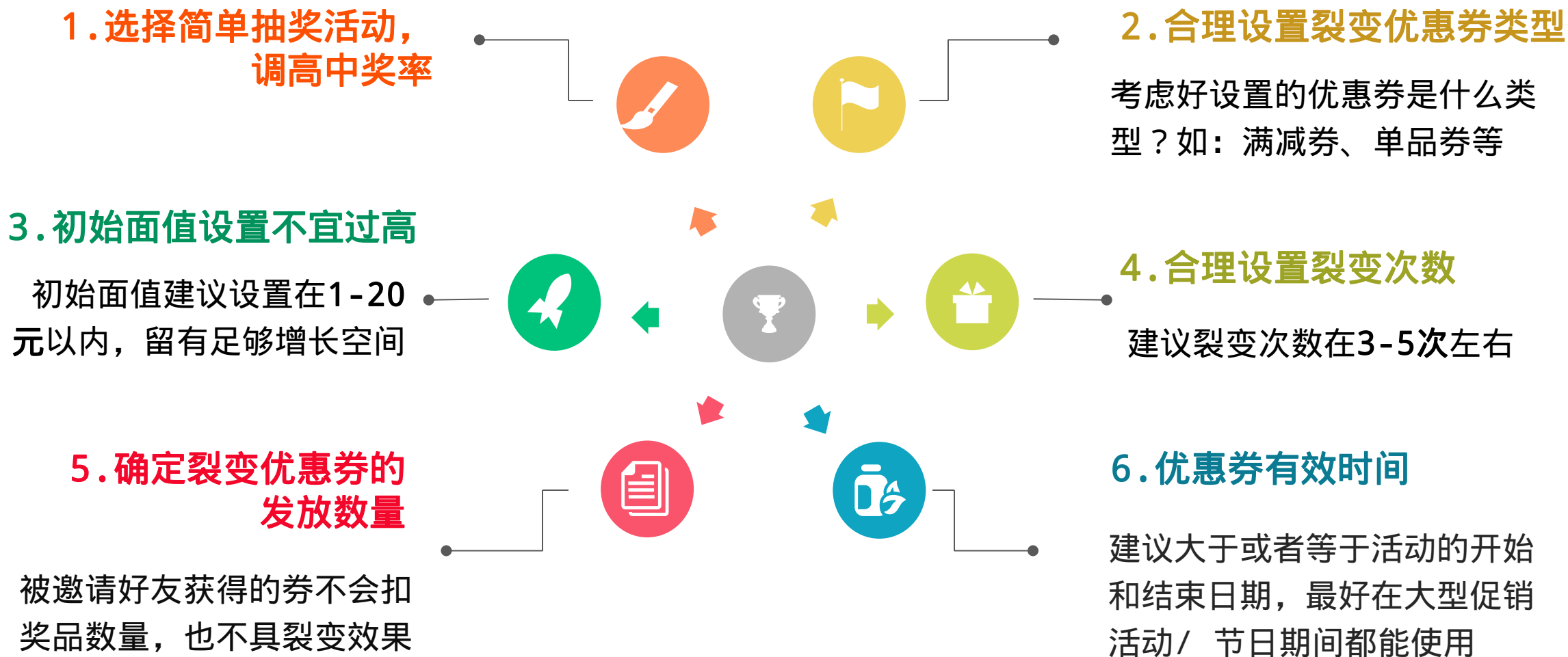
当玩家抽中优惠券后，分享给好友，好友可得到裂变出的新券，同时玩家本人的券面值也会提高。

### 功能：

裂变传播、用户拉新、裂变增粉、促销产品



## (2) 裂变优惠券玩法攻略



## ( 3 ) 如何提高优惠券使用率

### 1. 确认用券目的

如：**拉新**，可以使用新人券；  
**促转化**，可使用下单返券需要各个场景和商品上增加券，促进再次下单



### 2. 优惠券内容设计

种类、面值、数量，有效期（大于或等于活动日期）、领取频次、**使用条件**（有门槛/无门槛/是否可叠加使用/使用范围）

## (3) 如何提高优惠券使用率

### 3. 提高用券动机

(2) 营造稀缺感/增加用户获券成本

如：用游戏化、任务式的方式增加获券难度

(3) 赠送附加值

如：搭售、赠品、免费试用

(1) 价格让利

如：多人同行立减、提前x天预设立减、满额立减



## ( 3 ) 如何提高优惠券使用率

### 4. 突出优惠券的 展现形式

如：线上商城或app，可展示的  
渠道主要有：用户优惠券中心、  
领券中心、订单列表页、购物车、  
商品详情页等



### 5. 领券后：适当提醒，触 达用户

如：用短信、社群、模板消息的方式提醒用户还有优惠券未使用。

★ 注意：模板消息用券提醒不要  
频繁发送



# 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898/年，铂金版1198/年，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**

免费创建更666的互动游戏、  
获取新功能通知 及 游戏营销玩法

（凡科互动官网可在线咨询客服）

<http://hd.fkw.com>

