

0基础学会 用活动获取海量用户

广州凡科互联网科技股份有限公司

5月活动策划指导方案



CONTENTS

1

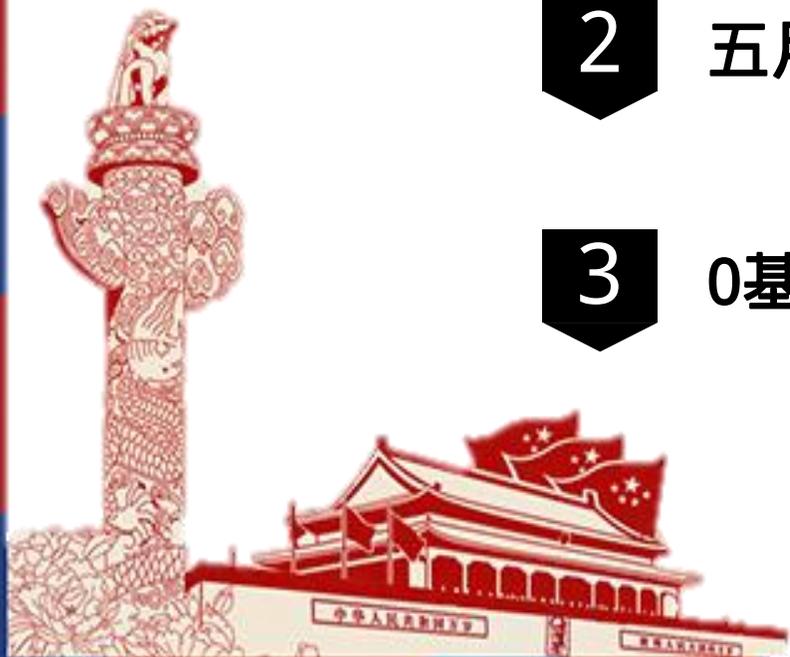
如何策划火爆的五月促销活动（活动营销篇）

2

五月3大重点节日活动攻（热点营销篇）

3

0基础快速获取第一批种子用户（获客篇）



01

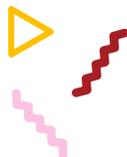
如何策划火爆的五月促销活动

(1)促销方式

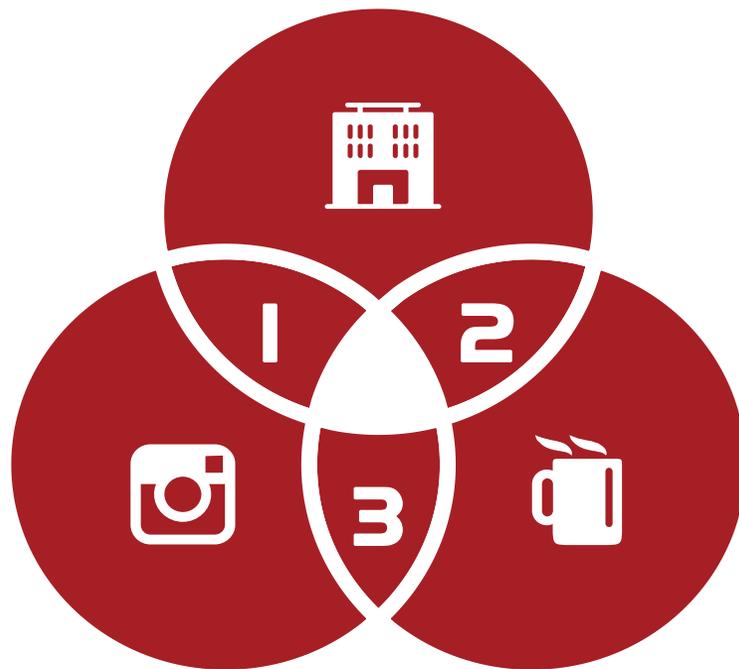
(2)促进用户购买的四个要点



1.1 促销方式



1.利益驱动

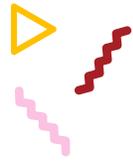


2.情感驱动

3.产品驱动



(1) 利益驱动



适用于节日促销时间段、
单品特价引流、高质量型产品、
概率型打折（随机抽奖打折）



1. 打折、降价



2. 优惠券/代金券/抵用券



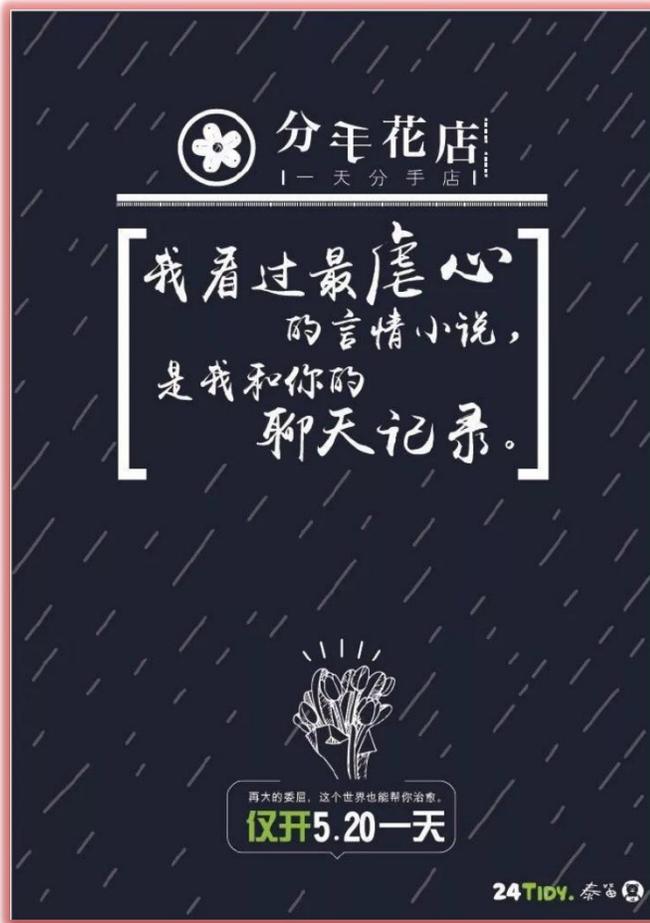
3. 拼团/砍价/秒杀

(QQ钱包满减活动)



4. 满减

(2) 情感驱动

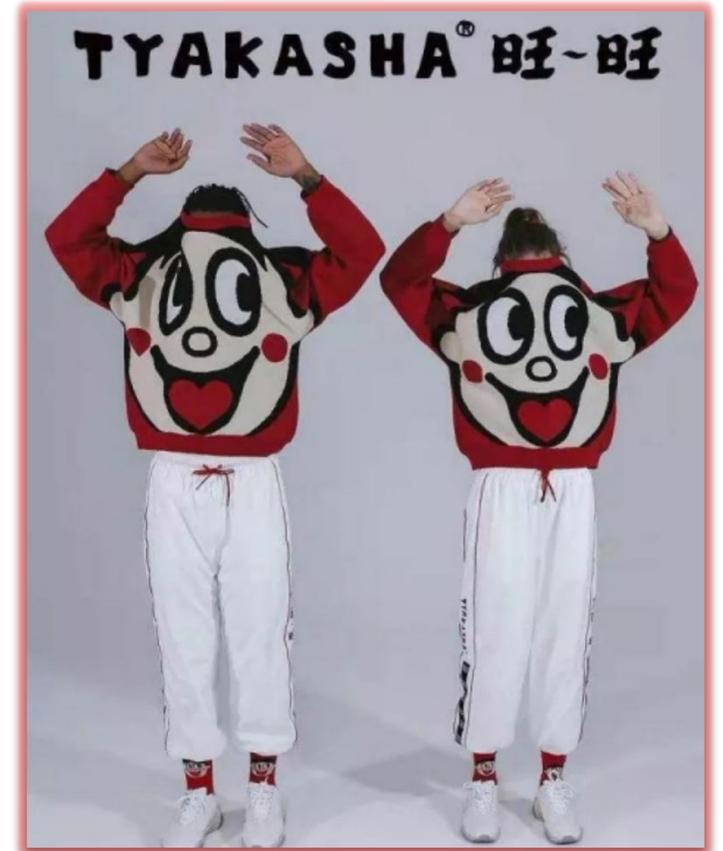


1. 节日营销



2. IP营销

旺旺联合TYAKASHA推出服装系列



3. 跨界营销

(3) 产品驱动

LA MER | 天猫小黑盒

彩妆加乘礼*
搭配预定
气垫或粉底液加享
焕肤水30ml
精华乳霜3.5ml

3
期分期免息购

4.10-4.30限时尊享

精华面霜7ml
浓缩修护眼霜3ml
洁面泡沫30ml

修护精华露 50ml

预售礼*

1. 买赠，满送

DECORTÉ

先乳后水
缔造水润美肌

¥ 600.00 包邮

黛珂牛油果乳液紫苏精华水护肤套装改善

黛珂官方旗舰店

21457人付款

如实描述: 4.8

2. 捆绑销售

¥ 6399.00

库存62件

配送至:白云区,已选:"官方标配" "皓月银 i7+8G+512G SSD+MX150"

购买数量 (限购3件) - 1 +

特色服务

碎屏无忧

1年 ¥124.8

花呗分期 (可选)

分3期 (0手续费) ¥2133.00期

分6期 (含手续费) ¥1114.49期

分12

确定

3. 增值服务

1.2 促进用户购买的四个要点

1. 满足用户占便宜心理

如：限时限量供应、代金券等



2. 给予掌控感

如：砍价/拼团/秒杀



3. 小概率大回报

如：众多参与者中选取一位
赠送笔记本电脑一部



4. 双方受益

如：裂变优惠券/投票活动

02

五月3大重点节日活动攻略

(1) 热点怎么追才能引爆

(2) 五月活动借势营销,三天引爆朋友圈



2.1 热点怎么追才能引爆



1.提前准备（产品/品牌核心卖点和价值，热点类型，哪些热点不能追，）



2.确定热点核心点，可延伸的点在哪里



3. 热点与品牌、产品是否契合



4. 确定好追这次热点的目的与目标



5. 呈现热点

2.2 五月热点营销建议

5.1 | 五一劳动节

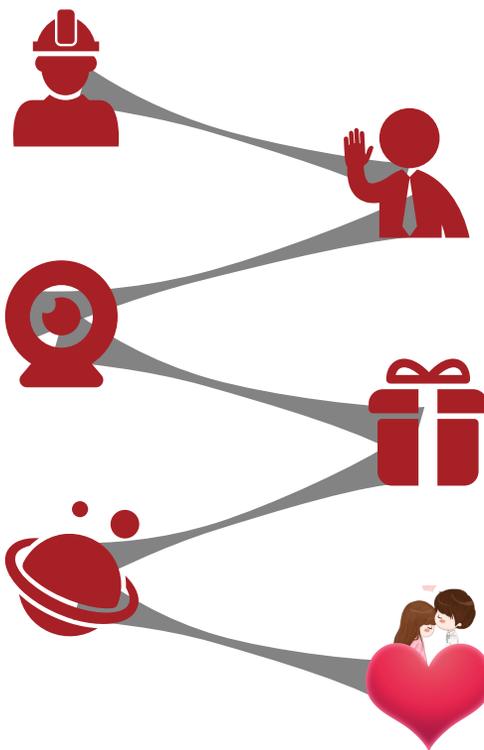
宜：劳动模范评选、普及劳动相关知识、五一大促、结合假日做砍价、拼团、秒杀等营销活动等

5.11 | 世界防治肥胖日

宜：科普如何防治肥胖，5月11日当日办健身卡打6折，邀请专业减肥专家、健康营养专家进行义诊宣教活动等

5.18 | 世界博物馆日

宜：答题类科普活动，教育行业可开展博物馆印象绘画比赛，历史事实话题营销等



5.4 | 青年节

宜：宣传上凸显年轻化和趣味性，围绕“奋斗”、“逐爱”等主题推出套餐或活动

5.12 | 母亲节/护士节

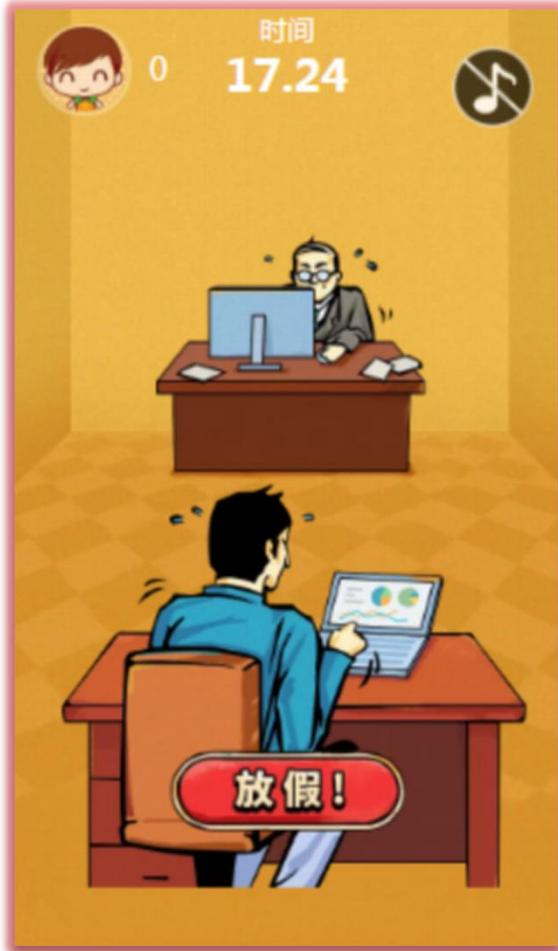
宜：主打温情牌，可进行最美妈妈投票活动，当天购物送康乃馨，为母亲购物享特惠，朋友圈集赞送母亲，母婴用品砍价/拼团/秒杀等

5.20 | 网络情人节

宜：情人节主题促销，如开设520元、52.0、5.20元代金券等

营销关键词：小长假、旅游、劳动、母亲、情人节、关爱

五一游戏推荐



只要胆子大,天天五一假
(动作类)



五一大放价
(商业促销)



劳动最光荣,脱发也从容
(手速类)



劳动人民就是拼 (支付版)
(商业促销)

五一活动建议



★ **营销关键词：**出行、最佳员工、劳动楷模、黄金周、放松

★ **活动建议：**

旅游业：可制作特色旅游路线，酒店、景点门票可互相配合。

汽车养护业：汽车、租车、汽车保养服务可借势推广。

餐饮业：开展“满五加一”活动，顾客点满5道菜可免费获得一道XX元以内的菜品或5张饮品券。

服装行业：根据店铺实际情况，可做两件八折，或买衣服送小商品等。

舞蹈健身机构：进行五一砍价活动，如：原价xx瑜伽1800元季卡只要510元等。

母亲节游戏推荐



母爱歌曲猜猜看
(答题类)



我的妈！好美！
(投票活动)



世界那么大带您去看看
(动作类)



让母亲重返青春
(手速类)

母亲节活动建议



营销关键词：母爱、感恩、亲情

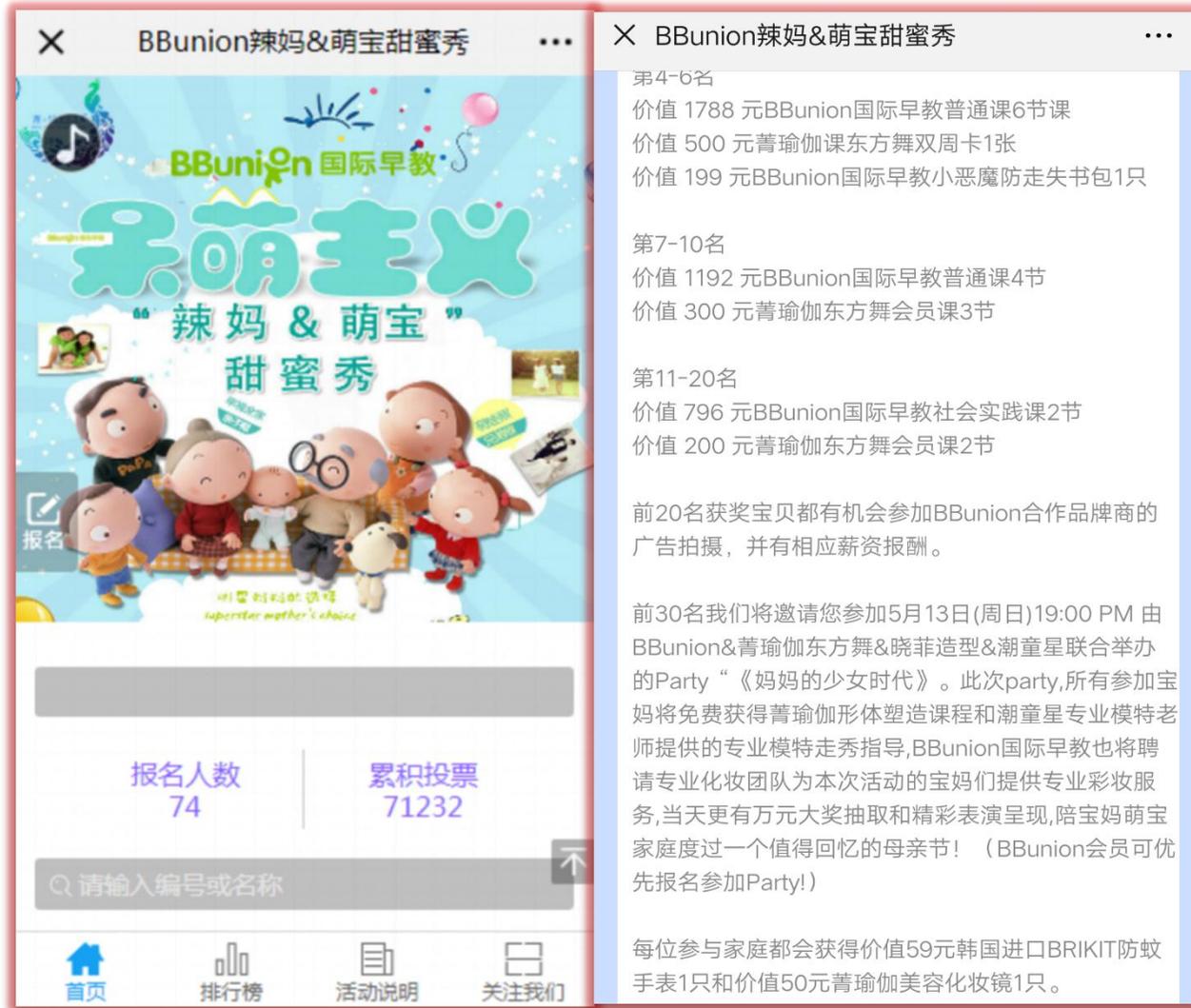
线上场景：

1. **话题营销：** 微博晒出一周内与妈妈的通话记录时长，抽3人赠送幸运礼
2. **活动营销：** 母亲节感恩主题促销活动，最美妈妈投票活动（晒妈妈年轻时的照片），母婴用品砍价/拼团/秒杀等
3. **卡券营销：** 开设亲情卡，周末凭卡消费可打8折

线下场景：

1. 消费后赠送母爱手写本（本子首页印有对妈妈的祝福，最后一页是广告，本子中夹有代金券促进二次消费）
2. 消费满指定金额，加价送花活动，如：满20元+1元，可获康乃馨一支
3. 美丽妈妈街头留影

- 母亲节活动案例 -



品牌传播、线下引流

主办单位：BBunion国际早教黄岩中心 & 菁瑜伽东方舞

采用游戏：萌宝投票

活动时间：2018.5.01——2018.5.07（7天）

活动亮点：

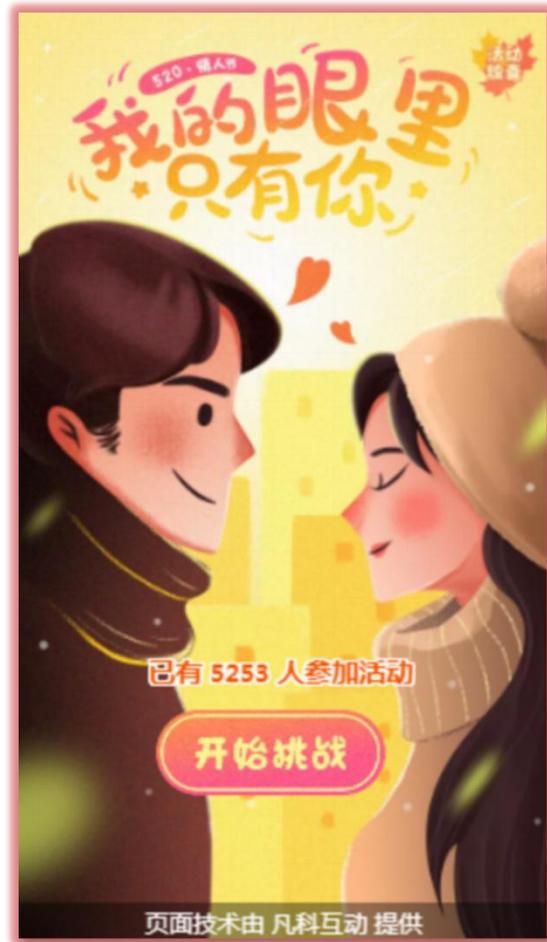
1. 母亲节活动选取在五一传播，驱动用户分享
2. 开启“联系信息”轻松获得客户联系方式
3. 根据排名顺序，人气排行前30名有不同奖品
4. 奖品丰厚，精细化派发奖品，每位参与家庭均有防蚊手表和化妆镜

浏览人数：88860；参与人数：74；分享人数：260

520情人节游戏推荐



520真爱大礼包
(手速类)



我的眼里只有你
(动作类)



520送命大拷问
(答题类)



爱你不止520
(抽奖活动)

520情人节活动建议



营销关键词：520，爱情，表白

线上场景：

1.情话营销：可在公众号举行“爱要大声说出来”留言活动

2.活动营销：

a. 情人节主题促销，如开设520元、52.0、5.20元代金券

b. 餐饮行业可提前推出情人节套餐，开设拼团/砍价/秒杀活动进行预售

线下场景：

1.店内秀恩爱：在好友圈子分享，在店内的爱情瞬间，即可免费获饮品2杯或小礼物一份

2.亲情主题活动：520期间在店内消费的顾客，可免费拍摄一组全家福照片及小菜一份

- 520情人节1天参与量5w活动案例 -



品牌传播，粉丝促活

主办单位：上海华夏财富投资管理有限公司

采用游戏：你今天成佛了吗

活动时间：2018.5.20——2018.5.20（1天）

活动亮点：

1. 活动页面美观吸睛
 2. 引导用户邀请好友参加活动，可多1次抽奖机会
 3. 中奖率百分百，用大量红包刺激用户自传播
- 不足：如果设置“关注后领取”涨粉效果更佳

浏览人数：55501；参与人数：52035；分享人数：4132

- 520情人节砍价活动案例 -



涨粉，粉丝促活

主办单位：兰州烟卷

采用游戏：你今天成佛了吗

活动时间：2018.5.19——2018.5.20（2天）

活动亮点：

1. 以较受欢迎的飞天烟为一等奖，驱动用户加大分享力度
2. 表明活动规则，邀请好友成功砍价至0元即可获得奖品
3. 推广渠道广，包括微信群，朋友圈，传播层级9层以上

不足：兑奖方式应选择公众号兑奖

浏览人数：43084；参与人数：6942；分享人数：5616

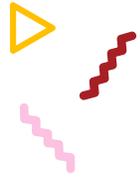
03

0基础快速获取第一批种子用户

- (1) 什么是种子用户
- (2) 确定获取第一批种子用户的目的
- (3) 种子用户获取渠道
- (4) 如何留住种子用户



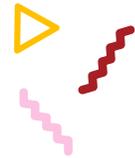
3.1 什么是种子用户



- 1.是这个产品的锁定的目标用户，痛点比一般用户更强烈；
- 2.敢于尝鲜，善于分享，知道产品不完善也愿意使用；
- 3.愿意为产品提供反馈和建议。



3.2 获取种子用户前需要做什么？

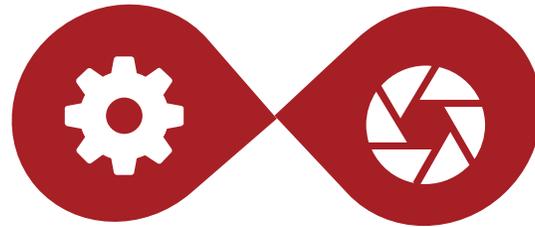


1. 确定获取第一批种子用户的目的

如：

未成型产品 - 验证想法

已成型产品 - 帮助产品不断优化

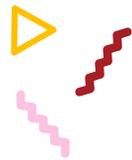


2. 定位

- * 主要客户群体分析：
- * 找什么样的人？
- * 这群人有什么特点？
- * 他们喜欢出现在哪里？
- * 对什么东西感兴趣？
- * 用什么方法把他们吸引过来？



3.3 种子用户获取渠道



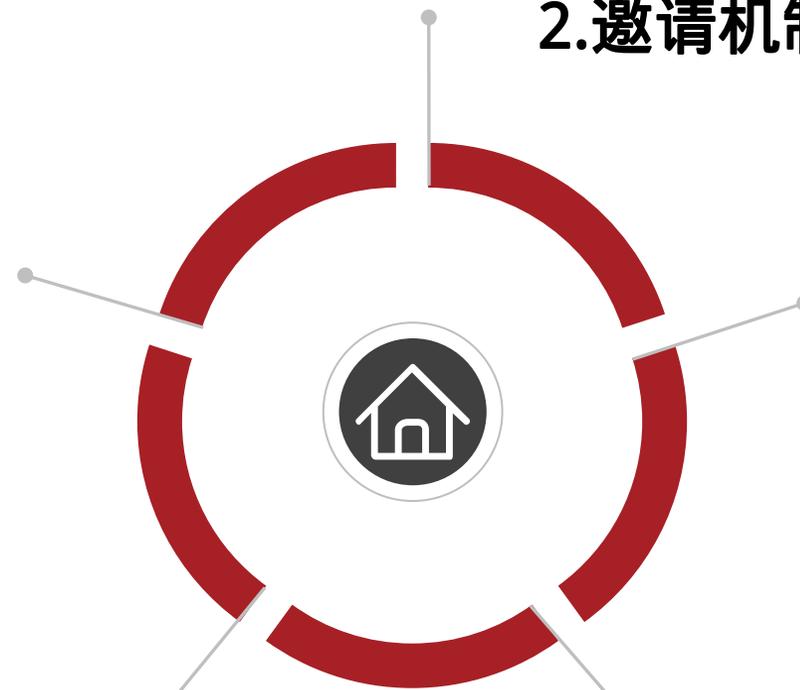
1. 相关行业从业者
(KOL)

2. 邀请机制

3. 凡科公众号助手
——涨粉宝

4. 广告位互推

5. 社会化媒体宣传



什么是涨粉宝？

涨粉宝是凡科公众号助手里的一个涨粉工具，商家只要准备好海报和奖品，即可开启裂变涨粉

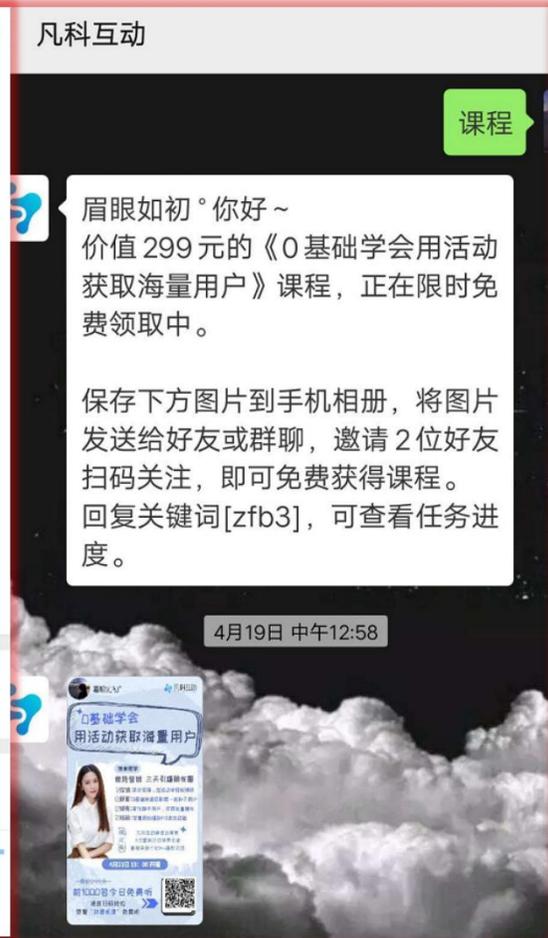
提前设置好触发关键词和文案、海报



裂变流程案例



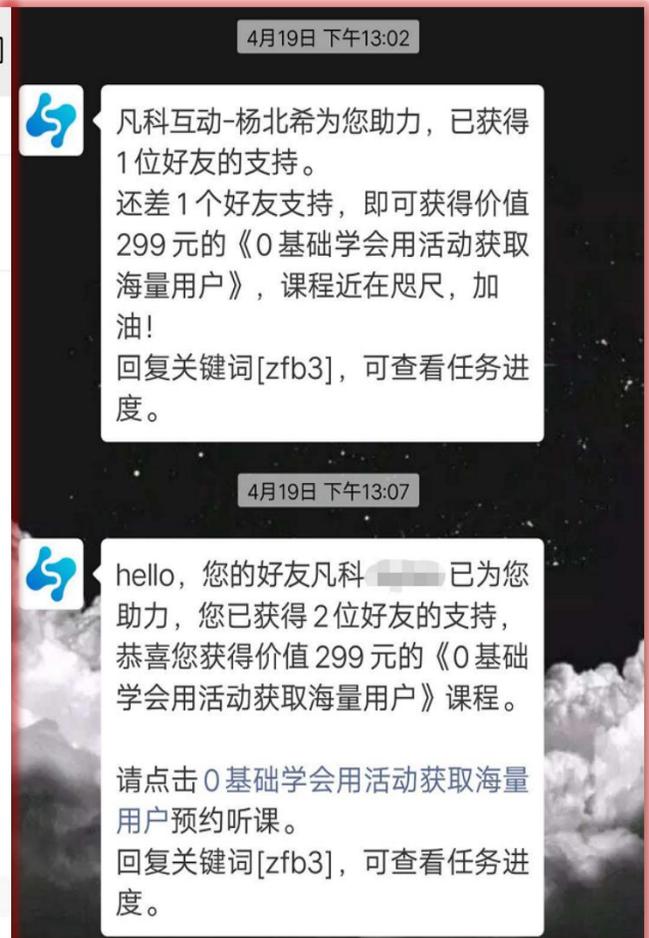
粉丝通过海报关注公众号



发送关键词获取海报

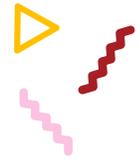


粉丝发送朋友圈或群聊, 吸引好友扫码关注



粉丝完成邀请任务后, 自动下发任务完成提醒

3.3 种子用户获取渠道



6. 打造流量爆款

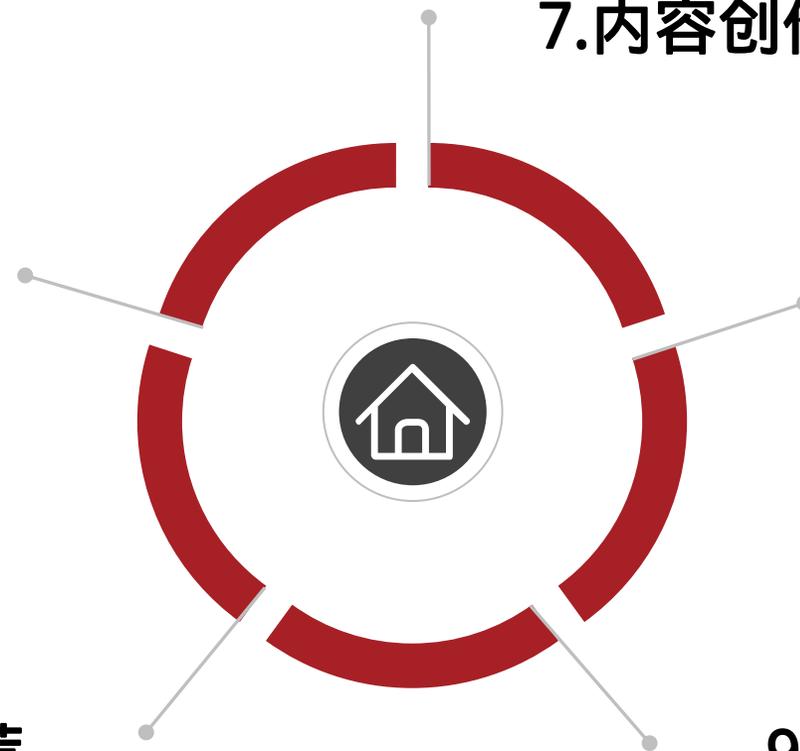
7. 内容创作

8. 营销活动

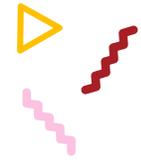
如：使用凡科互动开启
中奖后填写联系信息

10. 口碑推荐

9. 免费活动模式



3.4 如何留住种子用户



1. 产品满足用户需求

2. 引导用户投入

沉没成本

3. 内容吸引

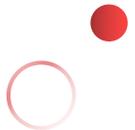
4. 定期福利

5. 积累种子用户社群

6. 培养用户使用习惯

做好“种子用户”社群，作为一级阵地进行维护、转化和增量

前提：激发用户行为



为什么选择凡科互动？



凡科互动

白银版898/年，铂金版1198/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



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>

