



# 目录



壹

企业私域流量概述

贰

如何打造微信私域？

叁

一月活动营销热点

肆

裂变活动奖品详解



## 经营企业私域流量有什么好处？

企业私域流量，指企业业务范围内触达客户，所构造的消费渠道或经营手段。而企业能够直接接触客户，并向客户销售产品，而不需要像早期一样，靠平台推荐和广告曝光。除此之外，经营企业私域流量，还有以下几点好处。

### 降低营销成本

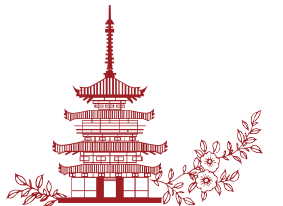
过去企业缺少与客户之间的互动手段与关系链接，买卖皆需交纳中介推荐费用以及平台入驻费用。建立企业私域则能减少这类消耗。

### 防止老客户丢失

对于企业而言，经营老客户不能再仅停留在消费层面，还应该注重于客户的交互，通过交互过程减少老客户的丢失。

### 塑造企业品牌

私域流量池因为其碎片化的触达方式，客户可近距离感受企业服务，与其他客户进行交流，从别人的口碑增强对品牌认知，形成品牌叠加影响。



## 企业私域流量经营存在哪些问题？

### 认知瓶颈

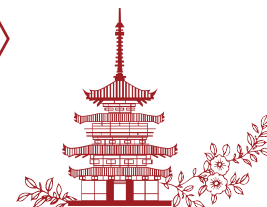
针对私域流量运营体系，很多企业负责人不懂私域流量概念，导致团队运营私域流量出现三无现象：无目标、无流程、无运营意识。

### 管理混乱

企业私域流量运营中，人是不可或缺的中坚力量，而很多老板不懂管理，导致团队混乱。

### 渠道盲选

网络营销中渠道是最重要的一环，但是很多企业对于渠道的选择多为盲目跟风，没有办法判断和选择适合自己的营销渠道，进而导致营销毫无效果。





## 如何打造微信私域？

公众号

1.0版本

2.0版本

公众号+微信号  
+朋友圈

公众号矩阵+  
个人号矩阵+  
朋友圈

3.0版本



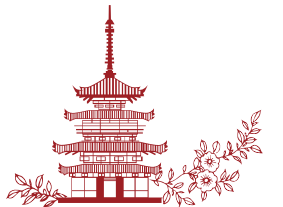
## 以公众号打造内容私域

引导顾客买单的文案

新媒体运营策略

有趣给力的线下活动

坚持新品研发





## 公众号+微信号+朋友圈

### 精简商业模式

打造“卖家——买家”的连贯销售渠道，减少销售中间环节价值传递损失，从而将价值的费用返还给消费者，提升产品质量。

### 提升用户粘性

打造公众号四个客户体系：

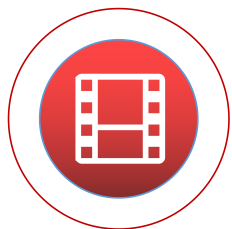
- 1、基础运营工具（自定义菜单栏、自动回复）
- 2、消费场景思维，构造内容（公众号内容层次感）
- 3、微信个人号（用户关系维护、朋友圈种草）
- 4、活动（定时推出活动，促活）

### 与知名达人合作

与PGC、UGC们合作，比如抖音、小红书上的网红以及达人们



## 公众号矩阵+个人号矩阵+朋友圈



### 新产品红利

每年都有众多互联网新产品诞生，而新产品的诞生也意味着巨大的机遇和市场，借助这些新产品趋势打造微信矩阵群，将流量锁定在私域内是抓住风口的关键。



### 新媒体红利

从抖音直播到小红书推广，再到今年很火的淘宝直播，互联网媒体一直是产品推广的主要途径。灵活运用公众号推文以及直播推广，能够给业务带来有效的增长。



### 新社交红利

企业可组建庞大的矩阵群，通过公众号+个人号+朋友圈为客户提供全方位的服务，扩大宣传推广，提升服务质量。



福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福  
福福福福



# 一月活动营销热点

一月热点营销建议

抽奖活动营销案例

品牌维护营销案例

新春营销活动案例

投票活动案例



## 一月营销热点建议

1.01 | 元旦

宜：开年促销、新年祝福



1.05 | 小寒

宜：冬日周边产品营销、服饰



1.02 | 腊八节

宜：针对冬季寒冷的特点推出“粮油、生鲜、冬季护肤套装、冬衣外套等拼团砍价活动”

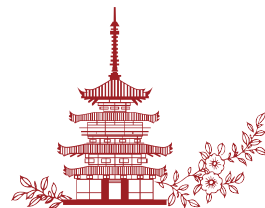


1.25 | 春节

宜：新春祝福，红包营销，数压岁钱等新春互动游戏



**营销关键词：**元旦、小寒、大寒、腊八节、春运、年货、春节



## 元旦营销游戏推荐



敲锣打鼓 庆元旦  
(手速类)



元旦跨年 开大奖  
(抽奖活动)



给自己立个新年Flag  
(微信头像更换)



集元旦祝福  
(助力类活动)

## 腊八节&小年营销游戏推荐



腊八蒜 我要泡你  
(手速类)



集齐一碗腊八粥  
(助力类活动)



小年 吃灶糖言好事  
(游戏类活动)



备齐年货过小年  
(助力类活动)

## 新年营销游戏推荐



让开! 我要回家!  
(游戏类)



好运过大年  
(抽奖活动)



春节消消乐  
(消消乐活动)



集福赢好礼  
(助力类活动)

# “礼赞70年 油礼大放送” 抽奖活动案例



## 涨粉、品牌传播

**主办单位：** 中国石油河南销售公司

**采用游戏：** 新中国成立70年 转出更好未来

**活动时间：** 2019. 10. 01-2019. 10. 01 (14个小时)

### 活动亮点：

1. 石油电子券奖品在公众号内发放，玩家关注公众号后才能领取奖品，为公众号精准获得有加油需求的粉丝；
2. 开启分享好友奖励，当天可额外获得两次抽奖机会，活动传播迅速；
4. 奖品皆为石油电子券，设置有大量10元中国石化电子券，中奖率高，有效实现客流增长。

**浏览人数： 34261 ； 参与人数： 30196； 分享人数： 14935；**



## “闯关答题赢口红” 答题活动案例



### 留存、品牌传播、回馈粉丝

**主办单位：** PERFECT DIARY完美日记

**采用游戏：** 垃圾分类知识问答

**活动时间：** 2019. 12. 15-2019. 12. 16

### 活动亮点：

1. 活动周期短，品牌活动多，基本一月会做四次活动回馈粉丝，留存效果惊人；
2. 答题闯关模式，题目皆跟口红有关，增加品牌传播；
3. 活动界面设置精巧，带有大量口红元素，可玩性强；
4. 安慰奖数量不限制，为电商优惠券，通过优惠券引流至线上店铺，有效实现引流拓客。

**浏览人数：** 164169 ； **参与人数：** 131051； **分享人数：** 3815； **获奖人数：** 129430

## 新春营销活动案例——新年抢健康，猪年好运气（预热）



### 品牌传播、回馈粉丝、门店引流

**主办单位：**成都市秀域健康科技有限公司

**采用游戏：**春节红包抢不停

**活动时间：**2019.1.17-2019.1.20

**活动亮点：**

1. 中奖率100%，但设置每天大奖3000份，手慢无，刺激玩家参与活动；
2. 奖品皆为线下门店高价课程，吸引中奖用户到线下门店，实现门店引流；
3. 开启联系方式，精准获取目标客户联系方式，为接下来课程拓客打下客户基础；
4. 奖品兑奖时间为春节期间，增大客户线下兑奖机率，引流效果强。

**浏览人数：30483；参与人数：27858；分享人数：757；获奖人数：12802**

## 新春营销活动案例——新年摇一摇，健康好运齐来到



### 品牌传播、回馈粉丝、门店引流

**主办单位：**成都市秀域健康科技有限公司

**采用游戏：**注意！前方年兽出没！

**活动时间：**2019.2.05-2019.2.11

#### 活动亮点：

1. 春节前两周进行预热（上一案例），让粉丝期待接下来的活动大奖，春节期间再推出活动，两次活动引爆朋友圈；
2. 设置每天大奖7500份，另有3000元超级大奖，手慢无，刺激用户参与并转发；
3. 兑奖实现门店引流，同时门店地址需要关注公众号才能得到，间接为公众号精准获得一批需求粉丝；

**浏览人数：**75255；**参与人数：**73736；**分享人数：**21260；**获奖人数：**26335

## “漂亮宝贝”投票活动案例



### 品牌传播、线下引流

**主办单位：**恒大山水城

**采用游戏：**谁是劳动楷模

**活动时间：**2019. 11. 27-2019. 11. 30

### 活动亮点：

1. 活动标题“投票赢家电”吸引人，以及活动说明中奖品标出价格，让人感到奖品真实性；
2. 奖品兑换为现场兑换，吸引人流到线下电影城，为线下电影城营造出活动氛围；
3. 与广播电视台少儿频道合作推出投票活动，不仅降低了活动成本，且促进了品牌传播；
4. 开启分享奖励，引导投票家长们在其他圈子进行宣传，让品牌进行第二次传播。

**浏览人数：** 12287 ； **参与人数：** 9498 ； **获奖人数：** 66



# 奖品采购技巧

## 塑造奖品价值

- 1、对奖品进行包装，提高奖品在用户心中的价值；
- 2、可从价值标杆、材料&工艺、稀缺性以及品牌上进行价值塑造



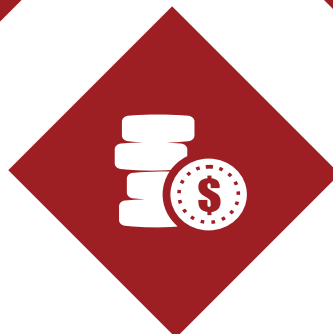
## 了解你的用户

- 1、裂变活动最重要的是足够吸引人，能够瞬间激发用户的欲望；
- 2、可采用百度指数大致了解用户的基本情况；可通过社群投票直接得知用户喜好。



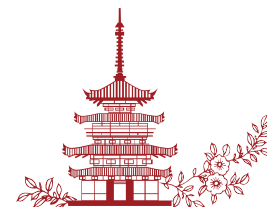
## 采购奖品

- 1、线上直采方式转移物流成本



## 选择奖品类型

- 1、不必每次都使用实物商品，可使用边际成本为0 的虚拟产品；
- 2、常见的虚拟产品有：社群、课程、电子书、资料包、优惠券等

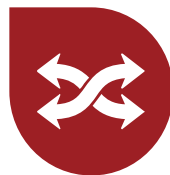


## 奖品发放技巧



### 用户直购奖品

发放奖品时直接发送奖品购买链接，用户下单购买后进行客服代付，以减少物流、售后以及退换导致的客诉问题，同时避免羊毛党通过退单进行变现。



### 公众号发放虚拟产品

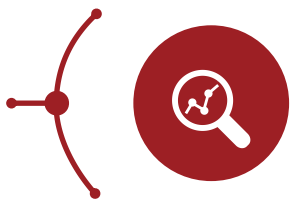
线下门店做线上活动，可使用商城优惠券、礼券等虚拟产品进行门店引流，兑换流程在公众号进行，精准吸入有价值粉丝。



# 奖品数据监控

## 库存监控

- 1、库存消耗量；
- 2、库存剩余量；
- 3、流水账单记录；



## 增量监控

- 1、平均每日中奖人数；
- 2、平均每日中奖次数；
- 3、平均每日奖项中奖次数；



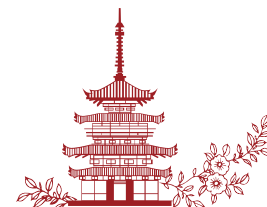
## 异常行为监控

- 1、流量异常；
- 2、中奖频次；
- 3、区域异常；
- 4、行为异常  
(薅羊毛)；



## 活动数据

- 1、活动参与量；
- 2、公众号增粉量；
- 3、用户满意度；
- 4、活动留存率；





# 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**



# 登录凡科互动官网

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“202001”  
免费获取PPT

