

如何利用H5小游戏 策划一场成功的营销活动



凡科互动

案例 金逸影院

2017年7月份—2018年3月份
8个月24场互动活动，平均每10天诞生一个有效活动（千人级别以上）



2017.09.07
浏览量:5058
分享人数:1.8千



2017.01.05
浏览量:2.3W+
分享人数: 1.6W+



2018.08.03
浏览量:9.2W+
分享人数: 3.6W+

为什么用互动游戏策划活动?

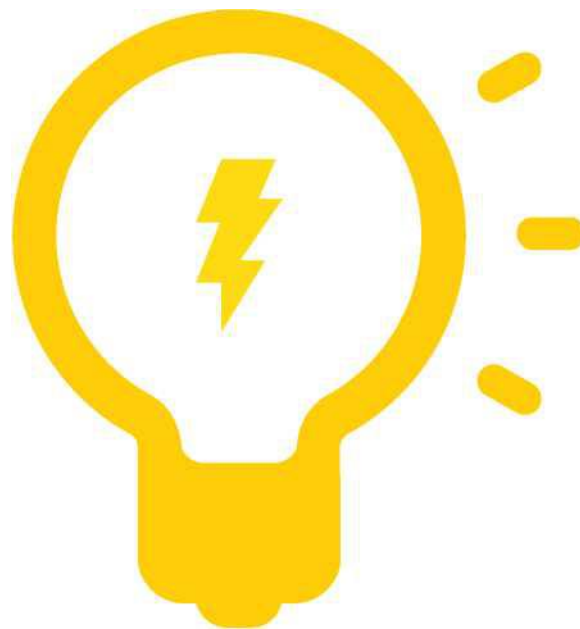
链接用户与品牌

主动与用户发生关系

实现引流

线上——公众号、APP、商城

线下——门店、景点、峰会、展馆



实现传播

品牌曝光、产品宣传

产生效益

降低活动成本

玩家变消费者

目录

CONTENTS

01 活动策划的思路与流程

02 互动游戏如何实现效益？

03 互动游戏有什么玩法？

04 活动有什么推广途径？

01

活动的策划思路与运营流程

当我们在谈活动的时候，我们在谈什么？

1.1活动的策划

1.2活动的运营

1.1活动的策划■主题

活动主题

制造让用户参与活动的理由

0

节日型

传统节日、促销节日

2

事件型

行业热点、流行事物

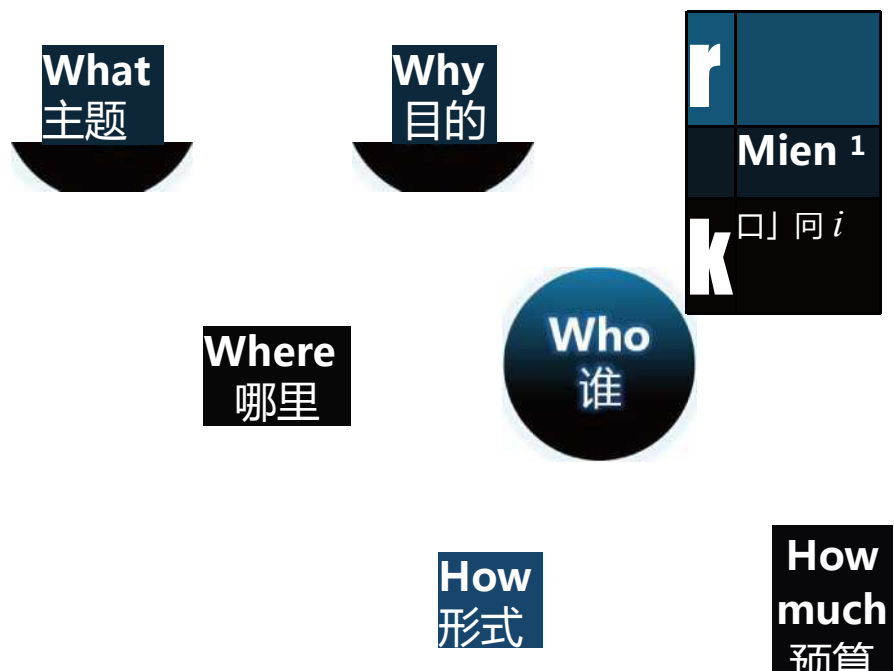
创意型

新鲜感、体验感

间月	4		2018年5月			
周一	周二	周三	周四	周五	間六	周日
	1	2	3	4	5	6
国际曲士乐日	劳动节	古力剛生日	世界新闻自	青年节	立夏	荷兰足球甲...
还有2项...		还有倾...	还有2项..	还有倾...	还有彼,	还有2项...
7	8	9	10	11	12	13
	红十李日	联合国纪愈..		世界防治肥..	节	
	还有5项				还有颐...	还有2项...
14	15	16	17	18	19	20
央视菌个白...	国际家寇日	联欧洲	全国助律日	玉方博吃谄三	法国足球甲	稣K学校...
			还有掀...	还有2项...	还有2项...	还有4项...
21	22	23	24	25	26	27
小滴	生物多样性			世界预防中...	世界向人体...	
还有硕..					还有2项...	
28	29	30	31			
	联会国继持		世界元J8日	JLS15		楊暮生日

1.1活动的策划-方案

活动方案



以凡科主办的“狗年答题赢百万好礼”活动为例

What-主题：狗年答题赢百万好礼

Why-目的：品牌传播

When-时间：2018.02.08-2018.03.04

Where-哪里：线上微信平台

Who-谁：举办者与参与者（凡科、返利网、OFO小黄车、同程旅游、凌雄租赁），对象（微信用户）

How-形式：微传单答题+互动游戏抽奖

How much-预算:物料费、宣传费等

1.2活动的运营

筹备期

物、事、人

资源整合
事项计划
人员分工

宣传期

预热与推广

免费:自有媒体 付费:投放、帮推

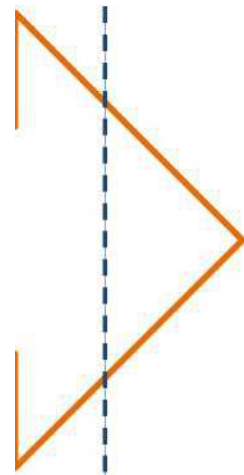
Q>||数据监控

看传播力度:覆盖量、浏览量
看用户热度:参与量、转发量
看转化效果:核销量、兑奖量

调控期

行动与调整

执行与应急
方向变更、细节调整



复盘

回顾与总结

回顾活动步骤
积累活动经验

02

互动游戏如何实现效益?

活动目的达成与效益实现的办法

- 2.1 品牌传播——吸引客户
- 2.2 公众号涨粉——沉淀客户
- 2.3 平台引流——转化客户

2.1品牌传播■吸引客户

为什么要做品牌传播？

产品曝光、提升知名度、塑造品牌形象

品牌传播形成什么效益？

吸引潜在客户

形成裂变式传播，低成本带来强大的曝光量

形成一传十，十传百的口碑效益

问题：广告一般都是单向传播，用户没有参与感？

〈返回关闭 康宁二十年，爱你...



以“微传单,传播为例
浏览：77811 分享:11151

2.1 品牌传播■吸引客户

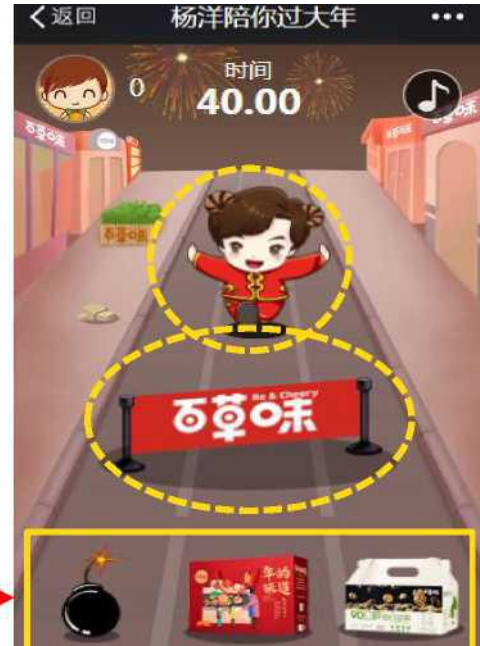
品牌的植入要点

通过互动游戏与用户接触,将品牌信息植入活动过程来影响用户心智

植入要点①：自定义游戏背景&部件



游戏原型



自定义后



自定义后



2.1品牌传播■吸引客户



植入要点②：
完善高级设置—企业信息



植入要点③：自定义
微信分享内容



植入要点④：开启并编辑
广告页

2.2 公众号涨粉■沉淀客户

互动功能：粉丝专属

解决活动涨粉中的流程复杂、门槛高的问题



路径①: 扫码关注, 从公众号进入游戏
路径②: 扫码关注, 退出公众号返回游戏

1、玩家点击参与后,弹出公众号二维码

2、识别二维码关注,在公众号中进入游戏

3、玩家关注后进入游戏,可正常参与

2.3平台引流-转化客户

平台引流的做法 奖品刺激，搭建兑奖引流的路径

①引流至微商城、APP等线上平台



电商优惠券/礼品



网页核销

跳转平台链接

②引流至门店、展会等线下场所



门店优惠券/微信卡券/礼品

线下核销

Network

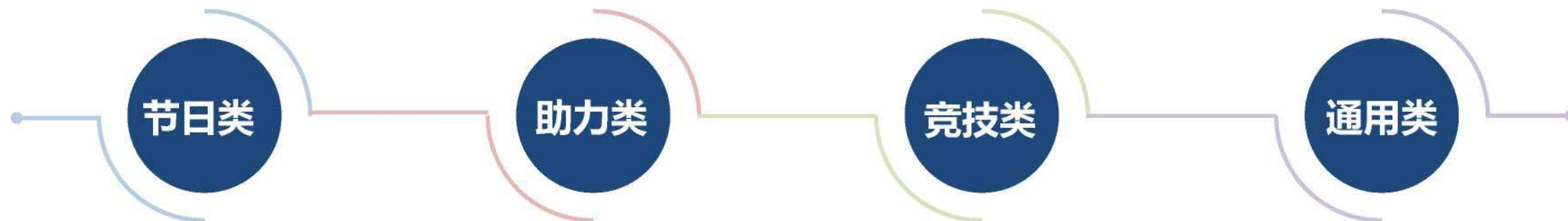
提示门店地址

03 互动游戏有什么玩法?

互动游戏的玩法大全与套路揭晓

- 3.1 互动游戏大全
- 3.2 互动功能与设置秘诀
- 3.3 微传单与互动游戏结合

3.1 互动游戏大全



节日类

愚人节·不整你整谁
清明插柳
给最美劳动者颁奖
采花抢礼献母亲 双
11扫货大作战 邀请
好友装扮圣诞树 集
元旦祝福

接近50种节日主题游戏
每周玩转互动

助力类

拼团抽豪礼 全
民砍价
集福赢好礼 好
友推广赢大奖
邀好友拆礼盒
铁人三项
邀好友种树

社交传递 形成裂
变式传播

竞技类

奔跑抢好礼
疯狂挠红包
萌宠爱消除 天
掉金币送大礼
极限跳跃抢大奖
吃鸡大比拼 全
民冲顶答题

多种类游戏 竞赛
得分更刺激

通用类

投票
签到
大转盘
九宫格
砸金蛋
摇一摇
刮刮乐

简单粗暴
周期型活动最佳

3.2互动功能

L核销功能

公众号核销---
用户发送兑奖码至后台，自动核销奖品

线下核销 -----
用户至IJ店出示二维码或兑奖码,员工验证核销

网页核销 -----
用户根据网页提示进行兑奖操作，如：下载APP



注册/登录



活动设置



奖品设置



活动管理



核销系统



公众号授权

核销员如何登录线下兑奖页面？

如何批量核销兑奖码？

为什么在凡科后台核销记录跟微信公众平台的记录对不上？

为什么核奖品？

请问核销是什么意思？

如何给一个活动配置核销员？

我想让我的员工核销，又不想让他们操作我的活动，该怎么设置？

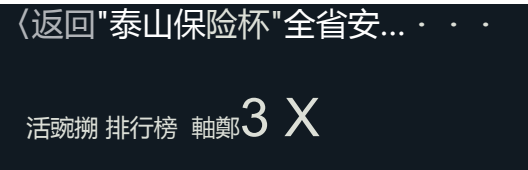
核销奖品如何操作？

3.2互动功能

2.口令红包

(红包领取示意图)

浏览人数：899133 参与人数：796829 获奖人数：4011 分享人数：52743



活动奖品

微信姓：微信红包

浏览人数：36685 参与人数:30536



活嚇明

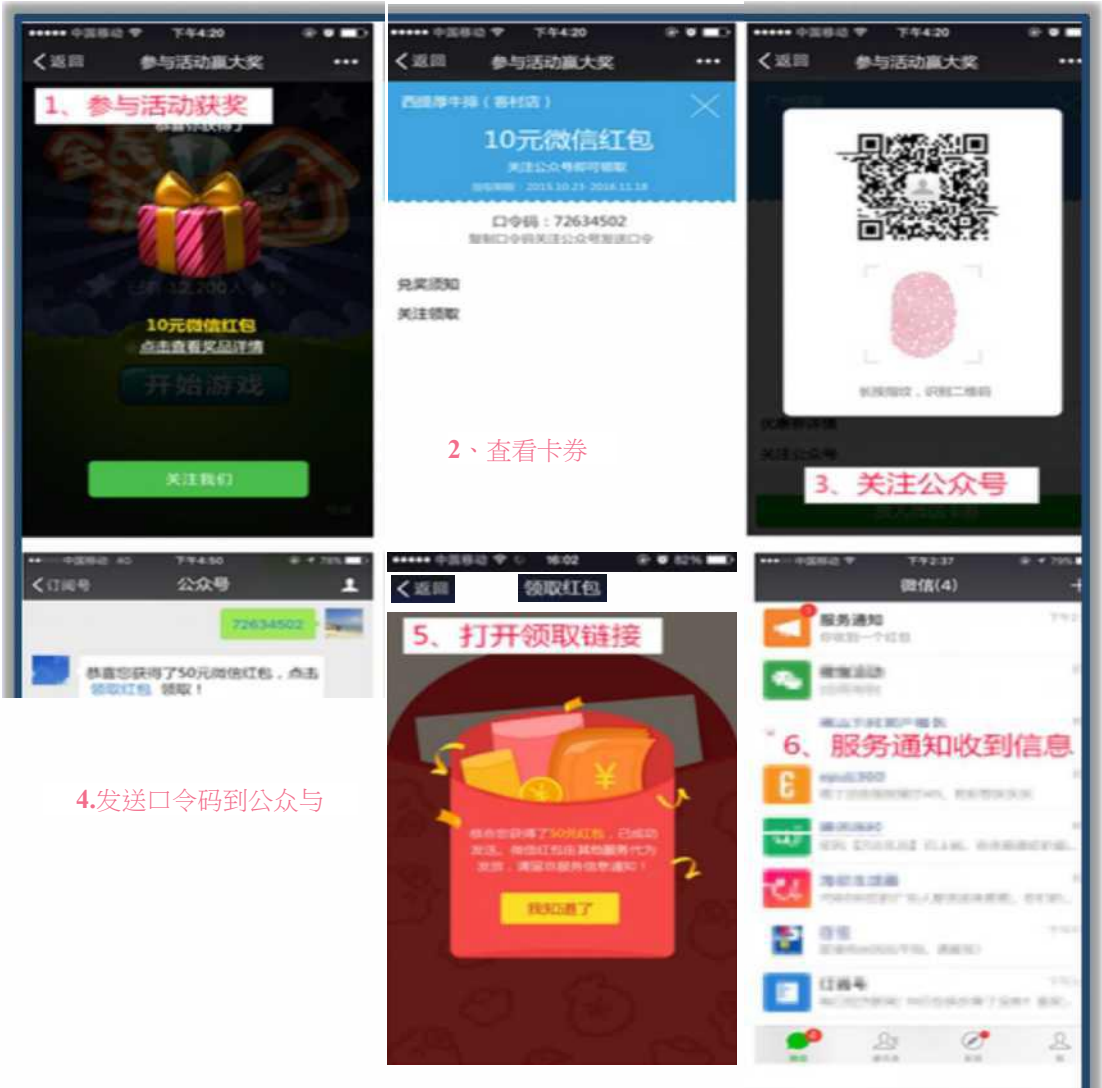
我的奖品 x

: 88^0^ 红包 二 《^: 10^J^ 红包 三 《^: 5 信红包 : isvim信红包 六等奖: 20it无g优惠券

奖品花费:5414
参与人数：79.6829万

获奖人数:14302 分享人数:13262

奖品花费:3679
单日涨粉:2.8万
单个粉丝成本约:0.13



3.2 设置秘诀

1. 奖品派发

- ① 按排名派发
- ② 抽奖派发
- ③ 参与送券
- ④ 报名后派发

2. 中奖概率与奖品数量

- ① 前期：较高的中奖概率，部分数量奖品。小奖品为主，大奖保留
- ② 中期：降低中奖概率，补充剩余奖品，开大奖
- ③ 后期：降低中奖概率，不补充数量让奖品消耗完，或奖品清零

3. 好友推广

- ① 分享奖励：转发分享后当天获得额外N次抽奖机会
- ② 邀请奖励：每邀请一个好友参与当天获得额外一次抽奖机会。

注意：活动需要**物质奖励**来激发用户兴趣，奖品准备也有小技巧！

- ① 大奖刺激，做噱头
- ② 小奖调动，维持热度
- ③ 虚拟奖品兑奖更方便（话费、优惠券、红包）
- ④ 奖品与品牌、产品挂钩有助于品牌传播

3.3微传单与互动游戏结合

微传单+互动小游戏

凡科“狗年答题赢百万好礼”
CCTV10“神奇的材料”金逸影院“何以解忧唯有豹富”



附:互动游戏的自检分析卡

用户自检分析卡		
① 检查 ② 试玩 ③ 发布 ④推广 ⑤兑奖	首次关注：	首次关注是否开启关注时回复 首次关注是否有活动同关引导性的内容, E蚀n文本,游眺图文点击即可进入游戏
	自定义菜单：	自定义菜单是否有互动类的游戏,做有吸引力的公众驱台 自定义菜单是否有过期的营销推广活油,应及时下掉
	互动游加	是否定期使用互动游蘇定期做活动 是否清楚f詞 7WW以更好的开展活动
		是否清楚活动中奖模式（ 匕濒先到先得模式，述是抽奖模式等）以避免造成粉丝斷
		是否兑奖过程上嫩顺利，是否在公众率台公布中奖名单 活动
	活动推广：	开始前是否做过内容测试 是否有发动的员工*边朋友转发游戏到微信群 是否有很勞徵4甜群可以在f活动时派上用场
		公众号基础粉丝数量
		是否有门店，可以做门店推广 是否会做一些付费的推广

04 活动有什么推广途径?

活动的推广途径与注意要点

4.1 推广渠道大全

4.2 推广注意要点

4.1推广渠道大全

微信平台

- ① 公众号发布
- ② 合作方助推
- ③ 员工转发社群、好友

自有渠道

线上：

- ① 官方微博、门户网站、APP
- ② 论坛、贴吧、QQ社区、自媒体平台

线下：

- ① 门店二维码、传单、海报、展架
- ② 产品包装、购物袋印刷二维码
- ③ 员工主动宣传、指引

付费渠道

- ① 微博推广
- ② 社群投放
- ③ 媒体广告
- ④ 大V、网红推荐

4.2推广注意要点

- ① 精准定位■人群
- ② 精准投放■推广
- ③ 精准路径-转化



问：我把游戏发布出去了，为什么没人来玩？

答：活动离不开推广，平台也是一种推广资源，在已有的粉丝基础上做活动，激励旧粉丝带来新粉丝

THE END

“ 微信用户已达1 0亿，这里每天都在诞生机会 ”