

# 红包墙活动覆盖人群有限

产品名称	红包墙活动覆盖人群有限
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址）
联系电话	13386531520

## 产品详情

策划活动前：老板想到了一个活动，指定消费菜品打8折，下单满99元送两味小菜。为了增加广告效果，老板准备采用常用的推广方式广告单页：1000元两个人工发广告两天：800元请当地知名美食节目电视广告推广：5000元活动诊断：1、无活动目的，无缘无故的活动，消费者并不会买单2、活动利益点不突出，毫无新意，客户买不买无所谓3、活动覆盖人群有限，提高销售有限4、广告投放成本高，无法监测广告，效果有限5、无后端盈利模式、无整合资源策划活动后：活动主题：小店三周年，29.9元抢98元两人份小龙虾一份+2瓶啤酒+两味小菜活动介绍

为回馈支持3年的新老客户，推出29.9元抢168元双人份小龙虾一份（2斤小龙虾）+两味小菜+2瓶啤酒。1、分享活动海报到朋友圈，成交还有30%佣金，排名前10还有超值礼品2、老板微0信，邀请进群，再送饮料2瓶3等等活动分析：1、讲明白活动原因，是回馈客户，给出让利2、原计划投入6800元广告投入

转变思维只投入3000，每单亏10-15元，实际能带来客户200+，客户实际消费有70%会加点菜品，又能拉回亏损，做到了盈利，当天广告效果，至少做到了40000+朋友圈展现，持续加好友700人。降维打击让对手不知所措3、线上活动，突破地域限制.....营销亮点：1、超大优惠，相比周边几家店铺，这一价格简直秒0杀，无法抗拒2、超级单品，29.9元抢168元，客户感受到真实便宜，截流同行3、加老板微0信，拉进客户群，不仅能持续推广，做活动，还能外卖派送，销售源头食材，甚至还可以卖知识，教客户如何在家做美食.玩法总结及延展

1、在客户消费的餐桌上印制教客户把美食拍好看的小广告，告诉客户如何进行拍照/拍视频，发朋友圈抖音，让客户主动留下在店的醉美的美食照片或视频，并在群里可参与评选，点赞醉多前三名免费送套餐。2、加微0信的客户，可通过向老板个人微0信，提前预约、外送3、发展客户成合伙人，共同出资，发展直营分店.这只是这套玩法的冰山一角，会员模式的设计、后端产品盈利模式打造，合伙人分店，只要有客流，玩法通通都能跑一遍，而这套玩法本质就是解决客源问题，以后讲讲拓客活动后端盈利模式的具体玩法。在低成本运作的情况下，做到高0效、有效