

# 如何做好线上活动策划及执行的思路与框架，发展团队的案例分享

产品名称	如何做好线上活动策划及执行的思路与框架，发展团队的案例分享
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

## 产品详情

活动目的：主要是两个方面，要么提升品牌知名度为主，要么提高销售为主。活动目的要结合产品现状，做拉新？做促活？还是要做品牌曝光？

### 1、活动创意的策划

首先策划时间节点把控很重要，主要在节假日、产品销售的旺季、定期的优惠活动、还有应对竞争对手的活动等等。

一个创意的产生，可以是一个人灵感的闪现，项目团队可以先通过会议商讨，利用思维导图来进行头脑风暴，讨论项目的大概流程。

创意的提案，主要确定两点：一是创意主题，二是活动的基本内容及时间点。提案通过后，开始进入活动执行全案阶段。

### 2、活动执行全案

活动执行全案，通常由活动策划人员来完成，主要包括以下部分，但不限于此：

活动目的：

主要是两个方面，要么提升品牌知名度为主，要么提高销售为主。活动目的要结合产品现状，做拉新？做促活？还是要做品牌曝光？

活动的目标：

根据活动的目的，需要制定活动目标，活动目标怎么定呢？可以从过往同类活动的数据来确定。活动目标要有理有据。

活动的目标用户：

目标用户是谁，他们有什么样的需求、有怎样的特征，包括年龄、职业等。

活动时间：

一个活动周期通常1周~4周。时间太长易使用户疲劳，尤其对于微博等快速传播媒体。

活动计划：

制作计划很简单，但是计划跟踪却不容易。使用思维导图来做计划，可以直观的看到有哪些任务，并且执行中可以对项目进度进行跟踪，了解项目的执行情况。

活动推广方案：

可以是专门的推广人员来完成，也可以是策划与推广人员共同协商完成。

活动内容细则：

用1-2句话将活动简单描述，语言描述要求准确、到位，切忌含糊。活动截止时间，奖品设置，如何发放等等。

活动预算方案及效果预估：

主要涉及推广费用、礼品费用等，可在预算范围内来做，或者可以做2-3套预算。根据各推广渠道，来预估一个相对保守的活动效果。

活动执行时间安排：

确认活动制作、推广等各环节的负责人及完成时间点。

风险及应对措施：

对可能存在的风险进行预估，准备应对措施。活动过程中各类人员如何参与到活动中来，是否符合条件、符合哪些条件，不同条件下，对用户行为有怎样的判断，还包括客服、意外情况的处理及反馈机制等。

活动上线后，策划人员还需要及时跟进活动的效果。数据人员要及时反馈数据，推广人员也要根据数据的反馈及时进行推广的调整。

促销发展团队的模式：

模式4个奖励：

礼包499，成本30%，直推奖励100，见点奖200，平级奖10%

模式两个身份：代理（购买499礼包成为代理），老板（成为代理后直推两人成为老板）。

直推奖励：推荐下线可以获得100。

见点奖：代理发展第三条线可获得见点奖（成为老板后，后续推荐每个人都可以获得见点奖）

平级奖：老板身份下，发展的下线成为老板可以获得平级奖，获取佣金的10%。

帮扶基金：冻结20%消费者获得的佣金，帮助下线推荐10单后可获得冻结的佣金。

举例说明：

如图所示，A推荐了B,C。获得推荐奖励100+100，同时晋升成为老板。

当A成为老板后，B,C将留在A的上级帮助上级发展团队，而A成为老板后，跳出机制，重新发展下线。假设A的上级为平台，继续发展下线D,E。

A的1,2号线是B,C。A成为老板后跳出团队，继续发展下线，D是A的三号线，E是A的四号线，因此A可以获得D,E的见点奖200，还有直推奖100，以此类推，后续A继续推荐别人购买产品，都可以获得见点奖+直推奖。

什么是平级奖？当A是老板身份时，B跟C，或者是D跟E，也成为老板的时候，A就可以获得平级奖。成为老板的条件是推荐两个人购买产品，所以这里可以算出假设B要成为老板，B的佣金收入是100+100（两个直推奖），因此平级奖励  $(100+100) * 10\%$

最后跟大家说一下这个帮扶基金，其实帮扶基金也可以算是一种惩罚机制，假设A推荐B跟C，那么如果B跟C是个僵尸号（不活跃的号，例如小号，别人的号借过来凑数的），那么A跳出机制时，留给上级发展的团队就会没有了裂变效果。因此在获得佣金的时候，就需要冻结20%资金作为帮扶基金，待团队发展到一定数量的时候，才能全部解锁。

模式简单介绍到这里，从模式中，各位读者不难发现。其实与消费者产生关系。可以从给产品赋能这个方面去入手，留下让消费者对企业忠诚度。除去产品本身的属性，小编相信没什么手段比让消费者产生收益更具吸引力。引流也好，裂变也罢，不外乎遵从“省钱”“免费”“赚钱”这几个方面去思考。利他思维更是会比赚产品差价要走的路容易走得更多。