

二维码营销软件系统 扫码参加活动玩法

产品名称	二维码营销软件系统 扫码参加活动玩法
公司名称	广州恒川信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区东圃
联系电话	18502025285

产品详情

二维码营销系统，二维码营销软件，二维码扫码抽奖活动系统，二维码扫码营销系统，二维码营销抽奖系统软件

关于品牌通过采用微信扫码抽奖系统，实现类似1元换购促销玩法的不断升级更新，其营销效果受到越来越多品牌商家的认可。我们之前也分享了针对微信扫商品二维码实现的红包抽奖玩法，这期我们重点分享下这个玩法迭代升级有哪些变化，变化中又有哪些底层不便的营销逻辑。

一、微信扫码抽奖活动玩法

1、创新形式，增加品类

在2021年年度扫二维码抽奖活动中品牌新增了1元换购玩法，增设二等奖，消费者购买扫码即有机会获得二等奖，用1元人民币换购价值150元的无氧焊枪一把。这是品牌第一次将1元换购玩法叠加到扫码抽奖中，2022年将1元换购兑换的礼品换成了工具包，2023年品牌新增4款产品用于1元换购。

品牌对1元换购玩法的不断升级，意味着对新玩法的使用逐渐炉火纯青。1元换购的出现，一是增加了奖品池中的奖品，消费者的中奖概率提升，享受的奖品福利更多，同时换购的是品牌自己的产品，对于品牌来说费用更低。二是加大对消费者的吸引力度，这些产品的功能相关，属于互补品，是消费者（主要是空调维修人员）在工作过程中必不可少的工具。

1元换购能加大消费者对于该品其他产品的认知度，对于不熟悉某个产品的消费者来说，这给了他们一次试用的机会，如果使用满意，就容易产生购买行为，促使消费者在同个品牌不同产品间流通。

2、拉高Z低中奖金额

今年起，某品牌微信扫二维码抽奖活动玩法中，将三等奖现金红包从Z低1.88元提升至2.88元，消费者收益金额更大，品牌让利更多。一般来说，Z低奖项抽中的概率Z高，提升Z低的奖金金额，可以让大部分消费者享受到实惠，对于这些消费者来说，品牌让利更明显，吸引力增强。

二、微信扫二维码玩法不断升级

1、活动时间固定

某品牌6年的扫二维码促销活动时间范围大致相同，几乎都在5月-8月，这个时间段正是产品的销售旺季。因为产品特性，夏季是绝对的旺季，品牌每年都坚持在旺季做促销，想要发挥出旺季优势，扫码促销叠加需求火爆，两把火让动销“烧得更旺”。

促销时间固定也培养了消费者的扫码惯性，使扫码抽奖成为品牌符号，消费者养成购买必扫码的习惯，品牌可以收集到更多消费者的数据，成为品牌资产，也可以指导后续市场推广策略。

2、主要奖品类似

某品牌自2018年开展首次“某品牌微信扫二维码抽奖活动”以来，奖品设置一般都包括108.8元、138.8元、168.8元等大额红包，以及电视、冰箱等实物大奖。不论是家电还是现金都是实用性很强的奖品，有这些奖品“坐镇”，不怕没有消费者扫码。

连续几年的抽奖活动能让消费者逐渐相信活动的真实性，真实的大奖是证明活动真实的佐证之一。真实的产品、真实的活动，让消费者品牌产生信任，提高了好感度。

三、微信扫码抽奖活动玩法

某品牌连续多年开展扫二维码抽奖活动玩法，常态化的扫码为品牌搭建了用户流量池，品牌后续决策有了数据支持，决策更科学、合理。

品牌只有将扫码促销当作长期的战略目标，才能使每项数据都发挥出作用，才能找出数据变动的根本原因，才能顺势而为，乘势而上。