

项目三 设计互动营销方案

假设你是某服装品牌的运营人员，现公司要求你设计一个互动营销的方案，促进现有服装的销售，为新品服装上市做好准备。

实训要求

- (1) 要求同时具有线上互动和线下互动两种模式。
- (2) 要求具有较强的可实施性。

实训步骤

- 1、线下互动部分。为促进服装的销售，可以利用AI+AR技术，放置互动机，吸引用户的注意力，通过在官方微博公布活动规则及奖品，吸引更多用户参与进来。例如，将互动机游戏设置为服装搭配，用户搭配完成后上传照片，可展示在互动机首页，让其他用户进行评分和点赞，活动结束后，评分与点赞综合第一的用户将获得下季度新品。
- 2、线上互动部分。通过在微博发起互动活动，设置可观的奖励，吸引微博粉丝参与并进行转发，进一步吸引更多用户参与进来。例如，关注、转发和评论进行抽奖，或晒买家秀并@官方微博，在7天内，点赞数排名前三的用户获得奖品。
- 3、结合线上与线下开展互动活动。在线下设置条件，用户完成后，拍下照片或视频，上传到微博等新媒体平台，并@官方号，赢得大奖。例如，在每一家线下门店藏12个碎片，要求用户在半小时内，集齐碎片并完成拼图，且要求拍下开始时间、找到每一块碎片的时间和拼图完成的时间，上传并@官方微博，活动结束后，按用时长短排序，用时短的前10名，分别给予奖励，除此之外，还应规定每位用户仅能在一家门店参与一次活动，且参与次数不能超过3次。

发布借势营销微博

假设你是某家电企业的营销人员，现正值“双十一购物狂欢节”前夕，公司要求你发布一系列借势营销的微博，为天猫旗舰店的活动造势。

实训要求

- (1) 借势节日，宣传企业双十一购物狂欢节的活动。
- (2) 借势双十一购物狂欢节发生的热点，吸引用户注意力。

实训步骤

- 1、借势节日部分。本例中，处于双十一购物狂欢节前夕，该节日以优惠、活动等为特色，且属于全民狂欢，因此，在发布营销信息时，应注重使用“双十一”“购物”“优惠”等词，可以将营销信息分为几个部分接连发送，也可以整合成完整的内容一次性发送。
- 2、借势热点部分。搜集近期发生的、引起用户广泛关注的热点事件，结合品牌特点，发布借势营销内容。例如，借用双十一当天某品牌爽约知名主播的热点，发布微博“我们的鸽笼已紧闭，您大可放心”。