

互动营销的方案

互动营销的方式有很多，彼此能够根据文字、对话、活动等形式多样来建立联系，开展沟通交流。伴随着互联网技术的普及运用，这类推广方式焕发出了令人震惊的活力，由于互联网的便捷性与大规模散播可以使各种各样方式的互动交流变成可能，而**线下推广**的互动类型也因而拥有更大的针对性和创新空间。

首先是**互动性**。互动性是这类推广方式较大的特点，由于这类营销方式关键注重的便是店家与客户中间的互动交流。一场活动营销刚开始以前，首先要有店家对于活动的主题来对客户开展正确引导，让客户参加进去，这就是更为普遍的互动交流。而天创时尚运用 H5 网页页面进行“各位朋友，爱吧”的活动，便是吸引住客户前去参加互动交流的正确引导，在其中正确引导的要素是“向身边的人表达出来”这一广泛的情感需求。感情上的互动交流是最普遍的方式，由于这能够让消费者在互动交流中产生与企业的感情连接，这类连接能够合理地提升消费者的满意度。

其次是**吸引力**。互动营销必须让大家关心到活动的进行，吸引人的目光，才可以算得上是取得成功的营销推广，不然没有人关心，持续被冷淡，最后就只有没有下文。因此要想得到关心，就一定留意活动的艺术创意性和针对性。针对一般的消费者们而言，觉得趣味、对自身有效的事情通常可以吸引住目光，那么店家就应当在活动上花销思绪，让艺术创意和趣味性吸引大家的眼光，另外通过商品的总体目标消费群体的一些特点，来制订具备针对性的营销策划方案。

然后是社会舆论性。互动营销必须社会舆论，换句话说必须一个优良的用户评价来正确引导消费者的互动交流个人行为 and 消费者行为。有时用户或是消费者的意见反馈可以立即或是间接的对商品造成负面信息的点评，但如果有领头人毫无疑问这一商品，那么从而产生的反面危害将远远地超过用户的负面信息点评。因此，明星效应为品牌产生的好口碑是十分高效率而有效的，在互动营销中，也是十分具备确保和效率的助推。

此外，互动营销还常常随着着炒作和网络热点，有关注度才可以产生规模化的互动交流，才可以充分发挥出互动交流的实际效果。在互联网时代，这类推广方式早已变成了一种成本低、效率高、多种形式的营销方式，在互联网营销中，也称之为是更为普遍的营销方式之一了。

“酒香也怕巷子深”，这是古老的营销话题。网络，是个信息快速更迭的地方，而 x 团购网要想快速崛起，就必须做好信息的传递和更新，也就是宣传推广工作。为此，在充分研究当下网络推广方式的基础上，结合 x 团购网的定位、消费群体、商品种类等，我们特制定以下可行性推广方案。

一、推广目的

迅速提升网站的人气和美誉度，促使网站的浏览量和注册量，短期迅速增加会员人数以及销售量。同时，提高忠诚度以及对 x 团购网和商家的信任度。

二、对 x 团购网的分析 1、x 团购网的消费者

团购网的消费者主要为年龄为 18-40 岁的消费群体，其中，18-35 岁为网购人群的主体，25-30 岁人群占 33.8%，18-24 岁人群占 30.0%，31-35 岁人群占 26.9%。因为这类人群热衷于休闲消费、购物、美食、夜生活、聚餐、游玩、上网。收入稳定，消费能力比较强，女性是活跃人群，

“酒香也怕巷子深”，这是古老的营销话题。网络，是个信息快速更迭的地方，而 x 团购网要想快速崛起，就必须做好信息的传递和更新，也就是宣传推广工作。为此，在充分研究当下网络推广方式的基础上，结合 x 团购网的定位、消费群体、商品种类等，我们特制定以下可行性推广方案。

一、推广目的

迅速提升网站的人气和美誉度，促使网站的浏览量和注册量，短期迅速增加会员人数以及销售量。同时，提高忠诚度以及对 x 团购网和商家的信任度。

二、对 x 团购网的分析 1、x 团购网的消费者

团购网的消费者主要为年龄为 18-40 岁的消费群体，其中，18-35 岁为网购人群的主体，25-30 岁人群占 33.8%，18-24 岁人群占 30.0%，31-35 岁人群占 26.9%。因为这类人群热衷于休闲消费、购物、美食、夜生活、聚餐、游玩、上网。收入稳定，消费能力比较强，女性是活跃人群，

(3)具备有一定的市场知名度，或是品牌厂商新上市的某一新产品。

(4)必需迎合 18-35 岁年轻人口味的消费品或娱乐服务项目。

(5)是某特定消费群体、特定时间内非买不可，并属于消耗性质的商品(服务)。

(6)主要专注于本地化生活服务，涉及餐饮、娱乐、美容美发、住宿、购物等多个方面。