

七月活动指导方案

# 吸金必学活动文案课

长沙聚脉网络科技有限公司



# CONTENT



- 一、制定活动文案策略
- 二、学会文案七大黄金模块
- 三、7月活动攻略及爆款H5活动经验
- 四、写出诱人的活动文案，让人一看就想参加



## 制定活动文案策略

- (1) 明确写文案的目标
- (2) 如何认识自己的品牌 — 明确目标  
用户需求



## 1.1 明确写文案的目标



1. 拆分文案，明确每段文案的目的，

如：品牌曝光、新品推广、活动促销等



2. 针对每段文案的目的，分别撰写不同的文案



3. 把每一部分文案组合

### 拆分文案举例：

活动推文标题：吸引用户点进去

活动推文前段：抓住用户，让用户接着往下看

活动推文中后段：牵引用户达成转化



## 1.2 如何认识自己的品牌 — 明确目标用户需求



1.你的产品有什么特点？  
哪些人对这个特点有需求



2.你的目标用户是否能  
消费的起你的产品



3.你的渠道是否能覆盖  
到这些人



4.你的产品调性，是否和目  
标人群的价值感相符合



## 学会文案七大黄金模块



## 2. 学会文案七大黄金模块——亮眼标题

阅读标题的人数一般是阅读正文人数的5倍，也就是说，如果标题无法起作用，那么你就浪费了90%的广告费。

——奥美创始人，大卫·奥格威



## 2. 学会文案七大黄金模块



### 1. 亮眼标题

#### ● 5 种强力标题类型：

(1) 数字符号；如：XXX 中秋1000份xx福利免费送！日本小学生的书包，凭什么值5000元人民币一个？

(2) 追热点；如：复活漫威英雄，拿免费xx

(3) 对比法则，如：如何不花一分钱把活动浏览量做到10万+

(4) 好友对话，如：在25岁前看到了这篇最最靠谱的眼霜测评！

(5) 惊喜优惠，如：这个要698的ins包包，居然1元就能砍到！



## 2. 学会文案七大黄金模块



### 2. 一句话亮点

#### ★ 要点：简洁有力、包含悬念

1. 一句提问：引思考（说出用户的“名字”，用户群，特征；说出他们迫切想要解决的问题）

如：面试机会少，简历没人看？

2. 一个故事：引好奇（卖点型故事、情怀鸡汤型故事）

3. 一段对话：强带入（对话在两个/多个目标用户中展开；对话信息最好包含冲突、悬念）

## 2. 学会文案七大黄金模块——精彩开头

一夜之间，北京的井盖全消失了。消失了，什么都没有了，那些与井盖相关的记忆全失去了，没有人再感怀失去井盖以后那吞噬人的咳人的洞口了。

今年我36岁，但我觉得我还是个小孩，有这个感受，源于我昨晚和妈妈的一通电话

**思考：这两句开头有什么特点？**

## 2. 学会文案七大黄金模块——精彩开头

他们只在我的朋友圈神出鬼没，却在现实的世界中无影无踪。

我们曾经没手机，没电脑，没wifi，但那时的我们，过得比现在开心。

不小心说出的酒话，是藏在心里许久的真话。

**思考：这三句开头有什么特点？**

## 2. 学会文案七大黄金模块——精彩开头

解析刚刚的例子，分别有两个特点

01

### 引起好奇

吸引人，用数字、对比、悬念、傍名人、抱大腿让读者觉得有价值

02

### 引起共鸣

创造一种场景，引起读者共鸣

## 2. 学会文案七大黄金模块

虽然剁手一时爽  
但异乎常人的**贫穷**  
让木木得以冷静思考

能让消费者如此冲动  
必定有某些**营销套路**存在其中  
今天我们就扒一扒它们的惯用伎俩

营销

### 4.正文布局

(适当留白, 页边距, 关键词加粗等)

千古难题：**男女之间到底有没有纯粹的友情？**

原创：佳露 涂磊 4天前

男女之间有没有纯友谊？

回顾人类文明史，异性友谊其实是一个新生事物。

在历史的大部分阶段，由于性别角色的固化以及男女地位的不平等，并不存在诞生异性友谊的土壤。

只有到了近几十年，平等的男女友谊才成为一种可能。

而男女之间究竟有没有纯友谊，每个人意见都不同。

来看看大家都是怎么讨论的吧！

### 5.关键词- 塑造记忆点

关键词布局：

- 1) 标题和文案开头
- 2) 文案中间
- 3) 文案最后

## 2. 学会文案七大黄金模块

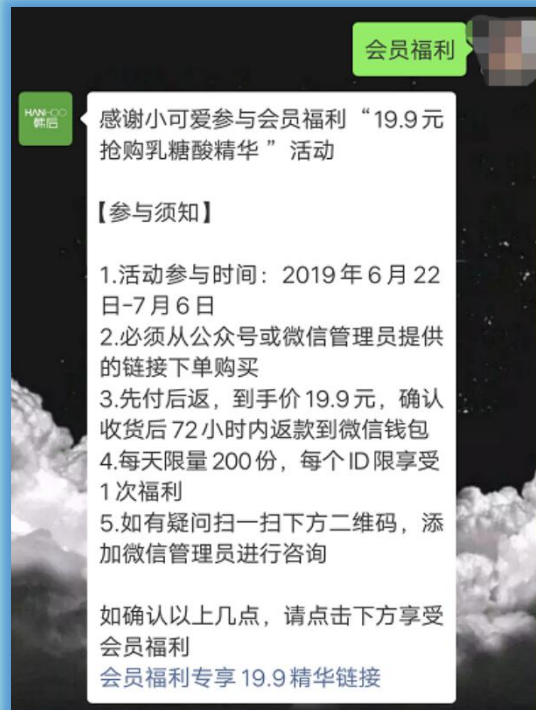
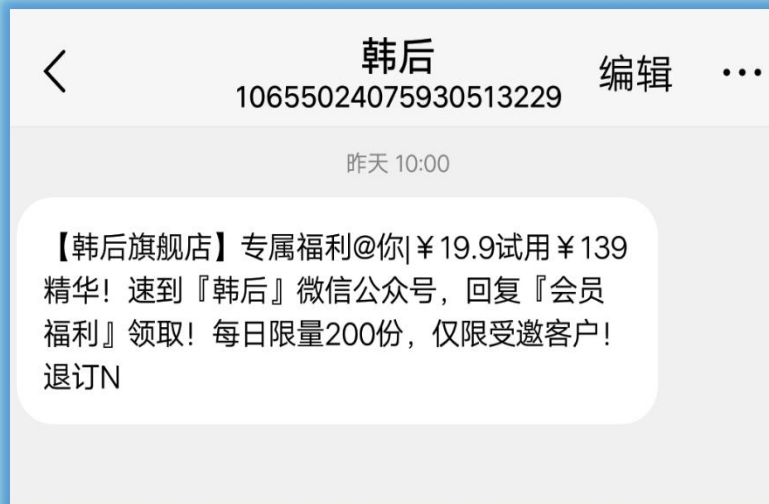
### 6. 结尾技巧 - 引导快速参加活动

**1. 价格锚点：** 现在市面上口碑不错的榨汁机，最起码都要五六百块（**率先抛出去的价格锚点**），贵的还要上千（**锚点**），但这款的价格真的非常亲民，**参与砍价，只需298元**。这个价格，就是在外边喝十几杯果汁的价格（还不一定是真果汁），却可以让你一年到头，天天喝自己鲜榨的果汁，口味也可以随意搭配！

**2. 限时限量：** 活动截止到x月x日，仅限3天，如果错过，可能要等到下次活动才能拿奖品，迫使他马上做出决定。

- 1、**限时**，如：特价680元，活动截止7月5日，7月6日起恢复原价至980元
- 2、**限量**，如：125盒特价产品派完为止，活动排名前80名的用户，额外赠送一份礼品
- 3、**限制地区**，如：本活动仅限xx地区享受

## 2. 学会文案七大黄金模块



## 7. 短信广告 - 促使用户参与活动



## 7月活动攻略及爆款H5活动经验

- (1) 7月热点及爆款H5活动案例
- (2) 教育、旅游行业营销活动建议





# 7月热点营销建议

## 7.01 | 建党节/香港回归

**宜：**举办答题活动，回顾历史时刻，酒店行业可凭党员证，可参与随机减免房费抽奖活动等

## 7.07 | 小暑

**宜：**介绍小暑节气的气候变化，吐槽消暑趣事；化妆、服装等行业借机推出新品，特色小暑菜品8折优惠，教育行业消暑福利

## 7.23 | 大暑

**宜：**游泳健身行业可举办办卡8折优惠，房地产行业可举办多种夏季活动，如西瓜节、烧烤啤酒节、冰淇淋DIY等



## 7.06 | 国际接吻日

**宜：**接吻投票活动，记录Kiss精彩瞬间，接吻30s，60s各可以获得不同折扣等

## 7.14 | 银色情人节

**宜：**情人节投票活动，带TA回家，父母买单活动、发起“我的父母与TA的第一次见面”话题等

# 建党节知识科普活动案例



## 知识科普

主办单位：中共定西市委组织部

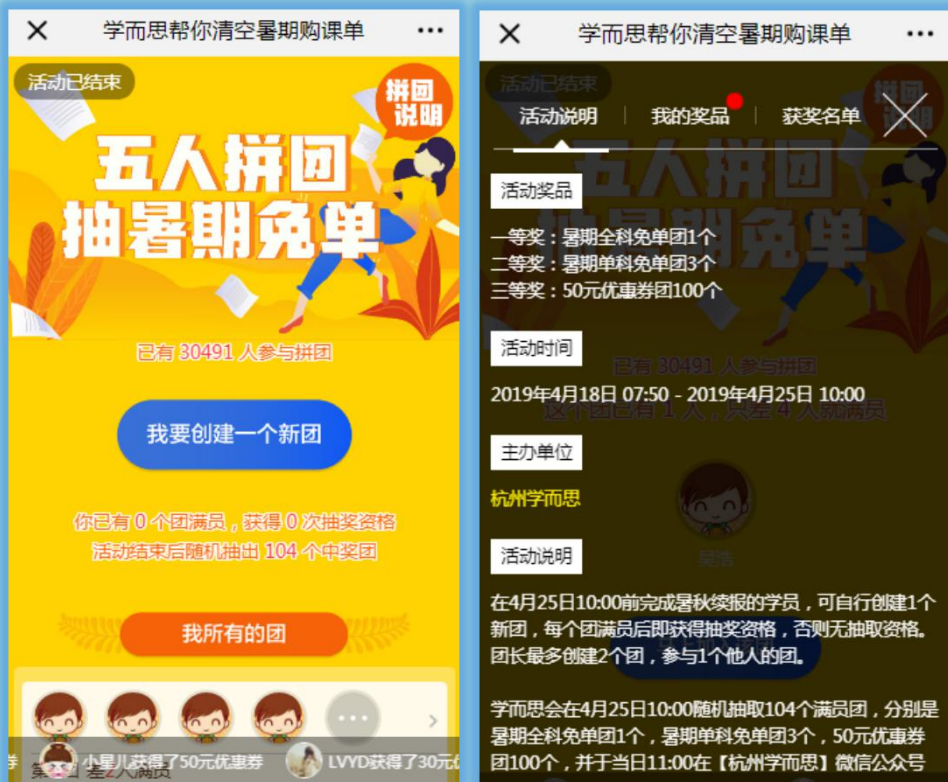
采用游戏：脑力大挑战（答题活动）

### 活动亮点：

1. 设置随机抽取10道题目进行问答，降低难题难度，答对6题即可抽奖
2. 百分百中奖，奖品全为红包，驱动用户自传播
3. 参与者需填写所在县区、姓名等个人信息即可进行活动，确保活动真实性

浏览人数：39112； 分享人数：1189

# 学而思拼团涨粉活动案例



## 涨粉、粉丝促活

主办单位：学而思

采用游戏：拼团抽豪礼

活动亮点：

1. 开启强制关注，达到涨粉目的
2. 奖品丰富，暑期全科免单团1个，暑期单科免单团3个，50元优惠券团100个
3. 设置“可参与地区”，仅浙江用户可参与，过滤无效参团粉丝，且团长最多创建2个团，参与1个他人的团
4. 分享形式为“海报分享”，宣传上更直观

浏览人数：52632；参与人数：30423；分享人数：4575

## 3.2 暑期旅游行业活动建议



**营销关键词：**毕业季，长假，家庭游

**促销活动：**

1. **毕业季：**制定专属的毕业季路线，采用投票游戏，学生上传毕业照参与，奖品设置为路线内免费酒店一晚。
2. **长假：**采用景点联合的营销方案，可进行抽奖活动，奖品制定为不同景点的免费门票。
3. **家庭游：**推出家庭旅游套餐，采用砍价，拼团游戏进行促销，抽奖游戏抽取免费儿童旅游套餐。

**引流活动：**

1. 报名成功的游客，自愿整理关于这次路线的攻略，发布在旅游社交网站，例如微博，马蜂窝等，可免费获得定制旅游装备一份。
2. 旅行途中晒照片在朋友圈签到，结束后可获得旅游精美纪念奖品

## 3.2 暑期教育行业活动建议



**营销关键词:** 暑假, 补习, 旺季精准获客  
**促销活动:**

1. 新旧学员促销: 老学员转介绍新学员, 立享精品课程优惠价; 新学员可赠送礼品、体验课程或者使用裂变优惠券, 增强新学员信任

2. 线上降价拍课程: 用礼品将线下课程家长引入社群, 使用降价拍开展活动, 促进社群转化

3. 课程砍价: 体验课程后进行课程砍价, 进行品牌传播以及分销, 再用社群达到紧迫感, 提高转化

**引流活动:**

1. 各类投票活动, 活动效果=奖品设置符合需求+根据传播话题定主题+刺激拉票分享, 可利用强制关注吸粉

2. 线上直播课程解析, 解析后进行游戏营销, 达到吸粉引流一起来, 做好留存和老客户的转介绍机制



## 写出诱人的活动文案，让人一看就想参加

- (1) 促销文案：学会抓住时机冲销量的6种方法
- (2) 产品推广文案赚钱法
- (3) 社交文案赚钱法



## 4.1 促销文案：学会抓住时机冲销量的6种方法



1. 拼团



2. 一元换购

## 4.1 促销文案：学会抓住时机冲销量的6种方法

互动免费版	互动白银版	互动铂金版	互动钻石版
免费	898元/年	1198元/年	1498元/年
免费开通	立即购买	立即购买	立即购买
	限时买二送一	限时买二送一	限时买二送一



限时限量，如：如：每次卖  
300/500套，甚至每次只卖3-5天

固定时间做活动，如：每月25号

如何寻找可搭售的合作伙伴：寻  
找和自己规模相当的卖家）  
加入商业合作群、培训会

3. 买x赠x

4. 搭售



## 4.1 促销文案：学会抓住时机冲销量的6种方法



5.分期付款



6.降价拍

## 4.1.1 提高优惠券兑换率的10种方法



说“买一送一”，  
而非“打5折”

凸显“免费”  
两字

说明优惠券会  
带来什么；在  
优惠券上再说  
明一遍

用一张小照片  
或绘制插图展  
示可用优惠券  
兑换的东西

使用粗体的  
优惠券边框

## 4.1.1提高优惠券兑换率的10种方法

6

设定一个严格  
(固定日期)或  
弹性(前1000名  
顾客…)的最后  
期限

7

提供勾选方  
框来鼓励人  
们参与

8

在顶端注明  
“超值优惠券”  
几个字

9

为备注事项留  
下足够的空间

10

用粗箭头指  
向优惠券

思考：什么样的文章，才能称之为产品推广文



阅读



转化



口碑

## 4.2 如何写好产品推广文案—— 案例

### 转租广州海珠昌岗主卧

- 1.交通便利，附近有地铁
- 2.公寓内年轻人多
- 3.公寓里有各种商店
- 4.同意转租后，和房东签约



### 转租广州海珠昌岗主卧

1. 走路五分钟到地铁站，公寓门口有公交站
2. 公寓90后居多，吃喝玩乐随时约
3. 公寓内有小型超市，下班就把菜买了
4. 直接和房东签约，免去中介困扰

## 4.2 如何写出产品的利益

告诉用户，你的产品对他有什么好处

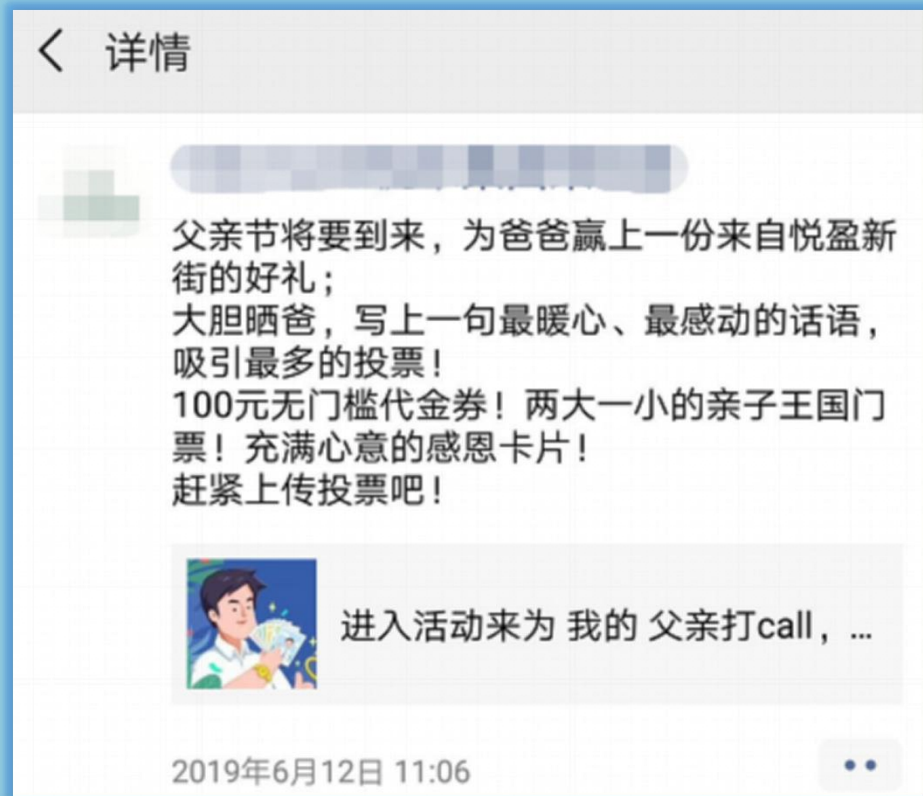
### fab卖点提炼法

- 1.写出产品特点：小米充电宝 20000毫安容量
- 2.写出产品优点：小米充电宝 20000毫安容量—— 充电续航能力更持久
- 3.写出产品利益：小米充电宝 20000毫安容量—— 充电续航能力更持久—— 玩游戏不怕没电

## 4.3 如何写好社交文案，让你的活动人人都想参加

节日型活动公式=

某节日+应景礼品+  
节庆促销+提醒参加（留言）



## 4.3 如何写好社交文案，让你的活动人人都想参加

产品体验型活动公式 =

产品体验+强有力的结论+  
第一个留言(活动链接),  
引导购买/参与



# 万支舒客牙膏免费送#

口腔护理能手舒客，采用植物配方，预防口腔病症，口气持久清新，你值得拥有😏

1

这周舒客福利大放送，你的牙齿由舒客来守护，参与下方抽奖活动，电动牙刷、口红免费和大额优惠券带回家，最低也可获得舒客牙膏一支哟🎉🎉🎉



2

1分钟前

3

小舒：扫码参与活动即可获得惊喜好礼，价值1999元电动牙刷！神仙水！YSL小方管口红！网红酵素牙膏！优惠券在有赞商城使用！





免费创建更666的互动游戏、  
获取新功能通知 及 游戏营销玩法



长沙聚脉网络科技有限公司  
[www.cswlyx.com](http://www.cswlyx.com)

聚脉微信公众号

