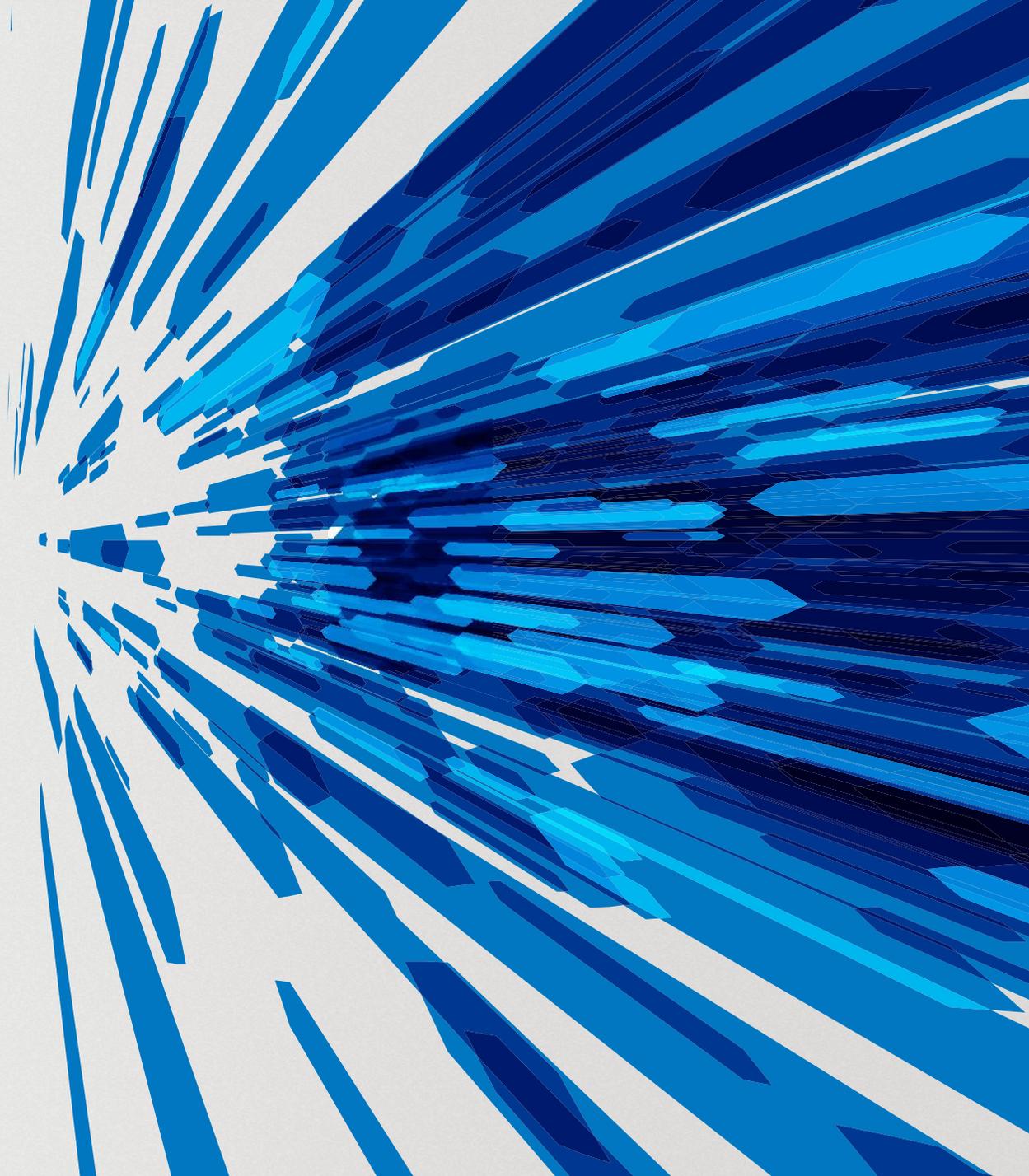


# 微盟运营 项目案例分享



# 宝燕乐园

# 一、项目背景



宝燕乐园为宝燕集团旗下的亲子游乐品牌，是一站式亲子游乐的知名连锁品牌。集娱乐项目、主题活动、舞台表演、益智手工等于一体，打造欢乐亲密的家庭互动式亲子成长空间。目前在上海拥有5家门店。

运营目的：通过官微的品质内容和人性化服务进一步维护和传播品牌形象，扩大目标人群中的影响力，引流到店消费。

**运营前粉丝量约1.42万，运营至今平台相对精准粉丝约7.9万，自5月商城上线，票务销量累积270万元**

## 二、营销案例之六一主题活动



宝燕乐园不仅是一个游乐场所，也是一个记录成长、见证快乐的亲子互动空间。

为了传达“宝燕乐园，开心之源”的理念，加强粉丝互动，进一步增强品牌形象，借助“六一”特殊节点，特别举办了宝燕乐园首届“萌宝微笑之星”大赛，鼓励更多来乐园游玩的家长分享出萌宝在乐园的微笑照片，传播快乐。

- 维持关注度除了靠品牌忠诚度，也需要适时推出阶段性的营销活动进行刺激和强化

### 三、活动执行



**活动对象：**

宝燕乐园公众号粉丝及潜在亲子家庭

**活动执行：**

**第一步：**活动主要以线上为宣传和传播入口，通过宝燕乐园公众号实现所有功能。双方前期就方案细节如

上线周期、活动奖品及进程控制等做及时沟通确认；

**第二步：**方案达成一致后由微盟方全权落实，把关好各个环节的开展，如海报设计、软文撰写、活动的配置测试和上线、后台数据的监控维护等，确保活动的有序进行和较好的用户互动体验。

**第三步：**除利用活动性质及奖品激发家长粉丝主动转发分享外，宝燕乐园及微盟员工基于自有资源也积极配合扩散（朋友圈/微信群/社群等），扩大传播影响力。

## 三、数据总结



### 活动数据：

该活动开展期间，报名参赛392人，投票参与人数19W+，总曝光22W+，公众号平台新增粉丝5.8W+，最终留存2.3W+，且相对精准，在家长圈中实现了品宣和吸粉的双重效果。

### 活动成功关键：

目标群体特性的把握+“投其所好”的奖品+简单易操作的活动形式+精准的传播渠道=可预见的营销效果

THANK YOU

