

Weimob 微盟

**微盟·
活动案例
分享**

海
上 梅
林



1

活动背景

- 食品行业
- 推广产品：梅林食品
- 产品定位：大众群体
- 推广定位：地区推广

活动目的：

吸引粉丝用户，用优质活动引发粉丝的高度关注。
 引领：肉、调味、蔬果、鱼四大类产品。
 加大品牌曝光，增加销售渠道，打造品牌宣传力度。



- Ø 门槛低，竞争大 Ø 渠道链条长，库存影响大
- Ø 营销成本高，毛利薄, 走量
- Ø 信息差价，层层加价

活动执行>>



通过营销活动互动游戏等形式，选择分享抽奖活动；

通过分享游戏可以额外获得一次抽奖机会的裂变机制，使该游戏可以通过朋友，朋友圈等渠道迅速扩散，从而达到吸粉和曝光的目的；

除实物奖品外，增加了现金红包和异业合作渠道奖品，丰富了奖品类型，进一步了激发用户的参与热情；

三效合一，推动了整场活动的超预期效果



通过留言转发赢取奖品的形式，引发粉丝广泛参与，形成互动性。利用微信朋友圈的社交传播和分享效应，实现品牌传播和商品销量的提升。

以低成本吸引粉丝参与，引发高度转发，提供商城活跃度和下单量，让粉丝熟悉商城操作模式，形成便捷有效的购物方式。

同时可设置发放奖品的数量，良好控制商家成本的同时打造商城口碑，为微信公众输出大品牌概念。在获得粉丝粘性的同时，也可以加深粉丝对于品牌的认知双向关系。

活动总结



上海梅林敲钟送锦鲤

已过期

开始日期: 2018-12-29 10:00:00 结束日期: 2019-01-05 00:00:05

查看人数: 2153 参与次数: 5251 分享人数: 792 发放奖品: 2119



下单

下单商品件数

53 65.63% ↑

下单人数

13 -27.78% ↓

下单单数

43 104.76% ↑

下单金额

2,628.30 354.25% ↑



支付

支付商品件数

25 -19.35% ↓

支付人数

9 -47.06% ↓

支付单数

15 -25% ↓

应收金额

1,084.70 147.87% ↑

实收金额: 1,084.70



维权

维权商品件数

4 -97.81% ↓

维权人数

1 -99.44% ↓

维权单数

4 -97.81% ↓

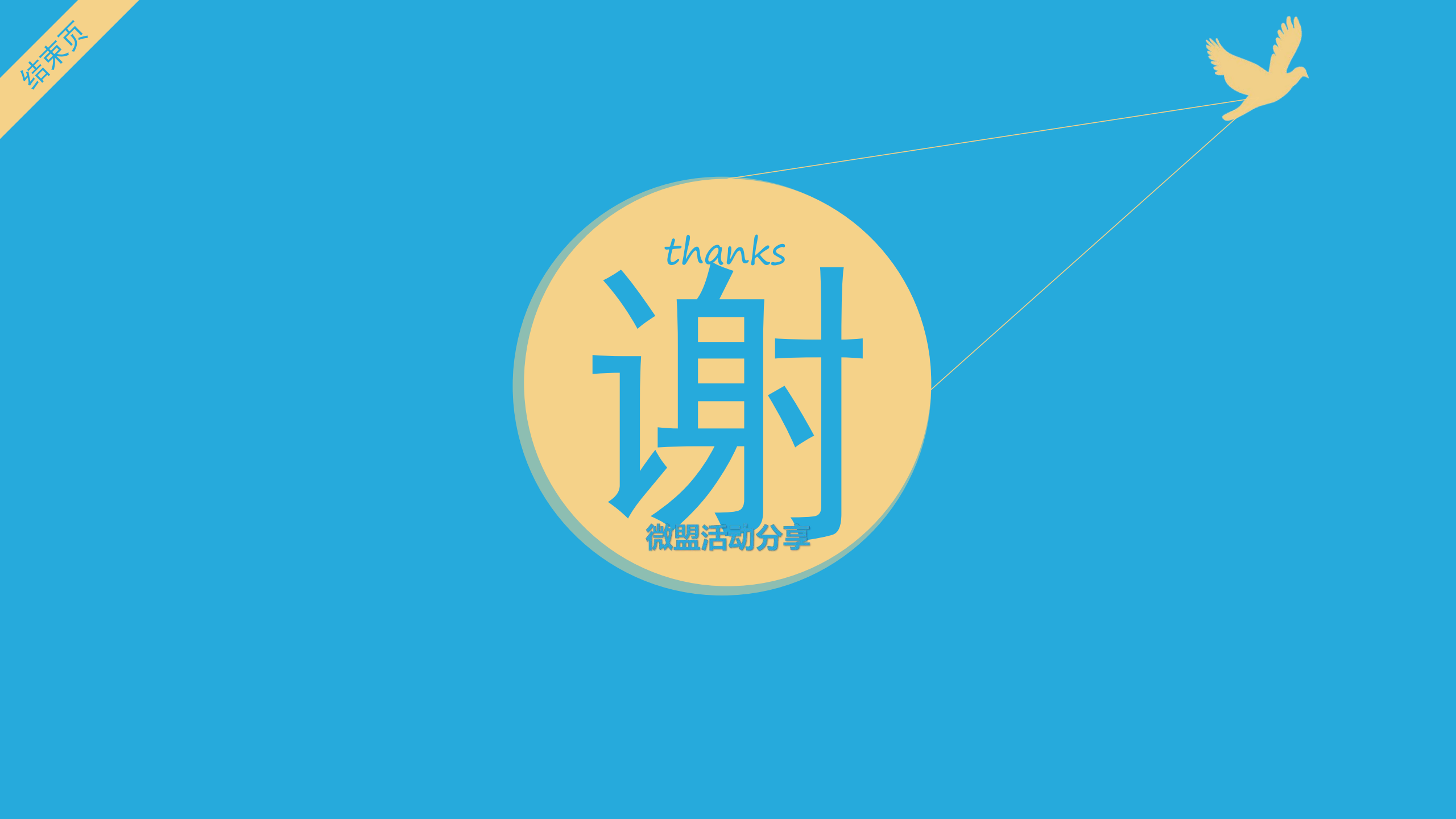
维权金额

233.80 1177.6% ↑

退货退款金额: 0.00

退款金额: 233.80

- 活动期间参与人数2153，参与次数5251人，分享人数792人。
- 商城下单53件，下单人数：13人，下单金额：2628.30元。
- 增长因素为：“活动营销+互动游戏+转发抽奖
- 以趣味性结合互动性引起粉丝高度参与，从而转化订单，说明效果显著。



thanks

谢

微盟活动分享