

《如何策划终端活动方案》

【课程介绍】

本课程主要针对商业项目的市场策划、推广企划人员，通过大量案例讲解如何策划一场高质量、话题性、强引流的终端活动，如何借助外部力量来实现低投入高回报的活动目标。

【课程收益】

- 1.终端活动方案策划的关键点
- 2.话题性的活动如何开展
- 3.如何通过高质量的活动吸引更多的顾客

【课程对象】 市场、策划、推广部的相关管理人员

【课程时长】 1天（6小时）

【培训方法】 讲解/分析/案例

一．新零售的发展趋势

- 1.零售业的时代变迁
- 2.新零售的核心
- 3.新零售的五要素
- 4.新人类的崛起

二．商业经营的本质

1. 商业经营的本质
2. 寻找客户的需求

三 . 活动策划的目的和对象

1. 聚焦目标顾客

1) 客群分析

2) 描绘客群图谱

洞察项目的 USP

和品牌间的强强联手

PR&SP 的组合拳

四 . 活动策划四步曲

Step1 : 创意为王

案例 1 : 耐力的极限挑战 (20 万人次的全城涌动)

Step2 : 炒作主题

案例 2 : 关于床的真人秀 (人性的挑战话题争论)

Step3 : 设计顾客体验

案例 3 : 角色扮演的诱惑 (三年连续性的客户关注)

Step4 : 促销多种组合

案例 4 : 疯狂 3 小时 (从 3 小时到 30 小时的促销组合)

五 . 线上线下的活动转化

1. 线上活动的短板

2. 线下活动的优势

3. 从线上到线下

案例 5 : 夺宝奇兵 (线上线下互动体验)

六．寻找适合的合作商

1.把资源变现

案例 6：可以赚钱的比赛（全程零费用）

- ✓ 让机会从外部涌入
 - 寻找关联点
 - 匹配目标客户
 - 匹配品牌需求

七．活动的执行和评估

1.细节决定成败

2.精确到小时的执行表

3.多维度效果评估

4.失败的经验更值得分享