

# 活动爆破系统

## ——《如何策划人气爆棚的活动》

### 【课程背景】

活动对于商家来说是必不可少的环节。活动能够促进销量、回收资金、提升企业知名度和影响力的重要手段。

- 各种活动层出不穷，如何策划一场好的活动？
- 活动效果越来越差，如何能够让活动有吸引力？
- 如何避免活动无人问津，变成自娱自乐？
- 如何吸引更多潜在顾客来参加活动，实现活动现场人气爆棚？
- 如何才能让参加活动的顾客不止是看热闹还能大量成交？
- 如何让活动具有传播力和影响力成为大家津津乐道的焦点？
- 如何实现活动既收人又收钱？

活动营销爆破课程从蓄客系统、收钱系统、造场系统三个方面都有详细的方法、策略以及可实操的工具。突破空洞的理论、无法落地的窘境。注重自我对照、反思和制定可实施改进措施，形成自有独特的活动爆破营销模式。



### 【课程收益】

- 掌握如何进行活动造势
- 学会制造活动亮点抓住消费者注意力
- 学会打造传播效应的活动策划方法
- 掌握如何让活动现场人山人海的方法
- 掌握活动现金收割策略
- 学会活动造场技巧

【课程对象】老板、CEO、营销部门负责人、各部门高级经理、总监、店长、营销骨干。（本课

程涉及到营销策略及营销流程的优化，须有决策权的领导者参与)

---

**【课程时间】** 2天 (6小时/天)

---

**【课程特色】**

采用学员分组模式。实战型职业培训讲师，于风趣幽默，用通俗的语言传递实用方法，可让不同文化层次的学员轻松理解。方法、策略实操性强，善于在导入方法的基础上挖掘参与者智慧，最终将方法与企业实际结合，得出可直接落地生根的操作策略或方案。

---

**【课程大纲】**

**第一章 蓄客系统--如何吸引大量客户参加活动？**

**第一节 造势模块**

- 1、造势的目的
- 2、主题
  - 1) 出发点的4大类型
  - 2) 互动的形势
  - 3) 活动名称2大模式
- 3、阵势
  - 1) 消费者对于活动阵势感知4个方面
  - 2) 助威阵容
  - 3) 人数阵容
  - 4) 宣传阵容
  - 5) 回馈阵容
- 4、亮点元素打造的4大角度
- 5、宣传的时长+频率

**第二节 蓄客模块**

- 1、蓄客的前奏
- 2、蓄客的6大模式
  - 1) 代金券销售的4种模式
  - 2) 引流产品对接的2种模式
  - 3) 种子病毒扩散模式
  - 4) 押金抵退模式
  - 5) 条件设限模式
  - 6) 利益回馈模式

**第三节 预热模块**

- 1、倾情提醒
- 2、活动加码
- 3、幸运追加
- 4、最后通告

**第二章 造场系统---如何让现场人气爆棚？**

### **第一节 物场模块**

- 1、主题颜色
- 2、装饰物品
- 3、惊爆招贴
- 4、互动道具
- 5、展示区域
- 6、音响舞台

### **第二节 人场模块**

- 1、顾客造场
- 2、托儿造场
- 3、促销员造场
- 4、主持报单员造场

### **第三节 人场模块**

- 1、预备资源
- 2、人力配置

## **第三章 收钱系统---如何吸引客户主动来到我们身边？**

### **第一节 价值感模块**

- 1、如何吸引顾客注意
- 2、如何描述价值点
- 3、打造强有力的卖点证明的6大方法

### **第二节 成交主张模块**

- 1、什么是成交主张
- 2、11个无法抗拒的成交主张让客户欲罢不能
- 3、成交主张操作注意事项

### **第三节 催化模块**

- 1、如何实现临门一脚让客户买单
- 2、加速客户行动的6把钥匙
  - 1) 身份感
  - 2) 稀缺性
  - 3) 紧迫感
  - 4) 从众心理打造
  - 5) 肯定性指令
  - 6) 催促加单
- 3、客户催化核心

## **第四章 落地实施**

经过三个章节的对照和反思，每人都完成了活动爆破的计划。方案的实施在组织后续配合和跟进下能更有效落地，实现品牌传播和业绩提升。

1. 引导互动：汇总整合行动计划
2. 组织配合实施的三种方式，实际操作案例

3. 互动探讨：组织措施配合；
4. 行动计划制定