

《商场游戏厅如何在在抖音上快速有效营销获客》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

随着互联网的飞速发展，新媒体平台成为了商业营销的重要阵地，抖音更是其中的佼佼者。商场游戏厅作为线下娱乐场所，面临着诸多行业挑战和困难。

首先，商场游戏厅行业竞争激烈。在众多商场中，往往有多家游戏厅并存，消费者的选择众多。同时，传统的宣传方式如发传单等效果日益下降，难以有效吸引新客户。而且，消费者的娱乐需求日益多样化，游戏厅需要不断创新和改进来满足顾客需求。

另一方面，运营成本不断上升，包括场地租金、设备更新维护等。这就要求游戏厅必须拓展新的获客渠道，提高收入以维持运营和发展。

然而，一些在抖音上营销做得好的游戏厅品牌则获得了显著收益。他们通过精彩的短视频展示独特的游戏设备、有趣的游戏玩法以及热闹的游戏氛围，吸引了大量粉丝关注。这些粉丝不仅会到店体验，还会通过分享等方式进一步扩大品牌影响力。例如，有的游戏厅通过抖音推出优惠活动，吸引了众多消费者前来，客流量大幅增加，收入也显著提升。同时，良好的抖音营销还能提升品牌形象，使游戏厅在消费者心中树立起时尚、有趣的形象。鉴于此，开展本次关于商场游戏厅如何在抖音上快速有效营销获客的培训就显得尤为重要，旨在帮助游戏厅经营者掌握抖音营销技巧，提升竞争力，实现业务增长。

【课程收益】

- 1、掌握与学会抖音平台运营基础，学会解读抖音算法与流量池的原理，了解如何获取更多流量。
- 2、掌握目标用户分析与定位的方法，能够更精准地找到潜在客户。
- 3、掌握5种内容创意策划的思路，学会如何制作吸引用户的短视频。
- 4、掌握新媒体时代下营销变革的特点和趋势。
- 5、了解团队成员不同角色的职责划分情况。
- 6、识别有效的线下门店装修与布置特点，以吸引抖音用户到店。
- 7、列出抖音营销策略制定的关键步骤和要点。
- 8、建立线上线下互动营销的有效方案，促进门店业务增长。
- 9、发现自身商场游戏厅在抖音营销中的优势与不足，并找到改进方向。

【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话

【课程对象】

董事长、总裁、总经理、企业新媒体运营负责人

【课程时间】

2天（6小时/天）

【课程大纲】

第一天：

一、课程引言与背景分析（1小时）

1. 新媒体时代下的营销变革
2. 抖音平台对商场游戏厅的营销价值

案例一：大玩家超乐场，通过抖音展示店内各种新颖的游戏设备和热闹的游戏氛围，吸引了大量本地及周边的玩家到店体验。

案例二：风云再起游乐汇，在抖音上发布游戏高手的精彩操作视频，吸引了众多游戏爱好者关注，提升了品牌知名度。

案例三：反斗乐园，利用抖音进行线上优惠活动推广，如团购游戏币套餐等，增加了顾客到店率。

3. 2023-2024 年商场游戏厅的产值预测与趋势分析

案例一：根据相关市场研究机构预测，随着消费升级和人们对娱乐需求的增加，像大玩家超乐场这样的综合性游戏厅产值有望持续增长，特别是在二三线城市的拓展空间较大。

案例二：预计到 2024 年，风云再起游乐汇所在的动漫主题游戏厅细分市场将进一步扩大，因为动漫文化的影响力不断增强，吸引更多年轻消费者。

案例三：反斗乐园这种注重亲子娱乐的游戏厅，随着家庭对亲子互动重视程度的提高，产值也将呈现上升趋势，预计未来会有更多针对亲子的特色项目和营销活动推出。

二、抖音平台运营基础 (1 小时)

1. 抖音账号注册与设置

2. 内容创作基础：短视频拍摄与编辑

3. 抖音算法与流量池解析

案例一：星耀游戏厅，了解抖音的推荐算法后，注重视频的完播率，通过制作短小精悍、开头精彩的视频，提高用户的观看时长，从而获得更多的流量推荐。

案例二：魅力游戏世界，根据抖音的流量池规则，不断优化视频质量和互动数据，从初始的小流量池逐步进入更大的流量池，增加了视频的曝光度。

案例三：动感游戏城，分析抖音用户的喜好和活跃时间，在合适的时间段发布视频，提高视频进入更大流量池的概率。

三、头部品牌案例分析 (2 小时)

1. 行业头部品牌介绍与业绩数据概览

案例一：大玩家超乐场，作为行业知名品牌，在全国拥有众多门店，2023 年上半年营收达到 X 亿元，同比增长 X%，其在抖音上的粉丝量超过 X 万。

案例二：风云再起游乐汇，以动漫游戏为特色，2023 年全年预计接待顾客 X 万人次，在抖音上的相关话题播放量超过 X 亿次。

案例三：反斗乐园，专注亲子娱乐，2023 年会员数量增长了 X%，其中通过抖音渠道吸引的新会员占比 X%，抖音营销对其业绩增长贡献显著。

2. 成功案例分享：如何运用抖音进行有效营销

3. 失败案例解析：常见错误与避免方法

四、抖音营销策略制定 (2 小时)

1. 目标用户分析与定位

2. 内容创意策划：如何制作吸引用户的短视频

3. 互动与转化：利用抖音功能提升用户参与度

案例一：嗨玩游戏世界利用抖音的直播功能，定期进行游戏直播，与观众互动，解答问题，同时推出直播专属优惠活动，如限时折扣游戏币等，直播期间的销售额增长了 X%。

案例二：魅力游戏广场通过抖音的评论区互动，及时回复用户的提问和建议，还设置了“最佳评论奖”，鼓励用户积极评论，评论区活跃度提高了 X%。

案例三：奇幻游戏天地使用抖音的私信功能，向关注用户发送个性化的优惠信息和活动邀请，用户到店转化率提高了 X%。

五、抖音后台数据分析与应用 (2 小时)

1. 数据指标解读：曝光量、点击率、转化率等

2. 如何利用数据进行策略调整

3. 实操演练：后台数据分析工具使用

六、课堂总结与互动答疑 (1 小时)

1. 当天课程内容回顾
2. 学员问题解答与讨论

第二天：

七、抖音广告投放与优化 (2 小时)

1. 抖音广告形式与投放策略

案例一：酷玩游戏世界采用抖音的开屏广告形式，在重大节日期间投放，广告画面设计精美，突出了店内的特色游戏项目和优惠活动，曝光量达到 X 万次。

案例二：乐玩游戏广场选择抖音的信息流广告，根据目标用户的兴趣标签进行精准投放，广告点击率达到 X%，吸引了大量潜在顾客。

案例三：梦幻游戏天地使用抖音的达人合作广告，与当地知名抖音达人合作，达人在视频中推荐游戏厅，广告转化率达到 X%。

2. 广告效果评估与优化方法
3. 实战演练：广告计划制定与投放

八、线下门店与线上营销联动 (2 小时)

1. 门店装修与布置：如何吸引抖音用户到店
2. 线下活动策划与执行
3. 线上线下互动营销案例分享

案例一：嗨玩游戏世界推出了“抖音线上集赞，线下兑换礼品”活动，用户在抖音上点赞、评论并分享游戏厅的视频，达到一定数量的赞后可到店兑换游戏币、小礼品等，活动参与度达到 X%，有效增加了用户到店率。

案例二：魅力游戏广场实行“抖音线上抽奖，线下体验”活动，用户在抖音上参与抽奖，中奖者可到店免费体验新的游戏项目，通过这种方式吸引了很多新用户到店，新用户转化率达到 X%。

案例三：奇幻游戏天地开展了“抖音打卡赢会员”活动，用户到店拍摄打卡视频并上传抖音，即可成为游戏厅会员，享受会员专属优惠，活动期间会员数量增长了 X%，同时提升了品牌在抖音上的曝光度。

九、新媒体团队建设与管理 (2 小时)

1. 团队角色与职责划分

案例一：乐动游戏中心的新媒体团队包括内容策划人员，负责短视频创意和脚本撰写；拍摄剪辑人员，负责视频的拍摄和后期制作；运营推广人员，负责抖音账号的运营和推广，各成员职责明确，协作高效。

案例二：活力游戏天地的新媒体团队设有数据分析人员，专门分析抖音后台数据，为营销策略调整提供依据；客服人员，负责回复抖音用户的咨询和评论，维护良好的用户关系；活动策划人员，负责策划线上线下活动，团队配合默契，推动了业务发展。

案例三：飞扬游戏乐园的新媒体团队有品牌推广人员，负责提升游戏厅在抖音上的品牌形象；技术支持人员，保障抖音直播等功能的正常运行；市场调研人员，了解抖音用户需求 and 市场动态，团队成员各司其职，共同促进了游戏厅的营销工作。

2. 培训与提升团队成员能力
3. 团队绩效考核与激励机制

十、实战案例分析与演练 (2 小时)

1. 学员分组，针对实际案例进行分析
2. 小组内部分工与协作

3. 方案展示与点评

十一、课程总结与未来展望 (1小时)

1. 两天课程内容回顾

2. 商场游戏厅在新媒体时代的未来趋势

3. 学员感言与心得分享