

秀域—美丽欢乐送 分享赚奖券

- ◆ 广告主：成都市秀域健康科技有限公司
- ◆ 所属行业：美容
- ◆ 执行时间：2016.5.18-5.31
- ◆ 参选类别：互动体验类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景&目标

- **整体营销背景**

- 对于美业服务连锁企业秀域来说，新春过后是一个相对的营销淡季且2016年秀域启动科技美容战略，用一系列高科技仪器来代替传统的手工服务，非旺季+业务转型使得获新客数量、老客的消费都遇到了极大的挑战，业务压力巨大。如何激发老客消费以及获取新客，是迫在眉睫需要解决的两座大山。

- **营销目标设定**

- 秀域的客户一旦进入门店，消费转化比例较高，每一个用户平均消费在5000+；为了达成新客的纳入，至少需要获得5000+的新客以及激活部分的老客消费

背景&目标

- **挑战与困境**

- 秀域社交自媒体官方微信有了部分的活跃老客户，可以实行老带新的机制开发，但是微信朋友圈颁布新的条例禁止分享诱导有奖转发的活动和链接，老带新的活动一旦利用H5在朋友圈分享传播，很快就会被封号；
- 单纯的为了促进老客消费降低价格或者给予大的消费折扣，对于秀域来说是一种损失——老客户本来就是要固定消费的，拿到了折扣相当于减少了消费额度；老客户之间为了快速完成任务拿到优惠会合理利用规则互相帮助达到快速的拿到折扣，无法完成拉新
- 新媒体时代内容就是渠道，但是热点内容此起彼伏的时代，如何找到用户变化的关注点



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察

1、女性晒文化

对于秀域目标主要客群——女性来说，秀晒炫已经成为他们生活的一部分，从晒娃、晒旅游、晒包包到A4腰、锁骨硬币等，对于追求美丽的秀域女性客户来说，任何一个展示自我状态的机会她们都都不愿错过



2、女性受身边意见领袖影响大

女性相比男性而言更加感性，更容易受到身边的意见领袖所影响，而对于秀域的客户来说他们身边的美丽专家就是秀域的员工和秀域IP——老板李晓宁



策略规划

抓心理

晒态度

X

借势晒文化利用网络流行语以及女性态度制作多版本互动海报



引围观

意见领袖

X

吸引社交朋友圈的流量，引爆熟人关系经济拉动新人参与



强互动

积分制

100%中奖+独一无二个人专属二维码积分制，带来专享优惠



策略实现——多重裂变式互动

大转盘抽奖



定制海报



IP分享朋友圈



还想要更多代金券?



赚积分吧!



100%中奖
人人有甜头

“晒”的是美丽宣言
“要”的是扫码赢钱

利用人脉的力量，
拼人品，赚积分

好友A扫码参与
助力100积分

好友B扫码参与
助力100积分

好友C扫码参与
助力100积分

好友D扫码参与
助力100积分

好友E扫码参与
助力100积分

积分累加



积分兑换



好友得奖券，自己
赢积分，双赢

积分当“钱花”，
最高可兑2000元



执行亮点——升级版老带新机制

微信社交媒体当中执行老带新机制需要注意亮点：

- 1、避免整站因为诱导分享被微信查封；
- 2、老带新需要避免同一个新用户重复帮助老用户扫描赢取积分

分享自带二维码图片作为传播物料，
用户在朋友圈传播的是营销图片



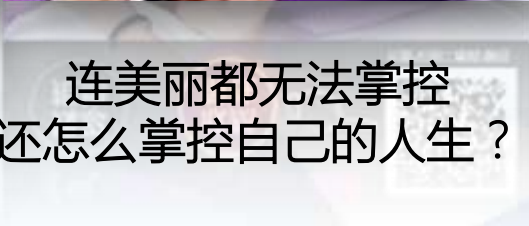
微信OPEN ID授权绑定确保首次参与
用户才能参与转盘助力好友加积分



执行亮点——多版本网络金句海报模板

比你年轻，我就是这么骄傲

不被时间老去
我要逆天行事



执行亮点——升级版老带新机制

关系好不好就看好友助力榜：
个人中心可以查看到好友是否为自己助力成功获得积分，帮助参与者去提醒身边好友来参与





中国移动 4G 上午9:18 92%

< 返回 秀域美丽欢乐送, 分享赚奖券... >

秀域

我的海报



赶紧秀出海报, 邀请好友扫码参与, 赚积分兑换代金券哦!

查看大图分享

重新生成海报

我的积分

当前积分:1900分
已兑积分:0分
还可积累积分:100分
积分上限:2000分

我要兑换

如何赚积分

好友加油榜

看看让友谊的小船变游轮

我的代金券

大转盘抽奖



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

媒介策略

IP引爆

- 借助秀域最大IP董事长李晓宁在秀域老客户中的号召力发起邀约

员工跟进

- 秀域近千家直营门店员工积极参与，覆盖老客户

社交红利传播

- 老客户积极参与，引起社交朋友圈参与，充分拉新

互动媒介执行

本次传播活动核心基于老带新机制，利用官方自媒体以及员工的社会化媒体资源进行传播

秀域官方微信号



秀域门店&员工



官方网站



创意执行流程

01

STEP1

微信授权100%中奖



02

STEP2

上传照片生成专属海报



03

STEP3

分享到朋友圈拉动好友参与



04

STEP4

个人中心积分兑换代金券



线下互动体验

1

Par

扫描门店海报



2

Par

抽奖上传照片
生成专属海报



3

Par

分享到朋友圈
拉动好友参与



4

Par

个人中心积分
兑换代金券





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

网站互动效果



积分兑换 : 42,504,700

积分总量 : 52,131,384

转盘 : 693,170 ; 晒照 : 180,434

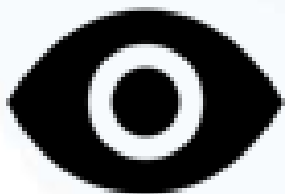
PV : 6,125,740 ; UV : 983,672

新客转化效果



总预算

¥228,000元



总参与量

693,170次



到店新客

7,898位



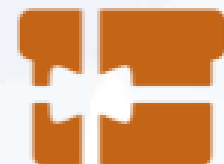
平均新客成本

¥29元



新老客代金券
销售额

¥20,231,984元



ROI

≈1:88

客户反馈

- 本次营销充分利用了社会化媒体传播的机制，同时合理的规避了腾讯封杀诱导分享的社交活动规则，公众号的OPEN ID接口利用老带新的机制带来的足够多的新客，同时也超额完成了销售业绩指标
- 本次活动让我们充分认识到移动社交时代每一个员工和忠实老客户的价值，在后续的传播中开始开启全员营销的两级传播，每一篇软文、每一次促销都会通过秀域近1000家门店的员工进行社会化媒体传播