# 最新元旦微信活动策划方案(三篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-06-27

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。元旦微信活动策划方案篇...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**元旦微信活动策划方案篇一**

平面广告宣传

结合咖啡的平面媒体合作商，根据广告版面大小设计不同风格的广告宣传图片，突出二维码优惠项目，结合这次要在微信上举办的抽奖活动广告的宣传语一定要有诱惑力。比如这期的报纸广告就可以这样设置(仅供参考，配合广告公司把广告的最大效益利用起来，让粉丝快速增长，如果版面很大，还可以写一些具体的抽奖内容和办法)

1、 关注，马上有惊喜，更有价值4999的iapd等着你!

2、 马上有礼，详情关注微信公众平台

3、 温暖新春送礼，大礼奖不停，活动期间更有价值 4999元的ipad，珍贵红酒，上万份现金抵用劵等着你哦!!

本地商圈qq群宣传。

虽然这种方法不新奇，用多了也会让人有点反感，但是要有这样一个理念。“我不是来打广告的，我是来给大家送礼的”在群里和大家多活跃气氛，适当的发点二维码图片和抽奖活动，大家对新奇的事物还是充满好奇心的。

线下活动宣传，在举办线下活动的时候千万别忘记了二维码。要有一种让二维码无处不在的理念，当然我说的二维码并不是冷冰冰的白底黑白的二维码，二维码要要新意的创意，要让人有扫描的冲动。人扫描二维码往往是两种心态，要么是被二维码上面的优惠内容或者是抽奖更或者是对二维码背后的公众号有需求，要么是出于好奇，或者是被二维码本身所吸引。如果我们的二维码兼备两者，那么还拍没有人扫描?

线下活动中，x展架，易拉宝，海报，都要醒目的张贴出二维码，而活动的主持人也需要多引导消费者进行二维码扫描。把线下活动和微信线上活动相结合，比如现场关注抽奖，或者是现场的营销抽奖。打个比方，在一次活动过程中，我们的主持人邀请大家扫描二维码，告诉大家一会儿会有惊喜，在大家扫描之后，主持人叫大家回复“大转盘”或者是“港湾送礼”等等字样，进行现场抽奖和奖品派发。

店内广告

店内的广告同样是很重要的，不同的位置贴设计不同的二维码，比如吧台，可以放一个支架来放置二维码图案。过道可以放一个二维码的指路牌等。店内的二维码不要千篇一律的重复，把二维码做成一种文化。

门口、菜单、吧台、名片、厕所、桌子、楼道、店面形象等。这些都是二维码的放置之处。

还有很多二维码宣传的手段，比如可以在人流量大的地方，去收二维码，叫路人扫描有些商家叫自己员工穿上卡通人物的装扮(米老鼠和唐老鸭)，去大街上和路人合影，以手机二维码。不过这需要耗费一定的人力资源，具体可以根据商家的实际情况来开展。二维码作为最主要的获取粉丝的接口，没有粉丝就谈不上微营销了。微信营销的实质是是对已有客户群体进行二次营销，正因为是已有的客户群体，所以在客户定位上就非常的精准了。

二、 活动策划

微信的抽奖活动要成为其主打亮点，人都是好奇的心理，如果能在微信上面进行一系列的体验式抽奖，那么客户自然会非常乐意接受。 目前我们的营销活动有三个：大转盘、刮刮卡、砸金蛋 这三个活动的本质都是一样的，只是表现形式不一样而已。

每个活动均可在后台设置每一个奖项的中奖概率，比如把一等奖中奖概率设置为0%，每一个活动的触发机制都可以是任何一个关键字。比如要触发大转盘活动，可以给大转盘活动绑定关键词“港湾送礼”等，这些都可以在开启活动的时候来设置关键词的。 建议三个活动换着进行，活动的频率在前期可能要高点，以后频率慢慢低点，前期主要是吸引消费者，积累人气。

第一期活动暂定为大转盘抽奖活动，大转盘在实际使用过程中是最受消费者青睐的。可以连续搞两期以上。

第一次活动的大奖可以定为ipad 或者 是类似的产品，要足够吸引眼球。 二等奖奖项也可以设置得偏高，中奖概论也可以设置为0% 四五等奖可以适当的偏少，五等奖可设置中奖概率为100% 具体的设置要根据港湾的具体情况来实行

三、 全员行动

负责人和店长做好全面协作工作。 收银员负责核对中奖名单。前台服务员除了做服务员工作外应该在客户上菜室、结账时提醒客户扫描二维码，并告知扫描二维码有优惠活动，还应该指导客户进行二维码关注和协助客户进行抽奖 港湾的所有员工都必须有自己的微信账号，并每天分享至少一次港湾微信公众账号的优质内容，可以是图文消息，也可以是活动界面，也可以是电子菜单。 必要时建立严格的奖惩机制和任务机制。

1、针对上面说的每个员工都分享港湾的微信公众平台的内容到朋友圈，也可以建立奖励制度，如果有朋友评论或者是转发则给予奖励。

2、比如，每个服务员每天至少引导20个客户关注港湾的微信公众平台，超出后进行奖励

3、引导客户分享中奖信息到朋友圈，并进行奖励。

四、老会员维护

老会员的维护工作也非常重要，当平台有一定粉丝数量的时候，要做好老会员的维护，老会员的维护通过和平时的消息群发相关活动的参与。

特别要说明的是消息群发功能，频率不宜过高，每周3-4次为益，因为现在每个人手机里都有十几个或者更多公众账号，如果每个公众号每天都发一条消息，那么，势必造成信息干扰，会有被粉丝取消关注的可能，如果十天半个月都不发消息的话，又会让粉丝觉得关注这个微信公众平台的的价值不大，也有被取消关注的可能。

再者就是群发消息的内容，不要直接发送太广告的东西，粉丝不希望在微信上面被动接受广告，建议微信平台平时多发高端生活礼仪方面的知识，例如红酒品鉴、牛排知识，用餐礼仪，甚至是一些菜品的制作流程等等

群发消息也不一定必须是图文消息，可以是一张图片，一段文字(200字左右)，最好能引起消费者共鸣，再配合我们提供的微论坛，微投票，微调研，可以帮助更了解消费者，从而不断改进自己，提升自己。

**元旦微信活动策划方案篇二**

1.任务简介

1.1微信营销目的：

建立一对多互动营销平台，依托微信及渗透个人现实社交圈打造一个营销通路：传播品牌、产品、项目、公司等信息，吸引更多的消费者用户与加盟商用户等，成为企业移动互联网营销通路的重要组成部分。

1.2企业获得价值：

通过此方案的执行，逐步完成移动互联网营销通路的布局，为公司实现网络化经营做好当前收益与战略布局。

1.3通3层过滤机制，把广众人群分层过滤成为我们的客户。

第一层过滤：通过微信公众帐号吸引人群关注建立关系

第二层过滤：通过微信逐步开展的专业信息培养引导，把潜在客户过滤到交易平台。

第三层过滤：公司专业招商网站或实体门店。

2方案实施办法

2.1团队建设

2.1.1团队人员要求 ：

1、商务谈判能力; 2、抓住重点能力; 3、积极思考能力; 4、不断学习能力;

5、高效沟通能力; 6、建立关系能力; 7、危机公关处理能力; 8、了解受众兴趣能力;

9、组织协调能力; 10、品牌树立能力。

2.1.2团队人员构成

每个微信公众帐号由公司1-2名员工兼职负责。设定2名负责人进行应急管理(总经理或副总经理兼)。另配备1-2名网络营销经验丰富的员工负责项目运作(亦可聘请顾问)。

2.2团队资源

2.2.1 线上推广预算

团队制定推广计划及所需资金预算，做好沟通及审批工作保证资金及时到位。

2.2.1 线下推广预算

团队制定线下营销活动所需的物料、交通、场地租金等资源预算方案。

2.方案执行

2.1 开通公众平台账号 (注册官方类微信、加盟类微信、销售类微信、客服类微信等)

2.2 制作二维码、微博、博客、论坛等放置二维码、设计二维码宣传单张、海报、名片、员工t恤、户外广告灯箱等。

2.3线上推广方式

论坛、im工具、edm、网店、博客、微博、社交网站、互推、付费广告、公众账号导航。

2.4 线下推广方式

名片、传单、t恤/广告衫、菜单、说明书、产品包装、店内

**元旦微信活动策划方案篇三**

为丰富社区居民的文化生活需求，愉悦身心，陶冶情操，搭建居民之间相互交流沟通平台，增进“邻里情”， 增强社区的凝聚力、向心力，营造出一种团结奋进、文明和谐、喜庆祥和的浓郁氛围，按照区工委办的安排，结合社区实际，制定社区2024年春节期间文体活动方案。

一、指导思想

为深入践行重要思想，努力构建公共文化服务体系，为广大居民提供更多优质文化产品和文化服务，不断满足广大居民对文化生活的需求。全面落实科学发展观，贯彻落实党的xx大会议精神，始终把握社会主义先进文化方向，促进社区物质文明、政治文明和精神文明协调发展，全面建设和谐社区。

二、组织领导

为切实开展好社区的文体活动，成立社区2024年春节文体活动筹备组，组长为陈圣炜，副组长为徐祥忠、支云秀、胡正田、邹鹏，成员为聂祖国、吴君来、蔡圣法、王心友、李正保，筹备小组下设评委裁判组和后勤保障组，胡正田兼任裁判组组长，成员为吴永深、徐志军、黄寿余，支云秀兼任后勤保障组组长，成员为卫守才、孙跃华。评委裁判组负责策划、提供活动场地及制定、执行活动规则，后勤保障组负责提供比赛所用的器材及奖品等。

三、活动安排

1、 举办庙会：时间初定在元月15日至元月16日。设立五个活动区：一是娱乐区，由社区委居民演唱庐剧、黄梅戏、歌曲及拉二胡等节目为主的文艺演出。二是宣传区，利用展板宣传反、禁毒、科普、交通安全及民生等相关的政策和事例。三是送年货进社区，社区委联系区内华泰、统一、可乐等相关企业，引导企业担当社会责任，送相关产品进社区服务千家万户。四是赠品区，主要发放购物袋、一封信及“福”字等宣传品。五是写春联区，联系区内学校老师、社区居民中广大书法爱好者为居民义写春联。活动地点：社区人口文化广场。

2、80分比赛：时间初定在元月19日，由执法中队、各小区委进行预赛，各选出一支代表队参加社区组织的80分复、决赛。比赛地点：社区委四楼食堂。

3、 象棋比赛：时间初定在2月9日至2月10日两天，

参赛人员：社区象棋爱好者，男女不限，年龄不限，参赛人员由小区委选送或自愿报名，由小区委汇总后于2月5日报社会事业科。比赛地点：社区老年活动中心。

4、拔河比赛：时间初定在2月6日下午，参赛人员为社区居民，由各小区委选送男、女各1—2支队伍(每支队伍成员不超过12人)，2月4日前报社会事业科。比赛地点：社区人口文化广场。

5、顶气球：时间初定在2月6日下午，以社区居民三口之家为参赛单位(小孩为小学生)，每个小区委选送不少于10个参赛家庭，名单于2月4日前报社会事业科。比赛地点：社区人口文化广场。

6、绑腿走比赛：时间初定在2月6日下午，以社区居民三口之家为参赛单位(小孩为初中生)，每个小区委选送不少于10个参赛家庭，名单于2月4日前报社会事业科。比赛地点：社区人口文化广场。

7、露天猜灯谜：时间初定在2月6下午。参赛人员为社区居民，自由选择灯谜，猜中者由工作人员发放奖品(每人限得一份奖品)。猜灯谜地点：社区人口文化广场。

8 、乒乓球团体比赛：时间初定在2月14日全天，参赛人员为社区乒乓球爱好者，由各小区委选送1—2支队伍，2月9前报社会事业科。比赛地点：社区四楼文体活动室。

四、活动资金预算

本着节俭的原则，预计共需活动资金10700元，其中庙会1500元，80分比赛1500元，象棋比赛300元，拔河比赛1500元，顶气球比赛300元，绑腿走比赛300元，露天猜灯谜500元，乒乓球团体比赛900元，文体活动期间设置彩虹门、彩旗、彩气球、横幅、印刷宣传品3900元。

活动要求

1、比赛项目原则上只取前三名(猜灯谜除外)，将颁发纪念性的奖品。

2、社区委工作人员根据自身爱好和特长，积极参加上述比赛项目，由各科室负责人汇总本科室工作人员参加的活动项目并报社会事业科。

3、各小区委要安排人员维护比赛现场秩序，参赛队员要服从裁判判决。

4、请各小区委加大宣传，选送相关人员参与比赛。从即日起要做好前期准备和宣传工作，力争把今年的各项节目办好、办精彩、办到位，为社区居民送上精美喜乐的娱乐文化大餐。

5、活动项目若有变化，将另行通知。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找