

菜鸟晋升之路

活动策划 实战宝典

苏海

编著

品牌推广+人气打造+实战案例

一部突出实战效果的活动策划兵法
3大主流行业实战分析+60多个经典范例

羡慕别人在微商、电商领域风生水起？

朋友圈那些令人交口称赞的活动方案究竟是怎么出炉的？

一天能卖出10万+的活动方案，为什么你绞尽脑汁也想不出？

同样的活动，凭什么他能点石成金，圈粉无数？

产品的外衣下，那些你总get不到的关键信息究竟藏在哪儿？

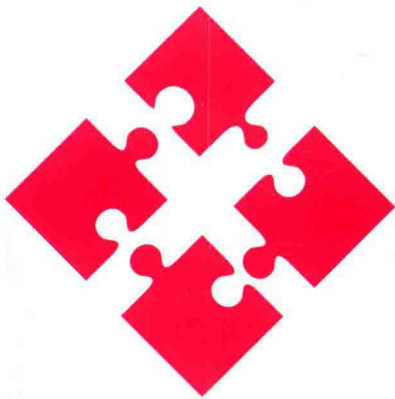
用户是无形的，怎样才能准确捕捉到其痛点、痒点，
一击而中？

四处碰壁，却得不到真正的业内高人指点？

想法也不差，为什么活动效果却总令人跌破眼镜？

hold不住局面，活动效果一团糟，完全沦为空架子？

引爆活动力量的契机，究竟在哪儿？



清华大学出版社



活动策划 实战宝典

苏海
编著

品牌推广+人气打造+实战案例

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

活动怎么入手、如何策划?活动有哪些类型?策划活动有哪些技巧?怎么成功举办、完美收场?前期、中期和后期又分别怎么具体进行?

本书通过“案例+技巧”,从两条线帮助读者快速成为活动策划高手!

一条是横向案例线,本书从多个行业实战中提炼出14章专题内容,详解20多种活动,总计有20多个经典案例。内容涉及互联网活动策划、节假日活动策划、促销活动策划、会展活动策划、企业活动策划、公关活动策划、大学活动策划、微信活动策划、微商活动策划、餐饮行业活动策划、美容行业活动策划、游戏行业活动策划等,以80多个专家提醒、120多个重点语句、160多张精美实用图片、290多个图解对不同活动类型的特色、策划重点与策划技巧进行展示。

另一条是纵向技巧线,有4大行业重点分析、4大活动策划规则、4大活动策划核心内容、6大活动策划要点、7大活动策划原则、9大活动类型策划技巧等。针对活动策划类型、特点、方法、诀窍、注意事项、运营策略、策划书要点等7大方面内容,对读者进行系统性的指导。

本书结构清晰,拥有一套完整、详细、实战性强的活动策划系统,适合电商微商活动策划者、各公司活动策划工作人员、活动策划公司的管理者、专业的活动策划者、公关领域的专家、企业活动策划部门的培训教材等。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

活动策划实战宝典:品牌推广+人气打造+实战案例/苏海编著. —北京:清华大学出版社,2017
ISBN 978-7-302-45129-7

I. ①活… II. ①苏… III. ①活动—组织管理学 IV. ①C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第231632号

责任编辑:贾小红

封面设计:刘超

版式设计:牛瑞瑞

责任校对:王云

责任印制:宋林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm 印 张:17.5 字 数:282千字

版 次:2017年1月第1版 印 次:2017年1月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:49.80元

前 言

写作驱动

时代的快速发展将活动策划带入一个兴盛的时期，只要思维发散的人，就能够策划出活动，但不一定能够通过活动策划实现自我价值，毕竟空有一身本领却不知道活动策划的规则与技巧是很难策划出一个好活动的。

无论是过去的十年，还是未来的十年，无论哪个行业、哪个领域，甚至无论是 PC 端还是移动端，无论是金融还是房地产，都不可能不需要活动。优质活动的商机无穷无尽，成为一个活动策划高手还何愁工作？拥有一个活动策划高手还何愁销量低迷、品牌口碑不好、企业知名度差？

本书是一本以策划活动为核心，以活动类型为根本出发点的专著，以图解的方式深度剖析活动策划的类型、特点、方法、诀窍、注意事项、运营策略及策划书要点，特别是结合了每一个与活动类型息息相关的环节内容，如众筹活动策划、团购活动策划、元宵节活动策划、情人节活动策划、线上促销活动策划、文化主题活动策划、企业员工娱乐活动策划、公益活动策划、新闻发布会策划、社团活动策划、微信朋友圈活动策划、线上微商活动策划、餐饮行业活动策划等，各个环节全面解析了总计 20 多种与活动类型相关的活动策划诀窍！

本书特色

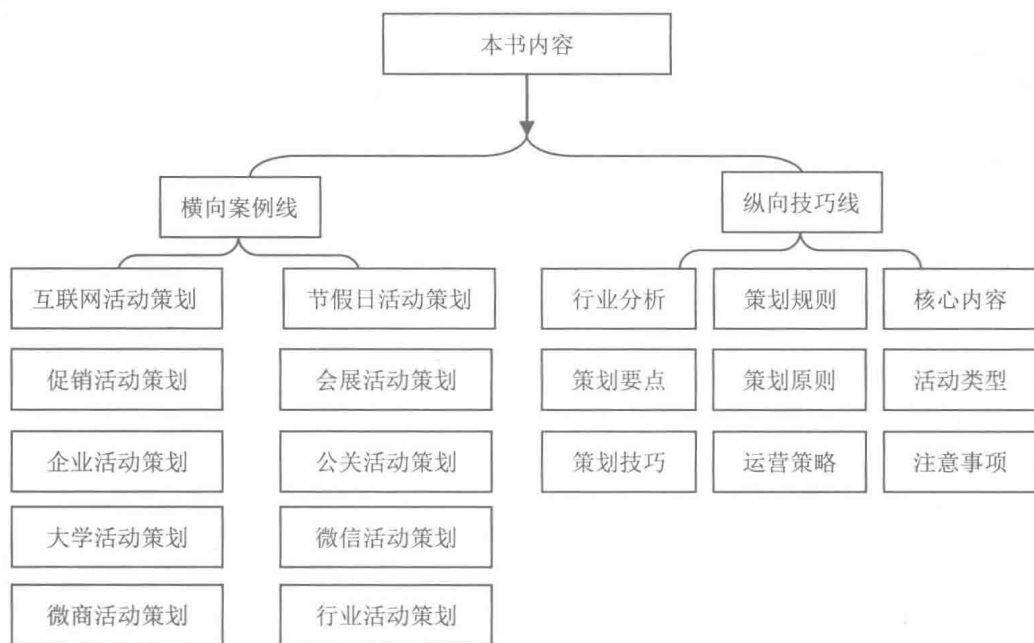
本书主要特色：全面为主+技巧称王。

(1) 内容全面，通俗易懂，针对性强：本书体系完整，以品牌推广、人气打造、实战案例的形式进行，以策划活动为核心，以活动类型为根本出发点进行了 14 章专题内容的详解，包括走进——活动策划的世界、理清——活动策划的思路、熟知——活动策划的步骤、掌握——策划的核心内容、互联网活动策划、节假日活动策划、促销活动策划、会展活动策划、企业活动策划、公关活动策划、大学活动策划、微信活动策划、微商活动策划、行业活动策划，帮助读者彻底掌握活动策划的方法与技巧。

(2) 突出实用，技巧称王，快速传播：本书在活动类型的各个环节全面解

析了总计 20 多种与活动类型相关的案例，通过对这 20 多种活动类型策划的分析，提炼出专业策划技巧，再通过全图解的方式让读者快速掌握技巧，一步步指导写手快速策划出有说服力、容易传播的精品活动，以真实活动案例的形式，让读者轻松了解活动的实战效果。

本书内容主要是理论、技巧与案例相结合，从横向案例线和纵向技巧线两方面全面解析文案写作，让您轻松创造优秀文案，引爆文案力量！



图解提示

本书是一本侧重活动策划实际应用的实战宝典，采取全图解的方式进行分析。图解能够方便读者对于重点的把握，让读者通过逻辑推理快速了解核心知识，节约大量的阅读时间。读者在阅读过程中需要注意图解的逻辑关系，根据图解的连接词充分理解图解想要表达的重点，获得更好的阅读感受。

适合人群

本书结构清晰、内容详实、语言简洁、图解特色鲜明，适合以下读者学习使用。

(1) 目前电商行业的从业者，或者有意进入电商行业的创业者。本书提供

关于互联网活动策划技巧、互联网策划类型、互联网活动策划方式等，提供实用性内容，能够更好地指导活动策划。

(2) 微商领域的创业者及潜力无限的微商后备军群体。本书提供关于微商活动两个类型的策划技巧，从线上的活动引流、打感情牌、线上微商活动注意事项，到线下微商活动策划前需要做好的准备、线下微商活动开展类型、线下微商活动推广模式等，全方位挖掘微商活动策划的技巧与方法。

(3) 公司活动策划工作人员。本书提供活动策划地点的选择、活动时间的选择、活动工作安排、活动预算、活动目的的选择、策划书要点、活动宣传等多方面的内容。一书在手，解决所有问题，尤其是对成功活动案例的解析，能够更好地让活动策划者了解实战效果。

(4) 活动策划公司的管理者、专业的活动策划者、公关领域专家。本书提供有深度的活动策划形式解析、技巧运用，干货十足。通过全方位的内容剖析，帮助你在行业内如鱼得水，更进一步成为领域内的专业人士。

(5) 企业活动策划部门的培训教材。本书提供文案写作的理论知识了解、活动策划书的各部分组成，以及对目前活动策划成功案例的分析，详解活动策划各类型的现状，切入时代需求的角度，更好地培养出专业的活动策划人才。

作者致谢

本书由苏海编著，参与编写的人员还有董婷、刘胜璋、刘向东、刘松异、刘伟、卢博、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、李四华、王力建、柏承能、刘桂花、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧等人，在此表示感谢。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正。

目 录



第 1 章 走进——活动策划的世界	1
1.1 探询：活动策划的类型	2
1.1.1 盈利目的型	2
1.1.2 宣传推广型	4
1.2 把握：活动策划的优势	5
1.2.1 互动传播能力强	6
1.2.2 受限制度比较小	6
1.2.3 增加品牌知名度	6
1.2.4 受众范围比较广	8
1.2.5 成本较低成效好	9
1.3 深知：活动策划的作用	10
1.3.1 调动受众参与性	10
1.3.2 提高品牌曝光率	12
1.3.3 开发受众连接性	14
第 2 章 理清——活动策划的思路	17
2.1 牢记：活动策划的要点	18
2.1.1 要点一：策划活动总体方案	18
2.1.2 要点二：掌握活动整体预算	19
2.1.3 要点三：制订活动工作安排表	21
2.1.4 要点四：确定活动具体流程	22
2.1.5 要点五：获得活动举办评价	23
2.1.6 要点六：备用活动紧急方案	26
2.2 遵守：活动策划的原则	26

2.2.1	原则一：可进行操作	26
2.2.2	原则二：体现创新性	27
2.2.3	原则三：积极参与性	29
2.2.4	原则四：“草船借箭”	29
2.2.5	原则五：吻合主题性	31
2.2.6	原则六：精准针对性	31
2.2.7	原则七：把握宣传性	32
2.3	巧用：活动策划的理由	32
2.3.1	理由一：以时间为主	32
2.3.2	理由二：以热点为主	33
2.3.3	理由三：以亮点为主	34
2.4	探究：活动策划的规则	34
2.4.1	规则一：只需一个主题	34
2.4.2	规则二：直接说出利益	35
2.4.3	规则三：考虑执行能力	35
2.4.4	规则四：转化活动类型	35
2.5	熟悉：策划书常见规范	35
2.5.1	规范一：活动的名称	36
2.5.2	规范二：活动的主题	36
2.5.3	规范三：活动的开展	36
2.5.4	规范四：活动的要求	36
2.6	注意：活动策划的事项	37
2.6.1	事项一：明确受众对象	37
2.6.2	事项二：明确活动阶段	37
2.7	明确：活动策划者的素质	38
2.7.1	素质一：具有创新性思想	38
2.7.2	素质二：具有强协调能力	38
2.7.3	素质三：心理素质需强大	39

第3章 熟知——活动策划的步骤40

3.1	第一步：明确活动目的	41
-----	------------------	----

3.1.1	众筹型活动	41
3.1.2	促销型活动	43
3.1.3	内部型活动	43
3.2	第二步：清楚成本花费	44
3.2.1	估算成本	44
3.2.2	细算成本	45
3.3	第三步：初步策划活动	47
3.3.1	组织活动策划团队	47
3.3.2	进行活动整体构思	47
3.3.3	确定活动的类型	48
3.3.4	计算整体策划时间	49
3.4	第四步：明确活动细节	49
3.4.1	预留时间	49
3.4.2	客人主次	50
3.4.3	人员调配	51
第4章	掌握——策划的核心内容	52
4.1	选择合适的时间	53
4.1.1	时间的作用	53
4.1.2	时间的阶段	53
4.1.3	考虑的因素	54
4.2	选择合适的地点	55
4.2.1	地点的作用	56
4.2.2	考虑的因素	56
4.3	选择合适的宣传	59
4.3.1	宣传的作用	59
4.3.2	考虑的因素	60
4.3.3	宣传的方式	61
4.4	制订合适的流程	64
4.4.1	制订的要点	64

4.4.2 制订的要素66

第5章 互联网活动策划.....68

5.1 众筹活动策划69

 5.1.1 众筹活动成功的诀窍69

 5.1.2 策划众筹活动的方法72

 5.1.3 利用情怀来吸引受众73

 5.1.4 【实战案例】“认领蓝莓当地主”
 众筹项目策划书74

5.2 团购活动策划77

 5.2.1 知晓团购活动的特点77

 5.2.2 策划团购成功的技巧78

 5.2.3 团购活动产品的描述81

 5.2.4 【实战案例】“某口味馆”
 团购活动策划书82

第6章 节假日活动策划.....90

6.1 元宵节活动策划91

 6.1.1 元宵节活动成功的诀窍91

 6.1.2 元宵节活动地点的选择92

 6.1.3 元宵灯谜是活动的重点93

 6.1.4 【实战案例】“张灯结彩”
 元宵节活动策划书94

6.2 情人节活动策划99

 6.2.1 情人节活动成功的诀窍99

 6.2.2 策划时需要思考的问题100

 6.2.3 控制活动的整体节奏101

 6.2.4 【实战案例】“丘比特之箭”
 情人节活动策划书102

第7章 促销活动策划	108
7.1 线上促销活动策划.....	109
7.1.1 线上促销活动成功的诀窍	109
7.1.2 线上促销活动推广的方式	109
7.1.3 选择线上促销活动的时机	114
7.1.4 【实战案例】“天猫女王节” 线上促销活动策划书	115
7.2 线下促销活动策划.....	122
7.2.1 线下促销活动成功的诀窍	122
7.2.2 线下促销活动运营的策略	123
7.2.3 线下促销活动常见的方式	123
7.2.4 【实战案例】“你扫满我就送” 线下促销活动策划书	125
第8章 会展活动策划	129
8.1 文化主题活动策划.....	130
8.1.1 文化主题活动成功的诀窍	130
8.1.2 文化主题活动的类型	132
8.1.3 文化主题活动的注意事项	133
8.1.4 【实战案例】茶文化主题活动 策划书.....	134
8.2 展览主题活动策划.....	139
8.2.1 展览主题活动成功的诀窍	140
8.2.2 展览主题活动需要市场调研.....	140
8.2.3 展览主题活动地点的选择	141
8.2.4 【实战案例】国际汽车展览活动 策划书.....	142
第9章 企业活动策划	146
9.1 企业会议活动策划.....	147

9.1.1	企业会议活动成功的诀窍	147
9.1.2	企业会议活动的种类	148
9.1.3	企业会议活动的策划要点	149
9.1.4	【实战案例】2016 年上半年公司 总业绩报告会策划书	150
9.2	企业员工娱乐活动策划	154
9.2.1	企业员工娱乐活动成功的诀窍	154
9.2.2	企业员工娱乐活动的种类	156
9.2.3	企业员工娱乐活动的注意事项	157
9.2.4	【实战案例】员工娱乐活动策划书	157

第 10 章 公关活动策划 163

10.1	公益活动策划	164
10.1.1	公益活动成功的诀窍	164
10.1.2	公益活动的种类	165
10.1.3	公益活动传播很重要	166
10.1.4	【实战案例】“春蕾午餐” 公益活动策划书	168
10.2	新闻发布会策划	174
10.2.1	新闻发布会策划成功的诀窍	174
10.2.2	新闻发布会的特点	175
10.2.3	新闻发布会活动的注意事项	176
10.2.4	【实战案例】新品新闻发布会 策划书	176

第 11 章 大学活动策划 183

11.1	社团活动策划	184
11.1.1	社团活动成功的诀窍	184
11.1.2	社团活动的种类	185
11.1.3	社团活动需要创意	185

11.1.4	【实战案例】“K歌之王”社团活动 策划书	186
11.2	班级活动策划	192
11.2.1	班级活动成功的诀窍	192
11.2.2	策划班级活动的意义	192
11.2.3	班级活动的注意事项	193
11.2.4	【实战案例】“春意袭来情谊递增” 活动策划书	193
第 12 章	微信活动策划	197
12.1	微信朋友圈活动策划	198
12.1.1	微信朋友圈活动成功的诀窍	198
12.1.2	微信朋友圈活动的类型	199
12.1.3	微信朋友圈活动的注意事项	203
12.1.4	【实战案例】“芝士肋排积赞” 活动策划书	205
12.2	微信公众号活动策划	211
12.2.1	微信公众号活动成功的诀窍	211
12.2.2	微信公众号活动的推送时间	215
12.2.3	微信公众号活动的注意事项	216
12.2.4	【实战案例】免费体验手机副号 活动策划书	219
第 13 章	微商活动策划	224
13.1	线上微商活动策划	225
13.1.1	线上微商活动成功的诀窍	225
13.1.2	线上微商活动需打情感牌	226
13.1.3	线上微商活动的注意事项	229
13.1.4	【实战案例】出售辣条活动策划书	229
13.2	线下微商活动策划	232

13.2.1	线下微商活动成功的诀窍	232
13.2.2	线下微商活动的类型	232
13.2.3	线下微商活动的推广模式	233
13.2.4	【实战案例】扫描二维码就送礼 活动策划书	235

第 14 章 行业活动策划238

14.1	餐饮行业活动策划	239
14.1.1	让口碑成为餐饮活动的宗旨	239
14.1.2	从自我分析再进行活动也不迟	240
14.1.3	活动不盲目有策略即可成大事	241
14.1.4	【实战案例】“Hi 游戏 今天你挑战了吗？” 活动策划书	241
14.2	美容行业活动策划	248
14.2.1	明确活动目标才是王道	248
14.2.2	活动形式围绕促销而为	249
14.2.3	美容行业活动宣传方式	249
14.2.4	【实战案例】18 周年庆活动 策划书	252
14.3	游戏行业活动策划	255
14.3.1	挖掘游戏玩家需求	255
14.3.2	让活动融入到游戏	258
14.3.3	游戏活动的宣传方式	259
14.3.4	【实战案例】联盟战斗的召唤 活动策划书	261

第1章

走进——活动策划的世界

学前提示

对于企业来说，不管是对外营销方面还是内部活动方面，活动策划是一个绕不过去的话题，一场精心策划的活动能进一步拉近企业与员工之间的感情。

总的来说，活动策划是营销、管理等方面人才所需要具备的“掘金手段”。

要点展示

●●●●●
探询：活动策划的类型

把握：活动策划的优势

深知：活动策划的作用



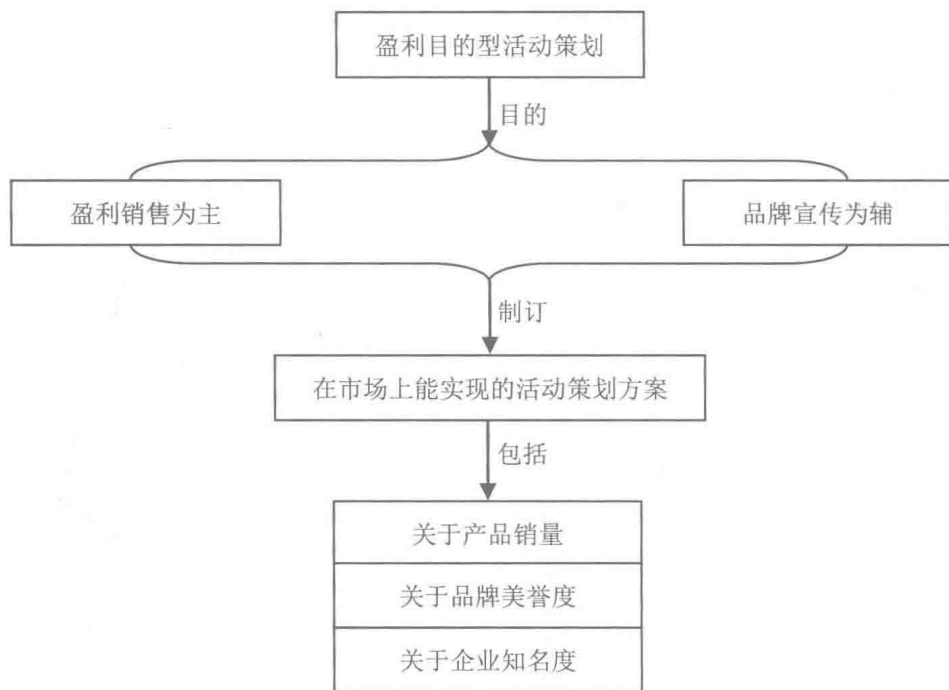
1.1 探询：活动策划的类型

所谓的活动策划，其实就是一种市场策划案，它隶属于文案，但与文案之间存在一定的区别：文案仅限于文字的表达，而活动策划是一种为活动而进行的文字策划案，除了用文字表现之外，还需要在实际生活中进行兑现、实操。

一个好的活动策划，可以进行品牌推广、提高企业声誉，更是提高市场占有率的有效行为。一般来说，活动策划大致能分为两类：盈利目的型、宣传推广型。

1.1.1 盈利目的型

不管企业进行哪种营销活动，其目的一律以盈利为主，由此，盈利目的型活动策划被不少企业所重视。所谓盈利目的型活动策划的目的并不单一，它具有主次分明的目的，只要运用得当定能引起消费者的关注，勾起消费者的购买欲望。如图 1-1 所示为盈利目的型活动策划的概念。

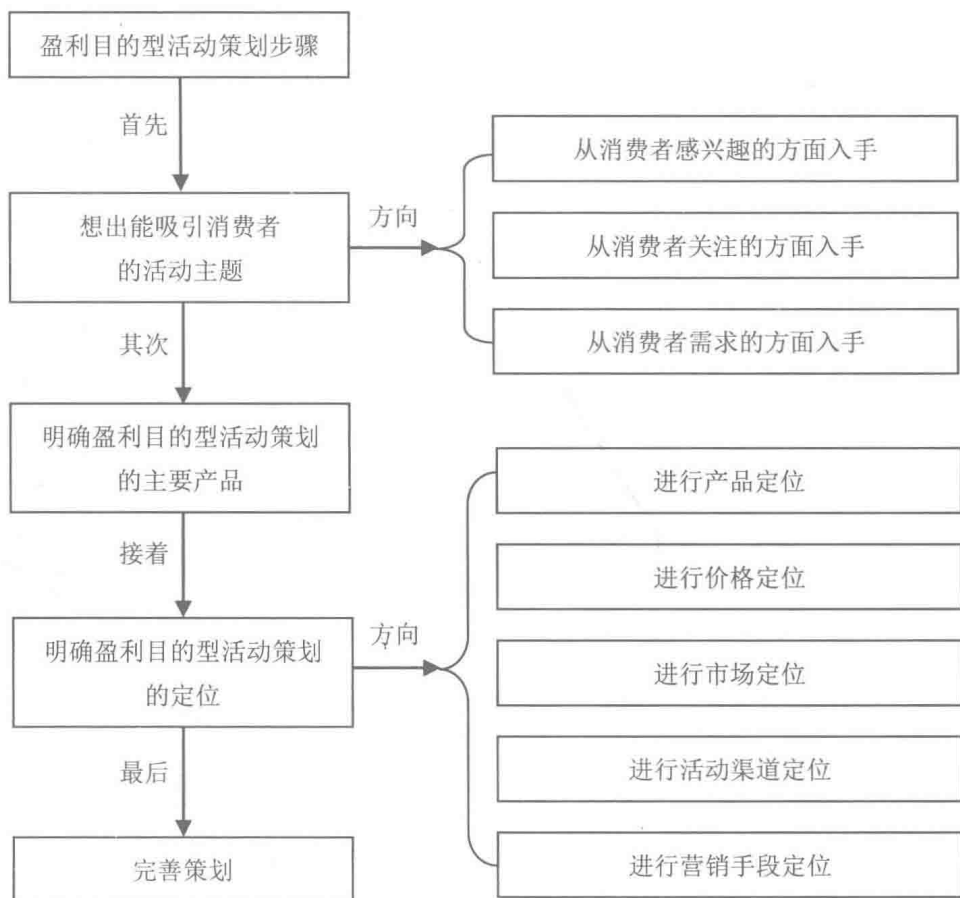


■ 图 1-1 盈利目的型活动策划概念

活动策划者在进行盈利目的型活动策划的操作时，应以大众所感兴趣、所关注的事物为主题，从侧面突出企业产品或品牌，这样能大大地提高企业产品的知名度和美誉度。

例如，某品牌凉茶在商场外推出“参与保龄球”活动，即可免费获得该品牌凉茶，当时不少逛商场的消费者积极参与了活动。这样的活动以游戏为主题，产品为奖品，能大大地受到人们的关注，既能提高产品曝光率，又能勾起消费者对产品的购买欲望。

一般来说，活动策划者进行以下步骤，即可有效实现盈利目的型活动策划，如图 1-2 所示。



■ 图 1-2 盈利目的型活动策划步骤