

2023年北京的春节教学反思教学反思博客 (汇总5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

线下活动策划方案篇一

线下会员活动作为营销手段之一，已经成为各行各业吸引和维护会员的重要方式。通过参加这些活动，我们可以更全面地了解企业产品和服务，与企业建立更紧密的联系，并获得独特的消费体验。在我多次参加线下会员活动后，我深刻体会到了这些活动的重要性和独特价值。

第二段：会员活动的吸引力

线下会员活动往往以独特的方式吸引和引导会员的参与。企业通过提供特殊待遇、举办品鉴会、组织线下交流等活动，为会员创造了与其他消费者不同的消费体验。举个例子，我曾参加过一家葡萄酒公司举办的品酒会，参与者有机会亲自品尝公司新上市的产品，并与公司专家交流其制作过程和文化背景。通过这种特殊的参与方式，会员不仅可以更深入地了解产品，还能与企业建立更紧密的联系，构建起品牌的忠诚度。

第三段：线下会员活动的好处

线下会员活动的好处还体现在能够加强会员之间的联系和沟通。通过参加这些活动，会员有机会结识来自不同领域的人，与他们分享和交流自己的想法和经验。这种互动不仅能够拓

宽视野，还能够激发新的创意和灵感。另外，线下会员活动也为企业提供了一个了解会员需求和意见的平台。企业可以通过与会员面对面的交流，听取他们的建议和反馈，进一步提升产品和服务的质量，满足会员的期待。

第四段：线下会员活动的挑战

当然，线下会员活动也有一些挑战需要克服。首先是活动组织的难度。企业需要投入大量时间和精力来筹备和组织活动，如场地租赁、人员协调、资料准备等。同时，企业还需要保证活动质量，提供满足会员期待的体验。其次，线下会员活动也需要足够的会员参与度才能发挥其效果。如果活动宣传力度不够，或者会员参与积极性不高，活动效果可能无法达到预期。因此，企业需要制定相应的宣传策略，并通过不同渠道积极吸引会员参与。

第五段：对线下会员活动的展望

尽管线下会员活动面临一些挑战，但它们仍然具有巨大的潜力和吸引力。随着科技的发展，企业可以借助移动互联网等技术手段，更便捷地组织和宣传会员活动。例如，通过移动应用程序可以实时传递活动信息，并与会员进行互动；通过社交媒体可以扩大活动的影响力，吸引更多的参与者。未来，线下会员活动将进一步与线上活动融合，形成全方位、多层次的会员体验。我们可以期待更加创新和多样化的线下会员活动，带来更深入、更广泛的消费体验。

总结：

通过参加线下会员活动，我深刻认识到这些活动的独特价值和重要性。它们不仅为我们提供了与企业深入互动的机会，也为会员之间的交流和学习创造了平台。虽然线下会员活动面临一些挑战，但它们仍然具有巨大的潜力和吸引力。未来，随着科技的发展，线下会员活动将进一步创新和发展，为会

员提供更加丰富和多元的消费体验。

线下活动策划方案篇二

20xx不想让你一个人

1. 通过活动推广公司品牌活动，宣传公司知名度。
2. 给追求幸福、美好生活的人提供一个平台，通过集体相亲会活动，营造浓郁的浪漫氛围，让所有需要爱的人在轻松、浪漫、温馨中找到属于自己的幸福爱情。

20xx年6月20日

XXX

男10名，女10名

- 1、【相亲走廊】：由“相亲牌”组成的长廊，是最重要的`相亲地点，长廊两侧分男生区和女生区悬挂“相亲广告牌”，并按照按年龄段依次排列，参与者可通过逛长廊的方式，查阅信息，寻找合适对象。“相亲广告牌”男方为淡蓝色，女方为粉红色。单身男女可在“相亲广告牌”上互留联系方式。
 - 2、【浪漫相约区】：活动现场将设置一块区域为有一定交流意向的青年男女提供一个坐下来深入沟通的空间，该区域配备桌椅。
 - 3、【设相亲大会服务区】：功能主要是为参加相亲大会的人提供咨询，发放相亲广告标志贴，负责现场协调和处理相关事宜等，并安排一部分座位给让前来相亲父母就座。
- 1、“桃花使者之天下无双”任务：邀请一位异性和你一同完成“桃花使者”的任务吧！

任务说明:凭双方的入场门票,在会场内找到n个(视赞助商而定“桃花使者”),每取得一个“桃花使者”的祝福,你们就可以得到价值不菲的优惠礼券哦!集齐所有桃花使者的祝福,你们就可以在“天下无双”的桃树旁边,兑换一张“天下无双”的个性情侣卡呢!

2、主舞台歌舞、游戏及游戏区多人游戏环节(略)

(1)、“桃花仙子”评选活动揭晓

(2)、“天下无双”活动开幕,报名对象:

a□现场速配成功对象

b□适婚恋人

c□新婚夫妇

3、副舞台区,速配成功或意向恋人环节安排:

2、“桃花仙子”活动

线下活动策划方案篇三

第一段:引言—线下会员活动对会员的重要性和影响力(200字)

线下会员活动在现代营销活动中扮演着至关重要的角色。这种活动不仅可以促进企业与会员之间的互动和交流,还可以增加会员对企业品牌的认同和忠诚度。作为一个会员活动的参与者,我不仅能够深入了解企业的产品和服务,还可以与其他会员进行交流和分享经验。通过参加线下会员活动,我收益颇多,有了许多宝贵的体会和心得,下面我将着重介绍其中的几点。

第二段：重视活动策划与执行的重要性（240字）

一个成功的线下会员活动离不开精心的策划和有效的执行。在过去的体验中，我意识到活动策划准备工作至关重要。首先，目标和目的必须清晰明确，活动的主题和内容要与会员的需求紧密相连。其次，活动的时间和地点选择也是关键因素。根据参与者的情况确定合适的时间安排，选择方便的地点，以便更多的会员参与到活动中来。最后，活动的执行团队必须有足够的经验和专业知识来保证活动的顺利进行。他们需要有良好的沟通能力和组织能力，能够有效地处理各种问题和意外情况。

第三段：活动内容的创新与吸引力（240字）

线下会员活动的成功还在于活动内容的创新和吸引力。在我参加的一些会员活动中，有一次令我印象深刻。这次活动以主题为基础，通过抽奖和互动游戏等方式，吸引了大量的会员参与。不仅如此，活动中还包括了一些新产品的试用和推广，会员能够第一时间了解并体验新产品的优势。这种创新型的活动能够让会员感到新鲜和兴奋，增加他们对企业的好感和忠诚度。

第四段：促进会员互动与分享的价值（240字）

一个好的线下会员活动应该能够促进会员之间的互动和分享。在我参与的会员活动中，我发现组织者对于互动环节的安排非常用心。他们提供了一些小组讨论和交流的机会，让会员之间分享自己的经验和想法。这不仅能够增加会员之间的联系和沟通，还能够提供宝贵的学习和成长机会。通过与其他会员的交流和分享，我不仅能够获得新的知识和技能，还能够扩大自己的人际关系网。

第五段：意义与建议（240字）

在我看来，线下会员活动不仅是一次促销的机会，更是一种倾听和回馈的方式。通过对会员的关注和重视，企业能够更好地了解会员的需求和反馈，从而不断改进和优化产品和服务。同时，线下会员活动也是一种营造品牌认同感和忠诚度的机会。通过参与活动，我对企业的品牌有了更深入的了解和认知，也增加了对它的信任和忠诚度。

综上所述，线下会员活动对于企业和会员都有着重要的意义。在这些活动中，我深刻体会到了活动策划与执行的重要性、活动内容的创新与吸引力、促进会员互动与分享的价值等方面的影响。在未来的活动中，我建议企业应该进一步加强对线下会员活动的投入和关注，力求做得更好，以更好地服务会员，并提升企业在市场竞争中的竞争力。

线下活动策划方案篇四

双11是历年电商必争之节日，活动和宣传力度之大，参与品类品牌之多，活动形式之丰富均是年度之最。作为线下的实体商城，我们需要抓住双11·购物狂欢这一概念，在11月中气温下降的时机开展冬装促销活动。在活动力度、营销方式和实地体验上要更加区别于电商，从而突出特色。活动从百货、超市和餐饮、影院、线上微店等多个业态整合开展。给顾客以独具诱惑力的购物狂欢体验。

11月7日至11日

XXX

- 1、双11大牌美衣穿着走：秋冬百货满500元减200元。
- 2、双11大牌美妆任你挑：大牌化妆品(玉兰油、欧莱雅、欧莱雅□dhc)满400元立减80元。双11超级护肤套盒低至7折!

o2o(线上线下互动)，十万大牌折扣券提前抢!

1、十万抵用券免费疯抢!大牌百货折后满额立减,低至折上7折!

活动细则:

1)11月1日至10日,官方微信正式上线抢券活动。顾客只需要关注官方微信点击抢券页面,即可选择30个品牌的折扣礼券,双击即可领券(每个券自动生成折扣码)。

2)每人每个品牌仅限领取10张。

3)双11当天,顾客凭券面折扣码即可享受对应品牌折后立减50元,30元、20元优惠。

4)单张小票仅限使用一张折扣券。

备注:折后抵用券抵用起点需根据各品牌实际客单价而定,折扣满减的金额由供应商和商场按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

2、屌丝逆袭白富美,完胜高富帅!0.11元、1.1元、11元、110元热抢超级单品!

11月7日至11日,每天11款单品,仅用0.11元、1.1元、11元、110元即可抢购。每款限量,抢完即止。微店线上支付即可成功秒杀!

1.1元(超市环保餐具盒、手帕纸/条、薯片套装,售价5元左右)

11元(舒适浴巾、韩后面膜2件装、布艺家具可爱兔,售价30元左右)

110元(舒适被,对枕、售价250元左右)

备注：预计费用1300元。（餐饮券为商家赞助）

品类营销：双11作为商场的11月的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议男装、女装、鞋类、化妆品、精品、床品、童装均要有代表品牌或者亮点折扣参加活动。以下四个品类：单品需要突出陈列，在通道灯箱片和柜台指引上需要增加搭配和温馨推荐。

1) 服装的冬款(厚款、大衣)

2) 秋冬配饰(围巾、帽子)

3) 床品冬被

4) 超市冬季火锅节单品

vip营销

vip浓情招募：商场单日消费满500元即可免费办理vip卡一张，单日消费满5000元即可升级为钻石卡。

1、双11·vip顾客免费送：双11当天到店，即可在甜心饮品获得指定热饮一杯。（开业赞助，无费用）

2、双11·vip顾客免费玩：钻石卡vip凭卡即可带小朋友至游乐园免费畅玩一次。

文化营销：

1、双11，脱光马上走起！

1) 免费广播顾客表白语，微信分享区免费晒幸福。

活动地点：一楼广播台

2) 单身男女报名即可参加“心动对对碰”活动。单身男女将随机多次组成不同的“假设情况”共同参加情侣互动活动。心动的，即刻牵手！

报名地点：二楼小舞台区

备注：活动具体操作细则及项目规则另附。

2、双11，单身情人场·光棍走起(4f影院光棍节专场活动)

单身男女可以至前台购买单身贵族专属票，女生可享6折购票。男生购票可获玫瑰花一支(用于赠送邻座女生。)座位均按照随机男女一一搭配。

活动时间：11月11日

活动地点：电影1、3号厅(详情以具体观影时间场次为准)

氛围布置：

1、大门口主展区/各楼层品类展区：

时尚冬装综合展区，沿用秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

例如：光棍节来商场=屌丝逆袭白富美等鲜明标识。

备注：百货女装、男装部负责，陈列组统筹。

2、柜台与各楼层扶手梯、电梯口：双十一灯箱片、立式pop架。

费用预算(略)

备注：活动详情请以商场内标识为准。

双十一线下活动方案三

活动主题：我光棍，我快乐

活动口号：让光棍节见鬼去吧

活动目的：提升餐厅营业额，提升餐厅知名度

活动地点：大厅

活动时间：20xx年11月11日

活动背景：今年的光棍节也格外引人关注，社会上越来越多的光棍们，想摆脱光棍的生活状态，因为我们餐厅推出光棍节活动满足光棍们的需求，避免下一个光棍节的光棍。

活动内容：

- 1、活动当晚两人男女通行，免费一个。最低消费需要150元。时间在当天7点至23点
- 2、凭埋单收据，参与大转盘，（奖品设计有玫瑰花、公仔、精美小礼品）

活动宣传：

- 1、一楼大门口大型海报一张、店内k展架3幅、电梯小海报4张；
- 2、策划部市场单位x展架13幅、不同规格海报3张

宣传内容：（短信、展架、网页）

让光棍节见鬼去吧，两人男女行，一人买单。

快快行动吧，在花容酒楼告别你的单身！

11.11光棍节，给单身的你找寻另一“半”的机会！

线下活动策划方案篇五

线下会员活动是企业与会员之间重要的沟通和互动方式，不仅能够增加会员对企业的忠诚度和参与度，同时也有助于企业了解会员的需求和意见。作为一位会员，我对线下活动充满了期待。活动前，我主动了解了活动的流程、内容和规则，并根据活动要求做了相应的准备，以确保能够充分参与和享受活动。

二、活动过程中的互动与交流

参加线下会员活动，最令人期待的是能够与企业及其他会员进行真实的互动和交流。在活动中，我通过与企业代表和其他会员的交谈，得知了他们对于企业产品和服务的意见和建议。与其他会员的交流，让我收获了许多新的知识和见解。同时，企业代表也给予了我非常热情的回应和解答，让我对企业更加了解和信任。

三、活动收获与体验

线下会员活动不仅是一种互动，更是一种学习和体验的机会。通过活动，我亲身感受到了企业的用心和诚意，他们为我们会员精心准备了各种有趣的活动和惊喜。在活动中，我不仅收获了一些实用的技能和知识，还获得了一些实物礼品和折扣优惠券等，这让我对自己的会员身份倍感自豪和满足。

四、活动的不足与改进

虽然线下会员活动给我带来了很多的收获和快乐，但也存在一些不足之处。有时活动过程中可能存在时间不够充分、活

活动内容安排不够理想、活动规则不够清晰等问题。作为企业与会员之间的重要交流方式，我认为企业可以更加注重活动的策划与准备，尊重会员的需求和意见，以提升活动的质量和满意度。

五、对会员活动的期待和建议

作为一位会员，我希望企业能够更加重视线下会员活动，并给予更多的关注和资源投入。这不仅能够加深会员与企业的情感联系，同时也能够增加会员对企业的忠诚度和参与度。我建议企业在策划活动时，要做到充分考虑会员的需求和意见，与会员密切互动，以创造更好的活动体验和价值。另外，企业还可以适度增加活动的趣味和特色，让会员在参与活动的过程中感受到与众不同的乐趣和惊喜。

总结：

参加线下会员活动给我带来了很多的收获和惊喜。通过与企业代表和其他会员的互动和交流，我不仅了解到了企业的用心和诚意，也获得了一些实用的技能和知识，并增加了对企业的信任和满意度。同时，我也对活动中存在的问题提出了建议，希望能够为企业提供参考和改进的方向。作为一位会员，在活动中我也深切地感受到了企业对会员的重视和关爱，这让我更加珍惜和喜爱自己的会员身份。我相信，通过双方的共同努力和积极互动，线下会员活动将会变得越来越精彩和有意义。

线下活动策划方案篇六

线下完成美食活动是一项令人期待的体验，它不仅可以带给我们美食的享受，还可以让我们享受互动合作、交流沟通的快乐。在本次活动中，我与我的同事们一起前往一家知名烹饪学校参加了一次厨艺课程，让我们一起来分享一下这次活动的心得体会。

第二段：体验分享

这次活动我们学习了如何制作意式披萨和烤牛排，虽然在厨艺方面并不算是很拿手的我，但是在厨师的指导下，我们一步一步地学习制作，最终享受了我们自己亲手烹饪的美食。在这个过程中，我发现互动和合作是非常重要的。我的同事们和我一起分工合作，我们互相帮助、交流意见，并为最终的成果共同努力。这种互动和合作的过程让我意识到，在日常的工作中，我们也需要相互交流沟通、协助合作，才能更好地完成任务。

第三段：感悟收获

通过这次活动，我不仅学到了一些新的厨艺技巧，还收获到了更多的体验，譬如：坚持不放弃的精神、学习吃苦耐劳的态度以及具备不断学习的韧性。这些体验对我的工作和生活都是很重要的。在未来的工作和生活中，我将会更加珍惜、重视这些体验，并且把它们转化成为行动的力量，去更好地处理工作和人际关系。

第四段：心得体会

在我看来，这次美食活动不仅是一次厨艺课程，更是我们公司的一个团队建设的机会。通过这次活动，我们改善了彼此之间的沟通、合作和信任。同时这种集体合作的精神还让我们能够在工作中更好地协作，为公司的发展做出更大的贡献，这对团队的建设以及公司的发展都是非常有益的。

第五段：总结

总的来说，线下完成美食活动是一项非常有意义的体验。它不仅可以带给我们美食的享受，还可以让人们获得交流沟通、互动合作的快乐。这种活动带来的团队合作的精神和工作中的应用意义，对我们日常的生活和工作都是有益的。我希望，

未来我们可以多组织这样的活动，以期营造更加健康、积极的工作氛围，为公司的发展助力。

线下活动策划方案篇七

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的'促销活动，更好的传达_家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来__

充分利用__两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展__的品牌影响。

20__年9月10日-20__年10月5日

—

- 1、__一元“秒杀”更劲爆!
- 2、__预订套装家具更惊喜!
- 3、__套装组合家具更超值!

线下活动策划方案篇八

美食活动是一种时下很流行的休闲方式，不仅仅满足了我们的味蕾，也带给我们很多乐趣和体验。在今天的信息时代，线上点餐和外卖已经成为了很多人的生活方式。但是，线下完成美食活动是一种更加亲身实践的方式，能够真正地感受

到美食的魅力，同时也能够让我们更好地与他人互动和交流。本文将分享我对线下完成美食活动的心得体会。

第二段：了解不同的美食文化

在线下完成美食活动时，我们可以不仅仅尝试自己熟悉的美食，还可以尝试不同地区和不同文化的美食。这不仅能够拓宽我们的美食视野，也能够增加我们的知识储备。比如说，在一次川菜制作活动中，我学习了很多关于川菜麻辣的知识，同时也体验了川菜独特的制作风格，这是在网上订餐和外卖所无法获得的乐趣。

第三段：增进人际交往和团队协作能力

线下完成美食活动不仅能够让我们感受到美食的乐趣，也能够增进人际交往和团队协作能力。在一次和同事一起做西餐的活动中，我发现我们有更加高效的沟通和协作能力，同时也更加互相了解和关心，这在网上订餐和外卖的居家生活中是很难达到的。

第四段：拓展生活方式和养成健康生活习惯

线下完成美食活动也能够帮助我们拓展生活方式和养成健康生活习惯。在一次自己制作饺子的活动中，我意识到自己制作的饺子只需要少许油和盐便可满足口味，不仅美味健康，也能够让我更加关注自己的身体健康。同时，这也让我拥有了自己的制作技能，无论是与家人、朋友还是自己，我都可以享受美食的同时保持健康。

第五段：总结

线下完成美食活动不仅仅是一种休闲方式，也是一种能够给我们带来多方面收获的体验。通过了解不同的美食文化、增进人际交往和团队协作能力、拓展生活方式和养成健康生活

习惯等方面，我们能够感受到美食所带来的乐趣和美好。因此，我认为线下完成美食活动是一个值得尝试的活动，你也可以通过这样的方式，享受美食的同时，锤炼自己的技能和思维，提高自己的修养和素质。

线下活动策划方案篇九

活动时间 | 20xx.2.19(当天)；

活动背景 | 20xx年新年到，基于微信摇一摇端口的全面开放，结合南海万达年初一的广场倒流的诉求，策划从线下摇一摇为入口，线上分享传播的新媒体o2o整合营销活动。

活动目的 | 大年初一在南海万达广场聚集人气，为商户导流用户；

活动内容 | 20xx年大年初一，结合南海万达年初一的广场导流的诉求，定点布置摇一摇设备，结合万达广场新年推广主题，现场发起摇一摇送红包活动，吸引现场用户参与，通过活动机制引导用户分享活动，形成线上的病毒性传播，为整个活动吸引更多人群。

奖品来源 | 针对万达上百家商户，根据策划的活动主题选择与主题关联的商家合作，整合商家的奖励内容，为摇一摇活动提供丰富的奖励，刺激用户参与积极性。

具体实施方案：

- 1、在南海万达广场中庭的新年主题场景铺设摇一摇设备，并通过现场易拉宝等宣传手段，告知用户参与现场摇一摇活动，抢新年红包。

当时我们在佛山的万达广场一共铺设了14个摇一摇的设备，基本做到了在万达广场摇一摇无死角。

ps:当时，因为摇一摇刚出来，很多小白用户不知道如何参与活动，我们就做了很多引导性的横幅和易拉宝展架。

活动是这样的，用户在万达广场打开蓝牙进入到微信摇一摇参与活动，如果想要拆红包，需要三个朋友一起才能打开。

用户分享出去后，好友收到二选一的选择，一是选择帮助好友完成活动，二是选择自己参与活动。参与后用户会随机获得礼包，到店兑换奖品。

活动效果：

其实全部的奥秘在于这个小东西[ibeacon];这个ibeacon在淘宝上38块钱就可以买到，这个小东西其实是一个蓝牙收发器，里面有个电池，大概可以管1年左右，成本非常低，可辐射半径为100米;可以放在店面，也可随身携带;可作为移动互联网在线下的一个入口;目前深圳的公交、地铁很多地方都有。

摇一摇关键点

根据我活动后面的会议讨论总结了几点：

1、是否有简单明了的引导标语去引导用户打开蓝牙，是活动成功与否的关键；

2、分享标题要给到用户一个转发的理由；

让买了的人介绍朋友来买；

“摇一摇周边”三大法宝：

a]通过摇一摇周边，近场发放卡卷优惠，为线下门店引流，切实拉动销售

哪些地方可以放置摇一摇周边设备？

商场、出租车、候车亭、机场、办公室、会场、公交、公众号、门店。。。。。

还有一个人的作用也很关键：一把手重视，上下一条心，有计划有目标，才能做好一次活动执行落地！

摇一摇还有很多具体的应用：

移动互联网变化太快了，唯有保持一颗学习的心态，不断学习，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

线下活动策划方案篇十

年初一到万达，摇一摇拿红包；

20xx.2.19(当天)；

20xx年新年到，基于微信摇一摇端口的全面开放，结合南海万达年初一的广场倒流的诉求，策划从线下摇一摇为入口，线上分享传播的新媒体o2o整合营销活动。

大年初一在南海万达广场聚集人气，为商户导流用户；

20xx年大年初一，结合南海万达年初一的广场导流的诉求，定点布置摇一摇设备，结合万达广场新年推广主题，现场发起摇一摇送红包活动，吸引现场用户参与，通过活动机制引导用户分享活动，形成线上的病毒性传播，为整个活动吸引更多人群。

针对万达上百家商户，根据策划的活动主题选择与主题关联的商家合作，整合商家的奖励内容，为摇一摇活动提供丰富的奖励，刺激用户参与积极性。

1、在南海万达广场中庭的新年主题场景铺设摇一摇设备，并通过现场易拉宝等宣传手段，告知用户参与现场摇一摇活动，抢新年红包。

当时我们在佛山的万达广场一共铺设了14个摇一摇的设备，基本做到了在万达广场摇一摇无死角。

ps:当时，因为摇一摇刚出来，很多小白用户不知道如何参与活动，我们就做了很多引导性的横幅和易拉宝展架。

活动是这样的，用户在万达广场打开蓝牙进入到微信摇一摇参与活动，如果想要拆红包，需要三个朋友一起才能打开。

用户分享出去后，好友收到二选一的选择，一是选择帮助好友完成活动，二是选择自己参与活动。参与后用户会随机获得礼包，到店兑换奖品。

其实全部的奥秘在于这个小东西[ibeacon];这个ibeacon在淘宝上38块钱就可以买到，这个小东西其实是一个蓝牙收发器，里面有个电池，大概可以管1年左右，成本非常低，可辐射半径为100米;可以放在店面，也可随身携带;可作为移动互联网在线下的一个入口;目前深圳的公交、地铁很多地方都有。

摇一摇关键点

根据我活动后面的会议讨论总结了几点：

1、是否有简单明了的引导标语去引导用户打开蓝牙，是活动成功与否的关键；

2、分享标题要给到用户一个转发的`理由；

让买了的人介绍朋友来买；

“摇一摇周边”三大法宝：

a□通过摇一摇周边，近场发放卡卷优惠，为线下门店引流，切实拉动销售

哪些地方可以放置摇一摇周边设备？

商场、出租车、候车亭、机场、办公室、会场、公交、公众号、门店.....

还有一个人的作用也很关键：一把手重视，上下一条心，有计划有目标，才能做好一次活动执行落地！

摇一摇还有很多具体的应用：

移动互联网变化太快了，唯有保持一颗学习的心态，不断学习，才能在激烈的竞争中脱颖而出。