

# 最新微信营销活动策划案例 营销活动方案 (汇总6篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 微信营销活动策划案例篇一

7月份的营销活动共计4场：

7月1日至11日，欧洲杯主题活动；

7月12日至18日，回家做饭主题活动；

7月19日至25日，暑期专题活动；

7月26至31日，商城改版主题活动。

7月1日至11日，欧洲杯主题活动

激情欧洲杯冠军有奖竞猜，选出您心中的冠军球队，8支劲旅尖峰对决，到底谁能笑到最后。

活动时间7月1日-11日

一、微信端投票推送：

1/4决赛有奖竞猜，红心火龙果(代表球队)vs黄金奇异果(代表球队)平台，微信商城，私信当天下单，我们会在优胜代表球队中选出2名用户当天所有金额免单(后期返)8个水果产品的预备推送。

二、1/2决赛竞猜：

三、巅峰决赛大厮杀：

决赛当天只要您关注小六美鲜公众号，并留言竞猜比赛胜负，当晚球赛冠军球队我们会选出支持的球迷1名，送出188元的小六美鲜礼盒。

活动解释：选定代表水果责代表支持哪方球队，免单客户我们会从优胜球队中选出。

7月12日至18日，回家做饭主题活动

回家做饭主题活动：

结合717回家吃饭日，倡导回家自己下厨房做饭，小六美鲜为您精选优质安全食材，助你为自己和家人做一餐“家的味道”。

活动：

1、全场水产类，冻品类食材，满100赠精品好礼(赠品从库存产品或新品样品中选取)

2、8种食材每日10份限量秒杀

3、4种食材超值拼团

4、7月17日当天9点，11点，15点，17点四个整点的前3笔订单免单(退购物款)最高200元。

5、凡活动期间购买食材，只要上传对应成品照片并附菜名，即可获得优惠券包/精美小礼品，后期对成品照片发起投票活动，票数最高者获得终极食材——帝王蟹一只。

7月19日至25日，暑期专题活动

一. 活动主题：

以天热不想出门为主题，5张海报的形式呈现，告诉你，跳舞不如宅在家吃水果。

二. 活动参考文案：待定

三. 促销方式

1. 活动一：

拍空调享限时折扣

室内温度低于26度，尊享1.1折

室内温度26度-30度，享0.9折

没开空调，享0.8折

7月26至31日，商城改版主题活动

小六美鲜商城平台全新升级起航，新增多种水产品类，界面升级更新，为此推出多种优惠。

1、全场冻品买二赠一，鲜活水产第二件半价

2、4-8款特价商品不限量供应(预售)

3、2-4款新品付邮尝鲜

4、集赞活动第三期，集满48个赞赠新品尝鲜包

营销活动方案

实用的营销活动方案汇总八篇

精选营销活动方案范文合集七篇

营销活动策划方案

节日营销活动方案

营销活动方案模板

会议营销活动方案

营销活动策划方案

## 微信营销活动策划案例篇二

为迎接20xx年春节的到来，弘扬传统节日的民俗魅力，展现xx景区的活力，同时也为广大市民和游客营造一个欢乐吉祥的游览环境，异常策划了以“闹新春”为主题的活动。

时间□20xx年2月15日—1月21日(大年初一至初六)

1□xx□

假山广场：花卉园艺摆放(“春节欢乐”字样造型)

xx内：xx道路两边悬挂红色灯笼(串灯)

2、船只：手摇船以大红灯笼作装饰；机动船以大灯笼剪纸窗花作装饰。

(一)敲锣打鼓辞旧岁狮舞成群迎新年

表演地点□xx广场

表演时间：年初一上午：9：00—11：00

表演方式：大年初一早上在xx广场燃放鞭炮，随即进行舞狮。

## (二)金牛犇犇闹新春

活动形式：卡通牛与游客互动。（工作人员穿上卡通牛的服装在整个xx内走动，与游客互动）

活动规模：8人

活动时间：大年初一至初六每天9：00—11：30，12：00—16：00

## (三)xx河休闲游(即环城河一日游体验之旅)

活动区域：环城河

活动方式：环城河游，在xx售票上船。船游环城河票价30元人。

活动时间：初一至初六每天9：30——16：30

## 微信营销活动策划案例篇三

为做好感恩xx二季度营销活动，结合聚福金葫芦产品市场推广，皇城工坊利用微信平台，将在母亲节、父亲节等节庆日期间，组织了微信营销活动，促进销售工作开展。其活动方案如下：

1、活动时间：4月14日至4月28日

2、活动意义：通过“关注皇城，集赞有礼”活动，将聚福葫芦产品信息在微信朋友圈广泛迅速地传播，并赠送以稀缺性

与收藏性融为一体的“马年流通币”为奖品，提高参与者的积极性，为第二季新产品上市做好前期市场预热工作，在市场上进行广泛地传播。

### 3、活动细则：

1)参与方式：关注“皇城工坊”官方微信平台，参与者通过微信朋友圈转发“皇城工坊第二季产品聚福葫芦上市信息”并收集到54个点赞，以手机截图形式截下点赞数量，回复到皇城工坊官方微信平台，即可参与活动。每个微信账号仅限参与一次活动。

2)兑奖方式：在活动期间，凡是按规则发送截图的参与者，获奖后将由皇城工坊微信平台发送领奖通知，获奖者凭通知向皇城工坊联络人兑奖。

### 3)兑奖时间：

第一轮兑奖时间：4月21日，兑4月14日至4月20日期间的获奖者。

第二轮兑奖时间：4月28日，兑4月21日至4月27日期间的获奖者。

兑奖时间为发送领奖通知的时间，获奖者凭领奖通知，联系皇城工坊联络人，进行兑奖。

4、活动奖励：获奖者将获赠皇城工坊“马年流通币”一套。（奖品数量为1000份，赠完即止）

5、本次活动最终解释权归皇城工坊所有。

1、活动时间：5月5日至5月12日

2、活动意义：母亲节期间，心怀感恩，对母亲的爱溢于言表。

通过参与者上传母亲最美的瞬间，与母亲的合影，或是上传母亲带着聚福葫芦时幸福的瞬间，体现聚福金葫芦产品的感恩情谊。

### 3、活动细则：

1)参与方式：5月5日至5月12日，参与者上传与活动主题相符的照片，至皇城工坊微信平台，由评委会在所有照片中评选出100名“幸福妈妈”。每个微信账号不限上传数量。

2)评选方式：在5月5日到5月11日之间，参与者按规则发送照片至皇城工坊微信平台，就能参与活动评选。5月12日由评委会评选出100名幸福妈妈，并在微信平台公布。

3)评委会设置：评委会设委员3—5名，由相关人员组成。

4)兑奖方式：5月12日18：00之前，皇城工坊微信平台将把获奖信息发送至获奖人微信中，获奖人凭获奖信息到皇城工坊联络人处兑奖。

4、活动奖励：皇城工坊提供的价值299元的心旋吊坠项链(925银+锆石+皮绳)

5、本次活动最终解释权归皇城工坊所有。

1、活动时间：5月12日至5月20日

2、活动意义：执子之手、与子偕老，是所有人对爱情的憧憬和美好愿望，借此百年难遇的吉日，是情侣之间表达爱情信仰和心愿的最佳时刻，通过我们的活动，让参与者将他们的爱情愿望和相守故事用图片或文字的形式上传到我们的微信上参加活动，能够提升大家与产品情感链接。

### 3、活动细则：

1)参与方式：活动期间，参与者上传讲述爱情愿望和相守故事的图片或文字内容，发送到皇城工坊微信平台上。评选委员会在所有上传内容中评选出5对“最佳情侣”奖，并在微信平台中公布获奖信息。每个微信账号不限上传数量。

2)评选方式：5月12日至5月19日，由参与者上传与活动主题相符的照片及故事到皇城工坊微信平台，即可参与评选活动。5月20日18:00之前由评选委员会评选出5对“最佳情侣”奖，并在微信中公布，同时将发送获奖信息至获奖人微信。

3)评委会设置：评委会设委员3—5名，由相关人员组成。

4)兑奖方式：5月20日18:00之前，皇城工坊微信平台将把获奖信息发送至获奖人微信中，获奖人凭获奖信息到皇城工坊联络人处兑奖。

4、活动奖励：赠皇城工坊xx爱你一世情侣套装(价值xx元)

5、本次活动最终解释权归皇城工坊所有。

1、活动时间：6月11日至6月18日

2、活动意义：配合父亲节主题，传递父爱如山的感恩情怀，让参与者点燃心中对父亲的敬爱之心，加深个人情感与产品之间地感情链接。

3、活动细则

1)参与方式：6月11日至6月15日18:00期间，参与者上传与父亲合影或对父亲美好的祝愿，也可以拍下父亲受到礼物后欣慰的瞬间，发送至皇城工坊微信平台。由评委会先选出10名候选人，发布至微信平台，让大家进行评选，最终评选出票数最多的3名获奖者。每个微信账号不限上传数量。



2) 评选方式：6月16日由评委会从所有上传者中评选出10位候选人，发布到微信平台。经后台整理后发布候选人信息。6月17日由大家按照候选人编号进行投票，按票数评出前三位获奖者。6月18日皇城工坊将在微信平台公布获奖者信息。

3) 评委会设置：评委会设委员3—5名，由相关人员组成。

4) 兑奖方式：皇城工坊微信平台将把获奖信息发送至获奖人微信中，获奖人凭获奖信息到皇城工坊联络人处兑奖。

4、活动奖励：

一等奖：赠送皇城工坊“三星手串”（价值1990元）

二等奖：赠送皇城工坊“马年通宝”（价值1380元）

三等奖：赠送皇城工坊“乾坤银核桃”（价值990元）

5、本次活动最终解释权归皇城工坊所有。

有关营销活动方案本站锦九篇

营销活动方案

元旦营销活动方案

营销活动策划方案

会议营销活动方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

营销活动方案模板

# 微信营销活动策划案例篇四

营造良好刷卡用卡环境，提高持卡人用卡意识，培养市民用卡习惯，让更多市民能够享受银行卡这一新型结算工具所带来的便利，方便群众生活。

## 二、活动时间

20xx12年12月1日——20xx年12月30日

## 三、活动组织

本次活动承办单位仪征市银行卡工作领导小组办公室、江苏仪征农村合作银行、中国工商银行仪征支行、中国农业银行仪征支行、中国银行仪征支行、中国建设银行仪征支行、交通银行仪征支行、中信银行仪征支行、江苏银行仪征支行、仪征邮政储蓄银行，扬州银通公司（协办），中国银联江苏分公司提供技术支持。

## 四、宣传主题

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

## 五、活动规则

20xx年12月1日—20xx年12月30日，凡持卡号“6”字打头的银联标准卡在仪征市辖内指定商户刷卡消费68元（单笔交易）以上的持卡人均有机会获奖，奖项如下：

特等奖1名，韩国游（6000元等值奖品）

一等奖30名，各奖励400元等值奖品

二等奖90名，各奖励200元等值奖品

三等奖1200名，各奖励10元等值奖品

兑奖方式：持卡人联机抽奖奖项凭标有“仪征市银行卡活动x等奖”的签购单到仪征银行卡管理办公室领取（仪征市解放西路106号人民银行内），咨询电话xxxxxxx□兑奖日期为中奖次日至20xx年12月1日——20xx年1月30日止，兑奖期间的工作日星期一上午8：30—11：30，奖项逾期不领者，视作放弃领奖。

关于营销活动方案范文汇编九篇

关于营销活动方案范文汇编五篇

营销活动方案

关于营销活动方案范文锦集五篇

营销活动策划方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

## 微信营销活动策划案例篇五

——五. 一黄金周活动促销及海报计划

一) 节庆假日

5月1日（星期二）劳动节5月4日（星期五）青年节

dm海报

07010期促销期□20xx年4月28日—5月6日

规格□a3/8p

商品安排：生鲜1.5p□40个食品2p□60个

非食品2p□60个百货2p□所有专柜

时间安排：商品洽谈：4月7—21日拍照：4月22日

排版设计：4月23日—25日印刷：4月26—27日14：00

派发：4月27日晚

唱响黄江k歌之王大奖赛决赛晚会

来华荣开“双色球”，超植奖品任你拿

首届华荣夏季服装展销会

周百福激情五一送大奖

商场如战场，在激烈的商战中，也需要有“亮剑精神”——“狭路相逢勇者胜”。

五一是一个销售的黄金周，但也是市场竞争激烈的一个时期。面对这样的市场环境，谁的动作大，谁能独树一帜，谁就能吸引更多的目光。

- 1、在一楼二楼分类陈列出夏季热销商品；
- 2、坚持生鲜超低价商品，塑造商场低价形象；
- 3、做好卖场叫卖工作；（是否叫卖器不够，如不够公司再行购买）

4、收银员严格做好唱收唱付，微笑服务；

6、洽谈供应商在场内做试吃试饮活动，增加场内现场销售气氛。

活动一：来华荣开“双色球”，超值奖品任你拿

活动时间□20xx年5月1日—2日

活动地点：商场大门口

活动内容：

1、活动期间，凡一次性在我商场超市区购物满18元、百货区（开单区）满68元的顾客朋友即可到大门口活动区域从箱内摸取3个乒乓球（乒乓分为红色和白色两种）

抽中3个红球即可领取“3红球区”内的奖品；

抽中2个红球1个白球即可领取“2红一白球区”内的奖品；

抽中1个红球2个白球即可领取“1红2白球区”内的奖品

超市区买满36元、百货区（开单区）满136元可摸2次，依次类推，单张小票限5次。

2、凭电脑小票到活动处现场开球，中奖率100%，小票不累计且当日有效；

3、奖项设置：

3红球区奖价值8元沐浴露，洗发水，可乐2l等

2红1白球区奖价值4元元洗衣粉450g□牙膏等

1红2白球区奖价值2元蚊香，罐装饮料等

3白球区奖价值1元袋装洗发水，牙刷等

4、活动操作：

a)企划部负责活动的宣传、活动现场气氛布置、操作，全程跟踪活动；

b)采购部提供奖品，所有奖品于活动前一天到位。

c)服务中心每小时4遍广告宣传。收银员主动告知。

d)防损部负责活动现场秩序及监督工作。

活动二：华荣首届夏季展销会

活动时间□20xx年5月1日—6日

活动内容：

活动操作：

a)企划部负责展销会现场气氛布置和音响宣传；

b)百货部负责专柜洽谈工作；

c)电脑部安排电脑现场脱机收银；

d)防损部负责活动的监控工作

e)服务台每小时4遍广告宣传，收银员主动告知。

活动三：周百福激情五一送大奖

活动时间□20xx年5月1日

活动内容：

活动操作：

1、企划部负责在5月1日晚“唱响黄江—k歌之王大奖赛”决赛时颁奖。

活动四：唱响黄江—k歌之王大奖赛总决赛晚会

活动时间□20xx年5月1日晚18：30

活动内容：

谁是“k歌之王”？将在这场紧张的角逐中产生，俊男靓女们激情的演艺将为你送出一个个精采的节目。

1□dm海报

2、横幅、水牌

3、播音宣传

4、收银员、营业员主动告知

营销活动方案

关于营销活动方案范文锦集五篇

关于营销活动方案范文汇编五篇

营销活动策划方案

元旦营销活动方案

营销活动方案模板

营销活动策划方案

## 微信营销活动策划案例篇六

20xx年一季度全市主要银行金融机构存款基本都是增加的，同期我行存款是下降的，面对越来越激烈的存款竞争，制定一个完善而有效的存款营销策略成为当前最为迫切的前提！一个好的营销方案将会成为扩充市场、延伸品牌度的有效手段。

坚持以加快存款发展作为主题。抓住机遇，适应市场的需求，加大存款营销力度，壮大我行的存款市场份额。

成立\*\*支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王\*\*\*任组长，副行长\*\*任副组长，副行长\*\*及办公室\*\*、营销部\*\*为成员。领导小组下设办公室在办公室，具体负责“百日存款竞赛”的营销体系建设工作的组织、联络、协调、督查、调度和考评。

本行存款的结构特点(应包括但不限于：存款的基础结构，如公存、储蓄及定活期比例；高端客户情况；主要贷款户派生存款情况等)。

从\*\*支行存款的整个结构看，活期类存款的大幅波动，是\*\*存款不能持续稳定增长的关键点之一，储蓄存款源的匮乏，对单个帐户的过于依赖，是影响\*\*支行存款的持续稳定增长的主要原因之一。

(一)稳定性因素：(1)由于受社会经济运行规律的影响，每年初都会有大量的易变性存款和准易性存款在短期内急聚沉淀到各金融机构。但该类存款流动性大、平均占用天数低，稳



定性较差。在没有新的、相当量的新存款源补充的前提下，弥补该部分存款流出后留下巨大资金空缺，需要投入更大的精力和经历更长的修复过程。这是引起\*\*支行存款下滑的主要原因之一。(2)个别客户的存款波动较大地影响到\*\*支行存款资金的稳定性，短期内还难以补足。

(3)居民消费需求不断增长，储蓄心理不断减弱。新客户群体的增长和老客户群体的维护工作需要不断改进服务，提供合适的金融产品才能跟上，加之各金融机构竞争激烈，也致使\*\*支行一季度存款工作开展较为困难。(4)新开立的存款帐户的数量大而质量欠缺，一些帐户开立后长期使用效率低，由于新增帐户存款余额的增长乏力，起不到推动作用，无疑浪费了前期投入的人力和物力成本。也是造成\*\*支行存款不能自然修复和回升的原因之一。

(二)金融政策及居民心理因素：商行属地方性银行，与国有商业银行相比，无论从营业环境、硬件设备、产品的科技含量、网络覆盖面，以及服务手段、服务内容，都不在同一个起跑线上。相对于国有商业银行强大的技术手段、雄厚的资金实力、坚实的国有体制后盾、以及几十年来在社会公众心目中树立积累起来的卓著信用。是商行在短期内无法达到的目标。加之国家政策宣传多年来一直偏重于对国有大中型金融机构的宣传报道。这些客观因素，无形中对商行存款组织工作产生了一定影响。导致部分企业和居民在对金融机构的选择和认知上，更倾向于国有商业银行。因此，这对吸收社会公众存款的能力和范围有较大的限制和制约。

(一)优化存款结构：一方面努力提高存款的稳定性，增加定期储蓄存款部分，寻找和吸收新的存款客户，在确保存款总量即定的前提下，加强存款自我更新，自我补充的能力。第二、优化存款质量，建立信用客户群体，资金运用将偏重于有较好优势发展的企业，为其提供配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。(具体量化指标、)

(二)改进服务内容、优化服务手段：一方面，注重优质客户的培植工作一方面，从柜面采集信息、挖掘优质客户群体，另一方面，不能简单的以信贷客户经理为吸引存款的营销人员，由于信贷客户经理在开展小企业营销工作后无法能对所有客户的存款进行细致的维护，对每三位小企业客户经理配置专人进行存款、中间业务、理财产品的营销，对此类人员的应挑选业务能力、表达能力、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是通过信贷营销部门提供的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面通过对支行提供的客户信息来开展长期不断的存款大户维护工作。着手建立电子版优质客户信息档案，随时对客户进行跟踪，通过对优质客户信息的对比、遴选，将优质客户群体进行细分，实行分层次的差异化服务，做好存款后续维护和开发工作。培养客户对商行的信任度和忠诚度，在稳定现有优质客户的基础上，积极发展新的优质客户群体；另一方面，努力改善柜面服务，配置大堂经理，二类支行全体人员要明确自身定位，把现有存款业务做活、做到位。在当前激烈的金融业竞争中，我们需要突出服务优质的特色，充分挖掘自身的长处和亮点。

为彻底扭转储蓄存款大幅波动的不良局面，尽快建立以存款为中心的多项工作措施深入挖掘目标市场，开展竞赛活动争揽存款、以理财产品挖转存款、以结算沉淀存款、以代发工资吸收存款等活动来服务稳定存款。

(一)开展储蓄竞赛活动争揽存款：制定强有力的激励措施，树立集体与个人目标统一、利益一致的“一盘棋”意识，行行全力争揽存款。

(二)以理财产品挖转存款：抓住理财产品收益高、发行期次多、资金回笼快等优势，将他行客户作为主攻点集中力量挖转，且要随时关注发行的大量信托理财产品到期时间，组织人员与大额储蓄客户进行了电话随访，与客户“零距离”接触，做到将所有信托理财产品和大额客户到期的存款都顺利转存。组织人员及时对公存客户帐面上大额存款资金进行了

解，对暂时不用的存款为客户做好理财，提示转存为7天通知存款或定期存款，并做好其他业务的营销拓展工作，带动保险、基金、黄金等理财产品的快速销售，带动储蓄存款稳定增长。

(三)以结算沉淀存款：积极分析存量客户的资金运作情况，利用网银转账功能做好付款方、收款方资金划转，确保资金在支行内部循环，确保储蓄存款稳定。

(四)以代发工资吸收存款：先以借款企业为突破口来办理代发工资业务，再通过和\*\*区、新市区、\*\*区工商局联系，以区域内所有企业为目标，以代发工资为突破口，二类支行和营销部门、综合业务部门协同营销，主动实施“一揽子”金融服务，促进存款、理财、电子银行等业务协同快速发展。

(一)落实营销环境：将营销措施落实到二类支行、营销部门负责人，要负责人引起高度重视，借以调动全员存款营销积极性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给能力就是提高资产创立能力”的观念。其次在全行召开“人人抓存款”活动动员会议，组织全体员工认真学习营销，围绕任务目标统一全员思想，使大家从全局和长远的角度牢固树立服务客户、加快发展的意识。从营销环境上要落实从行领导到一般员工，人人坚守“团结激发活力、团结激发智慧、团结激发斗志、团结创造奇迹”的信念。

(二)落实营销人员：要求窗口服务人员成为存款总量扩充的主力军。在对现实、潜在的优良客户进行分类排队的基础上，锁定目标客户，把握营销重点，开展高端营销和亲情营销。其次要加强营销部门的存贷款综合营销，强化以贷款带动存款的营销措施，确保客户资金在我行体内循环，降低实贷实付的影响。

(三)制定考核办法，建立激励机制，使存款营销工作目标明确，责任落实到人，将存款任务的增长与二类行全体员工、

营销部门人员的绩效工资20%挂钩。并落实二类行和营销部将任务层层分解落实到每位员工，及时下发存款营销情况通报，激励先进、督促后进。每旬由综合业务部对此次活动进行效果评价，活动的策划方案实施情况如何，活动是否达到了预期的目的，客户对活动的反映如何等等详细地进行评估。

营销活动方案

关于营销活动方案范文汇编九篇

关于营销活动方案范文汇编五篇

精选营销活动方案范文合集七篇

**【精选】**营销方案范文汇编九篇

营销活动策划方案