# 微信活动推广方案广告词(精选8篇)

来源：网络 作者：繁花落寂 更新时间：2024-12-06

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。微信活动推广方案广告词篇一世界上只有...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**微信活动推广方案广告词篇一**

世界上只有一位最好的女性，她便是慈爱的母亲。世界上只有一种最美丽的声音，那便是母亲的呼唤。母亲，是世界上最伟大的人，母亲也是这个世界上为孩子付出最多的人，对于母亲的付出，没有什么比感恩之心更能表达对母亲的爱，而“感恩”是一个人的基本素质，学会感恩，学会感恩身边的人、事让孩子们的童年更美好。五月的第二个星期，是母亲节，为了让孩子了解母亲，感受亲情，学会从小关爱妈妈，学会感恩，岚谷将一直提倡的“感恩”再次融入到节庆活动中，开展“我爱我的好妈妈”系列活动。

活动目标：

1、幼儿知道五月的第二个星期日是母亲节。

2、了解妈妈的辛劳，培养幼儿对妈妈的感激之情。

3、用实际行动为妈妈做一些力所能及的事情。

活动内容：

30组：唱唱我的好妈妈

1、学习歌曲《世上只有妈妈好》、《不再麻烦好妈妈》

2、请妈妈来园，开展给妈妈说句悄悄话的.活动，能用简单的祝福语祝妈妈节日快乐!

40组：

1、“我眼里的妈妈”绘画展：以年级组为单位进行展览，周五早晨将作品展在自动门处。

2、我给妈妈做礼物(手工制作项链、花环等)

50组：

1、我为妈妈做件事：根据实际，制定计划表，然后根据计划实施(周五在审美部入口处展出计划表以及相关照片)

2、写给妈妈的信：用图文的形式写一封信给妈妈，表达对妈妈的感恩

活动提示：

2、周五离园时邀请大班幼儿站在门口处有礼貌的对来往的妈妈们表示感谢

**微信活动推广方案广告词篇二**

微官网是企业微信上的门户网站，通过微官网将将企业信息、服务、活动等内容立体表现，让信息的展现更加赏心悦目，进一步提高用户体验面。情人节到来之际，赛风微赢特别推出浪漫七夕模版，营造出浪漫的节日氛围，画面唯美甜蜜，整体概念与七夕非常吻合，旨在提高用户体验度。

1、走鹊桥活动：在活动现场，用户只需扫码二维码关注商家公众号，触发关键字即可加入游戏。游戏开始后，大家就要摇晃起手机，让牛郎快速跨过鹊桥，与织女相会。如此好玩又浪漫的游戏，肯定能给大家带来火爆人气。

2、微上墙，爱就大声说出来：关注企业公众号，发送表白信息，现场大屏幕便会出现你的真情告白语。

3、摇一摇，情人节不差钱：关注企业微信号，参与“摇一摇”，便可领取商家提供的丰厚奖品。

5、微投票，大胆秀恩爱：商家可在赛风微赢后台设置【“七夕”晒幸福大礼喜上喜--晒幸福照片】微信投票活动，“七夕”晒幸福，赢大奖!通过所有网友集体的眼光，通过用户的拉票和微友投票选出最幸福的人，进行奖励。

4、摁死小情侣，单身狗定制版：而为了照顾单身人群，赛风微赢还推出一款“摁死小情侣”的小游戏，用户关注企业公众号，回复关键字即可参与且参与次数不限。

活动当天，用户只需要扫码关注企业微信公众号、发送照片就可以免费打印具有纪念意义的情人节美照，方式新颖，参与性强，想不吸引人都难。

这些七夕节微信活动，不仅很有创意，还很吸引人，增加了企业的人气和竞争力。这是一个信息爆炸的时代，如何能在一堆信息中脱颖而出，就看你是否有创意了。

结语：抓住节日时效性活动营销热潮，借力赛风微赢-微信营销平台优势来推出的情人节微信活动策划方案效果一定不赖。

**微信活动推广方案广告词篇三**

也许很多人会纳闷，第一步不是应该先进行微信二次开发，搭建微信营销平台吗?那么微信营销策划又是做什么呢?将地产项目与微信营销结合起来进行定位：

1、客户定位。房子是针对年轻群体推出的还是别墅型针对高收入群体推出的?先明确你的目标客户是哪一部分人群，有针对性的结合这些人群的心理特点去分析。

2、产品定位。所出售的房子是属于田园风格，还是地中海风情，或者欧美风又或者是饱含古典文化特色的中国风。户型的大小也会对房屋整体风格产生影响，在微信平台将这些特色一一展现出来，当然展现的方式有很多：可以拍一部浪漫的田园风情微电影，或者拍一些漂亮的照片，或者书写一些房子的美好故事。

3、价格定位。价格怎样定才合理?可以在微信公众平台发起问卷调查，综合分析用户的心理价格来确定。

4、营销策略定位。营销的方式有很多，传统房地产的营销方法通常是以线下为主，通过聘请一些兼职人员发放大量的传单，或者做大量的户外广告，或者展会。那么做微信营销，是否需要将营销主力引入线上，或者线上线下结合的方式来进行?这些营销人员都必须谨慎考虑。

在整个的微信营销过程中，房地产需要明确定位的目的是协助或者主导楼盘的宣传推广，帮助房地产的营销人员在不同渠道创造更多销售机会，促进客户的购买率。

第二步：微信营销平台制定

房地产企业和餐饮企业不同，消费者每天都需要吃饭，但对于房子的购买，可能20或者30年才会有一次，是一辈子的家。因此，在制定微信营销平台时要考虑到这些因素，要让购房者在多次的查看、对比、咨询过程中，既能够方便客户节省客户时间，又能够让全面了解详细信息。因此对于公众账号名称拟定、微信官网建设、微信栏目架构都要拟定一个详细的方案。

第三步：推广

1、推广二维码

在客户最常见到的户外广告上印上二维码，扫一扫二维码就能领取礼品，既体现科技感而且还时尚好玩。当然了，二维码的推广有一些细节需要注意，向公交车这些始终处于移动状态的广告就不要印制二维码了，总不能让顾客举着手机跟着公交车满大街跑着去扫码吧。还有那些高楼外巨幅的电子广告屏、高速路广告也不要印上二维码，每当小例看到这些广告上的二维码，都很想知道这是谁的设计灵感?是让客户举着手机对着快速移动的天空扫描呢还是让客户站在对面楼的窗口扫码呢?其实，能够印制二维码的地方有很多，并非只有这些办法。可以在宣传杂志、楼盘宣传手册、户型图和员工名片上印上二维码。

2、网络媒体推广

可以和合作的媒体互推，也可以在门户网站进行推广，借助名人微博、知名论坛等推广，还可以通过百度竞价来推广。就拿微信平台来说，推广方式就不少，微信公众平台推广、微信群聊推广、微信朋友圈推广等等。

3、平面媒体推广

在x展架上、报纸杂志上都可以印上二维码，还有电梯广告。就以小例每天看到的电梯广告而言，几乎都会印上二维码，二维码的设计亦是别出心裁，围棋状、用蛋糕盘托着的二维码等等。

第四步：运营维护

房地产微信营销运营人员能否在微信平台和用户一起互动呢?比如随时发起一些大转盘、抽奖、房屋装修知识问卷。借助经过微信二次开发后的会员系统，对客户分组管理，定期向客户发起一些问候，做一些有针对性的节日活动。像刚刚来到的国庆节，可以趁国庆热潮策划一起国庆余温微信活动，让客户能够感受到切实的关怀，而不仅仅是一个房屋销售人员的推销。

**微信活动推广方案广告词篇四**

由于微信具有信息发布快捷、互动性强、信息量大、覆盖面广等优势，微信营销成为一种新兴的营销手段，被各大公司广泛使用，并且发挥着越来越重要的作用，同时微信营销在推广、品牌树立方面同样重要，为了树立品牌形象、借势微信宣传渠道，特制定xxxxx微信营销推广方案。

二、目前项目微信现状

微信营销在推广中发挥着一定的作用，目前项目微信运营存在以下几点问题：

4.无互动性活动进行支撑：项目微信互动功能使用不到位，缺乏互动活动，对吸引客户关注力度不够。

三、微信平台营销推广建议

10.微信命名增加互动性:为项目取一个亲民的可爱的名字，通过他与客户互动或者以第三方的语言进行讲解等，如万科微信号自称“万叔”“悦多多”等，根据项目特点，我们可以称“小湾”、“小科”。

小结：

整体整体工作量较大，工作内容较为复杂，针对项目情况，暂定，每周更新微信文章3篇，每月微活动至少一次，时事热点根据情况暂定为每月1次，活动嫁接每月1次。

微信平台运营的主要工作有以下几个方面：

3.整理分析：对微信活动数据的整理与分析;

4.内容撰写：微信整体文案的书写与编排;

5.热点传播：关注实时热点信息，并进行借势炒作;

6.活动邀约：公司举办的任何活动，及时通过微信平台进行通知与传达;

7.活动策划：公司项目活动与微活动的配合嫁接。

8.每周推送：每周三次软文推送：周一周二为企业管理，热点时事。周三周四为港区动态，企业百科。周五至周日为项目资料，项目情况。

每周软文推送在上周日之前完成编辑。

综合考虑以上工作量，并考虑当前策划部门人员配置，如需要微信平台的运营尽快走上正轨，请求公司尽快配备文案一名，专项负责微信内容的收集、整理、与编辑。策划部其他人员会在微活动，内容方面工作进行协助，共同完成公司对外的第一扇窗户。

活动推广计划：自7月起至年底共6个月，预计小型活动举办6次，大型活动举办1次。

1.活动支持：活动不单单针对新客户，对于已成交客户及重点意向客户更要做好维系工作。物料奖品准备需要用心，不能以住宅的形式(可乐/保温杯等)，礼品必须做到客户不虚此行。对待不同的客户群体所准备的物料奖品也不同，针对客户的性质，考虑准备小型奖品、小型礼包、大型礼包等多种样式。

2.物料分类：

3.费用预算：

四、微信平台开发及运营建议

如上所述，简单的微信功能已经不能满足现在的需要，随着微信的快速发展普及，几乎所有的公司都选择了微信二次开发维护，甚至有的企业选择运营外包(据考察中德微信运营为外包)，二次技术开发服务费用大概在元4-5万/年，二次开发技术服务及微信运营大概费用为10-12万/年。考虑到项目情况情况，建议进行二次开发和技术服务，不建议选择外包。

小结：

针对公司运营及外包运营两种形式的考虑：

1.二次技术开发：二次技术开发是非常必要的，技术开发后的产品相当于做了一次整容，产品的内容，形态，项目液态等都会有一个全新的展示。在当前地产形势下，我们只有将最好的一面展现出来，才会得到客户乃至社会的认可。配合技术开发后的微活动，微工具等系列产品，会对客户产生黏性。

2.微信二次技术开发费用:预计在4-5万元/年，微活动物料支持预计至年底需6万元;合计11万元左右。

3.二次技术开发及运营：当前不少公司微信公众平台的运营都做了外包。

优势：运营外包后的公众平台展现的内容相对更为丰富，更新频率更为快捷，平台风格更为统一。

劣势：费用相对过高，平台更新内容不能百分百由项目定制。

五、微信平台二次开发建议方案

项目微信二次开发建议如下模块：

1.走进园区：xxxxx置业、微网站、项目品质、服务平台、户型图

2.项目动态：入园企业、活动资讯、园区近况、实景拍摄

3.园区互动：实用工具、行车路线、联系我们小游戏

六、微信平台推广计划目标

xxxxx置业营销中心

20xx年5月5日

**微信活动推广方案广告词篇五**

一、微信营销概况

微信作为腾讯公司于2024年初推出的一款快速发送文字和照片、支持多人语音对讲的手机聊天软件，一经出现便风靡于全国。截止2024年底，微信用户已达到5亿人，每3.2个人里便有一个人使用微信，并且用户数量正朝着每天23万人次的速度增长。

微博与微信用户的增长对比

虽然腾讯宣称微信并不是一种营销工具，但是其对年轻人的吸引力及超强的大众普及度，仍然使它成为一种新兴的营销平台。

作为继微博营销之后的另一种网络营销方式，微信营销在具有与微博营销的相似性的同时，也具有较大的不同，也继承了微博营销的大众化高参与度、互动性强、操作简单、成本低等优势。通过微信公众平台、朋友圈、漂流瓶等渠道，来达到微信推广营销的目的。

从节点式的微信活动，到整个房地产的营销过程，再到老客户的维系，微信均能通过不同渠道进行不同程度的参与，来配合营销推广工作，而不是单单的产品户型展示、活动消息发布。

二、 微信营销优势与意义

房地产的目标客群年龄段在20岁-50岁之间，而微信用户年龄

段也在18岁-45岁之间。客群上的重合，决定了微信营销推广将在房地产的销售推广中，占有不可或缺的一席之地。

低廉的成本、简单的操作、较高的参与度以及较强的互动性，也使微信营销这种新兴的营销方式，在房地产行业生根发芽。

精确的客群定位

针对性强。以往的短信、电话轰炸往往目标分散或者不能概括所有潜在客户群。微信营销推广，定位搜索针对不同潜在客户群运用不同的营销宣传模式，多管齐下，使产品宣传不再又冷又硬，达到更好地宣传效果。

信息更新快捷及时

传统营销模式，往往由于产品信息、客户资料更新慢，客户流失会比较严重。而微信营销系统不仅可以发送文字、图片更能即时传送音频视频，多角度的对楼盘进行宣传推广，更能及时和目标客户进行一对一沟通，及时的将产品、活动的信息传递出去。

多渠道推广获得关注

微信公众平台可以以二维码的模式，插入到各个推广媒体之中。不论是户外的平面媒体、网络网页，还是dm直投、各种纸媒，均可以成为微信推广的平台。

三、如何微信营销

所谓的微信营销，不仅是单一的.销售过程，而是将微信营销推广融入于房地产营销推广的整个过程中，以达到其最佳效果：

由于目前微信功能尚未完善，微信营销体系也不十分健全，一般来说包含：微信开放平台、微信公众平台、朋友圈、漂流瓶、功能软件开发、微信点赞与二维码传播。

微信开放平台

方式：利用微信的信息开放特征，将产品的信息进行释放，把产品的内容分享到微信，或者把微信的内容分享到其他推广当中。

实质：类似于各种分享。

优点：微信用户的重度关系圈，有效进行口碑传播。

不足：产品大范围扩散比较困难。

微信公众平台

方式：微信认证账号，类似于qq空间，微信上的品牌主页，可以进行产品的形象化展示、信息发布、活动参与。

实质：专属推送信息渠道。

有点：推送的对象是关注你的用户，所以关系比较亲密；到达率100%。

不足：如果用户关注了 20 个品牌，每个品牌每天向你推送 3 条信息，那么这些信息就显得有些扰民了。

朋友圈

方式：可以将手机应用、pc客户端、网站中的精彩内容快速分享到朋友圈中，支持网页链接方式打开。应用于信息发布、活动参与、圈内分享。

实质：私密社交，信息分享

优点：交流比较封闭，口碑营销会更加具备效果。

不足：开展营销活动比较困难。

微信漂流瓶

方式：将活动信息、折扣信息进行漂流瓶传播，接收到的客户，可以凭此信息参加活动或是得到某些价格优惠。

实质：信息的不定向传播。

优点：交流、信息传播比较开放。

不足：传播方向、范围无法确定。

功能软件开发

方式：通过微信周边软件的开发，使我们的微信主页具有某种功能，诸如房贷计算器、楼盘区位图、抽奖转盘等。

实质：微信周边功能。

优点：增加微信独特功能，更能吸引客户参加微信活动。

不足：需要费用较高，宣传推广较为被动。

微信点赞与二维码传播

方式：通过点赞、扫描二维码进行活动及传播。

优点：活动更加直接，互动性更强，二维码传播更加简洁，可以与其他推广方式互动传播。

不足：模式较为单一，如果吸引力不足的话，很少有人去扫二维码。

四、如何提高微信营销参与度

虽然目前微信使用广泛、普及度较高，但是如果我们的微信营销没有较高的吸引力，是不能获得较高的参与度的。如此一来，微信营销就只成为了空谈，收效甚微。这也是其他地产公司进行微信营销失败的根本原因：没有客户参与。

要想提高微信营销的参与度与吸引力，必须加强微信营销的互动性、活动吸引力、加强奖励优惠力度。

1. 扫描有礼、点赞有礼要以虚拟物品为主，例如：q币、话费充值卡、qq会员、黄钻……这样便于及时兑现，方便客户参与。

话、案场情况、员工生活、哲理名言、购房技巧等较为吸引客户的内容，在这些内容之中穿插-我们广告，诸如：logo、slogan等。然后再利用微信进行病毒式的传播。

3. 坚持微信上的客服服务，客户能及时找到我们的工作人员解答疑惑，而不是一而再再而三的找不到我们的工作人员。

4. 相册内的产品展示、信息释放坚持定时、及时更新，微信营销的最大优势就在于能够抓住信息的时效性，最快的将客户想要的信息释放出去。

五、微信活动与现实活动的互相转化

微信营销的意义并不止于虚拟世界的推广传播，而且还能有效的转化为现实中的活动。

当微信的粉丝、意向客户达到一定程度的时候，我们可以组织看房团，推出优惠折扣。还可以提前释放活动信息，让更多的微信粉丝配合参与我们的活动。

**微信活动推广方案广告词篇六**

随着微信的持续火热，企业公众帐号纷纷上线，微信营销这种新的营销模式愈演愈烈。 而微信营销中最大的难点就是微信公众平台的推广，说白了点就是如何增加粉丝的问题。

三点因素决定企业粉丝能否快速增加

1、能够保证你的企业帐号出现在对你感兴趣的粉丝面前，或者你对他们而言有价值。这样可以有效的做到粉丝精准性。

2、多多宣传你的企业帐号，利用一切可以利用的方式进行宣传，让你的粉丝们知道这个帐号的存在。

3、你的帐号对于粉丝而言是否有价值，那就要看粉丝知道你的帐号后有多少立刻关注了。

当然，你也可以通过各种活动诱导粉丝的关注。但是，你帐号的价值决定了粉丝时候会留存。 我们通过以上三点，已经可以总结出公众平台运营的方式，1-2点属于推广环节，而第三点则是内容与服务价值的体现了。

而对于推广而言，相对还是比较容易的，只要找到相关渠道，进行定位精准推广，还是很容易就成功的。对于推广上，我们总结了线上和线下两点：

一、线上推广

1、 利用企业微博进行宣传，微博头像，界面，包括发布的每一条博文中都贴上二维码，另外也要留下微信号，防止粉丝使用手机查看微博无法直接扫描二维码。

2、企业的官网上直接挂出二维码，放在首页明显处。

3、企业的博客、论坛、qq号、qq群等一切可以利用到的地方都挂出二维码。

4、利用微博和微信，开展关注有奖的线上营销活动。

5、微信平台里的文章结尾留下二维码和微信号，鼓励粉丝分享给朋友或朋友圈。

6、利用微信和微博的大号进行转发，不过此点基本上是要花钱的。

7、利用邮件推广，可以在相关邮件中嵌入微信二维码。

8、事件炒作，如果能炒作出\*\*门，\*\*体或者\*\*姐之类的事件，其传播性则不可估量。

二、线下推广

1、利用户外的广告或者海报上宣传，不管是坐飞机还是坐火车，总可以看见各类企业广告上都印有微信二维码，。

2、产品包装上印上二维码。

3、收集现有客户和潜在客户的手机号码，利用短信进行推广。

4、公司的宣传彩页和名片上也可以印上二维码。

5、线下实体店，此点是最容易进行推广的。比如很多饭店，都会在门店海报或宣传单页上印二维码。比如扫下关注微信，即可减少5元钱，相信会有很多人愿意关注下微信的。 目前发现的加粉方法也就这么多，大家未必都能用的上，毕竟每家公司的情况不一样。 但是，只要大家因势利导，整合资源，利用一切办法进行推广，你的公众平台肯定会粉丝暴涨的。

简单的复制照搬往往效果不佳。从来就没有免费的一夜暴富可能，公众平台粉丝增长需要方法，但是留住他们更需要用心经营，仅仅是获得而不予以经营，相信很快也会流失掉。

三、其他推广

1、利用短信导入老客户

许多企业在以前的运营中有许多老客户，这些老客户主要是会员，留有手机号，将这些有手机号的用户转换为微信用户是商家必须采用的一种营销方式。

有商家就是利用短信息将老客户引导到微信上来，同时结合老客户转来有抽奖活动，比如关注有奖，或者微信大转盘抽奖、微信刮刮卡抽奖、答题抽奖等，通过这种抽奖方式，让老客户自然转为微信客户，不仅以后可以节省更多的短信费用，而且关注微信后，还可以为客户提供图文并茂的、甚至可以直接下订单的微信功能。

2、打造品牌公众帐号，做好全方位运营

获得公众帐号登陆公众平台网站注册即可。申请了公众帐号之后在设置页面对公众帐号的头像进行更换，建议更换为店铺的招牌或者logo，大小以不变形可正常辨认为准。 此外，微信用户信息填写店铺的相关介绍。回复设置的添加分为被添加自动回复、用户消息回复、自定义回复三种，企业可以根据自身的需要进行添加。

同时建议企业需要对每天群发的信息做一个安排表，准备好文字素材和图片素材。以餐饮企业为例。一般推送的信息可以是最新的菜式推荐、饮食文化、优惠打折方面的内容。 用户的分类管理可以针对新老顾客推送不同的信息，同时也方便回复新老顾客的提问。一旦这种人性化的贴心服务受到顾客的欢迎，触发顾客使用微信分享自己的就餐体验进而形成口碑效应，对提升企业品牌的知名度和美誉度效果极佳。

如果企业没有专人来运营，也可以交由“众生活网”代运营。

3、实体店面同步营销，地面、网络推广同步进行

店面也是充分发挥微信营销优势的重要场地。在菜单的设计中添加二维码并采用会员制或者优惠的方式，鼓励到店消费的顾客使用手机扫描。

一来可以为公众帐号增加精准的用户，二来也积累了一大批实际消费群体，对后期微信营销的顺利开展至关重要。

店面能够使用到的宣传推广材料都可以附上二维码，当然也可以独立制作x架、海报、dm传单等材料进行宣传。

商家如果有自己的网站、博客、微博、论坛、邮件等，可以在网上做同步宣传，同时可以做一些网络营销推广，如百度、谷歌等。

4、签到打折活动举例

微信营销比较常用的就是以活动的方式吸引目标消费者参与，从而达到预期的推广目的。如何根据自身情况策划一场成功的活动，前提在于企业愿不愿意为此投入一定的经费。 当然，餐饮类企业借助线下店面的平台优势开展活动，所需的广告耗材成本和人力成本相对来说并没有达到不可接受的地步，相反有了缜密的计划和预算之后完全可以以小成本打造一场效果显著的活动。

以签到打折活动为例，企业只需制作附有二维码和微信号的宣传海报和展架，配置专门的营销人员现场 指导到店消费者使用手机扫描二维码。

消费者扫描二维码并关注企业公众帐号即可收到一条确认信息，在此之前企业需要提前设置好被添加自动回复。凭借信息在埋单的时候享受优惠。

为以防顾客消费之后就取消关注的情况出现，企业还可以在第一条确认信息中说明后续的优惠活动，使得顾客能够持续关注并且经常光顾。

用户咨询的时候，回复要及时，必要时采取人工微信客服，进行更有效的沟通。

5、利用微信积分功能粘牢客户

许多商家搞促销活动经常会送积分，以此来带动消费者不断参与，由新顾客变成二次、三次消费的老客户。而利用微信的特点，让这种积分功能可以发展的更好。

只要完成答题，就可以获得积分，而且每天还有积分排名。通过积分排名，调动用户的积分性，通过20天的连续答题，已让品牌深入到消费者心中。

6、不同行业的微信营销思路

快消品行业：利用外包装上的宣传方式+微信抽奖+微信防伪的方式来进行活动，可以快速积累自己的忠实消费者。

餐饮行业：利用门店+促销优惠券(微信独享)来宣传推广。

房地产行业：将原来在报纸、户外、地铁宣传单页上面全部印上 微信公众平台的二维码，然后加上一句话：加微信 看房型 送宝马，要比传统营销方式多更多的关注人。

4、前期必须重视的工作

1、了解企业做微信营销的目的

这个很重要，如果你对企业做微信营销的目的都不清楚，可能你做出来的方案都是南辕北辙的。有些企业是为了让自己的\'服务更便捷，例如南方航空、招商银行，有些企业是为了更好宣传自家产品从而获得更高销量，例如星巴克、杜蕾斯。

当你了解好企业的需求后，你才能明确的选择使用服务号还是用订阅号，之前我有一些客户就是注册的时候选了订阅号，但发现自己其实需要的是服务号，因新注册的订阅号是不能升级到服务号的，所以只能重新注册了，万一之前的号用了自家官方名称，那新注册的号在命名的时候就会很麻烦。当然你也可以两个号都开通，不过需要考虑两个账号的分工，否则就会自乱阵脚。

2、分析同行或相关帐号

我发现很多微信公众账号的运营者很少关注同行账号，都是关注自媒体或者一些讲微信营销的账号为主，好像生怕给同行增加了一个粉丝自己亏了一样。通常同行才是你最好的老师，有很多东西都不需要重新摸索，甚至把他们成功的运营方式，或者内容布局直接抄回来就可以了。

我给客户做方案之前都会加大量他们行业相关的微信账号，看看他们用服务号和订阅号的情况，了解他们用那种类型的账号比较多，那些账号的营销做的比较成熟，每天关注他们的动态和运作的方式，活动的安排和文案，毕竟隔行如隔山，要做一份有行业针对性的方案是需要花不少时间在竞争对手身上的，如果你那个行业在微信上还没有像样的竞争对手，你可以关注你们行业的相关大号。

3、运营微信帐号1-2个月 方案并不像计划，计划很多时候都是靠预估的，方案是要落实到具体每样细节的内容，包括账号运营的工作安排、分工、每日任务、活动等等一大堆内容，要做这么详细的方案是需要一些时间来做信息收集的，而运营微信账号就是最好的信息收集的方式。

由于每种营销渠道的运营方式都不一样，所以不能完全按以前做营销的方式来做微信营销，最好是先给公司的公众账号运作1-2个月，对微信里的营销玩法和套路都大致摸透了这样你的方案就已经大致成型了。如果你对微信营销完全没有概念，你就直接把你觉得同行做微信营销最好的账号内容直接照搬，自己运作一段时间试试，然后再适当微调。

在这段时间里，最好能向公司申请一些资源来做些活动，例如朋友圈转发、带朋友到店消费奖励、店面做促销、打折等等，只要可以用来给微信做活动支持的方式都可以试试。 还有就是与客户互动，很多网友认为客户问问题然后我们回答问题，这样就算互动，事实上这叫问答不算互动。互动是需要你们官方账号主动带动用户交流的才算真正的互动，这样做的目的是激发一些有共同想法的人群增强互动，简单来说就是跟客户增进感情啦。

可以尝试与你们互补的行业帐号进行文章内置推荐，就是在对方文章底部推荐你的账号，你的文章底部推荐他们的账号。例如我是卖墙面漆，可以找地板的企业合作，奶粉企业的可以跟bb车企业合作，大家的客户群是大致相同的，但是产品没有竞争关系，这样可以快速扩大你的账号粉丝数量。

4、分析数据和客户

到了1-2个月之后，我们就可以基于这段时间的运营情况进行总结，包括对文章的阅读量和转发情况进行分析，那类型文章更吸引目标人群，客户的反馈，客户互动的情况，还有活动的参与程度和效果分析，这段时间对公司的业务有多少帮助的评估等等。把这些相关数据做个报表，然后给每组数据写几行总结，例如文章，某某类型文章阅读量和转发度极高，可以适当考虑多增加这方面内容发布等等。

贵阳众生活网络服务有限公司

联系人：陈帮发

电话：18608518772

微信：bangfa

qq：337291368

公众号：yigouding

**微信活动推广方案广告词篇七**

（一）方案主旨

由主办方商学院文化部运营的微信平台久加久《乐酒志》（微信号：lejiuzhi），通过线上与粉丝的互动活动，将酒产品作为奖品，对《乐酒志》以及酒产品进行双向推广，同时又能吸引更多的粉丝。

力求让《乐酒志》的平台品牌化，在酒行业营销杂志，及新媒体领域具有更高影响力。

（二）活动方案设计

a、活动规则

《乐酒志》微信线上活动分为两个环节：互动环节、获奖反馈环节。

一、互动环节细则

方式一：闯关问答

微信回复“乐酒志（或活动序号）”开始答题，进入闯关，答对一题方可进入下一个问题，回答错误可继续回复答案，直至获取下一道题目继续游戏，答对最后一题后将会有“恭喜通关” 的提示，要求参与者将此页面截图，并发送至《乐酒志》微信平台。

在规定时间内发送截图的人中，随机抽取获奖者。

方式二：整篇问答

发布推送问答题目的`文章，开展问答互动。

在“乐美食”或其他板块文章增设分享环节：

要求粉丝分享该篇活动文章，配上推荐给好友的文字或相关板块主题的文字，如：“在乐美食板块，可分享想吃的、想做的下酒菜、或用酒做辅料的美食。” 最后发送截图至《乐酒志》微信平台。

在规定的日期内，在按照要求回复截图的粉丝中，随即抽取分享者，可获得奖品。

评析：目前比较广谱方便实行的，而且参与度较高的方式。

二、获奖反馈环节细则

1、通知获奖

选出获奖者后，考虑到微信平台的信息只保留5天，我们首先在平台内通知其获奖，要求其回复“姓名、邮寄地址、电话、qq”。此外，为提高粉丝对我们活动的真实性验证，同时将获奖者名单推送发布在《乐酒志》微信文章里。 如获奖者5个工作日内无回应，则取消其获奖资格。

2、反馈信息

幸运粉丝收到奖品后，即参与反馈，将其获奖感言、喝酒后的品鉴体验文字以及照片发送至《乐酒志》微信号中。

获奖感言加品鉴文字设定为50字左右，多则不限。

收到奖品的照片至少1张，多则可为“粉丝与酒合照”、“品酒照”等。 每周将获奖粉丝反馈的信息整合至微信推送出去，达到分享反馈营销的效果，如每期顺利累计下反馈信息，那么可将这些饮用者的评鉴体验汇总做成反馈图文表作为不同销售模式的资源。

3、激励反馈

获奖后的反馈环节属于二次参与活动，特别设定激励方式来提高参与度。

精神激励：在反馈信息后，在《乐酒志》杂志、以及微信平台分别设立“民间品酒师”专题，该名粉丝的品酒心得、照片均会刊登在其中。

物质激励：增设神秘大礼（待定），吸引获奖者参与反馈品酒信息。

b、时间周期安排

活动周期在试验期定为2周，两个环节分开进行，日期定为每周周三。

c、奖品设置

活动奖品：楼兰蛇龙珠干红葡萄酒360ml（30瓶）

发放策略：每期活动初定为3瓶葡萄酒，进行几期后，根据粉丝网友的口感反馈、品鉴图文质量，以及反馈信息在微信、杂志、门店实际起到的营销推广效果，再次考量是否增设产品种类、数量等。

邮寄费用：奖品是酒类，需要特殊包装后邮寄，液体包装的快递费约为8元。

d、活动内容提纲

活动预告:活动前预告大主题“商源20年感恩答谢送酒”，再带入产品文案，

与乐酒志相结合。

活动正题：问答内容发布、乐美食分享到朋友圈

公布获奖：将获奖截图公布在微信上，再次引入活动主题、产品特点精华，

并结合《乐酒志》的微信板块，鼓励粉丝继续参与、关注及支持。

e、活动更新

互联网变化较快，需要不断更新活动方式和内容，才能使新型营销推广有更好的效果。

1、内容、方式更新：每次问答内容需另文案储备，以实用、有价值为原则更新问题板块；每次活动后总结经验，在互动方式上不断改进、创新。

2、产品推广更新：每次活动要提炼出相关酒产品文案的精华，与“乐酒志·乐生活”相结合，依据产品的不同，推送出各有特色的活动及产品介绍。

商学院文化部

魏程

**微信活动推广方案广告词篇八**

一个公司的微信公众账号即便是做的十分完美，如果缺乏推广，也不会取得好的成果，所以，公司的微信公众账号要做好切实的推广，有推广才会收获粉丝，有粉丝才能收获订单。

（一）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，成为公司移动互联网营销通路的重要组成部分。

（二）公司获得价值：

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。

（三）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。

（四）方案实施办法

一、利用小号加粉

二、双管齐下，线上线下齐推广

三、

微信造势的5种方法

四、借助微博力量，撒网捞鱼

五、依附腾讯力量，推广微亮剑账号

六、配合大型活动，积累微信粉丝

七、完美展示页面布局，吸引更多的关注

八、口口相传，通过不俗的口碑进行传播

九、引擎搜索：创建百度百科，百度贴吧，百度知道

一、利用小号加粉

当官方大号得不到宣传的时候，利用小号来推广大号是一种有效的方式。公司员工可以建立几个小号，在小号的签名上都加入自己的公司广告，并在小号的“朋友圈”、“附近的人”等功能中，推广给朋友和附近的人。这样一来，公司在很短的时间内，就会获得不少粉丝的加入。通过小号来宣传和推广大号的主要方法有以下几点：

第一，小号签名不可忽视。

在签名栏里，我们可以将微亮剑的微信号或者公司的名字以及简介放在签名上。这样别人就能看到你的这个信息，有需要的人就会关注你。

第二，利用查找“附近的人”来向附近的人打招呼，做宣传。小号可以通过“附近的人”功能来向附近的人打招呼，甚至可以群发信息，将微亮剑推广出去。

第三，通过“漂流瓶”、“摇一摇”等来推广大号。

通过“摇一摇”功能还能不断地摇出新朋友，然后将微亮剑信息强加给他们，一定会有人因此而关注。（注：招商银行就曾经使用这个方法来推广自己微信公众平台，获得不少的粉丝量）

第四，群聊发信息，推广大号。

小号可以通过搜索自己的朋友和好友来建立微信群进行群聊。在群聊里，我们就完全可以将大号的信息、平台号推广给群成员。这样一传十，十传百，就一定能够扩大自己的声势，宣传自己的平台大号。

二、双管齐下，线上线下齐推广

线上：公司要做好互动、定期的消息推送，让更多用户订阅微亮剑的消息，然后点击推送；同时还要借助各大节日等欢庆时节来送出一些奖品，让用户粉丝对微亮剑工作号产生极大兴趣。同时还可以在论坛、im工具、edm、官网、网店、博客、微博、社交网站、互推、付费广告、公众账号导航推广微亮剑二维码。

线下：公司要做好二维码的宣传，在任何看得见公司实物的物体上，都要印上醒目的微信二维码，包括产品包装袋、盒子、名片、宣传画册、展销会宣传幅、名片、传单、t恤/广告衫、菜单、说明书、产品包装、店内海报、户外广告、关注陌生人、活动、传统媒体 甚至纸杯上都要印上二维码。

三、微信造势的5种方法

第一，依靠多媒体的宣传

想要为微亮剑公众号造势，其中之一就是要通过一些媒体宣传来帮助和引导用户关注。比如，公司可以借助自己的官方网站、微博、电视台等平台，来为自己的微信号加大噱头。在能展示公司形象的地方，都要做好二维码和微信号的标签。只有媒体协调配合，才能让你的微信打出去。

第二，做好微信互动。

粉丝在关注微亮剑的公众号之后，一定要重视微信与用户互动，那么将会有利于粉丝对公司的黏度关注，这也符合公司的长远利益，因此，做好微信互动，也是微信造势的一大方法。

第三，做好图文并茂的宣传方式。

不管是线上还是线下的造势，公司都不能单一地用文字或者数字号码来向用户、消费者造势。因为这样不但没有气势，而且还不能吸引粉丝眼球，所以，公司需要以一些显现的图文并茂的形式来向粉丝推出信息，让粉丝在视觉上有一定的冲击力。

第四，创意不断，话题策划要有新意。

一个好的点子，不但能吸引人的注意，还会引起一些好玩的互动，甚至粉丝会积极转发和分享你的新意。

第五，产品促销引导人们关注微信。

微亮剑平台针对普通版、标准版、钻石版三个不同版本正在进行打折促销。公司可以在一边搞促销的同时，一边宣传公司微信公众账号，这样一来，公司不但得到了双赢，而且还能够为微信公众账号造势，可谓一举两得。

四、借助微博力量，撒网捞鱼

要做好微信推广，需要的不只是线下活动推广，更需要微博的力量，如今，在网络上，新浪微博和腾讯微博这两大微博网站的人气还是十分高涨的，所以鉴于这一点，我们在微信营销方面，完全可以借助微博的力量来撒网捞鱼。

首先，公司利用自己已经拥有一定关注度的微博进行微信推广。

公司在发微博时，将自己的微信号，微信二维码发到博文上，这样粉丝就能在第一时间看到更新状态，进而关注扫描微亮剑二维码，关注微信。

其次，傍大v，借助微博红人来宣传自己的微亮剑公众账号。如果公司条件允许，借助微博上极为红火上网微博红人来宣传自己的微信，吸引粉丝，这也不失为一种好方法。

五、依附腾讯力量，推广微亮剑账号

想要将微亮剑做好，将自己的微信公众账号推广出去，除了要借助微博的力量之外，还需要灵活依附一些大的网站，比如腾讯网站。

首先，借助腾讯qq聊天工具的力量来推广微信账号。腾讯qq的用户量达到10亿用户注册，每天的活跃量也已达到6亿多，这样一个庞大的数字说明了腾讯qq的广泛影响力。公司可以在自己qq签名中表明自己的公司名称、微信号，这样可以让那些加自己好友的人看到公司的微信号，从而有可能获得关注；其次，公司还可以在与qq好友聊天时，将自己的微信二维码复制到消息中，连同一些公司的优惠信息一同发出，这样也可以获得大量粉丝的青睐。

其次，通过腾讯qq空间来推广微信公众号。

qq空间从创立至今，一直是众多qq用户青睐的一项社交活动，大多数人会将子女及的最新动态、最新照片发到qq空间中。同理，公司也可以将公司的微信号、二维码发送到qq空间中，而且还可以在他人好友的空间里留言、评论，当然，留言、评论内容也都可以将自己的微信号、公司二维码等发送出去，如此一来，不但对方能够看到公众平台的二维码，而且就连关注该空间的其他朋友也能看到二维码，这样就收到了很好的宣传效果。

再次，利用qq群来推广微信号。

公司可以添加一些qq群，在维护qq群运营时，将自己的名片设置成为微信模式。而且在向群成员发送信息时，也可以将微亮剑信号发上去，或者将二维码贴上去。比如，也可以在群里发这样的消息：“关注本公司的微信公众号，可以获得优惠券，享受微亮剑不同版本最低折扣等等......”用这些优惠活动来吸引群成员去关注微信公众号。

而且在qq群里还可以与群成员之间相互互动，传播公司微信公众账号，这也等于做好了一种广泛的推广。

最后，还要依附腾讯qq广告弹窗、腾讯微博、新闻窗口等途径来推广微信号。

众所周知，当你打开腾讯qq时，总是会不定时地在网站右下角弹出一些小对话框，这些对话框里充满了各种各样的新闻、广告、促销活动，公司也可以考虑这种方式来宣传和推广自己的微信号。

六、配合大型活动，积累微信粉丝

最立竿见影的吸引粉丝的微信推广方法就是搞一些大型的促销活动，通过促销，来积累大量粉丝，是十分有效的方式。在促销活动中，公司可以将微信号二维码印在公司的促销宣传单上的最醒目的位置，然后让消费者关注，拿出手机扫一下，成为该公司的粉丝，粉丝可以凭借关注二维码到公司中领取抽奖券，获得抽奖和折扣机会。

七、完美展示页面布局，吸引更多的关注

公司在微信公众平台上的设置是很关键的，如果你设置的好，那么用户就能在你的号上看见一个漂亮的页面布局；如果设置的不好，那么用户很难会主动关注你，甚至有可能因为你那单一呆板、没有新意的页面而取消对你的关注。

公司也可以通过第三方载体来选择构建微信的多种模块，让公司微信账号变得丰富多彩、绚丽多姿。

八、口口相传，通过不俗的口碑进行传播

首先，微信互动以真诚为基础，切勿敷衍了事，推卸责任。微信营销中，公司必须要与粉丝进行真诚的交流和互动，粉丝需要解决问题时，公司也要及时给与解决。

当公司有新产品时，或者新的推广消息时，在微信上，一定要给与用户一些新鲜的体验，公司要充分站在粉丝角度想问题，才能做出更符合粉丝心理需求的推送消息，才会真正产生市场价值。

其次，微信营销需要情感维护。

正所谓，有情感保证的交流才能长久，所以，在公司的微信营销中，务必要通过情感的维护来让粉丝切身感受到全身的感动；这样，粉丝才会为你进行口口相传，也才能提升公司的知名度。

再次，公司要让微信上的资源循环起来，保持跟进。

微信公众平台上的粉丝很可能与很多潜在客户有联系，并且能够作为持续的旁观者来帮助你的口碑传播，所以，公司必须要进行持续跟进；比如说经常给客户发送一些温馨的微信消息，将最新优惠活动或者会员制度优先告诉微信粉丝；在节日优先为客户发去问候和提醒，送上对客户的祝福和承诺，并且要表示出对粉丝关注的感谢之情，这样，粉丝自然就会对公司产生很强的依赖性，那么，粉丝也会不自觉的向他的朋友推荐该公司，这样就做到了口口相传了。

九、引擎搜索：创建百度百科，百度贴吧，百度知道

合理利用百度百科不但可以有效的提高公司影响力，而且还会给公司网站的带来额外流量和潜在的客户，公司创建自己的百度百科词条，微亮剑二维码可以上传到上面，粉丝在搜索公司的时候，有需要的粉丝就会扫描二维码。再者，就是在百度贴吧上发帖加回帖，百度贴吧是个流量非常大的地方，发帖跟帖合理也能让微亮剑公众账号暴涨人气。

百度知道是知识分享的平台，大家都喜欢遇到不懂得问题，直接搜百度知道，人流量也是很大的，在百度知道上你可以回答问题的同时，也可以添加网址链接，想要了解更多的相关知识，就到专业网站，这样能给公众平台增加人气。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn