# 最新微信活动推广方案案例(汇总8篇)

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2024-04-24

*为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。微信活动推广方案案例篇一微官...*

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**微信活动推广方案案例篇一**

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。

**微信活动推广方案案例篇二**

当下微信的用户数已经突破xx亿，各行业企业纷纷开展微信营销，酒店行业亦不例外。在酒店行业，布丁酒店和华住酒店的微信营销做得最为出色，且取得了不错的经济效益。开展微信营销的好处如下：

(1)开拓市场宣传新渠道，塑造企业品牌形象;

(2)增强与关注客户群的互动，进一步发展潜在客户;

(3)及时推送酒店的各种促销、优惠信息，吸引客户预定。

因此，建议开通生活派酒店微信。

二、实施方法开通微信公众账号

调查：华住酒店是各个分店注册账号，向关注酒店的粉丝发送电子优惠券。截至20xx年6月30日，华住拥有1216家酒店，客房总数达到132,557间，入住率为91.3%，会员超1100万。截止到20xx年2月15日，华住有52万微信粉丝，激活会员超过20万，平均每天有638间/夜预订，会员来源67%靠“附近的人”功能，门店扫码只占16.7%。微信会员占总会员数4.7%，微信预订占总预订量5.3‰。

布丁酒店是微信系统嵌入酒店html5页面，并接入布丁酒店后台，客人直接可以进行订房。微信在线订房功能，需有一定投资，做二次开发方可实现。目前，布丁酒店在全国30多个城市拥有超过230家门店，600多万会员。截止到20xx年5月10日，微信粉丝已达到54万人，新用户占61%，日均订单264个。另值得一提的是，26%的新增会员使用微信订房成功入住次数达到2次以上，微信用户订房高峰时间段为14:00-16:00。每天有上千条会员咨询。布丁只在周三和周五推送1条信息，以活动类与游戏类为主。

因此，第一阶段学习华住酒店，由各酒店开通微信公众账号。充分利用微信摇一摇、附近的人、漂流瓶、添加朋友等功能来发展会员。当粉丝关注各酒店微信后，微信运营人员要通过一对一的推送向新粉丝介绍酒店的优惠促销活动等，并不定期通过群发功能向粉丝们开展更加直接的互动体验。当各分店粉丝超过500，可以申请认证，提高公信力。

第二阶段当生活派酒店达到一定规模，辐射全国时，可以学习布丁酒店，开通集团的微信公众账号，并申请官方认证。集团公众账号可以在微信现有功能基础上，做深度的二次开发，开通在线订房、微信支付等功能。

三、内容策划

1.日常信息推送

微信内容以公司动态、促销信息、互动活动为主。

2.长期促销活动

方案一：成为生活派酒店微信会员，即可获赠20元优惠券

活动时间：20xx年12月1日——20xx年12月31日

参与酒店：生活派酒店公司旗下各门店

活动内容：关注生活派酒店微信，即赠20元生活派酒店电子优惠券，通过生活派酒店官方直营销售渠道订房并成功入住，立可抵扣房费，消费结束即自动升级为生活派酒店派卡会员。

温馨提示：

5.优惠券仅限生活派酒店微信会员使用，不可转赠他人;

7.不能与特价房、百元房、团购房等优惠促销活动同时使用;

8.不兑换现金、不找零、复印无效、遗失不补;

9.优惠券使用房量有限，先订先得。

看过2024微信营销活动推广活动方案的人还看了：

1.微信营销推广活动实施方案

2.2024微信活动营销方案

3.最新2024微信营销策划方案

4.微信推广活动营销方案

**微信活动推广方案案例篇三**

感谢广大亲朋好友一直以来对校学生会微博的鼎力支持与厚爱!

至此“青春、大学、未来”主题交流会到来之计，本平台将拿出十张讲座门票来开展活动，答谢广大亲朋好友。

一、活动时间6月16日-6月18日

二、活动背景：

20xx年6月19日16:00—18:30，我校将在世纪讲坛举办主题为“青春、大学、未来”的主题交流会。届时，会邀请国务院参事室参事汤敏、中国与全球化研究中心主任王辉耀、北京大学教育学院副院长阎凤桥、零点研究咨询集团董事长兼总裁袁岳、绿点战略咨询创造人总裁兼首席执行官唐兴、劳瑞德教育亚洲、中东非洲区首席执行官tim daniels等人的到来。同时来到现场的还有张放平校长、李思炎市场总监、鞠晨曦主任等领导。

三、参与方式

转发该微博@校学生会官方微博并回答问题：你认为什么是学习，即可参与活动。

四、奖品设置

门票有限，我们将筛选出10名回答优秀的优先者给予门票。

**微信活动推广方案案例篇四**

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

**微信活动推广方案案例篇五**

（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

活动项目：

一月：晒图活动（新年新气象）

二月：晒图活动（我家的年这样过！）

三月：晒图活动（龙抬头，发型秀！）

四月：话题活动（愚人节怎么愚的ta？）

五月：晒图活动（“情深似海”my mom!）

六月：晒图活动（“恩重如山”my dad!）

七月：话题话动（哪首歌让你单曲循环）

八月：话题活动（七夕我想对你说）

九月：话题活动（还记得那年你那神一般老师么？） 十月：晒图活动（风景这边更好）

十一月：话题活动（你觉的你单身是因为什么？） 十二月：话题活动（我这一年都干了点什么） 费用预算：

以上活动费用预算共计：xx元；

具体方案如下——

1月：新年新气象

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年1月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-上传2024年生活照。

2. 内容要求：人物照片。

3. 上传格式：3张照片，姓名，联系电话。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

奖项设定：满31个赞即可领取礼物。（每天每人可点一次） 2月：我家的年这样过！

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年2月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-上传2024年春节照。

2. 内容要求：家中布置，能体现新春气象的。

3. 上传格式：3张照片，姓名，联系电话。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

奖项设定：满28个赞即可领取礼物。（每天每人可点一次） 3月：龙抬头，发型秀！

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年3月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-上传2024年发型照。

2. 内容要求：最新发型照片，

3. 上传格式：3张照片，姓名，联系电话。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年4月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-参与话题活动。

2. 内容要求：讲述愚人节有没有被人愚！

3. 上传格式：直接回复，积满赞截图联系。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

奖项设定：满30个赞即可领取礼物。（每天每人可点一次） 5月：“情深似海”my mom!

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年5月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-上传母亲与你的合照。

2. 内容要求：母亲与你。

3. 上传格式：3张照片，姓名，联系电话。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

奖项设定：满31个赞即可领取礼物。（每天每人可点一次） 6月：“恩重如山”my dad!

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年6月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-上传父亲与你的合照。

2. 内容要求：父亲与你。

3. 上传格式：3张照片，姓名，联系电话。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

奖项设定：满30个赞即可领取礼物。（每天每人可点一次） 7月：哪首歌让你单曲循环

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年7月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-参与话题活动

2. 内容要求：说出一首曾让你难以忘怀的歌曲，并写出最让你有感

的歌词。

3. 上传格式：直接回复，积满赞截图联系。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

奖项设定：满30个赞即可领取礼物。（每天每人可点一次） 8月：七夕我想对你说

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年8月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-参与话题活动

2. 内容要求：感谢父母感谢ta的话。

3. 上传格式：直接回复，积满赞截图联系。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年9月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-参与话题活动

2. 内容要求：例如“当年我数学老师讲卷子的一个题一工课都没讲

完，最后讲错了错了”

3. 上传格式：直接回复，积满赞截图联系。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

奖项设定：满30个赞即可领取礼物。（每天每人可点一次） 10月：风景这边更好

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年10月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-上传十一期间风景照

2. 内容要求：风景与人物结合。

3. 上传格式：3张照片，姓名，联系电话。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年11月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-参与话题活动

2. 内容要求：又到双11了，你觉的为啥还单着

3. 上传格式：直接回复，积满赞截图联系。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

主办单位：金冕黄金珠宝广场

活动时间：2024年12月

参展规则及要求：

1. 关注金冕微信-金冕社区-活动页面-参与话题活动

2. 内容要求：不知不觉又一年，总结一下这一年吧。

3. 上传格式：直接回复，积满赞截图联系。

4. 通过分享朋友圈。好友进入页面中点赞。

奖项设定：满31个赞即可领取礼物。（每天每人可点一次）

金冕珠宝公众平台：nmgjmzb

**微信活动推广方案案例篇六**

感谢广大亲朋好友一直以来对校学生会微博的`鼎力支持与厚爱!

至此“青春、大学、未来”主题交流会到来之计，本平台将拿出十张讲座门票来开展活动，答谢广大亲朋好友。

一、活动时间6月16日-6月18日

二、活动背景：

20xx年6月19日16:00―18:30，我校将在世纪讲坛举办主题为“青春、大学、未来”的主题交流会。届时，会邀请国务院参事室参事汤敏、中国与全球化研究中心主任王辉耀、北京大学教育学院副院长阎凤桥、零点研究咨询集团董事长兼总裁袁岳、绿点战略咨询创造人总裁兼首席执行官唐兴、劳瑞德教育亚洲、中东非洲区首席执行官tim daniels等人的到来。同时来到现场的还有张放平校长、李思炎市场总监、鞠晨曦主任等领导。

三、参与方式

转发该微博@校学生会官方微博并回答问题：你认为什么是学习，即可参与活动。

四、奖品设置

门票有限，我们将筛选出10名回答优秀的优先者给予门票。

**微信活动推广方案案例篇七**

官方解答：首先要具有抽奖资格，需要绑定一个第三方平台，填写指定的`url与token值，通过第三方的平台设置摇奖次数与奖品。然后准备现场活动的设备：大屏幕、电脑一台(是可移动的)另外还需一名主持人。

当所有的人都准备好的时候，连接电脑与大屏幕。就可以有主持人来主持这个活动了，摇一摇实时排名页面，屏幕会有实时翻转效果，并且加载有音效，不影响活动的正常进行，当第一个用户摇动的次数达到后台设置的值时活动就停止了。接下来就是颁奖环节了，颁奖环节会出现颁奖台，出现前三名的名称和手机号的后三位，颁奖结束之后一场活动就圆满结束了，此时可以关闭该页面，再管理后台可以查看所有参加用户的信息，如果需要使用用户信息可以点击“导出用户”，使用结束后必须“删除所有人”以便下次继续使用(强调每次活动结束后必须要删除所有人，否则下次使用可能有影响)

小贴士：

游戏介绍：通过绑定微信公众平台，发送指定关键词参加摇一摇抽奖活动，屏幕上会实时显示手机摇动次数，在最短时间内摇到设定次数游戏便结束。适合于各类车展、房展、展会、庆典、年会、晚会等。

游戏特点：

方式新颖：微信几乎每个智能手机都有，将个人微信与摇一摇结合新颖独到。

使用灵活：参与者只需要有微信即可，举办者只需要有任意一种微信公众平台即可。

参与感强：所有用户同时参加活动，并且大屏幕实时显示分值和排名，活动结束后所有用户都可以查询总的排名，所有用户都有强烈的参与感。

效果酷炫：所有环节都有音效，此外屏幕实时滚动带有特效，活动最后添加有颁奖页面。

**微信活动推广方案案例篇八**

微信营销的主要手段就是做好产品推广，那么应如何设计微信推广活动实施方案呢?下面本站小编给大家介绍关于微信推广

活动方案

的相关资料，希望对您有所帮助。

微信用户突破4.6亿，占据移动互联网的80%的流量入口来源。

移动应用正在成为人们获取资讯和生活服务的第一入口，正加速向“智能移动终端的移动互联网模式迁移。

移动互联网时代，抢占用户的手机桌面，就是未来的主流。

传统互联网抢占渠道是通过企业网站，移动互联网时代，需要的就是基于微信的手机网站，也就是手机版本的webapp。

微信使用人数数据：

所以把握住了微信，就等于把握住了客户。

针对汽车行业竞争激烈，宣传成本高，用户流失量大，用户投诉多等一系列问题，微信海团队精心为汽车行业打造了一套汽车行业专属解决方案。

从微网站、微应用、微活动、微会员卡、微客服这五大模块完美解决汽车行业所面临的各种难题。

一、微网站——汽车行业门户：

汽车行业的移动互联网门户建设，包括车型介绍、优惠活动、预约试驾、附近4s店、一键导航、一键拨号等全方位展示功能，将汽车品牌信息、服务全面具体展示在微信端，为消费者提供有价值的资讯，消费者在微信上能了解到足够全的信息，满足消费者的需要。

同时一键导航功能指引消费者就近到店试驾，促成购买，一键拨号功能解决消费者记不住电话号码的难题。

同时，微页面下方还开启了分享、评论功能，用户可以把自己喜欢的车型信息分享到腾讯微博、新浪微博、朋友圈、人人网等社交媒体，让更多的用户看到，获得更大的曝光率。

同时，评论功能为用户提供了发现喜欢同款车型的好友及畅谈空间，车友们聚集在一块，增强了用户活跃度以及用户对官方微信的黏性。

二、微活动——刮刮卡、大转盘

你还在为传统的活动方式参与用户少而烦恼吗?微信海云平台针对汽车行业研发的刮刮卡、大转盘，新奇好玩，而且参与方式简单，能够快速的吸引新用户关注并且参与，定期举行微信活动还能促进消费者对4s店的好感度，最终将消费者吸引到店里来购买。

并且通过定期的微信营销活动赠送给老顾客一些礼品，维系和老顾客之间的关系，增加老顾客对该店的忠诚度，老顾客在升级换代、二次购车的时候再次光顾该店，有时还会推荐给身边的亲朋好友，再次促进销售。

案例展示：

汽车4s店微信公众平台在未接入微信海云平台微活动时每日通过群发消息推送活动信息吸引参与用户非常少，而且由于内容形式单调，用户体验不佳，微信公众平台的用户流失，在使用微信海云平台的微活动之后，每日吸引来的用户上升，由微活动促成销售量提升。

三、微应用——预约试驾(保养)、一键导航

(一)预约试驾功能：

现在的消费者一般通过打电话预约和登陆官网填写申请信息这两种形式进行预约试驾。

电话预约耗费时间较长，记录人员手写登记也比较麻烦，而且有时会因为电话音质和说话口音问题等出现听不清楚而出现信息记录错误的情况。

而登陆官网填写则需要电脑，因为电脑端的页面在手机上阅读体验不佳，消费者不能随时随地的预约试驾。

微信海云平台推出微信端预约试驾功能，消费者只需在微信端输入微信昵称(号)、姓名、性别、手机号、地址等信息提前预约，操作便捷，消费者可随时随地进行申请试驾，为消费者解决了登陆网页和打电话的麻烦，微信预约轻松搞定。

同时商家也把消费者集中到微信这一个平台上，商家提取、统计消费者信息也更方便，易操作。

汽车4s店由于登陆官网和电话预约的麻烦，在应用微信预约试驾功能后，消费者预约试驾更方便，商家也通过微信通知消费者前来试驾，省去了电话通知和短信通知的不便和费用，消费者申请试驾的比率上升，实际到店试驾的比率上升，销售额也上升。

二、一键导航功能：

消费者买车除了价格因素以外，还需要考虑4s店与家之间的距离，一般会选择就近购买，方便以后到店进行维修、洗车、保养等。

你还在为消费者因为找不到4s店的具体位置，而失去了这个客户而烦恼吗?

基于消费者对于汽车行业具体地理位置的需求，微信海云平台研发一键导航功能，方便消费者快速定位自己地理位置并进行导航，全程引导消费者到店进行试驾或购买，为您快速解决因无法快速找到商家位置而导致客户流失的问题。

汽车4s店在使用一键导航功能之前基本都是通过电话或短信形式提示消费者商家的位置，由于电话音质问题对导航效果形成很大的影响，同时电话和短信无法实现实时导航，导致用户流失，最终到店的用户对此种导航形式的表示非常不满。

在使用一键导航功能之后，用户通过微信即可实现实时查询乘车路线，快速精确的找到商家位置，用户到店人数增加了，并且对一键导航的方式赞赏有加，大大提升了客户对商家的满意度，同时也提高了商家的工作效率。

三、微会员——电子会员卡

由于消费者买了车以后都需要维修或者定期保养服务，因此对每个车主都建立了一个档案，但是每个车主买的车型不一样，所享受的优惠和服务也不一样，而且一个车主同时有几个卡，比如保养卡、洗车卡等。

4s店制作卡片和管理起来比较麻烦，而且车主有可能自己都不清楚自己应该享受的优惠和服务内容，而且经常会出现忘记带卡的情况。

当有优惠信息需要通知车主时，通过打电话或发送短信的形式告知，比较麻烦，且所需要的人力和费用较高。

微信海云平台推出的微会员功能可收集会员信息建立商家的消费者数据库，并方便管理，从而为会员提供专属服务。

只需一个电子微会员卡就可以将全部的促销优惠、会员专享等服务信息直接显示在微会员页面，消费者可直接通过自己的会员卡查看自己的积分、可以享受的服务、优惠等。

将商家已有的线上用户吸引至线下进行二次消费，直接促进商家的营业额提升，消费者到店消费后只需要拿出手机出示自己的微会员卡，就可享受优惠服务，免去了携带多个实体卡的麻烦，方便了顾客，也提升了服务质量，提升了消费者对4s店服务的满意度，同时也为商家减少了实体卡的制作成本和信息发送成本。

汽车4s店微信公众平台在使用微会员之前，基本是通过填写表格的形式收集用户信息建立数据库，再录入到电脑，操作复杂，效率低下，管理麻烦，不能做到个性化的消息推送;使用微信海微会员系统后，用户填写个人信息获取会员卡，自动生成分组，管理方便。

在使用微会员系统后，优惠活动期间大幅提高用户每日到店量。

而且根据会员卡绑定建立商家自己的消费者数据库之后，微信平台用户的互动率提升，大大提高用户对商家的忠诚度。

基于微信的互动性、朋友圈快速传播的特性，为商家节约制卡成本和会员信息发送成本。

五、微客服——人机值守、一键拨号

微信海云平台研发图文、语音、文字链接、电话直拨、地理位置等多种形式智能客服，配合人工客服进行人机值守为用户提升全面的咨询引导服务。

对于一些常见问题，建立常见问题知识库，用户点击或是发送相应关键词即可在第一时间得到相应的解答和帮助。

同时微信海云平台智能客服可接入商桥客服系统，方便用户直接在微信平台进行咨询、与客服人员进行沟通。

一键拨号功能把微信和联系方式融合在一起，通过移动门户的植入，客户只需轻轻一按就可直接拨打电话，不再需要熟背电话号码。

客户在需要紧急救援和遇到实时故障时，拨打客服电话就成了一件极为简单的事情，不再为电话号码记不住而发愁，你再也不需要为遭到客户投诉或无法及时为客户处理故障而头疼了，一键拨号就帮你搞定了。

1.1 微信营销定位

xxxxx作为一个纯天然农产品品牌，秉承将更多原生态产品带入大都市、为品质之城贡献绵薄之力的理念，微信无疑是山妞连接大都市消费者的最佳桥梁。

山妞的微信营销公众号定位于纯天然果蔬专家，为大都市消费者提供果蔬百科知识服务和纯天然果蔬产品的健康生活小顾问。

微信3亿用户量中白领与商务人士占比近半，因而公众号的目标粉丝群体锁定在追求高品质生活的白领人士和中高端收入的商务人士，以女性为主。

通过每天推送果蔬养生百科知识、健康农家菜介绍、果蔬美容养颜知识来吸引粉丝持续关注。

同时根据在推送的内容中添加产品销售链接进行销售，例如在介绍水果小黄瓜的文章中添加上淘宝网店的销售链接，引导粉丝进入淘宝网店下订单购买产品。

公众号采用自媒体与电商相结合的运营模式。

在传播品牌的同时建立消费者圈子，提高消费者对高山有机果蔬的认可度，以口碑带动微信电商新渠道的拓展。

从而达到既卖得出产品，客户关系又较为稳固的效果。

1.2 微信营销效益

通过建立一对多的公众账号，xxxxx就相当于拥有了一个能够直接传播信息到消费者身上，且不受外界干扰、成本较为低廉的媒体平台。

xxxxx与消费者之间的沟通将更加便捷，不存在任何障碍，对于客户关系维护和及时获知客户反馈信息的作用不言而喻。

当今营销卖产品就是卖服务，微信能够让xxxxx与消费者之间建立信任基础，促发重复性消费和对品牌的高度忠诚。

微信将为xxxxx在移动互联网时代构建一条潜力无限的电子商务销售渠道。

1.3 微信营销预算

xxxxx的微信营销预算分为两个部分。

第一部分是微信公众平台的日常维护，包括内容的发布、客户消息的处理和管理。

第二部分是微信公众账号的推广。

第一部分为固定预算，主要为公众账号日常运营所支付的人力成本，以每月人民币 元计算。

第二部分预算为推广成本，根据投入周期的多少和时间长短计算，一般情况下时间均按月计算，例如下表的五周期预算统计。

1.4 微信营销内容策划

根据xxxxx的产品分类将每天推送给消费者的信息划分为果蔬美容、健康农家菜、果蔬养身三个部分。

每条图文内容均包括封面图片、自定义标题、文章插图、购买链接。

购买链接可选设置为淘宝网店、腾讯拍拍网店(未来微信官方整合腾讯财付通可实现一站式在线支付)、xxxxx官方独立网店(需申请链接白名单)。

单条图文信息由产品介绍、营养功效、烹饪小贴士三块构成，文内插入产品实物图、烹饪效果图、生产基地介绍图等。

每周可选插推一条产地文化的信息，节假日插推销售xxxxx百蔬菇酱、养生礼盒产品的信息。

1.5 微信营销具体实施方法

开通微信公众账号

提前抢注“xxxxx”专属微信账号，设置账号信息及logo头像。

合作内容

一)、客户目的

1、建立成熟的基于微信公众账号的线上运营平台。

2、通过线上线下营销活动，在武汉市以及周边范围内推广微信平台并获得一定的口碑和影响力。

3、直接提升线上粉丝量的增长，由顾客流转化为粉丝流，由粉丝流转化为交易流。

4、加强微信粉丝之间互动，并且带动粉丝数量的增加;

微信案例

店面活动内容：扫一扫关注微信，获赠精美小礼品一份

微信宣传活动

首页展示效果，配音乐背景和滑动特效

内页展示效果，活动说明微信活动主题：

相约七夕，传达爱意

通过精致音乐贺卡形式，在朋友圈中传递，利用抽奖活动，吸引客户参与，引导客户关注微信账号，到门店消费。

活动建议内容

比如“老上海饼屋邀您一起共度情人节”

促销方式

1、蛋糕预约活动---送蛋糕上门服务项目

活动时间和地点

(一)活动时间 本次活动时间为三天，分别是8月9日开始。

(二)活动地点 店内店外均可作为活动场地

活动建议内容

比如“老上海饼屋邀您一起共度情人节”

促销方式

1、蛋糕预约活动---送蛋糕上门服务项目

活动时间和地点

(一)活动时间 本次活动时间为三天，分别是8月9日开始。

(二)活动地点 店内店外均可作为活动场地

开启爱的全宇宙

活动目的：推广和互动

广告语：美丽的花儿为人们传播着各种各样的情感。

活动内容：电子卡片+动态翻页效果+背景音乐烘托+抽奖

通过电子卡片节日问候，通过抽奖活动的优惠券，吸引线上粉丝参与!

摇一摇“摇滚吧，情人节”

活动目的：活动，带动现场气氛，适合在店内互动

广告语：打开蓝牙摇一摇，n多优惠等你拿

微信活动建议：对店内进行摇一摇覆盖，在店门口张贴活动海报，活动当天，进店或者路过的客户均可打开蓝牙用微信摇一摇功能，就能摇到指定的现金券/礼品卷/折扣券，同时也可以不用扫码，直接关注成为微信会员。

互动性强。

活动内容：电子卡片+摇一摇

通过摇一摇吸引客户参加，通过抽奖活动的优惠券，吸引线上粉丝参与!

(注：摇一摇为单独设备，需购买，详询客户经理)

大转盘或刮刮卡配置

活动目的：活动，带动现场气氛，适合在微信手机端互动

广告语：“邀您一起共度情人节”，抽大奖!

活动内容：扫码抽奖+电子卡券

通过抽奖活动的优惠券，吸引线上粉丝参与!

互动小游戏

活动目的：小游戏既可以带动气氛，又可以推送活动吸引粉丝

广告语：欢乐游戏赢豪礼，手指动起来

微信活动建议：活动期间，参加活动突破闯关即可获得奖项。

分为：一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖。

奖品可以自定义，建议为代金券/礼品。

参与人数也可以限制。

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