

运营策划案V1.0

基本框架

确定基本信息（目标人群、活动时间、活动形式）	
设计运营方案（日常运营、活动策划）	
投放渠道梳理（自身渠道资源、公开平台/APP资源、数据指标建立）	
物料准备（文案、海报、PPT、学习资料、实物奖励等）	
报告和复盘	
日程安排	

1. 基本信息

1.1 目标人群

1.2 运营目的

1.3 人员分组

2. 运营方案

1.1 拉新裂变方案

1.1.1 利益驱动：拉新有奖、进群有奖

(1) 活动时间和活动形式	
(2) 评价指标	
(3) 具体方案	
(4) 效果预估	
(5) 投放需求和物料需求	

1.2 日常运营方案

1.3 特殊节日的活动策划

3. 投放渠道梳理

2.1 渠道分类

举例：微信群	
--------	--

2.2 渠道导流方式

- 微信群
- 动作 1：
- 动作 2：

4. 物料准备

4.1 物料内容

（文案、海报、PPT、学习资料、实物奖励等）

4.2 物料报表

组别	物料名称	数量	具体用途	发生时间	收货人姓名	收货人地址	收货人电话

5. 报告和复盘

6. 日程安排

时期	时间	动作	具体要求
筹备期			
增长留存期			
转化期			
上半期复盘			
项目下半期			
整体复盘期			