

七夕活动方案 v3.0

产品助理 李旭华

方案版本	V3.0	对接对象	黄*
修改日志			
2019.7.12	第一版 初稿 <ul style="list-style-type: none">▪ 确定活动目的：提高流水▪ 活动话题：十二时辰▪ 阶段划分：预热活动/主活动▪ 活动规划：<ul style="list-style-type: none">◇ 领取**卡规则◇ 预热：7 元抵 300 的定金模式◇ 主活动：在定金抵扣基础上，拼团套餐降价 200◇ 答题小游戏◇ 用户使用流程限定说明▪ 调用资源：平台主运营位、开发拼团/购物车模式▪ 预设套餐选定规则▪ 推广计划：大 V、各渠道资源、内部渠道等		
2019.7.22	第二版 删除 <ul style="list-style-type: none">▪ 产品：**卡领取、7 抵 300 定金模式、拼团套餐降价▪ 运营：答题小游戏、平台主运营位、大 V 推广、“十二时辰”主题 新增 <ul style="list-style-type: none">▪ 目标人群划分：金婚/情侣/孕检▪ 各平台文案撰写修正▪ 活动页二级页面原型设计：1+2 （1 个套餐 list+男女各一个的筛选套餐）▪ 确定套餐选定规则：给定关键词，按男、女、套餐销量最高筛选唯一套餐		
2019.7.25	第三版 终稿 推广计划确认 <ul style="list-style-type: none">▪ 推广计划：微商合作、公众号入口利用▪ 终稿内容确定，推广执行计划确认		

1. 活动方案概况

1.1. 活动主题

体检，让爱相伴更远！

1.2. 活动目的

- 激活存量用户，提高销量，带动流水；
- 全场通用满 500-50 优惠券，吸引用户购买；
- 通过对目标人进行的细分，以及二级聚合页 1+2 模式（1 个套餐 list+2 个系统自筛一男一女套餐），尝试把精准预测人群的消费偏好和整体套餐列表 list 结合起来，提高销量的同时，保证套餐的可选性。

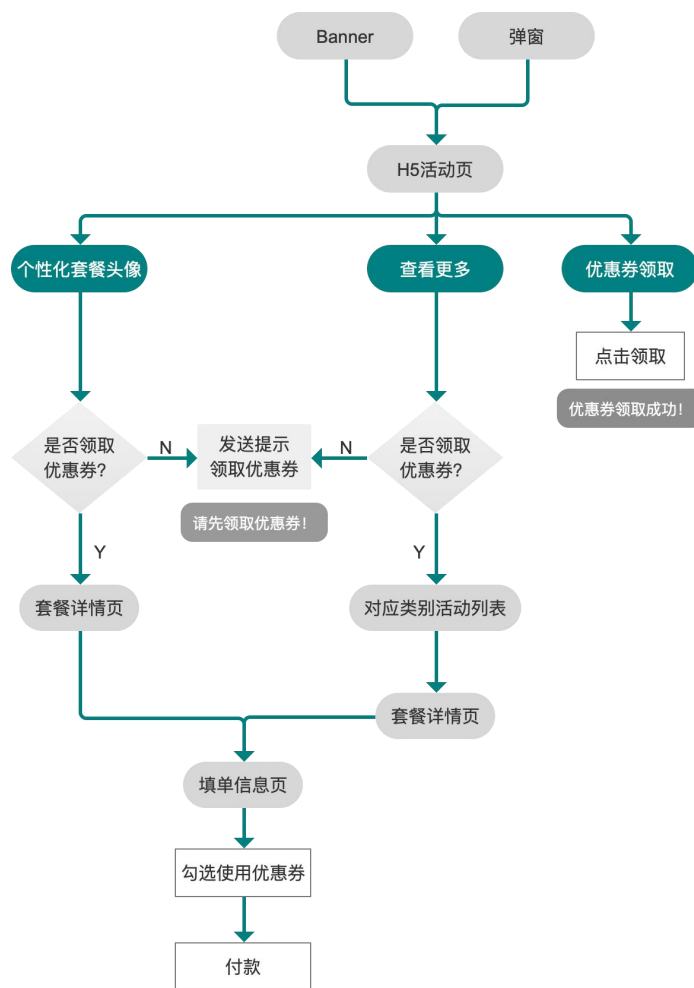
1.3. 活动时间

8 月 2 日-8 月 11 日

2. 活动设计

2.1. 活动形式

- 让利点：全场推送满 500-50 的优惠券
- 主要平台：以微信公众号、优享服务、平台弹窗/banner、其他渠道 banner 为入口
- 流程设定：



2.2. 优惠券让利规则

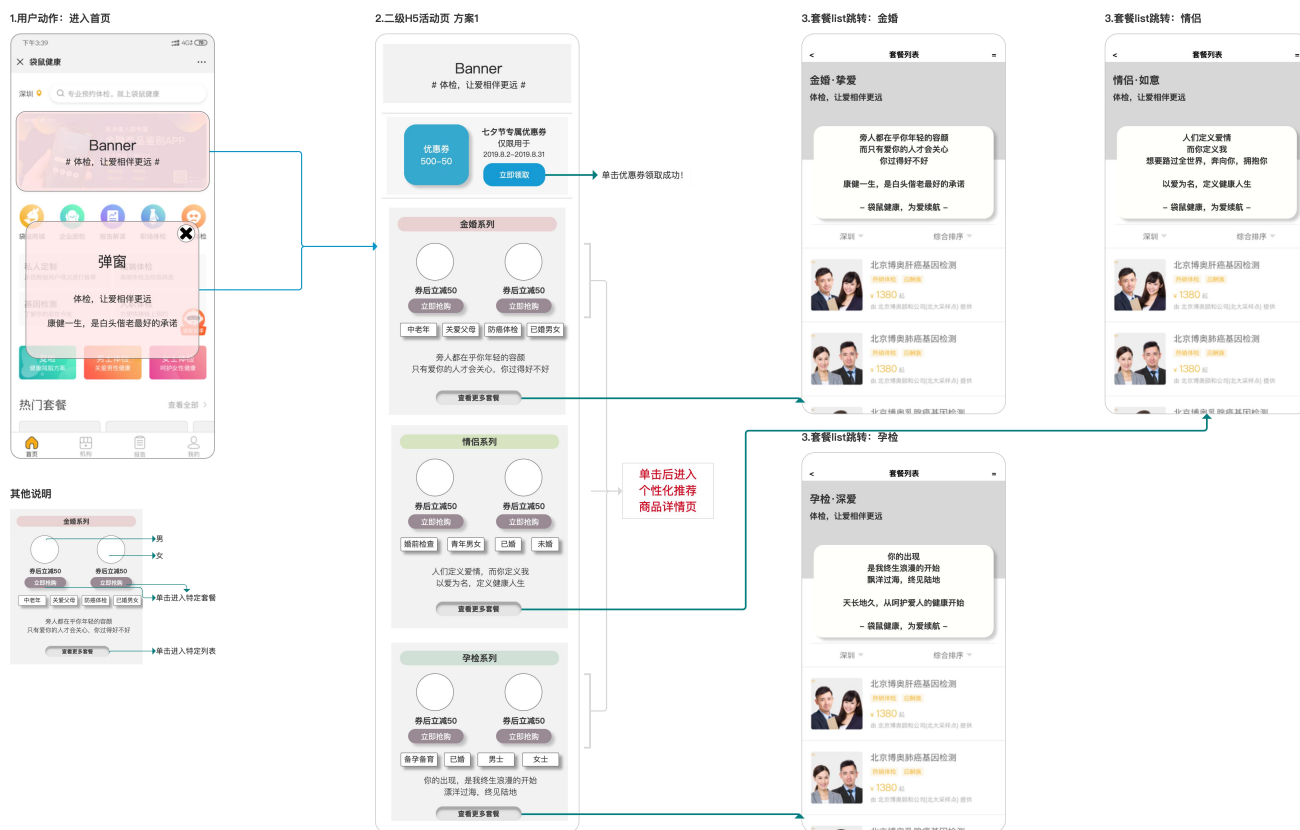
- 领券数量：活动期间每人限领一张；
- 优惠券有效期：8.2-8.31，过期无法使用；
- 优惠券使用次数：优惠券限使用一次，不可叠加；
- 退货情况：若退订商品，则优惠券原路返回账号，退款禁按照实际支付金额结算；
- 优惠券使用条件：满 500 减 50
- 优惠券不能兑现；
- 优惠券可在个人后台查看；
- 解释权归袋鼠健康所有。

3. 流程、原型设计 & 相关文案

3.1. 基本流程概述

- 8.2-8.11 期间，用户通过各类渠道（包括袋鼠平台的 banner、弹窗）进入
- 进入二级页面（提供两个备选方案，样式参照之前 H5 模板，建议复用）
- 点击二级活动页的“领券”，可领取满 500-50 的优惠券
- 在活动页中提供 3 类主要品类：金婚/情侣/孕检（按画像提供不同价位套餐）
- 点击品类后，分别跳转至对应套餐 list

3.2. 原型概览



3.3. 设计说明及文案内容

Step 1 ： 入口	
	<p>作用：用户进入入口</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 占用运营位：▪ Banner▪ 弹窗 <p>文案内容：</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 体检，让爱走得更远▪ 康健一生，是白头偕老最好的承诺

Step 2 : H5 活动页

Banner

体检, 让爱相伴更远

优惠券
500-50

七夕节专属优惠券
仅限用于
2019.8.2-2019.8.31
立即领取

金婚系列

券后立减50
立即抢购

券后立减50
立即抢购

中老年 关爱父母 防癌体检 已婚男女

旁人都在乎你年轻的容颜
只有爱你的人才会关心, 你过得好不好

查看更多套餐

情侣系列

券后立减50
立即抢购

券后立减50
立即抢购

婚前检查 青年男女 已婚 未婚

人们定义爱情, 而你定义我
以爱为名, 定义健康人生

查看更多套餐

孕检系列

券后立减50
立即抢购

券后立减50
立即抢购

备孕备孕 已婚 男士 女士

你的出现, 是我终生浪漫的开始
漂洋过海, 终见陆地

查看更多套餐

作用: 专属活动页

文案内容:

1.头部: (图同 Banner)

- 优惠券领取:
优惠券 500-50
七夕专属优惠券
仅限用于
2019.8.2-2019.8.11
立即领取

2.套餐入口

- 金婚系列:
中老年 关爱父母
防癌体检 已婚男女
旁人都在乎你年轻的容颜
只有爱你的人才会关心, 你过得好不好
查看更多套餐
- 情侣系列:
婚前检查 青年男女 未婚 已婚
人们定义爱情, 而你定义我
以爱为名, 定义健康人生
查看更多套餐
- 孕检系列:
备孕备孕 已婚 男士 女士
你的出现, 是我终生浪漫的开始
漂洋过海, 终见陆地
查看更多套餐

3.购买按钮

立即购买
券后立减 50

Step 3 ： 套餐 list 页



旁人都在乎你年轻的容颜
二只有爱你的人才会关心
你过得好不好

康健一生，是白头偕老最好的承诺

- 袋鼠健康，为爱续航

人们定义爱情
而你定义我
以爱为名，定义健康人生

天长地久，从呵护爱人的健康开始

- 袋鼠健康，为爱续航

你的出现
是我终生浪漫的开始
飘洋过海，终见陆地

以爱为名，定义健康人生

- 袋鼠健康，为爱续航

3.4. H5 活动页套餐筛选规则

1.定位城市——2.按规则筛选套餐——3.个性化展现于 H5

2.规则说明

标签关系说明：性别（并）婚姻（并）适用范围（并）关键词（交）价格标签

排序说明：1.更多列表按「综合排序」；2.小头图按「销量最高」，必须唯一

更多列表	左图	右图
金婚系列		
1. 标签筛选 性别： 男、女 婚姻状况： 已婚 适用范围： 中老年、老年、父母体检、VIP 体检 2. 关键词：防癌 3. 价格标签：600 元起 4. 排序：销量从高到底	1. 标签筛选 性别： 男 婚姻状况： 已婚 适用范围： 中老年、老年、父母体检、VIP 体检 2. 关键词：防癌 3. 价格标签：600 元起 4. 排序：销量最高	1. 标签筛选 性别： 女 婚姻状况： 已婚 适用范围： 中老年、老年、父母体检、VIP 体检 2. 关键词：防癌 3. 价格标签：600 元起 4. 排序：销量最高
情侣系列		
1. 标签筛选 性别： 男、女 婚姻状况： 未婚、已婚 适用范围： 青年女性 2. 关键词：婚前 3. 价格标签：400 元 4. 排序：综合排序	1. 标签筛选 性别： 男 婚姻状况： 未婚、已婚 适用范围： 青年男性 2. 关键词：婚前 3. 价格标签：400 元起 4. 排序：销量最高	1. 标签筛选 性别： 女 婚姻状况： 未婚、已婚 适用范围： 青年女性 2. 关键词：婚前 3. 价格标签：400 元 4. 排序：销量最高
孕检系列		
1. 标签筛选 性别： 男、女 婚姻状况： 未婚、已婚 适用范围： 备孕备孕、孕前体检 2. 关键词：孕前 3. 价格标签：500 元起 4. 排序：销量从高到低	1. 标签筛选 性别： 男 婚姻状况： 未婚、已婚 适用范围： 备孕备孕、孕前体检 2. 关键词：孕前 3. 价格标签：500 元起 4. 排序：销量最高	1. 标签筛选 性别： 女 婚姻状况： 未婚、已婚 适用范围： 备孕备孕、孕前体检 2. 关键词：孕前 3. 价格标签：500 元 4. 排序：销量最高

4. 推广计划

4.1. 以微信公众号为载体

微信公众号自动回复/关注自动回复引流至七夕二级聚合页：

- 公众号是用户体检的主要入口，关注后的“关注自动回复”是强干预提醒，传播效果客观；
- 考虑到用户发出的“关注”、“查看菜单栏”、“回复信息”等三项主要动作，现对公众号布局调整：

一：菜单栏新增活动页入口				
新增位置			新增内容	对接人
七夕·约惠	个人中心		七夕·约惠	章鱼奇
体检	体检攻略			
报告解读	体检礼包			
HPV疫苗	商务合作			
我要约	企业服务	我的		

二：关注自动回复内容	
原文	初步文案
亲，终于等到您，小袋鼠已经恭候多时了！ 这里可以预约全国范围内的各大公立医院和体检机构→【医院】； 这里有您想要的全面体检套餐→【套餐】； 这里还有更多健康、体检生猛冷知识； 点这里→【如何选择体检项目】 点这里→【如何看懂体检报告】 猛戳此处↓↓ 【绑定账号】，享受更多健康服务！ 猛戳此处↓↓ 【立即领取价值 800 元体检优惠券礼包】	亲，终于等到您，小袋鼠已经恭候多时了！ 这里可以预约全国范围内的各大公立医院和体检机构→【医院】； 这里有您想要的全面体检套餐→【套餐】； ---【七夕优惠大促】--- 飘洋过海来爱你 满 500 减 50 券 全场通用 -- 点击蓝字 立即领取 --

二：关注自动回复内容	
原文	初步文案
对于您的回复，小袋鼠暂时无法回答。 如有疑问请联系我们客服： 客服电话：400-107-5570 或输入 KF 或 客服 接入人工客服模式 或输入您的电话，我们会联系您	尾部加上： -----【七夕优惠大促】----- 飘洋过海来爱你 满 500-50 券 全场通用 -- 点击蓝字 立即领取 --

4.2. 通过微商合作

提供文案及海报给微商，以朋友圈收费 50 元/条，成单分三成利润的模式达成合作。

5. 活动效果预测

5.1. 预估效果

- PV: 2000; UV: 1300
- 产生订单金额 6000

5.2. 监控指标

- (1) 每日 PV、UV;
- (2) 每日用户停留时间;
- (3) 每日满足获奖条件用户数，领取奖品数。

5.3. 3. 统计指标

- (1) 页面总 PV、UV、IP;
- (2) 满足获奖条件用户数，领取奖品数;
- (3) 活动期间，对应条件的套餐，提升情况;
- (4) 各推广渠道数据情况。

6. 附录：成本预算

当前所有机构盈利折扣		
机构	平均折扣	平均盈利
公立医院	89.41%	10.59%
民营医院	78.43%	21.57%
体检机构	69.06%	30.94%

最高可让利额度：500 元*10.59%=52.925 元，平均每 500 元最高让利 52.925

说明及风险：盈亏计算以公立医院平均折扣计算，其他机构可能带来更多盈利，但风险是如果售出套餐的机构折扣都低于平均折扣可能会出现亏本现象