**运营活动注意事项**

1. 活动方案

需快速确定，有必要时拉人会议讨论，并给出结果。

原因：对于运营活动经常的情况是开发与测试时间比较紧，那方案确定就需要尽量迅速。

1. 活动资源

提前评估活动需要的资源（目前的状况这种情况可能偶尔发生）。

原因：由于部分资源需要采购，还要留出申请资金，采购等的时间。

1. 活动内容

活动规则与活动文案应进行交叉检查。

原因：通过产品与业务人员的交叉检查 可以避免出现遗漏、错误导致用户投诉。

活动涉及的奖品价值不能超过4999元。

原因：如果超过4999元可能有法律风险。

根据活动内容需要考虑防刷机制。

原因：不排除有通过注册大量账号参与活动恶意刷奖品的用户。考虑账户限制、手机号限制、身份证号限制、IP地址限制等方式。

1. 活动影响内容

了解活动上线渠道、上线时间的具体要求。

原因：活动上线渠道与时间对项目周期均有影响，对后期推广资源的确定也有影响，充分了解可以做到提前准备。

提前想好活动若周末出问题的对策。

原因：活动一般会持续一个时间段，其中有跨节假日进行的情况，需提前想好节假日遇到突发状况时的应对措施。

1. 活动下线

活动下线后及时关闭活动入口。

原因：未及时下线活动入口，会给进入活动的用户造成困扰。部分活动可能没有明确的结束时间，用户进来还会继续参与，后期可能产品纠纷