活动流程说明

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 文件状态：  [ ] 草稿  [√] 正式发布  [ ] 正在修改 | 文件标识： | 活动流程说明 |
| 当前版本： | 1.0 |
| 作 者： | 卢凌 |
| 完成日期： | 2015-7-6 |

修订历史

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 文档版本 | 编写/修订说明 | 修订人 | 修订日期 | 备注 |
| 1 | V1.0 | 此流程建立 | 卢凌 | 2015/7/6 |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

## 活动基础流程



1. 活动主要节点：活动方案策划、活动发布上线、活动结束下线、活动分析总结；对于活动负责人来说，这四个节点完成，才能说明整体活动完成。
2. 活动子节点：在主要节点间又有很多子节点。

* 活动方案策划——活动发布上线：快速确定方案、活动经费申请、确定活动上线渠道、确定推广资源；
* 活动发布上线——活动结束下线：活动跟进问题处理；
* 活动结束下线——活动分析总结：关闭活动入口、申请活动数据、输出总结报告

3. 活动不仅限于纯活动，也包括专题，需运营的产品等，遇到类似的产品需对流程做适当的改变，即有些过程可能不需要。

## 流程节点说明

### 活动方案策划——活动发布上线

#### 活动方案确定

1. 在明确活动目的情况下，为保证活动的开发测试有较充裕的时间，需快速确定活动方案。
2. 输出物：活动方案文档、活动页面设计原型
3. 相关参与人：活动需求方、开发、测试、UI设计、市场相关人员

#### 活动经费申请

1. 活动方案确定后，活动奖品会牵涉到活动经费支出；此时需计算出活动的投入以及产出，然后申请活动经费。
2. 经费申请需发给相应相应的领导进行经费申请审批。
3. 输出物：活动经费申请表，活动投入产出说明；
4. 参与人：活动需求方

Tips: 奖品设置方面在保证噱头的基础上（大部分时候使用彩金奖品），也可考虑合作方的产品等等；如牵涉到实物奖品需考虑到奖品采购时间。

在经费已经确认的前提下才能进行实物奖品采购申请流程：

* 准备好采购清单，包括价格、数量、购买地址等；
* 尽量提前咨询好采购品的库存等信息提高采购效率；
* 通知财务或者行政相关人员进行采购；
* 追踪跟进采购进度。

注：预算所有的数据尽量补全计算原因以及推断的过程。

#### 活动上线渠道

1. 活动方案确定，需要确定活动上线的渠道；
2. 活动上线渠道的多少对项目整体周期有一定影响，同时对后续活动推广资源确定均有一定影响，所以要有一定的预期，可提前安排运营资源的计划；
3. 输出物：无单独输出，在活动方案文档中注明活动上线渠道；
4. 参与人：活动需求方、开发、测试、UI设计、市场相关人员。

#### 活动推广资源

1. 触达资源，比如微信push等等；
2. 渠道广告位：分为站内和站外广告位。

* 其中广告位需提前进行申请；
* 广告位确定后，需提需求给UI同时进行活动推广素材设计，站外素材需市场同事确认。
* 活动素材和活动链接准备完成后可根据计划进行上线运营。

3. 手机短信与EMD：

* 手机短信首先需要经费申请，通过之后提取用户包对应发送，需适当考虑成本；
* EMD会根据推广的专题额外设计、构建，固定触达相应的用户包。

### 活动发布上线——活动结束下线

#### 活动跟进问题处理

1. 活动进行过程中，时刻关注活动进程，与客服同事保持联系，对发现的问题需及时处理。

### 活动结束下线——活动分析总结

#### 关闭活动入口

1. 活动结束后，需通知相关同事下线相应的活动入口与推广资源；
2. 另外如果有由构建上线的入口，也需及时下线。

#### 活动数据申请

1. 活动结束后，申请活动相关数据，对活动进行分析总结
2. 活动数据申请，提交需求至相应接口人进行申请。

#### 活动分析总结

1. 获取活动相关数据后，对活动效果进行分析评估。
2. 输出活动总结报告（活动数据应该包括整体效果、关键指标以及过程数据）。