

8月线上推广方案

经过7月的线上推广和线下活动，屏媒用户数有了显著增加。为进一步扩大新用户，增加微信微博的粉丝数，同时增强老用户的粘度，可进行持续的推广。

一.推广目标

目前微信订阅号有用户277人，服务号有用户443人，微博粉丝520人，预计到8月底微信订阅号用户增加至500人，服务号增加至600人，微博粉丝增加至700人。

二.推广策略

1. 线上付费推广

7月通过与应用宝、有米等的合作，带来一定的曝光量和注册量，尤其以有米的推广效果显著，8月可持续推广。

2. 微信、微博、论坛等渠道辅助宣传

定期通过微信、微博、论坛的途径对产品信息和功能进行宣传。

3. 线上活动引导注册

举办微信、微博活动，增加用户。

4. 团购、秒杀吸引用户

新版团购、秒杀功能转化为活动。

三.推广计划

1. 付费推广

百度推广以竞价模式由系统根据产品性质自动分配广告位置。百度生活类均价在3-5元，以CPD形式推广，效果不佳；有米是以CPA形式，友盟统计数据有米下载量5627，总花费13151.80元，成本在每个用户约2.3元；应用宝结合CPD和CPA形式，转化率正常情况在30%左右。

腾讯应用宝消费300元/天。

有米消费500元/天。

转化率均值约30%，每天350户左右。

预算：24000元

目标：计划每天固定350户左右，月目标10500户。

2. 微信、微博、论坛宣传

以三天为一个周期，在微信、微博和论坛上发布信息，维持产品的曝光，吸引用户关注，为产品引流。

3. 线上活动

通过微信和微博举办线上活动，暂定如下：

(1) 关注微信并下载注册屏媒可参与抽奖

制定抽奖系统，网友下载注册屏媒即可获得一次抽奖机会，每邀请一个朋友下载即可增加一次抽奖机会。奖品暂定陈奕迅演唱会门票、星巴克玻璃杯、健身卡、话费、美容卡。

(2) 关注微博，下载屏媒，分享到微博并@三位好友可参与抽奖，奖品暂定陈奕迅演唱会门票、星巴克玻璃杯、健身卡、话费、美容卡。

4. 团购、秒杀活动

联合商家推出团购或秒杀活动，团购价格分等级，到店人数越多，价格越优惠，到店消费人员应关注屏媒微信微博，并下载屏媒。