

游戏活动运营 V1.0.1
-8.10迭代

活动运营清单

活动策划的意识形态

- 目的
 - 思考：最终达到怎样的结果
 - 反思：有无价值，篇幅是否得当
- 时间
 - 思考：活动何时开始，何时结束
 - 反思：周期是否合理
- 主题
 - 思考：背景、环境、切入点
 - 反思：主题是否有点击、参与欲望
- 规则
 - 思考：规则设计、用户定位
 - 反思：理解难度、参与意愿、覆盖范围
- 奖励
 - 思考：奖励设计、结算方式
 - 反思：奖励是否吸引人，参与深度
- 宣传
 - 思考：内容设计、渠道安排、宣传节奏
 - 反思：是否精细化设计内容和宣传节奏
- 成本
 - 思考：奖品成本、人力成本、其他资源
 - 反思：性价比如何，过往能否复用
- 风险
 - 思考：正常和异常，如何规避风险
 - 反思：最终的结果和Plan B (备用方案)
- 数据
 - 思考：事先决策、事中调整、事后验收
 - 反思：是否准确、及时、全面
- 总结
 - 思考：总结复盘报告如何输出
 - 反思：效果如何，成长与收获
- 节奏
 - 思考：投放时机、投放顺序
 - 反思：策略是否得当
- 执行
 - 思考：让正确的事情能够发生
 - 反思：能力是否胜任，沟通是否流畅

所有活动类型

- 品牌活动 → 提升品牌影响力，降低营销成本
- 渠道活动 → 提升渠道运营效率
- 新进活动 → 导入用户
- 平台活动 → 获得用户资料
- 回流活动 → 召回流失用户
- 充值活动 → 促使用户完成付费
- 消耗活动 → 促使用户完成消耗
- 活跃活动 → 提升用户活跃度

营收活动

- 营收活动类型
 - 可以是单个规则，也可以是组合规则
 - 送：有代价的送 (充值/消耗) 送 (货币/道具)
 - 买：数量满减、随机、抽奖、代币券...
 - 随机：大转盘、砸金蛋、开箱子...
 - 竞争：排行榜、抢票...
- 分层运营
 - 土豪用户：炫耀好购买、随机+竞争环境
 - 付费用户：价格敏感、性价比递减
 - 免费用户：就是不充值、追求破冰
- 用户资源 (所有消耗品、金币、道具等)
 - 充足：充值送奖励没有吸引力
 - 不足：充值送奖励没有吸引力

活动运营框架

用户看到的

- 感知层面
 - 用户体验设计
 - 主题：背景、环境、切入点 (例如：圣诞xxx活动)
 - 奖励：奖励设计、结算方式 (奖励提示)
 - 规则：规则设计、用户定位 (规则设计描述)
 - 时间：活动何时开始，何时结束 (年月日/年月日)
 - 执行：让正确的事情计划发生 (项目进度表)
 - 总结：总结报告输出 (会议纪要)
- 团队协作
 - 技术层面
 - 团队成长
- 会议决策过程
 - 决策范围
 - 数据条件决策 (数据价值)
 - 宣传：内容设计、渠道安排、宣传节奏 (官网、Fanpage、活动页面、公告等)
 - 成本：奖品成本、人力成本、其他资源 (—)
 - 风险：正常和异常，如何规避风险 (风险规避、备用方案)
 - 数据：事先决策、事中调整、事后验收 (各种数据表格)
 - 目的：最终达到怎样的结果
- 战略考量
 - 战略意图
 - 战略思考
 - 节奏：投放时机、投放顺序

团队协作

会议决策过程

战略考量

- 感知层面
 - 用户体验设计
 - 主题：背景、环境、切入点 (例如：圣诞xxx活动)
 - 奖励：奖励设计、结算方式 (奖励提示)
 - 规则：规则设计、用户定位 (规则设计描述)
 - 时间：活动何时开始，何时结束 (年月日/年月日)
 - 执行：让正确的事情计划发生 (项目进度表)
 - 总结：总结报告输出 (会议纪要)
- 团队协作
 - 技术层面
 - 团队成长
- 会议决策过程
 - 决策范围
 - 数据条件决策 (数据价值)
 - 宣传：内容设计、渠道安排、宣传节奏 (官网、Fanpage、活动页面、公告等)
 - 成本：奖品成本、人力成本、其他资源 (—)
 - 风险：正常和异常，如何规避风险 (风险规避、备用方案)
 - 数据：事先决策、事中调整、事后验收 (各种数据表格)
 - 目的：最终达到怎样的结果
- 战略考量
 - 战略意图
 - 战略思考
 - 节奏：投放时机、投放顺序

团队协作

会议决策过程

战略考量

- 感知层面
 - 用户体验设计
 - 主题：背景、环境、切入点 (例如：圣诞xxx活动)
 - 奖励：奖励设计、结算方式 (奖励提示)
 - 规则：规则设计、用户定位 (规则设计描述)
 - 时间：活动何时开始，何时结束 (年月日/年月日)
 - 执行：让正确的事情计划发生 (项目进度表)
 - 总结：总结报告输出 (会议纪要)
- 团队协作
 - 技术层面
 - 团队成长
- 会议决策过程
 - 决策范围
 - 数据条件决策 (数据价值)
 - 宣传：内容设计、渠道安排、宣传节奏 (官网、Fanpage、活动页面、公告等)
 - 成本：奖品成本、人力成本、其他资源 (—)
 - 风险：正常和异常，如何规避风险 (风险规避、备用方案)
 - 数据：事先决策、事中调整、事后验收 (各种数据表格)
 - 目的：最终达到怎样的结果
- 战略考量
 - 战略意图
 - 战略思考
 - 节奏：投放时机、投放顺序

团队协作

会议决策过程

战略考量

- 感知层面
 - 用户体验设计
 - 主题：背景、环境、切入点 (例如：圣诞xxx活动)
 - 奖励：奖励设计、结算方式 (奖励提示)
 - 规则：规则设计、用户定位 (规则设计描述)
 - 时间：活动何时开始，何时结束 (年月日/年月日)
 - 执行：让正确的事情计划发生 (项目进度表)
 - 总结：总结报告输出 (会议纪要)
- 团队协作
 - 技术层面
 - 团队成长
- 会议决策过程
 - 决策范围
 - 数据条件决策 (数据价值)
 - 宣传：内容设计、渠道安排、宣传节奏 (官网、Fanpage、活动页面、公告等)
 - 成本：奖品成本、人力成本、其他资源 (—)
 - 风险：正常和异常，如何规避风险 (风险规避、备用方案)
 - 数据：事先决策、事中调整、事后验收 (各种数据表格)
 - 目的：最终达到怎样的结果
- 战略考量
 - 战略意图
 - 战略思考
 - 节奏：投放时机、投放顺序

团队协作

会议决策过程

战略考量

- 感知层面
 - 用户体验设计
 - 主题：背景、环境、切入点 (例如：圣诞xxx活动)
 - 奖励：奖励设计、结算方式 (奖励提示)
 - 规则：规则设计、用户定位 (规则设计描述)
 - 时间：活动何时开始，何时结束 (年月日/年月日)
 - 执行：让正确的事情计划发生 (项目进度表)
 - 总结：总结报告输出 (会议纪要)
- 团队协作
 - 技术层面
 - 团队成长
- 会议决策过程
 - 决策范围
 - 数据条件决策 (数据价值)
 - 宣传：内容设计、渠道安排、宣传节奏 (官网、Fanpage、活动页面、公告等)
 - 成本：奖品成本、人力成本、其他资源 (—)
 - 风险：正常和异常，如何规避风险 (风险规避、备用方案)
 - 数据：事先决策、事中调整、事后验收 (各种数据表格)
 - 目的：最终达到怎样的结果
- 战略考量
 - 战略意图
 - 战略思考
 - 节奏：投放时机、投放顺序

- 感知层面
 - 用户体验设计
 - 主题：背景、环境、切入点 (例如：圣诞xxx活动)
 - 奖励：奖励设计、结算方式 (奖励提示)
 - 规则：规则设计、用户定位 (规则设计描述)
 - 时间：活动何时开始，何时结束 (年月日/年月日)
 - 执行：让正确的事情计划发生 (项目进度表)
 - 总结：总结报告输出 (会议纪要)
- 团队协作
 - 技术层面
 - 团队成长
- 会议决策过程
 - 决策范围
 - 数据条件决策 (数据价值)
 - 宣传：内容设计、渠道安排、宣传节奏 (官网、Fanpage、活动页面、公告等)
 - 成本：奖品成本、人力成本、其他资源 (—)
 - 风险：正常和异常，如何规避风险 (风险规避、备用方案)
 - 数据：事先决策、事中调整、事后验收 (各种数据表格)
 - 目的：最终达到怎样的结果
- 战略考量
 - 战略意图
 - 战略思考
 - 节奏：投放时机、投放顺序

运营策略	策略	策略目的 (运营策略)	策略效果 (运营策略)
让土豪先消费，根据情况陆续给付费用户降价促销	版本节奏	1、地图、卡牌、养成、升级	第一周：9折 第二周：8折 第三周：7折
版本节奏	活动折扣	4000: \$200 6000: \$400	—
—	等级提升	Bronze \$100 Silver \$200	—
—	VIP需求	—	—

运营策略	策略	策略目的 (运营策略)	策略效果 (运营策略)
让土豪先消费，根据情况陆续给付费用户降价促销	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—

