

# “掌柜说” 卖家运营手册



2011

淘宝“掌柜说”项目组

## 前言

欢迎来到“掌柜说”。

2011年SNS化是淘宝面临的三件大事之一，“掌柜说”就是在这样的背景下诞生的，它开启了淘宝的SNS之旅。

“掌柜说”是淘宝卖家与买家交流互动的平台。在这里卖家可以随时更新店铺信息动态，与店铺粉丝及时交流，建立朋友式的信赖关系，从而培养了稳固长久的顾客群体；可以通过活跃在淘江湖的买家的分享行为、活动参与行为等进行口碑营销从而达到自我营销的目的，不仅节省营销成本，同时可以最直接、最便捷、最有效、最广泛地与买家沟通，获取最真实的信息。可以肯定，透过这个平台您可以获得最持久稳定的收益、享受不一样的营销乐趣。

本手册分为两个篇章，一是基础性的使用指南，与您一起熟悉“掌柜说”的应用，找到结识目标顾客的捷径。二是一些成功案例的分享，通过别人的成功经验，结合您自身情况探索出不一样的社区营销路。

感谢您的阅读，让我们一起进入自我营销的新纪元。

# 目 录

一	“掌柜说”产品介绍 .....	4
二	“掌柜说”使用手册 .....	8
三	如何拉粉丝 .....	18
四	活动策划 .....	25
五	案例分析 .....	34

## 一 “掌柜说”产品介绍



《掌柜说使用规范》

亲, 欢迎进入你的掌柜说!  
你可以把用户变成你的粉丝!

用户 粉丝

进去看看!

“掌柜说”是淘宝为所有商家和企业提供的免费社区营销平台!  
你可以在这里积累粉丝 / 发布粉丝喜欢的商品信息和优惠活动。

“掌柜说”的商业价值在哪里?  
大幅提升用户回头率 / 带来更多新用户 / 减少重复的广告投入。

掌柜说

2011 年淘宝开启了 SNS 化的征程，在这次的航线中我们即将体会到新的营销模式、新的盈利增长点以及新的购物体验。“掌柜说”产品就是在这样的背景中孕育诞生的。

## ● 掌柜说是什么？

“掌柜说”打造的是一个以人为核心，以关系网络为框架的购物平台。

作为淘宝的战略级产品，说它将成为淘宝唯一的自营销平台：在这里你可以向顾客发布及时精准的消息，构建自己的客户关系管理体系，最重要的是能够利用这些忠实的粉丝进行口碑营销。对于买家来说，它将革新传统的购物体验：不仅能够精准地接受购物信息，减少搜索成本。同时还能够建立起自己的购物关系网络，在分享传播中找到购物乐趣。

## ● 掌柜说可以运用到哪些场景？

- 1、 我家发布新品，“掌柜说”马上替你通知粉丝
- 2、 我家有促销啦，“掌柜说”马上替你通知粉丝
- 3、 我想与顾客的沟通更及时、更公开透明，到“掌柜说”去谈谈心
- 4、 我想与顾客增进感情，到“掌柜说”去策划互动活动
- 5、 我想要更多流量、更多新顾客、更少广告费，到“掌柜说”去吼几声。
- 6、 我想与买家的关系更稳定，到“掌柜说”去维系客户关系。

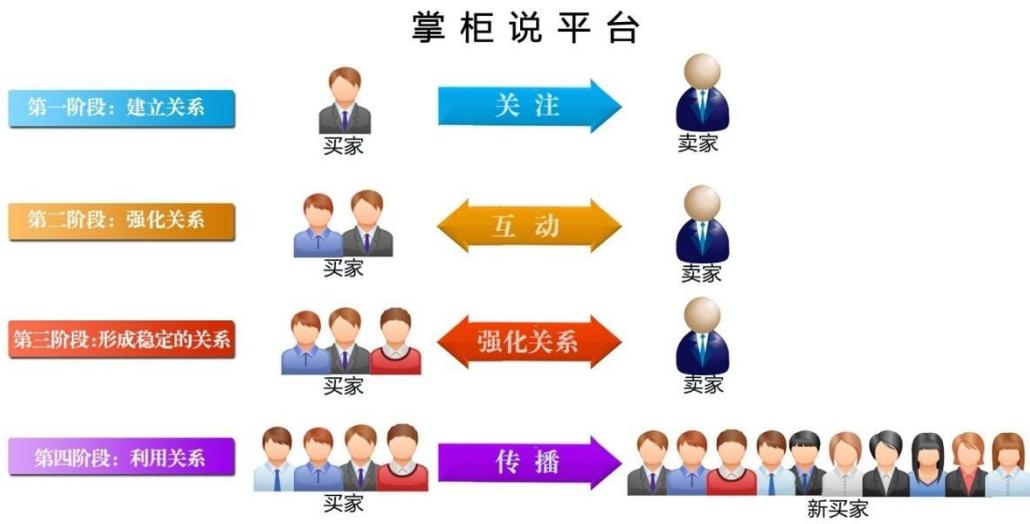
## ● 掌柜说的商业价值点有哪些？

- 1、 **精准营销。**“掌柜说”可以帮助卖家进行精准定位，不仅能够精准定位到自己的顾客群体，而且能够定位到顾客的需求。从而可以建立精准

的客户沟通服务体系，实现低成本的扩张之路。

- 2、 **口碑营销。**互联网进行营销最突出的优势就是拥有更多的信息以及信息传播渠道，“掌柜说”正是搭建强化了这样一种平台，让传播更为流畅。
- 3、 **事件营销。**借助于口碑传播这个渠道，事件营销在互联网中的运用也是层出不穷。而“掌柜说”正是让事件传播的更为及时，扩散的更为广阔。
- 4、 **客户关系管理。**这个价值点可以分为两个方面：第一，“掌柜说”提供了客户关系管理的营销工具，方便快捷的维系客户关系；第二，通过“掌柜说”建立起来的客户关系比其他渠道更有粘性，从而更有针对性的建立符合顾客生命周期的商业策略，实现更大价值。
- 5、 **低成本广告。**“掌柜说”建立的人与人之间的关系就是传播的媒介，再也不用为高额的广告费用发愁了，因为在“掌柜说”里你获得了关系，你就获得了传播媒介。

## ● “掌柜说”价值实现路径



## 二 “掌柜说”使用手册

### ● 掌柜说基础营销工具介绍

- 1、 **关注**：聚集店铺精准用户群，便于会员关系管理和维护。关注行为之后，他就是你的粉丝了。
- 2、 **叭歪**：及时推送店铺优惠活动信息，信息实时传播。
- 3、 **快速发布宝贝**：通过快速发布宝贝功能，做促销和上新。
- 4、 **话题**：引导活动讨论氛围，增加活动互动性，积累品牌信息总量。

### ● 掌柜说界面说明

您好, tbtest181! 退出 站内信 | 淘宝网首页 | 我要买 | 我的淘宝 | 购物车 | 收藏夹 | 搜索 | 网站导航

**淘宝网 掌柜说** 进入店铺入口 **进入店铺** **管理掌柜说**

**店标** **掌柜说的名称, 和店铺的名字同步** **管理入口**

**麦包包箱包官方旗舰店** [收藏] **掌柜说的介绍**

掌柜说: <http://shuo.daily.taobao.net/shop45092523>

麦包包, 中国领先的时尚箱包在线直销网站, 由意大利近百年历史的箱包家族集团提供天使基金设立而成。为中国的消费者提供高性价比的多品牌时尚箱包产品; 麦包包正逐步成为大中华区最具价值箱包渠道品牌。

**发布信息区域**

有啥想说的...

表情 图片 话题 店铺宝贝 140 **发表**

**粉丝: 30,978** **关注您的用户数**

**店家信息**

商城 | 支付宝 | 微信支付 | 银联 | 网上银行

标签: 针纺织品, 日用百货, 体育用品, 陶瓷制品, 办公用品, 面料,

掌柜: e生活家

客服: [和我联系](#)

公司: 浙江省嘉兴麦宝科技信息有限公司

主营: 皮革制品, 箱包, 服装, 鞋, 帽子, 饰品, 五金交电,

分享: [淘](#) [微](#) [人](#)

**店铺的信息**

**微店动态**

生活家宝洁品牌淘宝旗舰店: 我被贴上了很多标签, 犀利、幽默、红人等等, 其实我一直努力去抗拒这些标签, 只想做真实的自己。而且其实我单身, 很严肃的想被解救。介绍下自己, 现暂居云南, 喝茶(想有天包个茶山盖个小屋)旅行(计划环游世界), 看书(阅读控), 写作(计划写部长篇)统一的限制字数... [\[查看全部\]](#)

购买了 [满300包运费实体经营\\*\(特惠价\)丽婴房宝贝 可爱 湿巾80片](#)  
价格: 680.00

2小时前 来自淘江湖

**转发、评论按钮**

[赞](#) | [转发\(7\)](#) | [评论\(35\)](#)

生活家宝洁品牌淘宝旗舰店: 兄弟说的很有道理啊!

哈哈: 我开着这1.3排量的车, 承载那几个胖哥们, 爬坡动力还是不错的, 没有很吃力的感觉。陪同的销售人员很多。

购买了 [CICI-SHOP原创设计细节 2011秋冬新日系甜美 高腰A字连衣裙10C011](#)  
价格: 420.00

[原文转发\(20\)](#) | [评论\(3\)](#)

## ● 掌柜说的管理入口在哪里？

店铺是默认开通掌柜说的，只需要完善掌柜说的资料就可以了，步骤如下：

### 第一步：管理掌柜说入口

A、进入“我的淘宝” - “我是买家”，在资料去可以看到“进入我的掌柜说”，

如下图



点击链接后会进入到掌柜说主页，在导航栏看到“管理掌柜说” 的连接。



第二步：编辑资料

点击“管理掌柜说” 链接，即可进入到管理我的掌柜说页面，首先在“编辑资料” 页面填写资料，如标签和介绍。如下图

麦包包箱包官方旗舰店  
返回我的掌柜说

编辑资料    管理粉丝    修改图标

这些信息是从店铺自动同步过来的

\* 掌柜说名称: 麦包包箱包官方旗舰店

\* 所在地: 新疆    博尔塔拉    博乐市

\* 类别: 箱包皮具/热销女包/男包

以上信息如需修改, 请移步 [店铺管理](#)

标签:

添加店铺的标签

选择合适标签, 大家更容易发现你 (最多10个标签, 最多10个字) ?

单肩包    PU女包    斜挎包    真皮包

多个标签请用逗号分离    确定

掌柜说介绍:

在此输入介绍, 在100字以内

保存资料

填写完毕后点击“保存资料”，会提示“资料已保存成功”如下图



做完这些后，掌柜说的资料就完善好了。

## ● 如何管理您的粉丝？

第一步：进入“我的淘宝” - “我是卖家”资料处，点击“管理我的掌柜说”管

理页面，如下图，点击“管理粉丝”



会看到关注你掌柜说的所有粉丝用户，也可以对他们进行取消关注即拉入黑名单。



点击“黑名单”页面，则是被你取消关注的用户，可以通过“解除”按钮释放出来，重新进入到您的粉丝列表。



## ● 粉丝如何关注您的掌柜说？

粉丝有以下入口可以关注：

A、在店铺上方旺旺联系人名片处，会有一个“关注”按钮，如下图，点击后即可进入到掌柜说主页，此时就关注成功了。



B、在您的店铺主页，会有一个“掌柜说动态”模块，如下图，点击“关注掌柜



说”即可。

关注成功后的截图如下：



- 粉丝如何浏览我的掌柜说？

当您的粉丝关注了您的掌柜说以后，您发布的动态信息都会显示在用户的个人主页的新鲜事中，如下图

<< 返回我的淘宝



**李猫猫**

女 生于9月28日 天秤座 在淘宝网任职 曾就读浙江大学 住在杭州 来自桂林市 血型A

买家信用:

[+ 加为好友](#)

[她的主页](#)

[她的好友](#)

**生活家宝洁品牌淘宝旗舰店:** 我被贴上了很多标签, 犀利、幽默、红人等等, 其实我一直努力去抗拒这些标签, 只想做真实的自己。而且其实我单身, 很严肃的想被解救。介绍下自己, 现暂居云南, 喝茶 (想有天包个茶山盖个小屋) 旅行 (计划环游世界), 看书 (阅读控), 写作 (计划写部新长篇) 统一的限制字数



购买了

满300包运实体经济\*(特惠价)丽婴房宝贝.可爱.湿巾80片.

价格: 680.00

2小时前 来自淘江湖 [赞](#) | [转发\(7\)](#) | [评论\(35\)](#)

粉丝如果要到您的掌柜说主页, 即可通过以下路径去访问。  
 进入“我的淘宝”-“我是买家”-“关注”-“管理我的关注”, 在关注的列表中点击您的掌柜说名称即可进入。

**我是买家** | 我是卖家 | 账号管理 | 应用中心

我的首页

**关注**

好友

---

我的交易

- 我的购物车
- 已买到的宝贝
- 购买过的店铺
- 我的收藏
- 我的积分

推荐关注 | **管理我的关注**

亲, 为了你可以更好的享受淘宝提供的服务, 你可以把你的粉丝加为好友! [查看我的粉丝](#)

**yanyongqing19品牌店** 取消关注

粉丝16人

**xiaojus5免费开店** 取消关注

粉丝33人

## ● 如何使用掌柜说？

### A、发布叽歪（动态）

今天要上新品啦! |

---

表情 图片 话题 店铺宝贝

132 [发表](#)

叽歪示例:

**送七格格:** 免单!! 0元?! 加上免费送!!! 不够诱惑吗? 亲爱滴粉丝们, 赶紧转发起来吧~1.关注七格格and猪哼少2.转发活动叽歪@3好友以上3.发布叽歪大喊“我是猪格格”, 附上七格格TOP潮品/猪哼少购买的潮衣/化妆品美妆真人秀@七格格@猪哼少联系七格格家的毛毛就有机会获得免单机会哦~活动链接<http://t-jh.cn/xnIFvC>

**达 韩都衣舍:** 5折疯抢啦~韩都衣舍●现货●韩国2011新款夏装短袖纯色针织衫, 你想拥有一件么? <http://t-jh.cn/64Agel>



## B、发布图片



## C、发布话题。



**D、店铺宝贝。** 在这里只需要贴上宝贝链接即可。

有啥想说的...

表情 图片 话题

复制链接

爱上无“  
痘印 + 暗黄 +

<http://item.taobao.com/item.htm?id=10222681323>

仅支持淘宝网的宝贝链接

确定

### **三、如何拉粉丝**

## ● 什么是粉丝？

当顾客关注你后他就成为你的粉丝了。粉丝分为两大类：一部分是你忠实的顾客，这类粉丝是口碑传播的主要源头。一部分是潜在顾客，他们可能关注你店铺许久，但是需要搜集更多信息后才采取行动。

## ● 粉丝有什么作用？

你的粉丝超过 100，你就好像是个乡村小卖部；

超过 1000，你就是个城郊便利店；

超过 1 万，你就好像是义乌小商品城里的一个摊位；

超过 10 万，你就是一个三线城市的百货商店；

超过 100 万，你就是二线城市的大卖场；

超过 1000 万，你就是一线城市 CBD 商城；

超过 1 亿，你就是世界零售巨头沃尔玛了。

**具体说来，粉丝有这么几个作用：**

1. 增加顾客与店铺的粘度，提高购买转化率；
2. 及时与顾客进行互动，减少信息沟通成本；
3. 减少结识新顾客的成本，口碑传播让所有买家都成为潜在客户。

## ● 粉丝来源有哪些？

1. 大量购买或多次购买过店铺商品的用户
2. 收藏过本店铺的用户
3. 分享过店铺商品的用户
4. 平时参加大型推广活动中能够接触到的用户

**注意：**商家之间的互粉其实没有任何意义，不要指望一个僵尸粉为你的店

铺带来多少的盈利或者传播效应，拉 1000 个这样的僵死粉丝对你现在店铺的经营只是一种额外的负担。同时，淘宝也会对这种行为进行监控。吃力不讨好的事情请大家不要做哟，弄清粉丝的价值所在，找准切入点进行推广才是硬道理呀。

## ● 如何拉粉丝？

- 1、战略上实行“全面撒网，各个击破，重点突出”
- 2、战术上实行“价格诱惑，氛围吸引”
- 3、具体行动

### 行动之一 ——让关注按钮“无处不在”

在自己的店铺里安装关注店铺的插件，引导买家关注本店铺，成为本店的粉丝。“关注”的形式可以多样，例如按钮、图片、banner 等，只要能够吸引到顾客的眼球就行了。“关注”可以布点到店铺所有流量大的区域，让按钮“无处不在”。



以上是四个安装关注按钮的场景，分别是：安装插件的形式、以醒目图片的形式、以文字连接的形式、以 banner 的形式等等。

对于基础的安装插件的步骤如下：

## 基础安装教程

### 第一步



### 第二步



### 第三步



## 行动之二——吸引顾客成为粉丝

当然，仅仅有关注的插件是不够的。接下来你必须吸引你的顾客去点击这些“关注按钮”。

**第一步，选准目标。** 哪些人最有可能成为自己的粉丝呢？一句话，你能够接触到的用户都要想方设法的说服他们关注你的店铺。具体来说可以分为这么几类：

第一，平时参加大型推广活动中能够接触到的用户。

目前，淘宝官方资源活动形式比较丰富，类目大促活动几乎每天都有。活动确实能够给店铺带来很大的流量，可是活动之后流量又过山车似的滑下去了。所以很多卖家就面临这样一种困境：不做活动店铺就没有流量了。

其实如果能够利用好这些活动机会，做一次活动后留住粉丝。以后只要在自己的“掌柜说”中发送促销信息或者上新信息，这些粉丝马上就能接收了，不再需要浪费资源进行重复的活动就可以达到相同的效果。

怎么做呢？

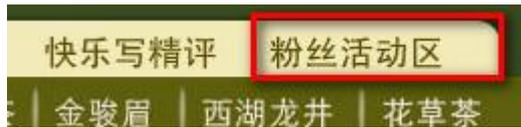
### 1、 在做活动的引导页面加入“关注”元素



### 2、 活动主题加入“互动”元素

让传统的降价促销活动加入 SNS 的元素，比如关注有礼、转发叽歪、话题参与等。(如何策划互动活动请见下面章节)

### 3、 维护好与参与活动的客户的关系。以粉丝活动专区、粉丝专享专区、粉丝价等来区分粉丝和非粉丝。



第二，大量购买或多次购买过店铺商品的用户；

第三，收藏过本店铺的用户

第四，分享过店铺商品的用户



第五，曾经咨询过你的用户，充分利用旺旺的好友资源。

**第二步，说服上述潜在顾客关注你的店铺，着重强调加你关注有什么好处。**

**第一， 给关注自己店铺的买家一些优惠。**

给他们强调当下利益，比如加店铺关注的顾客可以送什么礼物；给他们强调

长远利益，比如粉丝以后购买商品可以享受粉丝价。

具体来说可采取的活动方式有：

a、粉丝给红包

b、粉丝购买本店商品给与优惠

c、粉丝给与小赠品

d、粉丝数达到一定数量，可以享受折扣

这些利益刺激的方式可以由掌柜自己把握：在与买家进行沟通的过程中鼓励有价值的粉丝为自己的宝贝写分享、打造爆款增加流量引导其进行关注、加入官方活动等。

### **第二，告诉他们加关注后给购物带来的便利性。**

在每一个能够与顾客直接交流的过程中，告诉他们以后店铺不定期会有促销活动、上新品、新鲜事等，轻轻点击关注按钮后，这样的更新信息就会实时的发送到他们的淘江湖主页，减少了他们的搜索成本。

### **第三，告诉顾客怎么样成为你们的粉丝。**

很多买家还不清楚江湖页面，所以当你让他们关注你时可能他们并不知道该怎么操作。**清晰的引导非常重要。**

在行动一中我们已经告知掌柜们如何在店铺添加关注按钮，引导顾客点击之前我们所设置的按钮，他们就可以成为我们的粉丝了。除此之外，也可以发一个具有清晰引导性的链接，或者将这个链接加入到按钮链接或图片链接当中去，点击也可以到这个页面。

## 四、活动策划

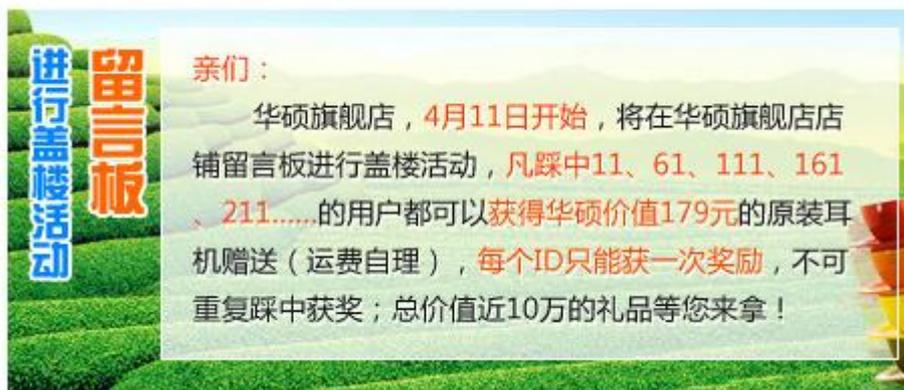
有了这么个自营销平台，我们应该充分发挥它的功效。策划相应的活动就必不可少。

● “掌柜说”目前提供的活动形式主要有以下几种：

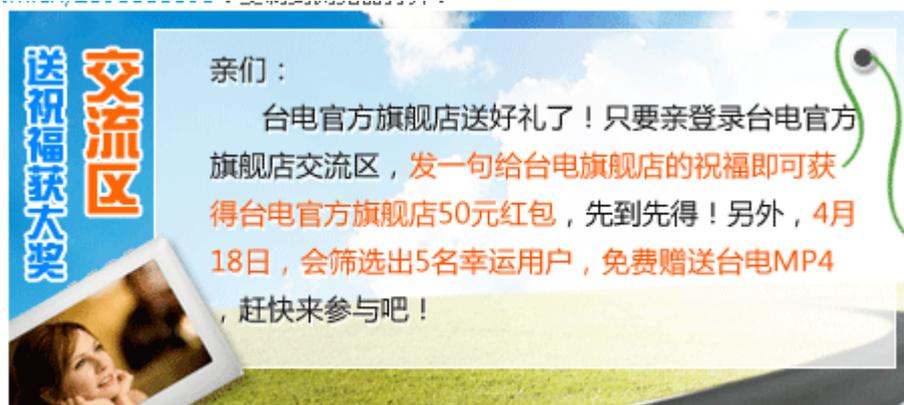
- 1、 活动页面。主要是指在店铺内的装修和标签页活动
- 2、 叭歪形式。用叭歪的形式进行互动
- 3、 话题形式。话题活动也是以叭歪发布的，只是会有聚合的话题页面。

● 可供参考的活动玩法有以下几种：

- 1、 踩楼形式----给予了用户很明确的中奖引导，让用户感觉更真实，提高了用户的参与热情。



- 2、 祝福主题形式----为活动定义了一个主题，让用户写一个关于品牌的祝福，加深了用户对品牌的认识。



- 3、 转发并回复一个有主体的内容，根据一个未知的数字为依据的踩楼形式----为活动定义了一个主题，让用户写对两个商品的购买理由，加深了用户对商品的认识，商品的购买理由就限制了参与用户的范围，只有购买过或是想购买的人才会真正写出有意义的回复。

活动时间：4月11日-4月18日

活动规则：1、关注D-Link旗舰店淘江湖

+ 关注淘江湖

2、转发+评论叽歪，并@1位好友说说你认为两款特价产品（930L&DIR600）值得购买的理由，即有机会免费获得：华纳正版D9《致命魔术》DVD、华纳正版D9《战神传说》DVD、D-Link时尚拎蓝 D-Link运动水壶 10元店铺优惠券（任意一个随机送）。

+ 转发并回复叽歪

3、免费礼品抽取办法：4月18日上证指数最高点/200-8，四舍五入得出的一个数字（0-9），所有楼数中第2个数字是该数字的可免费获得礼品。

4、例如：4月18日上证指数最高为：  
2986.18, 2986.18/200-8=6.9，四舍五入为数字7，那么叽歪楼数第二个数字为7的：17,27...  
170,171,172... 270, 271... 770,771,  
1700,1701,... 即可免费获得小礼品（限100个获奖名额）。

- 4、 根据某主题回复叽歪的形式----为活动定义了一个主题，引导用户回复要某商品的理由，加深了用户对品牌的认识。

淘宝商城3周年，贝尔莱德官方旗舰店送大礼回馈广大粉丝：在4月11日—18日期间，满足①成为贝尔莱德官方旗舰店淘江湖的粉丝，关注链接：<http://t-jh.cn/PhuLRN> ②转发此吼歪同时@3个好友以上，③回复你想要挂烫机的理由，就有机会赢取价值188元的贝尔莱德粉粉色小蜗牛挂烫机！每天都会抽取幸运得奖粉丝一名，并在次日公布！心动的粉丝不要错过，随时关注我们，继续转发吼歪，挂烫机等您带回家！

 原图



**淘宝商城3周年，贝尔莱德官方旗舰店送大礼回馈粉丝**

4月11日—18日期间，满足以下条件： 每天都会抽取幸运得奖粉丝一名  
并在次日公布！

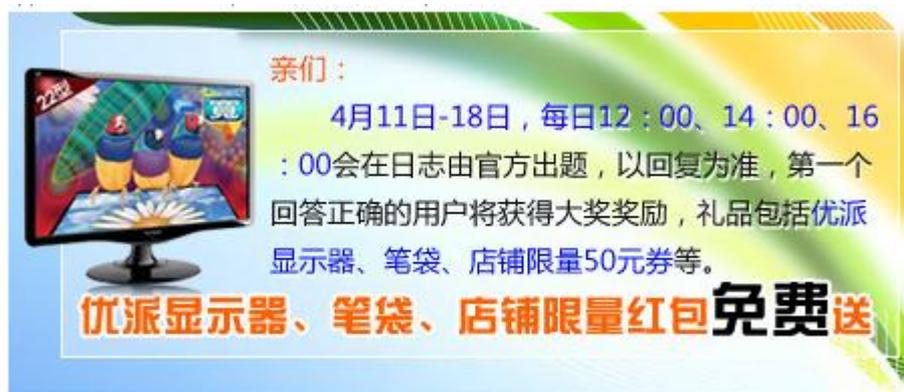
①成为贝尔莱德官方旗舰店淘江湖的粉丝  
②转发此吼歪同时@3个好友  
③回复你想要挂烫机的理由

有机会赢取价值188元  
贝尔莱德  
粉色小蜗牛  
挂烫机

GS08-DJT 蒸汽挂烫机

心动的粉丝不要错过  
随时关注我们  
继续转发吼歪  
挂烫机等您带回家

5、活动问答形式----固定时间提供问题给用户，用户参与回答问题的方式，这样的活动互动性更强。



亲们：

4月11日-18日，每日12:00、14:00、16:00会在日志由官方出题，以回复为准，第一个回答正确的用户将获得大奖奖励，礼品包括优派显示器、笔袋、店铺限量50元券等。

**优派显示器、笔袋、店铺限量红包免费送**

6、图片找茬形式----玩法是引导用户在提供的两张图片中找不同，这种方式较有趣味性，用户互动效果会比较好。



7、粉丝数到达一定数抽奖+踩楼+粉丝价形式----踩楼形式给予了用户很明确的中奖引导, 让用户感觉更真实, 提高了用户的参与热情, 但难免会有恶意抢楼的情况。

**3周年** 4月11日-18日 tmall.com

**唐狮贺淘寶三周年慶** 活动时间: 4.11-4.18

**点击关注淘江湖**

1. 凡点击关注唐狮淘江湖, 即可获得5元优惠券一张
2. 粉丝累积达88888, 即抽取幸运奖1名, 奖品iTouch4
3. 粉丝累积达128888, 再抽取幸运奖1名, 奖品iPad2
4. 中奖名单在所有关注唐狮的粉丝中公平抽取。

**点击转发叽歪**

1. 活动期间凡转发活动叽歪, 即可参与抢楼活动
2. 叽歪楼层数为1000; 2000; 3000; 逢1000类推, 即可获得唐狮新款夏装T恤一件, 男女款可选。
3. 本次活动借助淘江湖平台, 公平公正公开。

## ● 活动策划案例：

完整的活动分四步：1、策划活动 2、页面设计 3、推广 4、活动后期维护

### （1）策划活动：

策划活动主要考虑的元素有：目标对象；活动内容；宣传推广；产品优惠力

度；具体内容；页面设计；合作团队

## (2) 页面设计：



页头：1、选适合的图片做素材

2、活动主题清晰明确

3、主题主次分明



栏目：1、按钮形式更易吸引人点击

2、以链接进入参与活动叭歪

3、做上旺旺联系，方便粉丝查询不解之处。



活动详情：1、写明活动规则

2、写明参与活动流程

3、交代活动时间

### 转发活动吼歪得中奖楼层

10、20、40、80、160、320、640、860、980、1120、1300、1500、1620、1760、1940、2140、2260、2400、2580、2780、2900、3040、3220、3420、3540、3680、3860、4060、4180、4320、4480、4660、4860、4980、5120、5440、5860、6380、7000、7720、8540、9460、10480 以上为现阶段得奖楼层，敬请期待 10480 之后的得奖楼层。

得奖详情：统计写明，让参与的粉丝们对活动更清晰明确。

G 粉宣言：爱热闹，不爱沉闷；爱时尚，也爱不奢侈；我不是地球人，我是 G 粉，我爱 G 粉猜猜看……

回复格式：我要猜+序号（比如A）+答案 1 [返回店铺首页购物](#)

2 G. 我要猜



H. 我要猜



I. 我要猜



小游戏类目：1、说明小游戏玩法，附带小按钮去店铺购物

2、附上小游戏的页面让粉丝进一步明白小游戏内容

## 冷笑话大爆发

[点击进入爆发](#)

我们爱讲冷笑话 We say cold!

<1>



<2>



<3>



<4>



笑话观看：1、笑话的小页头附上按钮点击进入江湖笑话话题中

2、页头下面插一小段带图笑话。



回复框：写上主题，让粉丝回复。

### (3) 推广：

一个好活动必须靠成熟的推广渠道才能更好的发挥它的作用，根据商家需要在各个渠道进行推广。

主要分为资源推广+活动。

资源推广：(1) 活动资源 (2) 店铺首页 (3) 帮派 (4) 淘江湖日志，叽歪 (5) 淘分享 (6) 优质买家宣传

活动：(1) 店铺活动 (2) 淘江湖活动 (3) 粉丝专享活动

### (4) 活动后期维护

一个成功的活动，需要的不仅仅是完美的前期策划、吸引眼球的页面、各方面的大力推广，还有一个重要的环节大家一定不要忽略，那就是——维护粉丝！想要留住粉丝的心，就要像对待自己的“情人”一样，用心、细心去呵护，站在粉丝的立场想问题！

怎么样才能在活动后期维护好自己的粉丝呢？

1、跟着粉丝走！例如：

@歌瑞尔: #歌瑞尔#粉丝活动开启啦! 活动一: 凡关注本店的粉丝, 1. 转发本条活动并留言2. @至少3位好友。抢楼到10、20、40、80、160、320楼以此类推的幸运粉丝们, 就有机会获得歌家神秘大礼! 活动二: 成为#歌瑞尔#粉丝, 享受只有G粉才能拥有的特权! 心动不如行动, 快来加入我们吧! 详情:  
<http://t-jh.cn/cgQ58c> 原文转发(6685) | [评论\(8253\)](#)

[收起](#) | [原图](#)

“吼歪闹江湖”

RuneScape

大家可以看到, 我们这个活动是以“踩楼”的形式发起的, 得奖的楼层多, 且参与的人也不少。如果等到活动结束的时候你再去统计得奖者是谁, 恐怕光是翻页面就能把你刷疯了! 所以在这里, 建议大家跟着粉丝走, 随时了解活动的动态, 记录好得奖者的信息, 这也为活动后期维护粉丝埋下了“伏笔”。

### 1. 快刀斩乱麻!

相信大家都知道活动后期, 会遇到有些粉丝不知道自己得奖, 有些粉丝得奖后不断地询问、催促等情况。这时, 我们需要做的是安慰和告知。不管得奖者有没有来询问, 我们都要告知粉丝, 让她们知道我们对于活动后期是有安排的( 因为如果不闻不问, 会让粉丝们觉得你不够重视她们, 粉丝也是需要关爱的!)

### 2. 后续服务

在礼品送出以后, 不要以为这样就结束了。往往大商机就存在于小细节。礼品送出后, 我们第一个需要做的就是跟踪服务, 在礼品到达粉丝手里后, 以最快的时间和粉丝取得联系( 在这时就可以让粉粉们写写收到礼品后的感想啦、建议之类的..... )

## 五 案例分析

## 1. 唐狮

### 活动地址：

[http://tonlion.taobao.com/view\\_page-75677100.htm](http://tonlion.taobao.com/view_page-75677100.htm)

**活动形式：**活动页面 MINISITE+叽歪转发传播形式的活动

### 活动玩法：

粉丝数到达一定数抽奖+踩楼+粉丝价形式----踩楼形式给予了用户很明确的中奖引导，让用户感觉更真实，提高了用户的参与热情，但难免会有恶意抢楼的情况。

粉丝数到达一定数抽奖的方式，可以在某种程度上加粉丝，也在某种程度上意识到成为粉丝的好处。

粉丝价的形式，可以让用户对成为粉丝的好处有一个比较好的理解。也是一种比较好的互动与促销的结合方式。

### 活动效果：

### 活动分析：

#### GOOD:

- i. 活动页面很简单，很清晰，用户容易理解。
- ii. 参与方式很清晰，用户参与成本低，流量转化率高。
- iii. 粉丝价，可以加深用户对成为粉丝的好感，清晰了自己成为粉丝后的好处，是一种比较好的互动与促销的结合方式。
- iv. 有大礼的刺激，用户第一感觉会比较好，会觉得是一个大活动。

**3周年** 4月11日-18日  
tmall.com

**唐狮贺淘寶三周年慶**  
活动时间：4.11-4.18

**点击关注淘江湖**

1. 凡点击关注唐狮淘江湖，即可获得5元优惠券一张
2. 粉丝累积达88888，即抽取幸运奖1名，奖品iTouch4
3. 粉丝累积达128888，再抽取幸运奖1名，奖品iPad2
4. 中奖名单在所有关注唐狮的粉丝中公平抽取。

**点击转发叽歪**

1. 活动期间凡转发活动叽歪，即可参与抢楼活动
2. 叽歪楼层数为1000；2000；3000；逢1000类推，即可获得唐狮新款夏装T恤一件，男女款可选。
3. 本次活动借助淘江湖平台，公平公正公开。

## BAD :

- i. 踩楼楼层设置的楼层间隔对应发放的奖品是应该成正比的，要把握好这个度。
- ii. 粉丝数达 88888 时送 ITOUCH4 这样的激励比较弱，用户比较难以触及
- iii. 抽奖的标准不明确，也降低了奖励的效果。
- iv. 转发叽歪抢楼，也可以加入主题，借此提高用户对品牌的认识。

## 2. 混合二次方

### 活动地址：

[http://tonlion.taobao.com/view\\_page-75677100.htm](http://tonlion.taobao.com/view_page-75677100.htm)

**活动形式：**活动页面 MINISITE+叽歪转发传播形式的活动

### 活动玩法：

转发叽歪+分享宝贝+晒宝贝形式----转发叽歪用来传播，用户很清晰知道该做什么。

分享宝贝，属于购买后的口碑营销，但是单纯的把这个分享宝贝加进来，也就缩小了用户的

范围，只有买了他家宝贝的才能分享。

晒靓照，这种形式加强了用户对品牌的认识，但是晒照片的形式只能在帮派帖子列比较好实习，帮派的传播性又较差，这样也很难达到口碑传播的效果，流量会很低。

**活动效果：**

**活动分析：**

**GOOD:**

- i. 参与方式简单，用户很明确改做什么
- ii. 配合了宝贝分享，晒靓照的玩法，加强了互动性。
- iii. 较好的引导了用户成为粉丝，加关注接口比较明星。

伐木工经典格子衬衫

MIX2炫彩弹力T恤

经典拼接撞色格纹衬衫

牛仔达人原色牛仔裤

**超大奖**

**送全年包邮年卡**

**马上参与GO**

2011年5月

2011年5月

**2种参与方式 任选其一**

**方式一**

第一步：关注店铺 [\(点击关注\)](#)

第二步：分享MIX2的宝贝 [\(点击分享\)](#)

第三步：转发叽歪 [\(点击转发\)](#)

**方式二**

第一步：关注店铺 [\(点击关注\)](#)

第三步：晒“艳照”  
(MIX 2 服装混搭照) [\(点击晒照\)](#)

**PARTICIPATION PRIZE**

## BAD :

- i. 页面比较乱，用户获取信息太杂，可读性差。
- ii. 奖励标准不明确，降低了奖品刺激。
- iii. 叽歪内容太简单，也没有跳回活动页面的链接。

新春大给力，畅想购物“新”乐趣，百万邮费送不停，无忧购，GO，  
购！[http://mixsquare.taobao.com/view\\_page-39590054.htm](http://mixsquare.taobao.com/view_page-39590054.htm)

[原图](#)



- iv. 晒宝贝玩法设置的太深，用户要跳转几个页面才能进去，转化率很低。
- v. 这样的宝贝分享引导效果不佳，没有买商家宝贝的用户流失，且这种形式难以监控。

## 3. 美邦

### 活动地址：

<http://www.taobao.com/go/act/other/mbfans.php>

**活动形式：**活动页面 MINISITE+叽歪转发传播形式的活动

### 活动玩法：

领取优惠券+配合主题的叽歪转发抽奖+粉丝到达一定数抽奖----领取优惠券的方式，操作

成本很低，会吸引大量用户参与，也会转化一些优惠券的使用。

配合主题的叽歪转发抽奖方式，引导了用户的回复内容，增加了趣味性，抽奖的方式，避免了用户的恶意操作，但激励效果没有那么好。

### 活动效果：

### 活动分析：

## GOOD:

- i. 活动页面很清晰，用户容易理解。
- ii. 参与方式很清晰，用户参与成本低，流量转化率高。
- iii. 活动主题比较鲜明，容易树立品牌形象。
- iv. 加入了视频这样的动态元素，活动更有特色。
- v. 每天有公布获奖名单，互动性很强，用户会觉得很真实，参与度会提高。

### 4月12日获奖名单:

何晓梅 (lisarmeil)、白小哑白香香 (白小哑白香香)、yoga (公主yoga)、张冰 (清谷幽竹)、胡悠悠 (jenny0607)、臧振 (朴小叶76)、宝儿 (zhuzhuandbaobao)、广羽衫 (cairoqian)、斌斌 (梓斌vip)、微笑的鱼 (一弦一清心)

### 4月13日获奖名单:

童童 (臧振超)、鱼鱼 (花椒雪梨)、廖东琪 (1119panda)、李华东 (xinzhaozhiyi)、spallation (spallation99)、章鱼 (sunshine322)、黄珍 (黄珍99)、xunmengdemeng (xunmengdemeng)、黄小波 (bobby\_huangbo)、榕妈 (ronger1017)

### 4月14日获奖名单:

寻梦的梦 (寻梦的梦)、一抹夏天 (苏抹夏)、庞伟东 (pangweidong420)、菲儿 (菲比寻常329)、林燕 (louise燕)、大头娃娃 (cxjiqb)、摩羯女 (摩羯女007)、苏鱼鱼 (裸奔的宅女)、刘馨蔚 (sophie\_xinwei)、つ静や依依 (静静1依依)

### 4月15日获奖名单:

小熊与春天 (小熊与春天)、刘馨蔚 (sophie\_xinwei)、李珍 (lizhen0829)、悦尔 (happy365tmh)、奶瓶 (咖咖kajia)、云羽 (aglalala)、米小鼠 (mrlittle2009)、天使爱米饭 (thefaceshop2007)、李瑞 (田园李子)、艾娃 (elvalee8)

### 4月16日获奖名单:

刘扬 (诚信买卖1号店)、章鱼 (sunshine322)、林燕 (louise燕)、王珊瑜 (wangsy12)、张楠 (zhangnandwsztx)、心思成真 (我爱xx88)、Anne (ljf89118)、小黑猫 (lililele52)、倩娃 (xianwa1988)、轩轩妈 (玛法达)

### 4月17日获奖名单:

魏鸣 (realweiming)、王景、网络基础 (网络基础886)、淘淘男 (happy2010lucy)、心心 (一切缘于心)、妙妙 (我爱你大考拉)、蒋菲 (蔓藤之妖儿)、张勇 (千里走单骑\_tb)、李焱焱 (李焱焱)、刘燕子 (燕子ai爱)

### 4月18日获奖名单:

香草 (咱是小草)、泪颜 (我爱你大木头)、小柳丁 (小柳丁)、spallation (spallation99)、黄乐如 (lililele5)、筱筱冰 (angeljj06)、任勤明 (jianghp12)、米小鼠 (mrlittle2009)、super雁儿 (super雁儿)、君悦 (林梢的燕儿)

### 百元红包获奖名单:

久久 (rangwozong)、张晶 (颓废心)、王雪梓 (幻雪舞1996)、妮子 (pangdudu13)、心心 (一切缘于心)、汤洁 (汤洁tj)、齐琳 (danmo00)、罗欣欣 (欣艺2010)、陈宗美 (pearl\_meilin)、李华东 (xinzhaozhiyi)



**BAD :**

- i. 活动礼品刺激不够明显，降低了传播力度。
- ii. 粉丝到 30000 抽奖的方式，在这个活动里基本上不可能达到，所以这个礼品的刺激效果很低。

- ①见面礼：2000份5元抵用券，先到先得（每个id限领一次，有效期至5-31）[领取优惠券](#)
- ②转转礼：关注美特斯邦威官方网店江湖，回复你最喜爱的款式，说出你的时尚宣言，并转发活动叽歪@至少三个好友，我们将每天从所有粉丝中，抽出10名，赠送美特斯邦威MTEE限量版公仔一个 [转发叽歪](#)
- ③人人礼：美特斯邦威官方江湖粉丝达到10000人，美特斯邦威将从所有参与活动发表意见的粉丝中，抽出10名，赠送美特斯邦威淘宝商城店100元抵用券（有效期至5-31）
- ④惊喜礼：美特斯邦威官方江湖粉丝达到30000人，将再从所有粉丝中抽出3名，赠送美特斯邦威代言人周杰伦签名照1张

## 4. 马克华菲

**活动地址：**

[http://t.taobao.com/u/MzY5MzUxODE4/weibo/weibo\\_detail.htm?weibo\\_id=67410132](http://t.taobao.com/u/MzY5MzUxODE4/weibo/weibo_detail.htm?weibo_id=67410132)

**活动形式：**叽歪转发形式的活动

## 活动玩法：

踩楼形式----给予了用户很明确的中奖引导，让用户感觉更真实，提高了用户的参与热情。

## 活动效果：

## 活动分析：

### GOOD:

- i. 单纯以叭歪的形式，传播率会很高
- ii. 在叭歪内容里加了加关注链接，提高了粉丝的转化率
- iii. 活动参与方式很清晰，很简单，用户很参与成本很低，流量转化率会比较高
- iv. 礼品激励较成功，用户很清晰知道自己是否获奖，更真实。
- v. 有“连续刷5层以上无效”的限制，能提高活动的公平性和真实性。

淘宝商城三周年感恩巨献，截止4月19日成为马克华菲淘江湖的粉丝，立即【转发】并回复本叭歪，同时@至少3位好友，第66楼，266楼,466楼,以次类推,间隔每200楼层共15位叭歪+关注转发回复者（连续刷5层楼及以上为无效）各赠1件当季爆款衬衫！第666楼并@5个以上好友的，可得爆款衬衫+牛仔裤+全年免邮！关注地址：<http://t-jh.cn/vgpqXD>

### BAD：

- i. 没有配上图片，叭歪内容显得比较单调。
- ii. 单纯的叭歪转发，没有引导用户转发并回复的内容，用户的参与意图不明确。

## 5.时尚起义

### 活动地址：

<http://www.taobao.com/go/act/other/makesentense.php>

**活动形式：**活动页面 MINISITE+叭歪转发传播形式的活动

### 活动玩法：

配合主题转发叭歪形式----配合造句主题的叭歪转发评选最优内容方式，引导了用户的回复

内容，增加了趣味性，评选最优内容获奖方式，可以提高用户的回复质量，也避免了用户的恶意操作，但激励效果没有那么好。

**活动效果：**

**活动分析：**

**GOOD:**

- vi. 活动页面很清晰，用户容易理解。
- vii. 参与方式很清晰，用户参与成本低，流量转化率高。
- viii. 已造句的形式，增强了活动的趣味性，很好的引导用户回复内容。
- ix. 奖品以套装的形式呈现，加入了搭配的元素，也很好的推广了宝贝，这样的奖励用户会觉得更有意思。



**奖项设置** 一等奖 1名 价值1000元的随机套装 [最给力的造句达人中抽取1名]

**清爽淡色系牛仔衬衫**  
领口和袖口内衬搭配了同色系格纹，着眼于细节处的品质男士优选。 ¥240

**优雅男士窄腿西裤**  
自然的褶皱设计，简约不复杂，卷边搭配西装也可以穿出休闲风格。¥302

**荷叶领雪纺衫**  
淡淡的蓝色V领纽扣开襟更显女人味，慵懒宽松的 ¥168 版型舒适柔软

**褶皱花边A字短裤**  
精致的褶皱花边，漂亮的颜色，无一不是亮点，侧边隐形拉链更显优雅。¥167

◆ 图片仅作参考，套装已收到实物为准

## BAD :

- i. 获奖标准不是很明确。
- ii. 奖品所标出的价格跟所属奖励名次给出的价值不统一。

**2** 二等奖 3名 价值300元的随机春季一件 [最有创意、最犀利、最质感造句达人各1名]

**垂坠感系带开衫**  
¥242

**精致拼色口袋衬衫**  
¥250

**浪漫蕾丝连衣裙**  
¥213

**彩条口袋拼色T恤**  
¥122

## 6.七格格

**活动地址 :**

<http://www.taobao.com/go/act/other/divmay.php>

**活动形式 :** 活动页面 MINISITE+ 叽歪转发传播形式的活动

**活动玩法 :**

配合主题转发叽歪+话题抽奖+免费试穿，并要求用户在自己日志秀宝贝+宝贝分享送礼品的形式----

配合低碳出游主题的叽歪转发评选最优内容方式，引导了用户的回复内容，增加了趣味性，评选最优内容获奖方式，可以提高用户的回复质量，也避免了用户的恶意操作，但激励效果没有那么好。

话题抽奖，给出主题，围绕七格格五一劳动史的主题参与话题，加强了品牌的传播，话题的互动性也很强，可以好好利用。

免费试穿，并要求用户在自己日志秀宝贝，配合上了叽歪传播，免费的试穿可以很好的刺激用户参与，获得试穿后又可以让用户发表试穿体验，这样由用户自己发出的消息更具说服力，SNS 传播里，商家最重要的一件事就是能让用户帮你产生内容然后传播。

宝贝分享送礼品，这样加强了用户宝贝分享的意识，提高了宝贝分析的质量，也起到了传播的效果，某种程度上提升了品牌认知。

**活动效果：**

**活动分析：**

**GOOD:**

- i. 活动页面很很清晰，用户容易理解。
- ii. 参与方式很清晰，用户参与成本低，流量转化率高。
- iii. 已低碳为主题，增强了活动的话题性，很好的引导用户回复内容。
- iv. 劳动史的主题参与话题，加强了品牌的传播
- v. 免费的试穿可以很好的刺激用户参与，获得试穿后又可以让用户发表试穿体验，这样由用户自己发出的消息更具说服力。
- vi. 宝贝分享送礼品，这样加强了用户宝贝分享的意识，提高了宝贝分析的质量，也起

到了传播的效果，某种程度上提升了品牌认知。

**活动壹**  
LOW-CARBON

## 徵集令

# “低碳出游，秀出我主张！”

亲爱的朋友们，过完四月就即将迎来幸福的五一小长假，每日紧绷神经的我们又可以HAPPY放松一下了~五一做些什么呢？宅在家里？约朋友喝点小酒？NO NO，光阴似箭日月如梭，怎能辜负如此灿烂的时光呢？

当然要整装待发，出游一番咯~尽管只有短短几天，但旅程，与远近无关，与时间长短无关，快乐至高无上！在全世界都在呼吁爱护地球、低碳出行成为时尚的今天，我们的快乐，一定是建立在“绿色出行”的基础上的，今年五一，你有什么好的出游计划，你打算怎样在出游中体现“低碳环保”元素，欢迎你来一起SHOW一下吧~同时全江湖征集五一低碳出行口号，入围者可得惊喜礼品哦~

**活动规则：**

- 1.关注七格格江湖 **关注江湖**
- 2.转发叽歪@5个好友以上 **转发叽歪**
- 3.回复叽歪标题以#七格格五一低碳出行#开头，必须为原创，字数不限，口号及低碳出游计划在同一个回复中 **回复叽歪**
- 4.只有通过淘宝认证的有效ID才能参与
- 5.不得重复刷楼，否则视为无效
- 6.活动解释权归七格格TOP潮品所有

**活动奖励：**我们会给认真的原创贴作者颁发奖品哦~~

- 1.每天抽取1名最有环保意识的出游计划（随机腰带一条和25元红包一个）
- 2.每天抽取1名最有创意的低碳出行口号（随机腰带一条和25元红包一个）
- 3.每逢15或者51的楼层即可获得25元红包一个，每个ID限领取一个
- 4.活动最后抽取5个幸运粉丝，每人将获得100元红包一个

**活动时间：**2011年4月5日—5月5日

**BAD :**

- i. 活动页面综合了多个活动，但4个活动之间没有联系，这样没有很好的延续一个主题，用户思维会比较分散。若能统一个主题，只是表现形式和玩法上的区别会更好。
- ii. 页头给出的引导链接有关注江湖，加入帮派，关注微博，收藏店铺4个接口，这样的效果比较差，分散了用户流量，没有造成最好的效应，可能用户不知道改选哪个就一个不选，若是全选又会增加用户的操作成本。



## 7.韩都衣舍

**活动地址：**

[http://handuyishe.taobao.com/view\\_page-75986013.htm](http://handuyishe.taobao.com/view_page-75986013.htm)

**活动形式：**活动页面 MINISITE+帮派帖子

**活动玩法：**

配合帮派帖子顶贴踩楼+内容评选获奖的形式----配合了主题的内容回复方式，增加了趣味性，用户操作也比较清晰，不是盲目的刷楼，但是这种帮派帖子的形式在淘江湖上不能有很好的体现，帖子的形式优点是沉淀性比较强，表现形式多样，但是传播性很差，不适合 SNS 的传播。

**活动效果：**

**活动分析：**

**GOOD:**

- i. 活动页面很清晰，用户容易理解。
- ii. 参与方式很清晰，用户参与成本低，流量转化率高。
- iii. 提供了一个事件性的主题，让用户说囡话题，增强了活动的趣味性，很好的引导用户回复内容。
- iv. 奖品以宝贝商品形式展现，提高了品牌传播的效果
- v. 分日期阶段配合不同的奖品，提高了活动的连续性。

**韩都衣舍**  
韩国时尚专家

# 晒囧事

## 抢楼拿红包 新衣免费拿啦!

首先，要成为韩都衣舍的粉丝哦~~~ **关注韩都衣舍 GO**

雷雷更健康，囧囧更有神。那些想起来想打地洞的囧事，就别藏着掖着了，快来晒晒吧。  
回帖晒囧事  
活动时间：4月2日 - 4月19日

奖励：尾数逢2的楼层将获得韩都衣舍店铺优惠券5元，无任何使用限制  
每2天选出一位最雷的舍友，免费新衣送给你!

我要抢楼  
我要新衣! **GO ▶**

**BAD :**

- i. 帮派帖子的形式，不适合江湖，传播性比较差。

## 8.歌利亚

**活动地址：**

[http://goelia.taobao.com/view\\_page-77587144.htm](http://goelia.taobao.com/view_page-77587144.htm)

**活动形式：**活动页面 MINISITE+叽歪转发传播形式的活动

**活动玩法：**

关注送优惠券+配合主题转发叽歪抽奖形式----配合造句主题的叽歪转发评选最优内容方式，引导了用户的回复内容，增加了趣味性，抽奖的形式避免了用户的恶意操作，但激励效果没有那么好。

关注送优惠券的形式，用户操作成本很低，可以很好的吸引用户成为自己的粉丝。

**活动效果：**

## 活动分析：

### GOOD:

- i. 活动页面很清晰，用户容易理解。
- ii. 参与方式很清晰，用户参与成本低，流量转化率高。
- iii. 已西西里为主题，引导了用户回复怎样的内容，提高了互动性。
- iv. 抽奖的形式避免了恶意强奖品的问题。



歌莉娅，一个坚持通过周游列国的环球之旅采撷灵感的女性服饰品牌。自1995年创立以来，我们的创意团队已踏遍地球五大洲，结合时尚的潮流趋势，将世界各地文化艺术的精髓注入每一季的设计中。如果您也是一位喜欢旅行的MM，我们希望与您分享歌莉娅“环球之旅”第23站——意大利西西里岛。

在走进西西里的同时，我们也准备了一个小问题：西西里最吸引你的是什么呢？  
凡是参与本次活动的亲亲，都有机会获得我们的礼品和红包哦！

活动详情：

- 1、点击 **收藏店铺送5元**
- 2、点击 **关注歌莉娅送5元**
- 3、转发活动叽歪@好友 转发内容：#歌莉娅环球之旅西西里站# +西西里最吸引你的是什么呢？ **转发活动叽歪**
- 4、幸运楼层抽奖： **领取红包**

一等奖：5名（旅行手袋+还送20元红包）；  
二等奖：10名（旅行挂牌+还送20元红包）；  
三等奖：20名（送20元红包）；

奖品区：

 旅行手袋	 旅行挂牌	<b>20元红包</b> 20元红包
---	---	-----------------------

### BAD :

- i. 获奖标准不是很明确。

##的话题形式，在叽歪回复中失去了话题的效果，这种形式的活动，可以采用话题模块的方式，效果会更好。

“掌柜说” 伴您一路成长！