

第4章

策划网站专题活动

网络编辑：内容规划 文案创作 运营推广



目录

CONTENTS



4.1 了解网站专题活动策划

4.2 撰写网站专题活动策划方案

4.3 本章实训



4.1.1 明确专题活动的目的

专题活动的目的就是通过一个主题、一件事件、一个活动，利用多种信息吸引用户的注意，然后整合多种商品，集中向用户推广和营销。网站的专题活动策划需要考虑以下几个原则。

1

发生的过去式：
指活动发生的背景或曾经发生的相关活动事件，如11·11专题活动。

2

动态的连续性：
指专题活动或类似活动正在发生、持续性发生，不同时期的发展阶段不同。

3

影响的持续性：指专题活动会产生长期影响，甚至对未来整个行业或产业产生影响。

4

活动的前瞻性：指这个专题互动及其涉及这个活动的行业或产业未来的发展趋势，可以对用户的消费行为起到指导作用。

5

商品的关联性：指商品要与主题相关联，起到支撑主题的作用。



4.1.2 确定专题活动的主题

网站专题活动的主题是指围绕即将开展的活动而提炼的主要内容，通常活动名称就是主题的概括，专题活动就是围绕着设定的主题，开展的一系列活动。

大多数网站专题活动的主题通常分为以下几类：

- 新品促销
- 品牌建设
- 节日促销
- 季末清仓

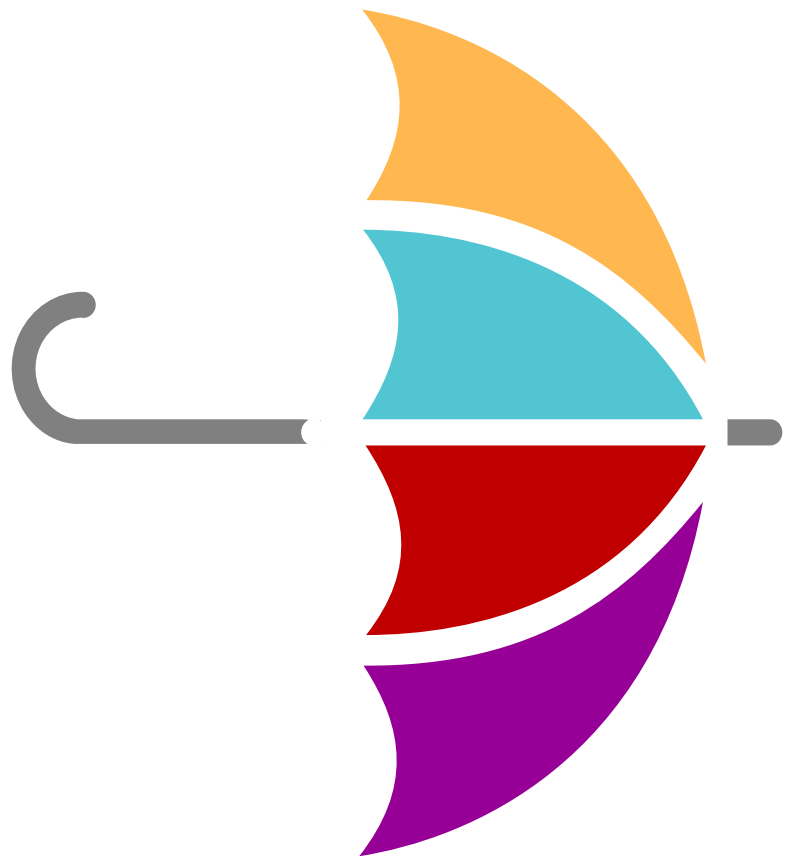
根据具体的活动内容可以衍生出以下几种常见的专题活动主题：

- 周年庆
- 旅行
- 毕业季与开学季
- 热门影视作品
- 季节变更
- 体育盛会
- 节假日



4.1.3 撰写专题活动策划方案

1. 撰写专题活动策划方案的要点



01

OPTION

主题简单明确

02

OPTION

直接展示用户所能获得的利益

03

OPTION

具有良好的可执行性

04

OPTION

客观分析



2. 策划方案的参考格式

标题：.....

副标题：.....

策划小组：.....

活动时间：.....年.....月.....日

专题主题：.....（要求：简洁，具有概括性，并在这个部分说明活动策划的总负责人以及有哪些成员和具体的分工、人员的组织配置、活动对象、相应权责及时间地点，也可以在这部分说明紧急事件的应变程序等）

关键字：.....（只能是词，不能是单句或者复句）

创意说明：.....（说明专题立意基础和作用等，内容尽量短小精炼，表现方式简单明了，让人一看就明白，可以适当加入一些图表）



4.1.3 撰写专题活动策划方案

2. 策划方案的参考格式

编者按：……（围绕专题主题，以精炼简洁的语言阐述整个专题的基本思路和深层次内容，以及专题活动的核心构成或策划的独特之处，及由此产生的意义，包括经济效益、社会效益和媒体效应等，都应该明确写出）

活动内容：……（详细的活动内容说明）

专题页设计：……（简单说明专题页中各板块框架结构，结构的设计创意应当符合专题主题内容等）

实施步骤：……（说明具体步骤及计划书，包括时间、人员、费用、操作等，制作详细的计划表，并对后期效果进行预测和改进）

结束语：……（以高度概括且有思想性的语言，展示对专题活动主题的升华，对未来的展望等，并对本策划出现的问题进行总结和汇报，可与成功案例进行对比）



好

立意清楚、可操作性强、符合网站的定位、材料齐全、设计创意明确、组织分类准确，选题选材出色。



中

立意基本清楚，具备一定的可操作性，基本符合网站的定位、设计创意有效，组织分类标准，选题选材一般，材料有限。但是该专题主题具备一定的潜力，需要对材料及创意、分类和选题的选择作进一步的加强与优化。



差

不符合版面特点、内容不健康、材料脱离主题、不符合网站的定位、创意不足等，即使修改也无法形成一个有效的专题。



1. 网站专题页设计的原则

利用“冰糖葫芦”原则进行专题页设计，将专题页中的各个元素内容和糖葫芦相对应。

- 点** 专题页中的点对应“冰糖葫芦”中的单个“糖葫芦”，也是指切入点，用于切入主题，表现主体和元素，点出故事创意和专题内容。
- 线** 专题页中的线对应“冰糖葫芦”中的“木棍”，用于连接和引导故事情节，连接整体元素，连接所有的点，使整体流畅和连贯。
- 面** 专题页中的面对应整个“冰糖葫芦”中，用于整体风格的设计，指对整个页面的完成度，强调的是从头到尾、首屏到次屏再到内容区，再到最底部，从局部到整体的一种视觉联系，画出故事的全貌。



4.1.5 设计网站专题页面

2. 网站专题页设计的技巧

首屏和次屏要有联系

要起到承上启下的作用

背景颜色要单一，慎用色块

创造页面的整体感

控制屏与屏间高度，并使用留白

注重整体形式和创意

整体设计故事化



选题要有创意

网络编辑在策划网站专题活动时，要做到观察敏锐及时，并追求主题的新颖性和创意性。

突出主题，拓展商品内容的深度

策划专题活动的过程中，网络编辑需要在突出主题的同时，还要追求商品内容的广度和深度，尽可能全方位覆盖网站中的所有商品。

扩大与用户的互动

网络编辑在策划网站专题活动时应主动强化互动，扩大用户参与其中，以提升专题活动的影响力。

目录

CONTENTS



4.1 了解网站专题活动策划



4.2 撰写网站专题活动策划方案

4.3 本章实训



4.2.1 11·11专题活动策划方案

标题：11·11专题活动策划方案

活动时间：11月1日至11月21日

专题背景：网上购物已经成为现在大多数用户的主要购物形式。2009年，淘宝网为了宣传淘宝商城品牌，策划在十一月举办一个嘉年华式的网上购物节，但找不到活动的主题，而十一月又没有传统的节日，只有被网友称为“光棍节”的11月11日，于是就以“11·11，光棍儿没事干就多买点东西”为主题，策划了一个新的消费节点。而在如今的网络购物和消费的环境中，如果没有相关的促销活动的带动，即便是品牌网站或官方网店，也会很难守住中小型网店价格战的冲击，销售数据就会很不乐观。

专题主题：这次活动主要以满就减、满就送、全场5折起等形式，主要突出11·11购物狂欢节活动的主题。

活动目标：在11·11交易促销之时，利用各类营销手段，吸引用户的注意，提高网店的流量，增加店内的销售额，并在用户心中树立良好的印象。

具体目标：1000万元的销售额，或者20000单。



4.2.1 11·11专题活动策划方案

主要促销方式：主要使用以下几种促销方式

直接打折：原价600元，现价5折300元销售，这种打折的方式最简单明了，用户也很容易接受

两件包邮：购买了一件商品后，再买一件商品就可以享受包邮的服务，必然会促使用户再次购买。

满就送：通常的形式是满一定的数额就送现金优惠券，如满100元送10元优惠券。

满就减：通常的形式是满一定的数额就减少付款金额，如满300元减50元。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/496225232052010105>