

2016

东莞市电子商务技能竞赛暨创业大赛

营销策划书





PART ONE

活动综述

Activity summary





前言

为认真贯彻落实“人才东莞”战略，加快高技能人才培养，推动电子商务产业做大做强;为延续及加快培养电子商务高技能人才，在实战中检验电子商务人才的技术水平，促进电子商务企业、学校同行的互相交流，推动我市电子商务新兴产业发展壮大；我市将举办2016年东莞市电子商务技能竞赛暨创业竞赛。



大赛简介

活动主题：打造自明星·圆梦创业

东莞市电子商务技能竞赛暨创业大赛

活动对象：全东莞市大中院校及中小企业单位

活动范围：东莞市

主办单位：东莞市人力资源和社会保障局、东莞市教育局

承办单位：东莞市电子商务协会、新浪广东东莞、东莞市技师学院

协办单位：东莞市讯联电讯设备有限公司、蚁巢两岸四地青年创业中心、东莞市松山湖电子商务协会、东莞市跨境电子商务协会、广东通莞科技股份有限公司、广东牛魔网络科技有限公司、东莞市天宇网络技术股份有限公司，东莞市六核沐网络科技有限公司，广东金蟾蜍电子商务科技有限公司，广东天赐实业有限公司、广东新基地产业投资发展股份有限公司





活动综述

Activity summary



sina 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn

主办单位



主办单位：

东莞市人力资源局

东莞市教育局



海纳百川 厚德务实



A hand holding the Earth in space. The hand is positioned at the bottom right, holding a glowing Earth. The background is a starry space with other planets and a bright light source.

PART TWO

赛事综述

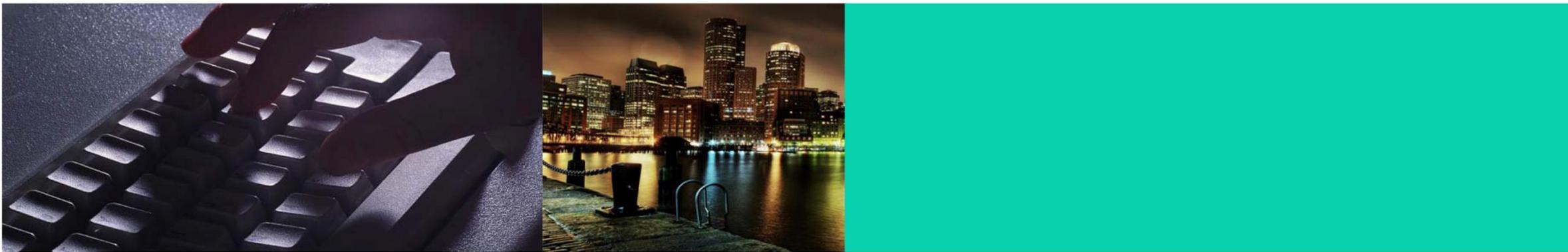
Event review



 **sina** 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn



活动信息



活动时间：2016年9月15日-12月31日

活动地点：东莞市

活动对象：全东莞市大中院校及中小企业单位

活动内容：宣传报名→海选→开幕式→励志篇→魅力篇→花开篇→闭幕式等

活动介绍：学生队：各学院通过院校统一报名100队，每队3人

企业队：组织招募100家企业参赛



赛事综述

Event review

DGECA

sina 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn

活动主题

打造自明星 · 圆梦创业

东莞市电子商务技能竞赛暨创业大赛



赛程安排

时间	赛事	组别	备注
9月15日-10月15日	接受报名	学生队	
22日	竞赛启动仪式	全体	
10月25日至11月20日	自明星营销策划、销售	学生队	实际销售额基准线为1000元
11月10日	学生与企业首轮分组结合	全体	销售达标1000元的学生队
11月10日-11月20	学生与企业分组结合	全体	销售达标1000元学生队
11月22日	学生交冠名商策划书	学生	考核标题以电商周营销策划和落地转化力、创意、营销方法等综合评分
11月29日	网络营销论坛	论坛	学习网络营销
11月15日	网红分享论坛	论坛	学习网红营销
11月20日	公布理论考试题库	学生	
11月22日至12月07日	电商周	学生队	线上销售（11月23、24、25、28、29）
12月3日至12月4日	电商周	学生队	户外线下销售（周六、日）
12月6日	公布冠名商策划案通过队伍	学生队	
12月10日（星期六）	理论知识考试	学生队	无纸化考试
12月14	销售额最后日期		
12月17日（星期六）	答辩	学生队	线下答辩
12月29（星期四）	闭幕式	全体	



大赛亮点

- 1、政府主导，业界承办，公众联动；
- 2、全媒体支持：电媒、纸媒、传统广告、自媒、网红等，新浪东莞、亿邦动力全程持续播报进程；
- 3、全市优秀企业及中、高等院校参赛，覆盖广，人气旺，参赛人数达600；

- 4、邀请知名企业CEO作为竞赛创业导师带队PK，互动十足；
- 5、打造当下最新销售模式--网红经济；
- 6、全程拍摄多个感人小视频故事宣传，确保每个环节火热持续；

- 7、实力风投基金资源支持；
- 8、比赛时间长达4个月，宣传覆盖人数达到20万人，全程微博官方支持与宣传；
- 9、闭幕使用现场网络直播，在线观众达10万以上，邀请当下多名网红出席覆盖；



学生队分成绩计算方法

	组别	理论	实操（加分项不计入发证的实操成绩）			备注
学生队	中职组	以国家职业资格四级为依据	实际销售额	20%	理论20%+实操80%+加分项分数	团队总成绩由实操成绩、理论成绩构成。团队成绩=实操成绩*80%+（团队选手理论成绩总和/团队人数）*20%。选手个人理论成绩取选手个人在理论竞赛中考取的实际成绩。实际销售额截止2016年12月14日17时
			营销策划（含答辩）	50%		
			指定项目策划(评审标准以冠名商要求为准)	30%		
	高职组	以《电子商务师国家职业标准》最新标准，国家职业资格三级为依据	实际销售额	20%	理论20%+实操80%+加分项分数	
			营销策划（含答辩）	60%		
			指定项目策划(评审标准以冠名商要求为准)	20%		
队名			总成绩（竞赛最终排名依据）			



大赛亮点

冠名商命题策划案PK



每一“步棋”都得谨慎
每一个环节均是创意
用智慧
书写传奇



一道题目所引起的
“最强营销大脑”之争



活动亮点

Attraction of the Activity

创意电商周强势来袭



亮点一：

学生与企业无缝链接，共同打造最强营销合作关系。



亮点二：

晋级参赛选手根据商家提供的产品特性及创意基金（暂定每人一百元），结合商家提供的优惠折扣，制定吸引眼球的创意服饰及新颖的销售策略，进行限时两天的现场售卖



亮点三：

活动现场led屏幕直接显示现场每个学生销售情况，让PK更直观。



大赛亮点

闭幕晚会线上互动

现场直播互动

线上全方位播报闭幕晚会



闭幕晚会已不再仅限于小众参与
用年轻人喜欢的方式
让晚会“随身行”



奖项及奖金设置

本次竞赛根据竞赛队数及成绩设一、二、三等奖和优秀奖。

中职组 设一等奖，奖励6000元/队；二等奖，奖励4000元/队；三等奖，奖励3000元/队；优秀奖10队，奖励荣誉证书。

高职组 设一等奖，奖励1万元/队；二等奖，奖励7000元/队；三等奖，奖励5000元/队；优秀奖10队，奖励荣誉证书。

企业队 设一等奖，奖励5万元/队；二等奖，奖励3万元/队；三等奖，奖励1万元/队；优秀奖10队，奖励荣誉证书。



活动招商

Activity merchants

最广泛的覆盖宣传



sina 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn

推广事项	时间	宣传渠道	宣传次数	覆盖人数	备注
电视台大赛宣传播报	11月	东莞电视台	1次	20万	30秒，播报一次
视频宣传	10-12月30	新浪专题、微博话题、5个5万人公众号、优酷、腾讯、土豆等	10次	50万	
冠名商策划方案PK宣传	11月	新浪专题、微博话题日报、时报、新浪、亿邦动力、大粤网、阳光网、时间网、南方日报5个5万人公众号等	10次	30万	
网红	10-12月30	网红直播间、全媒体宣传、5个5万人公众号	4次	80万	
共			60次	500万	
公众号	东莞大喇叭、幸福松山湖、东莞大商圈、浪迹东莞、电商协会服务号、乐管家及17所参赛中、高校公众号等				



活动招商

Activity merchants

最长宣传周期，最强赛事影响



时间	赛事	主题	形式、权益	备注
9月15日-10月15日	报名期	宣传	报名页面主题广告宣传	
10月22日	启动仪式	以“萌芽”为概念	现场整体形象主题布置：冠名签约、15分钟上台分享等	
10月25日-11月20日	学生第一阶段实际销售	以“励志”为概念	线上宣传享有广告展示、线下整体形象布场以冠名商为主：包括整体背景、横幅、资料袋、易拉宝等	电商周
10月20日-11月02日	企业预选赛		通过视频、商业计划书线下评审团选出半决赛企业，现场整体形象布场以冠名商为主，以新闻稿形式媒体公布结果、微博话题炒作宣传	
11月22日-12月07日	冠名商独立项目策划	以“魅力篇”为概念	以冠名商命题，学生出策划书，100份策划书通过各大网络、微博宣传，话题讨论等，冠名商选出优秀方案，加以炒作从而扩大影响力	
11月	线下网络营销论坛		200-300人线下学习活动，线下整体形象布场以冠名商为主：包括整体背景、横幅、资料袋、易拉宝等。前期通过媒体预告、结束以新闻稿形式宣传，冠名商软文宣传	
11月	线下打造个人网红论坛			
11月08日-12月05日	企业营销策划	以“花开篇”为概念	通过线上营销宣传，微博、各媒体炒作宣传、冠名商出现图文广告	
12月17日	学生答辩		以线下为主，约100人，线下整体形象布场以冠名商为主：包括整体背景、横幅、资料袋、易拉宝等。前期通过媒体预告、结束以新闻稿形式宣传，冠名商软文宣传	
12月10日	企业半决赛			
12月29日	企业决赛		闭幕式	线下整体形象布场以冠名商为主，以直播形式，前期宣传、现场直播送出礼品调动场外粉丝同步互动，吸引更多话题讨论



社会影响力

1、全市17所中、高职院校参与比赛，影响潜在人群30万。

2、整体大赛网红影响潜在人群达100万。

3、为响应国家号召，全面扶贫，大赛特成立专属“中信银行助学基金”，邀东莞日报、、时报、南方日报、大粤网、新浪网等持续跟踪报道，扩大赛事影响力，实现新的创举，同时推动总冠名整体社会效应。





活动招商

Activity merchants



sina 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn

大赛主流媒体资源回报

sina 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn



东莞电视台



东莞报业传媒集团
Dongguan Daily Media Group





活动招商

Activity merchants



sina 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn

新浪PC端专题介绍



新浪东莞 活力莞商 城市商圈 财富 热车 教育 旅游 健康 娱乐 热身 时尚 莞香花开 政务·镇街

热烈祝贺东莞市女企业家商会
8月10日举行就职典礼暨慈善晚会



风云对话 报莞 莞商事件 莞香文化 商学院 视频 图说莞商



跨越巅峰善行懿德 访谈东莞女商会会长方桂萍

活力莞商的优势

活力莞商

01

最全的东莞商业新闻

02

最具有影响力的新闻

热烈祝贺东莞市女企业家商会
8月10日举行就职典礼暨慈善晚会

报莞

更多

- 徐建华要求抢抓互联网+机遇
- 莞企抱团勇闯非洲实地考察
- 商道8号微商上楼大幕拉开
- 莞跨境电商对接会走进深圳
- 东莞电商发货量居全国第二
- 互联网加微商模式备受瞩目
- 世界莞商会援助海外受灾地

莞商文化

更多

- 莞商盛会新思维：打造一流商会品牌
- 莞商红毯秀成为莞商会靓丽风景
- 120名莞商到马六甲河漂游：盛赞麻涌
- 2014世界莞商会家乡美食评选出炉

莞商事件

更多

- 东莞第二次创业潮 7月11日

焦点广告图

■ 活动专题搭建

■ 图文直播

■ 现场信息回报



活动招商

Activity merchants



sina 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn

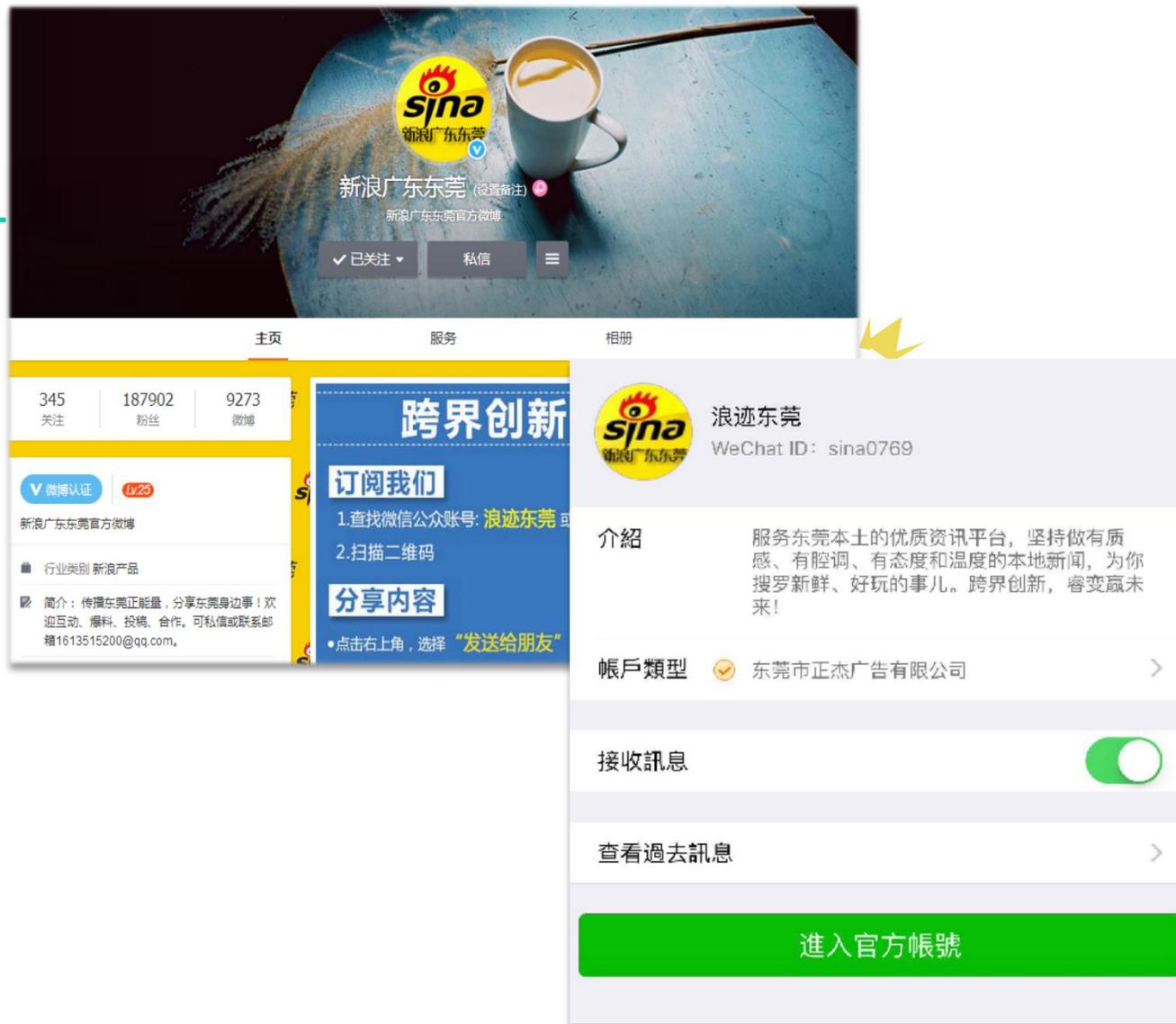
双微营销

病毒式传播：

热点事件 话题炒作

新浪东莞官方微博

新浪东莞官方微信





双微营销

公众号快速吸粉计划



- 以关注冠名商公众号并转发软文可**赢取送礼品**方式吸粉；

例：平台商商城提供100个充电宝，赢取充电宝所需商城积分为20，每一位关注并转发公众号的用户均需在朋友圈吸引20位朋友关注公众号，一个充电宝功能吸粉20个，100个就能吸粉2000个。

- **礼品越丰厚，用户所需吸粉数量也会相应增加**，通过本次大赛的线上线下活动配合，公众号的粉丝量将会在短时间内达到一个新高度。





活动招商

Activity merchants



sina 新浪广东·东莞
gd.sina.com.cn

传播与权威

《东莞日报》多重传播渠道

报纸





学 校 配 合

顺序	事项	备注
1	首轮PK赛学校协助平台商进入学校举荐办线下促销拉票活动，促进学生销售量和互动	每周在校方公众号上公布本校参赛队的成绩、鼓励学生
2	老师通知并组织学生每次学习、比赛时间截点	有需要时提供学习场地
3	赛前收集所有参赛选手身份证复印件、电话	确保学生销售收益和奖金发放由中信银行作为指定帐户统一开户
4	整个比赛过程校方公众号持续报道学生赛况	有问题及时反馈

THANKS

