

# 联讯网络网络营销大赛

## TD-网络营销大赛策划书

策划人：李红月

时间：2013.11.29

## 前言

最早的真人密室逃脱，起源是 2006 年硅谷一群系统程序师，根据阿加莎·克里斯蒂的小说灵感，设计了一系列的场景，并把它们还原到了现实中，提供给所有员工进行冒险解谜，命名为“origin”。由于难度过高，至今只有 23 人逃脱成功，这间密室也成为了硅谷的一个景点和传说。

在国内，真人密室逃脱俱乐部现在也越来越受到大家的欢迎，是一种在线解谜类游戏，一般需要玩游戏者在游戏中寻找线索，一步一步地走出密室。真人密室逃脱，打破了电脑游戏的局限和束缚，原汁原味地展现了密室的精髓，特别强调了团队的合作。让玩家能通过自己的双眼和双手，经过逻辑思考和观察力，不断的发现线索和提示，最重要的是团队的合作，能够顺利的逃脱。整个过程充满了未知性和不确定性，在紧张的场景氛围中，真正的融入到故事背景中去，这是电脑所无法提供的乐趣。

# 目录

|                  |    |
|------------------|----|
| 一、企业形象分析： .....  | 4  |
| 二、营销环境的分析： ..... | 4  |
| 1. 市场环境分析： ..... | 4  |
| 2. 竞争者分析： .....  | 4  |
| 3. 消费者分析： .....  | 5  |
| 三、SWTO 分析： ..... | 5  |
| 四、营销目标： .....    | 6  |
| 五、品和价格策略： .....  | 6  |
| 产品： .....        | 7  |
| 价格： .....        | 8  |
| 六、渠道和促销策略： ..... | 9  |
| 渠道： .....        | 9  |
| 促销策略： .....      | 10 |
| 七、营销方案： .....    | 10 |
| 八、经费预算： .....    | 10 |

## 一、企业形象分析：

于 2013 年 9 月 11 日 TD 真人密室在狮山大学城阳光广场正式开业，在开业的前期 TD 真人密室就开始在网络上的推广，首先是以微博的形式通过“玩转狮山大学城”微主转发一些相关的微博，让更多的人去转发，了解。其次，在开业之后，新生入学之后，与东软学院的“联讯网络营销协会”合作，通过纳新活动的优惠券让新生有一定的了解度。

所以开业到现在，已经有了一定的知名度；

## 二、营销环境的分析：

### 1. 市场环境分析：

- 1) 前景：生活在狮山大学城当中的学生，很多时候都找不到有什么可以玩的，更多的是要出去才可以找到好玩的事情，即便有唱 k，有网吧，自行车等的休闲活动，但是对于生活脚步如此快的学生们，闲暇的时间越来越乏味。而要脱离这种提不清劲的困境，逐渐兴起的真人主题密室逃脱无疑会是一个最好的选择。密室逃脱实体游戏项目，既刺激，又可以让每个体验者在游戏中充分调用智慧和体力，同时还可以更加深刻体会团队合作的精神；
- 2) 现状：在狮山大学城这里并没有太多的学生了解到狮山大学城开了一家“TD-真人密室”这一家店，在狮山大学城里的微博当中也是很少有关于真人密室的微博，在很多人不了解的时候，很难有更好的发展。所以要在狮山大学城当中发展，首要就是让更多的人知道这个游戏，去了解这个游戏；
- 3) 人口环境：狮山大学城的人口主要是以学生为主，其次就是住在周边的居民。这些人群的特点喜欢新鲜事物，热爱刺激游戏，崇尚享受生活，体验生活乐趣。其受文化教育程度高，容易接受新鲜事物；
- 4) 经济环境：由于大部分都是学生，一般经济都是由家庭负担，大多数情况下不存在经济困扰；

### 2. 竞争者分析：

在狮山大学城里，只有一家真人密室逃脱店，但是，在娱乐行业当中还是有竞争者的，例如：自行车活动，网吧，KTV，桌球，健身房等。

1) 自行车活动、健身活动：

A. 优势：

这种项目可以锻炼身体机能，满足个人的锻炼机会；

B. 劣势：

这种项目是容易出汗，对于一些爱美，不喜欢出汗的女生都是比较拒绝的；

2) KTV、网吧、桌球：

优势：这都是一些普通的休闲活动，已经是遍布各个城市，相对于喜欢寻求新事物的年轻人，这些活动已经不能满足大学生们的需求了，但是一般情况下是可以缓解乏味的生活；

3) 真人密室：

A. 优势：

a) 这是一个团队的活动，人数也可以自由组合；

b) 这是一个新兴的娱乐活动，让玩家能通过自己的双眼和双手，经过逻辑思考和观察力，不断的发现线索和提示，整个过程充满了未知性和不确定性，在紧张的场景氛围中，真正的融入到故事背景中去，这是电脑所无法提供的乐趣；

B. 劣势：

a) 网络宣传不够，狮山大学城当中有 4 间学校，但是做得比较多的是东软学院的宣传，缺少了其他 3 间学校的宣传；

b) 活动主题不够多，相应的应该增加多一些相关的主题；

3. 消费者分析：

根据学校官网的统计，狮山大学城这边有近 5 万的学生，在校的很多大学生都热衷于体验各种游戏，他们喜欢追求刺激，敢于冒险，但在经济不是很富裕的情况下，密室真人逃脱这个游戏是很适合他们，同时是可以锻炼到团队合作的精神；

### 三、SWTO 分析：

|          |   |  |
|----------|---|--|
|          | 威胁  | 机会   |
| 外部<br>环境 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 该项目所处的市场还不够成熟，主题也比较单一，跟新缓慢，尽管价钱不高，但是一个主题难度高，一个小时并不能完成，从而消费者就会对此失去兴趣；</li> <li>2. 其他游戏或娱乐产品的影响，目前有很多网络游戏的发展，例如 lol，剑灵等，这些游戏对顾客的要求都比较低，更容易吸引；又或者是自行车，KTV 的休闲方式，价格都是比较低，活动人群可以更多；</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. “真人密室逃脱”游戏将形成一种新型的休闲娱乐文化，在不同的主题密室中呈现不同的文化，给消费者镶上一种文化的传播；</li> <li>4. 持续地发展不单单是狮山大学城的人知道，更多的是吸引更多的人来，让狮山大学城不是一个空城；</li> </ol> |
|          | 优势  | 劣势   |
| 内部<br>条件 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在同类型竞争对手很少；</li> <li>2. “密室游戏”只要抓住“主题创意够吸引人、常做常新、难以被复制”这个核心竞争力，发挥的空间就会很大；</li> <li>3. 主题全面，能吸引不同消费能力的学生，满足消费者；</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 产品跟新较快，产品研发提出的要求比较高，因此要定期的设计新颖的主题满足消费者的需求；</li> <li>2. 营业时间相对有限制，一般人们只会在周末或者晚上以及在寒暑假的时候学校基本没有人；</li> </ol>                   |

#### 四、 营销目标：

1. 通过加大宣传的力度，不对提高 TD-真人密室的品牌知名度；
2. 加强与顾客的沟通，不断完善产品，塑造良好的的品牌形象，促进公司综合效益提高；
3. 更多的人了解真人密室逃脱这个新兴的娱乐活动；

#### 五、 产品和价格策略：

## 产品：

现在 TD-真人密室的主题只有 3 个主题：

### 1. 假面师的救赎：

故事背景：

昏睡中醒来，你被置身于眼前这气氛诡异的房间，很明显这刚发生了一场命案。死者的身份是一名假面制作师。而你，又一次被你拥有超能力的好朋友（李斯特）卷入到一宗神秘谜案。当然，你也不是一名普通人。作为人格分裂症患者，你拥有解决任何难题的多线性思维！谜案背后的真相是什么？是简单的自杀案还是匪夷所思的案中案？

玩家角色：人格分裂症患者（超能力侦探李斯特的朋友）

玩家任务：破解神秘谜案，逃出房间

游戏时间：60 分钟

能力要求：

逻辑推理指数：★★★☆☆

观察力指数：★★★

团队协作指数：★★★☆☆

想象力指数：★★★★★★

建议玩家人数：2-6 人

### 2. 电锯启示录：

故事背景：

电锯惊魂相信大部分人都看过。这回该换你当主角了！无论你是否 **want to play a game**，都要面临 **live or die** 的选择。这是一出刺激的生死游戏，也是一段发人深省的启示录。现在，请 **hold** 住你的肾上腺激素，来一场真实的电锯惊魂！

玩家角色：电锯狂徒选中者

玩家任务：从房间逃出生天

游戏时间：60 分钟

能力要求：

逻辑推理指数：★★★★★★

观察力指数：★★★★☆

团队协作指数：★★★★☆

想象力指数：★★★★☆

建议玩家人数：4-6 人

### 3. Michael 的遗产：

故事背景：

越狱的男主角 Michael 这回逃到了一个神秘监狱。你们作为他的忠实追随者（莫非只为了拿一个签名 \ ( ^ \ \ ) ^ )，可惜这次又慢了一步，只能找到 Michael 遗留下来的蛛丝马迹。关于 Michael 下一站的线索…时间？地点？碰面人物？！都将是机关重重的谜题，你们准备好了吗？

玩家角色：Michael 的铁杆粉

玩家任务：找到 Michael 下一站的线索，逃离监狱

游戏时间：60 分钟

能力要求：

逻辑推理指数：★★★★☆

观察力指数：★★★★★★★

团队协作指数：★★★★★

想象力指数：★★★★☆

想象力指数：★★★★★

建议玩家人数：4-8 人

出现问题：

由此可以了解到，游戏的单一以及有一定的难度系数，一般没有玩过的新手来说，一下子难度太高的话，很容易让学生失去对游戏的兴趣。同时要是有一定经验的学生来说，这些单一的主题不能满足他们挑战的欲望；

解决方案：

1. 定期更新游戏主题；
2. 同一个游戏分难度系数等级，满足不同消费者的需求；
3. 可以让每个游戏附上特有的故事；

**价格：**

现在的价格为：原价 80 元/人，折后不超过 40 元/人；

可通过以下几种方式获得低于 5 折优惠：

- 1) 团购：可通过团购（美团、拉手等）搜索 TD 时间之门真人密室，获取低折扣优惠；
- 2) 关注官方微博最新优惠活动；
- 3) 使用建设银行百惠龙卡预约消费；

出现问题：价格比较单一，而且价格也比较高；

解决方案：

1. 可以根据不同的难度系数增减价格，通常难度系数比价大的主题可以适当降价，因为一般难度系数比较大的用的时间会比较多，可以是适当调价；
2. 可以增加 VIP 卡，通常喜欢挑战的人要是遇到困境一定也会尽所有的努力去把难关过了，增加 VIP 服务可以让每个挑战者更加有兴趣玩下去，同时体验者成功逃脱一次即可获得积分，当达到某个积分点的时候，即可获得一些奖品或者是免费玩一小时；
3. 通过一些节日我们可以适当的进行一些促销或者是一些以节日为主题的游戏或者是消费的心得交流；
4. 进行 N 人玩 1 人免费的活动期；

## 六、渠道和促销策略：

渠道：

### 1. 直营

前期的宣传，加上项目本身的吸引力，玩家来到真人密室基地，现场购票，即可体验；

### 2. 网上代购：

- 1) 团购：可通过团购（美团、拉手等）搜索 TD 时间之门真人密室，获取低折扣优惠；
- 2) 关注官方微博最新优惠活动；
- 3) 使用建设银行百惠龙卡预约消费；

### 3. 与学校合作：

将会与联讯网络营销协会合作，凌锐微博社合作。通过参与联讯网络营销协会的一些活动，例如：金点子网络营销策划大赛的赞助商；凌锐微博社进行活动的赞助而协定店面的网络上推广；

更多的会找广轻工以及华南师范大学的一些社团合作增加店面在其学校的知名度；

### 4. 组建一些节日活动：

在一些节日的时候，可以与学校的社团合作。例如：在万圣节的时候东软英语角都会组织一些活动，然而我们就可以布置现场真人密室主题场地提供给英语角，这样可以有宣传的效果，增加更多的知名度；

#### **促销策略：**

1. 团购促销，在非节假日，开展团购促销活动；
2. 实行项目绑定活动，和校园社团、组织合作；
3. 主题场景再现，免费提供道具给体验者，进行 cosplay 主题活动；
4. 公共关系促销，通过赞助校园活动，提高本企业的曝光率，从而让更多的人去了解，去体验；

### **七、营销方案：**

1. 通过微博的转发：与凌锐微博社合作，经常发一些相关的微博，在节假日的时候或者是重大的活动，就大量转发，制造相关的话题；
2. 人员推销：与兼职团队合作，在有大型活动或者是节假日的时候就派发传单，增加人流量；
3. 交流会：在活动结束后的几天可以举办相关的交流会，让更多体验者去交流心得，从中或者可以得到更多的灵感；
4. 意见反馈：在活动后期进行意见反馈的收集，这样可以更加了解消费者与体验者的心情以及意见，得到更多的人喜欢；

### **八、经费预算：**

待定，根据具体的活动大小而定当中的具体价格。