

年货节应该如何策划才能更有效--拼多多店铺代运营全托管

产品名称	年货节应该如何策划才能更有效--拼多多店铺代运营全托管
公司名称	杭州邦辰网络科技有限公司
价格	3999.00/个
规格参数	
公司地址	钱塘新区2号大街511号东投新悦广场
联系电话	18969135066

产品详情

转眼之间，一年一度的剁手节——“年货节”现已近在眼前。

此刻的你，是不是现已跃跃欲试、做好血拼的预备了呢？

那么，作为商家，又将怎么预备，以迎候这场看不见的硝烟之战呢？

在接下来的时刻，关于年货节怎么拟定一份完好的活动策划方案呢？

下面我们来一一为大家讲解。满满干货，不要错失哦！

一般来说，商家都需要在年货节之前做好一份完整的活动规划，包括蓄水期、预热期和引爆期三个阶段

。

蓄水期

首要方针

以“堆集新客户，影响老客户”为首要方针，展开各种针对性的营销活动，以此，迎候年货节的爆发力，一起，让品牌许多曝光，使其产品在大促期间的查找指数靠前。

营销方法

从店铺品牌维度到货，再到会员保护维度，有针对性地展开营销活动。

1)、针对新客户，可经过“红包、收藏有礼”等各种活动，并以专享特权、优先发货、季度折扣等会员特权类奖品，构成引诱，招引拜访。

2)、针对老会员，可经过包邮卡、VIP卡用户特权、惊喜大礼包等有用礼品，构成品牌口碑，积储人气。

02

预热期

首要特色

预热期，也称双11大促备战的聚能期，具有周期短、离大促正日近、品牌回忆度强等特色，然后，为商家所重视并用心对待。

和蓄水期相同，首要环绕“店、货、人”这三个方向动身，进行继续而连接的活动策划。

- 1)、场——引导重复拜访，增加大促期间的自主拜访人群。
- 2)、货——购物清单拟定、人气爆款提早加购物车、大促款预订等，确定更多潜在方针客群。
- 3)、人——针对不同等级的新旧会员，有差异性地进行关心和提示，再次加深会员特权和优惠的形象。

03

引爆期

在充分繁忙而有条有理地度过了蓄水期和预热期之后，即正式进入了高峰期——年货节大促当天!而这天，也是验证前期工作的时刻了，但经过多年的经历，可大致分为疯抢期、理性期、扫尾期三个阶段，由此，活动策划相应有所不同：

疯抢期

疯抢期：活动刚开端的十分钟后到清晨2点

- 1)、阶段特色：众所周知，这两个小时，因为活动开端初期许多产品限量供应，在方针明晰的前提下，买家的消费心态很清晰，抢了再说，所以，成交量惊人，常常会呈现网络溃散的状况，因而，这一时刻段，营销要点可放在限时限购为主。
- 2)、营销方法：经过优化指引导购，协助买家快速找到热销或心仪产品，完成下单；将店铺的实时成交额、订单量或许类目排名等等，实时发布，凭借限时活动、“售罄”等字眼，强化疯抢气氛，影响下单。

理性期

理性期：清晨2点以后到晚上20点

1)、阶段特色：经过了严重的疯抢期，便到了相对平稳的理性期，该阶段的买家通常会货比三家，以寻求更优产品和更多优惠。

2)、营销方法：侧重于优化买家的购物体验，如发布买家购物谈论、优惠及抽奖、物流配送等，一起，在经过一轮疯抢后，依据店肆实际状况，随时调整店肆页面和产品设置，并及时更新预先预备好的头图资料及广告资料等。

扫尾期

扫尾期：晚上的21点到24点

1)、阶段特色：挨近大促完毕，不管是买家，或卖家，均已挨近饱和了，但，这个时分，顾客大都有捡漏的习气，一起也怕错失本年的大促优惠，会激动一下，而卖家，也会有为了营业额，搏一把的主意，所以，在后几个小时，销量会有反冲。

2)、营销方法：着重“分秒必争、过时不候”的心思暗示，营建结尾疯抢气氛，经过“限时、抢购、免单”等活动，影响购买；发布售后服务及活动预告，为后续出售衬托；一起，重视店肆流量和转化改变，调整页面和修正活动，及时更新发布后续配送及客服组织。

年货节立刻要到了，作为一名合格的电商者，想要赢得美丽，赚得尽兴，必定要能预备充分，应对周全，而一份完好的活动策划，会加大胜算份额，当然，流程现已奉上了，履行也需到位，组织好时刻，做个举动派，从现在开端！