

千万别乱报拼多多的活动！但是这2个活动放心冲--拼多多店铺代运营全托管

产品名称	千万别乱报拼多多的活动！但是这2个活动放心冲--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

接下来给大家介绍一下拼多多9.9特卖和百万爆款这两个常用的营销活动，低门槛，大流量，

一、9.9 特卖

9.9特卖是拼多多主推 0~29.9 元小商品的频道，属于长期资源位，直到产品因不符合资源位要求（评分不达标、售后不达标等）被淘汰下架。

1、展示位置

成功报名9.9特卖之后，我们可以通过拼多多首页的“9块9特卖”进入活动专区。

在9.9特卖的首页“精选”位置以及“品类标签页”都能找到参加9.9特卖的产品。

还有一些数据表现好的产品，会通过千人千面的机制被同步到拼多多首页商品池。

2、5折抢翻天

9.9特卖除了日常的9.9活动外，还有一个流量巨大的板块叫做“5折抢翻天”，位于9.9频道的首页，非常显眼的位置，自然也能为产品带来非常大的流量。

5折抢翻天里的商品是个性化排序的，不同的人看到的商品都不一样；采取定坑赛马机制，不是说你的商品排名在第4名就永远在第4名了，它会根据你产品的实时数据来决定产品排名。

报名门槛也比较低，没有销量和评价的要求，非常适合用来做新品破零和基础权重，而且活动价格不计入历史低价。

3、产地直销

产地直销位于9.9特卖频道第二屏的位置，有对接运营的商家报名，价格不高于29.9元，要求全网低价7折。

活动希望主推商品能提供工厂慢直播，不仅仅是坐在直播间卖货，而是可以到生产的车间、发货的仓库、生长的果园等地方进行趣味性的慢直播。

二、百万爆款

百万爆款主要是晋升制，从“主题展区”、“汉诺塔”、“小货值资源位”、“小货值续杯”、“大货值资源位”依次晋升。

1、主题展区

主题展区在频道的横屏专题资源位上，以及“必抢”板块。

主题展区的活动门槛是要求库存50件，价格全网低价3折，评分不飘红；晋升要求是3小时内卖完50件，禁止。

2、汉诺塔

汉诺塔在“精选”的精选位置，以及“必抢”板块。

汉诺塔只有定向邀请才能报名，会在报名2天内审核，3天内排期；并且在上活动之后的前15分钟，会给

你一个置顶锁坑的位置，也就是会让你的产品“精选”的前几名位置停留15分钟，15分钟之后再个性化推荐排序，直至200件库存卖完（若24小时内还没有卖完会自动下掉，恢复原价）。

晋升要求是30分钟内售罄200件库存。

3、小货值

小货值资源位也是在“精选”的精选位置，以及“必抢”板块。

要求货值1万元，价格全网低价8折；汉诺塔晋升后，后台会定向邀请，不能主动报名；晋升要求是24小时内售罄，可以直接进入小货值续杯。

4、小货值续杯

小货值续杯也就是第二次小货值，资源位和小货值是一样的；晋升要求是24小时内售罄，且活动入口下单用户占比超过70%，订单成交金额超过5000元。

5、大货值

大货值资源位也是在“精选”的精选位置，以及“必抢”板块。要求货值2万元以上，价格全网低价9折。

注意，百万爆款的所有价格均不会计入历史低价，而且晋升的每一步活动都有回价上首页的机会。

三、活动运营思路

评估一个活动要不要去做，我们可以从活动成本来进行评估。

如果是亏损，一单亏多少？一场活动下来总共亏多少？拿百万爆款计划来举例。

主题展区50件是亏的，假设一单亏5块，一共亏250元；

汉诺塔200件是亏的，假设一单亏4块，一共亏800元；

小货值是亏的，假设一单亏2块，一共亏1000元；

大货值资源位继续亏损，假设是亏1000元，那么核算下来总共亏3050元。

表面上看我们参加百万爆款计划是亏损的，但是我们得到了什么？

我们得到了几百个的真实销量、评价、收藏关注，如果我们用人工去做，一单佣金6块，做500单，也得要3000块钱，还要承担一定的风险。除此之外，我们还获得了前期的基础权重、活动流量、人群标签，以及递增的销量和坑产。

评估下来，我们就知道这个活动值不值得去做了。