

阿里国际站运营篇（13）-阿里国际站深度利用访客营销

产品名称	阿里国际站运营篇（13）-阿里国际站深度利用访客营销
公司名称	石家庄晓数聚网络科技有限公司
价格	36000.00/年
规格参数	
公司地址	河北省石家庄市裕华区槐安东路158号鑫科商务广场B座1211
联系电话	15530946632

产品详情

N0.13

阿里国际站深度利用访客营销

前段时间有业务竟然还不会使用访客营销，在来问我访客怎么做营销，在阿里国际站中访客营销是很重要的客户来源的利用，可以说业务除了充分利用RFQ之后，访客营销就是重要的客户来源了，也是业务日常工作中重要的一项任务。

在访客营销汇总，会详细的记录近期访问过我们店铺或者产品的时间，次数，访问过多少家店铺，发过多少询盘和TM咨询，商家星等级，停留时长和搜索关键词等行为。

那我们在日常业务过程中，如何高效使用访客营销呢？首先要确定访客目的，就是了解客户行为，实现精准营销和在营销，

我们先按照时间，国家或者产品归属人进行访客筛选。

我们可以在”访客“列表中看到访客顺序及访客访问日期（zui新的访客编号为1）；在”国家及地区“列中，我们可以获得访客地域来源，这时我们就可以根据运营的主要目标市场，对重点国家的访客进行重点关注。

我们在”浏览次数“中，可以了解到客户访问店铺情况和浏览了多少页产品，再次点击浏览次数那个数字，就可以清楚的看到客户具体是访问了哪个页面、停留了多久和来访时间，另外点开产品，就可以判

断出客户是使用移动端还是PC端浏览。

我们可以在”全站偏好搜索词“中，我们可以看到客户zui近在阿里常用的搜索词以及看到我们的产品或店铺时所用的搜索词。这时我们可以从搜索词上判断客户的相关度，从客户浏览的页面上了解对客户需求情况，即客户的匹配度

我们可以在“停留时间”上我们可以了解客户对落地页的喜好，如停留时间较短，很大可能是落地页的匹配度低或落地页的质量低或页面显示有问题。

我们可以在”旺铺行为“中，我们可以了解客户在访问店铺的关键性行为，主要就是是否发起了询盘和TM咨询。

我们可以在”网站行为“中知道客户在阿里巴巴国际站这个平台上近期做过的主要动作。在这里我们可以更加jing准的潘墩客户的需求和真实度，或者深度分析其采购行为和习惯，判定客户是中间商还是采购人员，或者是个体户。如果有一定的浏览量，说明客户的体量不小，发起询盘数目有十几个或者几十个的话，说明客户有明显的比价行为，如果能看到客户进行过很多条信息往来的话，说明客户是真是的，

第二步，怎么实现jing准营销呢？

早起的鸟儿有虫吃。在”操作“列中我们经常可以看到很多访客是无法营销的，其中一小部分是除了游客登录或30内我们店铺内有账号进行过营销等客观因素外，主观因素上就是被其他同行抢走了！这部分阿里有个规则是：为避免对访客过度打扰，同一名访客3天内zui多只能收到一封供应商的营销邮件，7天内zui多收到两封供应商的营销邮件。所以”早“可以先确定我们有访客可以做营销，所以没事儿多逛逛访客营销很重要。

根据di1步确认访客行为后，可以挑选出重点访客，做一对一的营销。有些访客记录的数据维度太少，我们无法判断的这些访客，这时我们可以进行批量营销，推送我们的主营或爆品，营销语模板化也是可以的。但对于信息数据充足，相关度高、需求真实的访客，就需要做到一对一营销，即针对客户的搜索需求，选择对应的产品（注意根据客户的终端偏好，确保选择的产品展现良好），编写针对性的营销语，力争解决客户的痛点或引起客户的关注。

第三步，实现客户再行销

我们在“营销管理”中，可以查看到一定周期内的营销效果：营销信是否被查看、访客是否从营销信中进入我们的产品或店铺、是否有互动。另外也可以参考下行业top10的营销数据，对比下差距，在zui下面我们还可以看到已经做好的营销时间和营销内容，之后我们可以点击”营销内容-查看详情“进入询盘页面。在这里我们可以再做这几步动作：

1.再次给客户发营销语

2.加为客户

3.尝试使用TM联系客户

4.申请交换名片

5.根据名片上能看到的信息去挖掘客户。特别是公司名字，我们可以去Google上进行背景调研，了解客户公司的产品及规模，找到公司的联系方式去联系客户进行客户开发。

在阿里巴巴询盘较少的日常中如果能把访客营销把握好，那将是很不错的询盘来源，我们应该或者必须充分利用好，后期询盘多了，我们也一定要养成习惯进行批量营销也好，这样也能提高产品的访问情况和权重，实在是阿里巴巴国际站中不可多得的业务来源利器了。