

广州淘宝天猫代运营如何提升官方活动的效率

产品名称	广州淘宝天猫代运营如何提升官方活动的效率
公司名称	浙江省品融品牌管理有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市拱墅区祥园路108号3幢5楼511室（注册地址）
联系电话	13397212859

产品详情

天天特价如何玩得有效率

广州淘宝天猫代运营如何提升官方活动的效率

天天特价是扶持淘宝网小卖家成长的营销平台——利用预告页面为店铺提前引流，带动全店销售，利用活动宝贝详情页做管理销售及新会员活动，促进关联销售、增加店铺收藏量。

天天特价类目活动总攻略天天特价是扶持淘宝网小卖家成长的营销平台——利用预告页面为店铺提前引流，带动全店销售，利用活动宝贝详情页做管理销售及新会员活动，促进关联销售、增加店铺收藏量。

报名流程：一、天天特价商家报名——选款是关键，初审期间宝贝维护是重点1、活动规则的熟悉活动前必须对天天特价相关规则作了解，以免违规，影响后续上活动的机会。或是在设置上出差错，失去此次活动机会。2、选款备货由于天天特价初审是机审——系统根商品、店铺等综合评分维度进行排序，刷选优质的宝贝上活动；根据这点店铺在报名的时候需要考虑以下这些数据：以上几个宝贝都是同一个报名天天特价的，并且都符合天天特价招商规则，但是在系统初审的过程中，前两个宝贝都因为“综合排名不达标”而审核不通过，从数据上，我们可以看出——第一、二个宝贝，店铺DSR全线飘绿了，并且宝贝的评分才刚刚达到4.6分，而且在审核期间第一个宝贝无转化；第六个宝贝的店铺DSR虽然是全线飘绿

，但是，转化效果良好，并且宝贝的评分达到4.7分，所以审核通过。通过以上对比，我们可以得出以下结论，掌柜在报名天天特价前需要对自己的报名成功率做一下评估，评估的维度包括：店铺DSR、宝贝最近七天的转化率、宝贝评分以及评价的首页是否存在差评，把店内适合的宝贝进行综合对比后挑选最具优势的宝贝报名。在进行宝贝选款的时候，还要注意以下几个方面：避免难以确定近60天历史最低价，需要修改价格后重复报名，尽量不要选择存在套餐搭配或者是否曾经进行过人工手动改价的宝贝报名；选择只有一口价的宝贝报名（无区间价），报名的宝贝数量50件,且300件（报名超值推荐的宝贝数量200件,且300件）；在进行宝贝报名前三天，到天天特价页面上找到页面上相似宝贝的最近出价而参考着出价，若是报名价格为原价的3折及以下天天特价系统将会在宝贝展示图片上打上“超值”的标语；确定宝贝后，就要制作一张清晰、主题明确且美观，且不拉伸变形、无水印、无logo、无文字信息等内容的310*310的白底产品图，注意服饰类的宝贝只允许单人模特。

3、宝贝初审期间的维护报名即日起到初审期间

，保持该宝贝的转化率稳定，注意维护宝贝的销量及评分，不要出现在审核期间出现宝贝销量下降到少于10件，评分下降等情况。在报名期间，掌柜需要定期跟进报名审核情况，一般在活动前2到4天没收活动审核通知，就必须到天天特价商家工作系统查看审核结果，避免没有及时按照审核过后的要求在规定的时间内做好相关准备工作而被取消活动上线资格。

二、天天特价审核通过后准备工作需做足，关联销售是关键

1、按照审核后要求去做标题、logo、库存、价格设置：

在系统通知审核通过后，宝贝页面会在活动前两天晚上10点前进行锁定，请商家在此日期前完成必要的宝贝页面装修；

2、在活动前两天晚上10点前做好页面装修，重在关联销售：

在进行天天特价活动的关联销售的时候注意以下几点：1）搭配套餐的商品的价格不能太高，要有一定的优惠力度，因为从天天特价进来的访客大多数抱着着低价、便宜等心理而进行消费的，如果管理的宝贝或者套餐价格没有很大的折扣，就会大大降低客户的购买欲；2）搭配套餐的价格折扣需要高于天天特价活动宝贝的折扣，就是说，套餐一口价与套餐内宝贝原价之和的比值需要大于参加天天特价活动的单品的活动价格与宝贝原价的比值；3）搭配套餐的商品最好是和活动商品有一定的关联，是买家在购买活动商品时马上能够联想到的商品，这就要求有清晰的关联销售模板及关联模式:

A、搭配建议型关联销售（打底衫&外套、枕头&枕头巾）

B、差异化关联销售（t恤&不同的裤子、裤子&不同的衬衫）

C、相似款推荐组合（雪纺长袖&雪纺短袖）

D、买送型关联销售，买三送一、买二赠礼物，天天特价限制每个id最多只能购买3件，所以在做买三送一活动的时候可以在活动也醒目位置说明，只要买下三件在订单留言就可以拿到第三件。3、与快递公司协商优惠价，备单由于天天特价要求宝贝必须包邮，所以，必须提前和快递公司协商价格；虽然天天

特价的发货时限为72小时内，但是为了给客户好的体验，店铺一般会争取在24小时发出，因此提前准备足够的快递单（350张左右，避免打印出错，多了可以以后用）。三、天天特价在活动进行中遇到的常见问题

1、活动人员安排天天特价在活动预告时间为一天，在活动前一天就有天天特价的流量进入店铺，所以活动人员安排需要在活动前一天准备好，并在预告期间做测试，并拟定活动应急措施。因为，天天特价活动时流量会突然爆发，所以前期各项工作必须分配好，比如子账号的沟通协调、设置短语等。2、未付款订单催付由于天天特价规则说明，拍下20分钟内没付款，系统自动关闭订单，避免出现客户没有及时付款二关闭订单，店铺除了需要在宝贝详情页放置提醒信息外，人手充足的话可以在客户拍下订单后15分钟时催款，提醒客户及时付款。（提前准备催付话术，催付时也要传达关联营销的内容。）3、关联营销的效果监测、优化活动开始需观察关联营销效果，准备2套方案，第一套不行，马上换第二套方案。活动开始后页面不能编辑，那关联怎么编辑呢？可以通过软件插入关联到顶部，或是店招关联以及店铺左侧关联，店招关联的效果比其它效果好。4、提前卖完的应对过早卖完怎么办？后面的流量接应不到了。除了可以在页面被锁定前，在宝贝的详情页做好类似款、价格相近的宝贝关联；我们还可以做已购客户的回访，每个客服找已买过的客户一对一发送旺旺关联信息。很多客户是贪便宜时直接拍下了，根本没注意关联的产品。一般客服告知后，客户会选择购买关联的产品，因为更划算，那我们的客单价也会提升。5、流量不足的应对流量不足时，产品备货较多，活动销量较少。这个时候，可以给老客户发送短信，回馈老客户。还有提前做好钻展的推广图，当天可应急投放。全店的其它宝贝也可以关联此活动产品，另外直通车当天也可以去推荐一下这款产品。这是流量上的应急补救方式。四、活动收尾后的其它注意事项1、订单打印、打包包裹由于活动当天订单较多，容易打重的单子，尤其是为了给客户好的体验，店铺一般会争取在24小时发出，因为快，所以更容易出错，这时候我们就可以借助淘宝助理系统快捷打单。在打包包裹时，我们一定要一一对照订单的宝贝，尤其是满送型的订单更是要慎重对待，这能够避免因发错款而带来的经济损失，也能够给客户带去更好体验。2、退款、中差评处理提前想好策略应对以上问题。什么样的情况提前给客户说好可以直接退款。在活动页面下方做“好评有礼、不接受差评”的售后指导，或者，中差评是由哪个客服引起的便由他跟进处理。以此提高工作效率。设置方式参考以下：3、问题件处理会有很多客户在两三天后来找客服查件，针对这种情况我们可以将快递的查件地址找出来备用。或订购第三方工具来减轻客服的负担，如客道精灵，可以直接体现客户物流信息。4、活动数据总结活动完后要做一些数据分析和效果总结。包括顾客评价、动态评分涨跌、关联效果、后续回头率等，不单是活动当天对店铺有大的流量影响。我们更应关注此次活动给我们带来的后续影响，比如平常店铺有300个UV，活动当天6000个，活动后每天平均有500的流量，这也是好的现象。所有参与到活动中的人员都必须总结，活动中发生的问题在哪个环节，下次该如何避免，提升整体团队的运营能力。

广州淘宝天猫代运营如何提升官方活动的效率

官方联系方式：13397212859

官方微信：13397212859

官方qq:344197770

公司地址：浙江省杭州市西湖区振华路298号

浙江品融：www.pinkroon.com