

拼多多代运营 节日营销利器营销工具

产品名称	拼多多代运营 节日营销利器营销工具
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	服务模式:三对一 服务内容:全托管服务 公司地址:浙江杭州
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

节日营销必然少不了营销工具，如何在合适的阶段正确运用营销工具，使其效用最大化呢？本节课程将介绍在节日营销的预热、爆发、返场期如何使用营销工具。

1、优惠券——店铺收藏券/拉人收藏券

在预热期间使用店铺收藏券和拉人收藏券，利用无门槛店铺优惠券吸引消费者关注店铺，同时促使消费者主动分享，开发更多站外粉丝。

设置优惠券后，将会获得：（1）商家进入商品详情页会有领券提醒；（2）在店铺首页有“XX人收藏”的展示；（3）在搜索页有“好友收藏的店”的标签，可快速吸睛，积累人气。

2、优惠券——私密券/短信直发券

前面我们讲过商家可以在节日前通过老客户召回进行预热，商家可以通过短信直发券将优惠信息发送给老客户，有社群的商家可以将私密券发放到群里，告知用户节日优惠信息。

私密券和短信直发券可以使用户直接获得优惠券，这种方法更能获得用户的点击和关注。

预热阶段商家通过各种方法疯狂引流，在节日当天将迎来流量的爆发，而商家要做的就是让这些流量得到最大利用，尽可能都转换成订单。

如何利用营销工具在爆发期获得最大的转化呢？

1、优惠券——全店满减券

全店满减券是很多商家们都会使用的营销工具，但是有的商家店铺的领券率和券的使用率都很低，形同虚设，这是为什么呢？

在设置全店满减券时，要根据店铺商品的单价设置满减门槛，同时要兼顾优惠面额。

举个例子，店铺的商品单价都在9.9元，但是满减设置的是满10元减1元，消费者通常不会为了1元而多购买一件商品。

而店铺若有9.9元的热销品，又有5.9元的单品，满减设置为满15元减2元，这让消费者感到能占到一些便宜，很有可能就会为额外的5.9元商品买单！

2、多件优惠/拼单返现

对于复购率高的商品，比如纸巾、洗衣液等家居生活用品，零食等等等，适合设置多件优惠和拼单返现。一方面，满足消费者获得更多的优惠的心理；另一方面，对于商家而言，提升了客单价，减少了物流成本。

消费者很可能会因此优惠而额外多购买一件商品，但发货的包裹数是不变的，试想一下1000件的发货和500件的发货，哪个付出的成本和压力更大？

3、限时购/限时免单

商家通过设置限时购或者限时免单，可以给消费者营造时间上的紧迫感，快速促成下单。

注意两种工具任选其一即可，不可同时设置。

节日期间，利用营销工具让利的优惠也会使我们后续获得更多流量和更大的收益！

节日后不代表我们的营销就结束了，在这个阶段，商家的主要目的是维持活动余温，利用新的利益点，吸引还未购买的消费者。

通过设置限量购，进行活动返场，维持活动的优惠力度，让消费者觉得虽然错过了节日当天的优惠，但依旧也没有买贵的感觉。通过这种方式在节日后再进行一波冲刺。

最后再提醒一下，若商品参与了限时免单、多件优惠、秒杀等活动就不能同时使用限时限量购工具啦，大家注意要错开哦。