

拼多多运营 大促做好这六个细节，大促必爆单

产品名称	拼多多运营 大促做好这六个细节，大促必爆单
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	团队配置:三对一模式 服务模式:全托管服务 公司地址:浙江杭州
公司地址	浙江省杭州市钱塘新区东部创智大厦4幢417室（注册地址）
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

大促是一个可以让店铺再创新高机会，可以为店铺引流，获得新的用户。但是如果把握不好，可能会对店铺造成直接的利益损失，甚至会给店铺带来深远的负面影响，那可就得得不偿失了。那么，要注意哪些小细节呢？

一、活动价

注意活动价不要填错

活动价填错是一个商家们容易犯的低级错误，所以一定要引起重视，虽然后续可以更改，已经造成的价差损失是无法挽回的，而且一旦更改，就需要先下架资源位，重新报名大促，这样一来，本来可以尽早进场，积累商品权重的优势就没有了。

注意与其他活动价的叠加

活动开始后，活动价会取商品当前生效的最低价格。

比如：大促活动是10/1-10/12，商品的活动价为21.9元，而之前店铺参加了秒杀活动，排期在10/5，秒杀

价为19.9，那么在10/5号当天的活动价会直接取当前生效的最低价格，即秒杀价为19.9。

所以商家要注意查看近期店铺参加的活动，以及活动价生效的时间是否和大促活动重合。

查看入口：商家管理后台——店铺营销——营销活动首页

二、商家优惠券的设置

因为优惠券的券后价格并没有在商详页直接展现，所以有的商家会忘记自己有设置过，或者弄错了优惠券使用的时间，导致在周年庆活动中，买家实际支付的价格是在当前生效的最低活动价基础上叠加商家设置的店铺或商品优惠券，那活动价本身就很低了，再加上优惠券很可能会亏损。

所以商家们要记得查看自己店铺到底设了哪些券，这些券的使用时效会不会和生效的活动价时间重叠，如果重叠，判断一下是否可以接受活动价的基础上再减去优惠的券额，若不能接受，可及时操作结束优惠券的发放。

查看入口：店铺营销——营销工具——优惠券首页——优惠券管理

以上两点在设置的时候是非常重要的，稍有不慎就会导致店铺的直接亏损，另外以下几点是比较隐性的影响。

三、注意活动规定

商家违反平台协议或平台任一规则；

店铺近90天评分低于行业平均值；

报名商品近30天评分低于行业平均值；

报名商品近7天评分呈下滑走势；

活动期间出现异常下单行为；

四、如何避免中途取消活动？

中途取消活动一般是商家没有计划好，出现了意外状况，无法更改，不得不终止活动，所以我们一定要清楚知晓活动审核后不可操作和编辑的项目有哪些？以备于我们提前做好准备。不然中途取消活动，会耽误跟上大促的整体节奏。

【 】表示活动审核后可自由编辑

【×】表示活动审核后不能再编辑

【○】表示可编辑，但需提交经过运营审核后才能生效

五、如何避免货源和物流的问题？

货源方面：自产自销的商家要提前备货，备货的数量可以参考往年大促的情况以及今年的日销数据，备货周期也要根据商品的生产周期情况作出合理的安排，避免出现缺货或者压仓；分销或者代理的要提前跟供货商做好沟通，确保出货顺畅。

物流方面：大促活动中最重要的一个环节就是物流，如果物流出了问题不仅会提高物流服务异常率，还会引起买家对消费体验的不满，所以提前做好万全准备是十分有必要的，比如与熟悉的快递公司签订合作协议，同时找好备选合作方和爆仓应季方案。另外，全量使用拼多多电子面单进行打单发货，能够大幅提升打单的稳定性与效率，如果在大促期间准备切换或新增快递合作方，也记得同步开通使用拼多多电子面单哦~

六、如何避免售后的问题？

参加大促活动，不仅要考虑如何让订单增多，更要重视随之而来的售后订单，因为如果售后服务做得及时且做得好，可以获得消费者的好评，以及赢得消费者复购的机会。

但相反的，如果在售后方面翻了车，就算订单很多，数据好看，但是后续也会对店铺造成不好的深远影响，比如店铺DSR评分降低，后续无法报活动，或者消费者体验很差，流失了一大批客户等等。所以建议商家们

在大促期间及时回复消费者的消息，妥善处理售后问题，适当赠送小礼品，提升客户满意度；

及时追踪消费者包裹信息，在收到货之后主动问询对于商品的意见，也可以借此机会发出邀评，提升商品的好评率。