

幼美&衣库 五一特别推广

策划书

小组成员：陈琳璇 1124138
吴思华 1124120
陈春芳 1124123
谢绍霞 1124148

目录

1、背景浅析	3
2、目标群体	3
3、消费者需求分析	3
(一) 需求特征	3
(二) 细分波段特征	3
(三) 理性需求	4
4、产品优势 (SWOT)	4
5、推广计划	6
(1) 推广产品	6
(2) 费用预算	6
(3) 直通车广告推广地域	7
(4) 直通车投放平台	7

(5) 产品图片.....	7
(6) 产品标题.....	7
(7) 关键词.....	7
(8) 关键词出价办法.....	8
(9) 选款.....	9
(10) 资 源 整 合.....	
.....	10

一、背景浅析

----由于小店幼美&衣库新开张不久，在很多方面都存在不足，产品的品牌知名度还不高。

----行业内的同质性，经营模式相互效仿，消费者对产品的质量、价格和款式的要求更加苛刻，消费者比较看重网店的信誉。

----所以为了完善本店各方面的不足，建立信誉，提高销量，我们做了以下方案。

二、目标群体

主要目标群体：18-29 岁间的年轻女性

三、消费者需求分析

（一）需求特征：

- （1）个性消费的回归
- （2）消费的主动性增强
- （3）便捷与购物并存
- （4）消费行为理性化、层次化

（二）细分波段特征：

（1）18-23 岁的女性经济不完全独立，对于价格比较关心，处于个人角色转型期，有更多时装和商务女装需求，处于低阶段的职业性格塑造阶段，偏爱平价时尚类女装。

（2）24-26 岁的女性经济基本独立，已形成了一定的职场特性，开始逐渐找到自己的服装偏好；更偏向于追求符合个人气质、个性的女装。

（3）27-29 岁的女性已经具有一定的经济基础，资深职场人士更加注重个人形象的维护和品味的体现；个性之外也更加注重女装的品牌、质量和服务等。

（三）理性需求：

女性消费者在购物理性思考中具有一定的共性。

- （1）关注款式、版型，注重个人的感受及体验
- （2）重视质量、面料、搭配性和女装实用性等因素

四、产品优势（SWOT）

<p style="text-align: center;">优势 (Strength)</p>	<p>1) 对女装店主而言的优势：</p> <ul style="list-style-type: none"> ※ 服装销售不受时间空间限制 ※ 降低渠道成本 ※ 及时反馈市场信息 ※ 便于收集第一手消费者信息 ※ 便于分析销售状况，预测销售趋势 <p>2) 对消费者而言的优势</p> <ul style="list-style-type: none"> ※ 无时空限制，随时可以下单购买 ※ 价格比专卖店有优势 ※ 节省时间、人力，降低购买成本 ※ 比较购物 ※ 方便快捷
<p style="text-align: center;">劣势 (weakness)</p>	<p>1) 对女装店主而言的劣势</p> <ul style="list-style-type: none"> ※ 相比传统渠道，在品牌形象树立方面存在劣势 ※ 价格透明，价格竞争激烈，盈利能力减少 ※ 需要组建技术团队，掌握网络营销技术 <p>2) 对消费者而言的劣势</p>

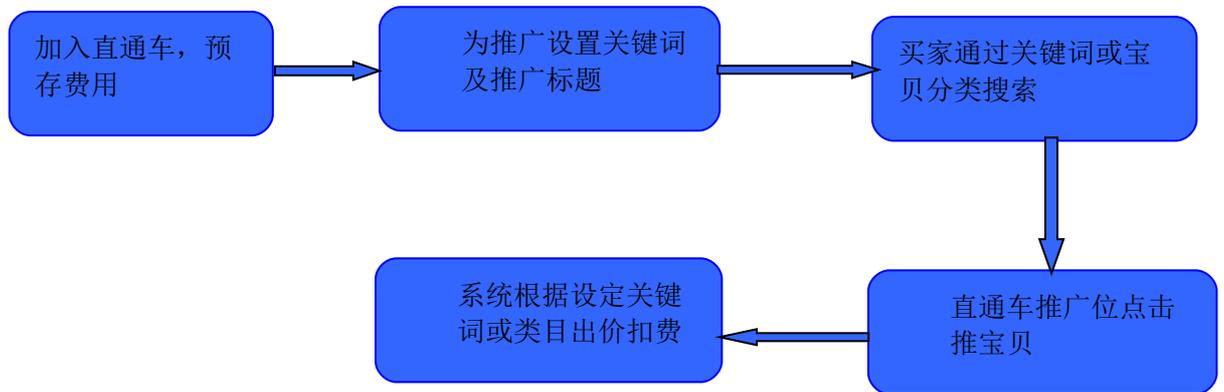
	<ul style="list-style-type: none"> ※ 无法试穿，缺乏购物乐趣 ※ 产品图片失真，同实物相比真实性有差距 ※ 品牌真假难以分辨，产品质量难以触摸 ※ 对网络购物的安全性存在疑问 ※ 客户服务质量欠佳，退换货麻烦
<p style="text-align: center;">机遇 (Opportunity)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) 国家政策的大力支持 2) 消费者日益接受网络购物，市场快速发展 3) 现代化的生活方式提高了出行成本，工作时间紧张，增加了网络购物的频率 4) 基础服务的日益完善，降低了网购成本 5) 消费者对个性化的追求
<p style="text-align: center;">挑战 (Threaten)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) 线下商店的大力促销，分流网购人群 2) 国家政策变化，加强监管等

5、推广计划

使用直通车打造爆款。直通车是很多卖家比较常用的工具，而要用好这个工具需要有一定的技巧。关于直通车的推广原理：淘宝直通车推广原理是根据宝贝设置的关键词

进行排名展示，按点击进行扣费。如果宝贝只是展示，不被点击，是不计费的。

具体内容如下：



(1) 推广产品

首次选推广一个产品，即白色雪纺衫，先观察 10 天，再根据推广数据报表做调整。

(2) 费用预算

- a) 首次预充 500 元。
- b) 10 天费用 500 元日限分配：星期一：30 元，星期二：60 元，星期三：60 元，星期四：70 元，星期五：30 元，星期六：60 元，星期天：30 元，星期一：40 元，星期二：50 元，星期三：70 元。

(3) 直通车广告推广地域

因店铺前期推广为全场包邮，所以推广地域除去运费高的地方，包括国外、澳门、香港、台湾、西藏自治区、新疆维吾

尔自治区等。

(4) 直通车投放平台

淘宝站内及淘宝站外（即淘宝联盟）。

(5) 产品图片



(6) 产品标题（20个汉字以内）

夏季新款 韩版雪纺T恤 甜美气质白色雪纺衫

(7) 关键词（设满为200个）

- 1) 雪纺T恤 平均出价：1.7元
- 2) 夏装T恤 平均出价：0.42元
- 3) 白色雪纺衫 平均出价：1.83元
- 4) 韩版雪纺衫 平均出价：2.4元
- 5) 雪纺衬衫 平均出价：0.64元
- 6) 甜美气质雪纺衫 平均出价：2.5元
- 7) 夏季新款T恤 平均出价：0.42元

- 8) 韩版圆领 T 恤 平均出价: 1.93 元
- 9) 五分袖雪纺衫 平均出价: 2.9 元
- 10) 甜美圆领衬衫 平均出价: 1.8 元

(8) 关键词出价办法

直通车里面也有关键词的分析功能，可以查到关键词最近的展现、点击、转化、出价等信息，并可通过直通车点击价格的预测工具出价。

以上关键词观察 30 天，30 天后根据数据报表做调整：

- a) 删除 30 天无成交的关键词
- b) ROI 低于平均的关键词降低出价
- c) 流量价值低于 0.5 的关键词，删除。高于 0.5 的关键词，可以适当提高出价。
- d) 转化费用高于 3 的关键词，删除，或者适当降低出价。低于 3 的可以适当提高出价。实际上转化费用和流量价值的关系是对应的。
- e) ROI 低于平均水平 5.8 的，可以适当降低出价，或者酌情删除。高于 5.8 的可以适当提高出价。

(9) 选款

根据以上数据的预测和观察分析我们选定本店的 **2013** 夏季

新款雪纺T恤 韩版甜美气质白色雪纺衫 作为主推产品。如图：



这款雪纺衫是新品，库存充足、款式是受广大女性喜爱的日韩风格，面料舒适，特别适合作为打造爆款。

选款后通过以上列出来的热门关键词进行自由组合进行推广。

推广时间：10:00-12:00 14:00-18:00 20:00-23:00

(10) 资源整合：直通车带来的效果是有上限的，当直通

车达到一定高度就会出现一个瓶颈。这个时候不能放过任何可利用的资源：

1. 店铺其他产品去参加活动，关联销售此款产品
2. 钻石展位单引流量
3. 店铺首页，宝贝内页放上此款产品的图片，链接。