

实景化 差异化 圈层化 专业化

看永康电商企业如何稳阵地占市场



一年一度的“双十一”如期而至,各大平台早早公布大促玩法。有消费者表示,与往年相比,今年最直观的变化是少了“套路”、多了“实惠”。

一改过去复杂的促销规则,今年“双十一”回归低价折扣,这无疑有助于提高消费者的消费热情。对于商家来说,简单清晰的活动方式也为他们提供了良性的竞争环境。

为抢抓销售机遇,自今年10月起,我市不少电商企业就进入了高强度的工作状态,提前备货、搭建直播场景、活动预热。连日来,记者走访了我市多家电商企业,看他们如何在网购大潮中稳阵地、占市场,全力“赢战”双十一。



装车 运送货物 主播讲解一款除螨仪



打造差异化直播 多平台全面发力

11月10日20时,双十一第二波大促开启,电商企业迎来订单高峰。在浙江征途光电科技有限公司(以下简称征途公司)的工厂端仓库内,5台电子面单打印机不停吐出新的订单,6名物流工作人员和20多名企业员工忙着将货物分装物流车,送往分拣中心发货。21时15分,第一辆满载家用吸尘器的物流车从厂区开出。征途公司仓储经理张城介绍,从客户下单到打包发货均在4小时内完成,消费者最快第二天一早就能收到。

我们直接仓库现货速发,两三天就能收到,没有付款的哥哥们抓紧了。在位于总部中心金诚大厦的征途公司直播基地,主播李定容卖力地向抖音直播间的观众介绍一款家用

洗车机。在此过程中,她需要和镜头外的助播陈倩紧密配合,不停强调促销价格、现场演示产品功能,整场直播气氛火热、节奏紧凑。

与此同时,在另一个直播间,主播陈佩毅通过抖音平台,介绍和演示各类生活电器产品。和李定容不同的是,这个直播场景更加精致,装修风格更贴近于家居环境,气氛温馨、轻松。我们针对不同产品、不同圈层的用户特点,打造差异化直播场景,目的是将人群的注意力从性价比层面逐步迁移到内容风格上来,对消费人群进行精准引流。征途公司天猫事业部负责人李意说。

今年“双十一”,淘系、京东、抖音、拼多多等电商平台纷纷拉长战线,付款时间提早到10月31日20时,第二

波优惠则从11月10日20时持续至12日24时。10月31日那天,我们从早上8点一直忙到了次日凌晨3点多,销售额已经达到了预期。李意回忆说,当晚,各电商平台的流量达到了日常的5倍至10倍,各类产品销量更是冲到了日常的8倍至10倍。

为赢战“双十一”,从10月底开始,征途公司12个直播间、24名主播每天进行高强度、高频次直播,直播时长延长到16个小时以上。平台方面,该公司从过去以淘宝、天猫平台为主,转变成淘宝、天猫、抖音、京东、拼多多等多平台布局。为确保“争分夺秒”,该公司在10月初就开始开足马力备货,并提前在人员调配、物流管理、系统测试等方面做好准备。

专注产品创新升级 用户体验是关键

作为去年天猫平台户外露营品类销量第一的“黑马”,今年,浙江原始人品牌管理有限公司(以下简称原始人公司)在电商平台上持续发力,直播场次从去年的一天一播增加到一天三播。该公司不断精研产品、推陈出新,今年新推出的登山杖、帐篷等产品,在维持一贯高品质的同时,具有更强的专业性,市场反响热烈。

以一款特斯林防水系列克米特椅为例。产品详情里介绍,该款户外折叠椅经过全新升级后,具有颜色鲜艳

不褪色、高抗拉力、防水、耐油、耐高温、抗紫外线等特点,这让椅子的耐用度提高了5倍以上,甚至可以在水里直接使用,真正实现户外复杂场景的全天候使用。前几年“双十一”促销活动的规则过于复杂,消费者体验不是很好,今年“双十一”,我们更加专注产品的创新升级,提升消费者的购物体验。原始人公司总经理郦鹏程说。

出色的产品研发能力和服务能力,是原始人公司稳定市场阵地的关键基石,同时也是占据更多市场份额、

赢得消费者信赖的关键因素。在持续发展的道路上,原始人公司积极迎合市场变化和用户需求,品牌发展势头良好,销售取得不错成绩。据了解,今年以来,该公司整体销量实现30%左右的增长。

郦鹏程说,不管市场环境如何变化,该公司始终坚持做好产品、好服务的初心,今年以来,我们进行了一些产品的创新升级,也获得了越来越多消费者的认可。

融媒记者 李一正 俞舒梦