

目录

1 靳多多零食店店铺简介.....	1
1.1 店铺基本情况.....	1
1.2 店铺风格分析.....	1
1.3 店铺主营产品.....	2
1.4 店铺目标群体.....	4
2 靳多多零食店店铺分析.....	5
2.1 竞争者店铺分析.....	5
2.1.1 店铺 DSR 评分分析.....	5
2.1.3 竞争者店铺风格分析.....	6
2.2 靳多多店铺分析.....	6
2.3 店铺 SWOT 分析.....	7
3 靳多多零食店“年货节”活动方案.....	7
3.1 活动分析.....	7
3.2 活动目的.....	7
3.3 活动时间.....	8
3.4 2024 年 1 月“年货节”预热活动	8
3.4.1 活动目的.....	8
3.4.2 活动时间.....	8
3.4.3 预热活动方案一.....	8
3.4.4 预热活动方案二.....	10
3.5 2024 年 1 月“年货节”正式活动	11
3.5.1 活动目的.....	11
3.5.2 活动时间.....	11
3.5.3 正式活动方案一.....	11
3.5.4 正式活动方案二.....	12

3.6 2024 年 1 月“年货节”返场活动	13
3.6.1 活动目的	13
3.6.2 活动时间.....	13
3.6.3 返场活动方案.....	13
4 注意事项.....	14
4.1 备货准备.....	14
4.2 客服安排.....	15
4.3 物流安排.....	15
4.4 仓库管理.....	15
5 活动预期效果.....	16
6 活动预算.....	16
7 总结.....	17
参考资料.....	18

靳多多零食店 2024 年一月“年货节”活动方案

1 靳多多零食店店铺简介

1.1 店铺基本情况

靳多多零食店铺于 2022 年 1 月 11 日在淘宝开业,该店是一家以出售预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品)和散装食品销售(不含冷藏冷冻食品)为主的淘淘店铺。靳多多零食店铺主要销售产品包括辣条、豆干、素肉、鸡肉、牛肉、卤味、饼干、膨化、薯片、火锅、粉丝、速食、面包、糕点、特产、糖果、果冻、布丁、山核桃、坚果、炒货、蜜饯、枣类、果干产品种类十分丰富。

截止至 2024 年 12 月 1 日,店铺关注量已达到 17220。在淘宝神店榜、怀旧经典美味店铺榜 TOP10。店铺好评率为 99.18%,店铺 DSR 动态评分情况有描述相符 4.7 分,服务态度 4.7 分,物流服务 4.7 分,与同行业相比均低于 1%,还有很大的上升空间。店铺信息和 DSR 评分如图 1 所示:



图 1 店铺信息及 DSR 评分

1.2 店铺风格分析

店铺 logo 是由“靳多多”和靳多多的拼音“jin duo duo”以及一张红色的底图组成的图片,店铺首页以粉白色为主基调色彩多种多样,店铺装修风格是文艺小清新范儿装修,进店就可看见店铺的最新活动 banner 图,热销爆款区,以及店铺的各种产品分类,新品专区。

店铺的整体色彩十分丰富，足够吸引顾客关注，整个装修的风格和本身店铺销售的食品类贴合度很高。店铺首页如图 2 所示：



图 2 店铺首页图

1.3 店铺主营产品

靳多多零食店铺主要销售产品包括辣条、豆干、素肉、鸡肉、牛肉、卤味、饼干、膨化、薯片、火锅、粉丝、速食、面包、糕点、特产、糖果、果冻、布丁、山核桃、坚果、炒货、蜜饯、枣类、果干，产品主要以儿时怀旧零食为宣传，引起大多数人的回忆。

产品大多都是低价位的小零食，产品的种类相当丰富。店铺销量较高的产品是“劲丰博士牛筋辣条”“好吃岛山药薄片”“君仔素火爆鸡筋”“宇仔大刀肉辣条”等。

靳多多店铺产品的定价在 3.8 元-98.8 元这个区间。价格最低的是“毛湘德香菇丝辣条”（3.5 元/3 包）、“新林爱情琴公寓 5 辣条”（3.8 元/5 包）、“华兴和手撕素牛排辣条”（3.8 元/80g 1 包）。价格最高的是“五香鸡爪 40 克卤味”（98.8 元/50 包）、“麻辣鸭腿卤味”（92.8/买 10 包送 10 包）。

店铺总销量最高的产品是“劲丰博士牛筋辣条”，总销量销高达 9000 件以上。店铺销量最高的产品如图 3 所示：



图 3 店铺销量最高的产品

店铺收藏数最多的产品是“好吃岛山药薄片”，全店最高收藏人气 42465。全店最高收藏人气如图 4 所示：



图 4 全店最高收藏人气图

店铺销售量最低的产品是“圣福记高粱饴软糖”，全店最低购买人数 5 人。全店最低销售量如图 5 所示：



图 5 全店最低销售量图

1.4 店铺目标群体

通过了解靳多多店铺的评论可以发现，该店的消费者主要是学生、上班青年和孩子家长大都是以女性偏多。部分商品评论如图 6 所示：



图 6 部分商品评论图

对于小孩子来说，零食对于他们的吸引力十分大。从读初中开始，大部分初中生就知道如何在网上购物了，有了一定的购买能力，零食类产品在学生群体很受欢迎。高中生和大学生已经十分了解网上购物了知道寻找自己的喜好，慢慢的会有自己常买的品牌，也有很大的可能可以培养出品牌的忠诚度。同时可以通过价位来看整体的消费水平，从总体店铺的价位来说店铺的销售人群是偏低消费的一类人，商品价位都普遍偏低是大多数人都可以消费得起的，有一定购买能力的年龄段的人都是可以购买店铺的商品的。不同价位商品如表 1 所示：

表 1 不同价位商品图

商品	价格	销量
劲丰博士牛筋辣条	¥5.50-19.50	1 万+
好吃岛山药薄片山药脆片	¥6.90-19.80	9000+
君仔素火爆鸡筋辣条	¥5.10-30.50	7000+
钟芹辉火辣面霸辣条	¥5.50-23.50	4000+
太平辣白菜味辣条	¥5.80-23.80	4000+

小学生没有什么购买力，但是他们也有零食需求，这个时候小学生的家长群体不可忽视。

还有在上班的青年，上了一天的班回到家中享受美好的追剧时刻，都会需要追剧小零食，他们已经形成了一个平台的忠诚度。所以目标消费者应该定位于各个年龄阶段的学生以及学生家长和上班青年。

2 靳多多零食店店铺分析

2.1 竞争者店铺分析

为了能够更加了解到零食行业里较准确和较全面的信息，所以在进行分析的时候，可以选大致相同等级的零食店铺来当作竞争者对他进行分析和了解。寻找的竞争对手店铺是“渝每滋食品专营店”，目前他的粉丝数为 12597。

“渝每滋食品专营店”的主营产品也是小零食，但他总体的价格都比靳多多偏高。在产品类目与靳多多也有许多相似之处，同样他的目标消费人群也为学生以及学生家长和上班青年，所以可以将这两个店铺进行分析比较。

2.1.1 店铺 DSR 评分分析

“渝每滋食品专营店”于 2013 年 8 月 7 日成立，已经开店有 11 年，截止至 2024 年 12 月 1 日，店铺关注量达到了 12597。店铺的 DSR 动态评分情况有描述相符 4.6 分，服务态度 4.7 分，物流服务 4.7 分，与同行业相比均低于 2%。相比较之下渝每滋食品专营店的 DSR 评分比靳多多低。店铺 DSR 评分对比如图 7 所示：



图 7 店铺 DSR 评分对比图

2.1.2 竞争者店铺风格分析

渝每滋食品专营店的装修属于文艺小清新范儿，与靳多多零食店的文艺风格略显单调。渝每滋食品专营店的首页风格是由绿色、黄色等浅色系色调，反观靳多多零食店的装修是红色、橙色、紫色色彩十分的丰富，渝每滋食品专营店也有对产品进行分类板块，清晰明了,然后渝每滋食品专营店并没有做活动 banner 轮播图。店铺的优点是进店后可领取的优惠券、入会好礼、店铺上新、店铺热卖还有店长推荐一目了然，消费者也可以在这里迅速找到自己想要购买的商品。小渝每滋食品专营店和靳多多零食店的店铺装修对比图。店铺装修对比如图 8 所示：



图 8 店铺装修对比图

2.2 靳多多店铺分析

但是靳多多零食店不足之处在于在所有宝贝处存在很多链接点进去显示“很抱歉，搜索到‘0’个宝贝”。靳多多零食店还有些产品已经下架了或者被转移了，但是链接还在首页，产品上下架链接处理不到位。链接点进去显示如图 9 所示：



图 9 链接点进去显示图

2.3 店铺 SWOT 分析

对靳多多零食店铺进行 SWOT 分析。详细的 SWOT 分析如图 10 所示：

自身优势 1. 首页有产品 banner 图轮播图。 2. 成立了一年的店铺粉丝数相对稳定。 3. 新店铺最开始会有一定的流量支持。	自身劣势 1. 开店的时间较短，只有一年，没有开店基础。 2. DSR 评分与同行相比比较低。 3. 页面链接存在空链接的情况。
外部环境机会 1. 整个零食行业市场需求大，学生群体青年群体众多。 2. 由于生活水平的提高，消费者们也开始更多的关注产品的品质。	外部环境威胁 1. 零食行业竞争十分激烈，把握住市场的趋势紧跟时事进行改革创新。 2. 把握住市场的趋势紧跟时事进行改革创新，产品更新换代快，行业内卷严重。

图 10 对靳多多零食店铺的 SWOT 分析图

3 靳多多零食店“年货节”活动方案

3.1 活动分析

每年的春节前一个月都会迎来一年一度的“年货节”大促！因为再过一个月就是春节了家家户户都要走亲访友，当然缺少不了年货，所以“年货节”至关重要。每当这个时候销量往往是最高的时候，零食活动力度也是最高的时候。此时，零食类市场的需求量极大，也是零食类市场每年的最高值。店铺应该抓住这个营销时间段，针对店铺的目标消费者进行有效营销。根据 2022 年 1 月 17 日-2022 年 1 月 31 日这个期间的数据分析，用店铺热销产品劲丰博士牛筋辣条举例，该产品在 1 月这段时间销量为 60000 上下浮动，而 9 月至 12 月销量为 10500 上下浮动。年货节的销量是平时的销量的 5.8 倍。

3.2 活动目的

为了再度提高 2024 年 1 月靳多多零食店“年货节”的整体销量，抓住这次机会来扩大靳多多零食店的店铺的知名度，增加店铺销售额，增加流量，并且吸引更多新的顾客，激活现有老顾客，让靳多多零食店的销量再度升高，所以需要制定详细具体的 2024 年 1 月的“年货节”活动方案。并引进大量新的顾客，带动现有的老顾客促进消费。将普通顾客转化为忠实顾客，时不时进行举行活动，来提高用户粘性。

3.3 活动时间

根据在淘宝平台所了解的“年货节”活动分析，活动时间保持在一个月以内。包括“年货节”的预热期、“年货节”的正式期、“年货节”的返场期。应该从1月初持续到1月底。年货节活动时间安排如表2所示：

表2 年货节活动时间安排表

时间	阶段
2024.1.17-2024.1.19	预热阶段
2024.1.20-2024.1.25	正式阶段
2024.1.26-2024.1.31	返场阶段

3.4 2024年1月“年货节”预热活动

3.4.1 活动目的

可以用支付定金的形式，以及推广宣传的活动，使顾客了解本次“年货节”的活动以便提高热度以及关注度，带动起来“年货节”的活动氛围，吸引消费者的好奇心，可以从这次预热活动中让顾客开始就关注本店铺，提升店铺的知名度和流量。

3.4.2 活动时间

2024年1月17日00:00:00-2024年1月19日23:59:59

3.4.3 预热活动方案一

（1）活动主题

零食大礼盒，付定金抢先定

（2）活动选品

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/285301231230011143>