

目 录

1	寓义旗舰店简介.....	1
1.1	店铺介绍.....	1
1.2	产品介绍.....	2
2	寓义旗舰店 618 活动促销背景分析.....	3
2.1	行业现状分析.....	3
2.2	竞争对手分析.....	3
2.3	目标客户群体及需求分析.....	6
3	寓义旗舰店 618 促销活动方案.....	8
3.1	活动目的.....	8
3.2	活动选品.....	8
3.2.1	选品理由.....	8
3.2.2	选品结果.....	10
3.3	店铺准备.....	15
3.3.1	运营组.....	15
3.3.2	美工组.....	16
3.3.3	客服组.....	16
3.4	推广渠道.....	16
3.4.1	站内推广.....	16
3.4.2	抖音推广.....	17
3.4.3	小红书推广.....	18
3.5	618 活动前期.....	20
3.5.1	定金立减.....	20
3.5.2	分享助力.....	20
3.5.3	签到积分换豪礼.....	20
3.6	618 活动当天.....	21
3.6.1	限时秒杀.....	21

3.6.2	全场满赠	22
3.6.3	618 疯狂券包	22
3.6.4	老带新 3 人拼团	22
3.7	618 活动后期	22
3.7.1	退换货问题	22
3.7.2	好评返现	23
4	具体时间进度安排	23
5	经费预算	23
6	预期效果	24
	小结	24
	参考资料	25

寓义旗舰店 2024 年 618 活动方案

1 寓义旗舰店简介

1.1 店铺介绍

寓义旗舰店是一家主营香氛的天猫旗舰店，于 2011 年 9 月 13 日在浙江宁波创立，店铺首页如图 1 所示，品牌致力于打造室内香，将香氛与私人记忆相连，强调用香氛将空间私人化，吸引了一批忠实粉丝。店铺装修简约，主色为白粉色，店铺采用了大图轮播式海报。该店铺有相应的抖音、小红书账号。店铺链接：<https://yuihomearoma.tmall.com>。店铺目前粉丝数量有 6.5 万，店铺的综合体验星级为四颗半，店铺 DSR 评分三项均为“高”，其中描述相符为 4.8 分，高于同行 42.03%；服务态度为 4.9 分，高于同行 48.52%；物流服务为 4.9 分，高于同行 47.85%。取得了广大客户的认可，在行业中取得了较好的成果，如图 2。



图 1 寓义旗舰店首页

店铺动态评分		
描述相符	4.8	高于42.03% ↑
服务态度	4.9	高于48.52% ↑
物流服务	4.9	高于47.85% ↑

图 2 寓义旗舰店 DSR 评分

1.2 产品介绍

寓义旗舰店主营香水、香氛及其配件礼盒，该店铺不定时新品上新。店铺主营的商品为无火香氛、蜡烛、精油香氛、石膏香氛、礼盒、配件。店铺宝贝分类如图 3 所示。

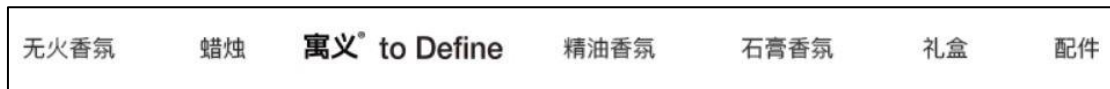


图 3 店铺宝贝分类

店铺热销产品介绍如表 1 所示。

表 1 店铺热销

序号	产品名称	图片	价格 (元)	卖点
1	寓义 to Define 香氛火锅香薰蜡烛 diy 礼盒客厅卧室高级感生日礼物		369	香氛火锅，以香为“料”，让鼻尖如同吃了火锅一般，获得国际设计奖项。

2	寓义 to Define 香薰卧室安神助眠精油扩香散香器生日礼物无火香氛		173	专利香气，改善睡眠，7 大国际认证，符合国际实验室标准。
3	寓义 to Define 扩香石礼盒香薰精油晶石送女生香氛创意生日礼物		299	器形灵感来源于云朵，带来轻松自由的氛围，其中扩香石收集自世界各地。

2 寓义旗舰店 618 活动促销背景分析

2.1 行业现状分析

随着经济的快速发展，恩格尔系数不断降低，人们开始关注除吃、穿、住、行以外的消费，追求更高品质的、更时尚的美好生活，香氛作为一种彰显个性和品味的绝佳礼品，“嗅觉经济”市场蓬勃发展，嗅觉经济蓝海不断崛起，中国香氛市场份额逐步扩大，香氛产品消费呈现爆发式增长。数据显示，前国际品牌在我国香水香氛市场中占据 70% 以上的市场份额。

相对于国外市场，中国市场香水渗透率仅为 5%，还处于一个相对较低的水平，提升空间充足，持续发展规模可观，从嗅觉市场整体规模来看，预计我国香氛行业也将保持较高速增长，嗅觉经济拥有广阔前景。很长一段时间提起香氛，人们更多的是想到海外的一些国际香氛品牌，但近两年，国产香氛逐渐崛起。

2.2 竞争对手分析

寓义旗舰店的竞争对手主要有 WILD ELF 予里山人和 tosummer 观夏两家店铺。其中 WILD ELF 予里山人旗舰店作为淘宝 14 年老店，坐拥 20.9 万粉丝，

如图 4 所示。其店铺的 DSR 动态评分：描述相符为 4.9 分，高于同行 41.67%；服务态度为 4.9 分，高于同行 48.20%；物流服务为 4.9 分，高于同行 47.51%。如图 5 所示。



图 4 WILD ELF 予里山人店铺首页

店铺动态评分		
描述相符	4.8	高于41.67% ↑
服务态度	4.9	高于48.20% ↑
物流服务	4.9	高于47.51% ↑

图 5 WILD ELF 予里山人店铺 DSR 评分

tosummer 观夏成立于 2021 年，其天猫旗舰店拥有 34.3 万粉丝，如图 6 所示。其店铺的 DSR 动态评分：描述相符为 4.9 分，高于同行 50.58%；服务态度为 4.9 分，高于同行 53.25%；物流服务为 4.9 分，高于同行 59.78%。如图 5 所示。

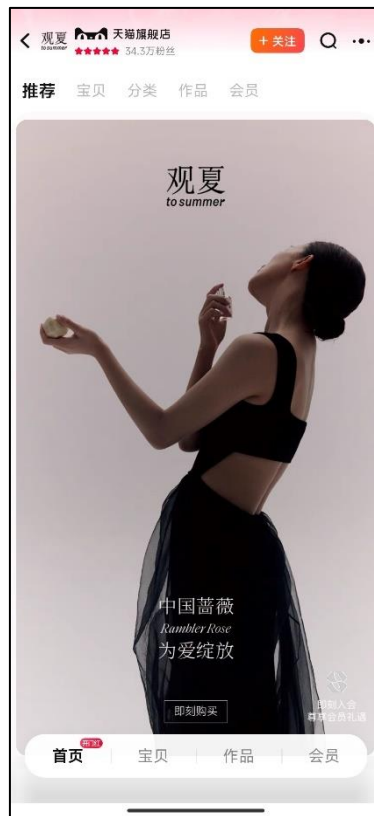


图 4 tosummer 观夏店铺首页

店铺动态评分	与同行业相比
描述相符：4.9	↑ 高于 50.58%
服务态度：4.9	↑ 高于 53.25%
物流服务：4.9	↑ 高于 59.78%

图 5 tosummer 观夏店铺 DSR 评分

Uhue 旗舰店与两家竞争对手的对比情况如表 2 所示。

表 2 寓义旗舰店与其竞争对手对比情况表

序号	店铺名称	寓义旗舰店	WILD ELF 予里山人	tosummer 观夏
1	开店时长	15 年	14 年	3 年
2	粉丝数量	6.5 万	20.9 万	34.3 万

3	DSR 评分	描述相符为 4.8 分 高于同行 42.03% 服务态度为 4.9 分 高于同行 48.52% 物流服务为 4.9 分 高于同行 47.85%	描述相符为 4.9 分 高于同行 41.67% 服务态度为 4.9 分 高于同行 48.20% 物流服务为 4.9 分 高于同行 47.51%	描述相符为 4.9 分 高于同行 50.58% 服务态度为 4.9 分 高于同行 53.25% 物流服务为 4.9 分 高于同行 59.78%
4	商品分类	6	3	4
5	商品数量	56	53	36
6	最高销量	1 万+	1000+	6 万+
7	平均单价	178.89 元	109.31 元	229.75 元
8	月平均销量	800+	400+	2000+

由此表可知，相比之下，寓义旗舰店的劣势在于粉丝基数少，在此次活动中店铺需要通过优质的营销活动，吸引更多顾客的同时也要把握商品质量，建立与顾客之间的长久联系，将顾客变成忠实粉丝，挺高客户忠诚度，最终实现销售额的显著增长。

2.3 目标客户群体及需求分析

利用百度指数工具搜索关键词“香水”，分析其中的搜索量及 TGI 指数可得出以下结论：关注香水产品的人群年龄主要分布在 20 岁到 39 岁群体，如图 8 所示；其中以女性居多，如图 9 所示。

依托 CBNDATA 消费调研数据，可以发现：30 岁以上的轻龄人群中香水消费人群比例相较于香氛更高，而 30 岁以下的熟龄人群则相反，她们更乐于购买香氛。如图 10 所示；消费香水香氛的这一类人群，对于美食、美妆、数码、家居等方向有一定兴趣，如图 11 所示。

综上所述，此次店铺活动的主要对象集中于 20-39 岁的女性群体，这一阶段的女性分为两个部分，20-29 岁的女性更偏好香水，她们更加追求时尚潮流与品质，容易被别人种草；30-39 岁的女性更加偏好香氛，她们更加热爱艺术和生活，往往对商品有着自己的要求和标准。

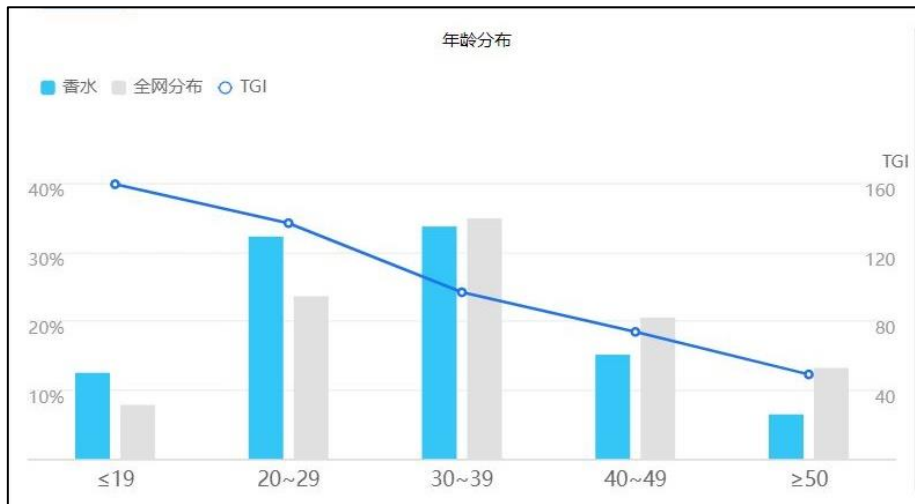


图8 香水关键词搜索者年龄分布

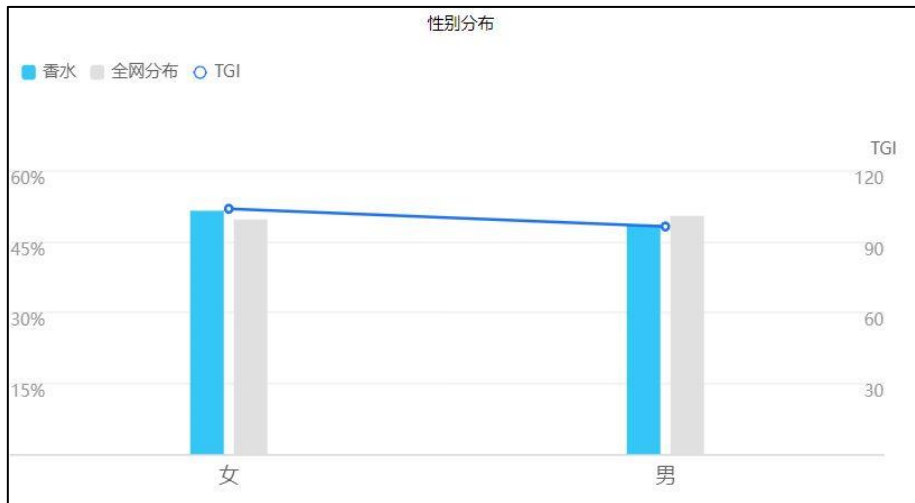


图9 香水关键词搜索者性别分布

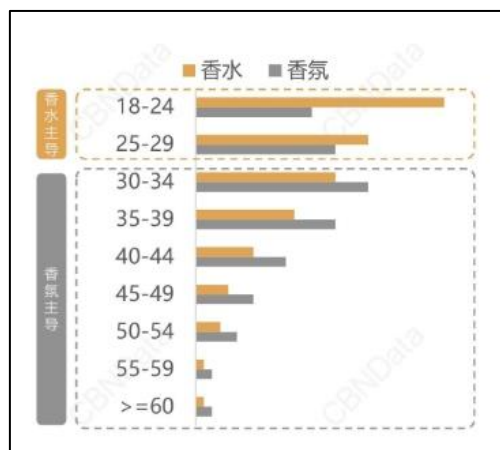


图10 香水香氛市场年龄分布

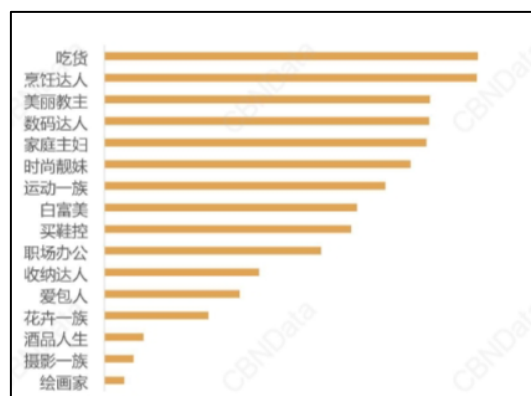


图 11 香水香氛市场兴趣偏好分布

3 寓义旗舰店 618 促销活动方案

3.1 活动目的

6.18 是仅次于双 11 的年中大促，相对于其他移动电商应用，6.18 当天手机淘宝的用户覆盖量遥遥领先。对提升店铺知名度、访客量、点击率有着重大作用，店铺需要抓住这个契机，通过营销扩大客户基础，提升店铺知名度，树立良好的品牌形象，促进销售，提升客户重复购买率。

3.2 活动选品

3.2.1 选品理由

爆款是占据免费流量入口的有利武器，结合店铺实际销售情况，可发现“原创”、“设计款”为该店铺的一个主要竞争优势，市场会选择产品，好的产品一定是经历了市场的长期考验。选品时可选择店铺最具特色的销售爆款产品，以爆款产品作为窗口，让更多顾客认识了解品牌，达到将顾客发展成粉丝，与顾客建立起长期合作关系的目。

营销的最终目的是满足消费者的需求。由天猫平台购物数据表明，香氛类产品中，车载相关的细分需求显著且其转化率较高，转化效果好。如图 12、13 所示。

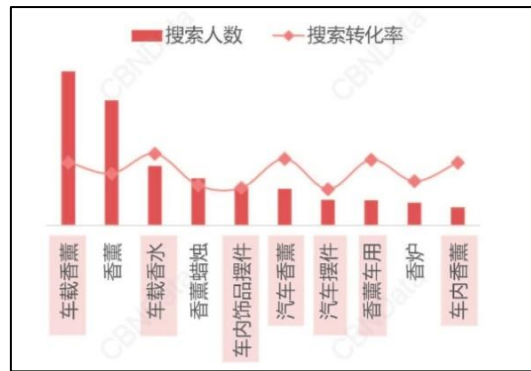


图 12 香水香氛品类 TOP10 搜索词

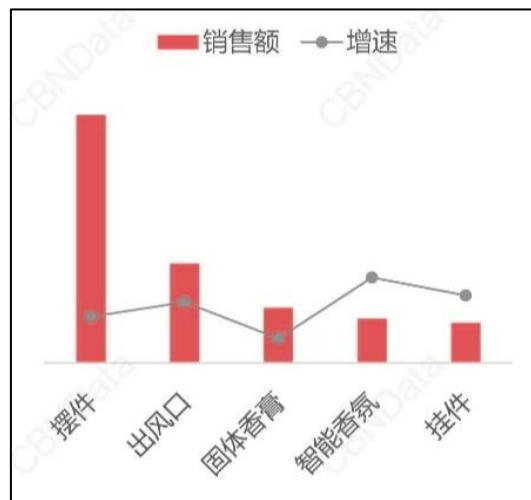


图 13 2022 年天猫车载香氛不同形态销售额

大众对中华传统文化之美的感受力逐渐增强，“国风”、“新中式”、“国潮”等逐渐成为热词，东方美学逐渐渗透到香水香氛市场。如图 14 所示。

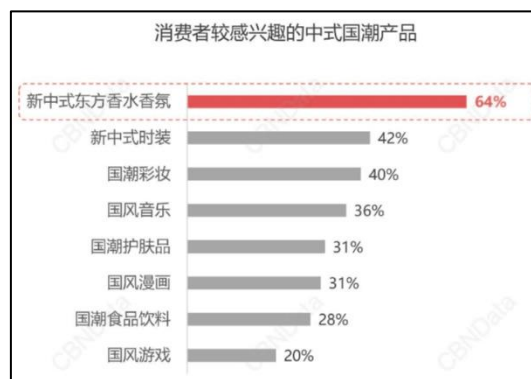


图 14 消费者较感兴趣的中式国潮产品

调查显示，人们通过使用香水香氛来体现个人品味和个人气质，“文艺”、“清冷”、“飒”等标签，在各大香水香氛讨论贴之中，互动量较高，而木质香和花香调的香水能很好的传递出这样的印象，这两种味道的香水在销售占比以及增速方面具有显著优势如图 15 所示。

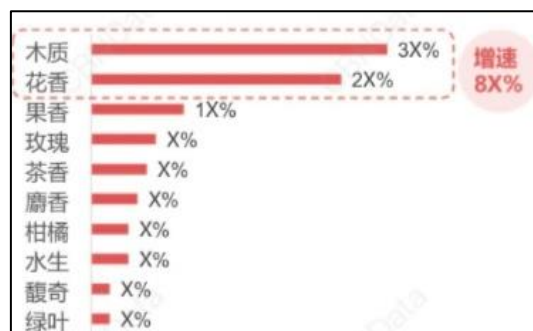


图 15 消费者较感兴趣的香调

3.2.2 选品结果

结合店铺自身情况、市场需求和香氛香水市场趋势，寓义旗舰店 618 活动期间主推产品为：主推产品 1 寓义 to Define 香氛火锅香薰蜡烛、寓义 to Define 原创车载香薰汽车空调出风口香氛、寓义 to Define 吃茶去香薰礼盒无火香氛、寓义 to Define 香氛喷雾 minispray 淡香水、寓义 to Define 我明白我系列香水以上 5 款商品。

(1) 选品 1：香氛火锅香薰蜡烛

产品标题为“寓义 to Define 香氛火锅香薰蜡烛 diy 礼盒客厅卧室高级感生日礼物”，产品以火锅的样式作为卖点，将香薰蜡做成小料形式，原创设计，十分新颖。产品信息如下表 3。

表 3 香氛火锅香薰蜡烛产品参数

序号	品牌	yuihomearoma/寓义
1	材质	精油+植物大豆蜡
2	形状	圆柱形
3	规格	330x235x160mm
4	产地	中国大陆
5	货号	C1101N0215
6	适用场景	日常送礼

该产品的口号是“没有什么是一顿火锅解决不了的。”设计师希望人们在满足味蕾的同时也能让鼻尖得到如同吃了火锅一般的治愈，于是就有了香氛火锅，将记忆凝成香，便有了“料”，将香薰蜡做成一块块像火锅底料一样的小方块是产品的一大卖点，是适合节假日送的小众礼物。产品详情图如图 16 所示。



图 16 产品部分详情图

(2) 选品 2: 车载香薰汽车空调出风口香氛

产品标题是“寓义 to Define 原创车载香薰汽车空调出风口香氛送男朋友生日礼物”。这款产品以低调奢华的黑金为配色，轻奢有质感，适配性高。产品信息如下表 4。

表 4 车载香薰产品参数

序号	品牌	yuihomearoma/寓义
1	型号	C1101N0152
2	功能	祛异味
3	材质	金属
4	形状	圆形
5	净含量	5mL 以下
6	香调	其他香调
7	香水分类	风口香水

该产品的口号是“让鼻子体验穿越世界之旅”，设计师希望在使用该款产品时，通过不同的香调让使用者感受到世界各地的风情。产品适用多种出风口，采用 NEUTRAQ 祛异味技术，使用液体精油高效散香，采用植物萃取，做到孕婴可用，增加适用广泛性，一共有六种款式四种香型可供自由搭配。产品详情图如图 17 所示。

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/305032004344012042>