

目 录

1 然而和风原创设计淘宝网店简介.....	1
2 然而和风原创设计双 11 活动促销背景分析.....	3
2.1 行业网络促销现状分析.....	3
2.2 竞争对手分析.....	4
3 然而和风原创设计双 11 促销活动方案.....	7
3.1 活动目的.....	7
3.2 活动对象及需求分析.....	7
4 双 11 促销活动方案.....	9
4.1 前期准备.....	9
4.2 店铺引流.....	10
4.3 双 11 网络促销方案.....	13
4.3.1 活动预热期.....	13
4.3.2 然而和风原创设计 11 月 11 日活动规则.....	14
4.3.3 双 11 活动专区部分商品展示.....	15
4.3.4 双 11 活动促销返场.....	16
4.4 双 11 活动方案实施.....	17
5 时间进度安排.....	17
6 费用预算.....	17
7 预期效果.....	18
小结.....	18
参考文献.....	19

然而和风原创设计双 11 促销方案

1 然而和风原创设计淘宝网店铺简介

然而和风原创设计开设于 2012 年 9 月 23 日, 店铺首页如图 1 所示, 店铺主要经营原创设计的复古风格的服装。目前, 然而和风原创设计的原创服装受到广大消费者的青睐, 具有独特的设计风味, 店铺链接: <https://raner47.taobao.com>, 且店铺目前的经营状况良好, 拥有较高的粉丝人气, 粉丝数为 110.5 万人。DSR 店铺动态评分整体较好, 其中, 描述相符为 4.8 分, 与同行相比高于 21.85%; 服务态度为 4.9 分, 与同行相比高于 29.95%; 物流服务为 4.9 分, 与同行相比高于 30.45%。店铺动态评分如图 2 所示。



图 1 然而和风原创设计店铺首页



图 2 然而和风原创设计 DSR 评分

店铺的热销产品为具有复古风格的日系原创连衣裙，其中例举销量较高的三款服装，最高的为然而和风原创设计小黑裙复古少女日系暗黑色山本连衣裙新款春季，其次为设计师原创日系白色针织连衣裙女秋冬中长款高领内搭打底毛衣裙子，较低的为然而和风黑色复古连衣裙女春秋新款提花少女长袖古着印花娃娃裙。店铺主打日系复古原创类风格的连衣裙，凸显女性成熟独特的个性。如表 1 所示。

表 1 然而和风原创设计热销产品展示

序号	产品名称	图片	价格（元）	卖点
1	然而和风原创设计小黑裙复古少女日系暗黑色山本连衣裙新款春季		159	复古暗黑系列，凸显个性和魅力，身材微胖也能上身的很好看，轻松驾驭
2	设计师原创日系白色针织连衣裙女秋冬中长款高领内搭打底毛衣裙子		159	针织面料，上身舒适且能够较好的衬托肤色，裙子长度较长，秋冬较为保暖
3	然而和风黑色复古连衣裙女春秋新款提花		179	黑色的连衣裙搭配白色的娃

	少女长袖古着印花娃娃裙		娃娃领，凸显可爱俏皮的个性，加以提花的设计点缀更具有设计感
--	-------------	--	-------------------------------

2 然而和风原创设计双 11 活动促销背景分析

2.1 行业网络促销现状分析

原创是服装，时尚行业的第一生产力。我国经济发展的愈发迅速，人们对美的追求发生了巨大的变化，对美的接受能力也有了质的飞跃。所以，人们对服装的穿着要求已经不仅仅局限在服装品牌上，更对服装设计本身提出了更为严格的要求。据海关统计，2022年，我国服装总体出口额为1754.3亿美元，同比增长3.2%，创历史同期新高，网络服装行业在中国发展迅速。现如今服装行业的发展现状为：1. 日益增大的库存压力；2. 缺乏自主的设计风格，服装设计是中国服装企业普遍的软肋；3. 业专业人才匮乏，深入过服装行业的人才会清楚的意识到，服装行业整体人才队伍（生产管理、设计、营销、广告等）非常贫乏。由于大量生产、低廉成本与服装供应商间越来越激烈的竞争，除了形成产品利润渐薄之外，加上信息流通迅速，以往信息不对称的差距越来越小，消费者的服装选择方式也越来越多，更加精打细算，致使全球服装供应链逐渐由生产者推动的形势转变为现今由消费端主导的拉式供应链。由消费者主导的供应链，需求更加多样化，致使供应链朝向快速反应市场需求的方向发展，在行业发展的过程中形成了全新的品牌概念——网络原创服装品牌，以消费者的需求为主导，根据消费者的想法，理念以及穿衣风格进行原创服装的设计，满足消费者的着装需求，凸出消费者自身个性。服装象征着一个时代的文化，同时也展现着国家以及民族的精神风貌。伴随着我国经济社会不断向前发展，人们生活质量水平也得到了显著性的提升，消费者越来越追求表达自我，对服装要求也越来越高，这一需求带动了服装设计个性化、多元化的发展。

近代网络科技日渐发达与普及化，且打破时间、空间的限制，网络购物已然成为一种独特的服装营销渠道。但由于服装的真实触感与实际穿着时的合适度，是影响消费者购买决策的主要因素，故而网络渠道更具代表性的意义则在于服装品牌、风格与设计意念的传达，以及流行品味的快速传递渠道。消费者对美的追求和接受能力发生了很大变化，他们对服装的需求已不局限于品牌和审美，他们对服装提出了更高的要求：越来越注重原创。在国家鼓励“创新创

业”、倡导工匠精神、呼吁传统文化复兴、增强文化和民族自信的大环境下，越来越多设计人才涌现，年轻群体对个性化、时尚化的需求也越来越高，促使国内出现很多有自己品牌调性（即品牌 DNA）的原创服装品牌。未来随着我国创意产业的持续发展，以及人们可支配收入的不断提升，人们的衣柜里的衣服越来越多的情形下，越来越多的人不再满足传统标准化的服装，越来越多人渴望选择个性化的服装穿戴，独立服装设计师品牌也在这样的消费环境下持续发展开来，并且很大可能将会获得持续的发展动力。

2.2 竞争对手分析

然而和风原创设计的主要竞争对手有两家，分别为 PINKSAVIOR 独立设计店铺和古拉良品独立原创设计店铺。PINKSAVIOR 独立设计店铺主要经营具有 pink savior 品牌特色的原创设计的裙子，外套，裤子，套装等的类目，该店铺的粉丝数高达 442.8 万人，其中店铺的好评率高达 99.62%；描述相符为 4.8 分，低于同行 0.66%，服务态度为 4.8 分，高于同行 1.13%，物流服务为 4.8 分，与同行业持平。PINKSAVIOR 独立设计店铺首页（如图 3 所示）以及 DSR 动态评分具体数据如图 4 所示。



图 3 PINKSAVIOR 独立设计店铺首页



图4 PINKSAVIOR 独立设计店铺 DSR 动态评分

然而和风原创设计另一家竞争对手古拉良品独立原创设计主要经营具有较强色彩搭配的原创新设计服装。店铺首页如图5所示，目前该店铺经营状况较好，坐拥粉丝数150.8万人，店铺的好评率为99.71%，店铺的评论较好，顾客较为满意；DSR动态评分较高，其中，描述相符为4.8分，高于同行14.64%；服务态为4.8分，高于同行14.68%；物流服务为4.9分，高于同行18.96%，具体数据如图6所示。



图5 古拉良品独立原创设计店铺首页



图 6 古拉良品独立原创设计店铺 DSR 动态评分

然而和风原创设计与两家竞争对手的对比情况如表 2 所示。

表 2 然而和风原创设计与其竞争对手的对比情况

序号	店铺名称	然而和风原创设计	PINKSAVIO 独立设计	古拉良品独立原创设计
1	开店时长	10 年	10 年	13 年
2	粉丝数	110.5 万	442.8 万	150.8 万
3	店铺收藏数	2400	5000	1800
4	DSR 评分	描述相符 4.8 服务态度 4.9 物流服务 4.9	描述相符 4.8 服务态度 4.8 物流服务 4.8	描述相符 4.8 服务态度 4.8 物流服务 4.9
5	商品分类	8	12	10
6	商品数量	20	30	15
7	平均单价	154.5	185.9	125.4
8	最高销量	650	1200	500
9	月平均销量	450	780	260
10	月平均销售额	66000	136000	32600

结合表 2 对比可知：然而和风原创设计店铺在粉丝数上相较于其他两家处于劣势，但 DSR 评分相对较好。可以进一步扩大宣传，增加粉丝数量，引导消费者对店铺的商品进行评价，吸引更多的消费者在店铺购买，招来回头客。

3 然而和风原创设计双 11 促销活动方案

3.1 活动目的

通过与两家竞争对手的对比，分析店铺的优势，劣势，机遇以及挑战，合理充分的把握双 11 活动促销的商机，把劣势转化为优势，提高店铺的转化率以及店铺的月销量和年销量水平，利用营销手段引流，吸引更多的消费者关注，提高店铺的粉丝数以及店铺收藏数，为店铺从平台活动吸引较多的流量，提高店铺知名度和购买率。通过此次双 11 促销准备活动，使得本次的促销活动的销售额达到 10 万元，粉丝数涨 5 万人。

3.2 活动对象及需求分析

根据百度指数关键词搜索数据可得，在人群画像性别分布方面，女性占比 45%左右，男性占比 55%左右，如图 7 所示。在年龄分布方面，如图 8 所示，30-39 岁年龄段占比较高，从 TGI 曲线角度分析来看，小于 19 岁年龄段的目标顾客群体数据较高，数据中，20-29 以及 30-39 这两个年龄段的消费者搜索量较高。综上所述显示分析，店铺活动的主要消费群体集中在 19-30 岁左右的年轻女性群体，这个阶段的年龄群体比较追求自身个性的发展，喜欢原创特色设计的服装，更倾向于对具有原创设计风格小众的服装的购买，通过服装特色的色彩搭配凸显自身的个性以及魅力。所以，应该推广原创设计服装品牌，展现自身特色的眼光以及风格。

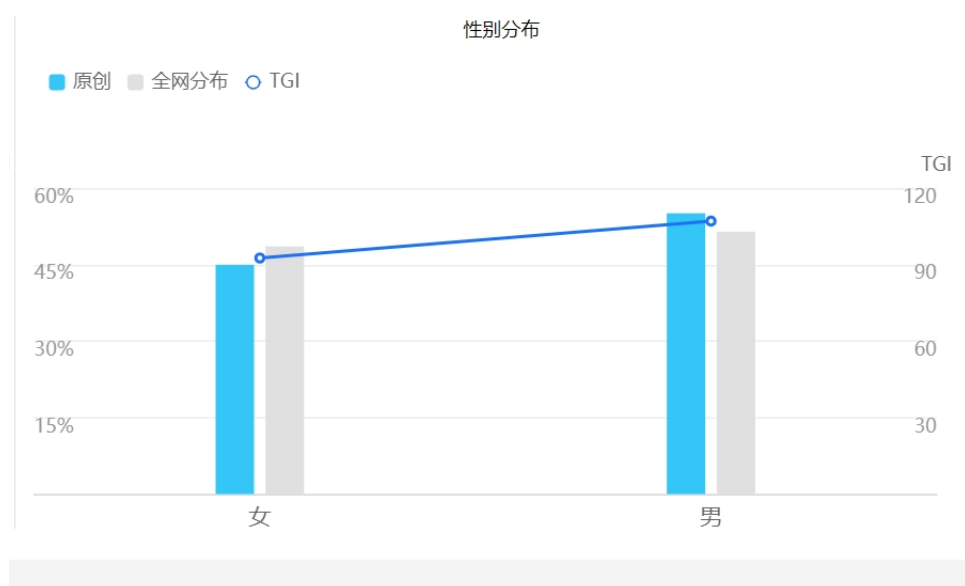


图 7 原创关键词搜索者性别分布及 TGI 曲线图

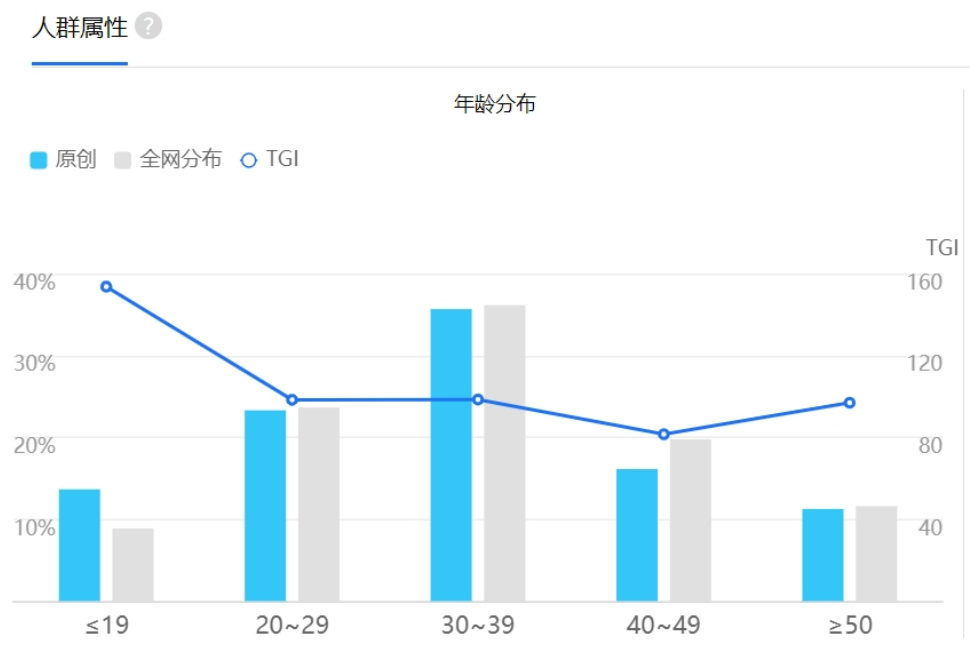


图 8 原创关键词搜索者年龄分布及 TGI 曲线图

表 3 然而和风原创设计消费对象年龄细分

序号	年龄段/岁	需求分析
1	19 以下	偏向小众且色彩搭配较为鲜艳的服装；更注重服装的价格，一商品价格为购物的主导因素
2	20-29	偏向于选择满足日常生活穿搭的服装；个性化的服装搭配，凸显自身的身材以及魅力
3	30-39	偏向于能够展示自身成熟魅力风格的服装，注重服装质量的选择
4	40-49	偏向于较为简约朴素的服装，不注重服装个性色彩的凸显
5	50 以上	偏向于喜庆风格的服装；喜欢较为艳丽的颜色以及花纹图案

表 4 然而和风原创设计消费对象服装偏好细分

序号	服装偏好	需求分析
1	成熟风	由于工作需要或者较为沉稳性格的原因，喜好穿显得较为成熟的服装凸显时尚优雅
2	可爱风	喜好配色较为鲜艳，搭配色彩较多的服装，且服装有一定的提花类设计或娃娃领，泡泡袖等元素的增加，凸显可爱俏皮的性格
3	性感风	偏爱时尚且独具特色的原创设计类服装，能够较好

		的展示自身优越的身材曲线，提升生活的格调与设计美感，表现个人魅力
4	休闲风	穿衣风格较为简单朴素，色彩较为单一；能够满足上身舒适且色彩不过于鲜艳耀眼即可，对于服装的特别设计没有一定的要求

4 双 11 促销活动方案

4.1 前期准备

(1) 客服培训

①11月1日-11日推广店铺促销活动，引导顾客咨询客服，发送优惠券，满减以及多件多折的活动，吸引顾客注意，引导消费者加购，提高店铺产品销量。

②客服熟知双11店铺活动促销活动规则，向活动期间对店铺商品进行咨询的消费者发送店铺的优惠促销活动，推荐店铺商品定金+尾款的活动，促成商品下单。

③对店铺产品的卖点以及双11促销活动规则内容的培训，熟知店铺促销活动计算规则，对于咨询过的消费者发送活动促销文案，提高店铺活动咨询量。

④双11当天工作时间表规划;客服咨询量指标，接待量以及订单转化率数据指标的制定；快速对顾客咨询的问题进行回复，提高响应率；客单转化率较低时，及时分析问题，迅速做出解决。

⑤下单金额与活动促销活动金额减免金额的不对应，以及优惠券领取等的问题处理。

⑥双11活动促销方案快捷语的设置，问候语，促销活动，物流发货时间，产品推荐，订单信息核对，引导下单，结束语等的话术。

⑦客服售后问题培训，物流信息，发货时间，商品质量问题，包裹运输问题，商品清洗，退换货问题以及换货流程等的注意事项和处理方法培训。

(2) 店铺装修

①制作双11活动促销的主题 Banner 海报以及商品的活动主图。

②选择背景色明度，饱和度以及对比度较高的颜色作为店铺首页活动背景图颜色，使用具有活动节日氛围的素材对店铺页面进行装饰，营造双11节日促销氛围。

③设置双11活动主题的优惠券样式，激发购买欲望，促成商品下单。

④设置促销活动的关键字眼，如：全场满200减30，2件9折3件88折，

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/698142040041006061>