3.3 跨境电商营销推广

教学目标

知识目标：

跨境电商营销活动

能力目标：

1.掌握后台限时折扣的设置、技巧

2.掌握全店铺打折的设置流程

3.了解直通车关键词的推广

素质目标：

1.养成积极主动学习意识；

2.养成分析事物及选择最优的能力；

思政目标

1.培养爱国、敬业的社会主义核心价值观

2.培养学生精益求精的大国工匠精神

教学内容

课前 5 分钟演讲

（1）走向世界的中国制造。（选择这一种速卖通平台/阿里巴巴平台畅销的中国产品，或者是自己入企企业运营的产品，分析这种产品在跨境电商中的优劣）

（2）入企体会。（谈一谈自己入企参与跨境电商运营的体会）

任务引入

小明在速卖通开店之后，苦学发布产品等相关知识，经过一段时间的运营，店铺销售取得了一定的业绩，经过开店初期的销量快速增长，最近几个月销量比较稳定，小明可以通过哪些营销方式来提升店铺的销量呢？

营销活动--------重点讲解-------如何利用营销活动打造爆款产品和提升店铺销售额
•知识点剖析： a 限时折扣、全店铺打折 b 直通车推广
•学生实践环节
•课堂讨论
•综合点评
重、难点：直通车推广

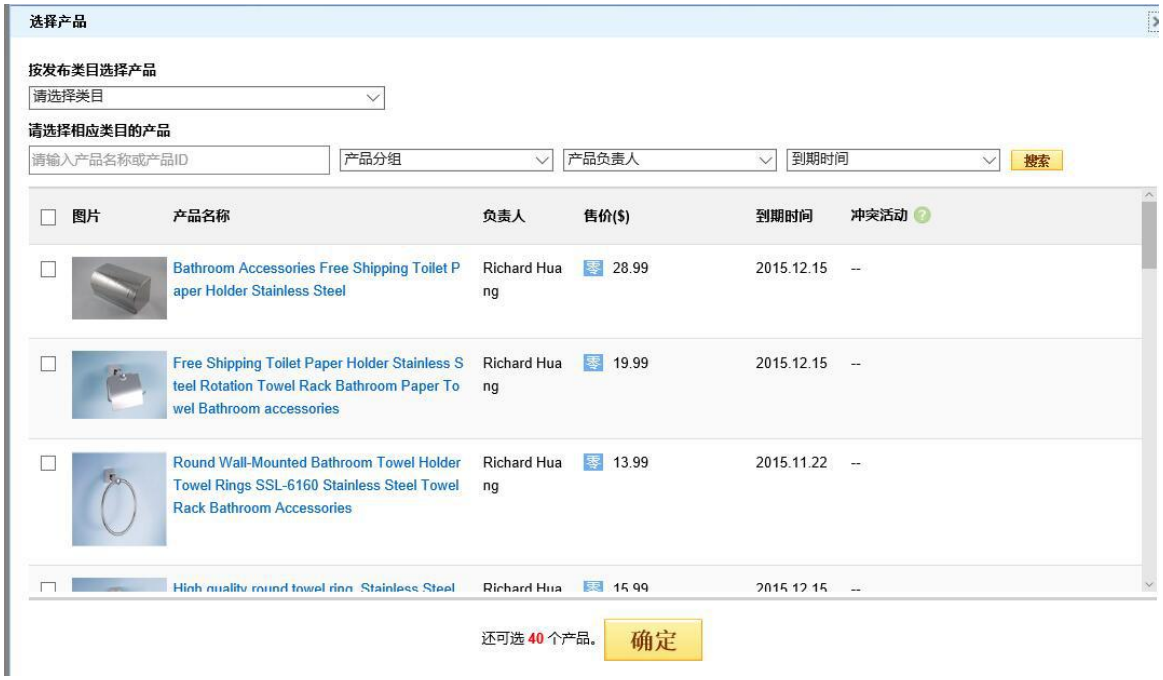
知识点 1 限时限量折扣

- 只要有在线产品就可以参加
- 提前 12 小时创建
- 活动开始后，产品即被锁定，无法编辑（价格+详情页）
- 开始时间：美国时间
- 提前考虑打折空间，切勿先提价后打折，会影响产品搜索排名；
- 以月为单位，每月活动总数量 40 个

1.1 限时限量折扣案例分析

限时折扣流程演示：
步骤 1 创建活动

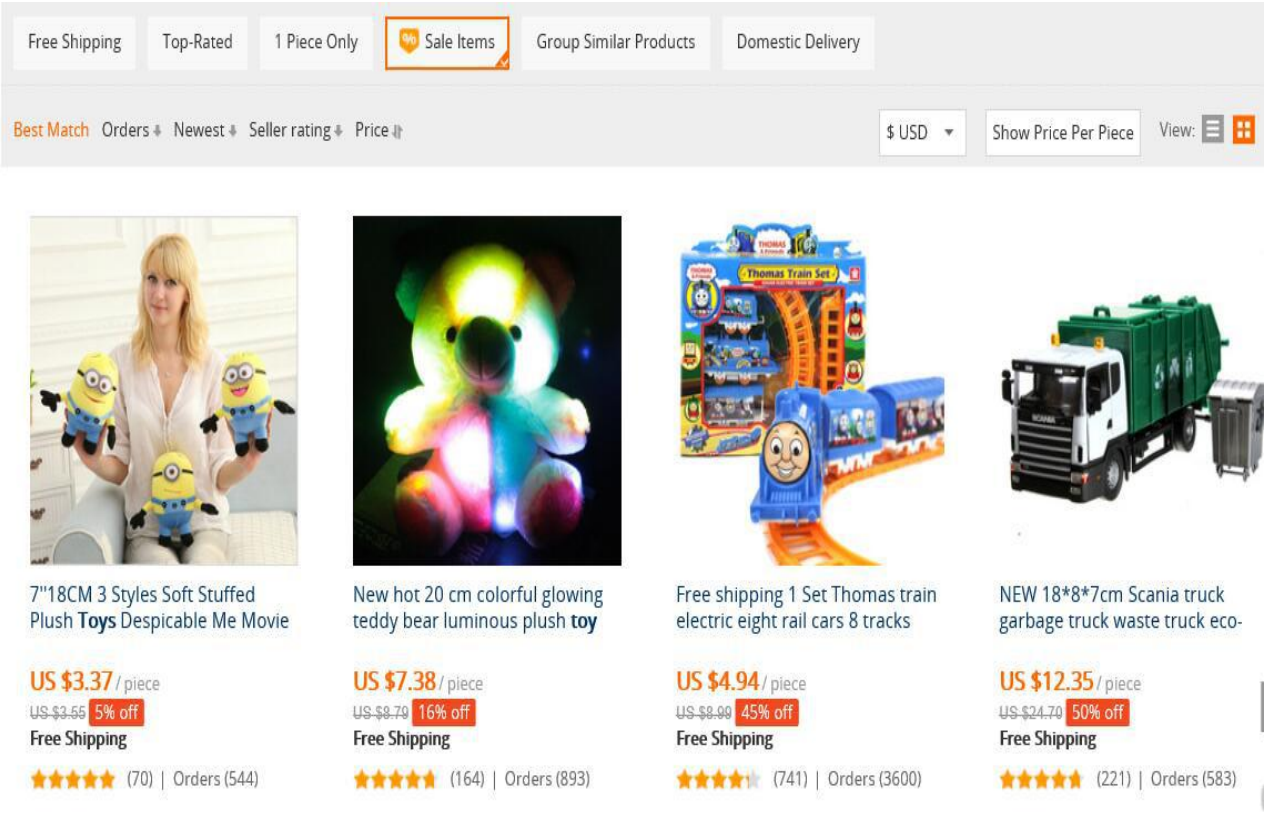
步骤 2 添加商品



步骤 3 设置折扣和库存

步骤 4 等待后台展示

限时折扣商品的展示效果如图所示：



1.2 引入课堂讨论：你在做限时折扣时有什么技巧？

知识点 2：全店铺打折

- 适合新店铺推广；带动整个店铺曝光量；
- 店铺产品价格合理设置；
- 注意设置的时间，3-5 天为一周期
- 可以设置营销分组，再打折

步骤一：设置营销分组

步骤三：等活动开始

学生小组实练环节 1：小组代表后台演示（小组后台）
挑选不同的商品，做限时折扣

知识点 3 直通车推广

直通车=自主设置全方位关键词 I 免费展 ZF 茴品信息,并通过大量曝光商品,来吸引潜在买家，并按照点击收费的全新网络推广模式

3.1 直通车排序的规则

根据推广评分和出价来排序，推广评分越高，出价高者排序靠前。

3.2 直通车展示位置

1、搜索页面第一页右侧 5 个位置

2、搜索页面底部四个推广位及第二页及之后右侧 5 个位置

3.3 直通车出价扣费规则

a、国外有效地址点击付费

b、扣费与卖家的关键词出价有关

c、扣费≤关键词出价

3.4 直通车推广 – 根据数据对关键词出价进行修改

- 词要和商品匹配
- 不要太大的词
- 可以挑流量词
- 商品为“优”

总结：

店铺营销推广可以联合店铺满立减、限时限量折扣、店铺优惠券、全店铺打折同时进行。
利用好后台的各种营销活动；
直通车的关键词和推广计划要合理；
结合店铺的商品详情页等环节

课后任务
结合课堂学习的速卖通推广方式，为速卖通店铺制作一个完整的营销方案。