

项目六 跨境电商营销活动

教学内容

- 一、站内营销
- 二、站外营销
- 三、直播营销
- 四、跨境电商营销策划

【知识目标】

1. 掌握实施站内促销活动营销、站内付费广告营销的策略。
2. 掌握实施搜索引擎营销、电子邮件营销、Facebook 营销、Instagram 营销、Twitter 营销、YouTube 营销和 TikTok 营销的策略。
3. 掌握实施直播营销的策略。
4. 掌握实施节日营销活动策划、网红营销策划、品牌出海策划的策略。

【能力目标】

- 教学要求**
1. 能够根据店铺运营目标实施站内促销活动营销和站内付费广告营销。
 2. 能够根据店铺运营规划选择合适的站外营销方式，并采用有效的营销策略进行营销。
 3. 能够通过直播的方式销售商品。
 4. 能够制定具有可操作性的节日营销活动、网红营销与品牌出海策划方案。

【素养目标】

坚守中华优秀传统文化，在营销活动中讲好中国故事、传播中国声音，推动中华文化走向世界。

教学重点

1. 站内营销
2. 站外营销

3. 直播营销
4. 跨境电商营销策划

- 教学难点**
1. 站内营销
 2. 站外营销
 3. 直播营销
 4. 跨境电商营销策划

教学方法 讲授法、案例法

课时数 8 课时（理论 4 课时+实训 4 课时）

教学内容

6.1 站内营销

一、站内促销活动营销

站内促销活动是卖家经常使用的营销方式之一，有效的站内促销活动能够提高商品的曝光率和转化率。常见的站内促销活动包括满减优惠、发放优惠券（码）等。

1. 满减优惠
2. 发放优惠券（码）
 - （1）设置阶梯式的优惠券（码）
 - （2）设置合理的有效期

二、站内付费广告营销

在投放按点击付费推广广告时，卖家需要做好以下工作。

1. 选品
 - 销量（收藏量）高的商品
 - 转化率高的商品
 - 有充足货源的商品
 - 利润、价格相对有优势的商品
 - 比较大众化的商品
2. 关键词的选择
3. 关键词匹配度
4. 关键词出价
5. 广告预算的设置
6. 标题的设置
7. 橱窗图片的设置
8. 商品详情页页面的设置

6.2 站外营销

一、搜索引擎营销

1. 搜索引擎竞价排名
 - (1) 寻找核心关键词
 - 商品词
 - 品牌词
 - 商品咨询词
 - 行业词
 - (2) 延伸拓展
 - (3) 筛选提炼
 - (4) 分类管理
2. 关键词广告
 - (1) 明确目标受众群体
 - (2) 选择合适的关键词
 - (3) 在广告标题中添加具有号召性的词
 - (4) 对广告进行测试
 - (5) 有效避免无效点击

二、电子邮件营销

1. 电子邮件营销的基本流程
 - (1) 创建目标受众数据库
 - (2) 分类筛选数据库
 - (3) 设计电子邮件内容
 - (4) 电子邮件的投放
 - (5) 电子邮件营销的优化
2. 电子邮件内容的撰写
 - (1) 做好标题设计
 - (2) 内容具有针对性
 - (3) 内容简明扼要
 - (4) 刺激受众的兴趣与好奇心
 - (5) 合理设置图片
 - (6) 回避借助插件浏览内容
 - (7) 谨慎使用链接

三、Facebook 营销

卖家使用 Facebook 营销能够让自己的商品或服务更容易被买家搜索到，相当于为网店创建一个交流社区，可以更直接地推广自己的商品。

1. 提升账号人气的技巧
 - (1) 创建友好的页面
 - (2) 维系好忠诚客户
 - (3) 添加 Facebook 的社交插件
 - (4) 利用高人气的 Facebook 页面
 - (5) 借助网络论坛与合作网站
 - (6) 联合组织社交活动
2. 提升页面互动性的技巧

- (1) 充分发挥创意
- (2) 采用多样化的形式
- (3) 内容短小精悍
- (4) 注重互动性
- (5) 善用留白

四、Instagram 营销

为了以新颖独特的方式表达品牌，确保品牌在 Instagram 上获得最大的曝光率，以吸收更多的潜在关注者，卖家在 Instagram 上做营销推广时，可以采用以下技巧。

1. 分享与交流买家体验
2. 有效利用主题标签
3. 展示引人注目的图片
4. 增强与粉丝的互动

五、Twitter 营销

卖家要想借助 Twitter 成功地推销与推广自己的品牌和店铺，最好的方式就是在 Twitter 上发布高质量的内容。卖家可以采用以下技巧。

1. 在 Twitter 上使用图片
2. 合理安排推广发布时间
3. 注重内容
4. 定期发布优质内容
5. 回应访问者的推文
6. 减少推文中的链接数量

六、YouTube 营销

相对于其他社交网站，YouTube 的视频更容易带来“病毒式”的推广效果，YouTube 也是跨境电商卖家开展营销推广不可或缺的工具之一。

1. 根据用户购买状态分阶段推送视频
 - (1) 树立品牌形象阶段——增强目标受众娱乐参与感
 - (2) 推广品牌阶段——展现品牌魅力
 - (3) 购物参考阶段——展示商品优势
 - (4) 购买决策阶段——提高转化率
 - (5) 建立品牌忠诚度阶段——促成长期购物关系
2. 提高视频排名的技巧
 - (1) 使用合适的关键词
 - (2) 创建引人注目的标题
 - (3) 添加详细的视频描述
 - (4) 使用精准的标签
 - (5) 做好缩略图设计
 - (6) 为视频添加字幕
 - (7) 提供真实可信的视频内容
 - (8) 增加与用户的互动

七、TikTok 营销

发布营销类短视频是卖家在 TikTok 平台开展营销推广的有效方法，TikTok 营销类短视频主要有 4 种，即电视广告影片（TVC）、直播片段、突出商品卖点、突出商品利益点。

6.3 直播营销

一、配置直播人员

一般来说，一场直播活动需要配置主播 1 人、运营 1 人、场控 1 人。

如果卖家预算和人力资源充足，可以为直播活动配置更多的人员，这样直播人员的职责分工更加精细化，工作流程也更优化。

- 主播团队（3 人）：主播、副播、助理
- 策划（1 人）
- 场控（1 人）
- 运营（2 人）
- 拍摄剪辑（1 人）
- 客服（2 人）

二、规划直播商品

1. 选品

- （1）根据直播目的选品
- （2）选择店铺内的热销商品
- （3）选择店铺内的新品
- （4）选择店铺内的清仓商品
- （5）选择关联性较高的商品

2. 组品

- 功能组合
- 互补品组合
- 同类组合

3. 排品

- 顺序讲解
- 主推单品循环
- 夹心饼干式排品
- 关联式排品
- 六段循环式排品

三、预热直播活动

在开播前对直播活动进行预热是保证直播流量和增加店铺粉丝数量的一种重要手段，卖家可以采用以下策略进行直播预热。

- 直播前 3 天预热策略
- 直播前 2 天预热策略
- 直播当天预热策略

四、设计直播封面

优质的直播封面更容易吸引用户点击，从而为直播间带来更多的流量，让直播间获得更多的曝光机会。直播封面应符合以下要求。

- ① 图片清晰，画面完整，图片中的内容与直播主题相关。

②封面图上不能只有文字而没有人物或商品，可以是文字与人物组合，也可以是文字与商品组合，或者是文字、人物和商品组合。

③主体内容在封面图中占据 80%的面积，主体内容放置的位置不能过于分散。

④直播封面中主体内容的周围要保留安全区域，避免出现因适配不同机型而导致直播封面显示不全的情况。

五、撰写直播标题

直播标题是影响用户是否观看直播的重要因素之一，一个响亮的直播标题能够向用户准确传达直播主题，并吸引用户进入直播间观看直播。卖家在撰写直播标题时，可以采用以下方法。

- (1) 制造对比
- (2) 制造悬念
- (3) 设计通知
- (4) 圈定人群
- (5) 制造稀缺感
- (6) 点明痛点

六、布置直播间背景

直播间背景布置要遵循简洁明了的原则，常见的直播间背景的布置方式有 3 种。

- (1) 墙面、墙角
- (2) 背景布
- (3) 绿幕

卖家使用绿幕制作虚拟背景时，需要注意以下事项。

- ①绿幕的选择
- ②主播服装
- ③打光的方法
- ④主播的站位
- ⑤背景虚化的设置

七、设计直播话术

按照直播的流程划分，直播话术一般分为开场话术、互动话术、商品介绍话术、引导下单话术、直播结束话术。

- (1) 开场话术
 - 欢迎语
 - 开场福利介绍
 - 引导关注
- (2) 互动话术
 - 引导点赞、评论、分享、关注
 - 介绍福利
 - 提出问题
- (3) 商品介绍话术
 - 痛点—卖点—价格—售后
 - 描述商品的使用场景

- 强调商品的优点
- (4) 引导下单话术
 - 制造紧迫感
 - 强调价格优惠
 - 引导查看商品详情
- (5) 直播结束话术
 - 回顾整场商品
 - 下场预告
 - 引导关注

6.4 跨境电商营销策划

一、节日营销活动策划

鉴于节日营销的重要性，跨境电商卖家有必要做好节日营销活动策划。

1. 制定或了解活动规则
2. 准备节日营销活动的商品
3. 店铺和商品视觉优化
4. 宣传引流
5. 培训客服人员
6. 做好售后服务

二、网红营销策划

网红营销就是依靠网红的影響力传递商品和品牌信息，吸引潜在用户并获得转化。网红营销策划包括以下几个环节。

1. 选择合适的网红
 - (1) 网红风格与品牌的契合度
 - (2) 网红的粉丝参与度
 - (3) 网红的性价比
2. 多渠道触达网红资源
 - 网红平台
 - 社交媒体平台
 - 官方平台
 - 网红机构
 - 第三方工具
3. 确定合作模式与付费模式

目前，常见的卖家与网红的合作模式如下。

- 邀请网红创作内容
- 网红代运营账号
- 网红转发内容
- 邀请网红作为代言人
- 邀请网红参加线下活动
- 赞助网红私人活动
- 邀请网红直播推广

卖家与网红进行合作，常见的付费模式如下。

- 商品置换

- 赠送礼物
- 支付佣金

三、品牌出海策划

卖家实施品牌出海策划可以从以下几个方面入手。

1. 做好市场调研
2. 构建品牌记忆点
3. 打造品牌价值
4. 多渠道推广品牌

实训 1：实施直播营销

1. 实训目标
2. 实训内容
3. 实训步骤
 - (1) 配置直播人员
 - (2) 规划直播商品
 - (3) 预热直播活动
 - (4) 设计直播封面和标题
 - (5) 布置直播间背景
 - (6) 设计直播话术
 - (7) 开启直播
4. 实训总结

实训 2：制定“双 11”营销活动方案

1. 实训目标
2. 实训内容
3. 实训步骤
 - (1) 了解活动规则
 - (2) 制定营销活动方案
4. 实训总结

归纳与
提高

通过本章的学习，我们掌握了实施站内促销活动营销、站内付费广告营销的策略，实施搜索引擎营销、电子邮件营销、Facebook 营销、Instagram 营销、Twitter 营销、YouTube 营销和 TikTok 营销的策略，实施直播营销的策略，以及实施节日营销活动策划、网红营销策划、品牌出海策划的策略等。

跨境电商营销不仅能够突破地域限制，帮助企业拓展国际市场，增加销售渠道，还能通过精准营销和个性化服务，提高客户满意度和忠诚度，进而实现全球业务的持续增长。因此，跨境电商营销需要综合考虑市场需求、目标受众、平台选择、产品定价、物流管理等要素，制定多渠道推广策略，优化客户体验，以最大化营销效果。

