

四大关键词 教你玩转不一样的淘

一年一度的淘宝 1212 又一次临近,值得关注的是,和去年相比,用“你闻所未闻的线上活动”来形容今年的 1212 也丝毫不为过。那在 1212 买家怎么玩呢?要玩些什么?我们列举出淘宝 1212 中买家必看的四个关键词:时光机、求优惠求动力、标签、红包,再加上你一颗爱玩的心,就能轻松逛到嗨。



关键词一 专属淘宝时光机

在淘宝官方微博上,曾问过一个问题“你还记得你第一次在淘宝购物是什么时候吗?买的是什么?”问题一出,大家都开始回忆自己的第一次淘宝,也有不少因为想不起来而懊恼。

12月10日,淘宝网将为用户定制每个人的专属页面。所有用户登录淘宝后,都可以看到每个人专属的“我的1212”(1212.taobao.com)。在这个页面中,用户可以看到自己的淘宝故事:你第一次用淘宝是什么时候?你买的第一件商品是什么?这些日子里,你走过了多少个城市?你最重要的人是谁……

除了开启大家的回忆之旅之外,时光机还会“残忍”的告诉你这些年你的消费情况。例如,你的消费额有多少,打败了全国多少买家;你平均多久购物一次,每次购物需要收藏多少件宝贝……这些记录,也许会让很多爱购物的人又再高呼“再买剁手”。



关键词二 求优惠求动力

在“我的1212”页面中,还能看到满满一页为你量身定制的愿望清单,清单里的这些宝贝来自你近期的淘宝收藏夹、购物车。而接下来一直到12月12日零点,如果发生了将宝贝添加到购物车、收藏夹的动作,并且这些宝贝属于1212活动商品的话,淘宝都会将他们导入进“我的1212”愿望清单中,同时卖家也能看到有多少消费者把他的产品放入了清单。

如何实现你的愿望清单呢?1212的一个新玩法就是,由买家来推动卖家最终实现自己的心愿!你要做的就是每天与卖家互动,点击愿望清单每一个产品在左下角的“求优惠求动力”按钮,向卖家表达对宝贝的喜爱,更可以创建小分队,拉上更多的朋友一起加入求动力阵营,因为越多的喜爱,能够刺激卖家更多的反馈和承诺,最直接的是折扣,当然还有各种消费者想不到的个性化宝贝承诺。



关键词三 标签

你是否对愿望清单里每个产品右下方的各种标签感到好奇?比如“男盆友调教所”、“我们都用中指推眼镜”、“水瓶碰撞交响曲”等等,这些看起来古怪的标签又暗藏什么1212的玄机?

标签是1212中你无法绕过的重要关键词。12月6日开始,你除了可以每天逛“我的1212”,看看卖家是否发布了新的心愿价,新的宝贝宣言,还将看到一个一个的主题馆,这些主题馆包括:爷们儿、美丽、新、生活、特色,每个主题下以各个生活场景提供50多个标签会场,而其中包含的产品都是买家们收藏最多的人气单品,保证你能一次逛到嗨。

例如,“爷们儿”的标签下的“已婚男人手册”的标签,提供了“一个合格的女婿”的清单,讨好岳父岳母涉及的食品、家电、家居等,比起以往按商品种类划分的货物陈列方式,是不是生动很多呢?



关键词四 不一样的红包

从12月3日至12日,手机淘宝会推出“抓住不一样的淘”主题活动。你需要的是点击catch me抓蝴蝶活动页面,等待双12特种蝴蝶出现,随后用扫描柜对准蝴蝶,轻轻摇动手机,抓住蝴蝶,领取红包。每天12点12分还会放出一个蝶王,赢取超级大奖。

除此之外,每个被打上标签的宝贝,在消费者加入购物车时,都会出现一道关于宝贝和标签的问题。只要回答简单问题,就有机会抽红包。同时,从12月3日起只要每天登录“我的1212”页面签到,就有机会获得金额从1元到3888元不等的小红包。

此外,在淘宝网官方微博上,还开启了“10万悬赏荒诞的淘宝”活动。搜索淘宝上让你感到惊叹的宝贝、掌柜、客服、麻豆等等,并转发微博,就有可能获得500代金券或者是5000元、10000元的包邮红包。



双十二

淘宝新启航

双十一狂欢尚未散去,双十二的号角已然来临。淘宝网今年的双十二玩法将摒弃多年来的打折方式,采取一种买卖双方互动、双向的玩法,这或许将是淘宝网变革的开端。

以自主定价为开端

今年的双十二,淘宝已经开始转换其主导者的身份,将更多自主权交给卖家。一个最明显的例子就是,在今年,“招商”的概念被替换成了“报名”。对于中小卖家来说,今年双十二更大的利好还在于淘宝网不会像往年那样,再设定任何统一的参与规则,而是采用动态的过程,只要是在淘宝上正常经营的店铺,都可以参与双十二的报名活动。从26日左右就开放卖家报名入口,而在整个报名的过程中,卖家都可以根据自己的意愿向买家承诺是否会打折促销。

一个小小的定价权限改变,带来和以往促销完全不同的双十二。在这个过程中,中小卖家将获取更多流量,而对于买家而言,活力将会得到前所未有的释放,有了更多的选择权。

淘宝双十二项目总负责人夏季一

再强调:“我们的目标是在未来让淘宝对这个市场的控制逐渐减弱,最好的结果是促销活动本身都由卖家来发起。而今年的双十二,将是这样一次变革的开端。”

重构卖家、买家和商品的关系

今年双十二,淘宝将一改往常按照品类进行纵向组织的形式,活动页面按照生活场景和主题来进行展示,各个会场将会更类似于一个个兴趣小组,例如“民族风我最炫”这样的兴趣小组多达250多个,侧重点是好玩和丰富。

据悉,从12月3日到11日,所有卖家报名参加双十二的商品都将在淘宝平台上平等地展示给消费者,而消费者的收藏、购买、分享,甚至旺旺上的一次咨询都有可能提高该商品在页面上展示的位置。换句话说,卖家和买家的关系不再仅仅以商品的展

示信息为中心,而是正在发生多元化的改变,购物社交的定义也在被刷新。

什么是淘宝的社交?前Redtech消费网络行业分析师朱小小认为:购买商品时必须先浏览其他用户的评论是社交,浏览商品时看到“浏览该商品的用户同时也浏览了某某商品”的链接也是社交;收藏某店时看到“收藏该店的用户也收藏了某某店铺”是社交,把自己的收藏夹公开给其他用户也是社交等等。

但除此之外,排序和兴趣小组还展示了另一种可能性:根据买家的需求,卖家能够发起更有针对性的营销,和买家建立更直接有效的联系,让更多的买家因为好的商品和服务沉淀下来,成为卖家的忠实客户。以需求为中心,淘宝网双十二将尝试强化卖家和买家的关系,除了传统的买卖关系外,情感和兴趣的交流也将占据主角。

向C2B全面转向

多年来追求以成交额为导向,已经让淘宝身心疲惫,卖家更是心力憔悴,广大消费者对单一的打折模式已经麻木,淘宝将通过本次双十二试水转型。同时,这也是淘宝从焦灼的价格战泥沼中摆脱的策略,继而与其各大竞争对手拉开差距的契机。

如果本次双十二试水成功,买家影响商家去销售自己喜欢的商品,商家可以根据商品喜好程度而备货,根据要求折扣的人数而调整价格,实现消费者驱动商家,形成反向的供应链,从而在淘宝这个平台上实现真正意义上的C2B,这是淘宝未来的大目标!

“以前我们做的是什么好卖就推什么,但这种形式是B2C式的,淘宝未来要向C2B发展,让更多丰富的、好玩的商品进来,让卖家和消费者面对面,这个人方向不会变。”夏季一表示。