



并肩作战 Facebook 2021电商大促马拉松 斋月:备货过节的喜悦 由此攻略

1/4

全世界有约1/4的人口都会庆祝斋月,及至2020年,这一数字已超过20亿*

30%

在庆祝斋月的消费者当中,有30%的人表明他们会在斋月期间进行节日采购

71%

在庆祝斋月的消费者当中,71%的人表示他们愿意在促销季尝试新品牌

70%

在庆祝斋月的消费者当中,70%的人表明他们在Facebook及其市集上找寻购物灵感

有关斋月的六大洞察

洞察 #1	洞察 #2	洞察 #3	洞察 #4	洞察 #5	洞察 #6
互相给予的季节 2020年斋月期间,阿联酋对 Zakat (天课,慈善施舍之意) 的搜索同比上年增长了2.5倍,这一搜索在所有社交媒体搜索词中占据5%。	移动端优先 在庆祝斋月的消费者当中,79%的人认同手机是他们在斋月期间反思和娱乐的重要工具。	善用网红力量 超过半数的斋月消费者喜欢在斋月期间浏览有关“健康养生”和“自我提升”的网红内容。	购物车包罗万象 40%的斋月消费者会购买从国外发货的产品,且他们中每10个人就有7个人乐意在斋月/开斋节期间探索新的产品类别。	两大消费高峰期 大多数购物活动发生在斋月的前两周,因为此时人们要开始备货过节;第二次销售高峰则在斋月的最后10天,此时人们要准备庆祝开斋节,这也和给家人发红包、工人收到津贴的现象相契合。	打折季 45%的斋月消费者表明现在的产品价格难以承受,3/4的人会在斋月/开斋节期间寻找价格实惠的商品。

人们在斋月购物时考虑的首五大因素

商品质量	90%
商品的真实性/信誉	87%
价格	87%
折扣优惠	85%
商品库存状态	85%

全球89%的受访斋戒者表示,他们希望在Facebook和Instagram上看到契合其主要价值观的品牌和创作者发布的内容。

这些内容要能:

- 鼓舞人心
- 令人愉悦
- 增进人们之间的感情

营销活动小妙招

* 示例仅作参考之用

#1 分享烹饪食谱/小贴士 例如:与名人/网红合作	#2 祝贺斋月英雄 例如:妈妈,前线工作者等	#3 个性化问候暖人心 例如:利用斋月专属AR滤镜、Giphy贴图或Messenger智能助手	#4 通过可玩式广告提供折扣优惠 例如:创建互动游戏,使用调研广告(Poll Ad)或试玩广告(Playable Ad)	#5 即时体验传单 例如:利用交互式促销传单,增强对人们的吸引力
---	--	---	--	--

斋月的主题在于感恩、慈悲和家庭团聚 在营销信息中表达对相关文化的尊重

创意小提示:

	建议使用当地语撰写广告营销信息;投放双语广告来吸引受众。		跳出固有思维;要想在斋月期间与穆斯林社群建立有意义的情感连接,应在所有触点上展现出以他们为傲并代其发声的态度。
	重视内容的力量;斋月期间,随着How To(怎么做)和DIY(自制)等关键词的搜索量增加,内容成为打造品牌形象的关键。		避免在广告素材中展示衣着暴露的女性;大多数斋戒者都是虔诚的信徒,他们有不少禁忌。

大促动态创意 | 源源不断的好礼!

转盘活动 	票选调查 	隐藏优惠码 	全店最低5折 	下单送现金点数
-----------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

只需一次登记,即可参加今年的所有大促网络研讨会,马上扫码报名

关注我们的微信官方账号,第一时间获取有关大促马拉松的推送



* Amna Puri-Mirza, Statista, Number of people worldwide celebrating Ramadan in 2020, by region, Aug 2020.
* Facebook IQ 数据来源:“Facebook’s Ramadan and Eid Study”, Facebook 委托 YouGov 开展的线上调研,对象为阿联酋、埃及、印度尼西亚、马来西亚、尼日利亚、巴基斯坦、沙特阿拉伯和土耳其 12,219 名年满 18 岁的受访者,2020 年 5 月 23 日至 6 月 13 日