并肩作战

Facebook 2021电商大促马拉松

假日购物季

年度最盛大的购物狂欢

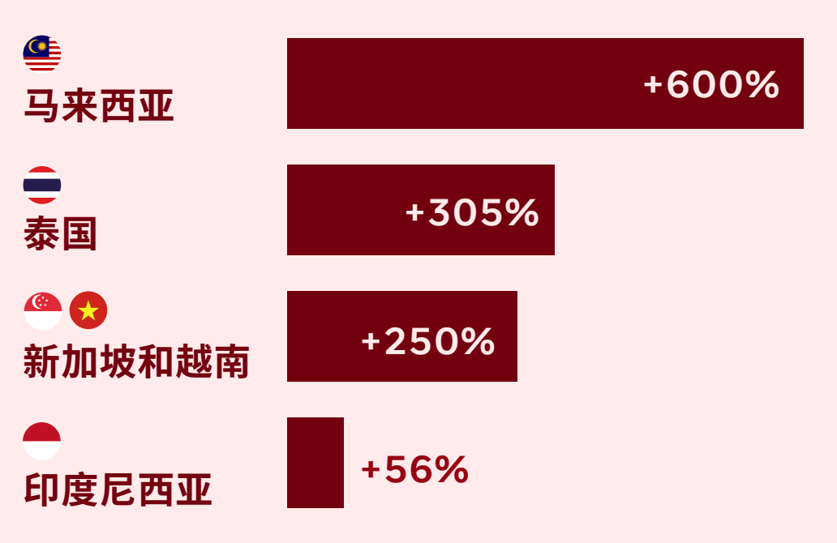
11月 1日 — 11日 — 19日 - 22日 — 26日 - 29日 — 30日

双十一 光棍节
东南亚
东南亚最大的购物活动[1]

埃尔布恩芬
墨西哥
墨西哥最大的零售节日之一[2]

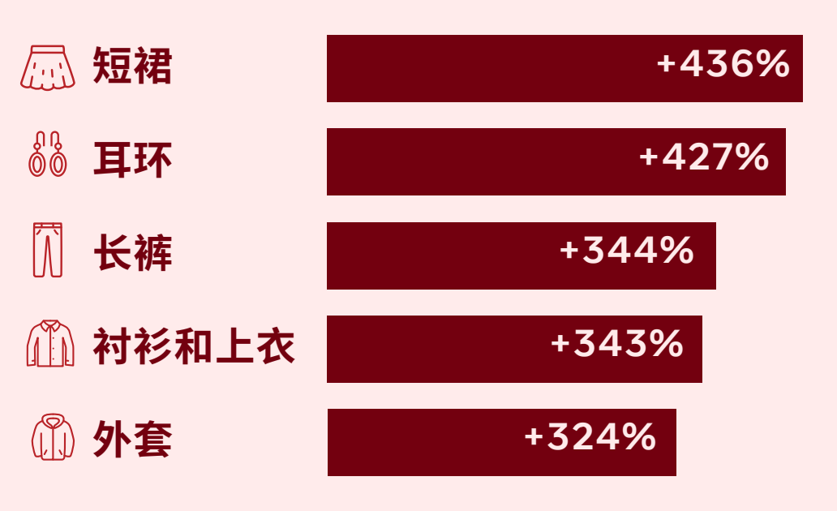
黑色星期五/网络星期一
北美和欧洲
美国和欧洲最大的电商销售活动之一

与10月1日至28日的平均数相比，2020年11月11日的销售额出现了巨大的高峰[1]



马来西亚	+600%
泰国	+305%
新加坡和越南	+250%
印度尼西亚	+56%

服装和配饰是东南亚最受欢迎的产品类别 (+378%)，以下产品的销量攀升幅度最大[1]：



短裙	+436%
耳环	+427%
长裤	+344%
衬衫和上衣	+343%
外套	+324%

7/10
每十个墨西哥线上消费者中有七个会被这活动吸引[2]

41%
在活动期间有兴趣购买产品或服务的人中，有41%会通过互联网购买，这使得数字渠道成为相当关键的渠道[2]

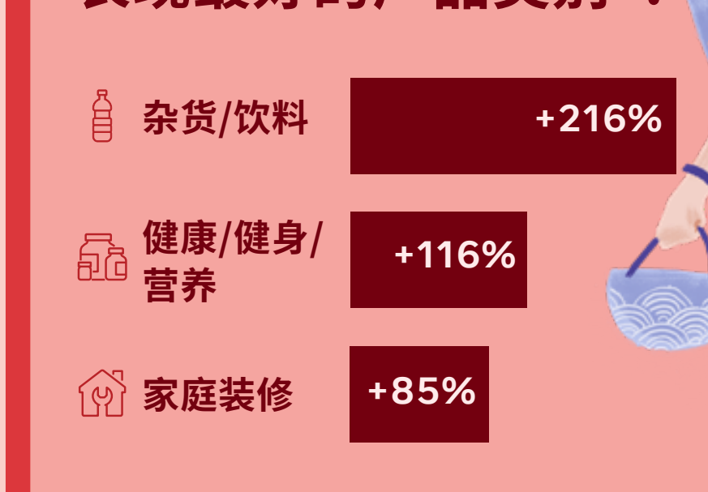
热销产品类别[2]：

时尚产品	电子产品	家居电器
(45%)	(34%)	(27%)

+22%
2020年黑色星期五销售数字[3]：89.2亿美元，同比上年增长了22%

+15%
2020年网络星期一销售数字[3]：108亿美元，同比上年增长了15%

表现最好的产品类别[4]：



杂货/饮料	+216%
健康/健身/营养	+116%
家庭装修	+85%

购物季五大消费趋势

#1 被压抑的需求亟待满足

怎样将被压抑的需求转化为销售额？

1. 打造沉浸式的的购物体验，让网购像实体店购物一样身临其境
2. 尝试一些品牌的建设，触达新受众并提升新用户的留存
3. 使用个性化的广告激发不同社群购物欲望，围绕着他们的兴趣和话题展开营销

#2 社区推动产品发现和激发购物灵感

怎样让产品发现过程成为你最有利的营销工具？

1. 让发现产品到下单无缝连接
2. 广告内容直击首选的购物方式，如“店内取货”或“提供多种不同过的配送方式选项”
3. 将产品展示给最有可能喜爱它们的人，针对对你的产品感兴趣的人展开营销或再营销

#3 节庆购物季战线拉长

在被拉长的购物季中，如何才能最大化销售？

1. 提前测试，比较不同的广告策略，找出哪种策略在大促销时效果最好
2. 衡量和对比跨平台或跨设备的广告效果，根据真实结果即时调整营销策略
3. 充分利用自动化和机器学习，实现高效营销

#4 实体店购物和网购界限模糊化

如何面对繁杂交错的现实状况？

1. 用运营线下旗舰店的方式运营网店，打造沉浸式体验
2. 打造灵活的本地化战略，针对人们首选的购物方式提供个性化广告
3. 尝试直播购物传递丰富的内容，专家可在网上提供实时产品演示和互动

#5 低保真*内容需求极大

在社交应用上如何与受众建立更紧密的联系？

1. 创造更接地气的内容，在策略中融入低保真内容
2. 让真实且相关的人来帮你讲述故事，发挥网红和内容创作者的作用
3. 利用社交平台上火爆的功能，如AR滤镜能创意素材的互动性
4. 测试不同类型的创意，测试哪些创意能增进用户互动及销售

驰骋大促日的诀窍

#1 为客户建立准确的期待值

产品准确度

清晰陈述你出售或提供的产品

准确的描述
- 确保材料和产品的所有其他方面得到准确的展示和说明

度量单位及尺码表
- 说明产品的确切尺寸，例如英寸
- 为国际客户提供尺寸表参考，包括肩部、腰部等

客户评价
- 提供带有真实照片的真实评论，并提供过滤评论功能以方便检索

发货

清晰标明派送时间和费用

派送时间及费用
- 列出准确的送货上门时间和相关费用

包裹追踪
- 首选端到端追踪的运输服务，让客户可以追踪包裹的状态

发货政策
- 确保产品页面上有容易触达的发货政策
- 如有需要可以提供清晰的常见发货相关问题解答

库存管理
- 密切关注库存情况，并根据您能否按时交付产品的能力来扩展您在官方代理投放的广告规模

客户服务

为客户服务设定清晰的期望

积极有效的沟通
- 主动与客户联系，提供最新信息
- 制定一套标准操作程序来解决客户的问题

退货及退款政策
- 明确说明产品退换货的政策
- 会员专享退货和换货政策

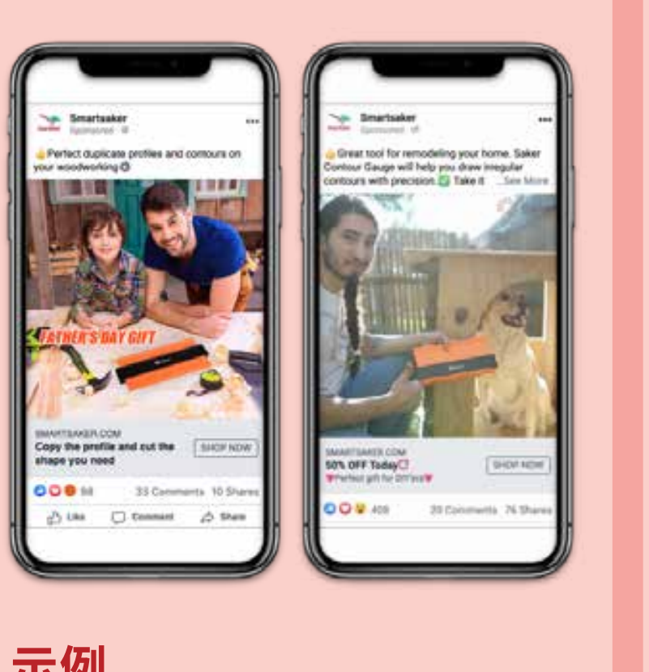
客户反馈面板
- 追踪其客户反馈，并监测对应的分数
- 帐户内容品质会提供实用信息，方便您找出可能会导致负面反馈的问题

#2 大促创意最佳实践

Consumer is King

以消费者为核心

契合消费者需求，使用他们满意的消费者形象

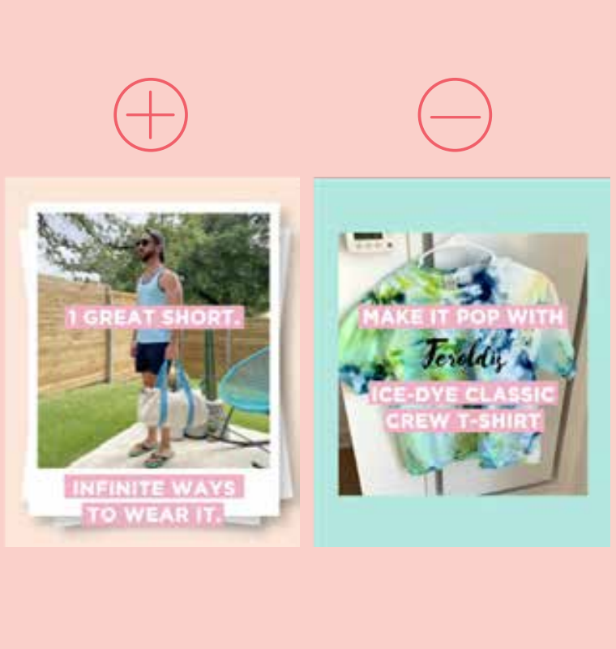


示例
一个家居DIY工具品牌在广告中展示与妻儿、狗狗在一起的家庭生活场景，实现了广告回想度和顾客购买意向双双提升。

Highlight what you got

突出产品优势

试用或演示来突出展示商品优势，明确呈现独特卖点



示例
对于时装产品，展示模特的上身效果比展示叠好的衣物能带来更高的顾客购买意向。

Aesthetics that sells

注重美观

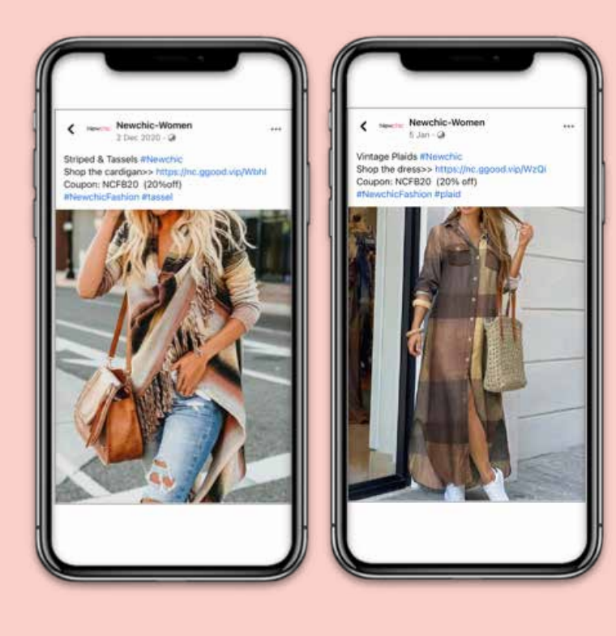
使用专业且美观的局、格式和配色方案，展示品牌和商品

示例
简单出色的布局胜过呈现繁杂的信息。另外需注意，拼接图片的效果往往也不理想。

Trends that matter

利用重点趋势

深入了解社会和文化趋势，并将其融入品牌故事

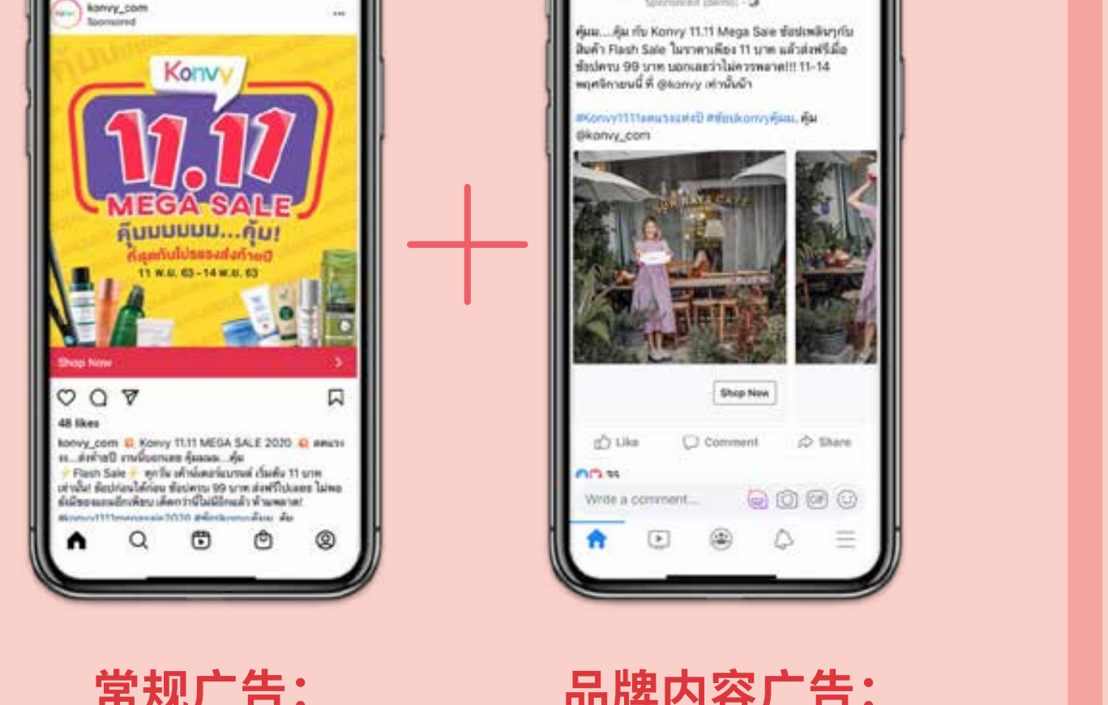


示例
一家时尚品牌的广告素材中大量运用了2020年的一种流行色，也就是土色系色调，实现了较高的顾客购买意向。

#3 利用全漏斗营销方案最大化广告成效

混合使用品牌内容广告和常规广告，扩大覆盖范围并推动考量

同时使用品牌内容广告和常规广告，比单独使用常规广告而言能带来更多的增量购买，点击率高出40%[9]

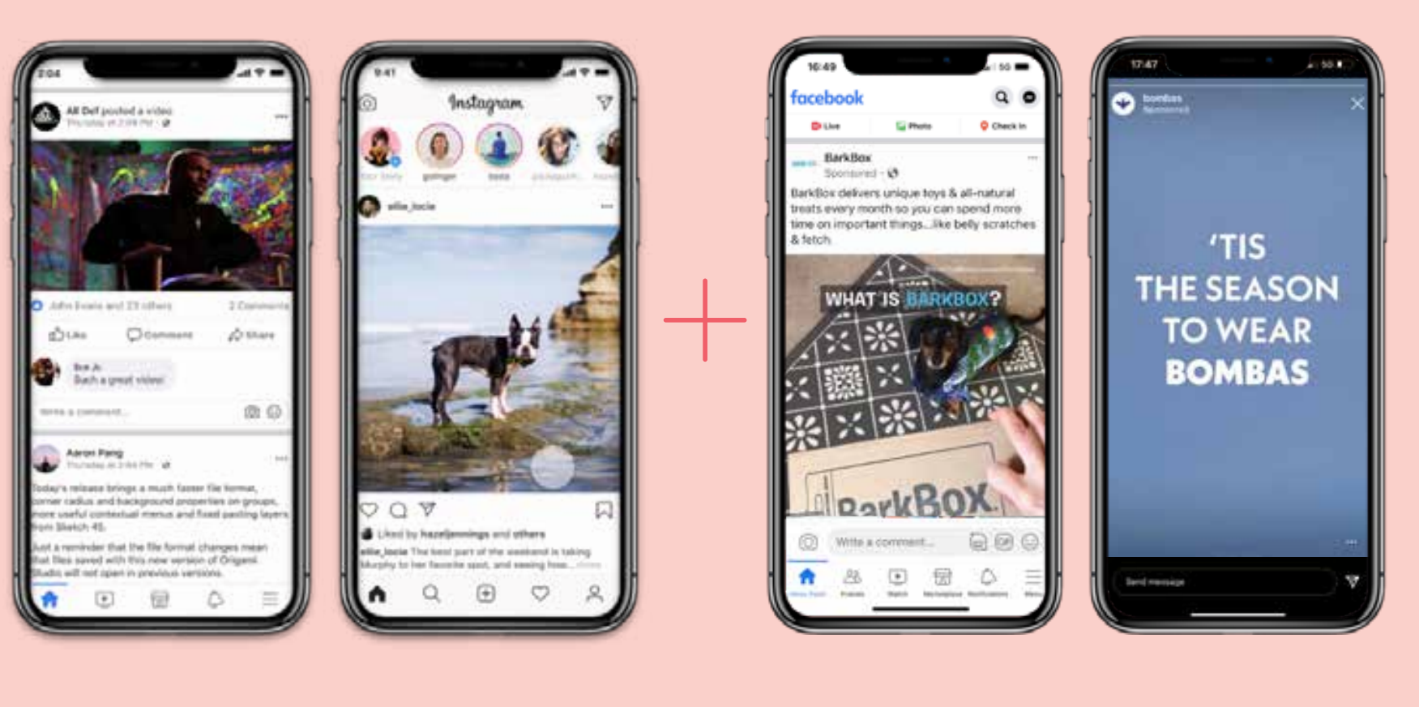


常规广告：
大量的价格促销信息

品牌内容广告：
以生活方式为主导的、激励性的信息

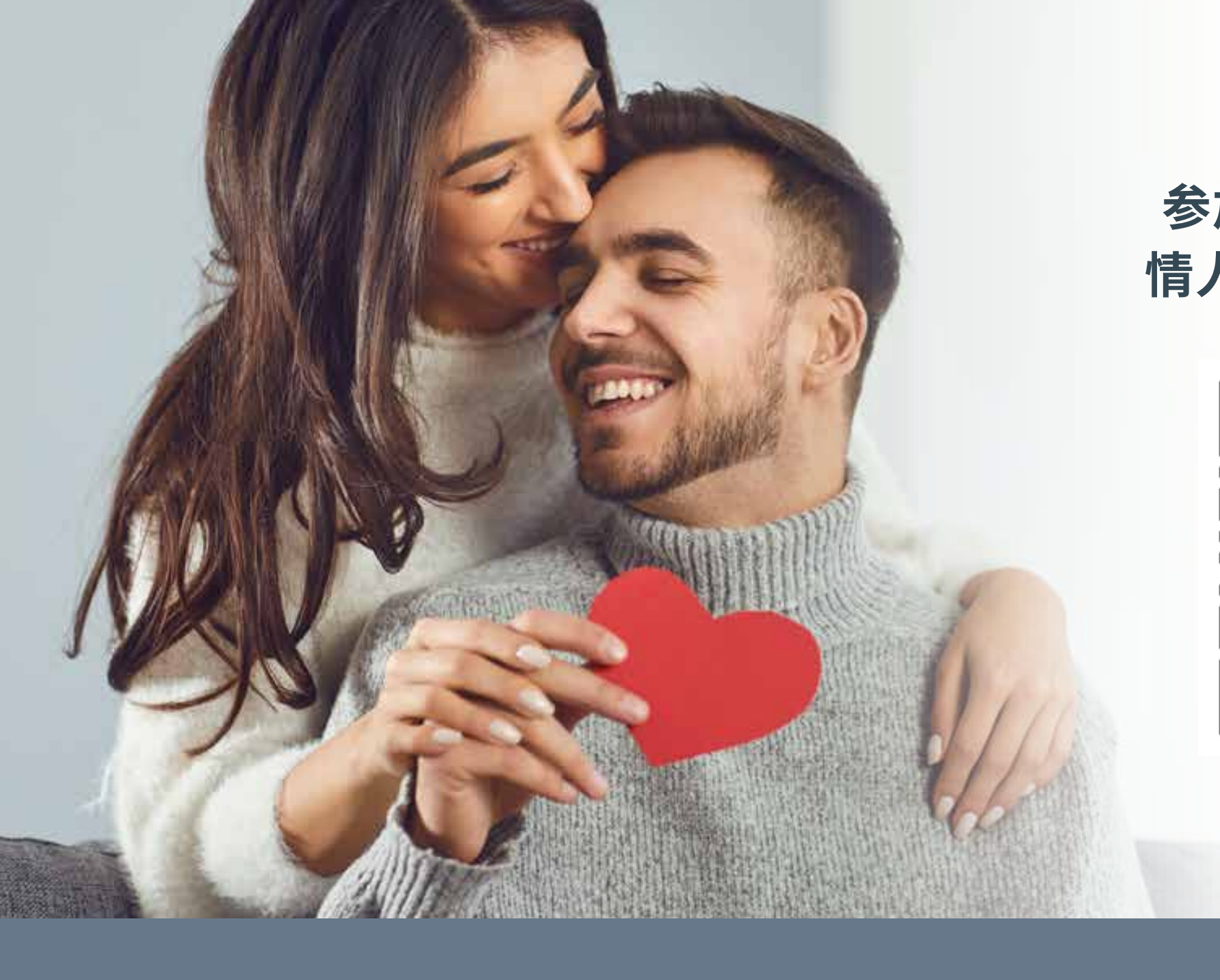
在大促日到来前，充分利用视频格式去接触更多品牌受众

结合使用长视频及短视频，最大限度地接触受众。
在传统的媒体买量中纳入视频插播广告版位，提升营销效率
单独使用视频插播，更完整地讲述品牌故事，提升内容浏览度



视频插播：长格式
用于放置较长的素材，更完整地讲述品牌故事及充分实现上层漏斗目标

快拍及信息流：短格式
用于大规模触及潜在受众，针对下层漏斗目标进行优化



马上扫码报名
参加12月15日举行的
情人节大促网络研讨会

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

FACEBOOK | KANTAR

数据来源：

[1] Criteo，《大中华区及东南亚的 双11：2020年纪录及对双12的预测》；报告发布于2020年11月

[2] LABS，《2020年墨西哥黑五：每10个网民中就有7人会网购》；报告发 布于2020年10月

[3] Statisa, 墨西哥埃尔布恩芬中数字买卖最爱的产品类别, 报告发布于2020年12月

[4] Adobe，《2020年网一周的奇迹：网购站上历史舞台》；报告发布于2020年12月

[5] EMarketer, 美国2020年假日季回顾及2021年假日季预测;报告发布于2021年2月

[6] CNN, 2021年3月

[7] YouGov，《Facebook假日发现时刻研究 》，(受Facebook委托对32个市场中49,563名18岁以上的人进行在线研究。(阿联酋，阿根廷，澳大利亚，巴西，加拿大，智利，哥伦比亚，捷克，德国，丹麦，西班牙，香港，印尼，意大利，法国，日本，韩国，马来西亚，墨西哥，荷兰，菲律宾，波兰，新加坡，泰国，土耳其，台湾，俄罗斯，瑞典，英国，美国，越南，南非) 每个市场最低样本量为1500。12月2日至2020年12月24日。

[8] 全球媒体研究，Ipsos视频，受Facebook委托对超过25,000名18-64岁的人进行在线研究；澳大利亚，巴西，加拿大，德国，法国，印度，日本，韩国，英国及美国的互联网人口每月移动互联网用户和每月视频观众)，2020年10-11月。

[9] 基于2020年至2021年12项Facebook转化提升研究的中位数结果，包括消费包装产品、电商、娱乐和媒体以及零售l垂直行业，研究分别在韩国、马来西亚、新加坡、泰国和台湾进行。

2021
大促政策合规检查手册

FACEBOOK

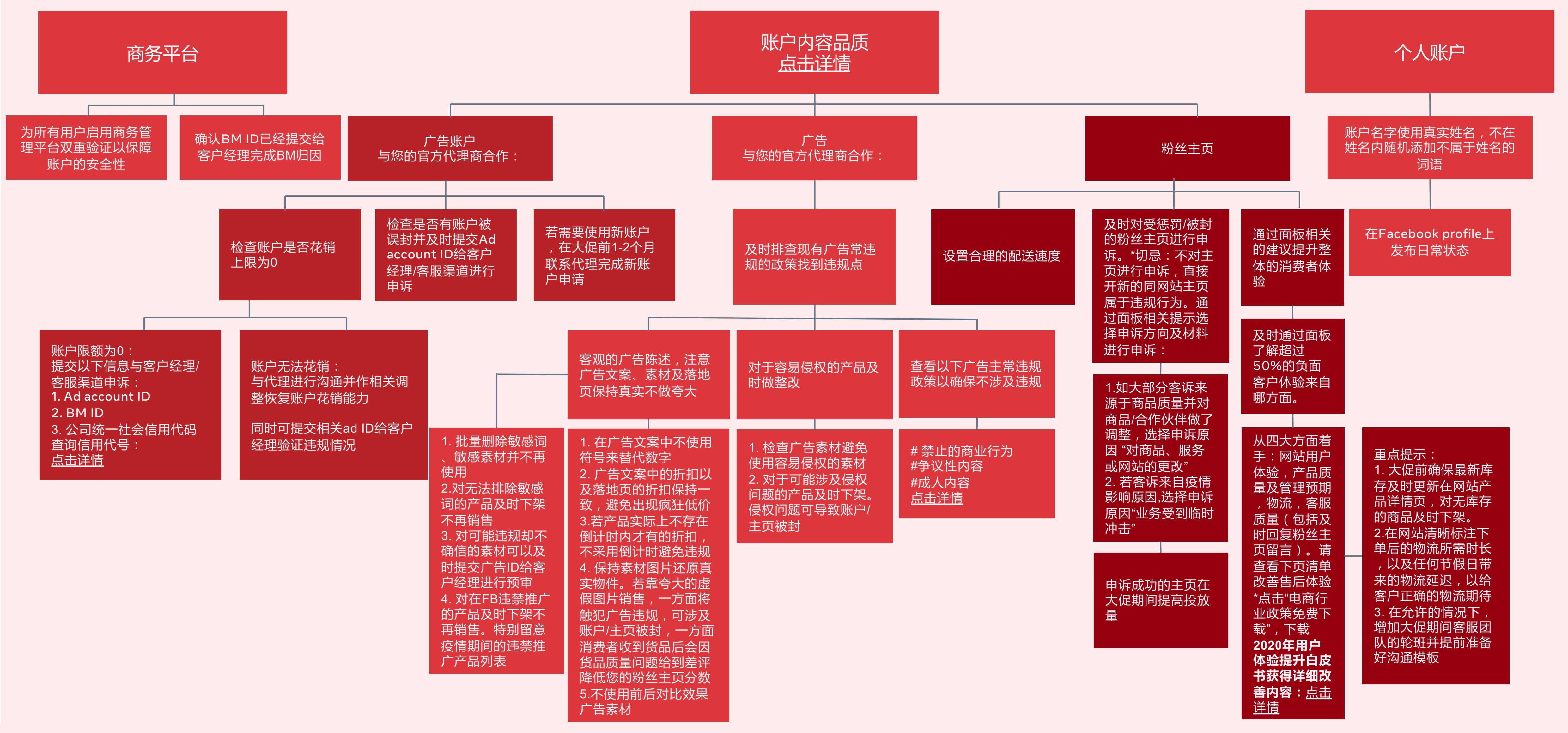
01 大促前两周广告合规检查清单

02 大促期间申诉渠道整合

03 主页分数/售后体验改进清单

04 大促英文客服模板

大促前两周广告合规检查清单



- 商务平台
  - 为所有用户启用商务管理平台双重验证以保障账户的安全性
  - 确认BM ID已经提交给客户经理完成BM归因
- 账户内容品质 点击详情
  - 广告账户 与您的官方代理商合作：
    - 检查账户是否花销上限为0
      - 账户限额为0：
提交以下信息与客户经理/客服渠道申诉：
1. Ad account ID
2. BM ID
3. 公司统一社会信用代码查询信用代号：点击详情
      - 账户无法花销：
与代理进行沟通并作相关调整恢复账户花销能力

同时可提交相关ad ID给客户经理验证违规情况
    - 检查是否有账户被误封并及时提交Ad account ID给客户经理/客服渠道进行申诉
    - 若需要使用新账户，在大促前1-2个月联系代理完成新账户申请
  - 广告 与您的官方代理商合作：
    - 及时排查现有广告常违规的政策找到违规点
      - 客观的广告陈述，注意广告文案、素材及落地页保持真实不做夸大
        - 1. 批量删除敏感词、敏感素材并不再使用
2.对无法排除敏感词的产品及时下架不再销售
3. 对可能违规却不确信的素材可以及时提交广告ID给客户经理进行预审
4. 对在FB违禁推广的产品及时下架不再销售。特别留意疫情期间的违禁推广产品列表
        - 1. 在广告文案中不使用符号来替代数字
2. 广告文案中的折扣以及落地页的折扣保持一致，避免出现疯狂低价
3.若产品实际上不存在倒计时内才有的折扣，不采用倒计时避免违规
4. 保持素材图片还原真实物件。若靠夸大的虚假图片销售，一方面将触犯广告违规，可涉及账户/主页被封，一方面消费者收到货品后会因货品质量问题给到差评降低您的粉丝主页分数
5.不使用前后对比效果广告素材
      - 对于容易侵权的产品及时做整改
        - 1. 检查广告素材避免使用容易侵权的素材
2. 对于可能涉及侵权问题的产品及时下架。侵权问题可导致账户/主页被封
      - 查看以下广告主常违规政策以确保不涉及违规
        - # 禁止的商业行为
#争议性内容
#成人内容
点击详情
  - 粉丝主页
    - 设置合理的配送速度
    - 及时对受惩罚/被封的粉丝主页进行申诉。*切忌：不对主页进行申诉，直接开新的同网站主页属于违规行为。通过面板相关提示选择申诉方向及材料进行申诉：
      - 1.如大部分客诉来源于商品质量并对商品/合作伙伴做了调整，选择申诉原因 "对商品、服务或网站的更改"
2. 若客诉来自疫情影响原因,选择申诉原因"业务受到临时冲击"
        - 申诉成功的主页在大促期间提高投放量
    - 通过面板相关的建议提升整体的消费者体验
      - 及时通过面板了解超过50%的负面客户体验来自哪方面。
        - 从四大方面着手：网站用户体验，产品质量及管理预期，物流，客服质量（包括及时回复粉丝主页留言）。请查看下页清单改善售后体验 *点击"电商行业政策免费下载"，下载 **2020年用户体验提升白皮书获得详细改善内容：**点击详情
          - 重点提示：
1. 大促前确保最新库存及时更新在网站产品详情页，对无库存的商品及时下架。
2.在网站清晰标注下单后的物流所需时长，以及任何节假日带来的物流延迟，以给客户正确的物流期待
3. 在允许的情况下，增加大促期间客服团队的轮班并提前准备好沟通模板
- 个人账户
  - 账户名字使用真实姓名，不在姓名内随机添加不属于姓名的词语
    - 在Facebook profile上发布日常状态

大促期间申诉渠道整合

您可以通过以下申诉渠道，您的客户经理，代理或客服渠道进行申诉：

广告被封申诉, 页面被封申诉, 个人账号被封申诉, BM被封申诉 →

广告账号被封申诉 →

取消每日消耗限制 点击 "billing threshold" →

BM被盗用申诉(需账户admin申诉) 点击对应 " BM ID"后, 点击 "BM 被盗用" →

复审未通过审核的目录商品 →

复审个人账户广告功能被限制 →

App被封 →

Whatsapp账号被封 →

Facebook/Instagram **投诉侵权行为** (Facebook/Instagram **要分开举报侵权**)

Facebook →

Instagram →

主页分数/售后体验改进清单

网站/应用购物历程

☐ 使用高清照片展示商品细节。

☐ 在商品描述页突出展示关键信息。

☐ 提供详细的尺码表、尺寸测量南、模特身高三围参考值和点评者对尺码的反馈。

☐ 合理定价商品，仅在促销或清仓时才提供折扣优惠。

☐ 明确说明库存状态、处理订单的时间、 配送方式和时间范围。

☐ 在结账时提供本地市场常用的支付 选项。

☐ 向买家及时发送言简意赅的信息，例如订单确认、发货通知、退款状态等。

☐ 发布公告说明特殊情况，例如因节假日临近而延迟发货。 明确说明退货和退款政策。

商品质量

☐ 评估商品的用料、工艺、尺码和功能。

☐ 评估供应商/卖家的从业经验、质控 流程、履单的及时性和准确度，以及是否能灵活提供定制化服务。

☐ 定期检查供应商的关键指标表现，针对服务水平未达标的情况实施惩罚 措施。

物流

☐ 为需求旺盛的商品备足货，减少订单处理所需的时间。

☐ 使用自动库存计算器，在库存为零时及时下架商品。

☐ 管理订单处理时间。现货商品 2 天 内发货。对于按需生产的商品，确保 供应链可以准时交货，在网站/ 应用中明确告诉买家所需的时间。

☐ 明确说明库存状态、处理订单的时间、 配送方式和时间范围。

☐ 考虑使用空加派服务，加快配送速度。

☐ 在重要市场为客户提供本地退货选项。

客户服务

☐ 通过邮件、聊天工具、Messenger 等多个渠道与客户沟通。

☐ 统筹整合各个系统，使用自动化工具。收集并分析数据。

☐ 在目标市场客户方便的时间段内提供服务。

☐ 制定贴合客户需求的退货政策，包括宽松的"反悔期"和免费退货服务。

☐ 调查客户对购物体验的满意度，发现 有待改善的地方。

☐ 与客户沟通时语气亲和，回答问题 要直接明了，提供让客户满意的解决 办法。

☐ 征集买家的真实评价。回复好评和 差评的方法要适当。

大促英文客服模板

Is your website safe to order?

Our website is legitimate and safe to order. We have been in business since xxxx serving many satisfied customers. To address this concern, you can also check out our customer feedback on the third-party consumer review platform Trust Pilot as well. Furthermore, your purchase will be backed by our xx-day warranty. If any of the items are defective, you can return your order to our warehouse in xx for a full refund.

Are the discounts still ongoing?

Thank you for your interest in [company.com]. The discounts shown on the main page and the product page are all up to date and accurate. Are there anything in particular that you are looking for? We'd be happy to make a recommendation for you.

What are the best deals available?

Thank you for your interest in [company.com]. We'd be delighted to offer some recommendations for your shopping. Please see our Top 3 best deals below and

We'd like to remind you that the discounts shown on each product page are all ongoing discounts but ending soon in xx hours:

Top 1 best deal: xx% off, [product name 1] , [1-2 product benefit], [product link]
Top 2 best deal: xx% off, [product name 1] , [1-2 product benefit], [product link]
Top 3 best deal: xx% off, [product name 1] , [1-2 product benefit], [product link]

Your size runs small or big? I don't know how to choose a size.

Thank you for your interest in [company.com]. We would be more than happy to assist you in choosing the right size. On our website, each item is accompanied by a size chart which indicates the measurement of the item itself (not body measurements). Measure your bust, waist, hip to see which size fits best. Alternatively, if you let us know which item you are considering, your body measurements and what US size you normally wear, we could make a recommendation for you.

I have not received my order after XXX days despite the website saying the shipping time is XXX days.

Thank you for shopping at [company.com]. We are sorry to hear you still have not yet received your order. Can you let us know your order number so we can provide more accurate information for you? In general, each order takes about XX-XX business days for processing prior to shipping, as indicated on each of our product page and Shipping Information page. The shipping time frame of XX-XX days is the actual shipping time after the order is processed. If you let us know your order number, we can look into it for you, thank you so much for your patience.

Bad quality/Size not fit, request of return

We are sorry to hear you weren't satisfied with your purchase. We stand by our satisfaction guarantee and could help you arrange for a return and refund. Please email us at xxx@xxx.com with your order number to request a return. We will look into it and assist you with it as soon as possible.