

面对流量红利严重缩减,寻求新的备战策略 这个双十一,连企玩法变了



文图 大连新闻传媒集团记者孙霞

“同样的话术,同样的产品,流量却越来越差”——这是今年以来很多做直播电商的企业都无法回避的问题。双十一备战在即,在各大直播平台上,明显缩减的流量红利和越来越高的流量成本之间,大连企业正在寻求新的平衡端口。

直播间里的“流量焦虑”

孙茜经营着一家服装企业,从前年开始,她和几位员工一起进入直播行业。拍视频引流,每天固定时间段直播,不断分析市场需求变化适应市场需求……一年多下来,她感觉直播做得还比较顺手。“但是今年开始,明显发现平台的推流少了,视频引流效果也没有以前好了。”孙茜告诉记者,从直播效果来看,平台自然推流明显变少,就算是花钱买来的流量,新粉的增长也明显放缓。孙茜直言,眼下,“流量焦虑”正在困扰很多从业者。

“直播间越来越多,粉丝不够用了。”做了多年的直播带货,大连一家MCN机构负责人宋女士向记者表示,直播行业越来越卷,目前直播流量红利缩减已经是不争的事实。数据显示,2.16%的头部主播占据着市场近90%的营业额,而大量中腰部及尾部主播则在剩余的较小份额内竞争。在市场增速放缓的背景下,价格战和流量争夺成为常态,平台资源分配的不平衡、用户的消费习惯变化加剧了这种竞争。



流量成本让商家“肉疼”

做进口日用品生意的隋先生从2015年开始,就辗转淘宝、京东、拼多多、抖音等多个平台做直播。在他看来,各大平台各有优势,比如,京东物流建设最好,把货铺进去比较放心;淘宝基础费用不高,但“大头儿”是各类营销费用;拼多多相对来说各类费用较低等。但眼下,随着直播成交在销售占比中的分量不断增大,企业花在流量上的成本挺“肉疼”。

“现在平台的流量推广五花八门,包括关键词、全站推广、精准人群等,不仅能让你进行关键词推广,还能在站内自动搜索目标客户进行追投。”隋先生告诉记者,这相当于追着客户发传单,投放到人家家门

口。通过这些,把顾客请进直播间,而这些引流的成本,占比越来越高。“最早的时候占比不到百分之五,后来这个数字逐渐增长。现在,投流的成本最高的时候甚至可以占到百分之五十。”隋先生透露,要不停投入资金维持店铺的曝光率和销量,这种投入就不能停。“一旦停下来,直播间的流量立刻就会大幅缩减。”

记者了解到,在电商平台上,前几年“英雄不问出处”的流量红利时代已经结束,流量推广费正在不断挤压商户的利润空间。内卷时代,流量模式发生转变,流量资源向大品牌倾斜,付费流量成本高昂,对商家来说挑战巨大。

备战双十一,商家主打“降本”保流量

尽管距离今年双十一还有将近两个月的时间,但是很多商家已经开始备战计划。而在很多大连企业看来,在热度下降的这个全年最大促销季里,今年的战略已经有所调整:“降本”保流量成为很多企业的选择。

在“流量比黄金珍贵”的当下,隋先生摸索出了两条腿走路的做法——一方面,多平台挖掘自然流量,另一方面,摸索出付费流量的最佳投放之道,争取投资回报率最高化。“我们关注了很多营销博主,加了很多交流群。”他告诉记者,社交平台上,有很多商家分享自己“商品标题、关键词设置、商品描述”等信息优化秘籍,还有多种铺货方法,以此“白嫖”更多自然流量。在付费流量端,想让回报率最大化,要紧跟平台政策走,及时掌握流量“优惠套餐”,因为这几年焦虑流量的不光是商家,平台也害怕商家流失,因此他们也会想尽办法帮助商家增长,上线各种流量优惠包

以及营销工具等。

记者了解到,“流量焦虑”并非是商家的担忧,对于各大平台来说,同样存在流量争夺的焦虑。正因如此,目前,各大电商平台也在通过降低流量成本向商户“示好”。记者了解到,近期,拼多多向商家推出的“推广服务费退返权益”已经生效,消费者在发货前进行全额退款的订单,平台会自动返还商家推广软件服务费对应金额的推广红包。不仅如此,9月5日,拼多多最新发布的商家通知则显示,商家店铺的基础保证金将从1000元下调到500元,新入驻的个人店铺、企业店铺初始化保证金也将下调至500元,并对售后服务体系做出升级,支持商家对异常订单、恶意投诉订单、消费者负向体验订单等进行申诉,商家申诉成功后将由平台对相关订单进行赔付。再比如,阿里今年上线了“全站推广”,使付费流量能够更有效地撬动自然流量。

资讯

中国国际服务贸易交易会 大连20家企业参展 达成22项合作项目

大连新闻传媒集团记者孙霞

本报讯 2024年中国国际服务贸易交易会(简称服贸会)于9月12日至16日在北京国家会议中心和首钢园区会展中心成功举办。大连展团20家企业参展,凸显我市对外开放的新形象和自主创新的新亮点。展会期间,我市企业达成22项合作项目,意向成交金额达1.6亿元,其中合同签订金额200万元。

本届服贸会展览展示规模达20万平方米,设置综合展区和九个专题展区,集中展示服务贸易数字化、智能化、绿色化发展的最新成果、最新技术和最新应用。本届服贸会大连展团展位在国家会议中心一期,大连海事大学、大连理工大学智能研究院、中国华录信息产业有限公司、亿达科创集团有限公司、大连博涛文化科技股份有限公司、大连神谷中医医院、大连恒星东方太阳能科技有限公司等20家企业参展,涵盖信息技术、生物科技、航空航天、先进制造、节能环保、文化旅游等多个领域,全方位展示我市服务贸易在战略性新兴产业、民生科技及特色产业等方面的成果,凸显我市对外开放的新形象和自主创新的新亮点。展会期间,大连参展企业发布新技术项目30个,新产品发布25个,吸引了众多金融机构、中外客商等咨询洽谈。

据悉,今年上半年,我市服务贸易进出口额达到44.32亿美元,同比增长5%,占全省比重47.1%。

猪肉蔬菜价格小幅下降

大连新闻传媒集团记者曲家乙

通讯员 郭增福

本报讯 9月9日-14日,大连市发展改革研究中心监测的25种主要农副产品零售价格环比10升10降5平,同比17升7降1平。与上期相比,本期我市粮油价格基本稳定,猪肉价格小幅下降,鸡蛋价格小幅上涨,蔬菜价格小幅下降。

粮油价格环比基本稳定,同比略有升降。粳米价格为每斤(下同)3.25元,环比持平,同比上涨4.84%;面粉价格为3.05元,环比上涨1.33%,同比下降4.69%;桶装花生油价格为151.25元/5L,环比持平,同比上涨0.83%;桶装大豆油价格为69.50元/5L,环比持平,同比下降3.03%。

猪肉价格环比小幅下降,同比大幅上涨。猪精瘦肉价格为17.04元,环比下降1.21%,同比上涨26.57%;牛肉价格为31.02元,环比上涨0.07%,同比下降17.65%;羊肉价格为33.06元,环比上涨0.11%,同比下降11.43%;鸡肉价格为10.33元,环比持平,同比上涨8.74%。

鸡蛋价格环比小幅上涨,同比大幅下降。鸡蛋价格为5.79元,环比上涨0.91%,同比下降7.24%。

蔬菜价格环比小幅下降,同比小幅上涨。监测的15种蔬菜价格与上期相比6升9降,平均价格为3.83元,环比下降3.28%。其中上涨明显的品种为大白菜、芹菜、青椒,环比分别上涨4.65%、3.58%、3.37%;下降明显的品种为黄瓜和茄子,环比分别下降23.40%、10.54%。与去年同期相比13升2降,同比上涨42.91%。其中上涨幅度较大的品种为芹菜和茄子,同比分别上涨98.83%、98.18%;下降品种为土豆和蒜薹,同比分别下降15.12%、0.46%。

中秋节后,在市场供需平衡情况下,鸡蛋价格或将平稳运行为主;当前蔬菜生产逐步恢复正常,前期上涨幅度较大的黄瓜、茄子等品种价格有明显回落,随着蔬菜生产供应形势进一步好转,蔬菜价格将进入季节性下行区间。