



数字化 + 业务增长

# 备战节日旺季， 迎接购物热潮

如何高效备战节日季，  
引爆电商销售，保障交易安全？

## 目录

- 3 把握节日销售旺季**
- 4 节日季消费数据一览**
- 5 如何备战节日季**
- 6 发力网络营销**
  - 7 利用节日季内容营销和促销活动引流
  - 9 以个性化体验吸引节日季消费者
- 11 优化购物体验**
  - 12 加大客服支持力度
  - 14 打造流畅无碍的结账体验
- 16 保障电商业务安全**
  - 17 构建固若金汤的网络安全体系，决胜节日季
- 20 立即体验**

## 把握节日 销售旺季

每逢节日季，企业不仅可以实现销量大爆发，业务也将迎来海量的增长机遇。无论是黑色星期五、网络星期一、双十一，还是整个节日季期间，成百上千万的消费者都希望在大促期间为朋友、亲人和自己选购礼物。去年，全球节日季网购销售额增长 5%，以 1.14 万亿美元创下新高<sup>1</sup>。今年，随着节日季逐渐临近，花样繁多的电商活动也将陆续上线。鉴于通货膨胀对消费习惯造成的潜在影响，商家尤为需要做好额外准备。

2022 年，全球通胀率预计将上升至 6.7%，达到过去四十年来的最高点<sup>2</sup>。与此同时，作为家庭未来消费和储蓄“晴雨表”的消费者信心指数显示，消费者情绪呈下降趋势，这表明通货膨胀对消费造成了负面影响<sup>3</sup>。尽管整体消费走势保持强劲，部分消费群体的消费支出却未见增长，甚至出现下跌。比如，日用品消费行业实现了同比增长，但拉动其增长的是通货膨胀，而非扩大的消费需求。在旅游和餐饮等行业，消费者减少消费，但支出却更多。

各个行业的商家都不得不面临一个现实，那就是今年的通胀率将会飙升至历史新高。商家唯有积极寻找出路，才能留住客户，实现长期增长。同时，商家还需要思考消费者行为变迁将会引发的连锁反应，比如全球近一半消费者（25 亿人）计划在今年的节日季更换惯用消费品牌，寻找平替商品<sup>3</sup>。

为了应对竞争日益白热化的市场环境和不断增长的客户需求，企业必须未雨绸缪，为节日季做好万全准备。今年虽然是电商业务大爆发的一年，但企业仍面临供应链紧张和通货膨胀问题。想要在节日季期间成为消费者的选择，秘诀就是做好充足准备。为此，商家需要认真布局从选品到支付的各个环节，为消费者倾力打造简单、安全、灵活的个性化购物体验。

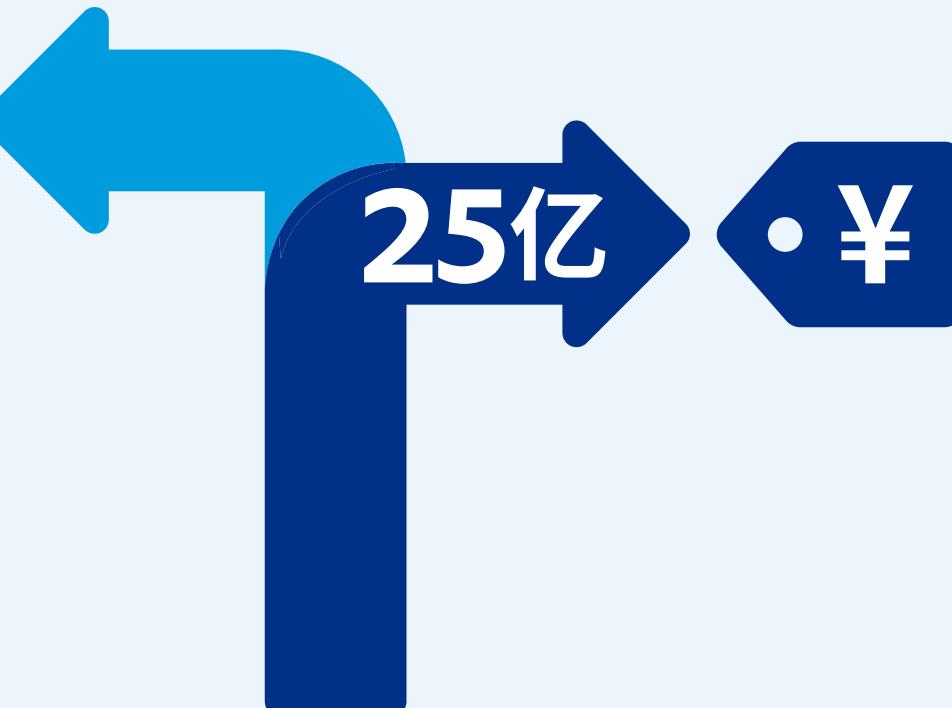


## 节日季消费数据一览

节日季是网络欺诈高发期  
可疑欺诈活动在 2021 年  
节日季期间增加 **25%**<sup>4</sup>。



产品价格影响品牌忠诚度  
**25 亿**全球消费者在节日季期间  
因产品价格因素选择平替品牌<sup>5</sup>。



节日季对企业的发展至关重要  
部分行业的节日季销售额占  
全年零售总额的 **30%** 以上<sup>6</sup>。



## 如何备战节日季

充足的前期准备可以帮助商家应对节日季骤增的消费者，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。备战的关键在于以数据为导向，尽早做好全盘布局。商家可从以下三大要点入手筹备，力创节日季销售新高：

### ✓ 发力网络营销：

通过即时的个性化体验和促销活动吸引消费者注意力。

### ✓ 优化购物体验：

打造简单流畅的客服和结账体验。

### ✓ 保障电商业务安全：

防范网络欺诈，保障消费者数据和交易安全，为电商业务保驾护航。



## 发力网络营销

节日季是消费高峰期，行业竞争也随之进入白热化阶段。行之有效的网络营销可以帮助企业迎来业务大爆发，充分利用节日购物狂欢季再创销售新高。



## 发力网络营销

# 利用节日季内容营销和促销活动引流

## 洞察

优质内容和有效的搜索引擎优化 (SEO) 是数字化营销策略的基石，这两者在节日季期间显得尤为重要。从特定的搜索关键词到节日季热门产品的选择，消费者的购买行为年年都在变化。如果希望获得较高的搜索排名，吸引消费者的注意力，商家可以从优化内容、SEO 和促销策略入手。

## 建议

### 围绕节日主题焕新营销内容

内容是搜索引流的决定性因素。营销内容越吸引消费者的注意力，搜索排名就越高，也越有利于推动销售增长。

### 几大妙招，帮你创建有利于搜索优化的节日季营销内容：

- ✓ 借助节日季特定关键词，优化网站内容。您可以通过 Google Keyword Planner 或 Google Trends 研究去年的搜索热门趋势和热门关键词，同时关注长尾词。长尾词通常由几个词组成，消费者会在购买意向较高的时候使用非常具体的词汇进行搜索，因此长尾词和关键词一样值得留意。
- ✓ 打造节日季促销落地页。落地页的规划、设计和优化等准备工作需要在节日季到来之前完成，因为爬虫或机器人等网站内容学习工具需要一定时间来扫描和索引落地页的内容，为网站内容出现在搜索结果中做好前期准备。
- ✓ 投放节日季搜索引擎营销广告 (SEM)。
- ✓ 利用相似搜索词条开展节日季主题邮件推广活动，进一步为大促造势。
- ✓ 围绕节日季主题或利用 #TikTokMadeMeBuyIt 等当下流行且热门的话题标签进行社交网络营销。

## 通过节日季促销活动和优惠激励建立忠诚度

节日季对商家和消费者来说都是一个关键时期。商家可以从以下几个方面发力，实现销量和消费者价值体验的双重突破，进而提高消费者忠诚度：

- ✓ 创建个性化礼品指南，以特别折扣吸引消费者一次购买多件商品，节省配送费用。
- ✓ 提供节日季附加服务，比如免费的礼品包装服务。
- ✓ 开发限时优惠产品和节日季限定套装，给预算紧张的消费者施压，并提供优惠激励。
- ✓ 紧跟节日季消费趋势，明确促销产品。
- ✓ 丰富产品种类，引导消费者一站式购齐多件礼品，节省配送费用，避免将消费者转手拱让给竞争对手。
- ✓ 提供包邮和免费退换货政策，打造良好的消费者体验，提高消费者忠诚度。
- ✓ 设立推荐奖励机制，扩大消费群体，同时为现有消费者提供优惠。



## 发力网络营销

# 以个性化体验吸引 节日季消费者

## 洞察

超值优惠往往令消费者毫无抵抗力，节日期间尤甚。因此近一半的消费者会在节日季期间入手更低价、更实惠的商品<sup>7</sup>。个性化优惠激励措施可以帮助商家从激烈的竞争中脱颖而出，吸引消费者建立对品牌的忠诚度。此外，个性化营销内容同样重要：76% 的消费者表示个性化营销内容是他们选择某个品牌的一大要素，78% 的消费者表示个性化营销内容可以提高他们的复购意向<sup>8</sup>。

## 建议

### 打造个性化购物体验

消费者对品牌的忠诚度越来越低，逐渐转购自有品牌商品来应对通货膨胀<sup>7</sup>。因此，商家唯有深入且频繁地分析消费者的偏好，才能在竞争激烈的节日季成功抢占市场。简而言之，与消费者的每一次互动都至关重要。商家不妨从以下三个方面入手，巧妙提升消费者的价值体验：

- ✓ 使用 AI 工具，分析过往消费者行为数据，提供相关的产品建议、内容和产品系列。
- ✓ 增加个性化网站搜索功能，自动添加热门搜索词条和短语，方便消费者轻松找到所需商品。
- ✓ 推荐商品，根据消费者的站内浏览历史推荐个性化商品。随着消费者频繁购买个性化推荐商品，推荐结果越精准。



76%

消费者表示个性化  
营销内容是他们选择  
某个品牌的一大要素<sup>8</sup>。

## 借助个性化优惠，激励二次营销

消费者弃购并不代表您与客户永远失之交臂。消费者弃购的原因多种多样，包括技术问题、冗长的结账流程等。商家可以针对弃购的消费者发送电子邮件，进行二次精准营销，让其回心转意。

## 立刻行动

简而言之，建立品牌忠诚度和拉动销售的关键是打造个性化购物体验、对老客户进行二次营销。PayPal 深受全球 4 亿多客户信赖，提供 PayPal 付款方式有助于商家推广业务、赢得信誉。

### 简单几步，即可通过优惠激励措施推动消费者下单：

- ✓ 通过电子邮件和短信发送购物车结账提醒，提醒消费者购物车中仍有未结算的心仪商品。
- ✓ 提供折扣，吸引弃购消费者结账下单。
- ✓ 强调限时优惠即将到期，或部分商品库存紧张，制造紧迫感。
- ✓ 推送节日季电子邮件活动，与老客户加强联系。



如需详细了解引流、获客、增长策略，请进一步阅览 PayPal 指南  
[《搭乘数字化营销热潮，解锁业务增长新动力》](#)。

## 优化购物体验

网站引流可以为制胜节日季打下扎实的基础，而进一步吸引消费者停留才是决胜节日季的关键。因此，在节日季到来之前，商家有必要探索网站优化技巧，借此提升转化率和回购率。



## 优化购物体验

# 加大客服支持力度

## 洞察

优质的客户服务带来的益处显而易见，它不仅可以有效吸引消费者，而且可以让他们成为回头客。超过四分之一的消费者因为糟糕的客户服务停止下单，近一半的消费者希望自己的问题可以得到快速响应<sup>9</sup>。节日季期间，商家需要面临消费者咨询量陡增 75% 的巨大压力，及时、全方位满足消费者需求成为商家必须解决的课题<sup>9</sup>。

## 建议

### 加强节日季的客服服务能力

商家如果能在 24 到 48 小时内快速响应消费者的问题，将会带来更多销量<sup>10</sup>。

#### 以下几大措施，有助于加快客服响应速度：

- ✓ 设立专门的客服团队。
- ✓ 引入在线聊天机器人，自动回复较为简单的问题。
- ✓ 确保网站托管服务和基础设施足以应对节日季骤增的流量。
- ✓ 提供准确、最新的在线联系信息。
- ✓ 创建实用易懂的常见问题页面，方便消费者自助查询。



## 真诚对待消费者

消费者希望看到诚实透明的商家。

商家可以从以下几个方面出发，提高透明度：

- ✓ 在结账环节列出各项费用，比如税费、配送费。
- ✓ 管理客户预期，如配送出现延迟，及时与消费者同步最新的配送动态。
- ✓ 制定明确的退货政策，标明退换货有效期，并为退货的消费者提供分步指引说明。

消费者咨询量将会在  
节日季陡增

75%<sup>9</sup>



## 优化购物体验

# 打造顺畅无忧的结账体验



## 洞察

无论是线上还是线下购物，缓慢繁琐的结账流程都会让消费者感到恼火。近一半的消费者根本没有耐心在结账前创建账户或输入密码，所以可以避免先登录后结账的流程设计<sup>11</sup>。



## 建议

移除不必要的结账障碍，帮助消费者顺利下单，轻松提高购物效率，进而最大限度提升节日季销量。妙招如下：

### 移除不必要的结账障碍

消费者期待快捷顺畅的结账体验，若某个商家无法满足其需求，则会转投其他商家。五分之一的消费者因为复杂冗长的结账流程果断弃购<sup>12</sup>。

### 如何打造快捷流畅的结账流程：

- ✓ 提供访客结账选项，让消费者无需创建账户也可付款下单。
- ✓ 优化结账流程，实现手机、平板电脑、台式电脑和笔记本电脑的跨屏操作。
- ✓ 移除不必要的表单字段。
- ✓ 减少结账环节的点击次数。比如，在产品页面设置“立即购买”按钮，消费者点击后即可直接跳转至结账页面，省去添加至购物车的环节。
- ✓ 提供 PayPal、借记卡和信用卡等多元付款方式，方便消费者使用偏好方式进行付款。



## 为消费者打造安心的结账体验

信任感在消费者的线上购买决策中起到关键作用。只有对商家感到信任时，他们才会安心购物。结账环节需要消费者提供敏感数据，因此请务必在这个环节让他们相信商家可以为个人信息提供安全保障。

- ✓ 提供买家保障\*政策，在消费者未收到商品或到货商品与卖家描述不一致时提供赔偿。
- ✓ 结账时显示安全协议，比如防火墙或安全锁，让消费者感到安全有保障。
- ✓ 突出消费者评价，从真实角度提供产品反馈。

## 立即行动

简洁安全的结账流程是网购消费者的首要考虑因素。

PayPal Checkout 一站式集成解决方案支持丰富的付款方式，包括信用卡、借记卡、PayPal 以及超过 10 种的本地付款选项，更支持 100 多种货币，覆盖全球 200 多个市场。从轻松集成到全方位个性化定制，多种集成方式可供选择，满足您的个性化需求。

作为全球备受信赖的支付品牌，PayPal 可以为客户提供安全的结账体验。当商品未送达或到货商品与卖家描述不一致时 PayPal 买家保障\*政策可以为每一笔符合条件的交易提供赔偿，帮助商家持续赢得消费者的信任。依托安全平台，PayPal 还会随着交易数量的增加变得更加智能，为商家实时提供科学有效的防欺诈工具，让消费者安全、安心购物。



如需详细了解如何优化结账体验，请进一步阅览 PayPal 指南《以结账谋增长，优化转化率》。



\*须受有关条款及条件约束。



# 保障电商业务安全

节日季不仅是商家销售旺季，也是网络欺诈高峰期。商家需要做好两手准备，一方面迎接不断涌入的消费者，另一方面应对陡然增加的欺诈活动。虽然网络欺诈无法根除，但商家仍然可以采取有效措施防范于未然。**PayPal** 为您准备了防欺诈实用干货，指导您在销售旺季期间保障业务安全。



## 保障电商业务安全

# 构建固若金汤的网络安全体系 决胜节日季

## 洞察

欺诈分子往往会在节日季等流量高峰期频繁出击。从10月份起，消费者就会早早规划节日采购<sup>14</sup>，部分商家甚至会在万圣节前后预先打出“黑色星期五”价格<sup>15</sup>。提前购买可以保证供货充足，但是也给欺诈分子提前制造了可乘之机，为企业带来更多的负面影响。

在销量暴增的节日季期间，商家应该如何构建网络安全体系，让网络欺诈无机可乘？不妨参考一下 PayPal 为您精心准备的实用建议。

## 建议

### 密切关注网站活动

网站流量是一把双刃剑，它可以拉动销量增长，也更容易吸引欺诈分子的注意，增加网站风险。因此，商家有必要为网站安全设立第一道防线，通过监测网站活动及时发现可疑攻击，为节日季的销量增长扫清障碍。

#### 以下几种网站活动需要重点关注：

- ✓ 出现大量异常的新建账户。
- ✓ 订单金额过高。
- ✓ 账单和配送地址不一致。
- ✓ 电子邮件地址看似为自动生成。
- ✓ 同一订单使用多张信用卡。



## 保障交易和消费者数据安全

数据泄露和信用卡信息被盗会严重损害企业的业务和声誉，商家可采取有效措施，避免成为网络欺诈的受害者，为交易保驾护航：

- ✔ 启用多重身份验证方式，比如向客户的手机或电子邮件发送一次性验证码。
- ✔ 创建安全连接，对数据进行加密。数据可以通过加密方式转化为代码，避免在敏感数据落入犯罪分子手中时被非法利用。
- ✔ 部署地址验证 (AVS) 或信用卡安全码 (CVV) 验证方式，为无卡交易增加一层保护伞。
- ✔ 定期更新软件，预防信息泄露。



## 立即行动

关注潜在欺诈活动、科学运用工具保障消费者数据安全，借此全面强化网站安全、提升消费者信心。

如需进一步升级安全措施，商家可以借助 PayPal 强大的防欺诈功能和 PayPal 卖家保障\*政策最大限度地减少退单欺诈，在欺诈活动出现时为符合条件的交易提供赔偿。顺利集成 PayPal 后，商家无需思考如何监测潜在欺诈套路，也无需评估欺诈风险，只需专注提高节日季销量。

---

 如需详细了解如何保障业务免受欺诈之扰，请进一步阅览 PayPal 指南  
《知己知彼，从容应对支付欺诈风险》。



\*须受有关条款及条件约束。



# 携手 PayPal 决胜节日季

网购业务蓬勃发展，对即将到来的节日季，商家对网络欺诈忧心忡忡。为了把握节日季促销良机，兼顾声誉和盈利，实现业务增长，商家需要遵循成熟的商业策略、部署数据驱动型工具。最佳的筹备时机，就是现在。

PayPal 深受全球海量商家青睐，可以帮助商家与全球买家建立联系，并为其提供丰富多元的付款方式。依托强大的安全保障体系和灵活便捷的支付功能，PayPal 将全力为每一个商家提供鼎力支持，助您备战节日季，再创销售新高。

立即体验 →