

错峰错位营销，钟表电商营销的新创新？

自从“双十一”成为一个网民的购物狂欢节以来，各大品牌都把“双十一”作为一次各自电商的高考来对待，各种倒计时，各种促销宣传，大有千军万马齐挤独木桥的架势。近年来飞速发展的钟表电商也不例外，国产品牌中飞亚达、依波、天王、海鸥、罗西尼、格雅等等品牌都在天猫官方旗舰店做好各种架势，11月11日凌晨一到，就打开闸门，开仓放粮。

但是，在“双十一”之前却有一家国产品牌的营销手法吸引了笔者的注意。国产品牌天霸表11月6日通过官方微信和官方微博发出一个促销活动：双11前就疯狂，直降1000，手表也情怀。



据了解，天霸表此次活动主要是以微信公众号开设的“微信小店”作为销售平台，微信购物是近来网民当中一直比较火热的讨论话题，很多商家也纷纷涉足。而天霸表也在今年四月份开通了“微信商城”，成为国内钟表行业在微信电商的首创。据天霸表相关负责人介绍，此次天霸表之所以选择在微信平台上进行促销活动，主要考虑到微信购物也成为年轻人热衷接受的，简单便捷的购物方式，而天霸表在4月份构建好微信商城以来，一直都在为在微信上销售产品做准备。同时“天猫”平台也有意无意成为网络购物的一种“审美疲劳”，天霸这次错位的营销除了在检验微信购物的成熟度和体验度之外，也是避免在“天猫”这么

一个平台上激烈厮杀。

而为什么选择在“双十一”前进行活动，也是一种错峰营销的战略。天霸表的相关负责人介绍说，错峰营销很大程度上可以给消费者更加突出的印象，在很多品牌都还在宣传“双十一将进行大优惠，大多网民都在翘首以盼”双十一“优惠的时候，天霸表就提前让消费者享受以不逊于”双十一“活动的优惠。而且，错峰营销不容易造成网络塞车，在网络购物方面消费者可以更加便捷和快速购买产品。其次在物流方面也由于是”双十一“前快递公司在物流方面更有保障，这也给消费者带来了很好的物流服务体验。在 6 号活动一开始，天霸表的电商部门就根据订单马上发货，很多消费者就在第二天收到了货品，大赞物流给力，也有网友戏称在”双十一“前将手表送给女神，今年再也不用过”光棍节“了。

天霸表的此次错位错峰营销，其实也给我们带来了思考。国产手表品牌虽然在电子商务方面有着不小的进步，但在营销手法和品牌传播等方面是不是应该有更多的创新，而不是都挤在同一个平台同一个时间段。在网络传播方面，品牌应该怎样更好地结合网络热点进行传播，笔者注意到，这次天霸表的活动主题和文案都用了“直降 1000 “、“情怀“这些字眼，而这些话题字眼正是这段时间由于”锤子手机“降价 1000 元而引起的网络热点。微信这个新工具，是否会成为钟表电商又一个重要平台？