

竞品分析主题会议应用案例

(以双十一活动策划为主题)

竞品分析框架及应用场景

客户应用场景

事件 周会、月会、季会、半年会、年会 双十一、双十二、女王节等活动策划/总结

主题 产品结构调整、如何打造爆款、资源如何分配等主题探讨会

店铺趋势分析

成交金额 成交数量 宝贝款数 参加的活动

热销类目 热销单品 库存结构 交易结构

推导

店铺销售趋势
参加活动的频率
主销类目及单品

上新波段分析

上新时间 上新类目 上新款数 上新宝贝

价格带

推导

季、月、周、日具体上新情况
上新一段时间后的销售情况
潜力爆旺款

产品结构分析

类目成交金额/占比 类目宝贝款数 类目剩余库存

类目成交数量/占比 类目平均售价 类目关键属性

推导

类目结构排名
类目价格带
类目爆旺平滞单品

单品基础数据

成交金额 成交数量 创建时间 售价/原价 收藏量

调价次数 上新季节 当前库存 参加的活动

推导

爆旺平滞款
平均折扣
一段时间的平均消化速度

目录

- 一．活动目标制定
- 二．目标分解到产品结构
- 三．目标分解到单品
- 四．资源分配

活动目标制定（以某女装品牌为例）

先看去年双十一时期的销售（时间段为10.20-11.12）：自身与竞品的

店铺名	销售数据							类目数	SKU总数
	总成交金额	总成交件数	日均成交金额	日均成交件数	平均折扣	平均售价	单款每日成交件数		
自身品牌 [模糊]店	¥ 171473069	551005	¥ 7144711.21	22958	0折	¥ 389	310	31	175809
竞品一 [模糊]店	¥ 290287318	744517	¥ 12095304.92	31021	0折	¥ 563	237	30	552200
竞品二 [模糊]店	¥ 363349361	667502	¥ 15139556.71	27812	0折	¥ 648	232	38	545583

自身品牌销售额为1.7亿，竞品一2.9亿，竞品二3.6亿，主要劣势是，件单价低，类目相差不是很多的情况下，产品的SKU总数偏少。

主题会议案例

活动目标制定（以某女装品牌为例）

今年的目标制定：时间段为10.20-11.12

根据去年的历史数据总结，今天的销售额如果想接近竞品的销售额，那么必须要扩充SKU数，提高件单价。但是也需要综合考虑自身品牌的资源，假设考虑到目前公司的规模以及资源问题，今年的保底目标销售额为去年的1.5倍，那么今年的销售目标为：

保底目标： $1.7 * 1.5 = 2.55$ 亿

挑战目标：2.8亿

冲刺目标：3亿

主题会议案例

目标分解到产品结构--历史回顾

首先看去年的产品结构表：

类目	成交件数	成交金额	成交件数占比	成交金额占比	宝贝数	平均成交件	平均售价
羽绒服	105437	¥ 5990.99万	19.14%	34.94%	116	908	¥802.68
毛呢外套	68048	¥ 3222.45万	12.35%	18.79%	217	313	¥745.35
毛针织衫	159457	¥ 2979.06万	28.94%	17.37%	264	604	¥293.21
卫衣/绒衫	47500	¥ 984.79万	8.62%	5.74%	126	376	¥281.87
连衣裙	43602	¥ 951.42万	7.91%	5.55%	282	154	¥303.11
短外套	23963	¥ 862.00万	4.35%	5.03%	87	275	¥479.34
牛仔裤	28884	¥ 587.36万	5.24%	3.43%	115	251	¥291.68
半身裙	26592	¥ 455.74万	4.83%	2.66%	149	178	¥254.89
裤子	16982	¥ 333.13万	3.08%	1.94%	98	173	¥298.43
棉衣/棉服	5271	¥ 276.88万	0.96%	1.61%	22	239	¥661.05
衬衫	7753	¥ 137.35万	1.41%	0.80%	50	155	¥259.16
蕾丝衫/雪纺衫	7041	¥ 115.96万	1.28%	0.68%	51	138	¥222.22
风衣	2015	¥ 73.70万	0.37%	0.43%	16	125	¥527.42
睡衣/家居服套装	2289	¥ 56.96万	0.42%	0.33%	11	208	¥446.84
皮衣	915	¥ 32.32万	0.17%	0.19%	11	83	¥524.40
背心吊带	1319	¥ 19.21万	0.24%	0.11%	18	73	¥170.61
T恤	1430	¥ 17.60万	0.26%	0.10%	70	20	¥176.51
毛衣	509	¥ 12.17万	0.09%	0.07%	2	254	¥280.67
套装/学生校服/工作制服	461	¥ 10.78万	0.08%	0.06%	19	24	¥396.24
女士包袋	500	¥ 9.48万	0.09%	0.06%	5	100	¥314.63
皮草	134	¥ 5.93万	0.02%	0.03%	7	19	¥676.33
围巾/丝巾/披肩	395	¥ 3.95万	0.07%	0.02%	7	56	¥197.99
马夹	81	¥ 2.40万	0.01%	0.01%	4	20	¥434.05
腰带/皮带/腰链	121	¥ 1.68万	0.02%	0.01%	3	40	¥151
帽子	177	¥ 1.44万	0.03%	0.01%	8	22	¥121.69
西装	41	¥ 1.25万	0.01%	0.01%	2	20	¥463.93
拖鞋	43	¥6,587	0.01%	0.00%	1	43	¥296.27
低帮鞋	43	¥6,117	0.01%	0.00%	3	14	¥288.66
双肩背包	2	¥198	0.00%	0.00%	1	2	¥99
睡裙	0	¥0	0%	0%	1	0	¥349
其他配件	0	¥0	0%	0%	8	0	¥84
总计	55.10万	¥ 17147.31万			1774		

主题会议案例

目标分解到产品结构--目标分解

按照
去年
金额
占比
总目
标分
解到
各类
目：

类目	成交金额	成交金额占比	保底目标(万)	挑战目标(万)	冲刺目标(万)
羽绒服	5990.99万	34.94%	8910	9783	10482
毛呢外套	3222.45万	18.79%	4791	5261	5637
毛针织衫	2979.06万	17.37%	4429	4864	5211
卫衣/绒衫	984.79万	5.74%	1464	1607	1722
连衣裙	951.42万	5.55%	1415	1554	1665
短外套	862.00万	5.03%	1283	1408	1509
牛仔裤	587.36万	3.43%	875	960	1029
半身裙	455.74万	2.66%	678	745	798
裤子	333.13万	1.94%	495	543	582
棉衣/棉服	276.88万	1.61%	411	451	483
衬衫	137.35万	0.80%	204	224	240
蕾丝衫/雪纺衫	115.96万	0.68%	173	190	204
风衣	73.70万	0.43%	110	120	129
睡衣/家居服套装	56.96万	0.33%	84	92	99
皮衣	32.32万	0.19%	48	53	57
背心吊带	19.21万	0.11%	28	31	33
T恤	17.60万	0.10%	26	28	30
毛衣	12.17万	0.07%	18	20	21
套装/学生校服/工作制服	10.78万	0.06%	15	17	18
女士包袋	9.48万	0.06%	15	17	18
皮草	5.93万	0.03%	8	8	9
围巾/丝巾/披肩	3.95万	0.02%	5	6	6
马夹	2.40万	0.01%	3	3	3
腰带/皮带/腰链	1.68万	0.01%	3	3	3
帽子	1.44万	0.01%	3	3	3
西装	1.25万	0.01%	3	3	3
拖鞋	6587	0.00%	0	0	0
低帮鞋	6117	0.00%	0	0	0
双肩背包	198	0.00%	0	0	0
睡裙	0	0%	0	0	0
其他配件	0	0%	0	0	0
总计	17147.31万		25500	28000	30000

公式=总目标额*成交金额占比

主题会议案例

目标分解到产品结构--目标分解

根据去年各类目宝贝平均售价和平均每件成交件数分解到每个类目应开发多少款：

类目	保底目标(款)	挑战目标(款)	冲刺目标(款)	平均成交件	平均售价
羽绒服	122	134	144	908	¥802.68
毛呢外套	205	226	242	313	¥745.35
毛针织衫	250	275	294	604	¥293.21
卫衣/绒衫	138	152	162	376	¥281.87
连衣裙	303	333	357	154	¥303.11
短外套	97	107	114	275	¥479.34
牛仔裤	119	131	141	251	¥291.68
半身裙	150	164	176	178	¥254.89
裤子	96	105	113	173	¥298.43
棉衣/棉服	26	29	31	239	¥661.05
衬衫	51	56	60	155	¥259.16
蕾丝衫/雪纺衫	57	62	67	138	¥222.22
风衣	17	18	20	125	¥527.42
睡衣/家居服套装	9	10	11	208	¥446.84
皮衣	11	12	13	83	¥524.40
背心吊带	23	25	26	73	¥170.61
T恤	72	79	85	20	¥176.51
毛衣	3	3	3	254	¥280.67
套装/学生校服/工作制服	16	18	19	24	¥396.24
女士包袋	5	5	6	100	¥314.63
皮草	6	7	7	19	¥676.33
围巾/丝巾/披肩	5	5	5	56	¥197.99
马夹	3	3	3	20	¥434.05
腰带/皮带/腰链	4	5	5	40	¥151
帽子	10	10	11	22	¥121.69
西装	3	3	3	20	¥463.93
拖鞋	0	0	0	43	¥296.27
低帮鞋	0	0	0	14	¥288.66
双肩背包	0	0	0	2	¥99
睡裙	0	0	0	0	¥349
其他配件	0	0	0	0	¥84
总计	1799	1976	2117		

公式=各类目目标额/平均售价/平均成交件数

主题会议案例

目标分解到产品结构--目标调整

经过上面几个步骤，先把今年的目标额大体上分解到了各类目上，确定了各类目大致需开发的款数。

然后，再导竞品去年的历史类目情况，做与自身品牌类似分析，主要目的在于对比竞品与自身品牌类目的强弱势。例：下图是羽绒类目的数据对比

店铺名	销售数据							类目数	SKU总数
	总成交金额	总成交件数	日均成交金额	日均成交件数	平均折扣	平均售价	单款每日成交件数		
自身 ■■■■ 旗舰店	¥ 59909900	105437	¥ 2496245.83	4393	0折	¥ 802	908	1	14761
竞品一 ■■■■ 旗舰店	¥ 83829475	93672	¥ 3492894.79	3903	0折	¥ 1255	446	1	42247
竞品二 ■■■■ 方 旗舰店	¥ 96095824	87512	¥ 4003992.67	3646	0折	¥ 1360	591	1	38581

从上图可知：自身品牌的羽绒类目从销量上来说算强势，但是件单价偏低。那么今年羽绒类目可从两点发力，第一是开发的款数增加，第二是提高单价。

最后，就像上面的例子一样，做相应的目标调整，有些弱势类目可以少开发，有些没有的类目在资源允许的情况下可以增加。

主题会议案例

目标分解到单品（以羽绒服类目为例）

--历史回顾

先导
去年的
单品
数据：

宝贝名	类目	成交件数	成交金额	成交金额占比	成交件数占比	价格
2017秋冬季新	羽绒服	15963	9566627	15.14%	15.97%	629
2018春季新款	羽绒服	9689	6927791	9.19%	11.56%	739
2017秋冬季新	羽绒服	8093	5356157	7.68%	8.94%	689
2018春季新款	羽绒服	9341	5024689	8.86%	8.39%	569
2018秋冬季新	羽绒服	10851	4840019	10.29%	8.08%	469
2018春季新款	羽绒服	8638	4448972	8.19%	7.43%	539
2018春季新款	羽绒服	6141	3078549	5.82%	5.14%	539
[定金预售]201	羽绒服	3227	2191133	3.06%	3.66%	679
2017秋冬季新	羽绒服	1811	1201769	1.72%	2.01%	659
2018春季新款	羽绒服	2033	1136447	1.93%	1.90%	559
2017秋冬季新	羽绒服	2025	1122045	1.92%	1.87%	589
[定金预售]201	羽绒服	1927	1019383	1.83%	1.70%	529
2018春季新款	羽绒服	1757	1017563	1.67%	1.70%	579
2017秋冬季新	羽绒服	1340	950550	1.27%	1.59%	729
2017秋冬季新	羽绒服	1210	847980	1.15%	1.42%	729
2017秋冬季新	羽绒服	1250	825650	1.19%	1.38%	659
2017秋冬季新	羽绒服	1217	793233	1.15%	1.32%	669
[定金预售]201	羽绒服	977	643843	0.93%	1.07%	659
2018秋冬季新	羽绒服	1358	610662	1.29%	1.02%	449
2017秋冬季新	羽绒服	1472	594688	1.40%	0.99%	429
2018春季新款	羽绒服	1441	589369	1.37%	0.98%	439
2017秋冬季新	羽绒服	848	501352	0.80%	0.84%	619
2017秋冬季新	羽绒服	794	465206	0.75%	0.78%	619
2017秋冬季新	羽绒服	719	445061	0.68%	0.74%	619
2018春季新款	羽绒服	809	430721	0.77%	0.72%	529
2017秋冬季新	羽绒服	466	350554	0.44%	0.59%	749
2017秋冬季新	羽绒服	725	318572	0.69%	0.53%	459
2017秋冬新款	羽绒服	459	304861	0.44%	0.51%	679
2017秋冬季新	羽绒服	666	281904	0.63%	0.47%	439
2017秋冬季新	羽绒服	526	277354	0.50%	0.46%	539
2017秋冬季新	羽绒服	459	257721	0.44%	0.43%	559
2018秋冬季新	羽绒服	470	241380	0.45%	0.40%	529
2018冬季新款	羽绒服	361	239359	0.34%	0.40%	679
2017秋冬季新	羽绒服	398	226462	0.38%	0.38%	569
2017秋冬季新	羽绒服	344	191576	0.33%	0.32%	569
2017秋冬装新	羽绒服	295	167984	0.28%	0.28%	689
2017秋冬装新	羽绒服	382	163878	0.36%	0.27%	429
2017秋冬新款	羽绒服	302	158681	0.29%	0.26%	529
2017秋冬装新	羽绒服	269	157791	0.26%	0.26%	619
2017冬季新款	羽绒服	216	149824	0.20%	0.25%	689
2017冬季新款	羽绒服	348	137092	0.33%	0.23%	389
2018冬季新款	羽绒服	274	123026	0.26%	0.21%	449
2018秋冬新款	羽绒服	243	119617	0.23%	0.20%	499
2018冬季新款	羽绒服	256	117784	0.24%	0.20%	459
2018冬季新款	羽绒服	282	110208	0.27%	0.18%	399
2017秋冬新款	羽绒服	515	103605	0.49%	0.17%	199
2017秋冬新款	羽绒服	220	98030	0.21%	0.16%	459
2017冬季新款	羽绒服	152	79178	0.14%	0.13%	519
2018秋冬季新	羽绒服	167	78833	0.16%	0.13%	479

去年TOP50的单品销量占比98.62%，销额占比98.41%

主题会议案例

目标分解到单品（以羽绒服类目为例）

--目标分解

类目
金额
分解到
TOP
50单
款金
额：

宝贝名	类目	成交金额	成交金额占比	保底目标(万)	挑战目标(万)	冲刺目标(万)
2017秋冬季新	羽绒服	956627	15.14%	1349	1481	1587
2018春季新款	羽绒服	6927791	9.19%	819	899	963
2017秋冬季新	羽绒服	5356157	7.68%	684	751	805
2018春季新款	羽绒服	5024689	8.86%	789	867	929
2018秋冬季新	羽绒服	4840019	10.29%	917	1007	1079
2018春季新款	羽绒服	4448972	8.19%	730	801	858
2018春季新款	羽绒服	3078549	5.82%	519	569	610
[定金预售]201	羽绒服	2191133	3.06%	273	299	321
2017秋冬季新	羽绒服	1201769	1.72%	153	168	180
2018春季新款	羽绒服	1136447	1.93%	172	189	202
2017秋冬季新	羽绒服	1122045	1.92%	171	188	201
[定金预售]201	羽绒服	1019383	1.83%	163	179	192
2018春季新款	羽绒服	1017563	1.67%	149	163	175
2017秋冬季新	羽绒服	950550	1.27%	113	124	133
2017秋冬季新	羽绒服	847980	1.15%	102	113	121
2017秋冬季新	羽绒服	825650	1.19%	106	116	125
2017秋冬季新	羽绒服	793233	1.15%	102	113	121
[定金预售]201	羽绒服	643843	0.93%	83	91	97
2018秋冬季新	羽绒服	610662	1.29%	115	126	135
2017秋冬季新	羽绒服	594688	1.40%	125	137	147
2018春季新款	羽绒服	589369	1.37%	122	134	144
2017秋冬季新	羽绒服	501352	0.80%	71	78	84
2017秋冬季新	羽绒服	465206	0.75%	67	73	79
2017秋冬季新	羽绒服	445061	0.68%	61	67	71
2018春季新款	羽绒服	430721	0.77%	69	75	81
2017秋冬季新	羽绒服	350554	0.44%	39	43	46
2017秋冬季新	羽绒服	318572	0.69%	61	68	72
2017秋冬新款	羽绒服	304861	0.44%	39	43	46
2017秋冬季新	羽绒服	281904	0.63%	56	62	66
2017秋冬季新	羽绒服	277354	0.50%	45	49	52
2017秋冬季新	羽绒服	257721	0.44%	39	43	46
2018秋冬季新	羽绒服	241380	0.45%	40	44	47
2018冬季新款	羽绒服	239359	0.34%	30	33	36
2017秋冬季新	羽绒服	226462	0.38%	34	37	40
2017秋冬季新	羽绒服	191576	0.33%	29	32	35
2017秋冬装新	羽绒服	167984	0.28%	25	27	29
2017秋冬装新	羽绒服	163878	0.36%	32	35	38
2017秋冬新款	羽绒服	158681	0.29%	26	28	30
2017秋冬装新	羽绒服	157791	0.26%	23	25	27
2017冬季新款	羽绒服	149824	0.20%	18	20	21
2017冬季新款	羽绒服	137092	0.33%	29	32	35
2018冬季新款	羽绒服	123026	0.26%	23	25	27
2018秋冬新款	羽绒服	119617	0.23%	20	23	24
2018冬季新款	羽绒服	117784	0.24%	21	23	25
2018冬季新款	羽绒服	110208	0.27%	24	26	28
2017秋冬新款	羽绒服	103605	0.49%	44	48	51
2017秋冬新款	羽绒服	98030	0.21%	19	21	22
2017冬季新款	羽绒服	79178	0.14%	12	14	15
2018秋冬季新	羽绒服	78833	0.16%	14	16	17

公式=类目总目标额*成交金额占比

目标分解到单品（以羽绒服类目为例）

--目标分解

类目
金额
分解到
TOP
50单
款成
交件
数目
标：

公式=各类目目标额/平均售价

宝贝名	类目	去年成交件数	保底目标(件)	挑战目标(件)	冲刺目标 (件)	价格
2017秋冬季新	羽绒服	15963	21446	23548	25230	629
2018春季新款	羽绒服	9689	11080	12166	13035	739
2017秋冬季新	羽绒服	8093	9931	10905	11684	689
2018春季新款	羽绒服	9341	13873	15234	16322	569
2018秋冬季新	羽绒服	10851	19548	21465	22998	469
2018春季新款	羽绒服	8638	13538	14865	15927	539
2018春季新款	羽绒服	6141	9620	10564	11318	539
[定金预售]201	羽绒服	3227	4015	4409	4724	679
2017秋冬季新	羽绒服	1811	2325	2553	2736	659
2018春季新款	羽绒服	2033	3076	3378	3619	559
2017秋冬季新	羽绒服	2025	2904	3189	3417	589
[定金预售]201	羽绒服	1927	3082	3384	3626	529
2018春季新款	羽绒服	1757	2570	2822	3023	579
2017秋冬季新	羽绒服	1340	1552	1704	1826	729
2017秋冬季新	羽绒服	1210	1406	1543	1654	729
2017秋冬季新	羽绒服	1250	1609	1767	1893	659
2017秋冬季新	羽绒服	1217	1532	1682	1802	669
[定金预售]201	羽绒服	977	1257	1381	1479	659
2018秋冬季新	羽绒服	1358	2560	2811	3012	449
2017秋冬季新	羽绒服	1472	2908	3193	3421	429
2018春季新款	羽绒服	1441	2780	3053	3271	439
2017秋冬季新	羽绒服	848	1151	1264	1355	619
2017秋冬季新	羽绒服	794	1080	1185	1270	619
2017秋冬季新	羽绒服	719	979	1075	1151	619
2018春季新款	羽绒服	809	1297	1424	1526	529
2017秋冬季新	羽绒服	466	523	575	616	749
2017秋冬季新	羽绒服	725	1339	1471	1576	459
2017秋冬新款	羽绒服	459	577	634	679	679
2017秋冬季新	羽绒服	666	1279	1404	1504	439
2017秋冬季新	羽绒服	526	827	908	972	539
2017秋冬季新	羽绒服	459	701	770	825	559
2018秋冬季新	羽绒服	470	758	832	892	529
2018冬季新款	羽绒服	361	446	490	525	679
2017秋冬季新	羽绒服	398	595	653	700	569
2017秋冬季新	羽绒服	344	517	567	608	569
2017秋冬装新	羽绒服	295	362	398	426	689
2017秋冬装新	羽绒服	382	748	821	880	429
2017秋冬新款	羽绒服	302	488	536	575	529
2017秋冬装新	羽绒服	269	374	411	440	619
2017冬季新款	羽绒服	216	259	284	304	689
2017冬季新款	羽绒服	348	756	830	889	389
2018冬季新款	羽绒服	274	516	567	607	449
2018秋冬新款	羽绒服	243	411	451	483	499
2018冬季新款	羽绒服	256	466	512	548	459
2018冬季新款	羽绒服	282	603	662	709	399
2017秋冬新款	羽绒服	515	2194	2409	2581	199
2017秋冬新款	羽绒服	220	408	448	480	459
2017冬季新款	羽绒服	152	240	264	283	519
2018秋冬季新	羽绒服	167	298	327	350	479

主题会议案例

目标分解到单品（以羽绒服类目为例）--目标调整

经过上面几个步骤，先把各类目标分解到了单款上,基本上看TOP50款就行了，前50款占了整体销售额与销售量的90%以上。

然后，再导竞品去年的历史类目情况，做与自身品牌类似分析，主要目的在于对比竞品与自身品牌类目单品的爆旺款差异。

最后，做相应的目标调整，像羽绒类目，之前就有提到，件单价太低，那么今年提升平均件单价，假设每款单价提高20%，则调整后的单品成交数量目标为：

宝贝名	类目	去年成交件数	调价后价格	保底目标(件)	挑战目标(件)	冲刺目标 (件)
2017秋冬季新	羽绒服	15963	754.8	17871	19623	21025
2018春季新款	羽绒服	9689	886.8	9233	10138	10863
2017秋冬季新	羽绒服	8093	826.8	8276	9087	9737
2018春季新款	羽绒服	9341	682.8	11561	12695	13601
2018秋冬季新	羽绒服	10851	562.8	16290	17887	19165
2018春季新款	羽绒服	8638	646.8	11282	12388	13273
2018春季新款	羽绒服	6141	646.8	8017	8803	9432
[定金预售]201	羽绒服	3227	814.8	3346	3674	3937
2017秋冬季新	羽绒服	1811	790.8	1938	2128	2280
2018春季新款	羽绒服	2033	670.8	2563	2815	3016
2017秋冬季新	羽绒服	2025	706.8	2420	2658	2847
[定金预售]201	羽绒服	1927	634.8	2568	2820	3022
2018春季新款	羽绒服	1757	694.8	2142	2351	2519
2017秋冬季新	羽绒服	1340	874.8	1293	1420	1522
2017秋冬季新	羽绒服	1210	874.8	1171	1286	1378
2017秋冬季新	羽绒服	1250	790.8	1341	1472	1577
2017秋冬季新	羽绒服	1217	802.8	1276	1401	1502
[定金预售]201	羽绒服	977	790.8	1048	1151	1233
2018秋冬季新	羽绒服	1358	538.8	2133	2342	2510
2017秋冬季新	羽绒服	1472	514.8	2423	2661	2851
2018春季新款	羽绒服	1441	526.8	2317	2544	2726
2017秋冬季新	羽绒服	848	742.8	960	1054	1129
2017秋冬季新	羽绒服	794	742.8	900	988	1058
2017秋冬季新	羽绒服	719	742.8	816	896	960

宝贝名	类目	去年成交件数	调价后价格	保底目标(件)	挑战目标(件)	冲刺目标 (件)
2018春季新款	羽绒服	809	634.8	1081	1187	1271
2017秋冬季新	羽绒服	466	898.8	436	479	513
2017秋冬季新	羽绒服	725	550.8	1116	1226	1313
2017秋冬新款	羽绒服	459	814.8	481	528	566
2017秋冬季新	羽绒服	666	526.8	1066	1170	1254
2017秋冬季新	羽绒服	526	646.8	689	756	810
2017秋冬季新	羽绒服	459	670.8	584	642	688
2018秋冬季新	羽绒服	470	634.8	632	694	743
2018冬季新款	羽绒服	361	814.8	372	408	437
2017秋冬季新	羽绒服	398	682.8	496	544	583
2017秋冬季新	羽绒服	344	682.8	431	473	507
2017秋冬装新	羽绒服	295	826.8	302	331	355
2017秋冬装新	羽绒服	382	514.8	623	684	733
2017秋冬新款	羽绒服	302	634.8	407	447	479
2017秋冬装新	羽绒服	269	742.8	312	342	367
2017冬季新款	羽绒服	216	826.8	216	237	254
2017冬季新款	羽绒服	348	466.8	630	692	741
2018冬季新款	羽绒服	274	538.8	430	472	506
2018秋冬新款	羽绒服	243	598.8	342	376	403
2018冬季新款	羽绒服	256	550.8	388	426	457
2018冬季新款	羽绒服	282	478.8	502	552	591
2017秋冬新款	羽绒服	515	238.8	1828	2007	2151
2017秋冬新款	羽绒服	220	550.8	340	373	400
2017冬季新款	羽绒服	152	622.8	200	220	236
2018秋冬季新	羽绒服	167	574.8	248	272	292

主题会议案例

资源分配

前面所说到提升销售一方面是提高件单价，另一方面还应考虑增加产品的资源分配（资源分配得当也能提高效率）；众所周知双十一的销售50%甚至以上都是在刚开始的2小时以内，那么这些销售肯定不是用户临时想起来去购买的，而是早早放入购物车坐等狂欢时付款。如何增加收藏加购量，这就跟预热时期的运营策略有关了，最直接的就是单品的资源的分配了。

根据前面确认出来的TOP50单品，当然是把最好的资源给最好销的产品，资源利用最大化。这里需要考虑，优先TOP类目+TOP单品，预热期尽可能多产品引流，进行组合搭配销售，提高客单价。

总结：具体资源有产、供、研、销四大方面，需要用甘特图把每个节点每项事物的推进计划详细列出，并节点检核追踪反馈。

THE END
Thank you for your attention