

比商品更让人眼花缭乱的,是玩法 双十一成营销游戏?

距离双十一越来越近,人们已经被倾盆而下的花样营销紧紧裹住。随着双十一大战的参与者越来越多,双十一促销活动的玩法也在不断进化,在商家用各种爆炸性词汇不停“撩动”消费者的同时,越来越复杂的玩法也让不少消费者无所适从。不少人直呼“比商品更让人眼花缭乱的,是玩法”,这场原本让利于消费者的购物狂欢节,也在平台、商家、玩法等各种力量的影响下,成了一场“乱”战。 ■据《天府早报》



各种玩法眼花缭乱

作为双十一的主力军,各大电商平台在距离双十一还有一个多月的时候,就已经开启了活动预热。随着时间节点的临近,各种大招也逐渐放了出来。

近日,各大电商双十一预售正式开启,各家平台纷纷开启了一场关于双十一的抢购大战。红包、满减、定金抵扣等专属双十一的优惠措施一一上线,更有商家在预售前几天就开始了短信提醒攻势。但是,面对这样“热情”的双十一,有网友表示,预售时间开始晚、低价措施花样多……更有网友表示,“购物就像数学考试”“如今花钱都变成了一件耗费精力的事”。

记者在淘宝网上随便点开了一款位于首页

推荐的户外保暖衫,进入页面后看到的价格描述是这样:初上市价格890元,双十一预售价575元,预估券后465元,付定金立减60元,购物津贴减50元,优惠券满690元减50元。那么问题就来了,这件衣服究竟是多少钱?相信很多人会一头雾水。

陈女士是典型的购物达人,每年双十一都能淘到不少便宜货,面对今年的促销规则同样犯难。“今年各种优惠方式太复杂了,都被搞乱了,不知道是不是真的便宜。”以她买的面膜为例,在商品首页上同样写着多条宣传语,“有的是平台优惠,有的是商家优惠,有的是买到一定金额后的优惠,我都看蒙了。”

各种广告不胜其烦

不只是玩法让消费者眼花缭乱,很多双十一的广告也让消费者心乱。张女士告诉记者,从距离双十一差不多还有一个月的时间,她就陆续收到了双十一的相关广告短信,“感觉我现在让这些短信轰炸得都有逆反心理了,太烦人了。”市民张先生也向记者吐槽,“一开始,我收到一条就根据提示退订,后来发现太多了,现在不退订,只看短信、删短信都要花不少时间。”

不只是手机短信,网页的促销同样让人不胜其烦。“打开网页,先蹦出个双十一霸屏广告,看

个视频,再来个十几秒的广告,刷个微博也会出现,到处都是双十一的消息,无孔不入,广告关闭按钮却很隐蔽,让你找都找不到。”张先生表示,“而且广告里面会将优惠信息放大,容易让人冲动消费。最后仔细想想,并没有优惠很多。”

其实此前就有不少消费者反映,双十一有些商品的价格并不便宜,甚至部分商家还变相提价。另外,高强度的发货也导致错发漏发或者掺杂瑕疵品,再加上远平时更慢的发货速度,购物体验不佳。

建议

货比三家理性购物

其实,近几年的双十一购物节似乎都没逃过消费者的质疑。这本应是一场让消费者开心“剁手”的狂欢,现在似乎成了一场考试。考试前,消费者需要预习摸透五花八门的优惠规则,货比三家,排除坑人选项;答卷时,消费者要保持思路清晰,精确算好账目,还得确保抢货手速;交卷后,消费者算算账,又常为自己“少用了哪种优惠”“买贵了哪件商品”“多囤了东西超出预算”感到懊恼。

双十一初期,低价是绝对的招牌,5折简单粗暴,却被消费者热烈欢迎。如今双十一走到第11个年头,已变成一场兴师动众的营销游戏?

有业内人士指出,对商家而言,虽然打折、优惠是最大卖点,但各种各样的算计,反而有可能得不偿失,这也意味着不能仅仅依靠低价来抢占市场,更要在意商品的质量以及售前售后的服务,这样才能真正吸引到消费者。而对消费者来说,预热、预订、加赠礼品,这些都是为了营造一种购物氛围,每年都会有人因为这些赠品或优惠而冲动消费,之后发现不合适再考虑退货,这样的氛围也会让消费者产生一种焦虑感,觉得优惠力度大,急着下单而忘了货比三家。

最后提醒消费者要理性购物,勿过度囤货,任何商品都有保质期,一旦囤货过多而造成不必要的浪费,既损失了金钱,也损失了精力。

小蜜蜂电商

新农人

劲/道 爽/滑 不/糊/汤

郢阳红薯粉

限时买一送一

即日起,购买59.9元的郢阳红薯粉5斤装,即可赠送价值15元的郢阳红薯粉1斤装,十堰主城区包邮

赠

郢阳红薯粉条

客服热线: 0719-8121950 / 8125837

体验店地址: 湖北工业职业技术学院科技中心一楼