

雨果论坛 NO.5

跨境电商品牌建立之 选品&口碑

主办: 雨果网

协 办: 华农百灵电商

指定服务商:



货源分销平台 DSS COM



广州积特

您身边的国际商标知识产权保护专家

支持单位: 三头六臂卖家联盟 活动行



跨境电商选品三境界

Lisa Qian 2015.4

我的电商经验

2007-2010

打工:国际买手



2010

创业: 跨境电商



2014

Amazon专业卖 家

- 浙江大学全球创业研究中心和国际创业学院跨境电商研究中心特聘专家
- 浙江大学全球创业研究中心和国际创业创业学院特聘讲师

2014年Amazon实战经验



传说中的神图

6个站点: 英、法、德、 西、意、美 暴增的销售数量:单日站点过5K

成功经验总结

- ►Amazon是一个扶持商品的平台:免费资源,各国配备账号经理
- ■最大的核心是选品:工学,管理学背景,毫无电子商务基础和网络技术背景;国际买手背景给到很多选品基础

Amazon平台特性:以商品为导向

- ▶ 一个商品页面,一个商品,多个卖家,页面不属于任何卖家
- 一个店铺可能只有1-2个产品,上百个商品可能根本没有店铺



Amazon平台特性:以商品为导向

- ■非常弱化的卖家概念,强 调商品的概念
- 一非常弱化的引流,促销概 念,强调商品的概念
- ●商品好是王道

我的选品三境界



初级: 选产品

简单的将工厂生产出来的产品放到网上销售, 竞争力在于供应链资源

包装	价格	利润	区别性	竞争	风险	电商平 台
无或者 简陋	低	低	无区别 或者区 别小	竞争对 手多	高	速卖通, ebay

中级:设计商品

运用商业原理进行包装设计,有法律法规的规划。

包装	价格	利润	区别性	竞争	风险	电商平 台
有	适中	较高	有商品 自身的 卖点	好 律 划 以 克 手 沙 美 沙 美 沙 美 沙 美 沙 美 沙 美 沙 美 沙 美 沙 美 沙	低	Amazo n

高级:品牌运作

运用故事和文化, 获得品牌认可和粉丝。

包装	价格	利润	区别性	竞争	风险	电商平 台
独有	具有定 价权, 可获得 高价	高	除了卖点,还有品牌故事	取代性低	低	Amazo n

任重而道远的品牌转型外贸之路

中国跨境电商目前处于中级的商品设计阶段

实践者

- •外贸从业人员
- •专业卖家

探索者

- •受聘于浙江大学全球创业中心,国际创业学院
- •和更多专家研究海外市场和规则

传播者

- •帮助传统企业 进行合规的商 品设计和开发
- •帮助小卖家提 升实操经验

更多跨境电商资讯; 干货

■ 请移步雨果网官网: www.cifnews.com

■ 雨果网微信公众号: cifnews



(扫描二维码关注)



感谢雨果网!感谢大

家!

Lisa Qian 2015.5于杭州