

# 河南跨境电商亚马逊新手卖家开店找跨境小雪

产品名称	河南跨境电商亚马逊新手卖家开店找跨境小雪
公司名称	郑州市金水区戊盛百货商行
价格	5000.00/件
规格参数	
公司地址	丰产路109号附10号
联系电话	18530213229

## 产品详情

### 亚马逊盈利模式

1、巨大的长尾给亚马逊带来超额利润：常规的大的书店只有几十万本书，亚马逊书店有310万本书，长尾理论挑战传统的20%的重度消费者购买80%产品的营销理论，互联网的低成本让80%的低度消费者成为利润的重要来源。

2、“亚马逊模式”：口口宣传的模式转移到网络上，只要你的个人网站上有亚马逊的链接，用户通过你的链接终购买了亚马逊的产品，你能获得消费额的3-7%的奖金。海量的用户点评和信息！

3、由低价批发到产品定制：

收集用户的购物信息和购物喜好，主动定制产品

4、亚马逊kindle3电子书平台的搭建

亚马逊kindle3电子书用户已超百万，完成卖硬件到内容盈利的模式。

## 5、转型购物网站

拥有1000万用户之后，网上书店成功转型为网络购物平台！

## 五、亚马逊的营销策略

### I 新颖

#### [亚马逊](#)

之所以成功，有一半归功于科技不为过。贝索

斯早就洞悉[商业价值](#)

与科技的必然关系。贝索斯说：“网络商业将是极度重要的。对许多垂直性产业（像书籍销售），重要性更是很快就会到来。网站的确可以在许多产业增

加[商业价值](#)，而之前科

技必须尽量成熟。”正如专家所言：未来对所有[零售业](#)

者的挑战，就是去决定科技与自己从事的零售行业是如何相关。

[亚马逊](#)具有高质量的综合书[目数据库](#)和方便的图书检索系统。1999年底，[亚马逊](#)

经营的图书达400万种之多，传统的书店不可能陈列如此巨大数量的书籍。网上售书成功的首要条件之一是商品提供能力，要10倍于实际商店和邮购商。如果没有10倍的魅力，很难在与传统售货方式的竞争中获胜。正如公司总裁贝传斯所说：“我们成功的诀窍很简单：即全面选择。我们的目标是：只要是已出版的书，我们这儿就有！”

除了[标引](#)

、检索外，亚马逊还有许多特色的服务使读者尽可能地全面地了解所需的图书。其中包括推荐中心（Recommendations

Center) 窗口, 亚马逊编辑筛选了一批图书供读

者选择; [书](#)

( Bestsellers ) 窗口, 专门用来查询的图书; 亚马逊不仅设计了丰富的检索入口, 而且在这些入口位置和层次的设计上也下了很大的工夫

, 以方便读者, 具体做法一是尽量利用[主页空间](#)

, 使得某些检索入口可以不同的形式反复出现, 以便于读者查询时随时利用; 二是它的推荐中心从八种不同的思路向读者进行推荐。有根据时间界限进行推荐, 有根据获奖作品进行推荐, 还能从读者喜欢的特定作者入手, 甚至还能根据读者不同的心情进行推荐 ( Mood Matcher ); 三是在每个检索入口都提供了许多“帮助信息”, 在查询作者、书名和主题时提出具体的建议或给出实例供读者参考, 在主题查询的开头部分设立“浏览流行的标题”等。

## I 快捷

可以从三个方面证明[亚马逊书店](#)

的快捷特征。其一是搜索快速

, 亚马逊不断更新其技术设备, 使用先进的[网络服务器](#)

, 因此功能极为便利与快速。另外, 除了搜寻选项之外, 顾客也可以同时浏览23种不同的主题, 如此也节省了上网的时间, 增加搜索的速度。这也是[网络书店](#)

虽然没有传统书店的临场感, 但是货比三家的机会却更为容易。其二是订购快速。亚马逊中有两套订购的操作方式。一种是常规方式“五步走”, 分别是: 把选择的书放入购物篮; 点“购物篮”; 按“Proceed to checkout”查看购物篮内商品; 选择服务方式; 提交订单 ( Press this button to submit your order )。一本书在这几按后便可买到, 当读者在亚马逊上消费过一次后, 亚马逊将所有你的与订购有关的个人信息已被存入个人账户之中, 你不用再填写任何文字, 只需摁一个键就可完成之后的手续, 其中包括消费者的收件资料, 甚至刷卡付费也可有网络系统代劳。其三是送货时间的快速。亚马逊快速的送货时间, 是其受好评的重要原因。[亚马逊书店](#)对于订货到达的时间有一[恒等式](#): 找到订货商品 + [装运时间](#) = 所需的送货时间。

举例来说, 许多种类的商品在[亚马逊书店](#)都标榜可以[全天候](#)

24小时购得，如果在美国当

地的消费者选择美国境内标准的送件方式，那么[装运时间](#)

约为3到7个工作日，期间的差距是依据住地的不同而定。套进上述公式，就是以的时间（找到订货商品）加3到7天（[装运时间](#)

），所以购物者可以预期在网络上下了定单后的4到8天，就可以看到货品了。以香港为例标准运输（陆地邮件）全球邮件 7~21整天，5.95美元/书+7美元/邮件，DHL全球快递 1~4整天，5.95美元/书 + 30美元/邮件。

## I 实惠

亚马逊曾经自称是举世大的折扣者，有[高达](#)

30万种以上的书目可以进行购买折扣优惠。的确

，少了[中间商](#)抽成剥削，促使亚马逊销售的书籍或其他商品，有着较平实的价格。

## 事

实上

后来亚马

逊书店的说法是，

该公司已经有超过40万件以上的商品

，包括书籍、音乐以及唱片和[视盘](#)，可以省下[高达](#)

40%的售价。提供实惠的商品是贝索斯的坚定信念，他曾经表示：“拒绝提供折扣优惠是一项极大的错误。部分[网络企业](#)失败的原因，都在于错估了价值的定理。”

媒体问过贝索斯：一家公司如何在网络上攫取大的市场？贝索斯回答：“在网络上‘价格’必须要有竞争力，值

得庆幸的是，网络

商业相较于传统商业来说是属于规模

化商业，重要的特征是高额的[固定成本](#)以及低度的[可变成本](#)

。”以实惠的价格建立竞争力，并回馈顾客，始终是贝索斯的重要[经营策略](#)。

亚马逊同时非常善于打[价格战](#)

。它提供的所有商品，其价格均还低于市价，高可享受40%的折扣，关于价格的规定，亚马逊作了非常细致的区分，亚马逊特别选定的图书，

将给40%的折扣；一般的[精装本](#)可打30%的折，[平装本](#)

则为20%。当然，它也指出，大部分的特约书和所有绝版书均不享有折扣的优惠。

为了开拓新的市场的，亚马逊非常注意密切与各出版商的关系。传统的出版商必须得承担所有的退货风险。因为出版商的某一部图书的[印数](#)

需要提前数月确定，而且为了鼓励[零售商](#)

多订货，他们一般都允许进

货书店退回未售出的书。因此，整个图书行业的[退货率高达](#)

30%以上。亚马逊则不同于一般[零售商](#)

。它们所定书籍，正是客户确定要买的书，所以

它们的[退货率](#)

几乎

为零。因

此，几乎所有出版

商都乐意给予亚马逊极为优惠的订货

待遇，从而提高了亚马逊打“[价格战](#)

”的能力，能够在

竞争激烈的图书市场中立于不败之地

。另外，亚马逊还凭借巨大的[客户信息](#)

，对客户的购书喜好和订购模式进行追踪分析，并及时反馈给出版商，使之成为出版商预测市场需求量

的重要参考信息。这样，就更加密切了两者的关系。