

## 香港COD物流/香港快递COD电商小包

产品名称	香港COD物流/香港快递COD电商小包
公司名称	深圳中邮全球供应链有限公司
价格	18.00/KG
规格参数	品牌:香港跨境电商COD小包 服务项目:香港跨境电商COD物流 服务地区:香港跨境电商COD快递
公司地址	深圳市宝安区福海街道稔田社区大洋路99-7号401 (注册地址)
联系电话	17666111742 17666111742

### 产品详情

去其他平台借鉴，比如Ebay、Amazon以及敦煌网等平台，然后把它们使用率较高的关键词，关联性较高的关键词保留下来放在搜索框里面，查询下在东南亚是否可以应用。

国际物流是一家向客户提供运输、仓储等供应链管理方案及服务的第三方物流服务企业，专注为电子商务行业提供仓储物流及 B2B、B2C 配送管理一站式解决方案，公司秉承“速度、服务、诚信、创新”的经营理念，坚守“让天下人没有难运的货物”的企业使命和“成为全的国际物流运营商”的企业愿景，一心一意为全提供的跨境国际物流转运服务。

台湾COD物流，菲律宾COD物流，东南亚COD物流，泰国COD快递，新加坡COD物流，香港COD快递，马来西亚COD物流，印尼COD快递，越南COD快递。日本COD物流。欧美专线小包  
国内物流仓储（海外仓）一件代发

公司服务包括：仓储及库存管理、国际转运(香港、印尼、马来西亚、日本、泰国、越南)等东南亚区域、台湾快递、第三方物流方案设计及全自动供应链管理方案等其他增值服务，在商务服务及物流服务行业获得广大客户的认可。

国际物流，致力打造一站式跨境物流平台。公司为中国电子商务卖家提供国际物流、全球仓储等电子商务综合配套服务，全程解决外贸电商供应链中卖家遇到的各种核心问题。公司通过IT技术和资源整合优化中国跨境电商供应链，结合自建物流直达专线和海外仓储等服务，构建基于互联网的全球配送体系，帮助中国卖家降低成本，提升中国制造商品的全球配送速度。

当然，还可以去竞争平台看下他们平台的关键词，比如Shopee、12Street这种东南亚电商平台。同时观察下他们比较火的产品都是什么，还有就是看下他们的搜索.多的关键词都是哪些。

关键词筛选出来之后，都是可以加到标题里面，然后到前台搜索产品去测试的。

## 产品图片

主图建议不要放太多的SKU和传递消息太多，简洁大方直接突出主图的卖点是很重要的，比如一款户外耳机，注明功能、待机时间、蓝牙功能，然后图片的底色用纯色就可以了。

附图不要和主图表述意思重复，要有差异化，要懂得换位思考，附图主要解决买家对这个产品的其他顾虑，你要打破买家在其他方面思维上的限制。

我给产品图片的基本布局配置一般是：2张产品整体图+1张产品细节图+3张产品卖点图+买家秀图。

## 营销工具

基础的工作都准备好了以后，就要去想着如何去获取平台流量，如何去提高转化了，设置好营销工具，就是提高流量以及转化的一种方式。

关于店铺优惠券的设置，多件多折这个是我感觉用的好的，而多阶梯式设置优惠券，也可以让买家感觉买的多挣得多，这样就变相提高了产品的客单价。

如果全店流量还不错的话，我是推荐设置多件多折优惠的，我通常都是爆款设置多件多折，去带动一些卖不动的或者去带动一些新品的销量。而且，优惠券和多件多折是可以同时使用的。

报平台活动的话，这个一定要细心，要反复检查，特别是批量上架，在每次下完文件后，一定要改国家和标题。我因为没有改，然后，把新加坡的表格直接发布到了马来西亚，后来导致马来站点直接死了。

还有就是，报大促的活动，因为没有检查好价格，导致价格差太多，一个产品出一单亏损80块钱。现在我就是会去反复的检查五遍，去看产品价格是否正确。

## 采购备货

因为我做的是户外的品类，买家购买衣服时会经常性出现一次性又买了好多的小部件，但是又不好分辨，有些时候会发错货或者说货代找不到货，以至于店铺取消率到了30%，差评也提高了，导致后来死了两个爆款。

于是，我开始尝试自己去联系厂家和他们沟通，是否可以在发货的时候在外包装加个面单上去，后来机缘巧合遇到了一个厂家，和他谈判好了，我的货物都是从那边订货，每次发货都给我视频，这样发货出现的失误就很少了。

疫情期间，由于各地均受到封锁限制的影响，电子商务在世界各地蓬勃发展，疫情迫使大多数人居家工作，这也是加速了在线购物的增长重要因素之一。

印尼也不例外。根据研究公司Momentum Works的新报告显示，印尼的电子商务在2020年达到历史高水平。另一份报告称，2020年，该行业占零售总额的20%，较2016年的2%有显著增长。这一数据也远超美国、法国、丹麦、挪威、瑞典和西班牙等国。

Momentum Works的首席执行官李江干表示，该公司部署了一个实地研究团队进行调查，以估算出该国的电子商务总交易。而其他零售渠道则依赖于第三方的列表数据。

这些电子商务销售数据与谷歌、淡马锡和贝恩公司(Bain&Company)近发布的《E-economy sea2020》等报告的结果一致。报告指出，印尼去年的电子商务总商品价值(GMV)已达320亿美元。

另一方面，Momentum Works的报告发现，同年该国的电子商务GMV总额更高，达到401亿美元。然而，在调查人员排除了取消订单、退货和缺货商品后，电子商务的净销售额为322亿美元。

与eMarketer的新报告相比，20%的电子商务渗透率这一数据非常的亮眼。这将使印尼排在四位，于美国和法国，排在中国、韩国和英国之后。

据Momentum

Works称，随着生鲜食品、消费品牌和数字金融等新商业模式不断涌现，印尼的电子商务将继续增长。

### 3、总结展望

-泰国

-马来

-菲律宾

上面三张图，分别是泰国、马来、菲律宾站点，近三个月中比较亮眼的成绩了。高的话，菲律宾单店是差不多1000美金的营业额，共98单。三个站点营业额加起来，是2600美金左右，换算成人民币的话是接近17000元。

### 转型精品

因为电商行业开始越来越趋向于精细化的运营，铺货的方式已经不再适合中小卖家，而且，现在Lazada也在提倡精细化运营，所以店铺一直在转型的过程当中，原来我一直是走铺货模式的。

基本上，现在每天所有的站点加起来可以到400到500单，因为现在一直在删除产品，上架新类目的产品，虽然店铺流量掉的不是很明显，但是单量却下滑的很严重，这个问题我正在摸索和解决当中。

## 未来规划

我接下来的打算是，如何让Lazada店铺重新回到以前的情况，然后把Shopee也做起来，并尝试去做下本土店铺。

展望未来，东南亚市场潜力真的是非常的大，大家可以一起掘金。其实，在运营店铺过程中，总是会有新的问题新的挑战出现，我也在不断学习与加油，希望大家亦是如此，加油各位。