

台湾跨境电商小包COD专线香港跨境电商小包日本COD小包国际物流专线

产品名称	台湾跨境电商小包COD专线香港跨境电商小包 日本COD小包国际物流专线
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号1层-东
联系电话	13461822095

产品详情

东南亚COD电商小包是前两年跨境电商领域非常热门的一个话题。东南亚COD怎么做。现在入局还有机会吗。介绍COD的具体玩法之前，我们先来说说COD是什么。COD是Cash on delivery的简称，也就是货到付款的模式。用户收到货后把钱给物流方，物流方再给卖家，回款周期有月结、半月结和周结。

目前，COD主要针对东南亚、等新兴市场，国内电商基本很少使用该模式。01为什么是东南亚。东南亚是一个的流量池，和地区相比，流量成本要低得多。如果你在Facebook上比较区域和东南亚的CPM，会发现显著差异。

在美国，广告投放费用大概是20美元/CPM，而在东南亚，只要5美元/CPM。也就是说，同样的campaign，你投放到东南亚，的广告展示量起码是在美国的3倍。那么，在东南亚支付为什么首先COD呢。这主要是因为东南亚大多数仍处于发展中阶段，络、线上支付和物流系统，普遍不是的完善。

而且线上交易涉及到等问题，导致大家对线上交易缺乏信任。02COD模式的运作过程COD发展至今，已经形成了一套相对固定的打法——单页COD模式。卖家只需要设计单个购买界面，而后通过在Facebook等社交媒体上投放广告。

买家点击广告可直接进入到产品购买界面，完成下单后卖家发货，以货到付款的方式完成商品交付。03单页COD模式的优缺点单页COD模式相对于跨境电商的其他模式，拥有一些独特优势：|解决了消费者的信任问题在COD模式下，用户如果对商品不满意，可以拒绝签收，不必担心“钱货两空”。

因此，用户的信任感更高，更愿意尝试在线上购物。|可触达更多用户群体COD模式让不使用PayPal和，或者居住地不方便使用在线付款方式的，也有了在线上购物的可能性。大大拓展了潜在购物群体的规模。|单页模式建站成本低对于站而言，单页模式前期建站成本较低，能够较快铺开局面。

目前比较常用的建站工具有BC、SP、XShoppy等，老外用wix比较多。|不受平台规则约束COD以Facebook、Instagram等社交媒体作为主要流量来源，不受平台规则的限制，打法更加灵活。不过单页COD模式也存在自己的短板，限制了其体量规模增长。

拒绝签收的几率成倍增加。一般情况，COD模式下客户拒绝签收的几率会成倍增加。比如，小A想买一件衣服，但是怕出现“买家秀”与“卖家秀”的情况。于是她灵机一动，决定买三件，按自己的尺寸买一件，然后再分别买一件偏大码的和偏小码的。

等衣服到了之后，留下合适的那件，退掉另外两件。搜索网站作为基底，单页COD模式更多的产品销售渠道来源于广告，消费者自然搜索比率低，搜索度较差，难以形成有效的搜索购买效应。极难形成粉丝沉淀由于是单页模式，难以形成粉丝沉淀，由此也带来了复购率较低等连锁反应。

游击战模式，难以形成较大规模“打一，换个地方”的游击战模式，注定了单页COD模式形成规模化操作的难度大，对于选品要求极高。