独立站的推广渠道比较

产品名称	独立站的推广渠道比较
公司名称	深圳市云端共赢文化传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市龙华新区民治大道优城商务大厦
联系电话	暂无

产品详情

独立站的广告渠道包括：1、Email；2、SNS社交平台；3、Facebook/Google广告；4、博客/论坛；5、网红营销；6、CPS联盟营销，大家可根据实际情况，选择适合自己的平台。

1、Email

邮件营销又称EDM，是区别于亚马逊站内信的一种形式。亚马逊的站内信其实是没有操作空间的，基本上被监控的死死的，什么折扣码，超链接都是违规的。

而EDM，就自由很多，基本上你想怎么发就怎么发了。需要注意的是，EDM并不是拿到一大堆客户的邮箱，然后疯狂给他们发邮件，因为这样大部分的邮件都会被送到垃圾信箱里，经常会被封掉IP，相信各位都有过邮件就发不出去的例子。

2、SNS社交平台

(Facebook、Twitter)

需要我们花时间运营好账号，积累一定的粉丝以后(做一些新品市场调查、产品赠送活动或者抽奖等互动活动可以吸粉)，再逐渐做引流的工作。

(Youtube)

找视频达人合作，这样视频浏览量就有保障了，同时还建议和达人沟通，在发布视频的时候带上独立站产品链接，甚至是折扣码，供有需求的用户进行选购。

(Instagram、Pinterest)

Ins更偏年轻化，Pin的话更偏向女性受众。

3、Facebook/Google广告

Facebook适合感官类产品，比如服装、首饰类，让人通过视觉就可以感受到样式的产品。

而Google广告适用于刚需类产品，比如除草机、螺丝钉等，当买家需要这些产品的时候，第一时间肯定是在谷歌去搜索，它的转化率是比社交广告要高的，因为毕竟主动搜索的购买意向是很大的，相比于刷社交刷出来的广告来说。

4、博客/论坛

比如一些专业领域、汽配、宠物等，都会有专业的论坛和博客。可以通过站内信chat方式去联系这种博主，让他们帮忙写写软文推销，也是一种非常好的流量来源。

5、网红营销

网红这2个字代表了流量、精准的客户购买力、品牌知名度、实力的扩展等实实在在的收益。在国内亚马逊大卖家当中，环球易购、anker、Banggood等都是网红营销的大户，而小卖家使用网红营销的频率也非常高。

除了半成品类型的产品，大部分快消品，时尚用品，家庭用品，日用品都可以选择网红营销。

6、CPS联盟营销

CPS联盟营销，它是一个基于效果的营销，简单的来说就是：一个可以激励营销人员推销我们的产品，来换取佣金的方式。

营销人员会注册你的联盟计划，把客户引导到你的独立站上，这样只要是通过他们的链接过来购买的客户成功消费之后，他们都会获得一笔佣金，而这笔佣金需要由卖家也就是你来支付。

所以无论是独立站、亚马逊，还是其他的一些平台，联盟营销都是海外推广比较有效的一个渠道之一。