

# 深圳龙华寄发俄罗斯COD物流专线代收货款跨境小包一件代发

产品名称	深圳龙华寄发俄罗斯COD物流专线代收货款跨境小包一件代发
公司名称	深圳市哲马国际供应链有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区福永街道怀德社区第三工业区A1栋215
联系电话	18207573673

## 产品详情

深圳市哲马国际物流简介：十余年运输操作经验，自营运输专线，从操作、清关、分拨、配送、COD代收货款自己操控；深圳龙华寄发俄罗斯COD物流专线代收货款跨境小包一件代发，台湾cod专线、香港cod专线、泰国cod专线、印尼cod专线、越南cod专线、菲律宾cod专线、马来西亚cod专线、新加坡cod专线，日本COD专线、中东COD物流专线、俄罗斯COD物流专线等等一些地区的专线。广州、东莞、深圳均可上门取件，自营运输专线有印尼跨境电商小包，台湾快递、台湾电商小包、香港电商小包、泰国电商小包、越南电商小包；所有跨境电商小包专线我司均可提供分配哲马系统的分账号以便客户自助下单、打印面单，客户可自行查询跟进，快件轨迹实时掌控；支持上门取件、代收货款、改派、仓储转寄(转寄订单下达之后两天内完成转运动作)；

选择哲马物流的优势：

- 1、行业内偏低的价格，敏感专线。
- 2、管家式服务，一对一贴心。
- 3、收货及时检查，24小时内发货。
- 4、免费仓储30天。
- 5、免费拆包验箱拼货。
- 6、免费拍照、免费验货。
- 7、到货出货自动通知。

伴随着新冠疫情的反复，全世界电子商务陆续逐渐活跃性，不但要想占有头顶部，并且还想要去其他人的山上吃荤，因而跨境电子商务爆红。接着，便推动更新消费知名品牌出航新机遇。殊不知，在现在的知名品牌出航火爆市场竞争时期，许多电生意人看好东南亚地区这方面比邻而居的销售市场，那么东南亚地区销售市场能否也有新的机遇？知名品牌出航又该具有哪些的工作能力？

鲸鱼社特聘DNY123/鲸友会创办人Musk共享东南亚地区市场的机遇与挑战及其知名品牌出航的几个竞争优势！

共享特邀嘉宾：Musk

15年从业跨境电子商务17年进到东南亚地区销售市场，主做消费服务平台，做东南亚地区销售市场早已有三年里程数，在进到东南亚地区销售市场以前都还没人到做，因此它们逐渐就做过一个账户“虾叔说共享”！以后写作了东南亚地区市场的网址导航大全，为了更好地便捷东南亚电商社群营销沟通交流等便构建了鲸友会。

东南亚地区跨境电子商务，新起知名品牌是不是还有机会？（以美妆护肤为例子）

淘宝网往年双十一美妆护肤品类排行榜统计分析

没有一个知名品牌能够经久不衰！

根据淘宝网往年日用品排行榜观查，2018年以前极致日记花西子从没产生过，可是一朝盛行，便一发一发不可收拾。极致日记在东南亚国家全方位洒花，尽夺青楼花魁！

消费升级知名品牌搞好东南亚电商必须 具有的几个关键因素？

## 1、重视文化整合

### 信念文化整合

东南亚国家地区分散化隔断、世界各国多元化显著，平台电商推行规范化运营难度系数较高。

东南亚国家关键分成中南半岛和马来群岛，海岛世界各国遍布分散化，地理部位互相隔断，造成世界各国生活方式等领域差别很大。与此同时，做为多文化融合地域，世界各国民族宗教及传统文化艺术等不尽相同，进一步加

变大差别，巨大提高了传统式服务平台型电子商务规范化运营的难度系数。实际体如今，因世界各国顾客需求不一样，同种类产品无法顺从所有的顾客的喜好，造成电子商务没法规范化选款，且一旦选款层面发生水土不服情况，就非常容易遭遇产品库存积压，最后库存商品库存积压资产减值连累业绩。

### 消费喜好文化整合，搞好商品客随主便

#### 马来西亚&新加坡消费喜好比照

东南亚国家地区隔断、多样化特点明显，世界各国人们的消费者喜好明显不一样。

比如，新加坡信念伊斯兰教，衣着相对性传统且喜爱中华民族传统服装，与宗教自由的马来西亚老百姓的服饰类目喜好差别就十分明显。

因而，针对东南亚地区市场的跨境电商平台公司来讲，采用“客随主便”

的文化整合经营模式，并融合地域具体情况严苛开展目的性选款至关重要。

语言表达文化整合 电商客服语言表达层面一定要搞好。

## 东南亚地区世界各国使用的语言表达

东南亚国家丰富多彩的语言表达自然环境针对电子商务的服务能力提出高规定，如产品介绍的汉语翻译和售前服务的沟通交流均需大量的语言表达精英团队和客户服务精英团队，中小型电商企业遭遇的挑战比较大。典型性我国如马来西亚，自身就会有四种官方用语（马来语、英文、中文和泰米尔语），兼具各语言表达客户的市场需求是一大难题。

## 2、供应链管理

东南亚国家内绝大部分我国仍为发达国家，平均住户人均收入低，一般群众消费水准比较有限：以Shopee泰国网站为例子，最受大家喜爱的女式上衣质优价廉，平均价仅约为30元RMB。

客随主便的文化整合经营模式变成东南亚电商发展趋势重要，选款工作能力打造出竞争优势。

### 供应链管理实例分析——安克

商品批发价的不同造成 商品销售量发生巨大差距。

好商品不一定卖得好，安克商品性价比高十分高，可是在东南亚地区销售市场销售量日均不够10，它的价格在200。

外型的无差异，造成 廉价商品热销。

因为移动电源在外表上是看不出来很大的多元化的，可是只能在具体应用中能够有应用差别比，例如：电池充电平稳、电池充电mAh、电池充电频次等。

## 3、方式精准定位，广告营销

广告营销拓客——Shopee&lazada两大流行电子商务平台

### Shopee&lazada两大电子商务平台多元化比照

Shopee，东南亚地区第一大平台电商，高度重视性价比高与文化整合运营。创立于2015年，是东南亚地区互联网公司Sea（腾讯官方为其第一控股股东，持仓40%）分公司。

企业关键市场定位包含中国台湾、新加坡、印度尼西亚、泰国、马来西亚、泰国的和越南等。

在经营战略层面，企业更偏向于C端本人店面方式，主推性价比高商品，页面也突显商品折扣优惠优点。

Lazada，重品牌营销策略打造出高品质用户评价，购娱作用扩展生态链。是阿里巴巴集团旗下的东南亚地区高质量跨境电子商务服务平台（阿里持仓占比达83%），关键市场定位为新加坡、印度尼西亚、泰国、马来西亚、泰国的和缅甸等我国，现阶段已有着超出7000万的年终活跃性客户。

在服务平台精准定位层面，企业偏向于打造出高档电子商务平台品牌形象，LazMall和LazGlobal两大商城聚集了诸多高品质知名品牌。

获人流量来源于——主要Facebook社交新闻媒体

社交媒体占有率&Facebook在世界各国的社交媒体占有率

Facebook是东南亚国家最红的社媒服务平台，也是电 商服务平台最重要的获人流量来源于。

Facebook在东南亚国家占有率高，且现在仍处在迅速发展期。依据Kantar的数据信息，2019年Facebook占有东南亚地区社媒销售市场37%的市场份额，是最核心的社交媒体。特别是在在部分落后地区地域（越南和越南等），Facebook市场占有率高达62%，占有较大优势。

Facebook是东南亚国家最红的社媒服务平台，也是电子商务平台最重要的获人流量来源于。

依据We Are Social的数据信息，东南亚地区世界各国的Facebook潜在性广告宣传精准推送率在80%上下，远超全球平均（32%）。精准推送率是广告营销中的主要指标值，高些的接触率代表着，当卖家在Facebook开展广告营销时，能够遮盖到更多客户、完成更快的推广转换实际效果。

现阶段，Facebook已变成东南亚电 商服务平台最重要的拓客方式之一。

外界广告宣传引流方法——GOOG百度搜索引擎引流

电 商广告营销推广不断加仓完成顾客精准推送，百度搜索引擎及社媒网址为网上推广主阵地。

2019年东南亚地区五国的数据营销开支同比增长率在9%-16%中间。从营销手段看来，现阶段东南亚国家数据营销方法具体分成检索竞价推广、定项展现广告宣传、社交媒体推广视频内容运营等。在其中Google等平台的检索竞价推广为最关键宣传手段，而在Facebook、YouTube或Instagram等社媒方式的定向广告营销也在不断地发展趋势。从成本费端看来，现阶段东南亚国家的广告宣传展现成本费仅为欧洲地区的30%-40%，存有比较大流量红利。

出航知名品牌在东南亚地区的取得成功案例分析——极致日记

极致日记世界各国网址粉絲量、商品等数数据分析及比照&极致日记官方店市场销售状况

在2020年4月，极致日记依靠Shopee平台逐渐进入东南亚地区销售市场，6月根据邀约马来语直播间人员开展直播间，进行万单销售量，一举冲击性东南亚地区彩妆产品销售市场。以后逐渐向广播节目新闻媒体涉足，进驻本地电视台节目投放广告铺装营销推广，同一年11月份，仅根据11.11大促拿到makeup类目市场销售top。

深圳龙华寄发俄罗斯COD物流专线代收货款跨境小包一件代发