

泉州寄捷克COD快递小包物流 跨境电商COD快递

产品名称	泉州寄捷克COD快递小包物流 跨境电商COD快递
公司名称	深圳森鸿国际物流有限公司
价格	15.00/KG
规格参数	品牌:捷克COD物流 主营业务:捷克跨境电商小包COD 服务:代收货款一件代发双清包税
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东（注册地址）
联系电话	19079896087 19079896087

产品详情

跨境电商品牌说

警惕流量陷阱！忘掉花哨玩法！

商标化的品牌无价值！

安克创新创始人CEO阳萌：

毫无疑问的是，中国的出海企业正在进入一个可持续增长的全新上升通道，但可能会很痛苦。当商家面对由外部消费环境、资本及政策这三大维度变化所带来的挑战时，好的对策就是做好对用户的感知力、产品力以及品牌力。当竞争越来越激烈，流量越来越贵，成本越来越高，能与之对冲的唯一办法就是品牌溢价。

那如何做品牌？商家们普遍认为，打造品牌需要专注，更需要时间的沉淀。在坚持长期主义的理念下，品牌还应该学会做好差异化和本土化，不要盲目投入到流量陷阱中。

人总不能在一棵树上吊死，在亚马逊上打假就像一场无休止的猫鼠游戏，是时候看看外面的世界是不是也挺精彩。安克创新一直都是谨言慎行，封号事件充分说明，精读卖家守则有多重要。

乐歌董事长 项乐宏：

向出海商家提出几个建议：一定要做独立站；不要铺货，要做垂直，从一个细分品类深扎进去；做好合规化，只要做好合规化就死不了；一定不要，因为毫无意义；后，要真实了解用户的想法、痛点。

YesWelder创始人 朱程丰：

“快”是做不出品牌的，品牌一定是积沙成塔、一点点沉淀出来的，它可能需要五年、十年，甚至更多时间，才慢慢有样子。这个过程中，没有那么宏伟的版图摆在面前，就是日复一日做简单而普通的事，做各式各样的小事。不要做自己心中的品牌，而是做用户选择的品牌。

Worthfind合伙人ROCK：

很多商家看到商机而投入赛道，过于短视，忽视了建立品牌。在供应链日益成熟的当下，只有注重品牌营造，才能在众多竞品中脱颖而出。不需要赚所有人的钱，要做好自己的受众，也不能为了差异化而差异化。

Bluetti海外品牌部经理 于洪：

深耕自己的品牌远比一些渠道玩法更加重要，跨境电商品牌把精力放在掌握各个电商平台玩法上，是种得不偿失的做法。做产品与其让一万人知晓，不如让一百人尖叫。

Segway-Ninebot九号公司SVP兼全球业务中心总裁 黄琛:

DTC模式的内核是复购，而复购关键在交易之外。创造好的体验和解决用户需求。不要想让消费者忠于我们的品牌，而是我们要忠于我们的消费者，给他们提供更优的服务、更简便的服务、更酷炫的服务，品牌自然而然会慢慢立起来。

Tineco添可及市场营销总监 糜文迪:

中国品牌初次走到海外，怎么去跟海外品牌做差异化？我觉得还是从用户的反馈出发，看一下他们现在到底有哪些问题是解决得不好的，然后在产品上比竞争对手做得更好，并用本地化的方式跟营销打法去告诉消费者我们的差异到底在哪里。

LilySilk CEO王民富:

未来比较健康、比较成熟可持续发展的跨境电商模式，或者叫做全球化品牌，一定是流量、产量、声量，三量结合的方式，才能够有更好的机会。

Vesta创始人兼CEO谷振宇:

如果说某个新品牌希望做到100，那产品创新应该是那个关键的“1”。用新技术颠覆原有品类，这样的产品创新才能实现快速增长。

NewMe联合创始人 顾俊:

内容时代的真正红利是什么？，品牌种草红利；第二，新客成本红利；第三，流量成本红利。只有做到这三点，就能通过内容的精细化运营赢得海外市场。

Wantdo安致创始人 谭铁:

用通俗的话讲品牌，就是你的产品从一开始销售，在客户那里不管是好的还是坏的所有印象都能慢慢形成你的品牌印象，不要去做一个件损害你品牌的哪怕非常小的事。

千岸科技的联合创始人 刘治:

商标化的品牌是没有价值，它无法给用户提供更多的服务或者是产品的附加值。所以我们下定决心从产品端下狠手。通过扎扎实实做产品，逐步获得了一些用户的认可，品牌力逐步在建立。但做品牌并不仅仅等同于做产品，所以接下来我们会在品牌营销上继续发力，争取达到品牌力和产品力的同步提升。

致欧家居科技股份有限公司创始人 宋川:

既然做全球化的品牌，还是要回归到当地的人才、当地的打法、当地的消费者触达和转化等等营销环节，这中间就需要很多的本土化人才以及方案。

北京石头世纪科技股份有限公司创始人 昌敬:

打造一个好的品牌，要做好以下四点：点是要以诚信为本，第二点就是要解决实际的问题，第三点

是本地化，第四点就是把用户体验放在位，提供优质的客户服务。

成都极米科技股份有限公司创始人 钟波：

一个的企业，它必须立志于去做长期而正确的事情，而建设品牌就是一个非常正确的事情，因为它可以让你在众多的产品中脱颖而出，做到与众不同，进而获取市场上的更多的价值。