

# 东欧国际物流专线 东欧COD小包物流

产品名称	东欧国际物流专线 东欧COD小包物流
公司名称	深圳浩亿达国际物流有限公司
价格	15.00/千克
规格参数	欧洲物流:欧洲COD小包物流 欧洲快递:欧洲COD物流专线 电商小包:欧洲电商小包物流
公司地址	深圳市宝安区福海街道塘尾社区凤塘大道福洪工业区讯源智创谷1栋102
联系电话	15874277716 15874277716

## 产品详情

有人也在问现在有没有什么未被发掘的流量金矿。之前做海外市场时，老板每次开会也会问这个问题，有没有什么新的流量池？

在现在这个情况下，找到一两个别人都没发现的流量蓝海是很难的，如果是中小品牌，就应该选择一两个平台去聚焦深耕。

钱、效率和人，一次只能要两样

做到后面，还是去拼你的素材的转化率，或者说拼你后端是转化到私域，还是转化到电商流量转化效率。转化做得更好才能在当下胜出。

一些互联网公司单独的增长部门，我觉得把增长和市场放在一起是好的。那个单纯买量的时代已经过去了，光买量不懂内容肯定不行。

我觉得，钱、效率和人是一个不可能三角，你只能一次取其中两样，不可能什么都要。既不花人又不投钱，还想速度快，我觉得是不存在的。

如果钱不够了，那就必须在人效产出上下功夫。

不花钱，那就和别的部门形成新的关系

前北森市场总监，酷渲科技市场总监 陈楠

就市场部门而言，开源和增效肯定是两个事情都要做，但是两个事情做法不太相同。

先把客户数据库里的那些存量搞清楚

每个公司还有什么环节能够提供效率，这个比较容易找到，找到之后采取一些手段，也会有比较显而易见的效果，但开源的时候就要小心。

线索的“开源”，投进去的金钱人力等成本，要算算转化率到底值不值。开源一定要做，但我会建议小步快速迭代验证的方式去做，千万不要大撒把的方式去做，不然甚至会把之前已经跑的比较好，效率比较高的方式都冲掉了，整个团队也被拖的精疲力尽。