

1400万电商卖家都将被淘汰，未来想生存有1条路可走：模式可复制

产品名称	1400万电商卖家都将被淘汰，未来想生存有1条路可走：模式可复制
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

中国虽然有1400万电商卖家，但95%的电商卖家都将面临淘汰，在未来3-5年想要生存或许只有一套路可走：背后的模式值得复制！

1、1400万电商卖家将被淘汰

2、从引流卖货变成经营人

3、商业闭环中暴利的项目

—

1400万的电商卖家为什么会面临大淘汰呢？

有人认为现在有了短视频以及直播带货、这种兴趣电商的消费方式，人们都不愿意再到传统电商平台购物了。其实不是这么回事。

真正的原因是大多数电商卖家的思维都太落后、太老套了，他们每天都在想着付费推广获取更多流量，卖货赚差价。

但电商卖家都忽略了一个问题，现在流量红利已经消失了，流量的成本越来越高，再用流量思维卖货赚差价必然是不可行的。

例如，你卖一件产品的毛利率才25%，但你的获客成本都25%-50%了，你怎么赚钱呢？

包括现在做短视频及直播带货也是一样，不要看很多主播、带货公司一个月能卖几千万、几个亿，但出去成本几乎都是亏损的。

在市场同质化竞争下，传统电商卖家和带货公司、主播（兴趣电商卖家）为了抢占流量，就需要不断的付费推广、不断的打价格战，终的结局是鹬蚌相争渔翁得利，只有平台与极个别头部能赚到钱。

那么电商面对大淘汰的危机，未来该何去何从呢？只有一条路可走！

二

在未来3-5年，电商卖家想要生存，首先要转变经营思维，要把引流卖货赚差价变成经营人，围绕一个用户提供系统的服务及产品。

什么意思呢？举个例子，你现在是卖儿童玩具的电商卖家，你除了在电商平台去引流卖货，在短视频直播平台推广你的产品外，一定要做老客户运营。

也就是说只要关注你短视频、主播账号的粉丝以及购买过你产品的客户，你都可以把她导入到个人号及社群。

为什么要这么做呢？

如果你用流量思维去考虑，你把玩具卖出去后跟这个宝妈就没关系了；但如果你用经营人的思维去运营老客户，你的生意才刚刚开始。

你要知道宝妈除了去购买玩具，他也需要购买童装、包包，男装、育儿知识、情感课程、子女教育相关的书籍、线上课程等等。

由此可见当你把宝妈导入到个人号后，就可以围绕宝妈的需求去提供一系列的产品及服务。不仅可以做电商、还能做知识付费变现。

同理，如果你是卖包包、鞋子、化妆品的电商卖家或者任何领域的电商卖家，也可以把一生一次的生意做成一生一世的生意，构建一个商业闭环，让粉丝持续复购你的产品。

三

从上述的商业闭环中可以看出，电商除了卖粉丝需要的相关产品外，一定要看懂知识付费的商业价值。

比如，除了为宝妈粉丝推荐童装及玩具外，也可以去买育儿、子女教育；除了为购买化妆品的女性用户

提供包包、鞋子等关联产品外，也可以去情感课程、情商课程、沟通课程等做知识付费。

电商卖家在打造商业闭环的时候，之所以要把知识付费、卖课作为一个重点项目，主要是因为卖货是低成本、高回报的项目。

例如，你的粉丝是宝妈人群，你去开发相关的子女教育、育儿知识课程，除了花些时间外，机会没有成本；而且这样的一套课程可以卖个大几百、甚至大几千、是非常暴利的。

更关键的是卖课程做知识付费，不需要仓促、运输、发货及售后服务等，非常简单方便。

当然，这种课程不一定非要老板自己去开发，可以请团队中的销售顾问、社群运营导师或者与的老师合作开发。