

亚马逊+独立站双轨模式如何选择合适的建站系统？

产品名称	亚马逊+独立站双轨模式如何选择合适的建站系统？
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	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋402室
联系电话	13728755927 13728755927

产品详情

当跨境电商行业发展到现在，整个行业的秩序和规则也会愈加明显，譬如：亚马逊封店，有的人觉得亚马逊赶尽杀绝、过河拆桥，有的人却觉得更公平了。粗放式经营、黑科技玩法、单押某一渠道都导致运营的整体效益不稳定。跨境电商卖家在亚马逊封号事件的刺激之下，都在进行多渠道布局。

有人跨平台、市场重新开始，亦或是转型独立站搭建品牌；有人在现有平台业务的基础之上，增加B端、DTC品牌独立站的铺设，也有的人却想亚马逊和独立站共存发展。现阶段，不管是亚马逊平台卖家、亚马逊与独立站双轨并行卖家还是亚马逊转型独立站的卖家在拓展独立站的过程中，都面临着流量、资金和人才等难点。

所以好的方式是有一个平台：既可以站内消费，也可以给忠于亚马逊的客户去亚马逊购买，既可以直接从厂家那边购买产品（厂家入驻平台），又可以通过询盘的模式走批发。

我推荐youcms多商户系统/单商户系统，原因有：

1、亚马逊引流

支持直接链接到亚马逊店铺的产品，或者链接到亚马逊联盟，赚佣金。

发布亚马逊链接后，所属产品都会备注 Amazon字样，同时产品页会有专属的亚马逊购买链接：

发布亚马逊链接：

输入亚马逊的产品链接：

这样凡是支持亚马逊的产品，都可以站内购买+亚马逊购买了

2、批发模式

支持多个产品询盘：譬如 100个产品询盘/批发：

买家输入100个产品询盘后：

等待卖家报价：

卖家出价：

比如 卖家输入1250，假设每个汤匙耽搁价格 12.5，

买家收到信息

买家可以选择接受价格，也可以拒绝，接受的话：

加入购物车，付款.

如果拒绝价格：

卖家可以重新报价：

直到买家接受或者买家放弃、卖家放弃等。

综上，比起亚马逊流量获取难、无转化等痛点，独立站的流量来源更多、转化率更高，但实操难度也更大。社交媒体、搜索引擎、邮件营销、红人营销、联盟营销均是独立站流量来源渠道。如何获取，并将这些流量转化为自身网站的私域流量，形成良性生态循环是独立站卖家能否成功打造品牌的一项重要因素。我尝试了很多方法：

- 1、自建分类信息站，并启用不错的域名来引流。

效果还可以，但是精-准流量不够，反而很多人进来发广告，人气不错，怎么赢利是个问题。

- 2、自建折扣站。

3、自建交友站。

目的是：通过吸引很多老外进来交友，通过导航条和广告位的方式引导到商城。

4、打造自媒体时尚平台，通过导航和广告位，给商城带外链。

5、做博客聚合站。

聚合很多网红和用wordpress博客做站的折扣站博主。

6、视频导购。

这些站的流量现在稳定，所以后续的目标是找精-准的流量。