

## 美国电商小包专线

产品名称	美国电商小包专线
公司名称	浩亿达国际物流（深圳）有限公司
价格	17.00/kg
规格参数	跨境电商:美国电商小包 跨境电商:跨境电商物流 跨境电商:跨境电商快递
公司地址	广东省东莞市寮步镇牛羊工业区凤凰台路67号
联系电话	暂无

## 产品详情

森鸿国际物流，业务涵盖电商小包、大宗商品进出口业务港口代理、海运订舱、仓储装卸、多式联运、供应链方案设计与管理等服务。为各类大宗散货、件杂货等提供自有仓库堆存场地40万平方米，年代理吞吐量达800余万吨，电商小包吞吐量30万票，服务于百余家企业，其中包括业内大型工厂、贸易商等。为顺应时代发展步伐，公司开拓台湾，香港，美国，越南，泰国，印尼，新加坡，马来西亚，菲律宾专线，通过空运、海运、陆运、铁运等多式联运模式，为客户提供从港到门的全链条物流解决方案，服务网络遍布全国。

流量的变化和增长，电商市场也随着日益增强，网民网购的比例增加，这对电商卖家来说无疑是巨大的好消息，但是卖家也要确保在市场竞争力下，了解消费者的网购行为和增强企业本身的品牌形象和产品的质量要求。近期，广告平台Criteo公布了第三份全球商业评论（Global Commerce Review），全面的数据分析，协助零售商们更精准的了解消费者的购物行为。该报告涉及全球80多个国家5000多个零售商。

报告的数据显示：

1、移动数据全球化，移动端购物车交易量比去年增长14%

随着5G时代的到来，手机越来越多的融入到我们的生活购物中，移动端的交易呈上升的趋势以不足为奇。无线端的优势要尽早发现并利用这一趋势才能获得先机优势。

## 2、北美有40%的网购交易是通过智能手机完成

2018年，美国人使用智能手机进行网购的频率更高了。事实上在美国，从2017年第3季度到2018年第3季度，通过智能手机进行销售的份额也有14%的增长。

移动互联网也慢慢的占据了的网购世界，零售商们需及时调整自己的销售策略。具备良好的移动体验将使零售商们拥有更多机会接触到更多的新受众，并提升消费者参与度和企业本身的销售额。

## 3、移动端APP的转化已经是移动网页的3倍

Criteo的报告表面，在北美采用购物App购物的转化率达到20%，是移动网页购物率（6%）的3倍以上，PC端的转化率也仅达到了11%（如上图）。准备做移动端的零售商们，资本充裕的情况下，建议开发自己的购物APP作为自己主要产品的渠道销售，这个对于移动端的产品销售非常重要。

## 4、购物APP的推广带动了移动端产生63%的交易量

企业建立了自己的购物App后，卖家下一步要做的就是填充企业本身的商品以及积极推广自己的购物App，让更多的消费者得知，并体验。研究数据发现，卖家积极推广企业的购物App后，客户体验感增加，移动端交易量也达到了总交易量的63%。这体现了零售商积极推广自己购物App的重要性，推广的同时，也要附带本身企业信息，让消费者得知您提供了新的购物方式和购物平台，让消费者将购物APP做口碑推广，让更多的消费者接受。

## 5、全渠道客户拥有高终生的价值，平均为零售商贡献27%的总销售额

消费者不会依赖某一单一购物渠道，他们会根据自己本身所需的产品选择不同的渠道和设备购物。而对于消费者来说都是一样的，这也就要求卖家在所有渠道中为消费者提供良好用户体验，以及全面全方位的商品填充，将更多的消费者留在企业本身的购物APP上，让客户拥有高终生的价值

更有趣的是，尽管全渠道客户具有高终身的价值，但他们只占卖家所有消费者中的7%（如上图）。零售商需要以更精准和个性化的方式吸收企业的精准客户，并提供最佳的购物体验 and 购物方式。

## 6、零售商要结合线下和线上数据，拥有超过4倍的销售数据来优化营销效果

渠道销售策略对于零售商来说，最大的收益在于能够访问更多更庞大的有价值数据。渠道零售商可以将线上线下的数据相互结合，以便更深入地分析和了解企业本身消费者用户画像和需求，从而更有针对性地改善消费者的购物体验。所有的营销都离不开数据分析，数据分析越细越就会精准，从而广告营销效果就越好。

推广企业购物App的线上零售商发现，企业本身有31%的交易来自该应用程序。而实体零售商推广购物App却只有21%的交易来自该应用程序。尽管线下比例低于线上，但经数据分析任突显出一个巨大的机遇——通过统一的策略将线下和在线数据融合起来，从而更加精准的做营销活动实现更高的销量。