**打造亚马逊百万品牌运营团队**

余树贵：各位嘉宾，各位领导，下午好！

 刚收到我们主办方的话题，我觉得很重，因为我是2006年开始做B2B，我们也是在前两年开始做B2C，通过我们的高效运作，我们是创造了行业的奇迹，就是三个月后我们一个月就做了150万美金。所以我看了很多嘉宾分享比较大的方向，但我也希望我们能够跟一些中小卖家进行交流，我们就分享一些比较能落地的话题。我今天的话题就是《产品为王，品牌出海》。

 首先就是我们的品牌定位和品牌运营，加上品控，还有我们513电商学院能帮助大家做些什么。

 品牌定位其实不单单是品牌定位，还要结合我们的产品、团队和资金实力，来进行比较精准的定位。

 定位能够解决什么问题？我估计大家都知道，一个很好的品牌或形成口碑的品牌，它能够解决用户对我们的信任，还有能够有一个很好的视觉记忆，另外就是语言钉子，一句话穿透人心。再一个就是招牌菜，任何品牌都应该与一个物品来挂钩，说到品牌就看到产品。另外就是滚雪球，类似于小米，先做手机，后面做了整个生态链，以点带面。还有就是风口猪，在这个时期是跨境电商建立品牌的风口期，因为现在亚马逊这个品牌已经出了非常多的政策，我不知道大家有没有受这些政策的影响，包括一些VIP税号，现在的推广方式的改变，对我们卖家来讲肯定要做一些改变，做一些调整，来适应平台的发展。

 品牌定位我们是通过60%作为品牌定位，还有一个是40%的产品定位，是我们的店铺定位。类似于我们ANKER就想到充电宝品牌，另外店铺高度专一，要统一。

 这是亚马逊卖家必备的条件，就是做商标，我们注册商标开个店，然后有了这个商标有什么好处，我们在亚马逊做了一个商标备案之后，就有几个好处，可以有A+页面，也可以有非常好的展示入口。

 我们运营分两部分，因为我是前两年来做，我们是做得非常简单，我们是以突破性的形式来做，而且是快销售的形式来做。但现在已经改变了模式，刚才刘会长也说了，其实已经是要从小而美的形式去发展。所以我们到了精耕细作，事无巨细的时代了。

 运营分两部分，一个是站内运营，我们所说的流量为王，流量是通过什么得来的呢？很多平台就是一个大的搜索引擎，类似谷歌百度，通过关键词来打造产品，那你的文本就必须配合搜索。通过这些关键词进来之后，要提高转化率，转化率从A+页面到图片来展示产品的优势，来提高你的转化率，这是我们站内必须要做好的。而且站内我认为是我们每个做跨境电商店铺运营的人都必须能够做到9到10分的，这是硬性条件。

 站外运营我这里写了一句话，在必须的时候做，在必要的时候做，这个很关键，很多传统的老板进来，然后就开始大力的烧钱，其实有些本末倒置了。我是希望大家能够把站内的东西做好之后，再做站外。这样才能提高我们的转化率，而且能促成我们的交易。

 站外运营我们分三部分，一个是Deal网站，另外就是搜索引擎，比较传统的像谷歌这些，另外就是比较流行的找红人，红人我们下面有两个网站，一个叫Shortcact，还有influence，这对我们的产品找相方面的红人可以节约成本。

 运营的方法有很多，但是我希望大家真的不缺方法，缺的是执行力。接下来有一个比较致命的东西，就是品控，我们2016年的时候发展非常猛，但其实我们是因为一个问题，受了很大的教训，就是品控问题。我到美国去了之后，因为我们前期是多了很多推广成本，用户买了导致品质问题出现，大量退货，损失非常惨重。所以如果我们要做好跨境电商，做好品控是我们要放在第一位的，这是我们的生命线。

 还有就是亚马逊现在也出了一个新策，因为我们专做亚马逊的平台，所以我们得新政的研究比较新，而且比较透彻。它是每周会自动移出不可售库存，我们统计过，现在的产品退货率5%，年销售额，上万亿美金的跨境电商销售规模，5%是什么概念？亚马逊有多少仓库才能放得下，所以这一块的变革会逐步把时间单元缩小。还有一个就是差评和销毁库存机制，是压死骆驼的最后一根稻草，所以一定要精细化运营，不能太鲁莽，希望大家站在我们的教训基础上进行成长。

 怎么做好品控？就需要良性的供应系统，我们就要有好产品，好价格，好质量，还有好的售后。这个估计大家都能做得到，但是整合这样的资源，就需要一定的工夫，而且也有一定时间去实现。我们把定位、运营、品控做成一个完善的体系，也就是我们513电商学院现在要做的，把这些都整合成一个体系。

 好的体系能给我们带来什么，一个就是我们会做成一个良性循环，无论货物还是财务都是一个良性循环，品牌方面我们有一个知名度的提升，还有一个溢价，就是我们有定价权有这样的好处。

 接下来我们能帮你们做到什么，很多跨境电商，80%电商企业都是因为没人才、没团队，还有就是切一个比较成熟的卖家模式。有贸易商的，有工厂的，有各种卖家的，都是有这样的痛点。所以我们做了513之后，我们就把这个定为运营服务的专业领导者，运营是我们擅长的，服务大家是我们乐意去做的。我们希望在这个领域之中有所见树，而且做成专业的领导者。

 我们有什么？我们有一个产品的供应链体系，因为我们之前在华强北走出来的，所以大大小小的供应商我们是非常多，包括义乌、宁波的，还有四川、重庆、珠三角的，这一块的供应上非常多。而且我们通过自己的沉淀，有一个成熟的运营体系，包括人才供应链、财务体系和服务体系。

 我们能做什么，一个是供应基础人才和社会培训，我们还有一个模式，就是做联合运营和团队孵化。

 最后刚才毛巾哥说了，每个老板都有一个品牌梦，大家就赶快行动起来！

 祝福大家旗开得胜，欢迎大家加我微信！