

项目二 速卖通平台操作

任务五 速卖通产品发布

任务流程

第一步明确任务目标

第二步明确任务内容

第三步根据辅导资料完成相应学习

第四步完成任务

第五步复习（任务/课程）

任务要求：

1.商品质量信息违规主要有哪些？

2.违反禁限售规则主要处罚有哪些？

3. 登 录 速 卖 通 实 训 仿 真 平 台
（<http://lizuyin.gicp.net:8394/User/Welcome6>），选择课程跨境 B2C
平台运营与推广（速卖通），选择合适的产品准备发布。

一个好的产品信息，能够更好的提升产品的可成交性，加快买家的下单决定。因此，好的产品描述应该做到标题专业、图片丰富、描述详尽、属性完整、价格合理、免运费和备货及时等。

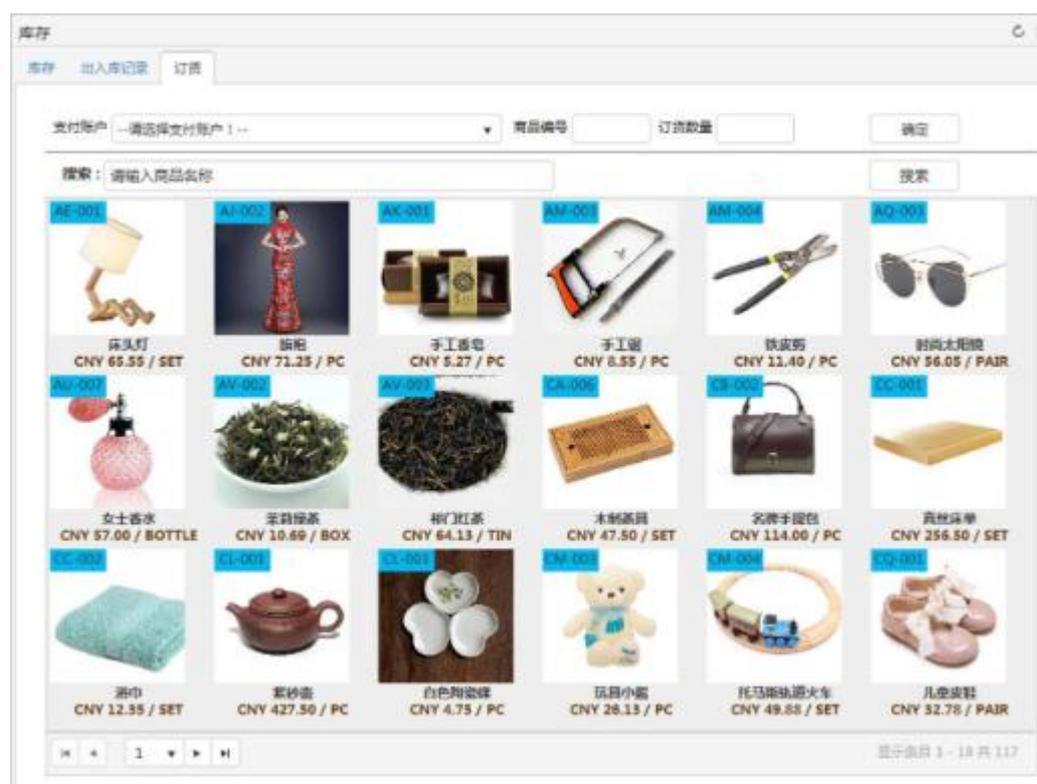
在发布产品之前，我们需要先进行“选品”工作--从系统提供的产品库中挑选合适的产品。点击下面的菜单分别查看其说明。

选择产品

实训平台中提供了一批产品库供卖家发布时选择，除此之外，也支持发布其他非系统提供的产品。

查看系统提供的产品，需在实训首页上点击“库存”字样：

进入库存界面后，点击上方第3个菜单“订货”，即可看到产品列表。**注意：此处只是挑选产品，不需要订货，等到产品发布完成收到订单了，再根据订单数量来订货。**



选择好要发布的产品后，将鼠标移动到该产品的图片上，会出现一个“下载”按钮，点击可打包下载产品相关的图片及描述说明等资料（下载的文件夹为压缩文件，需安装解压软件进行解压），根据这些资料，就可以准备发布产品了。

4. 登 录 速 卖 通 实 训 仿 真 平 台

(<http://lizuyin.gicp.net:8394/User/Welcome6>) ， 选择课程跨境 B2C 平台运营与推广（速卖通），对你选择的产品定价。

产品定价

产品价格不是影响海外买家购买您的产品的唯一因素，但绝对是一个至关重要的关键点。合理的产品定价可以帮助您迎合国外买家的需求，从而赢得更多的订单；不合理的产品定价则可能使您和订单失之交臂，甚至是影响您的交易信用和利益。

以下介绍几种产品定价的主要策略，您可以根据自己的需求作为参考：

策略 1--基于成本定价：

计算方式：**产品成本 + 国际运费 + 期望的利润额 = 价格**（如果不包邮，设置运费由买家支付，则可不考虑运费）

计算示例：产品手工香皂（编号：AK-001），在“库存-订货”界面中查得其订货成本为“CNY 5.27/PC”，在系统首页右侧“资料查询-最新汇率查询”中查到“USD 100 = CNY 668.03”。假设预期利润率为“CNY 1/PC”，试计算产品定价。

解：价格 = (5.27+1) / 6.6803 = 0.94 (美元) (保留 2 位小数)

如果运费模板设置为“卖家承担运费”，则还要核算国际运费。可根据产品资料中的包装后重量（Package Weight）和包装

尺寸（Package Size），到“运费模板”页面中点击“物流方案选择”，进行运费试算。如下图所示：

基于成本的速卖通定价策略可以让卖家避免亏损,但它有时可能会导致利润下降。比如你的顾客可能会乐意为产品支付更多的费用,从而增加利润;或者你的价格可能太高,导致你销售的产品数量较少,利润下降。

策略 2--参考同行、同类商品的价格：

发布产品中,与其单单追求发布的速度,倒不如在每一条产品的发布过程中去搜索该产品在整个平台的销售情况,当搜索时,自然知道销量较好的价格区间,以此区间为依据,价格不要过低,肯定不能过高。

很多卖家,发布产品时,仅仅根据自己的进货成本、重量运费、包装成本、佣金、汇率、潜在损耗、预期利润等几个因素来制定价格,而这样的定价往往会出现一个结果,你的价格要么过高没人买,要么过低而加剧了整个平台关于该类产品的价格战。

参考同行的价格,还可以让你挖掘出更多的你所未知的信息,比如依据竞争对手的价格,你却怎么都核算不出来利润,对手真的就是亏本卖的吗?未必。这时候,你自然需要根据对手的销售价格,以倒推的方式去推研各个环节的成本构成,推研的好处就在于,你会发现很多你未发现的利润点,比如,推研过程中,你会意识到自己的运费成本过高而去寻找更合适的货代或发货方式,你会发现拿货成本贵了从而寻找性价比更高的供应商,你会知道很多卖家可能是拆掉了原有的大而重的包装从而来降低成本,等等。

策略 3--后续营销：

在速卖通平台,营销活动似乎越来越重要了,店铺打折、联盟营销,直通车、平台大促活动等等,速卖通平台逐步的把淘宝的看家本领一个个演绎的出神入化。

活动多，意味着可能带来更好的销量，但同时，参加营销活动则意味着成本的增加，利润率的下降。所以，为了后续的活动，你需要在定价时有所考量，是所有活动都不参加直接定个最低价，还是定个稍微高点的价格，参与到平台活动中来呢？

A. 直接把价格一步到位定到最低价，几乎不参加任何活动，凭着低价，抢到了更多的订单，也减轻了后续为各种活动来回

调整价格的麻烦；

B. 从发布产品就定很高的价格，持续的高比例打折，依靠高折扣引入较多的流量(平台搜索结果中折扣在搜索优先中占有一定的百分比，具体比重多少，属于平台内部机密，作为卖家，一般获取不了各属性所占搜索权重的数据的)，同时还可以保持着较

高的利润率，最重要的是，由于可以持续的高折扣率，自然更容易参与到平台大促活动中来。

策略 4--神奇的数字：

从卖家的心理角度出发，可能多一元少一元对自己最终的利润没有太大的影响，但是对买家的购买行为却有很大的影响。比如我们都知道的"0.9 元效应"——人们会觉得 0.9 元比 1 元钱要便宜很多，购买的欲望会增强很多。

速卖通产品定价注意事项：

1. 利润不要太低，30%—50%的利润，给促销活动留出价格空间，引流款适当降低。

2. 参考同行产品价格，但不要和低价的同行打价格战。参考同行价格的目的是了解行情，防止盲目定价造成价格过高或者过低。要在保证利润的基础上定价。

3. 因为粗心大意而填错产品价格的卖家比比皆是，这类问题最典型的代表就是把 LOT 和 PIECE 搞混。有的卖家在产品包装信息的销售方式一栏选择的是"打包出售"，填写产品价格的时候，误把 LOT 当成 PIECE，填的却是 1 件产品的单价。结果，买家看到的实际产品单价也就严重缩水了。这也是目前，平台上某些产品的价格低得离奇的一个重要原因。

4. 注意货币单位。有一些卖家，不注意货币单位，把美元看成人名币，数字是对的，单位却错了。本来是 100 人民币一件的商品，最后显示出来的实际产品价格成了 100 美金一件了。这样的产品价格当然只会把买家吓跑。

5. 登 录 速 卖 通 实 训 仿 真 平 台
(<http://lizuyin.gicp.net:8394/User/Welcome6>)，选择课程跨境 B2C 平台运营与推广（速卖通），尝试发布一种产品（要求产品信息质量分 60 分以上才能发布）。

发布产品

进入卖家后台 > 产品管理 > 发布产品

1、类目选择：请注意一定要根据自己产品所属的实际类目进行选择，方便买家更加快速的找到您的产品。

2、选择产品编号：

3、产品属性填写：包含系统定义的属性和自定义属性，根据产品的详细资料填写。

4、产品标题填写：产品标题是买家搜索到您并吸引买家点击进入您的商品详情页面的重要因素。字数不应太多，尽量准确、完整、简洁。一个好的标题中可以包含产品的名称，核心词和重要属性。

例如：Baby Girl amice blouse Pink amice Coat With Black Lace /Suit Must Have Age Baby:1-6Month Sample Support

注意：请不要在标题中罗列，堆砌相同意思的词，否则会被判定为标题堆砌。

5、上传产品主图：在选择产品图片时，可以选择发布多图产品，最多可以展示 6 张图片。多图产品的图片能够全方位、多角度展示您的商品，大大提高买家对商品的兴趣。速卖通对主图有一些统一规范，如：

- 1 建议背景底色为白色或纯色,图片尺寸 800*800 及以上,图片横向和纵向比例建议 1:1-1:1:3 之间
- 2.图片要求无边框和水印,不允许拼图
3. LOGO 统一放在图片左上角

6、销售属性填写：

7、价格、库存、发货期设置：其中价格的计算方式可参考本页第 2 部分：产品定价。**注：**速卖通佣金目前为 5%。

8、产品详细描述填写：尽量简洁清晰地介绍您商品的主要优势和特点，不要将产品标题复制到简要描述中。

产品的详细描述是让买家全方面了解商品并有意向下单的重要因素。优秀的产品描述能增强买家的购买欲望，加快买家下单速度。一个好的详细描述主要包含以下几个方面：

- a. 商品重要的指标参数和功能；（例如服装的尺码表，电子产品的型号及配置参数）
- b. 5 张及以上详细描述图片；
- c. 售后服务条款。

9、包装信息填写：在填写包装设置时，一定要填写产品包装后的重量和尺寸，这会直接跟运费价格相关，请一定要准确填写。

10、选择物流、服务模板：在发布产品前，一定要先设置好运费模板与服务模板。

11、其他信息填写：产品有效期指产品在审核成功后展示的时间。

在您编辑完产品之后，点击提交，产品会进入审核阶段，审核通过后，买家就可以找到您的产品。

注意：发布系统提供产品库内的产品后，系统将根据发布的质量自动下一定数量的订单；如果发布非产品库内的产品，则发布后不会有自动订单产生，只能由别的同学担任买家手动下订单。

6. 登 录 速 卖 通 实 训 仿 真 平 台
（<http://lizuyin.gicp.net:8394/User/Welcome6>），选择课程跨境 B2C 平台运营与推广（速卖通），再发布两种以上产品（要求产品信息质量分 60 分以上才能发布）。

7.入企同学完成对接跨境电商企业布置的实践操作任务。

提交任务操作步骤:

登录在线教学平台, 进入跨境 B2C 平台运营与推广课程, 进入课堂--
随堂教案, 进入本任务作业, 提交实训任务。(任务以 PDF 格式形式
用附件提交, 用学号+姓名命名)

跨境B2C平台运营与推广 预览课程门户 课程评价 首页 课程 课堂 讨论 通知 资源 考试

随堂教案

序号	添加人	标题	添加时间	操作
1	高扬	2019-2020学年 第2学期	2020-02-06 09:59	

跨境B2C平台运营与推广 预览课程门户 课程评价 首页 课程 课堂 讨论

随堂作业

1. 跨境电子商务B2C人才应该具备哪些职业素养? 相比较跨境电商B2B, 对人才提出了哪些新的要求?
2. 入企同学完成对接跨境电商企业布置的实践操作任务。

元素路径: 字数统计

确认提交

辅导资料

建议先学习完网上教学平台中本任务的内容, 再完成作业。

速卖通仿真实训平台: <http://lizuyin.gicp.net:8394/User/Welcome6>

温馨提示

■ 方式 1: 积极查阅课程和本任务的支撑资料里面的精品资源, 深

刻理解知识点。

■ 方式 2：在任务留言区、你所在的班级与其他同学进行讨论或直接提问。

■ 方式 3：针对疑问点在线上或 QQ 群向自己的老师进行提问。

■ 方式 4：你可以在 QQ 群与大家一起交流学习。