

任务 1 认知 Shopee 平台

一、教学目标

知识目标：

跨境电商 shopee 平台及注册操作

能力目标：

- 掌握 shopee 平台的规则
- 掌握 shopee 的注册步骤流程
- 掌握 shopee 的平台产品发布

素质目标：

- 1.养成积极主动学习意识；
- 2.养成了解事物及实际操作的能力；

二、课程项目模块

- shopee 平台简介
- 东南亚市场现状
- shopee 平台差异化竞争特点
- 本地卖家实例分析
- 入驻的优惠及支持政策

三、今日课程内容安排

- 知识点剖析： shopee 平台发展、东南亚平台现状及 shopee 平台主营类目、差异化竞争策略
- 学生实践环节
- 课堂讨论
- 综合点评

重、难点： 差异化竞争策略

知识点 1shopee 平台简介

母公司 Sea 为首间于纽交所上市的东南亚互联网企业，已在东南亚耕耘十年。

2019 年 Q2 Shopee 为东南亚购物类 App 三冠王。

根据权威移动数据分析平台 App Annie 与 iPrice, Shopee 为东南亚第二季电商 App 下载量，月活跃用户，访问量三冠王！

Shopee 上线三年已成为东南亚与台湾领航电商平台。

9.9 超级购物节 Shopee 整体订单量达 2018 年 3 倍 当日跨境总单量较平日攀升至 5 倍。



● 知识点 2 东南亚市场样貌：



东南亚地区人口年轻化 热衷社交媒体与移动互联网

东南亚网购市场增长迅猛， 发展空间巨大。

预计2025年,东南亚电商市场规模达1500亿美元 (2018年预估1020亿美元,2018年10月上调预测)。

东南亚整体电商销售额占整体零售额仅1-2%。

2018年中国电商占社会消费品零售总额达18.4%。

东南亚网购市场发展空间巨大。

至 2025 年，印尼电商市场规模将远超东南亚其他国家。



热卖品类:



知识点 3 Shopee 差异化制胜策略

移动端 优先

本地化 运营

提升全流 程体验

优化移动端体验 配合社交引流策略。

Shopee 线下广告无处不在、无处不有。

东南亚经验丰富的领导层带领当地人才制定本土化战略。

国际巨星克里斯蒂亚诺·罗纳尔多出任 Shopee 全球代言人 C 罗开启旺季豪门式引流

国际巨星克里斯蒂亚诺·罗纳尔多出任 Shopee 全球代言人 C 罗开启旺季豪门式引流



一年 12 个月满满大促，引流力度高且密集



站外引流助力出海卖家增值

根据本地用户喜爱 Facebook 的特点，Shopee 与出海卖家合作，在 Facebook 进行站外互动推广及 KOL 代言，引流效果显著。

网易严选与 Shopee 进行跨境社群合作，在 Facebook 为店铺进行互动推广，7 天内网易严选店铺关注数较推广前提升 1.4 倍。

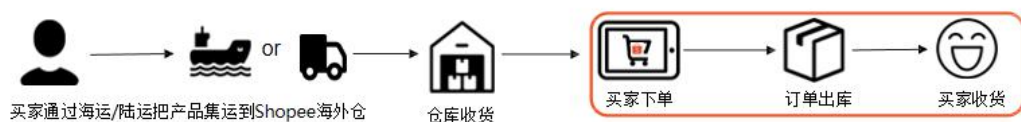
SLS 转运仓无忧出海

发货极简：卖家仅需将货物寄往转运仓，无需担心后续物流。

运费便宜：首重 500g 内卖家，算上补贴，只需承担 15 台币（约 3RMB）国际运费。

物流时效快：中小件一般走空运，算上入仓、通关和配送，台湾市场时效为 3-5 天。

Shopee 海外仓持续升级



SIP 一店通, Shopee 全球销售平台。

Shopee International Platform 一店通，帮台湾站内贸卖家，把商品一

键同步到东南亚站点，Shopee 负责运营。

商品一键同步，销往东南亚市场。

SIP 一店通, 后台订单。

后台会同时显示非台站点（SIP）订单信息，卖家只要同样发货至 Shopee 仓库即可



小语种语言解决方案实现本土化运营

机器翻译功能上线及本地客服团队高效降低卖家运营压力，让国货轻松打入东南亚市场

后台提供全中文界面，简单易懂

支付

跨境卖家回款解决方案，安全有保障



启动支付保障，对货款进行托管，交易成功后将货款及运费补贴打款至卖家，通过第三方支付合作商 **LanLan Pay / Oneer pingpong** 打款给卖家 **打款周期为2周一次**，分别为月初和月中，打款金额为打款日期前妥投的订单。

本地卖家案例分享：

临沂刘总

店铺信息

- 1 Shopee店铺：1站点(台湾)
- 2 主营类目：袜子
- 3 加入时间：24个月
- 4 店铺评价：4.9/5.0（累计14万个评价）
- 5 累计粉丝：约3.5万



夫妻小店成功转型：




- 2016年 尝试跨境电商,主打俄罗斯以色列市场
- 2017年 俄罗斯竞争激烈市场饱和,通过朋友介绍发现Shopee,经研究后发现是新的蓝海市场,入驻Shopee
- 2018年 运营5个月后日订单破百,受邀加入虾皮商城,夫妻二人共同运营
- 至今 利润率足够夫妻二人过上让旁人羡慕的生活,每天发货补货无负担



Shopee运营经理总结成功经验

- 卖家对于选品类目非常有技巧,针对**台湾市场**做了调查研究后选择合适的**快消品**入手打造店铺爆款；
- 卖家运用国内电商玩法套用到Shopee,将产品区分引流款,利润款,主力款等,以**店铺为运营重点**,打造回头客第一选择店铺。
- 卖家对于**平台活动积极参与**,并**与客户经理保持良好沟通**,以**平台数据为基础**优化选品及店铺装修

入驻优惠和支持

-  **免费入驻**
0 保证金, 0 入驻费, 0 技术服务费
佣金：入驻前三个月全免（三个月后收取5%-6%佣金）
-  **物流补贴**
平台打造自建物流渠道, 提供一站式物流解决方案及运费补贴
-  **客户孵化**
入驻后有3个月孵化期, 顾问式服务助卖家快速熟悉平台和当地市场

课后作业：结合课堂学习的知识，分析 shopee 在东南亚能快速发展的原因。