

怎么找到一个产品卖到网上去：权威指导书

[第一弹] 网上卖什么：8 招帮你找到第一个产品



对一个新人来说，无论是企业还是个人，决定开拓网络生意挺鸡血的但是这是一个新领域，最大的问题就是卖什么？

能想到一个好产品来卖是挺难的，常常会令人感觉什么都被人做了，更别说现在电子商务竞争太激烈了。消费者只需点击几下鼠标就能从 Amazon, Walmart, Zappos 以及 Best Buy 中买到想要的东西。

但是，别灰心，这里仍然是一个充满金矿的地方，无数新鲜的、成功的产品时时刻刻都在涌现。

那么，怎么办呢？

这里我们列出 8 个方法和机会来帮助你开始发现新产品。

产品及细分机会类型

下面列出 8 个潜在机会帮你找到你专属的产品和利基市场。每个都包含了不同的理念和方法。

1. [用关键词找机会](#)
2. [建立一个有趣的品牌](#)
3. [找到用户的痛点](#)
4. [找到用户的爱好](#)
5. [拥抱你的激情](#)
6. [寻找一个机会缺口](#)
7. [回顾你的经验](#)
8. [抓住早期趋势](#)

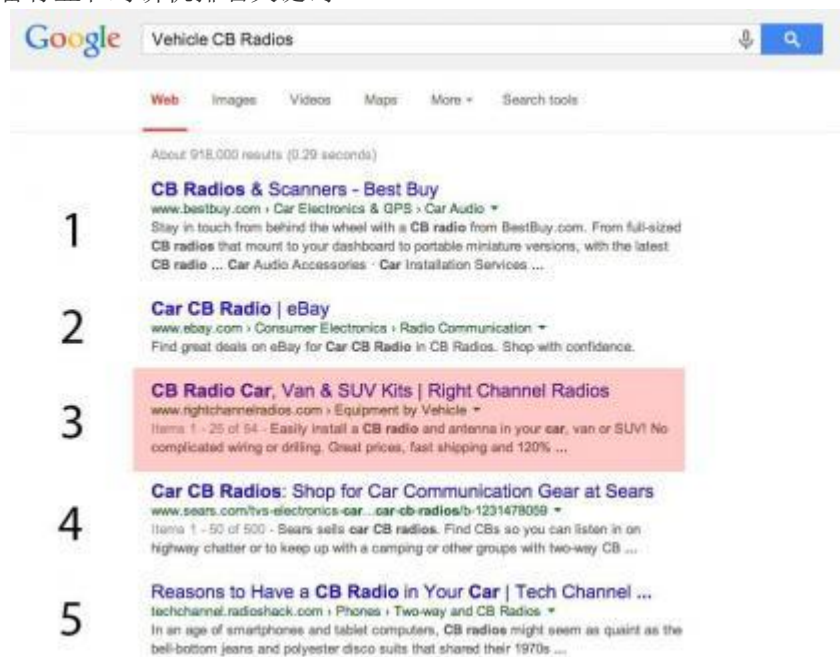
下面我们来详细聊聊：

1. [用关键词找机会](#)

自然搜索流量是一个巨大的市场，这已经不是什么秘密。基于人们搜索量技术性的寻找一个产品或利基市场不失为一个好机会。这种方法需要技术性比较强并需要比较好的理解关键词搜索，比如 SEO。用关键词搜索发现机会是一个有效的策略来捕获如 GOOGLE 的自然流量。这招对于批发产品特别有效，因为批发产品利润很薄，如果采用付费广告渠道模式比较困难。

(其实就是找好并布局好你的产品关键词)

举例：Andrew Youderian 第一次接触电子商务，他的目标就是找个商业模式，又有收入又比较灵活。因此模式的可行性比他对产品的热情更加重要。因此他仔细选择关键词，采用了技术方式选择认为有机会成功的利基市场，Andrew Youderian 发现了一个机会，在渔具设备行业和对讲机排名关键词。



在上图中，你看到 Andrew 能够把“车用对讲机”在谷歌搜索排名中做到第三。

2. 建立一个有趣的独特的品牌

建立一个品牌的方式和 SEO 的方式是非常不同的。这需要非常了解你的用户，精雕细琢你的独特品牌以及让用户心中留下个独特位置。这个方式对利润稀薄或竞争疯狂的领域特别有用。

举例：dbrand 为智能手机、电脑和游戏桌等制作精确的贴皮产品。利用他们与用户独特的沟通方式，不到一年时间建立了 64000 个 FACEBOOK 粉丝。利用米姆文化，添加独特幽默，Dbrand 已经该行业的翘楚。

例如看看他们与用户的互动：



一个品牌的成功很大一部分要归功于赋予在该产品上的新鲜的或独特的特色。这方面做的比较好的还有 DODOcase，一个 IPAD 保护壳的厂商。他们的保护套是由旧金山的传统手工艺人手工制作。如果你想要点特色的，那只有找他们。

中文介绍 DBRAND 产品：[\[组图\]Dbrand 推多种材质电子设备“皮肤”](#)

3. 找到用户的痛点

解决用户的痛点总是一个提升销量的好方法。痛点并非都是身体上的，也包含失望的或者糟糕的体验。

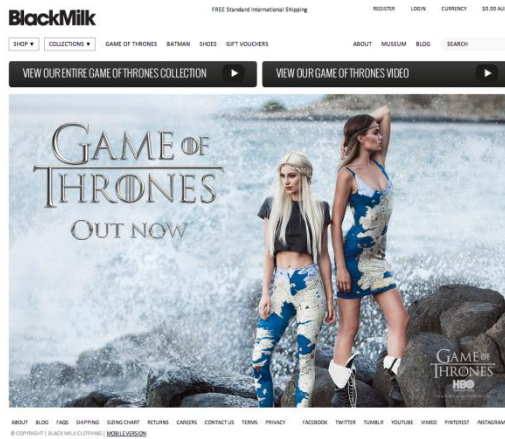
举例：Jing 对人们晚上睡觉磨牙感同身受。这不仅是身体上的，持续的磨牙会引发牙科病，当收到昂贵的账单的时候，心就痛了。因此他发明了牙套卫士，定制的牙套卫士能避免人在睡觉的时候一直磨牙。



4. 找到用户的爱好

比解决用户的痛点更高级别的是迎合他们的爱好。当用户对某些东西感兴趣时，剁手都拦不住。你看高尔夫球手就知道了。另外这更能加深互动和培养品牌忠诚度。

举例：Black Milk Clothing 成立于 2009 年。创办人创办的博客 ‘TooManyTights’ 引爆社区后，发现女士紧身服非常受欢迎，于是创建了 Black Milk Clothing 品牌。目前 Black Milk 已是几百万美元，拥有 150 多名员工，产品遍布全球的公司。



5. 拥抱你的激情

有些人认为基于自己的兴趣来选择一个细分市场不啻于痴人说梦。但事实总不会如此。在线的生意需要大量的体力脑力劳动，路上会遇上很多障碍和困难。支撑你的往往只有信念与激情。有人说，如果你热爱你所做的，那么你的生命中就没有工作二字。*If you love what you do, you'll never work another day in your life.*

举例：Eric Bandholz 创办了一个讨论商业和销售策略的博客 BeardBrand。慢慢的，对胡须的热情溜进了他的博客，因此他及时的把他对胡须的生活方式的热情转换到一个销售胡须修饰相关产品的商业模式中。



6. 寻找一个机会缺口

发现一个机会缺口涉及到一个独特的产品，利基或行业，并且辨别出一个可以利用的问题或缺陷。你是否比其他人做的更好或者不同？一个机会缺口可能存在于一个待提高特性的产品，一个未被对手认知到的市场，或者在你的营销能力中。

举例：Chaim Pikarski 就是这块的绝佳例子。他通过详细阅读亚马逊的商品评论，查找消费者发布的产品缺陷和功能不足。利用这些信息，他通过中国的工厂使这些产品变得更好。他已经成功复制出无数这种模式。

下面这个 Hipo shower radio（洗澡用的收音机）就是其中的一个：



7. 回顾你的经验

你是否在一个独特的领域工作并了解其中的门道？也许你会对某个行业或领域有独特的经验和技能，那么把你的独特技艺转变成在线生意，是个非常好的办法，而且它不易被复制。

举例：Jonathan Snook 在网站设计及开发方面是个专家。他利用他几年的经验和知识自己出版了一本关于网络开发的书，名字叫做 SMACSS，CSS 的可扩展模块化架构。



Jillian Michael 来着超级减肥王节目（NBC 热播真人秀节目“The Biggest Loser”），他同样利用他的专业技能建立了健身和减肥的网上生意，包括销售 DVD，书籍和运动器材等。



8. 抓住早期趋势

抓住一个新趋势来开创新事业是非常有利的。这会帮助你的产品和品牌在人们心中早早的扎下根，形成意见领袖。同时也方便你 SEO 优化，在搜索引擎中更快的站稳脚跟。（就如

同站在一个自动扶手的电梯中，你不用做多少努力，趋势带着你会往上走的。顺应及抓住趋势，才能拾阶而上——译者注）

举例： Flockstocks 很早就注意到了羽毛假发的趋势。在花钱订货之前，他先通过复制了一个网站来进行测试。结果？4 小时成交了 11 单。得知这是一个巨大的机会之后，他建立了正规的网站，并开始订货着手生意，并在 2012 年赢得了 Shopify 富士珠宝类目下 A 级商业竞赛的冠军。



那么你看到了哪个机会？

记住，普通和流行的产品类目充斥着大量的竞争和伤亡者。选择一个细分市场才是良策。别看不上小产品。虽然小，但它有潜在的目标用户并且竞争更少，同时更容易做好谷歌排名。你选中的产品决定了你整个的商业模式，你的活动，以及你面对的困难。卖食品相关的产品与买智能手机是非常不同的，每一类面临的挑战也不同。

好好研读上述的 8 个机会类型，普面上的道理大家都懂，但是这就是生意的诀窍。希望他们能帮你找到第一份满意的产品。

[第二弹] 怎么找产品？电商找产品灵感的十种方法

很多人有过这想法，找个好产品网上卖。但是苦于无处找寻。网上有大量的创意和灵感，作为一个新人，从哪开始？无目的的搜寻只会让你浅尝辄止，本文汇集了一些最好的资源清单，在找产品时给你方向，帮你从零开始。

开始之前，请记住两点：

1. 在搜寻新产品创意时，一定要以超越产品本身的眼光来看待它。听起来像陈词滥调？但是上文中我们提到，在大众化和流行产品领域，同质化竞争非常严重。选择一个不同或独特的视角对你的成功大有裨益。试着不仅仅从产品本身看，从产品类别的潜在因素调查，如新市场，新特色，新方式来使用产品。

2. 别小看细分产品分类和利基市场。虽然在一个大类目下的细分产品拥有稍微少的潜在客户，但是这意味着更少的竞争和更有效的目标受众。更少的竞争更容易得到 google 好的排名，也往往更有效更划算的做广告。

本文我们详细讨论那些寻找产品启发和灵感的绝佳去处。我们首先讲观点，然后提供更具体的资源。

列个清单

当你浏览这篇文章和资源列表时，最好备张纸，把全部你忽现的观点记下来。然后再进行回顾评估其中的可行性。

以下是十种找产品的方法：

1. 从你拥有的开始

在浩瀚的网海中搜寻无尽的产品之前，最好的方式是回头看看你所拥有的。可能是一个产品或者创意，你怀有数年了，也可能是放在你电脑里哪个文件夹里的一个写了一半的商业计划，虽然你之前因某种原因搁置了，但他们值得重新审视。至少，你曾经认为它是一个很好的创意，对吧？

当你列清单时，需要注意几个问题：

什么产品？细分领域或行业你特别有兴趣？

什么产品？细分领域或行业你的朋友特别有兴趣？

痛点？你自己生活中的痛点都有什么？

例子：马克斯有个烦人的问题就是每天早上起床都要处理他一头桀骜不驯乱糟糟的头发。于是他根据这个痛点设计了一款产品：[Morning Head](#)。它是一个淋浴帽，带吸水毛巾条，放在头上揉擦一会，然后就可以设计你想要的发型啦。



2. 当地社区

有时，你根本不需要什么新创意。传统商业会给你诸多启示。观察传统零售行业趋势，把他们从线下搬到线上。看看你的社区，注意人们谈论的新式或有趣的零售概念，当地报刊也是获取新信息的很好来源。

例子：[Yummy Tummy Soup Company](#) 是一个把传统行业搬到网上的绝佳例子。这家公司寄送健康自制的汤类，蛋糕和甜点，用贴心的爱心包裹方式寄给你所爱的人，里面还提供一系列个人护理工具。他们每天烹制各类产品并用温控集装箱销往全国

3. 在线消费者趋势出版物

另一个寻找产品创意的方式是查看一些顶级消费者产品趋势出版刊物。下面的这些将展示给你一些新产品领域或产业，或许有之前你根本不知道的。

这是几个很受欢迎的在线趋势出版刊物：

[Trend Watching](#) - 为一家独立趋势公司，扫描全球最具前瞻性的消费者趋势。在伦敦，牛业，圣保罗，新加坡，悉尼和拉各斯等地拥有 30 人的专业团队，报告全球最新趋势。

[Trend Hunter](#) - 该公司是全球最大最受欢迎的趋势社区。拥有 137000 会员及 3000000 粉丝。[Trend Hunter](#) 是有抱负的企业和无尽好奇心的灵感源泉。

[Springwise](#) - 人不可能满世界旅行去搜刮创意，为己所用。因此 [Springwise](#) 来了。[Springwise](#) 每天提供新公司创意，趋势及故事。可以[免费订阅](#)。

例子：[Inkkas](#) 是一个注意到其他国家的趋势然后引入到自己国家的很好例子。他们引入纯正南美织物来制作漂亮独特的鞋子。这创意来源于 Dan 有次在秘鲁看到这些风格的鞋子，并认为在北美一定会有市场，并引入国内，成功发起了此众筹项目，收到了 77000 美元的预订单。



4. 产业里的意见领袖

如果你了解某行业或利基产品，你可以使用各式工具来发现该行业有影响力的人。跟随社交媒体中的人，可以帮助激发灵感，了解第一手资料。

下面是几个工具帮你发现某个特殊领域的意见领袖：

- * [Topsy](#)
- * [FollowerWonk](#)
- * [LittleBird](#)

5. 产品及趋势发现评论网站

产品及趋势发现评论网站也是一个极好的灵感创意源泉。如 [Uncrate](#)（男士产品）和 [Outblush](#)（女士产品）可以看到每日最新产品趋势。

以下是一些流行产品博客：

- * [Uncrate](#)
- * [Outblush](#)
- * [Bless This Stuff](#)
- * [Cool Material](#)
- * [Gear Moose](#)
- * [Werd](#)
- * [HiConsumption](#)
- * [Firebox](#)



别只光顾大站和流行站，注意发现利基评论站。考虑好你特别感兴趣的产品，搜寻其中的产品评论博客。

6. 社交分享网站

Pinterest 和其他类似图片分享网站是一个找产品的金矿。很多图片包含有趣的，新鲜及流行的产品。如果有市场，可以从中获得第一手资料。

几个比较大的社交分享网站：

- * [Pinterest](#)– Pinterest 是增长迅猛的社交照片分享网站。别忘记看这里找什么在流行 [popular section](#)

- * [Polyvore](#)– Polyvore 一个让用户做时尚 DIY 分享的网站。它最大的特色就是让用户可以进行时装、配饰的搜索浏览，同时还可以将喜欢的衣物进行搭配拼接，做出有时尚感的图片。

- * [Fancy](#)– Fancy 定位自己是一个集店铺，杂志及许愿单为一体的网站。使用 Fancy 来发现任何场合的礼品并分享你的发现给你的朋友。

- * [Wanelo](#)– Wanelo (Want 想要– Need 需要 – Love 爱) 是全球购物社区，以 Pinterest 类似的方式展示产品和店铺。可以看这里 [trending people](#).

7. B2B 批发市场

有什么好的方式找到货源？批发和制造商采购网站？类似阿里巴巴的网站展示无数潜在的产品和想法。

一些非常著名的 B2B 批发产品网站：

[Alibaba](#)–你肯定知道的。

其他类似网站：

- * TradeKey
- * Global Sources
- * Made-in-China

8. 在线购物市场

另外一种找产品的方式是在在线购物市场。

很多产品都可能没被完全开发，所以你可以以一些流行的和趋势性的项目来搜索，并逐渐会有其他一些有趣的分类产品入你法眼。

Ebay-ebay 是一个最大的在线购物和拍卖网站。

eBay Popular- ebay 里列出一系列最受欢迎的产品分类清单

Amazon- 亚马逊是一个最大的在线零售商

Amazon Bestsellers-亚马逊上基于成交额列出的最流行的产品，每小时更新。

Amazon Movers and Shakers- 过去 24 小时亚马逊最大的销售商，每小时更新。

Kickstarter- Kickstarter 是一个最大的众筹网站。

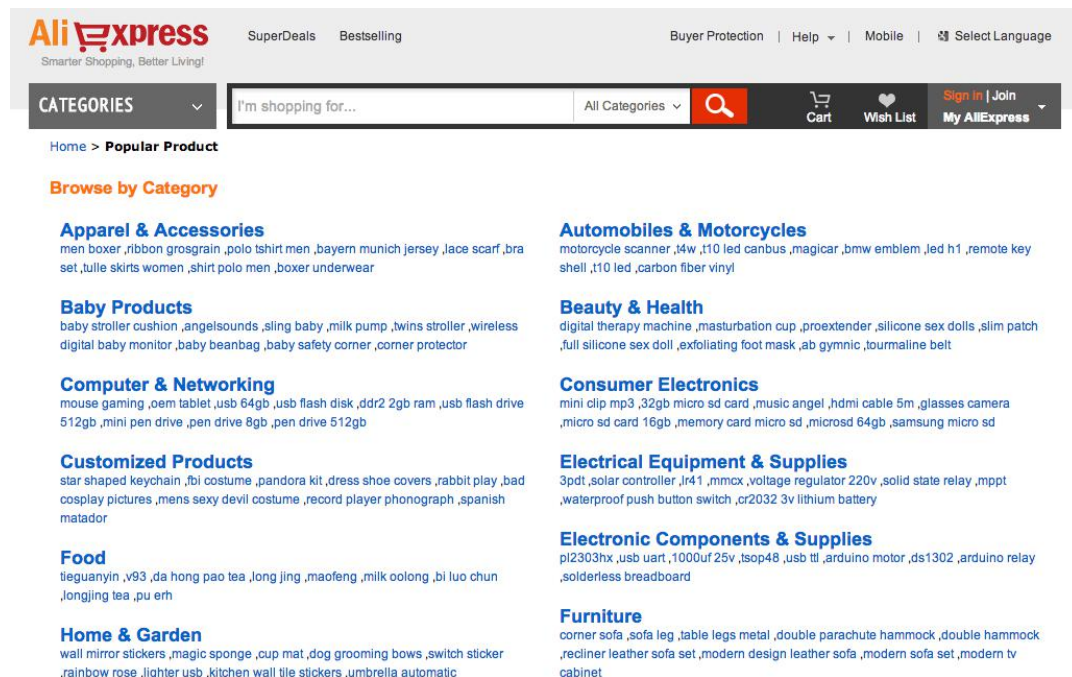
Kickstarter Discover-可分类浏览全部项目，如受欢迎度、资金、达人推荐等。

Etsy-Etsy 是一个纯手工产品项目的在线市场。

Etsy Trending Items- 可以查到 Etsy 当前流行的产品和清单。

AliExpress -AliExpress 是阿里巴巴旗下的在线批发市场，允许小批量购物。

AliExpress Popular-列出 AliExpress 最流行的产品。



The screenshot shows the AliExpress website interface. At the top, there's a navigation bar with 'AliExpress' logo, 'Smarter Shopping, Better Living!', and links for 'SuperDeals', 'Bestselling', 'Buyer Protection', 'Help', 'Mobile', and 'Select Language'. Below this is a search bar with 'I'm shopping for...' and a search icon. To the right of the search bar are icons for 'Cart', 'Wish List', and 'Sign in | Join My AliExpress'. The main content area is titled 'Home > Popular Product' and 'Browse by Category'. It lists several categories with their respective sub-categories and product examples:

- Apparel & Accessories**: men boxer, ribbon grosgrain, polo tshirt men, bayern munich jersey, lace scarf, bra set, lulle skirts women, shirt polo men, boxer underwear.
- Baby Products**: baby stroller cushion, angel sounds, sling baby, milk pump, twins stroller, wireless digital baby monitor, baby beanbag, baby safety corner, corner protector.
- Computer & Networking**: mouse gaming, oem tablet, usb 64gb, usb flash disk, ddr2 2gb ram, usb flash drive 512gb, mini pen drive, pen drive 8gb, pen drive 512gb.
- Customized Products**: star shaped keychain, fbi costume, pandora kit, dress shoe covers, rabbit play, bad cosplay pictures, mens sexy devil costume, record player phonograph, spanish matador.
- Food**: tieguanyin, v93, da hong pao tea, long jing, maofeng, milk oolong, bi luo chun, longjing tea, pu erh.
- Home & Garden**: wall mirror stickers, magic sponge, cup mat, dog grooming bows, switch sticker, rainbow rose, lighter usb, kitchen wall tile stickers, umbrella automatic.
- Automobiles & Motorcycles**: motorcycle scanner, 4w, t10 led canbus, magicar, bmw emblem, led h1, remote key shell, t10 led, carbon fiber vinyl.
- Beauty & Health**: digital therapy machine, masturbation cup, proextender, silicone sex dolls, slim patch, full silicone sex doll, exfoliating foot mask, ab gymnics, tourmaline belt.
- Consumer Electronics**: mini clip mp3, 32gb micro sd card, music angel, hdmi cable 5m, glasses camera, micro sd card 16gb, memory card micro sd, microsd 64gb, samsung micro sd.
- Electrical Equipment & Supplies**: 3pdt, solar controller, jr41, mmcx, voltage regulator 220v, solid state relay, mppt, waterproof push button switch, cr2032 3v lithium battery.
- Electronic Components & Supplies**: pl2303hx, usb uart, 1000uf 25v, tsop48, usb ttl, arduino motor, ds1302, arduino relay, solderless breadboard.
- Furniture**: corner sofa, sofa leg, table legs metal, double parachute hammock, double hammock, recliner leather sofa set, modern design leather sofa, modern sofa set, modern tv cabinet.

9. 社交论坛社区

[Reddit](#) 是一个最大的社交媒体新闻聚合网站。Reddit 拥有无数 [subreddits](#) 展示各种细分领域，他们迎合各种不同网络需求和主题。在这，可以很容易触发你下个产品或者商业创意的灵感。

如果你有一个特殊产业、细分产品分类的想法，可以进行搜索并发现一个合适的 [subreddit](#) 社区并融入其中。

同时还有很多产品创意聚合在 [subreddits](#) 中，擦亮你的慧眼。

下面是几个参考：

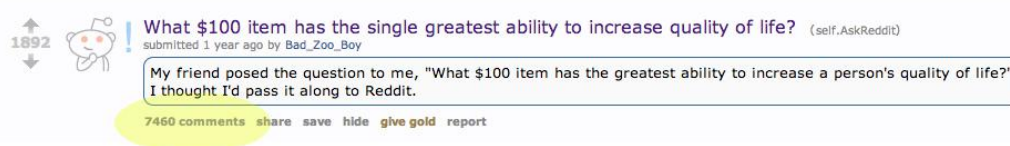
- * [Buy It For Life](#)— 耐用的品质好货。
- * [Shut Up And Take My Money](#)—有趣的，灵气而又有用的产品，很多人都想要的。

以下是亚马逊上的一些分类产品供参考：

- * [The Best of Amazon](#)
- * [The Best of Amazon Canada](#)
- * [The Best of Amazon UK](#)
- * [Cheap Stuff on Amazon](#)
- * [Find It On Amazon](#)

如果你是 [Reddit](#) 的中毒用户，可要注意了，你会不时发现一些有趣的帖子，比如：

- * [Reddit, What is One Product Under \\$20 That You Recommend Everyone To Buy?](#)
([Reddit](#), 什么产品，低于 20 美元，值得你推荐每个人去买？)
- * [What \\$100 Item Has The Single Greatest Ability to Increase Quality of Life?](#)
(什么 100 美元的产品，单单拥有它，就大大提高了你高逼格的人生品味？)



不管以什么方式，[Rediit](#) 已经并持续成为一个为企业和个人提供灵感和创意的源泉。这里[支持社区](#)

10. 图片分享应用 [Instagram](#)

它们只是一些猫猫狗狗的图片分享？那你就错了。因为基于照片分享，很容易浏览并激发很多产品灵感。

有几种方法你可以使用图片分享来搜索细分产品和创意：

- * [Hashtag](#) 主题标签— 再一次提醒，如果你有一款独特的产品或服务，试着搜索合适的主题标签。比如搜索暗示买家兴趣和意愿的，如[#want](#) 和 [#buy](#).

* Product Curation Accounts 产品策展账户-在 [Instagram](#) 上有很多搜集整理并展示产品的账户。你可以搜索并找到你所感兴趣的产品。比如 [Shopify](#) 从 90,000+ 的在线商店中策展了一系列有趣和独特的产品，他们可能是你下个产品的触发器哦

作者: Richard Lazazzera

更多关于 Richard 请关注其 [Twitter](#)

笔记:

1. 另提供一种找产品的渠道，招聘网。
2. 分享国内类似 [Etsy](#) 的在线销售工艺品的平台，[哇噻网](#)，是集手工、原创设计、艺术品、传统工艺品在线交易平台。其中的[手工客](#)，是一个手工艺人和手工爱好者的聚合社区。手工客是一个学做手工和分享手工作品的社区。

[第三弹第一节] 网上卖什么？从 10 款现在火热的电商产品说起

第三弹 网上卖什么？10 个现在仍火热的电商产品

这是关于找到款产品并卖到网上去的系列文章第三篇。在后续的几周内我们将继续更进一步分享其他评估电商产品的文章。

网上商品浩如烟海，缩小范围找到一个爆款是很不容易的。



在我们的系列文章的第一章，我们学到“网上卖什么：8 招帮你找到第一个产品”以及第二章我们发现“电商找产品灵感的十种方法。”

这篇文章更进一步，从 10 个类目中找到 10 款有意思、夺人眼球的产品作为例子，通过谷歌分析来进行快速的需求测试，它们全部都具有昂扬的趋势。

做此清单只是个开始。在后续的文章中我们将挑选其中的一款进行深入彻底的评估，进而发现其需求和产品潜力。

那我们就开始吧。

小提示：请注意，这些产品并非建议您去网上卖，他们仅仅是引起了我们注意并在谷歌趋势中具有良好的发展趋势。在您卖任何产品之前，做的靠谱调查是必要的。

1. Paleo Bars （原始人能量条）

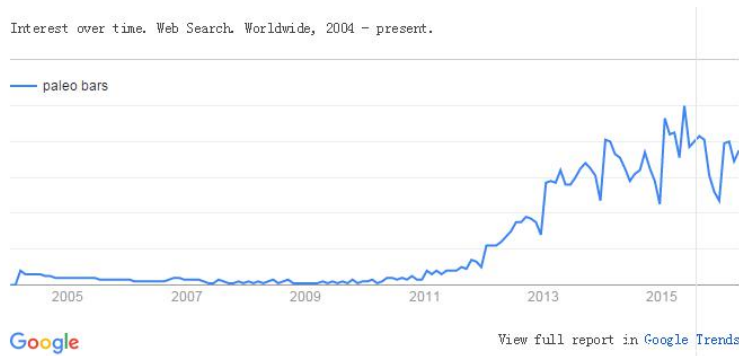
一个比营养饮食拥有更多变化的，也就算”时尚”了。(The only industry that may have more trends than nutrition, is fashion.)



健康营养行业总是时刻变化的，这里不乏各种新产品，他们迎合了最新的饮食风尚。近几年一个流行的趋势就是原始人饮食法（Paleo diet）。或许你头一次听说，原始人饮食法是依据距今 15000 年前的旧石器时代原始人的饮食结构，加入现代营养元素形成的一种饮食方法。（中文图文解释可以去[这里看](#)）

那么来看看谷歌趋势中关于原始人能量条的数据，你会看到，自 2011 年开始，该词汇有了爆发式的增长。

如下图：



在食品法律法规管理下，生产一种食品是复杂的，但通过搜索，我们发现了 YouBars. 作为一个能量棒厂家，YouBar 提供了一系列的食品。它们可以用来批发，可以用来定制成私人化的标签。

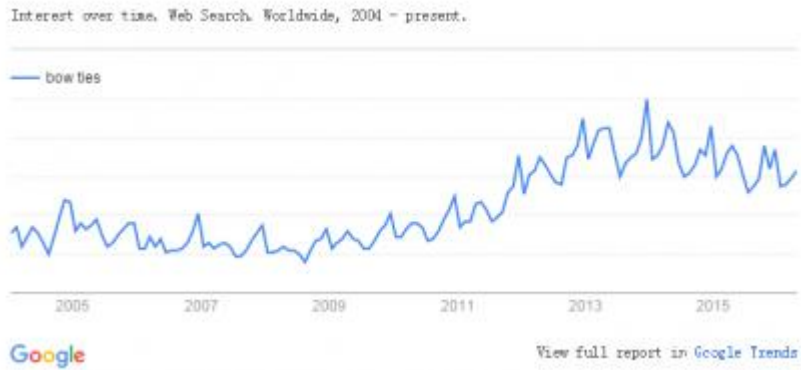
[第三弹第二节]网上卖什么？从10款现在火热的电商产品说起

2 领带

时尚界潮流总是瞬息万变，相应地机会也层出不穷。男人的领带就是其中之一。



从谷歌趋势看我们并没有撒谎，“男士领带”搜索量在近三年以三倍的数量在增长。这三级跳的图例不仅表明了男人们领带的急切需求，还显示了他们怎么着装打扮的需求。



在男士时尚产品方面，越来越多的男人也开始进行网购。 Forrester Research 市场研究公司预测在 2017 年整个美国在线零售额将达到 3700 亿美元。这对做小众男士电商产品的公司来说无疑是个利好消息。

3. 方巾

在看领带趋势的时候，我们看到了男士时尚饰品市场的机会，还是有点小激动的。然后我们想是不是在其中还有其他的机会呢，于是我们通过 twitter 关注了几位时尚专家，来看看他们最近在推什么新鲜玩意儿。

结果显示领带在男士时尚饰品界可不是独领风骚的产品。装饰方巾最近也获得了广泛关注。

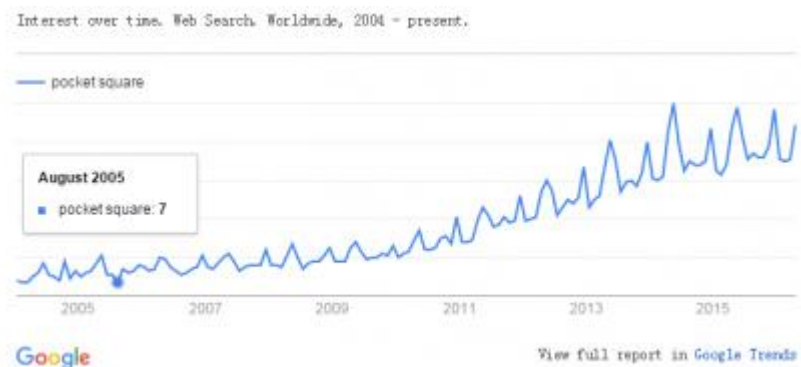


all kinds of fashion
@fashionablemind

Follow

A pocket square is always a nice finishing touch to a tailored to perfection suit.

来看看近几年谷歌趋势里装饰方巾的数据：

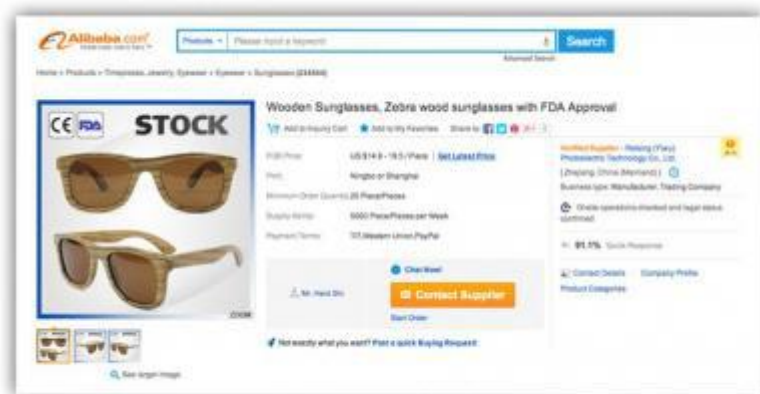


想想看，类似方巾的产品，既可以满足时尚需求，又可以通过一定努力自己制作。它们

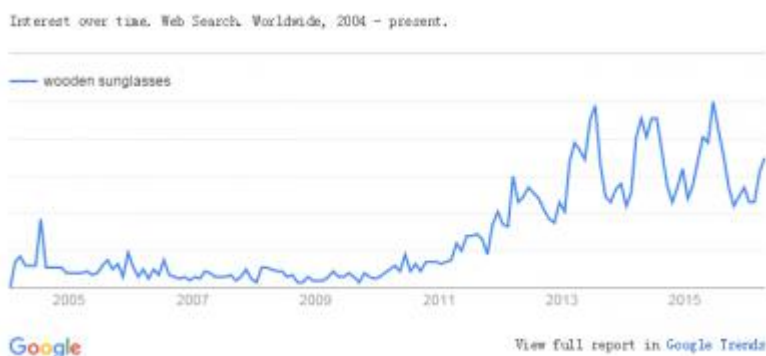
不像裤子衬衫一样需要满足尺寸大小，完全可以自己定制出售。有些品牌的方巾卖到 60 美元一块，可以想见这利润空间有多大。

4. 木质太阳镜

谁能想到？当我们在阿里巴巴浏览时看到了木质太阳镜。搜索”木质太阳镜”有 22603 个产品和 555 个供应商。通过他们我们看到了一个强烈的需求。

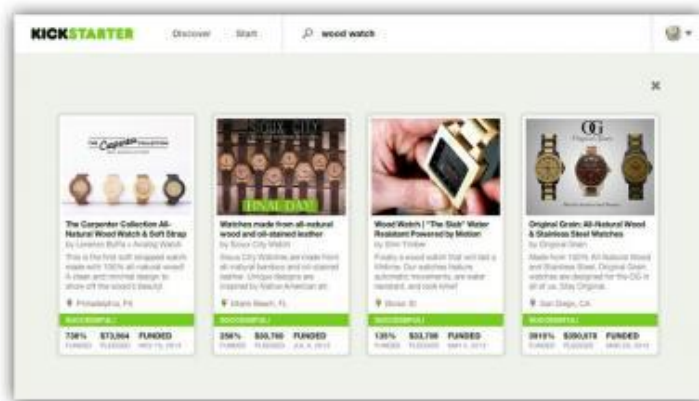


为了验证此猜测，我们通过谷歌趋势看到木质太阳镜是款很新的产品但每年的数据在稳定的增长。不过从中也可以看出该产品是季节性的。但不管怎样，这是款有趣的产品。

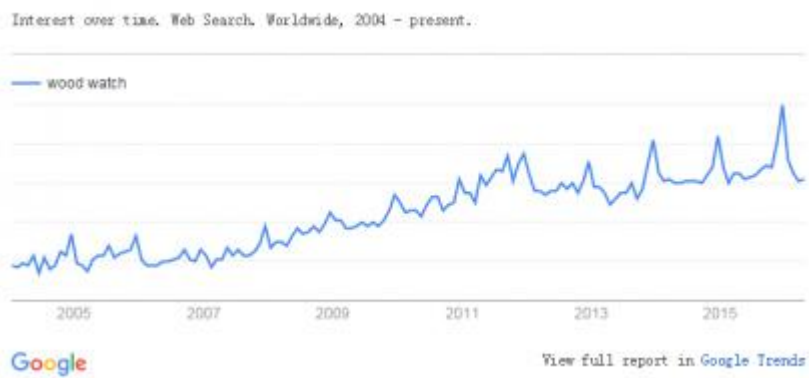


5 木质手表

在阿里巴巴发现木质太阳镜后我们想是不是在木质饰品领域还有其他流行款。于是我们在 kickstarter 众筹网站看到了木质手表。



通过趋势表我们看到木质手表历史记录较早，自 2004 年就开始了并呈现稳定增长的态势。



[第三弹第三节]网上卖什么？从10款现在火热的电商产品说起

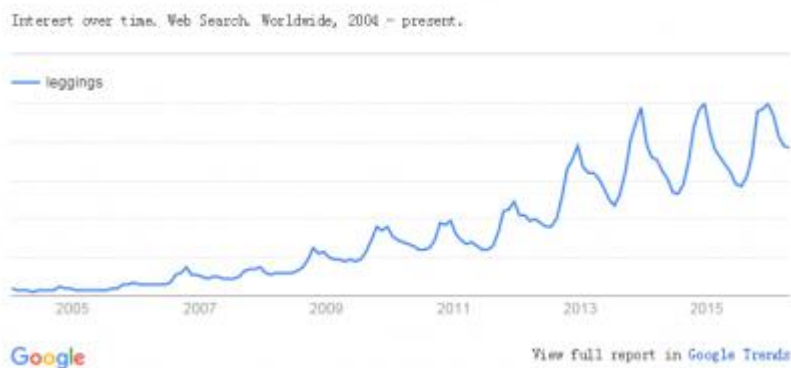
6. 打底裤

我们看了不少男士饰品，那么同样的，针对女士的产品在近几年增长势头也相当明显。

我订阅了像 Uncrate 和 Outblush 的产品评论博客。浏览 Outblush 发现了一些图案夸张个性鲜明的女士打底裤。如下图：



女士打底裤具有明显季节性的特点，但每年的搜索数据上升是非常明显且稳定的。

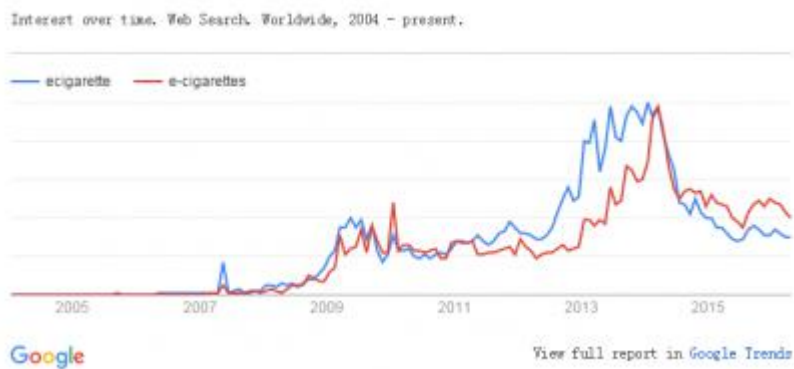


7. 电子烟

电子烟是个大市场。目前关于它的消息很多。当我们在福布斯上看到这篇名为“为什么电子烟市场将会爆发”，我们认为它将会是个有潜力的产品。



电子烟是一个新型市场以后将越来越规范，在以后也越来越难进入。



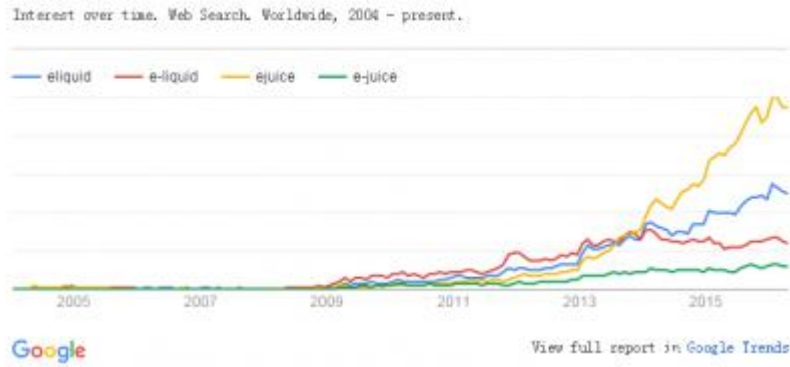
谷歌趋势也验证了这一点。

8. 电子烟液

看了很多电子烟的信息后我们来到 reddit 看看大家在讨论个啥。意外发现有个专区大家专门来讨论研究电子烟液的独特配方。



趋势中看到这其中有着潜在市场。

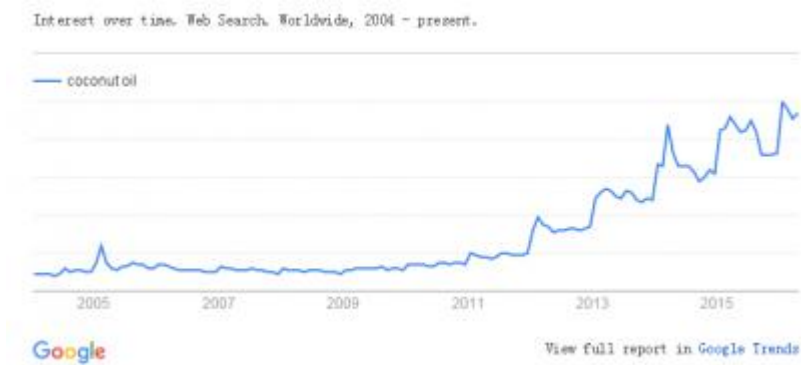


9 椰子油

Pinterest 里面发现椰子油的图片。椰子油既可食用，又可以润唇、保湿、剃须、深层护理、卸妆以及全身按摩。简直是个宝啊。



点击查看：除了食用，椰子油的其他 30 种用途来看看这增长势头。



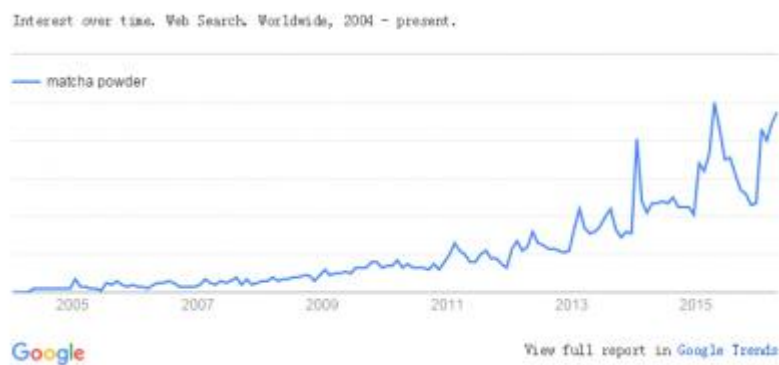
正因为多用途，椰子油将是非常好的产品。每一个用途都将是一个好的细分市场。

10. 抹茶粉

在 Instagram 上我们看到有人分享了抹茶粉的照片。抹茶是采用天然石磨碾磨成微粉状的蒸青绿茶。现在已然逐渐流行起来。近年来超市茶区从 RED ROSE (加拿大茶品牌)、TETLEY (2006 年印度塔塔集团收购全球第二大茶商 Tetley, Tetley 的制造及分销业务遍布 40 个国家。最大的主要消费市场有英国、加拿大, 美国) 已经拓展到上百种品牌。



自 2009 年抹茶粉搜索量持续增长，近两年更是爆发式的增长。



[第四弹]选个产品怎么研究它的细分市场

经过前三弹的学习，你的脑子里是不是风暴了一堆找产品的想法，那么我们理顺下，先找一个产品出来进行进一步细分评估下。

在本节我们会学到怎么聚焦产品选择一个利基市场。在后面的章节中你还会学到更进一步的评估方法。

选择一个产品来评估

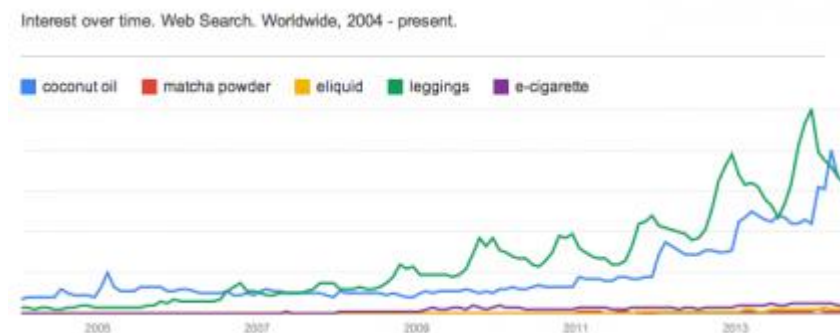
现在我们从上一节讲的产品中选择一个。也许里面有你非常有感觉的产品，本节我们仅从一个产品入手来评估。

我们的产品清单

上节讲到的十款产品：

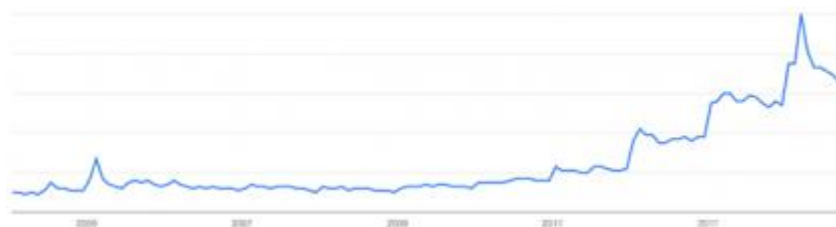
1. 能量条
2. 领带
3. 方巾
4. 木质太阳镜
5. 木质手表
6. 打底裤
7. 电子香烟
8. 电子香烟液
9. 椰子油
10. 抹茶

那么我们就把这10款产品全都放在 **google trends** 里看看哪个是最有趋势的。结果显示，椰子油和 leggings 完胜而出。



注意： google trends 一次允许比较 5 个关键词，不过我们 10 个都已经进行了对比。

其中椰子油也正和我意。因为椰子油作为一种原始材料在很多产品中都有包含。也许你还记得，上节提到的椰子油，我们就是在 Pinterest Pin 中发现它有 30 多种不同用途的，所以我们非常相信围绕椰子油会有一些利基市场需求。我们再回头看一下 Google Trends：



可以发现，自 2011 年椰子油的搜索量增长非常快。那么我们决定更进一步，从中挖掘有什么好的利基市场没。

选择利基

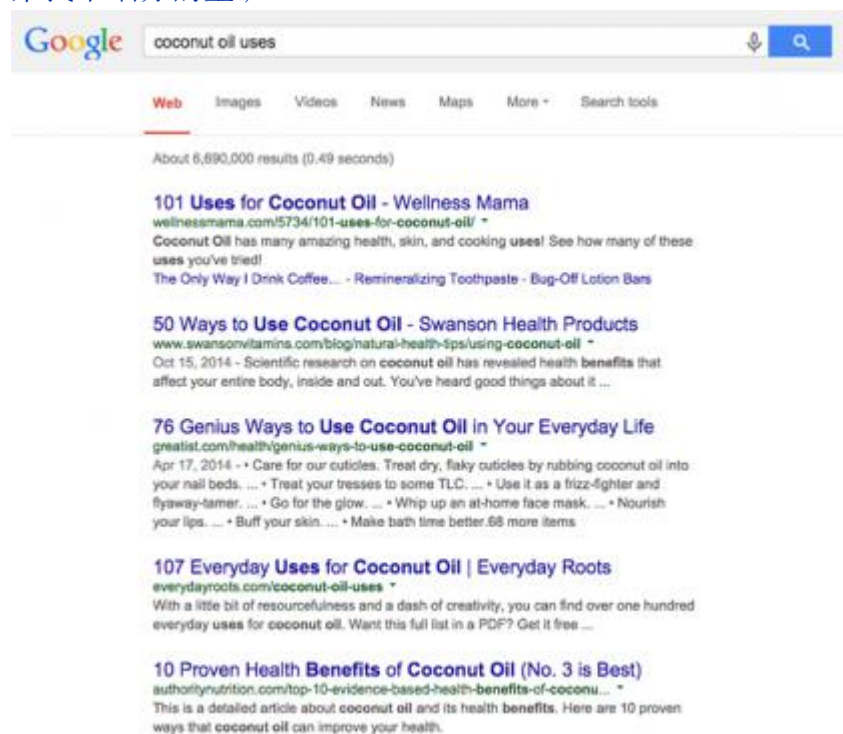
选择利基（细分）产品是做电商重要的一环。在激烈拥挤的在线市场上开个店铺，你必须有个拿手细活才能在这已有市场上分一杯羹。这也是为何利基（细分）市场为何如此重要的原因了。

选择利基没有个灵丹妙药包治百病，但是有很多方法可以学习。从简单的谷歌搜索，到建立脑图，优化关键词搜索等等，我们下面来学几招。

注意：在下面几节里，你将会学到怎么评估验证你的利基产品。如果你后续发现你选的产品没什么可行性，随时可以回来重新选择其他产品。

来谷歌搜吧

最简单验证你的想法就是看看你的产品在其他家怎么卖的。比如本节讲的椰子油，来找下细分的金矿：



做个脑图

脑图是一个理清思路的高效方法。建立一个你的产品想法的脑图，它能帮你催生新观点，梳理不同路径。

你可以使用这个免费在线工具：[Text 2 Mind Map](#) 来创建一个简单而有效的脑图。

下面是关于椰子油产品的脑图：



使用谷歌建议

当你用谷歌搜索东西的时候，它会自动跳出一些相关搜索词供你选择。而这些词就是经常被用户使用和搜索的，你可以把这个应用于寻找利基产品上。



不过谷歌只会显示几个建议词，想要更多怎么办？

Suggester 是一款抓取全部建议词的工具。

通过输入产品关键词它会显示一系列其他人搜索的常用词。比如我们输入“Coconut Oil for” 结果显示超过 300 条相关建议，进而我们可以从中寻找潜在市场。

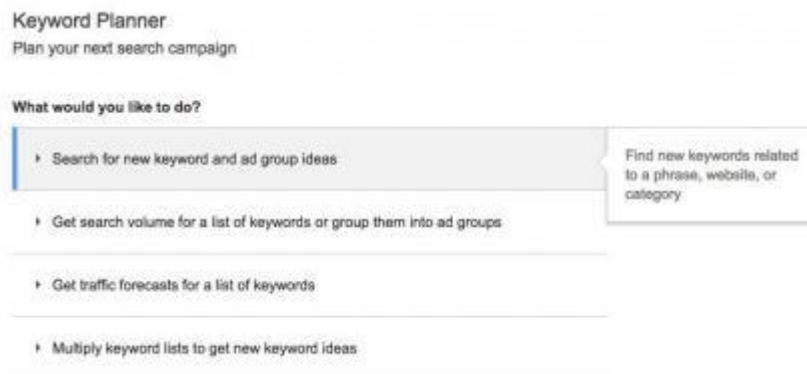
下面是一部分结果：

Term	Rank	Results in Search
cocunut oil for hair	1	20
cocunut oil for dogs	2	20
cocunut oil for skin	3	20
cocunut oil for sunburn	4	23
cocunut oil for teeth	5	21
cocunut oil for weight loss	6	27
cocunut oil for stretch marks	7	29
cocunut oil for eczema	8	22
cocunut oil for acne	9	20
cocunut oil for burns	10	21
cocunut oil for beard	11	21
cocunut oil for babies	12	22
cocunut oil for baby hair	13	25
cocunut oil for body	14	20
cocunut oil for black hair	15	26
cocunut oil for hv	16	18
cocunut oil for baby eczema	17	27
cocunut oil for baking	18	22
cocunut oil for acne	19	20
cocunut oil for acne scars	20	26
cocunut oil for autism	21	22
cocunut oil for anxiety	22	23
cocunut oil for acid reflux	23	27
cocunut oil for allergies	24	25
cocunut oil for alzheimer's	25	27
cocunut oil for anti aging	26	26
cocunut oil for ails	27	19
cocunut oil for eczema	28	22
cocunut oil for eyes	29	20
cocunut oil for eyebrows	30	24
cocunut oil for eyelashes	31	25
cocunut oil for ear wax	32	23
cocunut oil for eyelash growth	33	30
cocunut oil for ears	34	20
cocunut oil for ear mites	35	25
cocunut oil for essential oils	36	30

用谷歌关键词规划师来细分

另一个工具就是 Google's Keyword Planner。它是谷歌广告平台 Google Adwords 的一个功能，功能如同上面所说的搜索框的谷歌建议词，但更优化并可定制。

首先注册个 Google Adwords 账户，免费的。登陆后选择 Tools（工具），选择 Keyword Planner（关键词规划师），然后点击 Search for new keyword and ad group ideas（使用某个词组/网站或类别搜索新关键词）



下一步输入你的意向产品信息，再在 Targeting 里选择你想要的，尤其是目标市场位置。

▼ Search for new keyword and ad group ideas

Enter one or more of the following:

Your product or service

Your landing page

Your product category

Targeting ⓘ

Canada, United States ⓘ

English ⓘ

Google ⓘ

Negative keywords ⓘ

Date range ⓘ

Show avg. monthly searches for: Last 12 months ⓘ

Customize your search ⓘ

Keyword filters ⓘ

Keyword options ⓘ

Show broadly related ideas

Hide keywords in my account

Hide keywords in my plan

Keywords to include ⓘ

Get Ideas

然后，默认出现两个 tab，选择 Keyword Ideas（关键词参考提示）

Search terms	Avg. monthly searches ⓘ	Competition ⓘ	Suggested bid ⓘ	Ad impr. share ⓘ	Add to plan
coconut oil	301,000	High	CA\$1.15	0%	➤

1 - 1 of 1 keywords

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches ⓘ	Competition ⓘ	Suggested bid ⓘ	Ad impr. share ⓘ	Add to plan
coconut oil for skin	27,100	High	CA\$1.87	0%	➤
benefits of coconut oil	40,500	Low	CA\$1.30	0%	➤
coconut oil for eczema	2,900	Low	CA\$2.14	0%	➤
coconut oil for dogs	8,100	Medium	CA\$0.61	0%	➤
coconut oil recipes	6,600	Low	CA\$1.24	0%	➤
coconut oil for hair	60,500	Medium	CA\$1.03	0%	➤
best coconut oil	3,600	Medium	CA\$1.51	0%	➤
coconut oil for dogs	8,100	Medium	CA\$0.61	0%	➤

从中你就会发现相关的潜在利基市场，可以试着用其他各类关键词慢慢挖掘。

那么验证下吧

现在你已经选择一个产品进行了进一步的挖掘细化。是时候来验证它了。在下面几个章节中你将学到怎么评估测试你的产品，进而更清楚的把握它的潜在市场。

[第五弹第一节] 找到一款利基产品，怎么全面评估它？



上一章我们选择了一个产品，是时候把它深入考察下了。

没有正确评估产品和细分市场,你的选择，进而成功的机会，就是随机的。

而使用下面的**全面评估标准流程**,你会对你预选择的产品和市场有更全面的了解，更好的了解其优点缺点。

工具资源:文章最后,有一个[交互式产品评估工具](#)，它将你的产品根据本章列到的理念和标准进行流程化评估，进而得到分数来供你参考。

注意:你可能永远不会找到一个产品或利基符合下面的所有标准。 ,它会帮助你尽可能梳理了解产品的思路，避免一些陷阱和全面提高你成功的机会。

如果全部都符合了，这也不是个机会了。你说是吧？

全面评估标准一览

在我们进入每个评估点之前,让我们来快速浏览下面的全部的标准:

基于市场的标准

- 潜在的市场规模是多少？
- 市场竞争环境是什么样？
- 这是一个趋势,昙花一现的,持平的或增长的市场吗？
- 你的产品本地有吗？
- 你的目标客户是谁？

基于产品的标准

- 你的利润是多少？
- 你潜在的销售价格是什么？
- 你能提供一个订阅吗？
- 你的产品的尺寸和重量是什么？
- 你的产品有保质期吗？
- 你的产品有季节性吗？
- 你的产品是解决一时的热情,减轻疼痛或一个问题吗？
- 周转库存需要多长时间？
- 你的产品是可重复使用的还是一次性的？
- 易腐烂吗？
- 你的产品有任何限制或规定吗？
- 你的产品是否可规模化？

让我们来看看每个标准的细化分析:

1 潜在的市场规模是多少？

市场规模可能难以确定，但通过之前的学习你可能对此有了比较清晰的了解。比如，一个满足 25-40 岁孕妈的产品，市场规模是非常大的。但是，一个满足 25-40 岁喜欢朋克摇滚的孕妈产品，市场规模就可能缩减了好多。

案例：Daneson 是销售高端奢华牙签的公司。你可以想象，一个低调奢华有内涵的男人在购买这款精致的牙签。这种产品的市场规模就非常狭窄了，进而限制了潜在的营收。不过，也正因为如此，才会有 Daneson 这样的公司能够更有效的捕捉到了市场，更容易地渗透其中。



资源：通常大多数企业并不可能确定准确的市场大小。然而，有一些方法和工具可以帮你理解市场规模。[谷歌趋势](#)是一个很好的起点，确定市场规模，而确定市场需求轨迹。在那里，你也可以找到特定产品在其他地方销售的情况，看看评论的数量和质量。没有评论？只是几个或数百个？来，这个工具 [Topsy](#) [基于 Twitter 微博客搜索引擎是一个基于 Twitter 内容的搜索服务网站，是一个全新的微博客搜索引擎，提供的搜索结果也都是包含有该关键词的链接，Topsy 的优点在于提供人们正在讨论的那些话题相关网址，帮助用于从中获取真相。] 它可以帮您确定社交网络中的相关话题，也可以给你潜在的市场规模提供指导。在下一章中，您将了解如何使用[谷歌关键字规划师](#)。它可以更好地确定搜索需求，可以帮助您确定在你的产

品理念关键词的搜索量。这可以告诉你，有多少人正在寻找你的关键字。相应的你就可以更好地理解这个市场规模。结合所有这些方法和一些现实的判断,你应该对你的产品潜在市场更有谱气些了。

2 市场竞争环境是什么样？

你是第一个？还是有了些竞争者？还是有很多在卖同样的产品？

如果你是第一个，你需要做大量市场研究来决定是否有真正的市场需求。因为很多时候，并不是你是第一个，而是很多和你一样的前辈们，被拍死在了沙滩上。如果有一些竞争者，恭喜你，这是好的信号告诉你市场是被验证了的。如果市场上人挤人了，一方面告诉你此市场已经被验证了，另一方面你需要思考在一片红海中，如何区分你的品牌和产品了。

案例： Luxy Hair 并非第一家在线销售头发的公司。实际上，当他们四年前进入的时候已经有很多竞争者。他们知道必须做些不同。Luxy 选择进入游戏这一完全不同的营销策略。当其他人还在做付费广告的时候，Luxy 决定通过传播价值，聚焦 YouTube 建立起专属的营销渠道。这一策略非常有效。Luxy 在人头攒动的同类市场中脱颖而出，很快获得了七位数的电商营业额，作用上百万的 Youtube 订阅者。

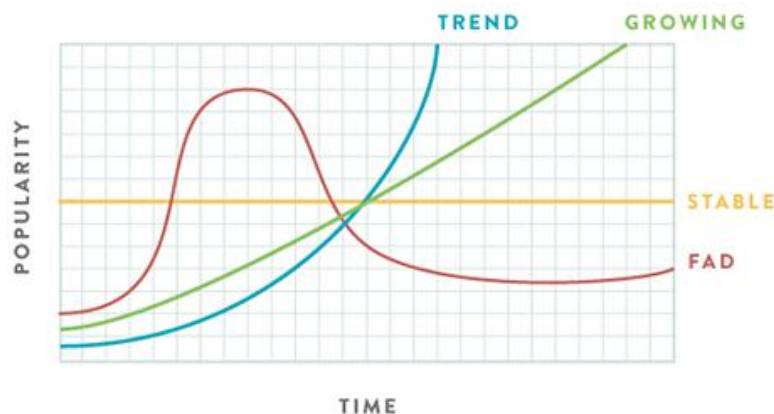


(关于 [Luxy hair 的故事点击查看](#))

3 这是一个趋势,昙花一现的,持平的或增长的市场吗?

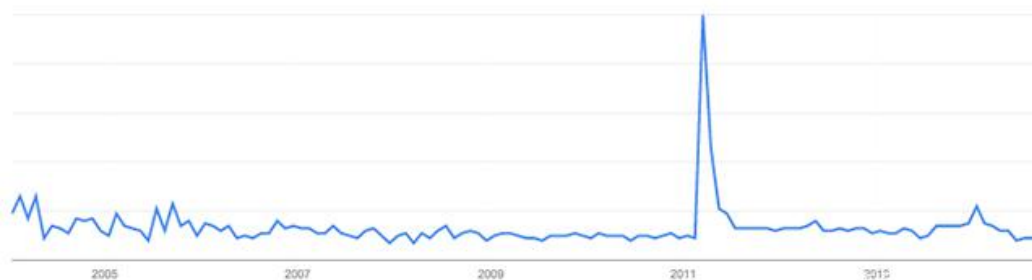
市场, 跟着流行, 危险; 跟着趋势, 有赚头; 跟着稳定, 安全; 跟着增长, 那是理想。

看下面的增长曲线就更容易理解每种的不同了。



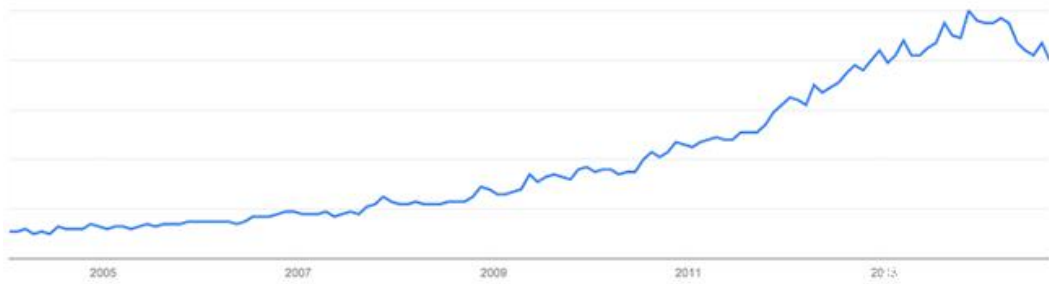
流行型: 来也匆匆, 去也匆匆。相逢离散须把握时候。

案例 1: Geiger Counter 是一个类似手机的电子设备, 它能够检测你身边的辐射。在 2011 年日本地震的时候, 它火爆一时, 但很快就偃旗息鼓了。如下图谷歌趋势所示:



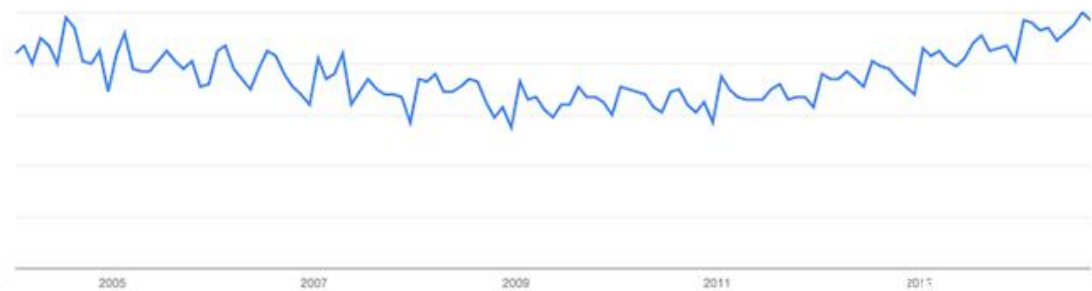
趋势型: 比流行更长久, 虽然也很难预测。

案例 2: 最近几年的无麸食品越来越受欢迎。从下面的图我们可以看到一个逐渐的攀升趋势。这可以标记为一个趋势。然而,随着不断变化的营养饮食市场, 这个很难预测。



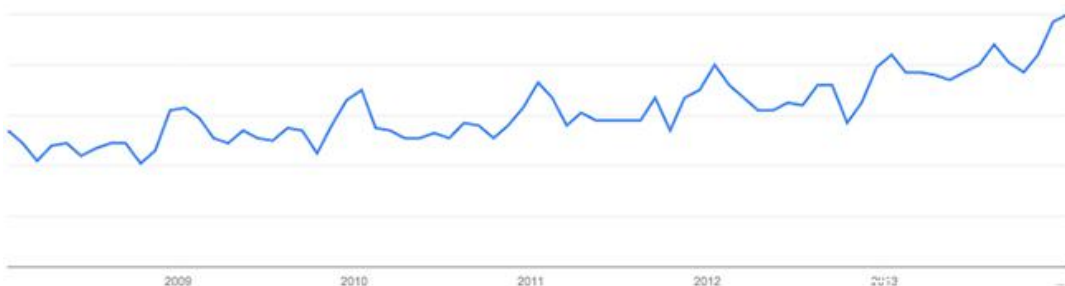
稳定型: 一个稳定的市场,通常抗击打能力强。它既不上升也不迅猛增长,会维护很长一段时间。

案例 3:厨房水槽是产品与市场的完美范例。通常保持不变,过去十年,基本稳定。这是因为厨房水槽的兴趣和购买不会发生很大变数。



增长型: 表现为持续地增长,长期或永久的市场增长趋势的迹象。

案例 4:瑜伽已经存在了很长一段时间。但在过去 5 年左右,已经成为一个主流的健康和健身活动。瑜伽的益处已经众人熟知,保证了市场的长期增长。



资源: 谷歌趋势将帮你在流行、趋势、稳定或增长的市场中给个全局性的参考。如果你看到费解的峰值,试着了解这是为什么?

4 你的产品本地有吗？

一个产品，在当地随手可得，那么消费者就可能很少会去网上买。然而，一个独特的或在本地很难找到的产品，消费者更倾向于网上购买了。

案例：Ellusionist 销售魔术师和卡牌人员类似的高端艺术型扑克。这些在本地并不常见，如果你想玩玩，只有去网上剁手了。



资源：一个最简单的方法来找出您所选择的产品在当地有没有。通过在谷歌上搜索你的产品+你的城市的名字,或者如果你没生活在一个大城市,试着用你的最近的主要城市的名称。

例如,您可以搜索“魔术师扑克牌+纽约”。

5 你的目标客户是谁？

首先你不需要非常精确的用户画像,但你应该意识到客户的类型,卖给谁,他们的在线购买能力。

如果你有一个产品适合青少年,记住,大多数青少年没有信用卡(现在微信已经完全可以替代了)。同样,如果你的产品是针对老年人,他们的网上购买习惯也需考虑。

案例：Clothes for Seniors 为老老年人提供定制服装。你的客户可能不怎么经常上网，那么你需要调整你的网店策略，或者主攻他们的子女营销。



资源：如果你发现有人销售类似产品，可以使用 [SimilarWeb](#) 工具帮你获得访客统计信息。

[第五弹第二节] 找到一款利基产品，怎么全面评估它？

6 你的利润是多少？

这点非常重要。不仔细考虑，当真正开卖的时候，你会发现很多小花销会吞噬你的利润。

案例：宠物计步器，一个统计你的宠物运动步数的电子项圈。



参考其他的宠物计步器，比如销售价格是 24.99 美金。通过 alibaba 发现我们可以以 2 美元的价格拿到它。

1200%的利润！爽歪歪了！不过我们再好好算算：

Cost Per Unit	\$2.00
Product Packaging	\$0.10
Import Shipping (Cost Per Unit)	\$0.30
Customs & Duties	\$0.40
Shopping Cart Fees	\$0.25
Credit Card Processing Fee (2.75% of Selling Price)	\$0.69
Shipping Fulfillment Fee	\$3.30
Shipping Cost	\$5.00
Shipping Packaging	\$0.00
Advertising Cost Per Unit	\$5.00
Total Cost Per Unit	\$17.04
Potential Selling Price	\$24.99
Shipping Revenue	\$5.00
Total Revenue Per Unit	\$29.99
Margin \$	\$12.95
Margin %	43.18%
Markup %	46.65%

你会看到上面的各种必需成本慢慢吞噬了你的利润。从利润 1200%到 100%。当然这只是个大概计算，你可以通过控制广告或其他来压缩成本。不管咋样，这事，要预则立。

来个好玩的工具：

[产品利润计算器](#)

使用它可以帮你以美元和%方式，计算潜在的产品利润。

7 你的预销售价格是多少？

大家都知道，价格低的，需要数量保证利润；价格高的，需要时间。

一般来说，推荐价格在 75-150 美元的产品。因为它减少了需要寻找大量客户的时间,还能为你营销和操作成本提供一些缓冲。

案例：继续拿上面的宠物计步器做例子。一个的利润 12.95 美元。如果我们换成其他类似的产品，售价 100 美元，4 倍于宠物计步器的价格，相应的其他成本也*4，算下来利润高达 76.75 美元！

Cost Per Unit	\$8.00
Product Packaging	\$0.40
Import Shipping (Cost Per Unit)	\$1.20
Customs & Duties	\$1.60
Shopping Cart Fees	\$1.00
Credit Card Processing Fee (2.75% of Selling Price)	\$2.75
Shipping Fulfillment Fee	\$3.30
Shipping Cost	\$5.00
Shipping Packaging	\$5.00
Advertising Cost Per Unit	\$0.00
Total Cost Per Unit	\$28.25
Potential Selling Price	\$100.00
Shipping Revenue	\$5.00
Total Revenue Per Unit	\$105.00
Margin \$	\$76.75
Margin %	73.10%
Markup %	253.99%

8 你的产品可订阅吗？

老用户比新用户更省时省力。而通过订阅，让老用户自动成交。

案例：Dollar Shave Club 经常会发给人马一些易耗品，比如刮胡刀片。价格很便宜，但对这俱乐部来说这种订阅模式非常有效。刀片订阅开始就是 1 美元/月。他们以这种方式销售给同一订阅者，从而非常稳定。



9 你产品的尺寸重量是多少？

亲，包邮吗？

现在产品不包邮，你都不好意思和人打招呼。

而尺寸重量左右着你的运费和利润。

如果你不打算用 dropshipping，就需要考虑运费成本，仓储成本等。如果直接从海外订货，运费，卖糕的！

案例：这款超大号瑜伽垫，售价 99 美金，还算合理。但发到加拿大，40 美金的运费，其他地方 100 美金，多少人到这就望而却步了。



10 你的产品耐用吗？

你的产品耐用还算易碎的？易损坏的产品在包装、退货等上面要花费更多。

案例：墨菲在一篇博客里写道当初他销售一款非常精致的产品，在包装及运费上都是产品价格的四倍。经过一系列试错后才摸到门道。



11 你的产品有季节性吗？

季节性的产品会影响现金流。一些季节性是没问题的。但是一个理想的产品要保证稳定的现金流。

如果你的产品是高季节性的，最好考虑在先，是否可能通过销往不同的国家来解决。

案例：比如圣诞节期间的圣诞树，具有非常的季节性。



12 你的产品是解决一时的热情,减轻疼痛或一个问题吗？

之前的文章谈到过这个问题。解决人们的真正痛点，使你的产品更容易受消费者接受。

案例：Pro Teeth Guard 解决了有磨牙困扰的人的问题。他们非常可能在网上寻找这种产品，很容易下单购买。



13 周转库存需要多长时间？

如果你的产品是需要经常改变或更新的，这也是道风险。所以需要预先了解你的周转库存。

案例：手机和平板设备套比较火，不过新设计常需要设计，打模资金及 MOQ。像手机壳这种细分产品，难的一点是在新款出来前已经获取了足够的流量和曝光度。卖的不够快，过时的套子可能就在仓库里吃灰了。



14 你的产品是可重复使用的还是一次性的？

耐耗品和一次性产品都可以让同一用户重复购买，本质来说是把时限置于产品本身。

案例：Manpacks 销售一些较短使用寿命的产品，像剃刀，避孕套，袜子和内衣。可以保证用户不时回来购买。



15 易腐烂吗？

比如食品，保健品，药物和其他需要避光冷藏等的产品。

案例：Yummy Tummy Soup Company 卖自制汤和甜品的公司。



16 你的产品有任何限制或规定吗？

做之前查下关于产品的规定和限制。进口出口有无要求，比如一些化工品，食品和化妆品。

别怕，多网上查查和给海关等权威机构打打电话。

案例：Silky Polish，是一个无毒无动物伤害的指甲油。他们后来得知里面含有易燃化学成分而禁止空运，所以只能被迫放弃海外市场。



17 你的产品是否可规模化?

刚启动阶段就让你思考未来发展的规模化,有点难但是必须的。

如果你的产品是手工的或包含的材料很难找到。想想如果你的业务规模扩大,你能外包吗?随着订单增加员工数量会增加吗,还是能保持一个小团队?

案例: Horween 皮革是 Horween 皮革公司的头牌,并被尊为世界上最好的皮革之一。许多手艺人,艺术家和消费者都信赖不已。不过问题在于,由于质量把控和手工,很难规模化。



小结:

选择产品和细分市场是电商的核心和最重要的一个决定。

通过使用上述标准作为指导,可以帮助您更好地整体性理解产品。

下面,给你一个交互式计算器。它会根据上面的每一点进行产品理念分析。

在下面的章节中,通过评估市场以及竞争环境将进一步梳理你的想法。

福利: [免费产品分级工具](#), 5 分钟测试你的产品想法。

[第六弹]你的产品市场需求有多大？



根据[上一章](#), 你找到款产品并完成了产品评估清单, 并相信你的产品灰常有潜力, 那这一章我们来验证它究竟市场潜在需求有多大。

有一点提醒: 这一章中评估你的产品潜在市场需求, 如果你的产品和利基想法是一个新产品或老产品的心用途, 有可能没有明显的市场需求。这并不是说, 市场需求不存在, 或者市场需求没形成, 而是下面介绍的方法基于人们通过寻找你的产品已经是一个市场需求的理念。如果你的产品是一个新概念, 这一章可能并不适用。

看看你的产品市场有多大？

要开始了解市场的需求, 我们先使用这个工具, [Google's Keyword Planner Tool](#)。拿前面的椰子油护发产品举个例子。

通过 [Google's Keyword Planner Tool](#) 搜索关键字, 可以查到每月多少的搜索量, 竞争激烈度, 以及相关搜索词。这对了解潜在需求有很大帮助。

关键词	平均每月搜索量	竞争程度	建议的出价	广告展示次数范围	添加到列表
mobile software	1万 - 10万	中	¥ 1.81	-	+
关键字 (按相关性排序)					
mobile software download	1,000 - 1万	中	¥ 1.19	-	+
mobile software free download	1,000 - 1万	低	¥ 2.34	-	+
mobile apps download	1万 - 10万	中	¥ 0.99	-	+
mobile apps free download	1,000 - 1万	中	¥ 1.51	-	+
mobile application download	1,000 - 1万	中	¥ 1.25	-	+
mobile download	1,000 - 1万	低	¥ 3.54	-	+
software mobile	1,000 - 1万	中	¥ 1.38	-	+
softwares for mobile	100 - 1,000	低	¥ 2.63	-	+
download mobile games	1,000 - 1万	低	¥ 1.76	-	+

使用谷歌关键词规划师，需要有一个[谷歌 AdWords](#) 帐户，您可以免费获得。有了个帐户，登录并选择工具从顶部的菜单，然后选择**关键字规划**。在下一屏幕上，点击**搜索新的关键字和广告组的想法**。

Keyword Planner

Plan your next search campaign

What would you like to do?

- ▶ Search for new keyword and ad group ideas
- ▶ Get search volume for a list of keywords or group them into ad groups
- ▶ Get traffic forecasts for a list of keywords
- ▶ Multiply keyword lists to get new keyword ideas

Find new keywords related to a phrase, website, or category

在下一屏输入你的产品关键词（注意：可以多试几个相关或类似关键词）。如果需要可以根据喜好设置**位置**，意思是，你打算卖给哪个国家。

在我们的例子中，我们输入“Coconut Oil for Hair”，并选择了美国和加拿大，因为这是我们很可能瞄准的主要市场。

▼ **Search for new keyword and ad group ideas**





Enter one or more of the following:

Your product or service


Your landing page

Your product category


Targeting ?


 
 
 
 

Date range ?


 

Customize your search ?

Keyword filters 

Keyword options 

Show broadly related ideas
Hide keywords in my account
Hide keywords in my plan

Keywords to include 

Get Ideas

下一步，这是默认选项卡的广告组提示，切换到 Keyword ideas。

Ad group ideas		Keyword ideas				
Search terms	Avg. monthly searches [?]	Competition [?]	Suggested bid [?]	Ad impr. share [?]	Add to plan	
coconut oil for hair	60,500	Medium	CA\$1.04	0%	»	

1 - 1 of 1 keywords ▾ < >

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches [?]	Competition [?]	Suggested bid [?]	Ad impr. share [?]	Add to plan
coconut oil for hair growth	4,400	Medium	CA\$1.18	0%	»
coconut oil hair treatment	6,600	Low	CA\$5.01	0%	»
best coconut oil for hair	1,300	High	CA\$0.96	0%	»
coconut oil hair	9,900	Medium	CA\$0.87	0%	»
virgin coconut oil for hair	880	High	CA\$1.01	0%	»
organic coconut oil for hair	1,600	High	CA\$0.98	0%	»
coconut oil hair mask	9,900	Low	CA\$1.15	0%	»
pure coconut oil for hair	590	High	CA\$0.99	0%	»
benefits of coconut oil for hair	1,300	Low	CA\$0.73	0%	»

第一栏会列出您搜索的关键词，以及相关的关键词各种搜索查询词组。

第二栏显示每月在您指定的地理区域内搜索量。













第三列显示（谷歌的 Adwords 付费广告）每个关键词的竞争水平。

在结果列表中，要注意两点：

长尾关键词 -长尾关键词是那些由 3 个或多个字的关键词。虽然不需总是盯着寻找长尾关键词，但密切相关的产品和利基长尾词是很有用的，比如 “coconut oil for hair care” 。

高搜索量 -长尾关键词也可能有较高的搜索量。较高的搜索量显然意味着更多的人在寻找该产品。这让你对你的产品需求有个更好的理解。

我们通过对 “Coconut Oil For Hair” 搜索来看：

coconut oil for hair		60,500	Medium
coconut oil hair		9,900	Medium
coconut oil hair mask		9,900	Low
coconut oil hair treatment		6,600	Low
coconut oil in hair		3,600	Low
is coconut oil good for your hair		2,900	Low
coconut oil on hair		1,900	Low
organic coconut oil for hair		1,600	High
how to use coconut oil on hair		1,600	Low
how to apply coconut oil to hair		1,600	Low
benefits of coconut oil for hair		1,300	Low
best coconut oil for hair		1,300	High

有每月相关搜索中可没有最低数目之说，但是看清目前的潜力搜索是非常重要的。基于我们的产品理念，每月超过 10 万的搜索量，该产品市场需求就非常强劲了，如果与其相关的许多关键字都显示较低的竞争，那就更锦上添花了。低竞争度的关键字通常意味着它会更容易获得排名以及更便宜购买基于这些关键字的广告。

哪个地方更有市场？

我们知道，很多人在美国和加拿大寻找椰子油护发的信息和产品，但他们究竟在哪？。

这点我们可以使用[谷歌趋势](#)。谷歌趋势不仅可以显示关键字的整体趋势，也可以告诉你哪些热门国家和城市正在寻找您的特定关键字。

哪些国家正在寻找 “Coconut Oil For Hair” 呢：



由此，我们可以看到，菲律宾和南非也是寻找我们的潜力产品最高的国家。

(那么我们向其开拓市场吗？等等，菲律宾是盛产椰子的国家，他们热搜这词是否是卖此产品？进货渠道，上下游产品，是否多了个思路呢？)

点进去看看哪些城市搜索的人数最多：

Top cities for coconut oil for hair. Web Search. Worldwide, 2004 - present.




再点击进去，可以看到该城市搜索该关键字的谷歌趋势图。

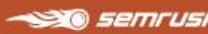
看看社交媒体上有多大需求？

现在，你已经从搜索引擎的角度验证了搜索兴趣，现在来看看社交媒体上的兴趣。

Twitter 的是看市场潜力和产品兴趣的有效来源。您可以使用类似服务 [Topsy](#) 搜索每天你需要的特定关键字总量。



**TOPSY IS DEAD:
ALTERNATIVE SOCIAL
ANALYTICS TOOLS
TO USE RIGHT NOW**

 SEMRUSH

译者注：不是我不明白，是世界变化快。Topsy 目前已经停止服务。类似替代的工具：

keyhole.co buzzsumo.com tweetreach.com

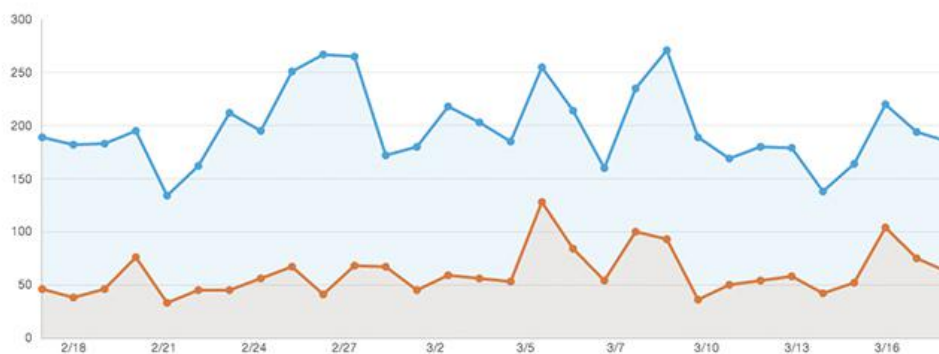
原文：

<https://www.semrush.com/blog/topsy-is-dead-alternative-social-analytics-tools-you-need-to-use-now/>

工具类似，理念相同，我们还是以原文中 Topsy 做例子：

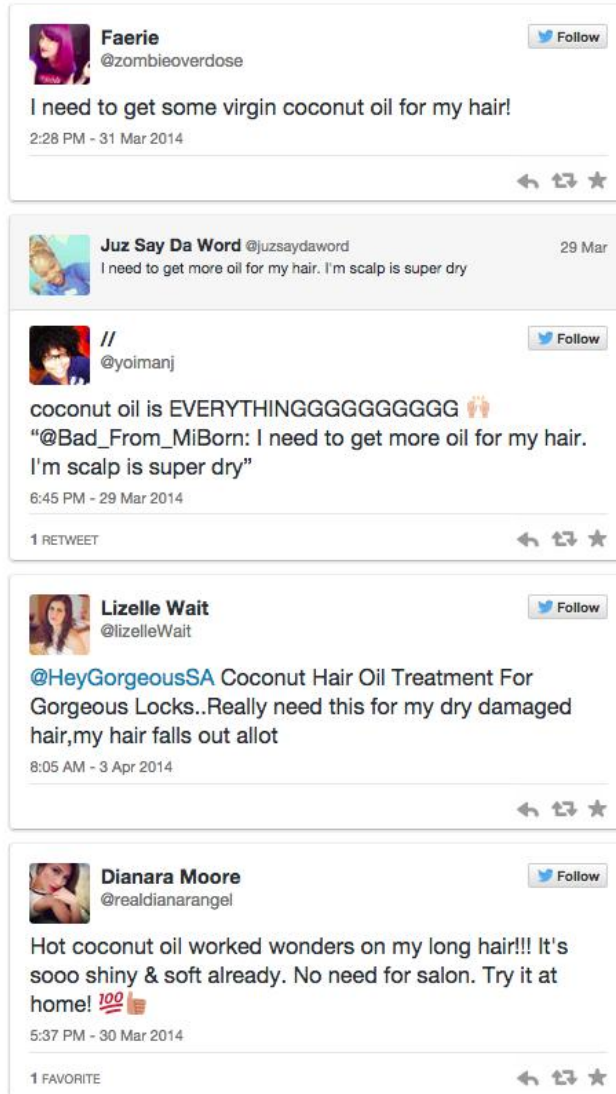
我们使用 Topsy 提醒每天 Twitter 提到的词语 *"coconut oil"*，和 *"hair"*。

Tweets per day: Coconut Oil for Hair and Coconut Oil Hair
February 17th — March 19th



从图中我们可以看到，每天约 150-250 人 tweeting 我们的关键词。要更清楚地了解究竟是谁，他们的推文，我们也做了 Twitter 上的搜索。

下面是几个例子，暗示了购买意图：



利用社交媒体研究你的产品，不仅能让你看到你产品的潜在需求，也可以帮助了解潜在客户怎么说的，这对你打广告，做文案是很有帮助的。

小结：

在前面的章节中，你通过所有的评估清单验证了一个产品的潜在需求。

在本章中，你学习了如何使用谷歌的关键字规划师通过搜索相关的关键字，发现你的产品理念和搜索需求。

你也学习了如何使用谷歌趋势，更好地了解你潜在客户居住的国家 and 城市。

最后，你学习了如何使用社交媒体来理解有多少人围绕你的产品和想法展开对话。

现在，你对你的想法和产品市场需求该有了更清楚的概念了吧。

在下一章，我将告诉你怎么评估你得到潜在竞争对手，让你知己知彼，百战不 die。

[第七弹] 怎么分析竞争对手？



你手里抓了个绝妙的产品，并且市场需求还不错，那么有可能这块竞争已经非常激烈，一潭深红。所以在“撸起袖子加油干”之前，最好先看看你的竞争对手，看看那些老司机是怎么做的。



在本章中，我将列举一些工具和方法来让你更好的理解潜在的市场竞争。

你的主要竞争对手是谁？

第一步，先找出谁在卖你相中的产品。

最简单的方法就是谷歌进行一些产品的搜索。要像潜在客户一样思考，并用客户真正常用的关键词搜索。您还可以使用上一章中介绍的长尾关键字。

您需要了解针对你的特定产品和行业的关键字的竞争对手，他们哪些在 Google 中的排名最高。

看看谁在搜索的第一页。如果要更全面地了解您的竞争对手，还可以在 Google 搜索中输入"[related:www.competitorURL.com](#)"

以获取其他类似公司的列表。

或者，你也可以使用免费的在线工具 [SimilarWeb](#) 和 [SEMrush](#) 分析其他竞争对手。

注：related 命令专门用来查找同类网站你竞争对手的网址。比如试试 [related:www.alibaba.com](#)

更多关于谷歌搜索命令怎么综合使用, 请见博客文章 "[你会用 google 字符精准搜索吗?](#)"

"

怎么分析你的竞争对手?

虽然你也许难以清楚地了解每个潜在竞争对手的表现，但可以通过一些方法管中窥豹。

再次，老司机虽然不免费带，但我们能自学。

你可以使用 [SimilarWeb](#) 和 [SEMrush](#) 这些工具。它们可以提供有关您的潜在竞争对手的大量额外的详细信息，包括：

- 流量概述
- 流量地理位置
- 参考网站
- 搜索关键字（自然和付费）
- 社交推荐

使用这些工具，能让你基本了解竞争对手的信息，这样你对自己的决策了解的会更全面。

其他三种方式：

1.他们做这块多久了？

公司不赚钱，不会活太久。

你可以通过 Whois 查找该公司的域名信息，看看他是什么时候注册的。

此外，Twitter 和 Facebook 都会显示帐户的创建日期，了解企业的运转时间可以更好地帮助你了解它的成功因素。

在下面的示例中，我们可以看到该域名已于 2010 年 4 月 22 日注册：

Registrar: TUCOWS DOMAINS INC.
Whois Server: whois.tucows.com
Referral URL: http://domainhelp.opensrs.net
Name Server: NS943.HOSTGATOR.COM
Name Server: NS944.HOSTGATOR.COM
Status: ok
Updated Date: 06-jul-2013
Creation Date: 22-apr-2010
Expiration Date: 22-apr-2017

请记住，域名注册日期并不一定代表该公司的建立日期，因为这个域名可能是很早就注册了，或者是被购买过来的。

一个非常好的工具可以帮你：

WaybackMachine 网站时光穿梭机

像不像多拉爱梦的宝贝口袋？

网址：<http://archive.org/web/>

它可以带你穿越互联网，寻找一个网站的历史档案。这个工具能引申的知识点很多。

2 他们的社交媒体上的关注/互动是什么样的？

社交媒体上关注和互动不一定与销售相关，但与其他信息相结合，有助于更好地了解您的竞争对手。

这里要记住的最重要的事情之一是，别被正在关注人的数量给忽悠了。

因为购买数千个僵尸粉挺容易的，比如可以找 [Fiverr](#) 这种威客网站，比如《硅谷》一集里 Jared 就是用类似方法获取第一批虚假种子用户的。也正因为如此，你必须再查一查，看看他们的帖子实际上获得多少互动和反响。

看下面的例子，这个公司似乎有很强的人气：

Facebook:



推特:



虽然这些数字看起来令人印象深刻，但不难发现这个帐户的所有帖子和状态更新几乎没有什么互动。事实上，最多的时候一个帖子只收到一个或两个喜欢/收藏。

您可以使用类似服务 [Status People](#) ，审查 Twitter 帐户的僵尸，这可以让你更好地了解它的真实性。

查看上面提到的的帐号，可以看到:



最后，当你调查竞争对手的社交账号时，特别注意的是:

- 他们使用哪些平台?

- 他们与客户互动的频率?
- 他们如何与客户交流?

Luxy Hair 当时充分利用了 YouTube 作为主要社交营销渠道, 从而开拓了数百万美元的业务, 而其他同类公司, 还没有觉察到这一点呢。

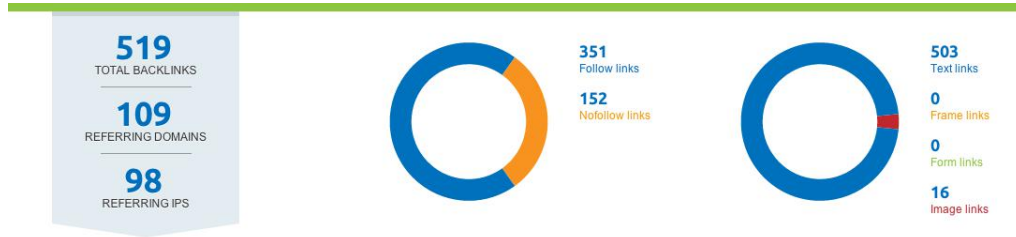
3 查查流量和反向链接

流量和反向链接是市场上综合竞争实力和成功的指标之一。虽然你可能无法获取特定网站的准确流量, 但有一些工具可以帮助您衡量网站大致流量以及指向该流量的反向链接数量。

再说回来, SEMRush 和 SimilarWeb 是查看竞争对手的流量, 流量来源和反向链接的极佳工具。

在下面的示例中, 我们可以看到, 这个在线商店每月获得近 100,000 次访问, 并有超过 500 个反向链接指向它。





很多这些服务只能查询已经建立了网站的流量。

因此，如果您要查找相对较新的竞争对手的网站信息，可能还没有可用的流量信息。

怎么分析对手网站？做个列表

好了，现在你知道你要面对的是谁，通过浏览你竞争对手的在线网站，感觉不错吧。在浏览竞争对手网站时，先思考这几个问题能让你感觉更好：

- 他们如何强调他们的价值主张？（Value proposition）
- 与你的价格相比，他们的价格是多少？
- 他们的产品照的如何，他们的产品描述如何？
- 他们的寄送和价格如何？
- 他们在哪里设置了行动召唤（**Call to action**，这是啥？看最后一条活的例子），它有多明显？
- 他们试图建立一个电子邮件列表吗？
- 他们的网站是否针对手机进行了优化？

本章的工具小结

- Google 搜索命令: [related](#)
- 竞争对手网站分析工具: [SimilarWeb](#) 和 [SEMrush](#)
- 域名查询: [Whois](#)
- 网站时光穿梭机: [WaybackMachine](#)
- 社交账户验证 [Status People](#)

跃跃欲试，准备搞起？

这是一条漫长的路。从评估你的产品，到评估市场需求，到评估竞争对手，一路走来，你已经超过了大多数人。

还有**最后和关键一步**，你就可以搞起了。

在下一章中，你将学习几种不同的验证产品的方法。

验证与评估不同，因为到目前为止，你经过分析和获取的均是二手数据。

通过验证你的想法，你将获得第一手信息，甚至你可以试着做一些销售，在这个现实世界验证你的产品和想法。

这是一个活生生的 Call To Action~~

[第八弹] 来，是时候验证你的产品和想法了！

本章之前，你已经运用各种方法挖掘数据，并优化评估你的想法。现在是时候用第一手信息验证您的想法了。

有很多不同的方法来验证你的想法，但他们的目的是一样的：**验证有没有人感兴趣并购买你的产品。**

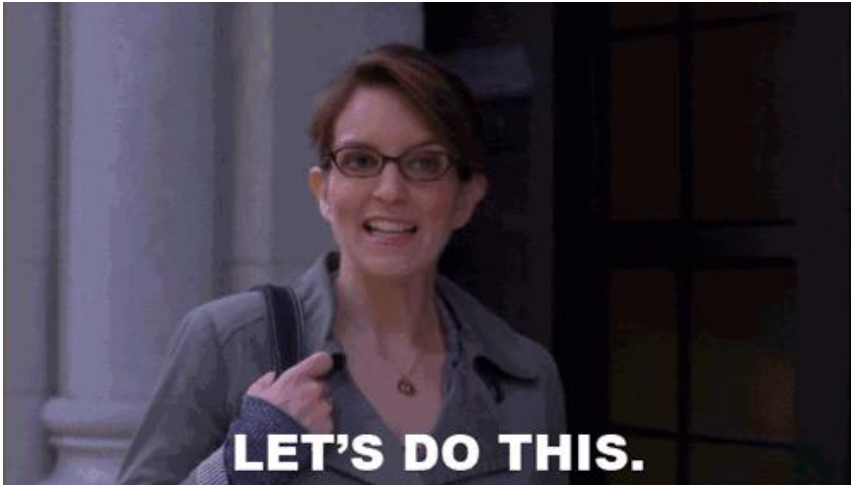
下面，我将给出几种有效的产品验证方法，你立马就可以使用在你的产品或想法上。

没必要刚开始就把每个方法熟练掌握，仔细选择并熟练一个或两个方法可以显着增加你对产品和利基需求的理解。

Being average at everything and good at nothing

在本章结束时，我想你应该有足够的信心推进您的产品想法，并开始寻找供应商了，或者知道是否应该重新再来。

来吧，搞起！



问卷调查

难度：简单

在研究分析了二手数据之后，是时候验证你的产品，利基和目标客户了。

一个最快和最便宜的方法就是创建一个简单的问卷调查。

相关的工具有：

[Survey Expression](#)

[eSurveysPro](#)

[Survey Gizmo](#)

[QuestionPro](#)

要编写一个好的产品验证调查并从中获得最大收获，你应该在问卷中涵盖以下几点：

- **目标受众验证**：首先提关键问题。向错误的人提出你的产品想法是完全没有意义的。

- **最初的兴趣**：接下来，是否人们打心底喜欢你的产品或理念，他们喜欢它什么，而不喜欢它什么。

- **购买意向**：最后，你要问一些问题以评估购买意向。许多人，特别是你认识的人，有时会表现会很积极。所以重要的是让人们进行测试，是否真会掏钱包购买你的产品。

也行你会问 “目标市场的人我可一个都不认识哇！”

不要担心，[Google Customer Surveys](#) 或者 [Survata](#)，这样的有偿服务可以帮助你。你可以创建调查，然后他们会向你定义的目标受众分发调查并收取少量费用。

推荐另一个高端大气上档次的调查问卷/在线表单网站, 创意设计你的表单, 非常有意思:

Typeform



这里可以看看他们的调查/表单样本：

<https://www.typeform.com/examples/#insight>

在社交媒体和邮件中预售

难度： 简单

在社交网络和用电子邮件预售是测试你产品理念的一个非常巧妙的方法。

这种方法既不会占用你大量资金也不会耗费很多时间。

[SumoMe](#) 的 Noah Kagan 刚开始就是这样做的。他当时想验证他的牛肉干订阅服务的理念，于是他利用他的社交账号和私人邮箱联系了有可能感兴趣的熟人和朋友，问他们是否有意向购买。

他首先向他的联系人发送了一封电子邮件：

我正在测试一个新的机会，估计你有兴趣：

每月牛肉干服务

40 刀每月，满足你每天牛肉干的口腹之欲，也就 1.42 刀每天即可享受美味又健康的小零食啦。

一期 3 个月(120\$) 或者 6 个月 (240\$)

有兴趣不？

今天只限 20 个人，这样下周我好订货。

我的 paypal 账号

对了，你认识买肉干的人吗，我能和他聊聊？？？

question for today.C



noah kagan <noah@appsumo.com>

to Zack ▾

zack

im testing out a new venture. figured you'd like it:

monthly jerky service.

\$40 / month is enough for healthy jerky every single mother fricking day. about \$1.42 / day for delicious snackage.

trying to sell blocks of 3 (\$120) or 6 (\$240) months.

you in?

limiting to 20ISH people today so i can place a bulk order for next week.

====> paypal@okdork.com

XOXO

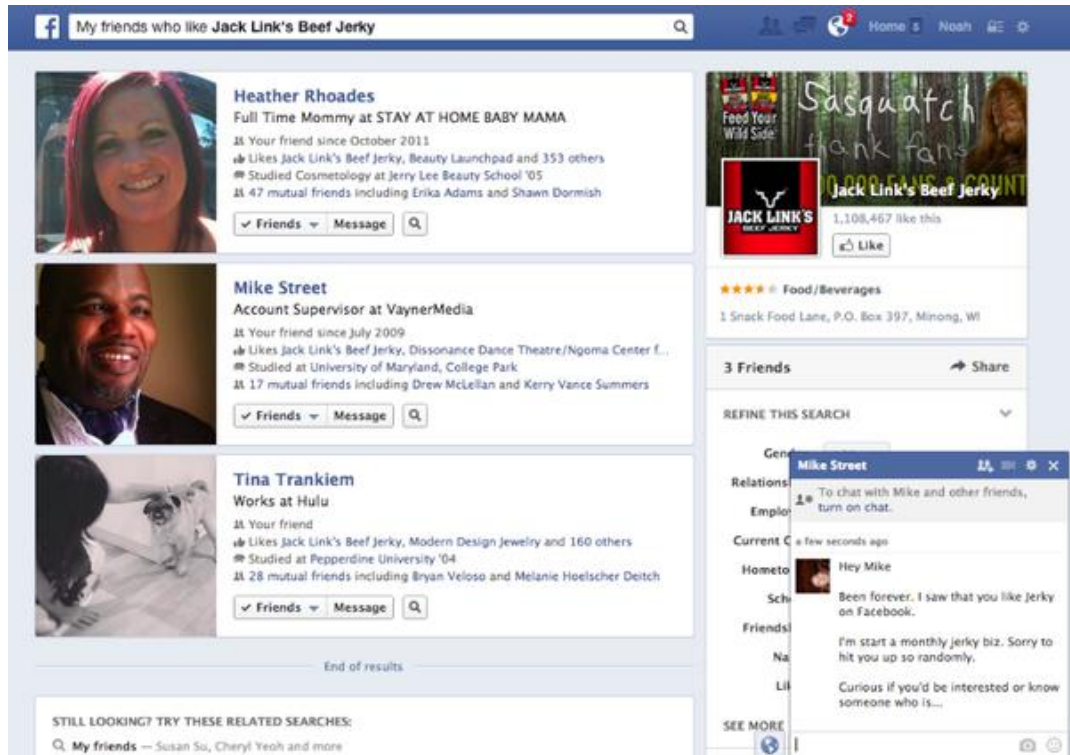
noah

ps. know any offices who buy snacks i should chat it up with???

之后，他张贴在他的个人 Facebook 上希望获得一些反馈：



最后，他用 [Facebook's Search Graph](#) 寻找并接触到一些朋友，他们都是喜欢牛肉干或者关注了原始人饮食法的。（原始人饮食法，本书第三章：[网上卖什么？从 10 款现在火热的电商产品说起](#) 曾提及。）



他的 Call to action 很明确，把钱给他的 PayPal 帐户。结果？ 24 小时内收款 3,030 美元。嗯，这事搞得成，验证了这个理念，他做起了 [SumoJerky](#)。

创建众筹

难度：中等

最近几年一个非常流行的产品验证的方法是在网站上设置众筹活动，比如 [Indigogo](#) 或 [Kickstarter](#)。设立众筹不仅可以帮助你验证产品，还能提前募集资金，这样业务就更方便的开展了。



众筹通常保留给那些新鲜有趣或创新的产品，所以简单地重新销售另一个品牌的产品或从海外进口的产品不会获得很大成功。

用众筹来验证产品，需要比之前讨论的方法更进一步，需要很多工作要做。大多数众筹网站要求你在创建广告系列之前要有该产品的原型。

资源：这里有一本关于怎么创建，发布及营销众筹的书。 [comprehensive guide here.](#)

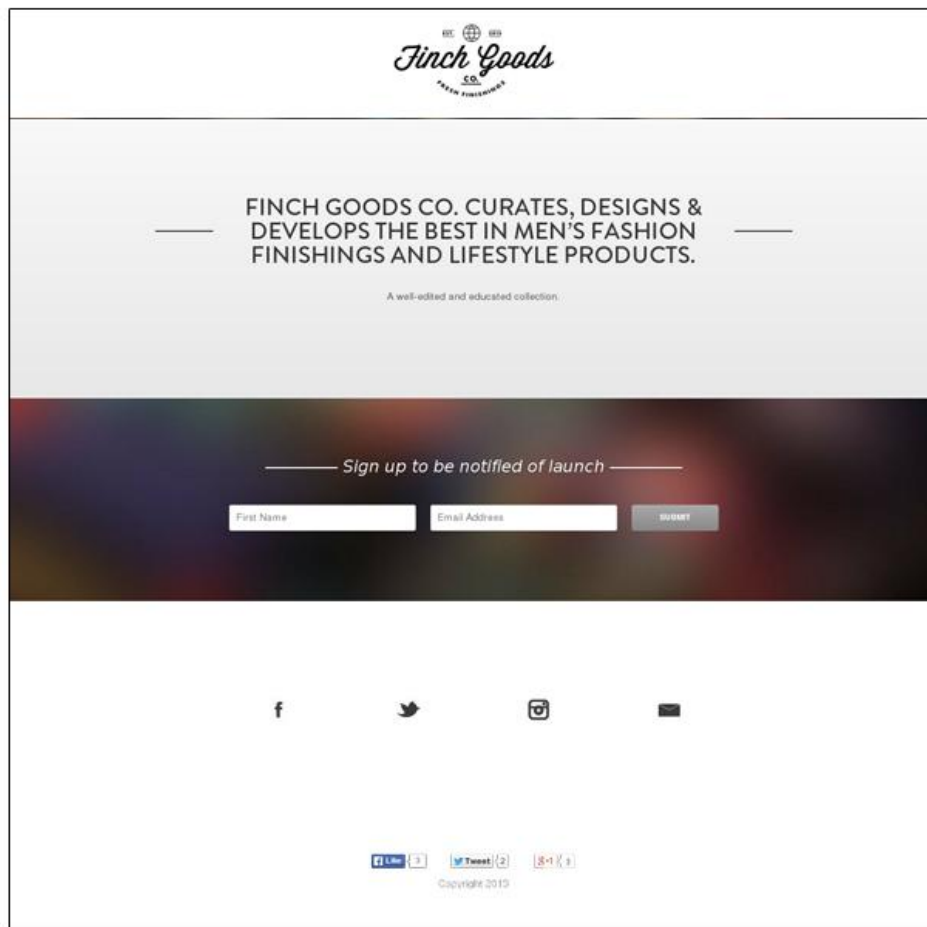
创建 Landing page(着陆页)

难度：简单

另一个简单而流行的方法是：创建单页的着陆页，能够展示你的价值主张和收集用户电子邮件。通过为这个网站增加流量并收集电子邮件，你不仅可以更好地了解您的产品的真正兴趣点，也可以与潜在客户建立联系。

您可以使用 [Shopify's prelaunch page](#)，并嵌入电子邮件。电子邮件订阅提供商比如 [MailChimp](#) 或 [Aweber](#)。或者，也可以使用以下服务，创建多功能着陆页：

- [LaunchRock](#)
- [Strikingly](#)
- [Unbounce](#)
- [Kickofflabs](#)
- [QuickMVP](#)



这点也可以通过上面提到的 Typeform 实现。

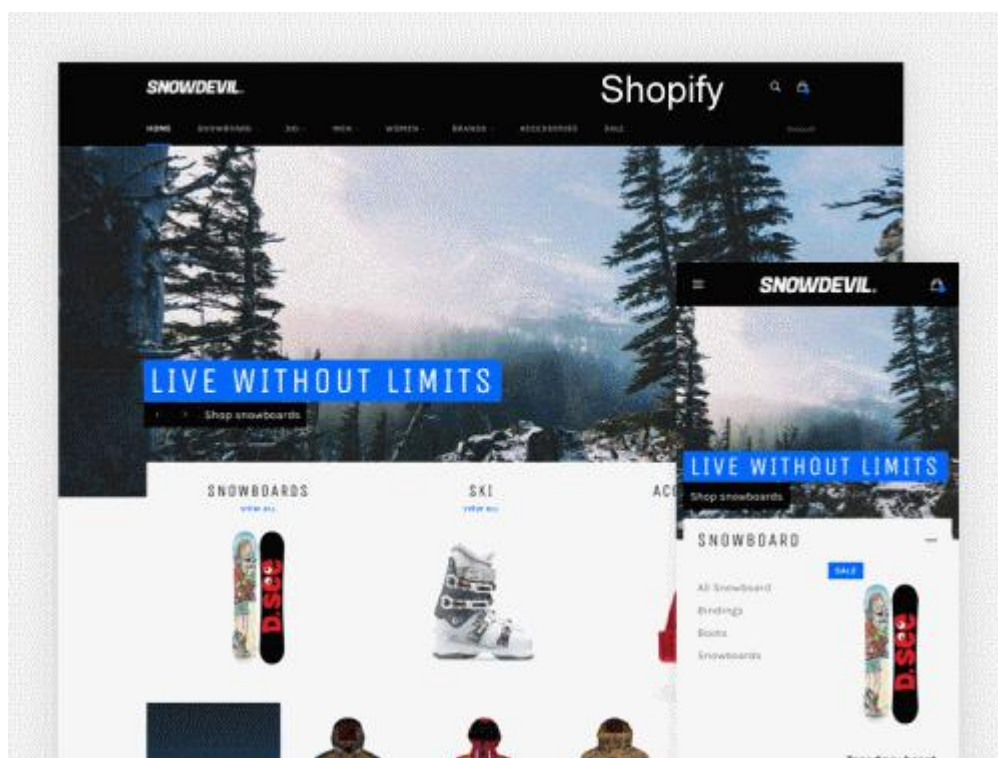
开个测试网店

难度：从易到难

最后，测试和验证您的想法的最好和彻底的一个方法是：**开个测试网店**

这种流行的方法，已经在很多书籍中所讨论，比如《[每周工作4小时](#)》，里面提到建一个店并吸引流量，经过一段时间，就能测试出消费者对产品的兴趣和需求。

[Shopify](#) 是用来验证并建立新业务的一个最佳途径。你 60 秒就可以创建一个网店，不需要懂技术，并可以收款。可以绑定你的独立域名，有两周的免费试用。Shopify 很轻量级，你可以 5 分钟就可以把网店运行起来，或者预售你的产品。或者，你可以卖你的样品以获得一些真实的反馈。



小结

本章中介绍了几种验证你的想法和产品的思路：

1. 问卷调查
2. 社交媒体或邮件预售
3. 众筹
4. 开网店

验证工具及资源：

- 问卷调查工具：

[Survey Expression](#) [eSurveysPro](#) [Survey Gizmo](#) [QuestionPro](#)

- 有偿调查：[Google Customer Surveys](#) [Survata](#)
- 高大上问卷表单：[Typeform](#)
- FB 搜索：[Facebook's Search Graph](#)
- 书籍：[The Ultimate Guide to Crowdfunding](#)
- 书籍：《每周工作 4 小时》
- 邮件订阅工具：[MailChimp](#) 或 [Aweber](#)
- 着陆页制作：[LaunchRock](#) [Strikingly](#) [Unbounce](#) [Kickofflabs](#) [QuickMVP](#)
- 电商自助建站平台：[Shopify](#)

到此，你应该对你的产品、你选择的利基以及潜在的需求有一个非常完整坐实的理解。

现在是时候把你收集的所有二手一手信息，仔细看一看。仔细评估每个的利弊，并决定是否可以围绕你的想法建立一个可行的业务。

下章预告

在下一章中，我将介绍获取产品的四种方法以及每种模型的利弊。

[第九弹]四种获得产品的渠道

前面章节学习了寻找、评估和验证你的产品理念的方法。如果你已经行动起来，恭喜你已经开启了一个漫长而令人兴奋的旅程。



下一步是确定怎么才能获得你想要销售的产品。

有几种方法能够获得你的产品，每个方法都有利弊以及不确定因素。

四种最常用的方法

1	自制/DIY	
2	加工制造	
3	批发	
4	转运配送/代销(Dropship)	

一般来说我想这些方法你都了解，重要的是根据自己的产品、利基和市场选择最合适的方法。

让我们来剖析每个方法吧。

自制/DIY

这是很多动手能力强的人惯用的手法之一。无论是珠宝，时尚品还是天然美容产品，自己制造产品都可以最好地控制质量和品牌，然而，这种控制是有代价的。DIY 产品会比较耗时，并且随着业务拓展限制规模化。

最主要的成本就是原材料的采购，库存和生产产品所需的时间。

最需注意的是并不是所有的产品都可以手工制作。DIY 受制于你的技能和可用资源。



适合人群:

手工达人，有自己独特的想法可以自己生产物品，并有可用的资源的人，希望完全控制质量和品牌的人，初始投入相对低的人。

优点:

- 相对较低的启动成本
- 品牌控制
- 价格控制

- 质量控制
- 反应迅速

缺点:

- 时间投入多
- 规模化限制
- 可选择的产品少

利润:

- 最高，但要考虑单位时间产出效率。

风险:

- 低风险，无需库存，来订单生产也不迟。

加工/制造

另一个可行的选择是找到一个制造商为您生产产品。可选择在国内或海外采购。众所周知，国内制造商的成本将高于来自中国，台湾或印度等海外国家制造商的。

如果您正在寻找来自海外的制造商，推荐[阿里巴巴](#)。它是最大的 B2B 平台之一，连接了（大多数）亚洲制造商与北美买家。当然也有同类的公司满足更小更垂直的市场，比如 [IndiaMart](#)。



适合人群：

那些具有独特产品创意，现有产品的变体，请工厂加工是一个好主意（也许是唯一的选择）。它适合那些已经验证他们的产品市场需求，并且非常有信心销售的人。在选择加工之前强烈的信心是重要的，因为在设计，原型设计和最小订单量上都需要更大的投入。

优点：

- 最低单位成本
- 品牌控制
- 价格控制

- 质量控制

缺点:

- 要最小订单量
- 海外制造商欺诈风险
- 启动和操作时间长 从原型、样品、细化到生产，会是一个比较长的过程，如果海外制造商的话，会存在语言，距离和文化的障碍。

利润:

- 与你合作的制造商相关，一般来说，自己的品牌利润会比批发和代销高。

风险:

- 高风险高回报。加工自己的产品，你通常要先购买大量的广告资源，但谁也不保证它会卖出。并且制造商通常有最低订单数量 (MOQ)

如前所述，如果您从海外制造商，特别是从亚洲进行采购，欺诈风险是要考虑的因素之一。像阿里巴巴这样的公司都有保护措施来帮助防止欺诈，但是如果出现了，也是个头疼的问题。

批发

批发就相对简单和直接了。你直接从制造商或从中间商以折扣批发价购买产品（通常是其他品牌），而你以更高的价格转售。

与上一个相比，批发是一种低风险的商业模式，原因有多种。首先，品牌已经有知名度；第二，没有设计加工风险；第三，最小订单量会很小，有的可能 1 件就可以批发。



适用人群：

想尽快开始的人，或销售各种产品和品牌的人群。批发提供广泛的产品选择。

优点：

- 销售已经经验证的产品，减轻库存压力。
- 品牌熟悉度较好

缺点：

- 销售已经验证的产品，顾客也可以去其他家买，需要才能打出自己的特色
- 价格控制：一些品牌将强制执行价格控制，以防止您对其产品贴现。

- 库存管理 -最小订单量取决于产品和制造商。
- 供应商关系 -如果你销售各式各样的产品,那么和各个供货商管理要跟上。

利润:

- 在加工制造和代销执念。通常如果零售的话会有 50%的利润。

风险:

- 库存风险及如何与同类竞争者区别开的风险;

转运配送/代销(Dropship)

Drop shipping, 外贸术语, 是供应链管理中的一种方法。零售商不需商品库存,而是把客户订单和装运细节给批发商,供货商将货物直接发送给最终客户。而零售商赚取批发和零售价格之间的差价。

通俗上来讲,也可以把 drop shipping 理解为“直接代发”或者“转运配送”,个人理解译成“代销”更为合适。作为零售商,不必积压大量的商品库存,甚至使用的是零库存,而当有订单的时候,把订单转交相应的供货商或者厂家,由他们直接发货给零售商指定的客户。

How Drop Shipping Works



转运配送是零售商无需产品库存而实现销售的一种方法。与传统相反，当零售商要出售商品的时候，零售商将客户订单发给第三方供应商，由第三方供应商直接将商品发送给顾客。这使得零售商从头至尾与商品没有实际的接触。

转运配送和传统零售模式之间最大的差别在于转运配送的零售商无需产品库存，相反，零售商只在有需求的时候才在供应商处批发商品——通常是在批发商或者生产商处购买——以此来完成订单。

使用 Dropshipping 赚钱的关键是差价。虽然不一定，但利润率通常在 15% -20%左右。

Dropshipping 的最大好处是能够提供大量的产品，而无需预先购买库存或管理库存。Dropshipping 也可以是帮助多样化你的店面，并可以测试它的市场需求。

如果你想以此模式来做，可以与提供该业务的制造商直接联系，或者可以与 **dropship 聚合平台 [WorldWide Brands](#)** 合作。它是数百家制造商的合作伙伴，你可以轻松销售数千种产品，而无需与每个制造商保持联系。

请注意的是，虽然这些聚合平台能让你更容易销售各种产品，但他们会收取一定费用，另外很多会让你缴纳会员费或注册费。

适用人群：

Dropshipping 是启动的最便宜的选择。低启动资金，不太注重利润率，不想持有和管理库存，而又可以初步了解电商和在线营销的人，Dropshipping 是一个很好的选择。

优点：

- 低启动成本
- 低风险
- 有台笔记本就能从世界任何地方管理你的业务从任何地方

缺点：

- 高度竞争
- 利润率低

利润：

- 通常约为 15%-20%

风险:

- 风险相当低，因为你需库存，不必担心运输。然而，风险来自非常薄的利润和高水平的竞争。

资源：可以参考我们写这本书 Dropshipping 综合指南：[The Ultimate Guide to Dropshipping](#)

哪种方法适合你？

这四种产品获取方法囊括了大多数产品。

根据你选择的产品或市场，你可能无法选择哪种业务模式，很大一部分取决于您计划销售的产品类型。有些产品会很容易归类到某一方法下，比如：

- 如果你的产品不存在：DIY 或加工制造
- 如果你几乎没有钱：代销
- 如果你想出售其他品牌：批发或代销
- 如果你想手工生产你的产品：DIY
- 如果你想要最高的利润：制造
- 如果你想尽可能低的风险：代销
- 如果你想采取最大可能的风险：制造

- 如果你想采取一些风险：制造/批发

你最终选择销售的模式将部分塑造你的整个业务。重要的是要了解的优势，以及每个的缺点，进而做出正确的选择。



在下一章中，我们将告诉你如何以及在哪里寻找你的产品供应商。

[第十弹] 供应商在哪？

哪里找供货商？

上一篇讲到的四种获得产品的渠道：

- DIY-需要原材料和零件的采购；
- 加工制造-需要工厂采购；
- 批发-需要与制造商或其分销合作伙伴进行直接沟通；
- 代销-需要找到提供代销的工厂或分销商。

虽然每种方法略有不同，但它们都需要相同的能力：搜索，沟通，说服人与你合作，谈判价格和 MOQ。

在本章中，我们将学到怎么找到，联系供应商并与之谈判的知识。

基础知识

大量有用的资源可以通过 Google 搜索。不过在开始之前，有一些事情应该知晓。

首先，正如我们在本章的介绍中提到的，您需要确定您正在寻找哪种类型的供应商，以便后续用哪些词进行搜索。

几个常见选项：

- 制造商能生产自己的创意产品；
- 供应商，可以是制造商，批发商，也可以是经销商，销售已有品牌和转售产品；
- Dropshipper 提供已有品牌的产品和运输。

选择国内供应商还是海外供应商？

下一步要问自己是从国内还是海外获取产品。海外采购可以指海外的任何国家，但通常指的是亚洲国家，如中国，印度和台湾，因其生产成本通常低得多。

国内和国外采购都有其优势和劣势。让我们来看看下面每个方法的优缺点：

1 国内采购

优点

- 通常较高的生产质量和劳动标准
- 易于沟通，没有语言障碍
- 北美产品自带营销吸引闪光点
- 更容易验证制造商真假及其声誉
- 更快的运输时间
- 容易知识产权保护
- 支付安全更高

缺点

- 更高的制造和产品成本
- 产品选择范围不广泛（有很多项目，不在北美制造）

2 海外采购

优点

- 降低制造成本
- 大量的厂家可供选择
- 像阿里巴巴这样的一站式服务使得他们很容易找到供应商

缺点

- 质量风险
- (通常) 加工和劳动标准低
- 几乎没有知识产权保护
- 语言和沟通障碍
- 验厂困难
- 更长的运输时间
- 商业行为的文化差异
- 产品进口和报关
- 支付安全低和追索耗时

从哪里开始搜索供应商?

通过以上分析，现在是时候开始寻找您的供应商了。互联网提供一个伟大的信息来源，但有几点，可以特别帮助你搜索。

1 Google 的深度挖掘信息

用 Google 和 Bing 很顺手，非常容易，通常我们都看第一页搜索结果，然而，许多供应商 SEO 做的有限，没有跟上互联网和不断变化的搜索引擎优化规则，他们的网站通常没有列在首页，这意味着您可能需要挖掘更深一些。

那么如何在 Google 和 Bing 找到供应商呢？第一次，需要浏览搜索结果的第 2,3,4,5 页。您还需要尝试各种搜索字词。例如，批发，批发商和经销商等词可以互换使用，应该搜索所有的组合。

这个图片会帮助你熟悉 Google 的搜索快捷方式，更高效的提高搜索质量，刻意练习一段时间，你的搜索技巧会有质的飞跃：

Google Shortcut	Finds Pages That Have...
nokia phone	the words nokia and phone
sailing OR boating	either the word sailing or the word boating
"love me tender"	the exact phrase love me tender
printer -cartridge	the word printer but NOT the word cartridge
Toy Story +2	movie title including the number 2
~auto	looks up the word auto and synonyms
define:serendipity	definitions of the word serendipity
how now * cow	the words how now cow separated by one or more words
+	addition; 978+456
-	subtraction; 978-456
*	multiplication; 978*456
/	division; 978/456
% of	percentage; 50% of 100
^	raise to a power; 4^18 (4 to the eighteenth power)
old in new (conversion)	45 celsius in Fahrenheit
site: (search only one website)	site:websearch.about.com "invisible web"
link: (find linked pages)	link:www.lifehacker.com
#...# (search within a number range)	nokia phone \$200...\$300
daterange: (search within specific date range)	bosnia daterange:200508-200510
safesearch: (exclude adult content)	safesearch:breast cancer
info: (find info about a page)	info:www.websearch.about.com
related: (related pages)	related:www.websearch.about.com
cache: (view cached page)	cache:google.com
filetype: (restrict search to specific filetype)	zoology filetype:ppt
allintitle: (search for keywords in page title)	allintitle:"nike" running
inurl: (restrict search to page URLs)	inurl:chewbacca
site:.edu (specific domain search)	site:.edu, site:.gov, site:.org, etc.
site:country code (restrict search to country)	site:.br "rio de Janeiro"
intext: (search for keyword in body text)	intext:parlor
allintext: (return pages with all words specified in body text)	allintext:north pole
book (search book text)	book The Lord of the Rings
phonebook: (find a phone number)	phonebook:Google CA
bphonebook: (find business phone numbers)	bphonebook:Intel OR
rphonebook: (find residential phone numbers)	rphonebook:Joe Smith Seattle WA
movie: (search for showtimes)	movie:wallace and gromit 97110
stocks: (get a stock quote)	stocks:ncesa
weather: (get local weather)	weather:97132

图片来源: About.com

一些最好的资源很多来自免费的在线供应商平台网站。这些平台包含无数家供应商的资料。下面，我们列出了几个最受欢迎的国内和国外供应商平台：

在线国内目录

- [ThomasNet](#)
- [Makers Row](#)
- [MFG](#)
- [Kompass](#)

在线海外目录

- [阿里巴巴](#)
- [速卖通](#)
- [IndiaMart](#)

3 当地图书馆

掸掸你的图书卡积灰，去趟当地的图书馆。大多数图书馆每月都会购买你通常不会获取的在线业务及制造商目录资料，如 [Scotts Online Business Directory](#)。目录包含北美数百家制造商，批发商和分销商的资料。

4 朋友推荐，社交网络和论坛

朋友推荐有时可能是找到潜在供应商的最佳来源。可以通过社交网络向亲朋好友咨询。

特别是 LinkedIn 可以提供很大的帮助。尝试搜索你要找的行业的人员，并请他们介绍相应的供应商。

此外，小众细分的论坛也是要求找到供应商的好地方。Reddit 的一个特别版块 ([Subreddit](#))，你能想到的每一个细分市场都能找到，所以跳进去好好研究一番。

当你找到供应商时，即使他们不适合你，一定要请他们介绍，因为他们在这个行业中人脉更广，了解更多。很多时候，尽管他们不适合你，他们也会乐意将你介绍给更合适的人。

5 其他方法

除了通过名字搜索你的产品，你也可以尝试搜索产品的 NAICS 代码。NAICS 是北美行业分类系统，几乎每一个你可以想到的行业和产品都有一个 NAICS 代码。有时制造商和供应商通过 NAICS 代码列出他们的产品，特别是使用专业目录，你会更容易找到你产品制造商和供应商。

NAICS 目录可以在你的本地图书馆或网上找到：

美国- [NAICS 代码](#)

加拿大- [NAICS 代码](#)

询价

询价 (RFQ, Request For Quote) 比较简单, 但是, 花几分钟优化你的邮件会使你的回复率得到很大提升。

以下是写邮件需要考虑的几个重要问题:

- **最低订购量是多少?** - 也称为最小起订量。你要确保他们的最低限度你可以负担得起。此最小订单数量可能会根据产品和供应商而有所不同, 因此请务必提前询问。请记住, 最低订单数量几乎总是可以协商的。
- **样品定价是多少?** 一些供应商可能会以零售价格, 有些供应商会以折扣价, 有些供甚至可能免费向您发送样品。
- **产品定价是多少?** - 最重要的问题之一是每单位产品的成本是多少。
- **生产周期有多久?**
- **付款条件是什么?**

发邮件, 供应商不回复很令人苦恼。最常见原因是, 许多供应商受到雪片般的询价邮件轮番轰炸, 而这些潜在买家只是随便试问而已^(注释 1)。因此, 他们根本没有时间回复所有请求。

那么, 你如何避免被忽视呢? 在第一次联系供应商时, 应该**避免**以下几点:

- **用私人电子邮件** -请记住，供应商每天收到大量请求，如果他们投入时间回复你的邮件，你就要让他们认为你是个潜在的买家。如果通过 ilovebritneyspears@hotmail.com 发邮件肯定不是个好方式，得不到回复也正常。比如你可以花点钱，买个域名，使用 Striking.ly 建个快速登录页面，以域名结尾的邮箱发送会上升一个档次。

- **长邮件** -你的第一封邮件应该清晰，简洁。不需告诉太多关于你的故事和背景。目的就是为了找到合作点，聚焦供应商关心的事情。

- **要求太多** -避免要求太多或者各种报价，只要最符合你需求的几种数量的价格即可。

- **订购量太少** -如果你要的远远低于供应商的最低订货量（MOQ），那邮件很可能沉入无边的大海。有时，最好是提供真实而满足 MOQ 的订单量信息。

最后，如果你接触来自海外的供应商，请记住，在许多情况下，他们可能会使用像一个[谷歌翻译](#)来翻译您的电子邮件，以及他们的答复。保持您的电子邮件简短，简洁，格式正确，没有拼写错误，这将不仅有助于他们理解，也会让你得到更满意的答复。

当你写邮件询问时，特别是针对海外供应商，最好把你的问题编号，以便他们可以轻松回复每个问题。

以下是个模板示例：

Hi,

My name is John Doe and I am with XYZ Company.

I am interested in placing an order for Widget A. Before I do however, I just have several questions:

1. What is your minimum order quantity?
2. What is your cost per unit and at what quantity levels do you offer quantity discounts?
3. What are your payment terms for new customers?

I would also like to order a sample of Widget A before placing a full order. Can you please send me the cost for the sample including shipping to:

John Doe

80 Spadina Avenue, Floor 4

Toronto, ON, Canada

M5V2J4

Thank you.

John,

XYZ Company

从上面的例子可以看出，它简短，简洁，目标就是验证双方能否在合作上有高匹配度。

谈判 MOQ

如果您是第一次寻找供应商，先快速了解“最低订购量”（MOQ）。最低订购量将在很大程度上取决于您的产品，行业，您的供应商以及您以哪种方式经营。通常，如果您批发，最低订单可以从几个到几十个，有时更多。如果您

dropshipping, 通常没有最低限额, 因为您不是预先购买进行库存。如果你需要重新加工制造自己的产品, MOQ 会更高, 可能从几百到几千。

当你只有有限的资金, 或只是想通过开始小规模测试市场, 然后再进行更大规模的购买, MOQ 总是有所限制。好的事情是, MOQ 的几乎总是可协商的。

在开始谈判之前, 第一步是了解供应商为什么会有最小订单量。是因为在机器加工前有很多前期工作? 还是因为他们只是喜欢与更大的买家合作。无论如何, 了解原因将帮助您更好地了解他们的立场, 并将帮助您谈判。

一旦您更好地了解您的供应商, 您可以要求更低的订单数量。

提示: 谈判更低的订单量的一个特别有效的是, 告诉供应商第一单的时候容你缓一缓, 先下小单, 从而你能把省的钱投入到推广它的产品中, 这能让供应商认为你对销售他们的产品更有魄力。

小结

为您的产品确定供应商是许多首次创业者的独特体验。虽然有时过程令人沮丧, 也许会走进死胡同, 但在大多数情况下, 只需要多一点耐心和毅力, 转角处就是天明。

注释 1: The most common reason suppliers don't reply is because many suppliers get bombarded with email quote requests all the time from flaky buyers that are just 'kicking the tires' .

Kicking the tires, 美国俚语, 20 世纪初, 汽车的轮胎比较薄质量也不好, 很多人买之前习惯于踢踢轮胎验证车子质量, 后引申为买东西或从事一项投资活动前, 先对其进行验证看是否满足期望的标准或有利的方面。

[第十一弹] 结语



找到一个产品并卖到网上去并不是一件容易的事情。虽然各类产品浩若烟海, 但找到一个合适的产品你已经很牛 C 了。很多时候, 有些新手希望找到绝对完美的产品, 没那回事。胸怀信心, 踏踏实实的做起才是正道。

别被条条框框框住

产品成功的因素不仅仅是评估标准, Google 上每个月搜索次数, 或是利基市场较低的竞争水平。在本指南中介绍的方法肯定会帮你向正确的方向迈进, 但无法替代你创造一个伟大的产品, 去增值, 营销, 提供卓越的客户服务等。不要被标准限制住, 做自己的研究分析。

复盘

如果你严格遵循本指南，但仍然对你的产品选择不自信，请复盘。可以随时尝试通过选择稍微不同的市场或利基来重新评估你的产品创意。这些微调或许可以使你的产品想法和业务获得全新的方向。

永不止步

最要记住的是持续前进。许多新手总是陷入寻找和不断评估想法的怪圈中，天天想就是不做。这是一个最糟的时代，也是个最好的时代，做电商最好的一件事就是你的许多想法开始做起来根本花不了多少钱，并且你还可以赚经验值。

创业是一场旅程，而不是一场比赛。

愿你在旅程中找到你的诗和远方。

下一章九位电商大咖会分享电商选品的意见和技巧。

[第十二弹]8 位电商大咖谈选品

本指南中我们学到一个用于查找，评估，验证和采购产品的系列框架。然而，做一件事情总是有不止一种方式，这和做电商业务没什么不同。考虑到这一点，我们请 8 位顶级电子商务专家分享他们关于在线选品时绝佳建议和技巧。

Noah Kagan



产品验证的第一个策略就是做预售，邮件告诉他们你将要做什么，什么时候交付。以特定的价格给出 5 个订单，看看是否有人会买，以及不想买的原因。钱最能说真话。

Noah Kagan: [SumoMe](#)

Billy Murphy



你的产品比市场上的任何其他产品都更好吗？是否有独特的价值？如果不是，你为什么要卖它呢？不需要在市场上排名第一，但它应该尽量做到第一个解决某个痛点。除非你能填补某个市场空白，否则和其他人没什么两样，利润也不会有多少。但如果你能提供一项产品或服务，比其他任何人都能更好地解决特定的需求，利润则可能更丰厚而长久。

Billy Murphy: [ForeverJobless](#)

Sean Ogle



我最喜欢的产品创意策略之一，我把它叫做“带着问题走路”。如果我在某个想法上被困在，我会在我的家乡（或我在的城市）步行，以此寻找更佳解决方法。我记笔记并尽力在回家之前列出 25 个笔记。

这让我开始思考，以帮助他人的心态找到需要解决事情的方案。这招不仅对找潜在的产品而且对内容营销都非常有效。

Sean Ogle: [Location 180](#)

Andreea Ayers



当你考虑要推出新产品类型时，想想你自己的生活，并回答以下一些问题：什么产品你希望你能拥有？什么类型的产品会让你的生活更好？

你可以调整一个现有的产品，使其更好或更有用吗？其他人会看到它的价值吗？

当您准备好测试时，获取反馈以验证你的想法很重要。问朋友和家人的意见不是正确的方式，因为朋友和家人可能会完全支持你，也可能不会支持你。

要验证你的产品想法，最好的方法是与你的理想客户取得联系，询问他们是否真要购买，然后询问他们关于你的产品具体还有哪些问题。

Andreea Ayer: [Launch Grow Joy](#)

Andrew Youderian



当找到一个好利基，问题不是产品采购。Dropshipping 和阿里巴巴上，许多产品可以很容易找到和购买，而你需要有一个令人信服的答案回答这个问题：为什么别人找你买而不是其他人？

当你拥有自己独特专有的产品，能满足特定的需要，这个问题很容易回答。你仍然可以转卖别人的产品，虽然需要更多的方法和技能。亚马逊和其他值得信赖的零售商可能销售同样的东西，你需要的是把自己的特色展现出来。

如果你在价格上竞争，你很可能难以与别人区分高下。

这个答案会因你选每个利基不同而不同，但在继续行动之前先把最困难和重要的问题想清楚。

Andrew Youderian: [EcommerceFuel](#)

Steve Chou



我找产品最喜欢使用的就是一个名叫 Terapeak 的服务。

Terapeak 逐层分析所有的 EBAY 数据列表，告诉你什么产品火爆，什么产品不是。它也与亚马逊的产品列表相关，所以你也同样能得到一些启发。很多时候，你可以找到一个畅销产品，迭代和改进，然后用自己的品牌销售。

Steve Chou : [My Wife Quit Her Job](#)

Drew Sanocki



我最喜欢评估产品创意的方法是使用便宜的 Wordpress 主题或 LeadPages 或 Instapage 等服务。快速设置我选中的产品的着陆页，然后我花费几百美元在 AdWords 上将流量导向我的目标网页。经过大约一个星期的测试，我经常可以弄清楚几个问题：1) 哪种能卖，2) 什么价格，3) 每个客户获取成本是什么。

这些经验是无价的。-如果你知道获取客户的成本低于你的利润率，那么加大引流力度，并开始扩展你的业务。

Drew Sanocki: DrewSanocki.com

Leighton Taylor



现在令我兴奋的一个策略是使用 drop shipping。它允许我尝试以极低风险和成本销售产品，即使我的利润刚开始很小，但我可以了解有关利基市场及营销的策略。一旦我产生收入了，我就会始大量购买库存，

以获得更高的利润。我采取的策略是批量购买不昂贵的产品，而对规格大难仓储的产品继续使用 dropshipping, 从而我的品类相当丰富。
