

新人商家成长路径 和能力模型

约半个月达到首次动销

基础必做

·从入驻到首单破零



新人
考试



店铺
设置



动销
成交

- 绑定飞书
- 缴纳保证金
- 设置发货仓/退货仓
- 绑定P卡
- 绑定至少1个TikTok账号
- IM设置

- 商品发布
- 流量获取
- 设置一个联盟计划
- 开启一场电商直播 (时长>1h)
- 发布一条挂车短视频完成第一单 (完成销售-履约-售后)

约1个月首次达到毕业水位

进阶蓄力

·从首单到日均\$150毕业线



日常
运营

- 选择至少一种重点投入：
- 电商短视频运营
 - 电商直播运营
 - 联盟运营



店铺
管理

- 平台绩效规则
- 评价管理



广告
营销

- 商业化 (开户和投流)
- 大促营销
- 卖家营销工具使用

优秀商家

·直播单场\$2K, 短视频成交\$4k



商品
供应链

- 固定合作工厂



内容
制作

- 社交媒体营销
- 本地达人资源
- 国内直播经验
- 短视频制作/原创



物流
履约

- 跨境空运/海运
- 主推爆款海外仓
- 潜力新品跨境直发



团队
配置

- 短视频：编导/剪辑/视觉&摄影/外籍模特/达人建联/技术
- 直播：双主播&场控
- 商业化：投流投手
- 其他：店铺运营/工厂对接

扫码查看方法论完整版



优秀商家

潜力类目新人冷启方法论

✓ 短视频单体裁切入

商家适用画像：

- ① 内容电商新人
- ② 短视频拍摄/剪辑/编导能力
- ③ 达人建联能力
- ④ 商业化投流能力

特点：

- 门槛较低，成本可控
- 广告/达人，多维扩量
- 高频探索，快速测试

商家适用画像：

- ① 直播电商经验
- ② 原生感主播资源
- ③ 达人建联能力
- ④ 商业化投流能力

特点：

- 直播为主，短视频为辅的成交模式
- 直播成交三步走：预热准备、播中放量、市场扩大

✓ 短视频+直播双体裁搭配

短视频 单体裁冷启方法论

适用商家画像

冷启进阶版

有内容运营经验
有海外营销/社交媒体运营经验商家
组织架构完备的品牌商家

推荐冷启模式 ②③④
推荐扩量模式 ①②

冷启基础版

无内容运营经验
传统跨境平台商家|传贸易商家

推荐冷启模式 ①③
推荐扩量模式 ②

四大模式冷启突破

① “长尾达人能量大”

爆款联盟化x 野生达人规模化



② “混剪也能火出圈”

批量自制混剪内容x优质模版沉淀x基础粉丝积累



③ “人人都是种草官”

素人和存量用户x基于口碑的内容生产和传播



④ “机构头达加速器”

品效一体的双轮冷启



① 尝试商业化投流

ROAS维持在商家盈亏平衡点上即可持续放量
高点击素材x人群通投
已成交素材x小额放大



② 增加短视频内容供给

通过分层达人合作达到效用最大化
头部达人 x 放大成交
垂类达人 x 高客单价
腰尾达人 x 加强种草
素人KOC x 建立口碑



两种手段冷启扩量

短视频+直播双体裁冷启方法论

- 爆款x长尾达人规模化
- 混剪x优质模板速沉淀
- 素人x口碑内容扩传播
- 机构头达x品效双驱动

- 尝试商业化投流
- 增加短视频内容供给

短视频

4种方式冷启突破

2种手段后续扩量



双体裁运营
短视频/直播两手抓

短视频运营积累大量优质内容素材，可同步助力直播预热投放

直播

① 预热准备

② 播中放量

③ 市场扩大

- 引流和吸粉
- 短视频植入直播核心信息展示卖点，提前引流、积累粉丝
- 原生感直播间布景

- 直播开场后观察极速流指标，30min后LSA通投提升流量

- 通过一店卖全球
- 辐射多国多市场放大
- 单个直播间成交能力



铺货商家另辟蹊径， 爆款礼花枪打响节庆市场



SEA 东南亚市场

20-30个合作工厂

爆品海外仓发货

新品跨境发货

开店15天即从新手村毕业

电商新人，All in TikTok Shop跨境电商

短视频制作

Panda Times拥有短视频制作团队，通过分析当地市场用户喜爱的短视频特征，并结合产品特性，不断挖掘产品卖点。围绕爆款产品进行量身定制，自制短视频内容。

同时，为了最大化提升素材的利用率，Panda Times还通过混剪的形式，将过往表现较好的短视频素材内容进行二次包装，持续提升账号的内容丰富度。

① “长尾达人能量大”



② “混剪也能火出圈”



短视频传播

Panda Times通过自己建联和与官方TAP（跨境达人联盟）合作等方式，对接大量腰尾达人，并为其提供爆款产品的短视频脚本、分镜头和成片，通过佣金激励等形式不断促成双方合作，持续提升爆款产品流量。

① 尝试商业化投流



② 增加短视频内容供给



商业化投流

商业化投流也是Panda Times对爆款产品进行操盘的重要手段。只要产品利润达到5%-10%，就会通过自行投流的方式，持续扩大内容和爆款的流量池。在这个过程中，只要产品利润符合预定要求，即会投流，不设上限。

在投流素材选择上，Panda Times建立了自己的筛选机制。首先通过自然流量，对达人带货的素材进行筛选甄别，对于表现良好的商品，会同时自产6个不同脚本或场景的短视频进行二次分发，同时监控新视频的完播率、点击率和转化率。在视频达到以下指标门槛时，马上进行商业化投流，并保持合理的ROAS目标。

Panda Times商业化投流素材筛选门槛及ROAS目标

预期完播率	>35%-40%
点击率	>6%
转化率	>0.7%-1%
ROAS目标	>2-3.5

66 All in TikTok Shop, 爆款暖风吹向东南亚 99

SEA 东南亚市场

多个合作工厂

跨境小包空运

🏠 入驻1个月，打造爆款视频

传统跨境玩家，入局之后All in TikTok Shop

短视频制作

stayoung坚持通过与外部资源合作共创爆款短视频。在团队布局上，stayoung有1名专员负责服务商管理，与本土广告公司建联合作，通过提供产品设计脚本给广告公司的方式，借助本土达人的力量创作符合自身产品定位的短视频。

同时，为了使产品的短视频内容更加丰富多样，stayoung还借助MCN机构旗下签约达人的力量，对产品的视频内容进行二次创作和加强。

④ “机构头达加速器”



短视频传播

在stayoung团队中，有专人负责建联本土MCN机构。

机构签约达人的力量如源头活水一般，不断使爆款产品的短视频流量“水涨船高”，获得更多的用户观看和下单。

同时，本土达人的短视频内容分享，也不断加强stayoung产品在平台上的“真实性”，使其吸引更多用户的兴趣。

① 尝试商业化投流



商业化投流

stayoung运营团队有2位同事专门负责投流。

投流的门槛是什么呢？stayoung用自身的投流实践告诉我们，“ROAS在盈亏平衡点以上即可放量”。

针对自产短视频，stayoung坚持自行投流。这也是stayoung快速突破流量瓶颈，成功在短时间内度过冷启、打造爆款的重要法宝。

虽说“酒香不怕巷子深”，但一定力度的人工投流必不可少。一方面，它可以帮助产品和内容缩短被用户知晓的时间；另一方面，它也可以帮助产品和内容突破自然流量的瓶颈。“兵贵神速”，对于stayoung而言，商业化投流即为冷启的“提速神器”。

② 增加短视频内容供给





原生感视频， 金色饰品闪耀东南亚



SEA 东南亚市场

固定合作工厂

爆品海外仓发货

新品跨境发货

爆款金色项链日销售破千单

通过短视频成功度过冷启期

短视频制作

BHL短视频运营团队中，设置了编导、剪辑、拍摄等专员，能够根据不同模特量身定制不同类型的短视频内容素材。

BHL积极参加福建高校校企合作，通过建联高校留学生，沉淀了一批符合自身产品风格特点的模特人才库。在日常的短视频制作中，直接与模特沟通，产出更多本土语言、更符合当地特色的带货短视频。

同时，BHL还通过与MCN机构建联合作，产出更多带货短视频，持续提升产品的内容丰富度。

除此之外，基于长时间的短视频素材积累，BHL还通过混剪方式快速产出更多有效素材，持续丰富账号内容矩阵。

② “混剪也能火出圈”



④ “机构头达加速器”



短视频传播

为了不断扩大产品和内容的传播范围，BHL积极与MCN机构建联合作，通过机构签约头部达人带货，持续提升产品曝光度。

在激励机制的设定上，BHL根据自身运营经验，确定了“150美金/3条短视频”的奖励目标，持续鼓励更多达人参与到内容合作中。

商业化投流

在过往的跨境商品运营中，BHL积累了大量站外广告投放经验，在多个广告平台上拥有实操经验。

BHL坚持通过短视频商业化投流的方式持续测试产品，放大流量。短视频发布后，立即开始商业化广告投流，在播放和转化达成预先设定的指标后，会将原先的短视频进行二次裂变，生产出10条同款风格短视频，并进行批量放大。

在发布后的第二天，会对投流情况进行复盘，确定是否需要持续进行。

在BHL运营团队，有2个同事24小时轮班紧盯广告表现，通过以上的投流循环方式，不断筛选出优质广告素材，持续通过投流突破流量瓶颈。

① 尝试商业化投流



小文具大爆款，百万视频破冷启

SEA 东南亚市场

固定合作工厂

色云仓揽收发货

冷启期间短视频播放量破百万

商业化投流取得阶段性进展

短视频制作

YoupinHaigou凭借长时间素材积累以及在国内内容电商平台的丰富经验，通过混剪、二次创作的方式快速产出更多有效素材。

高效高质的短视频迅速吸引用户的关注，过往素材的二次宣发呈现出新的视觉感受。YoupinHaigou通过自产优质短视频，在文具赛道上不断取得新的突破。

② “混剪也能火出圈”



④ “机构头达加速器”



短视频传播

YoupinHaigou通过与MCN机构建立合作关系，通过机构旗下签约达人，不断加速自身产品及其短视频内容的传播。

在机构达人力量的加持下，越来越多具有“真实感”、“互动性”的短视频内容加入到产品的传播矩阵之中，并帮助产品在冷启期间快速获得用户好感，促进转化与成交。

商业化投流

YoupinHaigou配置了3位拥有投流经验的投手团队，负责对自产短视频进行投流放大。

在短视频发布之后，直接进行商业化投流测品，根据过往经验估算，这个测品周期大概是3-7天。在投流的过程中，YoupinHaigou时刻保持着数据的监测。冷启期间，成功通过商业化投流取得了如下成果：

YoupinHaigou投流阶段性进展

投流预算	1500美元/天
短视频完播率	>10%
点击率	>1.2%
转化率	>5%

① 尝试商业化投流





十年服饰沉淀，全球极致爆发



英国&东南亚市场



4个合作工厂



爆品海外仓发货



新品跨境发货

英国账号播全球

直播短视频双体裁成功冷启

短视频制作

C&L Fashion通过优质的原创短视频为直播间引流。直播前，发布主播纯原创短视频，展示不同场景下的穿衣效果，为用户带来丰富的想象与期待，为直播间吸引了大批有效流量。

同时，为了丰富产品的带货内容矩阵，C&L Fashion还在持续建联达人，达成合作。

① “长尾达人能量大”



直播间运营

与短视频相比，直播更考验商家的控场力与表现力，从节奏到氛围再到引导下单等一系列的操作，都是环环相扣缺一不可的。

C&L Fashion将直播间作为出单的主战场，选择双主播出场，卖货控场两不误，最大程度保证直播的质量与体验。

直播间预热



直播中放量



一店卖全球

C&L Fashion选择使用英国账号“一店卖全球”，同时在英国和马来西亚的热门开播时间上播，实现热门市场流量全覆盖，并取得了英国：马来西亚8:2的成交佳绩。

直播市场扩大



美妆套装优质爆款，成就海外送礼首选



英国&东南亚市场



固定合作工厂



爆品海外仓发货



新品跨境发货



英国账号播全球

直播短视频双体裁成功冷启

短视频制作

凭借强大货盘和供应链优势，Tintark Cosmetics主动吸引达人带货，高效传播建联。达人联盟效果显著，传播效应明显。

短视频投流方面，Tintark Cosmetics有着出色的投流能力和充足的投流预算。在确保ROAS达到2.0以上的前提下，通过VSA自投达人短视频，商业化投流出单量达到日均投流50单/条。

① “长尾达人能量大”



① 尝试商业化投流



直播间运营

直播是Tintark Cosmetics最主要的出单渠道，短视频为辅助出单渠道，并发挥着帮直播间引流的作用。

Tintark Cosmetics通过选择具有原生感的主播来进行直播带货，通过高感染力、强互动的主播，将产品卖爆直播间。

直播投流方面，Tintark Cosmetics在直播开始后，会先观察本场流量承接情况，若30mins内直播间有出单，则进行商业化通投，最大程度吸引更多流量进入直播间。

直播间预热



直播中放量



一店卖全球

在现有市场不断取得突破的情况下，Tintark Cosmetics还在积极备战新的市场，力争让包装精美的美妆礼盒成为更多市场的送礼首选。

直播市场扩大

