



# 品牌独立站 + 智能营销 推动增长

兵贵（苏州）智能科技有限公司

赵留留

2024.09.26



# 品牌独立站

## 品牌独立站

企业或品牌自行建立和运营的官方网站或电子商务平台，直接面向消费者提供产品和服务。不同于依赖于第三方电商平台（如亚马逊、速卖通、ebay、temu、tiktok shop等）的销售模式，独立站由品牌全权掌控，从网站设计、产品展示到营销策略，都具有高度的自主性。

## 独立站和三方平台的优劣势对比

	第三方平台	独立站模式
优势	1.操作便捷，快速上手 2.平台自带丰富的自然流量	1.允许完全控制品牌形象，并实施灵活多变的市场营销战略 2.累积客户资源，为再营销活动和销售提供强有力的支持
不足	1.面临激烈的同质化竞争 2.缺乏客户管理 3.平台可能会收取交易费、订阅费或者其他服务费用 4.商家对品牌展示和客户数据的控制受限	1.有一定的入门门槛，需要基本的建站和运营能力 2.需要主动进行流量获取，构建营销渠道执行用户运营策略
适合卖家	1.跨境电商初入行者 2.擅长开发标准产品，有自己的专利和品牌保护	1.适合售卖非标准产品的商家。如时尚服饰、珠宝配饰、创新产品等 2.适合希望积累自己客户群，构建推广自有品牌至海外市场的商家 3.适合具有一定流量运营和管理经验的商家

# 品牌独立站

## 第三方平台-全托管模式

项目	责任方
供货	商家负责
选品	平台负责
定价	平台负责
产品审版	平台负责
国内仓储	平台负责
国际物流	平台负责
海外仓储	平台负责
外语客服	平台负责
广告推流	平台负责
售卖	平台负责
退换货	平台负责

## 第三方平台-半托管模式

项目	责任方
定价	平台负责
产品审版	平台负责
国内仓储	商家负责
国际物流	商家负责
海外仓储	商家负责
外语客服	平台负责
广告推流	平台负责
售卖	平台负责
退换货	商家负责

## 独立站自主模式

项目	责任方
供货	商家负责
选品	商家负责
定价	商家负责
产品审版	商家负责
国内仓储	商家负责
国际物流	商家负责
海外仓储	商家负责
外语客服	商家负责
广告推流	商家负责
售卖	商家负责
退换货	商家负责

# 独立站成功案例——Gymshark

行业：健身服饰

总部：英国

## 背景

**Gymshark**由Ben Francis 创立，迅速成长为全球知名健身品牌，依赖品牌独立站和社交媒体营销。

## 关键策略

**品牌独立站：**核心销售渠道，精准传达品牌理念，吸引年轻健身群体。

**社交媒体营销：**与健身网红合作，利用 Instagram 和 YouTube，引导流量至独立站，鼓励粉丝生成内容（UGC）。

**数据驱动：**通过用户数据实现个性化推荐，优化产品和库存管理。

## 成果

年销售额从几千英镑增长至数亿英镑，独立站成为全球健身爱好者的首选平台，拥有庞大忠实客户群。

# 独立站成功案例——Warby Parker

行业：眼镜

总部：美国

## 背景

通过品牌独立站改变眼镜购买方式，提供线上试戴和直邮服务，简化传统流程。

## 关键策略

**线上试戴：**开发虚拟试戴工具，提升购物便捷性。

**独立站直销：**绕过零售商，直接销售，价格更具竞争力。

**内容营销：**利用博客、视频和社交媒体分享品牌故事，增强品牌认知度，与消费者直接联系。

## 成果

在美国市场取得巨大成功，独立站获得全球关注，尽管开设实体店，但独立站仍是核心销售渠道。

# 独立站成功案例——Allbirds

行业：环保鞋履

总部：美国

## 背景

以环保材料生产舒适鞋履，核心理念为可持续发展，通过独立站快速进入市场。

## 关键策略

**环保理念：**在独立站上清晰传达环保核心理念，吸引环保消费者，增强信任。

**极简设计：**独立站设计简洁，用户体验流畅，购物便捷。

**直销模式：**完全依赖独立站全球销售，更好控制利润和客户关系。

## 成果

迅速积累全球忠实客户，成为鞋履行业新兴领军者，年销售额达数亿美元。



# 独立站成功案例——Casper

行业：床垫

总部：美国

## 背景

通过创新的 DTC 模式，打破传统床垫销售方式，独立站直销高质量床垫。

## 关键策略

**简化产品线：**销售精选床垫，缩短消费者决策时间。

**免费试用：**提供 100 晚免费试用期，消除线上购买顾虑。

**内容营销：**通过博客和独立站内容教育消费者，提升睡眠质量，与受众共鸣。

## 成果

年销售额提升至数亿美元，成为床垫行业创新标杆，独立站是销售和互动的平台。

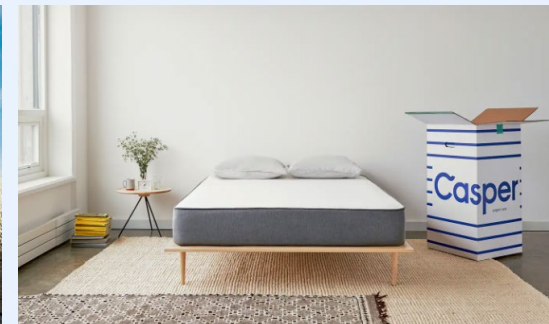
# 总结

这些品牌的成功案例展示了

## 品牌独立站如何通过自主运营、创新的营销策略和优质的客户体验， 取得惊人的增长

区别于第三方平台，品牌能够更好地控制数据、优化用户体验并打造独特的品牌形象。

#品牌独立站 打造独特品牌形象





# B2C Shopify 独立站 运营方案

# 1. 邮件营销

## 工作内容

### 平台选择与设置

- 选择 Klaviyo 或 Omnisend, 设置账户和集成, 采集用户邮件
- 设计邮件模板和自动化工作流程 (使用BGSS SaaS平台邮件功能, 不能直接使用 shopfiy邮件插件会被封禁)

## 预算

### 平台费用

- 每月\$50 - \$200 (根据订阅计划和邮件发送量)

### 平台设计

- 设计模板和内容

## 工作计划

### 第1周

选择并注册邮件平台, 完成与 Shopify 的集成

### 第2周

设计邮件模板和自动化工作流

### 第3周

启动邮件营销, 监控效果

### 第4周

分析数据, 调整策略

## 2. SEO (搜索引擎优化)

### 工作内容

#### 关键词研究与优化

- 使用 Ahrefs、SEMrush 进行关键词研究，优化页面元素

### 预算

#### 工具费用

- 每月 \$100 - \$150 (Ahrefs 或 SEMrush 订阅)

#### 内容创作

- 每篇博客文 (包含撰写和设计)

#### 技术优化

- 网站速度和移动优化

### 工作计划

#### 第1周

完成关键词研究和基本页面优化

#### 第2周

发布第一篇博客文章

#### 第3周

进行技术优化

#### 第4周

分析 SEO 效果，优化策略

### 3. 广告

#### 工作内容

##### Facebook 广告

- 创建广告受众、设计创意、设置预算

##### Google 广告

- 进行关键词研究、撰写广告文案、优化着陆页

#### 预算

##### Facebook 广告

- 每月 \$300 - \$1,000 (根据目标受众和广告规模)

##### Google 广告

- 每月 \$300 - \$1,000 (根据关键词竞争和广告预算)

#### 工作计划

##### 第1周

设置 Facebook 和 Google 广告账户，进行受众分析

##### 第2周

发布广告并进行 A/B 测试

##### 第3周

优化广告文案和着陆页，调整预算

##### 第4周

分析广告数据，优化策略

## 4. 社交媒体营销

### 工作内容

#### 内容创建与发布

- 制作 YouTube Shorts 视频, 策划 KOL 合作

### 预算

#### 内容制作

- 每个视频 (包括拍摄和编辑)

#### KOL 合作

- 每位 KOL \$500 - \$5,000  
(根据影响力和合作范围)

### 工作计划

#### 第1周

制作和发布第一个  
YouTube Shorts 视频

#### 第2周

筛选并联系 KOL, 制定合作  
计划

#### 第3周

发布 KOL 内容

#### 第4周

跟踪效果, 优化策略



## 5. 联盟营销

### 工作内容

#### 平台选择与管理

- 注册和设置 Shopify Collab、Uppromote 和 Goaffpro 配置佣金结构

### 预算

#### 平台费用

- 每月 50 - 200 (每个平台的订阅费用)

#### 佣金预算

- 根据销售额支付佣金 (通常为销售额的 5% - 15%)

### 工作计划

#### 第1周

完成各联盟平台的注册与设置, 创建推广素材

#### 第2周

招募联盟伙伴, 提供支持

#### 第3周

管理联盟活动, 跟踪效果

#### 第4周

分析数据, 优化策略



## 6. 折扣网店平台

### 工作内容

#### 平台选择与发布

- 选择折扣平台，设计并发布折扣活动

### 预算

#### 平台费用

- 每月 \$100 - \$500 (具体费用取决于平台)

#### 活动设计

- 包括页面设计和促销信息

### 工作计划

#### 第1周

选择折扣平台，确认费用

#### 第2周

设计折扣活动页面，提交信息

#### 第3周

跟踪活动效果，分析数据

#### 第4周

优化策略，准备下一轮活动

## 7. Shopify AI 工具集成

### 工作内容

#### 工具集成与优化

- 集成 Shopify Flow、Klaviyo、AfterShip、GemPages 和 Zapier

### 预算

#### 工具费用

- 每月 \$50 - \$200 (每个工具的订阅费用)

### 工作计划

#### 第1周

集成 Shopify Flow 和 Klaviyo

#### 第2周

集成 AfterShip, 设置物流通知

#### 第3周

配置 GemPages 页面设计和 A/B 测试

#### 第4周

配置 Zapier 自动化流程, 优化效果

# 总预算估算（每月）

邮件营销	SEO 工具	广告	社交媒体营销	联盟营销	折扣网店	AI 工具集成
\$250 - \$700	\$400 - \$950	\$600 - \$2,000	\$650 - \$5,500	\$50 - \$200 + 佣金支出	\$200 - \$800	\$50 - \$200

总预算范围：\$2,200 - \$10,350

# B2B WordPress独立站 运营方案

# 1. WordPress搭建品牌独立站



## 工作内容

使用 WordPress 搭建独立品牌网站，展示公司核心产品（如储能系统、UPS、电池管理系统）和公司文化。



## 网站结构

### 首页设计

通过视觉冲击力强的图片展示核心价值主张，强调产品优势（如“提高能源效率，节省成本”），并设置明确的 CTA 按钮。

### 产品页面

展示产品的技术规格和应用场景，提供可下载的技术参数表。

### 公司文化与团队介绍

增强访客对公司的信任感，展示团队成员的专业背景和技术实力。

### 用户评价

显示成功案例和客户评价，增强公司信誉。

### 询盘表单

在页面设置简洁的询盘表单，确保访客可以轻松提交联系信息。

### 在线聊天工具

集成 SaleSmartly 或 LiveChat，方便客户与销售团队实时联系。



## 时间安排

### ⦿ 1-2周

添加产品页面、团队信息、用户评价和在线聊天工具。



## 预算

网站搭建费用：\$2,000 - \$5,100

## 2. SEO（搜索引擎优化）



### 工作内容

**基础优化：** 使用 Yoast SEO 插件优化网站结构和内容。确保每个页面都有合理的关键词布局，标题和元描述经过优化。

**外链建设：** 通过撰写行业报告、博客，发布到相关行业网站，获取高质量反向链接，提升网站权重。



### 时间安排

#### ● 1-2周

完成基础优化。

#### ● 3-4周

开始外链建设，发布内容。



### 预算

每月 SEO 工具费用：\$50 - \$150



### 3. SEM（搜索引擎营销）



#### 工作内容

**基础优化：** 关键词研究与广告投放： 使用 SEMrush 分析竞争对手关键词，确定高转化率关键词进行广告投放。

B2B 广告仅在工作日（周一至周五）投放。

**AI 工具优化：** 使用 AI 工具提炼广告文案中的关键词，提升广告的点击率。

**广告文案与优化：** 通过 A/B 测试优化广告效果，确保获得最高的点击和转化率。



#### 时间安排

##### ● 第1周

完成关键词研究并设置广告组。

##### ● 2-4周

启动广告投放并优化。



#### 预算

**SEM 工具费用：** 每月 \$100 - \$150

**广告预算：** 每月 \$1,000 - \$3,000

## 4. LinkedIn 营销



### 工作内容

**公司主页：**定期发布与公司产品、行业趋势相关的内容，展示公司在新能源行业中的专业能力。

**销售团队个人主页：**销售人员应积极维护个人 LinkedIn 主页，发布与公司产品相关的个人见解，增加行业影响力。

**LinkedIn 广告：**针对新能源领域的采购经理、技术总监等目标客户群体进行广告投放。



### 时间安排

#### ● 第1周

完善公司主页和销售个人主页。

#### ● 2-4周

启动广告投放，监控效果。



### 预算

**广告费用：**每月 \$500 - \$1,000

## 5. Facebook 营销



### 工作内容

**目标客户：**中小企业主

通过 Facebook 广告推广公司储能和电源管理解决方案，吸引中小企业主关注。挖掘竞争对手主页上的活跃用户，通过定向广告锁定他们。

**内容推广：**定期发布公司新闻、产品介绍和客户案例，增强品牌曝光度。



### 时间安排

#### ● 第1周

分析竞争对手的活跃用户。

#### ● 2-4周

启动广告投放，并优化广告效果。



### 预算

**广告费用：**每月 \$300 - \$1,000

## 6. 邮件营销



### 工作内容

**邮件列表构建：**从海关数据中获取潜在客户邮件信息，并在网站上添加电子书订阅功能，吸引客户留下邮件信息。

**自动化邮件营销：**设置邮件自动化流程，定期发送产品更新、促销信息和行业报告，保持与潜在客户的联系。



### 时间安排

#### ● 1-2周

构建邮件列表并设置自动化流程。

#### ● 3-4周

启动邮件营销活动。



### 预算

每月邮件工具费用：\$50 - \$200

# 总预算与预期收益——总预算（每月）

品牌独立站搭建	SEO	SEM	LinkedIn 营销	Facebook 营销	邮件营销
\$2,000 - \$5,100	\$350 - \$950	\$1,100 - \$3,150	\$550 - \$1,200	\$400 - \$1,300	\$250 - \$800

总预算范围： \$4,650 - \$12,500

# 总预算与预期收益——预期收益

行业数据 (新能源和储能领域)	CPC（每次点击费用）：\$4.71
	CPL（每条线索成本）：\$61.56
	CTR（点击率）：6.88%
	转化率：7.40%
广告预算	每月广告预算：\$3,000
广告点击数	广告点击数 = 广告预算 ÷ CPC
	广告点击数 = \$3,000 ÷ \$4.71 = 637 次点击
潜在客户数	潜在客户数 = 广告预算 ÷ CPL
	潜在客户数 = \$3,000 ÷ \$61.56 = 48 位潜在客户
付费客户数	付费客户数 = 48 × 7.40% = 3 位付费客户
平均订单价值	假设每个客户的平均订单价值为 \$10,000
预期总收益	预期收益 = 3 位客户 × \$10,000 = \$30,000





**THANKS**

兵贵（苏州）智能科技有限公司

赵留留

2024.09.26

