

选品指南（1）：选品很关键

对于新的创业者而言，决定开展在线业务（跨境电商网店）是一个令人兴奋的旅程，但由于是新领域，可能也会令人感觉恐慌或难以前行。也许你以前尝试过自己创业，或者你正在计划你的第一个创业项目。无论如何，每一个新业务都将呈现它自己独特的机遇和挑战。

对于很多创业者而言，最大的困难之一是找什么样的产品来开跨境网店。这似乎也是很多有创业想法的人没能真正开始网店的原因。

开始跨境网店业务，从选择产品，评估，验证市场，采购库存，建立您的在线店面，营销和履行等方面，都需要学习。

在本博客中，你将可以学习到一些基本类型产品存在的商业机会，我们将向你展示搜索你想法的最佳场所，你将学会如何了解市场需求并评估你的想法，最后，我们将帮你找到你的供应商。

我们有很多的想法，所以让我们开始跨境网店旅程吧！

选品指南（2）：8 种商业机会类型

找到优质的产品在线上销售并且盈利，是一项艰巨的任务，除非你从一开始就有一个非常好的想法，并且这就是你开始业务的动力。通常有数千种可能的选择，但一切似乎在以前就已经完成过一千次。那么在所有这些产品选择中，哪个产品可以开始挖掘并找到黄金？寻找产品的第一步就是能够识别并发现一些未被挖掘的优质产品所存在的各种机会。

这八个潜在的机会类型你必须熟悉。了解这八种商业机会类型是帮助您识别优质产品和利基机会的关键。

我们首先来看看这八种机会类型，然后我们将详细介绍一下这些机会：

1. 揭秘“关键词”的机会
2. 建立有趣和有吸引力的品牌

3. 识别并解决消费者痛点
4. 确定并满足消费真的喜好
5. 追随自己的激情
6. 寻找机会缺口
7. 利用自己的经验和专长
8. 早日把握趋势

上述每个机会涉及不同的心态和方法。让我们更详细地探讨一下：

1. 揭秘“关键词”的机会

自然流量可以说是电子商务的圣杯。如果做得正确，谷歌和其他搜索引擎将奖励你大量一致且有针对性的流量。在一个利润率很低的世界，付费广告渠道变得越来越贵，这正是使具有关键词机会的产品有利可图。

寻找关键词机会包括战略性地寻找一个基于在谷歌和 Bing 等搜索引擎中能够搜索到关键词的产品或利基，然后找大量识别度高但是竞争低的搜索字词。关键词研究可能涉及到一些技术性，所以这个机会是基于对关键词的研究和对搜索引擎优化（SEO）的坚实基础理解。

如果您计划直发（Dropship）的产品，这个“关键词”机会可能会非常试用，并且有利润可赚。因为货物的利润很薄，很多时候很难有效地使用付费广告渠道来做推广。

2. 建立一个有趣和有吸引力的品牌

与前面的方法不同，创建一个品牌也意味着创建了消费者群体。

创建品牌的途径包括对潜在客户的高度了解，制定独特品牌，并且在客户心中你有独特的地方。如果竞争激烈，这种构建跨境电商的方法可以将你与竞争对手区分开来，并且特别有效。

3. 识别并解决消费者痛点

建立强大业务的最佳方法之一就是解决消费者的痛点。解决痛点的产品可以赚钱，因为客户正在积极寻求解决这些问题的解决方案。你要牢记痛点并不一定意味着身体的痛苦，它也可能包括令人沮丧，耗时或糟糕的经历。

4. 满足消费者的喜好

这是事实。消费者往往花费更多的钱来支持他们的激情和爱好。迎合消费者的激情也有额外的好处，包括与品牌更深入的互动，品牌忠诚度和口碑营销的增加。

5. 跟随你自己的激情

有人认为选择以自己个人的激情为基础的产品或利基会是一个灾难。然而，事实并非如此，实际上证明是能够赚钱的。

围绕你的激情创建一个项目最大的好处之一是，当你在困难时期，你会坚韧不拔。这一点不应该被低估，因为保持积极性是建立成功的跨境电商的关键因素。

6. 寻找机会差距

善于寻找并把握机会或特征缺口可以赚钱。这种机会包括揭露产品中的问题、产品缺陷或利用产品的进行营销。机会缺口可能是当前竞争对手未实现市场的形式，而你以改进或附加产品特征的性质存在，或者甚至能够以你自己的营销能力的形式展现。

7. 利用自己的经验和专长

利用自己的经验和专业知识会具有很强的竞争优势。将你的专业知识转变为跨境电商业务是进入市场的一个很好的方式，而对其他人进入则是门槛。

8. 尽早把握趋势

充分把握一个趋势，可以对新业务产生巨大的影响。它让你有机会在其他之前消费者心中建立以自己为领袖的网站。尽早把握趋势对你的 SEO 也会产生重大影响，因为你将有机会成为 Google 和 Bing 等搜索引擎针对新趋势搜索字词进行索引的首批网站之一。这可以帮助您快速爬上搜索排名榜首。

了解上述八个机会中的每一个机会对于你在开启跨境电商并寻找完美产品都有至关重要的作用。

选品指南（3）：在哪里找利基（Niche）产品灵感？

你掌握了上篇文章中八种产品和利基（Niche）机会的知识，现在可以开始寻找一些产品创意了。一个好的跨境电商产品想法可能在你不经意间产生了碰撞，但大多数时候，这是需要你主动地寻找的。

互联网包含丰富的想法和灵感，但你应该在哪里开始呢？

接下来，我们将介绍非常实用的产品灵感和想法。不过当你阅读时，请确保你的想法要超越产品本身。这可能听起来很陈旧，但是由于在最常见和受欢迎的产品类别中竞争激烈，选择

不同或独特的角度可能对你的成功更有帮助。尽量不要只看产品，而是看看产品可以使用的新方式，可以想象的新方法和新市场。

列一个清单

当你阅读本文时，请准备一张纸，最好在纸上捕获你所有想法。一旦记录了所有头脑风暴的想法，你稍后将可以回想你当时的想法，并进一步评估他们的可行性和市场潜力。

一. 从你遇到或者想被解决的问题开始

在你开始为你的产品搜索互联网的深度和地球的尽头之前，最好从你已经拥有的想法开始。

如果你像大多数创业者一样，已经有一些想法了，比如你想卖的产品或以前想过的产品。也许是你多年前的想法，或者是你在生活中遇到问题，但目前还没有很好的解决方案。当你列清单时，以下几个问题需要你思考：

1. 什么产品或行业你特别热衷或者有兴趣？
2. 你的朋友热衷于什么产品或行业？
3. 你在自己的生活中有什么痛点或令人沮丧的经历？

二. 本地社区

您跨境电商的想法可能会比您想象中更接近。传统的实体店比电商时间长很多，所以它可以给你很多启示。在实体零售店里注意当地的趋势可能有助于激发你在网上购买商品的想法。尝试花一个下午时间看看社区周围，注意是否有新的或有趣的零售概念和商品显示。

社区产品灵感的另一个重要来源可以当地的报纸，这些报纸往往具有新的，创新的和本地概念的产品。当你看这些资源时，问问自己是否可以变成一个在线的机会。

三. 跨境电商消费者趋势相关网站和刊物

关注跨境电商消费者趋势网站和刊物是开始了解消费者产品发展方向和其他企业家向市场推出的想法的一个好渠道。

推荐几个国外网站：

<http://trendwatching.com/>

<http://www.trendhunter.com/>

<https://www.springwise.com/>

四. 行业领导领袖

你可能不知道要销售哪些产品，但也许你知道你想要从事的行业或市场。使用各种在线工具，您可以发现并跟踪您感兴趣的产品在行业中的影响力。通过社交媒体关注行业领导领袖，关注他们社交媒体发布的一些内容，或许可以帮助你揭开或者启发你的一些新想法。

五. 社交媒体网站

社交媒体网站，如 **Pinterest** 可以说是一些产品的金矿。在上面许多图像包含了有趣的，新趋势的消费者产品。使用内置的社交讯号，有时你可以立即感受到他们的受欢迎程度。这可能是你的第一个线索，如果有一个有市场的产品。

比如：Facebook, Instagram, Pinterest.

六. 在线消费市场

产品想法的另一个丰富来源是在线消费者市场。数以百万计的产品可能是低调的，所以您可能想要搜索一些流行和热门的类目，并扩展到其他有趣的类目。可以从以下网站了解流行和热门类目：

eBay Popular: eBay 上最受欢迎的一些产品类别列表。

eBay Watch Count: 一种在线工具，可以根据有多少人“查看”列出 eBay 上最受欢迎的项目。
<http://www.watchcount.com/>

七. 论坛社区

Reddit 是最大的社交媒体新闻聚合器。它将自己描述走在互联网的最前端，是非常有影响力的。**Reddit** 有数以千计的“**subreddits**（板块）”，它们是适合于不同的主题和兴趣领域。在这些板块中，你可以找到很多灵感的产品想法。

如果您对特定行业产品类目有一个想法，那么值得进行搜索并找到合适的板块社区加入并积极融入其中。

八. Instagram

Instagram 不仅仅是食物和小狗的照片，也是发现新产品创意的绝佳选择。因为它是基于照片，所以很容易通过照片知道别人的许多想法。

以下方法可以使用 **Instagram** 来搜索产品和利基（Niche）的想法：

Hashtags - 如果您对产品类别或行业有特别的兴趣，您可以尝试搜索适用的标签，并跟踪有关市场/利基(Niche)或行业人士。另一个很好的选择是在 **Instagram** 上搜索适用的标签，这些标签映射了买家的兴趣和意图，如**#want** 和**#buy**。

在 top-hashtags.com, tagforlikes.com 可以查到最热的 hashtag。

选品指南（4）：如何找产品的利基（Niche）？

也许你尝试搜索了上篇文章中提到的所有搜索资源的方式，并且在搜索后你已经决定了产品的想法，但是在操作中你还需要考虑利基（Niche）。你所选择的利基（Niche）将可以帮助确定潜在产品的功能，以满足特定的市场需求、产品的价格范围、生产质量、品牌和营销。

选择利基（Niche）是创建一个成功跨境电商的重要组成部分。如果你尝试在一个饱和并且很受欢迎的产品类目、或市场中开展和运营你的新店，那么你将会与你的竞争对手进行艰苦的战争。这就是为什么选择一个市场（利基）是如此重要！

虽然没有很科学的方法来选择利基（Niche），但是你有许多不同的方法可以使用。从简单的 Google 搜索到建立思维导图，利用研究关键词来发现优势，有很多方法来构建您的利基（Niche）。让我们探索其中的一些方法：

1. 从 Google 搜索开始

开始构建一些利基想法最简单的方法是了解您的产品目前从其他在线零售商上销售的方式。通过 Google 搜索开始你的利基是个很不错的获取概述和奠定基础的方式。

2. 建立思维导图

思维导图可以帮助你很好地映射并发现你所选择产品的利基。因为思维导图可以非常直观的模拟我们大脑的想法并建立思想。为你的产品想法建立思维导图，可以帮助你快速创造想法，并鼓励探索不同的利基路径。您可以使用免费的在线工具，创建一个非常简单但有效的思维导图。比如 Xmind。

3. 使用 Google 的建议

您知道当你开始通过 Google 上输入内容时，在你还未输入完时会显示搜索替代品吗？Google 正在使用其他用户最常搜索的疑问来完成您的想法，您可以利用这个优势为您选择的产品找到利基。Google 只会向您显示一些建议，以便您可以使用其他工具来查看所有的建议（如 Suggester）。要使用 Suggester，只需你输入选择的产品，它将为您提供人们搜索的其他查询列表及其受欢迎程度。

4. Niching it 和研究关键词

另外一个发现利基的好方法是使用 Google 关键字规划工具（Google's Keyword Planner）。关键字策划工具是位于 Google 广告平台 Google Adwords 里。Google 关键字规划工具类似于

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**
****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

我们上面讨论过的 Google 建议工具（Google Suggest），但它更为先进并且可自定义。

要使用此工具，你免费注册一个 Google AdWords 帐户。登录你的帐户，然后从顶部菜单中选择工具，然后选择关键字规划工具。在下一个页面上，点击搜索新的关键字和广告组提示。然后输入您的产品，仔细检查你在“定位”下的设置，以确保它们符合你的喜好，特别是你要定位的位置。之后，它将在默认选项卡广告组提示上，将其更改为关键词的标签。

通过这些搜索结果可以给你与你的原始搜索项目提供很多潜在的利基。

不要害怕深入潜水，要尝试各种相关的搜索词。

选品指南（5）：评估产品和利基的准则

你已经选择了一个产品和利基，接下来将进一步探索和评估。使用下面的评估标准，你可以更好地了解你的产品和利基，同时更好地了解其优势并确定其缺点。在我们进入每个评估点之前，我们先来快速看一下我们将要介绍所有标准的概述：

一、市场准则

潜在的市场规模有多大？
竞争格局是什么样的？
这是一个趋势，时尚，平坦还是不断增长的市场？
您的产品在本地可用吗？
谁是您的目标客户？

二、产品准则

你的利润点是什么？
潜在销售价格是多少？
你可以提供订阅吗？
产品的尺寸和重量是多少？
产品有多耐用？
产品是季节性的吗？
产品是有激情，能缓解痛苦还是可以解决问题？
您需要多久才能更换库存？
产品是消耗品还是一次性使用？
产品是否易腐烂？
产品有没有什么限制或规定？
您的产品是否可扩展？

如果你已经选好产品，不妨通过回答以上问题再评估一下已选的产品。

如何选品（6）：如何评估产品和利基？

1. 潜在的市场规模有多大？

市场规模可能难以确定，但根据一些已有的经验猜测，你可能会了解潜在的市场规模。例如，在 25-40 岁之间迎接怀孕女性的产品可能已经有足够的市场。但是，一个在 25-40 岁且喜欢朋克摇滚音乐的孕妇的产品市场可能会狭窄。

（比如 Daneson，精油牙签，称为牙签中的贵族。根据具体市场，狭窄的市场规模有可能使其更容易上市，从而使得像 Daneson 这样的产品能够渗透市场，并且更有效地捕捉市场。）

知识点：对于很多企业来说通常是不可能精确确定市场规模的，但也有一些方式可以更好地了解市场规模。谷歌趋势（Google Trends）是一个很好的起点，不是确定市场规模，而是要确定市场需求的轨迹。通过谷歌趋势你可以找到你的产品在其他地方出售产品理念，并查看评论的数量和质量。

2. 竞争格局如何？

你选择的产品和利基的竞争格局是什么？你是第一个上市的吗？是否已经有几个竞争对手，或市场饱和，是否卖相同的产品或针对同一个利基？

如果您是第一次上市，您将需要进行大量的市场研究，以确定事实上市场对您的产品感兴趣。如果有几个竞争对手已经在这个领域，他们似乎做得比较好，这可能是一个很好的迹象，市场已被验证。如果市场上有很多竞争对手，这也是市场已被验证的一个迹象，但是您可能需要确定如何将你的品牌和产品与竞争对手的海洋中区分开来，以便挖掘属于自己的定位。

知识点：Google 搜索和 SimilarWeb 将帮助您发现当前的市场上的参与者。Google 的关键字工具可以告诉你所选关键词的近似搜索量，并告诉你它们的竞争力（意味着有多少其他人/企业在这些词上出价）。请记住对你的关键字投标的人越多，他们会越昂贵。

3. 这是一个时尚，趋势，稳定还是不断增长的市场？

骑着时尚前进可能是危险的，一个趋势可以是有利可赚的，稳定的市场是安全的，不断增长的市场是理想的。了解您的产品和利基在哪里对你的成功或失败有着重要作用。

4. 产品在本地可用吗？

当地现有的产品意味着消费者在线购买产品的机会较小。然而，一个独特的或难以找到的产

品在当地不可用，就意味人们通过在线寻找并购买它的机会会增长。

知识点：查找你所选的产品在本地是否可用的最简单的方法之一，就是在 Google 上搜索你的产品+你的城市名称。

5. 目标客户是谁？

你不需要详细定义准确的客户角色，但你应该了解你可能会销售的客户类型及其在线购买能力。如果您有适合青少年的产品，请务必记住，大多数青少年没有信用卡支持在线购物。同样，你面向消费很低的群体，你可能会发现他们不想在线购买。

6. 利润点是什么？

与你对产品的远大理想想必，考虑产品的特定利润是至关重要的。当你开始在线销售时，你很快会发现有很多小费用会进入您的利润，因此，需要有一个强大的利润点将为你提供必要的缓冲，以吸收这些微小的成本。

7. 潜在销售价格是多少？

销售便宜的产品意味着你要售出大量的产品才能获取不错的利润。同时，随着数量的增加，客户服务需求也增加以及其他潜在的增加。另外一方面，销售非常昂贵的产品意味着需要更长的周期和更加挑剔的客户。

通常会推荐产品价格位于 75 至 150 美元之间，因为它最大限度地减少了寻找大量客户来获得合适利润的需求，并且仍然能够为您提供营销和运营成本的缓冲。

8. 你能提供订阅吗？

向现有客户销售更多的商品比寻找新客户更容易，且成本更低。提供订阅的业务可以让你自动向同一客户进行多次销售。

9. 你的产品尺寸和重量是多少？

产品尺寸和重量可能会对你的销售产生重大影响。许多客户期望免费送货，并且将运费成本加入商品价格中并不总是奏效。所以这意味着这些成本往往会威胁你的利润。如果你决定让客户承担运费，你会发现受到高运费的冲击后，可能会影响你的销量。

10. 你的产品是否耐用？

你的产品是否耐用或易碎？易碎的产品可能会比较麻烦，因为它将使您增加包装成本，而且需要花费很多时间沟通这个问题，所以也会涉及时间成本。

11. 你的产品是季节性的吗？

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**
****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

属于季节性需求的产品的现金流是不稳定的，虽说一些季节性是好的，但是一个理想的产品是能够在一年里的都有稳定的现金流。如果你选择高度季节性的产品，你可能需要提前考虑如何克服季节性，可能通过在淡季向不同的国家进行营销。

12. 产品是有激情，能缓解痛苦还是可以解决问题？

在最早的博文中有讨论过，但富有销售激情，减轻痛苦或解决问题的产品总是有优势的。另外一个好处是，当您销售的产品满足这些要求之一，你的营销成本将会降低很多，因为客户正在积极寻求解决方案，而不是你必须大量推销产品才能找到他们，而是客户主动找到你。

13. 你的产品周期是？

一个产品经常需要不断地更改或更新是有风险的。这类型的产品存在周期结束之前卖不出的风险。在进入销售或具有正常营业额的产品之前，了解您的产品周期，并制定相应的计划至关重要。

14. 您的产品是否可消耗或一次性使用？

消费品或一次性产品基本上通过对产品的使用寿命或者时间限制，给客户充足的理由来回购，从而使同个客户多次消费变得更加自然。

15. 产品是否易腐烂？

易腐产品对于任何人来说都是非常冒险，通常不建议作为跨境电商产品。由于高度易腐的产品需要快速的运输，运输可能是昂贵的。

16. 是否有任何限制或规定？

在你推出产品之前，你需要确保对产品选择没有任何法规或限制。至少你要确保它们是可管理的。

17. 你的产品是否可扩展？

当你在启动阶段时，你将难以考虑未来并拓展业务，但从一开始就应该将可扩展性纳入业务模式。如果你的产品是手工制作或难以找到的材料，请考虑如果你的业务起飞，如何扩展它。你能否外包制造业？你的员工数量是否会随着订单数量的增加而增加，还是能维持一个小团队？

选品指南（7）：如何评估市场需求？

一，Google 的关键字规划工具

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**
****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

为了开始了解市场需求，我们将从 Google 的关键字策划工具开始。Google 关键字规划工具可以让你搜索关键字，以确定每个月在 Google 上的搜寻字词有多少，竞争对手有多少，以及相关的搜寻字词。这是一个了解潜在需求很好的起点。

要使用 Google 的关键字规划工具，你需要拥有免费的 Google AdWords 帐户。一旦你有帐户，登录并从顶部菜单中选择工具，然后选择关键字规划师。在下一个页面上，点击搜索新的关键字和广告组提示。

输入你的产品构想（注意：你可能需要尝试多个关键字变体以获得最佳效果）。仔细检查你在“定位”下的设置，以确保它们符合你的喜好。特别是，要确保你目标计划销售的国家/地区的无误。然后是设置关键词，Google 会根据你的网站为你推荐关键词，所以在你设置关键词之前已经为你列了很多关键词，并且会显示搜索热度。最后还需要你设置广告的文案。

在设置关键词时，你要注意以下两个方面：

长尾关键词——长尾关键词是由 3 个或更多个词组成的关键字。你不只是寻找长尾关键词，而是长期以来与你的产品和利基密切相关的尾巴。

高搜索量——这可以是主观的，但是你会想要每个月有一个体面搜索量的长尾关键词。搜索量越高，意味着越来越多的人寻找潜在的产品。这可以开始让你很好地了解产品的需求。

二，验证地理位置需求

有时产品和趋势可以细分到非常具体地理区域。

因此，是值得研究需求来自何方。Google 趋势不仅显示关键字的总体趋势，还可以显示搜索特定关键字的顶级国家/地区和城市。比如，在 Google 上搜索产品时后面加个国家或者城市，就会细分到该国家或者城市的市场需求情况。

三，社交媒体需求

既然你已经从搜索引擎的角度验证了搜索兴趣，那么现在是时候关注社交媒体了。Twitter 是查看市场潜力和产品兴趣的有效来源。使用社交媒体研究你的产品不仅揭示了围绕你的产品理念的话题量，而且还可以帮助你发现潜在客户使用的语言。这在创建广告或在道路上撰写产品描述时可能也会有所帮助。

选品指南（8）：如何评估竞争对手？

随着你所选择的产品和利基评估以及对市场潜在需求的信心，现在是时候来看看竞争格局。因为你有一个伟大的产品，看起来似乎有需求，也可能会有激烈的竞争，在进行之前你会想

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**
****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

知道如何评估你的竞争对手。在本章中，我们将向您展示一些更好地了解潜在竞争的工具和方法。

一、确定您的最大竞争对手

第一步，首先确定谁正在销售您的潜在产品。发现您的竞争对手最简单的方法是为您的产品做一些简单的 Google 搜索。重要的是在搜索中要像潜在客户一样思考，并搜索客户实际使用的术语。您会想看到在你的行业和产品中，哪些竞争对手在 Google 中拥有排名最高的关键词。

一定要记住排名早第一页的企业。为了更好地了解你的竞争对手，您还可以在 Google 搜索领域输入“related:竞争对手的网址”，以获取其他类似公司的列表。或者，您还可以使用免费的在线工具，如 SimilarWeb 和 SEMrush 来发现其他竞争对手。如：在 Google 搜索中搜索“Related:shopify.com”，就会显示一些 Shopify 竞争对手。

二、分析你的竞争对手

尽管您可能很难清楚地了解每个潜在竞争对手的情况，但有一些迹象可以表明。比如，要开始更多地了解您的竞争对手，您可以使用 SimilarWeb 和 SEMrush。这些工具还可以提供有关潜在竞争对手的大量附加细节，包括：

流量概况

流量形势

参考网站

搜索关键字（原始和付费）

社交媒体转化

使用这些工具查看信息是开始了解所有竞争对手的好地方，以便对您的反馈进行全面的了解。

还有一些额外信息可以查找：

1. 他们创建有多久了？

通过查看该企业的 Twitter 和 Facebook 主页，或者国内的微博主页，通常都会向您显示帐户的创建日期。了解企业已经成立多久可以更好地帮助您了解其成功。同时你也可以通过其官网了解更多的信息。

2. 他们的社交媒体上的关注/互动是怎么样？

社交媒体上的粉丝量和互动并不一定与销量有关，但与其他信息结合，有助于你更好的绘制你竞争对手的画面。还需记住的最重要的事情之一就是你不能以粉丝数量来获取其公司价值。这很可能是通过廉价购买数来的成千上万的甚至是假（机器人）的粉丝。所以你必须看其主页在过去与粉丝有多少互动，可以得到他们实际的响应和互动。

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**
****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

可以通过 <http://fakers.statuspeople.com/> 查看 Twitter 的是否是真粉丝。

3. 流量和反向链接（BackLinks）

流量和反向链接可以成为整体竞争实力和市场成功的指标。虽然不可能知道某个特定网站获得的确切流量，但是有一些工具可以帮助您评估网站获取的流量大概以及指向它的反向链接数。

SEMRush 和 SimilarWeb 都是查看竞争对手流量、流量来源和反向链接的重要工具。

三、做一个清单

现在你知道你竞争对手是谁，你将会想开始浏览竞争对手的在线商场，并对他们网站产生了良好的感觉。在浏览竞争对手的网站时，请考虑以下问题：

1. 他们如何强调他们的价值主张？
2. 他们的价格与你的相比如何？
3. 他们的产品摄影怎么样，他们的产品描述如何？
4. 他们的运输方式和价格是什么？
5. 他们的行动号召（call to actions）在哪里，有多明显？
6. 他们有试图建立一个电子邮件列表吗？
7. 他们的网站是否做了手机优化？

选品指南（9）：验证产品与利基（Niche）

在本文之前，你已经通过二次研究来评估您的想法。现在是时候来验证您的想法，初步研究你选择的具体产品，选定的利基市场和目标市场。验证你的想法可以使您更清晰地了解您产品理念的潜力。

虽然有很多不同的方式验证你的想法，但目的是相同的，关于如何获得买家对你产品和利基选择产生兴趣的明确信号。下面，我们将探讨一些最常见的产品验证方法，你可以立即使用并应用于您的产品创意中。你不用感觉到是被迫使用这里的策略，但是，认真选择一个或两个概述的方法可以增加您对你产品和利基选择需求的理解。

在本文结尾，你应该有足够的信心继续你的产品理念，并开始寻找供应商，或知道你是否应该回到绘图板。

一，调查您的目标市场

在收集二次研究后，现在是根据你的具体产品，利基选择以及目标人群可以开始你自己调查

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**

****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

的时候了。最快最便宜的方法是使用简单的在线调查工具，要编写好的产品调查并能够从中获得最大收益，你在调查问题中应该包含及以下元素：

目标对象验证：您会想从提问关键的问题来验证您的受众群体。向错误的人调查您的产品理念是完全没有意义的。并不是所有的答案都是一样的。

最初的兴趣：接下来，你需要确定人们是否从本质喜欢你的产品理念，他们喜欢什么以及他们不喜欢什么。

购买意图：最后，你需要提出一些问题来衡量购买意图。许多人，特别是你认识的，肯定会过分积极的，所以让人们进行一些测试很重要，看看他们是否真的会购买你的产品。

如果在你的目标市场你不认识任何人，不要紧。有几种付费服务可以帮助你做调查，像 Google 客户调查或 **Survata**。这些服务允许你创建调查表，然后代表你向定义的目标受众群体中的人员分发布调查。

二，通过社交账户和电子邮件预售

根据你的产品和利基选择，你的社交媒体和电子邮件联系人列表中的联系人可能非常适合用于测试你的产品理念。在投入很多时间和金钱进入业务之前，没有什么比实际上进行销售更有效。**Sumo** 创始人的 **Noah Kagan** 在他试图验证他的新服务想法时，就这样做了。**Noah Kagan** 通过社交账户和邮件联系了他认为对他的潜在新服务感兴趣的朋友和熟人，并询问他们是否想购买（所有都在任何产品销售之前），在收到不错的反响后，他决定开始他的一个新项目。

三，创建着陆页

另外一个更好地了解兴趣和需求的简单方法是用你的价值主张和电子邮件设置一个登陆页面。通过将流量引导到本网站并收集电子邮件，你可以开始更好地了解你的产品的真正兴趣，并开始与潜在客户建立关系。着陆页往往能通过清晰的导航，精致的排版来促使受众点击进入相关的业务页面。无论你的目标是促使用户直接去在线商店购买商品，还是先订阅你的新闻周刊，一个优质的着陆页都能大大提高转化率。

你可以使用 **Shopify** 的预启动登录页，并从 **EmailChimp** 或 **Aweber** 等电子邮件提供者嵌入电子邮件注册表单。

四，开一个测试商店

最后，测试和验证你的想法需求的最好和彻底的方法之一是设置一个测试商店。在《每周工作 4 小时》这本书中有讨论过这种方法，你创建一个产品的在线商城，并在一段时间内提高流量，以便测试消费者对产品的兴趣和需求。

结论

如果你已经做到了这一点，你应该对你的产品，你选定的利基以及潜在的需求有一个很好的

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**
****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

了解。现在是时候查看你收集的主要和次要的信息，并对一个信息都仔细观察。你将需要仔细评估每个赞成的想法以及反对的想法，并决定是否可以围绕你的想法创建一个可行的业务。

选品指南（10）：获取产品和库存的四个方法

评估和验证你的产品理念只是开展一个漫长而令人兴奋的旅程，下一步则是你如何去获得你想卖的产品？在获得新产品方面有几个选择，每个选项都有其优点，缺点以及独特的挑战。

获取你的产品和库存四种最常见的方法是：

- 自己动手制作产品
- 找制造商生产你的产品
- 购买批发你的产品
- Dropshipping 直销

为你的业务能够做出正确选择，了解这些方法是很重要的。每个方法都有利弊，根据你的产品，市场和利基，也许相对其他人，有个方法更适合你和你的业务。

我们来看下面更详细的每个方法

一，自己动手制作你的产品

制造自己的产品成为许多爱好者和动手能力强的人常用方法。无论是珠宝，时尚还是天然美容产品，自己制造产品能够最大程度地控制质量和品牌，但是这种控制是有代价的。自己制作产品能够让你深深地融入到业务中，并且当每个产品所需的时间以及能够在业务发展时扩大业务能够提出挑战。

自己制造产品主要成本包括采购原材料，储存库存和生产产品所需的劳动时间。

最需要注意的是不是所有的产品都可以手工制作。你的产品会由你的技能和可用资源而被限制。

该方法适合谁？

这个方法最适合于动手能力极强的人，有自己独特想法的人，实际上可以自己生产的人，并拥有合适的资源的人。自己制造产品也适用于想要对产品质量和品牌保持完全控制的人，以及启动库存成本相对较低愿望的人。

优点：

- **相对较低的启动成本：**当你自己制作产品时，你通常不需要生产大量的前期数量的单位。这允许你享受相对较低的生产成本，对许多电子商务企业来说，这些成本占其启动成本的大部分。
- **品牌控制：**你自己制造产品意味着你可以创建任何品牌，没有任何限制。
- **价格控制：**与品牌控制携手并进，能够按照你的需求对产品进行定价。通过你的品牌，你可以对你的产品进行定位和收费。
- **质量控制：**制造自己的产品时，你可以密切控制产品的质量，确保满足你的期望以及客户的需求。
- **灵活性：**自己制造产品能为你的业务提供最高水平的敏捷性，让你即时调整质量，功能甚至整个产品。

缺点：

- **投入时间多：**根据你选择的具体产品，制造你自己的产品是一个耗时的过程，会让你更少的时间专注于实际构建和营销你的业务。
- **可扩展性：**如果你的业务起飞时，自己制造产品可能会造成问题。当你扩大规模时，虽然你可以选择向制造商寻求帮助，但如果手工制作是内置到你的品牌中，这可能并不容易或不可能。
- **有限的产品选择：**你对潜在产品的选择仅限于你的技能和你可用的资源。这将因人而异。

利润：

当你自己制作产品时，潜在利润通常比其他三种模式更高，因为你可以更有效地控制成本和定价。但是，你应该仔细考虑你用来生产产品的时间，因为如果你的产品很耗时，则可能导致你的利润大幅下滑。

风险：

通常情况下，自己制作产品是低风险的选择。因为你自己制作产品，与批量购买库存相比，你没有最小的订单。你甚至可以在收到订单的情况下生产产品，让你在投入太多时间，精力和金钱的前提下，轻松实现业务运行并验证你的概念。

二、找制造商制造产品

获取产品的另一个可行方法是找制造商为你生产产品。当找制造商时，你可以选择在国内或国外采购。正如你所料，一般国内制造商的成本要高于来自中国，台湾或印度等海外国家的制造商。

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**

****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

如果你正在寻求来自海外的制造商，你可能会在阿里巴巴找到。阿里巴巴是连接（大多数）亚洲制造商与北美买家的最大的企业对企业的平台之一。还有其他几家类似的公司，在这个空间上运作较小，适合制造商的不同市场，如 IndiaMart。

该方法适合谁？

找制造商制造你的产品是一个好主意（也许唯一的选择），特别是对于那些具有独特的产品想法或目前不存在变化的产品。也很适合已经验证了他们产品的市场并且对产品的销售非常有信心的人。在选择制造商之前，拥有强大的信心非常重要，因为制造商将需要投入大量的资金用来设计，原型设计和采购最低数量。

优点：

- 每单位成本最低：制造商是你最低成本的最佳选择并不罕见，并为你的产品带来最大的利润。
- 品牌控制：你的产品让制造商制造意味着你可以在产品周围建立自己的品牌，而不受其他品牌规则约束。
- 价格控制：随着建立自己品牌的能力，你可以为你的产品设定自己的价格。
- 质量控制：与批发或直销不同，当你制造自己的产品时，你可以控制产品的最终质量。

缺点：

- 最低订购量：制造商制造你的产品最大的缺点之一是设计，原型设计和初始库存订单所需的启动成本。根据你的产品和制造商的成本，你的投资可以轻松达到数千或数万美元。
- 潜在的海外制造商的欺诈：如果你在与海外制造商打交道时没有妥善保护自己，就有被骗的风险。这可能会发生多种不同的方式，无论是为了你的钱，还是其他糟糕的事情，你收到的最终产品可能不会是预期的或协商的质量。
- 开始运行的时间：制造商制造你的产品从头到尾可能需要你很长的时间。制造可以是一个原型，抽样，精炼和生产的漫长过程。如果你使用的是海外制造商，整个过程的难度可能会被放大，因为你们沟通中可能出现语言，距离和文化障碍。

利润：

制造商制造你的产品，你的产品利润可能会因特定的产品，制造商和订单数量而有很大差异。不过通常这种方法可以比采购批发和直销等其他方法具有最大的利润潜力。

风险：

有很大的利润伴随着的是很大的风险。这使得制造商制造你的产品是最高风险的选择。你必须预先购买（通常）较大的库存，不保证可以售出。制造商通常有最低订购量（MOQ），所以你可能会从数千台以上开始。不过最小订单将取决于产品和制造商，因此请确保你提前了解了最小起订量，但请记住，最低订单数量通常可以协商的。

如前所述，如果你是从海外制造商，风险也将以欺诈的形式出现。

三，购买批发你的产品

购买批发是一个相当简单直接的过程。你将直接从制造商或中间商供应商以优惠的批发价格购买你的产品库存（通常是其他品牌），你将以更高的价格转售。

与找制造商制造你的产品，购买批发是一种较低风险的商业模式。首先，你正在着手的是在某种程度上已经建立并且在市场上已经验证的品牌，因此你不会冒着开发了无人想要的产品的风险。此外，你通常不需要购买最低订单量。最低订单量将取决于制造商和产品，但如果你正在与其他较小的品牌合作，那么它们的价格通常是非常合理的，甚至可以低至每个 SKU 一个单位。

该方法适合谁？

采购产品批发是一个很好的选择，如果你想快速启动和运行，或者如果你想销售各种产品和品牌。批发提供了广泛的机会，因为许多产品可用于批发。

优点：

- **销售已经建立的产品：**因为你销售已经建立的产品有助于减少与采购库存相关的风险。
- **品牌熟悉：**销售已经建立的品牌可以通过为你的品牌创造光环效果来帮助你定位你的品牌。

缺点：

- **销售已经建立的产品：**销售已经建立的产品可以为你服务，同样也会给你带来不利。因为这些产品可以从多个零售商那里获得，所以你需要特别努力去区分自己的产品，并说服消费者从你那里购买。
- **价格控制：**卖其他品牌意味着你在某种程度上必须遵守其规则。一些品牌将执行价格控制，以防止你对其产品进行打折。这限制了你一定的销售和报价的优惠。
- **库存管理：**批发时，你可能需要购买每个产品的最低订单。最小订单将取决于产品和制造商，这部分也取决于你对品牌备货计划有多大。
- **处理供应合作伙伴：**如果你代理一系列产品，处理多个供应合作伙伴可能变得难以管理。每个要求，合同和规则因供应商而异。

利润：

与直销相比，批发的利润通常很好，但通常不如找制造商制造你的产品那么多利润。这种方法可以被认为是在制造商和直销之间的一个安全的中间位置。尽管每种情况都是独一无二的，但通常情况下，零售价格将会批发商品 50% 的利润转售。

风险：

购买批发是与制造商相比较低的风险模型，但仍然具有一定的风险。批发需要购买库存，但不能保证你可以出售。也许最大的风险来自于如何区分并弄清楚你与许多其他零售商卖同一品牌的相同产品的不同之处。如果你打算批发，你需要考虑如何将自己分开，并增加价值，以说服客户从你那里订购。

四，Dropshipping 直销

Dropshipping 的概念是销售你实际不拥有的产品。与直销合作伙伴合作不仅是产品采购模式，还包括产值达成率。该流程通过从你的在线业务订单并将其转发给你的直销合作伙伴。他们反过来代表你的公司将产品运送到你的客户。通过直销赚钱的关键是你收取的费用与你的直销合作伙伴向你收取的费用之间的价格差异中获利。虽然它不是一成不变的，典型的直销业务的利润率通常在 15%-20%。

Dropshipping 最大的优点是能够提供大量产品，而不用预先购买库存或管理该库存。Dropshipping 也可以作为一个很好的工具来帮助你的库存和测试产品多样化，因为它只是将新产品添加到你的商店。

该方法适合谁？

本质上 Dropshipping 是最便宜的选择。因此，Dropshipping 适合希尽可能将启动成本保持教低，而不太关心利润率的人。Dropshipping 对于不想持有和管理库存的人来说也是一个很好的选择。对于刚开始电子商务的人们来说，这也是一个很好的选择，因为它允许你没有任何东西就可以开始，并且开始了解电子商务的世界和在线营销的各个方面。

优点：

- 低启动成本：dropshipping 的最大优点是启动成本低。因为你从未购买和携带库存，你没有库存成本。
- 低风险：由于你实际上并没有真正的库存，所以你不会冒着无法销售物品的风险。
- 任何地方管理你的业务：Dropship 合作伙伴不仅提供你的产品，而且还为你履行订单。这意味着只要有笔记本电脑，你可以从世界任何地方轻松管理你的业务。

缺点：

- 高竞争力：由于出货的进入门槛低下，你需要为你的产品类别进行高水平的竞争做好准备。
- 低利润率：也许最大的缺点是利润率非常低。这使得在付费广告空间中竞争非常困难，意味着你必须更多地依靠通过卓越的客户服务增加价值，并建立更好的内容。低利润也

意味着你必须出售大量的货物才能赚取利润。

利润：

你的利润是你为客户收取的费用与付款人收取的费用之间的差额。通常情况下，你的利润率将下降 15% 至 20% 左右。

风险：

Dropshipping 在潜在的经济损失方面是相当低的风险，因为你不是预先购买库存，也不必担心运输产品。然而，风险来自非常微薄的利润和激烈的竞争。微薄的利润意味着你必须通过很多单才能获得不错的利润。复杂的是，微薄的利润减少了你开展某些营销活动（例如每次点击付费）以获取新客户以及运行销售和优惠的能力。

以上四种方法哪种适合你？

大多数产品都属于这四种产品采购模式之一。根据你选择的产品或利基，你可能也无法确定你需要选择的商业模式。但其中大部分取决于你计划销售的产品类型。一些产品自然会属于某些类别。

例如：

1. 如果你的产品想法不存在：自己动手做或找制造商
2. 如果你几乎没有钱开始：Dropshipping
3. 如果您想出售其他品牌：批发或 Dropshipping
4. 如果你想手工生产你的产品：自动动手制作
5. 如果你想要最高的利润率：找制造商
6. 如果你想要尽可能降低风险：Dropshipping
7. 如果你想要冒最大的风险：找制造商
8. 如果你只想要冒一点险：自己动手做 或者批发

你最终选择的销售模型部分将会定义和塑造你的整个业务。为了你可以为你的业务做出正确的选择，因此了解每个模式的优势以及缺点非常重要。

选品指南（11）：怎么找供应商？

你走到了这一步，这已经是一个巨大的成就，但你现在还不能休息。现在你必须为你的产品理念找到供应商。

如果你的计划是自己制作你的产品，你将需要采购原材料和零件。通过制造商将需要工厂采购。批发需要与制造商或其分销合作伙伴直接沟通。最后，dropshipping 则需要找到制造商愿意以你的名义发货或通过与 dropshipping 经销商合作。

虽然这些方法中的每一种都略有不同，但它们都需要搜索，沟通，说服某人与你合作，协商价格和最低订单量。在本文中，你将准确了解对供应商进行查找，联系和协商的内容。

一，基础的知识

注意：为了本章的目的，当我们提及供应商时，我们指任何有能力为你提供产品和库存的人。这包括制造商，出货商，批发商和分销商。

通过 Google 搜索可以在网上找到大量有用的资源。但是，在你开始之前，你应该知道和决定一些事情。

首先，正如我们在本章介绍中所提到的，你需要确定要查找的供应商类型。这将有助于确定你在研究中需要使用的术语。

有几个常见的选项：

制造商生产你自己的产品理念。

供应商，也可能是制造商，批发商或经销商，以购买已经存在的品牌和产品进行转售。

一个 Dropshipper 提供产品和履行现有品牌和产品的订单。

二，国内与海外供应商

下一步是问自己是否要在国内或国外提供你的产品。海外采购可以指海外的任何国家，国内外采购均具有优势和劣势。但通常国内做跨境电商的人都会直接选择国内采购。我们来看看国内采购的利弊：

优点

- 数量众多的厂家可供选择
- 易于沟通，无语言障碍
- 更容易验证制造商及其声誉
- 增加知识产权保护
- 降低制造成本

缺点

- 运输时间长
- 产品进口报关

三，从哪里开始搜索你的供应商

现在是开始寻找供应商的时候了，互联网将提供一个很好的信息来源，但有一些地方可以帮助你进行搜索。

1. 通过阿里巴巴

目前对于很多新人跨境电商来说阿里巴巴是选择货源供应商的第一平台，阿里巴巴目前聚集了中国最海量的供应商商品资源，对于选择阿里巴巴的供应商建议是首先选择真正的工厂供

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**

****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

应商，而且有持续新产品的研发能力，判断一个卖家是不是真正的供应商其实也比较简单，比如从卖家的名称做判断，从卖家给你的产品价格做判断，我们也可以输入卖家的公司抬头在百度做基础的了解，有必要的时候也可以去卖家工厂实地考察。

2. 通过谷歌深度挖掘信息

像 Google 和 Bing 这样的搜索引擎自然就是最好的开始。我们习惯于轻松地进行搜索，通常在第一页上找到我们正在寻找的内容。然而，许多供应商并没有跟上互联网和 SEO 规则的不断变化。他们的网站通常是旧的，信息稀少，绝对不是搜索引擎优化 这意味着你可能需要深入了解你要查找的内容。你首次需要浏览搜索结果中的 2,3,4,5 页以及其他页面。你还需要尝试各种搜索字词。例如，像批发，批发商和分销商这样的词可以互换使用，所以你应该搜索所有这些的组合。

3. 平台网站

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：

国内：

阿里巴巴

全球速卖通

国外

ThomasNet

Makers Row

MFG

Kompass

IndiaMart

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。社交网络更容易得到这个词，所以一定要使用这些渠道，请朋友，家人和你的网络提出建议和介绍。

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，所以要深入好好研究一番。

当你开始发现供应商时，即使它们不适合你，请务必询问他们是否可以指向正确的方向。在行业中意味着他们可能会有很大的联系。很多时候，如果他们不适合你，他们会非常乐意将

你转介给可能更适合的人。

四，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。

你的最低订购量是多少？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。这个最小订单数量可能根据产品和供应商的不同而有所不同，所以请提前询问清楚。请记住，最低订单数量几乎总是可以协商的。

你的样本定价是什么？在完成订单之前，你可能希望样品进行检查。样品定价范围，具体取决于产品和供应商。收到许多请求的一些供应商可能会以零售价格，其他供应商将以折扣价格为你提供样品，有些甚至可能免费向你发送样品。

你的生产定价是什么？最重要的问题之一是你的产品每单位成本会花费多少。你可能不要求数量的定价，以了解在更高数量水平下如何以及如何进行贴现定价。

你的周转时间是多少？了解生产订单需要多长时间是一个重要的考虑因素，根据你的确切业务，时间至关重要。

你的付款条件是什么？许多供应商将需要新的业务来支付前期的全部订单。这很重要，因为库存是电子商务初创公司的主要成本。你可能还想询问他们是否为未来订单提供付款条件。

发邮件，供应商不回复很令人苦恼。最常见原因是，许多供应商收到很多询价邮件轮番轰炸，而这些潜在买家只是随便试问而已。因此，他们根本没有时间回复所有请求。那么你怎么避免被忽视？首次与供应商联系时，你应**避免**以下几件事情：

私人电子邮件：请记住，供应商收到很多要求。因为他们投入时间回复你的电子邮件，他们正在寻找迹象证明你是真正潜在的买家。如果用 163.com, QQ.com, hotmail.com 这类邮箱后缀通常会被认为不是潜在买家。你需要用公司企业邮箱，或者特定的域名后缀邮箱让你在供应商眼中看起来是个潜在买家。

长邮件：你向制造商发送的第一封电子邮件应该清晰简洁。避免告诉你太多的故事和背景。第一封电子邮件应该纯粹是为了高度评估潜在的合适性。专注于供应商关心的事情。

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：如果你的要求低于供应商最低订单数量（MOQ）的报价，那么邮件将不会被回复。有时最好是提供真实而满足 MOQ 的订单量信息。

最后如果你正在与海外的供应商联系，请记住，在很多情况下，他们可能正在使用像 Google 翻译这样的翻译程序来翻译你的电子邮件以及他们的回复。保持你的电子邮件简短，简洁，

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**
****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

格式良好，没有拼写错误，不仅可以帮助制造商理解，而且最终将为你提供更好的回复。

五，谈判最小订单数量（最小起订量）：

如果你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你的产品，行业，你的供应商以及你以哪种方式经营。通常，如果你批发，最低订单可以是几个到几十个，有时更多。如果你 **dropshipping**，通常没有最低限额，因为你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。

当你的资金有限时，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。

在你开始谈判之前，首先要了解供应商为什么有最小订单量。这是因为前期有很多工作？还是因为他们只是喜欢和更大的买家合作。无论如何，了解制造商最低限度的原因将有助于你更好地了解他们的立场，并将有助于你的谈判。

一旦你更好地了解你的供应商，你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。

结论

为你的产品确定供应商是许多初创业家的独特体验。虽然有时这可能是一个令人沮丧和耗时的经历，许多死胡同。但在大多数情况下，只需要更多的耐心和毅力就能为你的新业务找到完美的合作伙伴。

选品指南（11）：总结

寻找在线产品不是一件容易的事情。即使有一百万种产品可以在网上销售，但缩小并选择一种不是一个小工程。很多时候，创业者陷入困境，是因为他们试图找绝对完美的产品，但从未尝试开始。情况是真的没有完美的产品。有坏，有好，有非常好的产品。除了不好的产品，好的和非常的产品可以是你完美的产品，只要你相信长期愿景，你愿意努力工作。

不要违反标准

使产品成功的原因不仅仅是 Google 上每个月搜索次数，或者是利基市场的低水平竞争。虽然我们在本指南中所看到的评估一定会引导你走向正确的方向，但仍然无法取代或创造优质

****本文档由多麦独家翻译整理，转载请联系微信授权：foodie0**

****如果你有 Facebook 投放相关的问题，欢迎来交流~**

产品、增加价值、执行很棒的市场营销、提供卓越的客户服务和长期承诺的产品。继续做你的研究，但不要让每一个小负面点让你瘫痪。

冲洗并重复

如果你密切关注本指南，但仍然对你的产品选择不自信，请重复此过程。你可以随时尝试通过选择稍微不同的利基市场来重新评估你的产品理念。这些轻微的调整可以在你的产品理念和业务的成功中产生重大的影响。或者，你也可以选择完全废弃你的产品理念，并开始寻找新的产品创意。

保持前进

最需要记住的是保持前进。许多创业者会陷入不断寻找和评估思想的恶性循环，永远不会找到难以捉摸的完美产品，从而没有实际开始业务，这个时代成为电商创业者最好的事情之一是，你的许多想法可以以极少的钱开始。

虽然很多人认为，大多数成功的创业者在开始业务之前，他们的产品和利基有 100% 的确定性，但通常情况并非如此。他们中的大多数人对于事情进展如何会产生恐惧和保留。尽管如此，他们也向前迈进。

虽然创业是一个旅程，而不是一场比赛，旅程仍然从第一步开始。给自己一个最后期限，如果你找不到你完美的产品，开始看你开始时最好的观点。

有相关问题欢迎加我微信交流：foodie0