

TikTok 是 TikTok 电商 (TikTok Shop) 也是 TikTok 电商，是致力于提供优质全球化的一站式购物体验。通过个性化直播和短视频为载体，用兴趣电商链接全球10亿月活用户，实现全球购物，全球卖货。

```

graph TD
    Title[订单发货] --> Path1[国内商家发货到国内中转仓库，  
再由中转仓库发出海外]
    Title --> Path2[海外本地仓库直接发货]
    
    Path1 --> Box1[揽收范围国内免靠  
上门揽收到仓库]
    Path1 --> Box2[自发货到集货仓]
    
    Path2 --> Box3["[东南亚] 跨境COD (货到付款)"]
    Path2 --> Box4["[英国] 海外仓"]
    
    Note[更多海外仓逐渐开放中，关注官方  
微信公众账号【TikTok Shop跨境电商】  
查看最新资讯]

```

订单发货

- 国内商家发货到国内中转仓库，再由中转仓库发出海外
 - 揽收范围国内免靠上门揽收到仓库
 - 自发货到集货仓
- 海外本地仓库直接发货
 - [东南亚] 跨境COD (货到付款)
 - [英国] 海外仓

更多海外仓逐渐开放中，关注官方微信公众账号【TikTok Shop跨境电商】查看最新资讯

TikTok电商帐号分类		
个人卖家	普通个人号 (Personal Account)	没有邮箱展示和下载外链的功能
	创作者账号 (Creator Account)	达到1000粉可以挂主理外链，10000粉可以申请开通创作者基金
企业卖家	企业号 (Business Account)	企业认证后，0粉就可以主理挂链

定义 通过联盟渠道让卖家找到合适的达人来推广产品，从而提高转化率	主要作用 TikTok用户可以通过短视频、直播、商品橱窗这三个渠道发现商品，没有参与联盟的产品无法参与达人短视频和直播带货，将影响产品转化率	达人联盟 联盟佣金人，在“我的联盟”中查看
---	---	--

折扣	营销工具	商家营销工具
● 商家运费折扣 用于促进消费者下单，及提升店铺AOV，商家为消费者提供的减免运费的优惠券，只可用于本店销售商品	● 单品折扣 用于促进消费者下单，通过单品打折前后价对比，提升单品销量。	秒杀 用于促进消费者下单，通过秒杀低价，极大提升销量。

内容基因创造增量	高效运营贯通全球	稳定履约提升体验
新趋势以直播、短视频、橱窗并行，升级商家多元经营新趋势 新用户更广泛、更精准的年轻用户群体，为商家带来更长线的用户价值 新需求优质内容激发消费需求，带来有趣的交互方式和实时用户反馈	全球市场布局 已覆盖英国和东南亚五国，全球市场不断开拓中 全球经验互通 【全球精品】x【全球卖】，助力商家一品类多国，一店通全球 全球内容生态 覆盖全球的创作者和机构，有助于本地化洞察	合规履约能力夯实 通过本地化的金融能力，提供便捷安心的支付结算服务，本地人、本地物流和逆向能力，为商家提供一站式的交易履约解决方案

The diagram illustrates the process of withdrawing funds from TikTok Shop to a bank card. It starts with a box labeled '提现收款' (Withdrawal and Receipt) with a red download icon. An arrow points down to a box labeled '提现方式' (Withdrawal Method) with a Payoneer logo and the text '通过派安盈结算' (Settlement via Payoneer). From there, an arrow points down to a box labeled '提现规则' (Withdrawal Rules) with the text '平台从发货时效、催收时效等维度，有明确的时效要求及考核标准。具体标准请以官方最新通知为准。详情前往“学习中心-规则中心”了解订单履约的规则。' (The platform has clear time requirements and assessment standards from dimensions such as delivery time and collection time. Specific standards should be based on the latest official notice. For details, please go to the "Learning Center - Rules Center" to understand the rules of order fulfillment.) An arrow points down from the rules box to a box labeled '提现到账' (Withdrawal to Account) with a green checkmark icon. Finally, an arrow points down to a box labeled '提现到银行卡' (Withdrawal to Bank Card) with a bank card icon.

TikTok电商内容矩阵

 电商视频	 电商直播
 品牌符号	 商品橱窗

成长进阶思路

#01 新手探索期

目标：建立直播电商领域的运营能力，持续验证经营指标

推荐关注数据指标：流量数据，直播时长，留存率，短视频完播率，互动率

#02 成长期

目标：补齐短板，加速运营数据增长

推荐关注数据指标：直播互动，转化率，短视频转化率

图 1 商家发布计划吸引达人带货的四种模式

计划类型	达人选择范围
公开计划	商家开放给联盟内所有达人的带货计划，商家设置佣金
定向计划	商家开放给联盟内指定达人的带货计划，商家设置佣金
店铺计划	商家开放给联盟内所有达人的带货计划，商家设置佣金
商家设置高佣金吸引达人带货	商家设置高佣金吸引达人带货

- **二口价**
 - 用于促进消费者下单，通过具有划线价与折扣后一口价的对比，提升单品转化率。
- **商家优惠券**
 - **公开优惠券**
 - 用于促进消费者下单，提升店铺AOV。商家可创建本店多个商品适用的优惠券，吸引用户组合下单。
 - **商家条件券**
 - 用于引导消费者下单多件商品，提升店铺AOV。用户购买的商品数量达到「限时」时可以享受商家折扣。

扫码关注【TT跨境电商导航】微信公众号 了解更多干货资讯

学习中心: <https://seller.tiktokglobalshop.com/univers>

直播运营四大要素：

- 主播**：负责店铺直播工作，介绍售卖产品
- 助理**：协助主播直播
- 场控**：调动直播间氛围，维护直播间秩序
- 运营**：写脚本，盯直播，看数据

01

爆品

■ 高性价比产品

有明确的价格锚定、相对有价格优势的品，可全阵列；或产品附加值更多的品，指产品在直播中呈现更多的福利，例如同等价格下，赠送附加品

● 不挑人产品

普适性强、更能够承接直流的泛流量

● 准爆款产品

商家在其他平台有数据的准爆款产品
- 有流行元素、热点元素的服装产品

02

引流品

■ 高颜值产品

- 白色及彩色的服装款式更利于在镜头面前展示
- 看到会被吸引，产生购买冲动的产品

● 市场热度高的产品

高性价比、高颜值、刚需类产品更具性价比

数据分析工具 —— 数据罗盘	核心功能
入口 商家店铺 https://seller.tiktokglobalshop.com/compass 主理工作台 https://shop.tiktok.com/streamer/compass/livestream-analytics/view	01 店铺成交来源渠道 分析不同渠道的带货表现，将店铺销售归因到不同的人、直播、视频。查看店铺销售趋势。 02 实时监控直播表现——直播大屏 实时监控直播流量来源变化，掌握直播间成交、下单的关键因子。积累优秀主播经验。

平台营销活动		补贴规则
平台商品优惠券	4 爆品直降	非运费补贴：优先扣减商家补贴，其 后，优惠计算折扣、秒杀等单品促销 算多件多折。优惠券等与价促销补贴
平台运费券	5 大促直播间活动招商	运费补贴：优先扣减平台补 贴，其次扣减商家补贴
平台多件多折	6 大促商品活动招商	

商家注册入口
 注册链接: <https://seller.tiktokglobal.com/account/register?channel=sellermap>



注册和登录账号

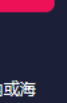
▶ TikTok 账号注册

手机或者电子邮箱，手机号可使用国内或海外手机号码，推荐使用(Gmail、Hotmai、Outlook)邮箱注册，填写邮箱地址和验证码即可。

☐ 国内/海外手机号码
 ☒ 邮箱(Email)

▶ 选择站点

 英国
  泰国
  越南





该站点入驻流程有差异，详情可咨询AIM或参考学习中心最新通知

2

提交资料

1 企业经营资料

内地企业提供公司营业执照原件照片(正本副
公司)/或 中国香港提供公司注册证书和商
登记证

2 法人证件

内地身份证/中国香港永久居民身份证/护照

3 中国内地发布和退货联系人、手机号码
于接收服务或首单失败退回场景

4 绑定店铺、仓库信息

3

平台审核

平台进行资质审核

4 开店成功

5 缴纳店铺保证金

根据类目保证金标准,前往「商家后台」>「
保证金」缴纳保证金,完成保证金缴纳后发
布商品链接

如需了解入驻资料的详细要求,或入
后发品官方准则,请前往「学习中心」

直播带货如何获取流量 = 公域流量 + 私域流量 + 付费流量 = 获得最大效益

如何提高直播间的流量

直播间的流量数据

影响账号权重的有用户互动率、点击率等

直播间的留存率

人气值越高，系统推荐量越高

自然流量入口

- For You**
 - 视频流，头像外有LIVE的图标，点击头像进入直播间
 - 直播预览流，点击屏幕进入直播间
- Following**
 - 视频流
 - Top LIVEs
 - 在Inbox界面的顶部，点击Watch，可看到平台推荐的直播间
- Messages**
 - 关注的账号开播，用户可收到开播的站内信提醒
- 账号主页**
 - 直播期间头像周边会显示粉色闪烁灯
- 搜索**
 - 如果搜索直播间正在直播，头像会上LV标

付费流量

1 商家可在其他社交媒体渠道
预留给帖用户 TikTok 直播

2 可用 EDM/营销邮件定期触达用户
可根据历史 EDM 的邮件打开高峰判断邮件发送时间

3 直播前投放

4 直播期间投放

5 直播后投放

私域流量

直播前投放

Promote 是 TikTok 站内付费推广工具，可用于推广直播内容和短视频。针对直播，Promote 将通过直播间的曝光流的方式提高直播间的曝光，用户在刷短视频时，看到直播间的预览卡片，并一键点击屏幕即可

直播期间投放

可参考历史直播间的分时流量情况，预判流量走势，在直播期间流量下跌时段的前 15 ~ 20 min 创建

直播后投放

勾选目标人群画像，随后系统推送付费流量至直播间

广告投放

投放方式

联系直播销售人员，开设广告账号

投放前设置：通过卖家中心广告设置，将商家中心 TikTok 广告管理平台账户以及 TikTok 平台广告账户关联。

创建广告 - 两种广告类型

直播引流广告 (Live Shopping Ads, 简称)

投放目标 | 点击“观众留存率” LIVE 商品广告开始结账 - 完成交付

短视频引流广告 (Video Shopping Ads, 简称)

投放目标 | 点击“开始结账”完成交付

	常用工具 商家直播大屏 实时监控 监控直播成交、流量趋势、用户评论和直播间观看情况，实时调整直播间的策略 复盘商品 找到点击、转化最好的商品，淘汰转化率低、对用户吸引力较低的商品，优化优品	直播直播大屏8直播复盘详情页 回放直播，复盘成交流量和直播动作的相关性 回放复盘直播时每分钟的成交，进入人、互动、策略、商品曝光、点赞、创建链接的变化数据，以及直播时的话术和动作，了解哪些直播动作表现的有效话术和动作带来成交，把握直播节奏	了解直播间转化漏斗和广告流量 了解从【直播间曝光】-【进入直播间】-【看到购物车】-【点击商品】-【收藏加入购物车】的每一层直播点，分析每一层漏斗转化数据以为了了解直播间的成交转化率，展示直播间直播的付费和自然流量变化趋势	下载分析商 支持下载直播广告、流量、曝光、点赞、帮助商家分析TOP商品表现和TOP爆品和优化的潜力
--	---	--	---	---

■ **行业活动:**

由行业侧的商家/达人参加，有具体明确的主题和目标，促进行业水位提升，具备较强的行业属性和较强的To C属性。

网站内外曝光及影响力一定的GMV增量。

 **TikTok Shop** 高速增长 一店卖全球

- 画质清晰，曝光正常
- 不要遮挡关键信息
- 视频内容画质，需要保证清晰；背景曝光正常，明亮度合适，不用过度美颜磨皮
- 画面字幕，尽量不要遮挡关键内容。比如人脸、品牌信息、产品细节等
- 音质良好，人声稳定
- 画面稳定，播放流畅

视频背景布置要干净整洁，尤其是镜头露出档口、柜台、生产钱时，尽量减少背景画面的出现

核心内容方向

横向测评品类

适合行业: 3C数码行业、美妆行业、服饰鞋包等品类

挑选适合的测评对象

- 超于平均水平材质/工艺、功能、价格、消费者群

观众分享测评结果

制作过程展示类

适合行业: 服饰鞋包、家居百货、珠宝首饰、美妆等品类

还原生产地、生产过程

详细讲解制作过程

强化展示真实性

适合行业： 服饰鞋包、家居百货、珠宝首饰、美妆、潮流户外、3C数码等所有品类 ● 多维度解读商品信息 ● 展示使用场景，直击用户需求 ● 商家品牌宣传普及，科普相关知识 ● 突出商品核心卖点 ● 展示教程真人演示 ● 好物购买分享 ● 分享实用知识技能	适合行业： 服饰鞋包、家居百货、美妆、潮流户外、3C数码等所有品类 ● 展示使用场景，直击用户需求 ● 展示教程真人演示 ● 好物购买分享 ● 分享实用知识技能
多元场景展示类 适合行业： 服饰鞋包、家居百货、珠宝首饰、美妆、潮流户外、3C数码等所有品类 ● 商家经营 Vlog 日常类，了解店铺运营真实情况 ● 主题内容场景类：如萌宠、反转、中外文化差异等情景，增加内容趣味性 ● 高质量短视频类：INS 风、动漫风、电影感、舞台表演风等高质感内容	

直播引流短视频运营技巧

匹配直播同人群画像

提供店铺的成交、看懂人群的年龄、性别、区域和购买力，以及行业和产品偏好，帮助商家及时调整直播同的人群画像与店铺的商品价格/品类的匹配度。

- 1 顺应季节热度，推广应季商品
- 2 直播期间发布多条视频，强化
- 3 品牌活跃度增加曝光
- 4 目标用户活跃时间开播，保证正
- 5 直播封面突出主题，吸引精准用

爆款短视频运营技巧

给你这样的人还有多少？

● 给用户一个心动 or 心痛的答案：

解决痛点 -- 痛点即用户一直被困扰

带动痒点 -- 痒点即用户希望一下解决痛点的点

● 详述商品核心卖点

● 引导用户小黄车购买

TikTok Shop
跨境新增长 一店卖全球

