

eastDIGI|eastDTC

隽永东方集团

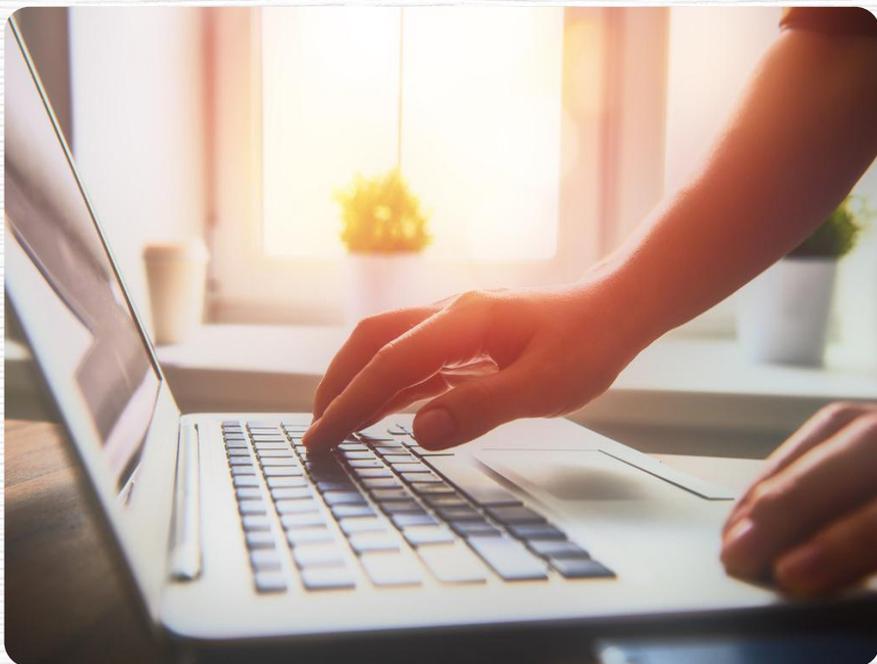
品牌出海与独立站

营销，不仅仅营销产品更重要的是讲好品牌故事.....



目录

CONTENTS



01

隽永东方主营业务

East Digi Service

02

品牌定位与个性

Brand positioning and personality

03

品牌形象与设计

Brand image and design

04

品牌独立站与内容

Brand building and content

01

隽永东方主营业务

Direct to Consumer

营销，不仅仅营销产品,更重要的是讲好品牌故事.....

隽永东方，技术驱动型独立站全网品牌数字营销创导者

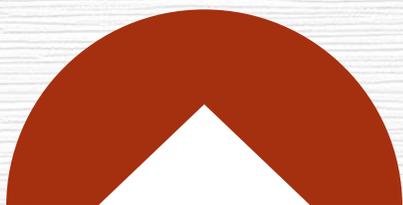


隽永东方经过十几年的发展，已形成以江苏集团公司为核心技术研发基地，厦门子公司为闽南数字营销体验中心，杭州数字营销体验中心，温州数字营销体验中心等，成为中国头部技术驱动型独立站数字营销服务商，品牌跨境产业服务平台，涵盖独立站全链条的跨境服务，助力商家打造世界级中国品牌。

隽永东方拥有Shopify Pre-Plus Partner身份，提供一站式全方位的独立站运营服务。隽永东方将致力为事业合伙人提供有效培训支持、有竞争力的产品，实现共赢。

EastDTC-Top Direct-To-Consumer Brand SHOPIFY Experts,
We launch the world' s Top direct-to-consumer brands
Since 2010.

主营业务

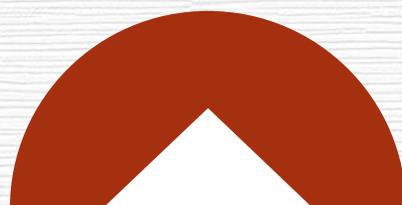


项目调研

产品全球化数据分析
产品关键词全球数据分析
全球竞争对手数据采集与分析
提供详尽的可视化数据报告

独立站定制

1000+不同行业网站设计经验
100%SEO友好型网站
精美页面，全定制，版权有保证
配套的文案策划/撰写
图片处理、内容添加、无忧维护

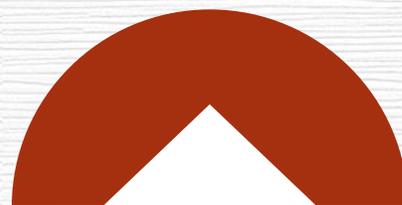


SEO数字营销

设定重点优化关键词
网站TDK建设
网站内链建设
外链投放
软文主题策划/撰写/翻译
社交融合

付费广告

分析客单价，预估获客率
设定投放比例，实施投放计划
Google Ads 投放
Facebook 投放
TikTok 投放
海外网红及社交媒体运营



联合运营

平台型/独立站代运营
定制品牌企业专页
产品页面添加，关键词设置
平台广告推送助力
运营分成

联合运营事业合伙人

Agent Operation Business Partner

品牌出海，商家和隽永东方联合运营的模式是合理的，有价值的，也是必要的。隽永东方诚挚邀请您信赖我们、加入我们，成为品牌DTC出海联合运营的事业合伙人，彼此双赢，共同踏上事业腾飞之路！

深度联合运营

客户只负责提供产品与资金。全部的工作，如建站、运营、推广、客服、发货，都是由隽永东方承担。
营业额分成比重较高。

标准联合运营

客户负责提供产品与售前、售后，支付相应服务费。
隽永东方提供建站、运营、推广等服务。
营业额分成比重均衡。

轻型联合运营

客户负责提供产品与售前、售后，支付相应服务费；不需要搭建独立站，选择隽永东方平台运营。
隽永东方提供平台、发布产品、平台运营及推广等服务。
营业额不需要分成。





SEM海外营销

SEM overseas marketing

分析

筛选广告投放的目标群体
分析网站访问者动向，进行再营销对象筛选



方案

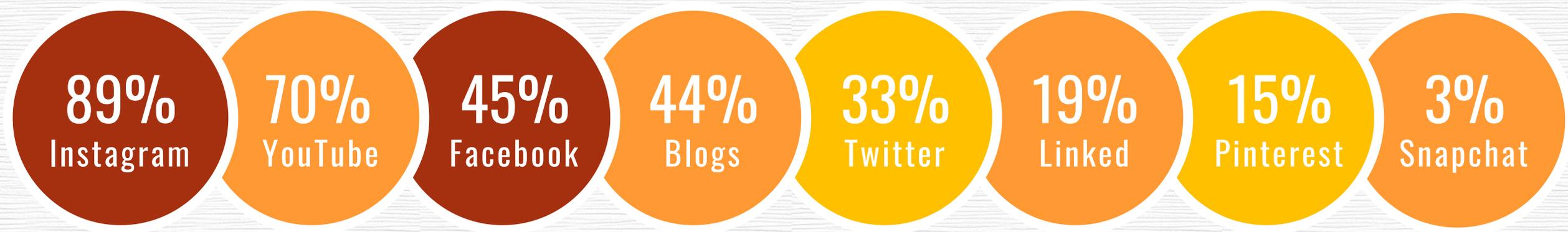
制作广告投放的图片/视频/文案
(根据网站素材选择)
根据需求制定不同目的系列的广告投放方案

投放

免费企业广告账户开户
预估获客率，按比例实施投放
进行两个月试投放
再依据效果进行比例调整



海外社交媒体KOL营销影响因子



调查显示，大部分消费者因为KOL红人的推广选择购买，消费者大多会在社交媒体平台专注红人博主，其中最受欢迎的平台为YouTube及Instagram。在过去几年的时间里，营销领域可以说发生了很大的转变，一定程度上要归功于社交媒体和视频内容营销、图文内容营销的崛起。营销模式的转变也意味着品牌已经准备好利用包括网红营销在内的整合营销策略。最重要的是，我们看到了网红对消费者行为的影响的真正价值。

海外网红运营

Overseas Influencer

海外网红分类

头部网红--百万+ 粉丝

大网红--50万~100万粉丝

腰部网红--5~50万粉丝

小网红--1万~5万粉丝

纳米级网红(KOC)--1千~1万粉丝



海外网红运营

谨慎选择



明确潜在消费者画像，传播的内容与品牌形象、内涵、审美相符合，选择与公司的目标消费者定位相符的网红。

营销策略

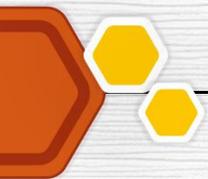


从品牌自身出发，以目标为导向，制定完整的营销计划、策略。说明每一步的转化的要求，包括明确希望从网红身上获取哪些成果，以便更好的达成销售转化。

原创内容



充分利用网红原创内容，重新用于其他广告或不同渠道，而这部分内容相比其他生硬的广告来的更有说服力。



联合运营

Agent Operation

平台型网站代运营

以隽永东方旗下2B/2C平台
<https://eastdigi.net/>为主。
针客户2C产品特点提供平台客户信息
整合，产品发布及接收询盘的服务。



独立站代运营

以Shopify独立站为目标站点，隽永东方
提供Shopify网站代运营服务。包括网站
seo优化，网站关键词收录与排名，网
站外链发布与官网社交平台等运营内容。



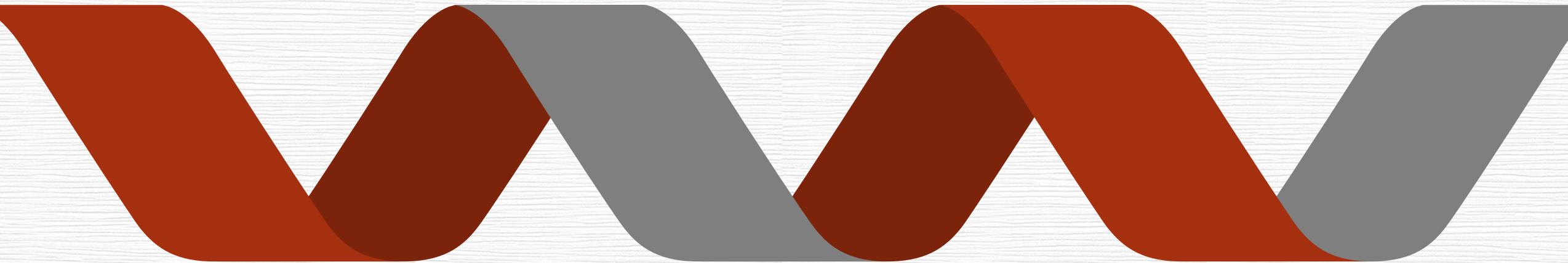
联合运营

Agent Operation

联合运营收费方式:

- 1、询盘：运营期间收获的询盘，每封收取固定询盘转让费。
- 2、订单：运营期间收获订单，我们将抽取**一定比例**的分成。
- 3、会员服务费：根据您的会员等级，收取一定的会员会费。
- 4、根据你的预算，制定最佳的推广方案，然后具体费用实报实销。

注：选择询盘与订单方式则不收取会员服务费，选择收取会员服务费方式则将不计算询盘 和订单费用



配套服务

Related services

选品把关

接数据化选品，打造爆款。帮助客户了解跨境产品新品趋势，全面整合产品，行业销售数据，助您大卖。

跨境收款

精选跨境电商收款服务商，全方位考察其安全性、费率、汇率政策、提款时效、增值服务等要素。

VAT注册申报/商标注册

对接VAT注册申报/商标注册服务商，填补品牌出海的必要一环，倾力打造世界级中国品牌。

物流服务

对接优质物流服务商，可靠的物流专线运输，专业的海外仓存储，无忧的退货处理等一条龙服务

技术支持

线上课程培训、视频教程、线下讲座/课程培训/分享会等一系列配套的技术支持服务。

02

品牌定位与个性

Brand positioning and personality

营销，不仅仅营销产品,更重要的是讲好品牌故事.....



品牌定位与个性

01

品牌构成

02

品牌与域名

03

品牌与商标

04

品牌定位

05

品牌个性



品牌构成——什么是品牌

产品

≠

品牌

每一品牌中必有一产品

但不是每一个产品都会成为品牌

品牌构成——消费者不断更新的品牌意识

1

不止是商品和服务

2

品牌有良好的宗旨引导

3

是否可持续性

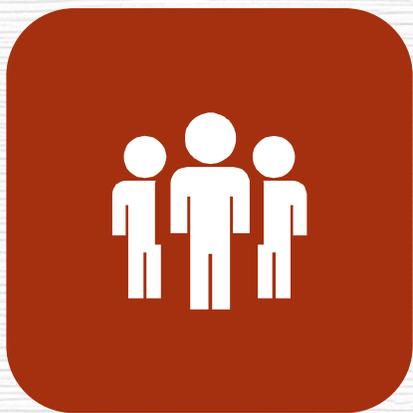
4

小企业品牌独特性





品牌构成——要件



1

产品本身必须具备符合市场需求的功能

2

必须满足顾客的预期品质

3

品牌必须能激发顾客的忠诚

4

成功品牌必须注重自身形象

5

成功品牌必须不断创新

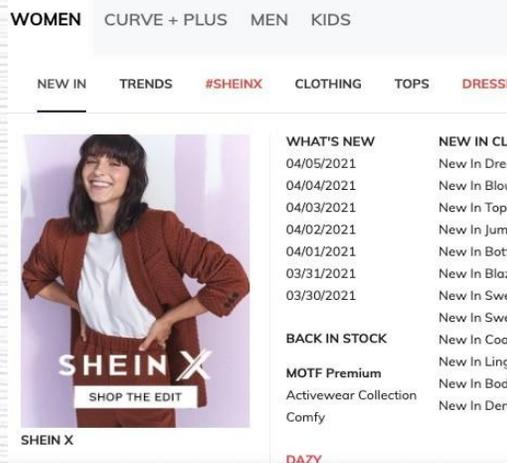


品牌成功的经验

与时俱进的品牌定调

敏锐洞察社会价值观变化，发掘消费者精神诉求。真正理解消费者，与消费者有深层次共鸣，才能引领消费者。

01



02

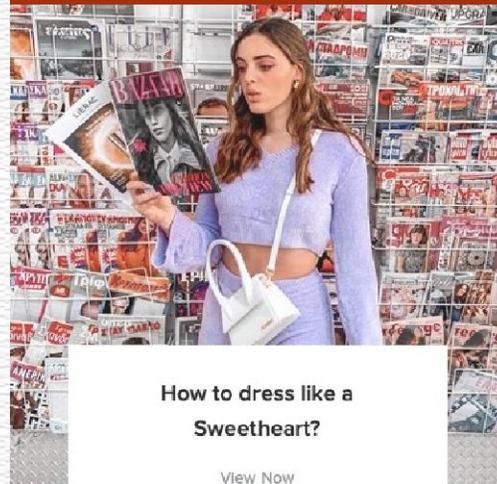
灵活自主的产品体系

精准把握消费者痛点并提供针对性功能价值；根据消费者反馈持续优化打磨敏捷快反供应链体系，充分发挥中国企业的制造优势。

多元互补的营销策略

在常规营销之外积极探索国内新营销方式与海外市场的结合，布局协同互补的全域营销，实现对目标消费者的全覆盖和深影响。

03



04

价值为纲的用户运营

建立一手用户数据指导精细运营并反哺产品研发与市场营销；建立深度交互触点进行长期关系管理，实现品牌用户资产的积累和掌控。





品牌定位与个性

01

品牌构成

02

品牌与域名

03

品牌与商标

04

品牌定位

05

品牌个性

品牌与域名

选择最佳品牌名称会对你企业产生重大影响。当你开启电商业务时，一个简洁难忘的品牌网站域名会带来立竿见影的优势。它让潜在顾客容易记住你和你的产品，并为你的长期成功奠定基础。





品牌与域名——选择域名时常用工具



企业名称生成工具

Shopify 企业名称生成器
Oberlo 企业名称生成器
Anadea 企业名称制作工具
Name Mesh
Hipster Business Name

企业名称使用查询

SquadHelp
Expired-domains

域名历史运营记录

Moz
Semrush
Ahrefs



品牌定位与个性

01

品牌构成

02

品牌与域名

03

品牌与商标

04

品牌定位

05

品牌个性

商标是什么？

商标是企业用文字、语音、色彩、字形、图案等元素来表征自己品牌的法律界定。商标经过国家商标管理机构审核注册后，其商标所有人就有使用该商标的各项权利，具体包括：商标专用权、商标转让权、商标使用权、继承权和法律诉讼等各项权利。

品牌和商标既有联系又有区别，具体表现在：

1

商标是品牌的一部分；

2

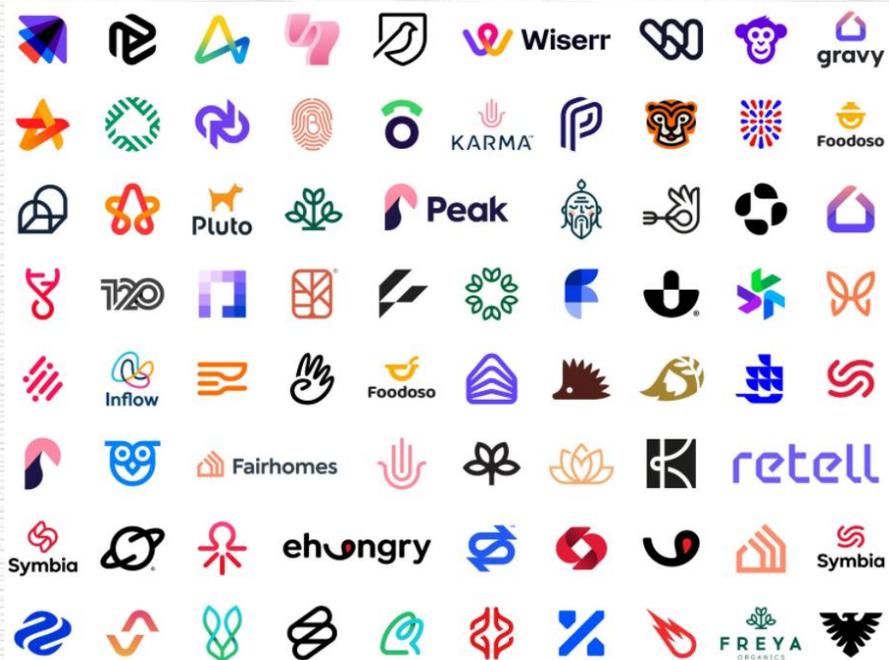
商标属于法律范畴，品牌是市场概念；

3

提前注册好出海商标至关重要。

<https://www.trademarkia.com/> 全球商标查询网

品牌 and 商标——商标设计



一目了然



logo应该独一无二，找到真正的品牌目标，和品牌色调



商标和域名直接有密切的联系，不要使用超过3种颜色，不要超过2种字体



和产品要能吻合，如果商标名字让人印象深刻，那么就用商标名字做商标图案。



品牌定位与个性

01

品牌构成

02

品牌与域名

03

品牌与商标

04

品牌细分和定位

05

品牌个性

品牌细分和定位

品牌评估

核心目标

有多大、在哪里

标准受众

收入、消费习惯、信息来源

品牌承诺选择

服务、质量、价格

传播渠道

GOOGLE Organic、SNS,
Youtube, Google Ads

品牌竞争

现在、未来、角度、方式



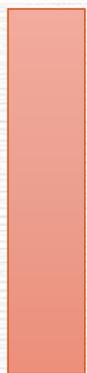


全球拓展新常态：全球化布局争夺价值高地

全球多站点布局成为企业常态选择

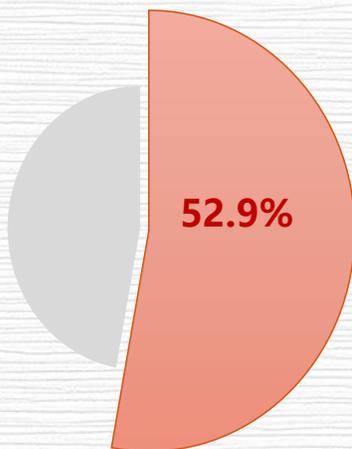
平均每个卖家运营的站点数

3.56个



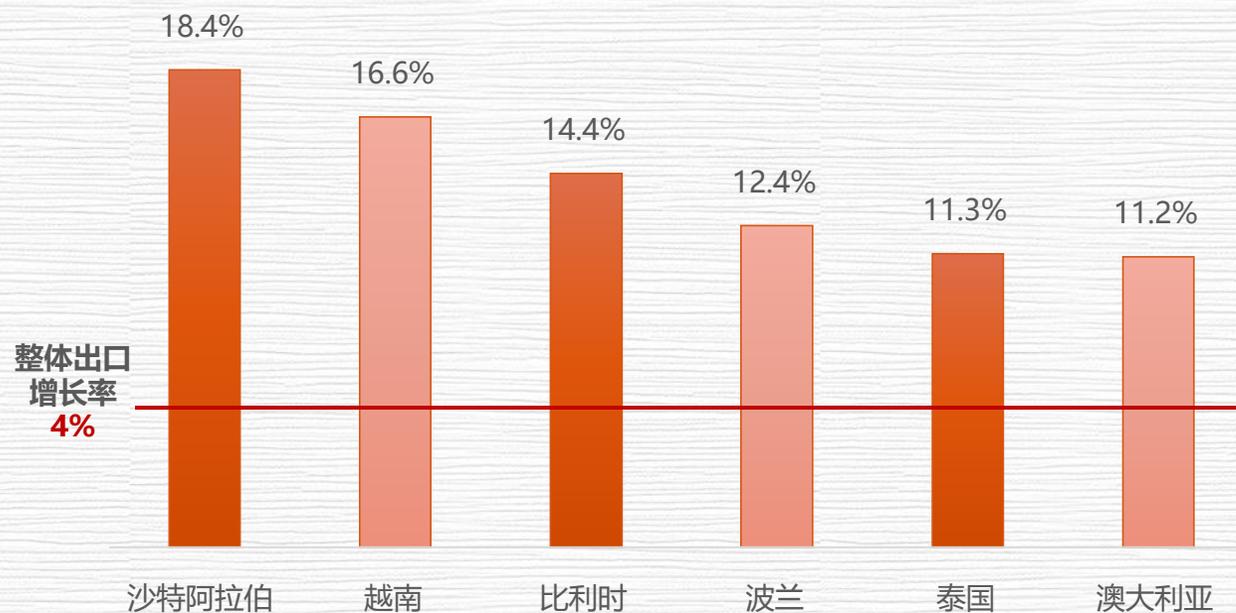
不同运营站点数卖家比例

— 仅运营一个站点
— 运营两个或以上站点



新兴市场是跨境企业重要机遇和拓展方向

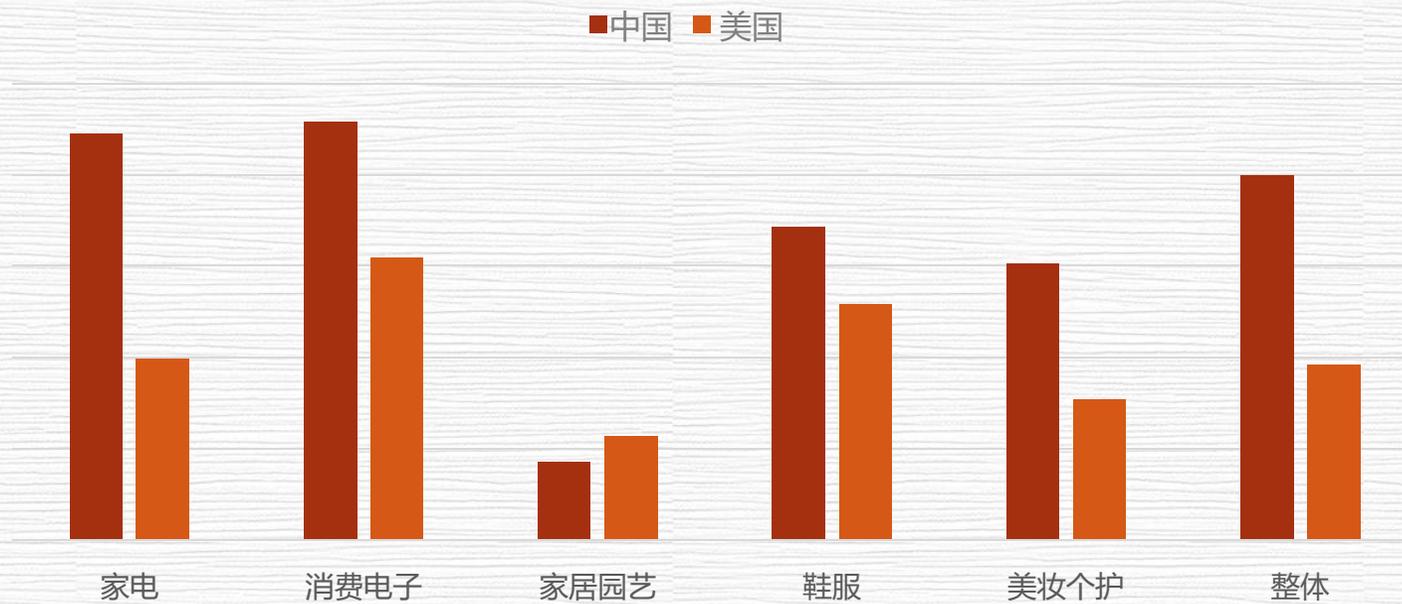
2020年我国对部分国家/地区出口增长率



全球拓展新常态：新消费品类机遇出现

新冠疫情之下“宅经济”商品需求得到释放，为我国居家办公用品、室内运动器材、宠物用品等商品出口带来了巨大机遇。据海关统计，2020年我国“宅经济”商品出口2.51万亿元，增长8.5%。

中美对比：“宅经济”类目渗透率提升潜力巨大



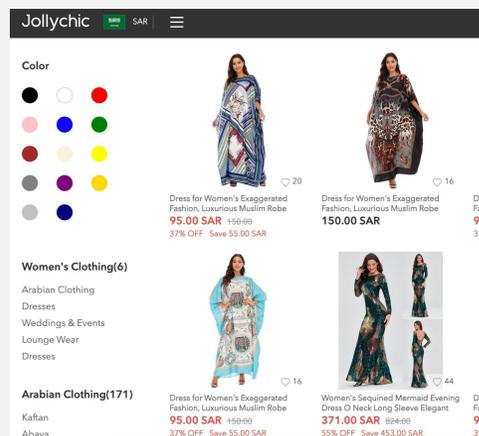
数据来源：东吴证券

全球拓展新常态：新消费品类机遇出现

DTC企业出海改变了以往粗放式的外贸产品经营策略，而是以自主品牌形象直接面对海外消费者负责，本地化营销因此成为其最主要的营销策略，本土化营销能力成为影响企业生存发展的重要因素。

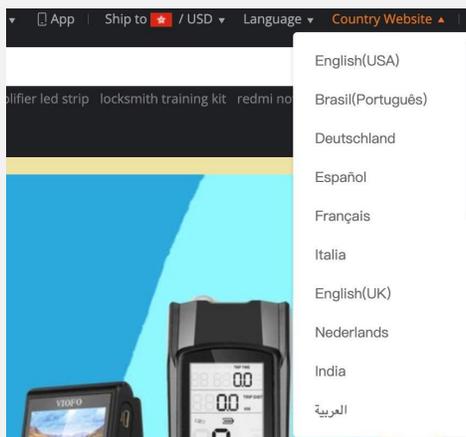
定制适配产品

根据不同国家习俗和审美进行定制产品设计



执御：中东地区长袍销售页面

DTC企业出海本土营销策略



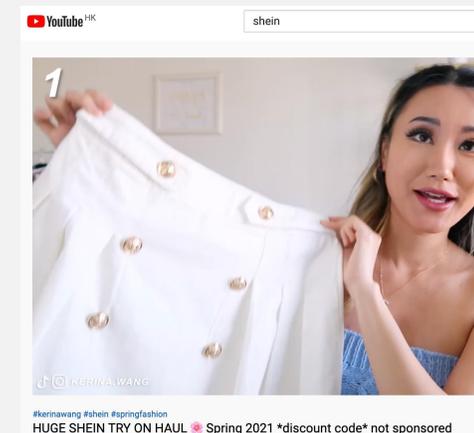
棒谷：22个国家站点

建立本土形象

- 海外模特
- 海外客服
- 多语言版本站点

融入当地文化

- 地域性网红
- 海外社交网络
- 本土热点事件
- 本土传统节日



Shein：Youtube网红合作营销



品牌定位与个性

01

品牌构成

02

品牌与域名

03

品牌与商标

04

品牌细分和定位

05

品牌个性



品牌个性的来源

产品自身的表现

产品是品牌行为的最主要载体，企业产品本身的发展随着在市场上的展开而逐渐广为人知，从而形成自身鲜明的个性，品牌的个性要以产品的特征为基础

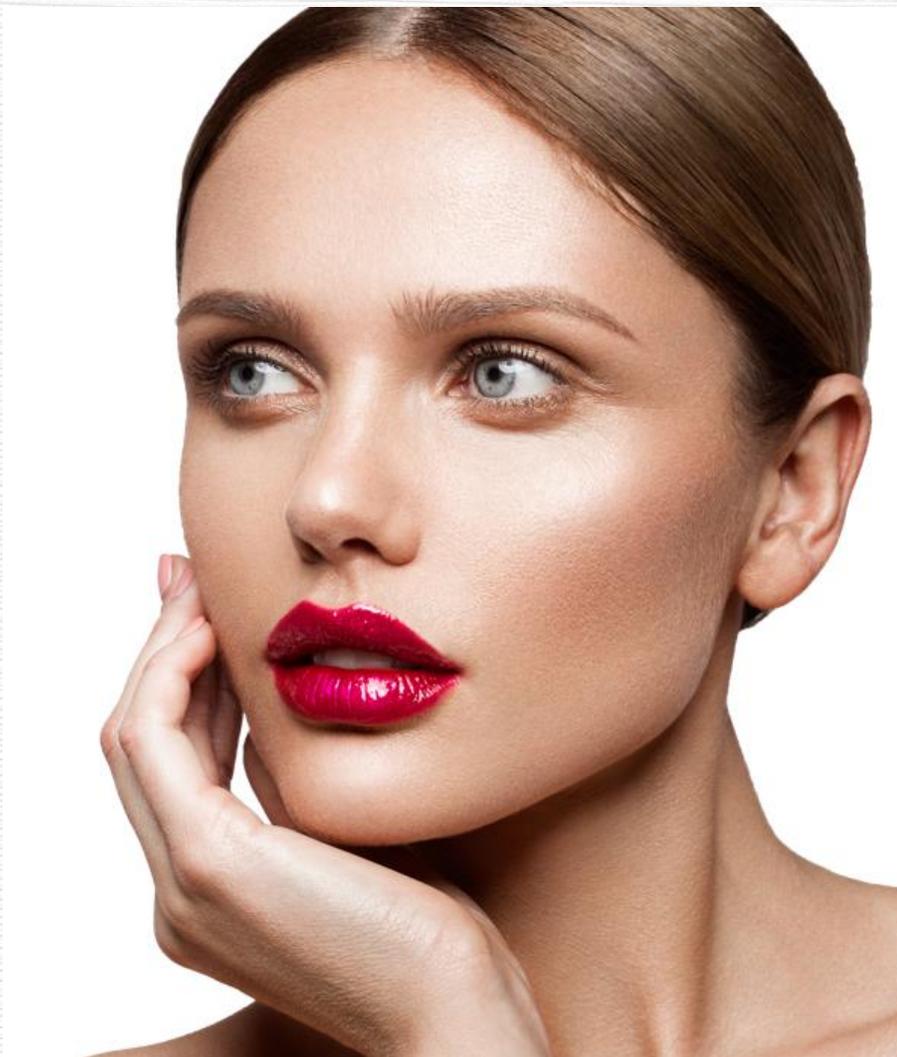
品牌的使用者

由于一群具有类似背景的消费者经常使用某一品牌，久而久之，这群使用者共有的个性就被附着在该品牌上，从而形成该品牌稳定的个性

品牌的代言人

通过借用名人，也可以塑造品牌个性，透过这种方式，品牌代言人的品质可以传递给品牌

品牌个性塑造策略



1

考虑消费者的潜在期望

2

品牌的定位塑造品牌个性

3

展示品牌个性的潜力

4

通过情感树立品牌个性

03

品牌形象与设计

Brand image and design

营销，不仅仅营销产品,更重要的是讲好品牌故事.....



品牌形象与设计



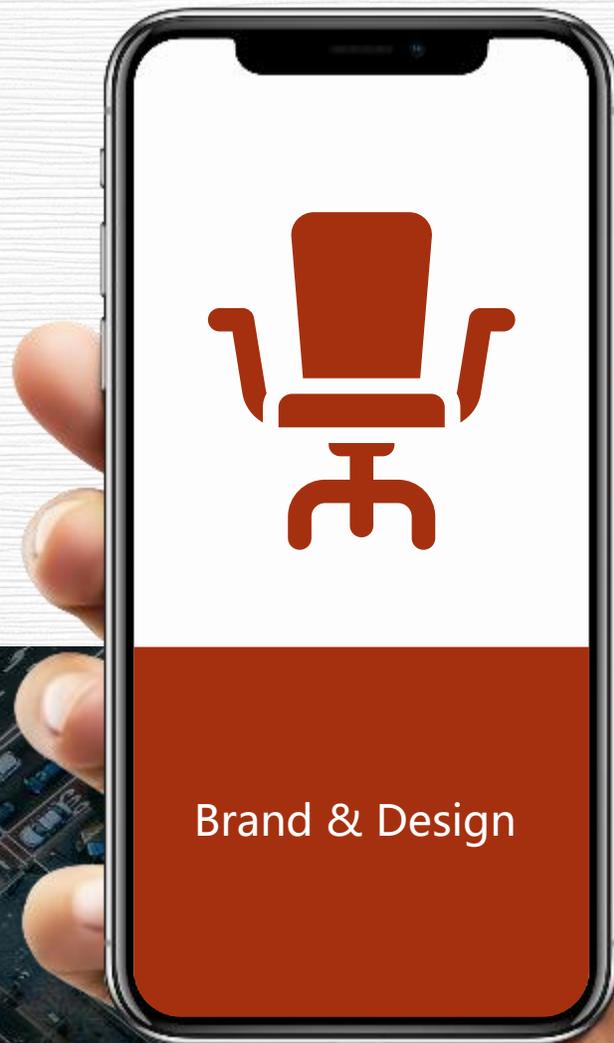
VI视觉规范



渠道形象设计



图片与视频



品牌设计

目的是让顾客更直接，更明确的了解
品牌和产品。



VI视觉规范——整体选色和视觉设计



- 尽量控制在三种色彩以内；
- 突出公司色，重视风格色；
- 背景和前文的对比尽量要大，(绝对不要用花纹繁复的图案作背景)，以便突出主要文字内容。



妙用视觉传达设计可以适当的添加视频介绍。视频不但能为网站加上动态性元素，并且相较静态的文本、图片，视频信息更具备吸引力，在视频信息的选用上，可以偏重于技术信息和商品关键点展现。

VI视觉规范——内容突出，品牌主题一目了然

首页作为外贸网站建设最核心的页面，直接影响到到客户的后续浏览。在外贸网站建设中，首页内容一般比较简洁，着重突出企业的主题。C端网站主要突出折扣，新品，服务（物流，退换货等）

BANNER



CTA BUTTON



文字样式



动态效果



订阅（客户转化）

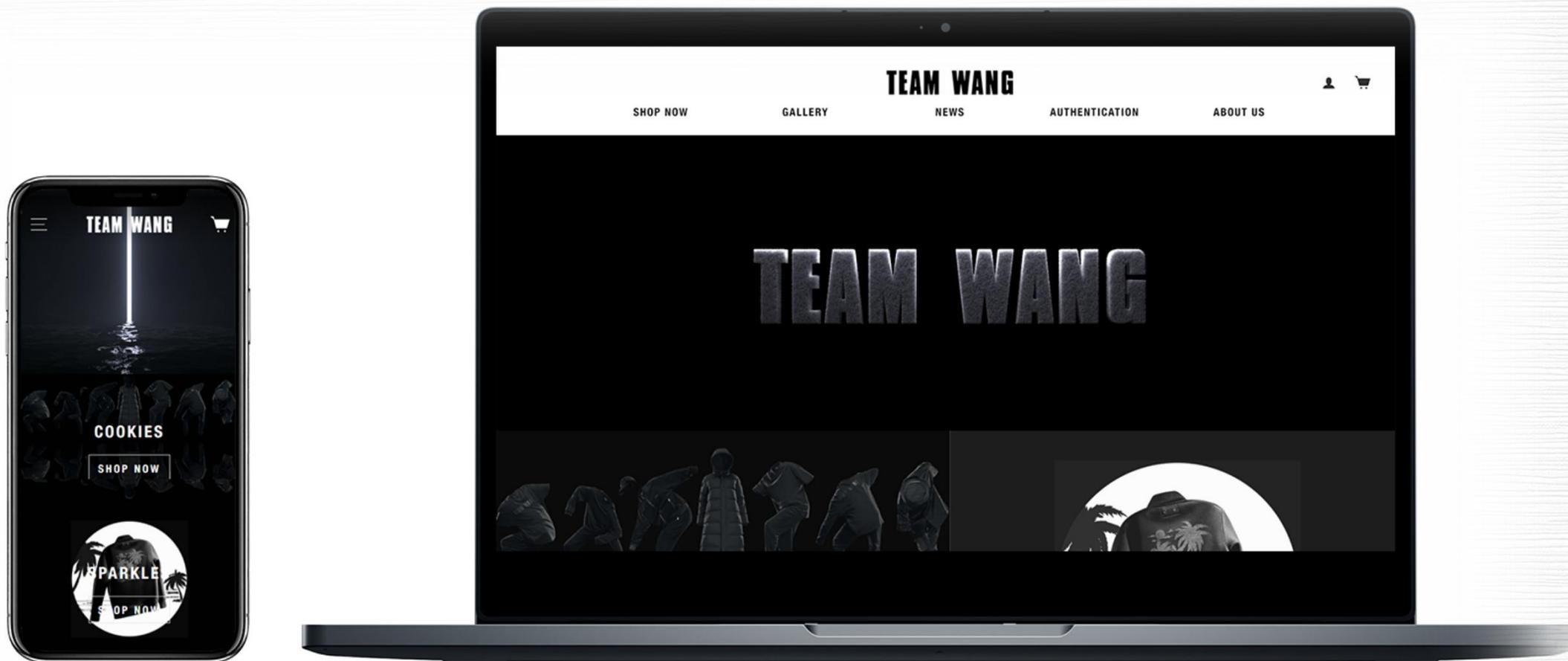


案例展示（C端）



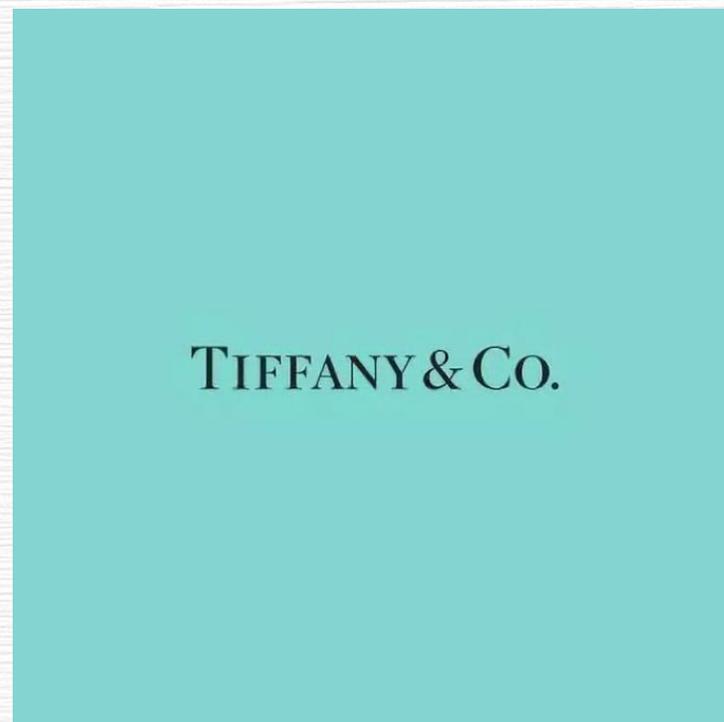
VI视觉规范——响应式

2021年3月起，所有网站将由谷歌使用移动优先索引进行爬网和索引。不能被谷歌收录的网站，即使下足功夫，页面再美观，也只是一个展示性网站，没有流量，没有曝光。



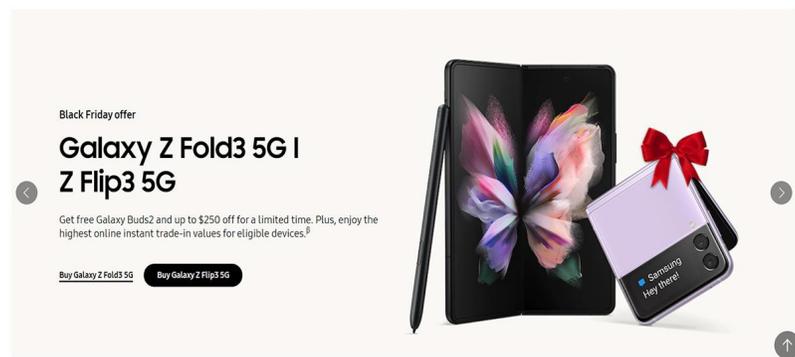
渠道形象设计——连贯性和一致性

品牌形象是企业 and 自媒体给人留下印象的关键。比如“蒂凡尼蓝”，“星巴克绿”这些常被人提起的词语，就知道成功的品牌形象的力量了。



渠道形象设计——适应不同平台切换的格式

如果说VI是企业的视觉身份证，那社交平台模版则是企业展示自身形象的日常穿搭风格。在社媒运营时需要将企业想要向公众传达的信息整理成有章法的视觉元素。要适应不同社交平台的调性。



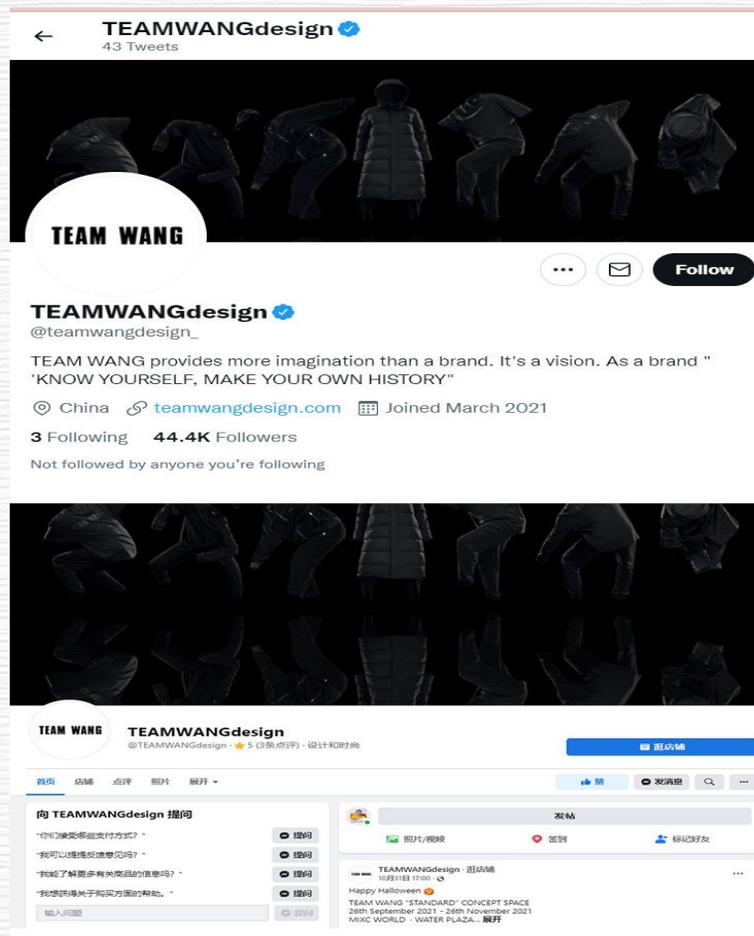
Samsung's website



Samsung
@SamsungUK · 电子产品公司

详细了解

Samsung's Twitter page



图片与视频

永远不要低估图片和视频的重要性



图片能帮助产品讲故事



对于视频，展示品牌至关重要。



高标准产品视频营销，可以更容易地接触消费者并实现购买目的。



04

品牌独立站与内容

Brand building and content

营销，不仅仅营销产品,更重要的是讲好品牌故事.....

建站——品牌独立站建站模式

模式点评

M

品牌独立站的核心竞争力在于产品与品牌。产品的设计开发能力，配合品牌的营销推广能力，以及用户的沟通运营能力，构建起DTC品牌的竞争壁垒，更适合有产品研发能力的创客团队或有生产制造底蕴的工厂转型商家。

DTC品牌独立站的能力模型更加多元，并契合了消费升级、移动社交、内容营销等商业发展大势，因此最受业内看好：

- 懂得讲故事，擅长用内容创造品牌调性、调动社交资源；
- 从消费者角度思考产品，产品质量及服务是运营重心；
- 拥有一手用户数据，能反哺产品设计及运营管理；
- 以消费者关系为核心，追求用户终身价值最大化。

品牌独立站是独立站渠道的一种新锐模式，以品牌化为导向做长期可持续生意，通过与消费者的深度有效连接反推供应链发展，完成品牌塑造与用户沉淀。品牌独立站又可分为渠道品牌与产品品牌，渠道品牌由垂直精品模式做大做强升级而来，Zaful、SHEIN、Gearbest等都是典型。业内常说的DTC品牌则以产品品牌为主，代表企业为Anker、大疆无人机、小狗电器等。

Anker独立站是典型的产品品牌型独立站



独立站——建站准备

网站建站准备阶段需要从全方面考虑网站的未来规划，除去上面提到过的域名，logo和视觉规范外，还要考虑如下部分：



核心关键词



产品逻辑构架与内容



目标市场物流



目标市场政策



库存与售后



支付方式



<https://shop.narwal.com/>

NARWAL

Product

Accessories

Referral

Blog

12/7 help



English

Valentine's Day

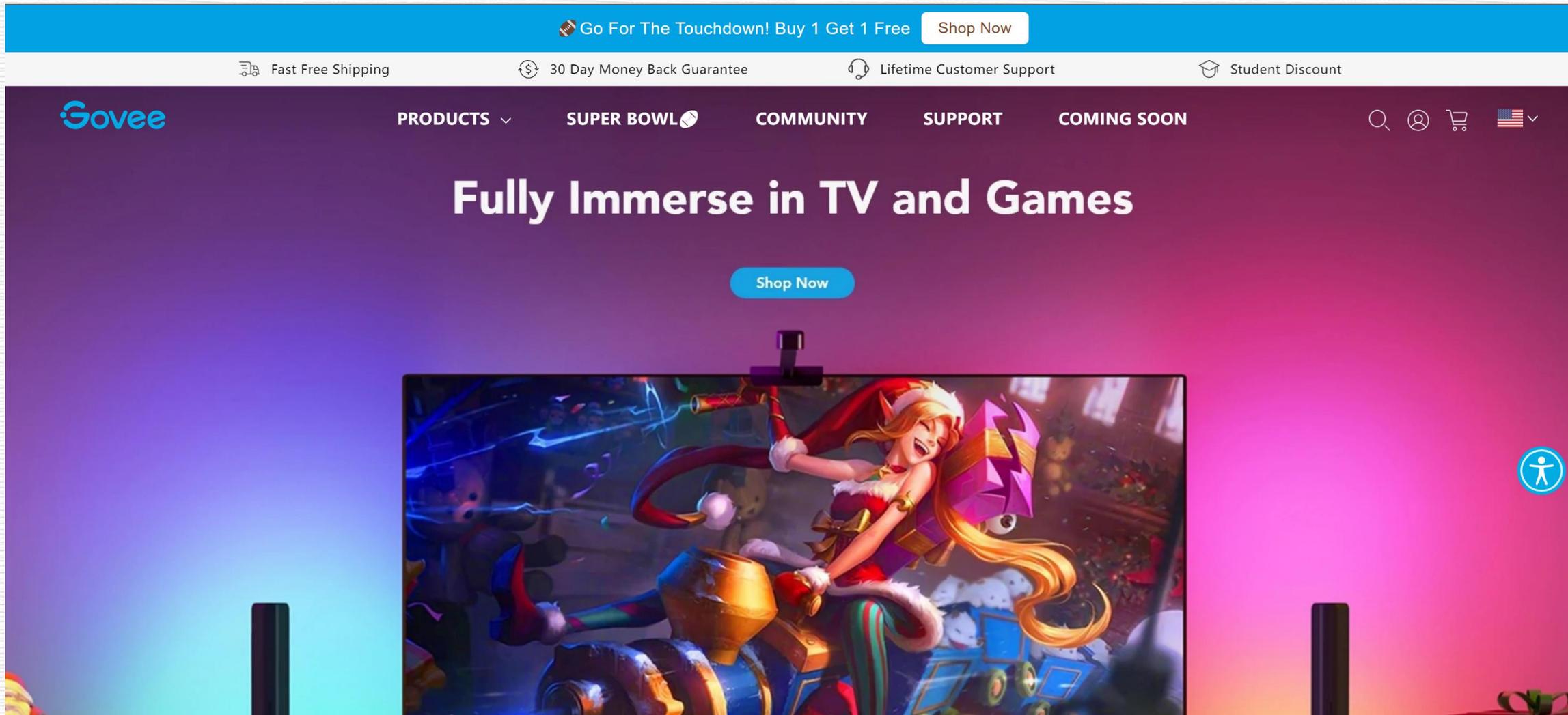
Love is even better with a Narwal

\$100 OFF

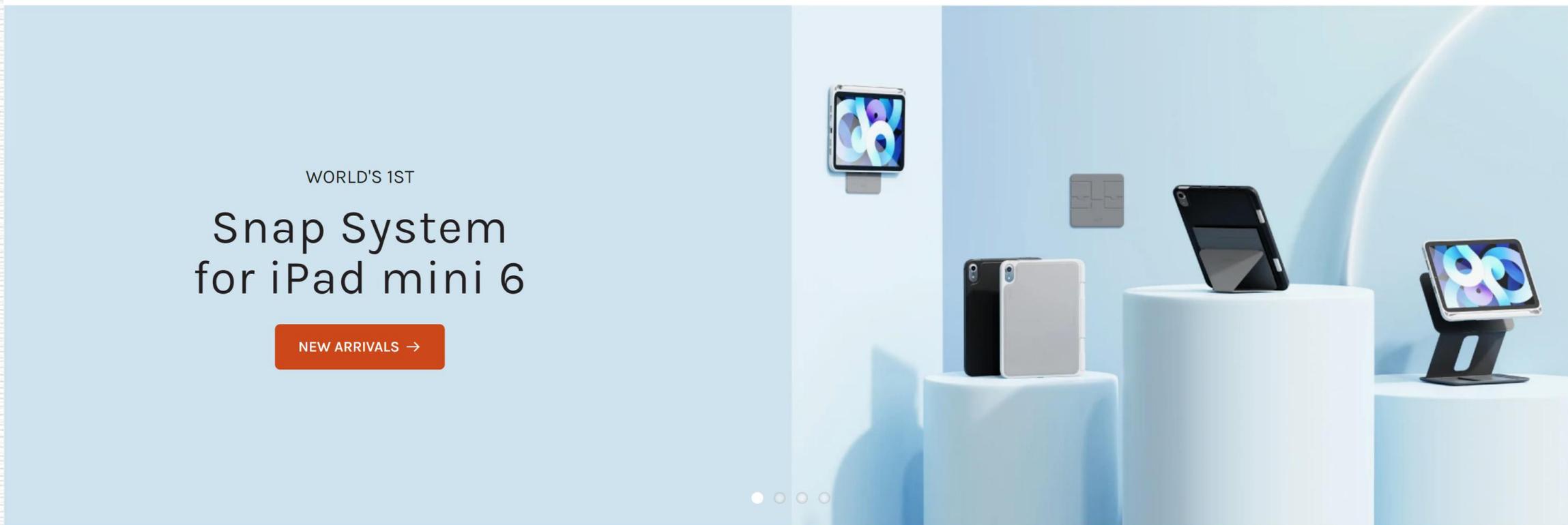
Feb 4 - Feb 17



<https://us.govee.com/>



<https://www.moft.us/>

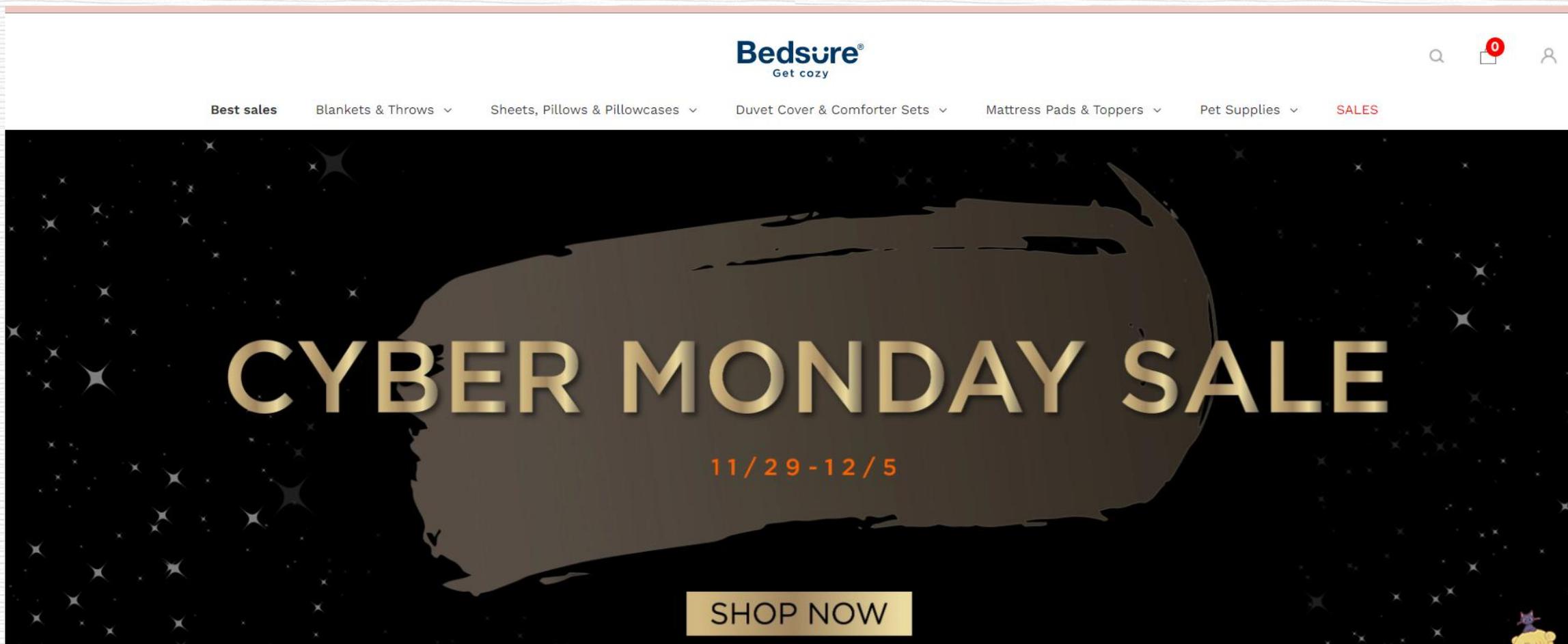


WORLD'S 1ST
Snap System
for iPad mini 6

NEW ARRIVALS →



<https://bedsurehome.com/>



The screenshot shows the top portion of the Bedsure website. At the top center is the Bedsure logo with the tagline "Get cozy". To the right are icons for search, a shopping cart with a red notification badge showing "0", and a user profile icon. Below the logo is a horizontal navigation menu with the following items: "Best sales", "Blankets & Throws" (with a dropdown arrow), "Sheets, Pillows & Pillowcases" (with a dropdown arrow), "Duvet Cover & Comforter Sets" (with a dropdown arrow), "Mattress Pads & Toppers" (with a dropdown arrow), "Pet Supplies" (with a dropdown arrow), and "SALES" in red. The main content area is dominated by a large, dark banner with a starry night sky background. The banner features a large, dark, brush-stroke-like shape in the center. Overlaid on this shape is the text "CYBER MONDAY SALE" in large, bold, gold-colored capital letters. Below this, the dates "11/29-12/5" are written in a smaller, orange font. At the bottom center of the banner is a gold button with the text "SHOP NOW".

Bedsure®
Get cozy

Best sales Blankets & Throws ▾ Sheets, Pillows & Pillowcases ▾ Duvet Cover & Comforter Sets ▾ Mattress Pads & Toppers ▾ Pet Supplies ▾ **SALES**

CYBER MONDAY SALE

11/29-12/5

SHOP NOW



更多DTC品牌独立站案例

<https://eastdtc.com/>





客户服务页面



运费和时间

说明典型运费周转、收取的费率和平均交货时间，以及税费情况



退货和换货

涵盖您的退货政策并明确说明谁支付退货运费



隐私政策

根据法律，在网站上提供隐私政策

建站——产品页设计至关重要

根据行业制定产品详情页——专注细节与动效



设置付款、税收、运输和营销工具



根据目标国家确定

各个国家地区的付款方式，税收，运输都会有不同的政策。在确定上线前，需要了解当地的法律政策。常见的付款方式有：PAYPAL,VISA,APPLE PAY,GOOGLE PAY,CLARNA等。



eastdigi | eastdtc

感谢观看

eastdtdc.com

eastdigi.com



钟小哥微信

eastDIGI|eastDTC

隽永东方集团

品牌出海与独立站

营销，不仅仅营销产品更重要的是讲好品牌故事.....

