

2021，A股投资机会在哪里？

如果你的店铺是卖北京的房子的，那也很好的成绩了，如果不是，还是先拿这200万看看病吧！别想淘宝的事情了！

能谈一下你对电商的发展趋势的看法吗？

我想，你忽略了最重要的一点。现在不是0几年以前了。是2019。至于开车，其实只是达到引流的作用而已。它不能直接让流量变现转化。开直通车，本身只是整个营销的一个小环节。而在这整个环节里，不同的司机，不同性能的发动机，不同标准的油，不同负载导致车子行走的效率是不一样的。为了比较容易理解，我在这里举个粗暴的例子：某新开新服装店，企业店，认为货源有保障，自身就是厂家，价位特合适。想做自己的产品。万事俱备，就是店铺本身没什么流量，怎么办。有点钱的老板想到了最直接，最快的流量方式，开直通车。高薪请来了个车手，就开始推土。为了抢关键词排名，有几个词都出价5块8块一个点击，才进入了前三，抢到第一可高兴。低价词也都出到1块多2块。当天流量蹭蹭就起来了。老板很是高兴，别给我省钱，我要流量。两天后，车手发现，质量分十分啊！可要保住排名，出价还得上调，而后方看着每天几千~上万的流量，只能干瞪眼，没几个访客有下单，询问的也不多。老板不明白啊！这么多流量怎么订单这么少。一个星期过去了，还没等他想明白，缓过气来，直通车账户里的30万已经见底。试问这是哪里出了问题。产品本身问题？详情页没做好？营销方案不见效？车手？其实都不是也都是。问题是全方面的，但是最大问题是老板本身。纯粹一个外行，一支没有磨合的团队，几个游兵，哪怕他们其中有悍将，也都是各自为政，无法发挥。

一个有骨干领导的专业的团队，3-5人以上，要做暴一个产品，需要的周期起码是2-3周才能把产品的基础打好。（还不算前期选产品定位，数据调查。）飙车是很难有什么实际效果的，产品的数据需要的是总体跟上才会轻松上轨。很多气候是急不来，店铺配套上不去，产品突发性，做上去也是死路一条，无休止的各种售后烦到你死。早期有很多店铺就是这样死掉，没做足准备，就上大活动，结果被呛死在路上。说多了也是口水。多参加直通车车友会，多学学看看别人是怎么做产品的。店铺配套是如何搭建起来。不然别说几百万，几千万，上亿死在里面都不少。有流量不代表有销量，有销售不代表有利润，每年做个几千万~上亿销售额，却亏本的公司满地都是。揪其本质就是急于看到成果。