

8月20日 周三 Google开放日第十五期

🕒时间：8月20日（周三） 📍地点：市北区国际航运中心

★亮点内容

①1小时高效咨询，精准解答实操演练官方 ②讲师全天1V1精细化解答
坐阵讲师擅长方向:广告投放及优化

点击报名预约

★适合人群

①有GMC解封以及品牌增长相关需求的C端企业 ②网页优化、广告效果等SEM相关的运营老手

01 Shein英国站2024年销售额突破20亿英镑

Shein英国业务2024年销售额激增32.3%至20.5亿英镑，创下重要里程碑。作为其全球第三大市场，这一增长巩固了Shein在英国的影响力。尽管未披露全球业绩，这家总部迁至新加坡的中国快时尚巨头正筹备香港上市，此前其纽约和伦敦IPO计划曾因政治与监管障碍受阻。其英国子公司Shein Distribution UK Ltd同期税前利润增长56.7%至3825万英镑

02 亚马逊在澳大利亚测试低价平台"Amazon Haul"

亚马逊在澳大利亚推出折扣平台"Amazon Haul"进行测试，直接迎战Temu和Shein的竞争。该平台所有商品售价均低于25澳元，满40澳元免运费，但配送周期长达两周。亚马逊澳大利亚负责人表示，此举是为应对当地生活成本上涨背景下消费者对价格的敏感需求，通过既有购物应用提供更多选择。平台商品将经过质量审核，支持15天内退货

03 阿里国际站“海外现货”模式缩短大单周期

阿里国际站推出“海外现货”模式。商家提前备货至海外仓，客户可快速获取样品，大幅缩短决策周期。据了解，阿里国际站的“海外现货”模式，覆盖美国和欧洲27国，任何拥有海外仓或第三方仓库的外贸商家都可以加入。阿里国际站将为这批商家提供一整套集流量、转化、履约于一体的订单增长解决方案

04 亚马逊推商品全周期增长方案助力卖家

亚马逊全球开店推出“商品生命周期全域增长方案”，为卖家提供从商品上架到品牌建设的完整成长路径。方案从全周期、全链路、全场景三大维度破解增长瓶颈，并通过“智能日历”应对各类场景。价值塑造期借助Gen-AI优化Listing制定定价；市场验证期通过Vine计划获取反馈；增长放量期用折扣等促销工具冲刺销量；长期运营期动态监控数据，助力优质商品转化为热卖ASIN