

为什么数码家电起家的京东可以做成图书，但是以卖书起家的当当网却做不成！家店，除了获客成本，还有关键的一点，就是消费频次！数码家电是一个低频消费行业，一台空调可能10年都不会换，就算是手机，最快也是一两年才换一部，复购周期非常长，如果家里的空调电视电冰箱没有坏，手机也好好的，就不会上京东了，京东做图书就只是为了让用户多上来看看看，逛一逛，卖书赚不赚钱不重要，但是担当做数码家电并不能提高！

用户打开当当网的频次卖书，对京东来说是引流产品，品最终还是通过数码家电赚钱，但对于当来说，卖书就是本业做家电的铭记，也拼不过以家用电器为主打卖点的京东，所以刚刚做家电就是妥妥的赔本生意，企业一定要根据自身的实际情况制定引流策略，揣摩用户心理和消费频次，才能在竞争中获得优势，你认同吗？认同的关注点赞。