

猫助大人你好，我是多抓鱼的用户，也是一个产品设计的求职者。

我是听了你在忽左忽右的节目才开始关注和使用多抓鱼的，让我对多抓鱼产生兴趣主要有两个原因：

一个是我个人是有阅读习惯的人，但是我主要的购书渠道是亚马逊（包括实体书和电子书），我以前没想过去买二手书，很想了解，在大的电商平台和电子书的挤压下，二手书如何定位自己的受众。

第二个原因是2017年小程序元年，我所在公司曾经做过一个小程序卖书的项目，公司也有出版和文化传播背景，但是完全选错了方向，很想知道选对方向，成功突围的公司是怎么做的。

基于这两个原因，把所有对多抓鱼的报道和猫助采访和演讲都看了一遍。看了多抓鱼所有页面，体验了每一个流程，使用了几乎所有功能。并依照现有产品简单整理了一些观察和思考。

产品和运营

1. 增加流通次数、追求换手率

二手书是一个存量市场，对于二手书交易来说，获得一个平台外的卖家的成本可能越来越高。如果能让买家转换身份成为卖家，让商品在平台循环流通，可能形成一个理想的生态，也能降低获客的压力。

2. 版本整合对调节库存和缺货的影响。

库存与版本：

《人类群星闪耀时》在豆瓣上有51个版本，在抓鱼上包含不同印次有30个版本，但是，作为买家，购买时可能集中在几个主要的版本上。如果在调整定价和库存时把同属一个SUP的商品数据考虑进去，可能会有助于发现滞销SKU，消减库存。

缺货与版本：

由于买断模式的库存和成本限制，有的时候会出现缺货的情况。我观察到缺货情况还是比较严重，比如 这本书我读了又读 的书单，前20名的图书全部显示缺货。虽然抓鱼上有 到货提醒 也有 预定，但是用户似乎除了等待别无选择。

其实用户并非只能等待。很多图书尤其是比较热门，或者出版较早的图书都有不同出版社不同印

次的多个版本，排除专为收藏某个版本的用户，多数读者可能并不介意购买其他版本。而这时候如果能够选择其他版本的选项，有可能能够促进用户完成交易。而如果各个版本都没有货，在 到货提醒 中允许用户勾选 全部版本，也会增加用户抢到书的可能。

3. 关联商品：

商品详情页

当用户进入商品详情页时，可以认为用户还没有做出决策，这时候可以推荐相似的商品，辅助决策。

- ☒ 作者更多作品
- ☐ 其它购买者的选择的商品
- ☒ 标签/类别近似商品
- ☐ 更多版本（在当前版本缺货时尤其必要）
- ☒ 更多品相

加入购物车后，你可以结算或是..

加入购物车后，用户已经完成决策，这时候可以推荐不同商品。

- ☐ 作者更多作品
- ☐ 买过或者购物车中有本书的人还买过什么
- ☐ 包含本书的丛书（不同版本）

购物车

在购物车中的商品，可以认定为已经确认购买意向，这时应该让用户尽快完成付款，进入订单环节。购物车中的缺货商品可能导致用户未能进入计算流程。这时候可以：

- ☐ 提示有货版本
- ☐ 库存（紧张）情况提示

4. 二手书中高附加值的品类

将高附加值的二手书，应单独在品相中进行分类和标注。

- 签名本
- 名人标注本

- 绝版（断货很久或其他平台买不到）
- 丛书套装

5. 传播获客

- 推荐分享
- 代付
- 送朋友

6. 增加用户粘性

推荐获赞/评论

7. 通知提醒，唤醒用户

- 书架、卖书：价格变化
- 购物车：库存紧张/到货提醒

统计分析后台

- 每个SKU的收书和售出价格和数量的散点图。
- 库存数量、已加购物车数、设置到货提醒。

风控策略

- 库存容量预警
- 清理积压库存预案
- 积压预警

Bug

首页右上角的后退箭头，点完后还是首页，但是这时候跳转到任何页面都没办法返回了。

PDF下载：<https://github.com/vansion/Bayes/raw/master/duozhuayu.pdf>