

Przewodnik po rozszerzeniu produktów i usług w katalogu partnerów

Zaktualizowaliśmy produkty i usługi wymienione w [katalogu partnerów Amazon Ads](#), rozszerzając listę do 12 produktów i 38 pozycji usług. Oto główne kwestie, o których musisz wiedzieć:



1

Obsługujemy teraz wszystkie dostępne obecnie produkty Amazon Ads

Zakres obejmuje produkty reklamowe Amazon, środowiska zakupowe marki i technologie reklamową.

2

Usługi są teraz podzielone na pięć głównych kategorii

Są to: planowanie i zakup mediów, sprzedaż detaliczna, materiały reklamowe i środowiska zakupowe marki, pomiary i inne.

3

Usługi tworzenia materiałów reklamowych i usługi pomiarowe mają więcej opcji

Poprzednie oferty „materiał reklamowy i przekazy reklamowe dotyczące marki” oraz „pomiary i atrybucja” zostały rozszerzone do kategorii.

4

Udoskonalanie istniejących elementów

Na przykład „zarządzanie kampaniami” to teraz „zarządzanie kampaniami i optymalizacja”.

5

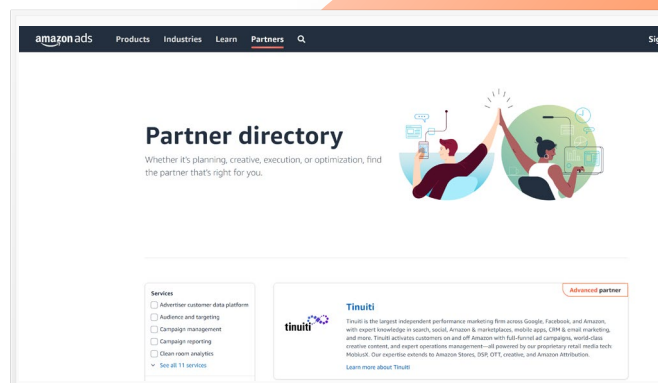
Dodawanie nowych usług w dotychczasowych kategoriach

Na przykład „monitorowanie kampanii” zostanie dodane do kategorii „planowanie i zakup mediów”.

Czym jest katalog partnerów Amazon Ads?

Katalog partnerów Amazon Ads zawiera listę partnerów, których narzędzia i oferty mogą pomóc reklamodawcom osiągać cele biznesowe i w odpowiedni sposób komunikować się z grupami odbiorców Amazon.

Te aktualizacje ułatwią Ci znalezienie partnera odpowiedniego dla siebie.



Definicje produktów i usług w katalogu partnerów (wrzesień 2022 r.)

Informacje na temat definicji produktów można znaleźć [tutaj](#). Definicje usług według kategorii znajdują się poniżej.

Planowanie i zakup mediów

Konfiguracja kampanii	Korzystaj z funkcji i usług służących do tworzenia kampanii, takich jak: słowa kluczowe, rekomendacje dotyczące produktów i budżetu, prognozowanie kampanii i narzędzia do tworzenia kampanii.
Zarządzanie kampaniami i optymalizacja	Korzystaj z funkcji i usług służących do zarządzania kampaniami i ich optymalizacji, takich jak: optymalizacje stawek, zarządzanie budżetem, aktualizacje słów kluczowych i produktów docelowych.
Monitorowanie kampanii	Monitoruj kampanie i otrzymuj alerty w przypadku niedostępności zapasów lub wyczerpania budżetu. Monitoruj swoje oferty i status polecanej oferty.
Raportowanie i analizy dotyczące kampanii	Korzystaj z raportowania i paneli, aby zrozumieć skuteczność kampanii Amazon Ads.
Zarządzanie grupami odbiorców i ich angażowanie	Dostępne są usługi i rozwiązania pomagające wykorzystać wyjątkowe statystyki i sygnały zakupowe w celu nawiązania kontaktu z najbardziej odpowiednimi grupami odbiorców w witrynie Amazon i poza nią.

Sprzedaż detaliczna

Badania dotyczące produktów	Wyświetlaj potencjalne produkty na podstawie takich kryteriów jak zapotrzebowanie klientów, umożliwiając podejmowanie bardziej świadomych decyzji opartych na danych.
Zarządzanie zapasami i zamówieniami	Zautomatyzuj zarządzanie zamówieniami Amazon i zsynchronizuj poziomy zapasów w swoich systemach.
Konfiguracja i optymalizacja strony szczegółów produktu	Zarządzaj ofertami Amazon za pomocą narzędzi i usług, które pomagają wyświetlać nowe produkty lub oferty, optymalizować katalog i zmniejszyć liczbę błędów popełnianych przez ludzi. Obejmuje to funkcje takie jak: Treść A+, obrazowanie i tłumaczenie ofert w celu rozszerzenia działalności na skalę globalną.
Treść A+	Dodaj bogate opisy i cechy produktów na stronach ze szczegółami, co może przyczynić się do zwiększenia konwersji. Dodawanie treści A+ jest możliwe tylko w przypadku marek zarejestrowanych w Amazon Brand Registry.
Konfiguracja i optymalizacja sklepu Store	Utwórz, analizuj i optymalizuj swój sklep Amazon Store, aby prezentować swoją markę i produkty na wielu stronach wciągającego środowiska zakupowego.
Strategia w zakresie sprzedaży i ustalania cen	Zachowaj konkurencyjność cenową dzięki narzędziom, które automatyzują ustalanie cen produktów z wykorzystaniem reguł biznesowych.
Promocje	Popraw dostrzeżalność produktów, tworząc odpowiednie i atrakcyjne promocje.

Materiał reklamowy i przekazy reklamowe dotyczące marki

Zdjęcia produktu	Profesjonalne zdjęcia wykonane przez fotografów doświadczonych w prezentowaniu produktów z dodaniem kontekstu i emocji.
Filmy instruktażowe	Szczegółowe wyjaśnienia funkcji dostępnych w produkcie, sposobu jego używania oraz korzyści, jakie przyniesie klientowi.
Filmy lifestylowe	Treści, które dodają do produktu kontekst codziennego życia i często przekazują emocjonalną historię inspirującą odbiorców.

Definicje produktów i usług w katalogu partnerów (wrzesień 2022 r.)

Materiał reklamowy i przekazy reklamowe dotyczące marki

Filmy animowane	Zazwyczaj filmy w stylu kreskówki z ilustracją graficzną.
Reklamy telewizyjne (15- i 30-sekundowe)	Profesjonalnie wyprodukowane filmy opowiadające różne historie, z udziałem zatrudnionych aktorów, zwykle kręcone na żywo, z licencjonowanymi ścieżkami dźwiękowymi i elementami wizualnymi.
Reklamy dźwiękowe	Narracje dźwiękowe w wykonaniu zatrudnionych aktorów, używane w reklamach przeznaczonych do odtwarzania w ramach usług streamingowych i w radiu.
Projektowanie stron internetowych	Zapewnia utworzenie ogólnego środowiska cyfrowego marki lub produktu na komputerze i w aplikacji, zwykle przekazywanego w podobny sposób na stronach zewnętrznych, takich jak strona sklepu Store marki w witrynie Amazon.

Pomiar

Analizy odizolowanego środowiska	Wykorzystuje zagregowane i anonimowe sygnały, przechowywane w usłudze Amazon Marketing Cloud i objęte ścisłą kontrolą prywatności, w celu udostępniania pomiarów nienaruszających prywatności i statystyk.
Programista działający w odizolowanym środowisku	Zapewnia niestandardowe usługi programistyczne z wykorzystaniem interfejsów API Amazon Marketing Cloud, aby zautomatyzować generowanie statystyk, optymalizację grupy odbiorców kampanii i prowadzenie kampanii reklamowych.
Integracja odizolowanego środowiska	Zapewnia oprogramowanie do integracji zagregowanych i anonimowych sygnałów grupy odbiorców w Amazon Marketing Cloud do planowania kampanii, zarządzania grupą odbiorców, raportowania i generowania statystyk.
Platforma danych klientów reklamodawców	Agreguje i ujednolica własne sygnały grup odbiorców z wielu źródeł w imieniu reklamodawców, aby utworzyć jeden spójny i pełny widok na potrzeby zasięgu kampanii i pomiaru przypadków użycia.
Atrybucja obejmująca wiele punktów kontaktu	Jest to technika pomiaru skuteczności marketingowej, która przypisuje środki do każdego z punktów kontaktu na ścieżce klienta, co pozwala specjalistom ds. marketingu mierzyć wpływ poszczególnych kanałów na sprzedaż.
Atrybucja obejmująca urządzenia mobilne i aplikacje	Zapisuje, organizuje i wizualizuje dane z urządzeń mobilnych i aplikacji, aby udostępnić specjalistom ds. marketingu ujednolicony obraz skuteczności kampanii niezależnie od kanałów i partnerów.
Pomiar reklam dźwiękowych	Obsługuje wskaźniki do ilościowego określenia zasięgu i skuteczności reklam dźwiękowych (np. odstony/słuchacze, kwartyle, pełne odtworzenia).
Pomiar reklam filmowych	Zapewnia pomiar: zasięgu i częstotliwości, rozszerzenia zasięgu, wyników i grup odbiorców w kampaniach telewizyjnych, STV i filmowych
Pomiar grup odbiorców	Zapewnia pomiary widoczności i zasięgu grup odbiorców, którzy po ekspozycji na reklamę widzą markę i słyszą o niej.
Weryfikacja grupy odbiorców	Zapewnia reklamodawcom możliwość zobaczenia profilu demograficznego (np. wiek, poziom wykształcenia, zakres HHI itp.) grupy odbiorców oglądających ich reklamy, na poziomie agregowania.
Pomiar wyników marki	Udostępnia analizę i statystyki dotyczące marki, co ułatwia markom podejmowanie świadomych, strategicznych decyzji dotyczących oferty produktów oraz działań marketingowych lub reklamowych.
Bezpieczeństwo marki	Zapewnia zestaw środków, które mają na celu ochronę marek przed pojawianiem się obok ryzykownych treści lub w nieodpowiednich środowiskach.
Efektywność reklam	Zapewnia pomiar efektywności reklamy cyfrowej oraz jej wpływu na postrzeganie marki i sprzedaż poza witryną Amazon. Uwzględnia wzrost wyników marki, wzrost liczby odwiedzin w sklepie i witrynie oraz wzrost sprzedaży offline.

Definicje produktów i usług w katalogu partnerów (wrzesień 2022 r.)

Pomiar

Raporty i analizy	Przekształca wskaźniki w przydatne i łatwe do zrozumienia informacje i statystyki.
Narzędzia do analizy danych i badań marketingowych	Zapewnia gromadzenie, analizę i wizualizację nieustrukturyzowanych danych pochodzących z systemów wewnętrznych i zewnętrznych.
Konektory danych	Zapewnia łączenie danych dotyczących skuteczności z wielu źródeł, przekształcanie ich w format lub strukturę odpowiednie do potrzeb zapytań i analiz oraz ich wizualizację za pośrednictwem interfejsu lub przenoszenie do innego miejsca docelowego.
Pomiar skuteczności sprzedaży detalicznej	Zapewnia konkurencyjną skuteczność sprzedaży detalicznej dzięki wskaźnikom i statystykom dotyczącym cyfrowych pótek.
Badania rynku	Platformy generujące statystyki na podstawie danych pochodzących z zarządzanych źródeł i umożliwiające specjalistom ds. marketingu podejmowanie decyzji związanych z wprowadzaniem produktów i uruchamianiem materiałów reklamowych.
Modelowanie kompozycji marketingowej	Statystyczna metoda określania skuteczności taktyk marketingowych i ich wpływu na sprzedaż wraz z prognozowaniem przyszłych zestawów taktyk.

Inne

Integracja danych	Zapewnia rozwiązania do integracji sygnałów klientów zarządzanych przez reklamodawcę za pomocą Amazon AdTech w celu uzyskania bogatszych statystyk dotyczących grupy odbiorców i raportowania.
Szkolenie	Zapewnia szkolenia / programy nauczania / kursy online i offline dotyczące Amazon Ads, w tym między innymi reklam sponsorowanych, platformy Amazon DSP, rozwiązania Amazon Attribution, sklepów Store i usługi Posts.

Często zadawane pytania

Dlaczego mogą mi się przydać usługi partnera?

Współpraca z partnerem Amazon Ads może pomóc w rozwoju Twojej firmy w sklepie Amazon i za pośrednictwem Amazon Ads.

Jak znaleźć partnera za pomocą katalogu partnerów?

Zalecamy korzystanie z filtrów w nawigacji bocznej na stronie katalogu partnerów. Obecnie możesz filtrować według następujących kategorii: „produkt”, „usługa”, „minimalne miesięczne wydatki”, „rynek” i „lokalizacja biura”.

Jeśli wybiorę partnera, jaki jest kolejny krok?

Po wybraniu partnera z katalogu partnerów kliknij jego ofertę, aby zobaczyć jego profil. Znajdziesz tam szczegółowy opis firmy danego partnera, oferowane usługi, ogólne ceny, przycisk kontaktu i link do strony internetowej. Zalecamy skontaktowanie się z partnerem, aby uzyskać więcej informacji.

Co to jest zaawansowany lub zweryfikowany partner?

Partnerzy, którzy mają plaketkę zweryfikowanego lub zaawansowanego partnera w ofercie z katalogu partnerów, osiągnęli wymagania potrzebne do uzyskania tego poziomu. Przyznajemy status partnera w oparciu o wykazaną wiedzę, zaangażowanie w Amazon Ads i zapewniony reklamodawcom wzrost.

Aby uzyskać dodatkowe informacje, które nie zostały tutaj uwzględnione, odwiedź naszą stronę z [często zadawanymi pytaniami](#).