

步步为营构建广告活动

福建厦门 箱包品类 2013年起入驻亚马逊; 熟练使用商品推广、品牌推广等广告产品

问题

一开不知如何着手, 第一步先做什么开始运营亚马逊, 只知道站内广告要做, 但困于什么是最关键的? 如何才能发挥广告的最大效果?

措施

- 投放前定好预期** : 明确自己打广告的目的, 为抢占搜索词的黄金位置提升销量? 增加店铺产品的曝光率以提升品牌的认知度? 给高利润低流量的利基产品扩充流量池? 并根据目的定好广告的预算、投放节奏, ROI情况
- 投放时做好操作记录** : 每次的广告前应该都有个假设和预判, 再去通过实际调整去验证假设、找出规律, 做出调整, 简而言之就是PDCA (Plan-Do-Check-Act) 的思考过程。所以建议对每次的广告操作做好记录, 包括操作时间、操作目的、具体操作、操作后的结果等
- 广告中做好追踪** : 包括对广告位置、竞争情况、广告相关指标的追踪, 追踪频率可按照目的和重要性而定。看排位建议前三天密切追踪
- 对广告常优化** : 广告优化永无止境, 也不可能一蹴而就。优化频率按照产品成熟度来定, 成熟度高的可以2-3周一次的优化频率, 新产品建议一周一次



> 广告活动管理四大步骤 (1.2.3.4)

心得

亚马逊广告是管理自然搜索排名的一个很好的利器, 已经成为我们的新品开单必备。同时, 与站外广告相比, 亚马逊广告能实现更好的投入产出比, 亚马逊运营首先还是要实现站内流量的获取。

“亚马逊广告能够帮助卖家实现更准确的人群定位, 引入更精准的流量, 实现销量的增长”

Johanna,
Sales Manager

2017 vs 2018

+600%

流量

+300%

订单量

+350%

销售额



要了解更多信息, 请访问 advertising.amazon.cn

*上述内容代表卖家个人观点, 仅供参考

以上案例为日本站点情况, 仅供参考, 在其它站点实际效果可能有所变化