



# 商品详情页面指南

以下技巧可以帮助您优化页面，增加转化率和流量，提升买家体验

## 要素列表

以下要素有助于提升亚马逊商品详情页面的流量与转化率

- ✓ 具有商品名称、主图、品牌名称、要点和描述
- ✓ 商品名称介于 50 到 100 个字符之间，不含声明，避免关键词堆砌或全用大写字母
- ✓ 3 到 5 个要点，每个要点在 120 个字符以内
- ✓ 具有搜索词
- ✓ 具有 2 到 5 张轮播图片，包括一个缩放图片
- ✓ 商品描述在 500 个字符以内



## 商品名称

- **要**使商品名称长度介于 50 到 100 个字符之间
- **要**仅包含最相关的商品信息，例如品牌、系列、型号、颜色和数量
- **要**大写每个单词的首字母，并使用数字符号（例如，使用“2”而不是“二”）
- **不要**全部使用大写字母写商品名称，包括促销信息（例如“免费配送”和“降价”），也不要加入赘词或声明（例如“畅销”、“正品”或“担保”）
- **不要**包含特点、描述，或其它信息，与变体相关的内容，例如“多种颜色”
- **不要**用“关键字堆砌”您的商品名称，这会让买家体验变差，导致转化率降低。搜索引擎也会检测到这一情况，并降低您的排名



## 关键词搜索

关键词是指您页面中出现的字词，买家可以通过搜索引擎使用这些字词找到您的页面

- **要**选择不超过 3 个关键词作为目标，包含在您的详情页面要素中
- **要**研究买家搜索这些关键词的频率、提升排名的难度以及目前排名靠前的网页
- **要**根据“当买家搜索这个关键词时，他们想要看到什么？”这一思路调整您的页面
- **要**在“搜索词”或“通用关键词”字段加入您的目标关键词
- **不要**在您页面的任何部分（包括商品名称、要点和商品描述）“堆砌关键词”，这会影响文本的可读性；关键词堆砌（例如“冰淇淋勺用来称冰激凌的勺子非常适用于冰激凌”）会影响买家体验、买家信任并降低转化率；搜索引擎会检测到并处罚关键词滥用行为



## 图片

- **要**包含仅描述真实商品的纯白背景主图，并尽可能多地填满空间
- **不要**在主图片中包含文本、食品、道具、网址链接、商标、图表或包装
- **要**包含 2 到 5 个轮播图片以凸显商品功能、商品使用（在生活环境中可能的使用情形）和商品详情/材质/截面图
- **要**使用高分辨率图片，长边 1000 像素或者大于 72 dpi，以支持买家缩放
- **要**包含呈现商品描述、使用、主要的突出特点和商品示范的视频；理想长度为 45 秒到 1 分钟
- **要**在图片标签和文件名中添加您的首要关键词，以便屏幕朗读可以识别



## 要点

- **要**确保 ASIN 有 3 到 5 个要点，并且每个要点长度控制在 100 个字符左右
- **要**包含买家可获得的利益、商品使用和兼容性信息，只选择最重要的商品相关信息展示给买家
- **不要**超过 5 个要点或长度超过 120 个字符，否则会降低转化率并影响买家体验
- **不要**包含任何未经验证的声明、畅销声明或保修声明
- **不要**包含行业/技术术语；要使用买家常用且理解的术语（例如“盘子”优于“用餐套件”）

## 生产商提供内容



- **要**尽可能使用 A+ 页面
- **要**在文本和图片中突出商品功能和优势；说明实际内容
- **要**利用这一区域列出多种选择，包括颜色、变体以及配件和同系列商品

## 商品描述



- **要**利用该区域描述主要的商品特点和保修信息
- **要**将这部分的长度控制在 500 个字符以内，但要包含关键信息
- **要**与要点部分参考同样的特点和亮点，但不要逐字照搬
- **要**上传用户手册；这有助于提升买家购买后的体验
- **不要**包含联系信息，或除商品以外的任何信息



## ASIN 变体

变体是详情页面上的一个按钮，帮助用户迅速发现高度相关的商品，并互相切换

- **要**对相关的商品使用变体；它有助于提高商品的曝光度和转化率
- **要**仅将明确相关的商品组成变体关系，商品之间只有单一属性不同（比如颜色或尺寸）
- **要**仅将相关度最高的 ASIN 组成变体关系
- **不要**将过多商品组成变体关系；这会使买家被海量信息淹没，从而导致转化率降低