

优化关键词选择的 4 个步骤

根据搜索词报告，您可以利用亚马逊的搜索结果数据来创建并优化手动投放的活动中的关键词的选择。将在自动投放广告活动中创造了优异绩效的关键词移到手动投放的广告活动中，您将可以更好地控制您的广告投放和广告支出。

在您开始之前，您需要有一个使用自动投放的活动和一个使用手动投放的活动。我们建议采取自动投放的活动运行 2~4 周以采集足够数据信息。



在**广告活动管理**平台登录并按照以下四个简单步骤操作，将帮助您优化您的关键词选择：

1 下载自动投放报告

从**数据报告**的下拉菜单中，选择“**广告**”。点击“**自动投放报告**”链接，然后点击“**请求报告**”按钮。（您也可以安排周报告，那样便能定期检查并更新您的关键词。）

报告生成之后（大约需要五分钟），点击**下载**按钮，将文件保存至您的硬盘中。用 Excel 等电子制表程序打开文件。

报告阶段	请求时间
17-2-18 - 17-4-18	17-4-19 19时41分41秒 PDT
17-2-17 - 17-4-17	17-4-18 00时25分22秒 PDT
17-2-16 - 17-4-16	17-4-17 19时04分59秒 PDT

2 确定优异绩效关键词。

有多种方法可以确定一个优异绩效关键词。您可以通过查看曝光量和点击量来确定哪些关键词拥有最高点击通过率（CTR）。您可以查看一个点击量在一周之内的订单转化率。优异绩效关键词应该能够反映您在亚马逊网站上的总体广告目标。

一旦您拥有了自己关于优异绩效关键词的定义，即可创造符合您自己标准的

	G	H	I	J
	Impressions	Clicks	CTR	Total Spend
5	143667	770	0.54%	28.28
5	128484	218	0.17%	9.42
5	117010	639	0.55%	16.28
5	110776	338	0.31%	15.38

关键词列表。

3 将关键词添加至手动投放广告活动

在包含您想要添加关键词的手动投放广告活动中，点击该广告的名称。点击广告组名称并转至“**关键词**”标签，然后点击“**提供您自己的关键词**” 粘贴您的关键词列表，然后点击“**添加这些关键词**”按钮。如果这些词中有已经存在于广告组中的词，您将会收到一条包含这些关键词列表的信息。



4 调整出价

当添加了新的关键词，他们的起始出价是在“**广告组设置**”下的“**默认竞价**”中所设的价格。对于每一个优异绩效关键词，要在“**关键词竞价**”中调整他们各自的出价。您可以将“**建议竞价**”作为您确定关键词出价的参考。



在设置您的关键词竞价时要考虑您的产品利润率。确保定期检查您的活动、广告组及关键词，以持续完善并改进业绩表现。

[优化我的关键词 >](#)