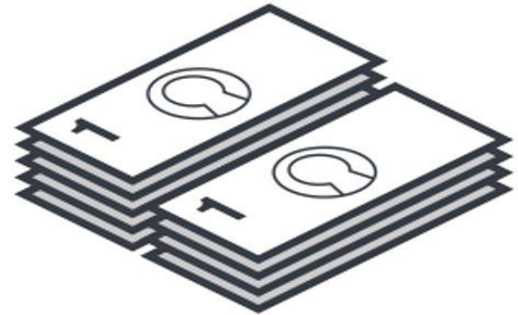


优化关键词绩效的 4 个步骤

对于采用关键词手动投放方式的广告活动，最好定期检查关键词绩效，并利用绩效优异的关键词来优化您的活动：简而言之，绩效优异的关键词是指能够达成以下三种效果的关键词：

- **生成曝光量**：这表明很多人正在搜索这些关键词，您的出价正赢得竞拍。
- **生成点击量**：如果人们正在点击您的广告，这说明他们有意向购买您的产品。
- **生成销售量**：您的关键词不仅与顾客的搜索词相关，而且也正是他们正在寻找的。



在广告活动管理中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绩效：

1 选择手动投放广告活动。

点击手动投放广告活动的名称，则会出现您的广告组列表。



2 选择一个广告组。

点击一个广告组名称并切换到“关键字”标签，将显示专门针对您这个广告组中广告的关键词列表。



3 按广告成本销售比排序。

点击“广告成本销售比”栏可以从低到高排序。百分比数最低的关键词就是您绩效优异的关键词。

花费 ?	贡献销售 ?	↑ 广告成本销售比 ?
\$14,611.96	\$76,112.34	19.20%
\$86.94	\$3,301.45	2.60%

4 调整您的出价。

在“关键字竞价”栏，增加绩效优异的关键词的出价。

- 如果您的出价低于“建议竞价”，考虑点击“建议竞价”后的“应用”按钮。
- 如果您的出价已经达到或高于“建议竞价”，考虑略微增加价格以使得在竞拍中更具竞争力。



您可以从一个关键词开始，了解其是怎样影响销售的，或者是选择一组绩效优异的关键词。在设置您的关键词出价的时候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，以持续完善并改进绩效。

[优化我的关键词](#)

© 2017 Amazon.com, 410 Terry Avenue North, Seattle, WA 98109-5210