

确定否定关键词的 3 个步骤

通过自动投放报告，您可以利用亚马逊的搜索结果数据来确定生成了点击量却没有转化成销售的关键词，然后将这些词设定为**否定关键词**。购物者搜索到此类否定关键词时，将不会显示相应的广告。

您首先需要有一个自动投放广告活动。

- **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**：如果有人正在点击您的广告，则说明该关键词与顾客的搜索词相关。
- **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**中登录并按照以下三个简单步骤操作，将帮助您确认否定关键词：

1 下载一份自动投放报告。

从**数据报告**的下拉菜单中，选择**广告报告**。点击**自动投放报告**，然后点击**请求报告**。（您也可以安排周报，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。

2 确认低销量关键词。

低销量关键词拥有高点击量但是却没有产生销量或销量很少。您可以使用这些字段进行日期排序，或在**广告成本销售比**栏中确认否定关键词的候选词。您可以自定义阈值（取值门槛）来确定哪些词可以算作低销量关键词，然后可以创建一个低于您所定阈值的关键词列表。

3 在您的活动中添加否定关键词。

点击您想添加否定关键词的广告所在的活动。点击广告组名称，转换到“**否定关键词**”标签，然后点击“**添加否定关键词**”按钮。点击“**提供您自己的关键词**”并粘贴您的关键词列表，然后点击“**添加这些关键词**”的按钮。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。

确保持定期检查您的活动、广告组及关键词，以持续完善并改进绩效。

[在您的活动中添加否定关键词 >](#)