

## 亚马逊商品推广的六种广告报告

亚马逊商品推广提供了六种报告，能帮助您分析并优化您的活动，让您投入的广告资金都能得到最大的回报。下文汇总了几种可供您选择的报告，以尽最大可能帮助您实现广告目标。

<p><b>1 自动投放报告</b></p> <p>本报告包含亚马逊官网 ( Amazon.com ) 上搜索的客户输入的实际搜索字词列表以及您所有活动的曝光量、点击量以及转化数据。本报告包含了在您的广告上产生了至少一次点击量的搜索词。</p> <p>了解更多有关 <a href="#">“自动投放报告”</a> 的信息</p>	<p><b>2 广告活动业绩报告</b></p> <p>本报告包含每个活动的点击量和对应销量，包括每个广告小组、SKU 和关键词的结果。了解您每个活动的绩效情况，将使得您能够改变关键词和出价，从而提升广告的性能。</p> <p>了解更多有关 <a href="#">“广告活动业绩报告”</a> 的信息</p>
<p><b>3 其它 ASIN 报告</b></p> <p>本报告是顾客点击您广告之后购买的产品列表。很多时候顾客都会购买投放了广告的同 ASIN，但有时某些顾客可能会购买您未推广的 ASIN。知道顾客在点击了您的广告之后购买了哪个 ASIN 将帮助您分析您的活动绩效并做出调整，以达成您的商业目标。</p> <p>了解更多有关 <a href="#">“其他 ASIN 报告”</a> 的信息</p>	<p><b>4 广告展示位置</b></p> <p>比较在 Bid+ 打开或关闭时广告活动的绩效情况。您可以对比每个活动在 Bid+ 打开或关闭时的曝光量、点击量、每次点击成本、广告费用及销售量。您可以确定 Bid+ 功能对您的销量和广告费用的影响，以确定哪些活动会因为为竞得高销售的广告展位提高出价而获益。</p> <p>了解更多有关 <a href="#">“广告展示位置报告”</a> 的信息</p>
<p><b>5 按 SKU 查看业绩</b></p> <p>在您所选时间段内，关于至少有一次曝光量的产品销售绩效。本报告提供了关于您每件广告商品的绩效摘要，使您能通过曝光量、点击量、点击通过率 ( CTR )、广告总费用、平均点击价格 ( CPC ) 来比较每件广告商品。</p> <p>了解更多有关 <a href="#">“按 SKU 查看报告”</a> 的信息</p>	<p><b>6 按时间查看业绩报告</b></p> <p>本报告是关于特定的时间段内您的点击量和广告费用的汇总信息。例如，您可以查看过去三周里每天的点击量和广告费用的汇总。或者您可以在月汇总中查看到一个月的数据。您可以将时间段按天、按月、按年划分，也可以为报告自定义起始时间。您可以根据日期栏、点击量栏、广告总费用栏进行排序。您也可以打印报告或者将数据下载以进一步分析。</p> <p>了解更多有关 <a href="#">“按时间查看业绩报告”</a> 的信息</p>

[创建一份报告 >](#)