

# 广告分好组，业务上层楼

## 上海 泽罗 服装品类

入驻北美、欧洲和本站，2015年起运营商品推广、品牌推广和旗舰店等广告



### 第一阶段：单一分组，单一策略

#### 情况

我们的广告分组管理也是慢慢摸索，从零开始，一开始，我们将所有产品SKU都放在一起，数据又多又乱，效果不好，也没法改进。



### 第二阶段：按产品特征分组

#### 措施

我们将产品分成两条线，基本款和潮流款，是根据自身产品特征定下的策略。这样一来，数据看的比较清晰，可以细到SKU，也提供了进一步调整策略的方向。



### 第三阶段：精细分组，深入分析

#### 升级

现在我们使用的策略是将具体款式放在一组，父变体下的子变体为一组，比如以流行长袖衬衫为大姐，一面分几个ad group为不同颜色。在报告里，我们主要看转化率、流量和ACOS三个指标，不好的词转为否定关键词，好的词进一步开品牌推广等。

#### 效果

这样做的好处是可以一目了然地看到数据的表现和对比。我们发现即使有些ACOS比较高，但带来的流量也相当高，特别是在旺季，所以我们还是会调高竞价。优化分组的另一个好处是可以轻松地进行批量上传，效率提升一倍。

“

**亚马逊官方直播是相当有用的学习渠道。我们全公司一起看直播，了解过往数据，分析未来趋势。之后还自己内部讨论，直接运用到实操中去。**

”

**黄经理，销售经理**