

# 广告助力中国品牌出海

## 深圳 美妆品类

2015年起入驻亚马逊美国、欧洲、日本和国内，已通过品牌注册，并申请专利

### 问题

许多卖家对商品推广已经相当熟悉，但是站内广告的另外两种重要产品：品牌推广和品牌旗舰店还不甚了解。它们有没有效果呢？如何结合使用多种广告产品呢？

“

**我们相当重视品牌保护，注册Brand owner之后，发现可使用的广告更加多样，组合更加灵活，效果也特别好。**

**李经理，营销经理** ”



### 卖家心得

1. 通过品牌注册，我们就有资格使用品牌推广与旗舰店了，效果相当喜人，能够带来很高的展示和流量。10月23日广告上线之后就开始了有订单，11月初有100多单。
2. 特别在旺季阶段，消费者的购买能力高，凡是参加活动的产品，总会出单，这两类广告也相当接近消费者与商品推广可以很好结合。

### 做法

1. 结合我们产品本身的特点，客单价较低，而利润较高（~100%），所以尽可能地尝试多种不同广告。
2. 新品上线，先利用品牌推广带来流量和展示，结合商品推广带来转化，而旗舰店则可以带来其它ASIN的出单。比如在黑五期间，我们在旗舰店里搞活动可以带动其它产品的销量。
3. 对于已通过品牌注册的权利人来说，还有相当重要的一点是要做到站内站外相结合。比如我们的设计研发生产销售一条龙，提供完善的后备支持；配合亚马逊站内广告，建立品牌官网、KOL合作等，互相导流

