

# 新产品上市的分阶段广告策略



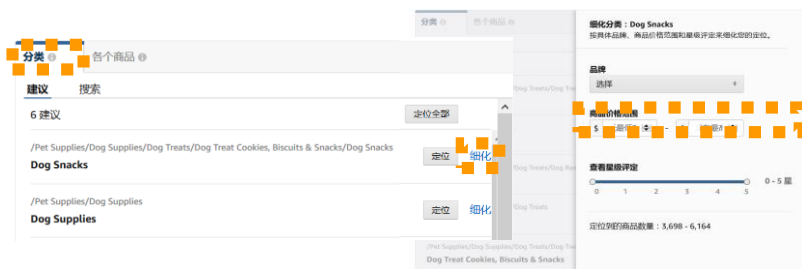
## 第一阶段

提升认知度，拉近与消费者的距离

### 主要目标

在最开始的30到60天  
吸引高质量的流量

- ✓ 直接开启手动商品推广广告，充分利用商品投放
- ✓ 同时启动商品推广自动广告，为下一阶段积累有效关键词



### 推服装新品为例

1. 创建一个没有结束日期的广告活动，以保持始终在线
2. 设置每日预算为100美元
3. 选择手动广告中的商品投放类型
4. 选择男性外套分类 (man's jacket)
5. 进一步细化为某品牌 (Adidas)
6. 价格高于150美金, 评分为3-5星
7. 添加相关的跑鞋商品ASIN并结合品类投放



## 第二阶段

推动销售速率

利用品牌和竞争对手的关键词  
促进销售

- ✓ 利用关键词投放开启手动商品推广广告
- ✓ 品牌主还应该利用品牌推广和品牌旗舰店，唤起直接购买行为
- ✓ 尝试多种广告组合，来测试不同的承接页，比如品牌旗舰店、定制的专题页面或者搜索结果页面，以提升广告投入产出比。



8. 在品牌推广的文字部分输入：Check out our new jacket in brands you love
9. 在旗舰店里创建一个男性外套的专题页面
10. 比较测试旗舰店主页、该专题页面、搜索结果页作为广告承接页的表现效果



## 第三阶段

ASIN成熟

利用所有广告产品  
最大化效果和影响力

- ✓ 总结之前积累的经验教训并运用到所有投放实践战略中
- ✓ 由于您已经累积了产品的认知度，现在可以集中精力投放品牌关键词以促进销售。



11. 综合使用自动商品推广、手动商品推广、品牌推广和品牌旗舰店来提升外套的销量