

Mẹo và thủ thuật hàng đầu giúp thành công khi thiết lập chương trình khuyến mãi

Mẹo số 1: Lập kế hoạch trước cho chương trình khuyến mãi và chạy thử các ASIN trong suốt năm

Thông thường, những ưu đãi hot nhất sẽ diễn ra vào Mùa Ưu đãi lớn của Amazon như Prime Day, Black Friday và Cyber Monday. Chuẩn bị trước cho Mùa Ưu đãi này bằng việc thường xuyên chạy thử các ASIN sẽ giúp bạn tích lũy thêm những Đánh giá và xếp hạng từ khách hàng cho những Chương trình khuyến mãi hàng đầu trong suốt Mùa Ưu đãi.

Mẹo số 2: Tận dụng tối đa Coupons (Phiếu giảm giá), ngay cả khi không có lịch sử bán hàng.

Coupons (Phiếu giảm giá) là công cụ hiệu quả cho những sản phẩm mới tung như một cách để tiếp thị sản phẩm và tăng khả năng hiển thị. Bạn có thể linh hoạt sử dụng Coupons (Phiếu giảm giá) mà không cần có lịch sử bán hàng. Bạn chỉ cần chọn ngân sách và mức chiết khấu tối thiểu là 5% để thiết lập Phiếu giảm giá.

Mẹo và thủ thuật hàng đầu

Mẹo số 3: Sử dụng Lighting Deals (Ưu đãi Chớp nhoáng) cho Chương trình giảm giá theo giờ để tăng số lượt đánh giá nhanh chóng

Với những ASIN có hiệu quả bán hàng cao và có 3 sao đánh giá trở lên, bạn nên thiết lập Lighting Deals (Ưu đãi Chớp nhoáng) cho Chương trình giảm giá theo giờ. Những ưu đãi này sẽ kéo dài đến 6 tiếng, tạo nên cảm giác độc quyền cho khách hàng. Mức giảm giá tối thiểu cho ưu đãi này là 15%.

Mẹo số 4: Sử dụng “Ưu đãi 7 ngày” để tăng lượng truy cập vào danh mục sản phẩm

Để có độ nhận diện cho thương hiệu trong lâu dài, hãy sử dụng “Ưu đãi 7 ngày”. Đúng như tên gọi, chương trình khuyến mãi này diễn ra trong 7 ngày và được coi là cách hiệu quả để tăng doanh số bán hàng.



Mẹo số 5: Cân nhắc những ASIN được đề xuất cho “Ưu đãi 7 ngày” và “Ưu đãi theo giờ”

Amazon sẽ đưa ra những đề xuất trên tài khoản Seller Central của bạn hàng tuần. Vì vậy hãy nhớ kiểm tra trang Seller Central định kỳ. Chọn thẻ “Advertising” (Quảng cáo) trong Seller Central sau đó chọn mục “Deals” (Ưu đãi). Tiếp đến, bấm chọn “Create New Deal” (Tạo ưu đãi mới) và kiểm tra một lượt các ASIN được đề xuất trước khi gửi.

Mẹo số 6: Duy trì mức hàng lưu kho ổn định trước thời gian Ưu đãi

Để giảm thiểu việc hết hàng trong suốt thời gian diễn ra Ưu đãi, hãy chuẩn bị và lên kế hoạch dự trữ cho lượng hàng lưu kho. Amazon đề xuất bạn nên có sẵn lượng hàng đủ dùng trong 2 tuần cho “Ưu đãi 7 ngày” và Coupons (Phiếu giảm giá). Bạn cũng có thể thiết lập lượng hàng lưu kho cho “Ưu đãi chớp nhoáng” trên Seller Central.



Mẹo và thủ thuật hàng đầu

Mẹo số 7: Sử dụng công cụ Sponsored Products (Sản phẩm được tài trợ) giúp đẩy mạnh các Chương trình khuyến mãi

Sponsored Products (Sản phẩm được tài trợ) là một công cụ quảng cáo tự động giúp tối ưu hóa khả năng hiển thị khi bạn đang chạy chương trình ưu đãi. Lựa chọn mục “Advertising” (Quảng cáo) trên Seller Central, sau đó nhấn “Campaign Manager” (Trình quản lý chiến dịch quảng cáo) để thiết lập Cost per Click (chi phí mỗi lượt nhấp vào quảng cáo).



Chúng tôi hy vọng rằng những mẹo hàng đầu này sẽ giúp nhà bán thành công khi dùng chương trình khuyến mãi trên Amazon.