

亚马逊企业购新法宝： 企业购展示型推广广告

亚马逊 全球开店
amazon global selling
共创全球品牌新格局

以

高效率、低成本

方式为品牌吸引潜在精准流量并提高品牌知名度，直接触达更倾向

大批量、多次采购

的高价值企业购顾客，有力带动后续转化和销售指标。

自助式广告解决方案



通过使用机器学习和多格式的创意素材，展示型推广可帮助广告主在顾客购物旅程中的适当时机发现、触达目标受众并与之互动。

有效触达

为亚马逊企业购商品开启的展示型推广将在**企业购网站首页、搜索页、和商品详情页**的广告位展示（包括桌面和移动端），有效提升企业购顾客份额

投放策略

在展示型推广中选择亚马逊基于顾客购物洞察分析所**预先创建的企业购相关受众**，触达潜在的新顾客

广告数据

使用定向报告了解广告活动中每个B2B受众的投放效果及出现的详情页，**通过数据复盘优化广告效果**

权益展示

为企业购商品设置的**企业价格或数量折扣**将在广告中自动显示，更容易促成企业订单的点击和转化

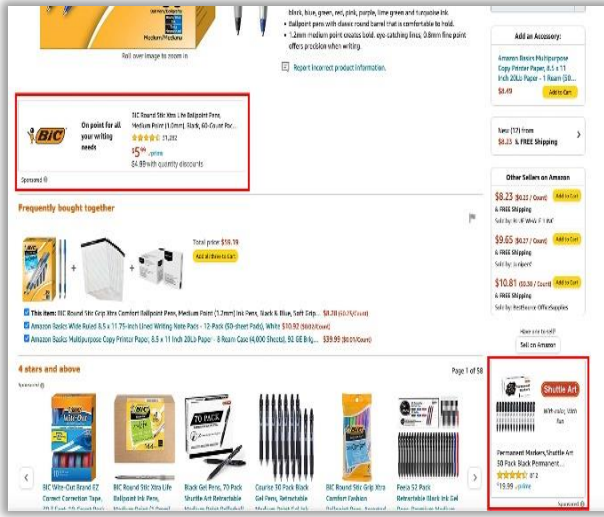


企业购展示型推广广告 会在哪里展示?

- 广告将展示在企业购网站首页、搜索页、和商品详情页。
- 在适用的情况下，企业定价和数量折扣将在广告创意中自动显示。

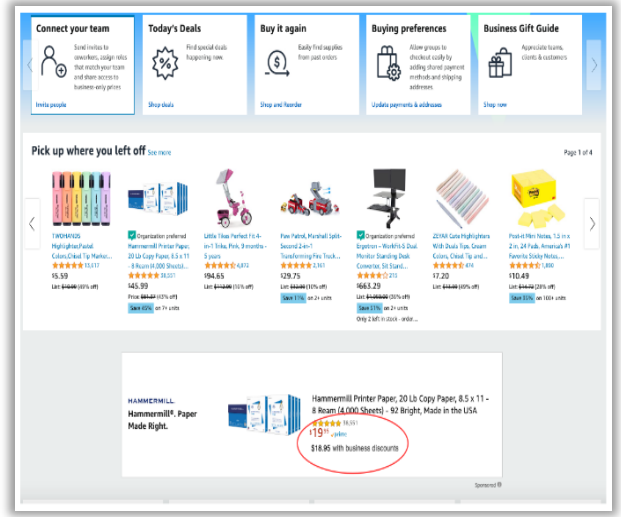
1

商品详情页



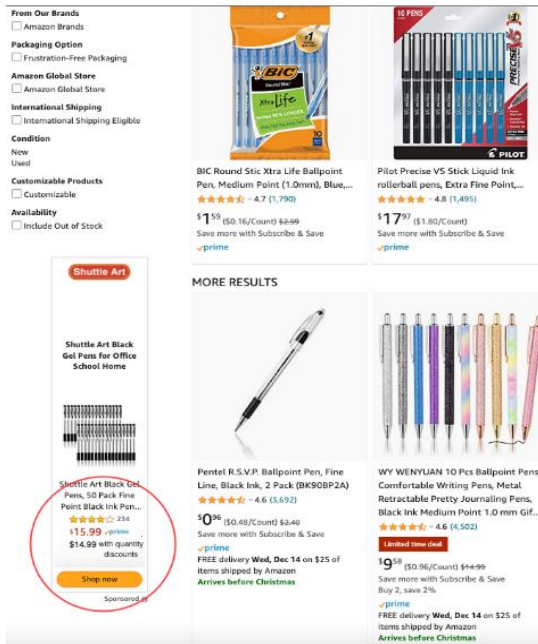
2

首页



3

搜索结果页



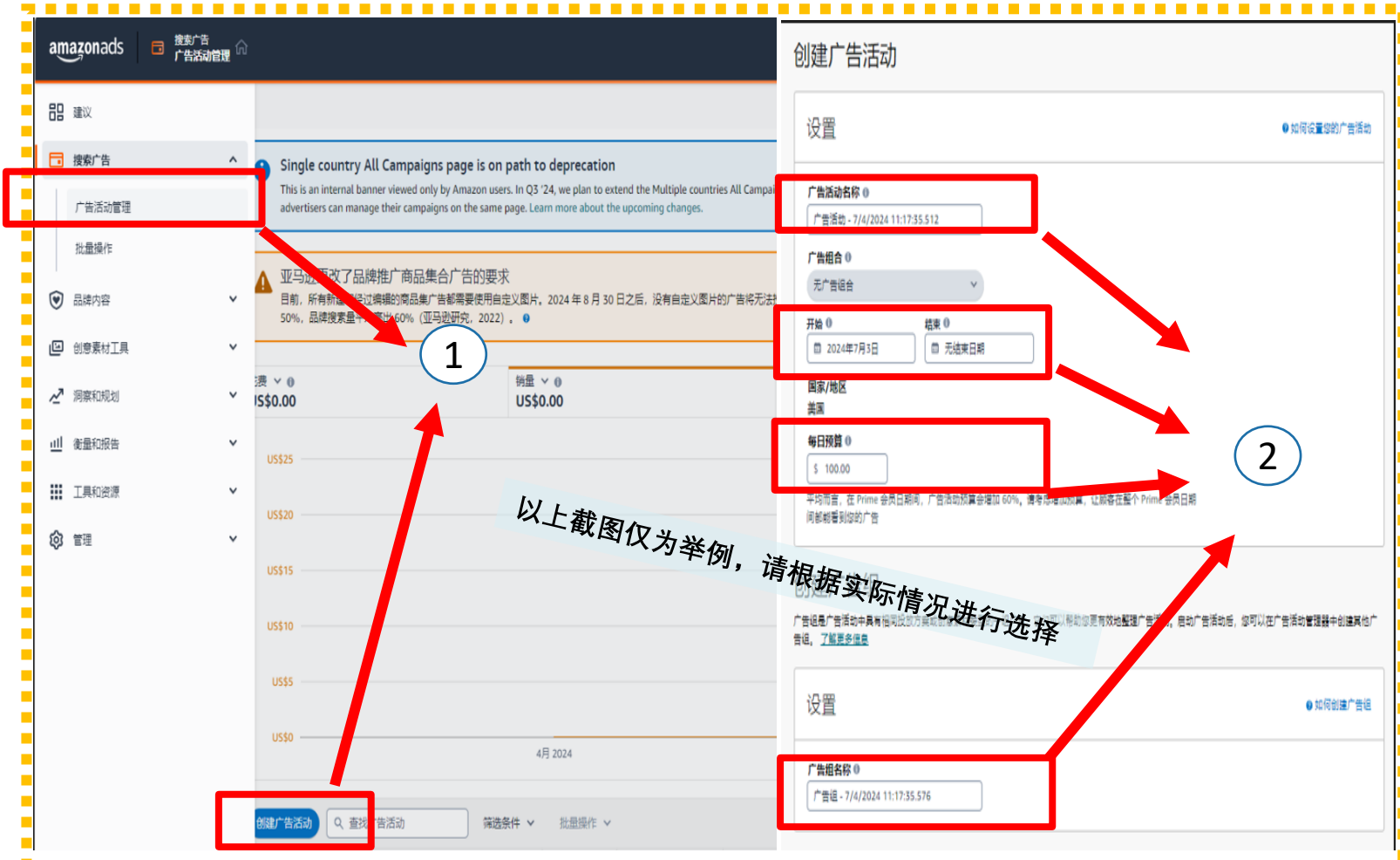
4

第三方网站



企业购展示型推广广告 如何开启 (1) ?

- 1 在卖家平台菜单中选择“广告”，点击“广告活动管理”，页面将跳转至广告平台，选择“创建广告活动”。
- 2 选择“展示型推广”，点击“继续”，为您的广告活动设置“广告活动名称”，“开始”和“结束”日期，“广告预算”。为广告创建“广告组名称”。



- 3 根据您的广告目标选择合适的“优化方案”，选择是否勾选“成本控制”选项，并为广告设置预期成本，亚马逊将自动调整竞价。

影响阶段	优化方案	衡量指标	付费类型	可设置预期成本
认知 我希望向尽可能多的顾客展示我的广告	触达 <ul style="list-style-type: none"> 吸引新客 提升知名度 	可见展示量、品牌新客	每千次可见展示成本 (vCPM)	每千次可见展示成本 (vCPM)
考虑购买 我希望让尽可能多的顾客访问我的商品详情页	页面访问次数 <ul style="list-style-type: none"> 提升购买意向 向上销售 交叉销售 	点击量、商品详情页浏览量、品牌新客	点击付费 (CPC)	单次点击成本 (CPC)
转化 我希望获得尽可能多的购买量	转化量 <ul style="list-style-type: none"> 推动复购 转化错失的销售 建立品牌忠诚度 	订单数量、销售额、ROAS、ACOS	点击付费 (CPC)	订单成本 (CPO)

企业购展示型推广广告 如何开启 (2) ?

优化方案

- 触达**
亚马逊将为您优化竞价，以便获得最佳的可见展示量。通过向相关受众展示您的广告来提升受众对品牌或商品的认知度，从而最大限度地扩大触达范围。
付费类型：每千次可见展示成本 (VCPM) | 归因于点击量和点击率的转化
- 页面访问次数**
亚马逊将为您优化竞价，以便提高页面访问量。通过向更有可能点击的顾客展示您的广告来提升顾客对品牌或商品的购买意向。
付费类型：点击付费 (CPC) | 归因于点击量的转化
- 转化量**
亚马逊将优化您的竞价，以便提高转化率。通过向更有可能购买您的商品的顾客展示您的广告来提高销售额。
付费类型：点击付费 (CPC) | 归因于点击量的转化

成本控制

将成功指标保持在或低于所需值 Beta

亚马逊将为您优化广告竞价，以便在投放期间设置竞价并添加投放目标，以尽可能保持您指定的指标值或低于该指标值。可能需要 72 小时才能达到预期的结果。

点击付费
\$ 1.00

值等于 \$1.00 或高于此值可能会带来更高的页面访问次数。

要推广的商品

5

搜索 输入列表 上传

按商品名称、ASIN 或 SKU 搜索

按添加日期排序 排序 在此页面上添加全部

1 个商品

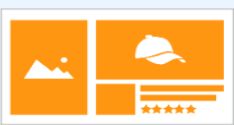
NOVAGO Compatible with Oppo Find X3 Neo 5G - Complete Pack - Ultra Resistant Flexible Case + 2 Curved
\$15.00 缺货
ASIN: B097WNRPKG SKU: 65c04992-5e2b

以上截图仅为举例，请根据实际情况进行选择

广告格式


4

图片



使用可选图片推广您的商品

视频



借助自动播放视频来展示单件商品。

Landing Page

推广商品来为商品详情页引流

亚马逊品牌旗舰店 (包括子页面) Beta

投放

6

兴趣和生活... 搜索定向

已添加 5 个目标

受众、品类、商品

内容相关投放

再营销测定定向
与您推广的商品相似 Beta
回溯期: 30 days
浏览次数 30 天

再营销测定定向
您推广的商品 Beta
回溯期: 30 days
浏览次数 30 天

再营销测定定向
与推广的商品相关 Beta
回溯期: 30 days
购买次数 30 天

购买再营销
您推广的商品 Beta
回溯期: 30 days
购买次数 30 天

竞价 建议竞价 每次点击费用 (CPC)

所有受众

- Books
- Business & Careers
- Business & Industry
 - LS - B2B - Amazon Business - Acute Healthcare Business 添加
 - LS - B2B - Amazon Business - Admin Role 添加
 - LS - B2B - Amazon Business - Agriculture Business 添加
 - LS - B2B - Amazon Business - Agriculture, Forestry and Fishing Business 添加
 - LS - B2B - Amazon Business - Automotive Business 添加
 - LS - B2B - Amazon Business - Business Members 添加
 - LS - B2B - Amazon Business - Business Products and Services Business 添加

4 选择“图片”或“视频”广告格式，落地“商品详情页”将促进商品销售；落地“品牌旗舰店”促进品牌整体销售。

5 在“要推广的商品”中添加企业购商品。(选品建议: 1.在卖家后台点击“B2B”，然后点击“B2B平台”，为“按卖家群里列出的热销B2B商品”开启展示型广告；2.为商品推广和品牌推广表现出色的ASIN开启展示型广告；3.建议在同一广告活动中添加同类、强关联、同价位、高评价商品。)

按买家群体列出的 B2B 绩效

工业 销售 2020/02/21 - 2020/03/22

提升 B2B 销量



按买家群体列出的热销 B2B 商品

教育 销售 2020/02/22 - 2020/03/23

工业

教育

产品	销售	商品数量	操作
Office Chair, Adjustable Headrest And Lumbar Support, High Back Computer Chair(Black) ASIN: B0855958 SKU: B0855958	8835.95	5	编辑

样张仅供参考

企业购展示型推广广告 如何开启 (3) ?

6 **方法1:** 在“投放”中选择“兴趣和生活方式受众”，然后在“浏览”中选择“Business & Industry”。

方法2: 通过搜索栏搜索“B2B-Amazon business”

方法3: 搜索“目标企业买家名称”（例如“doctor”，“education”等跟卖家自身商品相关性高的关键词），在搜索结果中选择带有“B2B-Amazon Business”的受众。

方法1



方法2



方法3



以上截图仅为举例，请根据“如何寻找目标受众”策略，选择实际对应的受众

7 通过去掉勾选“成本控制”，预测最佳广告组合，并在确认广告组合后重新勾选“成本控制” 如果您不勾选“成本控制”，在设置广告定向和竞价后，可以通过“预测”面板实时获取广告效果预测，并据此调整效果不佳的广告设置。

页面访问次数
亚马逊将为您优化竞价，以便提高页面访问量。通过向更有可能点击的顾客展示您的广告来提升顾客对品牌或商品的购买意向。
付费类型：点击付费 (CPC) | 归因于点击量的转化

转化量
亚马逊将优化您的竞价，以便提高转化率。通过向更有可能购买您的商品的顾客展示您的广告来提高销售额。
付费类型：点击付费 (CPC) | 归因于点击量的转化

成本控制
 将成功指标保持在或低于所需值 **Beta**
亚马逊将在您的广告活动投放期间设置竞价并添加投放目标，以尽可能保持您指定的指标值或低于该指标值。可能需要 72 小时才能达到预期的结果。

以上截图仅为举例，请根据实际情况进行选择

预测 测试版
预计的效果数据基于具有类似商品、优化方案、竞价、投放项和预算的历史广告活动。
[了解预测](#)

每周 **▼**

成本类型：CPC

展示量	19万-95万
点击量	170-670

企业购展示型推广广告

如何寻找目标受众?

TIP 1 在卖家后台点击“B2B”，然后点击“B2B平台”，在“按买家群体列出的B2B绩效”查看企业买家群体分类洞察（可切换按“工业”或“规模”），选择本店销售额/订单量最高，或增长最强劲的买家群体，作为投放对象，二级群体更为精准。



举例：某电动工具卖家为商品开启以下B2B受众投放

按买家行业投放

- LS - B2B - Amazon Business - Construction Business
- LS - B2B - Amazon Business - Agriculture Business
- LS - B2B - Amazon Business - Energy Business
- LS - B2B - Amazon Business - Manufacturing Business
- LS - B2B - Amazon Business - Mining Business
- LS - B2B - Amazon Business - Automotive Business
- LS - B2B - Amazon Business - Industrial business
- LS - B2B - Amazon Business - Electrician
- LS - B2B - Amazon Business - Foundation & Structure
- LS - B2B - Amazon Business - Plumber & HVAC
- LS - B2B - Amazon Business - Rough Carpenter & Framer

按买家账号类型投放

- LS - B2B - Amazon Business - Requisitioner Role
- LS - B2B - Amazon Business - Young Accounts
- LS - B2B - Amazon Business - Very Young Accounts

按买家购买偏好投放

- LS - B2B - Amazon Business - Top 100 Selling ASINs

按买家规模投放

- LS - B2B - Amazon Business - Business with 11-50 employees
- LS - B2B - Amazon Business - Small to Medium Business (Employees)
- LS - B2B - Amazon Business - Small to Medium Business (Revenue)

TIP 2 若您有B2B客户经理，联系客户经理获取帮助，根据各节点下，销售额占比最高的一二级买家画像，选择合适的广告投放群体目标。

TIP 3 您可根据您的商品属性或广告目标，选择保留或删除默认的投放选项。



*此处为默认选项，非B2B目标受众

企业购展示型推广广告

如何查看广告报告?

第1步 - “广告平台中菜单栏” 选择 “衡量和报告”， 点击 “搜索广告报告”。

第2步 - 点击 “创建报告”， 点击 “运行报告”。



定向广告报告

使用**定向报告**了解广告活动中每个B2B受众的投放效果。

编辑广告活动，提高有曝光的B2B投放目标的竞价，并移除未能产生销售额的B2B投放目标。

E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
Ad Group Name	Targeting	Impressions	Clicks	Click-Through Rate (CTR)	Spend	Cost Per Click (CPC)	Total Advertising Cost of Sales (ACoS)	Total Return on Advertising Spend (RoAS)	14 Day Total Orders (#)	14 Day Total Units (#)	14 Day Total Sales	14 Day Conversion Rate
7M	asin="B0"	268	0	0.0000%	\$0.00				0	0	\$0.00	
7M	asin="B0"	175	0	0.0000%	\$0.00				0	0	\$0.00	
7M	asin="B0"	6099	16	0.2623%	\$32.43	\$2.03	85.3870%	1.17	2	2	\$37.98	12.5000%
7M	asin="B0"	3537	4	0.1131%	\$3.16	\$0.79		0.00	0	0	\$0.00	0.0000%
7M	asin="B0"	660	0	0.0000%	\$0.00				0	0	\$0.00	
7M	asin="B0"	248	0	0.0000%	\$0.00				0	0	\$0.00	
7M	asin="B0"	2807	4	0.1425%	\$7.26	\$1.82		0.00	0	0	\$0.00	0.0000%
7M	asin="B0"	9559	8	0.0837%	\$15.96	\$2.00		0.00	0	0	\$0.00	0.0000%
7M	asin="B0"	5889	4	0.0679%	\$9.14	\$2.29		0.00	0	0	\$0.00	0.0000%
7M	asin="B0"	450	1	0.2222%	\$2.17	\$2.17		0.00	0	0	\$0.00	0.0000%
7M	asin="B0"	6873	11	0.1600%	\$23.65	\$2.15	124.5392%	0.80	1	1	\$18.99	9.0909%
7M	asin="B0"	1013	2	0.1974%	\$4.21	\$2.11		0.00	0	0	\$0.00	0.0000%
7M	asin="B0"	2314	1	0.0432%	\$2.38	\$2.38		0.00	0	0	\$0.00	0.0000%
7M	asin="B0"	3494	7	0.2003%	\$16.04	\$2.29	84.4655%	1.18	1	1	\$18.99	14.2857%
7M	asin="B0"	5678	5	0.0881%	\$11.53	\$2.31		0.00	0	0	\$0.00	0.0000%