

出單加速諮詢室

問題檢測 | 工具建議 | 時程優先序規劃

亞馬遜全球開店 賣家上線輔導團隊

February 2025

Agenda

- 01 聚焦關鍵商品
- 02 銷售問題健檢
- 03 建議工具與行動方案
曝光問題 | 點擊問題 | 轉化問題
- 04 時程及優先序規劃

銷售轉化問題思考框架



01 聚焦關鍵商品

篩選累積銷售額前五名 ASIN

如何判斷商品為累積銷售額靠前的商品？

❖ 請利用您的業務報告中篩選” 已訂購產品的銷售額” 及” 訂單商品總數” 前五名的商品

業務報告 | 各個子項的詳細資訊頁面銷量與流量 了解更多資訊

開始日期: 2024/07/04 結束日期: 2024/08/04 來自 2024/8/4 的數據可能尚未完全可用

下載 (.csv)

<input type="checkbox"/>	(子) ASIN ↓	發展機會 ↓	工作階段數量 - 總計 ↓	頁面瀏覽次數 - 總計 ↓	已訂購的單位數量 ↓	已訂購產品的銷售額 ↓	訂單商品總數 ↓
<input type="checkbox"/>							
<input type="checkbox"/>							
<input type="checkbox"/>							
<input type="checkbox"/>							
<input type="checkbox"/>							
<input type="checkbox"/>							
<input type="checkbox"/>							
<input type="checkbox"/>							

各個子項的詳細資訊頁面銷量與流量

路徑：報告→業務報告→各個子項的詳細資訊頁面銷量與流量→已訂購產品的銷售額

檢視庫存是否可維持銷售周數滿 4~8 周

如何判斷庫存是否足夠？

❖ 可維持銷售周數(WOC)=總供應天數÷7 落在 4~8 周即表示為健康的庫存水位

$$\text{可維持銷售週數 (WOC)} = \frac{\text{現有庫存} + \text{亞馬遜調配中的庫存}}{\text{每周平均銷量}}$$



預留數量 ⓘ	無法配送 ⓘ	供應天數 ⓘ 天	總供應天數 ⓘ
總計: 0 顧客訂單: 0 物流中心轉運: 0 物流中心處理中: 0	總計: 0 倉庫導致損壞: 0 顧客導致損壞: 0 承運方導致損壞: 0 經銷商導致損壞: 0 有瑕疵: 0 已過期: 0	365+	365+
總計: 1 顧客訂單: 0 物流中心轉運: 0 物流中心處理中: 1	總計: 0 倉庫導致損壞: 0 顧客導致損壞: 0 承運方導致損壞: 0 經銷商導致損壞: 0 有瑕疵: 0 已過期: 0	325	336

路徑: 庫存 → Amazon 配送 (FBA) 庫存 → 供應天數

02 綜合判斷銷售問題

我該如何知道這些商品的銷售轉化問題

透過業務報告診斷銷售問題

STEP 1 查看業務報告理解現狀

STEP 2 建立銷售轉化目標

STEP 3 確定差距最大的指標優先優化

- Impression : 檢視 Listing 及廣告關鍵字優化曝光
- Session : 搜尋結果頁(主圖、標題、評論數及價格)
- Units Ordered : 商品詳情頁/品牌建立



綠色底為賣家需自行於業務報表反查
橙色底色為本次銷售轉化目標

Top ASINs (依據銷量及庫存狀況)
B12345678

以下數字僅為舉例，須依據您的狀況代換

了解目前銷售轉化狀況 (此處以Top 1 銷量ASIN為示範)

銷售漏斗指標	目前狀況
Impression (請參考Ads Console中"廣告產品"的impression)	14,345
Session (一天內瀏覽Detail page 人數)	882
Units Ordered	26
CTR (點擊率)	6.1%
CVR (轉化率)	2.9%

建立銷售轉化目標(此處以Top 1 銷量ASIN為示範)

銷售漏斗指標	目標狀況
Impression (請參考Ads Console中"廣告產品"的impression)	33,104
Session (一天內瀏覽Detail page 人數)	2,035
Units Ordered (此處請填上下月期望訂單數)	60
CTR (點擊率)	6.1%
CVR (轉化率)	2.9%

路徑: 報告 -> 業務報告 -> 各個子項的詳細資訊頁面銷量與流量

找出高價值、高潛力的商品及優化建議

利用「發展機會」由系統篩選出要優化的商品

- ❖ High Value 高價值：銷量或瀏覽量 Top10% 的ASIN，已經是主打商品，有必要優化。
- ❖ High Potential 高潛力：參考其他類似產品的表現算出具有潛力的商品，推薦賣家採取行動提高轉單。

發展機會 → 探索銷售計畫 產品推薦

產品建議 進一步了解 | 觀看教學課程 | 為這個頁面評分

檢視您的熱門推薦項目，或依目標或計畫類型探索。

前 50 名 銷售新產品 (0) 提高銷售 (48) 降低成本 (1) 推動流量 (1) 自訂 ASIN 清單

前 50 個機會 進一步了解 前 50 個機會

所有機會每天都會重新整理，已完成的推薦項目將在 24 小時內移除。

過去 30 天的平均值 (2024/6/28 至 2024/7/27) 截至今日為止

排名	標題 ASIN	影響	每日工作階段	ASIN 轉換率	品類轉換率	銷售排名	庫存盤點
# 1	HV	潛在銷售升幅 +US\$416 (14.1%)	10 ↑ 100.0%	10.0% ↑ 5.4%	0.6% ↑ 20.0%	# 2,266 ↓ 61	484

建立品牌推廣廣告

為什麼此推薦可以提高銷售額：透過展示型推廣來宣傳此 ASIN，以在 Amazon、Twitch 和第三方網站和應用程式上吸引更多對此類產品感興趣的顧客。

路徑：賣家後台→選單→成長→發展機會

找出高價值、高潛力的商品及優化建議

評級介紹

- 衡量 **Listing 健康品質** 的綜合指標，根據影響流量、轉換相關欄位的完善程度進行評分
- 分數 0-100，100分表示 **Listing 品質最佳**，0分表示 **Listing 品質最差**

評級方式

- 總共分為 **6 個等級**——‘**A**’ 段代表最佳，‘**F**’ 代表最差

A	80-100分	具有所有要素或僅缺少一個
B	70-79分	缺少1-2個要素，有改善空間
C	60-69分	缺少2-3個要素，有改善空間
D	50-59分	缺少3-4個要素，需要改善
E	10-49分	缺少4-5個核心屬性，曝光轉化會受到嚴重影響，急需改善
F	0分	建立了ASIN但存在合規問題，或缺少所有要素，在搜尋和瀏覽介面被限制刊登

重點提醒

- 新評分方式更有效提升您**Listing**流量及轉化
- 過去為 **A** 的 **ASIN** 將可能因此下降須再次自查更正 (相關屬性/標題長度/圖片資訊完整度/**A+**/圖片)

評分表說明手冊: https://m.media-amazon.com/images/G/28/TWGS/SU/Amazon_2024_Listing_Checklist.pdf

2024 新版亞馬遜Listing 完整度評分表

分類	Listing 要素	家居生活用品	時尚	消費電子用品	消費品
流量	✓ 有分類葉節點	10	10	20	10
	✓ 有搜尋關鍵字	5	5	10	5
轉化	✓ 有A+頁面	12.5	12.5	10	12.5
	✓ 有品牌名稱	5	5	0	5
	✓ 有商品描述	5	5	10	5
	✓ 有一項商品要點	5	5	0	5
	✓ 有3項或以上商品要點	2.5	2.5	0	2.5
	✓ 關鍵屬性全都填寫	25	25	25	25
標題	✓ 10字符 < 標題長度 < 200字符	5	5	5	5
	標題以品牌名稱開頭	5	5	0	5
圖片	圖片資訊完整度	5	5	5	5
	✓ 有4張或以上的圖片	5	5	5	5
	主圖有縮放的功能	10	10	10	10
滿分		100	100	100	100

⚠ 建議賣家以80分以上為自我診斷和基礎優化的標準

✓ 建議至少做到綠色打勾項目則可達到80分以上

關聯屬性是甚麼？

關聯屬性：系統根據類別建議填寫的重要產品資訊，以豐富產品細節，讓消費者更快做出購買決策

Search & Browse Refinements on Detail Page: **ASUS VivoBook 15 Thin and Light Laptop, 15.6" FHD Display, Intel i3-1005G1 CPU, 8GB RAM, 128GB SSD, Backlit Keyboard, Fingerprint Reader, Windows 10 Home in S Mode, Slate Gray, F512JA-AS34**

Laptop Display Size


- Up to 10 in
- 11 to 12 in
- 13 to 14 in
- 15 to 16 in
- 17 in & above

CPU Type

- AMD A-Series
- AMD A10
- AMD A4
- AMD A6
- AMD A8
- AMD Athlon
- AMD Athlon II
- [See more](#)

CPU Speed

- Up to 1.4 GHz
- 1.5 to 1.9 GHz
- 2 to 2.4 GHz
- 2.5 GHz & above



Roll over image to zoom in

Visit the ASUS Store
4.5 ★★★★★ | 5,849 ratings | 413 answered questions

-15% \$355⁰⁰
List Price: \$419.99

\$74.45 Shipping & Import Fees Deposit to China Details

Available at a lower price from other sellers that may not offer free Prime shipping.

Brand ASUS

Model Name VivoBook 15

Screen Size 15.6 Inches

Color Slate Gray

Hard Disk Size 128 GB

CPU Model Core i3-1005G1

Ram Memory Installed Size 8 GB

Operating System Windows 10 Home

Special Feature Backlit Keyboard, Fingerprint, Nanoedge Bezel

Graphics Card Description Integrated - 2020 Version

Compare with similar items

Item	ASUS VivoBook 15	ASUS Vivobook Laptop	Lenovo Ideapad 3 Laptop	Asus 2022 VivoBook Business Laptop	ASUS Vivobook [Windows 11 Pro]	ASUS Vivobook Laptop
Customer Rating	★★★★☆ (23)	★★★★☆ (183)	★★★★☆ (28)	★★★★☆ (133)	★★★★☆ (29)	★★★★☆ (214)
Price	\$539 ⁰⁰	\$519 ⁹⁹	\$649 ⁰⁰	\$499 ⁰⁰	\$599 ⁰⁰	\$599 ⁰⁰
Sold By	Oydysen WOWPC (Next Day Shipping Available)	National Sales LLC(S/N recorded)	Oydysen WOWPC (Next Day Shipping Available)	Oydysen WOWPC (Next Day Shipping Available)	Rainbow Office Tech Deal	Prime Sales (Two Day Shipping)
CPU Model Manufacturer	Intel	Intel	AMD	Intel	Intel	Intel
CPU Speed	3.60 GHz	1.00 GHz	4.30 GHz	4.10 GHz	3.60 GHz	1.00 GHz
Display Resolution Maximum	1600 x 900 pixels	1600 x 900 pixels	1920 x 1080 pixels	1920 x 1080 pixels	1600 x 900 pixels	1600 x 900 pixels
Screen Size	17.3 inches	17.3 inches	17.3 inches	15.6 inches	17.3 inches	17.3 inches
Display Technology	LCD	—	—	—	—	—
Hard Disk Size	1 TB	512 GB	1 TB	512 GB	1 TB	1 TB
Item Weight	5.10 lbs	5.07 lbs	4.79 lbs	—	5.07 lbs	5.07 lbs
Operating System	Windows 11	Windows 11 Home	Windows 11	Windows 11	Windows 11 Pro	Windows 11 Home
Processor Count	4	4	6	2	4	4
RAM Type	DDR4 SDRAM	DDR4 SDRAM	DDR4 SDRAM	DDR4 SDRAM	DDR4 SDRAM	DDR4 SDRAM

搜尋結果篩選

產品詳細參數

與競品對比

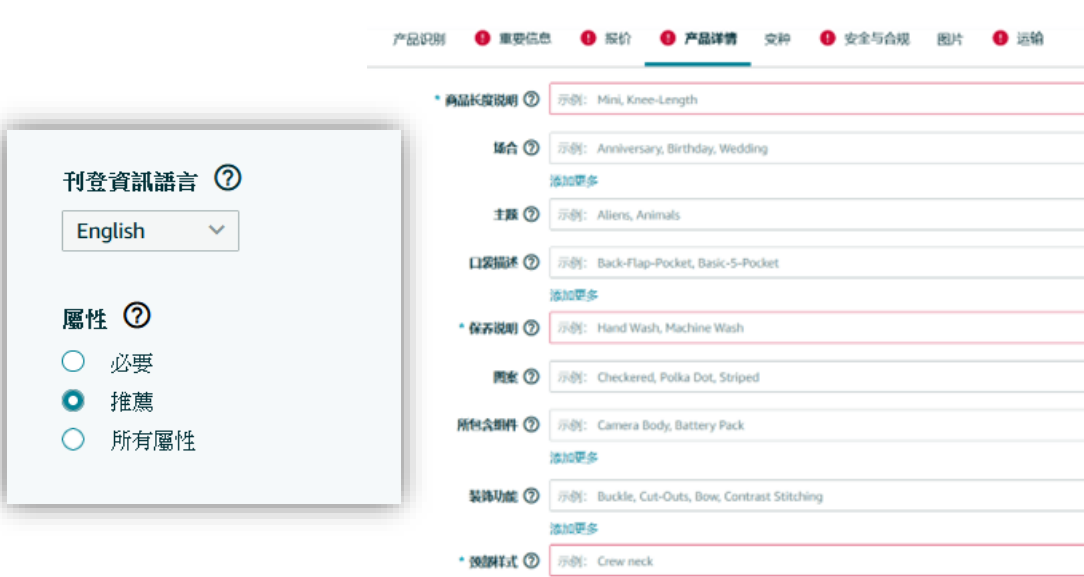
以上僅展示關聯屬性可能出現位置，須以實際為準。

如何進行關聯屬性優化?

在您進行單一個產品上架頁面操作，將必要欄位填寫完後，進一步針對推薦欄位盡可能填寫

單一個產品上架

路徑：庫存→管理所有庫存→找到該商品→編輯



改進刊登品質

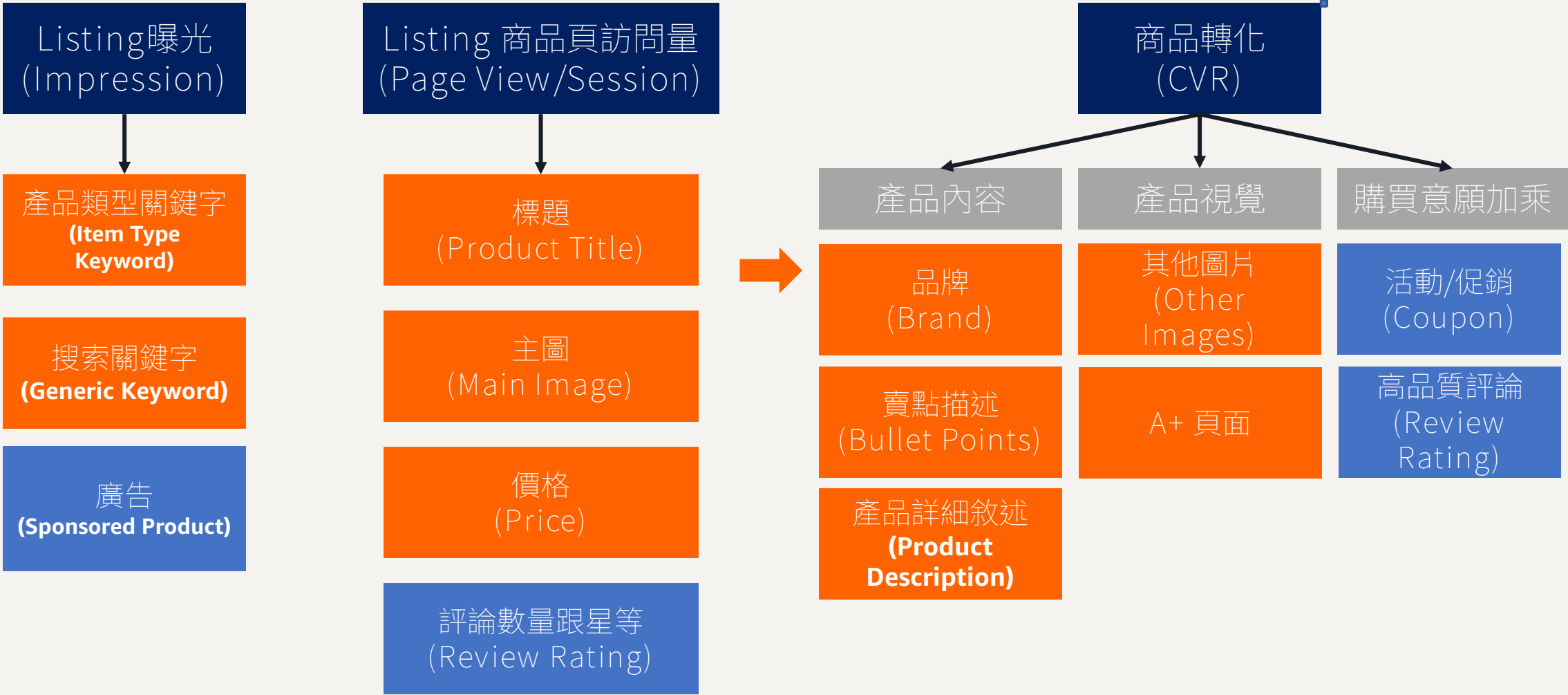
路徑：庫存→管理所有庫存→找到該商品→狀態



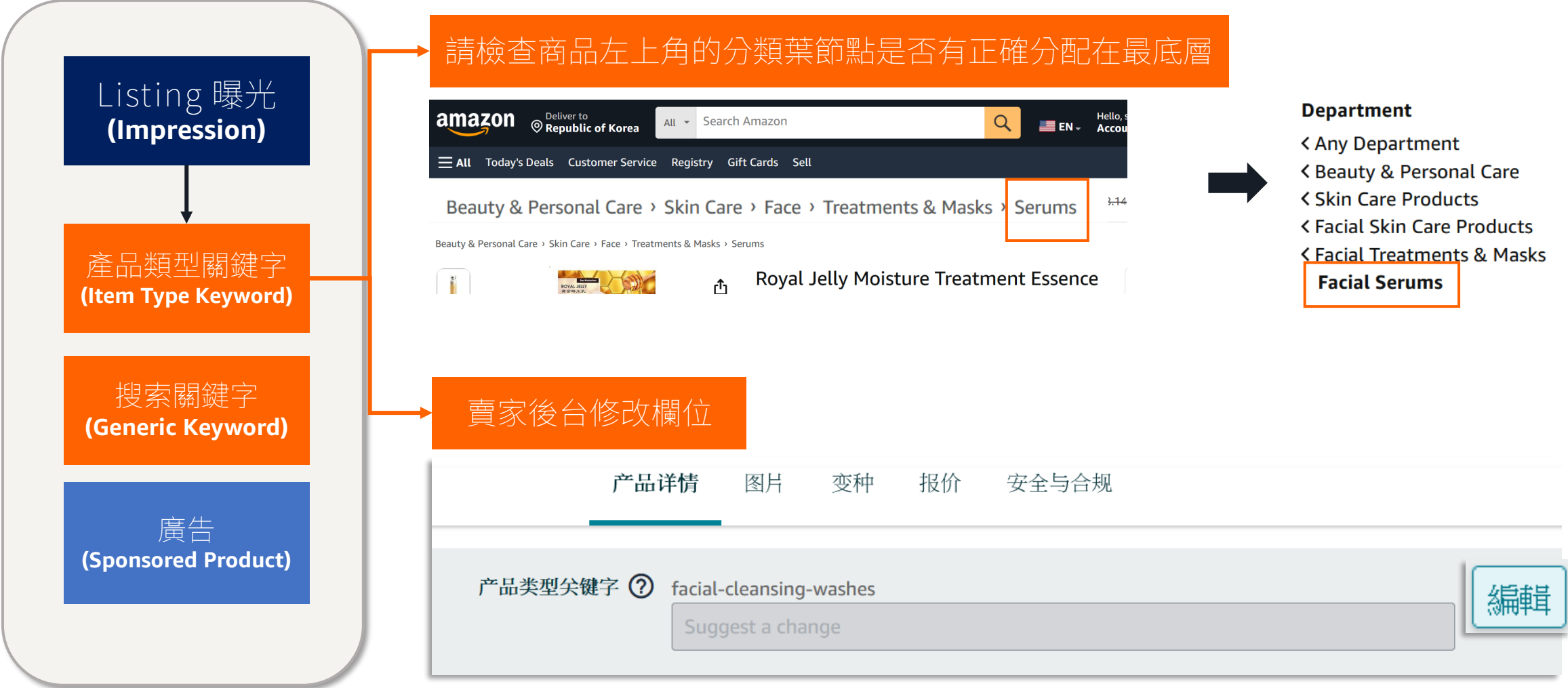
03 建議工具及行動方案

我該利用甚麼方式解決銷售轉化問題
曝光問題 | 點擊問題 | 轉化問題

解決銷售轉化問題對應的解法

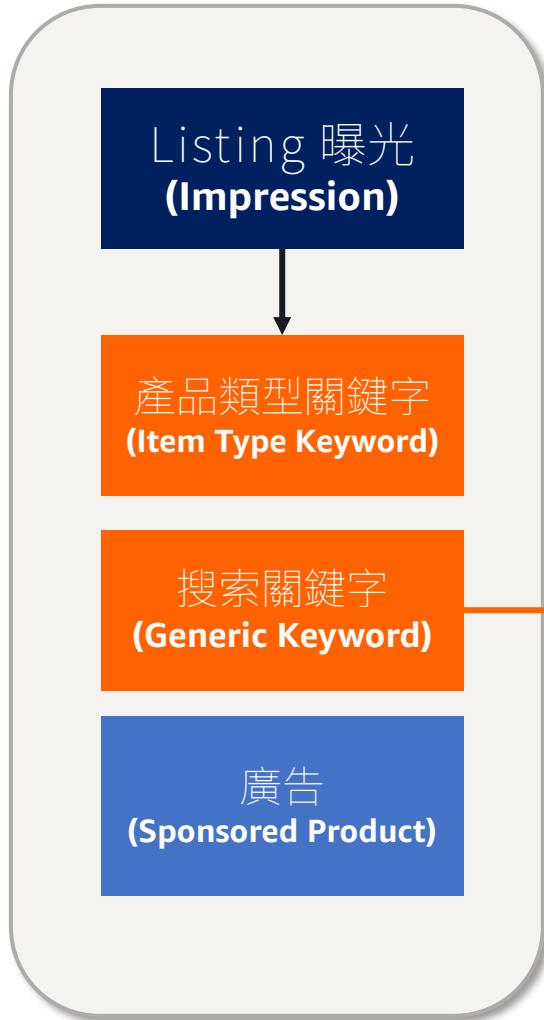


Listing 如何影響內部曝光量

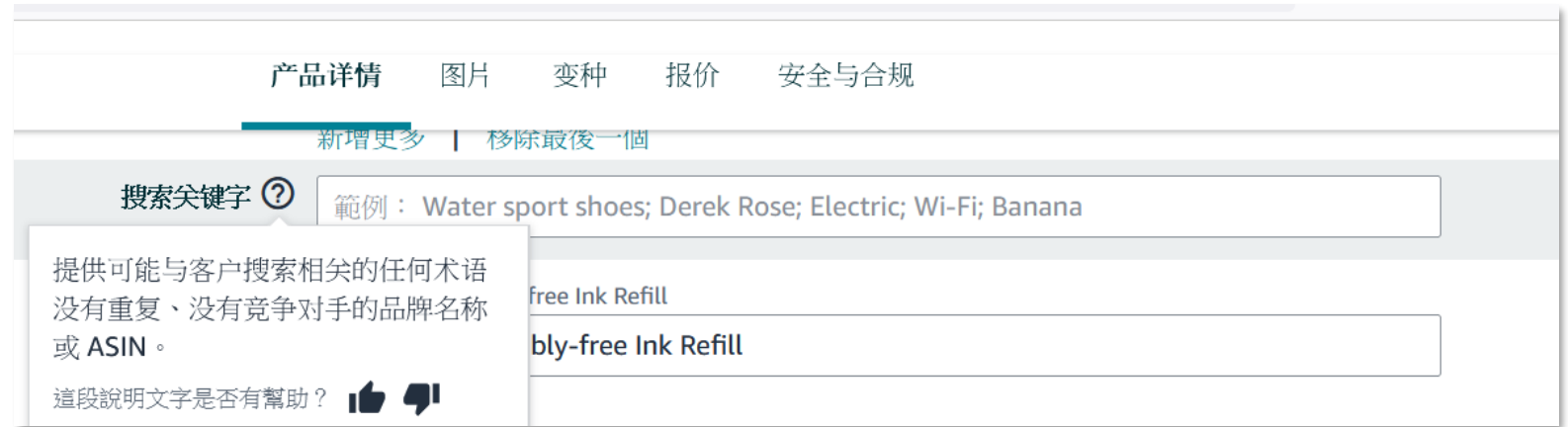


路徑：庫存→管理所有庫存→編輯→產品類型關鍵字

Listing 如何影響內部曝光量



請檢查商品詳情頁是否有填寫【搜索關鍵字】欄位



👉 注意! 搜索關鍵字並不會呈現至前台網頁，僅為提供演算法讀取並使消費者搜尋該詞有機會看到您的商品。

路徑：庫存→管理所有庫存→編輯→產品詳情→搜索關鍵字

關鍵字埋設位置有哪些

埋設位置	埋設方式
標題	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 在標題的設定中，關鍵字選擇一定要精準(核心關鍵字)，與所售產品的相關性強，這樣的標題可以最大化的提升點擊率
搜索關鍵字	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 賣家可以在 ASIN 的【搜索關鍵字】欄位中加入更多關鍵字來描述商品，這些關鍵字隱藏在後端，在亞馬遜前台不可見，但也能被用戶搜尋到。賣家可以補充標題中沒有涵蓋的關鍵字，增加商品被搜尋到的機會，從而最大程度上增加商品曝光量。無須區分單複數、大小寫，切勿使用任何標點符號區分，僅需以空格區分詞組即可，最多250字元。
商品描述	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 一個好的商品描述決定著頁面購買的轉化率，商品描述不必重複標題、商品要點、關鍵字中已有的詞組，應選取更通俗易懂、客觀實在的內容為商品帶來更高的展現機會。賣家可擴大關鍵字涵蓋範圍，例如可以提供關於旺季中商品體驗、使用和優勢的資訊，激發買家的想像力，給買家實體店般的購物體驗
圖像關鍵字 易忽略	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 該部分是必填的圖片說明，雖不會在前台顯示，但作為被搜尋項，可以幫助ASIN 提升被用戶搜尋到的可能
A+ 中的說明文 易忽略	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A+ 中的說明文和圖片一起顯示在前台的 A+ 部分，對產品多維度展示說明，同樣有助於提高 ASIN 被搜尋到的可能性
廣告關鍵字	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 待自動投放廣告活動一段時間後，可透過篩選效果好的關鍵字做定向手動投放



找關鍵詞-Opportunity Explorer 商機探測器

透過【依關鍵字或 ASIN 搜尋】 / 【依類別尋找機會】 找到分眾市場對應的熱門搜尋關鍵字

產品商機探索平台

搜尋關鍵字: earbuds

美國 中與「earbuds」相符的分眾市場

客戶需求	熱門搜尋字詞	搜尋次數	總計	成長	總計	成長	註冊出單數	平均註冊出單數	註冊率	平均價格
客戶需求	熱門搜尋字詞	總計	總計	成長	總計	成長	總計	總計	總計	總計
beats earbuds	beats earbuds, beats ear buds, beats buds	10	5,741,306	+45.07%	1,972,598	+58.33%				
translation earbuds	translation earbuds, translation earbuds real time, audifones traductores ingls español	121	5,697,215	+1,665.02%	4,608,721	+488.59%				
bose earbuds	bose earbuds, bose earbuds wireless bluetooth, audifones bose	15	4,568,570	+11.72%	1,318,361	+15.12%				
samsung earbuds	samsung earbuds, galaxy buds, samsung earbuds wireless	24	6,246,446	+15.74%	1,851,320	+25.44%				
wired earbuds	wired earbuds, earbuds wired, ear buds wired	29	4,711,107	+12.43%	1,156,945	-15.43%				
apple earbuds	apple earbuds, apple earpods, apple headphones wired	6	6,836,628	+5.65%	1,798,115	+4.90%				
gaming earbuds	gaming earbuds, gaming earbuds with mic, gaming ear buds	33	1,361,848	+18.59%	435,492	+45.56%				

分眾市場詳細內容

了解更多此分眾市場及其新產品的潛力。

上次更新日期: 2025/2/9

shooting ear buds
位於美國

此分眾市場有幫助嗎?

搜尋量 (過去 360 天)
630,593

搜尋量增長率 (過去 180 天)
10.90%

平均價格 (過去 360 天)
US\$93.66

平均已售單位數量範圍 (過去 360 天)
500-750

產品 搜尋字詞 分析資料 趨勢 購買驅動因素 全新! 客戶評論深入分析 退貨 全新!

此分眾市場中的搜尋字詞

顯示第 1 到 20 筆結果, 共 20 筆

搜尋字詞	搜尋量			需求		點擊次數最多的產品 #1	ASIN
	總數 過去 360 天	成長 過去 90 天	成長 過去 180 天	點擊分享 過去 360 天	搜尋轉換 過去 360 天		
axil ear protection	133,898	-12.98%	-15.45%	16.45%	1.27%		
axil gs extreme 2.0 shooting ear buds	71,694	-6.87%	11.84%	12.37%	2.98%		
decibultz	71,532	1.27%	13.31%	13.74%	3.79%		
shooting ear buds	58,368	10.83%	29.96%	9.03%	0.75%		
axil	40,076	-2.30%	2.59%	5.95%	1.26%		

客戶評論深入分析

需要協助嗎? 觀看教學課程

檢視過去 6 個月收集的資料相關片段。根據客戶評分與文字評論的分眾產品評分。

主題	提及百分比	相關片段
Audio Quality		
good sound	44.29%	"Quality sound"; "Sounds good"; "compared to AirPods Pro I had previously it had incredible audio"
good sound quality	21.43%	"sound quality are good"; "Like: Audio quality, size, battery life, choice of inserts"; "great sound quality when you have a good seal and these deliver"
clear sound	4.29%	"Amazingly clear sound"; "Crisp clear sound"; "While the sound is clear"
good earbuds	2.86%	"Always good quality ear buds and not noticeable and sound quality is great"; "My old Ankr P3i ear buds were superior for half of the price"
great headphones	2.86%	"these headphones were PHENOMENAL"; "Great headphones better than I ever expected"
Noise Level		
good sound	11.48%	"Sound is amazing"; "Superb noise reduction"; "So quiet"
quiet	8.20%	"Sound is amazing"; "Good sound when youre not moving"; "I found them earlier and they still work and sound perfect"
	8.20%	"So quiet"; "As for quiet: no ringing ears on the outdoor range"; "It's amazing just how quiet it can be in the middle of an active range"

路徑: 成長 → 機會瀏覽器 (US/EU/JP only)

找關鍵詞-Amazon Brand Analytics 品牌分析

透過熱門搜尋字詞了解市場 ASINs 關鍵字表現

透過搜尋查詢績效了解品牌、ASINs 關鍵字表現，取得免費精準關鍵字

品牌分析 → 首頁 顧客旅程分析 **全新** 顧客忠誠度分析 搜尋分析 消費者行為分析

搜尋查詢績效 說明和常見問題

此儀表板列出了引導顧客找到您品牌產品的熱門查詢。其中包括整體的曝光數、點閱數、加入購物車次數和購買次數，以及您的品牌在這個績效中所佔的比率。「品牌」檢視會顯示您所有品牌的查詢績效

搜尋型錄績效
搜尋查詢績效
熱門搜尋字詞

的曝光數、點閱數、加入購物車次數和購買次數，以及您的品牌在 ASIN 的熱門搜尋查詢。

熱門搜尋字詞：搜尋市場競品的關鍵詞來拓展關鍵詞庫

品牌分析 → 首頁 顧客旅程分析 **全新** 顧客忠誠度分析 搜尋分析 消費者行為分析

熱門搜尋字詞 說明和常見問題

依特定時間範圍內搜尋頻率排名中的熱門搜尋字詞提供概覽。這個儀表板會對每個搜尋字詞顯示獲得最多點閱的前 3 名商品、前 3 名品牌和前 3 名品牌。

報告範圍：每週 2025-02-09 - 2025-02 套用 產生下載檔案

搜尋字詞

搜尋字詞	搜尋頻率	熱門品牌	熱門品牌類別	ASIN	商品名稱
invincible	1	IMAGE, Funko	Digital Video Download, Books, Digital Ebook Purchase		
valentines day gifts for her	2	LEGO, RENPHO, GLAMOUR BOUTIQ...	Home, Toys, Grocery		
valentines day gifts for him	3	It's a Date!, LUNBIN, -	Toys, Apparel, Home		
beast games	4	Foqyui, BEASTS OF BALANCE	Digital Video Download, Toys, Grocery		
valentines day cards for kids school	5	Kangaroo, JOYIN, Peaceable Kingdom	Toys, Office Products, Home		
wicked	6	UNIVERSAL, William Morrow	Digital Video Download, Video DVD, Digital Music Purchase		
reacher	7	RMS, desin	Digital Video Download, Health & Personal Care, Digital Ebook Purc...		
moana 2	8	Disney, Sony Pictures	Digital Video Download, Video DVD, Toys		
toilet paper	9	Charmin, Amazon Basics, Scott	Health & Personal Care, Biss, Grocery		

搜尋查詢效能：查詢品牌/ASINs 的關鍵字成效，優化廣告及 Listing

搜尋查詢效能 說明和常見問題

此控制面板列出了將客戶引導至瀏覽您品牌產品的熱門查詢。這包括整體的查詢效能，例如每個查詢的曝光次數、點擊次數、新增至購物車和購買的商品，以及品牌對總成效的份額。在「品牌」視圖中，您可以了解到您品牌的查詢效能。在 ASIN 視圖中，您可以了解到特定 ASIN 的熱門搜尋查詢。

品牌檢視 ASIN 檢視

品牌： 報告範圍：每週 選擇週：週 30 | 2024-07-21 - 2024-0 套用 產生下載檔案

搜尋查詢	搜尋查詢分數	搜尋查詢量	搜尋漏斗-曝光數			搜尋管道-點擊			當日報送速度	
			總數	品牌計數	品牌分享	總數	點擊率	品牌計數		品牌分享
facial oil serum	1	183	3,852	1	0.03%	73	39.89%	1	1.37%	9
pentadecanoic acid c15	2	913	21,629	422	1.95%	263	28.81%	1	0.38%	24
facial greenvines	3	2	38	8	21.05%	1	50%	1	100%	0
know more resilience face oil	4	1	15	3	20%	1	100%	1	100%	0
anti aging face oil for wrinkles	5	22	423	3	0.71%	10	45.45%	1	10%	2
organic cold pressed olive oil for face	6	3	57	3	5.26%	3	100%	1	33.33%	2
aceite de almendras para la cara	7	153	3,141	2	0.06%	87	56.86%	1	1.15%	13
best face oils	8	13	287	1	0.35%	5	38.46%	1	20%	2
facial oils for face anti aging	9	327	7,281	115	1.48%	171	52.29%	1	0.58%	19

路徑: 品牌 → 品牌分析 → 搜尋分析 (Brand Only, NA/EU/JP/AU only)

4 大廣告自查步驟提升頁面流量



Step 1

鎖定廣告優選商品

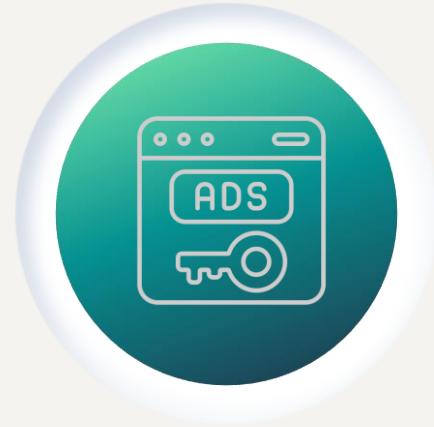
- 優先投放系統推薦的高潛力商品



Step 2

檢查自動廣告

- 是否開啟自動商品推廣
- 是否採用系統建議的競價 & 預算，以提升曝光機會
- 新品建議選 **【固定競價】**



Step 3

搭配手動廣告

- 自動+手動廣告應搭配使用
- 投放自動廣告表現佳的關鍵字(至少新增 30 組)
- 新品第一次開建議使用 **【廣泛比對】**



Step 4

優化廣告活動

- 注意是否有無出單/數據少的廣告組,可合併或刪除
- 初期點擊量佳&有出單的廣告活動,可加大預算
- 注意預算是否足夠
- 確認影響廣告表現的因素進而優化

Step 1：選定曝光機會高的潛力商品投廣

適合情境：若業務報告的數據不足，可針對「**優選廣告商品**」做重點投廣，提升曝光&點擊機會

使用原因：優選廣告商品經廣告推廣後，其被點擊的可能性是非優選廣告商品的**16**倍

如何找到優選廣告商品

1. 於廣告後台模擬建立廣告活動(請選擇**商品推廣**)



2. 下滑至產品區塊，點擊**建議**即為優選廣告商品



路徑:廣告後台→廣告活動管理器→建立廣告活動

Step 2：檢查自動廣告設置以增加實際曝光

設定建議競價與預算：建議為系統建議金額的最高值或超出10%

路徑：廣告後台>廣告活動管理器>建立廣告活動> 自動鎖定目標

自動鎖定目標 如何設定競價

設定預設出價

平日的建議出價 預設出價

\$0.58 (\$0.43-\$0.73) \$ 0.73

依目標群組來設定出價

建議預設出價設定最高值= \$0.73 或超出 10% = \$0.8

每日預算

\$ 20.00

建議每日預算：\$20.00 新增

建議每日預算設定\$20 或超出10%= \$22

建議的預算會增加廣告活動全天執行的機會。

自查優化建議：檢查廣告後台>右上角「通知」，可能有廣告團隊推薦的廣告建議

路徑：廣告後台>右上角「通知」

amazonads 推廣廣告 廣告活動管理器

推廣廣告 美國

通知

前往審核警示

AUTO-PARTS-EXPERT SPONSORED PRODUCTS CAMPAIGN

Campaigns with less than 50% budget utilization in last 14 days

Recommend the advertiser increase bids or add keywords to help improve delivery.

Status: No case created

Optimize 1 campaign

Step 3：搭配手動投放精準觸及顧客

使用情境：開自動廣告後，可將自動廣告表現佳的關鍵字加入手動廣告的關鍵字投放清單中，更精準增加有效流量

注意事項：建議在手動廣告中新增至少 **30** 個關鍵字，以增加廣告的顯示機會。

1. 手動廣告路徑：建立廣告活動(請選擇商品推廣)>手動投放> 關鍵字投放>加入合適關鍵字

2. 新增新關鍵字路徑：點選廣告活動名稱>點選廣告組 (Ads Group)>Targeting > 「Add keywords」

建議：系統推薦關鍵字，可快速新增(如下圖)
輸入清單：自行輸入想要的關鍵字

關鍵字	相符類型	建議出價	全部新增
cake prime IS: 0	廣泛	\$0.12	新增
	片語	\$1.05	新增
	精確	\$0.44	新增
cake IS: 0	廣泛	\$0.12	新增
	片語	\$0.20	新增
	精確	\$0.35	新增
strawberry IS: 0	廣泛	\$0.88	新增
	片語	\$1.15	新增
	精確	\$2.00	新增
birthday cakes IS: 0	廣泛	\$0.12	新增
	片語	\$0.20	新增
	精確	\$0.35	新增

若為不確定成效的關鍵字，可先選「廣泛」增加搜尋機會；若為自動廣告驗證有效關鍵字，則可嘗試選「精確」。

樣本僅供參考

可從亞馬遜推薦的關鍵字清單中選擇，也可自行輸入自動廣告表現佳的關鍵字。

路徑:廣告後台>廣告活動管理器

Step 4：分析廣告報表以優化各階段指標

使用情境：在開啟廣告**2~3**周後，可檢查廣告報表確認廣告曝光, 點擊與轉化銷售數據

可**下載**不同類型的廣告報表，下圖以 **關鍵字(搜索字詞)報表** 為例:

分析步驟

報告類別 商品推廣

報告類型 **搜尋字詞**

此報告包含顧客輸入且至少產生 1 次點擊數的搜尋字詞。
[瞭解搜尋詞報告](#)

時間單位 摘要 每日

報告期間 過去 30 天

1. 依點擊量由大到小排序
2. 把有出單(有轉化率)的詞標註出來
3. 逐步分析搜索詞及各項指標
4. 將帶來無效流量的關鍵字設定為否定關鍵字
5. 持續優化廣告表現

* 此步驟提供給對廣告較不熟悉的賣家，有廣告經驗建議直接報名亞馬遜[廣告優化課](#)

分析範例

客戶搜尋字詞	廣告曝光	點擊	點選率 (CTR)	每次點擊成本 (CPC)	支出	7 天轉換率	給初階賣家的廣告建議
ballesta para pesca	78800	187	0.23%	\$ 0.67	125.88	4.28%	
ballestas de caza profesional	13650	76	0.55%	\$ 0.87	65.77	7.89%	
ballesta de pesca	18400	52	0.28%	\$ 0.55	28.71	0.00%	
pistol crossbow string	14600	45	0.30%	\$ 0.59	26.45	4.44%	→ 將表現好的關鍵字添加到手動廣告
ballesta de caza	3500	30	0.85%	\$ 0.86	25.76	0.00%	
ballista bat reverse	4950	19	1.00%	\$ 0.92	17.57	0.00%	→ 有一定點擊率的關鍵字，須持續關注轉化率為0的原因
reverse draw crossbow	550	11	1.95%	\$ 0.67	9.41	0.00%	→ 有些長尾詞需要更長的轉化週期，需等待觀察
crossbow women	450	9	2.00%	\$ 0.77	6.93	66.67%	→ 轉化率高，但曝光不足：可設定獨立的手動廣告活動鎖定此關鍵詞組，提高競價/預算
turbo s1 crossbow	650	7	1.10%	\$ 0.83	5.8	0.00%	
ballista bat reverse crossbow	950	7	0.72%	\$ 0.63	4.39	28.57%	→ 轉化率高，但曝光不足：可設定獨立的手動廣告活動鎖定此關鍵詞組，提高競價/預算

路徑:廣告後台>衡量與報告>推廣廣告報告>建立報告

Posts 貼文：提升品牌/產品的臨場感及互動性

發布 Posts 提升品牌/產品在生活場景的圖片/影片，引起消費者共鳴 ([說明頁](#))

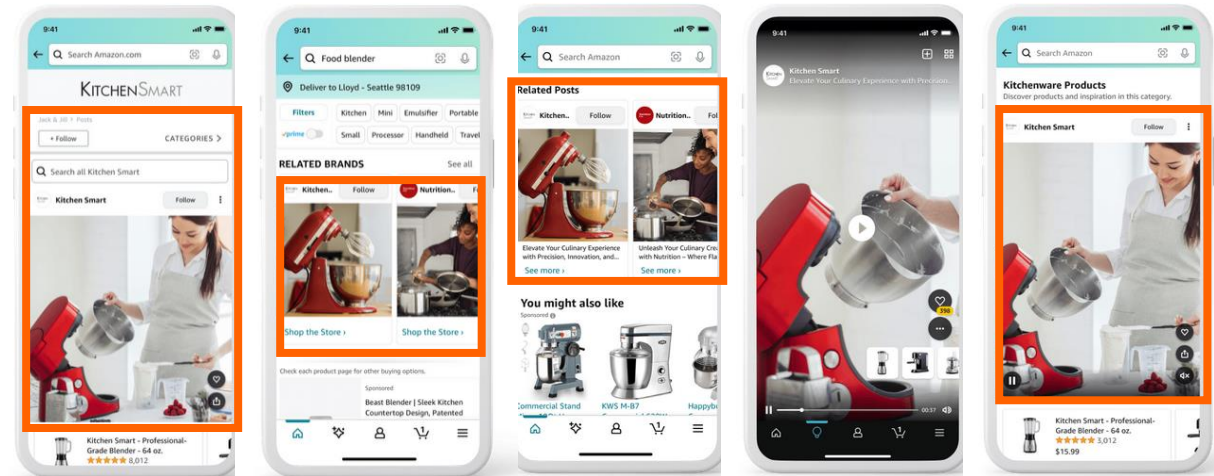
Posts 優勢：

- 免費增加品牌/產品的曝光流量的機會，增加Brand followers，增加互動率
- 結合快速購買功能+社群媒體特色(可以同時發布在IG、FB、twitter等)，突顯豐富的場景展示+核心產品，有機會展現在 Amazon Inspire 觸及更多消費者

Posts 快速使用: ([操作指南](#))

- 設定品牌檔案>瀏覽「貼文」區段>上傳圖片及文案(最多五個ASIN)>在所需的時間範圍排程>提交
- 圖片：使用 [AI 圖片產生器](#)，結合品牌分析報告的受眾、品牌形象、情境圖、季節性(如:聖誕節)、促銷活動等描述。
- 標題&內文: 結合關鍵詞報告，產品&品牌特點，標記適合的產品
- 定期更新，保持與Brand followers互動，建議大促前一個月每週持續更新3-5次，新品上市、參與Deal活動等

Posts 會出現在：



品牌旗艦店動態消息

熱門搜尋

商品詳情頁

啟發分頁

類別動態消息

帖子剖析



路徑:[廣告](#)→[廣告活動管理器](#)→[品牌內容](#)→[貼文](#) (Brand Only, US only)

BRB 品牌引流獎勵計畫

幫助品牌的站外推廣：增加站外引流，並免費獲得銷售獎勵 ([說明頁](#))

BRB 優勢：

- 賣家可獲站外引流所得平均的產品銷售額 10% * 獎勵，可降低站外推廣成本。
- (*不同品類的百分比會略有不同，平均而言是10%)

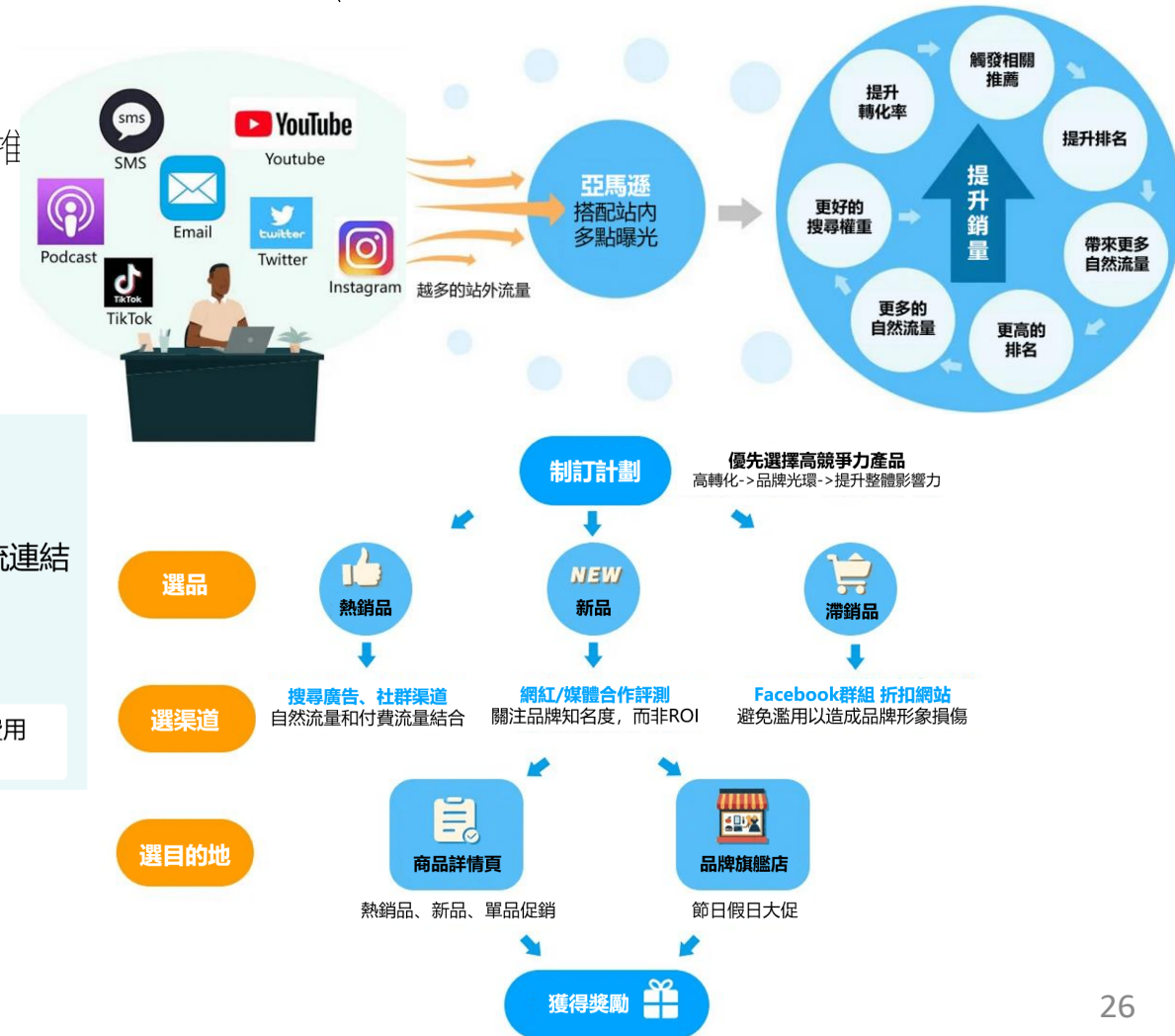
BRB 快速使用：

STEP 01 註冊品牌引流獎勵計畫並成功提交品牌引流獎勵的稅務報表

STEP 02 註冊亞馬遜引流洞察 (Amazon Attribution)，生成可追蹤的站外引流連結

STEP 03 在站外渠道推廣該連結，引流至亞馬遜並產生銷售。

註： 品牌引流獎勵計畫和亞馬遜引流洞察工具都是免費的，但賣家的站外推廣方式可能會產生對應的推廣費用 (例如Facebook的付費廣告投放)



路徑: [品牌 > 品牌推薦獎金](#) (Brand Only, US only)

虛擬搭售 Virtual Bundle

將 2-5 個 ASIN 進行搭售，一頁購足，互相引流，提升轉化 ([說明頁](#))

VB 優勢：

- 透過爆款引流，帶動新品，實現收益最大化。
- 佔據優勢位置 (商品詳情頁高流量版位)，有效刺激轉化，平均提升約 15%¹。

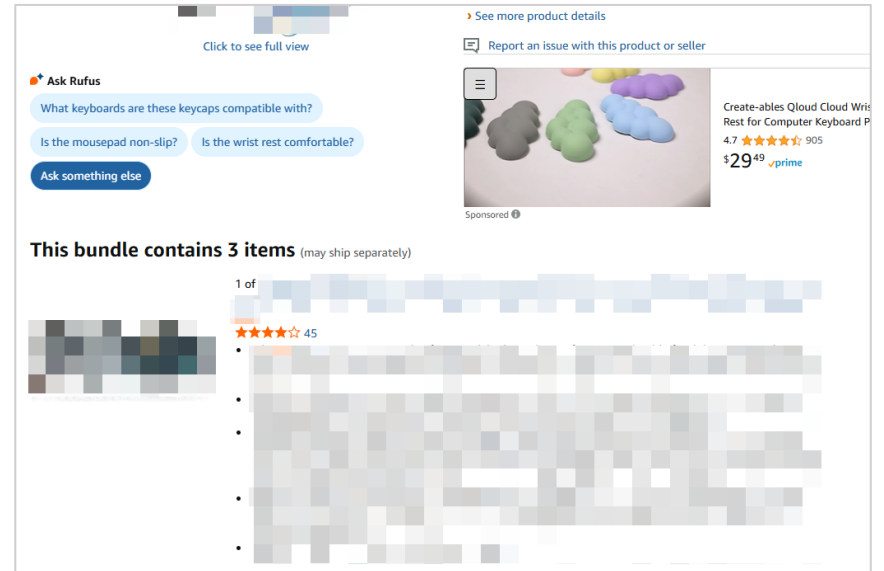
建議操作：Bundle 後的價格，建議比單品分開購買更優惠

推薦使用 VB 的情境：

1. 銷售旺季推限時特惠，如黑五、Prime Day，再搭配促銷工具，促購更有效
2. 爆品帶新品，提升低銷量 ASIN 的曝光與銷售機會
3. 搭售主配件，提升客單價：將主要產品與低單價配件或耗材打包，組合更划算！如咖啡機+膠囊；牙刷+刷頭
4. 按場景搭售，降低決策成本：如「露營新手組」野炊鍋具組+不鏽鋼露營杯
5. 依產品特性打造組合包：多功能組合面膜、多口味食品組合
6. 更多交叉銷售的機會：透過 [【購物籃分析】](#) 了解客戶一起購買的產品

快速使用：[操作影片](#)、[品牌營運地圖](#)

路徑：[品牌](#)>Virtual Bundle (Brand Only, US only)



前台效果

商品頁將出現 “**This bundle contains X items (may ship separately)**”

Live 直播

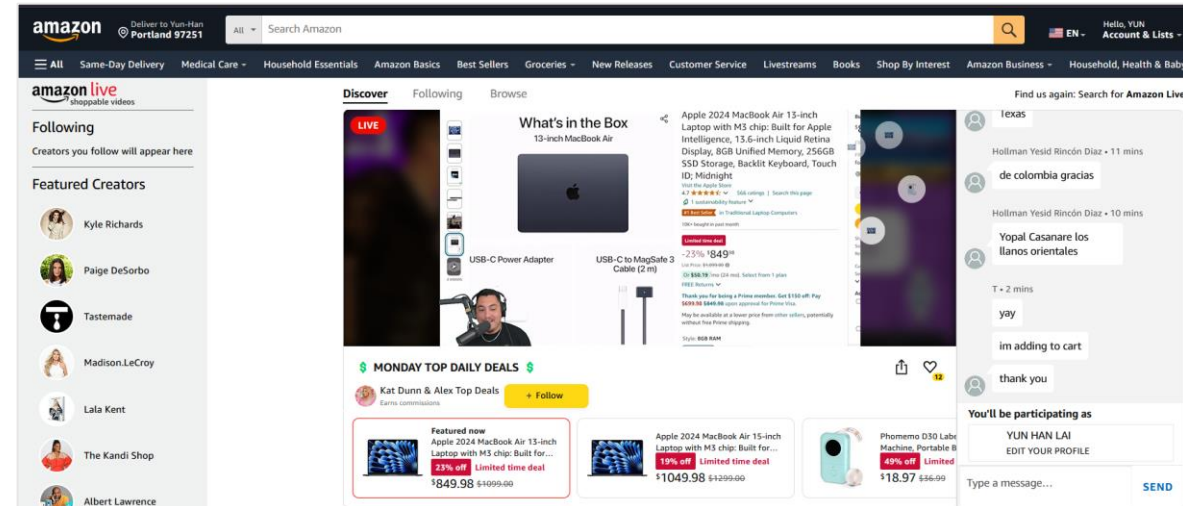
透過即時互動來激發購買慾、傳達商品功能資訊，與消費者建立連結

Live 優勢：

- 直播吸引消費者，透過真人講述故事凸顯品牌和商品特色
- 示範商品使用方式，告知商品的功能、優點及特殊優惠，並協助消費者做出明智的購買決定。
- 無縫的購物體驗，消費者只需點擊一下即可從直播中購買商品，提升轉化率。
- 藉由直播的聊天功能即時與顧客互動，並讓消費者透過「關注」與您保持聯繫，您每次直播時其都會收到提醒

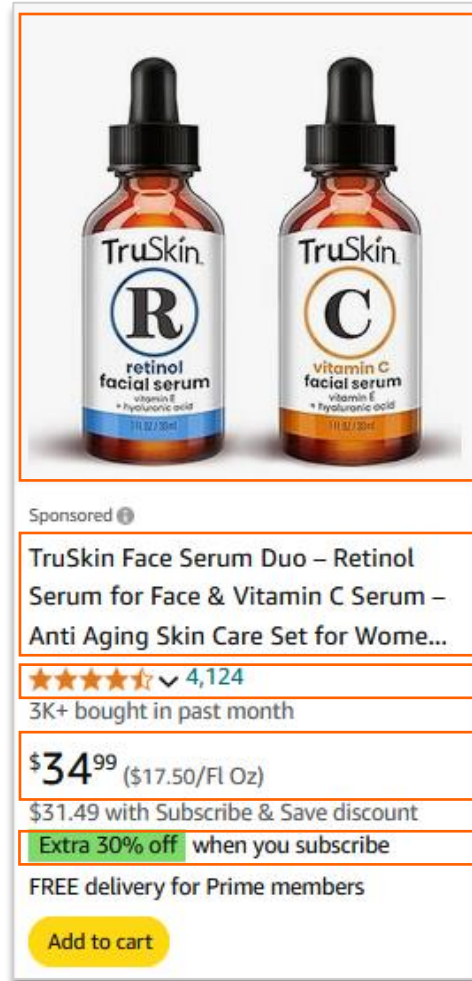
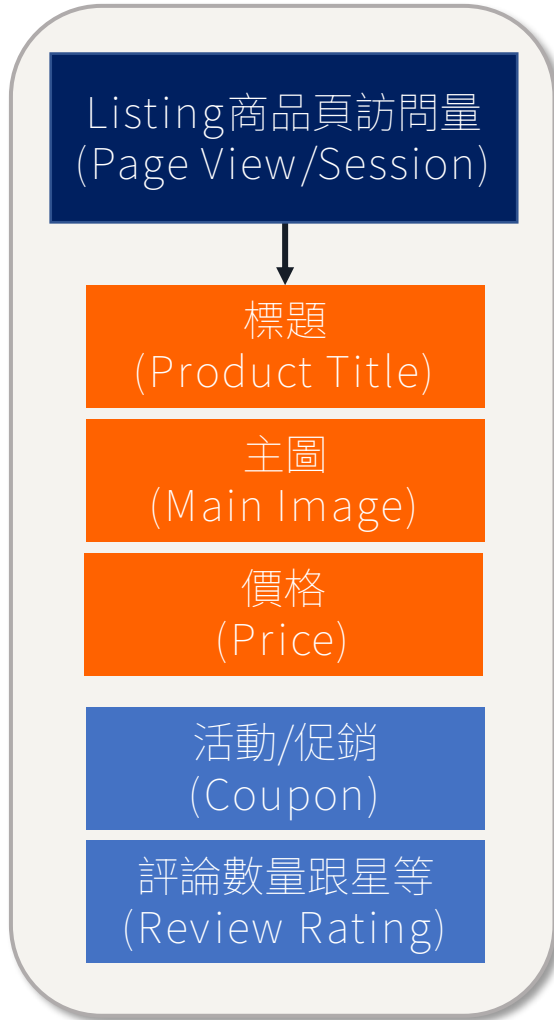
Live 快速使用: [\(操作指南\)](#)

- 下載 Amazon Live Creator APP
- 使用賣家平台或廣告主控台憑證進行登入
- 創建直播，選擇展示商品、直播標題/描述，設定開始時間
- 直接透過 APP 或使用外部攝影機拍攝直播，並將其串流到亞馬遜



(Brand Only, US only)

Listing如何影響商品訪問量



主要圖片

- 去背純白底
- 不可有任何文字或Logo
- 產品需占整體85%面積

標題

- 長度需落在 **10** 字符~**199** 字符以內
- 建議開頭為註冊品牌名

價格：保有市場競爭力的價格

用促銷工具刺激導流與點擊

被動曝光機會 (搜尋結果頁)

Mohoey Jewelry Box for Women Girls, Large PU Leather Jewelry Organizer with 2 drawers for Christmas and New Year Gifts-Black
 28% off Limited time deal
 Add to cart

Sponsored S880 NVMe SSD 1TB, PCIe 4.0 M.2 2280 Gaming SSD, Seq. Read Speeds UP to 7300MB/s, Internal Solid State Drive for PS5 Enthusiasts, High End Computing, Gaming
 Save 20% with coupon
 Saving Badge 增加點擊 & 出單機會

Reusable Princess Sticker Book for Kids, Activity Stickers Travel Game Christmas Stocking Stuffers New Year Gifts for Boys and Girls Aged 2+, Cute Well Sticky Craft Stickers - 1pcs
 \$99.99 prime
 Add to cart

主動曝光機會 (Deal + Coupon)

amazon Deliver to Isaac New York 10001

Today's Deals Best Sellers Coupons Customer Service New Releases Prime Prime Video Works with Alexa Smart Home Groceries Pet Supplies Gift Cards Shop By Interest Livestreams Books

促銷主頁 (Deal 限定) 優惠券主頁 (Coupon 限定)

Winter Sale Shop the deals

Winter Sale Favorites

輪播頁面 (熱門促銷商品 or 消費者偏好推薦)

活動主題分類 (版位優勢, 結合當季選品)

Deal ASIN 一覽 (版位優勢, 依照消費者推薦 or 根據銷售狀況動態排序)

亞馬遜促銷工具推薦-入門篇

適合情境：因折扣門檻低且設置簡單，適合剛開賣的新 ASIN

亞馬遜優惠券 (Coupons)

新手必用

精準觸及目標客群:

能針對不同客戶群 (如 Prime 會員、母親或學生) 提供專屬優惠券

增加商品被發現的可能:

亞馬遜會自動推廣優惠券，在電腦端和手機端皆有專屬促銷頁面增加曝光機會

開賣90天內啟用優惠券，即享50美金折扣!

優惠券標題	產品計數	狀態	開始日期	結束日期	折扣	預算	優惠券儲存次數	銷售
					受眾	預算使用率	已兌換	花費

路徑: 賣家後台→廣告→[優惠券](#)

買一送一 (Buy One, Get One Free)

增加顧客購買意願:

可選擇不同促銷種類吸引顧客，例如：買X件A商品即贈送Y件A商品/B商品 or 凡購買金額達X元，即贈送X件A商品

制定一個促銷 管理您的促銷

制定一個促銷

社交媒體促銷代碼

建立自訂促銷代碼，並獲得專屬的行銷頁面，以透過社交媒體、電子郵件或網紅行銷與顧客分享。您可以控制促銷活動的行銷方式，以及顧客可以兌換的商品和交易數量。

建立

買一送一

設定限時的「買一(或多)送一」優惠，以宣傳新產品或刺激您現有顧客的消費意願。

建立

路徑: 賣家後台→廣告→促銷→[買一送一](#)

亞馬遜促銷工具推薦-基礎篇

適合情境：需持續累積銷量，適合已開賣一段時間的主力 ASIN

價格折扣 (Price discounts)：指定 Prime 顧客 **新手必用**

社群促銷代碼 (Social Media Promo Code)

積累忠誠客戶群

建立【價格折扣】並設定【對象類型】為【Prime 顧客】。通過獨享折扣刺激購買行動與贏取客戶忠誠

長期優化營運:

通常作為持續時間較長、折扣較低的促銷，以穩定吸引更多優質會員追蹤店鋪

條件(折扣要求[請見連結](#)): 必須至少為 4 星或者未收到任何買家意見反饋評等的賣家

擁有專屬促銷頁面:

建立此行銷活動後，將擁有專屬的促銷頁面與連結，用以宣傳品牌和商品

擴大亞馬遜外的行銷能力:

可通過如社群媒體、電子郵件、網紅行銷等管道宣傳您的品牌，提升商品知名度



條件(折扣要求[請見連結](#)): 擁有至少 20 則評價且80%以上為正面反饋，並經品牌註冊核准

路徑: 賣家後台→廣告→價格折扣→建立價格折扣

路徑: 賣家後台→廣告→促銷→[社交媒體促銷代碼](#)

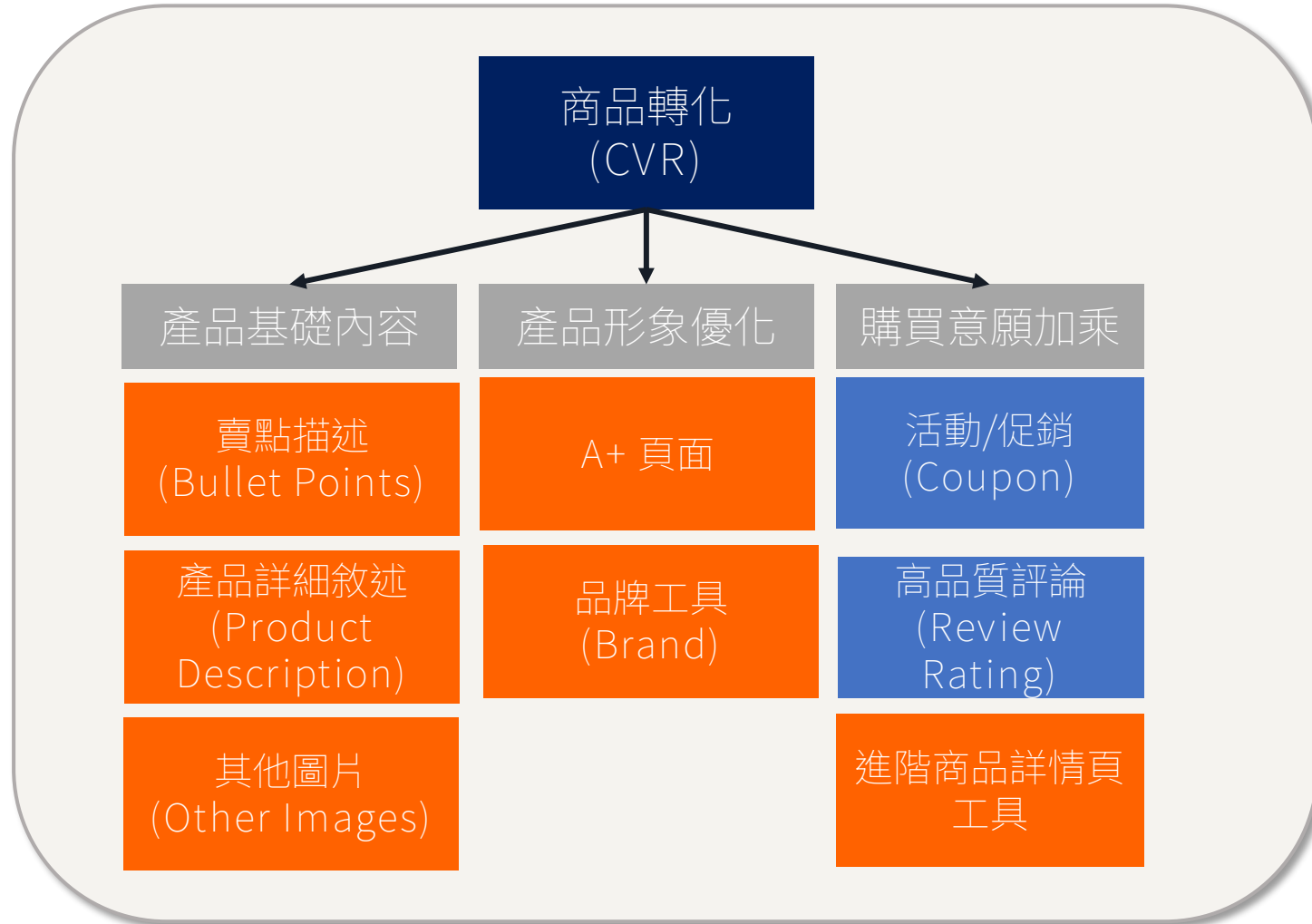
亞馬遜促銷工具推薦-進階篇 [\(教學連結\)](#)

適合情境：具一定銷量與評論，用以拉升 ASIN 銷售排名，適合成熟或主力ASIN

促銷類型	工具介紹	工具特色	基本要求(也需遵守最低折扣要求)
 <p>秒殺 (Lightning Deal) (工具連結)</p>	<p>限時、短時間高流量的活動，參與商品將設置有限的短時促銷價，時間結束即恢復原價，可以設置促銷總量，銷完為止。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 有機會收穫大流量並瞬間爆單 不需準備大量庫存 	<ul style="list-style-type: none"> 商品須有3星及以上評價(5條或更多評價) Or 暫無評價(除美國站) 店鋪需有3.5星（日本網站：4星）以上且每月至少有5條評價
 <p>7天促銷 (7DD) (工具連結)</p>	<p>與秒殺類似的限時促銷，參與商品會在促銷頁面顯示7天的時間</p>	<ul style="list-style-type: none"> 展示時間較長，持續提升曝光度 性價比高的工具 	<ul style="list-style-type: none"> 商品須有3星及以上評價(5條或更多評價) Or 暫無評價(除美國站)
<p>鎮店之寶 (DOTD) 精選優惠 (Top Deal) (工具連結)</p> <p style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">邀請制</p>	<p>一個或一組高需求商品，只在指定日有大幅度折扣的促銷活動，申請門檻較高。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 黃金展示位: 商品有機會獲得Today's Deal頁面最前端的位置 大幅提升曝光: 流量高、提報要求也最嚴格，有機會帶動整個店鋪銷量與品牌知名度 	<ul style="list-style-type: none"> 4星及以上評價 (5條或更多評價) 必須透過您的帳戶經理進行申請(除歐洲站已開啟自助申報通道)

路徑: 賣家後台→廣告→[限促](#)

Listing 如何影響商品轉化



產品五點描述 (Bullet Points) 新規範

注意! 若違反以下規定將會導致 **ASIN** 被刪除或下架

請勿含有下列資訊：

- 特殊字元，例如 **™**、**®**、**€**、**...**、**+**、**≠**、**o**、**φ**、**£**、**¥**、**©**、**±**、**~**、**â**、**【】**
- 任何表情符號，例如 😊、😞、✅、❌
- ASIN 號碼或「不適用」或「NA」或「n/a」或「N/A」、「資格不符」、「尚未決定」、「待決定」、「待審核」
- 禁止使用諸如環保、環境友善、生態友善、抗菌、殺菌、竹製、含有竹子、由大豆製成或含有大豆等用語。如需更多資訊，請前往「[一般刊登資訊限制](#)」
- 禁止使用諸如「全額退款」、「不滿意退回」、「無限制的無條件保證」等保證訊息
- 公司資訊、網站連結、外部超連結或任何聯絡方式
- 商品要點重複。每個商品要點都必須提及獨特的產品資訊
- 含有至少三個商品要點

最佳範例 (建議開頭字母可大寫)

- Cotton Fabric: Made from 100% cotton for softness and breathability
- Long Sleeve: Long sleeves add coverage and style
- Loose Fit: Relaxed fit allows for easy movement and comfort
- Machine Washable: Durable construction allows for easy care
- Versatile Style: Perfect for dance practice, playtime, or outdoor activity



點此瞭解更多

檢查商品圖片資訊完整度

圖片資訊完整度是為了檢查商品圖片的豐富度，以傳遞給消費者更清晰的產品資訊，提升購物體驗

✓ 從產品本身+多角度+使用場景+尺寸/細節展示等角度盡可能豐富圖片傳達的產品賣點資訊

✓ 至少包含 4 張圖片

✓ 角度多、細節放大、展示尺寸



✗ 角度單一、資訊量少



基本 A+

免費透過圖文並茂的商品描述，讓 Listing 更有說服力

A+ 優勢：

- 建立消費者忠誠度，透過在A+ 呈現商品細節、規格等資訊，提升消費者對產品的認知及信賴
- 開拓潛在消費者，透過在 A+ 呈現不同使用場景、不同客戶的適用性，吸引更多消費者
- 有助於提升轉化，可幫助將銷量平均提升5%

A+ 快速建立: (5分鐘實操影片)



路徑: A+內容管理員 → 基本 A+ (Brand Only)

A+ Best Practice

正確引用權威機構背書的品牌相關排名以增加品牌可信度 (同時提供認證機構及年份等資訊)

大幅圖片以闡述商品核心賣點

使用小幅圖片及文本以詳細闡釋產品具體規格相關資訊

使用詳細文本內容介紹產品續航時間等核心資訊，以避免潛在差評的產生

使用進行品牌內部的引流標準對比圖

	RoboVac 115 Hybrid	RoboVac 115	RoboVac 113	RoboVac 110	HomeVac 1100	WebVac 1101
Suction Power	2000 Pa	2000 Pa	2000 Pa	2000 Pa	Max 18000 Pa	Max 12000 Pa
Robot Type	Wet-Dry	Wet-Dry	Wet-Dry	Wet-Dry	Wet-Dry	Wet-Dry
Max Runtime	120 minutes	120 minutes	120 minutes	90 minutes	20 minutes	30 minutes
Where it fits in:	Charging Base 2, additional side brushes, additional filter, HEPA filter, and a 2.5L dust bin.	Charging Base 2, additional side brushes, additional filter, HEPA filter, and a 2.5L dust bin.	Charging Base 2, additional side brushes, additional filter, HEPA filter, and a 2.5L dust bin.	Charging Base 2, additional side brushes, additional filter, HEPA filter, and a 2.5L dust bin.	Charging Base 2, additional side brushes, additional filter, HEPA filter, and a 2.5L dust bin.	Charging Base 2, additional side brushes, additional filter, HEPA filter, and a 2.5L dust bin.
Specialty	2-in-1 (vacuum and mop)	Multi-Room sweep	Auto-Recharge	Auto-Recharge	Auto-Recharge	Auto-Recharge

高級 A+

免費利用更豐富的产品資訊呈現方式，提升轉化率及銷量

高級 A+ 介紹與優勢：

- 條件：所有ASIN都發布了 Brand Story，且過去的 12 個月內至少有 5 個 A+ 頁面內容項目審核通過
- 提供更互動、更多的商品詳情頁體驗以展示產品特徵，如影片模組、交互熱點模組、輪播模組和高級對比表等。
- 與使用基本 A+ 頁面內容相比，使用高級 A+ 頁面會帶來更高的轉化率，可幫助將銷量平均提升20%

高級 A+ Best Practices : (操作指南)

- 使用 7 個Premium A+模組，即使您只有五個內容
- 對於規格清單較多的產品，建議使用比較表格和QA模組
- 強調您的主要功能 (控制在 10 個以下)
- 可參考右圖

路徑:廣告→ A+內容管理員→高級 A+ (Brand only)

基本 A+ 與 高級 A+ 的差別：

A+類型	圖文展示	圖片大小	對比表	商詳頁模組	模組數量	影片	交互熱點模組	輪播模組	問答模組
基礎 A+頁面	✓	970*300	✓	5	14	×	×	×	×
高級 A+頁面	✓	1464*600	✓	7	20	✓	✓	✓	✓



Brand Story 品牌故事

免費利用品牌故事，傳達品牌核心價值，增強品牌信譽、產品曝光

Brand Story 介紹與優勢：

- 顯示在商品詳情頁的From the brand，幫助消費者了解品牌訴求、核心價值，與競品做出區隔
- 提供4種品牌故事模塊，讓消費者更全面了解品牌，可顯示品牌中的其他產品系列、連結到產品詳情頁面及賣家亞馬遜品牌旗艦店，促進交叉銷售機會

Brand Story 快速建立：

A+ 商品描述管理員

A+ 內容選擇

選取您要建立的 A+ 內容類型：

改善的產品說明

基本

- 建立最多 5 個增強內容模組，以強調您產品的功能

建立基本

Premium

- 升級至 7 個模組，包括視訊功能、更大圖片和互動式體驗。

建立 Premium A+

其他內容類型

品牌故事

- 在您品牌的所有產品中講述品牌故事
- 新增出現在輪播中並可連結至您商店中其他 ASIN 的內容卡
- 內容會顯示在改善的產品說明上方的新部分

建立品牌故事

Brand Story Best Practice：

• 案例品類: 家居品類 - 電動窗簾

• 案例品類: 電子品類 - 投影儀類

路徑:廣告→A+內容管理員→ Brand Story (其他站點 Brand only, JP 全面開放)

Brand Store 品牌旗艦店

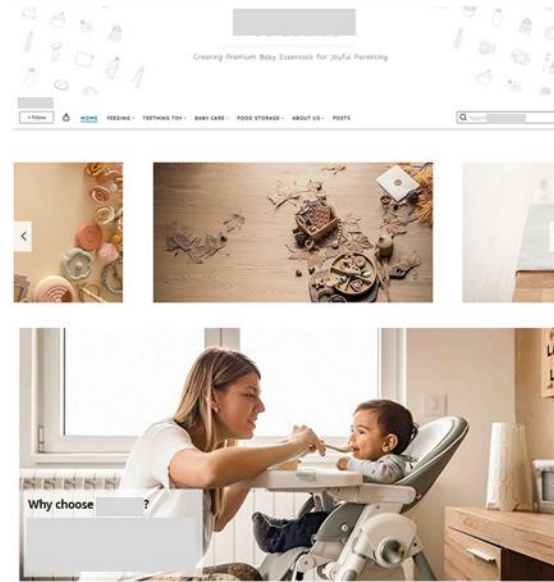
免費利用品牌旗艦店介紹品牌故事、核心價值、統整所有商品

Brand Store 介紹與優勢：

- 免費在亞馬遜上提供多分頁的品牌旗艦店，讓賣家展示自己的品牌和商品，創造沉浸式體驗的購物環境。
- 品牌旗艦店可以連結廣告產品，將旗艦店作為引流的目的地，讓消費者看見更多同品牌的產品，加深對品牌的了解，建立品牌黏著度，增加複購率
- 含有 3 個頁面以上的品牌旗艦店在顧客停留時間上高出 83%，單一訪客歸因銷售額高出 32%
- 在過去 90 天內曾進行更新的品牌旗艦店，重複訪客平均多了 21%，而每位訪客的平均歸因銷售額高出 35%。
- 消費者花費在至少有一個影片的Brand Store的時間比沒有影片的Brand Store平均多出 12%
- 消費者花費在Brand Store中有展示Best Sellers的品牌比沒有展示Best Sellers的品牌的時間平均多出 10%

Brand Store 快速建立: ([操作指南](#))

Brand Store Best Practice : ([操作指南](#))



[路徑:品牌旗艦店→管理店鋪→建立Store](#) (Brand Only, NA/EU/JP/AU)

Vine

邀請消費者免費試用商品，讓新品快速取得可信評論、提高轉化率

Time	In the Past	Now
Price	200美元/父ASIN	 <p>The screenshot shows a table with three columns: '免費檔' (Free), '低價檔' (Low Price), and '原價檔' (Original Price). The rows are: '註冊費用 Enrollment Fee' (\$0, \$75, \$200), '每件父ASIN可註冊的商品件數(Unit)' (≤2, 3-10, 11-30), and '可獲得評論的最高條數(Review)' (2, 10, 30). To the right is a customer review for 'Easy to assemble' with a 4.5-star rating, dated January 7, 2024, and a photo of the product.</p>
Note	<ul style="list-style-type: none"> 90%的買家會閱讀商品評論，並影響他們的購買決定 76% 的 Vine Voice 評論比非 Vine 評論更有幫助 參與Vine計劃平均能提升19%的銷售 	
適用條件	<ul style="list-style-type: none"> 須為亞馬遜品牌註冊賣家，且商品須為亞馬遜物流配送（FBA），並有可售的FBA庫存 商品須配有標題、圖片和描述，父ASIN評論數需少於30則，且尚未註冊過Vine 新賣家大禮包內含價值200美元Vine計畫優惠福利，可用於抵扣使用Vine的費用，需在品牌註冊後90天內啟用，逾期失效。(說明頁) 	

路徑:廣告→Vine (Brand Only, US/CA/EU5/JP only)



3分鐘影片申請Vine

MYE 管理實驗

免費透過 **A/B** 測試，比較兩種版本 **Listing** 的瀏覽/點擊/購買，自動找出較優版本

MYE 優勢：

- 測試內容：A+ 內容、商品要點、圖片、產品描述、商品名稱、A+ 品牌故事、多屬性(標題+圖片)
- 測試方法：同時創建兩個不同版本的Listing，系統會隨機推送出這兩個版本給消費者瀏覽，分別收集兩個版本的每個獨立訪客的商品數量、轉化率、售出件數、銷售額等數據。
- 可幫助將銷量最高提升25%

MYE 快速使用：(操作指南)

管理您的實驗

您可以透過「管理您的實驗」建立兩種不同版本的内容，這些内容會隨機顯示給 Amazon 客戶。您可以使用我們的工具為您的產品提交替代内容，以收集流量和轉化率等深度分析資訊。觀看我們的 [了解如何開始](#) 介紹影片。



建立新的 標題 實驗

實驗詳細資料 檢視設定

驗證完成後，實驗將自動開始。實驗版本將在實驗結束時發布。

實驗 ASIN

已註冊此實驗的 4 個 ASIN

當您對多個 ASIN 進行實驗時，您可以為一個或多個 ASIN 選出實驗組，但您必須為父 ASIN 選出實驗組。這是必要的，因為父 ASIN 在產品細則頁面上使用得更廣泛。

具有相同內容的 ASIN：4 🔍 搜尋不同的參考 ASIN

版本 A

請在此處輸入要進行實驗的標題

版本 B

請在此處輸入要進行實驗的標題

子 ASIN 取消選擇

請注意，在對部分根據系列進行實驗時，您可能需要對流量較低的 ASIN 進行實驗，這可能會導致您比較不容易在實驗結束時明確地判斷出者。

ASIN	版本 A - 目前使用的標題	版本 B - 用於測試的標題
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

路徑: [品牌](#) → [管理您的實驗](#) (Brand Only, US/EU5/JP only)

BTP 品牌客製化促銷

免費精準地向特定群眾推送客製化促銷活動，吸引複購/潛力新客/品牌粉絲 ([說明頁](#))

BTP 優勢：

- 商品範圍：該品牌內的所有 ASIN 提供，暫不可針對特定ASIN提供
- 折扣範圍：必須設置在 10%-50% 之間
- 買家使用：當同一位買家出現在多個受眾人群中，被多個品牌定制促銷活動命中，買家可以兌換所有的促銷代碼，但是一次商品購物中，僅能針對單件商品使用一張

Campaign 定位區分：

- 獲取新客：Brand Cart Abandoners, Potential New Customers, Promising
- 轉化忠實客戶：Brand Follower, Repeat Customer, High Spend Customers



建議思路：優先鎖定獲取新客 Campaign>擴展忠實客戶>大檔期給予新舊客折扣>持續循環

BTP 快速使用: ([操作指南](#))

- 進入品牌客製化促銷頁面後，點擊【創建促銷】
- 選擇品牌和目標受眾（每個受眾將顯示受眾名稱、描述和受眾規模）
- 添加促銷名稱（買家不會看到此名稱）、折扣百分比、預算以及促銷開始/結束日期
- 提交

路徑:廣告品牌→ 品牌專屬促銷活動 (Brand Only, US only)

Audience Learn about audiences

- At Risk** (85,125)
Customers who haven't purchased recently nor frequently, with varied spend. At-risk customers can be engaged through discounts, promotions, and other incentives
- Brand cart abandoners (90 days)** (134,021)
Customers who have added any of your brand products to their cart in the last 90 days but haven't purchased yet
- Brand followers** (1,662)
Brand followers have clicked to follow this brand on Amazon
- High spend customers** (16,030)
A 5% sampling of this brand's highest-spending customers in the last 12 months
- Potential new customers** (213,697)
Customers who have clicked on your brand, Storefront, and products or added products to their cart in the last 90 days but have not purchased from your brand in the last year
- Promising** (132,681)
Customers who purchased recently, buy occasionally, and spend above average. In order to convert to a loyal customer, encourage purchase through marketing engagement
- Recent customers** (16,030)
A 5% sampling of this brand's customers in the last 12 months
- Repeat customers** (32,133)
Customers who have purchased more than one order from this Brand in the last 12 months
- Top-tier** (17,914)
These are customers who purchased recently and spend the most. Most of these customers buy frequently

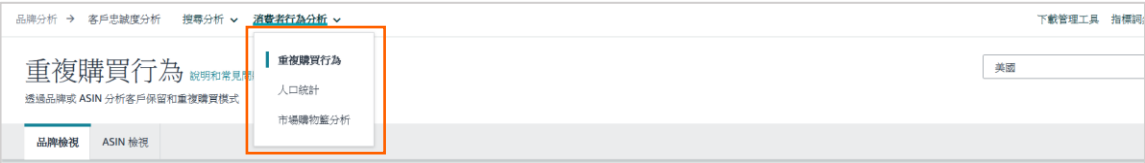
FREE Returns
50% off with **Follower promo code**

FREE Returns
50% off with **Exclusive promo code**

ABA — 觀察購買習慣優化策略

重複購買行為、人口統計、市場購物籃分析報告(新品銷售起步指導手冊)

透過重複購買行為、人口統計(US only)、市場購物籃分析報告，了解消費者購買習慣，優化產品銷售組合及行銷策略



針對賣家品牌已產生交易的人群，從年齡、收入、教育、性別和婚姻狀況等角維度，展示消費者畫像數據



從品牌和ASIN維度，查詢複購商品的銷售額、複購商品數量、回頭客數量和回頭客占比，作為廣告投放、產品外觀功能的優化參考



查詢消費者在購買品牌產品的時經常一同購買的商品，根據買家的購買模式發掘有效搭售和交叉銷售的機會

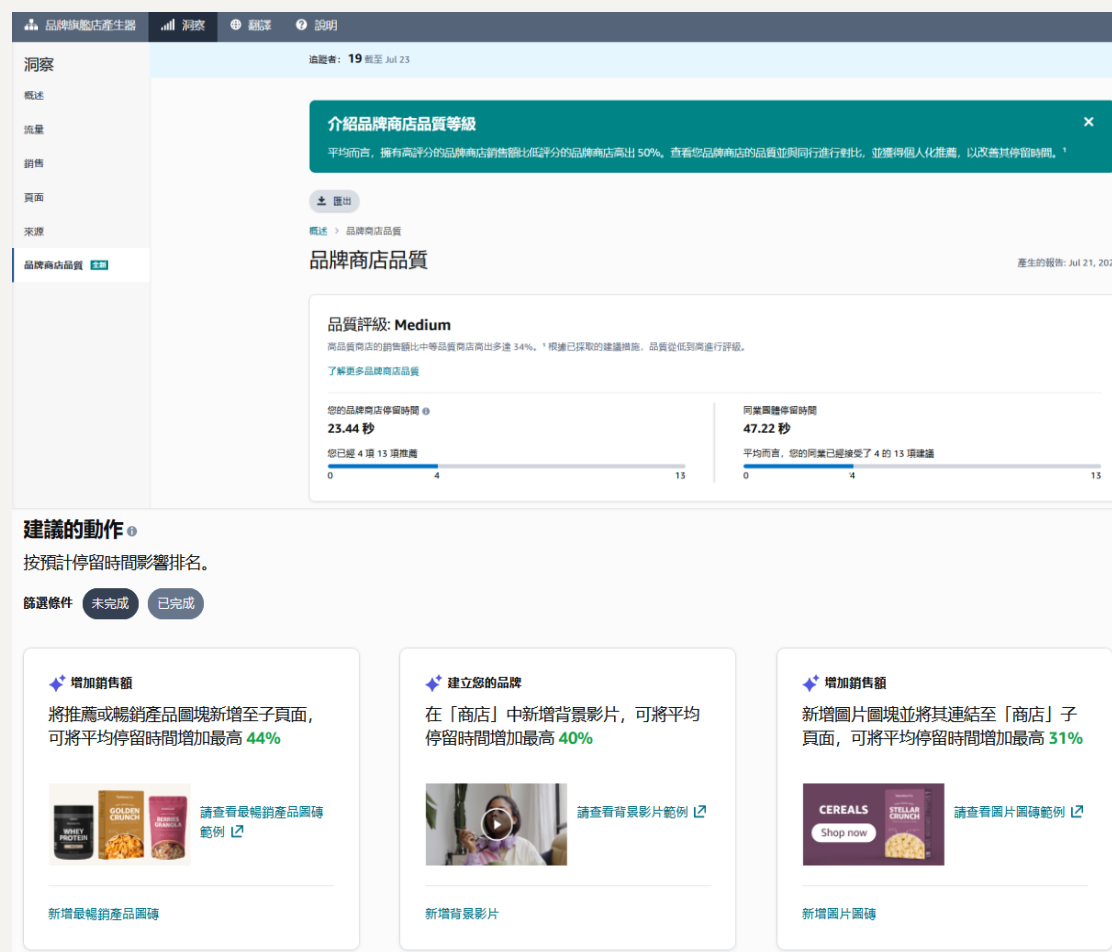
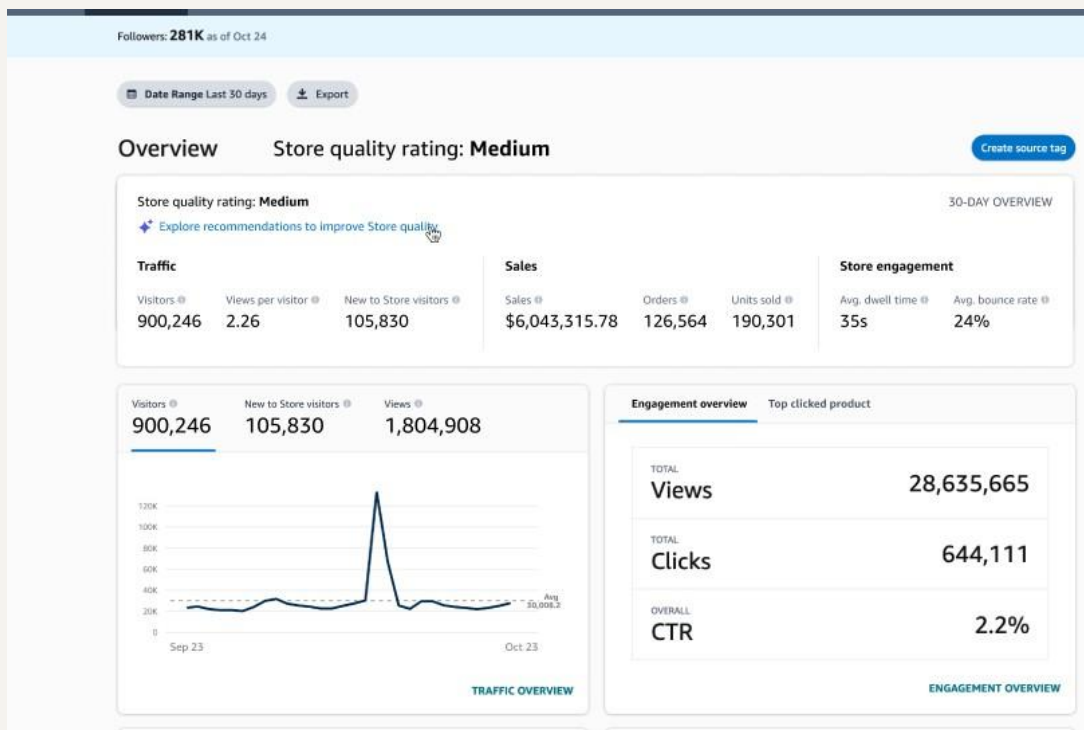
路徑: 品牌 → 品牌分析 → 消費者行為分析 (Brand Only, NA/EU/JP/AU only)

建立品牌識別度

SQR 報告: 檢查旗艦店品質並獲得建議

品牌旗艦店品質評級 (Store Quality Rating) 是一種基於機器學習的旗艦店品質分級。SQR 得分越高, 客戶在旗艦店內停留時間就越長

提高旗艦店品質提供定制的優秀實踐 (HVA) 建議



建立品牌識別度

SQR 報告: 檢查旗艦店品質並獲得建議

1 廣告後臺→品牌內容→品牌旗艦店

2 點擊【查看洞察資訊】

3 查看【品牌旗艦店品質評級】



舊品導流新品-New Version Widget

STEP 1 確認新版商品與舊版有商品需要具有相同的**功能**、**數量**、**類型**和**樣式**，僅有小部分的產品升級

STEP 2 [點此處進入設定入口](#)

STEP 3 下拉式選單選擇新增全新版本

STEP 4 輸入原始產品ASIN及全新產品ASIN即可完成設定

在詳情頁面新增較新的模型連結

您可以建立或移除連結，以向顧客展示較新版本的商品。在您提交請求後，我們會迅速予以回應。

輸入原始產品的 ASIN

範例： B0020PXT32

輸入全新產品的 ASIN

範例： B0020PXT32

返回

提交請求

Kids Headphones - noot products K11 Foldable Stereo Tangle-Free 3.5mm Jack Wired Cord On-Ear Headset for Children/Teens/Boys/Girls/Smartphones/School/Kindle/Airplane Travel/Plane/Tablet (Navy/Teal)

by 2,054 customer reviews | 91 answered questions
#1 Best Seller in On-Ear Headphones

Price: \$16.99 & FREE Shipping on orders over \$25 shipped by Amazon. Details

Free Amazon product support included

Color: Navy/Teal



- On-ear headphones has padded soft cushion
- lightweight design for kids age 3 and up. For
- braided cable. Designed for kids, girls, boys,
- 24-Month Hassle-Free Warranty, Easy to Rea
- Please note that there is NO microphone, re
- Compatible with all smartphones and table

There is a newer model of this item:

Kids Headphones-noot products K33 Foldable Stereo Tangle-Free 3.5mm Jack Wired Cord On-Ear Headset for Children/Teens/Boys/Girls/Smartphones/School/Kindle/Airplane Travel/Plane/Tablet (Electric Blue)
\$14.99
★★★★☆ (1)
In Stock.

Compare with similar items

New (1) from \$16.99 Details

Report incorrect product information.

There is a newer model of this item:

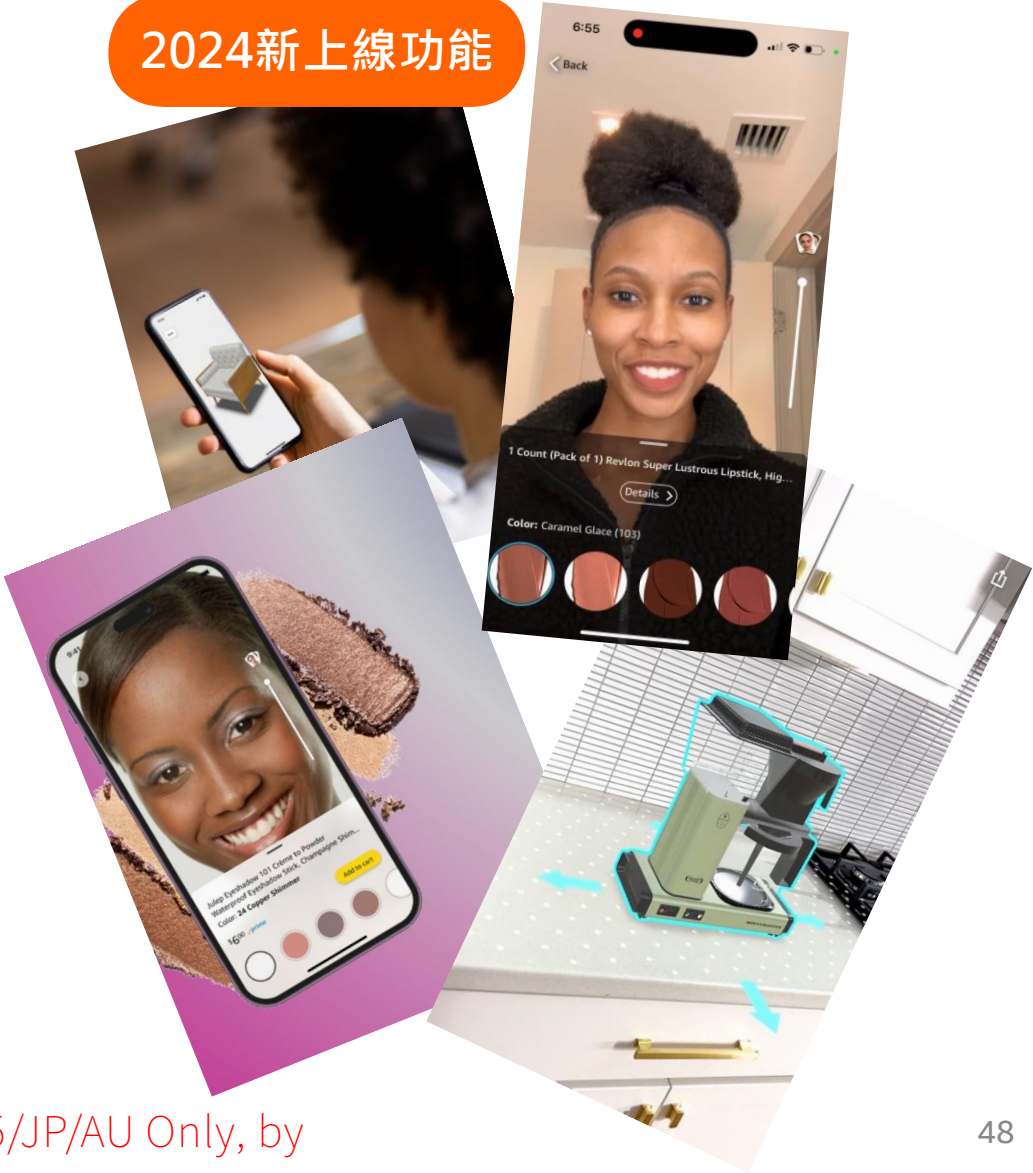
Kids Headphones-noot products K33 Foldable Stereo Tangle-Free 3.5mm Jack Wired Cord On-Ear Headset for Children/Teens/Boys/Girls/Smartphones/School/Kindle/Airplane Travel/Plane/Tablet (Electric Blue)
\$14.99
★★★★☆ (1)
In Stock.

亞馬遜 3D & AR 功能

亞馬遜3D & AR功能總覽

功能	適用品類	適用站點
3D觀看 View in 3D	鞋子、眼鏡、家具、家電、消費性電子子產品	美國站、加拿大站、英國站、德國站、法國站、義大利站、西班牙站、荷蘭站、波蘭站、瑞典站、土耳其站
房間觀看 View in Your Room	包括家具、地毯、桌上型家電、電視、牆壁固定裝置	美國站、加拿大站、英國站、德國站、法國站、義大利站、西班牙站、印度站、日本站
虛擬試妝 Virtual Try-On for Beauty	支援超過7萬種美妝商品，包括口紅、眼影、唇線筆、眼線筆、染髮劑	美國站、加拿大站、英國站、墨西哥站、德國站、法國站、西班牙站、日本站、印度站、澳洲站、義大利站
虛擬試戴眼鏡 Virtual Try-On for Eyewear	支援各種眼鏡款式 (墨鏡、眼鏡、安全眼鏡等)	美國站、加拿大站、英國站、法國站、義大利站、德國站、西班牙站、荷蘭站、波蘭站、瑞典站、日本站、土耳其站、印度站
虛擬試鞋 Virtual Try-On for Shoes	支援運動鞋、樂福鞋、牛津鞋、平底鞋、涼鞋拖鞋、專業運動鞋(釘鞋)以及低跟靴	美國站、加拿大站、英國站、德國站、法國站、義大利站、西班牙站、荷蘭站、瑞典站、土耳其站、波蘭站

2024新上線功能



- ✓ 擁有 AR 和 3D 瀏覽功能的商品轉化率比其他商品高1.5~3.5倍
- ✓ 超過 80% 的消費者表示可能會再次使用這些體驗服務
- ✓ 92% 的消費者認為這些功能對進行購物決策有幫助
- ✓ 95% 的消費者認為亞馬遜的體驗很容易使用

(Brand Only, US/EU5/JP/AU Only, by Category)

如何開啟 3D & AR 功能

✓ 適用品類 (以美國站為例)：鞋子、眼鏡、家具、家電、消費電子品、美妝

自助上傳 3D 內容

- 可透過自行上傳工具上傳 3D 素材檔(必須為 GLB 或 GLTF 格式)
(路徑：型錄→上傳圖片→圖片管理器→選擇 ASIN →上傳 3D 模型)
- 若無 3D 素材，則可以選擇與 3D 內容服務商合作創建 3D 素材
(路徑：SPN →分類→商品展示→ 3D建模)

使用賣家APP上傳

- 下載 Amazon Seller App (僅限iPhone用戶) 並確保 iOS 系統為 iOS 17 以上，並確保設備已經連網。
- 啟動 APP，進入主選單使用【創建3D模型】開始掃描
- 等待 3 周審核，通過後即會看見 3D/AR 效果



亞馬遜新推出的【3D 觀看】將取代舊版的【360°view】體驗
任何已上傳至商品詳情頁面的【360°view】圖片目前均不會受到影響。



點我下載《3D內容使用指南》

其他 Listing 進階展示功能總整理

功能簡介	品牌賣家 產品影片	New Version (適用站點: US/EU5/JP/AU/SG)	品牌賣家 3D/AR 擴增實境 (取代過去 360度View)
特色	以影片的方式加入您的商品詳情頁中其中一個坑位，增加商品轉化率!	如您有商品發表新版本，此功能可將新版本產品呈現至舊版本商品下，帶動新版本商品流量!	以擴增實境(AR)方式，將您的商品與消費者實際環境作呈現，增加商品詳情頁豐富度，增加商品轉化率!
設定入口	型錄→上傳及管理影片，或直接 點此	進入賣家中心，並於上方搜尋框直接輸入”Newer Version Widget”即可找到設定入口，或直接 點此	型錄→上傳影像→3D模型 或 點此 了解如何使用手機APP掃描
Demo ASIN	B00AQUO5R1	效果展示請見下頁	B07DBLFTZ2

04

時程及優先序規劃

我該如何知道我要甚麼時候開始優化

本月銷售轉化優化時程及順序規劃

以下ASIN 與數字均為舉例

綠色底為賣家需自行於業務報表反查

橙色底色為本次銷售轉化目標

計算基準：2 月份資料

目標月份：3 月份資料

了解目前銷售轉化狀況 (此處以Top 1 銷量ASIN為示範)

建立銷售轉化目標(此處以Top 1 銷量ASIN為示範)

Top ASINs (依據銷量及庫存狀況)	銷售漏斗指標		目前狀況	銷售漏斗指標		目標狀況
B123556789	Impression (請參考Ads Console中"廣告產品"的impression)		25,674	Impression (請參考Ads Console中"廣告產品"的impression)		47,294
	Session (一天內瀏覽Detail page 人數)		3,764	Session (一天內瀏覽Detail page 人數)		6,934
	Units Ordered		76	Units Ordered (此處請填上下月期望訂單數)		140
	CTR (點擊率)		14.7%	CTR (點擊率)		14.7%
	CVR (轉化率)		2.0%	CVR (轉化率)		2.0%

本月目標：著重提升 Impression 曝光

編號	優化項目	建議完成時間	潛在效益	是否完成
1	將後台搜索關鍵字補上		增加曝光	
2	將標題補上註冊品牌名		增加曝光	
3	補上前10相關屬性		增加曝光	
4	提高主圖畫品質		增加點擊	
5	優化廣告關鍵字		增加曝光	



小提醒：以上建議皆以一個月（30 天）為時間區間單位做衡量

本月銷售轉化優化時程及順序規劃

綠色底為賣家需自行於業務報表反查

橙色底色為本次銷售轉化目標

計算基準：4 月份資料

目標月份：5 月份資料

了解目前銷售轉化狀況 (此處以Top 1 銷量ASIN為示範)

建立銷售轉化目標(此處以Top 1 銷量ASIN為示範)

Top ASINs (依據銷量及庫存狀況)
尚未有數據，右側僅為舉例

銷售漏斗指標	目前狀況
Impression (請參考Ads Console中"廣告產品"的impression)	15,000
Session (一天內瀏覽Detail page 人數)	200
Units Ordered	10
CTR (點擊率)	1.3%
CVR (轉化率)	5.0%

銷售漏斗指標	目標狀況
Impression (請參考Ads Console中"廣告產品"的impression)	22,500
Session (一天內瀏覽Detail page 人數)	300
Units Ordered (此處請填上下月期望訂單數)	15
CTR (點擊率)	1.3%
CVR (轉化率)	5.0%

本月目標：著重優化Listing健康度提升基礎的impression

📍 小提醒：以上建議皆以一個月(30天)為時間區間單位做衡量

排序	優化項目	說明	工具	建議完成時間	是否完成
0	開啟 SP 廣告提升曝光	請立即開啟廣告，並投放至少2~3週，提升 Impression	手把手開啟自動廣告教學影片	一周內	
1	Listing 調整	1. 相關屬性、搜尋關鍵字、Bullet Point、商品描述需填寫 2. 埋關鍵字至 Listing及A+(可從廣告、商機探測器、品牌分析的工具查詢關鍵字) 3. 圖片資訊完整度	請參考附件	2025/6/15	
2	Coupon優惠券	使用 Coupon，精準觸及目標客群： 能針對不同客戶群（如Prime會員、母親或學生）提供專屬優惠券 增加商品被發現的可能： 亞馬遜會自動推廣優惠券，在電腦端和手機端皆有專屬促銷頁面增加曝光機會	路徑：賣家後台>廣告>優惠券	2025/6/15	
3	Vine	邀請消費者免費試用商品，讓新品快速取得可信評論、提高轉化率	路徑：賣家後台>廣告>Vine	2025/6/15	



小提醒：以上建議皆以一個月（30 天）為時間區間單位做衡量

邀請您提供出單加速輔導回饋



歡迎提供您真實的回饋與建議
讓本團隊持續優化輔導內容！

你怎麼賣[?]

亞馬遜全球開店
amazon global selling

教你賣!