



促銷工具及使用方法

第八章

當買家發現購買商品可以享受促銷優惠時，可能會提高其做出購買決策的機率，尤其是在 Prime Day、黑色星期五等銷售旺季時。因此，亞馬遜將促銷設定為站點的普遍特色，各站點的賣家也可根據店鋪營運和商品銷售的情況，結合各地市場消費者的喜好以及人文節日，利用各種各樣的促銷工具，舉辦富有特色的優惠活動。本章內容將為您詳細介紹如何善加運用亞馬遜站內促銷工具和旺季活動，促進商品銷量提升、加強店鋪的運作維護、建立品牌和提升轉化率。

8. 如何更有效地利用促銷

想要獲取較好的績效，只是熟悉各類促銷工具是不夠的，您還必須根據促銷工具不同的使用條件，選擇適合的工具、佈局策略，同時培養 ASIN，使其獲得參與高曝光的促銷，如 Deal 活動的資格，從而促進銷量、擴大品牌知名度。下面我們將為您介紹促銷工具的特點及 ASIN 的培養方式。

8.1 如何選擇促銷工具	3
8.2 成功促銷的前提——提升 ASIN 被推薦 Deal 機率及商品價格管理	5

本學習資料共有八個章節的內容。如需學習其他章節，請參考[相關閱讀頁](#)的查詢指南，查詢您想學習的內容。

8.1 如何選擇促銷工具

鑑於您已經透過上一章節瞭解了各類促銷工具的詳細用法，我們還為您整理了如下表所示的各類促銷工具的一般資格條件以及要點，以供您直觀地選擇合適的促銷工具，結合自己的商品特點和推廣需求，制定完整的組合促銷活動。

• 促銷工具概覽 - 1

促銷工具	建立資格			持續時間	專屬展示頁面
	最低折扣要求	商品評價星級/數量	運送方式		
優惠券 (Coupons)	95折	<ul style="list-style-type: none"> 當擁有1- 4則評價時，商品評分必須不低於2.5星； 當擁有5則及以上評價時，商品評分必須不低於3星； 允許商品處於0評價狀態。 	/	1- 90天	✓
Prime 專享折扣 (Prime Exclusive Discounts)	9折	3星及以上評價，或暫無評價	Amazon 配送 (FBA)	1- 4周	×
限時優惠 (Lightning Deal)	85折	3星及以上評價 (5條或更多評價) 或暫無評價 (除美國網站)	Amazon 配送 (FBA) ; 賣家自行配送 Prime 計畫	不同網站 時長不同	✓
7天促銷 (7-day Deal)	85折	3星及以上評價 (5條或更多評價) 或暫無評價 (除美國網站)	Amazon 配送 (FBA) ; 賣家自行配送 Prime 計畫	7天	✓
今日特惠 (Deal of the Day)	8折	4星及以上且至少擁有5條評價	Amazon 配送 (FBA) ; 賣家自行配送 Prime 計畫	24小時; 庫存售罄	✓
Amazon 積點 (Amazon Points)	/	/	/	/	×

• 促銷工具概覽 - 2

促銷工具	建立資格			持續時間	專屬展示頁面
	最低折扣要求	商品評價星級/數量	運送方式		
社交媒體促銷代碼 (Social Media Promo Code)	95折	擁有至少20則評價且80%以上為正面反饋；新版亞馬遜品牌註冊中獲得批准	/	1 - 30天	✓
暢貨中心限促 (Outlet Deal)	7折 (北美網站) 8折 (日本網站、歐洲網站)	3星及以上	Amazon 配送 (FBA)	14天； 庫存售罄	✓
暢貨中心特賣 (Outlet Sale)	通常清倉銷售的折扣要求低於暢貨中心限促	3星及以上	Amazon 配送 (FBA)	1 - 14天	✓

注意：上表僅為一般資格條件，您可點擊「促銷工具名稱」前往閱讀更多資訊，且不同的大促活動機制不同，請以當年度 Amazon 公告為準。

8.2 成功促銷的前提 —— 提升 ASIN 被推薦 Deal 活動機率及產品價格管理

想要利用好亞馬遜提供的豐富的促銷工具，除了熟悉各種促銷工具的規則及使用場景，還需要在日常做好 ASIN 維護，讓更多產品得到被推薦 Deal 活動的機會，並做好產品價格管理，避免因不能達到 Deal 活動的折扣要求而放棄參加活動的情況。

8.2.1 提高 ASIN 被推薦高級別 Deal 活動（例如：今日特惠），甚至旺季高級別 Deal 活動的機率



由於亞馬遜會確保買家通過 Deal 活動獲得品質較高的、多樣化的商品，因此賣家必須最佳化 ASIN 積累銷量，獲取較高星級的評價以及擴大品牌的知名度，使得您的 ASIN 更多地獲得 Deal 活動推薦。

賣家應在平時利用各種促銷工具，為商品建立促銷活動，從而提升銷量，並爭取獲得更多更好的買家評價，加強 ASIN 入選各類 Deal 活動的機率。



- 賣家經驗分享：

積累銷量和評價、統一定價策略和建立品牌知名度，這三點可以增加 DOTD 和 LD 被推薦和選上的機率。

—— 添可科技公司





LD 被推薦的機率，跟銷量/價格/評價等等的前期積累都相關，前期都需要積累，一般我們準備一款新品到上 LD，基本要3個月左右。

—— 地貝電器

平時的 DOTD/LD 也要多報，平時秒的好，或許能提升被選上 Prime Day的機率。尤其是亞馬遜日本站的 Monthly Deal 月度大促，流量比平時大，是提升銷量的好機會。

—— 言海公司



8.2.2 最佳化價格管理

當您使用秒殺、7天促銷等工具建立促銷活動時，都會對折扣後的價格有一定的限制要求，因此您必須控制平日和參加活動時的商品價格，將商品價格保持一定的平衡狀態。



明確商品的成本和利潤

您必須瞭解商品的成本以及預期、能接受的最高和最低的利潤率。

熟知各種促銷活動的折扣規則



Deal 活動特別是旺季的 Deal 活動通常對最低折扣率有要求，例如秒殺（LD）要求至少為30天內最低成交價的85折，且為最近30天內的最低價。若您在過去30天內使用其他促銷方式（不包含秒殺和優惠券），就會記錄打折後的價格，並要求在此價格的基礎上再設置不高於85折的促銷優惠，造成折上折情況發生。

規劃促銷方案



鑒於以上兩點，您必須在平時做好控制價格，儘量避免發生因不能接受過低的折扣後價格而放棄即將獲得的高流量和熱銷機會。同時結合各類促銷工具和促銷旺季，合理規劃使用工具的種類和建立時間。

• 賣家經驗分享：



我們算是 DOTD 愛好者，就我們的經驗來說，一次成功的 SD（Spotlight Deal），可以帶來平時2個月的銷量，同時對品牌的關注度、銷售的排名、後期在亞馬遜活動其它促銷機會，都有明顯的幫助。對於 SD 申報中最容易碰到的價格折扣問題，我們摸索出一個「倒推控價法」：先定好產品的最低利潤線，把它作為產品在 Prime Day、黑五這一類最大折扣日的價格水平線，然後再往上去反推，日常的秒殺等各項活動上面應該設什麼價格，以及應該用什麼頻率去參加活動，才不會影響「30日平均價格」等條件，避免拉低參入會員日大促的最低價。去年的實踐證明，只要搞清楚亞馬遜的活動規則，提前幾個月做好價格規劃並嚴格執行，參與 SD 仍然可以在給出30% - 35%折扣的前提下保住利潤線。

—— 科技品牌賣家 C 女士

相關閱讀

促銷工具及使用方法

- 促銷工具概述
- Coupons 優惠券
- Prime 專享折扣
- Deal 活動
- 暢貨中心限促 & 暢貨中心特賣
- Amazon 積點
- 社交媒體促銷代碼
- 如何更好的利用促銷

查詢路徑：亞馬遜賣家平台 > 績效 > 賣家大學 > 搜尋學習資料名稱

快速連結：亞馬遜賣家大學 [北美網站](#)、[歐洲網站](#)、[日本網站](#)



學習更多促銷的相關內容：

- 想瞭解什麼是促銷以及如何建立促銷？搜尋「促銷」
- 如何獲取更多產品評價？搜尋「評價計畫」
- 如何增強站外引流？搜尋「站外引流項目」
- 如何備戰銷售旺季？搜尋「銷售旺季」

延伸學習

您可以[點擊這裡](#)，查看亞馬遜所有的**官方培訓**或掃描下方的QR Code，關注“亞馬遜全球開店”的官方網站與官方培訓之課程頁面，即時了解相關資訊。



(亞馬遜全球開店)



學習反饋

如果您覺得相關內容對您有說明，請點亮頁面右下角的「✓」向我們提供反饋，謝謝！

The image shows a screenshot of the Amazon Seller University website. The page title is "亞馬遜促銷活動和熱季 2.8-如何使用更好的促銷活動" (Amazon Promotional Activities and Hot Season 2.8 - How to Use Better Promotional Activities). The main content area features a large orange banner with the text "促銷工具及使用方法 第八章" (Promotional Tools and Usage Methods Chapter 8). A sidebar on the left lists various topics, with "亞洲全球賣家的基本模組" (Basic Modules for Asian Global Sellers) highlighted. A callout box points to this sidebar item. Another callout box points to a "這有用嗎?" (Was this helpful?) feedback prompt in the bottom right corner, which includes a green checkmark icon. A third callout box points to a smaller "這有用嗎?" prompt at the bottom of the page content area.