

亚马逊运营如何做市场分析？思路分享亚马逊代入驻

产品名称	亚马逊运营如何做市场分析？思路分享亚马逊代入驻
公司名称	杭州鸿石文化创意有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市钱塘区8号大街1号3幢（东楼）一层102室（注册地址）
联系电话	13073622632 13073622632

产品详情

了解亚马逊运营的卖家都清楚业界有一句名言：七分靠选品，三分靠运营。可见选品的成功与否对于一个Listing能否快速爆单至关重要。正所谓“方向不对，努力白费”，一个亚马逊运营的新手要想在亚马逊这个庞大的平台上分得一杯羹，不深入了解一些市场分析的技巧恐怕是不行的。

那么需要怎么对这个庞大的市场进行分析呢？这篇文章是帮助大家做市场分析的一些基本思路，裹媒跨境（亚马逊官方认证代运营）整理了以下内容。

一、市场天花板调研

在亚马逊运营的卖家先定好一款产品之后，卖家就需要对产品的市场天花板有所了解。这个天花板会决

定卖家的产品稳定之后，能为卖家带来多少的销量和利润。可以在亚马逊上搜索相关产品的关键词，在左上角的搜索结果中卖家可以看到在亚马逊上相关产品的在售数量，这个可以很好的帮亚马逊运营的卖家判断产品是否有市场。

亚马逊上会对产品进行类目的划分，亚马逊运营的卖家可以轻松找到产品所对应的类目。找到正确的类目后就可以查看类目前100，可以通过软件抓取产品的销量。通过前100的销售量，来判断下整个市场是否是值得做的，best seller的销量基本上是市场的天花板。

二、市场竞争情况

亚马逊运营可以利用关键词查询的软件，抓取亚马逊上某个关键词的月搜索量，与目前亚马逊在售数量的对比，分析市场的竞争情况。

如果某个关键词的搜索量很大，但是亚马逊上在售商品数量却不是很多，那就说明这款产品的竞争不激烈。可以根据两者的比值做个大致的估计，如果产品竞争很激烈也可以直接排除。

三、品牌集中度

如果一个类目中有大部分产品是来自于同一个品牌，就需要关注这个类目是不是被单个品牌所垄断。被垄断的情况下，买家会更愿意购买这个品牌的产品。

另外需要关注类目中是否有大量的亚马逊自营链接。亚马逊也会收购部分品牌，自己进行售卖。如果类

目中，大量链接是亚马逊自营，那么这个类目可以不用尝试了。

四、竞品分析

很多新手卖家刚入驻亚马逊美国站，在亚马逊进行销售就需要知己知彼，要对卖家自己类似的产品进行分析。

主要是要观察竞品的价格、评价数量、产品特点等。

除了以上主要的方面，卖家需要分析在不同类目排名上产品所对应的销量表现，分析竞品是依靠特有的因素能达到这样的排名销量。

关注好对手的信息才能更好的优化自己的产品，从而逐步追赶甚至超过他们。

五、成本结构分析

大家的目标肯定是一致的——通过售卖，能够获得利益。

其中亚马逊运营的卖家了解产品的成本结构，就十分重要了。

首先卖家可以统计市场上产品的众位售价，以众位售价作为卖家自己的售价进行成本预估。亚马逊平台会收取15%的售价佣金，还有产品的FBA配送费，再扣除产品的成本和头程，能大致算出产品的毛利。亚马逊可能还会有部分的仓储费等杂费。

若产品毛利在30%以上，这款产品是可以进行尝试。

六、季节性分析

部分产品会有明显的季节性影响。那我们该如何判断产品是否有季节性呢？

卖家可以通过Google trend等软件进行查询，通过搜索的热度来判断产品是否有季节性。季节性产品一般销量波动很大，不是特别建议操作，有可能过了旺季产品就销售不了，还是要做好万全的准备。

市场分析是亚马逊选品中的一个很宏大的话题，有些产品还会涉及专利。跟着上面提出的思路进行分析，基本可以得出产品的市场情况，为大家提供参考依据。