

详解！亚马逊运营实操——促销设置亚马逊代运营

产品名称	详解！亚马逊运营实操——促销设置亚马逊代运营
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

一、亚马逊促销的类型

包括，免运费、购买折扣、买一赠一、亚马逊抽奖四种类型：

1.

免运费：对所有或部分商品提供免运费服务。买多少数量产品或者消费满多少，就可享受商品免运费。

2. 购买折扣：买多少数量产品或者消费满多少，就可减免多少钱或者享受一定的折扣优惠。

3.

买一赠一：如果您在整个商品目录或子目录中的购物符合既定的条件，即可获赠一个或多个免费商品。

4. 亚马逊抽奖：提供促销赠品，以提升销量并向新的买家推介您的商品。

通过促销活动的推广，可以为产品引来可观的流量，但是卖家在亚马逊运营中做促销时，需要注意参加促销的产品、价格等数据，设置方式和时间点。

在很多亚马逊代运营公司中，认为“满减”是促销中效果好的一种方式，满减及折扣功能非常强大，也就是money off（折扣）的设置方式有很多种。

比如说给A产品做满减活动，可以直接打八折销售;或者是对A、B做捆绑销售的满减，可以买A后八折购买B产品;诸如此类的还有，满多少钱立减多少、买两件打八折等等。

亚马逊卖家在设置满减时可以根据自身的情况，自由组合分配满减的形式。

填写促销内容时，您可以自行设置促销的条款和条件，以及商品页面或结算页面显示的促销内容。

优惠码的设置是可选的，您可以设置是否需要使用优惠码，及限制使用次数，如果卖家设置必须使用优惠码，那么买家需领取优惠码，或在结算时输入优惠码才能享受此次促销的优惠。

促销的优先级决定了促销在商品详情页面的显示顺序，一般默认为50，选择范围为1~99，同一商品设置多个促销时，优先级数字小的促销会显示在优先级数字大的促销前，卖家还可以自行编辑默认显示的条款与条件，清晰的说明您的政策与限制，具体参考卖家后台帮助页面的条款与条件。

二、设置促销的时间

确定了促销的形式后，那选择什么样的时间段来做促销效果更好呢？

1. 节假日：在此期间消费者需求量增长，产品有更多的流量，消费者有更强的购买欲望，在看到折扣后更容易促成交易。

2. 捆绑（组合）促销：买A对B产品打折，这种方法尤其多用于在推新品时，也非常奏效

3. listing已经上架一段时间，并且产品链接已经取得了一些review，这个时候产品排名还是比较靠后，所以需要销量增长来带动产品的排名，可以设置相应的促销，从而让顾客搜索关键词能轻而易举找到你的产品。

4. 产品清仓：卖家的产品在亚马逊长期处于滞销状态，长期积压在亚马逊仓库会支付一定的费用，这个时候需要处理库存，亚马逊卖家可以设置促销来清仓，以此来减轻库存压力。

合理使用促销方法是亚马逊卖家必备技能，用好了能够有效提升产品的转化率，增加产品的销量。

三、设置促销的目的

设置促销关键和有效的目的是什么？关联流量。

当一个卖家对自己店铺里的两条Listing彼此设置为促销的对象，也就为两条Listing搭建了一个关联的桥梁，即自己店铺里的A产品和B产品产生了一种天然的关联。

这种关联虽然在消费者端并不明显，但却可以起到明确告诉亚马逊系统（或者说A9算法）这两款产品的天然关联性。

而亚马逊系统算法的核心就是通过识别相似产品并将其彼此关联起来，从而让平台上的产品从彼此独立到彼此交叉，从而牢牢的锁住客户，减少客户流失率。

所以，从这个意义上来说，促销可以为店铺里的相关商品带来更多的曝光与流量。