

揭秘亚马逊A9算法核心，玩转亚马逊运营亚马逊代入驻

产品名称	揭秘亚马逊A9算法核心，玩转亚马逊运营亚马逊代入驻
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

什么是A9算法？

什么是A9算法？亚马逊A9是亚马逊搜索引擎的名称，是亚马逊用来决定哪些产品应该出现在产品搜索中的算法。简单的理解，A9算法是一个排名的机制，让数以万计的产品，经过亚马逊的算法匹配出来，然后根据相关性排序给适合的买家！

当亚马逊运营的卖家发布产品后，A9便会抓取用户发布的信息，并对内容进行分析，以确定用户销售的产品是什么。这就是所说的页面内容，内容与其他信号相结合，有助于对产品进行排名，以匹配人们搜索的内容。

这就是所有搜索引擎的运作方式。对内容进行分析，并使用多个信号来创建一个得分，按顺序排列产

品和网页。分数越高，那么卖家的页面位置就越突出。有些卖家或亚马逊代运营公司会将精力集中探索买家的激励因素上，他们会更加如鱼得水。

而作为亚马逊运营的卖家需要做的就是，杀入前3页搜索结果！当然也有些工厂不能理解算法，而是选择有行业经验的亚马逊代运营公司。

虽然亚马逊并没有完整公布A9算法是如何决定搜寻关键词排序，裹媒跨境（亚马逊官方认证代运营）根据运营经验，统计出几个关键的要素，掌握这些A9算法的关键要素也可以帮助提升亚马逊Listing转换率以及销售！

比如，A9算法对转化率的权重偏好就很高、对Listing过去的成交数据、Reviews的评分、关键词的匹配程度，这些都是高权重的核心指标。很多卖家和代运营公司先去了解A9算法，然后去做关键词Listing的排名，运营效果更加明显。

因此，卖家要了解自己的竞争对手和顾客。了解人们在搜索产品时使用的术语，接下来，可以自动使商家信息更具吸引力和诱惑力。

裹媒跨境整理出这些步骤，希望卖家能很好地向亚马逊展示：卖家的产品是有可能产生销量且能让顾客满意的！

影响A9算法结果的九要素

1、Listing优化

一款产品想要被熟知，首先要对产品信息进行优化，即Listing优化。包括：Title、bullet points、picture、search terms、product description(这个排名是根据权重大小来排的，其中Title的权重占比大)

花点时间检查Listing标题、search term是否契合后台规则，把与这个listing相关的所有词都均匀的按照可流畅阅读原则放到这几个位置里面去，同时不能为了堆砌关键词而放弃了内容的可读性。

产品上市标题：尽管标准频繁更改，但字符数应限制为80或以内。确保将品牌名称和重要的关键词纳入标题中，表述清楚。要让人们在点击列表之前，明确知道卖的是什么。

要点（Bullet Points）：裹媒跨境认为，对顾客而言，要点不仅更具吸引力，而且还能使用主要和次要关键字，有助于改善搜索优化。这是一个很好的突出产品优势的机会，也能让顾客了解卖家的优势比竞争对手强在哪里。这将建立买家对卖家的信任，促使他们下定购买的决心。

描述或图文版品牌描述（Enhanced Brand Content）：有时买家甚至不去阅读产品描述，因此，提升产品排名的一种方法图文版品牌描述（EBC）。这一增强版的描述应该是详细的，有带动性的。卖家不仅要照顾到关键词，而且要让内容引人注目。即使卖家不使用EBC，在反复强调产品优势之前，卖家仍然可以使用此部分来讲述亚马逊卖家的品牌故事。阅读这一部分的人都还在寻找购买的理由，请务必给他们一个下定决心的理由！

后端搜索术语：在这一部分，卖家应该优先考虑长尾关键字（long tail keywords）。2018年，亚马逊对其后端基础设施进行了全面检查。卖家不用在多个字段中列出关键字和搜索字词，只在一个字段里填好就行了。这样做的目的是为了防止过度优化。卖家不需要以任何特定的方式格式化术语，但好首先列出体量高的术语，再添加其他术语，避免重复。

I类别：确保卖家的产品列在所有相关类别中。这能帮助卖家在尽可能多的搜索中排上名次。

2、关键词排名

关键词的排名会很大程度的影响曝光量。那么如何提升关键词排名？

先来了解下关键词排名，关键词的排名主要由CTR(有效点击率)

和CR（转化率）决定的，单个词的CR和CTR要真正体现权重，必须要通过关键词的搜索环节。

比如为ASIN开手动广告，匹配这个词，投放一个星期，关键词排名基本都会提升。持续优化广告转换亚马逊运营效果，增加销售速度，获取大化利润。

3、销售金额与产品库存

虽然内容至关重要，然而销量才是亚马逊运营的终价值体现。对买家来说，亚马逊的声誉良好，为了维持这一点，亚马逊希望优先列出有可能看到的产品。因此，如果卖家的产品是好的、便宜的，而且具有出色的销售额，那么，即便卖家的内容一般，但产品也还是会排在搜索前列。

A9算法会与卖家在同个关键词搜寻下的竞争者比较，谁的销售金额较高，谁较能帮助亚马逊平台赚钱，谁的排序就会胜出FB。同时确保足够的库存，才会让亚马逊放心把推荐位置给卖家，毕竟它比卖家更想促成交易。

4、物流模式FBA

使用FBA，也让亚马逊赚钱，这会帮助提升亚马逊运营卖家的排序。且FBA对买家来说意味着更可靠的物流服务，有助于卖家的商品售卖。

6、买家留评

买家留下评论越多，好评占比越高，受到推荐也高，毕竟买家更愿意买有真实购买评论，且评论都是说好话的商品。卖家可以使用策略，促成更多评论。例如，电子邮件广告营销可以与顾客互动，询问他们的购物体验，促使他们在购买后留下评论。

如果卖家收到了差评，也应该尽快解决。如果顾客在短时间内收到卖家发出的恰当得体的反馈，就更有可能删除或修改差评。

7、图片高画质

引人注目的图像能让卖家脱颖而出，尤其是展示产品正在使用中，或显示产品特定优势的图片。潜在的买家阅读文字描述之前，就以这种方式向他们展示卖家的产品是什么，用途是什么。

Search Term约定俗成的小技巧

(1) 同一个关键词的大小写和复数形态都是多余的；关键字尽可能都是单独且避免使用重复的字词出现

(2) Search Term不用填写在标题 (Title)，商品描述 (Description)，主题关键词 (Subject

Keywords) 已有的字词 ;

(3) 亚马逊将忽略超过250个字符的部分 ;

(4) 搜索一般是做匹配 ;

(5) 商品想要被买家找到 , 商品标题和描述必须包含买家输入的所有关键词 , 确保你的商品尽可能的包含各种关键词的组合 , 多添加一些和商品相关的搜索词 , 来提高被搜索到的机率。

由于关键词收录250字符的隐形要求

(1) 善用连字符号 (-) 可以减少不必要的重复字词 , 例如 " anti-aging " 这样的关键词

(2) 不需要单数和复数都要填 ;

(3) 不需要大小写重复填写 ;

(4) 不要使用填充词 (Filler words) 和停止词 (Stop words)

Filler words例如 : oh god\emmm\basically\seriously等

Stop words例如 : the\a\that\about\have等

(5) 千万不要用惊叹号 ;

(6) 区分不同关键词使用空格隔开。

(7) 一个好的Search Term应该是每一行都有填满，符合字数限制，让商品在不同的搜寻条件下都会出现。因此提高了在亚马逊上的能见度。能见度，显现率越高，点击率必然跟着提高！