

# 优质亚马逊Listing标题的打造法！亚马逊代入驻

产品名称	优质亚马逊Listing标题的打造法！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

一个爆款的打造，产品是根本，Listing展示是必要条件，没有好的Listing展现，打造的过程也是事倍功半。在Listing详情的各个要素中，标题是权重大的一项。

### 一、Listing标题的撰写

#### （一）标题的注意事项：

- 1、除了and,or,with,of等连词和虚词以及the,a,an可以全部小写之外，其他每个单词的首字母大写，但不要全部大写。
- 2、标题中除了写正常的单词之外，不要使用特殊符号。
- 3、标题不要超过200个字符（某些类目要求不超过80个字符），同时，不要在标题中使用促销性用语，

比如不能使用Free shipping , FBA , Prime,Hot Sale,Promotion等词语。

能够做到上述这几点，标题基本上就不致于违规了。对于亚马逊美国站的新卖家或是亚马逊运营的卖家，从运营销售和转化率的角度，还有更多的优化细节需要注意。

在亚马逊运营中，“标题”是整条Listing重要的要素，在一定程度上，既会影响到Listing的类目节点的准确性，还会影响Listing权重（关键词权重）的大小；从消费者的角度来说，标题还会影响消费者购买的决定。

## （二）优化标题的六要素：1．商标名称

商标名称既是发布Listing的必填项，又可以在一定程度上起到防止被跟卖的效果，从长远的角度看，随着运营的推进，商标成长为品牌也是大部分亚马逊运营卖家的期望，所以，亚马逊代运营公司，在标题中，一定会写入商标名。商标名称可以写在标题的开头，也可以写在标题的后。

## 2．产品品名

产品品名也称作产品关键词，由于标题有字符数要求，而一个产品往往会有多个关键词，所以，在有限的标题中要尽量填写产品的核心关键词。如果一个产品有多个核心关键词，也可以同时收集，分别用在标题的不同位置。根据裹媒跨境的分析，“权重高的放前面，权重低的放后面”。

## 3．功能词、特性词、属性词

这类的词语是产品属性和特性的体现，既是消费者的关切所在，也是区别于其他卖家的重要体现，所以，如果一个产品有独特的特性和重要的功能、属性，非常有必要写入标题中。

#### 4. 美感修饰词

这类的词语在很大程度上起着种心锚的作用，当一个消费者读到某个美感词，就有可能念念不忘，从而大大提高了转化率。裹媒跨境结合过往的运营经验，推荐卖家根据自己的产品，恰当使用以下三个词语作为美感修饰词--Premium,Professional,Upgrade等。

#### 5. 标点符号

如果没有标点符号间隔，200个字符组成的一个句子还是略微有点长的，而一个句子过长，重点就难以凸显，为了更好的突出重点，卖家可以在标题中适当使用几个标点符号，比如逗号、括号等，将标题拆分成几个小句子，同时还可以把不同的特性词、属性词等与不同的关键词结合，放于不同的小句子中，形成每个句子有美感，每个句子有重点的效果。

#### 6. 批量销售词

如果是批量销售型的Listing，那么一定要记得，数量就是大的卖点，所以，一定要把数量词体现在标题中，比如，6个一卖的，就可以写成6PCS，8件套的套装组合，就可以写成8-in-1，这样写可以清晰表达出产品内容，能够大大吸引消费者购买的意向。

## 二、关键词的设置

在亚马逊运营中，关键词占的权重很大。设置好的关键词能够为卖家的listing带来较为的流量，让亚马逊更好的识别卖家的listing，带来源源不断的流量。裹媒跨境总结了以下几点供卖家朋友参考：

## （一）关键词分类

- 1、该产品品类的主要关键词（大词），例蓝牙音响Bluetooth Speaker
- 2、你产品的词，例Mini Bluetooth Speaker
- 3、长尾词，例Waterproof Mini Bluetooth Speaker

## （二）挑选关键词的原则1．关键词热度

关键词热度越高，流量才会越大，卖家确定一个关键词后，可以通过第三方软件（MerchantWords）查看该词在亚马逊上的搜索量。

### 2．关键词与产品高度相关

你可能会觉得哪个词的热度很高，然后就把它加入到你的listing里。例如portable这个词，可能你本身卖的是一款笨重的大音箱，你为了蹭流量把它加入到你的关键词里，那后的结果可能是你的产品转化率会非常低。

我们挑选关键词，应当首先提取产品主要卖点，实事求是，再根据热度决定把关键词分别放到listing的哪些地方。

这样才利于亚马逊的识别你的关键词，再给你的流量，不然可能就是越跑越远。

### 3. 符合当地搜索习惯

卖家在挑选关键词时，一定要换位思考，思考买家会用哪些词来搜索他们想要的产品，这一点对于英语水平不高的卖家尤为重要。

例如钢化膜，你会翻译成Tempered glass，虽然Tempered glass也有一定的流量，但是一定不及Screen protector来的多与准确。

再比方暖风机Space heater，充电宝Power bank的另一种叫法Power Pack。

### 4. 根据市场趋势调整关键词

一个产品的关键词不是一成不变的，它会随着市场趋势和消费者行为习惯而发生改变。比如钢化膜这款产品，每一代新的手机对关键词来说都是一次大调整。所以卖家应紧跟市场，当市场发生变化时，及时更新自己的关键词。

其次，裹媒跨境建议在标题中不要重复或者大面积的放关键词，关键词多两个，然后用逗号隔开，每个小句子中可以分别放置一个核心关键词。其他的放一些产品属性参数、适用场景等。

还可以把关键词埋在5点里面，例如Portable：You can take this XXX material super light mini bluetooth speaker everywhere.

### (三) 收集关键词的渠道

- 1、同类产品标题出现频率高的词一般都是该产品的主要关键词
- 2、下拉框里的联想词
- 3、使用各类第三方工具收录关键词
- 4、广告报表里数据较好的词也可以更新到listing与Search Term里，但尽量不要经常改动标题。

#### (四) 关键词优化思路

- 1、借助关键词搜索工具，把搜索量靠前的，符合自己产品的关键词去亚马逊前台搜索，对比竞争对手同款产品的关键词，用在产品的关键词栏。
- 2、把权重高的，符合产品的关键词，长尾词写进去。
- 3、互补词，关键词单复数，使用场景，人群等都要写进去。