

跨境电商亚马逊培训listing优化课程【免费试听】

产品名称	跨境电商亚马逊培训listing优化课程【免费试听】
公司名称	福建梦西石信息科技有限公司
价格	100.00/课
规格参数	品牌: MoonSees 服务: 一年免费复训+诊断辅导 教学模式: 线上线下同步教学
公司地址	福建省福州市鼓楼区软件大道89号福州软件园B区11号楼516-01室
联系电话	15396065497 15359007135

产品详情

MoonSees CPC 广告高阶课程 2021 年新编

MoonSees-一家靠谱的[亚马逊培训机构](#)

，在福建福州、厦门、泉州、莆田等地联合开课，8年致力于为亚马逊跨境电商提供新卖家开店实操、选品出单、listing优化、选、cpc广告优化等运营实操课程服务，并提供物流、商标、知识产品、供应链、财税H10软件等亚马逊生态配套服务；7年来，MoonSees培训了50000+名亚马逊卖家，100万美金级别的卖家超过百家，成功帮助00多家传统外贸企业转型跨境电商

。如果真的有考虑学习亚马逊，可以咨询下MoonSees，领取免费的试听课，满意再考虑报名我们课程。

章 开篇：重新认识亚马逊广告

- 1、什么是亚马逊广告，以及亚马逊广告类型
- 2、四种亚马逊广告类型作用以及展示位置
- 3、CPC 广告基本术语与广告指标解析
- 4、Portfolio、Campaign、Ad group 的关系与作用
- 5、自动广告、手动广告的区别与基本运作原理
- 6、CPC 广告中的三种关键词匹配类型

- 7、negative keywords 与 negative targeting 的区别
- 8、广告活动设置与广告组设置技巧
- 9、广告每日预算与竞价范围的应用
- 10、只降低、动态提高与降低、固定竞价等三种竞价策略应用
- 11、top search、detail page 以及 other search 三个展示位置调整出价的应用
- 12、搜索词、位置、已购买、已推广等多种广告数据报表应该怎么看
- 13、如何利用六种广告报表诊断你的广告问题

第二章 A9 广告算法：深入了解亚马逊广告算法与运行机制

- 1、广告的作用：除了销售，还有很多特殊用途
- 2、A9 商业本质与亚马逊广告排名算法原理
- 3、什么是广告组权重，以及广告组权重关联因素
- 4、什么是关键词质量分，以及关键词质量分决定因素
- 5、读懂亚马逊广告算法，针对性提高广告组权重
- 6、关键词质量分提升：三大策略祝你提升关键词排名
- 7、解密亚马逊广告系统推荐关键词与 Amazon recommended 的关系
- 8、Amazon advertising learning system 的运行原理与实战应用
- 9、自动广告运行原理—基于 listing 的广告推荐算法
- 10、手动关键词广告与商品投放运营原理
- 11、HSA 广告投放条件以及注意事项，移动端布局注意事项
- 12、DSP 广告算法基本原理与定向方式

第三章 广告实战：CPC 广告实战技巧

- 1、投放自动广告前，如何自检 listing 质量，预测自动广告效果
- 2、利用广告系统算法让你的自动广告投放效果大化
- 3、紧密匹配、宽泛匹配、同类商品、相关商品四种匹配方式如何有效利用
- 4、如何处理自动广告中效果较差的 ASIN
- 5、如何找到自动广告中客户搜索词 ASIN 与你的 ASIN 的关联

- 6、实战案例分析：自动广告报表分析和解读——优化方向解读
- 7、手把手教学：自动广告关键字投放技巧
- 8、找到广告 Top 关键词的四种佳实战方法
- 9、亚马逊广告系统推荐关键词与 Amazon recommended 关键词运用
- 10、高效利用广泛、词组、三种匹配方式大化投放效果
- 11、广告报表分析—剥洋葱法找出广告组中高效的关键词
- 12、如何处理报表中高曝光，高相关，高点击、低转化的关键词
- 13、如何处理广告中低效高花费的词，降低 ACOS 值
- 14、一级相关大词，如何有效降低单次点击成本
- 15、如何利用竞争对手 CPC 数据快速锁定广告策略和出单词
- 16、充分运用 ARA 数据了解行业 top 关键词和 top asin
- 17、手把手教学：商品投放广告应该如何投帮助跨境电商卖家将梦想照进现实
- 18、我应该将广告投放在哪种 ASIN 下—八种情况可投放
- 19、哪 3 种情况下的 ASIN 坚决不能投放
- 20、如何利用广告系统做产品关联
- 21、利用商品投放广告做到 10 万美金获得 10 万曝光
- 22、利用商品投放广告低价高效捡漏优质广告位
- 23、如何利用广告快速收录关键词
- 24、广告分时调价：让你的每一分钱花在刀刃上
- 25、利用订单时间，把广告预算放在佳广告时段

第四章 广告诊断：广告实战疑难杂症的解决方案

- 1、学会通过多个广告报表，找出广告问题的症结所在
- 2、广告都是大词，转化率差，如何解决？
- 3、无论如何调整竞价，ACOS 值都居高不下，问题出在哪？
- 4、广告竞价开的很高了，依然没有曝光，应该如何解决？
- 5、广告 ACOS 一直很好，突然间变差，是什么原因？

- 6、四种广告没有曝光的原因，以及对应解决方案
- 7、自动广告中跑出很多不相关的词，应该如何解决？
- 8、自动广告中转化不好的词，应该怎么处理？
- 9、自动广告中转化不好的 ASIN 无法否定，要如何处理？
- 10、每天广告跑出来的转化词都不一样，应该如何应对？
- 11、转化比较差的大词，应该否定还是降低竞价？
- 12、变体广告中广告 ASIN 跑出来的已购买 ASIN 都是同一个，应该如何理？
- 13、广告位置报表中跑出来数据大部分都来自商品详情页，应该如何解决
- 14、如何判断你的广告是否盈利，以及广告 ACOS 阈值的计算方法
- 15、对于 1 次曝光 1 次点击 1 次购买的搜索词应该如何处理

第五章 广告高阶策略：不同阶段如何使用佳广告策略

- 1、新品广告推广：新品期用什么投放策略有效
- 2、新品推广应该如何设置预算和出价
- 3、新品推广应使用哪一种竞价策略
- 4、鞋服箱包等多变体产品应该如何开展广告活动
- 5、没有主推款的多变体产品应该使用哪种策略开广告
- 6、秘笈：如何确定一款多变体产品的主推款
- 7、多变体广告在测试期，如何快速积累数据
- 8、变体广告优化：如何看懂报表做好广告优化
- 9、变体广告流量拓展：如何利用流量权重高的变体
- 10、变体投放中的误区以及常见问题解答
- 11、淡旺季广告投放策略：三个原则要把握
- 12、淡季广告的策略：流量策略、转化策略、产品策略
- 13、旺季广告策略：抓住流量，冲刺销量
- 14、旺季过后，广告的策略调整和数据整理
- 15、淡季与旺季时，广告投放的常见问题解答

第六章 精细化广告管理：广告控制算法与决策

- 1、投放广告是关注 ACOS 值吗？
- 2、ACOS、ACOAS、ASOAS
- 3、你的广告是否赚钱：关注广告的投资回报率
- 4、广告花费（spend）的六大因素
- 5、控制广告花费的四个要点
- 6、广告 ROI 的 6 个影响因素
- 7、精细化广告投放：三个 ROI 公式助你投出赚钱的广告
- 8、广告的 ROI 与产品毛利的关系—ACOS 阈值控制
- 9、广告 ROI 与广告净利关系—CPC、销量
- 10、广告 ROI 与 CPC 竞价、转化率的关系
- 11、如何根据三个 ROI 公式确定每日预算、CPC 以及总体花费
- 12、如何让广告赚钱：销量与利润要同步考虑
- 13、什么是 blend，以及 blend 计算公式
- 14、做一支赚钱广告，如何控制 blend 比例

第七章 作业：广告投放作业

- 1、广告投放作业布置
- 2、学员福利：智能广告工具软件 亿数通 免费试用及购买折扣
- 3、学员福利：购买关键词工具使用折扣码享首月 5 折或全年购买 9 折优惠
- 4、学员福利：购买 H10 关键词软件汉化版使用教学视频课程 5 折优惠
- 5、学员福利：CPC 店铺数据资源对接（付费，公益推荐）
- 6、学员福利：分时调价工具亚马逊船长/tool4seller 购买学员特惠价
- 7、学员福利：A+页面、主图视频、产品拍摄优质服务商推荐
- 8、学员福利：优质翻译服务商推荐
- 9、学员福利：MoonSees 行业课程观看权利（财税、知识产权、企业管理课程）

