

干货：亚马逊五点描述如何优化？

产品名称	干货：亚马逊五点描述如何优化？
公司名称	深圳市实测通技术服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	测试周期:5-7天 寄样地址:深圳宝安 价格费用:电话详谈
公司地址	深圳市罗湖区翠竹街道翠宁社区太宁路145号二单元705
联系电话	17324413130 17324413130

产品详情

一、什么是五行特性？

五行特性也叫Bullet Point，俗称短描述，作为Listing的补充。是关于产品、尺寸、功能、特点、差异化卖点、运输时间等的特别说明。二、Bullet

Point的撰写方法1、可参照亚马逊模板来写。在后台搜索框输入Bullet Point系统会自动弹出来怎么写。2、*多每行可写1000个字符。但一般建议在200字符以内，太长的描述看起来很累，适当给消费者做减法。3、了解消费需求。一个好的五行描述应该以消费者为出发点，也就是做竞品分析。以蓝牙耳机为例，对不同类目下相似度高的产品做数据调查，主要针对产品的好评点和差评点。首先排除有#嫌疑的评价，以确保数据的准确性。好评反映的是优势和消费需求，差评反映的是需求及产品未能解决的痛点。综合数据，消费者呼声*高的写在*前面。比如说蓝牙产品消费者*关心的是音质，那么就把音质写在第一行，以此类推。关于差评还可以有更深入的思考，大家都在抱怨的地方，如果可以进行改良和优化那便是卖点。马云说过一句话，哪里有抱怨哪里就有商机。4、参数 +

优点（给消费者带来的好处）。举个例子：20000mAh portable charger provides the iPhone 7 almost seven times, the Galaxy S6 five times or the iPad mini 4 twice.2w毫安的电池容量对应不同型号手机的充电次数简直不要太贴心啊。5、如果你足够了解你的消费者可以在描述中特别体现目标人群。6、捆绑销售的产品请一定在五行描述写明。7、产品的售后保障可以在*后一点写明。产品的售后保障也是消费者十分关心的一个问题，所以可以放在*后一点写明。保修其实就是了解消费者心理，比如产品两年保修客户会不会在一年零九个月以后退货索赔？答案是很少会有人这样做。但是却有可能因为产品的长效保修让消费者把你的产品和其他“妖艳贱货”区别开来。8、前两行可以适当嵌入1-2个关键词。考虑到关键词布局，且五行也有搜索权重，所以其实可以在前两行的描述中适当地嵌入1-2个关键词。但切记不要堆砌。毕竟用文字表达的更好程度是给消费者看，所以可读性要大于可搜索性。三、Bullet Point撰写的注意事项1、突出显示产品信息的5个关键点，比如：尺寸、保修信息、适合年龄；2、每个Bullet Point的首字母大写；3、分段写，结尾处不出现标点符号；4、字符要求：单行1000字符以内；5、一个Bullet Point中，出现短语要用分号分隔开；6、尺寸单位：如夸脱、英寸、英尺；7、不要写含糊的声明，尽可能具体的描述产品的功能和属性；8、不要输入公司的具体信息，这一部分的描述只针对产品的功能；9、不要包含促销和定价的相关信息；10、不要包含物流和公司的信息。亚马逊的政策中禁止卖家填写有关公司、物流以及卖

家的相关信息。四、Bullet Point的撰写规律1、每行*开始前面，尽量用简短关键词去描述核心内容，提前抓住客户*想知道的点是啥?比如有些客户*想知道：到底支持哪些系统？产品售后时间多久？2、第一行一定是产品*重要的卖点，也就是解决消费者*大痛点。比如wifi adapter，*重要的就是网速了，开头就说：Up to 600Mbps Wi-Fi speeds on 5GHz (433Mbps) or 2.4GHz (150Mbps) bands。3、针对新上架的一款产品，你要多参考几家同行卖得好的，看看他们的Bullet Point到底怎么写的？没必要完全一个字、一个单词自己去码(言外之意，相同参数可COPY)。4、除了参考之外，要注意产品参数，很多产品你要看具体参数是不是和你的一样，建议一定要参考你产品说明书、规格书、包装图等等。5、另外*后一行一般售后保证之类的，当然如果觉得没必要，你还可以写包装都有些啥，不过很多包装信息放到长描述Description去了。