

# 干货 | 亚马逊14个日常运营技巧

产品名称	干货   亚马逊14个日常运营技巧
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

这篇主要分享亚马逊的一些销售技巧和套路，覆盖新品推广，广告打法，review积累，关键词，排名，选品，售后，秒杀，赶跟卖，提高流量等各个环节（文末有彩蛋）。

通过举例这些让大家对亚马逊运营能有更深入的了解。1. 首页在做CPC的时候，转化率越高的词，排名提升得越快。所以人为#的时候，如果想要一个词尽快的排到首页，可以让#的人通过点击我们想要的关键字的链接，以提高这个词的转化率，迅速的让关键词排到首页。2. 位置分享一个有关PPC广告位置的套路。在亚马逊上面转化为王，广告也一样，广告的转化率越高，那广告的权重就会越高，广告的排名也就会越靠前。纯粹点击广告来提升广告排名的方法是\*\*不靠谱。只要点击没有成交，只会把这个广告点烂。3. 打法亚马逊的广告打法基本分为两种：用广告做关键词的自然排名，用广告做纯粹的转化率出单（不要求自然排名）方法一前面已经讲过。方法二主要是利用关键词的转化率来打广告，尽量不做一级大词，而是做二级三级小词，这种词，我们并不要求高的曝光和点击，我们纯粹要一个\*高的转化率。通过这些词来用广告赚钱出单。这种方法我们一定要做好两点，第一点就是每周要优化一次广告报表，把表现不好的词做好精准否定以及重新开。关键词广告。第二点就是随时调整广告预算，如果有表现好的广告组，要随时把预算调高。4. 时间把控好广告的展示时间很重要，也就是尽量让广告在客户购物欲望\*高的时候去展示。5. 新老广告每个出单的广告都是有权重的，不要随意关掉一个老的广告，有时候把新的词加到老的广告里面去，把老广告里面的老词否定掉，可能新词的广告会有奇效。6. review权重买家秀，有图片有视频的review才是高质量的。尽量在首页展示出来的review都是详细描述且带图片带视频的，这样的review权重很大，对listing加分很大，也容易吸引点赞，提高成交转化。如果首页的review权重越高，那么即使差评来了也不会被顶置到首页去。7. VP评价一款新品较短时间内较少费用较安全获得大量VP评价 大概思路如下，具体想要多少数量可以以此类推扩展。准备条件：1个主账号+1个主推产品；5个小账号+10个和主推产品类似的客单价比较低的可以放在类似或者相同类目的产品（每个小账户2个）；较安全的#留评资源，刷FBM的留评率要比较高（FBA和FBM）；具体操作：（分主账号和小账号两块）；主账号按照正常节奏去做推广，刷FBA留评；剩下的5个账号中的10个类似产品刷FBM海外仓，不发货，但是需要提供有效的物流跟踪信息,可以用它平台的物流单号或者直接让#中介提供。一般可以做到发货后3-5天签收，然后等物流显示签收后2-5天内留

评，开始做之后大概一个星期之后可以开始回评，什么停止看具体需要做多少VP评价；用主账号跟卖这些小账号的10个产品，跟卖后主账号和小账号的这些产品的库存都调零；\*后用批量操作表格把这个主推产品和10个跟卖的链接刷到一个父子变体下面去，评价就可以合并到一起了。8. 高流量利用自有高流量listing带动新品流量，通过#留评的方式将需要流量的新品链接附在review里面进行好评。Review的内容也要把控好尽量要长然后通过点赞的方式将此条review点到listing首页，来增加新品的曝光。9. review为了安全性，我们采用的是多帐号上评论的方法。具体操作是按照需求在小账号上多个listing，VP的话可以发小产品到fba，为了避免被真实购买，建议刷的时候开售，不刷的时候停售。等评论准备到一定数量后，有两种方式合并。一种是大帐号直接跟卖并和主推的listing合并，小账号包括跟卖的那些子listing库存调为0。另外一张是大帐号直接跟卖，小账号删掉那些listing，这样主账号能够尽快抢到购物车，这样做是因为有时候小账号填写主账号的品牌名会导致帐号审查。10. 删除feedback通过利用亚马逊系统BUG连续删除feedback，首先遇到一个不符合feedback要求的评价（完全的产品评价或侮辱性词语等）在亚马逊帮助页面输入订单号，点击提交，随后会显示违规评价已删除，不要关闭该页面接着输入其他差评feedback的订单号。如果没删除掉就隔天不断提交，多提交几次就删除了。11. 小号跟卖上vp review小号跟卖上vp review和#套路,review和#分开玩。让风险走在前面可进可退，vp review，产品在给厂家下单的时候就开始小号跟卖刷VPreview(50--100)，产品出厂的时候我的listing已经有大几十个VP review，产品发FBA亚马逊会给我一个新品期的流量，在和#配合产生流量，广告打到首页出单流量。12. 关键词产品主词都做了数据对比，比如down comforter这个词的merchantwords查出来的数值和搜出来result数值作对比。选词，同样的方法，把海量的长尾词主词，放入软件中，让软件去跑，跑出来 merchant值和amazon result值做比值，选出市场大竞争小的词。排名软件，软件原理，在亚马逊中输入词，把前十页出现的ASIN全部摘下来，然后和自己想观察的ASIN做匹配。比如我想观察竞争对手的ASIN，我把自己想做的20个词放入软件，把这20个词的前十页ASIN全部摘下来，然后和竞争对手的ASIN进行匹配，每天可以监控排名，且如果有多个排名的，大概率是竞争对手的广告词备货软件把竞争对手的review全部摘下来，主要看颜色、尺寸、review时间、是否VP评价等。分析这些数据来备货（颜色比例，尺寸比例等），也可以分析review时间来参考一年的趋势热度变化。13. 打击跟卖分享一个打击跟卖的方法。正规打击太慢，像牛皮癣一样特别的恶心，特别是临近大促节日的时候。如何打击跟卖？如果对方是FBM跟卖，就用买家账号去做测试单，然后全部AtoZ，投诉他账号的同时你又可以把钱拿回来。如果对方是FBA跟卖，投诉举报质量问题或者卖假货，提交证据，亚马逊一定彻查。14. 权重权重分为两块：一块是关键词权重，另一块是整体listing的权重。单个关键词权重毋庸置疑，大家比较熟悉的，就是单个关键词权重决定这个关键词的排名，经过搜索这个词购买加持以后或者搜索流量加持以后，单个关键词排名会冲得很高。不过\*\*而已。关键词少还好说。但是，如果你的listing关键词较多，这么一个个推挺累的其实。那么什么叫listing整体权重呢，当一个listing经过大量购买以后，这个量一般得到500左右，红的产品要过千。这个购买不一定通过搜索，直接dp link进去都行。这个listing整体权重就起来了，那么意味着什么呢？只要listing里面，被亚马逊收录的词，任意的组合都能够排到首页，这个产品无论是广告，deals推荐等等方面，都会有天然的权重加持，这个就是大家所谓的盘活了，基本上怎么都能有很好的单量，类似于亚马逊各种流量入口和推送他都会优先。实现了整体的indexing收录加权。（以上内容来自瑞钰电商）