

8大步骤这样做，你的亚马逊业务会突飞猛进！

产品名称	8大步骤这样做，你的亚马逊业务会突飞猛进！
公司名称	青岛海道供应链管理有限公司
价格	260.00/立方米
规格参数	
公司地址	山东省青岛市黄岛区长江东路317号泽润金融广场B座402室（注册地址）
联系电话	0532-80981721 18253269602

产品详情

“亚马逊虐我千万遍，我待亚马逊如初恋”。面对激烈的市场竞争，你该如何增加销售额并在数百万卖家中脱颖而出？通常情况下，卖家关注两个因素：流量或者访问网页的人数以及转化率。

这是一种常见的误解，因为更多的流量并不一定意味着更多的销售利润。你必须能够将该流量转换为销售，首先你应该从优化产品页面开始。

以下是创建完美页面的八个步骤：

1、分析数据

首先，你需要一个参考的基准。你可以在卖家中心的业务报告中找到你的转化率，亚马逊称之为“Unit Sessions Percentage”（销售个数用户转换率）。

良好的转换率因产品价格而异，但至少要达到10%。如果卖家对产品页面进行优化，其实订单转化率可以提高到30%。

例如，你每天至少有30位访问者，或者你已经拥有可靠稳定的转化率，那么增加亚马逊广告预算，可以为你获得更多流量。

2、研究竞争行情

其实，你可以订购竞争对手的产品与你的产品进行比较，并分析他们的评论，注意消费者在评论中所提及的需求，特别是那些有一颗或五颗星的产品。

比较学习的同时，你也要主动解决竞争对手评论页面上的痛难点，及时优化自身产品以满足客户所需。

另外，竞争对手给客户发送的电子邮件，你也要仔细阅读。

3、更新关键词

关键词可能是你网页中最重要的元素。

如果你销售自行车打气筒，那么恰当的关键词可以让客户在亚马逊搜索“自动打气筒”和“自行车打气筒密封条”等特定短语时，将你的品牌呈现在搜索结果页面上。关键词不是越多越好，即便添加数百个无效关键字往往也无济于事。

同时，你需要研究亚马逊广告分析报告，看看哪些关键字为你带来了最多的流量。然后相应地修改标题、要点、产品说明和广告输出，以便于提高搜索流量和订单转化率。

4、利用照片吸引和转换客户。

在线购买的缺点是用户无法触摸和感受产品，你的图片必须弥补这一点缺陷，因为照片是提高订单转换率的关键因素。

例如，可以就产品本身想要传达的主题风格与摄影师进行沟通，将你的产品发送给专业摄影师进行拍摄；研究其他产品照片以了解你的需求，并将其他产品照片与你的摄影师分享；产品图像的呈现，需要是高品质的方形图像。

5、用标题吸引流量

标题应吸引客户的注意力并包含产品的关键字词，且最重要的关键词应位于开头。标题主要包括品牌和产品名称、功能和优点、中间有破折号。区分特征和好处很重要。例如，“带度量表的自行车打气筒”描述了产品的一项功能，而“有助于将轮胎充气至正确的压力值”则描述了产品的一项优势。

请你记住遵循亚马逊的产品页面样式指南和产品页面规则，例如标题的200个字符限制。如果需要的话，也可以使用同义词库查找较短的单词。

6、利用产品卖点，营造市场竞争力

销售卖点可以向客户解释产品的独到之处，以下是你可以利用的5个销售卖点：

第一个销售卖点应该指出产品的不同之处；第二和第三个卖点强调产品特色及优势，例如“有助于将轮胎充气至正确的压力值”，强调产品的安全性；第四个卖点可以演示你的产品将如何解决客户需求；最后一个卖点，可以涵盖制造商的保证以消除消费者的风险顾虑，并告诉他们你将兑现产品质量保证的承诺。

7、让消费者相信他们在做正确的选择

一个好的描述可让用户放心。当消费者阅读产品描述时，要引导他们相信自己正在做出正确的选择。

你可以重申产品功能、优点和承诺，用清晰、对话性和专业的英语编写产品描述，促进销售。同时，避免使用难以阅读的格式化文本。

8、测试产品定价

当你对产品定价毫无头绪时，通常选择竞争对手价格的中间价较为合适。例如，如果他们的产品售价34.99美元、29.99美元和19.99美元，则你的产品定价可为27.99美元。产品价格应该比“收支平衡”点至少高出10%，其中包括产品成本、运费和亚马逊相关费用支出。

那么，如何测试你的价格是否被客户接受？建议每周增加1美元，直至销量出现明显的下降趋势后，再恢复到前一周价格。请记住可以在你的设置中调整制造商的建议零售价，该价格应该比你的价格高出约1.5倍。

众所周知，较低的价格并不能保证更多的销售或利润。当你销售高端产品时，建议可以在购买力水平较高的市场上销售。虽然你的销售额可能较少，但较高的利润率通常可以弥补销售额的损失。另外，凭借更高的转换率和利润率，品牌成功的概率也会增加