

如何利用亚马逊自然排名和广告排名为自己的运营加分？

产品名称	如何利用亚马逊自然排名和广告排名为自己的运营加分？
公司名称	深圳市前海洛菲纳技术咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区西乡街道银田工业区宗泰文创产业园二期3A栋409室
联系电话	18926752640

产品详情

在亚马逊店铺的运营过程中，很多卖家都一直有使用关键词来搜索自己产品位置的习惯，而搜索的目标也往往包括两方面，当产品投放了广告后，我们期望找到自己的广告位置，而对于没有投放广告的卖家，我们则也非常期望能够找到自己的Listing在哪里，两方面的关切，映照在平台规则之内，其实就是我们经常提及的广告排名和自然排名。应读者的询问，我也借此篇文章来解释一下在运营中我们应该在意的几个排名，以及我们该怎样利用这些排名为自己的运营加分。

对于一条Listing来说，在销售过程中，一般会涉及到三个排名：关键词自然排名、BSR(Best Sellers Rank)销量排名和广告排名。关键词自然排名一般指当我们用某个关键词搜索时，在搜索结果中看到的自己Listing所在的位置。如果仔细观察你就会发现，关键词自然排名的位置相对比较固定和稳定，只要不是产品断货或者因为其他原因被系统强制下架，一般来说，排名变化不大；BSR销量排名这个排名主要根据销量来进行的，包含自然销量和广告所带来的销量一起的总销量，BSR排名以小时为统计单位，我们通常所说的Top 100清单就是BSR销量排名；广告排名只针对于投放了站内广告的卖家，根据竞价和关键词质量得分来进行的排名(详细的内容可以参考>>用核心关键词搜索不到，我的亚马逊广告去哪了?)；

在这三个排名中，相对来说，BSR排名的效果最好，当你的Listing成为Best Seller，关键词自然排名往往也会有大幅的提升，往往原本在自然搜索结果靠后的Listing，因为成了Best Seller也会快速的展现在自然搜索结果的第一页。当然，有了Best Seller标识的Listing，由于消费者的从众心理，其转化率也会提高，转化率高于同行卖家，又可以提升广告关键词的质量得分，此时，即便保持原来的竞价不变，广告排名也会得到加持而靠前；反之，也是同样的道理。

所以，可以说，三个排名并不是截然分开的，彼此之间往往相互支撑、相互提升。但需要提醒的是，市面上有人做的所谓的关键词上首页的服务其实只是提升了关键词排名，让消费者在搜索某个关键词的时候，你的Listing可以展示在搜索结果的首页位置，但这种大量灌流量来推高关键词排名的做法会导致转化率大幅下降，有时候你的Listing的转化率甚至远远低于同行，如此一来，在三个排名交互中并不能形成合力，花了钱，却未必能达到预期的效果。要想让三个排名在运营中作用最大化，首当其冲的就是努力推高BSR排名，相对来说，这个是最容易见到效果的，只要销量提升，BSR排名一般会立竿见影的得到提升，我在螺旋式爆款打造法的初步阶段以低价接单的思维正是利用了此。而随着BSR排名提升，系统会分配更多的流量，自然流量的增多会产生更多的自然订单，这种情况下，关键词排名也开始上升，Listing开始出现在搜索结果中越来越靠前的位置。与此同时，如果你同时开启了亚马逊站内广告，随着转化率和Listing权重的增加，广告的成本得以降低，而广告排名也会有上升。上述关于三个排名的分析，希

望卖家能够结合自己的运营状况来揣摩和思考，只有三个排名相互助推，才能将他们的作用发挥到最大化，从而为自己的运营增添动力和助力。