

亚马逊商品销售额激增，你还在由于要不要打广告吗 深圳洛菲纳

产品名称	亚马逊商品销售额激增，你还在由于要不要打广告吗 深圳洛菲纳
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

4月中旬美国政府发钱，商品推广广告的销售额迅速增长。对于品牌商而言，做好准备以满足消费者的需求是非常有必要的，尤其是在亚马逊这样的平台上打广告的情况下。亚马逊在电子商务中扮演着至关重要的角色，而现在，上网购买自己想要和需要的产品的消费者比以往任何时候都要多。

4月，亚马逊有超过150家广告用户活跃，而这些坚持打商品推广广告的卖家4月15日销售额相较这个月前两周的日均销量飙升了41%，超过一半的受访卖家上涨至少20%。4月16日，这些卖家销售额继续保持增长，较4月前两周的日平均水平高出33%。

洛菲纳，联系人：宋经理 15361698380 微信：lfn02

招代理以及服务商，竭诚为广大亚马逊站群铺货卖家服务。

老牌公司，行业领导者，更值得信赖！！

解决大量注册店铺问题。大量铺货问题，大量翻译，大量P图问题，大量发货问题，采购问题！

提供亚马逊全球卖家账户申请及KYC审核、自主研发ERP店群系统终身使用权、完善的物流体系、全流程开店扶持指导、铺货运营技术培训、精细化运营技术培训、技术团队售后指导、店群运营建设、财务体系搭建、推广渠道搭建等。

跨境电商一站式服务平台-洛菲纳Lonfenner

洛菲纳为您提供及时的亚马逊资讯

亚马逊是一个国际性跨境电商平台,平台政策千变万化,尤其在亚马的销售旺季,平台政策调整更为频繁。

Ionfenner为您提供及时的跨境电商相关新闻与动态,助力广大卖家及时了解平台政策变化、知识产权、商标权、关键词优化、运营推广等相关资讯。洛菲纳愿与您一起分享信息,共享财富!

我们为您提供海量的亚马逊运营资源

- .美亚销量排行榜
- .专业长尾词寻找工具
- .美亚新品排行榜
- .在线关键词搜索追踪工具
- .产品跟踪+销量估算
- .商标快速查询工具
- .关键词变化趋势
- .专利搜索工具
- .供应+采购趋势分析
- .货源网站推荐
- .搜索引擎优化资料及工具
- .美国lightning deals.

-----与其在别处仰望 不如在这里并肩-----

想做跨境电商?

不懂申请账号? 缺乏运营经验?

不懂国际收款? 缺乏高效国际物流?

不会选品? 进货资金有限? 不会外语?

ERP软件解决人力和时间等各项成本

做跨境电商,亚马逊无货源的店铺运营,为了节约时间和人力、财力,物力,通常会有很多的卖家或者新手会选择ERP这个系统上进行操作,但是不知道的是肯定会有很多问ERP是什么?简单来说的话就是方便你管理亚马逊店铺、方便采集铺货,并且帮助卖家实现产品的管理以及订单分类管理,采集翻译和物流订单等等,可以帮助咱们卖家更容易的管理店铺。

铺货是如何挣钱的?

什么是海量SKU?

从业多年的深圳洛菲纳,是跨境电商一站式解决方案供应商,其自主研发智慧生态ERP系统,可实现海量商品信息的采集,通过商品信息采集从而搬运到自己亚马逊店铺中,将铺货模式做到。

什么是以销代购？

客户下订单之后，货款打到第三方平台账户，洛菲纳跨境电商智慧生态系统自动提醒卖家发货。以销代购即不需要货源，也不需要囤货，更不需要太多资金投入，全网都是你的货源。中国卖家将质优价廉的中国产品卖到了全世界，并创造了一个个创富神话。

如何将海量SKU模式做到创造电商新奇迹？

首先，依靠海量SKU出订单的原则是铺货，货越多，订单转化越多。那么人工铺货效率低下，需要利用ERP系统每天上传成百上千产品。这些产品需要去国内外各大平台采集商品信息。洛菲纳跨境电商智慧生态系统2.0版本将商品采集-信息修改-一键翻译-订单管理-物流售后-邮件回复模板等进融合，从而极大简化了工作量，甚至不需要导表，直接将产品上传至亚马逊店铺，真正实现无缝对接亚马逊后台，免去了大量繁琐的工作程序。

2020年的亚马逊运营会有更多机会，紧抓机会持续努力，洛菲纳全新SKU铺货新模式，带您一起飞，创业致富不是梦，您还等什么？了解更多可以 私：luofn02

亚马逊广告基准报告重点阐述以下几点：

亚马逊DSP

尽管对很多广告用户来说，第一季度增长速度往往比第四季度假日购物季要慢一些，但亚马逊的DSP广告用户季度环比增长4%，CPM显著下降，从第四季度环比下降11%到2020年第一季度下降26%。

冠状病毒对美国人的日常生活产生越来越大的影响，DSP广告用户3月份的支出基本保持稳定。一些广告用户的退出降低了竞争水平，CPM 2月至3月一直保持下降水平。

由于广告用户已经逐步向这些广告单元的潜力品牌倾斜，旨在提高认知度和关注度的广告活动所占的份额从上一季度的26%上升到2020年一季度的43%。专注购买的广告活动占了第一季度广告支出的57%，较2019年第四季度的40%有所增长。

亚马逊商品推广广告和品牌推广广告

商品推广的销售额增长19%，一季度点击量增长14%，CPC增速三个季度以来首次放缓，从第四季度的12%降至第一季度的9%，亚马逊商品推广支出在2020年第一季度同比增长24%，与2019年第四季度的30%相比略有放缓。

令人惊讶的是，品牌推广广告支出本季度同比增长了47%，比2019年第四季度27%的支出有了显著的反弹。

随着保持社交距离和关闭实体店的相关法令逐渐生效，亚马逊产品转化开始加快，3月11日至3月21日，87%的商品推广转化发生在广告点击后的24小时内，而在1月1日至3月10日期间，这一比例为84%。在过去一周半的时间里，广告点击和转化率恢复到正常水平。

上季度最后一周，广告展示量同比下降30%以上，有数据指出，亚马逊对商品推广的广告投放进行了彻底的调整。这些展示量似乎完全来自页面顶部之外的搜索结果页面，而这些位置的点击率非常低，因此对点击率的增长影响不大。