

30 天新品广告打法

新品上架如何运用好广告，一直是个众说纷纭的事情。

最近正好在给新人做培训课件，顺便整理了下这部分的内容。

亚马逊操盘手基本上都知道新品广告打法，但为何会出现我的广告数据没有别人的跑的好呢？

为啥别人的广告新品期到成熟期都是良性增长，而我的时好时坏呢？

接下来，我帮你们细致总结下步骤和实际运营中应该注意的点。

新品广告准备与操作有 2 个阶段：

一.关键词的挖掘与优化

二.广告设置与投放

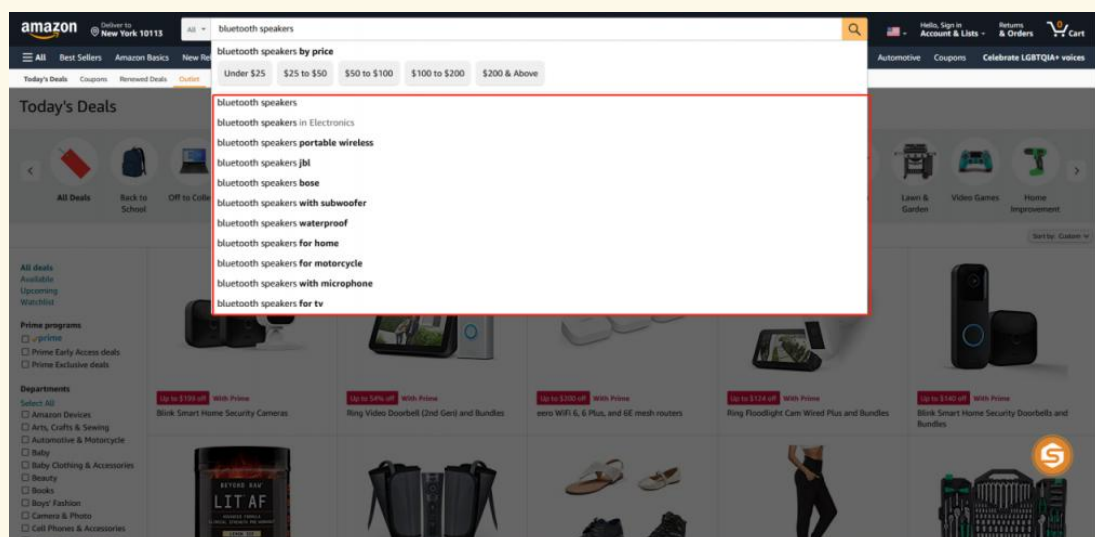
一. 关键词挖掘与优化

1. 关键词挖掘

关键词挖掘是老生常谈的技能，基本操作如下：

① 前台关键字搜索推荐

通过产品的主关键字，在前台搜索栏搜索，出现下拉推荐，里面出来的词基本是买家搜索较多的词，可做主要精准长尾词去打。



② 后台品牌分析关键字搜索

如果你有注册品牌或者商标，可以在后台品牌-品牌分析里面找到亚马逊关键字搜索，输入主关键字，可以按照周，月，季度获取相关关键字的搜索频率排名和相关联 ASIN，判断这个关键字下的产品的热度和关键字相关性，可以下载分析。

亚马逊关键词搜索

搜索词: bluetooth speakers

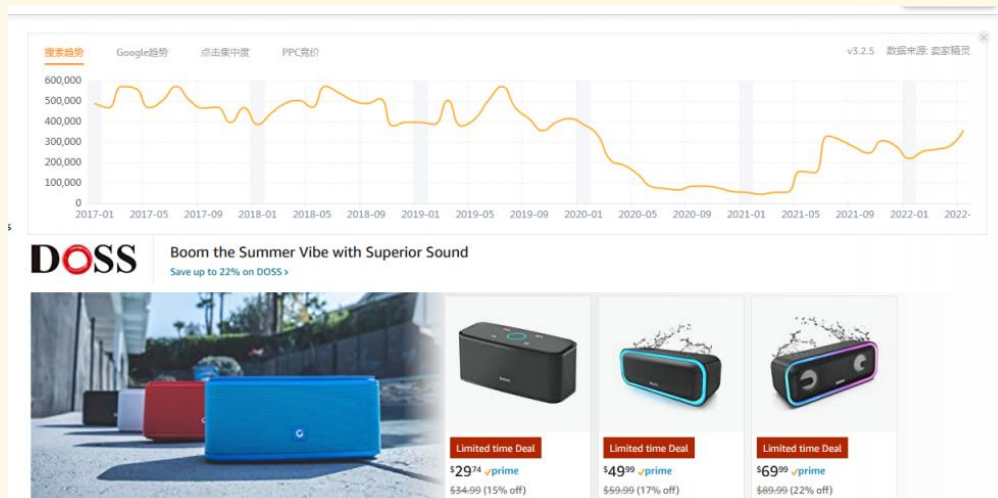
报告范围: 月度 22年5月11 - 22年5月31

排名	搜索词	搜索频率排名	#1 已选定的 ASIN	#1 商品名称	#1 点击共享	#1 转化共享	#2 商品名称
1	bluetooth speakers	111	B01MSYQWNY	JBL Flip 4, Black - Waterproof, Portable & Durable Bluetooth S...	10.80%	11.00%	B01MSYQWNY
2	speakers bluetooth wireless	913	B01MSYQWNY	JBL Flip 4, Black - Waterproof, Portable & Durable Bluetooth S...	9.84%	10.47%	B01MSYQWNY
3	outdoor bluetooth speakers	5,813	B00081NKSU	Dual Electronics LU43PB 3-Way High Performance Outdoor In...	9.18%	5.25%	B00081NKSU
4	outdoor speakers bluetooth waterproof	5,959	B09KG8963V	Outdoor Bluetooth Speaker with Light, Realistic Flame Effect, ...	12.47%	14.86%	B09KG8963V
5	portable bluetooth speakers	6,892	B07QBY5RZ7	JBL Clip 3, River Teal - Waterproof, Durable & Portable Bluetoo...	7.52%	9.60%	B07QBY5RZ7
6	bluetooth speakers portable wireless	7,179	B0100VAY5RG	Core2 Angle 3 Bluetooth Speaker Portable Bluetooth Speake...	12.77%	16.28%	B0100VAY5RG
7	wireless speakers with bluetooth	13,561	B01MSYQWNY	JBL Flip 4, Black - Waterproof, Portable & Durable Bluetooth S...	14.36%	14.58%	B01MSYQWNY
8	bluetooth speakers with subwoofer	14,211	B08N4CW668	60W (80W Peak) Portable Bluetooth Speaker with Double Sub...	11.63%	16.96%	B08N4CW668
9	portable speakers bluetooth wireless	19,775	B07Q6ZWHLR	JBL Clip 3, Black - Waterproof, Durable & Portable Bluetooth S...	9.81%	11.64%	B07Q6ZWHLR
10	marshall bluetooth speakers	19,947	B07JGJ8Z8K	Marshall Acton II Bluetooth Speaker - Black	19.38%	17.63%	B07JGJ8Z8K
11	outdoor bluetooth speakers waterproof wireless	24,610	B09KG8963V	Outdoor Bluetooth Speakers, LED Atmosphere Speaker Portabl...	7.97%	10.43%	B09KG8963V
12	best outdoor bluetooth speakers	28,673	B01954Q028	Wall Mount Home Speaker System - Active + Passive Pair Wirel...	10.36%	1.79%	B01954Q028
13	jbl speakers bluetooth wireless	29,232	B07QK25PP7	JBL FLIP 5, Waterproof Portable Bluetooth Speaker, Black	17.95%	20.28%	B07QK25PP7
14	amazon.com	29,525	B089RQV8MCK	After Laminco BMW5781 1.8a Jacker 5.1in to 10 hours of Batter...	15.17%	18.89%	B089RQV8MCK

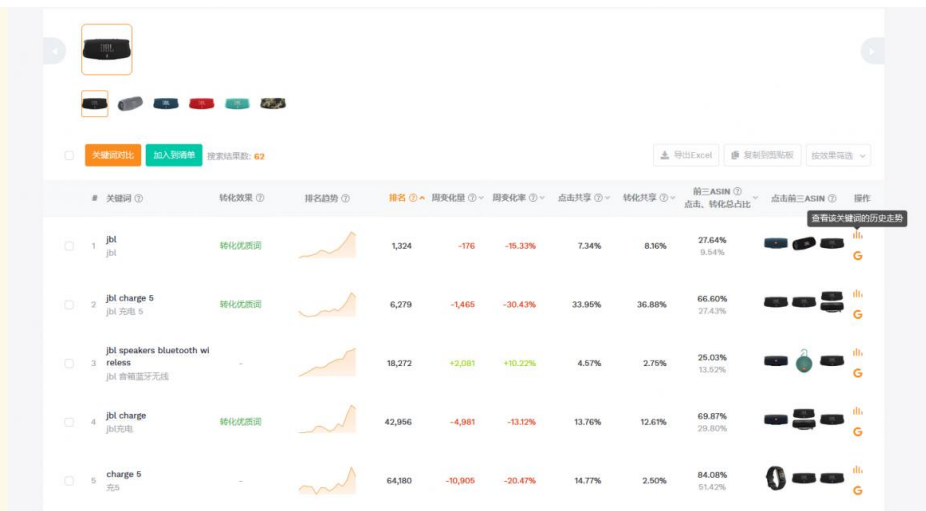
③ 市面上免费或付费软件分析

能够做到竞争对手 ASIN 出单词反查的基本上都是要付费软件功能才能做到，我用的比较多是卖家精灵 <https://www.sellersprite.com/>，当然其他软件付费功能也能满足，大家挑选最适合自己的。

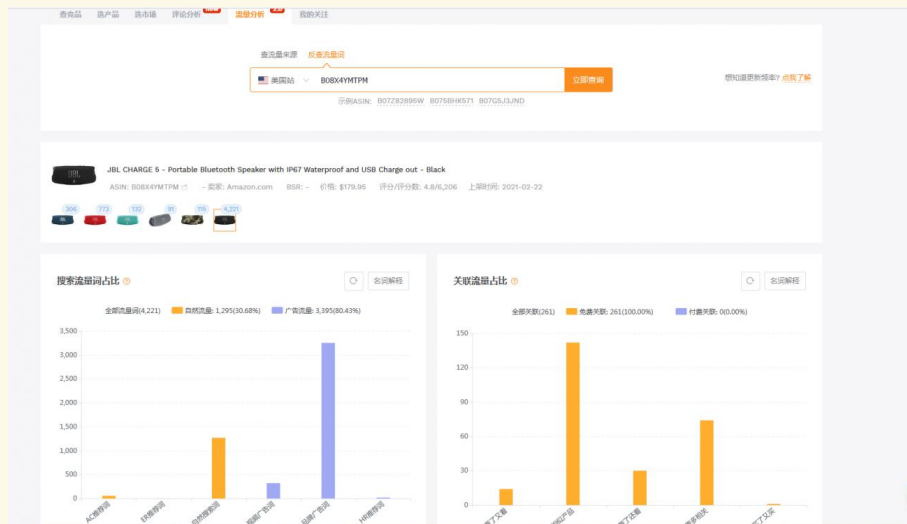
搜索趋势：在亚马逊前台搜索关键词，会出现这个关键词的搜索趋势，google 趋势，点击集中度，PPC 竞价



出单词反查：这个功能可以找到这个 ASIN 主要的出单词



关键词反查：也叫流量关键词反查



AC推荐词

品牌广告词

自然搜索词

视频广告词

品牌广告词

HR推荐词

查看文案

品牌广告词

查看文案

品牌广告词

查看文案

流量词列表

关联流量列表

流量词类型

☐ 自然搜索词 (1,269)

☐ AC推荐词 (57)

☐ ER推荐词 (3)

☐ 4星推荐词

☐ 品牌广告词 (3,254)

☐ 视频广告词 (322)

☐ HR推荐词 (20)

☐ SP广告词

流量词转化

☐ 主要流量词

☐ 精准流量词

☐ 精准长尾词

☐ 有效转化词

☐ 转化优质词

☐ 转化平稳词

☐ 转化流失词

☐ 无效曝光词

关键词对比

搜索结果数: 4,221

导出

复制

高频词

请输入关键词搜索

高级筛选

#	关键词	品牌词	流量占比	转化效果	流量词类型	自然排名	广告排名	SP R	标题 密度	搜索量 周排名	月搜索量	月购买量	PPC竞价	商品数	供需比	广告 商品数	操作
1	bluetooth speakers	蓝牙耳机	15.73% 74,239 主要流量词	-	自然搜索词 品牌广告词	第1页, 4/21 今日12,088排名	第3页, 2/31 昨日14,088排名	567	2	85	357,050 11,902	10,176 2.85%	\$2.47 \$1.66 - \$4.96	11,303	77.5	318	<div><div></div><div></div><div></div></div>
2	jbl bluetooth speaker	JBL蓝牙耳机	10.19% 48,076 主要流量词	-	自然搜索词 品牌广告词	第1页, 17/36 昨日14,296排名	第2页, 3/31 昨日17,070排名	307	-	256	175,239 5,841	1,910 1.09%	\$1.36 \$0.82 - \$2.73	345	514	109	<div><div></div><div></div><div></div></div>
3	speaker	发言人	7.85% 37,017	-	自然搜索词 AC推荐词 品牌广告词	第1页, 17/31 今日10,651排名	第1页, 3/31 今日10,651排名	237	8	451	143,850 4,795	2,043 1.42%	\$2.5 \$1.54 - \$5.03	4,642	14.7	245	<div><div></div><div></div><div></div></div>
4	bluetooth speaker	蓝牙耳机	5.20% 24,528 主要流量词	-	自然搜索词 品牌广告词	第1页, 8/71 今日10,649排名	第2页, 2/31 昨日14,544排名	157	27	1,124	96,907 3,230	3,227 3.33%	\$2.27 \$1.54 - \$4.57	4,517	21.1	313	<div><div></div><div></div><div></div></div>
5	jbl	JBL	5.02% 23,689	转化平稳词	自然搜索词 AC推荐词 HR推荐词 视频广告词	第1页, 61/71 2天前10,650排名	第2页, 27/27 7天前17,300排名	130	21	1,148	80,146 2,672	481 0.60%	\$1.12 \$0.82 - \$2.26	1,287	62.3	92	<div><div></div><div></div><div></div></div>

(1) 挑选 Top100 内的相关竞品，反查流量词和出单词，按照时间范围整合到一起，再把精准长尾词，主关键字，流量词和否定词找出分门别类。

(2) 将长尾词，主关键字和流量词埋入页面中

(3) 否定词用来否定自动和手动广告

(4) 前期主推精准长尾词，竞价可 3 天左右调整一次，中期主推主关键字

④ 竞争对手页面关键字布局分析

竞争对手页面关键字布局包含标题，五点描述，A+，Q&A 和 review，相关挖掘工作时长比较久，分析 Q&A 和 review 可以为你的页面优化提供卖点，为选品提供迭代思路。

⑤ google adwords

Google 分析是建议用来做参考和 Search term 的优选，毕竟亚马逊自身也是个搜索引擎，且到这个网站上来搜索的访问者目的非常明确。

⑥ google 搜索推荐

类似第一个亚马逊搜索推荐, 通过顶部的搜索框出现的下拉推荐以及尾部的搜索这个关键字的人也搜索了以下关键字来进行关键字挖掘。

2. 关键词优化

上述 6 种方法提取出来的关键词, 按照权重排序前台关键词搜索>后台品牌分析>付费软件关键词分析>竞争对手页面分析>Google adwords>google 搜索推荐, 分别将这些渠道分析出来的关键词优化到 Title、bullet、description or A+、Search Term、Q&A 以及 Reivew。

埋词优化原则:

①自然落位, 前后通顺可读性强;

②无明显语法错误;

③主关键词和含有主关键词的长尾词可多次出现, 增加频率

④Search Term 建议写满, 词的选择有 3 种方式 (所有假设建立在你的页面已经优化的很好, 图片, 描述相关)

(1) 排除掉前端所展现的所有关键词，剩余的优化进 search term - 自动广告会跑出很多曝光，点击率可能会不错，但是转化很少，注意精否，这种方法的目的是为了获得更多曝光，更多展现；

(2) 相关性非常高的主词和精准长尾词优化进去 - 曝光少，但是点击率，转化率应该会不错；

(3) 只填一个主词或者就干脆不填 - 前端如果优化的很 ok, search term 说实在的就是一个辅助亚马逊爬虫抓取你的数据，前端还是最重要的

三种方式其实可以看成是你链接的三种状态，对应的新品期、中期以及成熟期，逻辑是通的。

⑤Q&A 和 review 埋词非常重要，千万不要忽视，有渠道一定要做

提取词和埋词是一个长期过程，精品化和品牌化路线的产品在新品准备期是一定要花个一周时间去操作的。这还只是第一步，这步走的踏实如同夯实的地基，广告投放的时候你就有相关的数据，可以提前做精否，以及提前布局关键词，再根据实际情况调整，在产品广告数据出来之前规避掉不需要的投入，对精细化运营还是有很大的提升。

二.广告设置与投放

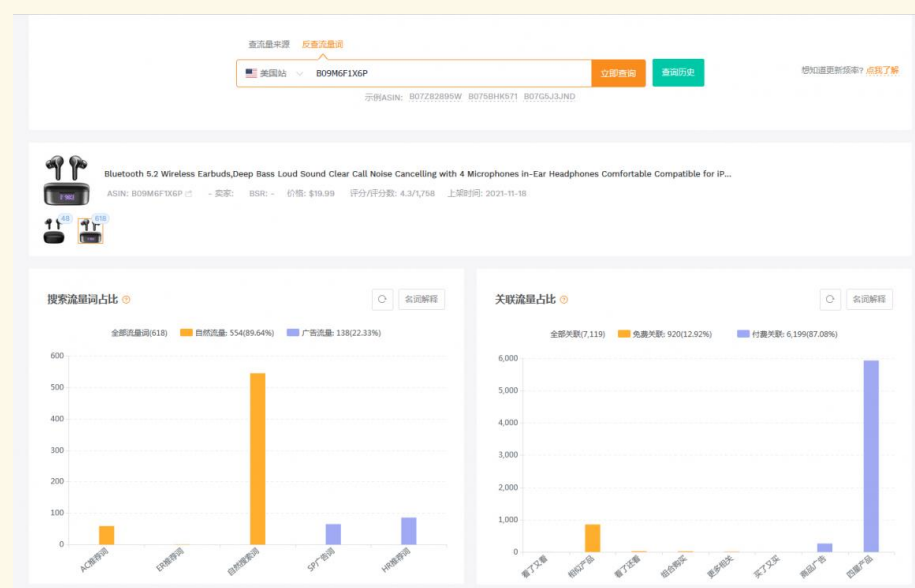
在关键词布局、页面优化完成的情况下，我们需要考虑新品期的广告设置和投放。

第一周：

在页面优化完成，视频、A+等图文都已经上传的前提下，投放自动广告，这里建议第一周投放 3 组自动广告，每组广告出价策略要不一样：一组高于推荐 bid，一组持平，一组低于推荐 bid，固定竞价。预算可根据你前期 3 个月预算标准来投放。

每组广告根据之前的竞品分析，提前精否掉相关性不大，高点击高曝光的词，尽量让你的预算能跑出精准的词和 ASIN。

找到竞品主要流量词和无效曝光和转化率低的词



流量词列表

关联流量列表

流量词类型

☐ 自然搜索词 (545)☐ AC推荐词 (59)☐ ER推荐词 (1)☐ 4星推荐词☐ 品牌广告词☐ 视频广告词☐ HR推荐词 (86)☐ SP广告词 (65)

流量&转化

☐ 主要流量词☐ 精准流量词☐ 精准长尾词☐ 有效转化词☐ 转化优质词☐ 转化平稳词☒ 转化流失词☒ 无效曝光词

对比

搜索结果数: 618

自定义列

导出

复制

高级筛选

请输入关键词搜索

高级筛选

#	关键词	关联解释	流量占比	转化效果	流量词类型	自然排名	广告排名	SP R	标题密度	搜索量周排名	月搜索量	月购买量	PPC竞价	商品数	供需比	广告竞品数	操作
<input type="checkbox"/> 1	ear buds 耳塞		22.53% 49,700 主要流量词	-	自然搜索词 HR推荐词 SP广告词	83 第3页,14/31 4天前16177排名	4 第1页,4/48 22天前1800排名	464	5	199	253,850 8,462	23,736 9.35%	\$2.74 \$1.66 - \$4.05	8,184	31.1	233	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>
<input type="checkbox"/> 2	bluetooth earbuds 蓝牙耳机		20.29% 44,758 主要流量词	-	自然搜索词 HR推荐词 SP广告词	32 第1页,32/36 今日13:41排名	3 第1页,3/38 3天前16022排名	433	6	286	237,604 7,920	19,697 8.29%	\$2.61 \$1.66 - \$3.59	8,454	28.5	355	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>
<input type="checkbox"/> 3	headphones wireless bluetooth 耳机 无线 蓝牙		12.95% 28,562 主要流量词	-	自然搜索词	21 第1页,21/48 今日13:29排名	3 第3页无排名	242	0	639	150,453 5,015	10,878 7.23%	\$3.1 \$1.92 - \$3.42	9,781	10.6	238	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>
<input type="checkbox"/> 4	earbuds 耳塞		9.13% 20,133	-	自然搜索词 HR推荐词	76 第3页,14/31 12天前2630排名	50 第2页,11/32 11天前18030排名	509	21	176	294,399 9,813	26,731 9.08%	\$2.59 \$1.67 - \$3.58	10,787	27.2	217	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>
<input type="checkbox"/> 5	wireless earbuds 无线耳塞		8.46% 18,671	-	自然搜索词 HR推荐词 SP广告词	46 第3页,28/32 6天前2630排名	33 第2页,29/30 第1页,5/16排名	518	22	161	297,542 9,918	22,435 7.54%	\$2.24 \$1.55 - \$2.98	8,180	37	393	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>
<input type="checkbox"/> 6	earbuds wireless bluetooth 耳塞式无线蓝牙		2.83% 6,240	-	自然搜索词 HR推荐词 SP广告词	47 第3页,28/31 今日09:56排名	22 第2页,14/31 6天前0913排名	196	0	1,531	115,599 3,853	10,751 9.30%	\$2.88 \$1.61 - \$3.7	7,628	15.5	233	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>

流量词列表

关联流量列表

流量词类型

☐ 自然搜索词 (644)☐ AC推荐词 (32)☐ ER推荐词 (1)☐ 4星推荐词☐ 品牌广告词☐ 视频广告词☐ HR推荐词 (342)☐ SP广告词 (125)

流量&转化

☐ 主要流量词☐ 精准流量词☐ 精准长尾词☐ 有效转化词☐ 转化优质词☐ 转化平稳词☒ 转化流失词☒ 无效曝光词

对比

搜索结果数: 4

自定义列

导出

复制

高级筛选

请输入关键词搜索

高级筛选

#	关键词	关联解释	流量占比	转化效果	流量词类型	自然排名	广告排名	SP R	标题密度	搜索量周排名	月搜索量	月购买量	PPC竞价	商品数	供需比	广告竞品数	操作
<input type="checkbox"/> 1	android wireless earbuds 安卓无线耳机		0.10% 192	转化流失词	自然搜索词 AC推荐词	9 第1页,9/38 今日13:42排名	3 第3页无排名	28	0	356,898	1,654 55	95 5.77%	\$1.87 \$1.55 - \$2.6	10,647	0.4	22	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>
<input type="checkbox"/> 2	ear buds for android 安卓耳机		0.06% 127	转化流失词	自然搜索词	8 第1页,8/46 昨日00:47排名	3 第3页无排名	26	0	537,472	1,128 38	105 9.34%	\$2.82 \$1.98 - \$3.4	5,884	0.2	8	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>
<input type="checkbox"/> 3	mozoter 莫佐特		0.04% 80	无效曝光词	自然搜索词 AC推荐词 SP广告词	6 第1页,6/32 4天前1619排名	30 第1页,30/32 16天前1100排名	13	1	846,320	359 12	76 21.10%	\$1.87 \$1.46 - \$2	111	3.3	25	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>
<input type="checkbox"/> 4	phone earbuds 电话耳塞		0.04% 73	转化流失词	自然搜索词	2 第1页,2/26 今日09:40排名	3 第3页无排名	13	0	910,183	387 13	62 16.03%	\$1.78 \$1.45 - \$2.27	11,298	0.1	11	<div><div>山</div><div>🔍</div><div>🔍</div><div>🔍</div></div>

1 - 4/4

首页

1

50条/页

跳转至

1

页

确定

这样子做的目的是为了找到最合适的出价范围（三组不同竞价规则的广告组），缩短你的测广告和页面优化精准度的时间，加快产品推广进度。（现在老板对新品的耐心是越来越低了，所以需要 you 以最快的速度确定是产品问题还是产品页面优化不够）

现在因为测评的限制，我这边用的比较多的还是 Vine 计划和优质的

老客户少量测评来维持链接的推广进度, 等自然留评产品起来的概率很低。

第二周:

第一周主要目的是测试页面的优化是否 ok, 产品是否受欢迎。(很多公司有自己的品牌主页和社媒账号, 可以确保上架的产品都是受欢迎且反馈还不错的) 对于没有这些资源的卖家第一周的数据就尤为重要了。

如果你参加了 VINE 计划, 应该能在 vine 计划页面看到送出去多少单, 第二周催下留评, 就会有几个 vine 留评, 这个时候提取前一周跑出来的关键词和之前通过软件, 亚马逊前台搜索和后台品牌搜索抓取到的关键词, 可以开启自动广告投放, 当然这个动作可以放到第三周, 主要看你的自动广告表现。

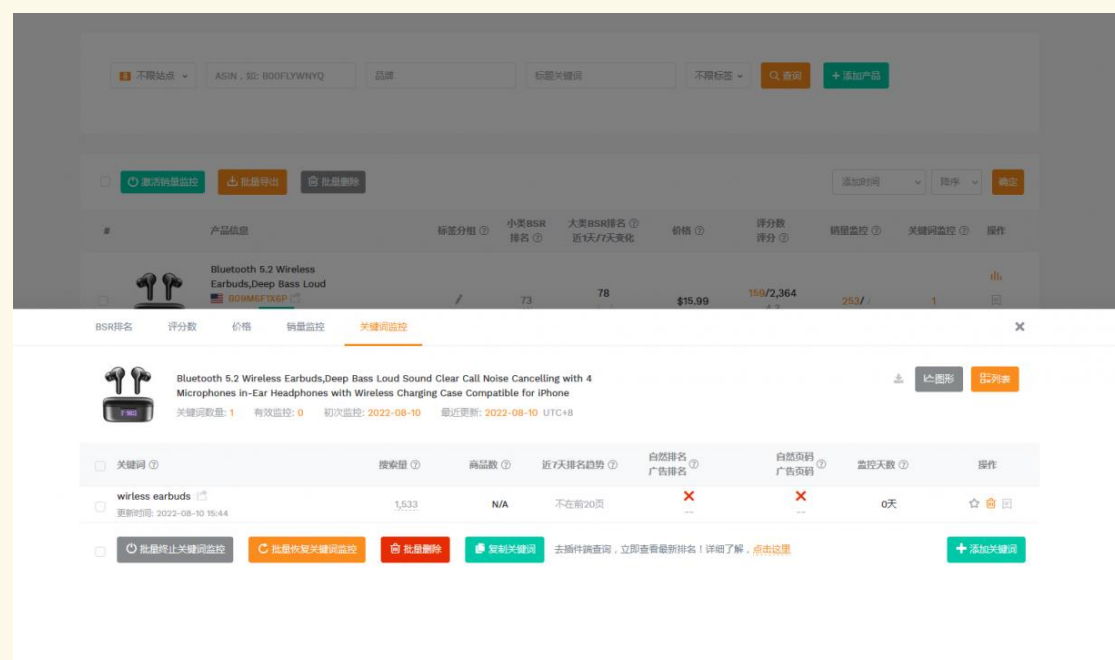
这些词可以先投广泛匹配+词组匹配, 分别放到两个广告组里, ASIN 定投可以筛选出对比价格和评价有优势的进行定投。

同时**第一周的自动广告也在继续跑出一些数据, ACOS 较高一定是非常正常的事情**, 你需要做的是三组自动广告针对性的优化, 精否, 提取关键词, 对于一些精准大词, 前期的效果非常不好, 可以适当调低精准匹配的 bid, 慢慢优化, 切记: 新品期的主关键词和主长尾词虽然花费非常高, 也不能直接精否了, 对你新品期的流量有很大的影响,

可以降低其预算和出价。

如果第一周三组**自动广告相关曝光点击都不是很理想的情况或者跑出来一些不相关的词和 ASIN，你需要考虑你的页面优化问题，关键词布局，类目检测**（新品要关注出单后多久有类目排名，以及广告位是否能够搜索到），这就涉及到你的产品是不是及时被亚马逊收录。

如果有时间，可以表格追踪每日的主要关键词和长尾词的自然排名和广告排名情况，以及设定动作记录标注，了解产品的正常走向。当然，现在很多软件和 ERP 是可以开启产品关键词追踪和动作追踪的，大家有条件的可以设置下，没条件的就老老实实手动记录。



第三周：

前两周下来，新品大概率是积累了 2-3 个评价，好一点的 5-7 个（不排除有资源的卖家可以新品两周给他绑定了几十几百个评价的）。

这个时候建议将第二周的动作继续在第三周操作，同时增加类目投放，观察不同评价数量和星级情况下的广告表现，对你以后打新品有很大的帮助。

前两周跑出来的达到精否条件的词，做精否的动作需要很谨慎。因为这些词的所有表现都是建立在你的链接成熟度的基础上的，所以建议还是先将非常不相关的词精否掉，配合之前调研的一些精否词，可以满足你先期的精否要求。

第三周广告主要做的事情：

①取词，出单词提取出来看是否页面有优化；

②调 bid，出单词和 ASIN 根据投入产出比和 ACOS 调整出价；

③精否，不相关词和 ASIN 精否；

④预算，不能无休止跑预算，一定是按照竞品的推广节奏来看预算，适当调控预算；

⑤新广告方式，若有品牌和优质视频，建议可给予适当预算投放品牌和视频广告，包括手机端的 post。

第四周：

三周的广告数据是比较全面的，但对于新品来说远远不够，可能会低于预期，也可能会高于预期。一切前提建立在你的新品页面状态。

若是3周下来，新品页面还是没有评价，或者只有1-2个，那麻烦把新品的推广节奏加快，因为给你占据新品榜标签的时间不足2个月了，而且广告数据也是非常初始的，能调整和借鉴的广告数据不会太多。

前三周是准备工作，数据的准备和产品的准备，第四周开始需要聚拢之前调研和近期跑出来的广告数据，开始进行精准投放。

①精准长尾词投放，调研数据和广告数据跑下来，可以看到出单情况和投入产出还不错的词，进行精准投放；

②类目和ASIN投放，对比新品你有评价优势，对比老品你有价格或者星级优势；

③自然搜索位，广告表现好的词需要关注自然位排名，并在自然位和广告位之间找到平衡，为后续优化自然位排名做准备（不考虑这个你的广告订单占比会非常高）

④视频广告投放，建立在原创视频，优质视频的基础上去投放

⑤精否

⑥优化自动广告，第一周的3组自动广告会跑出来不同的效果，根据实际情况保留表现好的匹配方式

一个月下来，你的产品也正式进入产品初期阶段，初期基础打牢，配合稳步增长的评价和站内站外的促销推广，良性发展，实时关注广告效果，带来订单的同时也有可能拉低你整体转化率，对你的自然订单产生影响。

后续就是持续优化广告表现，引入新的关键词和广告方式，增加曝光和流量，最好是能在新品第一个月末到第二个月拿到 New Release 的标签，对你的新品有很大的帮助。

同时分享个小技巧：**老链接如何拿到 New Release 标签？ - 新的变体也是新的产品，老连接上新变体就有可能拿到这个标签。**