

## 提出问题：

亚马逊广告的总费用不断上升，导致 acos 一直降不下来，怎么做都是亏本的，为什么？

分析下题干，首先是怎么做都亏本，因为 acos 太高，acos 高的原因就是投入大，产出少

这背后，实际是广告成本上升了，而产出并没有太大提高

广告成本上升，实际就体现在关键字的单次点击成本上，那么实际上这个问题的实质是

如何在不改变广告排名的情况下降低关键字的单次点击成本？

## 分析问题

A 为什么单次点击费用会增加这么多呢，以前一个点击也许是 3 毛，现在要 3 块了

1 因为进入亚马逊的卖家越来越多，使用同一个关键字的人也越来越多，相互竞争，不断提高出价，当然出价就平均提高了

2 刷单等手段，抓的越来越严格，逼迫大量原本不开广告的卖家，也加入了广告来推排名的方式，进一步增加了竞争

3 每个行业里，都不乏敢于大量投入资金砸广告的卖家，他们就是赚吆喝不赚钱，使得整个流量的价格大幅提升

B 很多卖家对广告的理解还有误区，认为广告是引来流量，并且带来利润，殊不知广告的最大作用，是用来推自然排名的，只有当关键字的自然排名上去了，才有可能稳定和带来利润，将广告作为提高排名的一个手段来看，那么短期的 acos 太高，是可以忽略的

## **解决问题**

第一步，原理搞清楚

当然，我们是有方法可以解决 acos 太高的，决定 acos 的，是投入，也就是单次点击成本

单次点击成本，是由关键字的质量得分决定的，评分的高低会直接决定关键字的实际出价

google 自首次发明了点击付费广告以后，便把这种算法放进了广告里（即用户体验好的才让你排在前面，不然搜出来的都不是客户想要的，会引起客户反感）

而亚马逊也是引用了 google 的广告算法，google 广告长期以来，已经形成了一个专业职业，google 广告优化师，而亚马逊广告，目前市面也出现了代运营的服务

所以并不是说你钱越多，就一定能排的越靠前，而是需要考核你的质量得分，如果你质量得分很高，你可以出很低的出价，也能排在第一位

第二步，操作

关键字的质量得分，是由点击率 CTR 和转化率 CR 来决定的

我们分别来看下如何提高 CTR

## 1 通过设置 coupons



The image shows a screenshot of an Amazon product listing for a phone case. On the left, there is a product image showing a white iPhone with a clear bumper and a white marble design. The text to the right of the image reads: "BAISRKE Shiny Rose Gold White Marble Design Clear Bumper Matte TPU Soft Rubber Silicone Cover Phone Case Compatible with iPhone 7 (2016) / iPhone 8 (2017) [4.7 inch] by BAISRKE". Below this, the price is listed as "\$10.99" with a Prime logo and a "Get it by Mon, Dec 10" badge. A "FREE Shipping on eligible orders" badge is also present. To the right of the price, there is a "More Buying Choices" section showing "\$10.77 (1 used offer)". On the far right, there is a star rating of 4.5 out of 5 with 361 reviews. Below the rating, there is a "Save 5% with coupon" badge. Underneath the coupon badge, the "Product Features" section states: "Special pattern on the case makes your phone different and eyes-catching".

可以看下，coupons 在搜索结果里，有很明显的标志，这里就会极大的吸引客户的点击，同样曝光的情况下（出价和预算一样），如果你设置了大幅度的 coupons，想想看是不是很容易吸引人进来

2 通过在扶持期做高额的 coupons，并且提高出价，让关键字广告排进搜索结果的前面的坑位，就可以大幅引入广告流量，进行成交，这比起刷单来，要安全可靠的多，但是效果呢

**效果实际就是刷单的效果，那些词语大量成交后，这些词语的自然排名就会逐步显著提高，而质量得分，当然也是越来越高，会直接促使你实际出价降低，排名可能还更加靠前**

3 我们要通过自动+手动广泛的方式，不断引入范围交大的流量，并且通过精准否定某些消耗词来将广泛的流量做得“不那么广泛”，然后通过跑广告，**快速找出转化率高的词语**

4 把这些词语，单独做一个手动精准来大幅提高出价推，前期低折扣促成的单会极大加权这些词语，用精准来推，就会有不错的曝光（与此相反，一开始做精准词语，是不会有太多曝光的）并且，词语要融入到标题等文案内，尤其是标题，选择最好转化的词语，一步步缓慢替换原有的小词

很多人不知道词语哪些是适合自己的

**实际上，当你能做到让 listing 被系统正确识别后，广告系统能帮你测出最适合你的转化词而不是凭感觉，或者用某些工具就能找出来的**

比如，用关键字工具找到了 100 个好词（别人会转化，或者平均转化高的词）

这些词对别人可能好用，但是对你来说，未必合适，而广告系统推荐过来的词语

有成交的，没成交的，都是相对来讲，权重比较高的（广告带来的都是精准流量，了解下这句话）

**我们的目标是把这些未成交的高权重词，放入文案内，用来加权 listing 本身的权重和它们核心词的权重，把成交词放入更高权重的标题里，来作为主推，这样你的自然排名，就能通过广告带起来**

ps :很多人不清楚如何在广告前就上评论，实际上你可以自发做主链接，然后做一个跟卖自己，跟卖的 listing 发 fba，这样 fba 到货后，评论也基本破零了，评论破零动作，会提高很大幅度的转化