

## 第一步：做好新品推广准备工作

新品推广前一定要做好市场调研，包括该产品市场容量，同行价格，评价情况，销量，同行产品卖点及痛点等，同时也要充分了解自己产品卖点，痛点，贴入点。以便我们更好的设计我们产品图片，以及 listing 文案，打造极致的 listing。然后制定销售计划和备货补货计划，制定推广节奏和销售目标。

首批货一般选择空运，首批数量一般是预备 40 天的销量，对于很有把握能爆单的产品会同时发一批海运过去，不是很有把握的等首批开售半个月后销量上来后再来一波空运，同时发一批海运过去

在备货，发货期间，联系测评资源，QA 资源，为后期推广做准备。

新品通过广告位配合刷单，既刷了广告，又能提升自然搜索排名，而且评价相对比较安全测评途径：

社交平台测评，比如 Facebook, instagram, pinterst, 买家账号需要鉴别，自己找测评比较费时间，最好找评后返的。

美国友人，留学生及华侨资源测评，相对安全。回评时间相对可控，且易于沟通。

服务商中介测评，非自养号机刷，佣金较高，买家账号安全性不可控，省时间，产品比较容易送出。

测评者：合作多次的粉丝，网红，top reviewers，官网 reviewer program 和 subscriber。

测评平台，比如 iReviewHome, AmzSpeciald 等，不同平台收费金额留评率，掉评率不同，优势就是省时且单量相对较大。

对于 QA，测评的时候可以让测评者帮忙做一下，也可以找服务商搞定 Q&A。比起评价来，容易太多。

## 第二步：FBA 上架第一周

质量好的产品在产品还未上架时就可以加入 VINE Voice 和 早期评论人计划。对质量没信心的一定不要做这两个。

上架后第一天每天开始增加 QA，前期流量小，QA 每天增加 1-2 个，QA 内容里埋上产品核心关键词，增加关键词权重，一周内完成 10 个左右 QA。

开售第一天就找高质量买家账号留直评，直评数量不超过 5 个

直评显示后，开核心关键词的手动精准广告，然后通过广告位刷单，条件允许的可以猛刷，我们试过新品开售前 5 天通过广告位猛刷单把核心大词推到首页并且稳定下来。条件不允许也可以温和低调点，每天少刷点，慢慢通过广告把关键词自然搜索排名拉上去。

要求测评者 share 产品链接到社交平台，加购物车，心愿单。找网红 share 产品链接增加 listing 流量。

开启自动广告，此时自动广告竞价设置低于建议竞价，评价少，没有 VP 不适合高竞价去争流量，你争不过的，只会浪费高额的广告费。低竞价也可以有订单，而且还能帮我们跑出很多客户搜索关键词。

## 第三步：FBA 上架第二周，有序安排回评，开启手动自动广告

每天增加 QA，一周内完成 20 个 QA，每天 2-3 个 QA。

开售第 8 天开始安排回评，上架两周内完成 15 个 VP。回评包含视频，图片，纯文字评价。

开启手动精准，词组，广泛三种模式广告。同时再开启一个自动广告，此自动广告竞价高于

第一个自动广告，并且提前做否定关键词。

对质量好的评价点赞。

如有差评第一时间处理，确保至少首页无差评，最好前一个月都不要有差评出现。



#### 第四步：FBA 上架第三周，加大广告投入，调整广告

继续安排回评，回评速度加快，但留评率最好不要超过 20%，这一周内完成 40 个评价。

继续每天增加 QA，对重要的 QA 点赞，踩不利于我们的买家回复的 QA。

加大广告投入，对于表现不好，ACOS 严重超标的广告停止（超出毛利率 20%以上）。对于超出毛利率的 20%以下的广告可人为干预，提高 CTR 和转化率，然后观察情况。

第二周的时候同一关键词同时开启了手动精准，词组，广泛三种模式，这周看哪一种或者两种表现更好，把表现差的关掉，如果表现都不错，ACOS 都低于毛利率，那么都保留并且持续观察。

对表现最好的广告组加大广告预算。

下载广告报告，把自动广告，手动精准，手动词组里表现好的客户搜索词整理出来，重新创建新的广告组，此时手动精准比较合适。

整理广告报告里面的不精准词，做到各个广告否定里面，最好做精准否定。

挑选适合的竞品 ASIN 以及关联产品的 ASIN，从广告报告中挑选出合适的 ASIN，做商品投放广告。

关注 listing 类目排名，核心关键词自然搜索排名，竞争对手价格变化，促销情况等。

在亚马逊后台报秒杀活动。

此时完全可以拿到 One New Release 标志，如果推广力度到位，第二周就可以拿到这个标志。

#### 第五步：FBA 上架第四周，秒杀，站外助力爆款

继续安排回评，突破 60 个 VP 评价大关。

点赞高质量好评，保证首页无差评。第一时间处理新来差评。维持评论星级 4.5 以上。

一周 5 单种子测评单，用于应对突如其来的差评。

及时回复买家 QA 问题。

分析差评内容，改进升级产品质量，完善产品描述。

参加秒杀，秒杀前提升 listing 流量和转化率。秒杀后稳定排名。

做站外推广，站外 deal，红人推广，视频网站推广，社交网站推广。

每天持续关注 listing 排名和核心关键词自然搜索排名，保持核心关键词自然搜索排名在首页。关注竞争对手动态。

控制广告 ACOS，除秒杀和站外推广时，其他时间降低广告竞价和预算，广告 ACOS 值大于等于毛利率的通通关掉，只保留赚钱的广告。如果核心大词 ACOS 都高于毛利率，检查 listing 质量。

新品推广完成，后期仍需努力维护。

跨境营销