-填写关键词的基本要求

拼写一定要正确无误，这是一个基本要求。关键词可以用单词、词组、长尾词、热词填充。相关性高的关键词放在靠前的位置，同时最好不要与标题重复。

-关键词填写方法

第一种，5行搜索关键词中都只填写一个单词或一个词组。一共5个关键词，这种方法关键词要精准，要与搜索关键词完全匹配。

第二种，使用辞海战术。

填写关键词之间要用符号或者空格隔开。

（三）Listing调整的频率对Listing的每一次调整，系统都会根据新的Listing信息进行一次新的算法，如果调整后符合了平台的算法，Listing排名将会提升。反之，可能导致排名下降。同时，平台每次排序调整，都有一定的时间间隔和时间滞后性，所以对Listing的调整也一定要把握好节奏，不宜过于频繁。建议一周一次为宜，每次调整观察一周，看Listing的销量和排名情况，然后决定是否进行下一次的调整。

(2) Title(标题)：标题是影响搜索排名的一个很基础因素。好的标题能够给产品创造利润，是需要用心写好的。一个好的标题里面，既要表现产品的基本信息(如包括核心关键词，如品牌、商品系列或型号、材料或主要成分、颜色、尺寸、数量，而标题上的第一个关键词一般是品牌名)，又要符合买家的搜索习惯，所以要想写出一个好的标题，在亚马逊开店的卖家不仅仅需要掌握产品的基础资料，而且更要了解市场、了解买家以及竞争对手。

(4) Description(描述)：长描述作为短描述的延伸，有很大的空间去写关键词，详细地描述、补充产品的信息。但注意在设置的时候，不与放在Title(标题)的关键词重复，如标题上用了某个关键词，Description(描述)里可以填写另外一个相似的或者其它的关键词。

1，确定关键词。关键词很重要，关键词是引流的第一步，也是产品的核心竞争力的描述，它决定了买家可不可以搜索到你的产品。怎样确定关键词呢？很简单，将自己放在一个消费者的立场上，搜索你要卖的商品。然后把搜索结果前三十名的标题都抄下来，分析哪个词出现地最频繁，你大概就可以确定关键词了。确定关键词的过程也是进一步了解竞品的过程。2，取一个好标题。好标题可以很大程度地提高曝光率和购买率。一般来讲，标题都采用三种关键词相间的写法，精准关键词前设置几个宽泛关键词，后面放几个长尾关键词。然后如果有颜色、属性上的差异，也在标题里说清楚。最后标题总的长度不超过200字元（包含英文字母与空白键），因为亚马逊规定，listing字元长度超过200，买家会搜索不到。除此之外，还有一些小细节需要注意。如标题每个单词的首字母必须大写，除了a,the,and之类的介词；有阿拉伯数字绝不使用英文数字；如有多种用途，只要说一个就可以了，比如一个耳机适用于各型号手机，只要写一种型号就够了；标题也千万别提到价格和优惠等讯息。

关键词推荐写法：定语+定语+定语+…+中心词（不要用逗号隔开）