新品推广

**销量 = 流量 \* 转化率**

**对新品：**流量=广告

广告关联->自然关联

广告排位->自然排位

销量是做一切流量的前提，销量的前提是转化率-------**上架前一定要做好转化率。**

广告关联->自然关联

1. 找到竞品 – 排名。
2. 关联方法 – 除了广告竞价外，文案、图片、search term要尽量靠近竞品。
3. 预算和竞价

1)总预算=稳定销量\*单价\*10%，具体预算根据需要调整（新品侧重自动广告，两组广告差额不要>$30）

2)竞价一般为建议竞价的两倍，转回前台看是否在大部分竞品的关联首页。

广告排位->自然排位

1. 找主关键词，大词or关联性最强的词-----看市场。
2. 手动(广泛)广告的

1)总预算=稳定销量\*单价\*10%

2)竞价 – 打建议竞价的两倍，查看前台每个关键词的显示位置，大词要求至少前2页，小词要求上首页。对于公司已经做过的市场，可以上后台查看竞品的广告数据（有所取舍），然后在公司竞品的基础上，做到更好。

\*将销量做好了以后，自然会有对应的类目排名和其他BS, NR, MW等等流量。

\*产品上架后就可以到客服-运营对接文档去报deal，加速推广。

其他准备：

1：产品到货后链接发给对应策划和设计，让设计看看他设计的效果图，策划检查对应的文案，帮助我们提高转化率。

2：建新品群，发链接以及B级样本截图到群里，汇报我们的产品基本情况。

3：每天截图内容（也是自我梳理）。

1）产品即时销售报告截图

2）产品昨天、今天、lifetime的广告情况截图（注意广告截图右上方的时间也要截图出来）

3）运营日志截图（注意表头也需要截图出来），主要是销量和流量转化率的了解。

4：产品情况汇报

1)产品变动，包括listing页面变动（跟卖，掉评等）、市场排位变动（自然和广告）。

2)如何不断**提高**销量。从流量转化率两方面去谈，流量怎么提高，转化率怎么提高。流量和转化率的调高是没有结束的时候，除非你做到了bestsellers。