**关键字报告**

关键字报告包含在选定时间段内所有有展示量的关键字，及其相关联的广告活动以及广告组。关键字报告可提供过去 90 天的自定义日期范围内的报。

**Note:**若您在多个广告活动中具有同一关键字，那它会显示多次，每个广告组和广告活动组合均会显示一次。

**如何使用此报告**

您可以在每个报告上选择“数据范围”类型、“总计”（用于在单行上显示整个时间段的效果），或“每日”（用于将每天效果作为单行显示）。每个都可以用来优化和检查数据。

总计

排序/筛选以确认效果最好和最差的关键字，或按广告活动筛选以查看广告活动中的所有关键字。若您的关键字效果不佳，请考虑调整竞价或将其转化为否定关键字。

每日

确认效果经过一段时间后正在提升或降低的关键字，以更好地了解效果并优化您的广告活动。例如，如果某个关键字经过一段时间后推动了更多销售，请考虑提高竞价和添加其他类似关键字。

搜索词报告包含了至少产生一次广告点击的搜索词。它包含了购物者在过去 60 天在Amazon 上搜索时所输入的实际搜索词。搜索词只会在有广告点击时才会显示，因此报告中的展示量可能与显示展示总量的其他报告不匹配。

另外，它还包含了手动和自动投放的广告活动的展示量、点击量及销售数据。

**Tip:***搜索词*与*关键字* 之间有何区别？搜索词是购物者在 Amazon 搜索产品时输入的确切单字集合。关键字是您在创建广告竞价时用于向客户投放广告所使用的单字或单字集合。

**Note:**：搜索词报告只有在您的广告活动至少已投放一天的情况下才会提供。

**如何使用搜索词报告**

您可使用这一报告确认可优化广告活动表现和销售的购物者搜索。您还可以通过确认低效的购物者搜索来提高广告活动的广告销售成本 (ACoS)。您可以使用否定关键词屏蔽这些低效的搜索词。

**Note:**在搜索词报告的**客户搜索词**列中，您可能会注意到比如“b00ipgvvz4”之类的字母数字条目。这些字母数字条目是您的广告所出现的产品详情页面对应的 ASIN。您只会看到自动投放广告活动，客户搜索词包含 ASIN 相关条目。您无法通过否定关键词屏蔽 ASIN，也无法在手动投放的广告活动中竞价 ASIN。

若要增加广告活动效果

1. 确认高效的购物者搜索词。
2. 将这些高效词作为关键词添加至您手动投放的广告组，并考虑调整您的竞价来增加展示量。
3. 监控效果，并做出更多调整来实现业务目标。

若要提高广告销售成本 (ACoS)

1. 确认低效的客户搜索词。
2. 将这些低效的客户搜索词作为否定关键词添加。了解更多否定关键词。
3. 监控效果，并调整广告组或关键词竞价来实现业务目标。

**Note:**此时，搜索词报告仅供商品推广广告活动使用。