**关键词**

关键词（词组和短语）用于将您的广告与买家查找商品时输入的搜索词匹配。对于商品推广，亚马逊会将您的关键词与买家搜索词匹配，以展示您在广告组中列出的商品的广告。

或者，您可以使用否定关键词，以便在买家搜索词与您的否定关键词匹配时，禁止展示您的广告。[了解有关否定关键词的更多信息](https://sellercentral.amazon.com/gp/help/201851200/?ref=ag_201851200_shel_home)

**Note:**只有商品推广活动可以使用广告组和否定关键词。

对于头条搜索广告，亚马逊会将您的关键词与买家搜索词匹配，并在搜索结果顶部同时展示您的品牌头条和所推广的商品。

**Tip:**买家搜索词与关键词有何区别？

买家**搜索词**是买家在亚马逊上搜索商品时输入的确切词语组合。**关键词**是您为向买家展示自己的广告而在“广告活动管理”中针对其进行竞价的一个或一组词语。

在手动投放型广告活动中，您可以使用亚马逊推荐的关键词，也可以自行添加关键词。选择与您广告活动中的商品相关的关键词。亚马逊将根据您的关键词和商品与买家搜索词的相关度来决定展示哪些广告。

**提示：**

* **选择与您的商品相关的多个关键词。** 所选关键词的相关度越高，提高广告曝光量和点击量的机率就越大（您无需为曝光量付费，只需为点击量付费）。例如，如果您销售灯具，请使用具体的关键词（如“太阳能”和“室外”），这样就不会与包含其他灯具类型的买家搜索词匹配。
* **将类似的关键词归在一个广告组中。** 按照类似的商品主题创建广告组。例如，如果您销售室内和室外灯具，请创建两个广告组：一个广告组中包含有关室外灯具的关键词，另一个包含有关室内灯具的关键词。

您可以随时向现有广告组添加新的关键词。在**广告活动管理**中，依次点击广告活动名称、**关键词**和**添加关键词**。您可以从亚马逊推荐的关键词列表中选择关键词，也可自行输入关键词，还可结合使用这两种方式来添加关键词。

**Note:**但是，关键词一经存档，您将无法将其状态改回“已启用”或“已暂停”。已存档的关键词仍可供日后参考。如果您以后还打算使用某个关键词，请将其设置为“已暂停”，而不是“已存档”。

关键词可以包含字母、数字或空格，但不得包含标点符号或特殊字符，如英镑符号、逗号或撇号。

您最多可以向手动投放型头条搜索广告活动或商品推广活动的一个广告组添加 1000 个关键词。这包括已启用和已暂停的广告组或广告活动中的关键词。

对于商品推广活动，如果您已经向一个广告组添加了 1000 个关键词，请考虑创建自动投放型广告活动。自动投放型广告活动会将您的商品与所有相关的买家搜索词匹配，以便展示您的广告。另一选择就是将关键词拆分到两个或多个广告组中。

**Note:**自动投放仅适用于商品推广活动。

对于头条搜索广告，如果您已经向一个广告活动添加了 1000 个关键词，请考虑存档效果欠佳的关键词。您还可以复制您的广告活动来创建一个新的广告活动，这样您就可以尝试其他关键词。

[Help](https://sellercentral.amazon.com/gp/help/help-page.html?itemID=2&ref=ag_2_bred_201851200) / [借助亚马逊进行推广](https://sellercentral.amazon.com/gp/help/help-page.html?itemID=200663330&ref=ag_200663330_bred_201851200) / / **否定关键词**

否定关键词

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 如果买家搜索词与您的否定关键词匹配，那么您的广告将不会展示。您可以排除效果不佳的搜索，从而减少广告费用，提高投资回报率 (ROI)。  您还可以使用否定关键词将广告展示给您的主要目标买家。例如，如果您销售银饰，可以将否定关键词“镀银”添加至银项链广告所在的广告组，如此一来，您的广告将显示在银项链搜索结果页面，而不会显示在镀银项链搜索结果页面。  否定关键词可用于短语匹配和精确匹配。现有否定关键词的匹配类型不能更改。目前，一个否定精确匹配类型最多可以有 10 个搜索词，一个否定短语匹配类型最多可以有 4 个搜索词。[详细了解关键词匹配类型](https://sellercentral.amazon.com/gp/help/201817600/?language=zh_CN&ref=ag_201817600_cont_201851200)  下表展示了一些否定关键词匹配类型示例，以及会阻拦和不会阻拦广告的买家搜索类型示例。   | 匹配类型 | 示例关键词 | 搜索查询包含以下词时不展示广告 | | 排除如下买家搜索查询 | | 不排除如下买家搜索查询 | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 否定短语 | 男童鞋 | 完整的短语或近似变体 | | 男童鞋、男童鞋 10 码 | | 男童鞋靴、男童红色鞋靴、童鞋男童 | | 否定精确短语 | 男童鞋 | 精确短语或近似变体 | | 男童鞋、男童的鞋靴 | | 男童鞋 10 码 | | 匹配类型 | | | 字数限制 | | 字符数限制 | | | 否定短语 | | | 4 个字 | | 80 个字符 | | | 否定精确短语 | | | 10 个字 | | 80 个字符 | |   您可以在“广告活动管理”中为广告活动或广告组创建否定关键词，也可以在广告活动管理中上传批量文件时进行创建。详细了解[如何创建批量文件](https://sellercentral.amazon.com/gp/help/201827100/?language=zh_CN&ref=ag_201827100_cont_201851200)  Note: 目前，您不能使用否定关键词阻拦 ASIN。在搜索词报告中，亚马逊将列出用于自动投放型广告活动的 ASIN 相关搜索词。[详细了解搜索词报告](https://sellercentral.amazon.com/gp/help/201855600/?language=zh_CN&ref=ag_201855600_cont_201851200)   1. 前往广告 > 广告活动管理。 2. 选择一个广告活动，前往广告活动设置，然后前往否定关键词。 3. 点击添加广告活动否定关键词。 4. 前往广告 > 广告活动管理。 5. 选择一个广告活动，然后选择一个广告组。 6. 前往关键词，然后前往否定关键词。 7. 点击添加广告组否定关键词，然后点击添加关键词。 8. 创建一个批量文件，并向该文件添加否定关键词。 9. 前往广告 > 批量操作。 10. 前往上传，然后上传该批量文件。 |

优化商品信息，便于搜索和浏览

|  |
| --- |
| 买家必须能够找到您的商品，才能进行购买，而搜索是买家寻找商品的主要方法。买家通过输入关键词进行搜索，而关键词将与您为商品提供的信息（商品名称、描述等）匹配。文本匹配度、商品价格、供货情况、选择和销售历史记录等因素共同决定了您的商品在买家搜索结果中的排位。通过为商品提供具有相关性且完整的信息，您可以提高商品的曝光度和销量。以下是一些改进商品信息的一般性指南。  商品详情页面  商品名称中的每个词都可被单独搜索。例如，商品命名为“Laura Ashley Sophia 系列 300 支纱线密度枕套（蓝色、大号、2 件套）”要比命名为“蓝色枕套”好，因为上面推荐的商品名称包含以下信息：   * 品牌 - Laura Ashley * 商品系列 - Sophia 系列 * 材料或主要特点 - 300 支纱线密度 * 商品类型 - 枕套 * 颜色 - 蓝色 * 尺寸 - 大号 * 包装/数量 - 2 件套   了解如何[改善商品详情页面。](https://sellercentral.amazon.com/gp/help/10521?language=zh_CN&ref=ag_10521_cont_10471)  商品名称  商品名称的长度应该大约为 60 个字符。您只有极短的时间来抓住买家的注意力，并且您在亚马逊上的在线商品名称应该反映商品实际包装上的信息。  关键词  您可以在 ASIN 目录数据中添加更多关键词来描述该商品。这些关键词并不会被买家看到。  **Note:**最近，我们开始限制搜索词属性的长度，要求其短于 250 个字节，以便提高搜索结果的质量。详细了解如何在这些限制下[有效使用搜索词](https://sellercentral.amazon.com/gp/help/23501?language=zh_CN&ref=ag_23501_cont_10471)，使您的商品更容易被发现。  搜索词  亚马逊会为您提供机会，以便您为商品添加搜索词。这些搜索词应当仅包含可以提高商品被发现几率的通用词语。例如，如果您销售的是耳机，您的搜索词可以包含“耳机”和“耳塞”等同义词。搜索词不是必填字段。  以下是一些提供搜索词的最佳实践：   * **请勿包含商品识别信息**，如品牌名称、商品名称、兼容商品名称、ASIN、UPC 代码等。 * **请勿提供不准确、有误导性或不相关的信息**，如错误的商品分类、错误的性别、非关联词等。 * **请勿提供过长的内容。**请遵循为不同字段设定的限制。 * **请勿提供冗余信息**，也就是已经在其他字段中提供的信息，如商品名称、作者、品牌等。这不会提高您的商品在搜索结果中的排位。 * **如果输入多个词语作为搜索词，请按最符合逻辑的顺序排列它们。**买家更有可能搜索“大型毛绒泰迪熊玩具”，而不是搜索“泰迪毛绒熊玩具”。 * **请使用单个空格来分隔关键词，**无需输入逗号、分号或插入符号。 * **请勿输入仅暂时真实有效的陈述**，如“新品”、“促销”、“有现货”等。 * **请勿输入主观性表达**，如“令人惊叹”、“品质上佳”等，因为大多数买家不会在查询时使用主观性词语。 * **请勿输入商品名称的常见错误拼写**。亚马逊的搜索引擎会修正常见的买家拼写错误并提供校正建议。 * **请勿提供空格、标点符号、大写和复数等变体**（“80GB”和“80 GB”、“computer”和“computers”等）。我们的搜索引擎将自动在搜索时包含不同的大小写形式、词形和拼写变体。 * **请勿输入具有辱骂或攻击性质的词语**。 * **（书籍、电影等）缩写、别名、主题和主要人物**可以包含在搜索词中。   **Note:**亚马逊保留在检索商品时不使用由买家提供的所有关键词的权利。不使用全部关键词的原因可能但不限于：搜索运算效率、对搜索结果的潜在操纵、不相关的搜索词及攻击性或非法词汇。 |

简洁明了的商品要点

测试表明，精心编写的商品要点可以提升销量。买家依靠商品要点来了解重要的商品功能，因为这些要点可以突出有关商品的重要信息或特殊信息。

编写商品要点时，请遵守以下指南：

* 突出说明您希望买家注意的五项关键特点，例如尺寸、适龄性、商品的理想状况、技能水平、成分含量和原产地等。
* 保持顺序一致。如果您的第一个商品要点是原产地，那么请为所有商品保持相同的顺序。
* 重申商品名称和描述中的重要信息。
* 请在每条商品要点开头使用大写。
* 请以句段编写，不要在结尾加入标点符号。
* 请勿包含促销和定价信息。

符合上述指南的商品要点示例如下，其描述对象为一套雨具：

* 拉带式可调节雨帽，按扣式可调节袖口
* 100% 防水
* 100% 透气
* 可选购卡其色、黄色或绿色

## 富有想象力的商品描述

描述商品时，您可能需要在商品要点中介绍一些重要特性。但是，请不要仅仅提供简明扼要的简单说明。精心编写的商品描述可以帮助买家想象拥有或使用您的商品所带来的体验。设身处地为买家着想：他们希望感受、触摸、思考和得到什么？提供关于商品体验、使用和优势的信息可以激发买家的想象力。商品描述让您能够提供尽可能接近实体店的购物体验。

避免使用过于简单的描述，例如：

#### 示例 1：

专为音频专业人士打造的、坚固耐用的麦克风。

#### 示例 2：

可水洗帆布裤，背面带有人造麂皮装饰。

丰富且有吸引力的描述示例：

#### 示例 1

秉承 SM58® 的传统，Beta 58A 动态麦克风早已成为声乐家和巡回演出歌手的首选。Shure Beta 58A 是一款高输出超心型动态声学麦克风，专为专业扩声和项目工作室录音而设计。它在自身的整个频率范围内都保持了真正的超心型模式。这确保了极高的反馈前增益、与其他音源的最大程度隔离和最低程度的离轴音色。Beta 58A 拥有极为适合人声特写的成形频率响应。即便遭遇粗暴操作，这款麦克风的卓越性能也不会受到影响，因为它那坚固的结构、经得起考验的减震架系统以及加固的钢制网罩有助于抵御各种损伤。Beta 58A 的典型用途包括主唱、和声和演讲。

#### 示例 2：

采用运动风格裁剪，这些纯棉帆布裤可能是您穿过最耐磨和舒适的长裤。背面口袋上的可洗人造麂皮装饰和 D 型环增加了耐磨性，延长了穿着寿命。可选购棕色、绿色、卡其色或石色。可水洗。进口。

# 通过调查提升销量

|  |
| --- |
| 成功的卖家会花时间： 了解他们销售的商品所属的分类 这包括了解每个分类中商品选择的广度和深度、考虑其商品适合放在分类结构中的哪个位置。 查看竞争对手的商品 他们会去了解竞争对手的数量及其商品尺寸、选择、定价和促销信息，以便制定有吸引力和竞争力的报价。 比较他们的价位 将您的商品与亚马逊上在售的类似商品进行比较。 调查相关分类中的畅销商品并模仿其共有的特征。 例如，买家看上去是不是在根据价格或品牌来购买商品？畅销商品是否提供了免运费或降价优惠？ |

Amazon.com 上的成功要素

|  |
| --- |
| 买家找到您的产品后，您需要为他们展示具有吸引力的产品方案。高质量的图片和有效的产品详细信息可以诱使买家购买您的产品。  **清晰且高质量的图片**  图片是否清晰？是否采用了白色背景？是否良好展示了您正在销售的产品？  **优秀的产品详细信息和说明**  买家是否获知了必要的信息，使得他们可以满怀信心地从您这里购买该商品？  **有效的推销**  根据您提供的信息，您的产品是否出现在目录的适当区域？  **定价和发货**   * 相对于竞争对手产品，您的产品定价是否具备竞争力？ * 如果您的产品是独一无二的商品、收藏家的藏品或设计师的作品，买家是否具备足够的信息来评判价格的合理性？ * 您能否提供运费优惠来推进交易？   作为卖家，请在后续提供良好的客户服务、卓越的购买体验并因此获得良好的反馈评分。  图片  有效的产品图片可激发买家的想象力并促使他们购买您的产品。根据以下准则评估您的图片质量：   * 图片在尺寸、颜色等方面与产品说明相符。 * 可在图片上识别出产品。 * 图片是照片，而非绘画。 * 图片的拍摄角度突出了产品优点。 * 图片对焦清晰，产品采光效果出色。 * 特写画面不会被高光或阴影所遮蔽。 * 产品至少占据 80% 的图片画面。 * 图片展现了完整的产品。 * 主要的图片必须采用纯白背景。   创建产品信息时，请考虑采用以下标题和品牌准则：   * 产品标题应诱使买家购买您的产品。 * 为产品标题和品牌名称采用首字母大写。请勿使用“全部大写”。买家对于杂乱的产品和页面十分敏感。 * 产品标题应仅包含特定于商品的相关信息。送货、促销信息或卖家名字不应包含在产品标题中。 * 如果商品是设计师的作品，“品牌”字段中应包含设计师的名字。如果产品是无品牌的商品，“品牌”字段中应包含卖家的名字。 * 应根据制造商的标准格式输入品牌名称。例如，TAG Heuer。   产品功能要点  测试表明，精心制作的产品要点可以增加销售额。买家依赖这些产品要点来理解关键的产品功能。  制作产品要点时，请遵守以下准则：   * 突出展示您希望买家考虑的关键特点，比如大小/尺寸、适龄性、产品的理想条件、技能水平、成分含量、原产地等。 * 保持一致的顺序。如果您的第一个产品要点是原产地，那么请为所有的产品保持相同的顺序。 * 重申标题和说明中的重要信息。 * 请在每条要点开头使用大写。 * 请以句段书写，不要在结尾加入标点符号。 * 请勿包含促销和定价信息。   以下要点列表在描述一套雨具时遵照了这些准则：   * 美国制造 * 100% 防水 * 100% 透气 * 可选购卡其色、黄色或绿色 * 退款满意担保   产品说明  在介绍您的产品时，您可能希望在产品要点中包含一些关键特性。一份制作精良的产品说明可以帮助买家想象拥有或使用您的产品所带来的体验。  设身处地地为买家着想。他们希望感受、触摸和思考什么？您的产品将如何改善他们的生活方式？包含与您的产品的体验、使用和优势有关的信息有助于激发买家的想象。这就跟创造实体店体验的过程差不多。  避免使用过于简单的说明，如下所示：   * “专为音频专业人士打造的、坚固耐用的麦克风。” * “可洗帆布裤，背面带有人造麂皮装饰。”   而是考虑采用以下充实且吸引人的说明：   * “秉承 SM58® 的传统，Beta 58A 动态麦克风早已成为声乐家和巡回演出歌手的首选。Shure Beta 58A 是一款高输出超心型动态声学麦克风，专为专业扩声和项目工作室录音而设计。它在自身的整个频率范围内都保持了真正的超心型模式。这确保了极高的反馈前增益、最大程度地把其他音源隔离以及最低程度的离轴音色。Beta 58A 拥有极为适合人声特写的成形频率响应。即便遭遇粗暴操作，这款麦克风的卓越性能也不会受到影响，因为它那坚固的结构、经得起考验的减震架系统以及加固的钢制网罩有助于抵御各种损伤。Beta 58A 的典型用途包括主唱、和声和演讲。” * “采用运动风格裁剪，这些纯棉帆布裤可能是您穿过最耐磨和舒适的长裤。背面口袋上的可洗人造麂皮装饰和 D 型环增加了耐磨性，延长了穿戴寿命。可选购棕色、绿色、卡其色或石色。可洗。进口。”   定价和发货  在研究具备吸引力的价格点时，调查竞争对手的产品。也别忘记将运费成本考虑在内。在决定进行在线购物时，买家始终将运费成本视为主要问题。提供免费送货可以显著增加销售额。尤其要考虑廉价商品。价值 5 到 10 美元的商品却要花费 5 美元的运费，这种价格可不太具有吸引力。  您还需要让客户清楚理解您的送货政策 -- 包括运费和交货时间。使用“您的信息和政策”功能以在“发货设置”中将这些内容添加到您提供的信息中。 |