

亚马逊广告知识运营地图

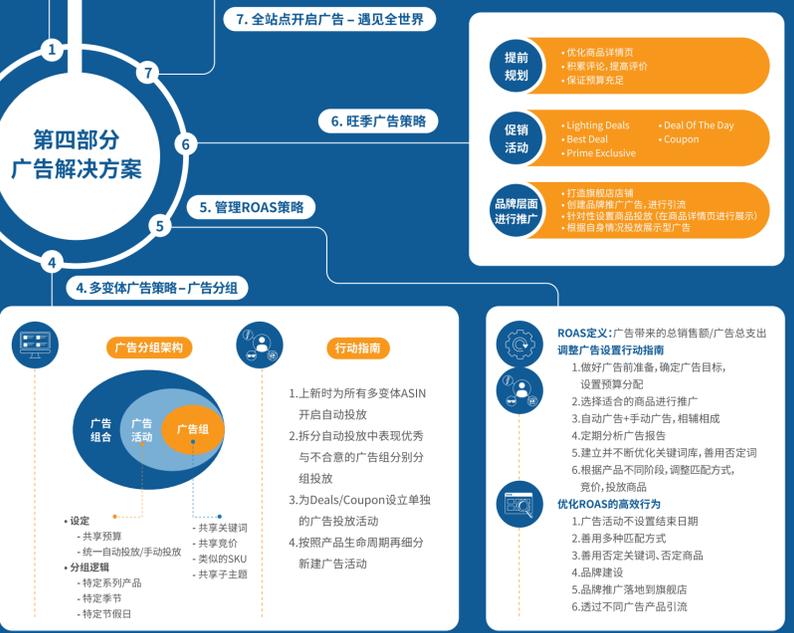
2020年12月第一版



扫码报名亚马逊官方培训课程



ASIN 类型	广告目标	广告产品	广告预算占比 (按销售额)	ASIN预算占比 (按销售额)	主要投放方式	关注指标
品牌	增加认知 & 流量	SP/SP	适中 (10%)	适中 (9%)	品牌推广 (及品牌推广视频)、帖子 Posts (测试版)、品牌旗舰店	品牌展位曝光量 & CTR
主力	提高市场占有率/品牌知名度	SB/SP/SD	较多++ (40%)	较多 (13%)	品牌推广 (及品牌推广视频)、帖子 Posts (测试版)、品牌旗舰店	转化率 & ACOS
潜力	提高品牌知名度/忠诚度	SB/SP/SD	适中 (10%)	较多 (15%)	品牌推广 (及品牌推广视频)、帖子 Posts (测试版)、品牌旗舰店	品牌展位曝光量 & CTR & 转化率
长尾	提高ACOS & 转化率	SP	较少 (2%)	较少 (2%)	品牌推广 (及品牌推广视频)、帖子 Posts (测试版)、品牌旗舰店	ACOS & 转化率





亚马逊广告 知识运营地图

2020年12月第一版



扫码报名
亚马逊官方培训课程

亚马逊广告
amazon advertising

拓展您的业务
推广您的品牌



扫码报名
亚马逊官方培训课程

亚马逊广告
amazon advertising