

跨境电商：亚马逊运营实战宝典



[跨境电商：亚马逊运营实战宝典_下载链接1](#)

著者:于霏

出版者:电子工业出版社

出版时间:2018-9

装帧:平装

isbn:9787121346545

为了帮助广大跨境电商人迅速了解亚马逊，《跨境电商：亚马逊运营实战宝典》全面阐述了亚马逊的核心思路、运营思路、操作技巧、营销窍门及各类实用的推广技能等，全面展现了合格的亚马逊运营者及管理者所必备的基本素质。《跨境电商：亚马逊运营实战宝典》内容可以有效地帮助企业主对自己的团队进行衡量，从而实现突破。《跨境电商：亚马逊运营实战宝典》所述均从实战出发，所有内容均可踏实落地，没有空话，从

而可以帮助广大从业者迅速地做到从零开始，快速地掌握亚马逊营销策略。同时，作者在书中提到了亚马逊运营中不常用到的一些操作技巧，希望大家能够认真阅读这些内容，并加以灵活运用。

《跨境电商：亚马逊运营实战宝典》实用性强，书中所写内容为作者8年来从业亚马逊的一些真实的操作技巧，读者掌握后即可立即应用。

《跨境电商：亚马逊运营实战宝典》既可供需要从零开始学习亚马逊运营策略的新人参考，也可供有一定经验的亚马逊操盘手用于提高和拓展。

作者介绍:

于霏

广州喜图教育学院院长。 国内多所高校亚马逊培训班主讲人。

2009年开始从事跨境电商行业，9年来一直致力于搜索引擎和亚马逊跨境电商的工作，多次成为多个公司跨境电商部门顾问，业绩破\$10000000/年。

2015年起开始接触SEO培训，SEO课程培训人数超过15W人次，付费学员超过1000名。

自2017年年初在腾讯课堂从事亚马逊课程教学以来，累计到课人数超过13W人次。付费课程学员超过800人。SEO和亚马逊课程均做到行业类目前列。

目录: 第1章 Amazon不同账户的选择 and 申请 1

1.1 不同类型账号介绍 1

1.1.1 自注册 2

1.1.2 自行注册（全球开店） 2

1.1.3 全球开店页面注册 3

1.1.4 个人注册 3

1.1.5 企业注册 3

1.1.6 不同渠道注册的账户，差别到底在哪里 4

1.1.7 自注册和自行注册的区别 5

1.2 招商经理和账户经理 6

1.2.1 何为招商经理 6

1.2.2 何为账户经理 6

1.3 自行注册的流程 8

1.3.1 自行注册流程简介 8

1.3.2 自行注册所需资料 9

1.3.3 需注意部分的填写 10

1.3.4 需特别注意美国站的自注册 11

第2章 三步选品，不要犹豫 12

2.1 选品首先应该选什么 13

2.1.1 从自身出发，别走别人的路 13

2.1.2 找到产品的上游供应商 13

2.1.3 选品——如何发现必备潜质 14

2.2 产品销售需考虑的地域因素 16

2.2.1 气候特征 16

2.2.2 公共节假日 16

2.2.3 季节适用性 17

2.2.4 不同区域人的生活习性 17

2.2.5 人群购买力 18

第3章 隔山打牛——用Google找关键词	19
3.1 如何选取关键词	19
3.1.1 市面上关键词工具的现状剖析	20
3.1.2 应该选择什么样的关键词工具	21
3.1.3 亚马逊是不是好的关键词提供方	21
3.2 教你使用关键词工具神器——Google Adwords	22
3.2.1 如何科学使用Adwords	22
3.2.2 如何开始使用Adwords找关键词	22
3.2.3 如何确定核心关键词并开始查询	25
3.3 应如何处理找出来的关键词	26
3.3.1 交易类关键词	26
3.3.2 信息类关键词	26
3.3.3 如何删掉不需要的信息类关键词	27
3.3.4 如何筛选和产品属性不相关的交易类关键词	28
3.3.5 如何快速找到能用在标题里的关键词	29
3.3.6 适合用在短描述里的关键词	31
3.3.7 长描述该如何选择关键词	31
3.3.8 Search Term新政只允许250个字符，该如何应对	32
3.3.9 手动广告词如何挑选	33
3.4 搜索引擎是如何抓取关键词的	33
3.4.1 索引是什么	33
3.4.2 亚马逊搜索引擎是如何进行索引的	34
3.4.3 我们究竟需要什么样的关键词	35
第4章 新手必备知识——图片原则&退换货	37
4.1 亚马逊图片的原则有哪些	37
4.1.1 图片的尺寸和背景要求	38
4.1.2 图床推荐	39
4.2 亚马逊退换货原则	40
4.2.1 由卖家引起的退换货原因解析	40
4.2.2 买家的原因	41
4.2.3 运输方面的原因	42
4.2.4 该如何避免及解决退换货问题	42
4.3 FBM遭遇退换货时该如何妥善处理	44
4.3.1 客户提出要退换货，我们该做什么	44
4.3.2 如何给客户退款	45
4.3.3 真遇到“坏人”时该怎么办	46
第5章 教你打造一个完美的listing	47
5.1 做好我们的listing，其实就是在让亚马逊开心	47
5.1.1 要做好排名，至少应先知道做好的是什么排名	47
5.1.2 亚马逊A9和传统搜索引擎的差别	48
5.1.3 客户的搜索习惯是什么样的	48
5.2 亚马逊的脉搏该怎么抓	49
5.2.1 重中之重：转化率	49
5.2.2 转化的基础关联度：标题	52
5.2.3 五点短描述	54
5.2.4 长描述！但可能不是你想的那样	55
5.2.5 品牌、类目与Search Term	55
5.2.6 这些账户表现也影响转化率	55
5.2.7 客户的Sales Rank、页面停留时间、跳出率一样会影响你	56
第6章 广告的选择和优化	58
6.1 手动还是自动，该如何抉择	58
6.1.1 区分手动广告与自动广告	58
6.1.2 选择自动广告注意事项	59
6.1.3 选择手动广告注意事项	61

6.2 广告效果该如何进行优化	63
6.2.1 无展示、无点击、无转化的广告优化思路	63
6.2.2 有展示、无点击、无转化的广告优化思路	65
6.2.3 有展示、有点击、无转化的广告优化思路	67
6.2.4 少展示、高点击、有转化的广告优化思路	68
6.2.5 合理的ACOS应该是多少	69
6.3 广告在亚马逊里究竟扮演什么角色	70
6.3.1 浅谈亚马逊的核心思路之一——轻广告	70
6.3.2 如何对待亚马逊里的广告	71
第7章 如何发FBA? 要不要选择龙舟计划	73
7.1 FBA、FBM的比较及抉择	73
7.1.1 FBA的优势和劣势	73
7.1.2 FBM的优势和劣势	74
7.1.3 两者该如何选择	75
7.2 FBA发货小秘籍: 物流商该如何抉择	76
7.2.1 该选什么样的物流商	76
7.2.2 了解物流商的最好办法	76
7.3 发FBA被分仓怎么办	77
7.3.1 什么是分仓	77
7.3.2 最经济有效的分仓方法及费用	78
7.4 海外仓的林林总总	79
7.4.1 什么是海外仓, 如何合理使用海外仓	79
7.4.2 海外仓和FBA该如何抉择	80
7.5 龙舟计划	80
第8章 正确对待Review和Feedback	81
8.1 Review和Feedback分别是什么	81
8.2 Review的影响会有哪些	83
8.2.1 一个好评对转化率的影响	83
8.2.2 一个差评对listing的影响	83
8.3 Review该如何开荒	84
8.3.1 Top Reviewer现在还有用吗	84
8.3.2 用一些小心思引发客户好感	85
8.3.3 新的listing该如何获得五星好评	86
8.4 Feedback的重要性	87
8.4.1 对账户及成交的影响	87
8.4.2 Feedback出现问题时正确的解决思路	88
第9章 亚马逊账户健康指标及维护	89
9.1 ODR是账户的“命根子”	90
9.1.1 Feedback, 千万别让客户随便给差评	90
9.1.2 A-Z Claim, 让卖家“肝颤”的索赔	91
9.1.3 Chargebacks, 很多卖家压根没搞明白的索赔	94
9.2 配送前取消率	96
9.2.1 如何降低配送前取消率	96
9.2.2 如何把损失降到最低	96
9.2.3 哪种锅不要你背	97
9.3 迟发率	98
9.3.1 千万不要误操作	98
9.3.2 将要迟发或者已经迟发了怎么办	99
9.4 有效追踪率及准时到达率	99
9.4.1 有效追踪率	99
9.4.2 准时到达率	100
9.5 退货不满意率及客户服务不满意率	100
9.5.1 什么时候会调查退货不满意率	100
9.5.2 该如何给客户一个满意的退货过程	102

- 9.6 邮件回复时间 102
- 第10章 如何避免账户关联 103
 - 10.1 解析多种账户关联方式 103
 - 10.1.1 究竟什么是账户关联 103
 - 10.1.2 软件关联 104
 - 10.1.3 硬件关联、操作关联及其他关联 105
 - 10.2 账户关联有哪些以讹传讹的误区 105
 - 10.3 该如何避免账户关联 106
 - 10.3.1 避免软件关联 107
 - 10.3.2 避免硬件关联 107
 - 10.3.3 避免其他关联要素 108
- 第11章 产品定价要素、站内营销及购物车解析 109
 - 11.1 亚马逊产品该如何定价 109
 - 11.1.1 哪些方面会影响定价 109
 - 11.1.2 消费者喜欢什么价格的产品 113
 - 11.1.3 应该如何看待低价 113
 - 11.2 产品不同阶段的定价原则 114
 - 11.2.1 产品在市场测试期该如何定价 114
 - 11.2.2 销量渐涨的时候该如何定价 115
 - 11.2.3 销售稳定期该如何定价 115
 - 11.2.4 过气产品该如何定价 116
 - 11.3 定价的一些小技巧 116
 - 11.4 亚马逊的基础定价公式 117
 - 11.5 如何创建站内促销 118
 - 11.5.1 免运费促销 118
 - 11.5.2 满减折扣 122
 - 11.5.3 买一赠一折扣 127
 - 11.5.4 抽奖促销 128
 - 11.5.5 Coupons促销 132
 - 11.6 哪种促销活动最合客户胃口 135
 - 11.7 黄金购物车 136
 - 11.7.1 什么是黄金购物车 136
 - 11.7.2 购物车应避开哪些误区 137
 - 11.7.3 哪些因素会影响黄金购物车的获得 138
 - 11.7.4 为什么一发FBA就有黄金购物车 141
- 第12章 封堵一切封号的可能性，解救大部分封号 142
 - 12.1 关联被封账户原因及解救思路 142
 - 12.2 亚马逊绩效超标被封原因及解救思路 143
 - 12.3 产品不符合亚马逊相关规定被封原因及解救思路 145
 - 12.4 被投诉卖假货可能的原因及解救思路 146
 - 12.5 侵权被封账户 147
 - 12.5.1 外观侵权、专利侵权、品牌侵权 148
 - 12.5.2 版权侵权 148
 - 12.5.3 侵权解救思路及模板邮件 149
- 第13章 花边系列知识：KYC/VAT/品牌/UPC/收款/Amazon Business 152
 - 13.1 KYC审核 152
 - 13.1.1 KYC审核及审核所需材料 153
 - 13.1.2 KYC的审核流程 154
 - 13.2 VAT税号 158
 - 13.2.1 什么是VAT税号 158
 - 13.2.2 VAT税号申请所需资料 158
 - 13.2.3 VAT的申报费、地址费、EORI申请费 159
 - 13.2.4 VAT的计算方式 160
 - 13.3 注册品牌在亚马逊的重要性 162

13.3.1 品牌注册与品牌备案 162
13.3.2 如何选择适合自己的品牌 163
13.4 UPC 163
13.5 市面上既有收款方式比较 164
13.6 Amazon Business 165
13.6.1 Amazon Business的入驻要求 165
13.6.2 什么样的卖家适合入驻，收费标准是什么 166
第14章 站外推广初步 168
14.1 谷歌推广 168
14.1.1 如何利用谷歌推广 168
14.1.2 如何自己推广 174
14.1.3 如何利用Amazon Affiliate来赚自己的钱 177
14.2 社交媒体 184
14.3 网红推广 188
• • • • • [\(收起\)](#)

[跨境电商：亚马逊运营实战宝典_下载链接1](#)

标签

跨境电商

运营

跨境亚马逊

亚马逊

跨境

2020书单

评论

专业书8 2019B26

比较精炼，整体来说还可以。

比较全面，适合电商卖家阅读。

刚开始看，云里雾里，可能作者做运营很厉害，但写书真的一般。光账户注册这边就看的云里雾里。干货不多，不够深入，很多东西就只是一点而过，完全没有实操性

逻辑混乱，废话太多，有凑字嫌疑，书有点薄，性价比不高，另外，不建议在当当上购买，买的一本上面还有泥垢，售后太不走心了

本书主要是以实操经验内容为主，读完此书，很容易让人明白整个亚马逊运营该有的一个基础逻辑思路，推荐阅读。

内容通俗易懂，特有站外引流技巧，推广方法的讲解，非常好

讲解很细致，给有一定基础的运营者提供了另一种可能性，既讲解了亚马逊传统的操作思路、运营和营销技巧，也提到了一般运营人员不曾涉及的站外引流技巧。

亚马逊电商巨头，随着跨境电商的火热，越来越多的中国产品走向海外，这本书教会你如何在亚马逊上开店

新书的味道 棒棒哒

[跨境电商：亚马逊运营实战宝典_下载链接1](#)

书评

公司以前主要做内贸的，在国家一带一路的倡导下，今年尝试做跨境的，没人懂，老板让我来负责，大脑一片空白啊，百度了一些资料，很零散，但是很不完整，描述很片面，后来买了3本书，其他两本大概翻翻就没再看，就这本是我看的最多的，内容挺实战，对照书籍讲解，工作稳步推进， ...

在买书的时候纠结了好久，不知道是否是本有价值的书，最终下定决心购买。物流非常快，拿到之后打开印刷非常清楚，迫不及待的进行阅读。阅读越觉得幸好购买，没有错过这个好的一本书，内容不过时也很适用，书中的案例非常多，通过案例将每个关键点都讲解的非常详细，讲解很细致...

最近跨境电商很热，特别死亚马逊，买了这本书回来研读后，首先内容挺实在，本书例子特别多，全书主要是以实际经验为主，特别适合初学者阅读本书介绍的关键词的查找，产品页面的优化，广告的优化，多账户避免关联的操作及账户健康的指标等，全程都是以实例驱动的，这本书让我明...

跨境电商热已经持续了好几年了，在这股热浪中，大致分为了两个流派，一个是做独立站为主的一批卖家，另外一批就是以平台销售为主的卖家。本书由于霍组织编写，同时参与编写的还有吴仁仁，廖玉怡，陈燕娜，陈瑶，周敏琪，彭杨忠，梁梓欣，王玲旋，邓章燕，在此一并表示感谢！截止2...

[跨境电商：亚马逊运营实战宝典_下载链接1](#)