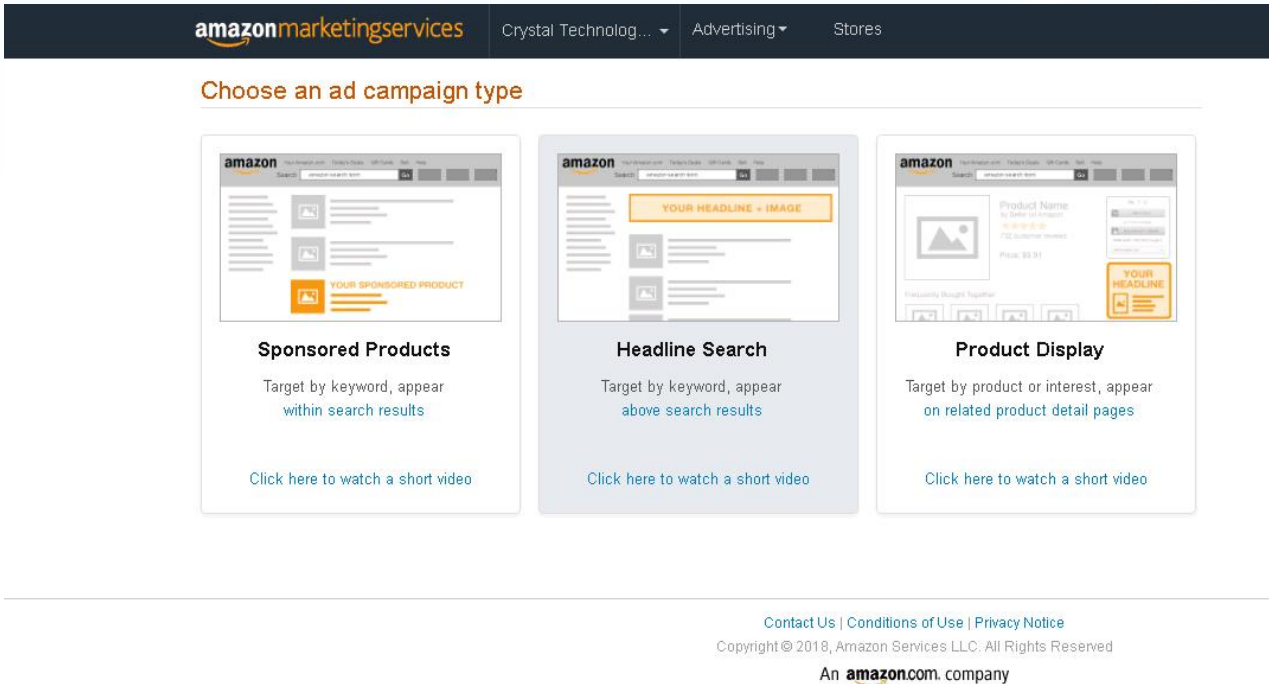


PPC 广告基础认知与实操



1、亚马逊广告排序规则与算法

任何排名都是基于关键词的 PPC 排名 = CPC 竞价 * 产品表现(CTR/CR)

PPC 实际扣费 = 你的 PPC Rank 下一级的分值 / 产品表现 + 0.01

Ads	Max CPC	Quality Score	Ad Rank	Actual CPC
Advertiser 1	\$2.00	10	20	$15/10 + 0.01 = \$1.51$
Advertiser 2	\$3.00	5	15	$12/5 + \$0.01 = \2.41
Advertiser 3	\$4.00	3	12	$11/3 + \$0.01 = \3.67^*

2、广告投放实操

广告活动设置
创建广告组

1
2

设置您的广告活动的预算与周期

广告活动名称 [?]

例如：节日偏好

每日预算 [?]

\$

\$1.00 最少

起始日期 结束日期

2017/02/08 无结束日期

选择一个投放类型

自动投放
亚马逊根据您的产品信息将您的广告投放到所有相关的客户搜索页面。您可以下载一份由客户搜索关键字带来的广告点击的报告。 [了解更多](#)

手动投放
您的广告基于您选择的关键字进行投放。 [了解更多](#)

取消
继续下一步

Auto(自动), Manual(手动)

- Auto 是最有效的关键词工具
- Auto 是检验 listing 最好的工具

3、亚马逊关键词匹配的三种方式

3.1、广泛匹配

Broad match: 包含拼错情况, 同义词, 复数形式, ING 形式, related search and Relevant variations

Keyword	Search Term	Match
boy shoes	boy shoes size 10	Y
	waterproof boy shoes	Y
	boys footwear	Y

	shoes	N
--	-------	---

最大限度得为你的关键词抓取最广泛的流量

3.2 词组匹配

Phrase match: 包含一比一匹配, 包含拼错情况, 同义词, 复数形式, ING 形式、and Close variations

Keyword	Search Term	Match
boy shoes	boy shoes 10	yes
	cute boy shoes	Yes
	boys shoes	Yes
	shoes for boy	No

XX boy shoes XX

3.3 精准匹配

Exact match: 一比一匹配, and Close variations (单复数, 拼错, ING)

Keyword	Search Term	Match
boy shoes	boys shoes	YES
	boy's shoe	Yes
	boys shoes 10	No

关键词不区分大小写

4. PPC 基本结构解读

- ① Campaign name(广告活动名称)
- ② 每日预算

- ③ 广告活动起止日期
- ④ 定向类型设置 (手动或自动)

广告活动设置 1

创建广告组 2

设置您的广告活动的预算与周期

广告活动名称 [?]

例如：节日偏好

每日预算 [?]

例如：75

起始日期 结束日期

选择一个投放类型

自动投放
亚马逊根据您的产品信息将您的广告投放到所有相关的客户搜索页面。您可以下载一份由客户搜索关键字带来的广告点击的报告。 [了解更多](#)

手动投放
您的广告基于您选择的关键字进行投放。 [了解更多](#)

取消 继续下一步

5. Campaign 的时间设置

- ① 星期一/星期二 购买高峰期
- ② 工作日 9:00 AM-5:00PM 销量是平时的 2 倍
- ③ 高峰期调高 budget(预算)
- ④ 周末/节日调低 budget(预算)