

李斯婷 追求計畫 LISTING 旺季備戰指南

Listing
0-100
公開課



李斯婷是誰?

李斯婷是誰?



李斯婷就是商品詳情頁 Listing!



旺季要熱銷，一份優秀的 Listing 必不可少！作為商品被消費者看見的第一步，賣家想要在旺季拔得頭籌，實現高轉化，那麼掌握 Listing 的優化技巧絕對是不容小覷的一環。

為了幫您用正確的姿勢追到李斯婷，亞馬遜全球開店推出**李斯婷追求計畫——Listing 0-100公開課**，為新老賣家提供從0-1、從1-100的 Listing 學習、進階成長指南，不僅助力新賣家更快上手 Listing 的建立優化，也可以幫助老賣家自省自查，不斷更迭優化，打造高品質的商品詳情頁。

Listing 優化工具大全

- 優化 Listing 工具清單
- 為詳情頁增加更多展示形態
- 發現優化 Listing 的機會

適用於所有賣家

旺季 Listing 備戰指南

- 影響旺季流量和轉化的因素
- 旺季優化 Listing 的架構與步驟
- 適合不同網站的旺季風格與要素

適用於所有賣家

Listing 健康診斷與修復

- Listing 完整度(IDQ)的重要性、自我檢查修復
- AHR 是什麼? 影響 AHR 的 Listing 要素
- 可能的 Listing 合規風險避免與處理

適用於所有賣家

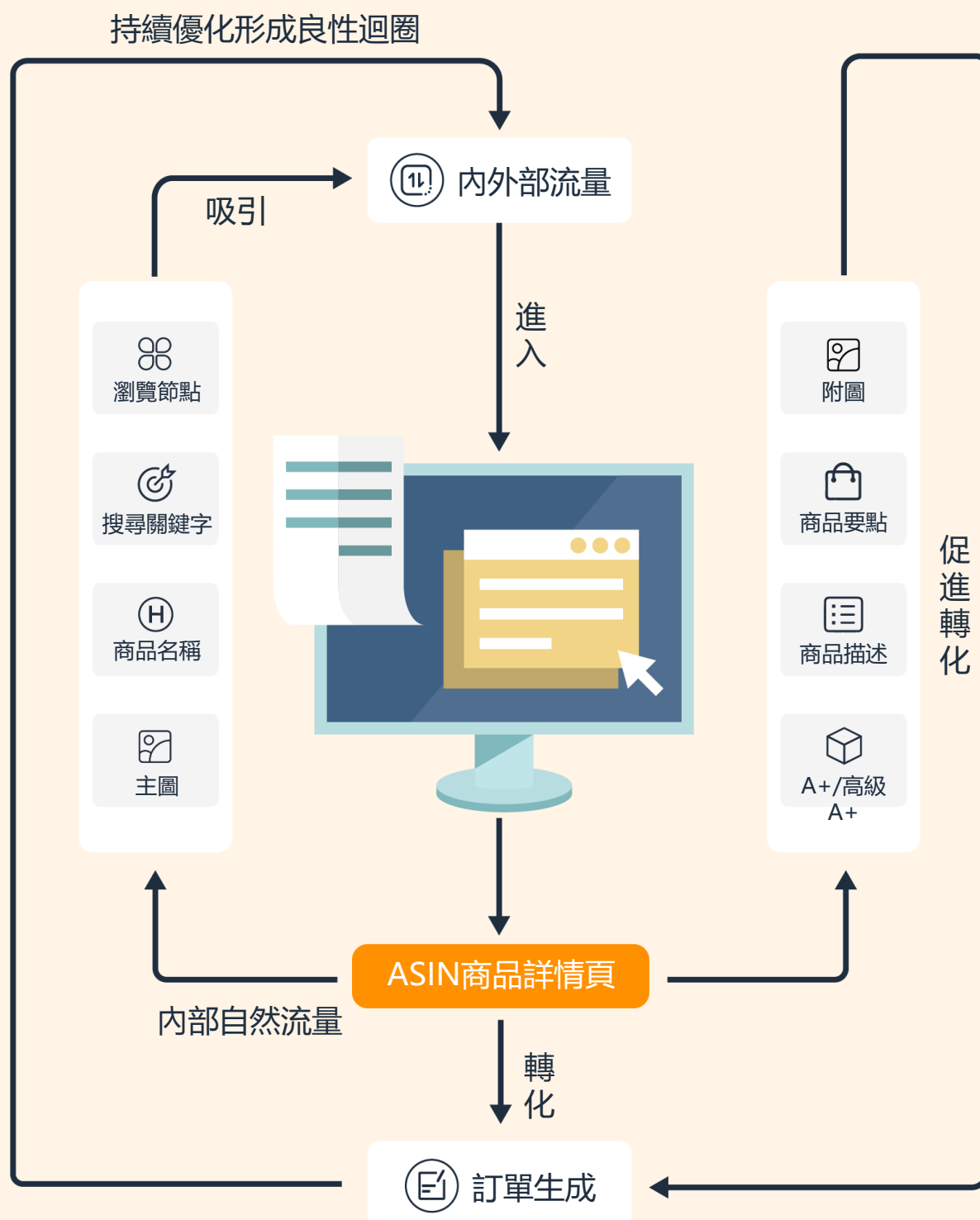
從0到1 新手Listing 指南

- 了解 Listing 定義和在亞馬遜商城的角色
- 買家購買流程中的 Listing 要素
- 上傳 Listing 前的準備工作、自查清單
- 上傳第一個 Listing 的具體操作
- 上傳第一個 Listing 後的注意事項

適用於新手賣家

旺季前優化 Listing 為何重要?

Listing 是賣家向消費者直接展示並交互資訊的橋樑，學會優化 Listing 的技巧才能更好地掌握流量密碼。年底大促亞馬遜站內流量達到高峰，備戰旺季階段正是打磨和優化 Listing 的黃金時刻，想要在旺季賺個盆滿鉢滿，就趕緊優化您的 Listing，提流量促轉化吧！



透過旺季 Listing 備戰指南

我們希望能幫助解答以下問題:



旺季與節日

亞馬遜上有哪些促銷季節? 規模最大的是?
各網站有哪些特有的節日與活動?



搜尋關鍵字

商品的關鍵字哪裡找?
搜尋關鍵字要怎樣放進 Listing 詳情頁?



文字與賣點

標題怎麼寫?
商品要點是什麼?怎麼提煉?



圖片與視覺

怎樣讓我的圖片有節日氛圍感?
品牌陣地如何優化?



合規確認

大促前怎麼確保我的商品 Listing 合規?
促銷開始前被禁售怎麼辦?

目錄 Contents

亞馬遜上的旺季促銷概覽 05

- ┆ 各網站節日速覽 05
- ┆ 亞馬遜大促日 07

旺季優化 Listing 的整體思路 08

- ┆ 旺季 Listing 優化4步走 08

旺季 Listing 優化 - 關鍵字 09

- ┆ 如何找到商品關鍵字 09
- ┆ 如何將關鍵字運用在 Listing 中 12

旺季 Listing 優化 - 提煉文字賣點 14

- ┆ 充分提煉賣點 14
- ┆ 標題如何巧妙埋入賣點 16
- ┆ 商品要點如何巧妙埋入賣點 17
- ┆ 產品描述如何巧妙埋入賣點 18

旺季 Listing 優化 - 圖片優化 19

- ┆ 本土化的圖片風格 19
- ┆ 從色彩等體現季節和節日特色 20
- ┆ 產品佈局和拍攝迎合旺季氣氛 21
- ┆ 選用節日場景, 突出當地文化特色 21
- ┆ 旺季不能忽略的 A+ 小技巧 22

旺季 Listing 優化 - 確保合規可售 23

- ┆ Listing 自查清單 23
- ┆ 圖片合規 23
- ┆ 標題合規 25
- ┆ 利用工具檢查與修復 Listing 25

其他旺季準備資源 27

- ┆ 亞馬遜直播 27
- ┆ 微信公眾號旺季系列話題文章 27

亞馬遜上的節日與旺季

記住李斯婷的每一個重要日子

在各國的法定節假日、季節性購物期和亞馬遜特定活動期，亞馬遜會舉辦不同的促銷活動。透過各種宣傳管道，推出豐富的活動機制來調動全球各地買家的消費欲，帶動銷量！



各網站節日速覽

北美站			
1月-2月	開工季	6月	國家安全月
1月	馬丁路德金紀念	7月	美國獨立紀念日
2月	狂歡節	7月-9月	返校季
3月-4月	NCAA 錦標賽期間瘋狂三月	9月	勞工節
3月-5月	春季施工季	11月	El Buen Fin、老兵節
4月-6月	機構企業春夏換新季	11-12月	感恩節、黑五、網路星期一
5月-8月	夏日旺季	12月	光明節、聖誕季、節禮日、新年前夜

歐洲站

1月	元旦	6月	兒童節、父親節
1月-2月	開工季	6月-9月	暑假、返校季
2月	農曆新年、情人節	8月	夏末大促/返校季
2月-3月	父親節	9月	開學日、開工季
3月	婦女節	10月	萬聖節
4月	春季促銷、復活節	10月-12月	企業購旺季促銷
5月	母親節、教師感謝周	11-12月	感恩節、黑五、網路星期一
5月-6月	父親節	12月	年終大促、耶誕節、Boxing Day&節禮日、新年前夜

日本站

1月	成人節、冬季/滑雪季、企業年末清算	7月	暑假、海洋季、雨季
2月	情人節、冬季/滑雪季	8月	游山節、盂蘭盆節
3月	賞櫻季、女生節、白色情人節 冬季/滑雪季、搬遷季/畢業季/入社季	9月	校園運動會季、企業購日本站周年慶 敬老日、搬遷季/畢業季/入社季
4月	賞櫻季、開學季	10月	賞楓季、開學季
5月	母親節、男孩節、黃金周	11月	七五三節
6月	父親節、年中獎季	12月	冬季/滑雪季、年終獎季、年末大掃除/忘年會

新加坡站

1月-2月	中國春節、情人節	7月	促銷
3月	促銷、季度清倉大拍賣	8月	促銷、新加坡國慶日、季度清倉大拍賣
4月	促銷	10月	促銷、屠妖節、萬聖節
5月	促銷、開齋節促銷/母親節促銷	11月	促銷
6月	促銷	12月	促銷、節日禮物指南、季度清倉大拍賣

在以上各國眾多的節日中，亞馬遜年度最重要的大促就是 Prime Day 和 BFCM（黑五網一）。2022年亞馬遜還推出了 Prime 會員早享日活動，在全球15個國家的當地時間10月舉行，為賣家開闢新的成長機會。

▶ 亞馬遜大促日

| Prime Day (Prime 會員日)

Prime Day 是全球 Prime 會員的購物狂歡節，也是亞馬遜購物網站全年最為重要的常駐促銷節日之一，更是賣家推動整體銷售點數、推廣品牌的大好機會。在 Prime Day 期間，賣家們可以透過參加多種促銷活動來提高流量，抓住更多熱銷可能。

BFCM (黑五網一) |

每年11-12月的節假日相對集中，消費者購物的需求上升明顯，其中黑色星期五（Black Friday，簡稱「黑五」）和網路星期一（Cyber Monday，簡稱「網一」）已成為全球買家的瘋狂剁手節。通常每年11月的最後一個星期五就是「黑五」，「黑五」結束後的第一個週一便是「網一」，在此期間，亞馬遜購物網站也會舉辦全網站的大促活動。全品類商品銷量都會在此期間得到極大提升。其中電子產品銷量提升最為顯著。

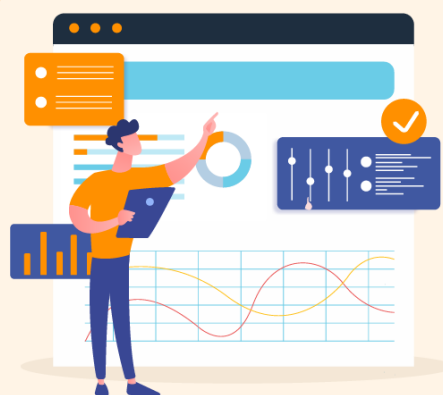
▶ 閱讀更多

想了解更完整、更適合自己的促銷節點？點擊[亞馬遜廣告日曆](#)查看全年熱賣旺季！

旺季優化 Listing 的整體思路

旺季追求李斯婷有「套路」

想要抓住旺季流量，提前優化 Listing 至關重要！一般來說，賣家可提前6-8周來優化 Listing 的各大要素，並依據目標消費者和網站特色進一步細緻優化。同時，賣家也需要注意提前檢查 Listing 的合規性，以確保產品可售，讓大件事半功倍



賣家可參考以下四個角度來「追求」旺季 Listing：

對應不同國家的節日和活動，尋找熱賣產品的關鍵字，抓住更多流量



用簡短地道的語言清楚表達產品賣點，透過突出產品亮點來激發買家需求

對 Listing 進行全方位的合規檢查，確保產品可售



根據網站與節日特色，加入圖片要素，給買家視覺衝擊，提升產品點擊率

旺季 Listing 優化 - 關鍵字

抓住一切追求李斯婷的關鍵點

為了讓買家在亞馬遜商城快速找到所需商品，賣家需要提供一些能夠讓買家搜尋到他們想要購買的商品的搜尋詞。那麼作為獲取大促流量的關鍵要素之一，要如何找到這些商品關鍵字呢？



► 如何找到商品關鍵字？



鎖定消費者追蹤賣點

- 方法一：透過搜集亞馬遜同類商品的賣點文字描述&消費者評論，鎖定消費者追蹤的賣點
- 方法二：透過賣家平台廣告報告提取高頻賣點



跨界找詞豐富詞庫

- 方法一：透過搜尋引擎尋找目標網站當地的搜尋關鍵字網站，查看關鍵字排名
- 方法二：透過目標網站當地的零售業網站或線下門店，查看搜尋欄、商場推薦或產品廣告語
- 方法三：透過相關產品的海外測評部落客或影片內容，查看買家追蹤的商品賣點



結合網站及當季熱門節假日獲取

- 賣家也可結合自身所經營網站，以及當季熱門的節假日來尋找旺季關鍵字

● 各網站年末旺季熱點詞

網站	旺季熱點詞
美國/歐洲站	Thanksgiving, Halloween, Black Friday, Gift for family, Best gift for Children, Cyber Monday Boxing day, count down
日本站	旅行、秋、紅葉狩り、寒さ対策、防寒グッズ、クリスマス、イブ、聖夜、ギフト、お節料理、パーティ、家族パーティ、ボーナス、正月飾り、元旦、お正月
加拿大站	Thanksgiving, Halloween, Black Friday, Gifts, Toys, Cyber Monday, Christmas, Boxing Day
墨西哥站	Hot Travel, Gift Guides, Buen Fin, Black Friday, Cyber Monday, Holiday Deals, Three Kings
印度站	Diwali, Winter Sale, Christmas, Wardrobe Sale, Plus Size wear, Winter wear, Black Friday
澳洲站	Christmas, Melbourne Cup, Boxing day, New Year Eve, Black Friday ,Cyber Monday, Click Frenzy
中東站	Double 11, White Friday, National Day

● 7月各網站節日/熱點關鍵字建議

網站	節日/熱點	關鍵字建議
美國站	暑期 返校季 美國獨立日	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消暑相關，如冷感、清涼等 ✓ 度假相關，如海灘、防曬、戶外等 ✓ 7月除了有美國獨立日，也是戶外活動的旺季，相應關鍵字如裝飾、節日、彩燈、燒烤、防曬、煙花、旗幟等 ✓ 返校季商品可以提前準備，並設定關鍵字，如學校、文具、辦公、學生、兒童等
歐洲站	暑期 夏日假期	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消暑相關，如冷感、清涼等 ✓ 度假相關，如海灘、防曬、旅行、夏日、戶外、聚會、泳裝、游泳等 ✓ 歐洲結婚旺季，關鍵字如婚禮、婚禮裝飾等

網站	節日/熱點	關鍵字建議
日本站	暑期 海洋節	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消暑相關，如冷感、清涼等 ✓ 度假相關，如海灘、防曬、旅行、夏日、防脫妝、夏日護膚、美白等 ✓ 7月第三個週一是日本海洋節，是海灘旅遊高峰期，關鍵字如防水、度假、泳裝、燒烤等
澳洲站	寒假 返校季	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 保暖相關，如溫暖、加熱等 ✓ 居家相關，如遊戲機、玩具、廚具等 ✓ 7月底8月初是澳洲的開學季，可提前準備，關鍵字如學校、文具、學生等 ✓ 澳洲冬季也是戶外運動季節，關鍵字如滑雪、墨鏡、車載等
印度站	夏季 Onam 節 Rakhi 節	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消暑相關，如冷感、清涼等 ✓ 印度 Onam 歐南節和 Rakhi 保護繩節即將舉行，關鍵字如 Onam/Rakhi 節禮物、節日、家居裝飾、廚房收納等 ✓ 辦公學習相關，如電繪板、平板電腦等
新加坡站	暑期	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 前5大熱銷類目有電腦配件、電子產品、美妝、健康與個人護理、家用和廚房用品。相應關鍵字如電競套裝、無線藍牙、夏日護膚、增肌減脂、家居收納、清潔吸塵等

► 閱讀更多

旺季關鍵字查詢：賣家可點擊[此處](#)，透過「廣告日曆 > 選擇時間、網站」，來查找相應的關鍵字和品類

▶ 如何將關鍵字運用在 Listing 中?



巧用隱藏的引流元素

● 重要關鍵字儘量在標題和搜尋關鍵字中出現：

- 1 **標題**：在標題的設定中，關鍵字選擇一定要精準，與所售產品的相關性強，這樣的標題可以最大化的提升點擊率
- 1 **搜尋關鍵字**：賣家可以在 ASIN 的 Search Terms 欄位加入更多關鍵字來描述商品，這些關鍵字隱藏在後端，在亞馬遜前台不可見，但也能被用戶搜尋到。賣家可以補充標題中沒有涵蓋的關鍵字，增加商品被搜尋到的機會，從而最大程度上增加商品曝光量

● 商品描述

- 1 一個好的商品描述決定著頁面購買的轉化率，商品描述不必重複標題、商品要點、關鍵字中已有的詞組，應選取更通俗易懂、客觀實在的內容為商品帶來更高的展現機會。賣家可擴大關鍵字涵蓋範圍，例如可以提供關於旺季中商品體驗、使用和優勢的資訊，激發買家的想像力，給買家實體店般的購物體驗

● 有效利用兩個容易被忽略的元素——圖像關鍵字和 A+ 中的說明文。

- 1 **圖像關鍵字**：該部分是必填的圖片說明，雖不會在前台顯示，但作為被搜尋項，可以幫助 ASIN 提升被用戶搜尋到的可能
- 1 **A+ 中的說明文**：A+ 中的說明文和圖片一起顯示在前台的 A+ 部分，對產品多維度展示說明，同樣有助於提高 ASIN 被搜尋到的可能性





妙用五點促轉化

- 在產品用途和使用場景的介紹中加入季節性旺季熱點詞語，能提升商品熱度。同時還需注意關鍵字要準確描述商品，避免誇大或用長篇幅描述非主賣點的商品特點

舉例：在野餐墊的材質和使用場景的介紹中加入夏季的熱點詞語

- 材質：**表面採用亞克力素材，背面採用 PVC 素材，防水效果非常好。在林中、草地、沙灘等地面使用時能有效隔絕地面的濕氣和涼氣
- 適用場景：**墊子有一定的厚度，即使長時間坐著也不容易疲憊。非常適用於野餐、賞花、爬山、遠足等出遊活動，可以和家人一起使用

旺季 Listing 優化 - 提煉文字賣點

用最生動的語言介紹李斯婷

一份優秀的 Listing 文案對產品銷量的影響可謂是至關重要，優化 Listing 的文字，做到讓人眼前一亮是轉化潛在買家的好方法



▶ 充分提煉賣點

找到關鍵字後，需要賣家提煉賣點，以下三個充分提煉賣點的方法供您選擇：

提升 Listing 的完整度

● 方法一：利用 A+ 模版展示

- 1 **全面展示產品資訊**：尺寸、顏色、型號、原材料、適配電源、功率、原產國等產品規格資訊（SPEC）都是消費者在進行購物時重要的參考依據
- 1 **針對性優化不同網站**：如日本買家較為細緻，會仔細查看每一點產品的詳細介紹，如果沒有看到自己想知道的資訊，就會放棄購買轉而搜尋其他的產品或店鋪。而歐美買家則更注重產品的突出賣點，是否有區別於其他產品的獨到之處
- 1 **用數據說話**：在介紹產品特點和功能時，採用數據更有說服力，也更能增強消費者的信賴感

标准单一图像和规格详细信息

THE ULTIMATE DOG EXPERIENCE



How it works
Track your dog
Measure your movements in Woof, a universal metric of activity.
Decide how many walks you want to go on by setting a daily Woof goal.
Connect and go
Sync with your food bowl to see your activity and connect with your pack.
Get the free Woofband app to sync wirelessly. With the app you can compete with yourself and share your results with your pack.

Tech Specs
Size
✓ SMALL: 6 IN
✓ MEDIUM: 6 IN
✓ LARGE: 8 IN
✓ WIDTH: 63 IN
CONNECT AND SYNC
Syncs with any food bowl (10.4 or later) or chew toy (Squeek or later) devices. Car ride mode available.

製品仕様・特徴



40W 4ポート USB急速充電器 (スマートフォン、タブレット、その他USB機器対応)

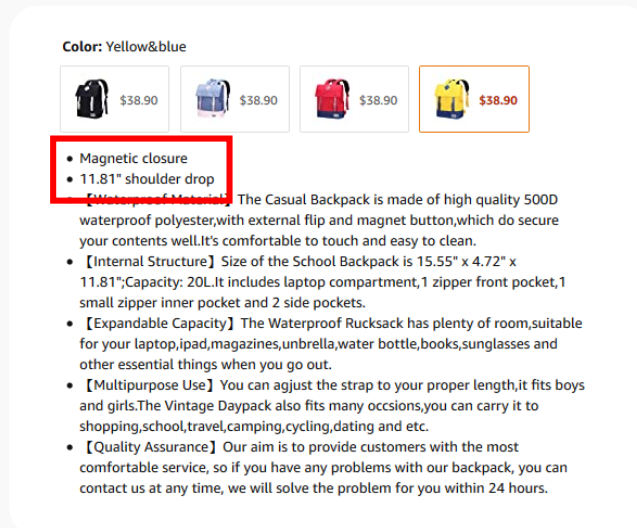
※Amazon.co.jpで人気のスマートフォン・スマートフォン結合1位の2000万人以上が支持する充電製品ブランドを是非お試しください。

製品仕様
* 製品寸法：約 85×65×29(mm)
* 入力：AC 100-240V ~ 1.1A 50-60Hz
* 合計出力：5V / BA(USBポート最大2.4A)
* 製品重量：約145g
* 原産国：日本 (一部部品は中国産)
16ヶ月保証、カスタマーサポート

● 方法二：補充非必填屬性


以美國站為例，增添商品特性描述，如磁吸包扣和11.81英寸肩寬描述，更便於消費者全方位了解產品屬性。賣家可透過兩種上傳方式來完成商品屬性補充：

- 1 單個上傳：賣家平台 > 商品編輯頁面 > 更多詳情
- 1 批量上傳：使用 Excel 上傳範本裡對應的列



充分把握當地消費者的心理/文化習慣

案例：日本站 vs.美國站，以掃地機器人為例



- THE ULTIMATE ROBOT MOP - The [redacted] robot mops like you would. You can tell it where and when to clean, and Precision Jet Spray helps tackle sticky messes and kitchen grease
- MOPPING THAT FITS SEAMLESSLY INTO YOUR LIFE - Ideal for multiple rooms and larger spaces. Navigates around objects and under furniture. Cleans finished hard floors including hardwood, tile and stone
- GUIDED BY SERIOUS SMARTS - With [redacted] navigation, the m6 learns the layout of your home and builds personal Smart Maps, enabling it to expertly clean and navigate in neat, efficient rows. If it's running low on battery, it recharges and resumes cleaning

● 案例解析

- 1 購買掃地機器人的日本消費者可能會擔心，使用時噪音會不會很大，是否會影響他人。因此，「低噪音」需要作為一條重要的賣點在日本站單獨提煉出來，且位置要靠前
- 1 由於文化差異，對於歐美消費者而言，噪音的分貝高低並不是他們對於掃地機器人的核心訴求。因此，「低噪音」這一賣點在歐美站可以不重點突出，相反他們更重視適合大空間、多房間使用，導航是否智慧等



案例：日本站，以音樂播放機為例



中譯：【適用場景】不僅可以作為音樂播放機，也可以作為室內裝飾品來使用。可以應對家裡的客廳、辦公室、咖啡店、酒店大廳、俱樂部等各種各樣的場景。功能性和觀賞性並存。最適合送禮，可以送給家人、戀人、朋友、照顧過自己的前輩等，這是一件能讓喜歡音樂的人和喜歡古董的人感到高興的好禮物

● 案例解析

- ┆ 營造真實的應用場景，可以讓消費者有身臨其境使用商品的感覺，一定程度上能激發消費者的購買意願
- ┆ 日本消費者喜歡閱讀與使用場景相關的內容，在 Listing 中加入多種實際使用場景，更容易增加其購買欲望。例如「音樂播放機不僅可用來聽音樂，還是有生活情調的復古裝飾品，也可作為禮品送給既喜歡欣賞音樂，又喜歡老物件有品味的人」

充分提煉賣點後，要有效埋好關鍵字。那麼 Listing 標題、商品要點以及產品描述如何有效埋入？

▶ 標題如何巧妙埋入賣點？



優質標題三要素

- ┆ **核心詞：**1-3個關鍵字；產品定位詞；消費者用來搜尋產品的詞語
- ┆ **賣點：**材質/功能/場景等；和其他同類產品形成差異化的詞語
- ┆ **易讀易懂：**簡潔清晰格式分明；無詞語堆砌



Listing 優質標題建議

- **建議使用標題格式：** 品牌名+核心關鍵字+（特性詞/功能詞/屬性詞）+其他（規格/受眾/場景/相容等）
- **範例：** ABC Bluetooth Speaker, 6W Deep Bass Portable Waterproof Speakers for Outdoor Activities



Listing 標題寫作重點總結

寫作重點	一定要	一定不要
關鍵字	核心關鍵字往前放，3-5個最佳	堆砌關鍵字、放和自身產品無關的詞
賣點	消費者追蹤的核心賣點一定要寫	從生產角度出發寫賣點
美感	遵守亞馬遜標題格式要求，善用標點和括弧	格式錯亂，無標點
長度	控制字元，儘量精簡	太長，在電腦端顯示不全
表達	無語法、拼寫錯誤，無中式表達	有拼寫和自造詞組甚至純中文

▶ 商品要點如何巧妙埋入賣點？



商品要點寫作重點

寫作重點	一定要	一定不要
寫多少	5行賣點都寫全	只寫2-3個賣點
寫什麼	寫消費者最追蹤的賣點	只寫自己認為重要的點
怎麼寫	每行提煉一個小標題，對應一個賣點	堆砌文字、沒有重點 大段文字未體現核心賣點
加分技巧	短語比長句好，使用類比、數位、排比等手法更加分	全是陳述句、感嘆句 大段的主觀表達

▶ 產品描述如何巧妙埋入賣點？

一個好的產品描述決定著頁面購買的轉化率。賣家在設定產品描述時，應設身處地為買家著想，思考買家希望感受、觸摸和得到什麼，並提供關於商品體驗、使用和優勢的資訊，進而激發買家的想像力，讓買家感受到實體店一般的購物體驗。



產品描述基本要求

正確	誤區
完整描述產品的主要功能，例如尺寸、樣式以及產品的用途，並將其與其他類似產品區分開	避免將產品描述留空，您可能會錯過說服客戶的機會
包括準確的尺寸，保養說明	請勿包含以下任何一種資訊：
使用簡單的語言，簡潔明了，但要包含重要資訊	賣家名稱、電子信箱、網站網址、公司特定資訊、供應商的詳細資訊、有關您出售的另一種產品的詳細資訊、促銷資訊，例如「特價」或「免運費」
使用正確的語法/標點和完整的句子，而不是短語	

案例：數據線



Product description
Lightning Mini Charge Cable White Mini Charge Cable White

錯誤：過於簡略，沒有完整展現產品的功能/尺寸/適配資訊等。照搬標題，非完整的句子而是短語

Product description

Color: Rose

Unparalleled Strength
NIGHT Cable's brand new construction features an ultra-strength reinforced structure. Independent testing has proved it is 6x stronger than standard Lightning cables.

Increased Lifespan
Redesigned from the inside out, NIGHT Cable's O-Flex strain relief design at the connector joints and 10,000+ bend* lifespan makes it incredibly resistant to daily wear and tear.

*Based on independent bend test. One bend = 90 degree clockwise bend + 90 degree counter-clockwise bend

Extended Range
NIGHT Cable's extended 10-foot range gives you more freedom to comfortably charge anywhere. No more straining to use your device when it's recharging.

Weighted Knot
Its weighted knot can be anchored to any flat surface, so it's always there when you need it next. No more fumbling around for dropped cables.

MFi Certified
Our cables are MFi Certified by Apple, giving you peace of mind that they will be compatible with any of your Lightning devices. Each cable is given a unique serial number by Apple, and every Lightning connector contains an authorization chip that your device recognizes, so you know you have the real deal.

Lifetime Limited Warranty
Quality is our biggest priority. Rest assured that with every Native Union cable purchase you'll receive a Lifetime Limited Warranty. The warranty will cover any defect in materials or workmanship under normal use conditions, for as long as the customer owns the cable - Please refer to the manufacturer's website for full terms and conditions.

正確：段落層次分明，語言簡潔且重點明確，完整描述了產品的主要功能，並強調了區別於其他類似產品的特性（如耐久性強，獲得蘋果 Mfi 認證）

旺季 Listing 優化 - 優化圖片

展現李斯婷最美的一面

買家大多是視覺動物，對於商品的最直覺的印象來自圖片，相對於文字而言，圖片更具衝擊力，其品質很大程度上影響了點擊率，因此優化圖片是旺季 Listing 優化的重中之重



▶ 本土化的圖片風格

以時尚品類為例，日本站和歐美站的圖片風格是不相同的，不同網站的賣家需要選取更加本土化的圖片



美國站

- 多使用明艷動人、自信張揚的歐美模特、西方面孔
- 傾向於透過 Pose 展示身體的曲線美
- 圖片飽和度相比日本站較高
- 重點突出款式、顏色的流行元素





- 多使用形象優雅、溫柔婉約的亞洲模特，東方面孔
- 圖片色彩柔和，風格清新
- 不要使用飽和度過高的顏色
- 建議給出全身搭配方案，但配飾也要相對樸素



▶ 從色彩體現季節和節日特色

- 藍色系、綠色系、黃色系都非常能體現夏季特點，同時使用冰塊、雪花、陽光等元素，充分體現夏日特色
- 秋冬暖色系、紅橘色系、聖誕的紅白綠色系都非常能體現秋冬季特點。同時在聖誕或新年使用相關元素，也更能體現節日氛圍



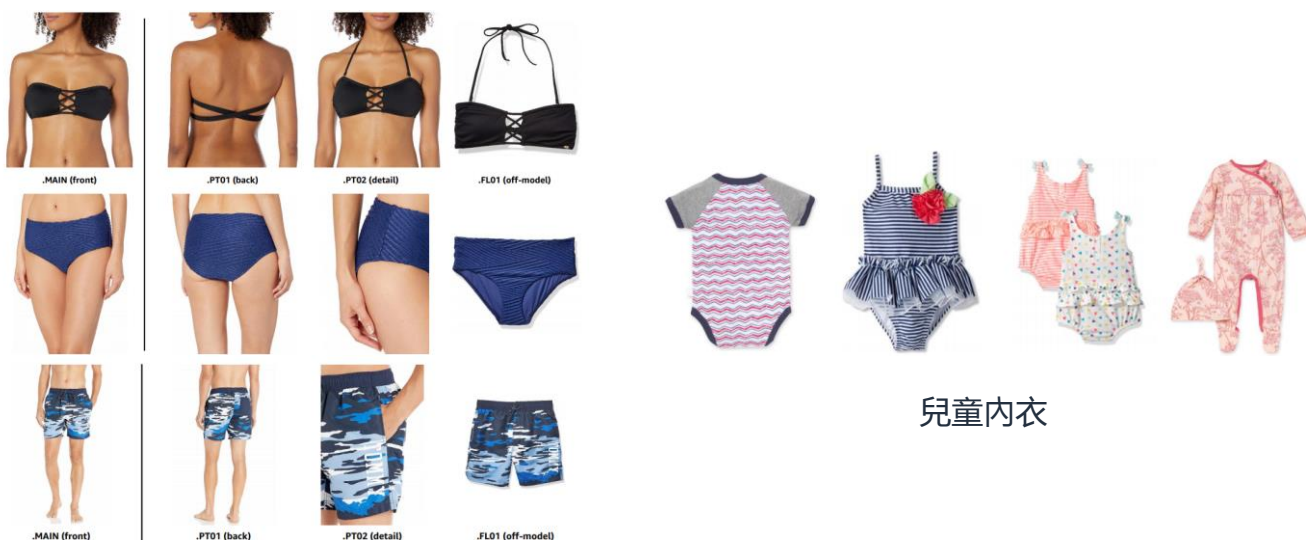
▶ 產品佈局和拍攝迎合夏季氣氛 (以夏季服飾為例, 並注意)

- ❑ 女裝和男裝的主圖片必須在真人模特上展示商品
- ❑ 主圖片不得展示處於坐姿、跪姿、靠姿或臥姿的真人模特
- ❑ 內衣、女士內衣和泳衣商品的圖片不得包含色情淫穢內容
- ❑ 兒童和嬰幼兒服裝的所有圖片必須採用平鋪拍攝 (不使用模特)



男士上裝

女士上裝



內衣/泳裝

兒童內衣

▶ 選用節日場景, 突出當地文化特色

- ❑ 裝飾元素並非必要元素, 它們不必出現在頁面上的每張圖片中
- ❑ 裝飾元素也不應成為圖片的主要焦點 (最多使用3-4個或2組裝飾元素)



10-12月份: 萬聖節/感恩節/耶誕節

▶ 旺季不能忽略的 A+ 小技巧

▮ **帶文字的圖片標題：** 這個範本是圖片占篇幅最大的範本。可以很好的將使用場景和商品結合在一起，充分將產品和旺季熱點相融合，同時，也可以加入品牌資訊，給消費者留下非常直覺的商品和品牌形象



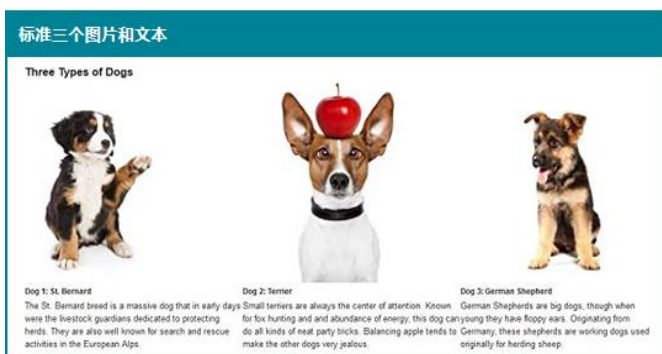
▮ **標準比較圖：** 用表格形式來對比不同商品的圖片和主要特性。在突出產品資訊的同時，免去了消費者自己找商品作對比的煩惱，更名為店鋪下的其他商品帶入流量

标准比较图

Breed	Labrador Retriever	Shiba Inu	Bulldog	German Shepherd	Chihuahua
Temperament	Kind	Independent	Docile	Active	Sassy
Job skills	Tracking	Hunting	Eating Candy	Rescue	Commercials
Easy to train	✓	✓	(click to edit)	✓	(click to edit)
Speed	Fast	Medium	Slow	Very Fast	Medium

	Handheld Fan	Handheld Fan	Bladeless Neck Fan	Desk Fan	Neck Fan	USB Camping Fan
Running Hours	5-20	2-7	1.5-5	/	3-7	8.5-25
Speed Settings	3	3	4	4	3	4
USB Rechargeable	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Battery Capacity	4000mAh	2000mAh	1800mAh	2000mAh	3900mAh	8000mAh

▮ **標準三個圖片和文字：** 展開介紹產品獨特的設計、功能或者展示實際使用場景，幫助消費者想像擁有產品後的情景



Indoor/Outdoor decoration
G40 gazebo string lights is easy to install with a cable tie or cup hook. And it can be easily removed if needed to put them in another location
You can freely decorate your home, backyard, garden, bistro, porch, balcony, etc.



Shatterproof/Weatherproof
G40 clear bulbs made of plastic, much shatterproof than traditional glass bulb type.
IP44 waterproof durable string lights can withstand extreme temperatures, rainy, windy, or damp climates
Great for wedding, birthday party, Christmas,



Commercial Grade String Light
Outdoor light string can be used to decorate the market, cafe, bar, city rooftop, restaurant, business festival, etc.
LED light string creating a warm and romantic atmosphere that will create elegance and illumination for your business

旺季 Listing 優化 - 確保合規可售

讓優秀的李斯婷展現在人前

Listing 出現資訊不合規的情況，商品或內容將被禁止顯示，消費者將無法搜尋或瀏覽到您的商品。旺季期間，因為 Listing 合規問題導致 ASIN 被禁止顯示，那麼這段時間的心血就白費了！所以在這個關鍵時期，各位賣家一定要提前檢查 Listing，排除隱患，確保大促時合規可售



▶ Listing 自查清單

- 商品是否缺少主圖片
- 商品是否缺少品牌屬性、商品描述屬性或要點屬性
- 商品資訊的名稱長度不能超過200個字元
- 商品是否缺少有效 UPC
- 商品的「分類（商品類型）」欄位中不能沒有值
- 建議顯示完整的「服裝與配飾」類商品
- 需要符合商品圖片要求
- 商品變體需合規
- 商品名稱不能錯誤使用

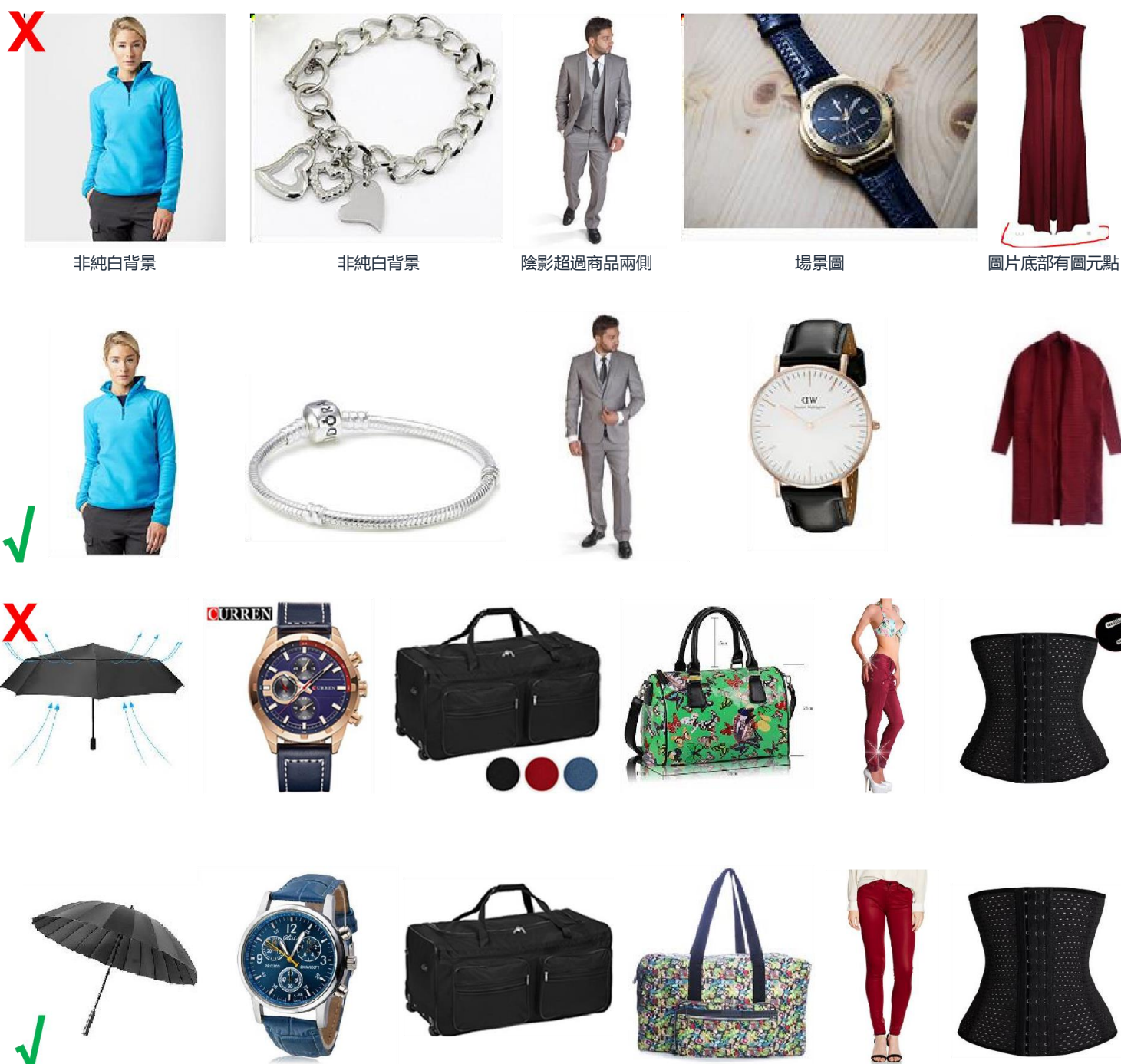
▶ 圖片合規

亞馬遜商城的每件商品都需要配有一張或多張商品圖片。商品的主圖片顯示在搜尋結果和瀏覽頁中，是買家在商品詳情頁面上看到的第一張圖片。各位賣家請仔細比照自查清單，排查可能會導致 Listing 禁止顯示的原因，也請各位賣家依照下面的圖片基本要求，檢查圖片的合規性：



圖片基本要求

- 主圖片應該採用純白色背景 (RGB 色值為255, 255, 255)
- 主圖必須是實際商品的專業照片 (不得是圖形、插圖、實物模型或預留位置), 且不得展示不出售的配件、可能令買家產生困惑的支撐物、不屬於商品一部分的文字, 或者logo/浮水印/內嵌圖片
- 圖片的最長邊不應低於1,600圖元, 滿足此最小尺寸要求可在網站上實現縮放功能
- 圖片最長邊不得超過10,000圖元
- 亞馬遜接受 JPEG (.jpg) 、 TIFF (.tif) 或 GIF (.gif) 檔案格式, 但首選 JPEG (伺服器不支援.gif 格式的動圖)
- 鞋靴主圖片應採用單只鞋靴, 呈45度角朝向左側
- 女裝和男裝主圖片應採用模特照
- 所有兒童和嬰兒服裝圖片均應採用平放拍攝照 (不藉由模特)



圖片作為商品初印象的來源，其品質也不容忽視，應選擇清晰、易懂、資訊豐富並且外觀吸引人的圖片。各位賣家在對圖片品質進行檢查時，需注意以下幾點：



圖片品質注意點

- ❑ 圖片在尺寸、顏色等方面與商品描述相符
- ❑ 可在圖片上識別出商品
- ❑ 圖片是照片，而非繪畫
- ❑ 圖片的拍攝角度突出了商品優點
- ❑ 商品對焦清晰且採光效果出色
- ❑ 特寫畫面不會被高光或陰影所遮蔽
- ❑ 商品至少佔據85%的圖片畫面
- ❑ 圖片描繪了完整的商品
- ❑ 背景簡單明了，不會對商品本身形成干擾

▶ 標題合規

商品標題首先要符合合規要求，有一定的基本規範及準則，並且在不同的語言頁面中，也會有相關的禁用詞規則。



通用規則

- ❑ 如多件商品捆綁銷售，請在商品標題後面加入 (pack of X)
- ❑ 請勿全部使用大寫字母
- ❑ 使用阿拉伯數字 (「2」而不是「two」)
- ❑ 拼寫出測量單位 (「6 inches」而不是「6」)
- ❑ 請勿使用符號，如 ~ ! * \$? _ ~ { } [] # < > | * ; / ^ ~ |。
- ❑ 請勿使用顏文字
- ❑ 請勿包含商品價格或促銷資訊，如「折扣」或「免運費」
- ❑ 請勿使用主觀性評價用語，如「熱門商品」或「Best Seller」
- ❑ 請勿在商品名稱中包含您的賣家名稱

注意：亞馬遜對標題的具體字數要求，因網站和品類而異，詳情請在賣家平台搜尋各網站的「風格指南」。

▶ 利用工具檢查與修復 Listing

除了自我檢查，賣家也可以使用修復商品工具 (Fix Your Product) 和商品刊登品質儀表板 (Listing Quality Dashboard) 對 Listing 進行合規檢查與修復。



修復商品工具 (Fix Your Product) 的操作建議

- ▮ 庫存 > 下拉式功能表中點擊「管理庫存」
- ▮ 點擊「禁止顯示」
- ▮ 在「修復商品」頁面點擊「搜尋結果中禁止顯示」查看詳情



商品刊登品質儀表板 (Listing Quality Dashboard) 的操作建議

- ▮ 「庫存 Inventory」下拉式功能表中點擊「管理庫存 Manage Inventory」
- ▮ 點擊「商品刊登品質儀表板」
- ▮ 查看需要補充屬性值的產品或直接在搜尋框內輸入 ASIN / SKU / 商品標題，找到對應產品（如果搜尋不到結果代表該產品沒有需要補充的屬性）
- ▮ 點擊「查看所有 x 個缺失屬性」查看所有缺少的屬性
- ▮ 根據提示補充完整相應的屬性值，加入完成後，點擊「Save and close」

其他旺季準備資源

追求李斯婷的更多方法

旺季在即，各路賣家紛紛摩拳擦掌準備迎戰，想要了解更多旺季準備法則，想要抓住旺季準備關鍵時期，請追蹤亞馬遜直播和「亞馬遜全球開店」公眾號，獲取更多旺季備戰指南



亞馬遜直播



掃描 QR 碼
查看 Listing 系列直播課

微信公眾號旺季系列話題



掃描 QR 碼
查看打造優質 Listing 話題文章