

制定营销日历： 亚马逊购物活动

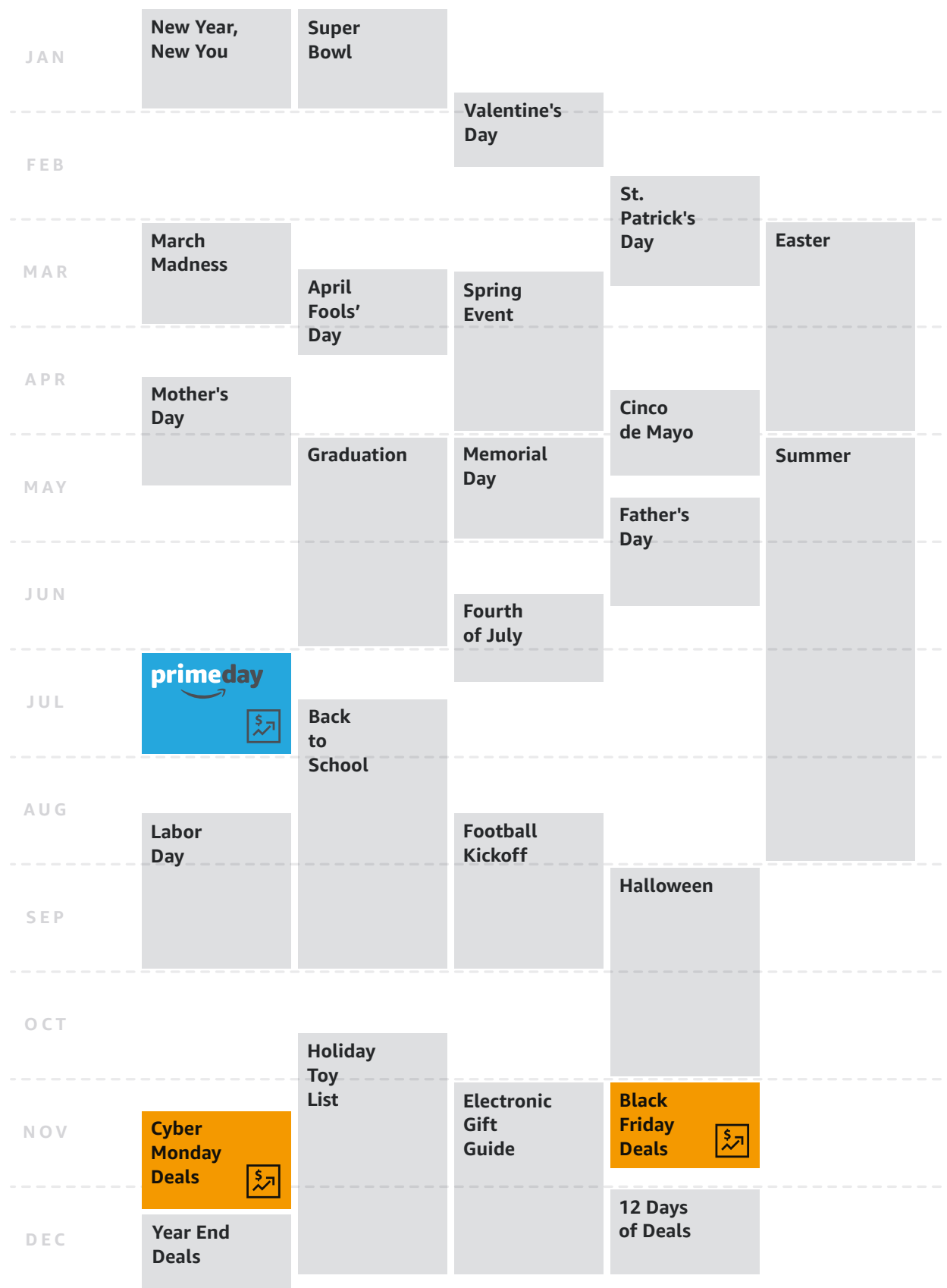
章节一览

在每年的特定时期，买家会在亚马逊上购买特定类型的商品。这些时期对品牌所有者来说是一个很好的商机，可以让新买家发现他们的商品。这些时期包括国家法定节假日、季节性时期和亚马逊特定活动期。我们希望您作为一名品牌所有者，务必了解这些亚马逊购物活动，这样您的商品才能显示在主要位置，从而被亚马逊买家发现。

什么是亚马逊购物活动？

亚马逊购物活动是亚马逊在每年的特定时期举办的促销活动。为推进这些活动，亚马逊会在相应期间推出其他推销举措（如促销），还会通过相关电子邮件广告和针对购物活动的其他营销措施来加大买家拓展力度。

以下是一份营销日历，其中列出了全年购物活动时间表：



 events that draw the largest amount of customer traffic to Amazon.

为什么亚马逊购物活动很重要？

对于品牌所有者来说，亚马逊购物活动是您推销商品的有利时机，而且大量新买家会在此期间认识您的品牌。具体而言，这些活动会在一年内的若干集中时段引导买家购买特定商品。

例如，在 1 月份，买家通常会查找健身配件，因为很多买家都制定了新年健身计划。在每年的这个时段开展健身商品促销，可以帮助买家在其最有可能购物之时找到您的商品，从而大幅提高销量。

如果您有商品属于相关分类，则可借助亚马逊购物活动来提高商品被发现的机率。

提示：

亚马逊在推广这些购物活动时，您可借此机会推出其他营销措施，这些措施可以为本网站带来更多的购物浏览量。

如何参加亚马逊购物活动？

- **设置秒杀：**

参加亚马逊购物活动的其中一个方法是针对与活动相关的商品推出秒杀。在此时段内设置秒杀，可确保您的商品能被买家发现（您可以在“秒杀”章节找到有关如何设置秒杀的信息）。这将确保买家能够在促销页面上找到您的商品。设置秒杀后，系统会自动将该商品标记为亚马逊推销商品，并会考虑将其添加到活动登录页面。

- **确保您有充足的库存：**

请务必确保在这些购物活动期间拥有充足的库存。库存越多，您的商品便越有可能加入到推销活动中，如活动登录页面和电子邮件。如果您的商品有售罄风险，则亚马逊推销活动不会推荐您的商品，因为这可能会产生不良买家体验。

为充分利用这些活动期间增加的网站浏览量，请考虑按照以下提示操作：

1. 促销相关的商品。

您的商品必须与活动相关，例如烧烤工具与阵亡将士纪念日活动相关，但冬季夹克则与其不相关。

2. 确保有充足的库存。

请确保您有充足的库存，从而为活动期间增加的浏览量和销量提供支持。请安排足够的时间，确保亚马逊运营中心收到您的库存。

3. 为秒杀商品添加图文版品牌描述。

添加图文版品牌描述可以提高买家参与度、商品转化率和销量。在详情页面上为您要促销的商品添加图文版描述。

4. 调整商品推广预算。

活动会产生高于正常水平的浏览量，因此商品推广活动预算也会比平时消耗得更快。查看您的商品推广活动，并考虑提高您在此时段的预算和出价，以确保买家能够找到您的商品。

5. 考虑季节性。

查看此促销日历时，也请您考虑季节性。例如，如果您销售户外商品，则会在春季/夏季需要更多库存。

“在 2015 年夏季，Ozobot 日销售量仅为 40 件。而 Prime Day 到来时，我们在 1 天内便售出 1600 件，销量提高了 4000%。Prime Day 为我们在今年剩余时间里取得销售成功打响了第一枪！”

👤 亚马逊卖家 Ozobot, 2015 年 Prime Day 促销活动