

2021 亚马逊全流程运营

主讲人：于子珍

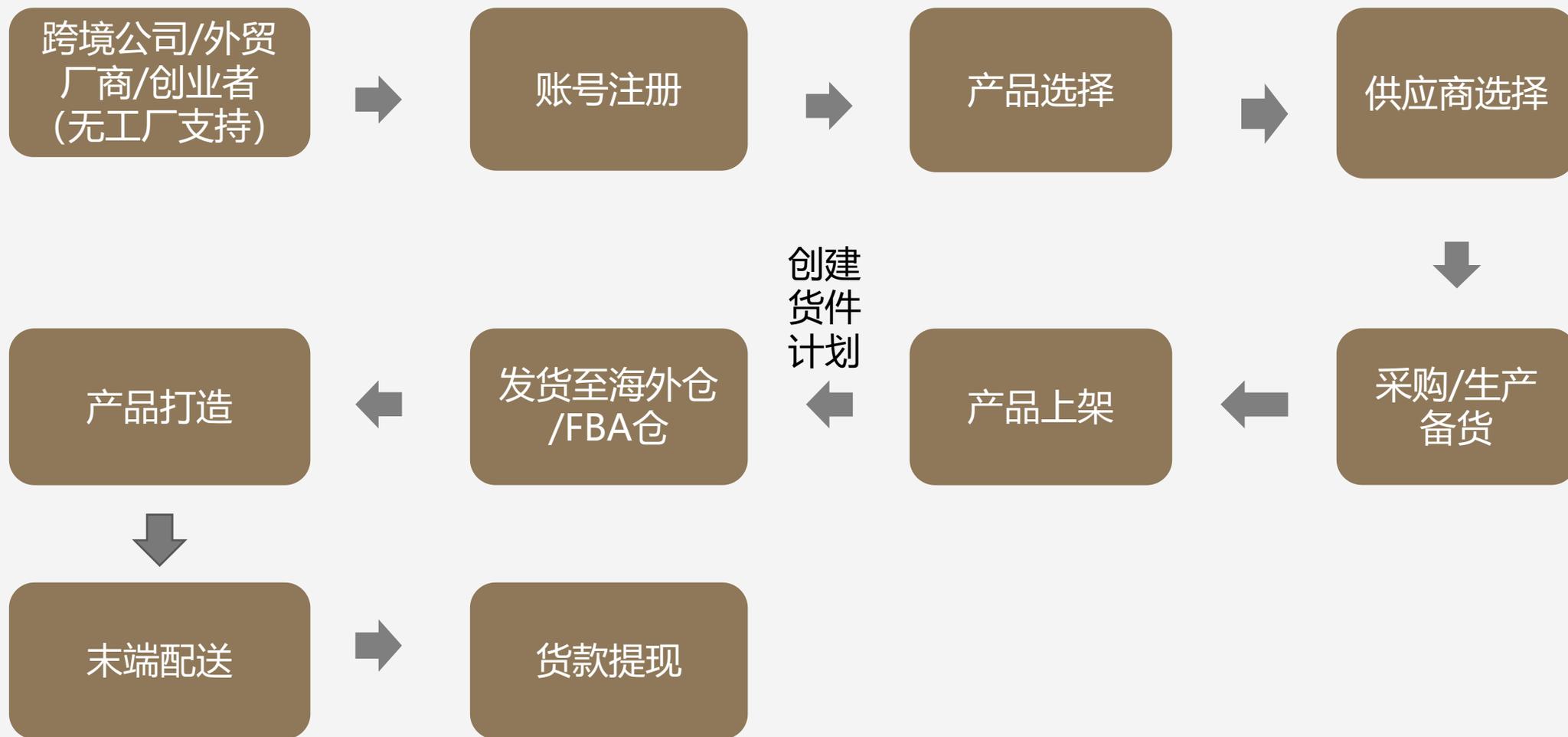
时间：



于子珍-Mira

- 独角兽跨境电商企业北美市场金牌操盘手
- 2019年国培教师企业实践培训讲师
- 全国跨境电商岗位培训师
- 山东省跨境电商产教联盟特聘讲师
- 山东省开放人才专项培训行动讲师团成员
- 2017年1月在《教育科学》2017年01月07期发表《跨境电商平台处境分析》被评为全国教研成果一等奖。
- 擅长利润化选品，精细化平台操作，品牌化运营
- 2年跨境电商团队管理经验,团队运营销售额超过8000万美金
- 服务助力传统零售/贸易/工厂50多家企业成功转型跨境B2C品牌卖家
- 综合培训孵化近500名学生，助其成为跨境电商优秀人才
- 组织并主讲多场全国性高级跨境电商培训，为多家知名企业和工厂进行跨境电商顶层设计
- 帮助中小企业卖家和初创公司打造多款亚马逊细分品类Best seller

亚马逊运营全流程图



亚马逊运营全流程图



准备入驻亚马逊前必备工作



1

Amazon账户

开设账户资料准备：营业执照扫描件、法人身份证正反扫描件、新邮箱地址、新电话、双币信用卡、法人户口本（正反页）固定IP,收款账号；VAT税号

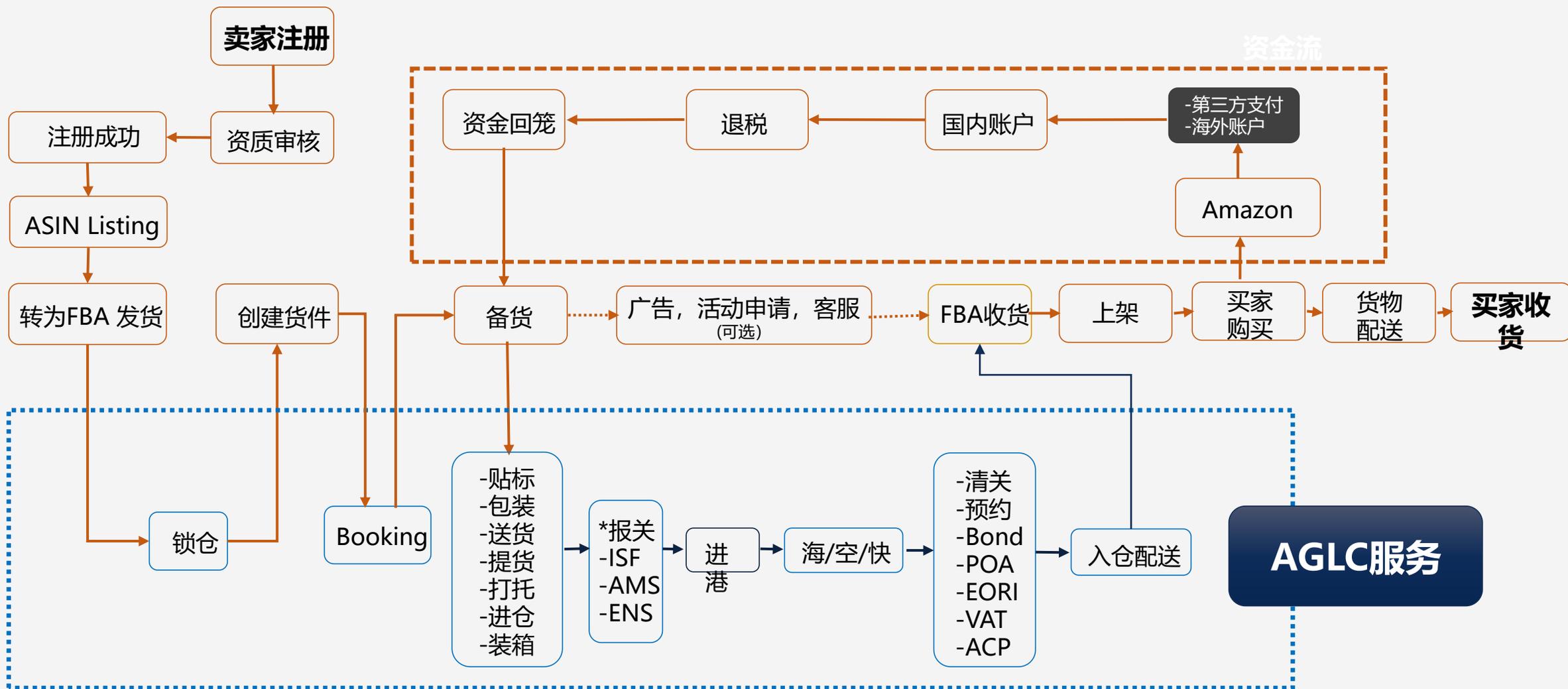
2

品牌

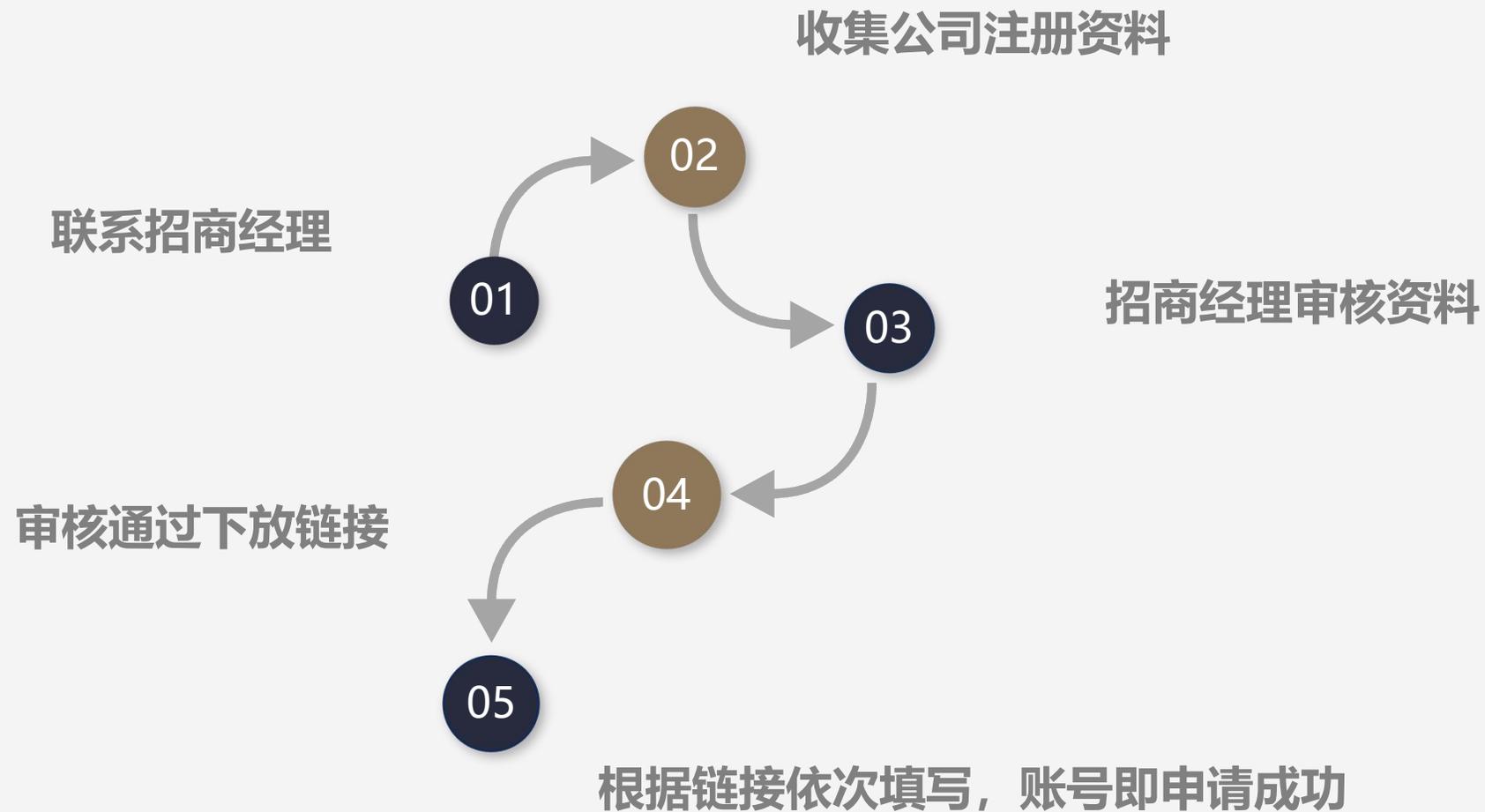
防止侵权与被侵权

	材料名称	材料规范	说明
注册前材料 (美国SIV)	信用卡	带VISA或MasterCard标志	国内任意银行发行的信用卡都可以，只要有带VISA或MasterCard标志。
	公司法人身份证	a. 身份证上的姓名必须与营业执照上法定代表人的姓名一致 b. 必须由中国大陆，香港，台湾出具 c. 请提供正反两面的彩色照片/扫描件，不接受黑白复印件 d. 图片必须完整清晰可读 e. 身份证应在有效期内	需要看清人脸和身份证上的信息
	公司营业执照	a. 必须由中国大陆，香港，台湾出具 i. 中国大陆：营业执照 ii. 中国香港：公司注册证明书和商业登记条例 iii. 中国台湾：有限公司设立登记表/股份有限公司设立登记表/有限公司变更登记表/股份有限公司变更登记表 b. 请提供彩色照片/扫描件，不接受黑白复印件，图片必须完整清晰可读 c. 中国大陆营业执照距离过期日期应超过60天，香港商业登记条例距离过期日期应超过45天	1. 中国大陆境内、香港特区、台湾地区注册的有限公司法人 2. 非个体工商户 3. 香港公司请提供“公司注册证书”和“商业登记条例”扫描件
其他材料 (建议尽早准备)	商标	目标市场的商标	商标保护一般有区域性，建议拥有销售目的国的商标。如：做美国市场就注册美国商标。
	收款银行账号	1. 欧美当地银行储蓄卡账号 2. 香港银行账号（非中国境内银行属性） 3. 第三方收款机构签发的跨境收款帐号	左边的任意一种即可
	信用卡纸质账单	纸质的账单，需要带住址	一般让银行邮寄信用卡纸质账单就可以符合规范。

常见卖家开店注册及销售流程



亚马逊账户注册流程



亚马逊店铺注册渠道



服务商代码2211

CEIB 青岛跨境电商孵化基地
Qingdao Cross-border E-commerce Incubation Base

快速入驻
一键通全球
扫码添加
预约

2022 亚马逊抢先注册 绿色通道来啦>>

●○

仅需三步入驻

Step1:扫码添加联系人微信，索取注册表格
Step2:准备以下材料:1.营业执照2.法人身份证
3.双币信用卡4.海外收款账号
Step3:填写注册表格，审核通过以后将下放注册链接（以官方为主）

●○

注意事项

- 务必保证申请时填写的微信号、手机号真实且通信畅通;
- 入驻需要地址验证以及视频认证, 请提前做好准备; 如需
- 开通新加坡, 中东, 印度站点, 需准备全新邮箱;
- 开通土耳其站点则需要提供有效的欧洲站的运营邮箱.

<< 扫码添加即刻报名
还有超多亚马逊干货资料!

品牌注意事项

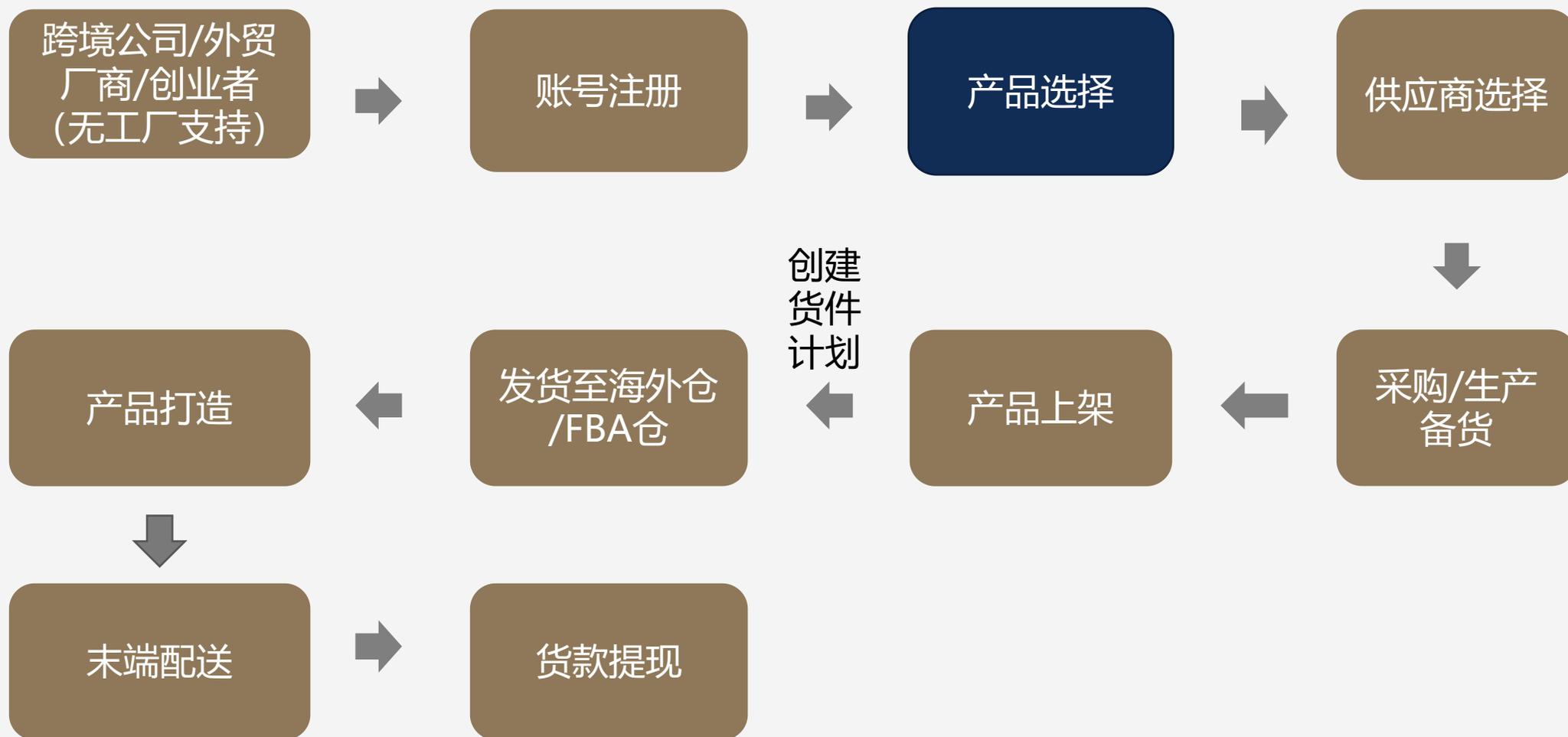
01

美国专利商标局对深圳Huanyee公司的裁决

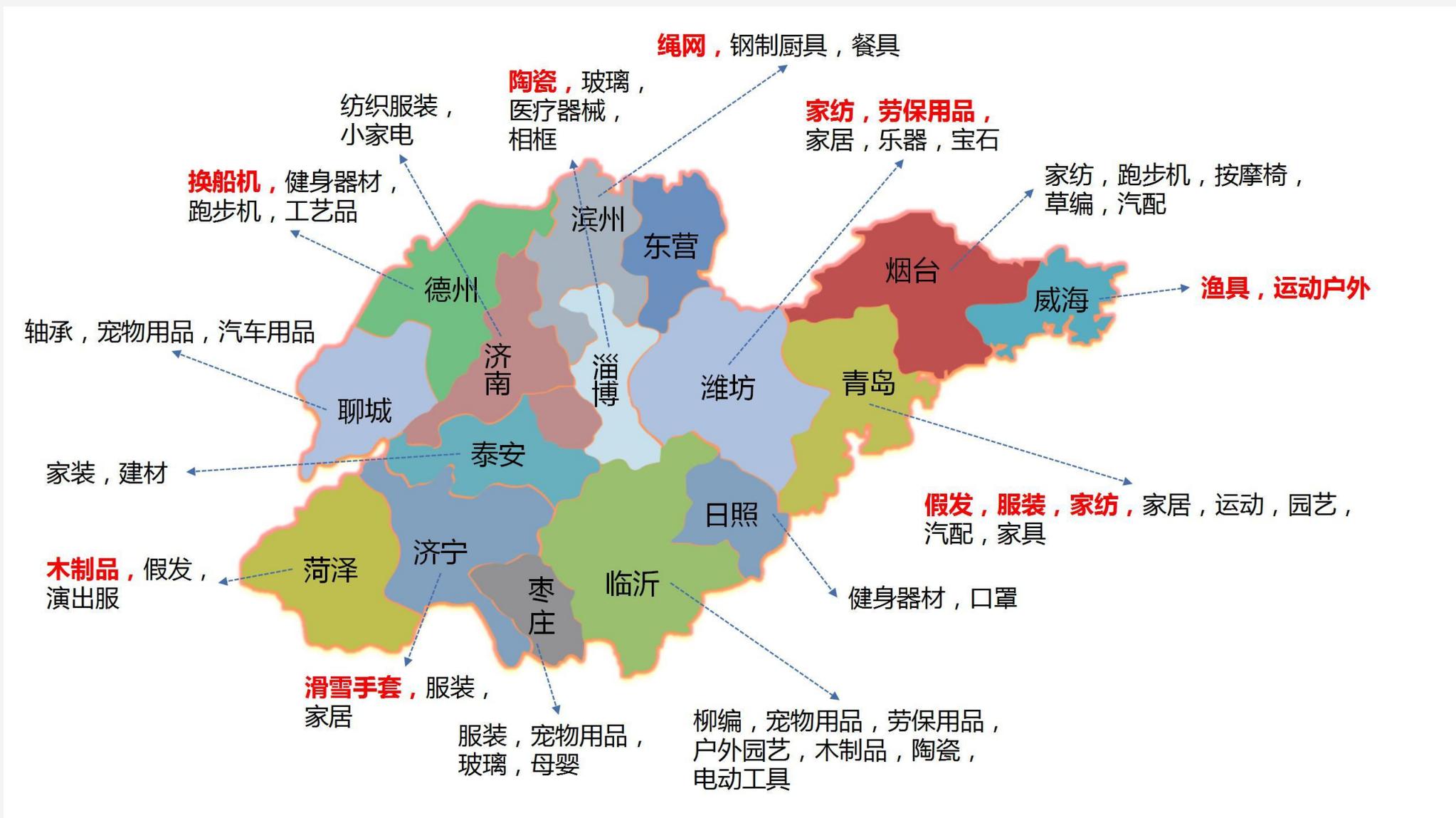
终于，时隔6个月之久，美国专利商标局在USPTO官网正式发布了深圳Huanyee公司实施了包括非法代理、代签申请、提供虚假地址、共享申请账户等多项触犯USPTO底线的行为，导致其代理的15000多个美国商标全部被作废，以及永久禁止深圳Huanyee公司、YushaZhang及公司的员工代表他人向USPTO提交申请，该命令即刻生效。（文末有属于你的超级大彩蛋！）



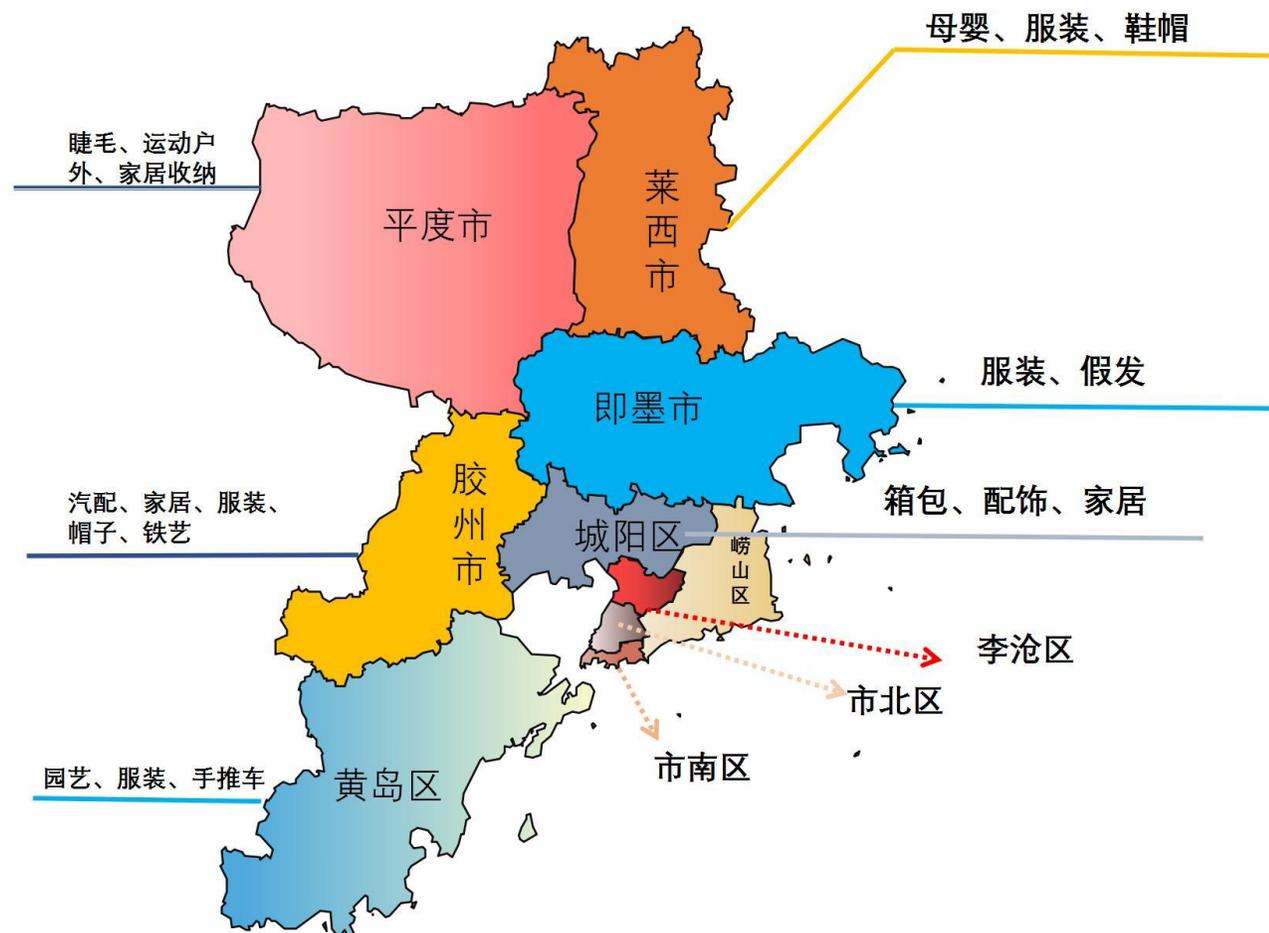
亚马逊运营全流程图



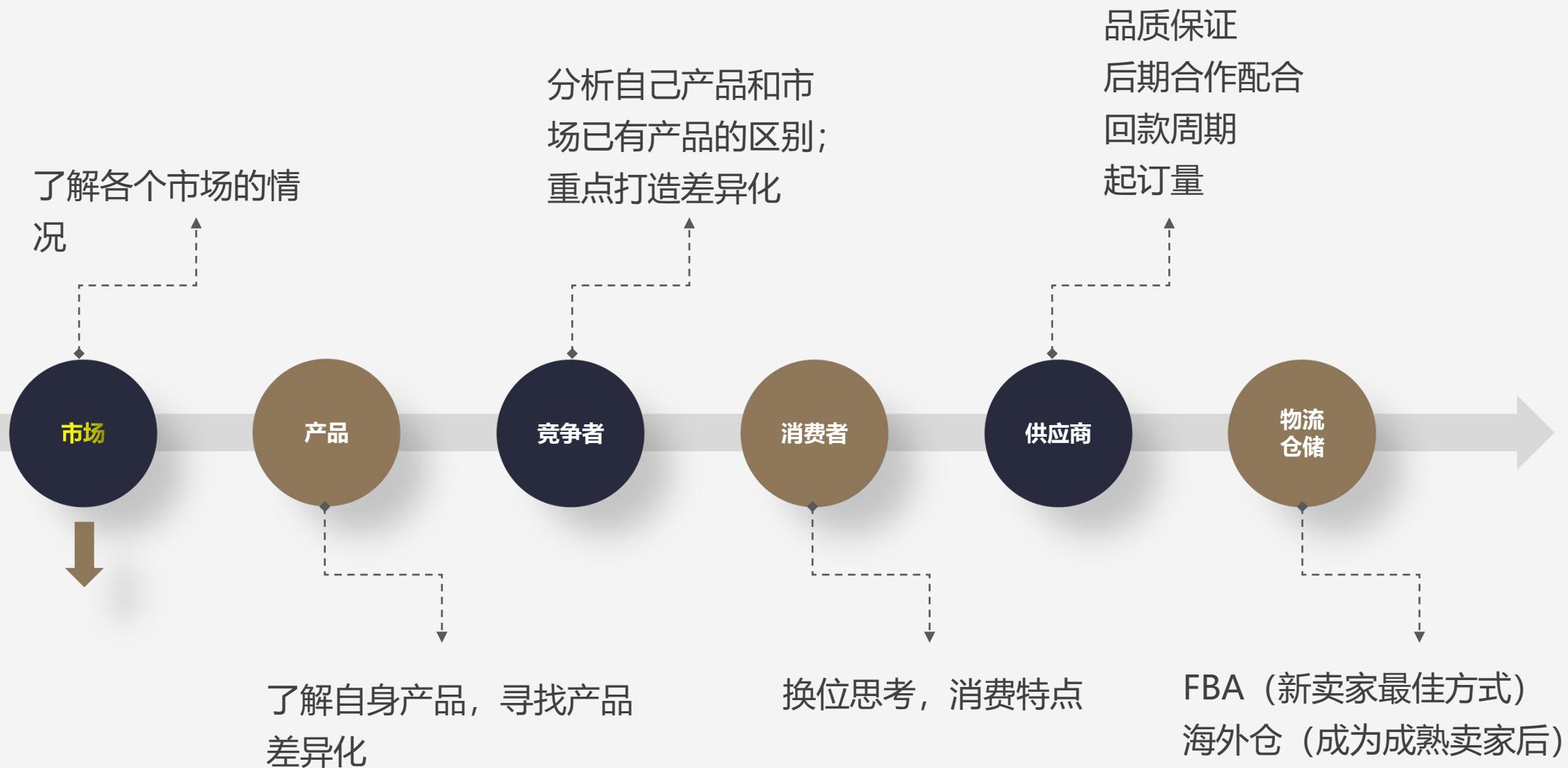
山东省品类分布图



青 岛 品 类 分 布 图



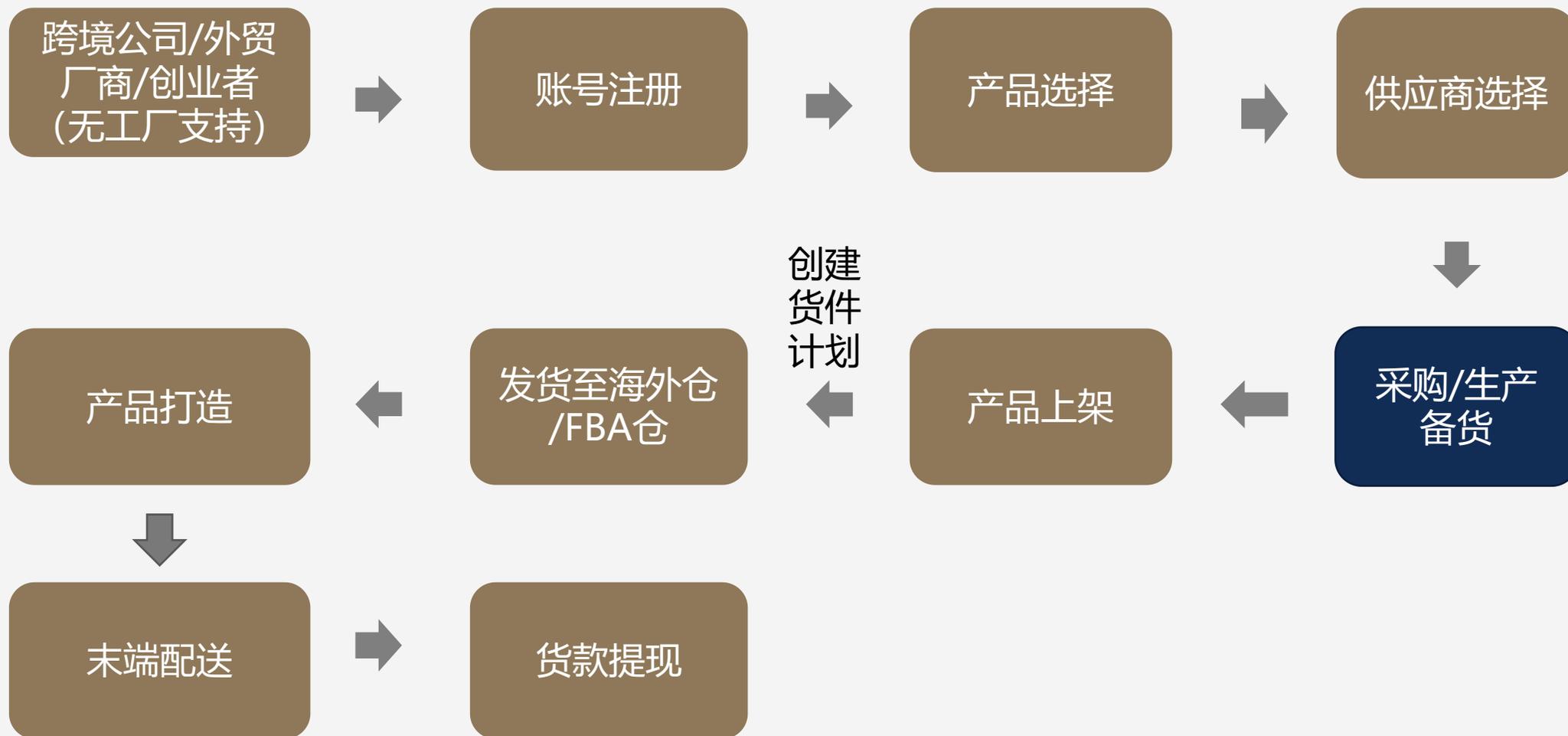
选品思路



| 亚马逊第三方热门站点

- 1、Amazon.com美国
- 2、Amazon.ca加拿大
- 3、Amazon.com.mx墨西哥
- 4、Amazon.de德国
- 5、Amazon.com.it意大利
- 6、Amazon.com.fr法国
- 7、Amazon.com.es西班牙
- 8、Amazon.co.jp日本
- 9、Amazon.nl荷兰
- 10、Amazon.br巴西
- 11、Amazon.sa阿联酋
- 12、Amazon.ae中东
- 13、Amazon.cn中国
- 14、Amazon.com.au澳洲
- 15、Amazon.sg新加坡
- 16、Amazon.com.tr土耳其
- 17、Amazon.co.uk英国
- 18、Amazon.se 瑞典

亚马逊运营全流程图



备货思考

FBA备货

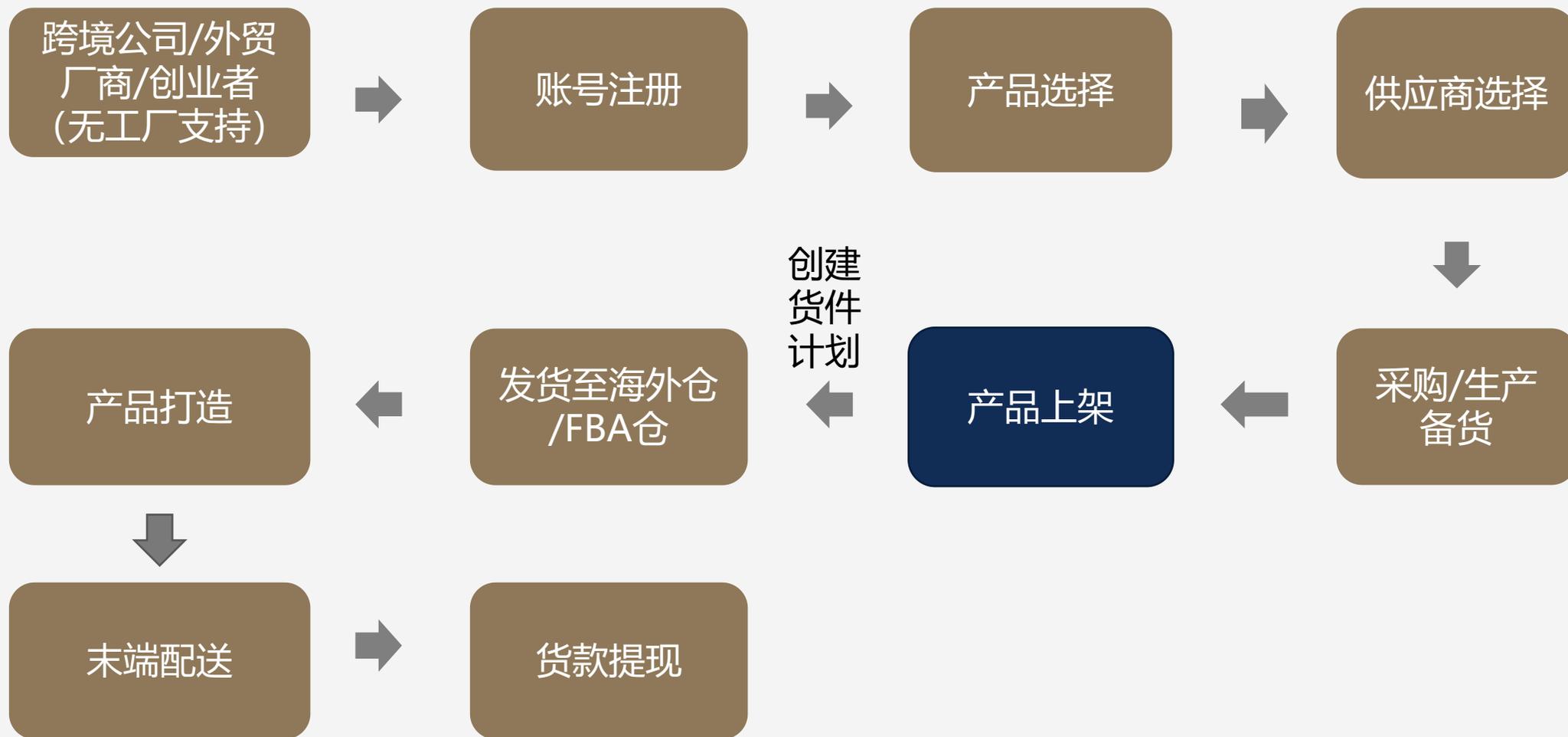
- ① 运营角度：销量和销售周期
- ② 供应商角度：生产周期
- ③ FBA角度：入库时间3天
- ④ 其他角度：安全库存7-15天



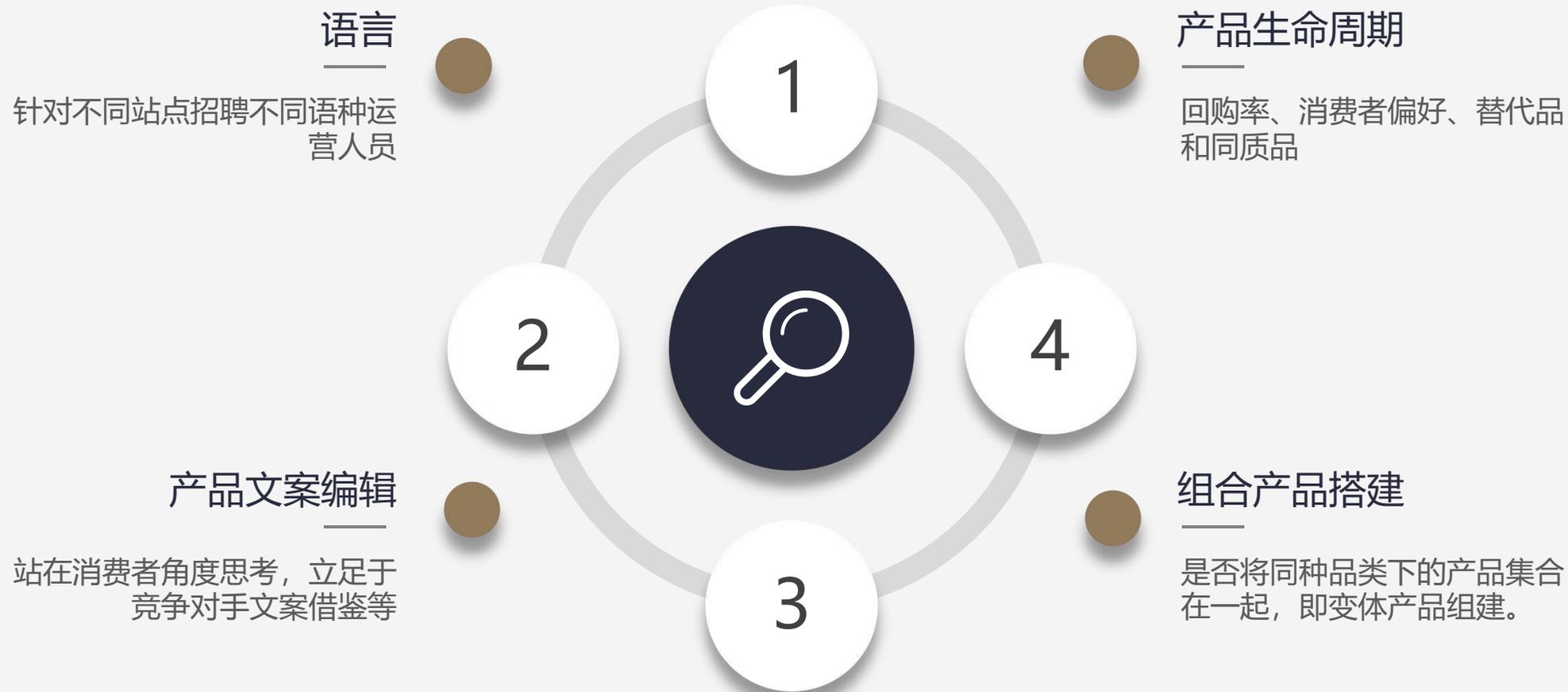
计算公式

- ① 新品备货 = 预估日销量 * (生产周期 + 物流运输时间 + FBA入库时间 + 预计销售天数 + 安全库存天数)
- ② 老品补货 = 日销量 * (生产周期 + 物流运输时间 + FBA入库时间 + 预计销售天数 + 安全库存天数) - 当前库存
- ③ 预计补货时间 = 当前库存可售天数 - (安全库存天数 + 生产周期 + 物流运输时间)

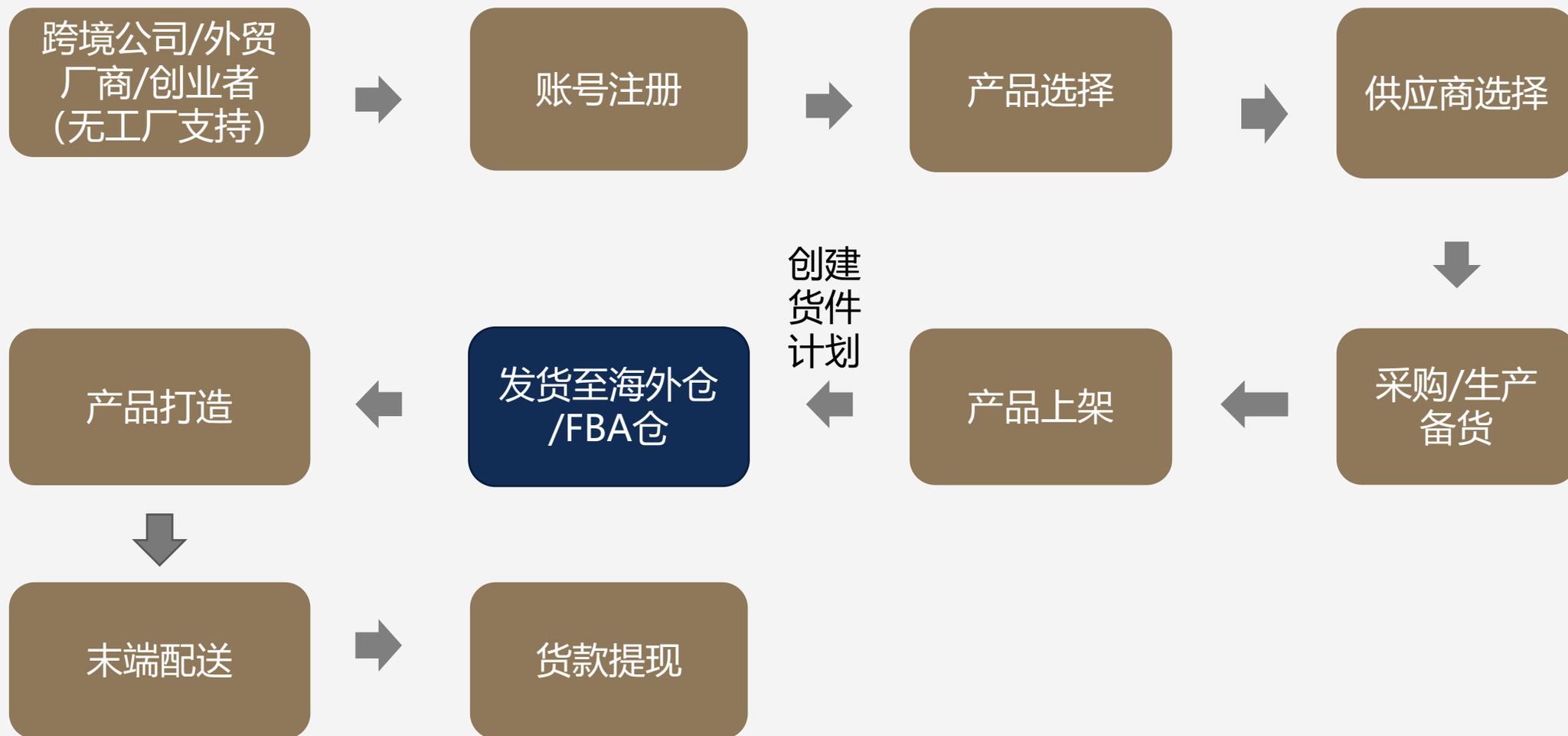
亚马逊运营全流程图



产品上架注意事项



亚马逊运营全流程图



| 亚马逊物流方式



快递

DHL/UPS/Fedex(TNT)



空派

类似于快递，但需要在国内统一集货



铁路

亚欧铁路，只发往欧洲



小包裹

单件邮寄等



海运

拼箱：海派 $\geq 100\text{kg}$ ，按照体积重和重量对比，取重量高者计费

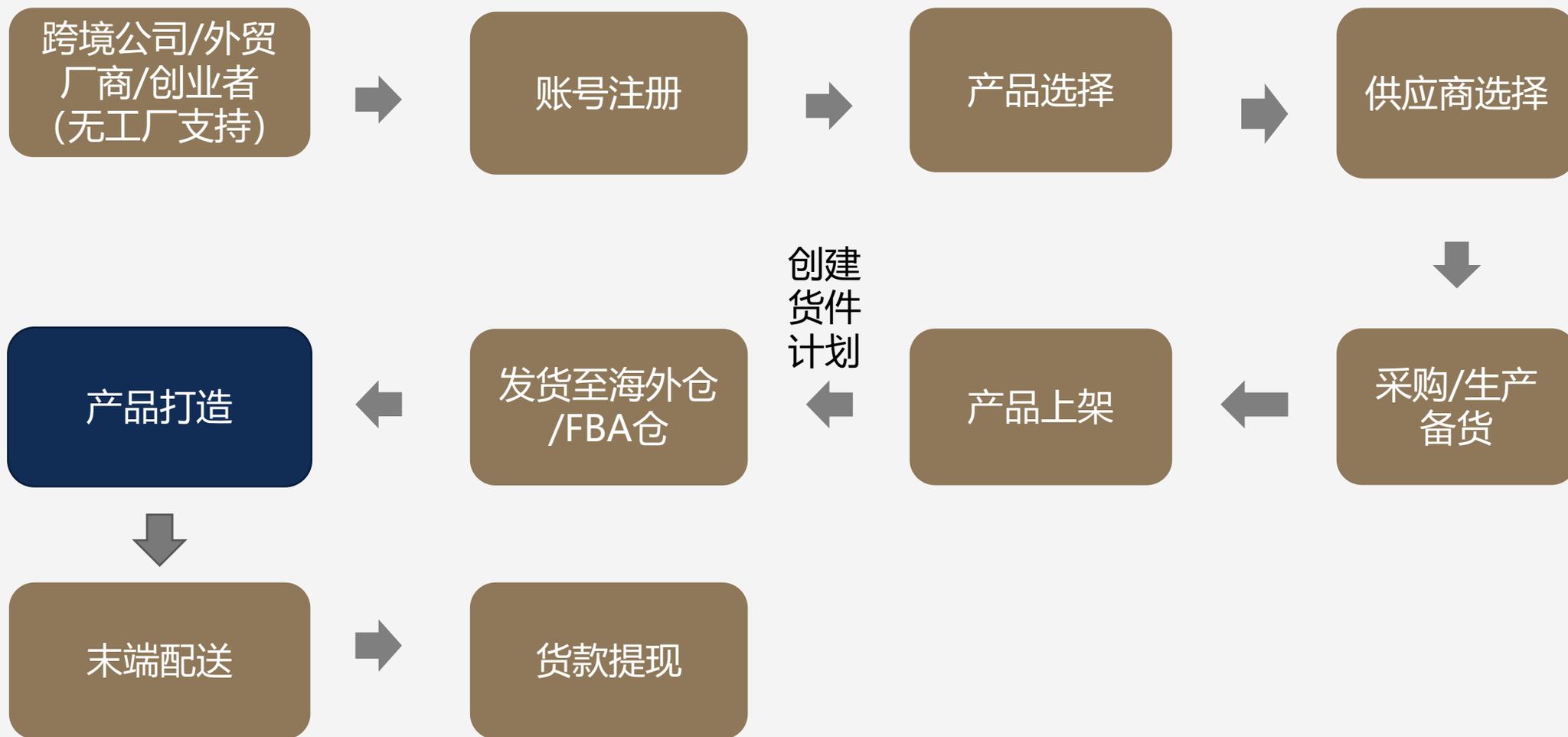
海卡——至少2立方米的体积，不足2立方米按照2立方米计费

整柜：一般有20尺,40尺,45尺,50尺,另有高柜HQ,重柜GP之分,还有了冷藏柜,开顶柜,液体柜等

亚马逊物流方式对比

物流方式	时效性	资费	注意事项
快递	3-5个工作日	贵	价格是否会吃掉利润
空运	7-10个工作日	次于快递, 但要根据具体货值	国内集货时间 尾程: 最后一公里
海运	海派: 20个自然日 海卡: 30个自然日 整柜: 30个自然日, 重点关注清关问题	? /kg, 根据不同港口发运费用不同	根据货物重量去选择合适的派送方式。清关比较慢
铁路	30个工作日, 时效不稳定	比海运贵, (?) /kg	铁路可能会造成拥堵, 时效性不稳定
小包裹	根据地点	根据地点	不可追踪/时效不稳定

亚马逊运营全流程图



| 亚马逊运营全流程图

推广流程:

一、根据产品特性

卖点: 产品-功能属性, 外观颜色; 运营: ——组合/打包销售, 价格战, 赠送配件

常规产品——无卖点 (推广周期非常长, 生命周期也长)

周期性: ——季节性, 节日类 (短期收益高), 推广周期短/快

网红产品——爆发快, 社交平台传播, 利润高, 生命周期短 (从众心理), 推广周期短/快

运营+选品=爆款——具备卖点, 利润高/体量大, 专利

| 产品打造

常规款产品：高货值/大件产品：利润高/体量大

投入大（成本+货流）资金风险大

推广手法：折扣（降价/优惠券/秒杀）+PPC引流

站外引流（高折扣促销）

评价：服务商（定制+真人+合并）+自己测评（社交平台）+官方测评（早期评论人计划；

VINE,1-30个，目前免费)

产品打造

- 周期性商品：季节性（3-6个月）/节日类（1-1.5个月）
- 短期收益高/风险较大/质量较差/客单价低
- 推广手法：提前3个月准备+提前半个月-1个月清仓
- 推广要快/猛——PPC+测评+折扣（站内外）
- 节日类无需测款时间/无补货时间：做一次性买卖
- 评价：服务商+自己测评
- 预估销量：（库存）：根据去年同类商品的排名估算：日销量

- 商品上架后：
- 新品期——流量最基础（PPC+站外+促销折扣）+转化率最重要（页面优化+review+价格）

- 销量=流量*转化率（流量精准性+竞争度）

- 评价：
- 卖家账号权重：时间——留评频率——排名
- 返款（注意时间点）

产品打造

- 早期（新品）：官方——VINE
- 后期：定制VP/rating, 自己测评：礼品包装卡/售后卡
- 差评：（恶意竞争/真实买家）评价内容
- 1、先找到订单-联系-解决问题--售后服务（真实评价，包含好差评）
- 2、增加好评
- 3、回复（最近3个小时内）
- 4、删除差评（概率）
- 建议多账号操作；跟卖：区分（前台链接---ASIN）（后台库存——店铺）
- 账号被封——链接还可以继续销售
- 降低分享（分担风险）——多套运营账号/小号（辅助账号）

产品打造—新品推广计划

执行进度表

产品上架前准备 (1-2个周)	产品可售第一周	产品可售第二周	产品可售第三周
<p>做好listing 架构</p> <ol style="list-style-type: none">1. 产品关键词的选取, 大词2-3个, 长尾词50左右。2. 标题的拟定符合搜索习惯, 大词长尾词搭配得当, 突出主要卖点(卖点影响价格)3. 提炼产品卖点, 五点描述突出产品的功能和差异化4. 描述介绍公司产品线然后引导客户购买放适当的促销语言引导下单5. 合理定价保证产品的纯利润率在30%以上, 不打价格战, 认真做好产品, 所有产品的优化在产品上架之前完成, 完成上架后产品listing不做改动	<ol style="list-style-type: none">1. 产品做促销折扣2. 产品到仓后安排刷评价, (合并listing) 直评和VP同时进行3. CPC广告开启, 自动投放和手动投放同时进行4. 账号达到要求的情况下做coupon 引流, 产品上架后的14天之内亚马逊有免费流量赠送, 充分利用这段时间	<ol style="list-style-type: none">1. 广告筛词, 自动广告里面的词拿出来打手动, 手动广告里面不出单的关键词屏蔽2. 查看coupon的促销效果3. VP评论, feedback以及QA的积累 (保证前一页有8个VP、1个视频以及2套带图评论)4. 给真实订单的客户发邮件索要好评和feedback顺便出来新品赠送8折优惠券	<ol style="list-style-type: none">1. 关注产品的排名变化以及上升趋势查看转化率及时发现产品问题2. 关注真实VP评论查看产品是否有质量缺陷以及改进空间3. 查看产品库存判断产品是否适合继续投放, 如果值得继续投放包站外SD看看产品的转化效果

产品打造—推广4步走

FBA到货后第一周

准备阶段（测试链接）——自动广告，预算10-20美金。竞价略高于建议竞价。

- 1、测试链接是否被收录；
- 2、测试链接流量是否精准
- 3、测试产品的潜力

FBA到货后第三周

宽泛匹配进一步优化
词组匹配优化
完全匹配：通过前面的进行准备完全匹配。
(准备开始报站内活动)

FBA到货后第二周

全面买流量测试阶段
(长尾词数据)
宽泛匹配：(20-30词)
词组匹配：(10+)

FBA到货后第四周

定词
推词
补货



| 产品打造 — 营销推广

站内广告



点击付费模式，分为手动广告和自动广告，测评产品

管理促销

通过设置促销活动进行产品引流



优惠券/秒杀



通过减免金额或者百分百进行产品引流

站外推广

刷单/Instagram/Fackbook/独立站及其他站外平台推广



01 + 02
03 + 04

亚马逊运营全流程图



| 货款提现 - 第三方收款账号

收款金融

 **Airwallex 空中...**
1000个首年0费率账
号放号中，速抢

 **网易支付**
全牌照，费率0.6%
封顶，花旗清算行

 **WorldFirst**
蚂蚁旗下产品，高安
全性，费率0 ...

 **Payoneer**
币种多、合作平台
多，提现灵活，费...

 **连连支付**
全牌照，无汇损，费
率0.7%封顶，5分...

 **PingPong**
费率≤1%，欧洲7国
VAT，出口退税一...

 **光子易支付**
注册最长享180天0
费率，提现3分钟...

 **亚马逊全球收款**
亚马逊官方收款服
务，阶梯定价更优惠

 **Airwallex注册...**
1000个首年0费率账
号放号中，速抢

 **网易注册教程**
全牌照，费率0.6%
封顶，花旗清算行

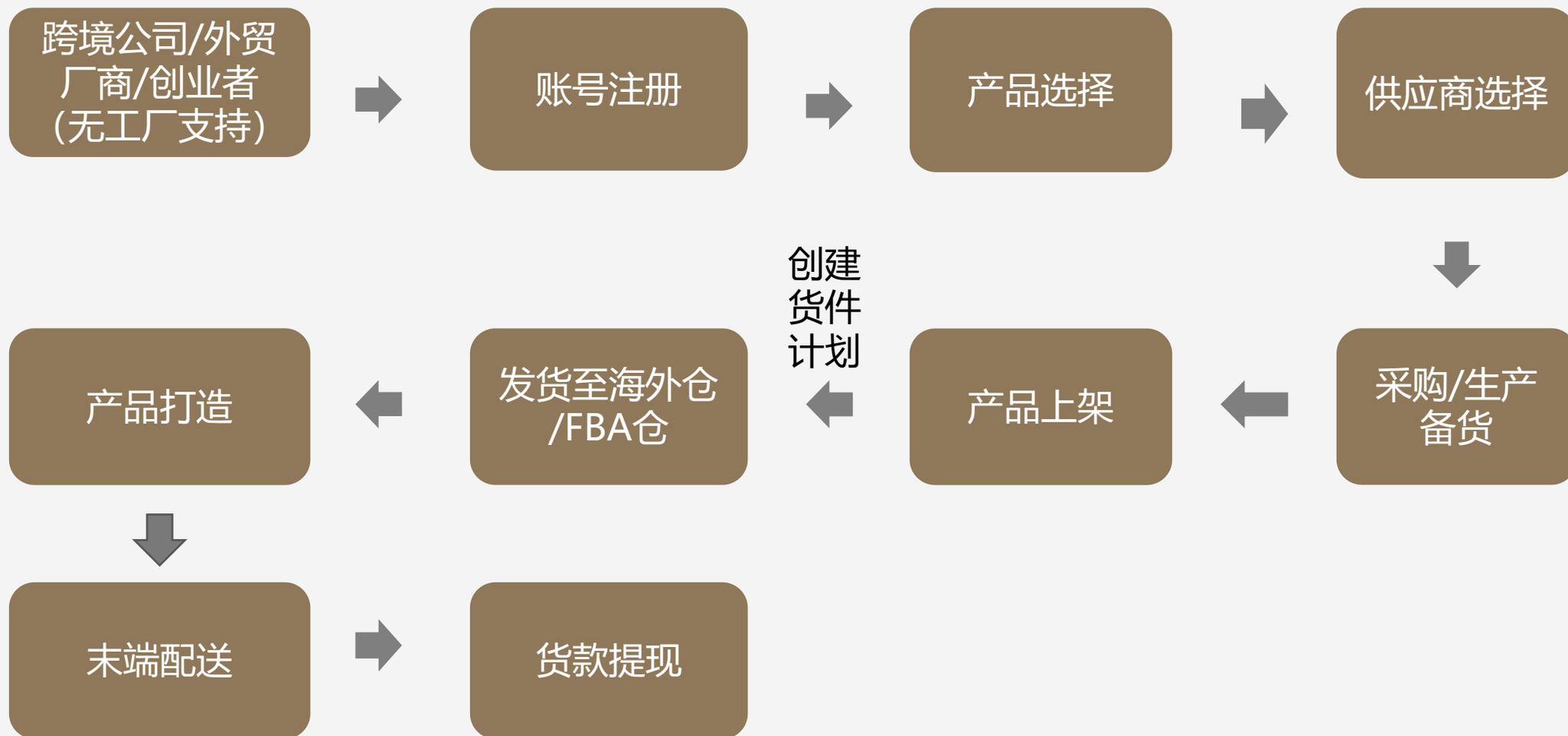
 **Payoneer注册...**
币种多、合作平台
多，提现灵活，传...

 **Worldfirst注...**
蚂蚁旗下产品，高安
全性，费率0 ...

| 货款提现 - 第三方收款账号



总结——亚马逊运营全流程图



感谢聆听!

主讲人：于子珍

时间：



官网：www.qdceib.cn

电话：0532-55696207

地址：青岛市李沧区北岭路1022号中艺1688创意产业园D3栋304



青岛跨境电商孵化...



扫描二维码，关注我的视频号

视频号



公众号



微信号

TEL:18562506509(与微信同号)
phone:0532-55696207