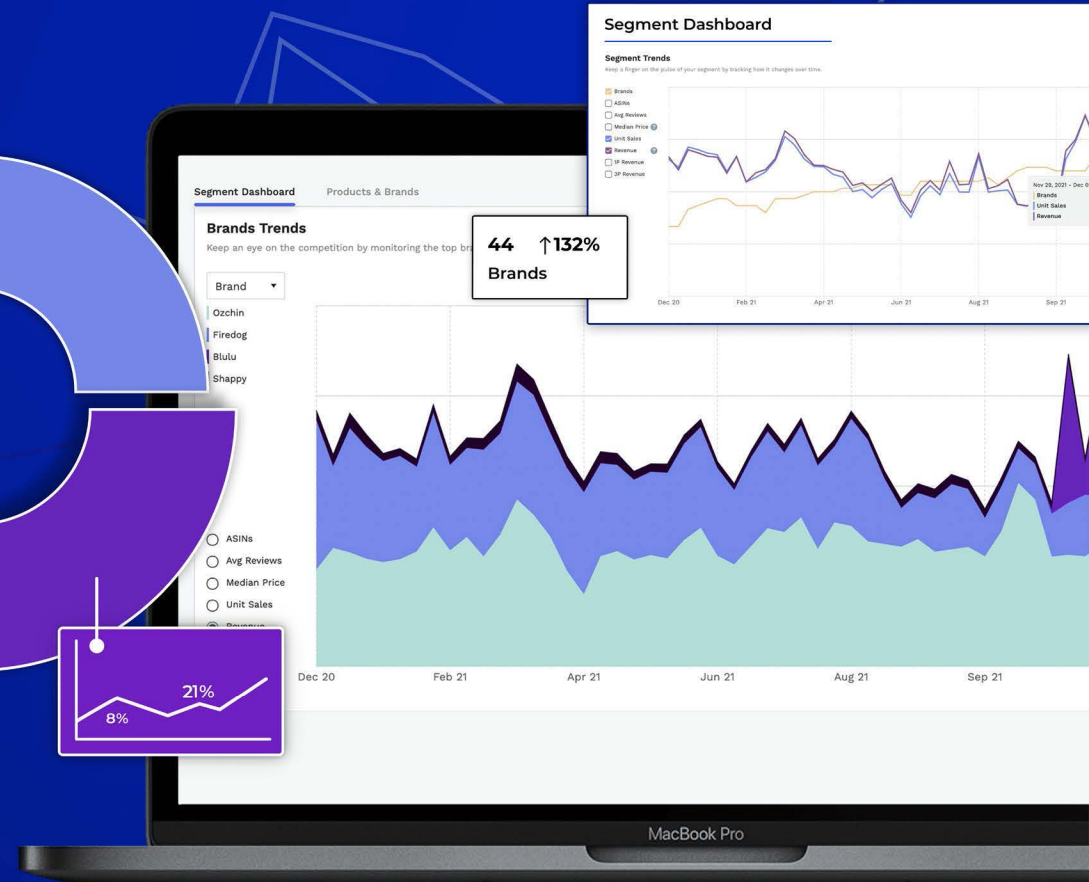
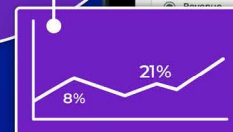




Jungle Scout Cobalt



品牌型企业和代理商的 市场份额增长策略

介绍

市场份额数据是成功的亚马逊品牌和代理商的命脉。你应该持续跟踪和分析市场份额，以衡量你的品牌与竞争对手的差距，发现哪些品牌正在主导一个市场，并分析市场份额的波动，发现需要监测的新竞争对手和你自己品牌的新机会。

本指南将展示如何制定战略，以占领更大的市场份额蛋糕 — 或保护你现有的份额。这些策略包括扩大你的品牌的产品目录，入驻亚马逊注册品牌等等。

Ch. 1 如何跟踪市场占有率和市场声量 / 3

- 市场占有率
- 市场声量

Ch. 2 提高市场占有率的7项策略 / 7

- 入驻亚马逊注册品牌
- 推出A+内容
- 扩大你的产品目录
- 优化你的Listing
- 优化你的关键词
- 增加客户评论
- 优化你的PPC广告活动

Ch. 3 探索扩大市场份额的领先解决方案 / 18

- Jungle Scout Cobalt
- Downstream by Jungle Scout
- Jungle Scout

Ch. 4 About Jungle Scout / 19

第一章

如何跟踪市场占有率和广告份额

市场份额

如果不使用自动化工具，确定你的市场份额可能是一门不精确的艺术。你可以检查你的最佳卖家排名，以衡量你的产品在市场上的大致地位，并为你的竞争对手做同样的事情。然而，有更简单的方法可以更精确地了解你在竞争中的地位。

应用复杂机器学习技术的自动化工具，如**Jungle Scout Cobalt**，可以计算出你的市场份额以及某一细分市场中所有核心和新兴竞争对手的市场份额。利用Cobalt，你可以创建广泛和狭窄的细分市场来收集市场份额数据 — 而不必进行人工近似计算。

以下是方法：

1. 列出要跟踪的潜在市场，以便制定果断而具体的目标。
2. 将名单缩小到对你的品牌或你客户的品牌最重要的市场，以确保你监测到最相关的竞争。
3. 使用Cobalt的市场洞察来跟踪你的品牌和最接近的竞争对手的市场份额。如果没有像Cobalt这样的工具，这一信息是很难计算的。

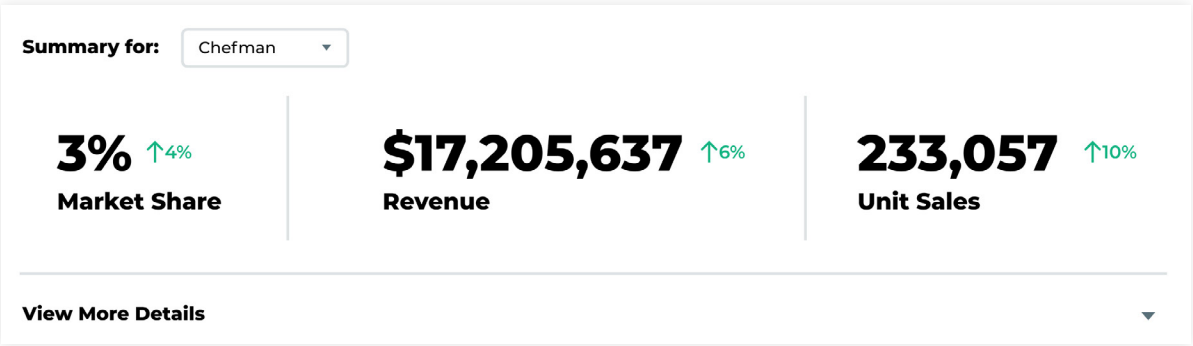
使用Cobalt，您可以轻松地创建一个由关键词、品牌、类别或ASINs组成的细分市场。一旦你创建了一个细分市场，你可以查看整个细分市场的总收入和单位销售额，或者你可以查看某个特定品牌的相同数据。

然后，你可以看到在你的细分市场中，顶级品牌在ASINs数量、平均评论数量、中位价格等方面的表现如何。Cobalt向你展示了你的细分市场中收入最高的25个产品 — 以及这些产品的收入随着时间的推移是如何变化的。

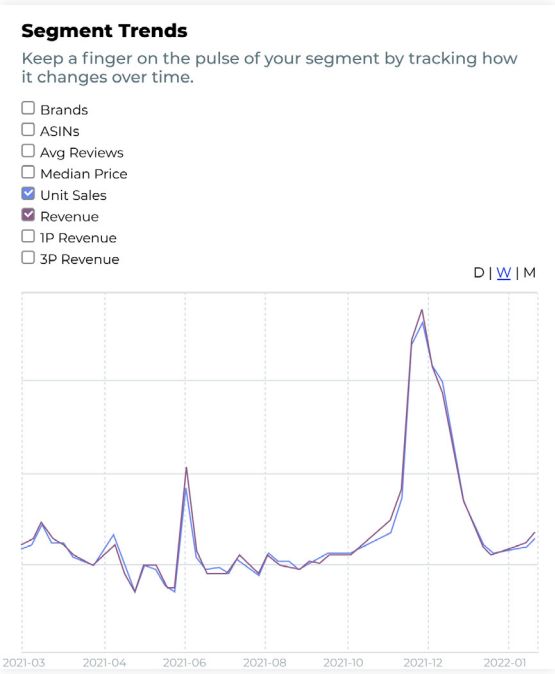
Cobalt显示特定品牌的确切市场份额、收入预估和单位销售额。你可以查看这些数据在选定的时间范围内是如何演变的以了解历史情况。此外，"**细分市场趋势**"以折线图的形式展示某一细分市场的单位销售额和收入的变化。对数据进行可视化表示。这个视图可以帮助你在这个选定的时间范围内轻松地衡量你在某个细分市场的表现。

为了保持对竞争对手的关注，你可以通过**品牌趋势**看到其他品牌的单位销售和收入的变化。这个视图可以显示你与主要的和新兴的竞争者之间的关系。

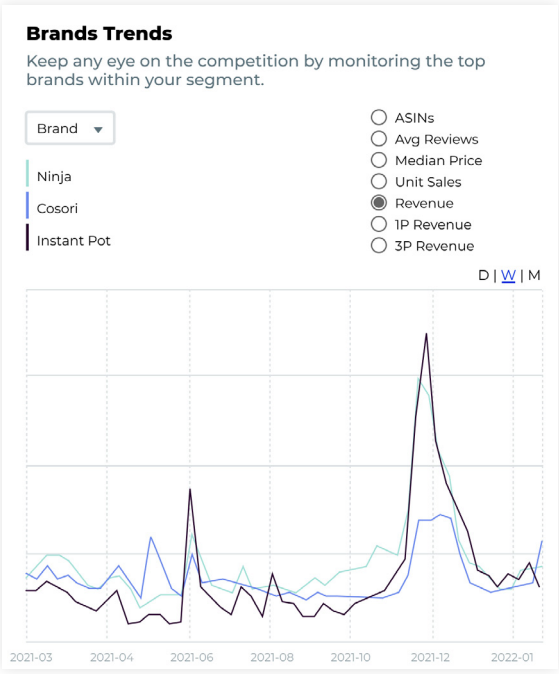
类目仪表盘



细分市场趋势



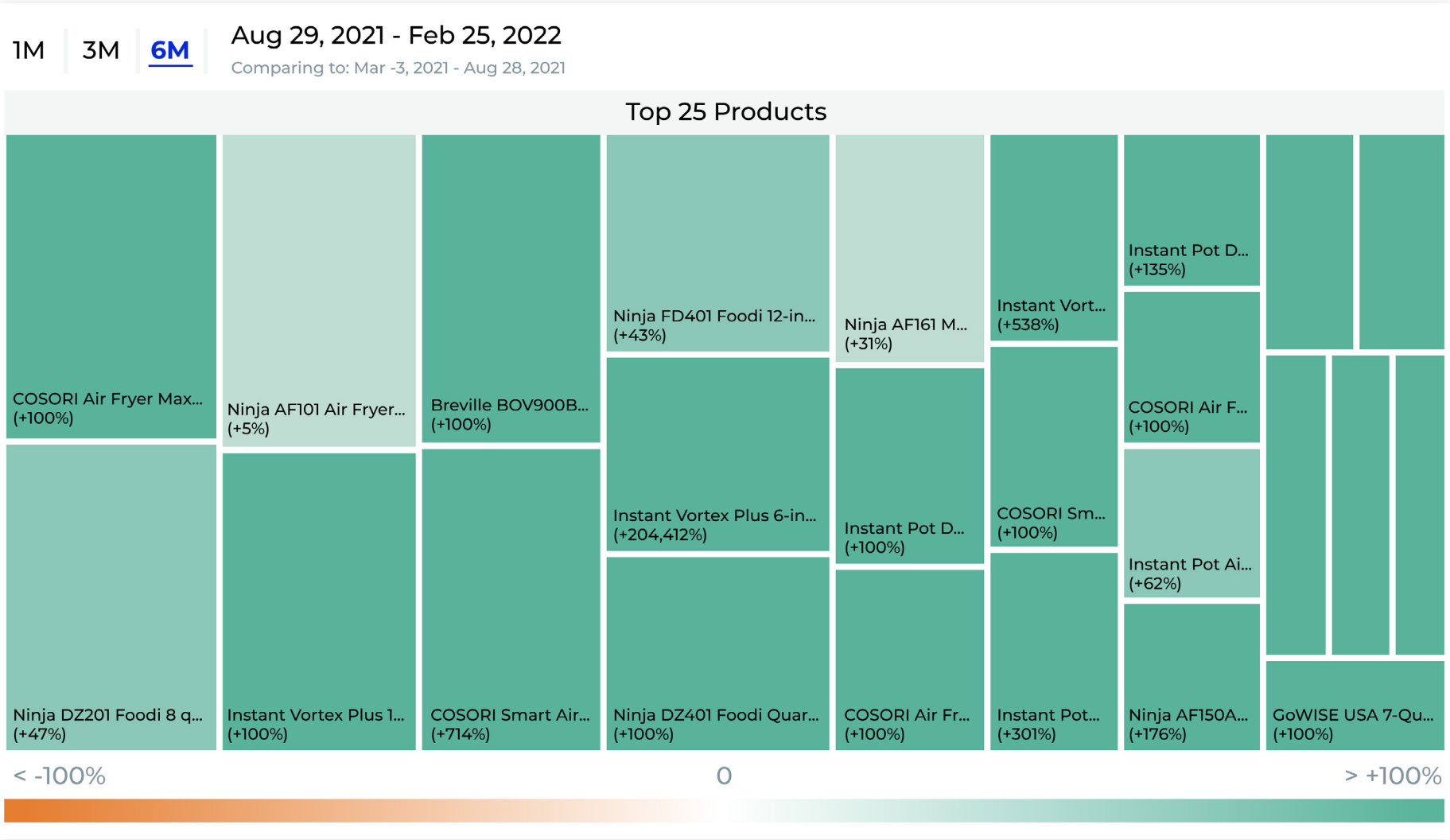
品牌趋势



而且，为了了解一个细分市场中哪些产品最受消费者欢迎，**产品趋势**显示了一个树状图，显示了一个细分市场中前25种产品的收入趋势。

产品趋势

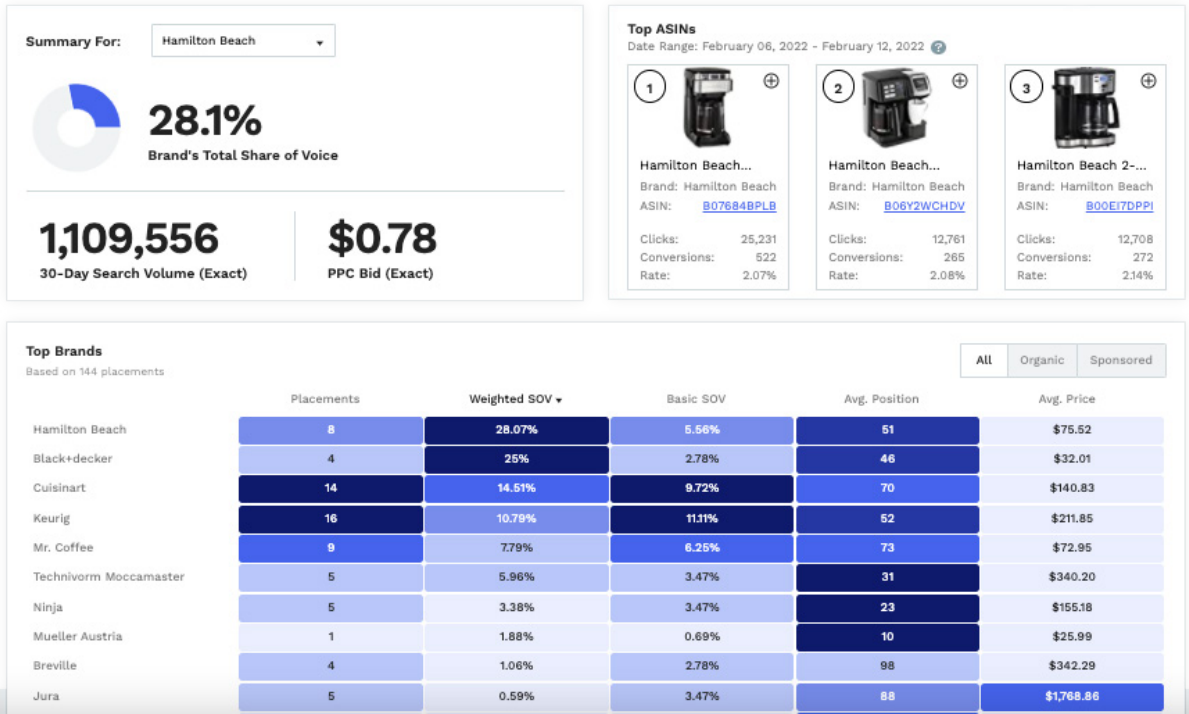
的25种产品的趋势



市场声量

除了市场份额数据，跟踪你的市场声量（SOV）也很重要。市场声量体现了品牌的知名度，而市场份额显示了一个品牌按收入控制的市场比例。

为了衡量自然的市场声量，你可以手动梳理亚马逊搜索结果页面，计算你的自然排位，并计算你的竞争对手的自然排位，然后将你的结果与你的竞争对手的综合排位进行比较。然而，这个过程是乏味和耗时的。



第二章

提升市场占有率的 7项策略

- 1 入驻亚马逊注册品牌
- 2 推出A+内容
- 3 扩大你的产品目录
- 4 优化你的Listing
- 5 优化你的关键词
- 6 增加客户评论
- 7 优化你的PPC广告活动

1. 入驻亚马逊注册品牌

维护你的品牌知识产权的安全是保持你的市场份额和防止劫持者不公平地从你的独特产品中受益的关键。劫持者是电商企业普遍关注的问题；事实上，根据JungleScout的2022年亚马逊卖家状况报告，40%的亚马逊卖家将保护他们的业务免受黑帽战术、造假者和其他风险的影响作为一项挑战。

如果你的产品有一个注册商标，你可以申请亚马逊注册品牌。这个计划有助于捍卫你的品牌，使其免受山寨货等挑战，山寨货可以销售劣质的假冒产品。购买这些商品的毫无戒心的顾客最终可能会发布负面评论，从而导致销售额的损失——以及市场份额的损失。

通过加入亚马逊注册品牌，你可以获得对你的产品的更大控制权——并有一些能帮助你解决山寨产品发布的选项。该计划提供了接触亚马逊内部团队的机会，他们可以协助你纠正不当的Listing贡献、变化和知识产权侵权索赔。

亚马逊注册品牌能为你提供额外的好处，可以强化你的Listing，并帮助你扩大市场份额，如访问A+内容、品牌故事、亚马逊店面、为你的Listing添加视频的能力，等等。



专家建议

视频可以为你的转化率提供可观的提升，因为购物者不必猜测你的产品是什么或它如何工作。据调查，**96%**的消费者表示，他们认为产品视频在网上购物时有帮助。

把iPhone收起来，选择不自己制作视频。我们建议你聘请一个专业的摄像师来制作一个15至60秒的视频，添加到你的详情页。一个视频是影响购物者放弃购物车或购买的关键。



Eva Hart

Jungle Scout 企业电商专家

2. 推出A+内容

典型的亚马逊Listing包含产品图片和要点。然而，如果你是注册品牌，你可以用A+内容将你的Listing提高到一个新的水平。根据亚马逊进行的一项研究，使用A+内容描述时，转化率平均增加5.6%。而更高的转化率相当于更高的整体销售额。

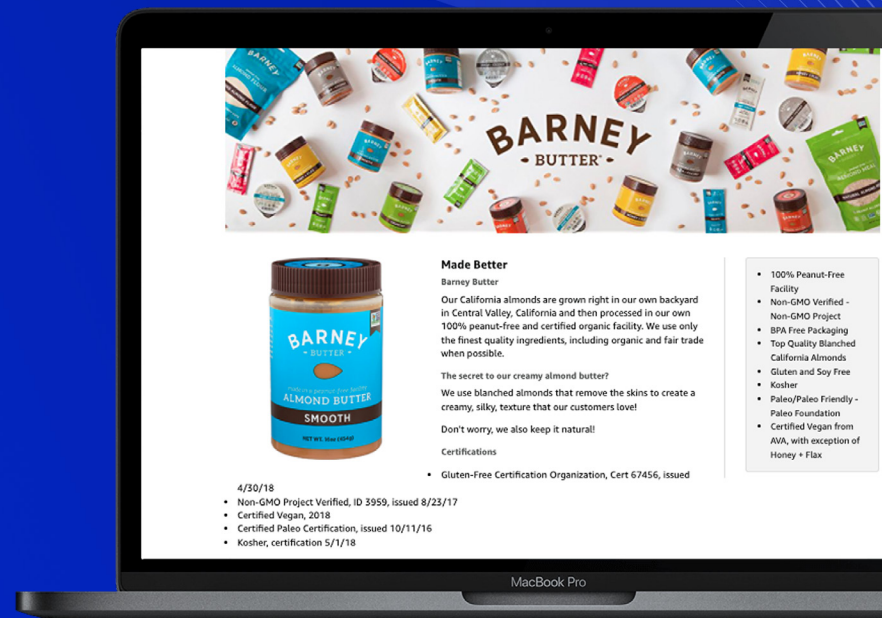
A+内容是你的Listing上的额外部分，你可以在其中包括产品图片、信息图表和描述性文字。

A+内容的好处包括：

你可以从你的亚马逊目录中交叉销售相关产品，从而加强你的品牌，提供更多关于购买你的产品的好处的细节，并保持潜在客户参与。

顾客对你的产品有更好的了解，帮助他们做出更明智的购买决定。在商品到达客户手中之前，让客户对商品有更好的了解，可以减少退货和负面评价。

A+内容不仅有助于向你的客户销售产品，还可以帮助你在市场上脱颖而出。你可以通过分享你的品牌故事，告诉客户为什么他们应该从你这里购买，从而使自己与竞争对手区分开来。因此，你的品牌可以继续建立其客户群，以鼓励回头客——并随着时间的推移建立其市场份额。



专家建议

如果你有一个特别大的品牌，你可能会从高级A+内容（又称“A++内容”）中受益，以获得更多的高级感。有了A++内容，你可以嵌入视频和提供互动比较图表，以及其他好处。A+内容是免费的，但A++内容是收费的。然而，高级A+内容可以比基本A+内容增加高达15%的转化率。



Eva Hart

Jungle Scout企业电子商务专家

3. 扩大你的产品目录

为了扩大你的市场份额，你可以在亚马逊上扩大你的产品目录。这些补充可以很简单，即从你的品牌目录中增加一个尚未在亚马逊上销售的产品，或者销售一个你已经在亚马逊上提供的产品的新变体。

提供额外的产品可以帮助服务那些可能在其他品牌购物的现有客户，以填补未满足的需求 — 或者帮助吸引更广泛的、以前没有在你的品牌购物的客户群。

你可以从研究市场开始，通过为潜在的新产品收集一个关键词 Listing，并梳理亚马逊的搜索结果来寻找新产品的机会。你可以通过检查特定关键词的声量来衡量一个产品利基的竞争程度。高声量的 Listing 和评论等同于强大的竞争。

然而，这种方法需要繁琐的手工作业来获得不确切的结果。如果没有一个自动化的工具，要量化在你的亚马逊产品目录中增加一个特定的 ASIN 的潜在机会和利润的大小，可能是一个挑战。

像 Cobalt 的**潜力市场搜索器**这样的工具可以帮助你更精确地扩大你的品牌在亚马逊的产品目录。**潜力市场搜索器**允许您在亚马逊的列表中筛选那些在不同类目和价格点上有高需求和低竞争的产品，以及其他重要因素，如季节性。

这些数据可以为一个新产品的潜在未来表现提供有价值的见解，并可以帮助你决策市场是否适合通过亚马逊目录扩张，以扩大你目前的市场份额。

Opportunity Finder [Save Filter] [Load Filter Set]

United States ▼

Select one or multiple categories

- ☐ Select All
- ☒ Appliances
- ☐ Arts Crafts & Sewing
- ☐ Automotive
- ☐ Baby
- ☐ Beauty & Personal Care
- ☐ Camera & Photo
- ☐ Cell Phones & Accessories
- ☐ Clothing Shoes & Jewelry
- ☐ Computers & Accessories
- ☐ Electronics
- ☐ Grocery & Gourmet Food
- ☐ Health & Household
- ☐ Home & Kitchen
- ☐ Industrial & Scientific
- ☐ Kitchen & Dining
- ☐ Musical Instruments
- ☐ Office Products
- ☐ Patio Lawn & Garden
- ☐ Pet Supplies
- ☐ Software
- ☐ Sports & Outdoor
- ☐ Tools & Home Improvement
- ☐ Toys & Games
- ☐ Video Games

Avg. Monthly Units Sold
Min → Max

Avg. Monthly Price
Min → Max

Monthly Search Vol.
Min → Max

30 Days - Search Vol. Trend
Min → Max

Niche Score
Min → Max

Competition
Very low - low

Seasonality
Very low - medium

Include Keywords
coffee maker|

Exclude Keyword
Enter words separated by comma

☒ Exclude Top Brands

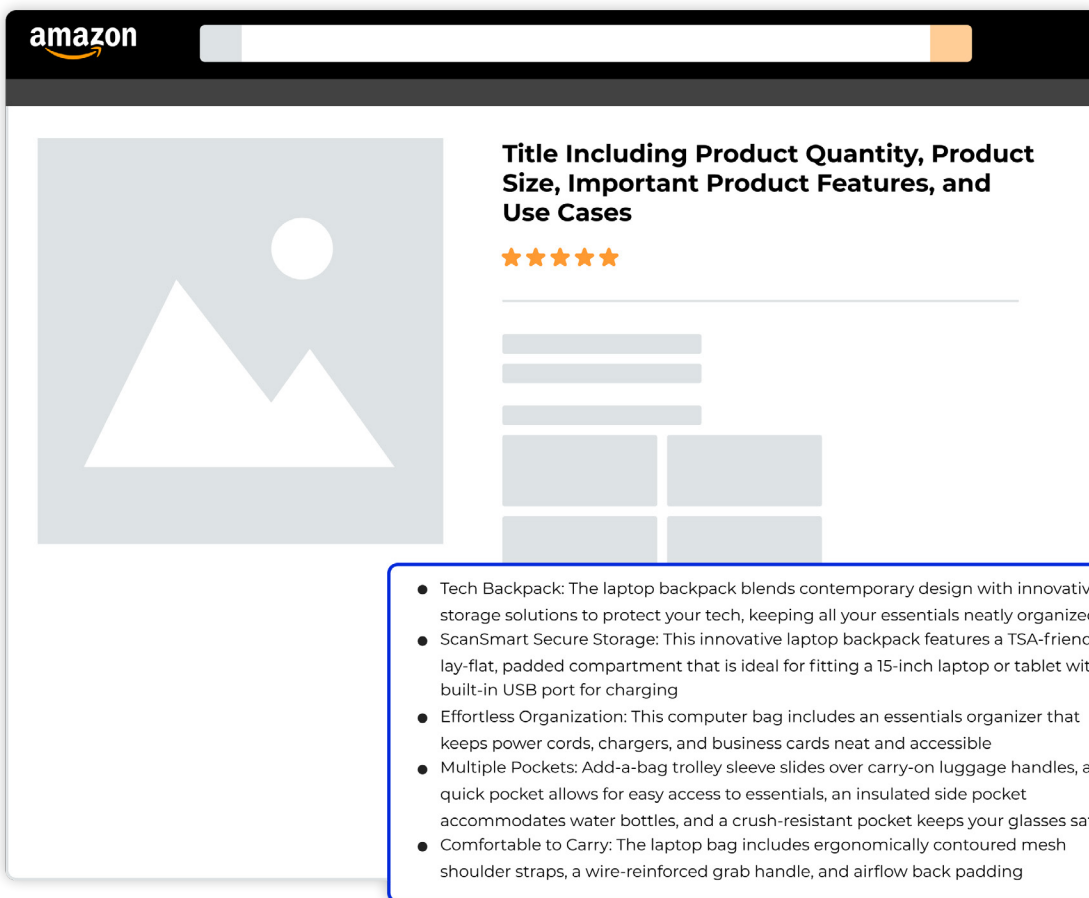
[Reset Filters] [Search]

4. 优化你的Listing

你的Listing的质量可以决定你的市场份额的大小。优质的产品详情页是打动亚马逊购物者的关键，并影响他们购买你的产品还是竞争对手的产品。

一个优质的产品Listing始于一个优质的标题。请确保在你的标题中包含**产品数量、产品尺寸、重要的产品特征和使用案例**。

在你的Listing中包括你产品功能和好处是很重要的。好处是告诉客户为什么你的产品功能对他们来说很重要。把功能看作是"什么"，把好处看作是"为什么"。一个水瓶的功能可能是它有9盎司的容量，但好处可能是它很容易装进消费者的钱包或背包。



关于你的Listing的要点，一定要在文本中包含优质的关键词并使其看起来自然（你不希望只是简单地塞入尽可能多的关键词）。这些要点应该简明扼要地向客户传达关于你产品的基本信息。确保展示你的产品的关键销售主张，以及你的产品的每个功能的好处。

A+内容将取代Listing上的产品描述，但许多亚马逊专家建议，仍然要有产品描述，因为亚马逊使用这些信息进行关键词索引。

你的二级图片、Listing视频以及你的A+内容中的产品照片是你的Listing中最重要的方面，因为客户无法像实体店购物那样在购买前亲自体验你的产品。考虑到这一点，你应该聘请一位专业摄影师为你的产品拍照。然后聘请一位平面设计师来创建详细的信息图表，突出你的产品的特点和优势，并加强你的品牌建设。确保你的A+级内容的产品照片与你的二级图片不同。

我们的目标是利用列表中的所有空间作为载体，讲述你的品牌故事，建立你的品牌 — 图像是这个过程的关键部分。优化你的Listing的另一个重要步骤是检查你的竞争对手的Listing，这可能是一个信息的金矿 — 并作为你Listing内容的灵感。

The 1-Shoppe All-In-Kits contain amenities ideally packaged together for utility, convenience and cost savings.

Not just for hotels!

- ✓ Gym Bathrooms
- ✓ AirBnB & VRBO
- ✓ Cruise Ships
- ✓ Guest Rooms
- ✓ Airport Lounges
- ✓ Realtor Open House Gifts
- ✓ Homeless Outreach

1-SHOPPE We proudly offer a variety of hotel amenities kits!

Search "1-Shoppe Products"

研究你的每个竞争对手Listing上的要点、描述、A+内容和图片，以便为你自己的内容寻找灵感，这是至关重要的。这个过程可以揭示出你的竞争对手做得好的地方，但也可以告诉你他们的不足之处。通过了解你的竞争对手做得好的地方，并看到他们可以改进的地方，你可以利用这些信息来优化你自己的Listing — 并使它从你的竞争对手的列表中脱颖而出。

如果你的竞争对手不断收到关于他们的Listing的负面评论，你可以通过在你的Listing中提供更详细的信息来规避于这些反馈。例如，你的竞争对手可能在销售一件衬衫，他们的顾客可能会说，这件衬衫会缩水。为了防止顾客在你的Listing上为类似的衬衫留下负面评论，你可以通过添加一个带有防止缩水的洗涤说明的辅助图片，帮助他们更好地了解如何保养你的产品。

5. 优化你的关键词

关键词对于帮助客户找到你的Listing是至关重要的。你可以通过检查你的竞争对手的Listing开始你的关键词研究。检查搜索结果中排名前几位的Listing，看看你的竞争对手在其标题、要点和产品描述中使用了哪些关键词。在你自己的Listing中包括这些关键词，以帮助提高你的排名。

专家建议

长尾关键词 — 四个字以上的短语 — 有更高的转化概率。与其尝试在 "鞋子"竞争排名，不如尝试在 "红色男士跑鞋"竞争排名。然而，由于长尾关键词的搜索量比短尾短语小，你需要许多长尾关键词来弥补搜索量的差异。



Eva Hart
Jungle Scout 企业电商专家

你可以运行一个亚马逊PPC自动广告系列，以寻找优质的关键词，加入到你的Listing中。在你优化你的关键词之前，为你的产品运行广告，这似乎有悖常理，但自动广告活动可以让亚马逊测试不同的关键词，并寻找转换率最高的关键词。在大约一周的广告之后，能为你的关键词搜索词产出一份报告，用来发现转化率最高的关键词。

另外，您也可以使用Cobalt的**关键词搜索**来发现优质的关键词。在这个工具中输入竞争对手的ASIN，你可以看到他们的关键词排名以及他们产生的搜索量。你还可以了解一个新产品在某一特定关键词上的排名是多么容易。这些信息对于决定在你优化Listing的过程中加入哪些关键词至关重要。

Keyword Scout						
Keyword	30-Day Search Vol.	30-Day Trend	Time Stamp	Dominant Category	PPC Bid	Ease to Rank
sony lspk-s3	< 150	↑4%	2/7, 5:33pm	Electronics	-	Easy
bass earbuds	< 150	0%	2/7, 6:37pm	Electronics	-	Easy

一旦你了解了哪些关键词是有效的，你就可以在你的标题、要点、产品描述和后台搜索词中加入这些关键词，以确保你的Listing得到优化，使潜在客户能够找到你的产品而不是你竞争对手的产品。毕竟，亚马逊的核心是一个电子商务搜索引擎，**74%的消费者说他们是在亚马逊上开始搜索产品的。**

为了简化撰写Listing的过程，你可以使用Listing生成器来制作优质的产品清单。这个工具可以帮助你起草一个优质的Listing或优化一个现有的Listing。它可以与卖家中心连接，所以你可以直接向亚马逊上传修改。因此，你可以专注于更高层次的任务，这可以帮助增长和保持你的品牌的市场份额。

6.增加客户评论

评论让顾客相信亚马逊上的产品会满足他们的期望，这在网上销售中尤其重要，因为消费者不能像在实体店那样亲自体验产品。事实上，一项研究发现，**92%的客户**在阅读正面评论后更有可能购买产品。

虽然建立这种证明对卖家来说很重要，但从客户那里收集评论并不容易。**52%的卖家**表示，在亚马逊上获得评论是一个挑战。如果你在逐次购买的基础上手动收集评论，获得评论可能特别困难。

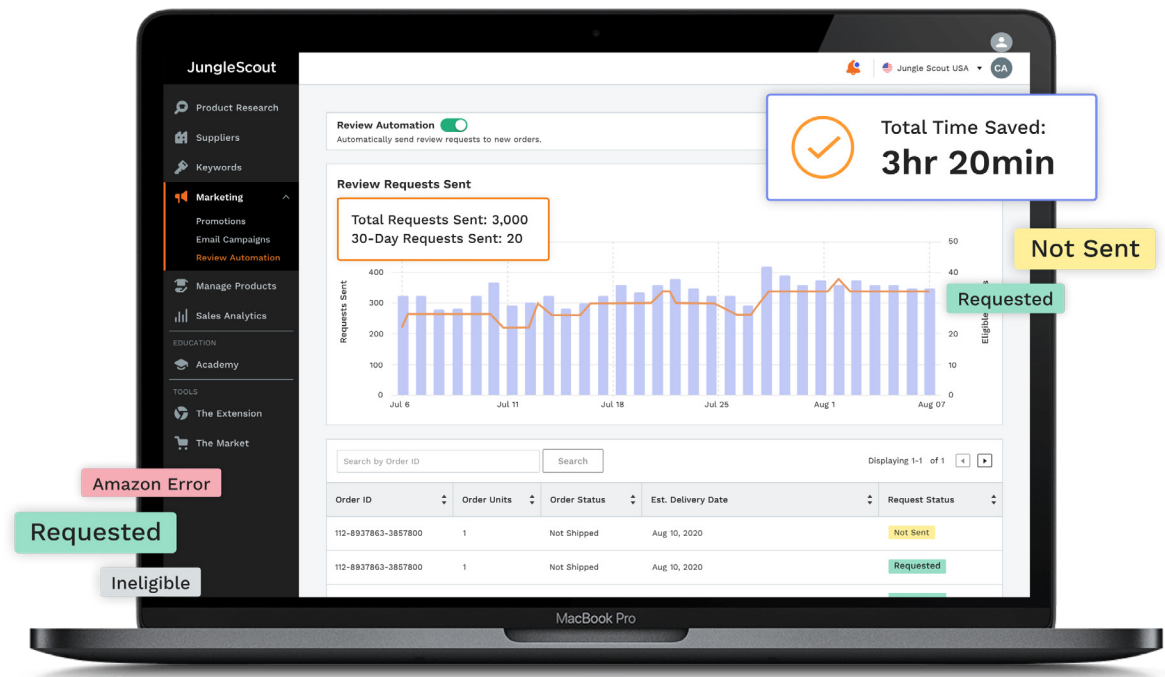
产品附赠可以是一种鼓励评论的好方法，它们可以为你的客户提供更多的个性化体验。然而，你应该回顾一下亚马逊卖家行为守则，以了解你可以和不可以到你的附赠中植入包括什么。例如，你不允许要求顾客提供 "正面 "或 "五星 "评论。



您可以通过卖家中心的"请求评论"按钮手动请求客户的评论；然而，这种方法是繁琐和耗时的。幸运的是，有另一种方法可以为您的Listing获取评论，并且不必在每次销售时都通过卖家中心手动邀请评论。

你可以利用Jungle Scout的**自动化评论管理**来自动化邀请顾客评论。该工具符合亚马逊的服务条款，并允许你采取"设置并忘记它"的方式来收集产品评论，向购买过你的品牌产品的客户自动发送请求。

你可以利用亚马逊的**Vine评论计划**，为新产品产生评论。通过该计划，经过审查的评论员提供评论以帮助购物者进行知情购买。要获得亚马逊Vine的资格，你必须进行品牌注册，并拥有一个专业销售伙伴账户。产品详情页上的评论需少于30条。亚马逊对每个新注册的产品收取200美元。



“我很喜欢评论自动化。我在一月份开始使用Jungle Scout的评论自动化，当时有335条评论。7个月后，我目前有超过2000条评论!”

Kim Meckwood | Owner of Click & Carry

7. 优化你的PPC广告活动

优化的广告活动对于将流量引导到你的Listing以提高转化率并占领更大的市场份额至关重要。关键词通过广告活动锁定对你产品感兴趣的客户，是成功策略的核心。然而，知道哪些关键词是目标，以及为每个关键词出价多少，可能对你是一个挑战。

你可以通过赞助产品、赞助品牌和赞助展示广告来锁定客户。研究 "赞助产品 "关键词的一个方法是梳理亚马逊上的搜索结果，看看你的竞争对手正在瞄准哪些关键词，以及广告在搜索结果中出现的顺序（理想的位置是列表中的第一个产品，在页面的最左边）。

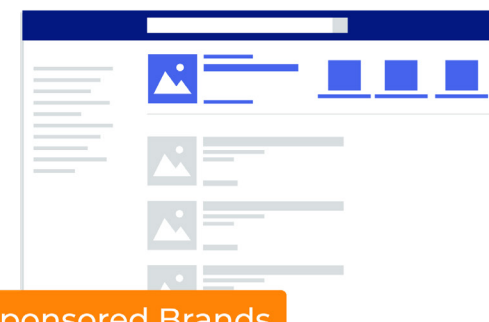
如果你是注册品牌，你可以利用赞助品牌和赞助展示PPC广告。

赞助品牌可以帮助推动多个产品的知名度，并通过比赞助产品更强大的视觉效果来吸引潜在客户的注意。这种PPC选项可以让你从几种不同的格式中选择，可以在搜索结果的顶部显示，也可以在页面的更下方显示为视频。

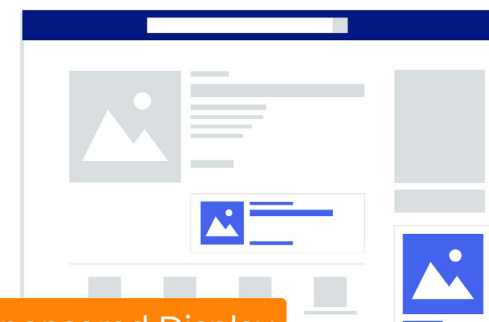
另一个选择是使用赞助展示广告，重新定位那些在亚马逊及其他网站上访问过你的产品详情页的客户。这些PPC广告可以出现在亚马逊的联盟网站上，如Netflix、Facebook、谷歌和手机应用程序。它们可以将流量带回你的Listing，以帮助增加销售额（同样导致市场份额的增加）。



Sponsored Products



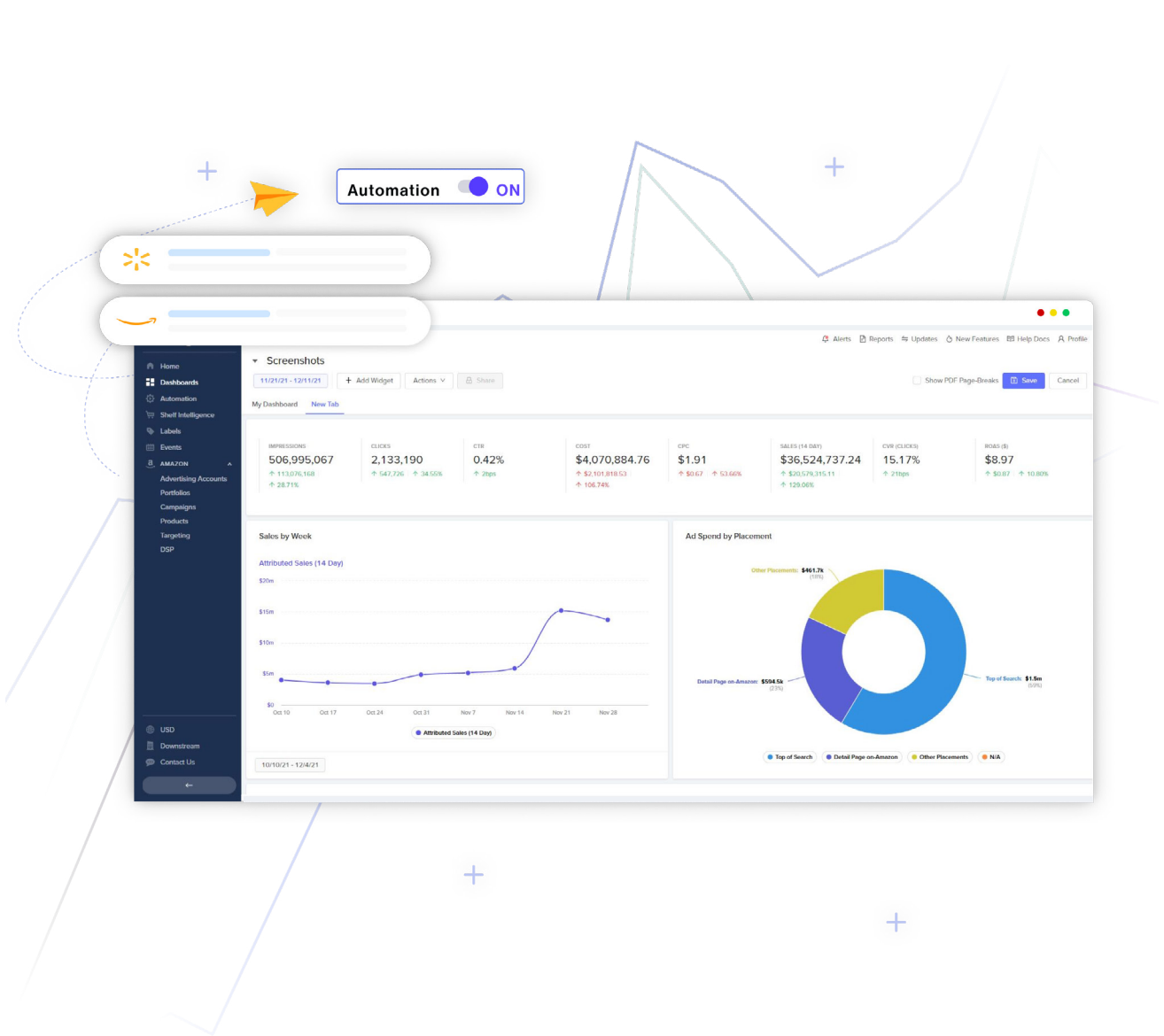
Sponsored Brands



Sponsored Display



管理亚马逊PPC广告也许对你来说具有挑战性，但你可以利用**Jungle Scout的Downstream**等工具来自动化处理你的广告支出。通过高级预算控制等功能，你可以为一周中的每一天设置自定义的预算比例，并按小时平均分配你的预算，以确保你的广告在全天覆盖。而且，利用“分时调价”等功能，你可以为一周中的每一天或一天中的每一个小时设置出价比例，以优化支出。



探索扩大市场份额的领先解决方案

在本指南中，我们介绍了一些用于对市场份额和市场声量进行详细研究的Cobalt和Downstream工具，以及用于实施增长或保持市场份额战略的工具。

Jungle Scout Cobalt

市场洞察：

收集ASINs的详细销售数据并识别特定产品类别中的竞争对手

关键字侦查：

查看你竞争对手用于推动引流和转化的关键词

机会搜索：

发现竞争小、需求大的产品利基市场

Listing 编辑：

根据在研究过程中发现的最重要的关键词，制作最有效的产品Listing

市场声量：

查看你的总SOV和你竞争对手的SOV



自动化功能：

通过自动调整广告活动以优化投资回报率、覆盖率和转化率的工具，节省时间和广告开支

高级预算控制：

将你的预算按小时平均分配，以确保你的广告全天都在提供

分时调价：

将广告安排在一天中最理想的时间段，并且将花费分配到每小时

Jungle Scout

自动化评论管理：

自动请求所有合格订单的客户提供评论

关于Jungle Scout

Jungle Scout是在亚马逊等电商平台上领先的一站式销售及运营工具。Jungle Scout成立于2015年，是第一个亚马逊选品工具，如今拥有一整套最佳的商业管理解决方案和强大的市场情报资源，以帮助品牌商、代理商和投资者管理其电子商务业务。

 支持亚马逊400亿美元的销售额

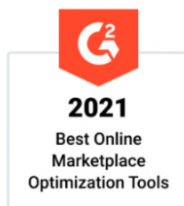
 为全球60多万名客户提供服务

 2021年融资1.1亿美元

 每天监控超过18亿个数据点

 支持多达17个全球市场站点

被公认为是在亚马逊上开展业务最值得信赖的平台



Jungle Scout Cobalt



想了解Cobalt和Downstream如何帮助您提高市场占有率。今天就与Jungle Scout专家交流吧！



扫码申请演示