

百马汇 2021年百马汇大师班课程大纲

学习阶段	课程章节	课程内容		
第一个月	第一天	选品定位课	选品前调研	亚马逊有哪些极有可能会遇到的一些选品坑、运营坑、账号安全坑 日本站选品揭秘，让你轻松搞定日本站 全面剖析不同站点消费者习惯精准数据化选品 如何通过数据预估产品现有市场容量，挖掘潜力爆款 店铺产品布局规划，产品市场调研+利润空间计算方式 产品的生命周期及定价策略 FBA计算器的使用（学员实操） 亚马逊跨境电商峰会上的选品干货 必须了解的选品前期各项知识产权认证规则 多数人都不知道的那些选品黑名单
			数据分析选品	最新亚马逊选品数据与政策解读 精细化数据进行市场7大维度分析，让你找准进入爆品市场 亚马逊红海，蓝海，冷门类目深度剖析 全面剖析不同站点消费者习惯精准数据化选品 如何通过数据预估产品现有市场容量，挖掘潜力爆款 手把手教你如何判断某款产品的淡旺季，找到最佳的入场时机？ 先利用亚马逊搜索栏和谷歌搜索栏确定产品长尾词 如果查看关键词搜索总体趋势，判断淡旺季 爆款、热卖选品的8大原则 利用选品表格定位高毛利的爆款产品 近日最流行的选品评分表透析操作 如何查看买家搜索词的热度进行市场分析确定市场需求 手把手教你使用爬虫系统，爬到你想要的亚马逊前台数据 实操透视表寻找选品关键词，流量机会空间，选中精准关键词才能事半功倍 工厂型卖家和贸易型卖家的选品定位解析 Excel透视表科学解析市场竞争数据，知己知彼方能百战百胜 实操透视表判断市场品牌竞争度，大牌之间找到容身之地
			选品实操法	通过 Best Seller 来寻找爆品 通过 New release 来快速定位潜力新品 通过 Move and Shake 来寻找飙升产品 通过 WishList 选品 通过 BTG 选品法 通过 FTI 选品 通过竞争对手选品 垂直类目选品 线下 站外选品:FB,YOUTUBE,众筹网, Deal网站等 第三方选品工具网站实操数据化快速选品及对比
			选品后期安排	快准狠的产品采购市场沟通技巧助力选品(如何与工厂沟通选定 供应商) 数据判定产品的生命周期，主动更新产品线 产品的定价策略,单品 SKU 月利润计算 学员选品小试牛刀(每人选出一款可以做的产品) 教练手把手指导针对性审核学员选品作业 采购方式的优化，为亚马逊运营保驾护航
			产品利润计算	产品利润计算方式 如何判定一款产品的具体利润 产品毛利计算方式 产品净利润计算方式 如何压价1688厂商的最低价 产品利润决定了广告投放力度 带你节省利润点的5大方面 高利润产品运营模式 薄利多销产品运营模式 大货物产品利润核算模式 详细分析产品利润给予解决方案 一个优质标题应该具备哪些属性 让消费者立刻点击的标题因素
	第二天	Listing 打造课	优质标题诞生的因素	Best Seller 的高流量数据标题是怎么来的? 标题关键词合理布局，省去你一半的广告费用 产品标题拟定(学员实操) 如何运营好的标题创意截取竞争对手流量 关键词大揭秘提前解密竞争对手流量 关键词的7大站内来源及5大站外来源 新规则下的 search terms 的填写套路，专业优化关键词 关键词推广计划布局，让产品2周之内上首页 关键词的热度、精确度、流量级别你都知哪些? 精准关键词选取让产品 listing 排名火速攀升 关键词和广告的结合使用法，高效爆单 多级关键词的获取技巧及核心打法
			关键词的精准来源	亚马逊对图片的要求 爆款图片都有哪些共性? 如何拍摄高转化率的视频 高质量视频具有哪些特质 如何通过视频打动人心 设计购买率超过95%的产品图片方案 BS 完美图片打造方法 让人“一见钟情”的图片构成原理解析及实操
			卖点高效使用	让消费者立刻下单的5个卖点打造 如何运用亚马逊工具轻松完成优质老道的5个卖点 5个卖点拟定(学员实操) 写出优质卖点的参考方式有哪些 卖点及标题的重要性使用 通过review布局卖点的小技巧 在卖点中放大关键词，让你销量快速提升
			详情描述&A+	让消费者秒光 listing 页的描述误区 各类产品描述怎样撰写才能深入人心? 如何打造极致的 BS 描述? A+页面的开通与高质量的A+页面制作 通过 A+页面的优化，将大幅度提升转化率
			类目节点	类目节点的重要性 如何确定产品的类目节点 找准时机，用对方法增加节点让流量翻倍 如何通过QA打消买家疑虑提升转化率 如何避免QA的坑并利用QA打消消费者顾虑心甘情愿掏腰包? 通过市场确定适中的价格，在保证转化率的同时提升利润 不同阶段产品的定价策略，用价格拉动 listing 销量 QA无限上渠道解析 QA的实操落地 线下 现场编辑listing+诊断
第二个月	第一天	爆款打造课	A9算法	A9核心算法 A9 算法核心原理解析(从根本上解决流量问题) Listing 权重拆解，哪些元素才是我们优化的核心目标? 如何根据 A9 算法的3大核心支柱提升 listing 的自然排名
			爆款打造基础知识	爆款打造的核心原理是什么? 选择爆款产品都有哪些小技巧 揭秘爆款打造的操作步骤
			爆款打造技巧	如何针对性有效优化 listing 如何占据绝佳广告坑位攫取大卖的精准流量 不同时期不同推广渠道汇总，快速选择适合的渠道引爆你的流量 五种常规促销手法的应用，助力爆款 合理的操作秒杀，让你销量翻倍 如何利用站外打造爆款 打造超过5%好评率的Best seller listing listing关键词全线索布局，排名快速上首页 有效资源匹配拉升销量技巧解密
			后台数据揭秘分析	订单详情数据（自配送物流订单和亚马逊物流配送订单） 业绩数据报告（曝光量，点击率，转化率，退货率） 退货报告（产品，时间，数量，原因） 亚马逊结算数据（交易和汇总） 库存和销售报告 补充知识：欧洲五国VAT税通识
			Review获取方式	如何获取安全高效的3大类 review? 3大类 review 的天坑及避免方法 打造超过5%好评率的 Best seller listing 充分利用Review提高 listing 排名获取巨额流量 通过Review布局关键词，让产品排名快速上升 差评处理方法 亚马逊vine功能利用及注意细节 早期评论人的玩法解析 站内催评的使用策略
	第二天	PPC完美打法	广告准备工作	广告关键词搜集 广告关键词的热度、精确度、流量级别分析 PPC 核心关键词选择方法，为产品引入精准流量 listing 是否具备广告资格?不花冤枉钱 如何优化searchterm使广告效果更佳? 广告投放Listing优化要求
			广告原理	真正的广告原理解析:a 质量评分、b 广告分值 CPC广告和亚马逊A9算法之间的关系 广告的运用原理及广告算法的核心逻辑 广告布局一定要注意的6大问题 自动广告的4个基本作用详解
			广告基础	广告的重要性 广告展示位介绍 Auto(自动广告)包含的四种广告定义解析 Manual(手动广告)包含的三种广告定义模式 Headline(头条广告) 三种广告工作原理和优劣对比 广告基础入门与术语介绍 自动广告设置实操 手动广告关键词投放设置实操 手动广告商品投放设置实操 新产品新店应该如何打造亚马逊广告 自动广告VS手动广告
			广告玩法	广告预算设置策略 广告活动竞价策略 通过促销活动配合广告的核心技巧 三种广告点击率增加的核心技巧让流量停不下来 如何让广告转化率大幅度提升的关键方法 广告位靠前的核心方法是什么? 一周内广告上首页的核心打法分享 如何截胡目标竞品的精准流量，让竞争对手为你做广告 如何牢牢抢占最佳广告位获取巨额流量? 广告的3种匹配模式的高级玩法 如何花最少的预算玩转自动广告? 核心出单词、搜索关键词，加购关键词价格调整策略 如何杜绝无效广告费 从小白到大卖的广告投放模板(百马汇7年经验总结) 如何有效使用手动广告三种匹配模式 亚马逊广告费太高?如何走出无效广告流 亚马逊站内广告如何实现良性循环和恶性循环 亚马逊广告否定关键词怎么用 秒杀，站外时运营广告推荐技巧 广告优化提升产品利润率实操技巧 广告解决Listing流量问题
			广告优化	ACOS>50%如何骤降? 流量大但0利润的广告怎么调整?③ 每周2次的广告调整策略 高阶优化广告玩法 提高关键词点击率/广告报告优化技巧 提高广告转化率/广告报告优化技巧 降低广告ACOS值/广告报告优化技巧 广告报告综合运营优化实操技巧 广告出单问题剖析与运营优化技巧 通过广告快速推关键词排名技巧 广告打造best seller爆款 新品广告架构搭建策略 老品广告架构搭建策略 新品爆款打造运营人员日常操作细节 老品爆款打造运营人员日常操作细节
第三天	团队&品牌	广告报告	教你快速读懂亚马逊广告的关键要素 广告报告类型与广告报告数据指标解读 如何分析广告报告 如何通过广告报告优化广告 广告报告优化频率 广告报表实战解析(现场操作教你分析广告报表)	
		广告通病	广告被恶意点击了怎么办 新手卖家广告投放常见误区	
		团队建设	企业文化与制度建设 打造3人/7人/10人以上低成本高效率运营团队 亚马逊运营团队组织架构 团队岗位职责 绩效考核方法 团队激励方式 团队运营费用计划 长期短期战略目标的制定	
		品牌打造	亚马逊品牌的重要性 品牌打造的方法及流程展示(打造属于你的专有品牌) 如何快速有效赶走亚马逊恶意跟卖 亚马逊会受到哪些攻击?	
		多账号运营	什么时候注册多账号才是最好的? 账号切换运营技巧 阶段性布局多账号该避免的一些坑 多账号单品类及多品类的推广策略 多账号备货的一些小技巧 多账号布局策略，避免关联让你的运营布局更具多样性	
第二天	亚马逊常见问题解答	风险控制	如何处理售后 如何写申诉信 账号风险解析(哪些是导致你账号挂掉的原因?) 风险控制篇 如何最大程度上预防跟卖 被VC跟卖如何反击 被篡改链接如何尽快恢复 遭遇同行恶意绑架体如何应对 最大限度降低风险的备货技巧 如何利用其余两种配送方式处理售后 断货情况如何处理，根据断货时间来分析 赶跟卖的5大必杀招，你知道多少?	
		亚马逊多重问题在线解答	为什么我的listing流量或者流量少 为什么销量突然大跌 为什么广告停了，自然单明显下降 为什么广告acos降不下来 为什么来一个产品，星级直线下降 为什么广告突然没曝光，没点击 listing为什么突然没有购物车 如何让新品快速有秒杀推荐	
		运营操作必做	团队配合运营分几大模块工作内容 检查前后台显示状态是否正常 销量是否变化，如何根据情况分析来调整价格 合理的备货量可以降低断货和库存积压风险 广告预算是否超标 流量数据的变化：访问量，浏览量 如何复制爆品成功经验?不同类目选品成功案例分析 成为Best seller的绝杀技能 20年亚马逊最新爆款打造全流程 关键词大揭秘，提前截获竞争对手流量 如何让新品一上架立刻安全获得30+review 不同爆款产品的打造运营策略 如何通过CPC广告最低成本快速上首页? 现场诊断店铺，当场指出修改 优秀学员经验分享颁发奖品 交流最新亚马逊黑科技玩法	
		爆款终极策略	如何通过CPC广告最低成本快速上首页? 现场诊断店铺，当场指出修改 优秀学员经验分享颁发奖品 交流最新亚马逊黑科技玩法	
		线下诊断大会	如何通过CPC广告最低成本快速上首页? 现场诊断店铺，当场指出修改 优秀学员经验分享颁发奖品 交流最新亚马逊黑科技玩法	
黑帽课程内容大纲		选品多元化	通过review反向选品法 节日性选品新打法 季节性选品新思路 如何通过制定类目选品 站外选品新思路 选品之天下无敌	
		N种玩法	如何让亚马逊解封你的 Review? 如何借助爆款蹭流量 3美金 CPC 广告上首页的技巧 如何为你的 listing 增加多类节点 新品如何快速获取VP Review 如何让新品快速爆单 如何快速去差评去跟卖 上A+页面的方法 ARA 亚马逊运营数据解密 变体的挂架黑色用法 防跟卖的10大招 侵权关联如何有效避免 亚马逊流量卡位和抓取 Listing获取比别人多两倍的流量原理	
		运营操作必做	团队配合运营分几大模块工作内容 检查前后台显示状态是否正常 销量是否变化，如何根据情况分析来调整价格 合理的备货量可以降低断货和库存积压风险 广告预算是否超标 流量数据的变化：访问量，浏览量 如何复制爆品成功经验?不同类目选品成功案例分析 成为Best seller的绝杀技能 20年亚马逊最新爆款打造全流程 关键词大揭秘，提前截获竞争对手流量 如何让新品一上架立刻安全获得30+review 不同爆款产品的打造运营策略 如何通过CPC广告最低成本快速上首页? 现场诊断店铺，当场指出修改 优秀学员经验分享颁发奖品 交流最新亚马逊黑科技玩法	
		爆款终极策略	如何通过CPC广告最低成本快速上首页? 现场诊断店铺，当场指出修改 优秀学员经验分享颁发奖品 交流最新亚马逊黑科技玩法	
		线下诊断大会	如何通过CPC广告最低成本快速上首页? 现场诊断店铺，当场指出修改 优秀学员经验分享颁发奖品 交流最新亚马逊黑科技玩法	