

亚马逊推广计划方案



| CATALOGUE |

目录

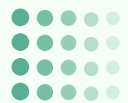
- 亚马逊平台分析
- 产品定位与优化
- 营销策略制定
- 执行与监控
- 团队与资源
- 风险评估与应对



01

亚马逊平台分析





亚马逊平台特点

● 全球覆盖

亚马逊平台覆盖全球多个国家和地区，为卖家提供广阔的市场空间。

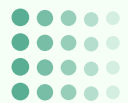
● 用户基数大

亚马逊拥有庞大的用户群体，为卖家提供更多销售机会。

● 品牌认知度高

亚马逊作为全球领先的电商平台，具有较高的品牌认知度，有助于提升卖家品牌影响力。





亚马逊用户群体分析

年龄跨度大

亚马逊用户群体年龄跨度大，从年轻人到中老年人都有覆盖。

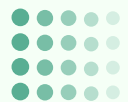
消费能力强

亚马逊用户群体相对消费能力较强，更有可能购买高品质、高价值的商品。



注重品质与服务

亚马逊用户群体注重商品品质和服务体验，更倾向于选择信誉好、服务优质的卖家。



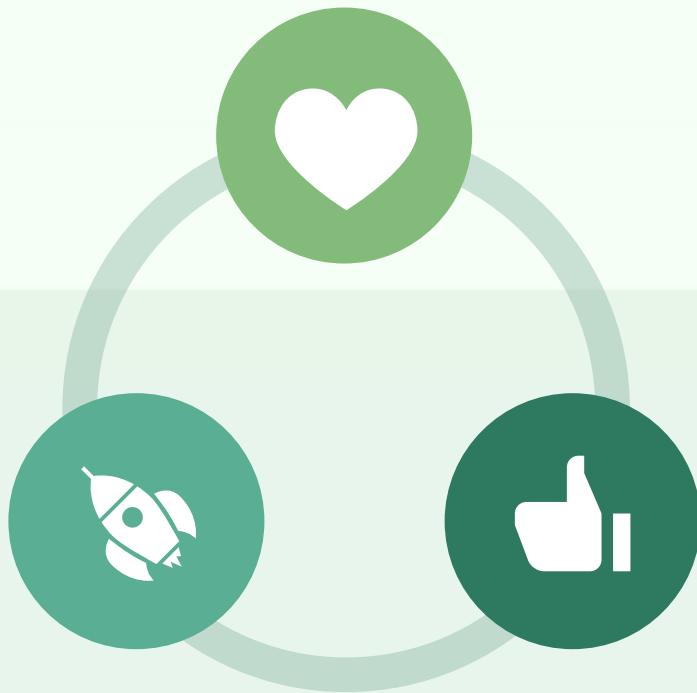
亚马逊竞争对手分析

竞争对手类型

分析竞争对手的类型，如价格竞争者、质量竞争者、品牌竞争者等。

竞争对手优劣势

分析竞争对手的优势和劣势，以便制定针对性的推广策略。



竞争对手市场占有率

了解竞争对手在市场中的占有率，以便评估自身在市场中的地位。



02

产品定位与优化



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/186104152235010155>