

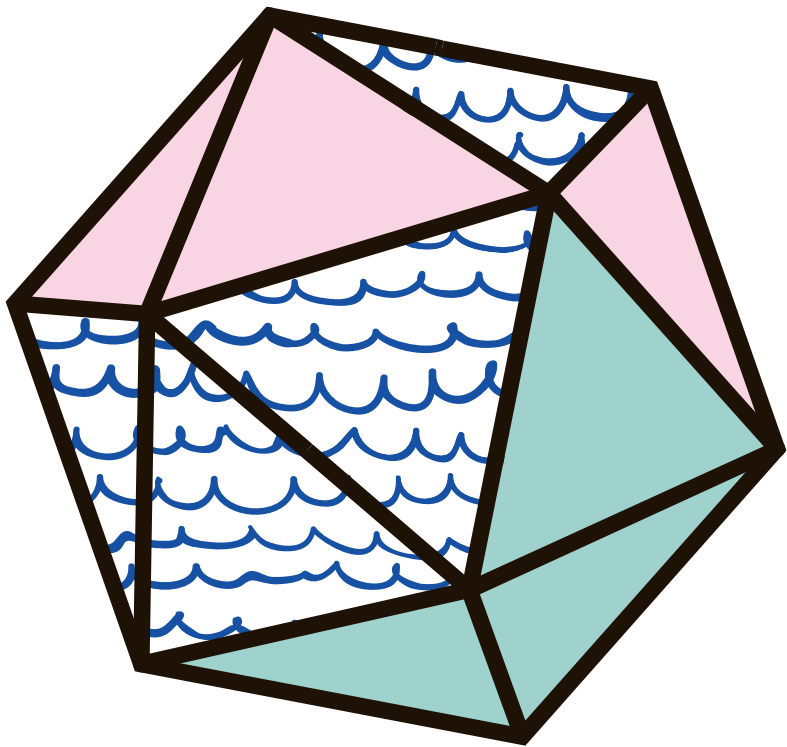
亚马逊Listing文案怎么写

via : 蓝海东

写不好文案运营不是好运营人！

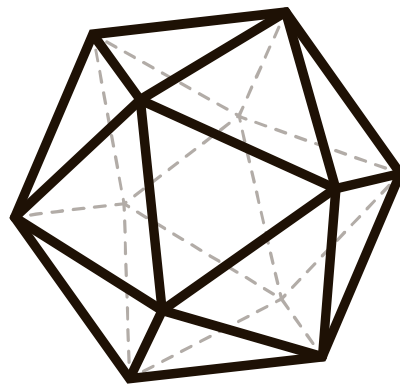
CONTENTS

- 01 文案的重要性及其遵循的逻辑
- 02 开始写listing文案前的准备
- 03 Title 怎么写？
- 04 Key Product Features 怎么写？
- 05 Product Description 怎么写？
- 06 案例解析

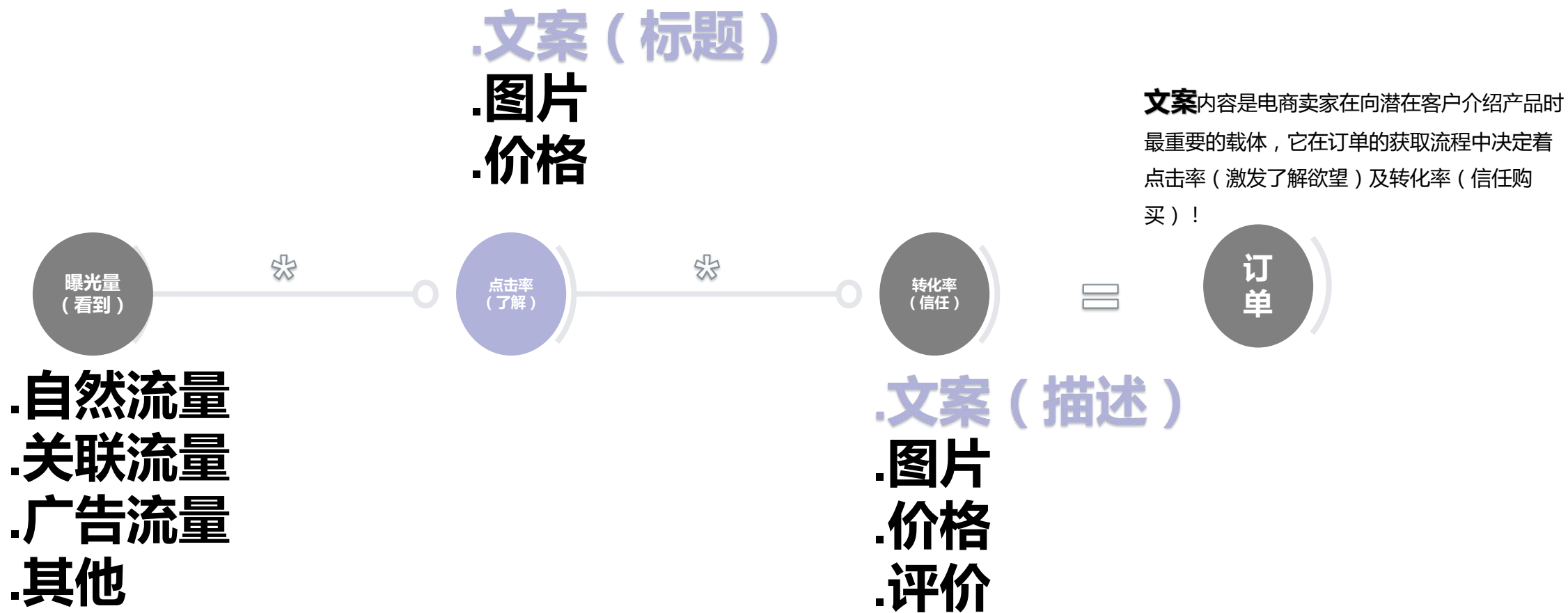


/01

文案的重要性及其遵循的逻辑



文案的重要性



FABE 法则——任何销售文案都离不开的逻辑



Features(功能)

产品的特质、特性等基本功能
.....



Advantages (优势)

同类产品相比较，列出比较优势；
或者列出这个产品独特的地方
.....



Benefits (利益)

优点能带给顾客的利益。
通过强调顾客得到的利益、好处激发顾客的购买欲望。
.....



Evidence (证据)

包括技术报告、证书、顾客反馈、报刊文章、照片、示范等.可以证明前面所述的内容的证据
.....



FABE 销售法则：

FABE法简单地说，就是在找出顾客最感兴趣的各种特征后，分析这一特征所产生的优点，找出这一优点能够带给顾客的利益，最后提出证据，通过这四个关键环节的销售模式，解答消费诉求，证实该产品确能给顾客带来这些利益，极为巧妙的处理好顾客关心的问题，从而顺利实现产品的销售诉求。

FABE 法则——任何销售文案都离不开的逻辑

<电商平台>

详情页——介绍产品功能（F）、优势（A）、给用户带去的好处（B）

产品评价——客户见证（E）

所有的“试图产生销售”的行为
都在遵循着FABE法则

明星代言

在采用明星代言来“试图产生销售”的行为中，文案内容高度浓缩，一般内容集中在“A/B”

举例：“自拍美，拍人更美”

<视频广告>

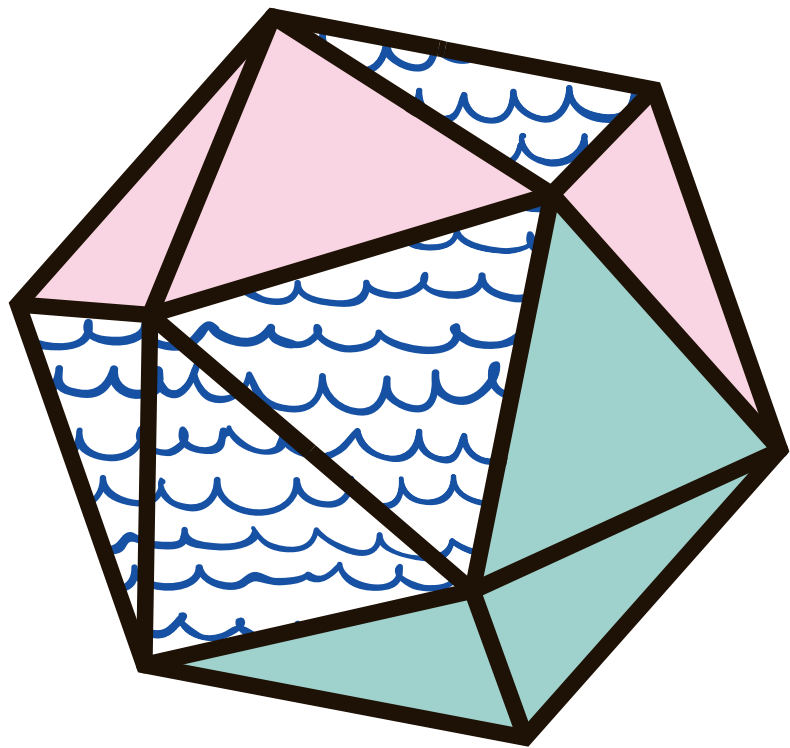
解说旁白/文案——介绍产品优势（A），给用户带去的好处（B）

举例：“xxx牌高钙片，一口气上五楼不费劲（好处），一片顶过去五片（优势：含钙高）”

使用效果展示——证明（E）

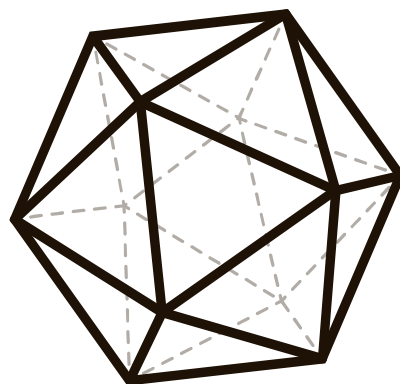
总结

“永远站在客户角度去想，让用户认同你说的好，而非自说自话”这就是做一条LISTING文案时候的原则。



/02

开始写listing文案前的准备



确定关键词



主关键词

用于标题、5点描述埋词；
主关键词/同义词



次关键词

长描述埋词
为广告准备



长尾词

长描述埋词；
为广告准备词



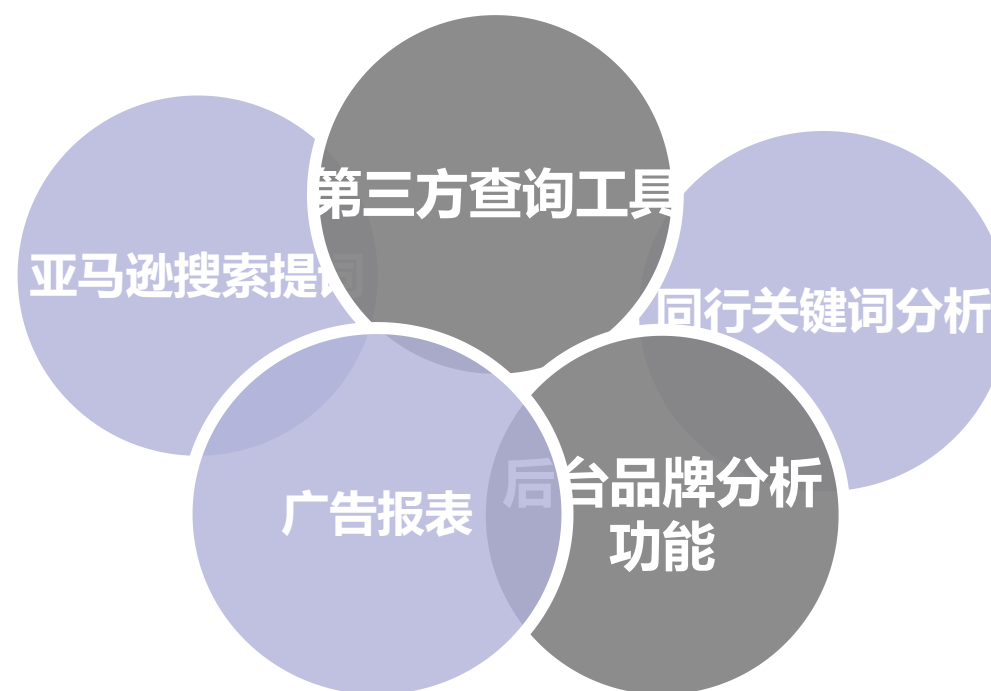
相关词

为广告准备

获取关键词的渠道

Keywords

标题的关键词是匹配权重最高的，所以这个一定是核心



了解你的产品

为什么你必须了解你的产品

你只有在了解自己产品的属性和特点的情况下，才会知道 要怎么样提炼出自己独特卖点，写出异于同行的文案。





分解产品属性

分解产品属性主要可以从2个方面分析



基础属性

- 材料
- 外观
- 颜色
- 性能



功能属性

- 满足使用
- 优化原有使用体验
- 精神享受
- ...

分析目标用户



分析目标用户

- 分析用户属性的目的是为了更好地了解用户,了解他们的个性,了解他们经常遇到的场景,了解他们经常会接触的人,经常会碰到的问题,从而找到他们的痛点,写出能够触动他们的文案.



个人属性

- 年龄
- 性别
- 社会特征



工作事业

- 职业
- 收入
- 圈子



家庭情况

- 成员
- 生活
- 爱好



分析使用场景

- 同样的用户，在不同的使用场景中，对于产品的诉求点是不一样的，所以在不同的使用场景下，你的文案应该是不同的。

- 使用场景
 - 保存场景
 -
-

分析竞争对手



分析竞争对手

- 在Amazon平台，用户不仅仅会接触到你的产品，还会接触到其他竞争对手的产品，那么如何让用户关注你的产品而不是竞争对手的产品？



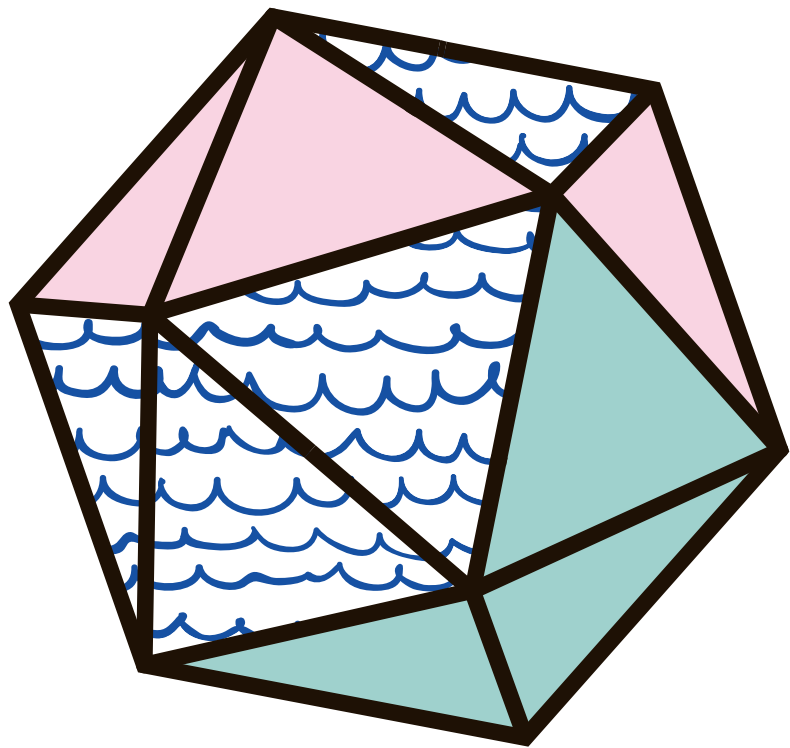
不作为

功能迭代



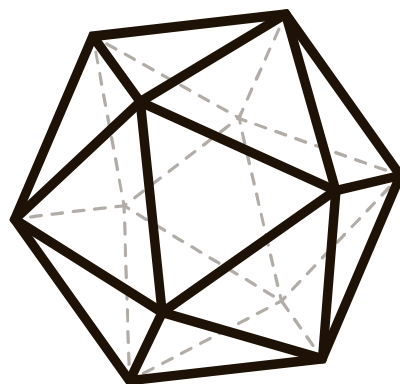
产品缺点

- 我们产品能弥补的优势
 - 差评
-



/03

Tittle 怎么写？



关于标题的误区

NO

关键词的堆砌会使可读性降低，往往会造成客户看不懂你这个产品到底是什么或有什么特点而放弃对这个链接进一步了解而失去这个客户。

建议：放最重要的2-3个关键词

关键词放得越多越好吗？

标题越长越好吗？

NO

首先，太长的标题，看起来比较吃力，客户有阅读压力感，尤其是那种词不达意的标题；

其次，现在越来越多的亚马逊买家们已经习惯于手机端购物。手机端上显示出的标题只有部分（据个人统计，大约在80个字符）如果把心优势置于后面，就越有可能不被客户看到。

一个好的标题该怎么写？

参考1：三段式 标题



- 【形容词（即产品优势1）+ 关键词A,】



- 【形容词（即产品优势2）+ 关键词B with/for.. +适用范围/制造材料/亮点特性等,】



- 【参数属性等】

理解了这个标题格式，也就能更好更快的写出标题，你要做的就是在落笔之前先**精选好你的关键词**，并总结出你这个产品**最值得你去圈出的特点**。

必知原则

- .标题字符数200以内,（根据亚马逊的规定，某些类目字数更少）；
- .标题简明扼要、不拖泥带水，但也不能太短或太长。尽量在**前80个字符内**表达清楚产品卖点。
- .标题应具有通读性（标题最终是向买家展示，不要让客户都读不懂）；
- .每个单词的首字母必须大写，除了连词、冠词、介词之外(如连词: and ,or,for; 冠词: the, a,an ,少于5个字母介词: in ,on , over , with) ,另外单词不能全部大写或小写；
- .不能用任何特殊字符或符号出现，特别火星文。如: @,#,\$,&,* etc；

一个好的标题该怎么写？

参考2：

- 一：统计分析BSR前20的标题，取其共通点（包括必写内容，排序）
- 二：首要原则，关键词尽量靠前

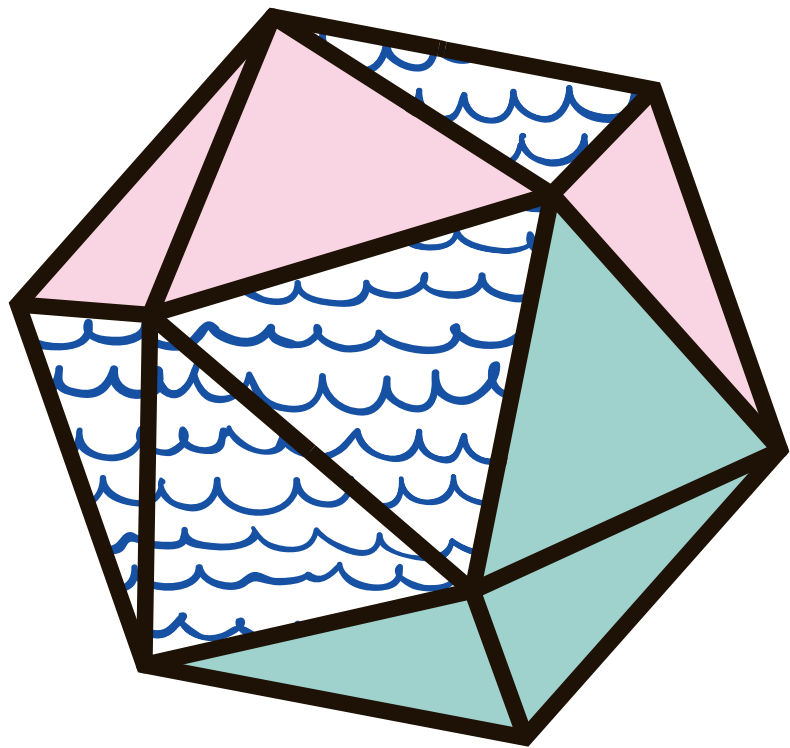
一个好的标题该怎么写？

举例

参考1：【1080P HD WiFi Security Camera Cam Compatible with Alexa, 】 【Night Vision Pet Baby Monitor】 【-350°*100°Rotation, Smart Tracking, Face /Sound Detection, Two-way Conversation】

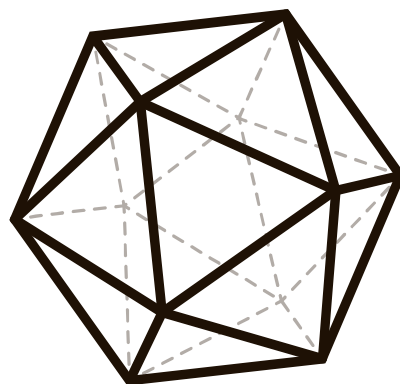
参考2：WiFi Camera Cam 1080P HD Pet Baby Monitor Night Vision Security Camera Compatible with Alexa-350°*100°Rotation, Smart Tracking, Face /Sound Detection, Two-way Conversation

注：以上“【】”符号是为便于理解“三段式标题”作的标示而非标题内容

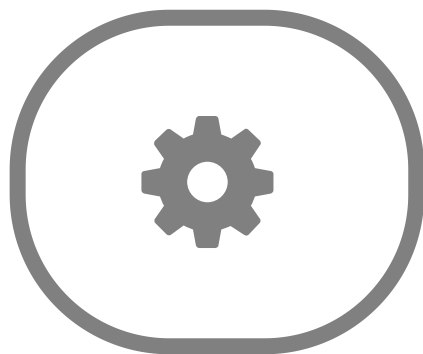


/04

Key Product Features
怎么写？



Key Product Features 写什么内容



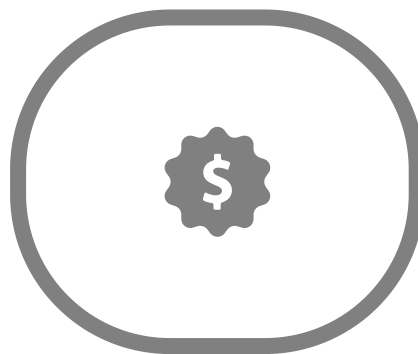
A+B

产品有什么优势，给用户带来哪些好处，怎么证明这个说明。

5点描述写什么内容

5点描述是高度浓缩的能够让用户产生购买欲望的产品卖点。一般建议采用“F+B或A+B”的形式

任何消费者在决定购买一件产品的时候，心里想的都是“这个产品能给我带来什么好处”，所以在5点描述的时候，我会着重去强调给他带去的好处。



F+B

产品有什么功能，给用户带来哪些好处。为什么这样说。

Key Product Features 写什么内容

5点描述写什么内容

- 1, 参考同行, 统计共通的部分
- 2, 来自竞品的差评

Key Product Features 写什么内容

5点描述格式

- 1，小标题，5个格式统一，长度差不多，
全大写/首字母大写
- 2，总长度300字符数以内

不同阶段的5点描述写什么内容

不同阶段，我们要打的关键词不同，先从小词开始到大词。
在打小词阶段，5点内容针对性去描述该小词相应的产品特性。

小词阶段

针对性的描写小词对应的特性

大词阶段

按优势重要程度分序描写

5点描述怎么表达

哪种文案更吸引你？

- 很了解自己的产品，但那么为什么还是有很多人写出的文案无法吸引眼球？
- 举例：以下两种对人的介绍，哪种更让你有相亲的冲动？



- 很漂亮，美若天仙
- 身材婀娜妖娆
- 孝敬父母，性格好
-

“人称大浪林志玲”
“三围：36-24-36”
“社区十佳青年”
.....



5点描述怎么表达

1.与用户脑中已有的东西产生**联系**

2.利用**数字**具体化

3.利用**视觉化**描述让用户能够感知到

4.唤起用户的某种**情绪**

记笔记！

5点描述怎么表达

1

突出笔记本轻薄

- 原：“极致轻薄，轻奢办公”
- 改：1.2倍iPhone x 的厚度

2

突出音箱音质好

原“高清立体声，至美享受”
改：仿若将歌剧院搬入你的家中

3

突出某保健品功效好

- 原“补充身体每日所需维生素”
- 改：每天1片，等于吃5个苹果



与用户脑中已有的东西产生联系

5点描述怎么表达

利用数字具体化



突出续航时间长

原：“超长待机时间，续航能力强”

改：90H 续航时长，持续听歌xx首



突出蓝牙连接距离

原“超长连接距离，放心使用”

改：采用蓝牙5.0技术，连接距离达15
米

利用视觉化描述让用户能够感知到



突出手机拍照清晰

- 原“这一刻，更清晰”
- 改：可以拍月球表面的手机



突出MP3容量大

- 原“超大容量，有容乃大”
- 改：把1000首歌装进口袋

5点描述怎么表达

唤起用户的某种情绪

唤起母爱心理

原“本婴儿毛巾超级柔软，
适合宝宝使用”

宝宝娇弱的皮肤需要这样
一款柔软的毛巾的呵护

原“用了这款面膜,能让你
的肌肤持续水润”

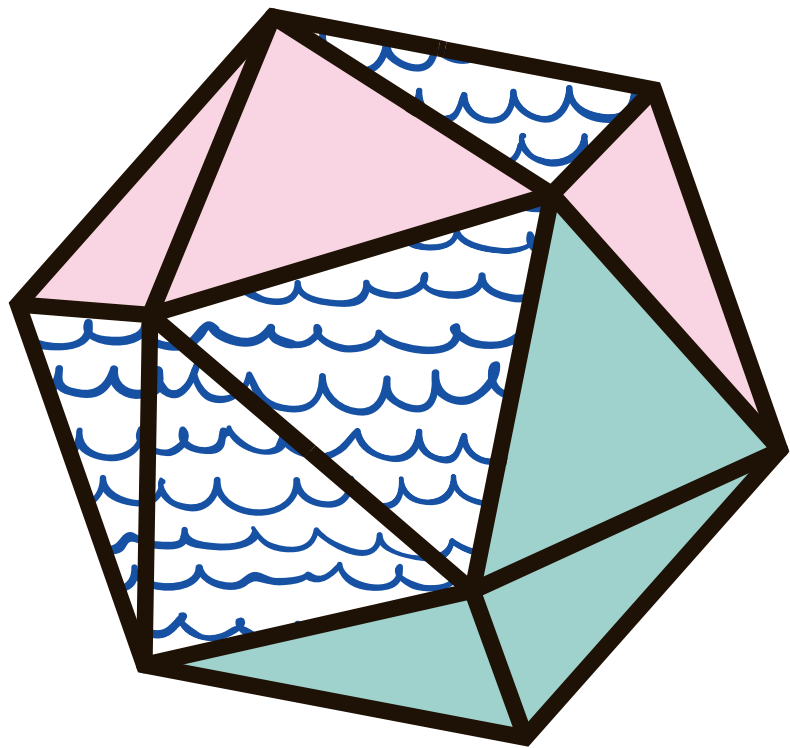
唤起从众心理

改：这个夏天已经有
50000人用过这款面膜

5点描述怎么表达

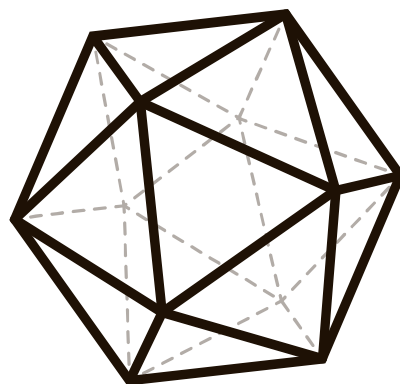
建议：

1. 简炼而切中要害，三行以内为佳（300字）；
2. 不要抄袭竞品内容（对竞品的内容进行优化表达）；
3. 切记不要脱离实际，夸大产品功能（as discribed）；
4. 意义通顺，无语法错误，母语化表达



/05

Product Description
怎么写？



Product Description 怎么写？

非A+页面

写什么内容？

再简述5点；补充其他卖点；产品参数；使用方法

注：对于某些类目，亚马逊移动端上，5点描述是在长描述之后，为了避免用户未看到精华的5点描述就跳出，故在长描述也再做简述5点。

Tips: 据统计数据，USA 约有1/3的订单于移动端成交

怎么表达？

推荐三段式的表达：

引出用户不采用本产品由哪些痛点；

选择本产品的理由是什么（简述5点+补充其他卖点）；
产品参数+使用方法。

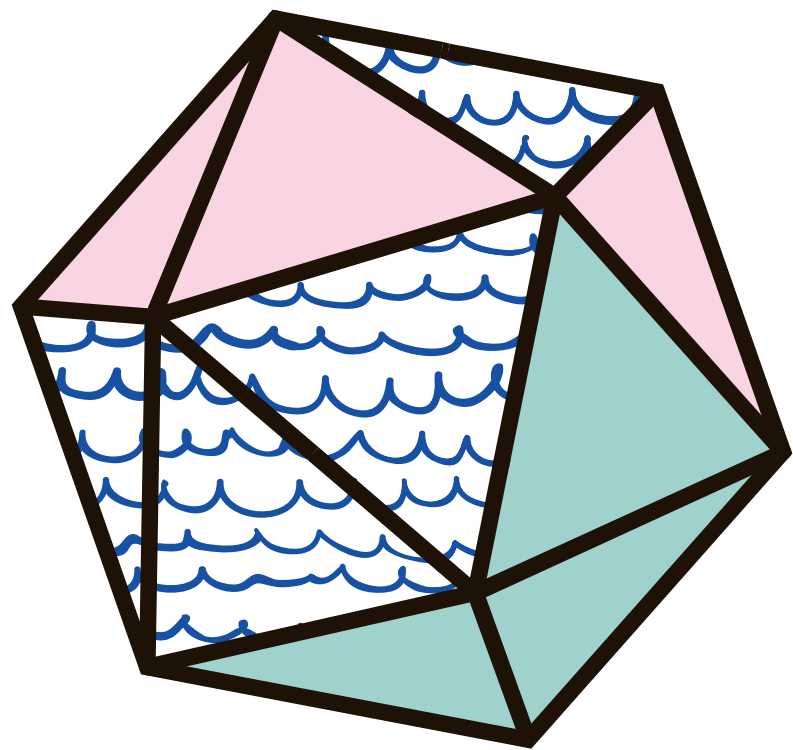
A+页面：详细描述产品的卖点

- 1，参考同行，取你最熟悉的模板
- 2，尽量全面的表达产品卖点

注：

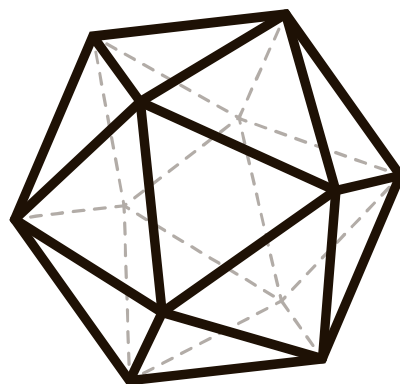
1.长描述2000字符数上限，含网页代码符号。（百度搜索在线字符数统计，有统计工具）；

2.埋词：标题——1-3个主关键词；5点——主关键词各出现1次即可；长描述——一次关键词/长尾词/相关词



/06

案例解析



一款木制蓝牙音箱

特点

材料：木制外箱

播放时间：约4-6小时

连接范围：33英尺

电池：内置可充电3.7V 2400mAh锂离子电池





标题

- 【Wooden Bluetooth Speaker,】 【 Portable Stereo Speaker of Enhanced Bass Dual-Driver,】 【 HD Audio Wireless Speaker with 4 Speaker Units for Home Office Cell Phones Laptop】 【-6Hrs Playtime, USB&TF Slot, FM Radio】

撰写思路：

标题采用品牌+关键词1+关键词2及其卖点+关键词3及卖点+适用范围及属性 的格式撰写；

标题从语义上分成了4段：即木制蓝牙音箱，双驱动的低音增强便携音箱，4个扬声器无线音箱+属性。本标题将产品的卖点与关键词融合，在获得亚马逊搜索流量的同时，能够尽可能的抓住用户注意力，让用户通过标题即能对产品有初步的印象，而独特的卖点的写入则能够高效的获得精准客户的点击打开

5点描述

【Just Like Taking A Mini Theater into Your House】Dual-driver of high-performance, plus a 4-speaker-units stereo sound system, offer you audio of superior quality. You will have much fun with this bluetooth speaker making your house a theater like.

【Wooden Box of Elegant Design, Stands You Out of Others】The case of this wireless stereo speaker is made of wood with an elegant look, which will stand you out of others. The wooden box, which results in lower vibration making the sound more authentic, further more, ensures the sound quality.

【Playtime Up to 6 Hours】Built-in a rechargeable 2400mAh battery, the speaker offers you a rather long happy time, that is, up to 6 hours on each charge.(Battery life varies according to actual usage)

【Compatible with All Devices of Audio Playing】Built with bluetooth 5.0 technology, it is compatible with all your devices of bluetooth such as smartphone, MP4/MP3, or you can have it work with your laptop, desktop, TV via audio cable.

【Broad External Audio Playing】The wooden speaker comes with slots for USB flash drive, TF card, so as to play the music stored on your disks. Meanwhile it acts as a FM radio well.

- 卖点1.“就像把影剧院搬到你的家里”，这里采用把用户带入场景的描述，让用户产生想象从而使其自行脑补产品给他带来的好处——音质效果那是杠杠的。后面部分则从产品特征上去说明，为什么会有这样的效果——双驱动，4个扬声器。
- 卖点2.“设计精美的木质外箱，让您与众不同”：木制这个特点是本产品的一个最大特点，所以放在5点描述中的第二条提出。木制及独特设计彰显客户的与众不同，这里给用户进行抬高，让他陷入“我就应该买这个与众不同的音箱”的思维。并且，顺便再提及，木制外箱更有利于保证音质，再次强化第一条卖点。
- 卖点3.“播放时间长达6小时”：这里就采用数据化的表达，让用户直观了解“播放时间很长”的这个卖点，而且数据化的表达 一是容易吸引用户眼球二是让用户更容易信服。
- 卖点4及卖点5。“可以匹配全部音频设备”、“丰富的外置音频播放模式”：上面几个卖点解决了产品体验性的疑问，那么接下来就要解决使用上的疑问了，因此有了本listing的卖点4和5

案例解析

**It's the real speaker stands you out!
**

Are you looking for a speaker different from others?

Are you seeking a TWS speaker with an unique design? Now, here is the right one!

**Why Choose This Wooden Bluetooth Speaker?
**

-Dual-driver, enhanced bass and 4 speakers ensure the sound quality.

-Made of wood, better than the speakers of metal or plastic.

-2400 mAh high capacity battery of long battery life.

-Broad compatibility, works with all your audio devices.

**SPECIFICATIONS
**

Case material: wood

Bluetooth range: up to 33FT / 10m

Speaker specifications: 2" * 4 / 4Ω 20W

Maximum input: (L) 300ml + (R) 300ml

Output power: 20W

File supported: MP3 / WMA / WMV

Battery: Built-in rechargeable 3.7V 2400mAh lithium-ion battery

Play time: about 4-6 hours

Charging time: 4-5 hours

Charging voltage: 5V / 1A-2A

Input: Bluetooth 5.0 connection, TF card slot, USB slot, FM radio

Built-in microphone: yes

Gross weight: about 1400 grams

Size: 500 * 80 * 80mm

Working frequency: 200Hz-20KHZ

Signal to noise ratio: ≥80db

Thanks

——蓝海东

