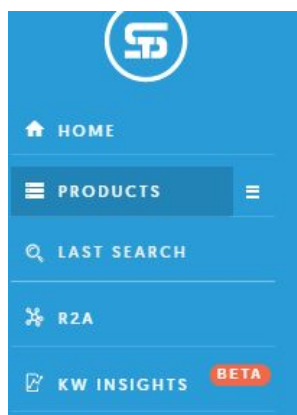


Kaj vam svetujemo glede prve uporabe orodja Seller tools?

Na Seller.tools priporočamo predvsem uporabo zavihkov levo:

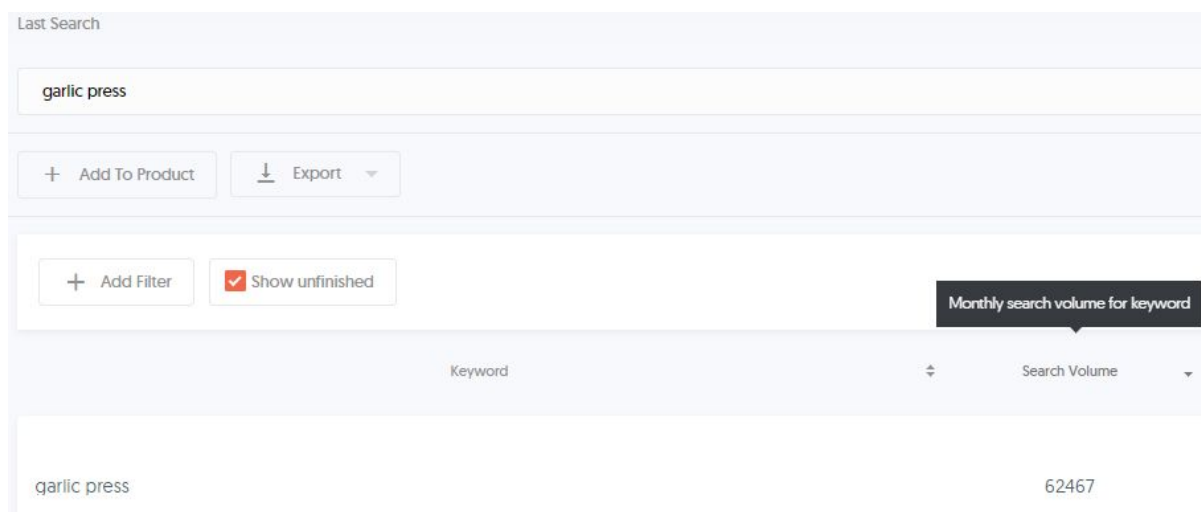
- Last search
- R2A
- Keywords manager na določenem produktu (skupaj z alerts)
- KW Insights



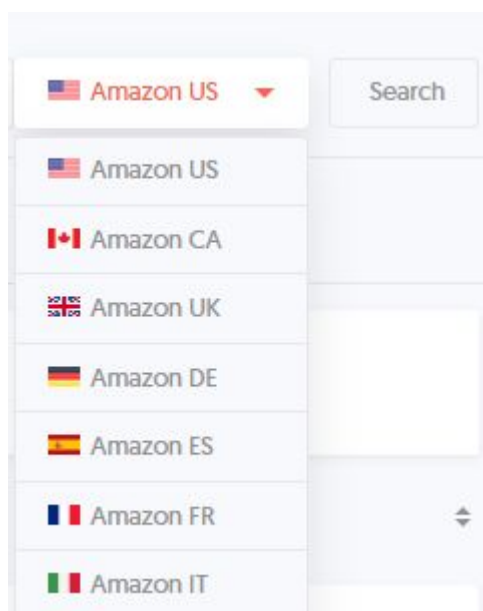
Last Search

Izberete ključno besedo za nišo v kateri želite prodajati produkt npr. garlic press in najdete mesečni volumen iskanja, število konkurentov in kategorijo.

Uporabimo torej tako, da na vrhu vpišemo ključno besedo, izberemo trg, ter nato kliknemo Search. Nato se nam prikažejo rezultati. Priporočamo sortiranje po volumnu iskanja.



Desno zgoraj lahko izberete tržišče kjer boste iskali:



R2A

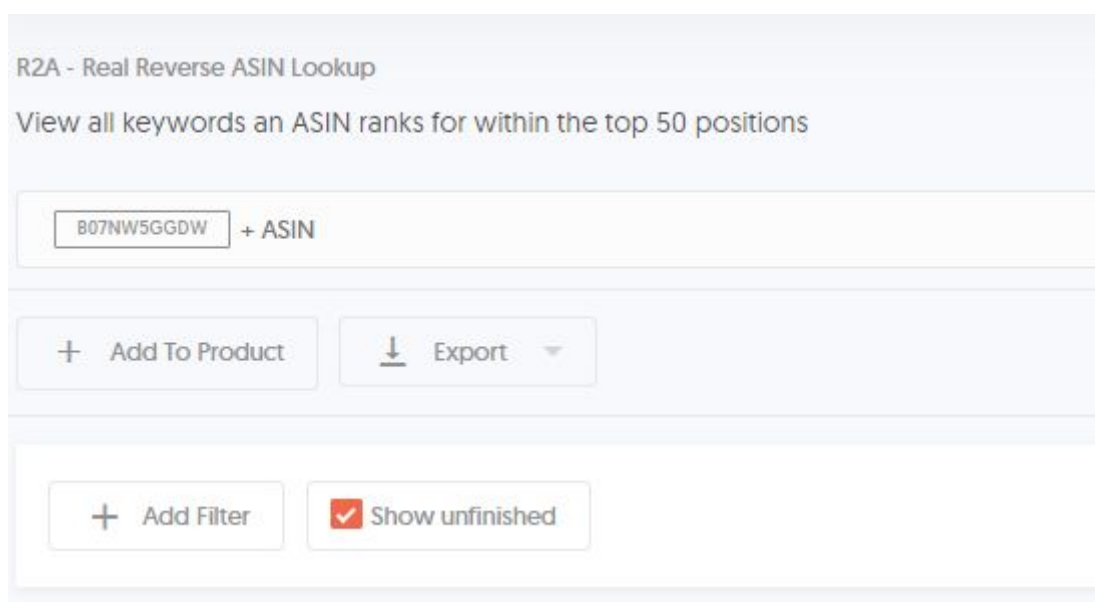
R2A deluje podobno kot Last Search, le da tu vpišemo v iskalnik ASIN-e (številčna koda izdelka) podobnih konkurenčnih izdelkov.

Primer ASIN:

<https://www.amazon.com/Vantic-Garlic-Press-Rocker-Stainless/dp/B07NW5GGDW/>

Lahko vpišemo do 3 ASIN-e.

Program nam nato prikaže ključne besede, ki so relevantne vpisanim izdelkom, podobno kot pri Last Search. Ponovno priporočamo sortiranje po volumnu iskanja, od največje do najmanjše.

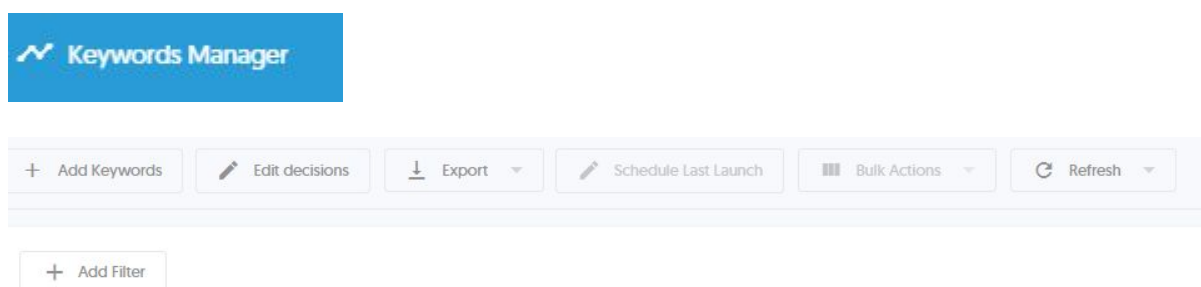


Te ključne besede in ključne besede, ki jih dobimo iz Last Search, združimo, ter jih uporabimo v listingu (prodajnem katalogu izdelka) in pri PPC oglaševanju na Amazonu. V listingu moramo biti previdni, da ne ciljamo na to, da uporabimo čim več ključnih besed (= prijazno Amazon algoritmu), ampak raje, da se ozremo na listing iz oči kupca in ugotovimo, kaj bi on želel v listingu, da bi ga izdelek prepričal in bi ga kupil (= prijazno kupcu).

Keywords manager

Keywords manager uporabimo, da sledimo, na katerem mestu določen izdelek indeksira za posamezno ključno besedo.

Gremo pod Products – izberemo produkt, nato pa kliknemo Keywords Manager.



Nove ključne besede vključimo tako, da kliknemo Add Keywords. Nazo izberemo »Manual« ter dodamo ključne besede, ki smo jih našli za ta produkt preko Last Search in R2A. Dodamo le relevantne ključne besede z vsaj zadovoljivim volumnom iskanja, ne dodamo vseh ključnih besed.

Na naslednjem koraku za posamezno besedo določimo, ali je relevantna ali ni. Ko to določimo, kliknemo Finish.

Priporočamo, da pomembne ključne besede v listu označite z zvezdico. Te se vam bodo nato prikazale na vrhu seznama. Hkrati sortirajte po volumnu iskanja, da se vam vse besede razvrstijo od najvišjega do najmanjšega volumna iskanja. Za zelo pomembne ključne besede lahko uporabite tudi »Alert« čisto desno ob posamezni ključni besedi. Tu lahko nastavite, da vas sistem opozori, če pri rangiranju za določeno ključno besedo padete pod določeno mesto (recimo 18).

Pri določeni ključni besedi lahko kliknete tudi na pomanjšan graf. Po tem se vam odpre nov razdelek, ki vam prikaže rangiranje za to ključno besedo v daljšem časovnem obdobju.

KW Insights

KW Insights uporabimo za več informacij o določeni ključni besedi. Prikaže nam ocenjeno število mesečnih prodaj s to ključno besedo, dnevni prodaj in razmerje med celotnim povpraševanjem za to ključno besedo in številom prodaj.

garlic press SEARCH				
Keyword	Estimated Monthly Sales ⓘ	Estimated Daily Sales ⓘ	Sales to Demand ⓘ	Last Searched
garlic press	20,624	687	11.18%	09:37 am 05/05/2020