

亚马逊物流助兴您的电商嘉年华!



尊敬的亚马逊物流卖家，您好！

双十一，双十二和春节，电商的嘉年华，您做好准备了吗？

每年的网购旺季即将到来，为了帮助我们的卖家在此期间有更高的销量、更便利的运营、更优秀的顾客服务，“亚马逊物流”即将在11和12月期间为“亚马逊物流”的新老卖家推出新一轮的优惠活动。本次活动将包含仓储费全免和配送费五折的双重优惠。活动的具体详情和要求稍后将在卖家后台和网站上公布，敬请期待！

亚马逊物流的转化率是卖家自配送的3倍，是卖家自配送货到付款的2倍，为了销量您还等什么？

本周电子期刊为大家带来的重要内容有：

- 亚马逊“双十一大促”网购盛宴预告
• 销售高峰期 --- 入仓补货销售指南
• 收到“入库绩效提醒”该怎么办？
• 新的“管理库存”工具，给您带来全新的库存管理的体验！
• 卖家成功故事
• 11月份亚马逊物流网络课程

您销售，我配送。世界一流的“亚马逊物流”将帮助您让您的商品在亚马逊平台上更具竞争力，以优质服务吸引更多顾客，并可以专注业务而不必为运营操心。欢迎开启属于您的“亚马逊物流”之旅！

点击进入“亚马逊物流”官网

亚马逊“双十一大促”网购盛宴预告

针对一年一度的双十一大促，亚马逊今年将全力打造一场不一样的网购盛宴。活动涵盖了亚马逊中国的32大品类，是囊括了亚马逊自营和第三方卖家的的大型促销活动。从10月27日到11月11日，整体活动为期16天，除了运用优惠券、秒杀、镇店之宝等促销手段，亚马逊还将投入全部线上线下资源为这次盛宴营造强悍的市场氛围。致力于打造一场阵容强大，声势震撼的双十一大促。敬请期待！

销售高峰期 --- 入仓补货销售指南

Calendar grid showing sales peaks for November 2014, December 2014, January 2015, and February 2015. Key dates include Double 11, Double 12, and Spring Festival.

1. 提前入库天数

亚马逊物流建议各位卖家双十一和双十二至少提前7天送货入仓，最晚入仓时间为11.4；春节销售高峰期则需提前30天补货入仓，建议入仓时间是1.19-1.26。

尽管亚马逊运营中心从入库到可售的正常操作时间为3天，但因为目前卖家采取的是就近运营中心入仓做法，亚马逊物流需要根据潜在客户分布区域进行运营中心之间的主动调拨来提高买家两日发货率和卖家的流量转化率，而调拨的平均时间为4天。所以我们建议卖家提前7天将货送到运营中心。而春节前夕的销售旺季预计从1月26日开始，在2月1日至2月15日期间达到销售顶峰。鉴于销售旺季入仓预约繁忙以及快递公司送货时间延长且可控性降低，我们建议卖家自1月19日开始备货并陆续送至亚马逊运营中心。

2. 建议入库数量

建议入库数量 = 入库亚马逊运营中心后的日均销量 × (安全库存保有天数 + 送货间隔天数) + 预计的因促销/旺季带来的额外销售

预计的因促销带来的额外销售：

新卖家可咨询我们的销售团队；老卖家既可参考去年同期同类商品的销售数据以及你所参加的亚马逊其它促销活动销售的数据，也可咨询我们的销售团队。

可参考数据：

卖家平台上“管理亚马逊库存”的“库存报告”，可下载。

卖家平台上“亚马逊销售指导”中的“库存不足商品提示报告”，可下载。

提示：对于停售的商品，请及时进行归档（标注“停售”），否则停售的商品会一直出现在“库存不足商品提示”报告中从而影响您的决策效率。

可参考报告：

请关注亚马逊物流在将十月中旬发布的品类去年同期销售数据

3. 建议鞋类卖家多个运营中心入仓

为了有效减少因为订单引起的不同运营中心之间的被动调拨，提高两日发货率进而获得更好的销售，我们建议鞋类卖家根据历史客户区域分布入仓多个亚马逊运营中心。卖家只需要在创建货件时选择不同的收货运营中心的省份即可；如果某个运营中心无法接收您的货件，系统会自动建议可收货的运营中心。更多详情，请咨询我们的销售团队。

收到“入库绩效提醒”该怎么办？

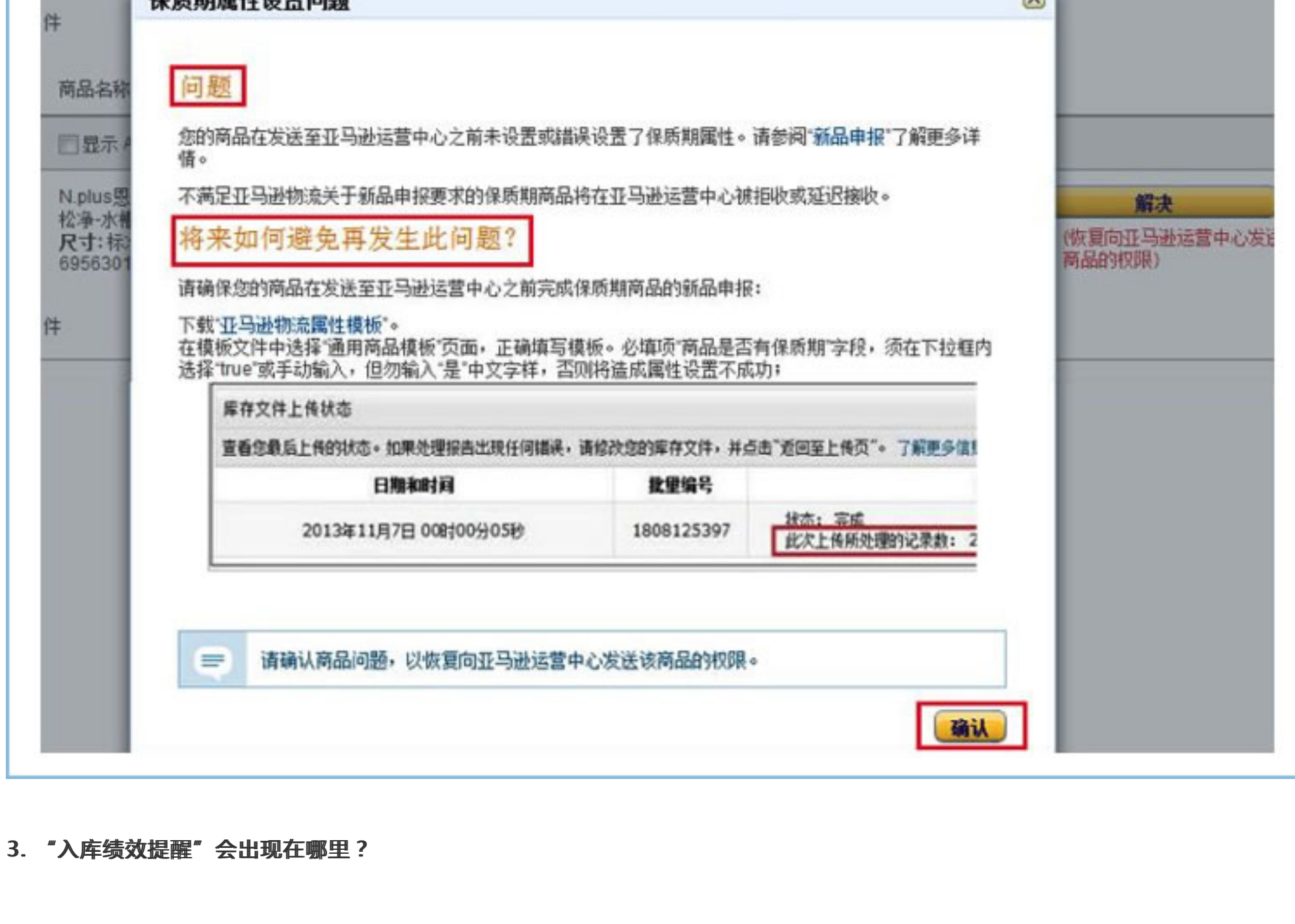
自2014年9月24日起，亚马逊物流为广大卖家提供了关于入库货件问题的提示工具“入库绩效提醒”，并与亚马逊物流入库指南的相关要求相结合，协助卖家了解入库问题以及如何进行改善。

1. 什么情况下，我会收到“入库绩效提醒”？

若您的商品入库时被发现有不符合亚马逊物流的入仓要求的，您将收到此提醒。届时，您将无法向新货件添加该商品并发货至亚马逊运营中心。

2. 如何处理“入库绩效提醒”？

- 在查看某ASIN的入库绩效提醒时，点击“解决”按钮后，您将了解到此商品入库问题的详细说明与可能造成的原因。
• 在明确改善措施后，只有点击了“确认”按钮，您相关商品的入仓权限方可恢复。



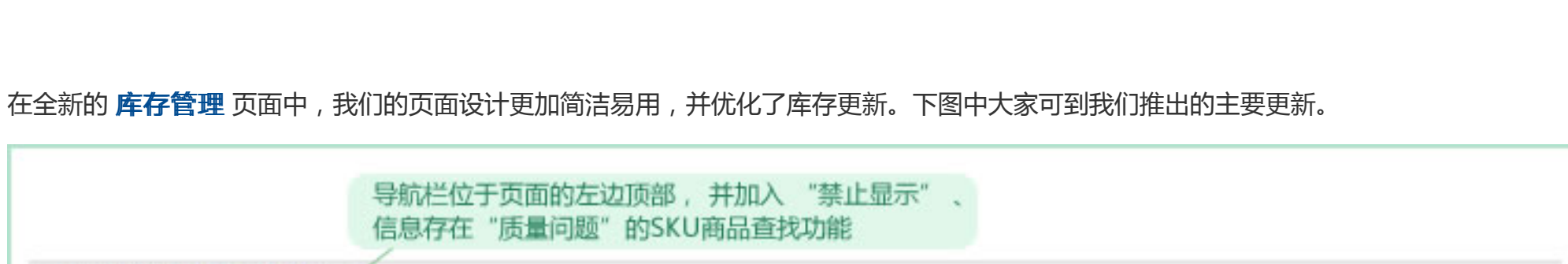
3. “入库绩效提醒”会出现在哪里？

- 卖家平台首页通知
• 注册邮件中的电子邮件
• 亚马逊库存页面
• 货件处理进度
• “创建货件”过程中

卖家入库改善的好助手 -- “入库绩效提醒”。更多信息，请参阅“入库绩效提醒”。

新的“管理库存”工具，给您带来全新的库存管理的体验！

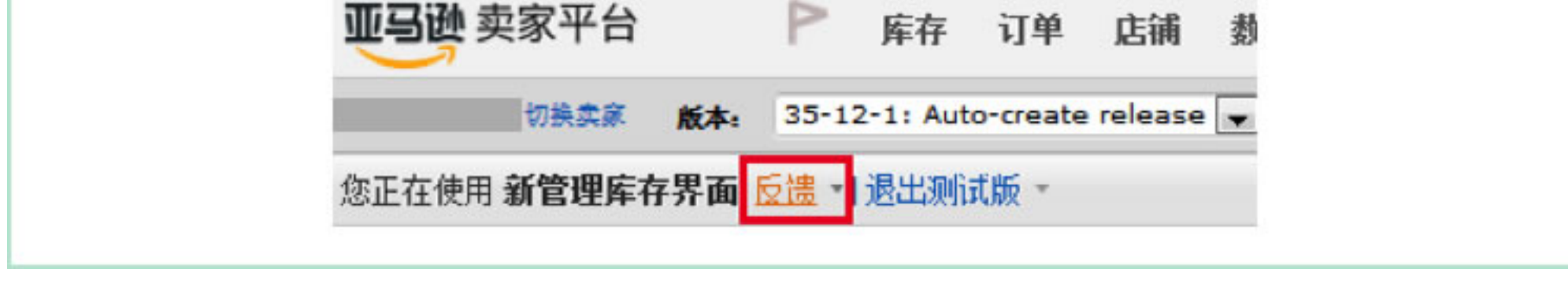
为了帮助卖家更方便地查看与管理卖家后台的商品信息，我们将库存管理功能进行了整合优化，并推出全新的“库存管理”页面。我们将于明年早些时候停用旧版“管理亚马逊库存”页面。现在，您可以通过点击“管理库存”页面顶部的“立即尝试”按钮进行体验。



在全新的“库存管理”页面中，我们的页面设计更加简洁易用，并优化了库存更新。下图中大家可以到我们推出的主要更新。



我们鼓励广大卖家提供及时的使用反馈，以帮助我们不断地改进！您可以点击新的“管理库存”页面顶部“反馈”按钮提建议。



卖家成功故事

2014年2月，梵族正式上线，闫先生抱着边摸索边学习的心态在亚马逊上线了2款产品。谁知一个多月过去了，惨淡的几个订单让他产生了放弃电商平台的念头，就在这个时候，闫先生接到了亚马逊物流运营工作人员王潇的电话。 “通过亚马逊工作人员的介绍，我开始明白产品基础在电商平台上是最重要的先决条件，而且亚马逊物流对于我来说是个绝好的提高销量的机会。亚马逊物流是一个把产品销售从1变成5，变成6的过程，而不是把0变成1的过程。在亚马逊工作人员的耐心指导下我开始了解在亚马逊开店的规则，包括如何设置产品标题，关键词，如何用图片更好的展示产品。在这些基础工作完善后，很快销量就得到了几倍的增长，我也越来越有信心。”



经过一点一滴的积累，梵族几个明星产品关键词搜索排名从刚开始的第20页提升到第10页，第5页，第1页，最终把它锁定在第一页的第一个。并且始终保持“人气”的红色标注；产品排名靠前的流量自然也就上去了。后面的新品也因为明星产品引入的流量关联，而增加新品的销售和提高新品的排名，从而形成良性循环。

闫先生目前在亚马逊经营的21个产品全部选择了使用亚马逊物流，他说“省时省力，配送速度快，最关键的是销量有保证。”在42周的时候梵族已经达到了33,520的销售额。

十一月“亚马逊物流”网络培训课程现已开通报名入口

Table with 2 columns: 培训课程 (Training Course) and 培训内容 (Training Content). It lists two courses on Amazon logistics and inventory management.

报名参加本月课程

报名参加本月课程

我们真诚的祝愿您的事业在“亚马逊物流”的协助下能够再创佳绩。

亚马逊物流团队