



# 通过亚马逊企业购高阶功能 及项目获得专属选品推荐

## 课程路径图及内容

4.1

### 查看店铺的企业端销售情况

查看店铺的企业端销售业绩，并准确获知买家类型及热销商品，从而帮助您快速追踪并提升 B2B 销量。



4.2

### 获得您的专属选品推荐清单

了解什么是商品机会，并通过亚马逊卖家平台下载 B 端潜力商品清单获取属于您的新销售机会。



4.3

### 通过管理报价功能回复企业买家在线询价

回复企业买家的在线询价来获得更多销售机会并拓展业务，在线达成更多交易。

4.4

### 亚马逊企业购企业热卖日历及活动介绍

根据不同旺季的主题及买家类型，有针对性地设置优惠信息，并通过选品推荐及运营建议及时补足相应库存。





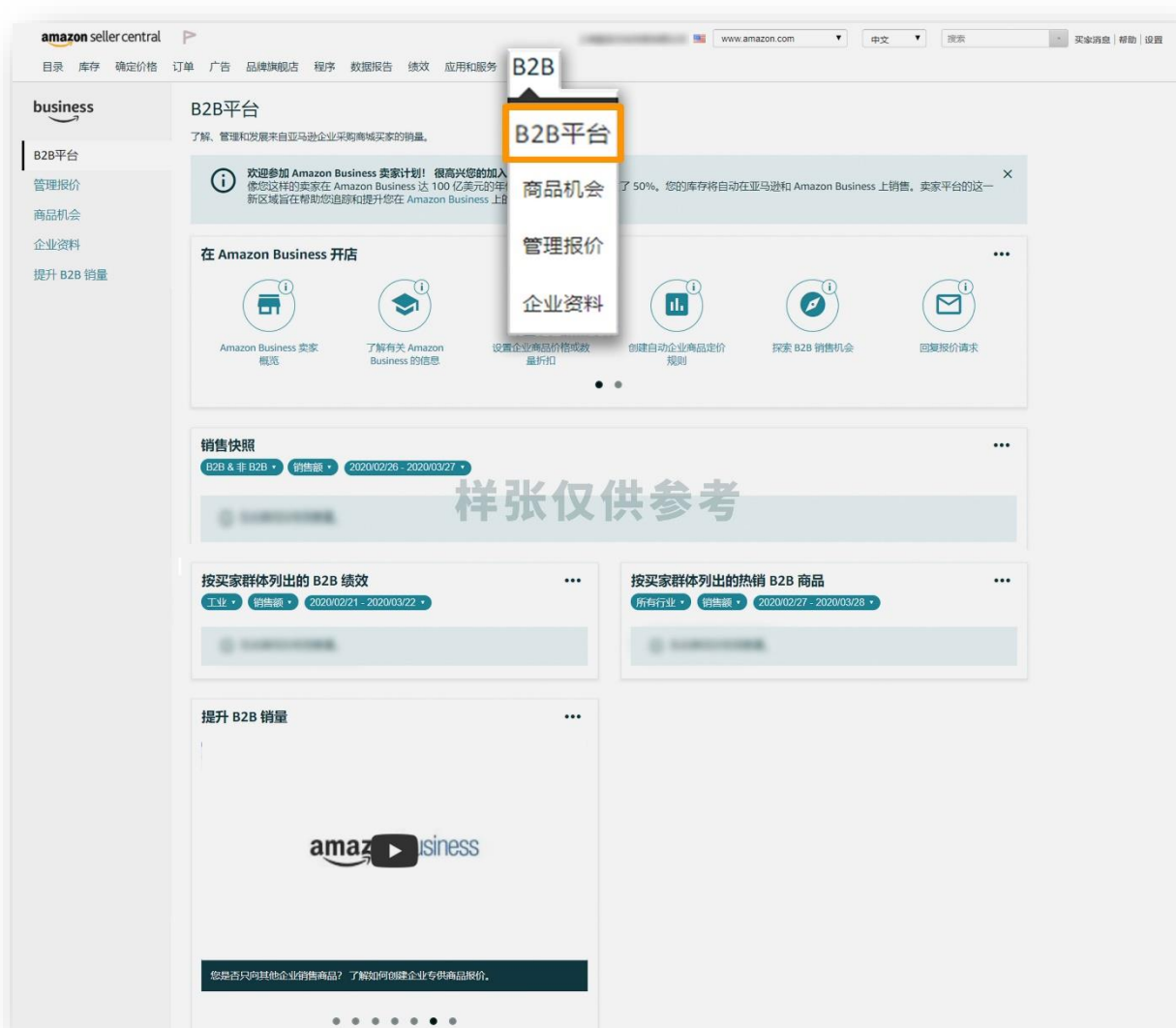
# 目录

1. 查看店铺的企业端销售情况	2
1.1 <u>B2B 平台模块介绍及使用指南</u>	3
1.2 <u>通过销售报告优化您的运营</u>	7

## 1.1 B2B 平台模块介绍及使用指南

如果您当前正处于销售瓶颈期，首先需要剖析您的目标市场：即**找到最核心的20个企业用户类型**。例如：您的店铺有5大类企业客户或满足了5大消费诉求，您可以先选择最大或最典型的一类客户，然后像剥玉米一样，一层一层地筛选出这类客户中的最核心用户，并对其透彻分析。分析得越清楚，您的运营策略、供应链搭建、选品的选择才能够准确地一一对应。以下将分析亚马逊 B2B 平台的模块，来向您介绍如何查看买家类型及热销商品，从而帮助您快速追踪并提升 B2B 销量。

您可以通过亚马逊卖家平台，依次点击“B2B > B2B 平台”，进入 B2B 平台，快速了解 B 端的销售情况，并有针对性地优化设置。



B2B 平台通过“销售快照”、“按买家群体列出的 B2B 绩效”、“按买家群体列出的热销 B2B 商品”三个功能模块，让您知悉销售情况，管理并提升来自亚马逊企业购买家的销量。接下来，将通过演示一位销售办公椅的英国站点卖家的 B2B 平台，向您展示如何通过这三个功能模块查看销售数据。注意：以下数据及建议仅供参考。

### • 销售快照

您可通过此模块了解店铺在该站点的总体 B2B 和非 B2B 销售额及商品数量的趋势和波动。通过自定义查询时间，结合店铺的整体销售分析，进行比对。



通过上图可以发现：这位卖家销售商品的 B 端采购旺季出现在 8 月前后，而 C 端的高峰则出现在 6 月左右，两者稍有差异。通过该数据，您可以更好地把握库存管理和商品上新的备货时间节点。同时，从销售额这栏还能看出：这位卖家在英国站的 B 端销售份额高达 17%。此外，您可以通过“销售快照”这一模块，查看更多销售订单的详细数据。

### 按买家群体列出的 B2B 绩效

B2B 平台以“工业”、“区域”、“模块”这三个维度来划分买家类型。同时，您还可通过选择“数据类型”和“日期范围”来查看不同买家群体的 B2B 绩效。因此，该模块可帮助您更好的了解客户的群体和区域，从而调整仓储策略及 Listing 的关键词策略。



通过这位卖家的销售数据可以看到：教育类和个护健康行业买家的销售额同比去年有大幅度地增长，其中高等教育，即来自大学的订单增长迅速。因此，这位卖家可以在**店铺资料介绍**、商品的外包装中加入“**For Higher Education**”、“**For Healthcare**”等关键词来获得更多此类买家的注意。在**新品研发阶段**，也建议卖家充分考虑此类买家对于商品使用的功能需求。

- 按买家群体列出的热销 B2B 商品

在买家群体这一栏，您可通过选择买家行业，并按照销售额或商品数量排序查看 ASIN 维度的销售表现。这个模块按照7天和30天的维度，向您展示哪些商品最受企业买家们的欢迎，从而帮助您做商品备货的动态预测。



通过前面的介绍，可以发现这位卖家的教育机构用户增长很快，点击“行业 > 教育”，可以根据时间查看该店铺最受教育机构欢迎的 ASIN，从而更好地对单个 Listing 进行精准优化：包括 Listing 的主图，商品详情页添加企业使用场景图片，例如添加办公椅在教育类行业的使用场景图，在商品五点描述、广告关键词中添加带有“University”、“School”、“College”等相关关键词，并及时补足该商品的库存、设置数量折扣价等优惠。

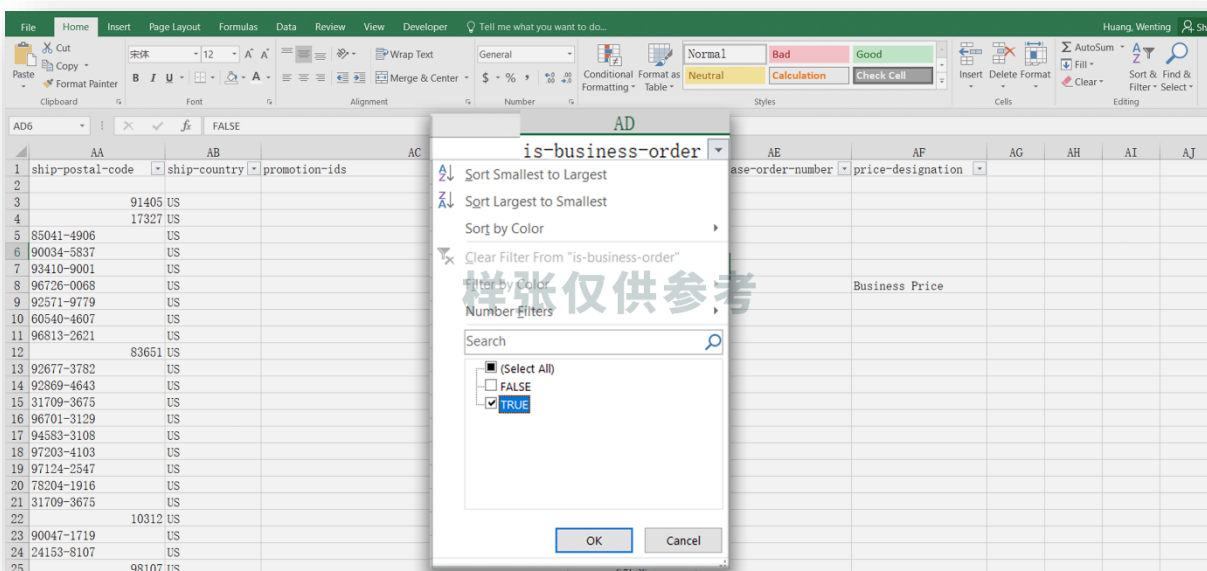
## 1.2 通过销售报告优化您的运营

除了 B2B 平台的销售数据分析外，您还可以通过下载订单报告，洞察企业买家的购买习惯。在亚马逊卖家平台，点击“订单 > 订单报告”，选择报告的日期范围，并点击“请求”。亚马逊将尽快生成您的销售报告。报告处理完毕后，您可以在“下载报告”处下载。



以下将通过演示一位卖家的销售报告，向您分析企业买家的消费习惯，供您作为优化数量折扣及定价的思路参考：

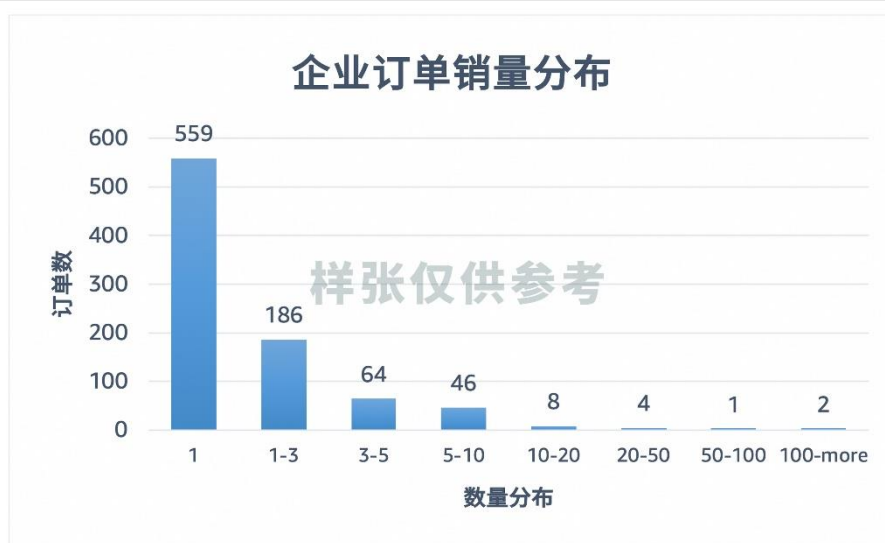
首先，在销售报告找到“is-business-order”这一列，并勾选“TRUE”来筛选 B2B 订单；



然后，通过筛选“已发货/未发货”的订单，选择对应的 ASIN，再按订单销量降序排列；

The screenshot shows an Excel spreadsheet with columns for 'sku', 'asin', 'item-status', 'quantity', 'currency', 'item-price', 'item-tax', 'shipping-price', 'shipping-tax', 'gift-wrap-price', 'gift-wrap-tax', and 'item-promotion-d'. A filter menu is open over the 'item-status' column, showing options for 'Cancelled', 'Shipped', and 'Unshipped'. The 'Shipped' and 'Unshipped' options are checked. The spreadsheet data includes various order entries with their respective prices and taxes.

通过销售报告，您可以发现企业买家下单的数量分布，从而根据实际情况设置数量折扣。您可以参考销售报告来制作出适合自己的数据分布图。下图是我们依照销售报告来制作的一份企业订单销量分布图（非系统自动生成），向您展示订单销量和购买数量的关系。



通过上图可以发现：来自企业端的订单购买数量多呈现小批量特点，这是因为部分企业买家在大批量采购前，会倾向于先购买少量订单进行商品使用对比。因此，为了进一步提升企业买家复购频次，并做好承接大单需求的准备，建议卖家可以将最少购买数量设置为3、5、10、50、100来应对不同的购买需求。浏览学习资料：[3.2 设置企业商品价格及数量折扣价](#)了解数量折扣价设置方法。

# 恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

## 课程路径图

4.1 查看店铺的  
企业端销售情况

4.2 获得您的专属  
选品推荐清单

4.3 通过管理报价功能  
回复企业买家在线询价



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”  
让我们为您带来更多实用的  
学习资料！



请扫二维码填写课程反馈  
让我们持续优化您的体验

## 延伸学习课程



### 亚马逊企业购

- 什么是亚马逊企业购？
- 将亚马逊企业购添加到卖家账户
- 通过亚马逊企业购基础功能帮助提高销售额
- 通过亚马逊企业购高阶功能及项目获得专属选品推荐
- 企业买家热购品类

除了本章的通过亚马逊企业购高阶功能及项目获得专属选品推荐，亚马逊企业购系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多…



### 亚马逊官方讲堂

由官方金牌讲师授课，为有意向开店及已开店的中国卖家，量身打造线上及线下精品付费培训。



扫码了解更多