

001
市场调研

- https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MzQ4NjcyMA==&mid=2647814168&idx=1&sn=ee2119f2bd3b86a6f0370643dda08de8&chksm=beb092f789c71be18a42c32e74f12e72c6a7223730d3cbbfeb3102f4bc3e3a3e78ae8b990107&scene=178&cur_album_id=4133096702251253768&search_click_id=#rd

- https://mp.weixin.qq.com/s/i1bJmU0yLHmqwwtm2io3Mw?lang=zh_CN

一、市场调研 ——目的

- 对整个新进入的品类进行一个大致的摸排
- 锁定对标竞品，确定推广方向
- 深度研究整个类目的listing（文案-图片-广告数据-推广策略-评价线），为listing文案撰写奠定基础
- 深挖类目痛点（差评方向）
- 建立我们产品的核心卖点，推广方向
- 为推广策略，定价策略及推广计划的制订，做数据基础

- 市调结论：让运营的线路更清晰，推广链路更有信心

市场调研 -- 目标

- 锁定对核心标竞对（短--中--长期）
- 广泛分析--择优记录（优秀链接的文案--主图视觉--推广手法--评价手段--差评等）
- 构建竞品库——筛选三类定投对象ASIN
- 整理调研表，出调研结论
- 差评痛点分析方向：会同开发一起交流讨论调研表及结论，给出下一阶段选品优化或变体方向及策略

知己知彼

- **了解对手玩家分布**
- **推广特点**
- **运营实力等等**

市场调研 从哪几个维度做?

- 头部垄断程度
- 市场容量
- 类目竞争度
- 品类市场摸排（价格分布，评分，评价基数，玩家分布）
- 切入点 （涉及痛点调研，改良）
- 推广/获客成本CPA 预估
- 上新率 （评价少，1-3个月的新品）
- 上新成功率 (选品维度)

- 利润率分析
- 预算投入模型预估

为什么强调“笨”方法?

- 以搜索词进入，感知关键词搜索结果页的竞争度和市场情况
- 强调真实感，对要进入的品类，产生基本印象 → 加深印象 → 确切记忆
- 工具下的结论，太宏观，看起来高大上，实则无用，参考价值有限



市场调研的核心方法

精准关键词的分析：

建立市场体感的第一步

三类对标竞品的锁定：

锚定成长路径的关键

: Salt and Pepper Grinder Set

- 调研前，**选对词** 很关键

- 选词太小，太精准，会对大红海市场形成误判
- 选词太大，对藏在大红海中的**细分蓝海**把握不住

- 大中取小
- 小中看大

- 选品启示

选红海中的蓝海



Sponsored

Dumpling Squishies, Glitter Dumpling Mystery Box, Colorful Dumplings Stress Balls Fidget Sensory Toy, Stocking Stuffers wit...

4.1 ★★★★☆ (262)

9K+ bought in past month

Limited time deal

$15.29 List: $16.99

Join Prime to get FREE delivery **Today 5 PM - 10 PM** on eligible orders
Or Non-members get FREE delivery **Tue, Jun 9** on $35 of items shipped by Amazon

Ages: 3 years and up

搜索词	搜索频率排名
dumpling squishy	27

B0GVP31F2F

搜索词	搜索频率排名
dumpling squishies	45,117
squishies dumpling	237,050
small dumpling squishies	252,773



Click to see full view

Ask Alexa

Dumpling Squishy, Dumpling Squishy Mystery Box, Cute Big Squishy Dumpling Stress Ball Fidget Sensory Toy for Adults Anxiety Relief, Novelty Squeeze Ball for Office Desk (Pink)

Brand: DASDSA

3.8 ★★★★☆ (78) | Search this page

1K+ bought in past month

$13.99

Get a $50 Amazon Gift Card instantly upon approval for the Mercury Visa Signature Card. Learn more

FREE Returns

Color: **Pink**

$13.99	$13.99	$13.99	$9.99 ~~$13.99~~	$13.99

- Satisfying Sensory Stress Relief: This dumpling squishy toy offers a deeply satisfying tactile experience. Made from soft, high-quality TPR material, it provides the perfect resistance for squeezing to help relieve tension and anxiety during long workdays, while studying, or whenever you need a moment of calm. It's an ideal fidget accessory for maintaining focus and promoting mental clarity in any adult environment .
- Irresistibly Cute Desk Decor: More than just a stress toy, this adorable squishy doubles as charming desk decor. Its realistic dumpling design and pleasing texture make it a fun conversation piece for your office, home workspace, or coffee table. It adds a

: Salt and Pepper Grinder Set

- 调研前，**选对词** 很关键

- 选词太小，太精准，会对大红海市场形成误判
- 选词太大，对藏在大红海中的**细分蓝海**把握不住

- 大中取小
- 小中看大

- 选品启示

选红海中的蓝海



Electric Salt and Pepper Grinder Set, 2-Speed Setting, Stainless Steel Rechargeable Automatic Pepper Mill Shakers with USB Charging...

4.4 ★★★★☆ (159)

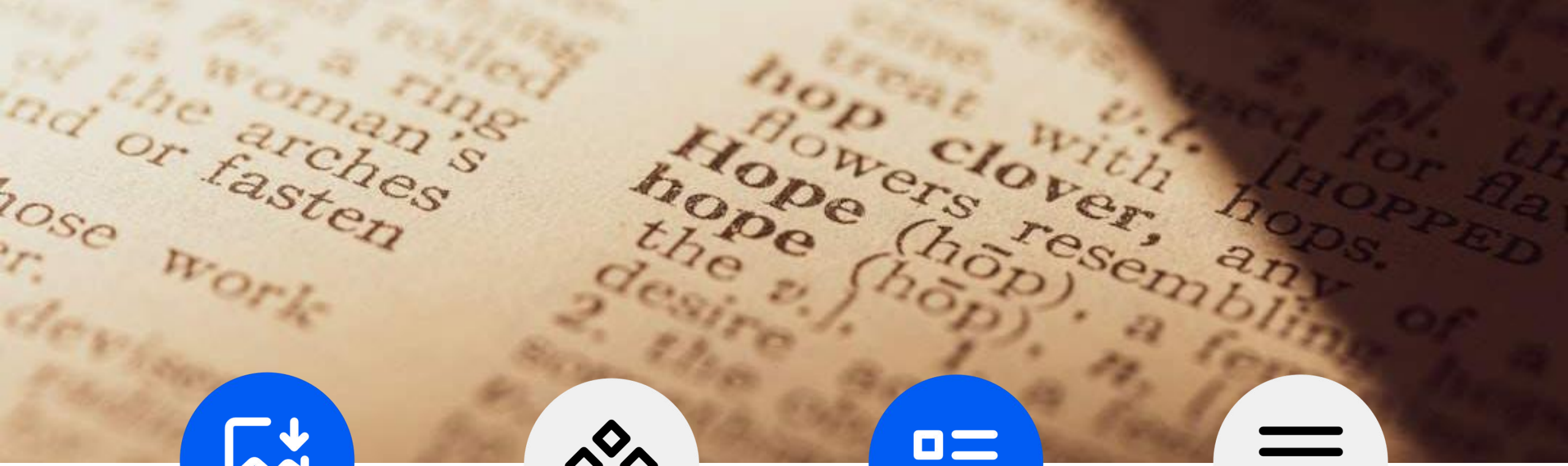
900+ bought in past month

$36.99









核心精准关键词

找到产品的核心精准关键词，这些关键词能够精准定位产品或目标用户需求。

买家和卖家的视角

通过前台搜索结果，从买家和卖家的角度分析主图、标题、价格等信息。

类目基本盘梳理

翻页搜索过程中，梳理出高低价区产品特点及主流风格，获得直接市场认知。

不可替代的细节

细节无法通过工具报告获取，需在摸排过程中获取直观感受。

三类对标竞品的锁定

01

短期对标:

针对快速起量的新品，通过分析它们的推广策略，为新品上线初期提供有效的参考。



04

排除非健康链接:

在筛选竞品时，确保运营逻辑可持续，避免低价冲量的产品。

- **TK带起量**
- **站外起量**
- **刷测起量**

02

中期对标:

针对运行3个月的竞品，分析推广节奏，为新品的中期优化提供借鉴。

03

长期对标:

选择上架半年至一年的稳定产品，学习其定价及用户留存策略，为新品冲刺提供目标。

案例：

- Salt and Pepper Grinder Set
- womens underwear

DS 话术：帮我找一下womens underwear的同义词，不同的表达，场景，所有的关键词， 英文，品名，地道的说法等

在线资料：市调案例

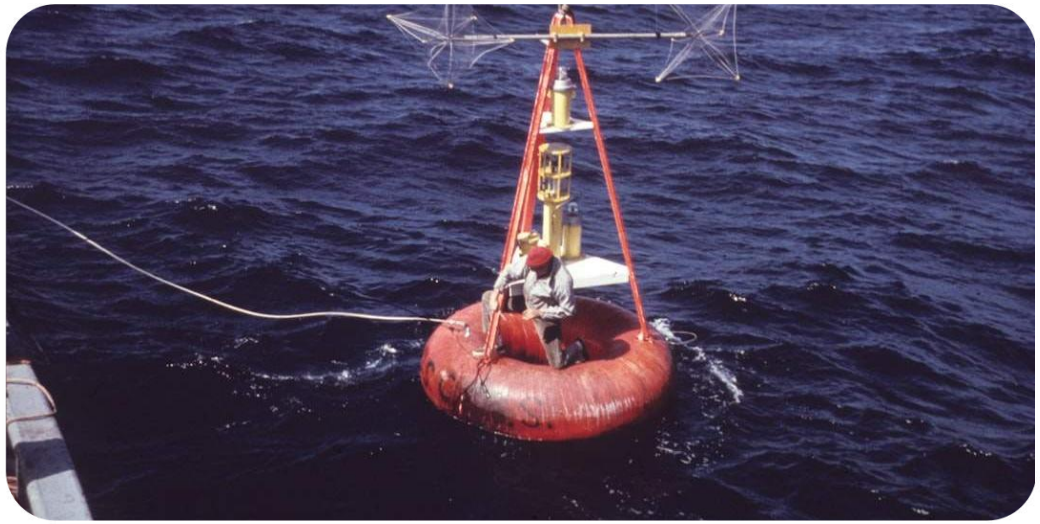
5. 通过市调探知、锚定对手的推广路径曲线

0831 深入分析竞争对手的运营手法推广策略 2.0（又是一篇万字长文）

- 价格线 （keepa, 卖家精灵插件：Coupon，价格折扣，秒杀LD-BD）
- 评价线
- 排名上升曲线
- 广告线

https://mp.weixin.qq.com/s/i1bJmU0yLHmqwwtm2io3Mw?lang=zh_CN

调研的实际应用



样本量与深度分析：

从广撒网到深聚焦

调研对运营决策的支撑：

全链路策略制定

样本量与深度分析

大样本支持:

首先扫描20-50条竞品Listing，进一步聚焦10条左右进行深入分析。

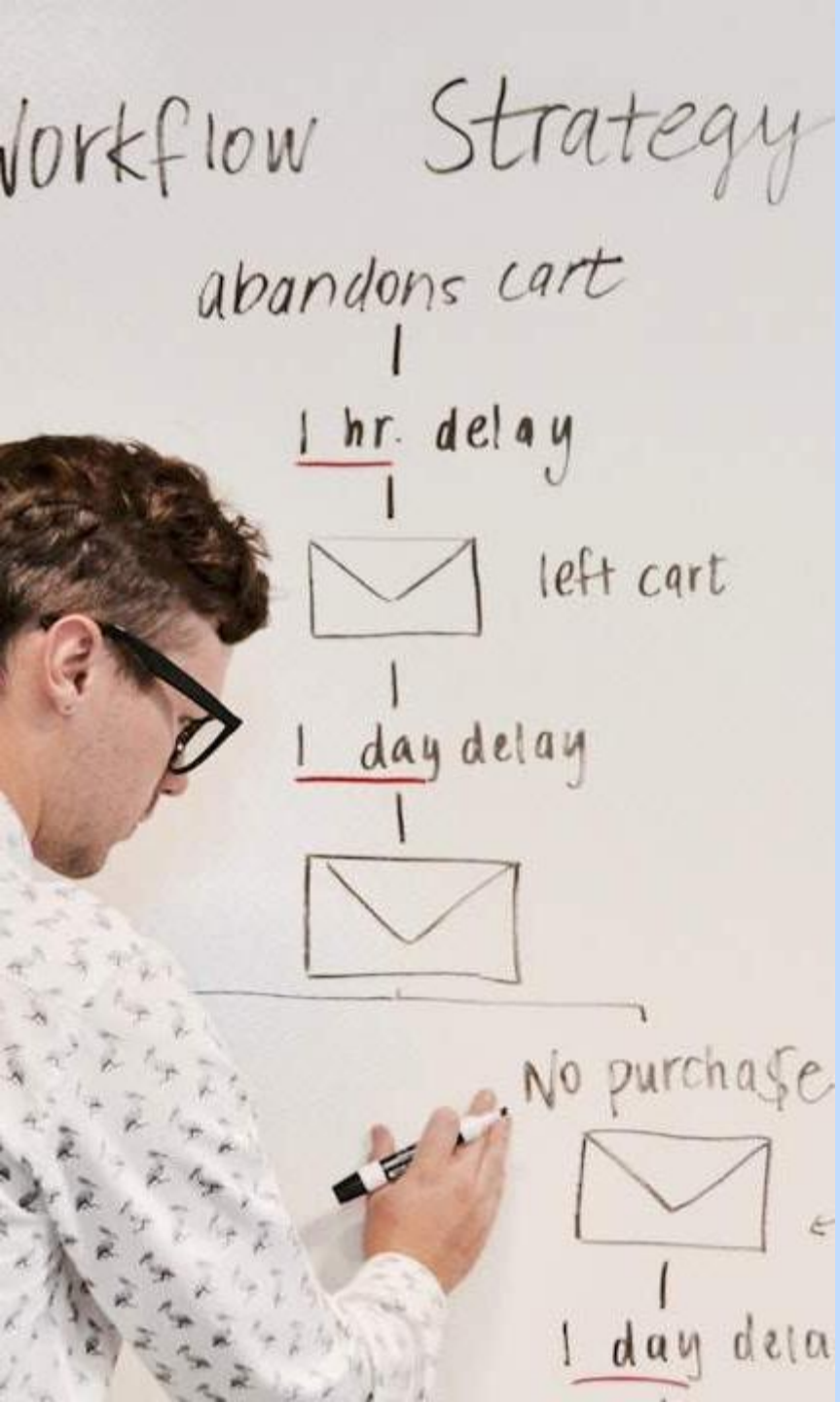
分析内容:

重点分析Listing中的标题、五点描述、视觉呈现逻辑，确保全面了解市场需求。

推广策略反推:

通过排名和广告位分布，反推竞品的广告架构和预算分配。





调研对运营决策的支撑

明确定价策略:

对标竞品的日单量和价格带为定价策略和备货计划提供参考。

转化痛点为卖点:

从差评提炼痛点，形成Listing的核心卖点，提高竞争力。

广告体系的依据:

根据竞品推广节奏和广告打法，制定新品的广告策略。

整合分析结果:

通过整理对标竞品的细节，积累文案撰写和图片需求的素材。

对标类型	时间范围	特征
短期对标	约1-3个月	评价少，起量快，冲进Top 100
中期对标	约3-6个月	排名稳定在小节点Top 50，Listing扎实
长期对标	半年-1年	排名稳定在Top 5-20，评价适中

调研价值

时效性：学习最新的推广策略与关键词布局，用于初期破局。

可实现性：预判中期成长路径，明确优化方向。

可持续性：学习已验证成功的定价、卖点和留存策略，作为长期目标。

运营调研的核心：不是用工具偷懒，而是用笨功夫扎根市场。

调研结论：

- **价格分布**：已经是准对标对象的研究——出定价策略
- **评价分析**：特别短期竞对Vine回评情况分析——出评价策略
- **推广路径曲线分析**：出推广计划
- **功能区分析**：明确卖点优势
- **差评分析**：明确类目痛点
- **了解**：竞对玩家分布及其运营特点

最终价值：让每一步推广动作都有据可依，让新品的成长过程从“不可控”变为“可预测、可管理”。

调研结论

V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
分析区								
Vine评分情况	差评方向	提及次数	定价策略	是否有刷单（评价手法）	文案落地如何	视觉落地如何	缺点	其它

产品推广前这些数据建议先扒一遍

对标的竞品 (1) | 对标的竞品 (2) | 对标的竞品 (3) | 对标的竞品 (4) | 对标的竞品 (5) | 类目排名及销量 | 关键词ABA周数据 | 关键词谷歌趋势 | 关键词ABA日数据 | 新品推广计划表

亚马逊卖家，吃不下品牌咨询的饼

原创 皮HK 皮HK的出海冒险 2025年10月21日 07:55 广东

二、都在谈洞察。

要知道，我们都是选品打天下发展而来，我们的业务天然地以竞争对手研究为基石，而不是被消费者研究驱动。

竞品思维在前期分析可以使用，但在做产品过程中是很忌讳的，变成了**只关注对手而不是用户**。

——《参与感》