

كيفية البيع عبر برنامج الشحن بواسطة

أمازون (FBA) | 2023

دليل مفصل



ترجمة

أمازون روكت Amazon Rocket

WhatsApp: 00962795052517

[/https://www.amazonrocket.academy](https://www.amazonrocket.academy)

مقدمة

اشترك لتصبح بائعاً في برنامج الشحن بواسطة أمازون (FBA).
مع برنامج FBA، ستتمكن من بيع منتجاتك إلى 300 مليون عميل مشتركين في موقع أمازون، وستؤدي أمازون جميع متطلبات عملية الشحن، بينما تتفرغ أنت لبناء عملك وكسب المال.
في هذا الدليل الإرشادي، سيعمل المؤسس والمدير التنفيذي لجانجل سكاوت "جريج ميرسر" جنباً إلى جنب مع فريق من خبراء التجارة الإلكترونية، ليوفروا لك دليلاً شاملاً ومفصلاً خطوة بخطوة للبيع عبر برنامج الشحن بواسطة أمازون.

AMAZON
ROCKET!

جدول المحتويات

الفصل الأول: هل من الأفضل تباع منتجاتك عبر برنامج الشحن بواسطة أمازون (FBA)؟

سوق أمازون

ما مقدار المكاسب النقدية التي يحققها بائعو أمازون

ما الذي تحتاجه للبيع على أمازون: الوقت والمال

الفصل الثاني: كيفية البيع باستخدام برنامج الشحن بواسطة أمازون: الأساسيات

كيف يعمل البرنامج

نماذج أعمال أمازون

الفصل الثالث: إنشاء حساب بائع على أمازون

الفصل الرابع: المنتجات التي ستباع على أمازون: إيجاد مُنتَج مربح

الفصل الخامس: كيفية توريد منتجات إلى برنامج الشحن بواسطة أمازون

الفصل السادس: كيف تُدرج مُنتَجًا في أمازون

الفصل السابع: كيف تُطلق مُنتَجًا على أمازون

الفصل الثامن: استراتيجيات البائعة لتنمية أعمالك على أمازون

AMAZON
ROCKET!

هل من الأفضل تباع منتجاتك عبر برنامج الشحن بواسطة أمازون (FBA)؟



الفصل الأول

هل من الأفضل تبّيع منتجاتك عبر برنامج الشحن بواسطة أمازون (FBA)؟

يعد بيع المنتجات عبر الإنترنت طريقة رائعة لبدء عمل تجاري جديد، أو توسيع عمل تجاري قائم بالفعل، وكسب المال. وطالما نويت البيع عبر الإنترنت، فأول مكان يجب أن تبّيع فيه هو أمازون.

سوق أمازون

- سوق أمازون ضخمة جدًا، وتنمو أكثر من أي وقت مضى مع لجوء مزيد من الناس إلى التسوق عبر الإنترنت لشراء أي نوع من المنتجات تقريبًا. كانت أمازون مسؤولة عن 50٪ من نفقات التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة في عام 2021.
- يقول 55٪ من المستهلكين الأمريكيين أنه إذا كان عليهم شراء المنتجات من متجر واحد فقط، فسيكون أمازون، وتضم قائمة أعضاء برنامج أمازون برايم حوالي 200 مليون مستهلك.
- وعلى الرغم من الاضطرابات الاقتصادية الناجمة عن الوباء العالمي، والتضخم، والتحديات الأخرى التي ظهرت في عام 2022، لم يتمكن أمازون من النجاة وسط كل هذا كله فحسب، وإنما ازدهر أيضًا. من بين إجمالي المستهلكين الأمريكيين، يجري 57٪ منهم عمليات شراء عبر أسبوعيًا.

أحد الأسباب الرئيسية لنجاح أمازون هو نجاح عمليات البيع عبر برنامج الشحن بواسطة أمازون (FBA) والبيع بواسطة التاجر أو الطرف الثالث.

في الواقع، كان أكثر من نصف عائدات أمازون البالغة 470 مليار دولار في عام 2021 مصدرها البائعين الخارجيين. يمكنك أن تكون واحدًا منهم!

يقول 80٪ من بائعي أمازون أنهم يطمنون لو بدءوا البيع على أمازون في وقت أقرب.

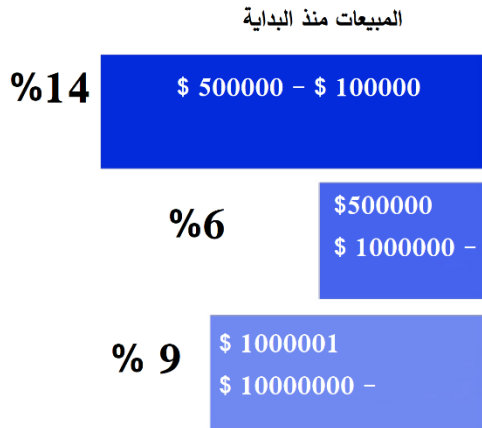
ما مقدار الأرباح التي يحققها بائعو أمازون؟

يقول العديد من بائعي أمازون إنهم يبيعون على أمازون بسبب الحرية التي يمنحها لهم هذا الدخل، فبعضهم يبحث عن وظيفة جديدة أو يريد أن يكون "مديرًا لنفسه"، ويبحث الكثيرون عن أموال إضافية لإعالة أطفالهم أو لسداد الديون أو حتى السفر حول العالم. البيع على أمازون يسمح لك بتحقيق أهدافك.

متوسط المبيعات الشهرية:

يحقق ثلثا بائعي أمازون مبيعات بما لا يقل عن 1000 دولار شهريًا، ويبيع 22 % يربحون 10000 دولار شهريًا! علاوة على ذلك، يحقق بعض البائعين المتميزين ما يزيد عن 250 ألف دولار شهريًا من المبيعات، وتصل مبيعات البعض إلى 3 ملايين دولار سنويًا! حقق 40% من بائعي أمازون الجدد إجمالي مبيعات تزيد عن 50000 دولار في غضون سنوات قليلة! إذن، ما مقدار الأرباح التي يحققها البائعون من تلك المبيعات؟

متوسط الأرباح:



تحقق حوالي 40% من إجمالي الشركات الصغيرة في الموقع أرباحًا، كما أن الغالبية العظمى من بائعي أمازون (ما يقرب من 90 %) يحققون ربحًا، و يحقق 63 % ربحًا خلال عام البيع الأول.

يكسب بائعو أمازون الجدد ربحًا بمتوسط 30 ألف دولار سنويًا من الأرباح!

يحقق بائعو أمازون أيضًا هوامش ربح عالية نسبيًا، حيث

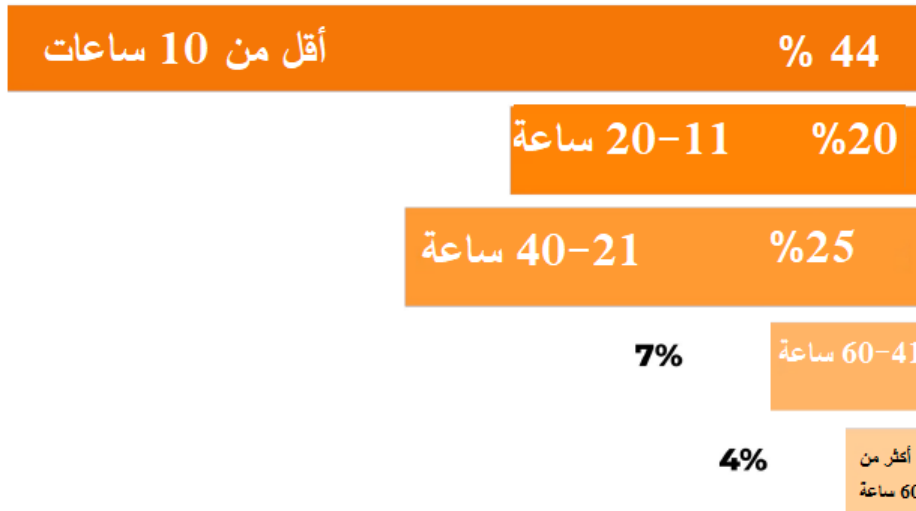
يحقق 68% من البائعين هوامش ربح أعلى من 10%، والأفضل من ذلك هو أن نصف هؤلاء البائعين يكسبون هامش ربح أعلى من 20%.

يمكنك الإطلاع على تقرير مفصل حول أرباح بائعو أمازون [من هنا](#).

ما تحتاجه للبيع على أمازون: الوقت والمال

قبل أن تبدأ البيع على أمازون، من المهم ملاحظة أنك يجب أن تكون على استعداد لبذل بعض الوقت والجهد في العمل عليه. إذا فعلت ذلك، يمكن أن تحقق نجاحًا كبيرًا.

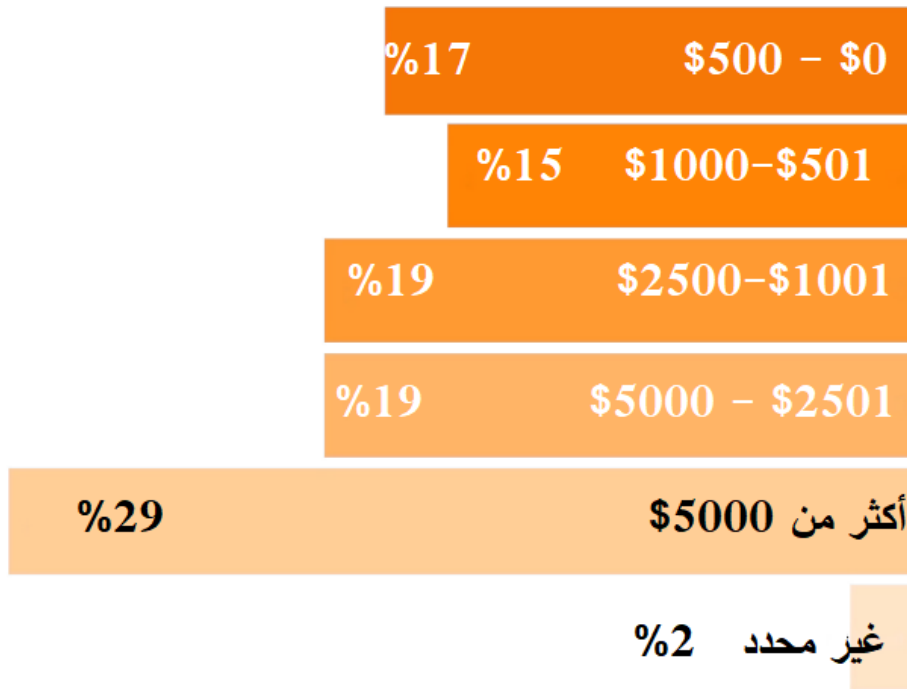
يقول غالبية بائعي أمازون إن البيع على أمازون يتطلب بعض الجهد وأنه ليس وسيلة لـ "الثراء السريع". وقالوا أيضًا أن العوامل الأساسية التي تساهم في نجاحهم هي امتلاك الوقت اللازم للالتزام بأداء أعمالهم، وامتلاك الأدوات والمعلومات اللازمة لمساعدتهم على النجاح. ما مقدار الوقت الذي تحتاجه لتخصيصه لعملك في أمازون أسبوعيًا؟ يقول بائعو أمازون:



يقضي معظم بائعي أمازون أقل من 20 ساعة أسبوعيًا في إدارة أعمالهم في أمازون، وإن كان الوقت سيختلف من بائع إلى آخر اعتمادًا على حجم أعماله، والأدوات التي لديه، وعوامل أخرى.

كم المبلغ الذي تحتاجه لبدء العمل على أمازون؟

يقول بائعو أمازون:



تختلف تكاليف بدء البيع على أمازون بناءً على ما إذا كان لديك منتج تباعه بالفعل أم لا. في الواقع، يمكنك استثمار مبلغ كبير إن شئت أو يمكنك بدء البيع على أمازون مجانًا فعليًا. تعرف على المزيد حول تكلفة البيع على أمازون [هنا](#).

AMAZON ROCKET!

ترجمة

أمازون روكت Amazon Rocket

WhatsApp: 00962795052517

[/https://www.amazonrocket.academy](https://www.amazonrocket.academy)



AMAZON
ROCKET!

الفصل الثاني

كيفية البيع باستخدام برنامج الشحن بواسطة أمازون: الأساسيات



الفصل الثاني

كيفية البيع باستخدام برنامج الشحن بواسطة أمازون: الأساسيات

يمكن القول ببساطة أن كل ما تحتاجه للبيع على أمازون هو منتج لبيعه، وحساب بائع على أمازون، ووسيلة لتوصيل منتجك إلى عميلك.

سواء كان لديك منتج تريد بيعه أو تريد دخول اللعبة وحسب ولكن لا تعرف ما يجب أن تبيعه بعد، ستجد نموذج أعمال مناسب لك للبيع على أمازون. سنراجع الخيارات والاختيارات العديدة المتاحة لك عند بناء أعمالك، وسنركز على خيار ثبت أنه مربح وقابل للتوسع، أي: **العلامة التجارية الخاصة (Private label)**.

نماذج أعمال أمازون

الدروبشيبينج: شراء المنتجات من المصنّع مباشرة والذي يلبي الطلب ويشحن المنتج إلى العميل مباشرة.



العلامة التجارية الخاصة: إنشاء تصنيف أو علامة تجارية خاصة بمنتجك (سنستكشف ذلك بالتفصيل في هذا الدليل).



منتجات مصنوعة يدويًا: إنشاء أو صنع منتجاتك الخاصة لبيعها على أمازون.



البيع بالجملة: شراء المنتجات بالجملة مباشرة من علامة تجارية أو من موزعين لديهم مخزون إضافي لبيعه على أمازون.



إعادة البيع/المراجعة: شراء منتجات بخضم من بائعي التجزئة أو عبر الإنترنت لإعادة بيعها على أمازون.



يمكنك شحن منتجاتك عبر برنامج الشحن بواسطة أمازون (FBA)، بحيث تتولى أمازون عمليات فرز وتعبئة وشحن منتجاتك. سنشرح هذه العملية بالتفصيل لاحقاً. أو بدلاً من ذلك، يمكنك البيع عبر شبكة الشحن بواسطة التاجر على أمازون (أو FBM)، وستتحمل أنت مسؤولية جميع العمليات المرتبطة بالشحن. يمكنك قراءة مزيد من المعلومات حول FBA و FBM [من هنا](#).

كيفية بيع منتجات العلامات التجارية الخاصة عبر برنامج الشحن بواسطة أمازون:

يستخدم 59% من جميع بائعي أمازون العلامة التجارية الخاصة أو ممارسة توريد أو إنتاج منتجات بالجملة لبيعها تحت اسم علامتهم التجارية الخاصة.

ما تفعله أنت:

- **البحث عن المنتج:** ابحث عن المنتجات التي عليها طلب مرتفع ومنافسة منخفضة على أمازون لضمان أكبر فرصة ربح ممكنة. هذا أمر بالغ الأهمية لنشاطك التجاري، وسنتطرق إليه بمزيد من التفاصيل أدناه.
- **تحديد مصادر المنتج:** ابحث عن مورد أو جهة تصنيع لإنتاج منتجك بتكلفة مناسبة. يمكن للمورد شحن منتجاتك إلى مستودعات أمازون مباشرة.
- **قائمة المنتجات والعلامات التجارية:** قم بإنشاء حساب بائع على أمازون وقائمة (قوائم) لمنتجك، بما في ذلك تصميمات الجرافيك التي تحمل علامتك التجارية والصور الفوتوغرافية عالية الجودة.
- **الترويج:** أطلق منتجك وأعلن عنه لتبرزه بين كتالوج أمازون الذي يضم ملايين المنتجات، ورفع تصنيفه في نتائج البحث عن المنتج.
- **إدارة المبيعات:** راقب مخزونك ومبيعاتك، وقم بتوسيع نطاق عملك للاستمرار في تحقيق المزيد من الأرباح.

بعد أن يطلب أحد العملاء منتجك، يمكنك تتبع عملية الشحن المنتج إلى العميل، ولكن لا يتعين عليك القيام بأي شيء بنفسك.

ما تفعله أمازون:

1. تستلم أمازون منتجاتك (منك أو من موردك) وتخزنها في واحد أو أكثر من مراكز الشحن التي تبلغ مساحتها مليون فدان، وهي مستودعات ضخمة يديرها الروبوتات وموظفو أمازون، حيث يتم جرد

منتجاتك وفرزها. (من مصلحة أمازون أن تعتني بمنتجاتك جيدًا، ولكن إذا تعرضت للتلف بطريقة ما في أحد مستودعات أمازون، فسوف تعوضك عن سعر البيع الكامل!)

2. عندما يرسل أحد العملاء طلبًا لمنتجك على أمازون، تقوم أمازون بمعالجة المعاملة تلقائيًا، ويتم انتقاء منتجك من مكانه على أرفف مستودعات أمازون، وتعبئته في صندوق يحمل شعار أمازون، وشحنه إلى العميل.

تدير أمازون عملية التواصل مع العميل، بما في ذلك إشعارات الشحن والتتبع والمراجعات وحتى المرتجعات.

ترجمة

أمازون روكت Amazon Rocket

WhatsApp: 00962795052517

[/https://www.amazonrocket.academy](https://www.amazonrocket.academy)

AMAZON
ROCKET!



إنشاء حساب بائع على أمازون



الفصل الثالث

إنشاء حساب بائع على أمازون

بمجرد أن تقرر أنك تريد البيع على أمازون، يجب أن تكون خطواتك الأولى هي إعداد حساب البائع الخاص بك. يمكنك إنشاء حساب حتى إذا لم يكن لديك منتج أو أي قوائم نشطة.

من المهم إنشاء حسابك أولاً، لأن عملية التحقق من الهوية التي تجريها أمازون قد تستغرق عدة أسابيع، وبالتالي يجب أن تكون واثقاً من أنك تلقيت الموافقة على حسابك بحلول الوقت الذي تصل فيه منتجاتك إلى مستودعات أمازون. يتيح لك امتلاك حساب التحقق مما إذا كانت أمازون تقيّد بيع منتجات معينة أم لا، أو ما إذا كانت منتجات معينة تتطلب معلومات إضافية أو مصادقة أولاً قبل أن تتمكن من بيعها.

ماذا عليك أن تفعل لإنشاء حساب بائع على أمازون؟



1. تقديم المستندات:

تطلب Amazon منك تقديم مستندات متنوعة، بما في ذلك:

- (أ) إثبات الهوية: رخصة القيادة أو جواز السفر أو أي بطاقة هوية أخرى صادرة عن جهة حكومية
- (ب) معلومات الفواتير: بطاقة الائتمان
- (ج) العنوان (سترسل أمازون بطاقة بريدية تحتوي على رمز إلى هذا العنوان حتى تتمكن من التحقق من عنوانك)
- (د) رقم الهاتف.



2. قم بإعداد عملك:

أثناء تسجيل حساب البائع، ستطلب منك أمازون معلوماتك الضريبية.

(أ) إذا كنت فردًا، فستدخل رقم الضمان الاجتماعي الخاص بك (SSN)

(ب) إذا كنت تمتلك شركة، فستدخل رقم تعريف رب العمل (EIN)

(ج) إذا كنت مقيمًا خارج الولايات المتحدة، فستحتاج إلى بطاقة ائتمان وحساب مصرفي صالحين

للعمل على المستوى الدولي، وإثباتًا للإقامة في إحدى البلدان المعتمدة من أمازون للتسجيل

كبائع، والمعلومات الضريبية (W-8BEN بصفتك دافع ضرائب غير أمريكي).

هل تحتاج إلى شركة ذات مسؤولية محدودة؟

- عند إنشاء حساب عملك على أمازون لأول مرة ، ليس من الضروري أن يكون لديك شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC). إذا كنت مواطنًا أمريكيًا، يمكنك التسجيل كمالك وحيد. نوصي بإنشاء شركة ذات مسؤولية محدودة لعلامتك التجارية بمجرد أن تعرف أن عملك قابل للاستمرار ، لأن هذا سيحمي أصولك الشخصية، كما سيوفر لك مزايا ضريبية إضافية.
- إذا كنت بائعًا دوليًا ولست دافع ضرائب في الولايات المتحدة، سيكون عليك إجراء مقابلة ضريبية. تشترط لوائح مصلحة الضرائب الأمريكية على دافعي الضرائب غير الأمريكيين تقديم نموذج W-8BEN إلى أمازون للإعفاء من متطلبات إعداد التقارير الضريبية في الولايات المتحدة. يمكنك أيضًا تسجيل شركة ذات مسؤولية محدودة في الولايات المتحدة في بعض الولايات. تأكد من استشارة المستشار القانوني المناسب لضمان التزامك بقانون الولايات المتحدة.

فكر في إنشاء حساب جاري منفصل لعملك التجاري

- قد ترغب في إنشاء حساب جاري جديد لأعمالك في أمازون على وجه الخصوص لتجنب اختلاط الأموال، والاحتفاظ بدفاتر محاسبية دقيقة تسهل عليك الأمور في ميعاد تقديم الإقرارات الضريبية. بصفتك مالكًا وحيّدًا، يمكن أن يكون هذا أمرًا سهلاً مثله مثل إنشاء حساب جاري شخصي آخر لدى مصرفك الحالي. أما إذا كنت تعمل كمؤسسة تجارية أو شركة فقد تحتاج إلى إنشاء حساب تجاري.



3. اختر إما حساب احترافي أو حساب فردي

إذا كنت تخطط لبيع أكثر من 40 منتجًا شهريًا ، فاختر حساب "احترافي" ، وإذا كنت تتوقع بيع أقل من ذلك، فاختر حساب "فردي". إليكم السبب:

الحساب الفردي مجاني، ولكن سيتعين على البائعين دفع رسوم 0.99 دولار عن كل منتج بمجرد بيع المنتج. يبلغ اشتراك الحساب الاحترافي 39.99 دولارًا أمريكيًا شهريًا، ولكن لا توجد رسوم على بيع المنتجات. لذلك إذا كنت تخطط لبيع أكثر من 40 وحدة شهريًا، سيكون الحساب الاحترافي أقل تكلفة بالنسبة لك. بالإضافة إلى ذلك، ستعيد لك أمازون 100% من رسوم الاشتراك البالغة 39.99 دولارًا عن الأشهر التي لا تحقق فيها مبيعات. لذلك إذا استغرق الأمر بضعة أشهر لإجراء أول عملية بيع لك، فسترد أمازون الرسوم عن تلك الأشهر.

إذا لم يكن لديك منتج جاهز للبيع بعد، نوصي بإنشاء حساب فردي، ثم نوصي بالترقية إلى حساب احترافي بمجرد أن يصبح منتجك جاهزًا للشحن إلى مستودعات أمازون. (من السهل تغيير نوع الحساب - ما عليك سوى الترقية أو الرجوع إلى إصدار سابق ضمن إعدادات حسابك ودفع الفرق إن أمكن.) بالإضافة إلى ذلك، سيكون لديك إمكانية الوصول إلى المزيد من المميزات والأدوات داخل مركز البائع "Seller Central" مثل:

- الأهلية لمربع الشراء.
 - الكوبونات.
 - إعلانات أمازون.
 - أخبار المخزون.
 - أدوات تقارير الأعمال.
 - محتوى فائق الجودة (A+) (*) يتطلب تسجيل العلامة التجارية أو الشعار التجاري).
- تعلم مزيد من المعلومات حول الحسابات الاحترافية مقارنة بالفردية [هنا](#).

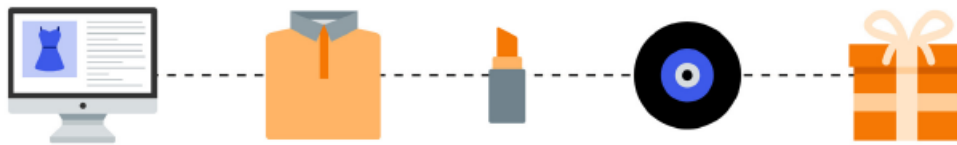


4. اختر اسم متجرِكَ على أمازون

سيكون اسم متجرِكَ هو الاسم الذي يظهر في قائمة أمازون الخاصة بك، وسيظهر كالتالي: "مُباع بواسطة [اسم متجرِكَ] ويتم الشحن بواسطة أمازون."

يختلف اسم متجرِكَ عن العلامات التجارية التي تبيعها، وعن اسم هيئتك أو مؤسستك (المرتبط بمعلوماتك الضريبية). على سبيل المثال، في جانجل سكاول (Jungle Scout)، يُطلق على اسم متجرنا في أمازون اسم Jungle Creations. نبيع علامات تجارية متعددة في متجرنا، مثل Jungle Snugs، إلخ.

اختر اسمًا بسيطًا وعامًا مثل "متجر" أو "أ ب ج". ننصح بتمييز اسم متجرِكَ عن اسم شركتك. على سبيل المثال، إذا كان اسم شركتك التجارية "شركة أحمد المحدودة"، فلا تجعل هذا اسم متجرِكَ. لا تشغل بالك كثيرًا بهذه الخطوة، فيمكنك الرجوع وتغيير اسم متجرِكَ في أي وقت دائمًا. إضافةً إلى ذلك، إذا كنت صاحب علامة تجارية مسجلة، يمكنك إنشاء متجر لها على أمازون. تعرف على مزيد من المعلومات حول هذا الأمر [من هنا](#).



5. إنشاء قوائم منتجاتك

بعد الانتهاء من إنشاء وإعداد متجرِكَ، يحين وقت إنشاء قوائم منتجاتك، وسنتطرق إلى هذا الموضوع بالتفصيل في الجزء التالي.

المنتجات التي ستُباع على أمازون: إيجاد مُنتج مربح



الفصل الرابع

المنتجات التي ستباع على أمازون: إيجاد مُنتَج مربح

ما المنتج الذي يجب أن تبيعه على أمازون؟ كيف تعرف هل سيشتره المستهلكون أن لا؟ كيف ستسعره بحيث تحقق ربحاً؟ سنغطي كل هذه الأسئلة وأكثر، وسنشرح لك بالضبط كيفية البحث عن أفكار المنتجات المربحة.

أولاً، إليك بعض من أفضل الممارسات التي ستساعدك بشكل كبير في البحث عن منتجك:

- دع البيانات توجّهك، ولا تختَر بيع منتج ما لمجرد أنك تحبه. ثق بنا في هذا. (وإذا كانت لديك فكرة عن المنتج الذي تريد بيعه، فيمكنك التحقق من مدى قوة المنتج وجاذبيته من خلال دراسة البيانات المتاحة حول أداء المنتجات المماثلة على أمازون.)
- لا تتعجل. يُعد إجراء البحوث على المنتج أحد المتطلبات الأساسية التي يتطلب نجاحها بعض الوقت والتحليل.
- استخدم أداة، مثل Jungle Scout، يمكنها استخلاص كم هائل من بيانات أمازون للعثور على منتج يتضمن ثلاثية: ارتفاع الطلب، والمنافسة المنخفضة، والربحية الإيجابية. سنشرح لك كيف ستفعل ذلك.

نصيحة للبائع:

"لا تُغرق نفسك في التفاصيل. ركز على المقاييس المهمة مثل الإيرادات الشهرية، وحجم البحث عن المنتج، وأعداد مراجعات المنافسين وصافي الربح المقدّر. إبقاء عملية بحوث المنتج بسيطة سيساعدك على تصفية 90% من أفكار المنتجات بسرعة. الهدف هو العثور على منتجك الأول بسرعة. لا تدع نفسك تقع ضحية لـ "شلل التحليل!"

- جون إدر، مستشار العلامة السوداء

كيفية العثور على منتج مربح، عليه طلب مرتفع، ومنافسة منخفضة لبيعه على أمازون
حل الربحية والطلب والمنافسة الخاصين بجميع المنتجات التي تفكر فيها. سنشرح بالتفصيل كيفية
تقييم تلك العوامل المهمة.

1. الربحية

سترغب في التأكد بالطبع من أن بإمكانك تحقيق ربح من المنتجات التي تبيعها. لذلك، كلما قيمت
منتجًا، اسأل نفسك: هل يمكنني الحصول على هذا المنتج وشحنه إلى أمازون بتكلفة أقل بكثير مما
سأبيعه بها؟

لمعرفة ذلك، طبق قاعدة "3Xs" أو "قاعدة الثلاثات". افترض أن إيراد بيع كل منتج مقسم إلى ثلث
للمرسوم، وثلث لتكلفة البضاعة الشاملة، وثلث لك. (بالتالي، إذا تم بيع المنتج بمبلغ 30 دولارًا، فيجب
أن تتوقع ربحًا قدره 10 دولارات).

فيما يلي تفصيل لكيفية حساب الربحية المحتملة من خلال تقييم تكاليف وإيرادات لكل منتج.



التكاليف:

تكلفة البضاعة الشاملة (landed cost): إجمالي تكاليف إنتاج ونقل منتجك إلى مستودعات أمازون.

- تكلفة المخزون
- أي رسوم تجهيز أو تفتيش
- الشحن (لا يتم تضمينه عادةً في تكلفة المخزون لأن التكاليف تختلف اعتمادًا على ما إذا كنت تشحن جواً أم بحرًا).

- الرسوم الجمركية (ستختلف هذه الرسوم بناءً على المكان الذي تطلب منه والمكان الذي يتم الشحن إليه، وقد تتغير بمرور الوقت).
- التكاليف الترويجية مثل التعبئة والتغليف والإعلان.

رسوم أمازون:

- **رسوم الإحالة:** تمثل بشكل أساسي "العمولة" التي تحصل عليها أمازون مقابل كل منتج تبيعه على المنصة، وعادةً ما يكون نسبة 15% ثابتة تدفعها عند بيع أحد المنتجات.
- **رسوم خطة البيع:**
 - لبائعي أمازون المحترفين: رسم شهري قدره 39.99 دولارًا
 - لبائعي أمازون الأفراد (أولئك الذين يبيعون 40 وحدة أو أقل شهريًا عادةً): 0.99 دولارًا أمريكيًا لكل معاملة بيع (ولكن بدون رسوم شهرية).
- **رسوم الشحن:** بالنسبة لبائعي "الشحن بواسطة أمازون" (FBA)، تغطي رسوم ما قبل بيع المنتج هذه الرسوم التي تتحملها أمازون في تغليف وشحن المنتجات، وتختلف بناءً على وزن منتجك وأبعاده والسوق الذي تبيع فيه.
- **رسوم التخزين:**
 - رسوم التخزين الشهرية: رسوم المخزون القائمة على متوسط حجم المساحة التي يشغلها مخزونك في مراكز الشحن يوميًا (يقاس بالأقدام المكعبة) (*) لاحظ أن الرسوم تزيد من أكتوبر إلى ديسمبر في موسم الأعياد).
 - الرسوم الإضافية للمخزون القديم: كانت تسمى سابقًا رسوم التخزين طويل الأجل، حيث تفرض أمازون 1.50 دولارًا لكل قدم مكعب للوحدات التي يتم تخزينها في مركز الشحن لمدة من 271 إلى 365 يومًا، أما بالنسبة للمخزون الذي ظل في مركز الشحن لأكثر من 365 يومًا، فسيتم تحصيل 6.90 دولارًا أمريكيًا لكل قدم مكعب أو 0.15 دولار أمريكي لكل وحدة، أيهما أكبر.
- **رسوم إدارة رد الأموال:** إذا طلب العميل استرداد أمواله، فتدفع إما 5 دولارات كرسوم ثابتة أو 20% من المبالغ المستردة، أيهما أقل.
- **رسوم طلب الإزالة:** ستُطبق هذه الرسوم إذا كنت بحاجة إلى إعادة مخزون FBA الزائد إليك، إن تلك الرسوم -التي تشمل تكلفة التعبئة والشحن- ستُطبق بناءً على وزن شحن الوحدة. على

سبيل المثال: الوحدة التي تزن من صفر إلى 0.5 رطل، سيفرض عليها رسوم تبلغ 0.52 دولار لكل وحدة.

الإيرادات:

ستعتمد حصتك من أي عملية بيع بالطبع على المبلغ الذي ستشتري المنتج به، والرسوم التي ستدفعها خلال العملية.

وكقاعدة عامة، تريد منتجًا يُباع بسعر 20-70 دولار لتتمكن من تحقيق هامش ربح صحية، فأقل من 20 دولار ستكون هامش الربح متدنية ولا تستحق الجهد غالبًا، وعادةً ما تكون تلك المنتجات الرخيصة هي المنتجات التي يتشبع بها السوق سريعًا لأن تكلفة توريدها منخفضة جدًا. من ناحية أخرى، إذا كان سعر المنتج أعلى من 70 دولار، فقد لا يرغب العملاء في إنفاق هذا المبلغ المرتفع على علامة تجارية لا يعرفونها.

احسب أرباحك ببساطة من خلال خصم الرسوم والتكاليف من إيراداتك المحتملة.

نوصي كذلك باستخدام حاسبة رسوم FBA المجانية في أمازون لمعرفة الرسوم التي ستفرضها أمازون بالضبط على أي منتج معين. قم بإدخال رقم تعريف أمازون القياسي (ASIN) المشابه في الوزن والأبعاد لمنتجك، بالإضافة إلى سعر البيع، والتكلفة التي تتحملها، وستحدد لك الآلة الحاسبة جميع رسوم البيع والربح.

نصيحة للبائع:

"إن تلك الأرقام أقرب إلى إرشادات منها إلى قواعد، وإذا وجدت منتجًا يمكنك بيعه بـ 100 دولار، وسيكلف توريده إليك 6 دولار فقط فانطلق ولا تتردد (واخبرني به رجاءً!). يمكن التحايل على جميع القواعد أو كسرها بمجرد أن تضع في حسابك جميع الاعتبارات المختلفة".

- لينني سميث، خبيرة FBA، جانجل سكاوت.

2. الطلب

العنصر الأساسي في المنتج الجيد الذي يمكن بيعه على أمازون هو الطلب. هل يريد الناس هذا المنتج؟ هل يبحثون عنه؟ هل يوجد حاجة إليه أو مشكلة يستطيع هذا المنتج حلها؟ نستخدم البيانات للإجابة على تلك الأسئلة.

المقياس الرئيسي الذي يساعدنا على تحديد الطلب على المنتج على أمازون هو المبيعات.

3. المنافسة

بعد ذلك، نريد تقييم المنافسة من خلال تحديد عدد المنتجات المماثلة الموجودة، وهل يوجد فرصة متاحة في السوق أمام الوافدين الجدد أم لا.

المقاييس الرئيسية التي تساعد في تحديد المنافسة هي عدد المنتجات وعدد مراجعات وتقييمات الجودة التي حصلت عليها. بمعنى آخر، هل المنتجات المدرجة بالفعل على موقع أمازون جيدة أم لا؟

ما هي المنتجات الأكثر مبيعاً على أمازون؟



1. المنزل والمطبخ
2. الجمال والعناية
3. الألعاب وألعاب الفيديو
4. الملابس والأحذية
5. الصحة والمنزل ورعاية الأطفال



6. الرياضة والأنشطة الخارجية
7. الفنون والحرف والخياطة
8. الكتب
9. المطبخ والعشاء
10. منتجات الأطفال

* هذه الفئات الـ 10 هي الأكبر وفقاً لعدد بائعي FBA. يمكنك قراءة المزيد من المعلومات حول [فئات منتجات أمازون](#)

[هنا](#).

ابء بإجراء البحوث حول منتجك

سنوضح لك أفضل الممارسات في بحوث المنتج من خلال شرح كيفية إنشاء قائمة بأفكار المنتجات، وتضييق نطاق تلك القائمة استنادًا إلى المعايير الرئيسية المذكورة أعلاه: الربحية والطلب والمنافسة. سنستخدم مميزات: الملحق وقاعدة بيانات المنتج ومُتتبع المنتج في جانجل سكاوت (كلها جزء من منصة Jungle Scout) للتأكد من أن قراراتنا مستندة إلى البيانات، وإمكاناتها المستقبلية كبيرة.

ابحث في قاعدة بيانات منتجات أمازون

يمكنك استكشاف كتالوج أمازون بالكامل (مئات الملايين من المنتجات) باستخدام قاعدة بيانات منتجات جانجل سكاوت، والبحث بسهولة عن المنتجات استنادًا إلى عوامل تصفية أو فلترة محددة لتضييق نطاق أفكار منتجاتك.

الفلتر:

السعر (للربحية): استهدف سعر 20-70 دولارًا



المبيعات (الطلب): استهدف 300 وحدة على الأقل شهريًا (حوالي 10 مبيعات في اليوم)



عدد المراجعات (للمنافسة): نريد التأكد من أن أفضل 10 منتجات لديها 500 مراجعة أو أقل في المتوسط، والوضع المثالي هو أن يكون لدى 3 إلى 5 منهم أقل من 50 مراجعة.



التقييم: ابحث عن المنتجات ذات التقييمات بعدد نجوم منخفض، واستهدف المنتجات الحاصلة على 4 نجوم كحد أقصى (سيمنحك هذه الفرصة لتحسين المنتجات والتغلب على المنافسة).



درجة جودة قائمة المنتجات أو LQS: ابحث عن المنتجات ذات القوائم التي بها مجال للتحسينات، واستهدف درجات جودة من 5 إلى 7 كحد أقصى.



لنفترض أنك تريد استكشاف فرص المنتجات في فئة مستلزمات الحيوانات الأليفة. حدد هذه الفئة ثم ابدأ في إضافة عوامل الفلترة الخاصة بك.

Product Database

United States

Select one or multiple categories

- ☐ Select All
- ☐ Appliances
- ☐ Automotive
- ☐ Beauty & Personal Care
- ☐ Cell Phones & Accessories
- ☐ Computers & Accessories
- ☐ Grocery & Gourmet Food
- ☐ Home & Kitchen
- ☐ Kitchen & Dining
- ☐ Office Products
- ☒ Pet Supplies
- ☐ Sports & Outdoors
- ☐ Toys & Games
- ☐ Arts & Crafts & Sewing
- ☐ Baby
- ☐ Camera & Photo
- ☐ Clothing Shoes & Jewelry
- ☐ Electronics
- ☐ Health & Household
- ☐ Industrial & Scientific
- ☐ Musical Instruments
- ☐ Pet Care & Garden
- ☐ Software
- ☐ Tools & Home Improvement
- ☐ Video Games

Product Tier ☐ Standard ☐ Oversize

Seller Type ☐ Amazon ☐ FBA ☐ FBM

Filters

Min Reviews: 20 Max Reviews: 70

Min Net: Max Net

Min Rank: Max Rank

Min Weight: Max Weight

Min Sellers: Max Sellers

Min Revenue: Max Revenue

Min LQS: Max LQS

Date First Available: All

Include Keywords: Enter words separated by commas

Exclude Keywords: Enter words separated by commas

☒ Exclude Top Brands ☒ Exclude Unavailable Products

Reset Filters Search

بعد إدخال معاييرك، اضغط على زر "البحث".

Displaying 50 of 2,599

Download CSV

Page 1 of 58

Product Title	Variant Differences	Category	Monthly Revenue	Monthly Sales	Price (net / fee)	Rank	Reviews	LQS	Sellers
1 and love and you" Naked Essentials Canned Wet Cat Food ~...	Size Name Color Name	Pet Supplies	\$9,846.92 @	2,342	\$39.26 (\$27.58 \$11.68)	106,543	31	7	Wooden Enterprises
1 and love and you" Naked Essentials Canned Wet Cat Food ~...	Size Name Color Name	Pet Supplies	\$74,983.57 @	2,343	\$24.99 (\$13.89 \$11.04)	120,100	72	7	HomeGoods/Delivered
1 and love and you" Naked Essentials Dry Dog Food - Ancient...	Flavor Name Size Name	Pet Supplies	\$25,162.00	676	\$62.00 (\$26.52 \$25.48)	8,811	377 @	6	Amazon.com
#10 Blade Dog Grooming Compatible with Andis Clipper Carbon Infuse...	Size Name	Pet Supplies	\$15,708.18	582	\$27.49 (\$19.90 \$7.59)	10,346	55 @	6	Vetmed
(16 Pack) BlueBuffalo Wilderness Wild cuts Variety Bundle 4 flavor (...)	---	Pet Supplies	\$15,580.50 @	390	\$39.95 (\$27.53 \$12.42)	13,370	58	7	PetPals
(2 Boxes) Tiki Cat Savory Breath, Grain Free Lickable Wet Food Trea...	---	Pet Supplies	\$18,299.10 @	419	\$38.99 (\$27.28 \$11.63)	16,346	270	6	Pet Discounts
(2 Pack) Zuke Mini Naturals Dog Treats Chicken Flavor 16 oz (1 Lb)...	---	Pet Supplies	\$19,841.80 @	622	\$21.99 (\$21.33 \$10.58)	11,401	166	6	Pet Discounts

كما ترى، أسفر بحثنا عن أكثر من 2000 نتيجة. حان الآن وقت مراجعة بعض المنتجات. أثناء المرور على النتائج، قد ترى أحيانًا منتجات لا تهتم بها. يمكنك إضافة الكلمات الرئيسية التي ترغب في استبعادها من البحث في قاعدة بيانات المنتجات. في هذا المثال، لنفترض أننا لا نريد منتج "صندوق فضلات القطط" لأننا نعلم أنه منتج ثقيل وسيكون شحنه مكلفًا. أضف الكلمة الرئيسية "cat litter/فضلات القطط" إلى قسم "استبعاد الكلمات الرئيسية". سيساعد ذلك في تضيق نطاق البحث عن منتجك ليشمل منتجات أقل عددًا وأكثر صلة.

☐ Camera & Photo
☐ Cell Phones & Accessories
☐ Clothing, Shoes & Jewelry
☐ Computers & Accessories
☐ Electronics
☐ Grocery & Gourmet Food
☐ Health & Household
☐ Home & Kitchen
☒ Pet Supplies
☐ Software
☐ Sports & Outdoors
☐ Tools & Home Improvement
☐ Toys & Games
☐ Video Games
☐ Watches

Min Revenue: Max Revenue: Min LQS: 7

Include Keywords: Enter words separated by commas
 Exclude Keywords: cat litter

☒ Exclude Top Brands ☒ Exclude Unavailable Products

download CSV

Displaying 200 of 835 All Columns Selected Page 1 of 5

Product Title	Mthly Revenue	Mthly Sales	Price (Net Fob)	Rank	Reviews	LQS	Sellers (Buy Box Owner)	Date First Available
---------------	---------------	-------------	-------------------	------	---------	-----	-------------------------	----------------------

مع استمرارنا في البحث، صادفنا منتجًا يتجاوز جميع معاييرنا: تصنيف 4 نجوم، ونقاط جودة قائمة منتجات (LQS) منخفضة، وأقل من 50 تقييمًا، ولكنه مازال يُباع أكثر من 300 مرة في الشهر.

Displaying 200 of 823 All Columns Selected Page 1 of 5

Product Title	Mthly Revenue	Mthly Sales	Price (Net Fob)	Rank	Reviews	LQS	Sellers (Buy Box Owner)	Date First Available
Condo Sical Scratching Posts with...			\$28.08 (\$15.91)				FISHANAP	
FiveSeasonStuff Biodegradable Poop Bags for Dogs Zero Waste...	\$11,997.00	300	\$39.99 (\$26.62 \$11.26)	12,789	22	5	1 USA FiveSeasonStuff	No Data
FiveSeasonStuff Biodegradable Poop Bags for Dogs Zero Waste...	\$14,306.40	360	\$39.99 (\$28.58 \$11.41)	11,217	1	7	1 USA FiveSeasonstuff	Mar 06, 2016
Fluker's Buffet Blend Box Turtle Food	\$11,997.00	300	\$39.99 (\$28.48 \$11.51)	11,443	41		1 Joseph's Frogs	No Data
FOCUSPET Orthopedic Dog Bed, Memory Foam Dog Bed Outdoor Do...	\$16,712.00	422	\$39.99 (\$24.43 \$10.45)	8,246	36	5	2 Bellemusique	No Data

* لاحظ أن نتائجك قد تبدو مختلفة عند استخدام قاعدة بيانات منتجات Jungle Scout، حيث تتغير المبيعات والمراجعات والإيرادات والبيانات الأخرى الجديدة باستمرار. يعد هذا سببًا رائعًا للتحقق من بيانات المنتج بمرور الوقت. سنناقش هذا بمزيد من التفصيل أدناه.

بعد إلقاء نظرة موجزة على القائمة نفسها (والتي يمكننا النقر عليها مباشرة من Jungle Scout)، سنرى بالفعل عدة طرق لجعل القائمة الجديدة أفضل.

بناءً على هذه المعلومات، سنواصل إجراء المزيد من الأبحاث في هذا المجال.

يجب أن تتضمن العوامل الأخرى التي تريد تقييمها ما يلي:

• حجم ووزن المنتج

○ حاول العثور على منتج يقع ضمن الحجم القياسي للمنتج، ويجب ألا يزيد وزن المنتج عن

20 رطلاً بعد تعبئته وتغليفه بالكامل. وألا يتجاوز:

- 18 بوصة في أطول جوانبه

- 14 بوصة على جانبه الأوسط

- 8 بوصات في أقصر جوانبه

○ ستمكن أيضًا من معرفة ما إذا كان المنتج بالحجم القياسي أم لا من نتائج قاعدة بيانات المنتج، ويمكنك فلتر نتائج البحث أكثر من خلال فلتر المنتج ذي الحجم القياسي أو كبير الحجم.

○ إذا وجدت منتجًا يعتبر كبيرًا جدًا، فضع في اعتبارك أن رسوم FBA ستكون أعلى وأنه سيشغل مساحة تخزين أكبر داخل مستودعات أمازون.

● سهولة الحصول على المنتج / تصنيعه

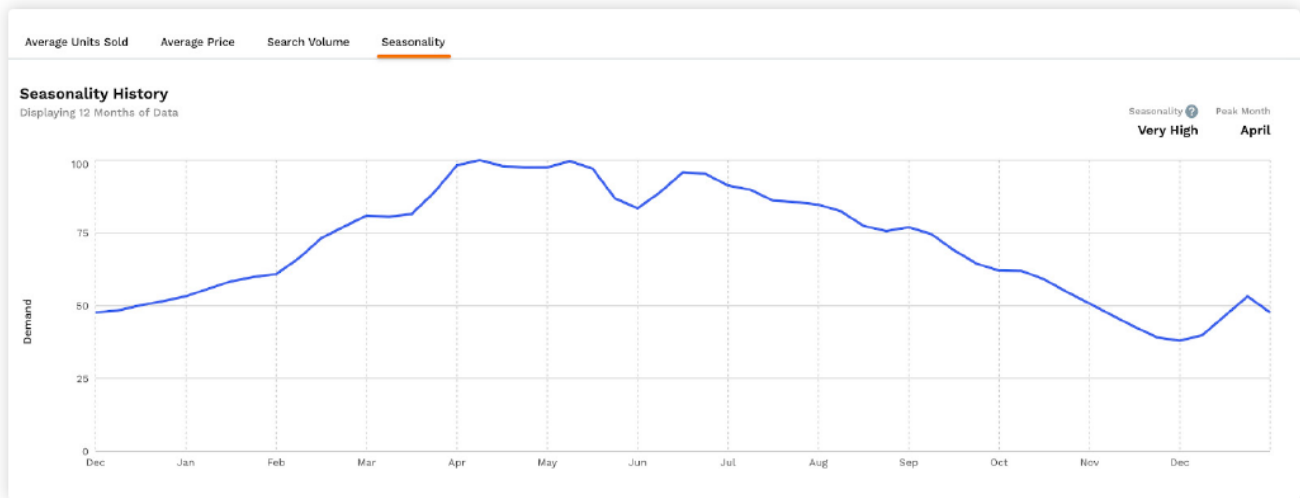
○ بالنسبة لمنتجك الأول، ستريد شيئًا يسهل الحصول عليه وتصنيعه - أي منتج لا يتطلب الكثير من التعديل وليس ثقيلًا جدًا بالنسبة للشحن القياسي.

○ بمجرد حصولك على بعض الخبرة في البيع على أمازون، يمكنك المغامرة ببيع منتجات أكثر صعوبة.

● الموسمية

○ استهدف منتجًا مطلوبًا على مدار العام. حاول تجنب المنتجات الموسمية في البداية لأن الطلب عليها يكون لفترة قصيرة من الوقت فقط، سواء كانت عطلة نهاية العام أو الصيف أو العودة إلى المدرسة أو نطاق موسمي مختلف.

○ استخدم أداة البحث عن الفرص في Jungle Scout للاطلاع على ما يصل إلى عامين من بيانات المبيعات لتقييم ما إذا كان مكان منتجك موسميًا أم لا.



• سهولة التسويق

- فكر في كيفية تسويق منتجك. ألقِ نظرة على المنتجات الأكثر مبيعًا في مجالك، واكتشف كيف يمكنك إدخال تحسينات على قوائمك حتى يبرز منتجك أكثر.
- قد ترغب في التفكير فيما إذا كان بإمكانك بناء علامة تجارية حول هذا المنتج (والمنتجات المماثلة التي قد تكون فرصًا جيدة في هذا المجال) أم لا وكيف يمكنك ذلك، أو قد ترغب في التركيز على منتج واحد. في كلتا الحالتين، إذا كان بإمكانك إنشاء صور ورسوم معلوماتية (إنفوجرافيك)، وتقديم معلومات واضحة ومحددة في نقاط، إلخ، فستكون فرصتك في المنافسة أقوى بكثير.

• التفرد

- هدفك هو تمييز منتجك وتحسينه وتقديم شيء فريد في السوق، لذا حاول ألا تباع منتجًا مماثلاً بالضبط لمنتج منافسك.

- إذا كان هناك منتج أو علامة تجارية يهيمنان على السوق بالفعل حاليًا، فلن تكون قادرًا على المنافسة إذا كان منتجك لا يقدم شيئًا جديدًا أو فريدًا. لأن المنتج أو العلامة التجارية الحاليين سيستفيدون من المراجعات وزخم المبيعات الذي قد يستغرق وقتًا للحصول عليه.

تابع إجراء بحوث المنتجات أثناء تصفح أمازون

يمكنك إجراء بحوث المنتج داخل موقع أمازون مباشرةً من خلال جانجل سكاوت. اضغط ببساطة على "امتداد متصفح كروم"، وستتمكن من مشاهدة بيانات المنتج، بما في ذلك ترتيبه في قائمة أفضل البائعين، ومتوسط السعر، ومتوسط المبيعات الشهرية، ودرجة الفرصة المخصصة، وغيرها. يمكنك أيضًا الضغط على تتبع المنتجات من هنا، وهي خطوة أساسية في تقييم إمكانات المنتج.

كمثال على ذلك في فئة منتجات الحيوانات الأليفة، بحثنا على "دُعامة قدم للكلاب" على أمازون.









نصيحة للبائع:

"بائعين علامة تجارية خاصة، أحب رؤية منتجات تمنحني عائد على الاستثمار 300% على الأقل عندما أدخل تكلفة البضائع والشحن في حاسبة الربحية.

أفكر أيضًا في نقاط السعر المختلفة. في حالتي، يصل العائد على الاستثمار إلى حوالي 150% سنويًا بعد خصم جميع النفقات. أريد كذلك التفكير في المبيعات السريعة، ولذلك أقلل العائد على الاستثمار في تلك الحالة، لأن المبيعات السريعة قد تكون خيارًا رائعًا أيضًا."

- فوفا إيفين،

VovaEven.com

JungleScout										
Average Monthly Sales		Average Sales Rank		Average Price		Average Rating Number		Opportunity Score		
866		41,166		\$41.29		1,343		7 Medium Demand with low comp.		
#	Actions	Product Name	Brand	Price	Mo. Sales	D. Sales	Mo. Revenue	Date First Available	Net	R
1		Ortocanis™ Original Dog Knee Br... B08G4KQ4BX	Ortocanis.c...	\$49.90	2,991	90	\$149,251	08/24/2020	\$38.88	
2		Balto Sport Agile CCL Brace – K... B0846V256G	Balto	\$56.99	210	7	\$11,968	06/15/2022	--/	
3		BaoGual Knee Brace for Dogs AC... B09QG6WCX6	BaoGual	\$69.00	671	26	\$46,299	01/23/2022	\$55.11	
4		Labra Extra Supportive Dog Cani... B01MR2F10U	Labra	\$22.95	859	30	\$18,714	06/21/2017	\$16.59	
5		Tondiamo Dog Knee Brace Brace... B09R1FLNVQ	Tondiamo	\$18.99	142	7	\$2,697	01/24/2022	\$12.6	
6		Taituki Knee Brace for Dogs wit... B09F8DQ46P	Taituki	\$215.00	8	0	\$1,720	09/02/2021	\$179.21	
7		LufeLux Dog Knee Brace for Tor... B09ZF74L9M	LufeLux	\$138.00	210	7	\$28,980	05/04/2022	\$113.53	
		Labra Dog Canine K9 Knee Stifle... B09ZF74L9M	Labra	\$89.95	305	15	\$27,435	04/08/2018	\$72.69	
Download Reviews		Showing Results 1 - 50		Load More						

يمكنك الامتداد نظرة عامة سريعة على المجال الذي تبحث عنه حالياً.
تخبرنا النتائج فوراً أن هذا المنتج درجة فرصته تبلغ 7، بمعنى أن عليه طلب مرتفع ومنافسة منخفضة (10 هي أعلى درجة فرصة، ولكن تذكر أن من الأفضل أن تبحث عن نطاق درجات 5-7 لإيجاد منتج تنافسي).
في ثوان معدودة، استطعنا معرفة هل سيكون هذا مجال جيد لمتابعة البحث فيه أم لا.

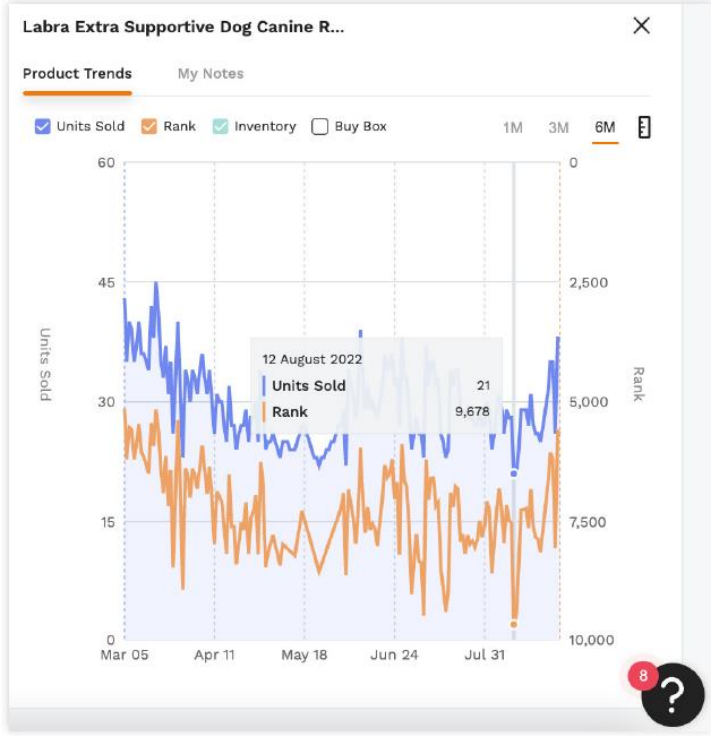
ترجمة

Amazon Rocket
WhatsApp: 00962795052517

<https://www.amazonrocket.academy>

تتبع المنتجات على مدار فترة زمنية محددة لتضييق نطاق قائمتك

نوصي بتتبع أكبر عدد ممكن من المنتجات الموجودة في الصفحة الأولى في نتائج البحث الخاصة بكلمات المنتج المفتاحية لمدة 2-4 أسابيع على الأقل لمراقبة الأداء مع مرور الوقت.



ليس الهدف من ذلك هو تتبع الموسمية بالضرورة، والتي يمكنك رؤيتها بسهولة أكبر من خلال البحث عن اتجاهات حجم المبيعات، وإنما لضمان أن مبيعات المنتج ليست متضخمة مؤقتًا بسبب العروض الترويجية التي يقدمها البائع أو أي عوامل عشوائية أخرى.

سترى في مُتتبع المنتج في جانجل سكاوت المبيعات التاريخية لجميع قوائم المنتجات على مدار فترة زمنية طويلة، ويمكنك تغيير نطاق النتائج ليصبح 60 يومًا فقط، أو حسب عدد الوحدات المباعة يوميًا، أو السعر، أو مستويات المخزون، أو عدد المراجعات، وغيرها.

اعثر على إمكانية التحسين

إن هدفك هو إيجاد فرصة منتج ذي طلب وربحية ثبتت قوتهم، ولكن يمكنك التنافس مع بائعيه الآخرين. ولفعل ذلك، ستحتاج إلى جعل منتجك أفضل أو مختلف بما يكفي لجذب المشتريين الذين يبحثون عن مميزات متفردة. لا حاجة لإعادة اختراع العجلة، اجعل نفسك مميزًا بما يكفي وحسب لتصبح بارزًا عن الآخرين. (ستعمل مع مورد سيعتني بجميع هذه التغييرات لأجلك - يوجد مزيد من المعلومات حول هذه النقطة أدناه).

اعثر على أفكار لتحسين المنتج من خلال قراءة المراجعات وقسم "أسئلة وإجابات العميل" في المنتجات الحالية، ما الذي أعجب العملاء أو لم يعجبهم في المنتج؟ ادرس كل العوامل، بما في ذلك اللون والمواد والحجم وسهولة الاستخدام والأداء والتغليف إلخ.

إذا كنت جادًا بشأن منتج، اشترى المنتجات المنافسة لتتعلم عمليًا أي عقبات أو مشكلات محتملة يمكنك تحسينها. دُون ملاحظات (يمكنك حفظ ملاحظاتك في "مُتتبع المنتج").

تحقق من الملكية الفكرية والمسائل القانونية الأخرى

بيع المنتجات على أمازون معناه أنك تنشئ عملاً تجاريًا حقيقيًا، ولا شك أن هناك بعض القواعد التي يجب أن تتبعها والقوانين التي يجب أن تلتزم بها، خاصة عندما يتعلق الأمر بالملكية الفردية (IP). تحظر أمازون سلوك "الاحتيايل" أو ما يُسمى بـ "القبعة السوداء"، مثل بيع منتجات مُقلدة أو انتهاك حقوق ملكية العلامات التجارية، لذلك يجب أن تجري البحوث الضرورية مسبقًا للتأكد من إيجاد المنتجات التي تملك حق إنتاجها وبيعها.

1. براءات الاختراع

أهم شيء يجب أن تتحقق منه عند تقييم منتج تريد بيع منتج مماثل له هو هل يوجد براءة اختراع خاصة بالمنتج الحالي أم لا. لا يمكنك بيع منتج محمي ببراءة اختراع، لأنها تعني أن هناك شخص آخر يمتلك حقوق تصميمه، أو طريقة عمله، أو أي صفة أساسية أخرى في المنتج.

كيف تعرف ما إذا كان يوجد براءة اختراع لمنتج ما؟ الطريقة الوحيدة التي يمكنك أن تعرفها على وجه اليقين هي عن طريق تعيين محام، ولكن إليك بعض الخطوات الأساسية التي يمكنك اتخاذها بنفسك:

- ابحث في جوجل عن كلمة "براءة اختراع" + [فكرة منتجك].
- تحقق من قوائم المنتج على أمازون، واعرف ما إذا كانت تذكر أي شيء يتعلق ببراءة اختراع أم لا.
- تحقق مما إذا كان هناك العديد من الأشخاص الآخرين الذين يبيعون منتجًا مشابهًا أم لا. إذا كان يوجد بائعين آخرين، فمن غير المحتمل أن يكون المنتج مسجلًا ببراءة اختراع لأن أصحاب براءات الاختراع عادة ما يطبقون حقوق براءات الاختراع الخاصة بهم.
- اشترِ منتج مشابه أو منافس وابحث عن أي براءة اختراع / علامات تجارية مُدونة على العبوة أو المنتج نفسه.

2. العلامات التجارية (trademarks)

العلامة التجارية هي رمز أو كلمة أو مجموعة كلمات تسجلها الشركة أو تثبت استخدامها بشكل قانوني لتقديم علامتها التجارية أو منتجها.

لا يمكنك وضع علامة تجارية لشركة أخرى على منتجك. على سبيل المثال، إذا كنت تباع حذاء ذا علامة تجارية خاصة، فلا يمكنك استخدام اسم كلمة "Nike" أو شعار Nike.

بشكل عام، لا يمكنك بيع المنتجات المقلدة. لأن لا يقتصر الأمر على مخالفة شروط خدمة أمازون بما يؤدي لإيقافك كبائع فحسب ولكنه مخالف للقانون أيضًا.

قبل الاستقرار على اسم العلامة التجارية أو الشعار الرسومي أو الشعار النصي الخاص بشركتك في أمازون أو المنتج المحدد الذي تبيعه، يجب عليك إجراء فحص العلامة التجارية لدى مكتب براءات الاختراع والعلامات التجارية بالولايات المتحدة (USPTO).

3. القيود والالتزامات الأخرى

ابحث عما إذا كان أمازون تطبق أي قيود أو شهادات ضرورية على منتج أو فئة منتج. على سبيل المثال، هناك فئات فرعية معينة ضمن "ألعاب الأطفال والألعاب الأخرى" تحتاج فيها إلى "شهادة منتج للأطفال" (CPC) حتى تتمكن من بيعها، أو إذا كنت تباع منتجًا يعتبر مبيدًا حشريًا، ستطلب منك أمازون أن تأخذ دورة تدريبية.

يوجد طريقة جيدة للتحقق مما إذا كنت مقيدًا في فئة أو فئة فرعية معينة أم لا، وهي عن طريق إنشاء قائمة منتجات جديدة في مركز البائع (Seller Central)، وعندما تحدد مستوى الفئة الفرعية، ستخبرك أمازون هل يوجد قيود عليها أم لا.

ضع في اعتبارك أيضًا ما إذا كان شخص ما يمكن أن يتأذى أو يمرض بسهولة نتيجة استخدام منتجك. إذا كان الأمر كذلك، وإذا اعتبرت مسؤولاً، يمكن للمشتري مقاضاتك للحصول على تعويضات. من الأمثلة على المنتجات ذات المسؤولية القانونية الكبيرة: الإلكترونيات، المنتجات التي توضع على الجلد أو والمنتجات القابلة للهضم (بما في ذلك مستحضرات التجميل، ومستحضرات العناية بالبشرة، والمكملات الغذائية)، وبعض ألعاب الأطفال وألعاب الهواء الطلق (الأرجوحة)، وغيرها من المنتجات التي من الواضح أنها خطرة (المنتجات القابلة للاشتعال والحادة ، إلخ).

إخلاء المسؤولية: نحن لسنا محامين، لذا تأكد من الاستعانة بمستشار قانوني لطرح أية أسئلة أو مخاوف محددة قد تكون لديك.

هل تحتاج تأمين عمل؟ يجب أن يكون لدى جميع بائعي أمازون المحترفين بوليصة تأمين على الأعمال ذات تغطية تأمينية للمسؤولية العامة التجارية لا تقل عن مليون دولار تجميعهم (وأمازون) في حال قرر شخص ما مقاضاتهم (إذا تعرضوا للأذى أو المرض باستخدام منتجك على سبيل المثال). وفقًا لاتفاقية العمل الخاصة بشركة أمازون، يحتاج البائعون أيضًا إلى تأمين المسؤولية القانونية عن المنتج إذا تجاوزت مبيعاتهم 10000 دولار في شهر واحد.



AMAZON
ROCKET!

ادرس مدى سهولة عملية التوريد وتطبيقها عملياً

يجب أن تعثر على منتج من السهل إنتاجه وشحنه، خاصة في منتجك الأول. ضع المتغيرات التالية في اعتبارك عند تضيق نطاق أفكار منتجك:

التوريد



ابحث عن منتجات تتطلب تغييرات بسيطة، لأن هذا معناه أنك لن تعمل مع المورد إلا على تفاصيل صغيرة فقط، وسيُتاح لك الاختيار من بين موردين أكثر. حاول تجنب المنتجات التي تحتوي على الكثير من القطع المتحركة، وإذا كان بها عناصر متعددة، فمن الأفضل أن تكون مصنوعة من مواد متشابهة، بحيث تزيد احتمالية توريد العناصر من مصنع واحد فقط.

الشحن



المنتجات الأصغر والأخف وزناً شحنها أسهل، ومن الأفضل اختيار منتجات مصنوعة من مواد متينة حتى لا تتضرر أثناء الشحن. لا تريد منتجاً سهل الكسر، لأن الوسيلة الأساسية لتوصيله إلى عميلك هو شحنه عبر أمازون. احرص على أن يوفر موردك حماية ملائمة للمنتجات والتغليف.

الاستيراد



كل بلد لديه لوائح معينة بشأن ما يمكنك وما لا يمكنك استيراده. يمكنك العمل مع وكيل الشحن مجاناً للحصول على معلومات بشأن استيراد أي منتجات غير تقليدية قبل تقديم طلبك (المزيد حول هذا أدناه).

نصيحة: لا يجب أن تلبي فكرة منتجك جميع المعايير المذكورة، طالما أنك تركت البيانات ترشدك وتتأكد من صلاحية فكرة منتجك، من المهم أن تحافظ على قوة دفعك وحماسك، ولا تظل عالقاً في حالة من شلل التحليل. ابدء بالحصول على عينات لمنتجات، وشق طريقك عبر عملية البيع.

كيف ستجد شخصاً لتصنيع منتجك إذن؟

اقرأ الفصل التالي لتعرف ذلك.

الفصل الخامس

إيجاد مورّد: كيفية توريد منتجات إلى برنامج الشحن بواسطة أمازون



الفصل الخامس

إيجاد مورّد: كيفية توريد منتجات إلى برنامج الشحن بواسطة أمازون

بعد أن وجدت منتجك وضيق نطاق القائمة إلى عدد قليل من خيارات المنتجات النهائية، حان وقت إيجاد مورّد.

إذا اعتقدت أن هذه الخطوة مخيفة قليلاً، فلا تقلق أنت لست وحدك. يقول الكثير من البائعين الناجحين اليوم أنهم لم يمتلكوا أي فكرة في البداية عن كيفية إيجاد الموردين أو العمل معهم، ولكن مع التطور الهائل في التكنولوجيا والاتصالات، والخدمات المُصممة للمساعدة في تسهيل التجارة الدولية، أصبحت تلك العملية أبسط من أي وقت مضى.

سنشرح 3 خطوات لإيجاد مورّد وتوريد منتجاتهم لبيعها على أمازون:

1. ابحث عن الموردين ذوي الصلة وقارن بينهم.
2. قيم عينات المنتج ونقّح منتجك.
3. اطلب واشحن منتجاتك إلى مستودعات الشحن بواسطة أمازون.



AMAZON ROCKET!

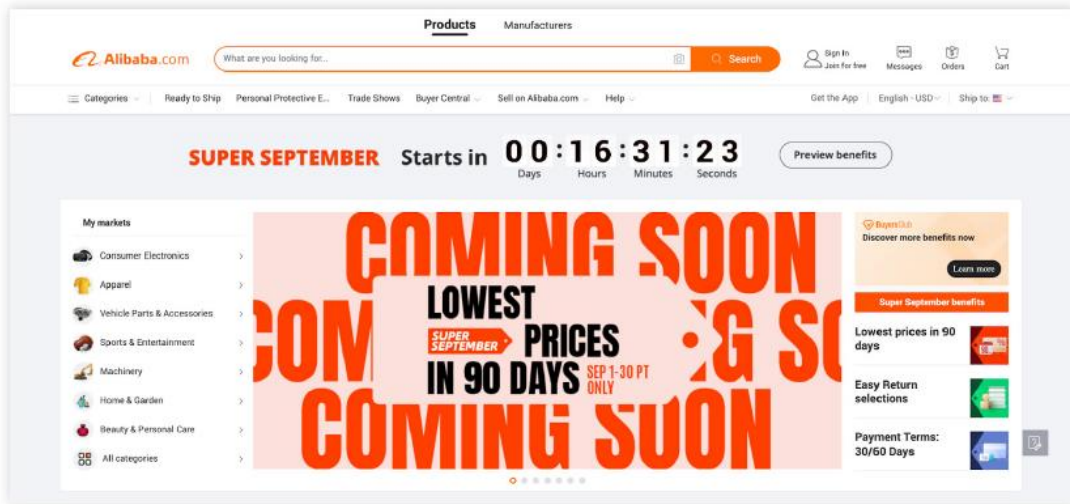
1. كيفية البحث عن موردين أمازون

يوجد مئات الآلاف من الشركات المُصنعة حول العالم التي يمكنها تصنيع أي منتج يمكنك تخيله. يجب أن تضيق نطاق قائمة الموردين المحتملين لتشمل أولئك الذين يمكنهم إنتاج منتج عالي الجودة بأفضل سعر.

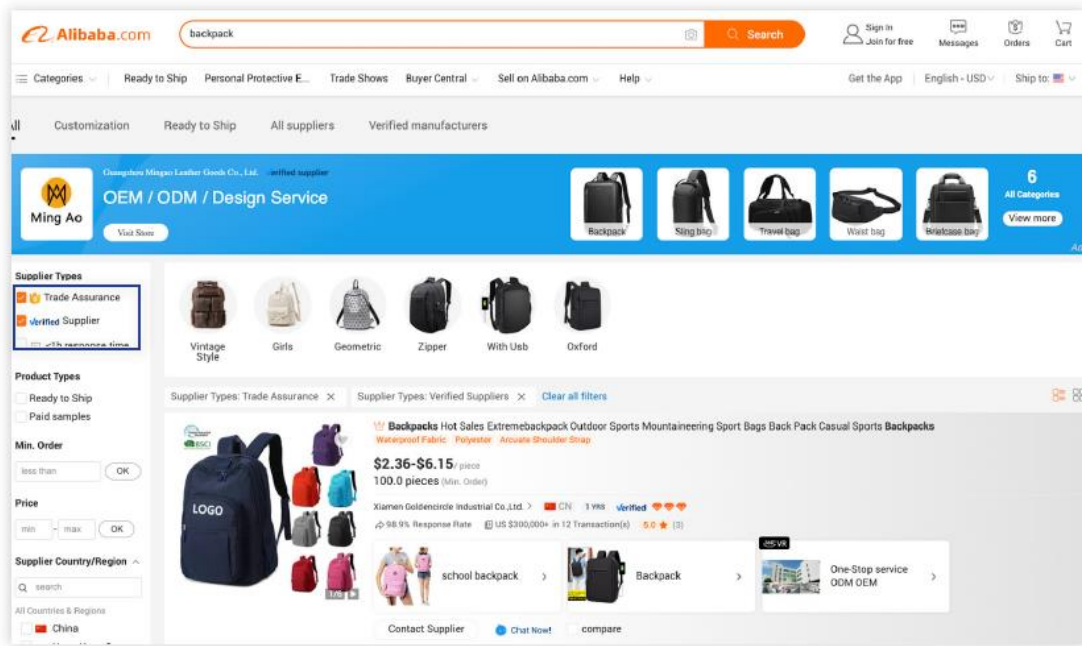
يوجد عدّة طرق للعثور على هؤلاء الموردين.

منصة علي بابا "[Alibaba](https://www.alibaba.com)" هي أكبر منصة للأعمال التجارية في العالم. ويمكنك استخدامها في العثور على مُصنّع لأي نوع من المنتجات تقريبًا، وطلبه بكميات كبيرة بالجملة وتوريده إلى بلدك. كيفية البحث في علي بابا:

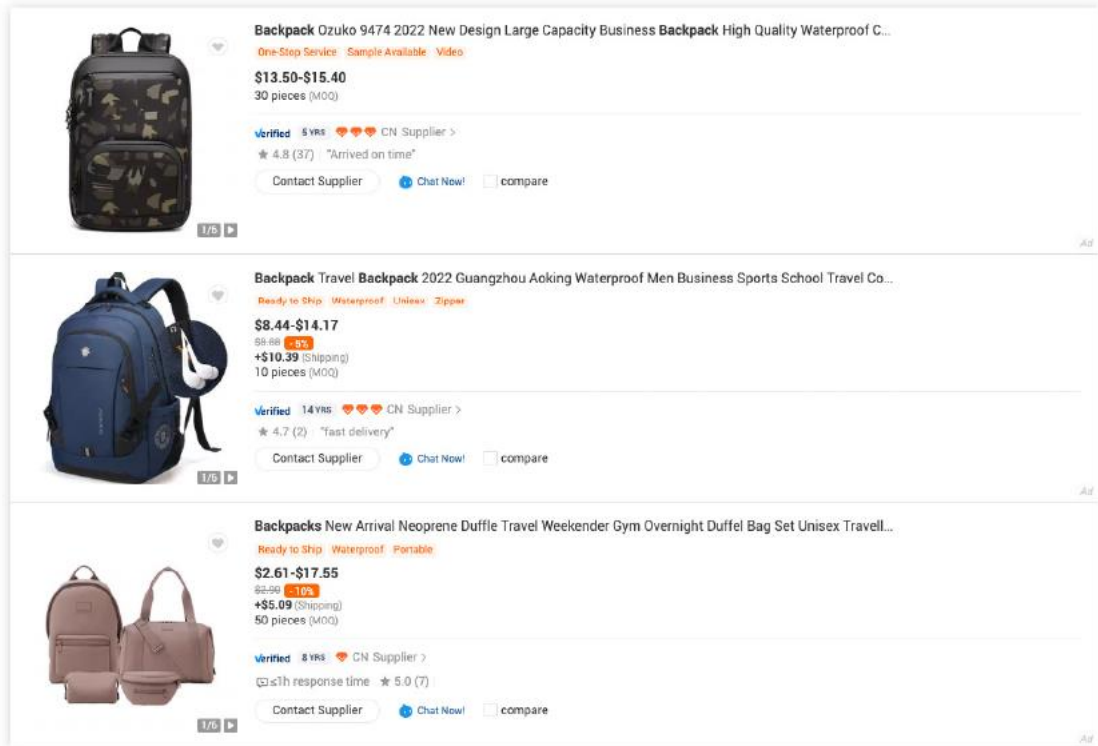
- تعمل وظيفة البحث على موقع "علي بابا" تمامًا مثل أمازون. ما عليك سوى البحث عن كلمة مفتاحية محددة أو مجموعة من الكلمات المفتاحية لمنتج ما، وسيظهر لك عدد من النتائج.
- قم بفلتر أو تصفية الموردين المختلفين الذين ظهروا في نتائج البحث.
- على الجانب الأيسر، تحقق من شارات "ضمان التجارة" و "مورد معتمد" للتأكد من أنك تتعامل مع مورد حسن السمعة وأن جميع المشتريات ستكون محمية.
- يمكنك استخدام "علي بابا" أيضًا لفلتر النتائج حسب البلد الأصلي. فقد ترى منتجات مُوردة من الولايات المتحدة أيضًا، ويعتمد ذلك على نوع المنتج. سيقبل ذلك تكلفة الشحن على البائعين المقيمين في الولايات المتحدة (على الرغم من أن المنتجات نفسها قد تكون تكلفتها أكبر).



في هذا المثال، سنبحث عن حقيبة ظهر.



بعد ذلك، خصص بعض الوقت لقراءة نتائج البحث وابدأ بتحديد الموردين الذين قد ترغب في العمل معهم. يمكنك تضيق نطاق البحث ليشمل الموردين المعتمدين فقط، من بين عوامل أخرى.

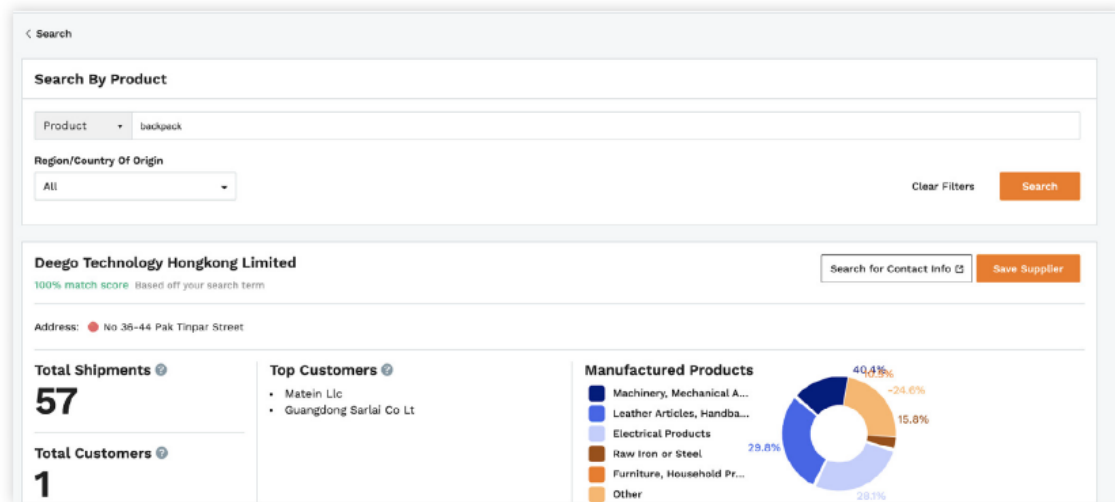


إن قاعدة بيانات الموردين في **Jungle Scout** تتيح لك البحث في أكبر قاعدة بيانات للمُصنعين والموردين العالميين لإيجاد موردين شرعيين ومعتمدين لمنتجاتك.

يمكنك بدء بحثك على موقع Alibaba.com أو قاعدة بيانات الموردين، ولكنك يجب أن تحرص على التحقق من صلاحية المورد في قاعدة بيانات الموردين، والتي تبين حجم العملاء والشحنات المؤكدة، كما تساعد في توفير معلومات التواصل مع المورد.

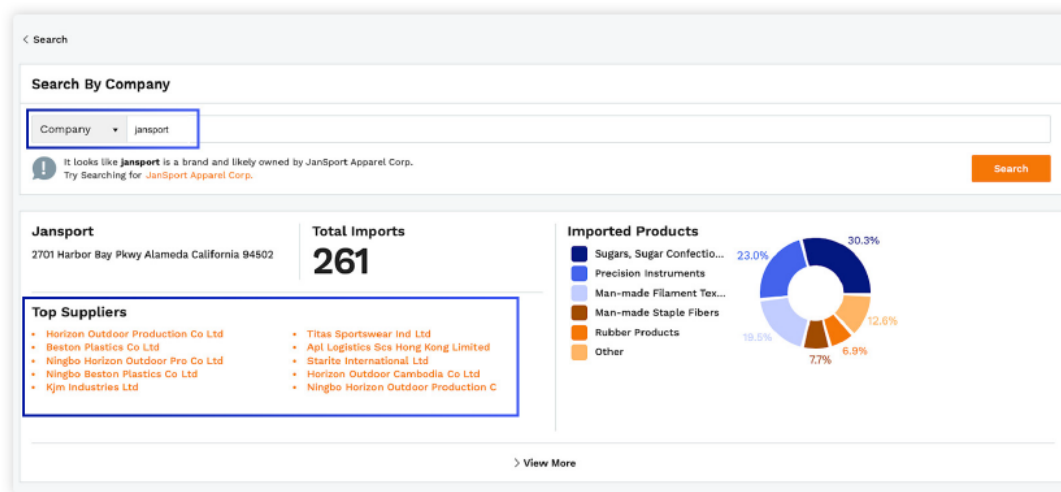
يمكنك البحث في قاعدة بيانات الموردين باستخدام:

- **المنتج:** على سبيل المثال، إذا كتبت "براد شاي"، سترى قائمة بالمصنعين الذين يصنعون ويشحنون برادات الشاي.
 - **الشركة:** هل يوجد علامة تجارية أخرى أو منافس آخر ينتج منتجًا شبيهًا بما تريد إنتاجه؟ ادخل اسم الشركة في قاعدة البيانات لترى المُصنعين العالميين الذين يستخدمونهم. قد تتمكن حتى من رؤية تفاصيل إضافية مثل عدد الوحدات المشحونة إلى شركات أو علامات تجارية معينة.
 - **المورد:** إذا كنت تعرف اسم مورد وتريد التحقق من إحصائياته، مثل عدد الشحنات التي يرسلها سنويًا، وأنواع عملاءه، أو أي خصائص أخرى، يمكنك البحث عن اسم المورد مباشرة في قاعدة بيانات الموردين.
 - **ASIN:** جميع المنتجات في موقع أمازون تُعطى رقم تعريف قياسي في أمازون (ASIN)، ويمكنك البحث عن ASIN محدد في قاعدة بيانات الموردين، وإذا كان المنتج يُورّد إلى الولايات المتحدة، ستتمكن من رؤية المورد الذي صنع هذا المنتج بالضبط.
- نظرًا لأننا بحثنا عن "حقيبة ظهر" على موقع Alibaba.com، لنبحث عن نفس الشيء في قاعدة بيانات الموردين من خلال البحث بواسطة "المنتج".
- نتج عن هذه الكلمة المفتاحية أكثر من 11000 نتيجة بحث يمكننا التحقق منها وتضييق نطاق النتائج لإيجاد قائمة قصيرة بخيارات الموردين المعتمدين.



أحد الطرق الرائعة الأخرى لاستخدام قاعدة بيانات الموردين في جانجل سكاوت هي البحث عن علامة تجارية معروفة. إذا استخدمنا مثال حقيقية الظهر مرة أخرى، لنبحث عن العلامة التجارية "Jansport"، وهي علامة تجارية كبيرة ومعروفة لحقائب الظهر.

غير فلترة البحث من "المنتج" إلى "الشركة". ستظهر نتائج البحث حينها الشركة التي تبحث عنها وكذلك أكبر مورديها. ومن خلال تصفح أكبر موردي شركة "Jansport"، يمكنك أن تفترض بثقة كبيرة أنهم جميعًا مُصنعين موثوقين يُنتجون بضائع عالية الجودة.



قد يكون موقع جوجل مصدرًا جيدًا للبحث عن الموردين أيضًا. إليك بعض النصائح التي ينتج عنها أفضل النتائج:

- اجر بحث باستخدام علامات التصنيف، وبهذا ستخبر جوجل أنك تبحث عن نفس الجملة بالضبط. على سبيل المثال: اكتب "حقيبة ظهر ذات علامة خاصة" أو "علامة تجارية خاصة لحقائب الظهر في الولايات المتحدة" لتضييع نطاق البحث ليشمل النتائج ذات الصلة فقط.
- قد صفحات موقع Alibaba.com في نتائج البحث عند إجراء هذا النوع من البحوث على موردي العلامة التجارية الخاصة على جوجل. إذا أردت استبعاد Alibaba.com، اكتب: "site:alibaba.com" في بحثك، بجانب كلماتك المفتاحية، لمنع ظهور أي نتائج من موقع علي بابا.

يساعد وكلاء التوريد (Sourcing agents) الشركات في توريد المنتجات ذات أفضل جودة وسعر، ويتحدثون عادة بلغة الدولة التي تستورد منها كي يسهلوا العملية عليك إلى أقصى حد. قد يمنحك هذا ميزة تنافسية لأنه سيساعدك على إيجاد أسعار منخفضة أكثر. يمكنك إيجاد وكلاء توريد حسني السمعة على الإنترنت.

AMAZON
ROCKET!

الأشياء التي يجب أن تبحث عنها في المورد:

بينما تبحث عن الموردين المحتملين وتقارن بينهم، احرص على تقييمهم بناءً على بعض المعايير المهمة:

المنتجات عالية الجودة



هل تعلم أن المتسوقين على أمازون يهتمون بالمراجعات بقدر ما يهتمون بالسعر؟ إن بيع منتجات عالية الجودة هو أفضل طريقة للحفاظ على التقييمات المرتفعة وتحقيق مبيعات مستمرة.

الخبرة



ابحث عن مصنع ينتج نفس نوع منتجك منذ بعض الوقت (نوصي ب 3 سنوات على الأقل). يمكنك رؤية تاريخ استيراد المورد في قاعدة بيانات الموردين.

التواصل



احرص على إيجاد مصنع سهل التواصل معه ويرد عليك خلال وقت معقول. أحد طرق الحكم على ذلك هي مدى وضوح إجاباتهم على جميع أسئلتك عندما تتواصل معهم مبدئيًا للحصول على سعر.

السعر



تريد موردًا يمنحك سعرًا عادلاً وجيدًا بالطبع، فالمصنع الذي يمنحك سعرًا مرتفعًا جدًا أو منخفضًا جدًا عن باقي المصانع الأخيرة قد يكون مثير للشك.

تواصل مع الموردين للحصول على الأسعار:

1. قارن بين الموردين لوضع قائمة بـ 5-10 موردين تهتم بالعمل معهم.
2. تواصل مع مورديك المحتملين مبدئيًا من خلال إرسال رسالة بريد إلكتروني باستخدام بعض الإرشادات المحددة. يمكنك استخدام قاعدة بيانات الموردين في جانجل سكاوت لإيجاد معلومات التواصل مع المورد. إن التواصل المبدئي سهل وبسيط ولا يحتاج إلى أكثر من

إرسال رسالة بريد إلكتروني - سنتحدث عن هذا بالتفصيل أكثر لاحقًا. إذا ضيقت نطاق قائمتك، يمكنك أيضًا "طلب تسعير" (RFQ) واسع النطاق إلى قائمة كبيرة من الموردين. تحقق من مورديك بناءً على إجاباتهم وطريقة تواصلهم لتضييق نطاق قائمتك إلى أفضل 3 خيارات فيها متاحين.



نصائح وقالب البريد الإلكتروني

رسالة جديدة

مرحباً،

اسمي جريج من العلامة التجارية الخاصة Jungle Creations. تُسعدني مقابلتك.

تسعى شركتي إلى توسيع علامتنا التجارية الخاصة بمنتجات الخيزران المخصصة للمنزل والأطفال. نحن نسعى إلى شراء مناشف رُضع مغطاة للسوق الأمريكي. (ارجع إلى الصور المرفقة).

نُقدّر أن حجم المشتريات السنوية لمناشف الرُضع المغطاة هذه ستكون في حدود 20000-30000 قطعة بعد طلب تجريبي لـ 500 قطعة وتقييم العينة.

مواصفات المنتج:

- الحجم: 34 بوصة × 34 بوصة (92 سم × 92 سم)
- المادة: 100% خيزران (يُفضل عضويًا)
- اللون: أبيض (لا صبغات)
- الجودة: عدد خيوط مرتفع، ناعم جدًا، لا خيوط مفكوكة.
- يجب أن يحتوي الغطاء على "أذنين".

هل تُصنع هذه الأنواع من مناشف الرُضع المغطاة المصنوعة من الخيزران؟

إذا كنت تفعل، يُرجى تزويدنا بالمعلومات التالية:

1. الصور والمواصفات والتسعير بدون أي تكاليف ضمنية (EXW)
2. هل أنت مُصنّع أم شركة تجارية؟
3. ما وقت التنفيذ الخاص بالعينات والطلب التجريبي؟
4. هل يمكنك إضافة شعار إلى هذا المنتج؟ إذا كان بإمكانك، أين يمكن إضافة الشعار؟ (يُرجى إضافة خيارات وصور فوتوغرافية).
5. ما تكلفة العينة مع الشحن السريع إلى الولايات المتحدة؟

نحنُ مقدرين لمساعدتك.

شكرًا لك.

جريج ميرسر

عرّف نفسك. استخدم رسالة البريد الإلكتروني المبدئية للتعريف بنفسك بطريقة ودية وإبراز نفسك وسط بحر رسائل طلبات التسعير. إن تقديم خلفية عن نفسك وعملك وأهدافك سيكون له أثر إيجابي كبير.

اكتب أكبر قدر ممكن من التفاصيل، مثل مقاييس المنتج والمواد والمواصفات والتغليف وأي ملاحظات مهمة أخرى. إذا أظهرت معرفتك بمنتجك وطرحت الأسئلة الصحيحة، ستثبت أنك صاحب عمل جاد وجدير بالثقة.

استخدم تنسيق واضح.

كي تتضمن الإجابة على جميع أسئلة بدقة قدر الإمكان، رُقم كل سؤال، وضع مسافة بينهم، واستخدم خط بارز لتوجيه الانتباه إلى الرد بمعلومات كاملة. لن يوفر هذا الوقت فحسب، وإنما (نأمل) أيضًا أن يساعدك في الحصول على إجابات مفيدة تتيح لك تقييم المورد المناسب لك بسرعة وسهولة.

لا تنس إرفاق صور. حتى إذا كانت صور عامة، فصور المنتجات المشابهة ستساعد على توضيح طلباتك وكسر أي عوائق مُحتملة في اللغة.

اختم الرسالة بخطوات محددة. عند إنهاء طلب التسعير، ضع قائمة مرقمة بالأسئلة المحددة التي تريد الإجابة عليها، مثل: "هل تستطيع إجراء تعديلاتي المقترحة على المنتج؟" و"ما تسعير EXW الخاص بك؟" (EXW ترمز إلى التسليم في موقع البائع، بمعنى أن المشتري مسئول عن النقل وجميع التكاليف والالتزامات منذ خروج المنتج من المورد حتى وصوله إلى الموقع). "ما هو MOQ الخاص بك (أقل كمية طلب)؟". يمكنك أيضًا طلب سعر طلب بحجم معين وعينة للمنتج.

2. تقييم وتعديل عينات المنتج

بمجرد تضيق نطاق قائمة الموردين لتشمل فقط الموردين القادرين على تقديم ما تريده بناءً على التواصل المبدئي أعلاه، يحين وقت طلب عينات. هذه خطوة مهمة للتأكد من أنك تقوم بالاستثمار الصحيح وتشتري منتجًا عالي الجودة.

يجب أن تتوقع دفع حوالي 50 - 150 دولارًا مقابل العينات، وأن تطلب إرسالها لك عبر الشحن الجوي، وأن تتوقع وصولها في غضون أسبوع إلى أسبوعين من تاريخ الشحن.

ملاحظة: قد تواجه تأخيرات بسبب القيود المتعلقة بالوباء أو مشكلات سلسلة التوريد الناتجة عن كوفيد-19، فاحرص على التحدث مع موردك حول الجداول الزمنية المتوقعة للشحن.

ستدفع للمورد عبر بايپال (Paypal) عادةً عند طلب عينات. سيعطيك المورد عنوانه على بايپال، وستخبره ببساطة بالعنوان الفعلي الذي سترسل العينات إليه.

ولكن عند استخدام بايپال، تأكد من تحويل الأموال عبر بطاقة ائتمان مرتبطة بالموقع، فهذه الطريقة ستتمكن من رفع شكوى لاعتراض عملية الدفع في حالة حدوث أي خطأ أو عدم استلام العينة.

يمكنك أيضًا الدفع باستخدام Alipay إذا كنت تشتري من خلال Alibaba.com. نوصي باستخدام التحويل المصرفي الإلكتروني فقط في حالة الطلبات الكبيرة جدًا مع الموردين المعتمدين.

نصائح:

عند طلب عينات، اطلب من المورد إرسال أكثر من منتج لك، حيث ستضمن بهذه الطريقة أن الجودة متسقة في جميع المنتجات.

قد يضيف بعض الموردين تكلفة العينة إلى فاتورتك إذا انتهى بك الحال بشراء طلب جُملة منهم، لذلك اسألهم إذا كان هذا ممكنًا عند طلب العينة.

كيفية فحص العينات:

بعد وصول عيناتك، يجب أن تفحصها بعناية وتقارن منتجات الموردين المختلفين جنبًا إلى جنب. (ملاحظة: يمكنك تتبع ملاحظاتك الخاصة بالصفات، والتكاليف، وحتى الصور من الموردين، في أداة المتتبع في قاعدة بيانات الموردين في جانجل سكاوت).

ضع التالي في اعتبارك:

- **المواصفات:** هل المواصفات والمميزات والجودة العامة متفقة مع ما توقعته من صور ووصف المورد؟ هل يوجد أي عناصر مفقودة؟
- **الجودة:** إذا كنت عميلًا، هل ستكون سعيدًا بجودة هذا المنتج؟ هل يوجد أي عناصر تضايك حتى لو بدرجة طفيفة؟ (إذا كان هناك، فمن الأفضل أن تعالجها الآن لأن عملاء أمازون سيشارون إليها بالتأكيد في تقييماتهم ومراجعاتهم).
- **سهولة التسويق:** هل هذا منتج يمكنك تسويقه بثقة للمتسوقين على أمازون؟ هل يحل مشاكل المستهلكين بما يكفي أو يضيف قيمة إلى حياتهم؟
- **المنفعة:** هل يعمل المنتج كما ينبغي؟ جرب استخدام منتجك بطرق مختلفة وفي ظروف مختلفة، وفكر في كيف يمكن لعملائك استخدامهم.

اطلب أي تعديلات

إذا لم يكن منتجك هو ما كنت تبحث عنه بالضبط، يمكنك طلب تعديلات على العينة. (لاحظ فحسب أن المورد سيفرض عليك رسوم إضافية مقابل أي تعديلات يجريها).
قد تشمل التعديلات إضافة شعار، أو تغيير الأبعاد، أو إضافة أو إزالة مكونات، إلخ.

AMAZON
ROCKET!

فكر في التغليف

قبل أن تطلب كمية كبيرة من منتجك، يجب أن تفكر فيما إذا كنت تريد تغليف يحمل علامة منتجك التجارية أم لا (أي الصندوق أو الحقيبة الذين يوضع بداخلهم منتجك داخل صناديق أمازون). إذا كنت بائعًا جديدة، يمكنك تجاوز مسألة التغليف لجعل الأمور أبسط، ومنح نفسك الوقت اللازم لبناء علامتك التجارية. في تلك الحالة، اخبر موردك أنك تريد استخدام التغليف القياسي العادي الذي يوفره. ولكن إذا أردت التغليف الذي يحمل علامتك التجارية، فيجب أن تجهّز التصميم للمورد في هذه المرحلة. إليك سبب توصيتنا بالتغليف الذي يحمل علامتك التجارية:

- **لأنه يساعد على إبراز منتجك في أمازون:** يمكنك عرض تغليفك في صور المنتج، وقد يضيف ذلك جاذبية وتمييزًا لمنتجك ويبرز عن منتجات المنافسين ويزيد مبيعاتك.
- **لأنه يعزز تجربة العميل:** يمنح تغليفك للمتسوق انطباعًا أوليًا إيجابيًا عن منتجك، وسيؤثر ذلك على تجربته الكلية (ومراجعاته). كما أنه يجعل منتجك مميزًا أكثر من الحقائق أو الصناديق الرخيصة (تعلّم هذا الدرس من "تأثير صندوق أبل" - عندما يحب العملاء التغليف جدًا، يحتفظون بالصندوق!).
- **يساعدك على بناء هوية علامتك التجارية:** سيساعد التغليف المميز منتجك على الظهور كعلامة تجارية "حقيقية"، وهو أمر صعب تحقيقه على المنتجات الجديدة غير المعروفة على أمازون.

يجب على المورد أو المصنّع الذي تتعامل معه منحك الأبعاد الدقيقة لتغليفك حتى تتمكن من إرسال تلك المعلومات إلى مصمم الجرافيك.

نصيحة: يمكنك إيجاد مصممين جرافيك ذوي خبرة في تصميم مغلفات أمازون في العديد من منصات العمل المستقل على الإنترنت.

اعمل مع مُصمم لتصميم ما تريد أن يبدو عليه تغليفك بالضبط.

- فكّر في الألوان التي ستلفت النظر في نتائج بحث المنتجات واحرص على أن يكون أي خط أو شعار سهل القراءة.
- اجعل علامتك التجارية واضحة وبسيطة. لا تريد ملئ الغلاف بالكثير من رسوم الجرافيك المشتتة للانتباه. واحرص على أن يوضح الغلاف لعملائك ما يوجد بداخله بالضبط.
- استخدم في غلافك نوع الخط أو النمط المحدد الذي ستستخدمه في رسوم الجرافيك أو جهود التسويق الأخرى. بهذا الشكل، سيتمكن العملاء من تمييز علامتك التجارية بسهولة.
- إذا كنت تستخدم صندوقًا يُفتح من أعلى لتغليف المنتجات، يمكنك إضافة شيء داخل الصندوق مثل علامتك التجارية، أو رسالة مضحكة، أو بعض المعلومات الإضافية أو المفيدة.
- فكّر في إضافة المميزات الأساسية لمنتجك أو استخداماته على الغلاف (في شكل نص و/أو صور)، وكذلك شعار للمساعدة في خلق هوية العلامة التجارية.

يمكنك أيضًا أن تطلب من المصمم بعض المقترحات بناءً على خبرته، أو البحث على أمازون لرؤية كيف تغلف المنتجات المشابهة (أو حتى المنتجات المنافسة) بضائعها، ثم اجعل تغليفك أكثر جاذبية منهم.

شاهد تصميمات الأغلفة التالية لاستلهاهم أفكار منها:



التغليف الدافئ والمشرق لهذا الصندوق يمنح مالكة انطباعًا فوريًا ورسالة إيجابية، كما يؤكد في رسالته على نوع المنتج (صندوق اشتراك).

الصندوق الأسود الأنيق ذي الخط الأزرق البترولي يخلق هوية لتلك العلامة التجارية سيبدأ العملاء في تمييزها بسهولة. يشمل التغليف أيضًا عناصر مثل الملصقات أو واقيات الأكواب لمنح العميل شيئًا مميزًا و"إضافيًا".

ارسل تصميمك النهائي إلى المورد. (يمكنك أن تطلب من عدة موردين إنشاء تلك التصميمات بالطبع، ولكن سيكلفك ذلك مبلغًا إضافيًا).

اطلب من موردك أن يرسل لك صورًا للتغليف المكتمل حتى تتأكد من أن كل شيء مطابق لمعاييرك. قد تطلب من موردك إرسال عينات فعلة للمنتج النهائي، بما في ذلك التغليف، حتى تتمكن من فحصه جيدًا. انتبه فحسب، سيبطئ هذا عملية إنتاج منتجاتك وقد يكلفك تكاليف شحن إضافية.

نصائح:

إذا كان منتجك سيُباع بشكل حصري على أمازون، يمكن أن ترسل إلى موردك باركود FNSKU الخاص بك لطباعته على الغلاف. (لن تتمكن من تلقي باركود FNSKU إلا بعد إنشاء قائمة منتجك، ولكن القائمة يمكن أن تكون جديدة وغير نشطة. هذا سبب آخر يعزز أهمية إنشاء حسابك مبكرًا). مع FNSKU، لن تضطر إلى ترميز منتجك كلما أرسلتها إلى مستودع الشحن بواسطة أمازون.

عندما تعمل على التغليف، احرص على تلبية متطلبات التغليف والتجهيز الخاصة بأمازون. راجع شروط خدمة أمازون قبل إنهاء تغليفك حتى تتأكد من امتلاكك لمواد التغليف والعناصر الأخرى المطلوبة، وأنها لن تحتاج إلى أي تجهيزات إضافية بمجرد وصول منتجاتك إلى الميناء.

في هذه المرحلة، قد ترغب أيضًا في إضافة رمز UPC أو رمز مشابه إلى تغليف منتجك. سنشرح تلك الأكواد بالتفصيل أكثر في الفصل التالي.

AMAZON ROCKET!

2. تفاوض على السعر وشروط الدفع

بمجرد أن تشعر بالرضا عن المنتج، يمكنك بدء المفاوضات مع الموردين للعثور على الصفقة المناسبة. لا تدع عملية التسعير والتفاوض تخيفك. أحد الأسباب الرئيسية للاتصال بالعديد من الموردين هو الحصول على فكرة جيدة عن النطاق المقبول للأسعار المتاحة لنوع المنتج الذي تسعى إلى بيعه.

السعر

لا تقبل بأول سعر يقترحه المورد. اعرف هل يوجد مجال للتفاوض على التسعير عن طريق السؤال عما إذا كان بإمكان المورد خفض الحد الأدنى لكمية الطلب (MOQ) أم لا، أو هل بإمكانك الحصول على سعر أفضل للمنتج عند طلب كمية أكبر. وهل يمكن للمورد المساعدة في تغطية تكاليف الشحن؟ إن إظهار أنك عميل جاد سيعزز رغبة المورد في الحفاظ على علاقته معك، مما سيساعدك على التفاوض على السعر بفعالية أكبر. اذكر أنك تريد بناء علاقة عمل طويلة الأمد وأنت تخطط لإعادة الطلب منهم مرة كل شهرين.

كن مباشرًا وواضحًا قدر الإمكان. يواجه العديد من بائعي FBA حواجز لغوية وثقافية عديدة عند التواصل مع الموردين العالميين، لذا تأكد من أنك واضح جدًا بشأن شروط تسعيرك. بعد التواصل مع موردين متعددين، سيكون لديك فكرة جيدة عن خيارات التسعير المتاحة لك، ويمكنك المقارنة بين متوسط تكلفة كل وحدة من مورد إلى آخر.

نصيحة: بينما يذكر معظم الموردين أن الحد الأدنى لكمية الطلب هو 1000 وحدة، يخفض البائعون أحيانًا هذا الرقم إلى 500 أو حتى 250 وحدة. ومع ذلك، إذا كنت تخطط لطلب تعديلات أكثر من مجرد شعار بسيط، فإن 1000 هو وحدة الحد الأدنى لكمية الطلب.

شروط الدفع

قد تتمكن من التفاوض على دفع 30% من إجمالي ثمن طلبك مقدمًا، ثم تدفع الـ 70% المتبقية قبل أن يقوم المورد بشحن المنتج. أو قد تدفع أحيانًا 50% مقدمًا و50% بعد ذلك. عمل بعض أعضاء فريق Jungle Scout مع موردين يشترطون دفع 100% مقدمًا، ولكن فقط بعد بناء علاقة قوية واكتساب ثقة كافية فيهم للموافقة على هذه الشروط.

نوصي بدفع 50% مقدماً ودفع الـ 50% الأخرى بمجرد اكتمال منتجك، وإرسال المورد صوراً لمنتجاتك معبأة وجاهزة للشحن.

طرق الدفع

يُعد موقع بايبال (Paypal) وسيلة جيدة لدفع ثمن العينات، ولكنك قد تتحمل رسوماً بنسبة 5% للطلبات الأكبر حجماً. يختار بعض البائعين استخدام بايبال لدفع مقابل الطلبات الكبيرة لأنه يُمكنهم من فتح قضية نزاع إذا حدث خطأ ما في الطلب. إذا لم يرغب المورد في دفع الرسوم التي سيتحملها عند الاستلام عبر بايبال، فيمكنك عرض تحملها بدلاً منه إذا كانت هذه هي طريقة الدفع التي تفضل استخدامها.

التحويل البرقي (TT) هو طريقة دفع شائعة مشابهة للتحويل المصرفي البنكي. يمكنك الدفع عن طريق TT باستخدام "ضمان التجارة" (Trade Assurance) على موقع Alibaba.com، مما يجعل الدفع آمناً وموثوقاً. عادة ما يكون هناك رسوم تتراوح بين 25 و 50 دولاراً لكل تحويل وقد تستغرق وصول الأموال إلى المورد من 5 إلى 7 أيام.

إذا كنت تستخدم موقع Alibaba.com، يمكنك الدفع من خلال Alipay، وهي خدمة الدفع الآمنة الخاصة بالمنصة. تتيح لك هذه الطريقة استخدام بطاقة الائتمان أو بطاقة الخصم أو TT أو التحويل المصرفي أو أنواع الدفع الأخرى، ولا يتم تحرير أموالك إلى المورد حتى تؤكد التسليم. يمكن للمشتريين المعتمدين في الولايات المتحدة أيضاً الدفع مقابل الطلبات عن طريق الفاتورة باستخدام شروط الدفع في موقع Alibaba.com، وسداد دفعة أولى صغيرة، ثم دفع المبلغ المتبقي (بعد شحن منتجاتك) خلال ما يصل إلى 60 يوماً.

قد يقدم بعض الموردين الذين تجدهم من خلال موقع Alibaba.com أيضاً ضمان التجارة، والذي يعمل بشكل أساسي على حماية طلبك في حالة حدوث أي خطأ في جودة المنتج أو الشحن في الوقت المحدد. يوصي العديد من البائعين بتجنب الإرسال عبر ويسترن يونيون (Western Union) نظراً لوجود وسائل محدودة لاسترداد أموالك في حالة حدوث أي خطأ.

3. اطلب واشحن المنتجات التي ستبيعها على أمازون

ارسل طلب شراء إلى أفضل مورّد لديك

بمجرد الاتفاق على السعر، نوصي بإنشاء أمر شراء لإرساله إلى مورّدك، ثم دفع فاتورته.

تحتوي قاعدة بيانات الموردين في Jungle Scout على نماذج لاتفاقيات أوامر الشراء التي يمكنك تضمينها، بالإضافة إلى نموذج يمكنك ملئه لإنشاء أمر شراء. يمكنك إدخال تكلفة الوحدة لكل منتج، والشحن، ووصف البضائع، والاسم التجاري، ومعلومات المورد، وسينشئ البرنامج، ملف PDF يمكنك إرساله إلى المورد. قد لا تتمكن من تنفيذ أمر الشراء بشكل قانوني، لكنها طريقة احترافية لتوضيح ما تطلبه.

قم بإجراء فحص للتأكد من جودة منتجك

قد تسأل نفسك: "إذا تلقيت عينة من المصنع، فلماذا أحتاج إلى إجراء الفحص؟"

في بعض الأحيان، قد يكون هناك عيوب في بعض الوحدات في عملية التصنيع، سواء لأن المورد استخدم مواد أرخص لإنتاج طلبك بكميات كبيرة أو اتخذ طرق مختصرة أخرى، لذلك تريد التأكد بنسبة 100% من أن جميع منتجاتك في حالة جيدة وصالحة للعمل قبل إرسالها إلى أمازون.

يمكنك التعاقد مع شركة فحص للتحقق من جودة منتجك. بعض شركات الفحص الشائعة تشمل Qima و VTrust، أو يمكنك البحث عن شركة أخرى.

بشكل أساسي، ترسل هذه الشركات ممثلاً إلى المصنع الذي يتم فيه إنتاج منتجك، ويراجعون عادةً الجودة الإجمالية للمنتج والكمية وأداءه العام، والتعبئة والتغليف الصحيح ووضع العلامات، أو يمكنك أن تطلب منهم التحقق من أشياء محددة.

إذا كانت ميزانيتك لا تتحمل الدفع لطرف ثالث لإجراء الفحص، يمكنك أن تطلب من المورد إرسال صور لمنتجاتك خلال عملية الإنتاج، أو حتى إجراء محادثة فيديو معك حتى تتمكن من رؤية المنتجات بنفسك.

إشحن منتجك إلى مستودعات أمازون

أمامك عددًا من الخيارات لتوصيل منتجك من موردك إلى مستودع أمازون.

ارسلها من خلال موردك

سيكتشف معظم بائعي FBA المبتدئين أن مورديهم لديهم شركاءه وعلاقاته الخاصة مع شركات الشحن التي يريدون استخدامها، وأنهم مُطلعين جيدًا على طرق البيع على أمازون ويمكنك تسهيل الشحن عليك للغاية.

إن الاستعانة بموردك أسهل وأقل تكلفة إذا كانت طلبيتك تعتبر صغيرة الحجم (أقل من 200 كيلوجرام أو حوالي 440 رطل). ستعمل مع موردك لترتيب الشحن الجوي السريع (باستخدام شركات مثل DHL أو FedEx أو UPS وغيرها) لشحن منتجاتك مباشرةً إلى منزلك أو إلى مستودع، أو إلى مركز تجهيز جاهزي سيجهز ويشحن منتجاتك إلى مستودع أمازون لأجلك. يمكنك طلب تسعيرات لتكاليف الشحن من موردك.



AMAZON
ROCKET!

استخدم وكيل شحن

مع توسيعك لنطاق عملك وطلب طلبيات أكبر ومنتجات أكر، نوصيك بشدة باستخدام وكيل شحن. هذا خيار أفضل إذا كان وزن شحنتك الإجمالي أكبر من 200 كيلوجرام (يستطيع موردك إخبارك بوزن وأبعاد شحنتك بالضبط).

ما هو وكيل الشحن؟

وكيل الشحن هو طرف ثالث محترف يقوم بترتيب عملية الشحن الدولية بأكملها، ويتعامل مع عدد من الخطوات المعقدة بما في ذلك الجمارك والتعبئة ووضع العلامات التجارية وغير ذلك. يمكنك العثور على وكلاء الشحن والمقارنة بينهم تهم على موقع مثل [Freightos.com](https://www.freightos.com). قيم خيارتك حسب السعر، وهل عملوا مع بائعين بحجمك أو استوردوا نوع البضائع الخاصة بك من قبل أم لا، ومدى تواصلهم معك، وما إذا كانوا على دراية بجميع متطلبات أمازون. إذا كنت تستخدم [Alibaba.com](https://www.alibaba.com)، يمكنك استخدام [Alibaba.com Freight](https://www.alibaba.com/freight) المدعوم من Freightos لتلقي عروض أسعار فورية وحجز وإدارة حلول الشحن الخاصة بك، مع توفير رؤية شاملة لجميع خطوات العملية في مكان واحد.



AMAZON
ROCKET!

الشحن والتجهيز

الخطوة 1: اختر الشحن الجوي أو الشحن البحري.

- الشحن الجوي هو خيار أسرع بكثير من الشحن عن طريق البحر (يستغرق عادة من 5 إلى 10 أيام)، ولكنه أكثر تكلفة (يكلف عادة حوالي 5 دولارات للكيلوجرام).
- الشحن البحري يستغرق وقتاً أطول (شهر أو أكثر) ولكنه أقل تكلفة بكثير (حوالي 1 دولار للكيلوجرام).

الخطوة 2: سيتأكد وكيل الشحن أو المورد الخاص بك من تسليم منتجاتك إلى ميناء دخول البلد الذي تقوم بالشحن إليه وبيدأ بإجراءات التخليص الجمركي للشحنة.

الخطوة 3: ستدفع أنت الرسوم الجمركية. لاحظ أن المورد الذي تتعامل معه سيقوم عادةً بتضمين هذه التكلفة في فاتورة الشحن الخاصة بك، لذلك لا داعي للقلق بشأن حساب الرسوم أو دفعها بشكل منفصل. يمكنك تقدير رسومك الجمركية وضرائبك باستخدام [حاسبة رسوم الاستيراد والجمارك](#).

- إذا كانت قيمة الشحنة أقل من 800 دولار ستكون معفاة من الرسوم عادةً. بخلاف ذلك، يعتمد معدل الضريبة على قيمة الشحنة وبلد المنشأ ونوع المنتج الذي تشحنه. (على سبيل المثال: قد تكون ضرائب المنتجات القطنية أعلى من الضرائب المفروضة على ألعاب الأطفال مثلاً). يوجد "رمز HS" كل شحنة الذي يحدد نوع المنتج / استخدامه. يجب أن يكون لدى المورد هذا الرمز.

الخطوة 4: اجعل منتجاتك جاهزة للاستخدام في أمازون. تعرف على متطلبات التعبئة والتغليف والتجهيز الخاصة بأمازون واحرص على التزام منتجاتك بها. على سبيل المثال: قد يُطلب منك حماية منتجاتك عبر لفها بفقااعات الحماية البلاستيكية، أو أكياس هوائية، إلخ. لديك عدة خيارات بهذا الشأن:

1. إذا أمكن، اطلب من موردك تجهيز المنتجات لك لأن هذا سيقبل تكلفة التجهيز بكثير حتى وإن لم يكن مجانيًا (يجب عليك القيام بذلك عند مناقشة التغليف والتفاوض على الأسعار. على سبيل المثال: اطلب من موردك حماية كل وحدة منتج باستخدام الأكياس الهوائية المطبوع عليها رمز FNSKU الخاص بك. قد يفرض المورد رسومًا إضافية على التحضير أو المواد الإضافية المستخدمة ولكن تكلفتها ستكون منخفضة عادةً - حوالي 0.10 دولارًا أمريكيًا لكل وحدة، ويمكنك عادة التفاوض لإضافتها مجانًا كجزء من طلبك).

2. إذا لم يجهز موردك منتجاتك لتتناسب أمازون، فستحتاج إلى تجهيز بضائعك من أجل أمازون، بما في ذلك وضع العلامات التجارية والتخزين على منصات نقالة. يمكن لشركة لوجستية تابعة لجهة خارجية (3PL) المساعدة في إعداد بضائعك لأجل أمازون. سيقومون بالتصنيف والتعبئة والشحن مباشرة إلى مستودع أمازون من أجلك.
3. يمكنك أيضًا جعل أمازون تجهز المنتجات لأجلك مقابل رسوم إضافية.

الخطوة 5: إنشاء خطة شحنك في مركز البائع (Seller Central).

- ستحدد أن عنوان "الشحن من" هو عنوان مستودع وكلاء الشحن أو عنوان مركز التحضير الذي استخدمته. (إذا لم تكن تستخدم مركزًا للتحضير، فسيكون العنوان هو موقع نشاطك التجاري أو عنوان منزلك.)
- عندما يكون لديك جميع ملصقات الشحن الخاصة بك، سترسلها إلى وكيل شحنك أو مركز إعداد 3PL لشحنها إلى أمازون.
- بمجرد تجهيز مخزونك، سيرسل وكيل شحنك كل شيء إلى مستودع أمازون.



AMAZON
ROCKET!

الفصل السادس

كيف تُدرج منتجًا في أمازون



الفصل السادس

كيف تُدرج منتجًا في أمازون

تعتبر تلك الخطوة في غاية الأهمية لإن قائمة منتجك هي الطريقة التي سيجد بها منتجك على أمازون ويشترونه. سنراجع معك عملية من سبع خطوات لإنشاء قائمة ناجحة.



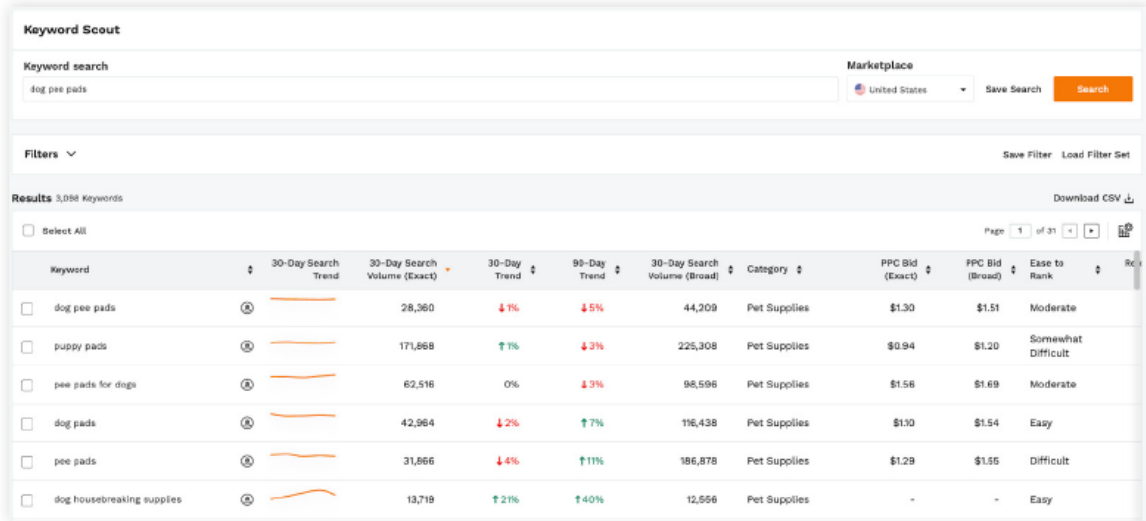
1. ابحث عن الكلمات المفتاحية لإدراجها في قائمتك

يجد العملاء منتجاتك باستخدام الكلمات المفتاحية، إذا كنت تمتلك البيانات الصحيحة التي تساعدك على تحديد الكلمات المفتاحية التي يجب إدراجها في قائمة منتجاتك، ستتمكن من وضع منتجك أمام العملاء المهمين الجاهزين للشراء وتجهيز نفسك للنجاح.

يوجد طريقتان لإنشاء قائمة كلمات مفتاحية لمنتجك:

1. استخدام كشّاف الكلمة المفتاحية في جانجل سكاوت، ابحث عن أي كلمة مفتاحية تعتقد أنها ذات صلة بمنتجك. على سبيل المثال، إذا كنت أبيع مناشف للكلاب (dog pads)، سأبحث عن تلك الكلمات على في كشّاف الكلمة المفتاحية.

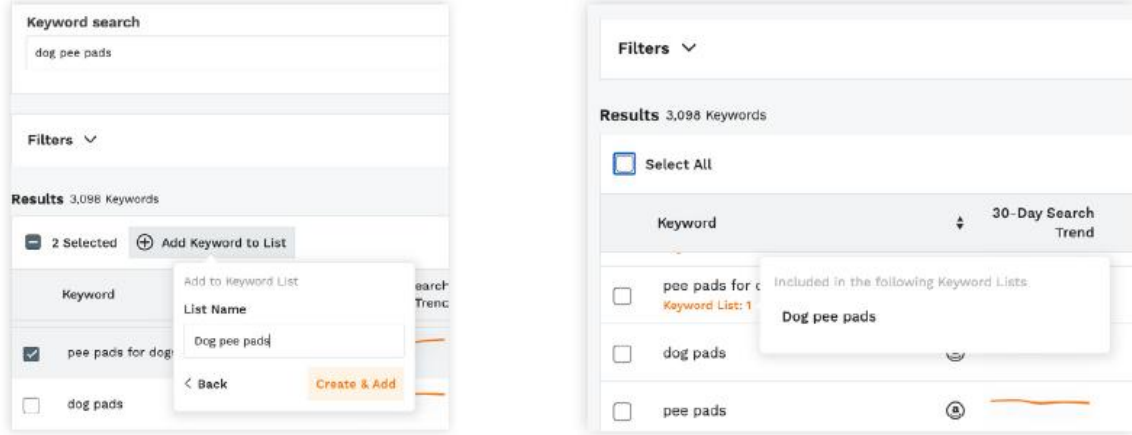
ستتضمن نتائج البحث جميع الكلمات المفتاحية التي استخدمها الناس لشراء منتجك في نهاية المطاف، وبالتالي قد ترى مصطلحات لم تكن لتفكر فيها من الأساس، مثل "لوازم تدريب الكلاب" أو "مناشف التدريب على قضاء الحاجة"، و"مناشف تدريب الكلاب"، إلخ. استخدام تلك الكلمات والعبارات في رسالة منتجك قد يساعد منتجك على الظهور واكتساب ترتيب أعلى في نتائج المزيد من عمليات البحث.



The screenshot displays the 'Keyword Scout' tool interface. At the top, there's a search bar with 'dog pee pads' entered, and a 'Marketplace' dropdown set to 'United States'. Below the search bar, there are filters and a 'Download CSV' link. The main section shows 'Results 3,084 Keywords'. A table lists various keywords related to dog pee pads, including search volume, trends, and competition metrics.

Keyword	30-Day Search Trend	30-Day Search Volume (Exact)	30-Day Trend	90-Day Trend	30-Day Search Volume (Broad)	Category	PPC Bid (Exact)	PPC Bid (Broad)	Ease to Rank
dog pee pads	↗	28,360	↓ 1%	↓ 5%	44,309	Pet Supplies	\$1.30	\$1.51	Moderate
puppy pads	↗	171,868	↑ 1%	↓ 3%	225,308	Pet Supplies	\$0.94	\$1.20	Somewhat Difficult
pee pads for dogs	↗	62,516	0%	↓ 3%	98,596	Pet Supplies	\$1.56	\$1.69	Moderate
dog pads	↗	42,964	↓ 2%	↑ 7%	116,438	Pet Supplies	\$1.30	\$1.54	Easy
pee pads	↗	31,866	↓ 4%	↑ 11%	186,878	Pet Supplies	\$1.29	\$1.55	Difficult
dog housebreaking supplies	↗	13,719	↑ 21%	↑ 40%	12,656	Pet Supplies	-	-	Easy

كشّاف الكلمة المفتاحية يفرز النتائج تلقائيًا بناءً على حجم البحث في آخر 30 يوم، وبالتالي سترى أكثر الكلمات المفتاحية شعبية أولاً. يمكنك حفظ جميع هذه الكلمات في قائمة الكلمات المفتاحية.



اختر الكلمات المفتاحية التي تريد حفظها، واضغط على علامة الزائد (+)، ولإنشاء قائمة جديدة، ادخل اسم قائمتك، واضغط على "إنشاء وإضافة". سترى أيضًا أي الكلمات المفتاحية التي تمت إضافتها بالفعل إلى واحدة من قوائم كلماتك المفتاحية.

2. في أمازون، ابحث عن أقوى المنافسين الذين يبيعون منتجك، وادخل رمز ASIN الخاص بهم في كشّاف الكلمات المفتاحية لترى جميع الكلمات المفتاحية التي يستخدمونها وتظهر في ترتيبهم. أضفها إلى قائمتك أيضًا. (نوصيك بإضافة أفضل 10 كلمات مفتاحية يستخدمونها على الأقل).

AMAZON ROCKET!

Multi-ASIN reverse search

Marketplace: United States

Clear All Save Search Search

Filters Save Filter Load Filter

Search Preview

Highlighted ASIN: B0N6CE008

Competitor 1: B09Q4487G4

Competitor 2: B09GPH5FDW

Results: 1,588 Keywords

Select All Download

Keyword	30-Day Search Trend	30-Day Search Volume (Exact)	30-Day Trend	Category	PPC Bid (Exact)	PPC Bid (Broad)	Ease to Rank	Relevancy Score
puppy pads	①	171,858	↑ 1%	Pet Supplies	\$0.94	\$1.20	Somewhat Difficult	
pet supplies	②	109,501	↓ 7%	Pet Supplies	\$0.75	\$0.89	Easy	

افعل ذلك مع أكبر عدد ممكن من المنافسين، وسيصبح لديك قائمة قوية بالكلمات المفتاحية التي يمكنك استخدامها في قائمتك.

مع كشف الكلمات المفتاحية، يمكنك حفظ عمليات بحثك السابقة للرجوع إلى رموز ASIN والكلمات المفتاحية التي بحثت عنها سابقًا.

AMAZON ROCKET!

2. شراء باركود UPC لمنتجك

لإنشاء قائمتك في مركز البائع، تتطلب أمازون امتلاك كود منتج عالمي أو UPC. إن باركود UPC هو الرمز الشريطي الذي تراه على جميع الأغلفة تقريباً.

يجب عليك امتلاك باركود UPC واحد لكل منتج تباعه، بما في ذلك باركود لكل نسخة مختلفة من المنتج.

تُشتري رموز باركود UPC من GS1 مباشرةً، وهي الوكالة التي تدير هذه العملية.

- إذا أردت شراء باركود، اذهب إلى موقع GS1.org، واضغط على "الحصول على باركود GS1". وسيرشدك الموقع عبر عملية شراء الباركود الخاص بك.
- يمكنك الآراء شراء باركود UPS صالح لمنتج واحد فقط من على موقع GS1، وسيكلفك 30 دولار فقط وبدون رسوم سنوية.
- نوصي بشراء GS1، ولكن بدون طباعته على مغلف منتجك (نوصيك بطباعة رمز FNSKU مباشرةً على علاقتك بدلاً من ذلك إذا كنت تباع على أمازون، لأن FNSKU متفرد لكل منتج، وتطلب أمازون عادةً تتبع كل منتج جديد عن طريق FNSKU).

يمكنك أيضاً التقدم للحصول على ما يُسمى بـ "[إعفاء GRIN](#)". يتيح لك هذا الإعفاء إدراج منتجك في أمازون بدون رمز UPC، وقد يكون مفيداً في بيع المنتجات المصنوعة يدوياً أو منتجات فئات معينة لا يوجد لها رموز باركود عادةً. لتطبيق هذا الإعفاء، ستقدم دليلاً لأمازون على أن منتجك وتغليفه ليس لهما رمز UPC.

3. إنشاء قائمتك في مركز البائع

بعد أن جهزت جميع عناصر قائمتك، كل ما تحتاجه الآن هو عملية بسيطة لإنشاء قائمتك في مركز البائع.

- ابدأ بالوقوف بفأرة الكمبيوتر فوق كلمة "كتالوج" واضغط على "إضافة منتجات".
- اضغط على "أنا أضيف منتجاً لا يُباع على أمازون".
- اختر فئة لإدراج المنتج فيها. اختر الفئة الأكثر ملائمة لمنتجك، واختر فئة فرعية محددة قدر الإمكان.

- تحت عنوان مُعرّف المُنتج، أضف رمز UPC الخاص بمنتجك. (إذا وافقت أمازون على منحك إعفاء GTIN، اترك حقل مُعرف المنتج فارغاً، وادخل اسم علامتك التجارية بنفس الاسم الذي تقدمت به للحصول على الإعفاء بالضبط).
- تحت حقل اسم المنتج، ادخل العنوان الذي اخترته.
- تحت حقل اسم العلامة التجارية، ادخل اسم علامتك التجارية.
- سيكون المصنّع هو نفسه اسم العلامة التجارية (لأنك أنت المصنّع).

Advanced View ☐

Home & Kitchen > Home Décor > Artificial Plants & Flowers > Artificial Plants & Greenery > Artificial Plants & Greenery

When multiple sellers sell the same product through a single detail page, we combine and present the best product data to ensure customers get the best experience.

Product ID

Once submitted, this field cannot be changed

* Product Name

* Brand Name

* Manufacturer

AMAZON

- في الصفحة التالية، حدد أي نسخ أو تنويعات لمنتجك (الأحجام، الألوان، الأنماط، إلخ).
- يمكنك إدخال "الرقم التسلسلي أو وحدة حفظ المخزون" (SKU) أو ترك هذا الحقل فارغاً. ستنتج أمازون SKU تلقائياً لأجلك إذا لم تدخل رقم محدد. (إن عنصر SKU محدد لحسابك، وهو نوع من "رقم الموديل" أو "الرقم المتسلسل" الذي يساعدك على تتبع مخزونك).

- في الصفحة التالية، وتحت حقل وسيلة الشحن، اختر "الشحن بواسطة أمازون/FBA"، إذا تركت هذا الحقل كـ "FBM" أو "الشحن بواسطة التاجر"، ستضطر إلى تحويل قائمتك إلى FBA عندما تكون جاهزًا لشحن مخزونك.
- قم بتحميل صورتك إلى الموقع.

The screenshot shows the 'Offer' tab in the Amazon Seller Central interface. At the top, there are tabs for 'Vital Info', 'Variations', 'Offer' (selected), and 'Images'. Below the tabs, there's a breadcrumb trail: 'Home & Kitchen > Home Décor > Artificial Plants & Flowers > Artificial Plants & Greenery > Artificial Plants & Greenery'. A message states: 'You have the option to save as inactive now and add its offer back in later.' with a checkbox 'Let me skip the offer data and add it later.'.

The main form fields are:

- Your price:** A text box with a dollar sign and 'Ex: 50.00'.
- Seller SKU:** A text box containing '101MyCollectible1'.
- Condition:** A dropdown menu with '-Select-'.
- Fulfillment Channel:** Two radio button options:
 - ☐ I will ship this item myself (Merchant Fulfilled)
 - ☒ Amazon will ship and provide customer service (Fulfilled by Amazon)

At the bottom, there's a note: 'You have chosen to have Amazon fulfill orders for this item. Your item will be available for sale, when Amazon receives it. Fulfillment by Amazon fees will apply. [Learn More](#)'. At the very bottom, there are 'Cancel' and 'Save and finish' buttons.

- لإضافة مزيد من المعلومات في صورة رموز نقطية ووصف، يجب أن تختار "المنظور المتقدم".
- أضف معلومات الرموز النقطية، والوصف، وأبعاد ووزن منتجك. قد تحتاج إلى ملء مزيد من الحقول. سيعتمد ذلك على الفئة التي تباع فيها. على سبيل المثال، إذا كنت تباع لعبة أطفال، سيكون عليك إدخال الحد الأدنى للعمر الموصى به. وإذا لم تكن متأكدًا من المطلوب في حقل معين بالضبط، قف بفأرة الكمبيوتر فوق علامة الاستفهام بجانبه، وستوضح لك أمازون المطلوب.

- أضف كلماتك المفتاحية. هذه هي الكلمات الخلفية التي تستخدمها أمازون لمساعدتك على فهرسة وترتيب قائمة منتجاتك. لا تتجاوز عدد الحروف المسموح بها وإلا لن يتم فهرسة كلماتك المفتاحية في بحث أمازون.
- في قسم "مصطلح البحث"، أضف الكلمات المفتاحية التي لم تكفي القائمة لإضافتها أو لم تكن ذات صلة بما يكفي لإدراجها في القائمة ولكنها مازالت ذات صلة. املاً أكبر عدد ممكن من الحقول الإضافية لأن هذا سيساعدك على الظهور في نتائج البحث أكثر.

When multiple sellers sell the same product through a single detail page, we combine and present the best product data to ensure customers get the best experience.

Product Description ⓘ This ham has been smoked for 12 hours...

Key Product Features ⓘ

Bullet points

Delicious honey-apricot glaze

Delicious honey-apricot glaze

Delicious honey-apricot glaze

Delicious honey-apricot glaze

Delicious honey-apricot glaze

Remove Last

Cpsia Warning ⓘ Select...

Add More

CPSIA Warning Description ⓘ no_warning_applicable

ROCKET!

Advanced View ☒

Home & Kitchen > Home Décor > Artificial Plants & Flowers > Artificial Plants & Greenery > Artificial Plants & Greenery

i When multiple sellers sell the same product through a single detail page, we combine and present the best product data to ensure customers get the best experience.

Intended Use ⓘ
Add More

Target Audience ⓘ
Add More

Other Attributes ⓘ
Add More

Subject Matter ⓘ
Add More

Search Terms ⓘ

Platinum Keywords ⓘ
Add More

Cancel Save and finish

بعد أن تضغط على "حفظ التغييرات"، ستظهر قائمتك في مركز البائع تحت عنوان "إدارة المخزون". يمكنك العودة لتعديل هذه القائمة في أي وقت.

AMAZON ROCKET!

4. صياغة عنوان قائمتك

من المهم جدًا أن تُدرج في عنوانك أقوى الكلمات المفتاحية الأكثر صلة بمنتجك والتي يوجد عليها حجم بحوث مرتفع (بمعنى أن عدد كبير من العملاء يستخدمون مصطلحات البحث هذه عن البحث عن منتج مثل منتجك - بدون حشد كلمات مفتاحية أكثر من اللازم).

- ادرج الكلمات المفتاحية ذات أكبر حجم بحث (أي الكلمات المفتاحية التي يُجرى عليها أكثر من 1000 عملية بحث شهريًا) والتي تمنح تقييمًا مرتفعًا لمنافسيك.
 - احرص على أن يكون العنوان سلسًا وسهل القراءة وليس محتشدًا بالكلمات المفتاحية العشوائية.
 - استخدم علامات الترقيم مثل الفواصل والشرطة بين الكلمات المفتاحية لجعلها أكثر سلاسة.
 - تتيح أمازون استخدام حوالي 200 حرف في العنوان - استخدام أكبر قدر ممكن منها.
 - استخدم حروف كبيرة في أول حرف في كل كلمة (باستثناء حروف الجر، والتعريف، والظرف).
 - استخدام الأرقام بدلاً من كتابة الأرقام بالحروف.
 - لا تستخدم تعليقات وصفية مثل "الأفضل مبيعًا" أو "منتج رائع".
- نوصيك باستخدام أداة "بناء القائمة" في جانجل سكاوت في جميع خطوات صياغة عنوان قائمتك. ستساعدك الأداة على تنظيم كلماتك المفتاحية، والتأكد من أنك لا تستخدم جمل مكررة، وتدمج جميع الكلمات المفتاحية عالية الأداء في قائمتك.

تستطيع أداة بناء القائمة سحب المعلومات تلقائيًا من أمازون، وإجراء تغييرات في مركز البائع إذا كان حسابك على أمازون متزامنًا مع جانجل سكاوت، مما يسهّل عملية تحرير قائمتك وإجراء تغييرات عليها.

AMAZON
ROCKET!

5. صياغة الرموز النقطية لقائمة منتجاتك

صحيح أن عنوان يدور حول كلماتك المفتاحية، إلا أن رموزك النقطية يجب أن تهدف إلى إخبار العملاء بمواصفات المنتج واستخداماته الأساسية. يجب أن تفعل ذلك مع إدراك باقي كلمات المفتاحية عالية الصلة التي لم تستطع إضافتها إلى العنوان.

مرة أخرى، استخدم أكبر عدد ممكن من الحروف المسموح بها. يوجد عدد حروف مختلفة للفئات المختلفة، لذلك احرص على معرفة عدد تلك الحروف بالضبط في مركز البائع.

ما يجب أن تُدرجه في الرموز النقطية:

- شرح مفصل للعوامل الجذابة الرئيسية في منتجك. ولماذا يجب أن يشتري العميل منك بدلاً من منافسيك؟
- حاول عدم ملء رموزك النقطية بتفاصيل لا يهتم بها أحد. ركز على المهم وشرح بوضوح كيف سيفيد المنتج المستخدم، وما يفعله المنتج أو المشكلة التي يحلها، وأجب على أي أسئلة شائعة.
- استخدم نبرة مناسبة لمنتجك. كمثال، إذا كان منتجك عبارة عن أداة يدوية، اشرح ما تفعله، وكيف تعمل، وسبب كونها أفضل من أدوات المنافسين، والمواد المصنوعة منها، إلخ. قدّم معلومات مفيدة ومهمة ومباشرة. إذا كنت تباع لعبة أطفال، اجعل كلامك مرحًا ومثيرًا للحماس. ارسم صورة ذهنية عن طريقة عمل المنتج وكيف سيستمتع الأطفال به.
- احرص على إدراج جميع المعلومات المهمة، مثل الحجم والكمية والمواد وغيرها، إن أمكن.

ترجمة

أمازون روكت Amazon Rocket

WhatsApp: 00962795052517

[/https://www.amazonrocket.academy](https://www.amazonrocket.academy)



AMAZON ROCKET!

نصائح أخرى:

- اعرض ضمان برد الأموال. سترد أمازون للعملاء أموالهم دائماً عند إرجاعهم للمنتج، فاستغل تلك الميزة لصالحك على أي حال.
 - لا تتسخ ما كتبه منافسوك وركز على جعل قائمتك جذابة أكثر.
 - إذا كان هناك أي شكاوى كتبها العملاء في قوائم منافسيك واستطعت التغلب عليها في منتجك، احرص على ذكر ذلك. على سبيل المثال: "هذه الأحزمة ضعيفة ولا تتحمل وزن 100 رطل".. اشرح أن منتجك أقوى وحل هذه المشكلة.
 - أجب على الأسئلة الشائعة التي يطرحها العملاء في قوائم المنتجات المشابهة أو المنافسة. على سبيل المثال، إذا رأيت سؤال "هل المنتج مضاد للمياه؟" في قائمة منافسك، وإذا كان المنتج بالفعل مضاداً للمياه، فاحرص على إدراج تلك المعلومات المهمة في الرموز النقطية.
- تذكر، يمكنك العودة وتعديل هذا الجزء دائماً.

6. صياغة وصف قائمتك

هذا القسم في الجزء السفلي من صفحة قائمة منتجك، ورغم أنه من غير المرجح أن يقرأه عملائك المحتملون، لكنه يظل مهماً للغاية.

استخدم قسم الوصف لإضافة أي كلمات مفتاحية إضافية. تحدث عن عملك، أو شارك أي شيء آخر حول منتجك تريد من عملائك معرفته. هذه فرصة جيدة لتكرار الرسائل الأساسية التي أشرت إليها في الرموز النقطية، ولكن باستخدام كلمات مفتاحية مختلفة، وكذلك إضافة معلومات جديدة لم تكف مساحة الرموز النقطية لإضافتها.

مسموح لك بحوالي 2000 حرف في قسم الوصف، احرص على استخدام أكبر قدر ممكن منها. كما هو الحال في عناصر قائمتك الأخرى، يمكن صياغة هذا الوصف في أداة بناء القائمة في جانجل سكاوت.

إضافة محتوى متميز جدًا

إذا كنت علامة تجارية مسجلة، يمكنك استبدال قسم الوصف بوصف منتج ذي محتوى متميز جدًا. يتيح لك هذا إضافة مزيد من الصور والنصوص التي تسلط الضوء على الخصائص التي تجعل منتجك مميزًا، وتضيف مزيد من التخصيص وتدعم بناء العلامة التجارية. تحتوي أمازون على قوالب مختلفة يمكنك استخدامها أيضًا.

يمكنك إيجاد محتوى متميز في مركز البائع تحت فئة الإعلان < مدير المحتوى المتميز

نصيحة: عندما تصنع محتوى متميز، احرص على رؤية كيف سيبدو على الهاتف الجوال، لأن المحتوى المتميز سيظهر على الهاتف قبل الرموز النقطية.



ATTENTION seller central
Angelo Emblem | United States | English | Search | Messages | Help | Settings

Catalog | Inventory | Pricing | Orders | Advertising | Stores | Search | Reports | Performance | Partner Network | KDP | Boards
A+ Content Manager

Search for ASIN or product name

[Start creating A+ content](#)

Product Description
BPA FREE



Café du Chateau®

CAFE DU CHATEAU

FRENCH PRESS

When it comes to your cup of coffee, don't settle for anything but the best possible experience. Thanks to Café du Chateau's French Press you can bring the café experience home and brew just like a barista.

Our stunning European inspired stainless steel frenchpress comes with an easy to use brewing guide on how to make the perfect cup of coffee. In just about four easy to follow steps, you'll have the deep roasted flavor, full-body, and subtle notes of your favorite beans or pressed leaves from your very first cup.

The Café du Chateau French Press is built with only the finest quality and BPA safe materials that surpass U.S. F.D.A and European Commission food and safety standards. We use 304 grade stainless steel to create a corrosion and rust resistant housing. Bore, no lid, and easy grip handle. The large reusable french press features a thick borosilicate glass carafe that's extremely durable and withstands boiling water. And, unlike our competitors who offer 1-2 filter filters, our coffee press is equipped with a 4-level filtration system. Consisting of 2 stainless steel screens, a spring-loaded base that seals the edges during pressing, and a lid strainer to trap any grounds. Never worry about coffee grounds or unpleasant mudslides reaching your mug for the perfect brew every time.

If you want amazing flavorful coffee, then look no further and get brewing with Café du Chateau's French Press coffee maker!



LARGE 34 OZ CAPACITY

It's large 34 ounce borosilicate glass carafe is heat resistant to effortlessly withstand boiling water and provides 8-4 ounce cups of coffee from just one brew.



FOUR-LEVEL FILTRATION

Our superior filtering screen consists of two stainless steel screens, a spring-loaded base that seals the edges during pressing, and a lid strainer to trap any grounds. Ensuring no unpleasant mudslides, simply the purest possible flavor.



DISHWASHER SAFE

The stainless steel french press breaks down into three easy to clean parts: plunger assembly, glass carafe, and stainless steel housing, all of which are dishwasher safe.

7. أضف صور عالية الجودة إلى قائمتك.

الصور الفوتوغرافية وغيرها من الصور الأخرى شديدة الأهمية في تسويق منتجك، لأن العملاء ينظرون إلى صورك أولاً عادةً (خاصة على الهاتف) قبل النظر إلى الوصف. احرص على أن تكون صورك عالية الجودة وغنية بالمعلومات.

أمامك خياران:

- التقاط الصورة بنفسك
- تعيين مصور محترف (نوصي بذلك).
 - يجب أن تستخدم صوراً عالية الجودة جداً وتقديم منتجك إلى العملاء المحتملين بشكل أفضل من منافسيك.
 - إذا كنت تريد تعيين مصور محترف، فارجع إلى دلائلنا حول كيفية تعيين مستقلين لبرنامج الشحن عبر أمازون.

سواء التقطت الصور بنفسك أو عينت محترفاً، احرص على معرفة متطلبات التصوير الفوتوغرافي في أمازون:

- يجب أن تمثل الصور المنتج المعروض للبيع بدقة.
- يجب أن تعرض صورة منتجك الأساسية منتجك أمام خلفية بيضاء تامة، بدون أي ديكورات مساعدة أو علامات مائية.
- يجب أن يشغل منتجك 85% من الصورة الأساسية.
- يجب أن تكون صورتك بدقة 1000 بكسل × 500 بكسل على الأقل حتى يستطيع العميل تكبيرها ورؤية تفاصيلها، وهذا عامل مهم جداً. توصي أمازون بأن يكون حجم ملف الصورة 1600 بكسل أو أكبر على الجانب الطويل.
- مسموح لك بإدراج ما يصل إلى 9 صور، ونوصي بإضافة أكبر عدد ممكن منها.
- لا يجب أن تتضمن الصور أي شعارات أو علامات تجارية خاصة بأمازون أو تنويغات أو تعديلات عليها بشكل قد يسبب خلط بينها وبين شعارات أمازون وعلاماتها التجارية. يشمل ذلك

كمثال دون حصر، أي كلمات أو شعارات عليها مصطلحات "أمازون، برايم، أليكسا" أو أي تصميم يحتوي على ابتسامة شعار أمازون.

- لا يجب أن تتضمن الصور أي شارات مستخدمة في أمازون أو تنويغات أو تعديلات عليها بشكل قد يسبب خلط بينها وبين شعارات أمازون وعلاماتها التجارية. يشمل ذلك كمثال دون حصر، أي كلمات أو شعارات عليها مصطلحات مثل "اختيار أمازون"، "اختيار مميز"، أو "أليكسا أمازون"، أو "متوافق مع أليكسا أمازون"، أو "أفضل المبيعات" أو "أفضل البائعين".

استخدم صورتك لتقديم منتجك بشكل مثالي، واقضي على أي حيرة قد يشعر بها المستخدم (حول كيفية استخدام المنتج مثلاً)، واسمح للعميل بتصور كيف ستصبح حياته أفضل إذا استخدم منتجك.

أضف صور لأنماط الحياة

هذه هي الصور التي تُظهر استخدام العملاء لمنتجك، وتتيح للعميل وضع نفسه في مكان الأشخاص في الصورة، وبالتالي يجب أن تكون صورة مؤثرة على المشاعر.

يتطلب إنتاج صور نمط الحياة مزيداً من الجهد، لكنها بالتأكيد تستحق ذلك! إذا كنت تعمل مع مصور محترف، فقد يتمكن من مساعدتك في العثور على عارضين لتصميم المنتج من أجلك.

أضف تصميمات إنفوجرافيك

تعرض تصميمات الإنفوجرافيك تصميمات إضافية في صورتك تسلط الضوء على المزايا الرئيسية لمنتجك.

يمكنك إنشاء شيء مثل مصفوفة تنافسية، أو عرض أبعاد المنتج، أو إضافة أسهم تشير إلى المزايا الرئيسية، أو أي شيء آخر ينادي يُبرز فوائد منتجك وما يميزه.

ضع في اعتبارك أن العديد من العملاء سيتصفحون صفحة المنتج من الهواتف الجواله، لذلك ابق التصميمات بسيطة وواضحة.

يمكن لمصممي الجرافيك المساعدة في إنشاء تلك التصميمات.



نصائح إضافية

- أضف خلفيات فريدة ومحددة لمنتجاتك. على سبيل المثال، إذا كنت تباع لعبة تُستخدم في الهواء الطلق، فضع حذيفة في الخلفية.
- ألق نظرة على صور منافسك وفكر في الطرق التي يمكنك من خلالها تقوية صورك ومنح العملاء سبباً واضحاً للشراء منك.
- إذا كنت علامة تجارية مسجلة، فيمكنك أيضاً تضمين مقطع فيديو في قسم التصوير الفوتوغرافي، مما يساعد على تحسين قائمتك والتميز عن منافسك. تعد إضافة مقطع فيديو من أفضل الطرق للترويج لمنتجاتك وزيادة تحويلات المبيعات.

ملاحظة: يمكنك تغيير صورك في أي وقت، لذلك فكر في اختبار وتقييم أداء صورك وواصل تحسينها.

نوصي بشدة بالعثور على مصور فوتوغرافي محترف و / أو مصمم جرافيك لديه خبرة في أمازون ويعرف كيف يجب أن تبدو صورك لتحويل الزائر إلى مشتر.

AMAZON ROCKET!

الفصل السابع

كيف تُطلق منتجًا على أمازون



الفصل السابع

كيف تُطلق منتجًا على أمازون

من المهم أن يبدأ منتجك في تحقيق مبيعات بمجرد نشره على الملاء على أمازون، لأن هذا سيساعدك في الحصول على ترتيب أفضل البائعين (BSR)، ويحسن ظهور منتجك على أمازون. يؤمن بعض البائعين أيضًا أن أمازون تمنح دفعة قوية للمنتجات الجديدة في شهرها الأول على المنصة، ولكن أمازون لم تؤكد أبدًا هل هذا صحيح أم لا. في جميع الأحوال، يجب أن تبدأ في اكتساب زخم مبيعات في أسرع وقت ممكن بمجرد إطلاق منتجك.

يجب أن تحرص على حصول منتجك على ترتيب جيدًا حتى تضمن تطبيق استراتيجية إطلاق ناجحة وتحقيق مبيعات قوية منذ البداية. وبينما لا نعرف بالضبط المعايير التي تستخدمها أمازون لتحديد الترتيب، سنشرح لك بإيجاز ثلاثة عوامل تلعب دورًا مؤكدًا في الموضوع.

وجود مخزون مستمر من منتجاتك:



إذا نفذ مخزون منتجاتك، لن تظهر قائمتك في نتائج البحث، مما سيؤدي إلى خسارة المبيعات والترتيب. استخدم مدير المخزون لأتمتة عملية تخطيط المخزون، ولن تضطر للقلق بأن نفاد المخزون أبدًا بعدها.

أهمية المنتج:



الكلمات المفتاحية المستخدمة داخل قائمتك وفي خلفيتها تحدد مدى أهمية أو صلة منتجك بكلمات البحث التي استخدمها العميل. وكلما استخدمت كلمات مفتاحية ذات صلة أكثر، كان هذا أفضل.

مقاييس نجاح العميل:



يوجد مقاييس تُستخدم لقياس مدى جودة أداء منتجك، وكيف يتفاعل العملاء مع منتجك على أمازون. يشمل ذلك معدل النقر، والإضافة إلى عربة التسوق، والمشتريات، والمراجعات.

ما العوامل التي تؤثر على معدل التحويل في أمازون؟

- السعر: السعر الأقل سينتج عنه معدل تحويل أعلى على الأرجح.
 - المراجعات: تعمل كدليل اجتماعي يشجع عميلاً آخر على شراء المنتج.
 - صفحة المنتج نفسها: الصور، الكلمات المفتاحية، تحسين العرض على الهاتف النقال، إلخ.
- ناقشنا قائمة إدراج المنتج في الفصل السابق، وسنركز الآن على التسعير والمراجعات.

التسعير

أحد العوامل الأساسية التي ذكرناها وتؤثر بشدة على معدل التحويل في منتجك هي السعر. كيف يجب أن تسعّر منتجك عند إطلاقه؟ إليك بعض الأساليب التي يمكنك وضعها في الاعتبار:


1. اعرض سعر أقل من منافسيك.

تحقق من سعر أفضل قوائم المنتجات المنافسة غير الممولة، ثم فكر في عرض منتجك بسعر أقل منها حتى يميل الناس لاختيار منتجك أكثر. على سبيل المثال، إذا كانت أفضل المنتجات مبيعاً مُدرجة بسعر 13-16 دولار، فكر في تسعير منتجك بسعر 10-12 دولار. لا يجب أن تسعّر منتجك بسعر أقل من اللازم يؤدي للخسارة بالطبع. استخدم حاسبة الربح في جانجل سكاوت للتحقق من ذلك. في امتداد جانجل سكاوت، اضغط على عمود الصافي، وعدّل السعر حتى تجد رقم نقطة التعادل، والتي تحقق ربح قليل فقط فيها. (في الأسابيع القليلة الأولى بعد إطلاق المنتج، يجب أن تركز على ترتيبك وتحقيق مبيعات مستمرة أكثر من التركيز على تحقيق ربح).

AMAZON
ROCKET!

2. اعرض خصم

أحد بدائل تخفيض السعر هي عرض خصم داخل أمازون. يختلف ذلك عن استخدام موقع عروض (سنقدم مزيد من التفاصيل عن ذلك لاحقاً)، لأن هذا السعر المُعدّل سيظهر بالفعل في قائمة منتجاتك في أمازون. تستطيع العثور على هذا الخيار داخل مركز البائع تحت عنوان "الكوبونات". هذه طريقة رائعة للفت انتباه عملائك إلى قائمتك، لأنها ستُظهر كوبون بلون أخضر براق تحت السعر.




THE BLOOM TIMES Artificial Boxwood (Pack of 6), Artificial Greenery Stems Fake Outdoor Plants UV Resistant for Farmhouse Home...

★★★★★ ~ 1,108

\$10⁹⁹

Save 5% with coupon



THE BLOOM TIMES 2 Pcs Fake Plants for Bathroom/Home Office Decor, Small Artificial Faux Greenery for House Decorations (Potted Plants)

★★★★★ ~ 2,228

\$14⁹⁹

Save 5% with coupon

1

Search & Add Products

2

Budget & Discount

3

Schedule & Target

4

Review & Submit

Continue to next step

Products

Add products to your coupon here. You can add up to 50 ASINs to your coupon.

0 results

Sort by: Select

Added to coupon

Manage which products and variations appear on your coupon.

0 products

Sort by: Select

هل الأفضل أن تقلل سعرك فحسب، أم تُبقي السعر مرتفعاً مع عرض خصم؟ لقد رأينا نتائج متباينة، وبالتالي قد يكون من الأفضل تجربة كلاهما لمعرفة أيهما يحقق نتائج أفضل بالنسبة لك. وكما هو الحال مع أي استراتيجية على أمازون، تحتاج إلى اختبار عدة أساليب لمعرفة أيها مناسب لمنتجاتك أكثر.

أحد الأسئلة الشائعة الأخرى هي إلى متى يجب أن تبقي سعرك منخفضاً؟ أفضل شيء يمكنك فعله هو مراقبة مبيعاتك يومياً، وبمجرد أن تحقق مبيعات طبيعية (ليست ناتجة عن الكوبونات أو "الدفع مقابل النقرات"/PPC) تلبّي توقعاتك، يمكنك البدء في رفع سعرك ببطء. من واقع تجربتنا، يحدث ذلك عادةً بمجرد أن تحقق حوالي 10 إلى 15 عملية بيع طبيعية في اليوم.

المراجعات

فكّر في كم مرة اشتريت شيئاً من أمازون دون النظر إلى التقييمات أو المراجعات، ليس كثيرًا، أليس كذلك؟. تؤثر المراجعات تأثيرًا قويًا جدًا على معدل التحويل، فكيف تحصل على المراجعات (الجيدة) إذن؟

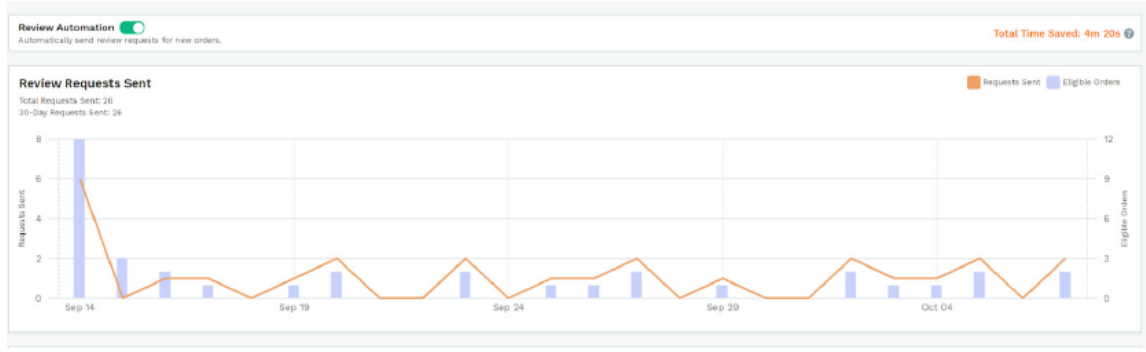
إذا لم تبذل أي جهد لزيادة عدد مراجعات منتجك، فسيكون متوسط معدل المراجعات التي ستحصل عليها هو حوالي 1%، أي أن شخص واحد فقط من كل 100 شخص اشترى منتجك سيترك لك مراجعة له، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

ولكن إذا وضعت استراتيجية للحصول على المراجعات، يمكنك تحسين معدل مراجعاتك إلى حوالي 4% (بمعنى أن 4 أشخاص من كل 100، أو شخص من كل 25 شخص اشترى منتجك سيتركون مراجعة)، وقد يكون لذلك تأثيرًا ضخمًا على مبيعاتك المستقبلية.

إليك أفضل 3 نصائح للحصول على مراجعات:

1. أتمتة طلب مراجعة لمنتجك

(أ) تتيح خاصية أتمتة المراجعة في جانجل سكاوت للبائعين إرسال طلبات المراجعة آليًا إلى أي وجميع العملاء المؤهلين. إن طلب المراجعات يدويًا قد يستغرق وقت طويل من وقتك القيم، ولكن مع جانجل سكاوت، كل ما تحتاج لفعل هو تفعيل خاصية أتمتة المراجعة، وسترسل الأداة طلبات المراجعة تلقائيًا بدون أن تضطر للقلق حيال الأمر.



إن زر "طلب مراجعة" المدمج في جانجل سكاوت يتيح للبائعين إرسال طلب مراجعة تلقائي عبر البريد الإلكتروني إلى حوالي 100 شخص في المرة الواحدة، ويقضي على الحاجة إلى العمل اليدوي من جانبك، ويضمن وصول طلبك إلى جميع عملائك.

أ. عند الضغط على "إدارة الطلبات" داخل مركز البائع، سترى زر "طلب مراجعة" بلون برتقالي في امتداد جانجل سكاوت. يعرف جانجل سكاوت أي الطلبات مؤهلة لهذا البريد الإلكتروني وأيها غير مؤهل.

1- لضبط الأداة، اضغط على "امتداد" في شاشة "إدارة الطلبات"، وامنح الإذن، وستصبح جاهزاً للبدء.

2- ستظهر لك تلك الخاصية الطلبات التي أرسل لها طلب مراجعة بالفعل وتمنعك من إرسال طلبات مراجعة مكررة.

Order date	Order details	Image	Product name	Customer option	Order Status	Action
1 week ago 8/28/2020 12:19 PM PDT				Standard	Payment complete	JS Request Review Refund Order

(ب) تحتوي أمازون على وظيفة "طلب مراجعة" في كل شاشة تفاصيل الطلب. يتيح لك هذا تحديد متى يجب أن ترسل أمازون لعملائك رسالة بريد إلكتروني تطلب منك ترك مراجعة للمنتج الذي اشتروه في آخر 30 يوم. سترسل أمازون رسالة بريد إلكتروني إلى العميل لتطلب منه ترك مراجعة. هذه طريقة قيّمة وفعالة جدًا للحصول على مزيد من المراجعات، لأن العملاء (الذين يختارون عدم تلقي رسائل من البائعين الأفراد) يتقنون في علامة أمازون التجارية، ومن المرجح أكثر أن يتركوا مراجعات بعد استلام رسالة بريد إلكتروني من أمازون. أ. اضغط فحسب على الطلب ثم اضغط على زر طلب مراجعة.

2. المشاركة في برنامج أمازون فاين (Amazon's Vine)

يتيح لك برنامج أمازون فاين الحصول على مراجعات موثوقة على منتجاتك خلال أيام وبدون مبيعات. يتكوّن برنامج أمازون فاين من مجموعة من أكثر المراجعين الموثوقين في أمازون، والذين يتركّون آراءً صادقة وغير متحيزة عن المنتجات. يدعو برنامج أمازون فاين العملاء ليصبحوا "أصوات فاين" بناءً على ترتيب المراجع، والذي يمثل انعكاسًا لجودة وفائدة مراجعاته وفقًا لرأي عملاء أمازون الآخرين.

ستضع جانبًا 30 وحدة تقريبًا يستلمها المراجعون مجانًا مقابل كتابة مراجعة صادقة. ستلقى مراجعات دقيقة جدًا وصادقة عن منتجك، مما سيضيف مصداقية للمنتج، وقد يساعد في إقناع العملاء الآخرين بالشراء. (ملاحظة: لا تستطيع أمازون ضمان أن المراجعة ستكون إيجابية ولن تحذف أي مراجعة ما لم تخالف شروط خدمتها).

برنامج فاين مفتوح حاليًا لبائعي العلامة التجارية المسجلة، ويتكلف التسجيل فيه 200 دولار. بعد تسجيلك، يستطيع مراجعو فاين الموثوقين طلب منتجك، وبعد تلقيهم للمنتج، من المتوقع أن يكتبوا مراجعة خلال أسبوعين. (في المتوسط، تُنشر المراجعات بعد 22 يومًا من الطلب، وفقًا لأمازون).

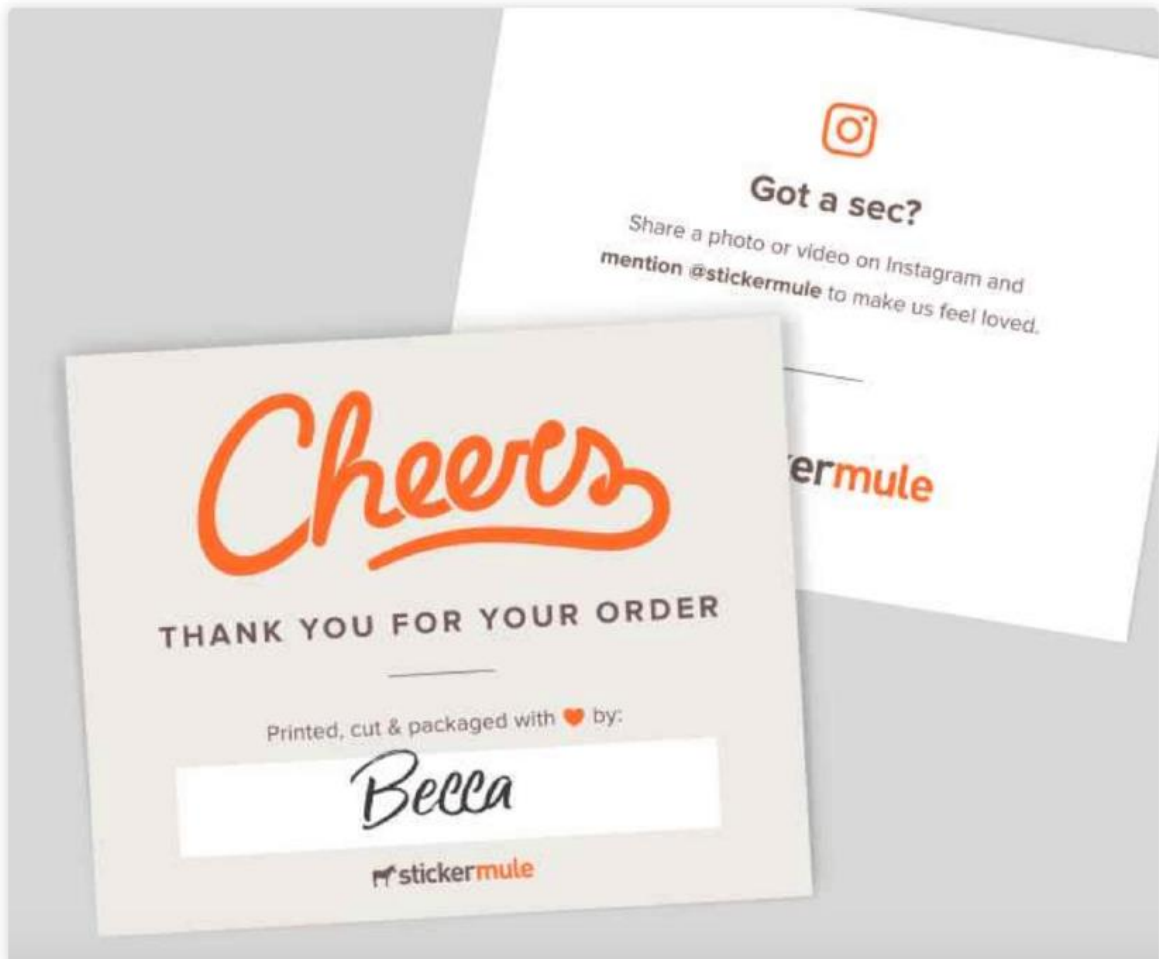
AMAZON ROCKET!

3. إضافة ملحقات للمنتج

استخدم العديد من البائعين بطاقة مُلحقة بتغليف منتجهم كوسيلة للتواصل مع العميل بشأن كيفية استخدام المنتج وطلب مراجعة.

يمكنك العمل مع مصمم لإنشاء ملحقات منتج تحمل شعار علامتك التجارية، ويمكنك عادةً جعل المورد يضيفهم إلى تغليف منتجك بمقابل زهيد جدًا، وبالتالي تعتبر طريقة رائعة للتواصل مع عميلك.

ملاحظة: لا تحظر أمازون ملحقات المنتج هذه بالضرورة، ولكن كن حذرًا جدًا فيما تكتبه فيها حتى لا تنتهك شروط خدمة أمازون. على سبيل المثال، إذا قررت إدراج تلك الملحقات، يجب أن ترسلها إلى جميع العملاء (وليس العملاء الراضين فقط).



ما لا يجب أن تفعله للحصول على مراجعات: إذا حاولت التلاعب بالمراجعات بأي شكل، ستوقف أمازون حسابك، لذلك احرص على الامتثال لشروط خدمة أمازون:

- لا يُسمح لك بتوجيه عميل غير راضٍ للاتصال بك بدلاً من ترك تعليق سلبي.
- لا تعرض أبدًا أي خصم أو منتج مجاني أو أي شكل آخر من أشكال التعويض مقابل المراجعة.
- لا تستخدم لغة متلاعببة مثل "إذا كنت تشعر أن هذا المنتج يستحق تقييمًا من فئة الخمس نجوم، فالرجاء ترك تعليق لنا، وإلا فاتصل بنا." بل أن ذكر شيء مثل "نحن شركة صغيرة تديرها عائلة" أو "تصنع منتجاتنا في أمريكا، لذا يرجى دعم الشركات المحلية" يعتبر تلاعبًا.

كيف تحصل على مبيعاتك الأولى على أمازون

نوصي باستراتيجيتين يمكنك استخدامهما عند إطلاق للحصول على مبيعات مبدئية، إحدهما هي استخدام إعلانات الدفع مقابل النقرات من أمازون (أو Amazon PPC).

ستحتاج أولاً إلى تحديد الوحدات المباعة المستهدفة يوميًا.

اكتشفت الكلمات المفتاحية الرئيسية التي تريد أن تظهر من خلالها في الصفحة الأولى لنتائج البحث. واستخدم بعد ذلك أداة مثل "كشاف الكلمات المفتاحية" لاكتشاف عدد الوحدات التي تحتاج إلى بيعها يوميًا، خلال فترة 7-14 يومًا، لتظهر ضمن أول 3 نتائج بحث في الصفحة الأولى عند البحث عن تلك الكلمة المفتاحية المحددة.

كل كلمة مفتاحية محددة سينتج عنها أحجام بحث مختلفة.

على سبيل المثال، الكلمة المفتاحية الرئيسية لمنتجك هي "نبات صناعي"، ويُجرى عليها 1000 عملية بحث بالضبط شهريًا. منافسك الرئيسي على تلك الكلمة المفتاحية يبيع 20 وحدة يوميًا نتيجة البحث عن تلك الكلمة المفتاحية، وبالتالي يجب أن تباع 20 وحدة يوميًا على الأقل على مدار 7-14 يوم حتى تظهر في أول 3 نتائج بحث عن تلك الكلمة المفتاحية.

الدفع مقابل النقرات (PPC)

إن الدفع مقابل النقرات أو PPC هو وسيلة للتسويق عبر الإنترنت، وتدفع فيها مبلغًا ماليًا مقابل نقر العملاء على قائمة منتجك. تعتبر تلك الطريقة الإعلانية وسيلة لتوجيه الزوار إلى منتجك (بالإضافة إلى النقرات الطبيعية التي لا تدفع مقابلها، والقائمة على خوارزميات تساعد العميل على إيجاد أكثر منتج ذي صلة ببحثه).

تعتبر إعلانات PPC المدفوعة على أمازون أكثر فعالية من الإعلانات على جوجل وفيسبوك لأنك تستهدف المتسوقين المتواجدين بالفعل على أمازون بهدف الشراء.

وكما ذكرنا عند مناقشة إطلاق المنتج، سيساعدك PPC على الحصول على ترتيب أفضل، ويؤدي في النهاية إلى زيادة المبيعات.

تُرهب إعلانات PPC بعض الناس، ولكننا سنشرح لك بشكل مبسط أنواع الحملات المختلفة، وكيفية إعدادها، وكيفية تحسينها لتحقيق مبيعات أفضل.

لاحظ أنك إذا أردت استخدام PPC، يجب أن يكون لديك حساب بائع محترف.

أولاً، ما هي أنواع إعلانات PPC الثلاثة المختلفة المتاحة على أمازون؟

(1) المنتجات الممولة

(2) العلامات التجارية الممولة

(3) إعلانات الفيديو الممولة

واصل القراءة لمعرفة مزيد من التفاصيل حول كل خيار من خيارات PPC

AMAZON
ROCKET!

ترجمة

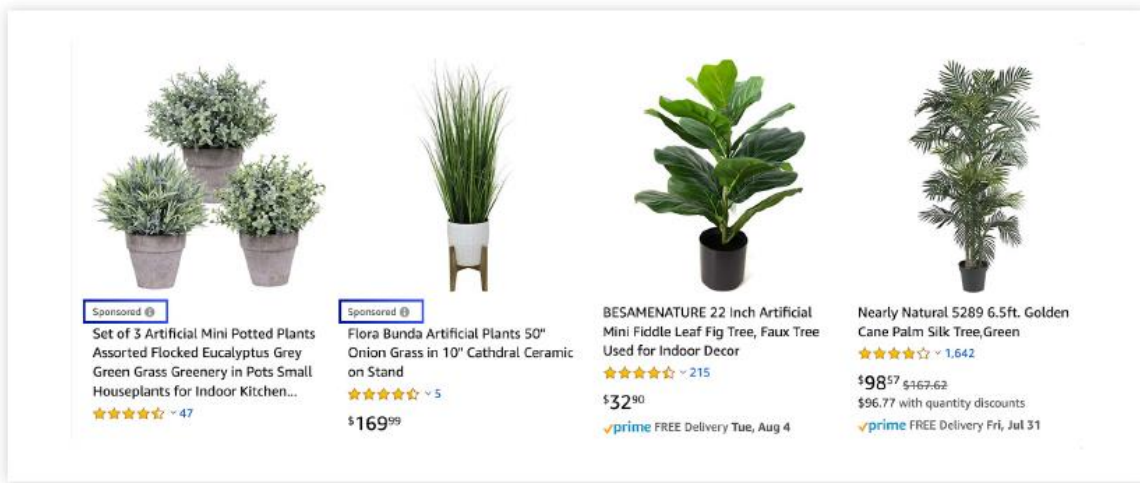
أمازون روكت Amazon Rocket

WhatsApp: 00962795052517

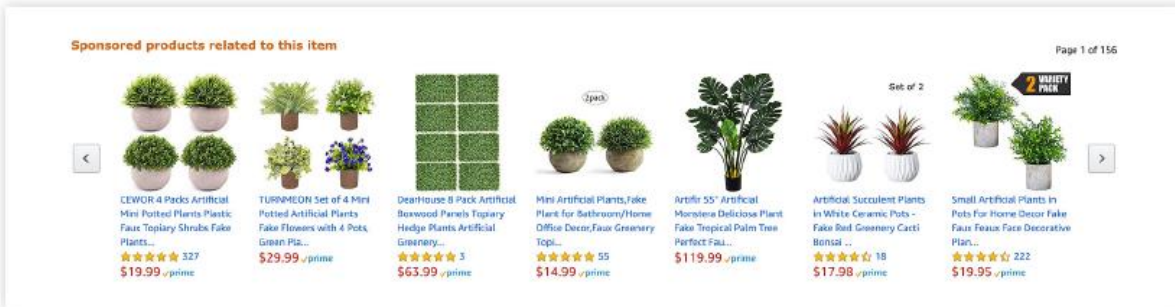
[/https://www.amazonrocket.academy](https://www.amazonrocket.academy)

1. المنتجات الممولة

هذا هو أكثر أنواع الإعلانات شيوعًا على أمازون، وهو النوع الأكثر فعالية من واقع تجربتنا. كيف يعمل: تظهر هذه الإعلانات في أعلى وأسفل صفحة نتائج بحث أمازون، وكذلك في الشرائح الدوّار (product carousel) الظاهرة في قائمة منتجات المنافس. وتظهر على الكمبيوتر المكتبي والهاتف النقال والتطبيق. ويستطيع المستهلك النقر على إعلانك والانتقال إلى قائمة منتجك. كما هو الحال في جميع أنواع PPC ، يتم محاسبتك في كل مرة ينقر فيها شخص ما على إعلانك (وليس عند عرض إعلانك أو إذا اشترى شخص ما منتجك).



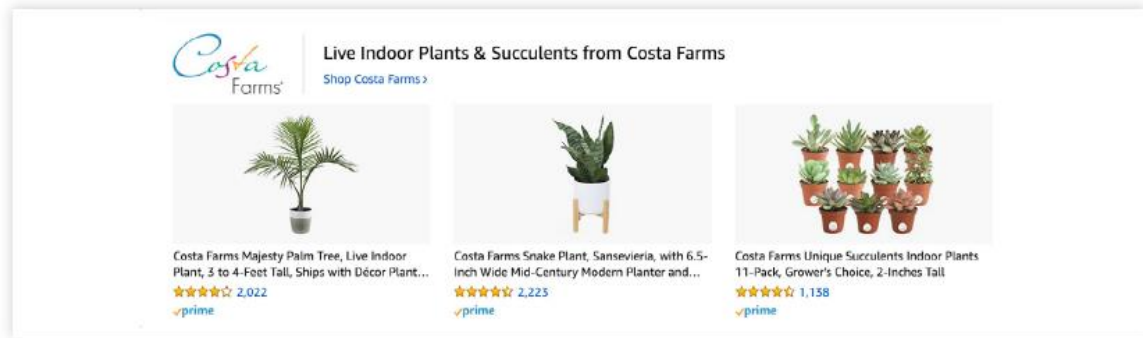
إعلانات منتجات ممولة في نتائج البحث



إعلانات منتجات ممولة في قوائم المنتجات

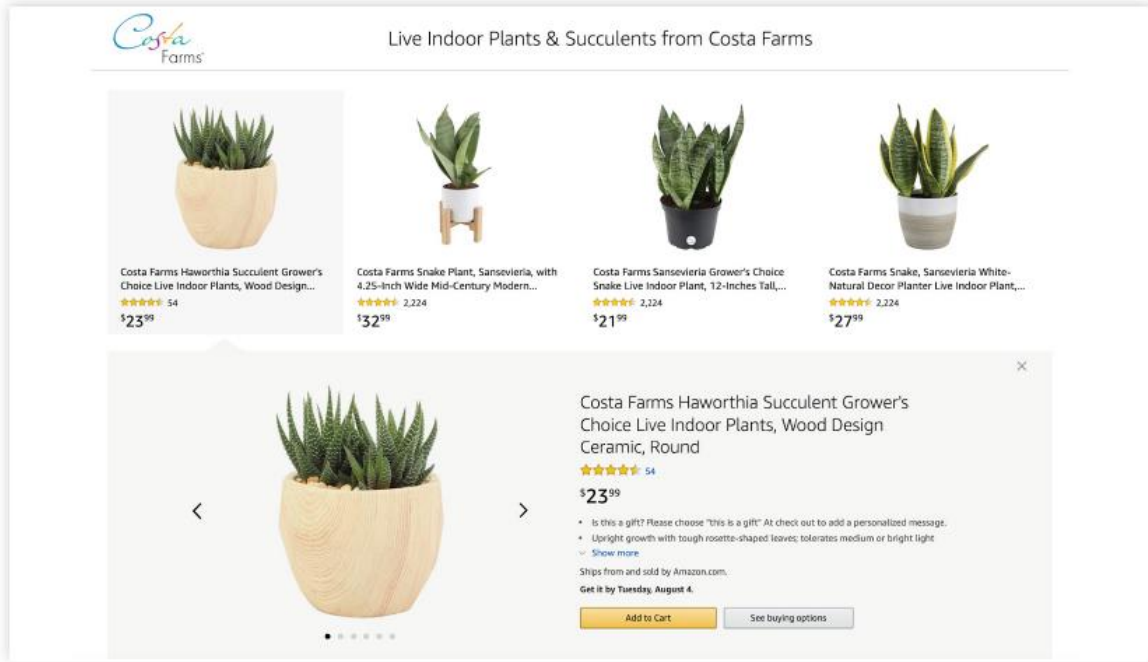
2. العلامات التجارية الممولة

يجب أن تكون علامة تجارية مسجلة كي تتمكن من استخدام إعلانات PPC الممولة للعلامات التجارية. تظهر هذه الإعلانات في الجزء العلوي والسفلي من نتائج بحث أمازون، وتظهر في صفحة الموقع في كل من الكمبيوتر الشخصي والهاتف الجوال. تعرض إعلانات العلامات التجارية الممولة شعارك الرسومي، وشعارك النصي، وما يصل إلى ثلاثة من منتجاتك. عندما ينقر أحد العملاء على شعارك، يتم نقله إلى متجرك على أمازون أو إلى صفحة مقصودة مخصصة تعرض منتجات علامتك التجارية فقط. عند النقر فوق أحد المنتجات، يتم نقلهم إلى قائمة المنتجات. تعمل إعلانات العلامات التجارية الممولة بشكل أفضل إذا كان لديك العديد من عروض المنتجات ضمن علامتك التجارية.



إعلانات علامات تجارية ممولة تظهر في قمة نتائج البحث

AMAZON ROCKET!



الصفحة التي تُحوّل إليها عند الضغط على إعلان العلامات التجارية الممولة

AMAZON
ROCKET!

3. العروض الإعلانية الممولة

يجب أن تكون علامة تجارية مسجلة كي تتمكن من استخدام إعلانات PPC للعروض الإعلانية الممولة. تساعد إعلانات العروض الإعلانية الممولة (Sponsored Display) على عرض منتجك أمام عملائك خارج موقع أمازون، وقد يساعد على جذب مزيد من الناس إلى الموقع. تعرض أمازون إعلانًا لمنتجك في مواقع ويب خارجية، وتستهدف العملاء الذين إما نظروا بالفعل إلى منتجاتك (لإعادتهم إليها) أو إلى منتجات مشابهة خلال آخر 30 يوم.

تذكير: تعتمد إعلانات الدفع مقابل النقرات (PPC) إما على الكلمات المفتاحية التي تعتقد أمازون أنها ذات صلة، أو قوائم الكلمات المفتاحية التي توصلت إليها، لذا قبل تشغيل هذه الحملات، تأكد من إجراء بحث مناسب عن الكلمات المفتاحية.

دعنا نتعمق أكثر في إعلانات PPC الممولة للمنتجات هذه.

كيفية إنشاء إعلان PPC

لإنشاء حملة إعلانية جديدة في مركز البائع، انتقل إلى علامة التبويب الإعلانات > مدير الحملة. انقر فوق إنشاء حملة > المنتجات الممولة. هنا، ستضع اسم لحملةك، وتعيين ميزانية يومية، واختيار نوع الحملة - آلية أو يدوية.

1. **الحملة الآلية:** تسمح لأمازون بتحديد الكلمات المفتاحية التي سيتم عرض إعلانك لها. تختار أمازون الكلمات المفتاحية بناءً على عنوان قائمتك، والرموز النقطية، والوصف، والكلمات المفتاحية الخلفية، وتفاصيل القائمة الأخرى، لذا تأكد من إجراء بحث الكلمات المفتاحية بشكل صحيح!

تعد الحملات الآلية أيضًا طريقة رائعة لاكتشاف كلمات مفتاحية جديدة ذات معدل تحويل جيد بالنسبة لمنتجك. ستعرض لك أمازون الكلمات المفتاحية التي تستهدفها خلال مدة حملتك في تقرير مصطلحات البحث الخاص بك.

* هذه الحملات إعدادها سهل جدًا، وبالتالي فهي مكان رائع للبدء!

2. **الحملة اليدوية:** أنت تختار الكلمات المفتاحية التي تريد أن يظهر إعلانك لها.

ستستخدم هنا قائمة الكلمات المفتاحية التي أنشأتها في كشاف الكلمات المفتاحية، كما ستقترح أمازون كلمات مفتاحية يمكنك الاختيار من بينها أيضًا.

- 1- اختر "الاستهداف اليدوي" عند إعداد حملتك في مركز البائع.
- 2- أثناء التمرير لأسفل الصفحة، ستتمكن من اختيار المنتج الذي تريد استهدافه، ثم الاختيار بين استهداف الكلمات المفتاحية أو استهداف المنتج. اختر استهداف الكلمة المفتاحية.
- 3- تحت هذا الجزء، سترى قائمة كبيرة بالكلمات المفتاحية المقترحة بالإضافة إلى علامة تبويب لإدخال قائمة الكلمات المفتاحية الخاصة بك. هذا هو المكان الذي ستدخل فيه الكلمات المفتاحية التي عثرت عليها أثناء البحث عن الكلمات المفتاحية.
- 4- ستستهدف الكلمات المفتاحية من خلال ثلاثة أنواع مختلفة من المطابقة: المطابقة التقريبية، مطابقة العبارة، والمطابقة التامة.

○ **المطابقة التقريبية:** يمكن أن تكون الكلمات المفتاحية المستهدفة مكتوبة بأي ترتيب، ويمكن تضمين كلمات إضافية في الكلمات المفتاحية.

- على سبيل المثال، إذا كان منتجك عبارة عن مجموعة من أعواد المارشميللو، فسيتم عرض إعلانك في أي نتائج بحث تحتوي على أعواد المارشميللو، وأي كلمات قبلها أو بعدها أو بينها (على سبيل المثال: أعواد المارشميللو، وعصي المارشميللو والنقانق، عصا تحميص المارشميللو).

- قد يظهر إعلانك أيضًا عند البحث عن صيغة قريبة من كلمتك المفتاحية مثل صيغة الجمع، أو الاختصارات، أو الحروف الأولى، وما إلى ذلك.

- هذا النوع من الاستهداف أكثر تكلفة عادةً لأنه يستهدف نطاقًا أوسع من الكلمات المفتاحية، كما إنه أقل دقة في الاستهداف، ويُستخدم لتوسيع نطاق تغطية الكلمات المفتاحية والوصول إلى العملاء.

○ **مطابقة العبارة:** في هذا النوع من الاستهداف، تحتاج إلى تضمين عبارتك كما تم إدخالها بالضبط، ولكن يمكنك تضمين كلمات أخرى قبلها أو بعدها. لذلك في مثال أعواد المارشميللو، طالما أنك كتبت "أعواد المارشميللو" بدون أي كلمات بينهما، يمكنك إضافة أي كلمات إضافية في البحث (على سبيل المثال: أعواد المارشميللو حول النار في المعسكر).

- هذا النوع من البحث قد يكون محددًا أكثر منه تقريبًا، ولكنه يترك مساحة لبعض الكلمات المفتاحية الطويلة.

○ **المطابقة التامة:** في هذا النوع من الاستهداف، يجب إدخال الكلمة المفتاحية كما تريد أن يبحث عنها الناس بالضبط. لذا إذا كتبت "أعواد المارشميلو"، سيتم استهداف "أعواد المارشميلو" فقط، لا كلمات قبلها أو بعدها أو بينهما.

كيف تُنشئ حملة آلية داخل مركز البائع

1. اضغط فوق الإعلان > مدير الحملة
 2. بعد ذلك، اضغط على "إنشاء حملة"
 3. الآن، انقر فوق "المنتجات الممولة"
 4. حان الوقت لإعداد الحملة الإعلانية! ابدأ بمنح اسم لحملة. (للتبسيط، فكر في تسمية حملتك "[اسم منتجك] - الاستهداف الآلي").
 5. بعد ذلك، حدد المنتجات التي ترغب في الإعلان عنها.
 6. حدد "الاستهداف الآلي" وأدخل عرض التسعير الافتراضي.
 7. [خطوة اختيارية] الآن، يمكنك اختيار إعداد استهداف الكلمات المفتاحية السلبية و / أو استهداف المنتج السلبي. يتيح لك هذا اختيار أي كلمات مفتاحية لا تريد الظهور في نتائج البحث عنها. على سبيل المثال: إذا كنت تعلن عن أكواب شراب، فلا تريد أن يظهر إعلانك عند البحث عن النظارات.
 8. بعد ذلك، اختر استراتيجية عروض تسعير حملتك.
- (أ) ما هو عرض التسعير؟ عرض تسعير التكلفة مقابل النقرة (CPC) هو المبلغ الذي ترغب في دفعه عندما ينقر المتسوقون على إعلانك. لاحظ أن ما تعرضه ليس بالضرورة هو ما عليك دفعه - إنه فقط أقصى مبلغ ترغب في دفعه. (وللتذكير، أنت تدفع مقابل النقرات وليس مرات الظهور).
- (ب) على سبيل المثال، أنت تستهدف "أعواد المارشميلو". يمكنك تحديد عرض السعر عند 0.50 دولار أمريكي (أو ما يعادله بالعملة المحلية). هذا يعني أن أقصى مبلغ ترغب في دفعه مقابل

كل نقرة على هذه الكلمة المفتاحية هو 0.50 دولار. بعض الاستراتيجيات التي يمكنك استخدامها لتحديد مبلغ العرض تشمل:

- ستقدم أمازون سعر عرض مقترح، ويمكنك الموافقة عليه فحسب.
- يمكنك ضبط عرض التسعير الخاص بك بناءً على موضع الإعلان (هل سيتم عرض إعلانك في صفحة البحث أم في قائمة المنتجات).
- يمكنك تحديد عروض أسعار تفاعلية. يمنح هذا أمازون القليل من المرونة فيما يخص العروض، فأنت تخبر أمازون أن بإمكانهم عرض مبلغ أكثر أو أقل اعتمادًا على مدى احتمالية حصولك على مبيعات.

The screenshot shows the 'Campaign bidding strategy' selection screen in Amazon Ads. It features three radio button options: 'Dynamic bids - down only' (selected), 'Dynamic bids - up and down', and 'Fixed bids'. Each option has a brief description of how the bidding strategy works. At the bottom, there is a link to 'Adjust bids by placement (replaces Bid+)'.

Campaign

Campaign bidding strategy ⓘ Choose your bidding strategy

☒ Dynamic bids - down only
We'll lower your bids in real time when your ad may be less likely to convert to a sale.

☐ Dynamic bids - up and down ⓘ
We'll raise your bids (by a maximum of 100%) in real time when your ad may be more likely to convert to a sale, and lower your bids when less likely to convert to a sale.

☐ Fixed bids
We'll use your exact bid and any manual adjustments you set, and won't change your bids based on likelihood of a sale.

▼ Adjust bids by placement (replaces Bid+) ⓘ

9. يمكنك تحديد تاريخ انتهاء هنا إذا أردت، ولكن قد تفضل ترك تلك الجملة جارية حتى تتمكن من جمع أكبر قدر ممكن من بيانات الكلمات المفتاحية من أمازون (نظرًا لأن أمازون يمكن أن تستهدف كلمات مفتاحية لم تجدها بنفسك). افحص البيانات في تقرير مصطلحات البحث لرؤية الكلمات المفتاحية التي تحقق أفضل أداء في حملتك الآلية.

(أ) إذا كان هناك كلمات مفتاحية تزيد عن "تكلفة الإعلان من المبيعات" (ACoS) المستهدفة التي وضعتها، يمكنك نقلها إلى الكلمات المفتاحية السلبية حتى تتوقف عن الظهور في نتائج البحث وتكلفك أموالاً دون داعي.

(ب) طالما أن حملتك الآلية مربحة، لا يوجد سبب يدعوك لإيقافها.

10. بعد ذلك، ستحدد ميزانيتك اليومية. إذا كان لديك مالاً كافياً، نوصيك بتخصيص 50-100 دولار يومياً، بخلاف ذلك، ابدأ بمبلغ أقل حوالي 30 دولار (ولكن ميزانيتك لن تدوم لآخر اليوم غالباً).

(أ) مع استمرار حملتك لأسبوع أو اثنين، ستكتسب فهماً أفضل لمتوسط نفقات إعلاناتك. إذا كانت إعلاناتك تستهلك ميزانيتك اليومية، يجب أن تزيد ميزانيتك، طالما أن حملتك مربحة.

11. [اختياري] الآن، بإمكانك اختيار ضبط استهداف الكلمات المفتاحية السلبية. يتيح لك هذا اختيار أي كلمات مفتاحية لا تريد أن يظهر منتجك في نتائج البحث عنها. على سبيل المثال، إذا كنت تعلن عن أكواب شرب، لا تريد أن يظهر إعلانك في نتائج البحث عن النظارات. اضغط على "إطلاق"، وهكذا ستكون انتهيت من إعداد الحملة.

Settings [See Campaign settings guidance](#)

Campaign name ⓘ
Campaign - 9/12/2022 15:08:26

Portfolio ⓘ
No Portfolio

Start ⓘ **End** ⓘ
Sep 12, 2022 No end date

Marketplace
United States

Daily budget ⓘ
\$ 50.00

Forecast ⓘ **Now**
Forecasts are estimates of performance based on products, bidding strategy, and suggested bids.
[Learn about forecasts](#)

Weekly

Cost type: CPC

Clicks ⓘ 24-96
Orders ⓘ 3-9

☐ Launch to other marketplaces ⓘ [Learn about multimarketplace campaigns](#)

[Save as draft](#) [Launch campaign](#)

ROCKET!

كيف تُنشئ حملة "يدوية" داخل مركز البائع

1. اضغط فوق الإعلان > مدير الحملة
 2. بعد ذلك، اضغط على "إنشاء حملة"
 3. الآن، انقر فوق "المنتجات الممولة"
 4. اختر اسمًا لمجموعة إعلاناتك.
- (أ) تصبح مجموعات الإعلانات منطقية أكثر هنا، إذ يمكنك إعداد أنواع استهداف يدوية مختلفة (تقريبية، عبارة، تامة)، وستستخدم جميعًا نفس قائمة الكلمات المفتاحية. وبالتالي، سيكون لديك ثلاث مجموعات إعلانات ذات أنواع مطابقة مختلفة في نفس الحملة التي أنشأتها. ولكن حاليًا، اختر المطابقة التقريبية.
5. حدد المنتجات التي ترغب في الإعلان عنها. نوصي باختيار منتج واحد في المرة الواحدة، ويشمل ذلك نسخة أو تنويع واحد على المنتج. يسهل هذا عملية إدارة الحملة.
 6. ستحدد في القسم التالي هل تستخدم استهداف المنتج أم استهداف الكلمة المفتاحية:
- (أ) استهداف المنتج: تستطيع اختيار إما فئة كاملة أو منتجات محددة لعرض إعلاناتك فيها. يمكنك استخدام الفئات التي تقترحها أمازون، أو يمكنك إضافة فئات أو ASINs منافسيك الذين تريد استهدافهم تحديدًا.
- قد ترغب في استخدام تلك الخاصية لاستهداف منتجات منافسيك، وخاصة المنتجات التي تقدم سعرًا أفضل أو قيمة أعلى مقارنةً بها.
- قم بإدخال ASINs منافسيك وستُظهر أمازون إعلاناتك في قائمة منتجاتهم.
- (ب) استهداف الكلمة المفتاحية: يوجد طرق متنوعة يمكنك من خلالها الحصول على الكلمات المفتاحية التي تريد استهدافها. تستطيع أمازون اقتراح كلمات مفتاحية تحت علامة تبويب "ذات صلة"، أو يمكنك إدخال قائمتك الخاصة التي بحث عنها سابقًا هنا، ونحن نوصي بهذا.
- للحصول على هذه القائمة، اذهب إلى قوائم الكلمات المفتاحية في كشاف الكلمات المفتاحية في جانجل سكاوت، وقم باستيراد القائمة، ثم انسخ والصق الكلمات المفتاحية.

- إذا كان هناك كلمات مفتاحية في اقتراحات أمازون ليست موجودة في قائمتك، أضف تلك الكلمات أيضًا إذا كنت تظن أنها مهمة بالنسبة لمنتجك.
7. بعد ذلك، ادخل الكلمات المفتاحية التي تريد أن تستهدفها تلك الحملة الإعلانية. وقبل النقر على "إضافة كلمات مفتاحية"، اختر نوع المطابقة الذي تستهدفه، (تقريبية).
8. بعد ذلك ستختار عرض السعر، وكما ذكرنا.. هذا هو المبلغ الذي ترغب في دفعه مقابل النقرة. يمكنك اختيار عرض أمازون المقترح، أو تقديم عرض مخصص، أو اختيار عرض قياسي. إذا استخدمت عرض أمازون المقترح، نوصيك برفع العرض على الكلمة المفتاحية بـ 25% نظرًا لأن عروض أمازون المقترحة عادةً ما تكون متحفظة قليلاً. السبب وراء زيادة مبلغ العرض المقترح هو الحصول على أكبر عدد مشاهدات ممكن، خاصة عند إطلاق منتج جديد.

Keyword targeting				600 added			
Suggested				Remove all			
Bid Filter by Sort by				Keywords Match type Sugg. bid Bid			
Suggested bid Broad Phrase Exact Orders				IS IR Apply All \$ 2.21			
puppy IS: 0.01% IR: 173				doggie pads pee IS: 0			
whelping box IS: 0				xl dog pee pads washable IS: 0			
dog pee pads extra large IS: 0.01% IR: 81				xl dog pee pads washable IS: 0			
potty pad IS: 0.05% IR: 27				pet training washable pads IS: 0			
training pad IS: 0				washable pee pads 3 pack IS: 0			
washable IS: 0				washable pee pads 3 pack IS: 0			
				30 inch puppy training pad IS: 0			
				30 inch puppy training pad IS: 0			
				cloth puppy potty pads IS: 100% IR: 1			

9. [اختياري] فكر في إضافة استهداف الكلمات المفتاحية السلبية. (قد ترغب في استخدام هذا الخيار إذا لم ترغب في ظهور منتجك عند بحث أحدهم عن علامة تجارية محددة).

10. تحت "استراتيجية عروض أسعار الحملة"، نوصي باختيار "عروض أسعار تفاعلية، سعر أقل فقط" نظرًا لأنها تمنحك تحكمًا أكبر في البيانات وعروض الأسعار على كل كلمة مفتاحية في الحملة اليدوية.
11. اختر حافظة لإضافة هذا إليها أو اختار عدم استخدام حافظة (تتيح الحافظة لك تجميع وتنظيم الحملات الخاصة بنفس المنتج).
12. اختر تاريخ انتهاء إذا أردت، أو يمكنك اختيار "لا تاريخ انتهاء". يمكنك وقف الإعلانات إذا أردت دائمًا.
13. اختر ميزانية يومية (نوصي بـ 50 دولار إلى 100 دولار).
14. هذا كل شيء، يمكنك إطلاق حملتك الآن.
- (أ) بعد إطلاق حملتك، يمكنك العودة وتعديلها دائمًا. وإذا أنشأت حملة مطابقة تقريبية يدوية، فقد ترغب في فعل ذات الشيء مع حملة مطابقة العبارة والمطابقة التامة.

Settings

[See Campaign settings guidance](#)

Campaign name

Campaign - 9/12/2022 15:16:29

Portfolio

No Portfolio

Start

Sep 12, 2022

End

No end date

Marketplace

United States

Daily budget

\$ 50.00

Save as draft

Launch campaign

أفضل ممارسات PPC

تنظيم هيكل حملتك

كما ذكرنا سابقًا، يمكن لهيكل الحملة مساعدتك على إبقاء حملاتك منظمة، خاصة مع استمرارك في إضافة مزيد من الحملات. إليك هيكلنا المقترح:

1. **الحافظة (Portfolio):** هذا هو أعلى مستوى في هيكل إعلاناتك، نوصي بأن يكون هذا منتجك أو تنوع على منتجك. بهذا الشكل ستتمكن من تنظيم جميع حملاتك الخاصة بمنتج محدد في مكان واحد.

2. **الحملة (Campaign):** هذه هي الطريقة التي ستسمي بها كل نوع حملة. نوصي باستخدام نفس قائمة الكلمات المفتاحية أو نوع الاستهداف. كمثال، سيكون لديك الحملات التالية:

(أ) حملة الاستهداف الآلية

(ب) حملة استهداف الكلمة المفتاحية اليدوية

(ج) قد تتضمن الحملات الآن حملة استهداف منتج يدوية، أو حملة علامات تجارية ممولة، أو حملة عروض إعلانية ممولة، إلخ.

3. **مجموعة الإعلانات:** يقع هذا في أدنى مستوى في الهيكل، ويأتي هنا دور نوع المطابقة. تستطيع هنا تنظيم كل نوع مطابقة، بل والتنظيم حسب تنوع المنتج. على سبيل المثال، إذا كنت تجري حملة استهداف كلمات مفتاحية يدوية، سيكون لديك:

(أ) مطابقة تقريبية

(ب) مطابقة عبارة

(ج) مطابقة تامة

AMAZON
ROCKET!

تحسين حملاتك

الخطوة التالية هي تحسين حملاتك حتى تحقق أداءً أفضل وربحاً أعلى.

أول شيء يجب ملاحظته هنا هي أنك لا يجب أن تجري أي تغييرات إلا بعد مرور أسبوع على الأقل على إطلاق حملاتك (ربما فترة أطول أيضاً). في البداية، سيبدو الأمر وكأنك تخسر أموالاً ولا تحقق أي مبيعات، ولكن هذا طبيعي تماماً. تحتاج حملاتك بعض الوقت أيضاً لجمع البيانات قبل أن تبدأ في إجراء تغييرات.

قبل أن نبدأ بتحسين حملاتك، يجب أن تكتشف "تكلفة الإعلان من المبيعات" (ACoS) التي تحقق التعادل. (تذكر، ACoS هي مقياس يُستخدم لقياس أداء حملة المنتجات الممولة على أمازون).

يمكنك حساب ACoS التعادل الخاص بك من خلال قسمة أرباحك على إيراداتك. يمكنك معرفة إيراداتك من خلال طرح ثمن البضائع شاملة التفريغ ورسوم أمازون من إجمالي إيرادات المبيعات. ستعلم الآن النسبة التي يمكنك إنفاقها على PPC من سعر المبيعات دون تحقيق خسائر.

عند إطلاق حملتك لأول مرة، قد ترغب في إنفاق مبلغ أكبر من تكلفة الإعلانات من المبيعات (ACoS) لأنك تحاول الحصول على مبيعات فحسب.

AMAZON
ROCKET!

تحسين حملتك الآلية

1. في مدير الحملة، انتقل إلى إعلان الاستهداف الآلي.
 - (أ) في الجزء العلوي، يمكنك الاطلاع على ملخص لحملتك، بما في ذلك المبلغ الذي أنفقته، والمبلغ الذي حققته في المبيعات، وتكلفة الإعلان من المبيعات (ACoS)، وعدد مرات ظهور الإعلان.
 - (ب) علاوة على ذلك، يمكنك معرفة عدد النقرات التي تلقتها حملتك وعدد الطلبات التي تلقيتها.
 - (ج) بمجرد النقر فوق مجموعة إعلاناتك الآلية، سترى علامة تبويب "مصطلحات البحث"، وتعرض جميع مصطلحات البحث التي تستهدفها أمازون لترويج منتجك.
- 1- يمكنك الاطلاع على تفاصيل عدد النقرات والإنفاق والمبيعات و ACoS لكل مصطلح بحث فردي.
- 2- أثناء التمرير عبر القائمة، لن ترى فقط الكلمات المفتاحية التي كانت أمازون تستهدفها، ولكن سترى أيضًا ASINs التي استهدفوها غالبًا. وقد ترى ASINs الخاصة بالمنافسين لأن أمازون ستعرض إعلانك في قائمة منتجات المنافس أيضًا.
2. يوجد شيطان نريد العثور عليهما الآن: الكلمات المفتاحية الأسوأ أداءً والكلمات المفتاحية الأفضل أداءً:
 - (أ) الكلمات المفتاحية الأسوأ أداءً: هي الكلمات المفتاحية التي تنفق عليها الكثير من الأموال، ولكن لا تتلقى منها أي طلبات.
- 1- لمعرفة تلك الكلمات، صنف الكلمات المفتاحية حسب النقرات أو الإنفاق بشكل تنازلي، لترى أي مصطلحات بحث حققت أفضل نقرات أو أيها تم إنفاق مبلغ كبير عليه.
- 2- إذا رأيت مصطلحات بجانبها الكثير من النقرات ولكن بدون مبيعات، فتلك هي الكلمات التي تريد التوقف عن استهدافها. القاعدة العامة هي أن أي كلمة مفتاحية حققت عشر نقرات ولم تحقق أي مبيعات هي كلمة يُفضل إزالتها غالبًا.
- 3- اصنع قائمة بجميع هاته الكلمات المفتاحية، واضغط على الاستهداف السلبي، ثم أضف تلك الكلمات المفتاحية هناك. ستتوقف أمازون عن استهداف تلك الكلمات المفتاحية.
- 4- على مدار الأسبوع التالي أو نحوه، ستبدأ في ملاحظة أن ACoS تنخفض في حملتك الآلية بعد إضافتك للكلمات المفتاحية السلبية.

(ب) الكلمات المفتاحية الأفضل أداءً: هذه هي الكلمات المفتاحية ذات ACoS المنخفضة. نريد معرفة تلك الكلمات المفتاحية حتى نتمكن من إزالتها من حملة الاستهداف الآلي، ووضعها بدلاً من ذلك في حملة الاستهداف اليدوي حتى نتمكن من زيادة انفاقنا وتحكمنا في الكلمات الفعالة.

1- افرز قائمتك وفقًا لـ ACoS، واعثر على مصطلحات البحث ذات عدد المبيعات المرتفع و ACoS المنخفض.

2- ضع قائمة بتلك الكلمات، ثم ادخل إلى قائمة الاستهداف السلبي واضفها إليها.

3- بعد ذلك، أضف تلك الكلمات المفتاحية إلى حملة الاستهداف اليدوي، حيث يمكنك تعديل عروض الأسعار على كل كلمة مفتاحية فردية.



AMAZON ROCKET!

تحسين حملتك اليدوية

بعد أن تسحب الكلمات المفتاحية عالية الأداء من حملتك الآلية، يجب أن تضيف تلك الكلمات المفتاحية إلى حملتك اليدوية. نقترح إضافتها إلى حملة المطابقة التامة لأنك تعلم أن تلك الكلمات المفتاحية تحديدًا حققت أداءً جيدًا بالفعل.

إن طريقة تحسين حملاتك اليدوية تختلف قليلاً عن تحسين الحملات الآلية.

1. أولاً، انقر على الحملة اليدوية التي تريد تحسينها وافرز الكلمات المفتاحية حسب الانفاق. هدفك هو تقليل الانفاق على الكلمات المفتاحية التي لا تحقق أداءً جيدًا، وزيادة الانفاق على الكلمات المفتاحية التي تحقق أداءً جيدًا.
2. لقد حددت ACoS خاصتك سابقًا بالفعل (مقدار ما تريد إنفاقه على كل كلمة مفتاحية). إذا كان ACoS المستهدف هو 30%، فيجب أن تحرس على عدم إنفاق مبلغ أكبر من هذا.
3. راجع كل كلمة مفتاحية في حملتك وعدّل عروض الأسعار وفقًا لذلك.
 - (أ) إذا أردت مواصلة إنفاق 30% على كل كلمة مفتاحية، يمكنك تقليل عروض الأسعار على أي كلمات مفتاحية تتفق بمبلغًا أكبر من ذلك، أو إزالتها تمامًا.
 - (ب) إذا رأيت كلمة مفتاحية ذات عدد كبير من المشاهدات والنقرات لكن عدد مبيعاتها منخفض، فهذه كلمة مفتاحية تريد "تقليل" مبلغ عرضك السعري عليها.
 - (ج) إذا رأيت كلمة مفتاحية ذات عدد مشاهدات قليل ولكن ACoS قليل أيضًا، فيجب أن تزيد العرض السعري لتلك الكلمة المفتاحية على أمل الحصول على مزيد من المشاهدات والمبيعات.
 - (د) إذا كانت الكلمة المفتاحية ذات عدد مشاهدات قليل أو منعدم ولكنها ذات صلة كبيرة بمنتجك، قم بزيادة العرض السعري، وتحقق منها مرة أخرى بعد أسبوعين لترى هل تحسن أي شيء أم لا.
 - (هـ) إذا رأيت كلمة مفتاحية ذات نقرات مرتفعة ولكن ACoS مرتفع، فقد يكون من الأفضل إيقاف تلك الكلمة المفتاحية فحسب.
4. كرر هذه العملية كل أسبوع أو نحو ذلك لضمان أن عملتك تحقق أعلى مستوى أداء ممكن. ستبذل بعض الجهد عند إطلاق حملتك في البداية، ولكن مع مرور الوقت، ستصبح تلك العملية أسهل، وبعد بضعة أشهر، لن تضطر لإجراء الكثير من التغييرات لأن الحملة تتحسن أكثر وأكثر مع مرور الوقت.

بعض التنبيهات الختامية بخصوص PPC:

- ابدأ تطبيق حملات PPC في أقرب وقت ممكن. ابدأ بحملة آلية بمجرد تحسين قائمتك حتى تبدأ العمل سريعًا.
- بعد إنشاء حملتك الآلية، قم بإنشاء حملة يدوية، وأنشئ مجموعة إعلانات لأنواع الاستهداف الثلاثة: المطابقة التقريبية، ومطابقة العبارة، والمطابقة التامة. نعم، نحن نوصي بإعداد الثلاثة منذ البداية.
- إعلانات المنتج الممولة هي الأكثر فعالية بالنسبة لمعظم البائعين، ولكن بمجرد أن تعد تلك الإعلانات، يمكنك تجربة إعلانات العلامات التجارية الممولة وإعلانات العروض الإعلانية الممولة أيضًا.
- تذكر: لا تعدل حملاتك وتجري تغييرات عليها كل يوم. يجب أن تمنحها بعض الوقت، وتجري تعديلات مرة أسبوعيًا على الأكثر.

أشياء أخرى يجب ولا يجب أن تفعلها في الترويج للمنتج

مواقع التواصل الاجتماعي

أحد الوسائل الأخرى التي ستساعدك على تحقيق مبيعات أولية هي استغلال مواقع التواصل الاجتماعي (ولكنها ليست فعالة بنفس قدر العروض الترويجية و PPC):

1. أنشئ حساب على فيسبوك أو انستجرام لمنتجك، واطلب من العائلة والأصدقاء الإعلام بتلك الصفحات ومشاركتها للمساعدة في تعزيز علامتك التجارية.
2. اطلب من المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ترويج منتجك لجمهورهم (مقابل رسوم غالبًا). على سبيل المثال، ابحث عن حسابات انستجرام ذات شعبية في مجالك أو مرتبطة بمنتجك بشكل ما، وارسل لهم منتجًا مجانيًا أو اعرض دفع مقابل كل منشور / قصة.
3. ابحث عن مجموعات فيسبوك قد تكون مهتمة بمنتجك.

ما لا يجب أن تفعله أثناء العمل على تحقيق مبيعاتك الأولى:

- لا تطلب من العائلة والأصدقاء شراء منتجك (هذا مخالف لشروط خدمة أمازون وقد تتمكن أمازون من تتبع الحسابات القادمة من نفس المنزل).

- لا توجه زوار مدفوعين إلى منتجك باستخدام إعلانات جوجل أو فيسبوك أو انستجرام (بالنسبة للمنتجات والعلامات التجارية الناشئة، قد يكون هذا مكلفًا جدًا، خاصة أن من الصعب تحويل الزوار إلى مشترين فعليين، وخاصة إذا كان منتجك عليه مراجعات قليلة فقط. فكر في استخدام تلك الطريقة لاحقًا عندما تقوي مركز منتجك وعلامتك التجارية بعض الشيء).



الفصل الثامن

استراتيجيات البائع المتقدمة



الفصل الثامن

استراتيجيات البائع المتقدمة

إن البيع على أمازون ليس عملاً يمكنك "إنشاءه ونسيانه"، ولكن إذا تحضّرت جيدًا، وحصلت على البيانات والأدوات المناسبة، ستصبح في وضع ممتاز يؤهلك للنمو بنجاح. فكر في تطبيق التكتيكات التالية لضمان سير عملك بكفاءة وسلاسة وربحية:

إدارة قائمة المنتجات

تحقق من قوائمك، سواء في مركز البائع أو في القائمة المعروضة في الموقع نفسها بانتظام. راجع جميع صورك وتفاصيل الوصف، واحرص على أن تظهر كما يجب، وأضف على أسئلة العملاء (يجب أن تتلقى إشعارًا بها عبر البريد الإلكتروني)، وتابع أي مراجعات جديدة لأنها قد تمنحك أفكار مفيدة حول تحسين منتجك في المستقبل.

تحسين الإعلانات

واصل تحسين حملات PPC كل أسبوعين لضمان استخدام الإعلانات ذات أفضل أداء ممكن. وتابع تقارير مصطلحات البحث لفهم أداء كل كلمة مفتاحية فردية بشكل أفضل، ثم إزالة الكلمات المفتاحية ضعيفة الأداء، وزيادة العروض السعرية على الكلمات جيدة الأداء.

AMAZON
ROCKET!

وسّع نطاق منتجاتك

سواء بدأت بمنتج واحد أو عدّة منتجات، قد ترغب في مواصلة استغلال تجربتك في البيع على أمازون لتوسيع نطاق منتجاتك. يمكنك البحث عن أفكار منتجات جديدة أو التحقق من جدوى الأفكار التي لديك حاليًا بشأن منتجات في نفس مجال منتجاتك الحالية من خلال استخدام "باحث الفرص" في جانجل سكاوت، وتقييم الكلمات المفتاحية التي عليها طلب مرتفع ومنافسة منخفضة.

بناء العلامة التجارية

من خلال التركيز على علامتك التجارية، ستتمكن من بناء قاعدة عملاء مخلصين يساعدونك على توجيه مزيد من الزوار إلى منتجاتك على أمازون. احرص على إنتاج منتج مُصمم ومغلف جيدًا، وفكر في إنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي لتسليط الضوء على منتجك والترويج له في بيئة قابلة للتخصيص أكثر. يمكنك أن تصبح علامة تجارية مسجلة في أمازون أيضًا، مما سيتيح لك الوصول إلى مزايا تسويقية مُعززة، ويساعدك على إبراز علامتك التجارية على أمازون، وزيادة معدل التحويل.

إدارة المخزون

يجب أن تجد توازن المخزون المناسب الذي يواكب الطلب دون أن يترك كم كبير جدًا من المخزون في مستودعات أمازون. نوصي بإبقاء مخزون يكفي لـ 3-6 شهور فقط لدى أمازون دائمًا (باستثناء الأعياد) لمراقبة احتياجات مخزونك والتحكم في رسوم حفظ المخزون.

صحة الحساب

تتبع صحة حسابك على أمازون دائمًا لضمان التزام عملك بشروط خدمة أمازون ومنع تعرض حسابك لخطر الإيقاف. احرص على الالتزام بسياسات المنتج، وتجنب أي شكاوى متعلقة بمصادقية المنتج أو سلامته، وركز على تقديم خدمات عملاء إيجابية بصفة عامة.

نصيحة: ارجع إلى [موارد جانجل سكاوت](#) لقراءة مزيد من التفاصيل حول تلك المواضيع ونصائح أكثر للبائعين المتقدمين.

AMAZON
ROCKET!

هيا لتبدأ العمل في برنامج الشحن بواسطة أمازون!

لقد غير برنامج الشحن بواسطة أمازون (FBA) حياتي، وآمل أن يساعدك على تغيير حياتك أيضًا. سواء كنت تتطلع إلى تحقيق الحرية المالية، أو العمل لمدة 4 ساعات فقط في الأسبوع، أو توسيع نطاق علامتك التجارية، أو إنشاء عمل خاص بك، كل ما نريده هو مساعدتك على النجاح. نوفر في [Jungle Scout](#) أدوات قوية ولكنها سهلة الاستخدام، وبيانات دقيقة، وأفضل دعم ممكن لمساعدتك في كل خطوة في رحلتك.



AMAZON ROCKET!

نبذة عن Jungle Scout

إن Jungle Scout المنصة الرائدة الشاملة لكل ما يتعلق بالبيع على أمازون. تأسست عام 2015 كأول أداة لبحوث منتجات أمازون، واليوم.. تضم جانجل سكاوت مجموعة كاملة من أفضل حلول إدارة الأعمال وموارد معلومات السوق القوية التي تساعد رواد الأعمال والعلامات التجارية على إدارة أعمالهم على أمازون.

استكشف جميع إمكانيات جانجل سكاوت المُدرجة:

تحسين قائمة المنتجات



بحوث المنتج



إدارة المبيعات



تتبع المنتج



أتمتة المراجعات



قاعدة بيانات الموردين



إدارة المخزون



بحوث الكلمة المفتاحية



ابدأ باستخدام Jungle Scout اليوم!

AMAZON ROCKET!