

Introducción

Capítulo 1: ¿Es Amazon para mí?

Amazon es para ti si...

¿Cómo sé si soy carne de Amazon?

Las marcas blancas de Amazon

¿Por qué vender en Amazon?

¿Por qué tienes que vender en Amazon? Una visión objetiva basada en cifras y tendencias

Amazon como referencia de información de productos

Amazon, el rey del eCommerce en Estados Unidos

El Prime Day es un evento de ventas comparable a Black Friday o CyberMonday

De Estados Unidos a la conquista de Europa

Amazon en España: de recién llegado a rey del mambo en apenas 8 años

Amazon: Dominando verticales en los que “no sabe vender”

Liderando los canales del futuro

La cuestión no es si vender en Amazon, es cómo queremos vender en Amazon

Las comisiones por vender en Amazon

España, Alemania e Italia

Francia

Inglaterra

Amazon y la industria farmacéutica, por Nacho Somalo

Audiencia

Crecimiento

Imagen e información incorrecta o poco adecuada a los valores de la marca

Control de los precios

Interacción con el consumidor

Capítulo 2: formas de venta en Amazon

¿Qué es Amazon Retail?

¿Qué debe preocuparme en Amazon Retail?

Ventajas de Amazon Retail

Pros

Contras

Amazon: Internacionalización “made easy”

Amazon y otros marketplaces. ¿La nueva “Ruta de la Seda” del sXXI?

¿Qué es Amazon Marketplace?

Opciones de fulfillment en Amazon Marketplace

Fulfilled by Merchant

Fulfilled by Amazon

¿Amazon Retail o Amazon Marketplace?

¿Qué es Amazon Vendor?

Diferencias con Seller Central

¿Cómo entro en Amazon Vendor?

[¿Cuánto cuesta vender en Amazon Vendor? Pues costar, no cuesta nada, pues Amazon te compra. Pero tú tranquilo, que ya pagarás.](#)

[¿Me interesa vender en Amazon Vendor?](#)

[0- Sabes que Amazon es o será un canal donde debes vender](#)

[1- No quieres invertir tiempo ni recursos en vender en Amazon](#)

[2- Quieres alcanzar un buen volumen de venta](#)

[3- Te preocupa la protección de tu marca](#)

[4- Quieres servicios de marketing avanzados](#)

[5- Quieres acceder al programa Amazon Vine](#)

[6- Quieres reportes avanzados de tus ventas](#)

[¿Qué incluye Amazon Retail Analytics Premium?](#)

[Knowing The Real Health \(Statistics\) Of Your Amazon Business](#)

[What To Watch](#)

[Stats And KPIs](#)

[The KPIs Of All KPIs](#)

[Managing By Statistics](#)

[Paging Doctor Business Owner](#)

[Conocer la salud real \(estadísticas\) de su negocio de Amazon](#)

[Qué revisar](#)

[Estadísticas y KPIs](#)

[Los KPIs TOP](#)

[Managebystats](#)

[Doctor en atención primaria y Propietario de Negocio](#)

7- Te preocupa el soporte como cliente

8- Quieres acceder a programas de promoción especiales

¿No me interesa vender en Amazon Vendor Central?

1- No te dejan entrar con zapatillas

2- Quieres mantener el control sobre el precio

3- Tampoco controlas el stock

4- No puedes meterle mano al listing

5- ¿Quieres mantener el contacto con el cliente?

¿Cuánto cuesta vender en Amazon?

Cuenta individual (o plan de ventas individual)

Cuenta PRO o profesional (o plan de ventas profesional)

Cuenta de marca

Cuenta de proveedor de Amazon

¿Quién envía los productos y gestiona las devoluciones?

¿Dónde va a parar el dinero que pagan los clientes de Amazon?

¿Cuándo cobraré?

Capítulo 3: Subir tus productos a Amazon y optimización de tu product listing

¿Qué es un listing?

¿Cómo subir mi producto?

Capítulo 4: posicionando un producto en Amazon

¿Qué es la Buy Box?

¿Cómo ganar la Buy Box?

[Estado de comerciante destacado](#)

[Fulfillment](#)

[Tiempos de envío](#)

[Precio](#)

[Reviews y valoraciones](#)

[Stock](#)

[Tiempo de respuesta](#)

[¿Qué factores de ranking usa Amazon?](#)

[¿Cómo posicionar un producto nuevo en Amazon?](#)

[Palabras clave](#)

[Categoría](#)

[Publicidad](#)

[Valoraciones](#)

[Participar en campañas tipo Black Friday](#)

[Pierde dinero al principio](#)

[Publica en otros marketplaces a un precio superior](#)

[Precio](#)

[Logística y operaciones](#)

[Factores de UX](#)

[Opciones de packaging](#)

[Clasificación del vendedor](#)

[Capítulo 5: tu primera venta y las siguientes](#)

[Sales Velocity y Buy Box para nuevos vendedores](#)

[¿Cómo incentivar las valoraciones?](#)

[Incentivar canales internos y externos de tráfico](#)

[Usar canales externos para escalar las ventas](#)

[Email marketing](#)

[PPC Buscadores](#)

[PPC en Social Ads](#)

[SEO](#)

[Content marketing](#)

[Afiliación](#)

[Backlinks](#)

[Promocionar URLs de búsqueda](#)

[Conseguir unboxings](#)

[Usar páginas de ofertas, cupones u ofertas diarias](#)

[Spammeo en foros](#)

[Spammeo en Facebook](#)

[Usar canales internos para escalar las ventas](#)

[SEO para Amazon](#)

[Cupones de descuento y promociones](#)

[PPC para Amazon](#)

[Capítulo 6: lidiando con los comentarios negativos](#)

[Los comentarios negativos](#)

[Estados de cuenta en relación a las valoraciones negativas](#)

[Capítulo 7: Cómo recuperar una cuenta suspendida](#)

[Venta de productos no autorizados](#)

[Violación de las políticas de venta](#)

[Tipos de suspensiones de cuenta en Amazon](#)

[¿Cómo me entero de que estoy suspendido?](#)

[¿Cómo recupero mi cuenta suspendida en Amazon?](#)

[Preparando el documento de reconsideración \(POA o Plan Of Action\)](#)

[Agencias especializadas en recuperaciones de cuenta](#)

[¡Pero es que no tienen razón!](#)

[Me abro otra cuenta y a tomar por saco](#)

[Capítulo 8: FBA](#)

[Capítulo 9: Amazon Business](#)

[¿Qué es Amazon Business?](#)

[Características de Amazon Business](#)

[Mejor gestión del IVA en tus facturas](#)

[Es más fácil ganar la Buy Box B2B](#)

[Descuento por cantidades](#)

[Control más preciso de tus compras](#)

[Opciones extra en tu compra](#)

[Para los 5 marketplaces](#)

[¿Cuánto cuesta Amazon Business y cómo darse de alta?](#)

[Capítulo 10: Amazon Stores](#)

[¿Qué son las Amazon Stores?](#)

[Multipágina](#)

[Personalización](#)

[URLs propias y amigables](#)

[Analítica más completa](#)

[¿Algún ejemplo de tiendas de Amazon?](#)

[¿Por qué ha dado este paso Amazon?](#)

[Introducción](#)

[¿Qué es FBA?](#)

[Productos divididos por almacenes](#)

[Ventajas de FBA](#)

[¿Cuánto cuesta FBA?](#)

[Tarifa de gestión logística](#)

[Tarifa de almacenamiento](#)

[Particularidades en el cálculo de tarifas de FBA](#)

[Salud de tu inventario](#)

[Los reembolsos](#)

[*How to File an-Amazon FBA Reimbursement*](#)

[FBA y los nichos de productos](#)

[¿Cómo valido un nicho?](#)

[Proveedores en China](#)

[¿Qué productos vender en FBA?](#)

[Diversificar tus productos de FBA](#)

[Checklist de producto para FBA](#)

[Tutorial Helium 10 para buscar nichos en Amazon](#)

¿Aún quedan nichos en Amazon?

Lo que debes medir del nicho

Tendencia

Estacionalidad

Público objetivo

Conocimiento

Competencia

¿Cómo debe ser el producto para vender en Amazon?

Con un margen suficiente

Sencillo de manipular y sólido

Variaciones las justas

Calidad acorde con expectativas

Pequeño y ligero

Con la popularidad justa

Valoraciones

Sin restricciones legales

Usando Helium 10 para encontrar nichos en Amazon.

Usando Cerebro para conseguir ideas.

Sacar nichos con Black Box: la vía rápida.

Volviendo a usar el Cerebro

Haciendo la keyword research con Cerebro + Magnet

Frankenstein: te necesito.

Trabajando el listing con Scribbles.

[Nuestra opinión](#)

[Razones para hacer SEO en Amazon](#)

[¿Cómo se hace SEO en Amazon?](#)

[Amazon tiene su propio buscador y algoritmo](#)

[Factores de ranking orgánicos en Amazon](#)

[Ventas, pricing y reseñas](#)

[Fulfillment](#)

[¿Qué factores de ranking tiene Amazon?](#)

[La importancia de las keywords o palabras clave](#)

[¿Cuánto peso tiene cada uno de los factores de ranking?](#)

[Desglose de factores](#)

[Factores de penalización](#)

[¿Cómo determina el algoritmo la relevancia?](#)

[Cómo hacer SEO on page en Amazon](#)

[Optimizando el SEO de las páginas de producto](#)

[¿Cómo rellenar mi ficha de producto?](#)

[Título](#)

[Bullet points y descripción](#)

[Información de producto y keywords](#)

[Las fotos](#)

[Páginas A+](#)

[Ejemplos de páginas A+](#)

[Reviews](#)

[Ofertas](#)

[Concluyendo](#)

[¿Qué es el PPC en Amazon?](#)

[Por qué incorporarlo a nuestra estrategia.](#)

[El PPC de Amazon en cifras](#)

[SEM en Amazon: sinergia entre SEO y PPC.](#)

[Glosario de términos PPC.](#)

[¿Cómo funciona el PPC de Amazon?](#)

[La mecánica](#)

[El sistema de puja](#)

[Los grupos de anuncios](#)

[Las keywords](#)

[*How to approach a Keyword Research for PPC*](#)

[*Search Term Isolation & Scaling*](#)

[*Key Performance Indicators and Projections*](#)

[*¿Cómo plantear un keyword research para PPC?*](#)

[*Aislado y escalado de términos*](#)

[*KPIs y proyecciones*](#)

[Tipos de campañas PPC](#)

[Gestor de campañas](#)

[Sponsored Products](#)

[Grupo de anuncios](#)

[Montar campañas en manual](#)

[La estructura de campaña ideal](#)

[Sponsored Brands](#)

[Contenido enriquecido A+](#)

[Ofertas flash](#)

[Carteras](#)

[Display Ads y otras alternativas a las keywords](#)

[¿Qué es Amazon Display Ads?](#)

[Diferencia entre Display Ads y productos promocionados](#)

[Cómo son los anuncios](#)

[¿Por qué molan tanto?](#)

[¿Cuándo es buena idea usar Display Ads?](#)

[¿Cuánto cuesta?](#)

[Algunas consideraciones](#)

[*How to increase sales velocity and protect your brand using Amazon's*](#)

[*PPC?*](#)

[*Ad Funnel Strategy*](#)

[*¿Cómo incrementar la velocidad de ventas y proteger tu marca usando el sistema de PPC de Amazon?*](#)

[*Estrategia del funnel de anuncios*](#)

[¿Cuándo hacer campaña PPC en Amazon?](#)

[Potenciar líneas de producto](#)

[Aumentar las ventas de nuevos productos](#)

[Generar recurrencia](#)

[Proteger o atacar estratégicamente](#)

[Campañas estacionales](#)

[Campañas de rotura de la estacionalidad](#)

[5 trucos de PPC en Amazon](#)

[1. Segmentación por Productos: productos complementarios](#)

[2. Grupos de anuncios: la regla de los 7 ASIN](#)

[3. Anuncios con Relevancia](#)

[4. ¿Pausar o mantener?](#)

[5. Primeros resultados de búsqueda](#)

[White Hat Hacks para Amazon](#)

[Monitorizar el stock de un producto Vendor](#)

[Loguito de Amazon en las imágenes](#)

[Shopify vs Amazon](#)

[Visibilidad con páginas de producto A+](#)

[Sugerencias de Amazon para kw research](#)

[Herramientas para Listing, Inventory & Shipping Management](#)

[Usar todas las imágenes](#)

[Testeo de imágenes](#)

[Ofrece garantía extendida](#)

[Tips para títulos](#)

[Métricas para ganar la Buy Box](#)

[Estado de comerciante destacado](#)

[Fulfillment](#)

[Tiempos de envío](#)

[Precio](#)

[Reviews y valoraciones](#)

[Stock](#)

[Tiempo de respuesta](#)

[Factores de ranking importantes en Amazon](#)

[Ventas](#)

[Categorización](#)

[Fullfillment](#)

[Tips para textos de descripción](#)

[Título](#)

[Descripción](#)

[Bullet points](#)

[Contesta las preguntas](#)

[Miniestudio de foto para tus fotos](#)

[Ofrecer algún producto a fullprice](#)

[Perder dinero durante el lanzamiento](#)

[Regalar producto u ofrecer descuentazo](#)

[Características de JumpSend](#)

[Característica 1: Lanzamientos promocionales](#)

[Característica 2: conseguir más reseñas en Amazon](#)

[Fija el stock a menos de 20](#)

[Brand Awareness en Facebook, Instagram y Pinterest](#)

[Listar productos en categorías menos competitivas](#)

[Unboxings en Youtube, Instagram y blogs](#)

[Vídeos en product page](#)

[Mirar keywords de la competencia](#)

[Búsqueda por ASIN](#)

[PPC: seleccionar diferentes pujas según tu margen](#)

[Listar productos en otros marketplaces](#)

[Ofrecer bundles y enseñarlos en la misma ficha de producto](#)

[Eliminar blanco de las fotos de producto](#)

[Manda un email pidiendo reviews](#)

[Poner el presupuesto de PPC muy alto](#)

[Usa una keyword tool para las kws y sus sinónimos](#)

[Indexa keywords con los bullet points](#)

[Señales sociales para A9](#)

[Haz descuentos por cantidad](#)

[Autoafílate](#)

[Espía a tus competidores](#)

[Busca sinergias con otros vendedores](#)

[Usar keywords en inglés](#)

[Usar misspellings](#)

[Quitar feedback negativo](#)

[Comprueba que tus keywords se están indexando](#)

[Precio psicológico](#)

[Registra tu marca en Amazon](#)

[Haz una Amazon Store](#)

[Escribe con tu propia voz](#)

[Revisa los reviews](#)

[No sobreoptimices las keywords del listing](#)

[Etiqueta tus productos FBA](#)

[Re-empaqueta tus devoluciones](#)

[Tu listing tiene que estar vivo](#)

[Controla el modelo de distribución de tus competidores](#)

[¿Cómo puedo sacar partido estratégico a esto?](#)

[Usa el precio de manera estratégica](#)

[Ten claro el coste mínimo viable](#)

[La capacidad de reacción y adaptación es básica](#)

[Crea listas prelanzamiento](#)

[Usa el PPC en Amazon para tu keyword Research](#)

[Encuentra el proveedor de tu competencia](#)

[Pre-negocia por las unidades defectuosas](#)

[Consigue que Amazon te devuelva la pasta de sus cagadas](#)

[Empieza tus correos de seguimiento con 'Re: Amazon.com. Opinión de Compra Requerida'](#)

[Busca el ID del usuario que te ha dejado un mal review.](#)

[Genera leads con potencial](#)

[Crea tu propio grupo de reviews en Facebook](#)

Utiliza el email inteligentemente para apretar a los proveedores.

Busca un chino para negociar con China

Haz descuentos por volumen de pedidos

No infravalores el correo postal

Colabora con vendedores top vendidos frecuentemente juntos.

Anuncia tus productos en sitios de ofertas

Juega con los céntimos

Carga las devoluciones por restocking

Crea bundles y mete algún regalo

El poder del contenido

Aprieta el acelerador en Social Media

Amazon Vine

Estrategias de repricing

1. Fija mínimos

2. Fija máximos

3. Personaliza la estrategia

4. Incluye los gastos de envío en tu previsión

5. Nuevo y usado

6. Utiliza el repricing, aunque no tengas competencia

7. Compite con Amazon

Black Hat Hacks para Amazon

Generar reseñas negativas para tu competencia

La técnica del 999

[Deja a la competencia sin stock](#)

[El Ocean's 11 de las devoluciones y feedback negativo](#)

[Cambiar las fotos y la descripción de la competencia](#)

[Secuestrar el listing](#)

[Ganar la Buy Box y enviar productos de baja calidad](#)

[Upear reseñas negativas](#)

[Downear las reseñas negativas](#)

[Cargarse un producto alegando temas de seguridad](#)

[Falsa reclamación de marca](#)

[Manipular tu ratio de conversión](#)

[Redireccionar tráfico de PPC](#)

[Redireccionar tráfico falso con Hitleap](#)

[Posicionar con Custom URL Queries o Super URLs](#)

[Spamear](#)

[Backlinks a páginas de producto](#)

[Aprovecharte de un ASIN exitoso](#)

[ASIN exitoso y blackhat](#)

[Usar la misma imagen que el competidor principal y usarlo en los ads](#)

[Hacer y cancelar pedidos por el máximo de stock](#)

[Manipula listings como vendor](#)

[Keyword / product Research](#)

[Analytics](#)

[Lanzamiento de productos](#)

[PPC](#)

[Feedback](#)

[Repricers](#)

[Todo en 1](#)