

## 卖家知识地图导览图，一图读懂四大知识板块



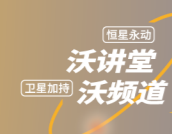
## 卖家一站式成长指引，成长路径上的好帮手

### 卖家大学

为卖家量身定制的免费学习平台，主要包含以下三个模块



孵化课堂  
官方卖家必修课



沃讲堂+沃频道  
每周官方直播课程



帮助中心  
中文文档指引大全

卖家大学网页 [www.walmartsellereducation.cn](http://www.walmartsellereducation.cn)

### Walmart全球电商微信小程序

卖家的掌上知识库，公开免费自学平台，助力卖家跨境之旅。



## 沃尔玛全球电商 带您成就无限可能



官方微信公众号

扫码关注即可领取电子版  
“沃尔玛全球电商卖家知识地图”



## 沃尔玛全球电商 卖家知识地图

4大知识板块，多种工具介绍，  
带您全方位了解沃尔玛

## 世界500强 连续多年榜首

沃尔玛已成为世界最大的私人雇主和连锁销售商之一，  
多次荣登《财富》杂志世界500强榜首及当选最具价值品牌。

1.2亿

每月独立访问量

触达更多消费者，沃尔玛美国电商提供大规模且及时的消费者触达  
\*Comscore Media Metrix, October 2022

90%

连续2年销售增长率

沃尔玛电商平台销售额增长远超市场，加速您的销售额攀升  
\*FY22 Earnings Report

750亿

SKU总数且不断攀升

沃尔玛拥有丰富且多样的商品，提高消费者平台粘性，促进复购  
\*FY22 Earnings Report

1600万

每日商品搜索量

借助沃尔玛电商全渠道优势，提高消费者浏览、搜索和购买商品量  
\*FY22 Earnings Report

### 入驻专栏

#### 1. 沃尔玛全球电子商务介绍

- 零月租** 沃尔玛不收取任何入驻费和月租费
- 分类佣金** 每个细分品类对应不同佣金政策,最大程度让利卖家
- 高效运输** 沃尔玛支持线下门店提货和两日达送货服务
- 专业卖家管理** 沃尔玛提供高效严密的卖家管理服务,携手卖家走向海外市场,走近消费者

**平台优势**

- 官方培训体系
- 招商类目
- 卖家大学
- 登录链接: https://www.walmarketsellereducation.cn

**资质要求**

**美国站**

- 拥有中国内地或中国香港地区的合法企业营业执照(非个体工商户);
- 具有跨境电商履约能力。

**加拿大站/墨西哥站/智利站:**

- 已入驻沃尔玛美国站点,具有良好的业绩表现,符合沃尔玛平台要求;
- 加拿大 入驻加拿大站需激活美国站店铺90天及以上。
- 墨西哥 墨西哥站为定向邀请制。
- 智利 智利站即将上线,敬请关注。

**小程序**

“Walmart全球电商”小程序,卖家的掌上知识库,公开免费自学平台,助力卖家跨境之旅。

**“Walmart全球电商”小程序**

官方免费一站式学习平台,包括官方直播、孵化课堂、专题系列课程及知识中心等,为卖家提供全阶段的学习培训。

**Apparel** 服饰、鞋履、箱包&配饰

**ETS** 电子产品、玩具、季节性商品

**Home** 家居用品

**Consumables & Food** 快消品、食品

**Hardlines** 日用百货

### 运营专栏

#### 1. 基础运营设置

**完善店铺信息**

**Display Name** 完善店铺名称、店铺标志、店铺描述!增加店铺曝光度及品牌知名度。

**Customer Service** 帮助消费者了解您的客服政策;建议您以提前了解平台对卖家的客服要求

**Returns** 根据平台退货政策完善商品的退货信息

**Taxes** 完善商品的销售税信息

**完善消息模板**

卖家的Inbox(收件箱)会展现实什么内容?

消费者在购买前或购买后可能会向平台卖家咨询有关商品的问题,这些问题会出现在卖家的Inbox(收件箱)中。卖家的Inbox(收件箱)可以帮助您轻松地处理来自消费者或客服中心的问题。

如何高效管理卖家的Inbox(收件箱)?

卖家可以在卖家中心自行创建回复模板,来回消费者的常见问题,例如“我的物流单号是多少”、“我可以取消我的订单吗”等等。

回复消息的最低时限是多久?

根据最新的沃尔玛卖家绩效标准,请卖家务必在48小时内,对消费者和客服中心的咨询做出高质量的答复。

**完善物流信息**

**物流运输方式**

沃尔玛电商平台向卖家提供五种配送方式: Free Value Shipping(免费经济运输)、Standard Shipping(标准运输)、TwoDay Shipping(两日达)、OneDay Shipping(一日达)和Freight Shipping(超大件运输)。卖家必须支持至少一种配送方式。

关键物流时间节点	物流中心
<b>EDD</b>	EDD是指已配送的订单必须送达至消费者手中的日期。卖家可以选择添加自主管理的物流中心或者物流服务商。
<b>Lag Time</b>	其决定卖家准备商品以供配送所需的天数。
<b>Cutoff Time</b>	截止时间决定卖家是否要在消费者下单当天开始处理订单。

**EDD 预计送达时间**

Order Cutoff Time	Fulfillment Lag Time	Transit Time
截止时间点	拣货&包装时间	物流运输时间

Freight Shipping 超大件运输 10个工作日

Free Value Shipping 免费经济运输 Lag Time是0或1 (部分类目除外) 7个工作日

Standard Shipping 标准运输 (周一至周五) 下午2:00 当地时间 5个工作日

Free TwoDay Delivery 免费两日达 强制Lag Time是0 4个工作日

OneDay Shipping 一日达 强制Lag Time是0 3个工作日

**完善退货信息**

在自发货的情况下,商品最终会退回到卖家的海外仓库。消费者可以选择退货到门店或者通过物流承运商将商品退回卖家仓库。

**退货偏好**

门店退货 使用RSS(官方逆向物流服务商)退货

物流服务商退货 使用自己的物流承运商退货

**物流中心**

卖家可以在Seller Center后台设置一个或多个Return Center,若设置多个退货仓,卖家还可以给不同的SKU分配不同的退货仓。

**退货规则**

卖家可按照不同产品品类(department)设置不同的退货规则。

保留商品(Keep It)规则 消费者不退货的情况下,卖家需要给消费者退全款。

部分保留商品(Partial Keep It)规则 消费者不退货的情况下,卖家需要为消费者进行部分退款。

**2. 创建商品Listing**

上传商品方法一览				
单个上传商品	批量上传商品			服务商
Full Item Spec	Quick Setup By Match	从第三方平台上上传商品	API	
什么是变体组? 变体商品可能是与主体商品在颜色、尺寸、数量、样式方面有差异的商品。在同一个商品组中,每个变体商品都将关联到同一个主体商品	追踪商品状态 >>>	Status: 该特定文件的状态 Submitted: 表示产品已经提交成功,待系统审核 Processed: 系统已经审核通过,将展示在后台 Pending: 等待系统审核中 Error: 上传出错,请点击查看错误原因	API	服务商
什么是变体组? 变体商品可能是与主体商品在颜色、尺寸、数量、样式方面有差异的商品。在同一个商品组中,每个变体商品都将关联到同一个主体商品	<<< 创建及管理变体组	内容优化 准确定义商品类别 恰当的商品标题 包含关键词的商品描述 精美的商品图片	API	服务商
设置促销价格 持续的库存状态 快速的配送方案 优惠的运费价格	性能表现 如果您拥有一个良好的绩效表现,并确保遵守平台政策,您将有机会赢得Buy Box并参与更多促销活动。	内容优化 准确定义商品类别 恰当的商品标题 包含关键词的商品描述 精美的商品图片	API	服务商
设置促销价格 持续的库存状态 快速的配送方案 优惠的运费价格	性能表现 如果您拥有一个良好的绩效表现,并确保遵守平台政策,您将有机会赢得Buy Box并参与更多促销活动。	内容优化 准确定义商品类别 恰当的商品标题 包含关键词的商品描述 精美的商品图片	API	服务商
设置促销价格 持续的库存状态 快速的配送方案 优惠的运费价格	性能表现 如果您拥有一个良好的绩效表现,并确保遵守平台政策,您将有机会赢得Buy Box并参与更多促销活动。	内容优化 准确定义商品类别 恰当的商品标题 包含关键词的商品描述 精美的商品图片	API	服务商

**平台优选工具**

- Pro Seller Badge 专业卖家徽章** Pro Seller Badge(专业卖家徽章)会标记在符合条件的沃尔玛卖家店铺名称旁,用于突出显示表现最佳的卖家。
- Listing Quality & Rewards Dashboard 商品质量分数及奖励面板** 此面板位于Seller Center(卖家中心),可以帮助卖家了解有哪些因素会影响消费者做出购买决定,从而优化销售策略。
- Assortment Growth 品类增长** 此面板向您推荐了按照沃尔玛内部排名方法进行排序的畅销品牌与畅销商品,帮助您扩大在沃尔玛平台的商品listing。
- Repricer 价格调整工具** 该工具可以自动监测店内/站外价格,每当竞争对手的价格有调整的时候,卖家无需再手动查看或者调整价格。
- Brand Portal 品牌门户网站** 此工具会在预防侵权跟卖的同时,给予品牌卖家更多的支持,让卖家能够快速应对其他卖家的侵权行为。
- Success Hub 业务顾问** 此工具是平台根据一套复杂的算法和对销售模式的分析,为卖家提供的定制化建议功能,它将帮助卖家及时发现实操性强的业务改善机会。
- Review Syndication 导购服务** 卖家可以将符合条件的商品添加到Review Syndication(官方导购计划)中,以鼓励消费者留下评论。

#### 3. 订单及回款管理

**订单发货**

**卖家自发货**

您在卖家中心的“Orders”面板对订单进行发货处理。

您将货物送达至WFS物流中心后, WFS会为您进行尾程配送。

完善发货订单的商品信息,包括Tracking Number(物流追踪号)等

填写完相关信息后,请点击“Mark as shipped(标记为发货)”确认您更新了订单的状态。

**订单取消/退货/退款**

如果您后续需要取消订单或对订单进行退货退款,请在Seller Center(卖家中心)中进行操作。但请注意,这些行为可能会对卖家的绩效产生负面的影响。

**卖家绩效标准**

卖家在管理订单发货的过程中,请务必保证账户的绩效表现,关键绩效指标如下:

- 取消率<2%
- 按时送达率>95%
- 有效追踪率>99%
- 退款率<6%
- 卖家回复率>90%

**订单回款**

**回款周期**

Payment Cycle(回款周期)是指从一个回款结单日期结束到下一个结单日期的时间间隔。

**回款计算方式**

您的回款将计算以下范围内的订单:

- 在回款周期内收到的发货订单通知。
- 由您或 Walmart Customer Care(沃尔玛客户服务团队)处理的退款订单。
- 订单调整(贷记或借记)
- 上一个回款周期的未结余额。

**回款频率**

回款频率通常是每两周(每14天)一次。

**新手卖家等待期**

新卖家开始在沃尔玛销售后,您可以从下拉列表中选择对应账单,以查看所选日期范围的适用交易详细信息。

**如何进入正常的回款周期?**

在满足以下两个条件之前,对每个已完成订单数以最多21天的延迟:

- 自您的第一个订单发货已过去90天。
- 您已收到7,500美元的付款

**回款报告获取路径**

Seller Center → Analytics → Payments

**Statement 面板**

Statement面板将显示报表期间的年度摘要。您可以从下拉列表中选择对应账单,以查看所选日期范围的适用交易详细信息。

**Transaction 面板**

Transactions面板允许您通过搜索Purchase Order Number(采购订单号)或是Customer Order Number(顾客订单号)来查看交易信息。

#### 2. 入驻渠道

如果您有意愿入驻沃尔玛电商平台,请您务必通过**官方渠道**或**合作伙伴**的活动渠道、推荐通道进行账号申请,以确保账号后续的稳定、正常运营。

扫码即刻提交入驻申请

请您在申请表中填写真实有效的信息,以确保沃尔玛官方团队能与您取得联系。请填写以下几项信息:

注册邮箱	联系电话	公司名称	主要类目
请填写可触达的独立邮箱,您的注册邮箱填写后将无法修改	您的联系电话必须真实可触达,以便官方团队后续与您沟通	请填写本次入驻沃尔玛的公司名称	请根据实际情况填写并作为店铺的主类目

您填写完入驻申请表后,请耐心等待邮件通知,为避免错失邮件,建议您提前添加沃尔玛官方公邮到白名单。在等待期间,您也可以学习小程序的知识为后续店铺上线做好准备。

#### 3. 入驻资料清单

提交入驻申请后,建议您按**要求**提前准备入驻所需的必备资料,并在Business Verification(资质验证)步骤将所需文件一次性全部上传(请全部提交彩色复印件),这将有助于您快速完成店铺激活流程。

公司资质证明文件	中国内地卖家	中国香港卖家	补充资料
	<ol style="list-style-type: none"> <li>公司营业执照复印件</li> <li>申请授权委托书</li> <li>公司法人身份证复印件</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>商业登记证复印件</li> <li>公司注册证书副本复印件</li> <li>授权委托书</li> <li>最新企业年度申报表(NAR1/NC1)</li> <li>最新企业年度申报表中董事的身份证复印件</li> </ol>	带有您公司商业名称的水、电、气等公用事业发票、电商平台店铺链接后台登录视频、国家税务总局企业后台登录视频、其他市场平台链接、有效可联系的法人电话。具体以邮件要求为准。

**提醒:** 平台会着重审核您在Business Verification(资质验证)阶段提交的资料清单,请务必确保资料的真实可信。

#### 4. 入驻流程

**1. 收到第一封邮件**

注: 请勿转发邮件链接,否则账号出现的后续问题需要由卖家自行承担

**2. 创建Seller Center账号**

**3. 收到第二封邮件**

**4. 开启店铺激活流程**

在店铺激活的过程中,您需要首先完成**资质验证**步骤。您在这个步骤需要完善公司信息、上传公司资质证明文件及业务资质截图。

在等待资质验证期间,同步完成付款设置和物流设置。

您需要至少成功上传一个库存大于0(Inventory>0)的商品,即可迅速完成店铺上线。建议您上传10个以上的产品,以便于系统识别。

**获得卖家大学登录权限**

当您店铺资料审核通过后,您将会在3个工作日内收到卖家大学账户激活的指引邮件,这代表您已解锁进入卖家大学的权限,根据指引点击邮件中的链接即可登陆卖家大学。如有卖家培训相关问题,欢迎反馈至官方邮箱:<sellertraining@walmart.com>

**WMC**

**WFS**

**开通WMC&WFS账户**

您在完成了账号设置和商品上传后,可以使用与Seller Center一致的账号与密码直接登录广告后台使用WMC(Walmart Connect)服务;

您在完善了Contact(联络信息)、Returns(退货仓信息)、Billing(收款信息)后就可以快速开通WFS权限并开始使用官方物流服务。

#### 1. WFS服务介绍

卖家可以在沃尔玛平台选择Walmart Fulfillment Service(WFS)服务,依托平台自有强大的供应链体系帮助您快速、低成本地配送商品。卖家需先将货物送至WFS仓库,消费者在网上成功下单后,WFS将代卖家进行拣货、打包和配送服务。WFS还会处理这些订单的所有顾客支持和退货服务。

**WFS优势一览**

- 提供美国全境2日达配送服务(非旺季期间)
- 为多种物流产品(ITS, WPC, Buy Shipping等)提供专业服务,让卖家更专注于产品开发和账号运营
- 通过“2日达”和“沃尔玛配送”标签提升商品曝光度和转化率
- 提供无缝衔接的客户服务、换货服务、业务支持和退货服务
- 提供上架前商品预处理服务,包含商品装袋和商品贴标服务(收取少量费用)

**商品要求**

- 商品需要发货至沃尔玛在美国本土的物流中心。
- 非禁售商品、非易腐烂商品、非管制商品。
- 商品最大重量不超过500磅;商品最大尺寸不超过120英寸x105英寸x93英寸。
- WFS商品需要满足平台对于商品包装、产品标签以及商品运输的要求;卖家可以在开通权限后阅读WFS Routing Guide了解详情。

**WFS费用明细**

**基本费用**

根据商品的重量确定基础配送费。

**附加费**

服装及危险品附加费 零售价格低于10美元商品附加费 大型商品附加费

**仓储费**

沃尔玛仓配中心储存商品的费用。

**其他费用**

问题库 退货及配送 弃置及移存费用 异常费用 除费用

**WFS权限开通步骤**

完成店铺激活流程

Contact 联络信息设置

Billing 设置收款方式

Returns 完善退货仓信息

WFS Item Conversion 转化/创建一个WFS Item

**WFS发货流程**

创建WFS商品 卖家在发货前需要先设置WFS商品,请卖家先合理评估产品潜力,转化商品为WFS Items,或直接新增产品为WFS Items。

创建Inbound Order 准备发货的商品需要满足WFS对于商品备货以及商品运输的要求。

发货至WFS 卖家可以使用WFS Preferred Carrier(WFS优选承运人)或自己的承运人向WFS物流中心发送库存。如果是FTL/LTL运输,请在入仓前请提前做好预约工作。

货物入仓 经过适当包装和准确贴标的物品,最快可以在2个工作日内被物流中心接收并上架。

**WFS退货设置**

如果商品是通过WFS发货的,商品最后会送到WFS的退货仓。卖家在“Seller Fulfilled Returns(自发货)”页面设置的Keep It Rules(保留商品规则)和Partial Keep It Rules(部分保留商品规则),也会同样适用于WFS发货的商品。

**WFS二次上架货物**

WFS仓退回卖家海外仓

WFS销毁货物

**WFS 精选优化工具**

#### 2. Walmart Connect服务介绍

Walmart Connect可以为您高效助力,驱动店铺经营。Walmart Connect是沃尔玛的广告业务。Walmart Connect提供的广告(Sponsored Products)可以将卖家的品牌商品呈现在搜索和浏览沃尔玛网站和App的顾客面前,且卖家只需在消费者点击广告时付费。除了商品推广广告(Sponsored Products)以外,Walmart Connect还为卖家提供了品牌推广广告(Sponsored Brands)和视频推广广告(Sponsored Videos)这两种广告产品。下文将为您介绍主要介绍商品推广广告(Sponsored Products)的投放指南!

使用商品推广广告(Sponsored Products)开启成功之旅

**确认广告投放资质**

- 商品需有库存
- 商品需要赢得 Buy Box

**开始使用商品推广广告(Sponsored Products)**

新平台卖家会自动注册入驻沃尔玛广告中心(Walmart Ad Center)。沃尔玛将提供分步指导,以协助卖家轻松启动站内搜索广告活动,即使对于新手卖家来说也会轻而易举。

#### 2. 广告活动结构指南

沃尔玛广告主现在可以在Sponsored Products广告活动中投放商品的任何子变体(variation) — 包括不同尺寸,颜色,数量和纹样子变体 — 从而提升品牌和商品的曝光,促进转化量和销售量的增长。

我们的算法是基于商品的关联度,如果您将类似的商品放在不同的广告活动(campaigns)和广告组(ad groups)中,您的商品会更容易自相竞争以及与其它卖家的类似商品竞争。相反的,将类似的商品放在同一个广告活动和同一个广告组中,能帮助减少自相竞争,也能使广告更容易获得更多的曝光

**如何选择商品**

重点投放零售就绪商品(Retail Ready Item),转化较好的商品,销量最佳的商品,优先级高的商品,以及季节性商品。

**提示: 重点投放那些带来最多转化量和销量的商品的变体。**

问答:什么是零售就绪商品? 零售就绪商品是具有10条以上的评论数(10+ Reviews)和评分在3.5以上(3.5+ Stars)的商品

**自动广告活动结构**

建议从一个自动广告计划(Automatic Campaign)和一个包含全部广告商品(Item)的广告组(Ad Group)开始。这个结构能使算法更快的去识别相关的商品,算法会将商品的类、详情、竞价、以及相关度与消费者的浏览意图和搜索词进行匹配。算法会倾向于将商品推送给最容易产生转化的消费者,所以最准确的商品详情页以及正面的商品评价可以在消费者抵达您的商品页面时有促进作用。

**如何开始**

刚开始投放时,出价要等于或高于建议竞价(Suggested Bid)从而提升广告展现的几率。对新广告计划和新品,设置更高的竞价来积累搜索历史。在积累了足够的广告数据后,再为每个商品单独调整竞价。提示:在我们的第二竞价原则(Second-price Auction)下,您只需支付能够赢得广告位的价格且最终的单次点击价格不会超过您的出价。

**WFS 商品为我的店铺贡献了多少GMV?**

卖家可以下载“GMV Penetration”报告。该报告将帮助您查看已转换为WFS商品的近期销量,以及通过WFS销售的GMV占店铺总GMV的比例。

**手动广告活动结构**

手动广告中,基于您的预算结构来创建广告计划(Campaign)。在您的一个或多个手动广告计划中,基于商品类型建立广告组(Ad Groups)并确保添加的关键词与商品相关。基于您的预算将上述结构应用到其它手动广告计划中。

**关键词的选择**

- 使用 Item Keyword Performance Report 从您现有的自动广告计划中获取已经产生过转化的搜索词
- 使用 Keyword Analytics Tool 和/或 Keyword Recommendation 报告

**CAMPAIGN (广告计划): PATIO FURNITURE**

AD GROUP (广告组): OUTDOOR SHADE	AD GROUP: PATIO SETS	AD GROUP: PORCH SWINGS
KEYWORD (关键词)	KEYWORD	KEYWORD
KEYWORD	KEYWORD	KEYWORD
KEYWORD	KEYWORD	KEYWORD
ITEM (商品)	ITEM	ITEM
ITEM	ITEM	ITEM
ITEM	ITEM	ITEM

**变体商品的广告活动结构**

在为商品变体开启手动广告时,基于下述结构建立不同的广告组(Ad Groups):

- 通用词(General Keywords):** 包括所有具有相似属性的商品变体  
例如: Men's shirts (exact match) 男式T恤衫 (精确匹配)
- 变体相关的关键词:** 分别包括具体的变体和对应的关键词  
例如: Large blue t-shirt (exact match) 大号蓝色T恤衫 (精确匹配)

**重要提示**

沃尔玛广告平台暂不支持否定关键词(Negative Keywords)。如果使用上述建议的结构,请使用精确匹配将流量导向合适的关键词上。

#### 3. WFS退货设置

如果您后续需要取消订单或对订单进行退货退款,请在Seller Center(卖家中心)中进行操作。但请注意,这些行为可能会对卖家的绩效产生负面的影响。

**卖家绩效标准**

卖家在管理订单发货的过程中,请务必保证账户的绩效表现,关键绩效指标如下:

- 取消率<2%
- 按时送达率>95%
- 有效追踪率>99%
- 退款率<6%
- 卖家回复率>90%

**回款报告获取路径**

Seller Center → Analytics → Payments

**Statement 面板**

Statement面板将显示报表期间的年度摘要。您可以从下拉列表中选择对应账单,以查看所选日期范围的适用交易详细信息。

**Transaction 面板**

Transactions面板允许您通过搜索Purchase Order Number(采购订单号)或是Customer Order Number(顾客订单号)来查看交易信息。

### 入驻专栏