

# 基于Etsy Ads的店铺优化策略浅析

吴亚霄 杨宏波

凯里学院 贵州凯里 556000

**摘要:** Etsy是一个面向手工艺品和独立设计师的电子商务平台,其广告服务Etsy Ads对卖家店铺的推广和销售起着至关重要的作用。本文通过对Etsy Ads的排名机制及ADPM模型进行分析,提出相应的Etsy店铺优化策略,旨在为卖家提供更为科学和实用的店铺优化方案。

**关键词:** Etsy; 市场定位; 店铺优化

## Analysis of Store Optimization Strategy Based on Etsy Ads

Yaxiao Wu, Hongbo Yang

Kaili College, Kaili, Guizhou 556000

**Abstract:** Etsy is an e-commerce platform for handicrafts and independent designers, and its advertising service Etsy Ads plays a crucial role in promoting and selling seller stores. This article analyzes the ranking mechanism and ADPM model of Etsy Ads and proposes corresponding Etsy store optimization strategies, aiming to provide sellers with more scientific and practical store optimization solutions.

**Keywords:** Etsy; Market positioning; Store optimization

**基金项目:** 项目名称: 贵州省2020年省级教学内容和课程体系改革项目“基于应用型人才培养目标的‘跨境电子商务’课程改革研究” 项目编号: 2020228

### 1 引言

Etsy是一家全球知名的在线购物平台,以手工制品、珠宝首饰、家居用品等小众艺术品为主打,拥有众多的卖家和买家。Etsy Ads是Etsy提供的站内广告服务,可以帮助卖家提高店铺的曝光率和销售量。然而,随着竞争的加剧和市场环境的变化,如何更好地利用Etsy Ads来为店铺引流并提升转化率,成为卖家们重点关注的问题。因此,本文主要通过分析Etsy Ads的工作机制,并在此基础上提出针对性的店铺优化策略,希望能为Etsy卖家提供一些借鉴。

### 2 Etsy概述

#### 2.1 Etsy简介

Etsy是一个全球性的电子商务平台,成立于2005年,总部位于美国纽约布鲁克林。Etsy旨在为小型企业和独立创作者提供一个线上市场,让他们能够展示和销售他们的独特产品,同时为消费者提供一个购买独特商品的地方。在Etsy平台上,买家可以搜索和购买各种独特的商品,如手工珠宝、定制服装、家居装饰、艺术品和复古收藏品等。Etsy强调社区、创意和可持续性,支持全球范围内的独立制作人和复古经销商。Etsy的盈利模式

主要包括从商家那里收取商品发布费、交易费和支付处理费。此外,Etsy还提供广告和市场营销工具,帮助商家提高其商品的曝光度和销售额。总的来说,Etsy为全球独立创作者和小型企业提供了一个充满机遇和创意的市场。

#### 2.2 Etsy市场定位与业务模式

##### 2.2.1 Etsy市场定位

Etsy 将其市场定位为独特商品和创意产品的市场,且是为小型创意企业、独立艺术家和手工艺者提供一个展示和销售自己作品的平台。同时,Etsy 针对手工艺品和独特商品这一细分市场进行垂直细分,主要包括家居装饰、珠宝首饰、时尚配件、手工制品、艺术品等。这意味着它主要关注手工艺品、原创设计、个性化定制等领域。这种定位使 Etsy 成为了那些寻找独一无二、具有个性的商品的消费者的首选平台。

##### 2.2.2 Etsy业务模式

Etsy的业务模式主要是基于消费者对消费者(C2C)的交易模式,提供一个在线市场,让手工艺者、独立艺术家和小型创意企业能够将其独特商品和创意产品直接销售给消费者。以下是 Etsy 业务模式的几个关键方面:

(1) 社区文化。Etsy 非常重视其平台上的社区文化，鼓励卖家和买家之间的互动和交流。这有助于建立信任关系，提高用户的忠诚度，并吸引更多的创意人才加入平台。

(2) 用户体验。Etsy 注重为买家和卖家提供良好的用户体验，包括简单易用的界面、有效的搜索引擎、个性化推荐等。通过优化用户体验，Etsy 力求吸引和留住更多的用户。

(3) 全球市场扩展。Etsy 在全球范围内开展业务，支持多种货币和多种语言，为国际买家和卖家提供了便利。这使得 Etsy 能够在全世界范围内吸引更多的用户，扩大市场份额。

(4) 关注可持续发展和环保。Etsy 关注可持续发展和环保，鼓励卖家使用环保材料生产商品，并倡导绿色包装。这有助于提高品牌形象，吸引环保意识较强的消费者。

### 3 Etsy Ads浅析

#### 3.1 Etsy Ads简介

Etsy Ads是Etsy平台的广告服务，可以让卖家创建并运营广告活动，向潜在客户展示他们的产品，并吸引更多的流量和买家。Etsy Ads的广告形式包括搜索广告和展示广告，可以在Etsy网站和移动应用程序上展示。卖家可以根据自己的预算设定出价，且仅在用户点击广告后付费，按照实际点击费用计算（CPC，Cost Per Click）。此外，Etsy还提供了一些工具和数据分析，帮助卖家了解广告的效果和投资回报，以便他们可以优化广告策略并获得更好的结果。

#### 3.2 Etsy Ads模型

不同于以往的电商店铺广告投放策略研究，本文从Etsy平台开发者公开发表的平台广告系统论文出发<sup>[1]</sup>，尝试解析Etsy Ads的模型运行机制，并梳理出卖家用户在投放Etsy Ads时店铺优化可能需要重点关注的一些细节。

##### 3.2.1 Etsy Ads排名机制

类似其他电商平台，Etsy采用学习排序算法LTR(Learning To Rank)作为构建其广告排名系统的主要信息检索方法（如图3-1）。该算法的运行大致分为两个阶段：（1）候选者检索阶段。此阶段，算法从平台所有商品中筛选、匹配出不超过1000件商品的候选集，且商品被选入候选集的概率同店铺经营者对该商品的广告经费投放策略相关。（2）候选集内排序阶段。此阶段，使用经Etsy后台数据训练完成的两个独立模型CTR(Click Trough Rate，即点击率)和PCCVR(Post-Click Conversion Rate，即点击后转化率)的评分结果作为候选集内商品排序的基准。

用于训练CTR和PCCVR两个模型的数据集本质上是Etsy平台买家用户在浏览平台一段时间窗口的用户行为序列，该序列包含了：商品搜索量、商品收藏信息、商品浏览量、用户加购物车行为和用户购买行为等众多用户行为习惯数

据；这些原始用户短期行为序列数据是不能直接投送给CTR和PCCVR两个模型使用的，Etsy开发者不仅对这些数据做了数学抽象，还为此专门设计了多样个性化广告框架模块（ADPM，adSformer Diversifiable Personalization Module）用于实现用户行为序列的数据转化工作。ADPM在设计上主要分为3个组件，即广告框架编码组件、预训练表征组件和学习表征组件。

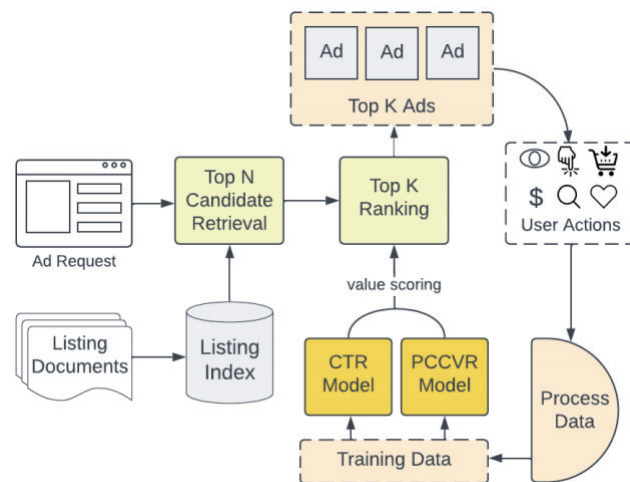


图3-1 Etsy排名机制<sup>[1]</sup>

##### 3.2.2 ADPM模型工作机制浅析

如图3-2所示，在实际工作过程中，ADPM主要关注以下几个属性的抽象转化：

(1) 用户行为相关联商品的视觉表征。具体包括商品的：颜色、形制以及店铺中商品对应图片等特征，这与Etsy平台多任务和多数据集训练架构评分机制有关，也是后续店铺经营者需要关注的问题。

(2) 用户行为相关联商品的文字表征。Etsy平台使用fastText库完成文字表征的评估工作，会重点关注店铺商品所展示文字信息中的货品标题、货品描述和货品标签等内容。

(3) 用户行为关联商品的多模态表征。电商平台设计广告模型最终目的，不仅是为了帮助平台运营商实现对于买家参与度、卖家回报和市场收入等各方收益的平衡调控，还应该确保卖家用户对商品广告的投入能够变现为CTR和PCCVR的提升，即能够在一定程度上驱动用户点击对应商品的广告。由于实现以上设想所涉及到的因素较多，引入多模态训练学习机制不失为一个不错的选择，为此Etsy平台设计了一套称为AIR(Ads Information Retrieval)的广告预训练机制帮助ADPM实现对商品多维度属性（如：价格、品类、文字和图片信息等）的多模态编码工作。

通过ADPM的用户短期行为序列的转换，Etsy平台能够获得工作表现良好的CTR和PCCVR评估模型，进而能够在候选集中实现较为理想的排序策略，即实现：在满足客户潜在需求推送的同时，又能较好地维护平台的重要收入来源——广告竞价机制。

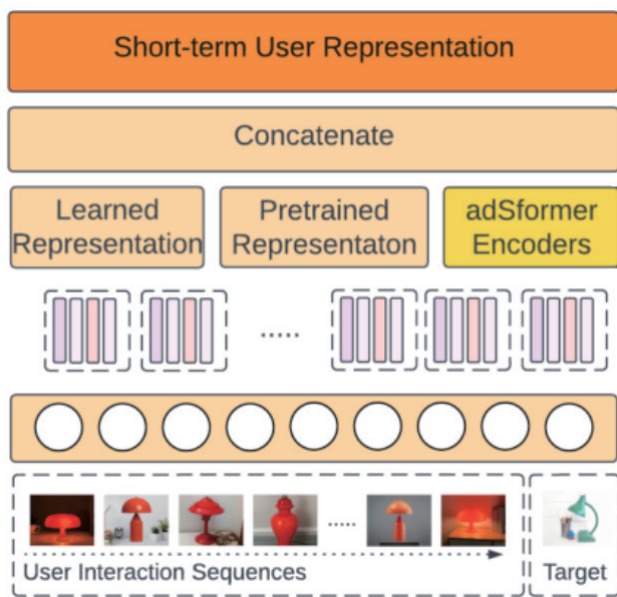


图3-2 ADPM工作机制<sup>[1]</sup>

#### 4 Etsy Ads卖家店铺优化

根据上一节的分析,我们认为Etsy平台店铺经营者应该首先对照公开的广告模型特性,优化店铺商品展示,之后再使用其他电商平台常用广告策略,综合使用以增加产品曝光率。

不同于Etsy平台开发和运营团队,作为普通店铺经营者,我们是无法拿到后台数据做广告排名预测与分析的。但通过第3节的描述可知,有很多商品属性是平台现有ADPM在运行时所关注的,挑选出其中可控项加以优化,进而提升店铺商品展示效果,具体分析如下:

(1) 商品图片优化。首先,拍摄商品图片时应确保充足的光线(自然光线最佳)和平衡的色彩以减少噪点和模糊,使图片清晰、明亮且色彩鲜艳;其次,应将产品置于纯色背景上拍摄,这可以使产品更突出,并使页面看起来更整洁;最后,建议使用最小尺寸为2000 x 2000像素的图片,这将确保在各种设备上都能获得清晰的图像,但最大文件不能超过20MB。

(2) 商品文案优化。商品文案主要有商品标题、标签和描述构成。首先,在设置标题时可以运用主推词+转化词+描述词+主图词的结构来撰写标题,其中主推词就是描述产品本身卖点的关键词;转化词代表了买家的需求,需要站在买家的角度来考虑编写;描述词是用于形容产品的关键词;主图词是介绍主图内容的关键词。以上关键词都可以借助Etsy相关的关键词分析工具进行确定。其次,商品标签建议设置13个,在设置标签时需要注意:不要重复使用标签或使用已包含在属性中的标记作为标签。多样化的标签更能提升曝光率;不要在标签中包含复数或拼写错误。当用户输入查询时,Etsy的算法会查看词根,还会重定向犯常见拼写错误的用户。最后,Etsy平台的产品描述不同于其他平台,除了要涉及到产品的功能、使用场景、

注意事项外还要涉及到产品制作的全过程、使用的辅助工具等,总之就是真实全面的表述出这个产品。在撰写产品描述时应注意:商品描述的前160个字符用于为用户的列表页面创建元描述,这是在搜索引擎结果中显示在页面标题下方的文本,商品描述可以超过160个字符,但务必要放置商品的重要关键字在前40个字符以内;产品描述里的产品使用功能,适用场景等在标题里放不下的长尾词短尾词都可以放到产品描述的内容里面来;检查词的语法,词的描述是否有误;注意目标市场国家的风俗习惯,避免禁忌。

(3) Etsy Ads优化。首先,新店广告预算可以由少到多进行测试,找到一个合适的预算额;其次,定期调整广告预算,尤其要在出单后及时更改广告预算来触发平台算法机制,以保持或获取更多的有效流量;最后,定期更新参与广告的产品列表,并不断优化该列表的质量,从而提高曝光率和转化率。

#### 5 结论与展望

通过对Etsy Ads的排名机制和ADPM模型的分析,本文认为卖家可以通过对商品图片、商品文案和Etsy Ads的预算三方面进行不断优化。希望本文的研究成果能够为Etsy卖家提供更为科学和实用的优化方案,提升店铺销售效果和竞争力。

由于条件限制,本文写作时暂未能将研究结论进行实证研究,因此本文对未来研究的展望如下:(1)将本文提出的店铺优化策略应用于Etsy实际店铺运营中,测试其效果;(2)进一步研究Etsy店铺的SEO优化方法,希望能更大程度上提升店铺质量。

#### 参考文献:

- [1] Alaa Awad, Denisa Roberts, Eden Dolev, Andrea Heyman, Zahra Ebrahimzadeh, Zoe Weil, Marcin Mejran, Vaibhav Malpani, Mahir Yavuz. 2023. adSformers: Personalization from Short-Term Sequences and Diversity of Representations in Etsy Ads. <https://arxiv.org/abs/2302.01255>.
- [2] Alaa Awad, Congzhe Su, and Erica Greene. 2022. How We Built A Context-Specific Bidding System for Etsy Ads. <https://www.etsy.com/codeascraft/how-we-built-a-context-specific-bidding-system-for-etsy-ads>.
- [3] Keping Bi, Qingyao Ai, and W Bruce Croft. 2020. A transformer-based embedding model for personalized product search. In Proceedings of the 43rd International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval. 1521 - 1524.
- [4] 黎宇. 基于Etsy模式的电子商务平台研究——以云南拾翠电子商务平台为例[D]. 云南: 云南大学. 2019.
- [5] 糖芯. Etsy: 靠社区成功的电商平台[J]. 光彩, 2022, 29(10): 39.