

电子商务网站 SEO 案例和分析

前段时间有朋友询问有关旅游网站和网店的 SEO 问题，正好 [Nia](#) 翻译了一篇相关的文章，希望对大家有所帮助。（原文中的例子用的是国外某旅店，为了方便中文用户阅读，改为了国内的旅店作为样例，[易 IT](#) 注）

[SEO（搜索引擎优化）](#) 有时被错误地认为是一项单一的、一次性的短跑项目，不过事实是，它可能更像场马拉松比赛。搜索用户很少通过第一次搜索就能到达你的网站。因此，SEO 如果说可以通过一次优化就能让用户搜索某些流行关键字（词）到达你的网站，那可能是在骗自己。我画了一个简单的用户从有购买意图到最后购买及评估的流程图来说明这一过程。

客户从有购买意图到购买产品的过程及相应的 SEO 策略

用户购买产品的过程	具体例子	SEO策略
1 一般的搜索	国庆长假要出去旅游，小王搜索“国内旅游目的地”	品牌认知度推广
2 详细搜索（细分市场搜索）	发现一些丽江旅游的漂亮图片，便搜索“丽江旅游”	公共关系 + 媒体认知
3 品牌发现	一篇文章推荐“丽江”旅游记，于是小王搜索“丽江 旅店”	对相关关键字和短语做SEO优化
4 品牌评估和调查	小王又看到“丽江古城旅店”，便搜索“丽江古城旅店 怎么样”	品牌声誉管理
5 品牌导引和导航	小王决定订下丽江古城旅店了，于是搜索“丽江古城旅店”，找到旅店的网站	对品牌进行SEO优化
6 下订单（购买）	在订下旅店的过程中，小王搜索了一下“丽江古城旅店 打折代码” 查查看有无打折和优惠	针对转换率进行SEO
7 评价和评估	预订完旅店后，小王关心旅店是否能收发电邮，于是又搜索了“丽江古城旅店 无线上网”	长尾内容的发掘和优化

在上面的例子中，如果旅店只是简单的对“丽江旅店”关键字进行定向优化，而不进行其余步骤的优化，那么它可能会失去在“渠道发现、品牌调查和评估、品

牌研 究和转化率优化 ”的步骤中的机会。一个具有综合素质的互联网市场营销者会通过一个普通用户发现产品的过程来解决这些问题 - 通过影响流程中的每一环把网站的价值传递给用户。

下面是和 SEO 相关的每个步骤的说明：

1. **一般搜索**：对于小品牌的网站来说，在那些流行的、竞争激烈的关键字上你极有可能无法在搜索结果中胜出。不过，没有理由你不会在维基百科的某个词条、博客或者博客评论中出现，或者被某篇文章或某个网站目录中涉及。如果以上实在都不行，那么你可能要考虑在某个[搜索结果页排名](#)很靠前的网页里购买一些广告（特别是在现今的市场环境下，[CPM](#) 广告可能比搜索引擎的 CPC 广告更便宜）。
2. **细分市场搜索（更确定性的搜索，[易 IT 注](#)）**：这可能是你第一个能够排名靠前的地方，只要你不忽略用户发现产品的过程中的某些间接相关的关键字（虽然有时这种相关性不是那么明显）。把自己放在客户的角度（或者，更好的是，和客户交流听听他们怎么想和怎么做的），然后找到一个离销售产品有一级差别的并且有可能达到目标的关键字，并创作一些很棒的内容，这些可能会得到[搜索结果页](#)排名的第 5-10 名。
3. **品牌发现**：这是一个经典的 SEO 技术阶段。研究最相关和高[转化率](#)的短语，分析竞争对手的网站，发现可以通过创作内容并获得排名需要的链接。
4. **品牌调查和评价**：只有用户点击转化成购买，这场战役才算结束。当一些明显针对你产品（品牌或公司）的查询增加时，你应该了解购买过程和结果可能会影响网页内容如何被人们看待。有时，提供优质的服务就够了，有时则需要记下某些关键性

的批评。在另一方面，你可能需要开展一些“SEO 声誉管理”的活动来推广对你的好评和减小对你 差评的影响。

5. **品牌导航 (网站导航, 易 IT 注):** 虽然这通过最简单的查询就应该可以得到, 但给进一步的网站优化提供了机会。在搜索结果里小心地控制和选择你的网站链接 (sitelinks), 留意前 5 位的搜索结果, 甚至花些钱为有关品牌的字词做些付费广告 (研究显示结合原始搜索结果+付费广告能大大提供这两种的转化率)。
6. **购买和下订单:** 查询类似“折扣代码(折扣券)”、“折扣券代号”、“大减价”等等的关键词是很常见的, 特别是对那些直接通过网站销售产品的公司和个人。这取决于你决定是否将一部分利润分给你的用户和那些更理性的购买者, 我们发现在这样的活动中, 如果用“节省 (saving)”这样的字眼或许能获得更多的转化率。
7. **评估:** 浏览用户感兴趣的产品或内容是一种明智的行为, 而且可能是一种聪明的针对产品或品牌进行相关[长尾关键字](#)的好研究方法。(因此你可以确信搜索引擎将你网站上的内容作为缺省的搜索结果时, 并且排在竞争对手或其他评价前, 其他网站的精确性或动机就会被质疑)

我不想过度地把 SEO 过程复杂化, 可是如果你忽略客户搜索和发现的那些重要路径, 那么你可能错失一些很好的机会。

转载请注明出处和链接:

- [电子商务网站 SEO 的 9 个秘诀](#)
- <http://yi-it.com/blog/pivot/entry.php?id=114>

英文: [Winning the SEO Battle at Every Step of the Purchase Path](#)