

关键词策划十人谈“汽车音响”案例研讨总结 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/475/2021_2022__E5_85_B3_E9_94_AE_E8_AF_8D_E7_c67_475515.htm 关键词策划十人谈“

汽车音响”案例研讨总结全球著名SEOMoz公司的创始人Randfish说：“所有的SEO不外乎两个要素：满足搜索引擎友好性和关键词研究”。关键词策划在搜索引擎优化和竞价广告中起到提纲挈领的作用，重要性怎么强调也不过分。关键词策划的基础是关键词研究，我们遇到的最大挑战，是信息的零散和隐藏，要找出真相，理出脉络，需要有侦探般的技术和思维。红擎本期“汽车音响”关键词策划研讨，提出了一些有价值的思路。一．关键词的族谱从本期报告看，不同人的建议结果差异很大。这也是目前关键词研究的常态。是否存在一种标准化的流程，不同经验水准的人，只要依据此流程，所得的结果大致差不多？就象工厂的流水线，只要工人经过大致培训，就能生产出基本一致的产品，而不是把握在少数资深技工手里？南宫的报告和chris.e的报告相当经典，给我们相当大的启发。在红擎同学会QQ群的后续研讨里，大家提出了一种“族谱法”的流程化思路，见下图：“族谱法”研究关键词的核心，不是先猜测或寻找关键词，再归纳到族谱，而是反过来，设法做填空，为了填空而去寻找和观察相关站点，从这些站点找到相关词填入族谱。该方法的最大好处，是通过观察相关站点，有意识地找到同义近义词，以及包含性产品，容易发现字面无相关性的兄弟词、孙子词；该方法对网站的结构设计也非常有好处，特别是子频道和内页的优化。谈到关键词研究，一般都会强调通过引擎找

到对手网站，对对手网站进行观察，这种观察往往局限在客户提供的目标关键词。“族谱法”不仅仅重视对手网站，更重视行业相关站点，不仅仅重视关键词，更重视相关内容、产品的分类组织。不仅仅重视目标关键词排搜索结果前列的网站，更重视内容规划完善、行业权威度高的网站。关键词研究有一个时间成本的问题，族谱法能够指引分析者用最短时间建立初步完整的关键词框架，远比拍脑袋、发散性调查来得可靠。在此基础上如果能再进行直接用户调研，就更好了。

二．搜索动机 关键词研究的重点是潜在用户产生与本站服务相关的需求时会怎样检索，哪些检索词带来的访客对本站具有最大的价值。因此，不同关键词背后的用户搜索动机，比流量更重要。选择关键词，首先是选择搜索动机。在与搜索动机选择匹配的关键词规划方面，“关键词族谱”能够起到很好的指引作用。例如，很可能发现大量高价值的人群并非直接搜索目标关键词而来，而是搜索其“孙子词”而来（例如搜索下级产品）。在本次研讨中，周凯强调“后装市场客户群主要面对的是汽车装潢服务企业和终端消费者，目前国内后装市场发展空间很大，他们应当是汽车音响企业开展网络营销最主要的目标客户群”；lenoza提示“如果是个人用户查询汽车音响方面的关键词，其目的可能在于对自驾车音响系统的改装”；白开水重视“汽车配件代理商”，都是目的很清晰的搜索动机选择。尤其周凯的报告，市场分析很老到，值得再三体会。在选择搜索动机、决定获取相关流量之后，最重要的决策是如何利用、转化搜索动机。除了常规的商业转化，还有很多可以动脑筋的地方，Kyw进行了精彩的讨论：“目前蛋糕还小，潜在用户处于懵懂状态，产品主

要还以线下销售为主。这种状态下，网站应多注重教育客户的功能（告诉他们咱品牌的优势，让用户先了解我们的产品），不要做成传统的企业网站形式，定位行业门户较好。让自己的品牌率先出现在潜在客户视线内（页面广告），几年后市场逐渐成熟、网站人气也有了，到时候该网站就是竞争的砝码，甚至可以卖对手的产品，这才是大公司所为，网站价值就远远不仅是卖卖自身产品了。所以我建议把建站目标定在：抢占潜在客户资源，让蛋糕在自己手中变大。”

Chenggong也从经济分析角度，提出了很好的意见。三．引擎信息利用引擎提供的相关关键词推荐，提供了很重要的信息，遗憾的是，引擎的相关词推荐，只能找到字面相关的词。这一方面远不如“族谱法”，能够通过分析相关站点找到字面完全不相关的高价值词。百度等引擎提供的相关关键词提供了检索量暗示，这个很重要，但也经常误导目标不清晰的分析者，过多地考虑流量指标而非有效度。我们建议关键词分析要从访客需求结构性入手，不要把注意力放在流量上，也不要把过多注意力放在公认的关键词或客户提议的关键词上。古心神注意到，“不同引擎的相关检索是不一样的”，这一点非常有趣，不知道是引擎使用人群的差异还是推荐算法上的差异。多看几个引擎的相关搜索，必有所获。在关键词选择中，十三秀才提醒，“一定要注意搜索的中文分词技术可能会把你的关键字词分成若干的词语”。关于这一点，seo怪才丘仕达有一个经典例子。四．对站点统计信息的利用经常见到文章强调站点统计信息对于关键词策划的作用。然而，对自己拥有的站点的统计数据，受站点历史的影响，信息是不准确的，在关键词研究早期，站点统计数据只能让

你在改革中避免丢掉已经拥有的东西，而不能让你获得新的东西。所以在关键词研究早期没必要过多理会原来的统计数据。在新的关键词选择好、网站内容结构重组后，站点统计信息就很有用了，可以起到很好的检查作用。关键词检查的技巧和工具，可以参考何田以前的这篇文章。五．总结过去，关于关键词策划的文章不算很多，实际案例更少。本期研讨，围绕一个具体题目“汽车音响”，大家做了详细的分析。仔细观察每份报告的思路和发现，即使是老手，也会有收获。因时间关系，本期总结与讨论比较匆忙，许多重要内容未及探讨。例如如何建立关键词的梯次结构，如何提高关键词的转化率，如何追究搜索动机后的实际需求，等等，有待以后探讨。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com