

B2C和B2B搜索引擎优化的差别电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/513/2021\\_2022\\_B2C\\_E5\\_92\\_8CB2B\\_E6\\_c40\\_513694.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/513/2021_2022_B2C_E5_92_8CB2B_E6_c40_513694.htm) 迄今为止，大部分搜索引擎优化（搜索引擎优化简称：SEO）是在运营在电子商务环境中的B2C公司。然而，B2B市场人员认识到搜索的潜力，很多正在找到方法来实施有效的B2B的SEO战略。要想成功，每个人都需要知道B2C和B2B的SEO的区别和牵连。目标上的区别当根本B2C、B2B的目标都是为了创造一个销售，B2B的SEO与B2C的不会有太大的差别。SEO的目标在B2C的环境下通常是通过一次访问发生一个在线销售。理想的搜索者在搜索引擎中找到一个排名靠前的网址，通过快速登陆页，在通过规定的频道，最终通过购物车和结帐的程序完成的。这个，不管用何种方法，对于B2B市场人员是不切实际的，那些人的产品和服务通常不是在电子商务环境中获得的。SEO的目标对于大多数B2B市场人员而言不是一个直接的销售，而是应当在考虑范围之内，从所提供的供应商中选择首选供应商的简略名单。在B2B领域的转化通常不是立即的，转化通常也不是发生在线网络上的。从事B2B的SEO，被找到仅仅是开始。粘性处方转化道路因为推进网站的访问者通过规定的转化道路在B2B业务上通常是不适用的，你的焦点将是在粘度上，是访问者来深入地钻研有关部门的信息，营造信心的内容。通常主要的在B2B购买决定中的促进因素是风险，或者，用另一种方式来说，担心做错决定。所以，B2B的搜索者点击进入你的网站后主要目标之一是评价你的公司和所提供的一切。尽管搜索者最终找到一个解决方案来满足一个需求，他们突出的行为在

购买调研阶段是从谷壳中分离开小麦。他们深入点击网站的目的是一种诊疗。公司做最初的筛选为的是下一轮的考虑。确认你的登陆页是精心选择的可以联接到的其他内容将可建立可信性，并且可以使你进入被考虑的范围内。除建立强大的内容外，要使用好的网站分析程序帮助你评价粘度因素。例如：访问的长度和深度，在特定页面上的时间花费，还有是否回访的客户数量在增加等等。拷贝的重要性 你使用的关键字的拷贝在不在也面上对于对搜索引擎结果的排名有很大影响。然而，存取的本质比B2B搜索引擎优化更重要。不仅网页拷贝需要影响在搜索引擎结果中的排名，并且它必须说服企业购买者。确实，在B2C环境里当然也是这样的，但B2B拷贝的本质和目的是截然不同的。典型消费品在网站得到如下这类事情的评估，象产品规格，可选的颜色，定价，或者一个短的宣传产品的广告说明。如上所述，然而，企业购买经常被规避风险所驱动。正因为您提供产品、服务或有低价并不意味着你是购买者最好的货源。B2B采购员进行更多研究作为买的过程一部分。您通过写出关于您的产品和公司聪明和琅琅上口的介绍来建立购买者信心和可信度的能力和您的公司和您的清楚明确表达复合体卖提议的能力决定了是否您继续被考虑作为一个潜在的供应商。所以，不仅到达页的拷贝需要引人瞩目，其他页面的存取同样重要。一位搜寻者。多次查寻

在B2C，典型的销售周期也许是象10-20分钟从查寻到卖出一样短的。在B2B世界，买的周期也许持续几个月甚至几年。那是因为B2B购买在购买周期的所有阶段过程中经历更多详细调查，在那些阶段内同一个人也许执行多次查寻，每次搜索的目的各不相同。在第一阶段(研究)，采购员寻找可供选择的商品，

调查谁的产品能满足需要。在这个阶段期间他也许使用与产品或服务相关的普通查寻用语，目的是为了形成潜在的供货商的简短目录。以后，在购买的周期的评估阶段，购买者将焦点从研究潜在的供应商转移到与产品或服务有关具体问题上，譬如性能、效率、维护、人体工程学、白皮书，等。不同的查寻用语将被使用，不同的站点将被发现，不同的供应商也许是以前未发现的，代替那些早先被找到的。后来的过程，在形成购买决定之前，搜寻者现在充分了解了具体需要，需要和影响购买决定的问题。最后一轮搜寻可能将接着，用来证实购买者意向，并且不同的查寻用语也许再被使用。在B2B搜索引擎优化中，重要的是了解在买的周期的不同的阶段您的搜索可能使用的查寻用语。如果您对此理解得好，您可使用SEO确保您不仅得到最初的发现，并且证实在购买周期中的每次被查寻。一个需要使用search engine的买家，多个搜寻者当多数B2C购买介入一个唯一作决策者，典型的商业购买受购买的周期中的多个方面所影响，每个方面具备易于调查和评估购买选择的能力。买家的使用者想要知道产品将怎样改进日常营运的。买家的技术人员关注保证产品符合已确定的规格。买家的财务人员关心投资回报率和其它金融事务。也许顾问或专家（也称教练）也参与了决策过程。今天，每个方面有能力迅速和方便地研究购买选择和购买推荐，只要点击几下鼠标并且根据他们的角色和他们的具体关心的问题使用变化的查寻用语根据。虽然一个人也用了几星期做购买研究，在Google上，买方的副总裁只用了10分钟就可能提出足够的问题戏剧化地改变机构地购买决定。好B2B搜索引擎优化会考虑影响搜索者搜索行为的不同因素以及他们有可能使用的搜索条件，而且这

些到达页会呼应各种影响因素。更加复杂的关键词战略 B2C 搜寻者经常使用知名的名牌。许多已经有他们想要购买商品公司的概念，他们仅仅想要发现最佳的来源。当 B2C 搜寻者使用普通用语，他们使用的用语通常很少变化。（一个人寻找 T-恤衫可能去使用那用词（sweatshirts） B2B 搜索引擎优呈现更加复杂化。一个人寻找原材料处理解决方案也许寻找 “原材料处理”，“传动机系统”，“传动机技术”，“系统集成商”，“仓库管理系统”，或许多其它相关或更加具体的查寻用语。其次，在怎么称呼事务上有变化。采取，例如，这篇文章主题。这是 B2B SEO, B2B 搜索引擎优化、商业对商业 SEO, BtoB 搜索引擎优化, 或某一其它组合吗? 您将为每个这些查询取得不同的搜索引擎结果。百考试题编辑整理 搜寻者也许使用产业具体术语或普通用语。并且, B2B 搜索者经常使用关注于需求和问题的搜索条件。加上在购买周期期间的多次查寻，潜在地影响销售的多重因素，SEO 主题词战略的复杂增长指数。这将对到达页和站点结构有巨大的影响。您会发现它会迅速变得相当复杂。主题词战略对成功的事务对事务 SEO 至关重要。确定您充分地探索和选择在购买过程中可能使用地潜在的搜寻术语，并且相应地设计您的站点。你知道搜索引擎使用前景 人们使用不同的查寻引擎，不通地搜索引擎采用不同的算法索引内容和排列查寻结果。如果您要某页在 MSN 上排名靠前，您所做的优化会与为了在 Google 上得到相同目的所作的优化有所不通。重要的是知道未来期望使用哪个查寻引擎，怎么针对那些搜索引擎怎么优选网络内容。虽然有一些关于 B2B 搜索引擎优化的研究, 该研究表明 B2B 采购者更喜欢 Google。缺乏为 Google 做优化的相反的理由。这样

做,您也将在雅虎和MSN上有相当好的表现,但不做他们您的主要重点。并且,垂直的查寻引擎名单继续增长。确定您知道未来期望使用哪个垂直的查寻引擎,并且采取步骤保证您也存在于那些搜索引擎的查寻结果中。B2B SEO中的转换在B2C环境里转换比率用通过点击完成销售的百分比来测量。(记住,B2C环境里的目标通常是在一次访问中产生在线销售。)大量的分析探究转换比率,为什么和在什么点站点访客者摒弃了销售漏斗,或转换渠道。由于在B2C SEO中的销售漏斗是很狭窄和短的,测量优化的效果相当容易和直接。如上所述,在B2B领域的变换仍然不是直接和在线的。所以转换如何应用到企业对企业SEO?答案是文章本身.

## 2.在B2B搜索引擎优化中推进转化

很明显,让你的网站在搜索引擎上排名靠前、让搜索者经此去点击你的网站是B2B搜索引擎优化(SEO)的首要目标之一。但这仅仅是个开始。你仍然需要把访问者变成你的客户。在B2C的世界,转化(将网站访问者转变成客户)可能在几分钟内发生。但在B2B领域,这种转化将花掉数月甚至数年的时间,且基本不会在线上发生。所以,你应该如何考虑在B2B SEO环境下的转化呢?你要做什么来测量和加速转化呢?理解B2B搜索的目标

大多数B2B搜索者的目标在于调查研究。谁是最好的潜在供应商?他们有怎样的经验?在选择供应商时我的主要考虑因素是什么?我怎么知道我在做正确的选择?你的目标,另一方面说,就是要确定谁是网站的访问者,然后与他们建立关系,即让他们开始了解你,建立对你公司的信任度和信心度,最后把你定位成他们的首选提供商。但是,你怎样在匿名的网络世界里完成这些呢?

? F8F8" 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](http://www.100test.com)