

电子商务辅导之网站流量不等于顾客转化率电子商务考试

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/538/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_538868.htm

时至今日，很多人包括一些从事网络营销的人还误认为网站流量高就必然会带来高转化率或者人们常用的通用关键字的转化率比具体的品牌关键字高。事实并非如此，如果你的网站不是门户网站或大型网站，而只是作为宣传产品和服务的工具，那么盲目追求高访问量、高流量将会使你宣传的投资回报率降低。网站流量不等于顾客转化率，网站流量的提高与顾客转化率的提高没有必然的联系。如果你为了提高网站流量，在实施搜索引擎营销时，从投放品牌关键字转到投放通用关键字，你应该降低你对顾客转化率的期望。虽然通过品牌关键字带来的流量很低，通常不到总流量的10%，个别不知名的品牌这一比例会低很多，但是通过某一特点名字带来的访问者是处在他们作出购买决定的最后阶段，他们知道要去哪里购买，/百考试题/收集/只是将搜索引擎作为导航条，这意味着他们已经准备好要购买了。说实话，如果人们通过你的品牌名称找到你的网站，这部分网站流量没有高转化率的话，这说明你的网站某方面有比较严重的问题，比如网站销售前咨询服务没做好，网站功能设计不合理等等。区别来自不同来路的流量所带来的顾客转化率对提高网站流量转化率是一件基础工作。首先，通过直接输入名称或地址带来的网站流量，这种访问者具有高动机，他们带着某个目的访问特定的网站。其次，通过非搜索引擎的外部链接带来的网站流量，这种访问者我们认为他们大概了解链接网站的信息，所以这类访问者也

带有较高的目的性，实现目的的动机也比较高。最后，是通过搜索引擎带来的流量，虽然这类型的网站流量带来的访问者目的是寻找某些资源，但他们仍然处在搜索的阶段，/百考试题/收集/并未进入最后的下决定的阶段，他们会浏览完其它的网站后再作决定。这说明了顾客转化率分析和详细的分析研究对搜索引擎营销的投资回报率提高是不可避免的。如果你不知道网站的准确的转化率和投资回报率是多少，又怎么能够在一定预算的基础上进行有效的网络营销呢？在这里需要指出的是，本文并不是指投放通用关键字广告是不值得做的，决定“值不值得”的是投资回报率，如果你发现你的关键字广告效果并不好，你不应该马上就撤掉，而是应该通过降低关键字的竞价或者提高网站流量的转化率等等。

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