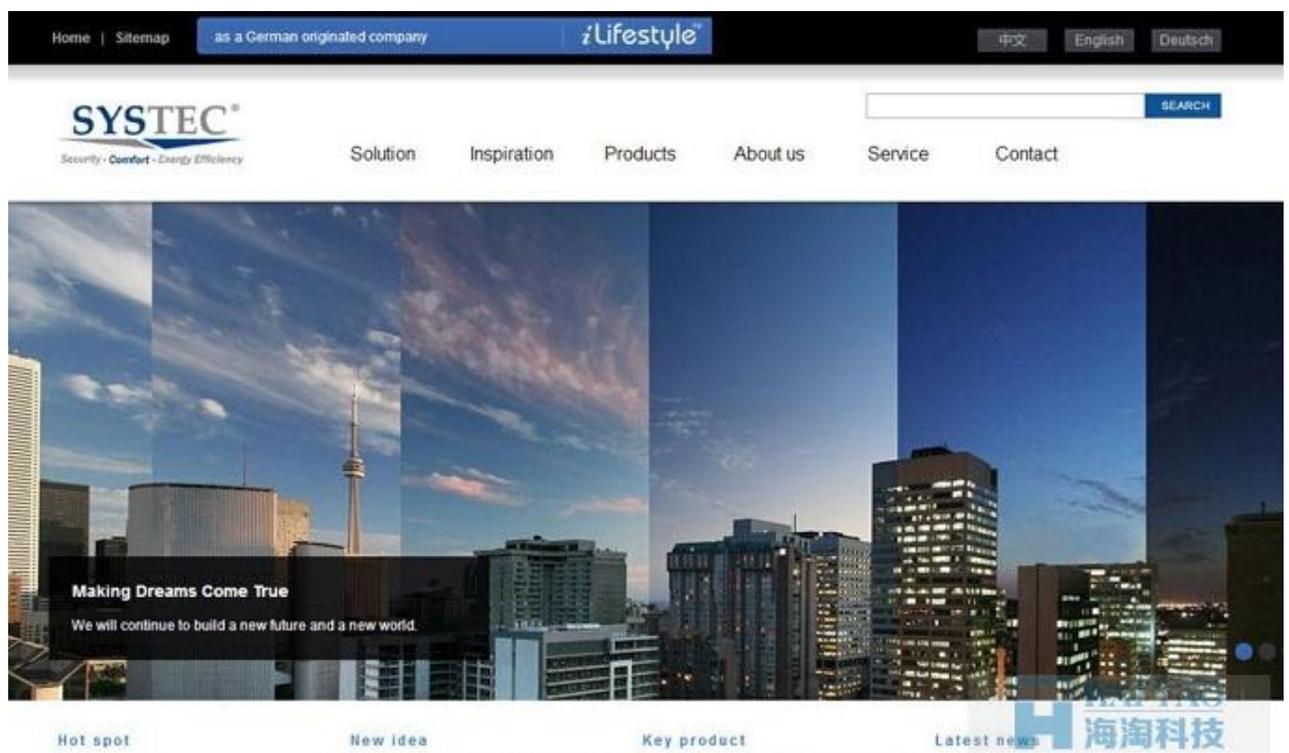


外贸营销型网站建设设计注意哪些方面

外贸英文 SEO 营销型网站建设设计和 SEO 关键词技巧,这篇文章由海淘科技阐述。

网络发展到今天,搜索引擎已经成为人们查找信息寻求服务或产品的主要途径那么如何让搜索引擎能更多的收录网站的页面成了非常关键的问题,如果一个网站建设的不符合搜索引擎的规范和标准,也就是对搜索引擎不够友好,那他将被搜索引擎收录,或收录的很少,自然网站被浏览者访问到的机会就少,营销型网站建设就成了纸上谈兵,那么营销型网站建设的时候怎样才能符合搜索引擎的标准规范呢。



营销型网站建设对搜索引擎友好

营销型网站前端页面是给目标消费者看的,但是后台确是给搜索引擎看的,所以,营销型网站的后台系统必须具备独立的产品 SEO 系统、文章 SEO 系统、图片 SEO 优化系统、站内互链、流量统计分析等功能,方便日后的营销推广,所以海淘科技网络将营销推广工作贯彻到网站制作的全过程,务使每一个环节,每一步骤都考虑到营销功能的需求,使网站一上线即具备强大的营销功能和有利于优化推广的特征。

营销型网站建设的互动设计

访问者浏览站点,对产品或者服务一定会有诸多的疑问,在网上寻找答案毕竟需要花费力气去搜索查询,此时如果有在线咨询解答类的功能就显得非常有必要了,有了它访问者可以随时与客服人员产生互动,增加访问者的信任感,亲切感,这对产品营销平台是非常有效的。

具体的表现形式或工具有以下几种

1. 在最明显的位置留上咨询电话;
2. 免费通工具(访问者在线提交自己电话号码,就能接到客服人员的电话);
3. 即时通信(前后台双向发起沟通,主动发现商机);
4. 设计引导式内容促使访问者留下需求信息;
5. 提供多种在线提交需求功能,更全面的了解访问者的;

营销型网站建设的高可读性的内容

网站的内容是网站的核心，内容的好坏决定了能否最大程度的留住访问者，形成良好的口碑进而促成更多的销售机会，内容设计上除了对竞争对手的做必要“防备”外，要尽可能多的了解行业的访问人群，设计针对性强，表现形式更容易让浏览者接受的高可读性内容；

- 对产品销售类网站而言，产品体验，用户口碑是核心；
- 对服务支持类业务而言，解决方案和成功案例是核心；

总知要与公司业务产品相匹配，内容栏目策划是建设前期的重要工作，不能有丝毫懈怠，他决定网站的方向和目标，需要仔细斟酌，强调重点内容，特征内容，无关内容少提或不提。



营销型网站建设需要人性化设计

网站访问流程设计始终站在访问者的角度上去考虑，利用导航设计，搜索方式设计引导访问者最便捷的获得自己所需要的信息或服务;另外在表述内容时尽量避免使用学述话语言，要尽可能通俗易懂，要站在访问人群的理解能力上去表述业务的内容，做到收放自如，具体方式如下：

1. 要有便捷的搜索功能;
2. 内容表述清晰明白具体，避免空洞的内容;
3. 内容和服务功能多结合，浏览者能够很方便的了解更多内容并产生沟通;
4. 对于步骤流程式内容设计的流程要简单易操作，避免繁琐;

营销型网站建设要有客户管理功能

前台有了互动，会留下多种有价值的客户信息，在后台应该有完整的客户管理的功能，将这些非结构化的信息结构化，方便客服人员回访管理，这样才可能有针对性地培育，从而从潜在客户中挖掘出更多的销售机会，这是营销工作的核心所在，对于售前客户我们主要需要记录联系方式、需求意向等;对于售后服务的客户也需要多多关注，时常跟踪回访，做好客户关怀，让客户去拓展新的客户，口碑传送。

营销型网站建设”要有网站监测

网站效果如何评估是网络营销的重要环节，缺少了网站监测，无法确切知道网络营销的效果，更无法发现网站的问题所在，自然也没有办法分析网站的投入产出

比，有了网站监测，才能随时知道效果，从而进行必要的调整，他对制定新的营销策略是至关重要的。

营销型网站建设要锁定目标消费者

特指：整个从策划、设计、功能开发、内容编写都得以企业现有成熟盈利模式以及核心产品在传统中的销售渠道，设定网络目标客户群体，针对网络潜在目标客户群体的习惯以及需求思维，站在潜在客户的角度在网站首页排布潜在客户感兴趣的内容。进而塑造企业公信力、核心产品展示、客户见证，为潜在目标客户答疑等，通过网站营销贯彻，获得销售线索，最终达成交易。

营销型网站建设要开拓访问渠道



- 移动端的用户数量将在 2014 年末超过 PC 端的用户数量 72%的用户会同时使用多种设备(数据整理自互联网，为平均值)

- 73%的互联网用户使用手机作为和互联网互动的主要的或是唯一的设备
- 至少 60%的用户希望企业的 PC 网站适合在移动端浏览访问
- 据统计目前至少 50%的网络流量都来自于移动端
- 响应式网站为您开通电脑、手机、平板访问通道
- 营销型网站建设要紧扣搜索引擎

外贸营销型网站的 SEO 关键词技巧

1、关键词位置、密度及处理

关键词所在位置影响挺大的，一般推荐在文章的第一段和最后一段出现关键词，这样被搜索引擎认可度比较高。密度建议保持在 8%左右，太低效果不好，太高会被判别为过度 SEO，至于处理，我们可以在关键词第一次出现的时候进行加粗强调处理。

2、URL 中出现关键词(英文)

这一点可以在百度测试，搜索“waimaoseo”出现的结果实际上是“外贸 SEO”的结果，搜索引擎的智能程度正在与日俱增，既然我们很难买到双拼，三拼的好域名，那么 url 中出现关键词拼音或者英文还是明智的选择!

3、网页标题中出现关键词(1-3 个)

网页标题影响甚大!选择一个恰到好处的标题会让你的个别关键词排名突飞猛进，写文章的时候正确把关键词加到标题中很重要也很必要。

4、标签中出现关键词(1-3 个)

标签的作用怎么样?使用 WordPress 的朋友们应该深有感触!你可以在谷歌搜索 000webhost 看看,第一页有三个是标签的链接。至于原因,我们可以把标签当作一个分类!它的自然权重是高于文章页低于首页的。

5、描述标签中出现关键词(主关键词重复 2 次)

描述是什么?搜索一个词,比如“合肥 SEO” 百度或者谷歌呈现出来的有十个条目,都是标题加描述的形式,给每篇文章添加针对性的描述是很有利的 SEO 措施,WordPress 博客可以使用 all in one seo 这个插件或者代码实现,点击查看。

6、内容中自然出现关键词

很多朋友都会说 SEO 的最高境界是看不错做了 SEO,及时我们现在不能熟练掌握 SEO 的自然性,但是我们可以尝试在写文章的时候自然的出现想要的关键词,这点需要慢慢的练习。

7、H1 , H2 标签中出现关键词

H1 , H2 标签属于有语义的标签,搜索引擎会给这些标签比较高的评分和权重处理,所以 H1 , H2 这些标签要善用!这一点还是要推荐 WordPress 这这个程序。随便看一篇文章(点击查看)链接和 H 系列标签的表现。

8、导入链接锚文本中包含关键词

这个或许是 SEO 最核心的了!如果你能找到一些高权重的网站首页的链接,使用你要优化的锚文本,这些链接几乎会对你的的关键词排名起到决定性的作用,当然你如果明白这一点,这篇文章就完全可以忽略的,因为这篇文章的前提就是没有资源的朋友逐步提高关键词排名的方法。

9、图片的 title 或者文件名包含关键词

图片的文件名包含关键字,如果是英文的关键字倒是没问题,中文关键字的话我是不怎么愿意用它做文件名,不过图片的 title 这些加上倒是很好的习惯。

10、ALT 属性中出现关键词

ALT 属性是好东东,SEO 优化就是要从细节着手,当图片无法显示什么的时候,如果你设置了图片的 ALT 属性那么会显示出来,处理文章中的图片时候加上这个属性是非常好的习惯!

11、对关键词加粗或斜体

搜索引擎会对加粗或者斜体的字认为是一种强调而赋予较高的权重值,另一种说法是根据搜索引擎的双向匹配性来定性的,给“合肥 SEO”加上加粗搜索引擎就不会将其拆开而当作一个词处理。这也正是我们想要的。

12、内容质量、更新频率、相关性

这个没有什么疑问吧!网站的内容是最核心的,高质量的内容或者内容来源基本决定了这个网站的价值。现在是这样,以后会表现的越来越明显。所以,尽可能

提高网站的内容，这才是长久之道!相关性也很重要，可以认为是围绕一个主题展开[网站建设](#)。