

如何发挥搜索引擎的网络营销价值

文/张松平

搜索引擎营销 (SEM Search Engine Marketing) 就是根据用户使用搜索引擎的方式, 利用用户检索信息的机会尽可能将营销信息传递给用户。搜索引擎营销是网络营销的一种新形式, 是网络营销的主要手段, 对于网站推广、产品促销、竞争者分析、网络品牌等具有明显的效果。它可以通过较高的搜索引擎排名来增加网站的点击率, 即浏览量, 从而获得产品或服务销售的飙升; 用户检索所使用的关键词反映出用户对问题或产品的关注, 这种关注是搜索引擎之所以被应用网络营销的根本原因。下面逐一探讨搜索引擎对网络营销的作用。

一、搜索引擎营销对网站推广的作用

从企业网站营销的角度看, 搜索功能必不可少。从整个互联网的视角分析, 搜索对整个互联网也同样十分重要。在浩淼无边的互联网, 信息实在太多, 而每个人兴趣点则又是有限的。如何在大海里捞针, 不能没有工具, 不能没有搜索引擎。

搜索引擎对网站的推广是利用搜索引擎、分类目录等具有在线检索信息功能的网络工具进行网站推广的方法。由于搜索引擎的基本形式可以分为网络蜘蛛型搜索引擎 (简称搜索引擎) 和基于人工分类目录的搜索引擎 (简称分类目录), 因此搜索引擎推广的形式也相应地有基于搜索引擎的方法和基于分类目录的方法, 前者包括搜索引擎优化、关键词广告、竞价排名、固定排名、基于内容定位的广告等多种形式, 而后者则主要是在分类目录合适的类别中进行网站登录。随着搜索引擎形式的进一步发展变化, 也出现了其他一些形式的搜索引擎, 不过大都是以这两种形式为基础。

搜索引擎的出现, 极大地方便了我们查找信息, 同时也给我们推广自己的产品和服务创造了绝佳的机会。据统计, 除电子邮件以外, 信息搜索已成为第二大互联网应用。并且随着技术进步, 搜索效率不断提高, 用户在查询资料时不仅越来越依赖于搜索引擎, 而且对搜索引擎的信任度也日渐提高。有了如此雄厚的用户基础, 我们利用搜索引擎宣传企业形象和产品服务当然就能获得极好的效果。所以对于信息提供者, 尤其是对商业网站来说, 目前很大程度上也都是依靠搜索引擎来扩大自己的知名度, 且受到越来越多企业的认可, 搜索引擎营销的方式也在不断发展演变, 因此应根据环境的变化选择搜索引擎营销的合适方式。

二、搜索引擎对产品促销的作用

大型网站在搜索引擎检索结果中是否排名第一并不重要, 但搜索引擎对于产品推广是很重要的。因为随着时间的推移, 大型电子商务网站知名度非常高, 因此网址推广对大型电子商务网站已经不重要了, 但对于网站上数以百万计的商品, 搜索引擎的作用还是比较有效的, 但是根本不可能让众多商品都出现在自然搜索结果靠前的位置。这同时也给我们带来的启示是, 对于搜索引擎的利用, 让网站首页排名靠前是一个方面 (而且并不是最重要的, 因为大多数网站首页的访问量占网站总访问量的比例通常都不到10%), 让用户直接发现产品信息更加重要, 因此无论是采用基于自然排名的搜索优化还是付费搜索引擎广告, 都不应只把推广网址的目标放在网站首页上。

通过google搜索结果中的关键词广告就会发现搜索引擎对产品促销的作用, 很多热门商品的关键词检索结果中都可以看到易趣的广告, 说明易趣设置了很多商品名称作为投放搜索引擎广告的关键词, 也就是利用搜索引擎作为产品推广的主要手段, 而不仅仅是易趣网的网址。作为国内知名度最高的电子商务网站之一, 大多数网络用户早已知道其网址, 即使对于刚上网不久的新用户, 同样有多种渠道发现其网址, 如新闻报道、网址目录等, 因此在搜索引擎自然搜索结果中, 易趣网站是否排名第一已经不重要了。对于产品推广则不同, 需要长期对用户形成印象, 通过多种方式的推广手段, 其中基于搜索引擎的关键词搜索广告就是常用的手段之一。

三、搜索引擎对网络品牌的价值

搜索引擎的网络品牌价值是搜索引擎营销的网络营销功能中的一个组成部分。

1. 搜索引擎营销的首要目标是品牌推广

根据美国搜索引擎营销专业机构SEMPO发表于2004年12月份的一项调查, 北美地区搜索引擎营销应用状况研究表明, 企业采用搜索引擎营销的首要目标是品牌推广。根据SEMPO的调查结果, 在北美地区的搜索引擎营销应用中, 61%的企业认为采用搜索引擎营销的首要目标是品牌认知, 尤其是大型企业, 更加注重搜索引擎对品牌推广价值, 其次体现在线产品销售方面 (58%), 位居第三位的是为其他渠道销售提供支持 (54%)。

2006年1月初, SEMPO的北美地区搜索引擎营销应用状况研究表明, 在2005年度调查报告得出了类似的结论: 搜索引擎营销的第一目标仍然是品牌 (62%)! 当然搜索引擎对产品促销的作用也不

会被忽略，在搜索引擎营销目标中位居第二（60%），几乎与品牌营造处于同等重要地位。

2. 搜索引擎对企业品牌产生影响的表现

网站的搜索引擎可见度对网络品牌产生直接影响。搜索引擎是用户发现新网站的主要方式之一，用户从通过某个关键词检索的结果中看到的信息，是一个企业/网站网络品牌的第一印象，这一印象的好坏则决定了这一品牌是否有机会进一步被认知。可见，网站被搜索引擎收录并且在搜索结果中排名靠前，是利用搜索引擎营销手段推广网络品牌的基础。假定一个知名企业只追求视觉效果而不重视网站的运营效果，如企业网站的首页是一个巨幅照片或者莫名其妙的FLASH，造成用户根本无法通过搜索引擎检索到企业的任何信息，这已经成为影响企业形象的一个因素了。

搜索引擎对企业品牌产生的影响还有另一些表现形式，比如：通过搜索引擎可以检索到企业相关的信息，但许多是负面信息，这些信息对企业品牌形象产生极为不利的影响，严重影响用户的信心；再如，当用某企业的品牌或者核心产品名称作为关键词检索时，出现的不是该企业的信息，而是其他竞争者的内容，甚至很多假冒伪劣产品的信息出现在显著位置……类似这样的结果当然是任何企业都不愿意看到的。

3. 搜索引擎进行网络品牌推广的主要方式

利用搜索引擎进行网络品牌推广的主要方式包括在主要搜索引擎中登录网站、搜索引擎优化、关键词广告等常见的搜索引擎营销方式。这种品牌推广手段通常并不需要专门进行，而在制定网站推广、产品推广的搜索引擎策略的同时，考虑到网络品牌推广的需求特点，采用“打便车”的方式即可达到目的。这对搜索引擎营销提出了更高的要求，同时也提高了搜索引擎营销的综合效果。

四、搜索引擎对网上市场调研的作用

网上市场调研泛指利用互联网手段进行的各种以市场调研为目的的活动，如收集市场信息、了解竞争者情报、调查顾客对产品/服务的满意度等。通过网上市场调研即可以获得第一手资料，也可以获得第二手资料。网上市场调研的方法有多种，如通过搜索引擎、网站跟踪法、加入邮件列表、在线调查表等。

利用搜索引擎强大的搜索功能也可以获得大量的第一手资料。例如，在传统的市场调研中，收集一个行业中主要竞争厂家的途径包括参加行业博览会，向厂家索取资料，收集报刊上相关新闻，广告，财务报告等，这其中有一手资料，也有二手资料。现在的一手资料可以通过搜索引擎完成，只要企业建立了自己的网站，并在搜索引擎进行登记，就可以找出该企业的网址，然后通过访问目标企业的网站查询相关信息，而有关该企业的新闻报道等通常也可以直接从网上查询到。

五、搜索引擎对竞争者分析的作用

用户通过搜索引擎可以查询大量的网站，同时企业的营销人员，通过搜索引擎可以搜索外部的信息，包括竞争对手和行业领先者的情报、政府机构的法规政策，消费市场的市场信息及消费者自身的信息，通过对这些信息的跟踪、整理、分析，判断自身网站在同类网站中的竞争地位，发现优势与不足，提出改进的办法。

六、总结

搜索引擎营销在网络营销中作用已愈发凸显，这就要求企业在以下及放面给予足够的重视。第一，随着网络经济的到来，搜索引擎营销将成为企业营销策略的一个组成部分，而不仅仅是购买搜索引擎广告或者搜索引擎优化；第二，有效的搜索引擎营销策略需要专业化经营和管理；第三，搜索引擎营销市场的竞争，不仅表现在服务商争夺用户的竞争，也将表现在企业用户之间争夺营销资源的激烈竞争。

（作者单位：河北工业大学廊坊分院管理系）

相关链接

企业营销信息化水平测算指标体系的构建
市场营销中的信息分析与客户信息管理
如何发挥搜索引擎的网络营销价值
如何构建安全的营销网站
企业营销行为道德建设探析
论我国体验营销实践中的误区
基于现代营销理念的城市品牌建设

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心