

序言

1994年, Yahoo、Lycos等分类目录型搜索引擎的相继诞生, 搜索引擎表现出网络营销价值, 搜索引擎营销的思想开始出现。搜索引擎营销可以使企业有效地利用搜索引擎来进行网络营销和推广。可以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目标用户。近年来, 电子商务、网络营销成为企业竞争的热点。其中搜索引擎营销就是目前最常见、效果最明显的网站推广方式之一。

一、搜索引擎营销方式分析

1、搜索引擎优化 (SEO)

搜索引擎优化是针对各种搜索引擎的检索特点, 让网页设计适合搜索引擎友好的检索原则, 从而获得搜索引擎收录并在排名中靠前的各种行为。这里所说的搜索引擎优化是指搜索引擎规则范围之内的手段来改善网站搜索引擎可见性和友好性的行为, 对于采用欺骗手段获得在检索结果较好的排名 (正如一些垃圾SEO所从事的搜索引擎排名业务那样) 并不等同于搜索引擎优化。

搜索引擎优化是网站搜索引擎推广的一种指导思想, 其基础是对搜索引擎友好的网站结构和内容等基本要素进行优化设计。搜索引擎优化与网站优化是密切相关的, 但两者并不完全是一回事。网站优化设计并非只是搜索引擎优化, 搜索引擎优化只是网站优化设计中的一部分。

2、关键词竞价排名

关键词竞价排名这种收费搜索引擎采用竞价方式来提高网站在有关竞价关键词搜索结果中的排名位置, 金钱是决定排名的唯一因素, 它们的搜索结果实质上是一种出现在搜索结果中的关键字广告, 广告主根据用户的点击来付费, 每个点击的价格由排名位置决定, 排名越高, 广告主支付给付费搜索引擎的钱也就越高。采用竞价排名的好处是马上可以得到流量, 但要为每个点击来付费, 排名越高, 价格越贵, 长期做的话, 费用会很大, 所以只能是一种作为短期目标来进行的搜索引擎营销方式。

3、关键词广告

关键词广告, 是付费搜索引擎营销的一种形式, 简单来说就是在搜索引擎的搜索结果中发布广告的一种方式。与一般网络广告不同之处仅仅在于, 关键词广告出现的位置不是固定在某些页面, 而是当有用户检索到你所购买的关键词时, 才会出现在搜索结果页面的显著位置。它是目前搜索引擎营销方法中发展最快的模式。

4、免费登录分类目录

搜索引擎营销在2001年之前为免费搜索引擎营销阶段, 以免费分类目录登录为主要方式。目前多数重要的搜索引擎都已开始收费, 仍有少数搜索引擎可以免费登录, 如雅虎。免费登录搜索引擎没有经济付出看似很好, 但是这种服务却存在着很大的不足。加注速度慢, 提交申请通常一月内才被受理; 不能保证一次加注就成功和不能自主决定介绍内容, 必须由对方的编辑进行审核等。从搜索引擎的发展趋势来看, 免费搜索引擎登录的方式已经逐步退出网络营销舞台。

5、收费登录分类目录

收费登录搜索引擎营销与网站设计本身没有太大关系, 主要取决于费用, 只要缴费, 一般情况下都可以被登录。相比之下, 有偿加注服务的好处就显而易见了, 如加注受理工作速度快、自己有权制订宣传内容、保证加注成功。因此为了有一个好的效果, 建议企业最好选择有偿加注服务。提供收费登录搜索引擎主要有搜狐、新浪、网易等。

二、搜索引擎营销所面临的问题

1、搜索引擎优化市场混乱

搜索引擎优化前几年进入我国, 到现在还处于混乱期。多是作坊式经营, 即主要是对公司的网站进行一定的修改, 就说成所谓为网站优化。有专业的公司, 但规模不大、技术也一般。

2、垃圾SEO较多, 影响搜索引擎检索结果的价值

与搜索引擎垃圾类似, 垃圾SEO也是指那些专门欺骗搜索引擎从而获得在检索结果中好的排名的手段, 不过有所区别的是, 垃圾SEO的主要目的是为了利用搜索引擎优化手段来牟利, 垃圾SEO影响了搜索引擎检索结果的价值, 对用户通过搜索引擎获取信息形成误导, 因此垃圾SEO也影响了正当搜索引擎优化的声誉。

3、搜索引擎营销应用层次较低

我国好多企业对企业搜索引擎营销的应用处于较低层次，要么是购买搜索引擎广告，要么就是搜索引擎优化，或者就是只做网站推广，而没有把搜索引擎营销作为企业营销策略的一个组成部分。没有上升到战略的高度来应用搜索引擎营销。

4、竞价点击率和业务达成率的转换率不高

搜索引擎营销的最终目标是将浏览者转化为顾客，促使业务达成，给企业带来订单。从目前的实际情况来看，用户点击搜索结果进入企业网站之后，业务达成率比较低，也就是说点击率和业务达成率的转换率较低。这是搜索引擎营销面临的最重要的问题。

三、搜索引擎营销的具体实施策略的思考

1、搜索引擎优化SEO实施策略

搜索引擎优化既是一项技术性较强的工作，也是一项同企业特点息息相关，需要经常分析和寻求外部合作的工作。实践证明，搜索引擎优化工作不仅能让网站在搜索引擎上有良好的表现，而且能让整个网站看上去轻松明快，页面高效简洁，目标客户能够直奔主题，网站发挥出了沟通企业与客户的最佳效果。提出以下建议：

- (1) 避免使用过多的图片和动画
- (2) 使用动静结合的网页
- (3) 用好关键词
- (4) 重视外部网站链接的数量和质量
- (5) 利用“网站地图”为搜索引擎访问网站提供方便

2、竞价排名的实施策略

(1) 分析某企业是否适合竞价排名

竞价排名本身并不能决定交易的实现，只是为用户发现企业信息提供了一个渠道或者机会，由此也可见，网站建设是网络营销的基础，没有扎实的基本功，什么先进的网络营销手段都不会产生明显的效果。另外，某些行业由于受国家直接控制，基本上属于垄断性的行业，比如石油和煤炭行业，象这些行业的开发生产型企业就没有必要做竞价排名。而对于一些网络服务企业、IT产品生产和销售企业等企业最好做竞价排名。

(2) 选择适合企业自身的搜索引擎

在同样价格条件下，应尽量选择用户数量比较多的搜索引擎，这样被检索和浏览的效率会高一些，但如果同一关键词参与竞价的网站数量较多，如果排名靠后，反而会降低营销效果，因此还应综合考虑多种因素来决定性价比最高的搜索引擎。在可能的情况下，也可以同时在若干个搜索引擎同时开展竞价排名，这样更容易比较各个搜索引擎的效果。

(3) 根据企业实际情况购买适量的关键词

实际上，即使在同一个行业，由于用户使用一个关键词也是有一定分散性的，仅仅选择一个关键词所能产生的效果是有限的，比较理想的方式是，如果营销预算许可，选择3-5个用户使用频率最高的关键词同时开展竞价排名活动，这样有可能覆盖60%以上的潜在用户，取得收益的机会将大为增加。此外，在关键词的选择方面也应进行认真的分析和设计，热点的关键词价格较高，如果用几个相关但价格较低的关键词替代，也不失为一种有效的方式。

(4) 提高点击率和业务达成率的转换率

a将搜索引擎营销的思想贯穿于整个网站策划建设过程中。最好是在网站策划和设计阶段就将网络营销思想结合进来，这样不仅要比网站发布之后效果不佳再回过头来考虑这个问题会节省时间和金钱，同时也在很大程度上增加了网络营销人员的信心。

b网页内容与搜索关键词具有相关性极为重要。如果在百度或Google上就某些关键词进行宣传，在用户输入那些关键词并登录网站后应该能正确地进入到与关键词相关的网页的位置。因此，如果用户在百度中输入“鲜花”，你的链接就会显示出来，继续点击就可以进入到一个涉及并出卖“鲜花”的网页上而不应是在网站的主页或者与鲜花无关的网页上，然后通过一个链接将用户带至其他相关产品的网页。

c测量和实验是提高转换率的关键。在没有测量的情况下，无法提高转换率。因此，需要具备一种好的测量系统，了解其实际情况，并测试网站的更新。

d提高网络品牌形象，获得客户的信任。可以通过积极地展示企业的隐私政策、采购程序，对站点上的表格采用SSL加密保护，成百上千的满意用户已经在站点上进行购买以及企业所提供的易于使用的联系方式，比如名称和地址和通过电子邮件等方式帮助用户建立对企业的信任。能够通过网站上的文章和“如何……”部分或者新闻组随着时间的推移慢慢地灌输对企业的信任。

e通过网络营销软件、搜索引擎优化与排名自动检测软件和网站流量分析系统监控网站报告并找出那些转换率较高的搜索词以及删除那些转换率低的搜索短语至关重要。

f点击付费预算百分率在各个搜索引擎之间的分配也是影响转化率的一个因素。还有在网站的内容和设计中，认真鉴别目标客户，了解他们的确切需要并且提供给他们真正所想所需的。

结束语

搜索引擎营销是企业网络营销最重要的营销手段，搜索引擎营销虽然被很多企业所应用，但大都是盲目的。企业在应用中一般都只利用搜索引擎营销的某一方面，没有从战略的角度把它纳入到企业整个营销策略当中。随着电子商务、网络营销的发展以及企业认识的提高，搜索引擎营销必将会向着更专业、更全面、更深入的方向发展（作者单位：河南工业大学管理学院）

相关链接

[信任驱动的电子商务交易在企业中的应用](#)
[基于J2EE的电子商务拍卖系统](#)
[企业搜索引擎营销研究](#)
[浅谈我国制造业信息化](#)
[浅谈我国农业信息化](#)
[Web数据挖掘技术在电子商务领域中的应用](#)
[论数字信息产品的市场营销策略](#)

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