

关键字策划原则



以用户推广需求为中心

- 推广目的
- 推广重点
- 推荐数量
- 推荐方式
- 特殊需求

关键字

以潜在网民搜索习惯为依据

- 别称习惯
- 缩写习惯
- 别字习惯
- 英文习惯
- 关键字组合习惯

策划的关键字的特点



关键字策划技巧

产品导向

关键字策划

用户导向

确定
核心词

1

了解推广用户

推广重点；推广需求；推广预算；产品/服务的各种称呼；现有关键字结构……

2

了解潜在消费者

潜在消费者是谁；信息检索、获取习惯；价值观；习惯的交易方式……

“换位”思考

扩展
核心词

3

组合关键字

根据推广用户的推广需求、推广预算及潜在用户的信息检索习惯，选取适合其的关键字

MECE

4

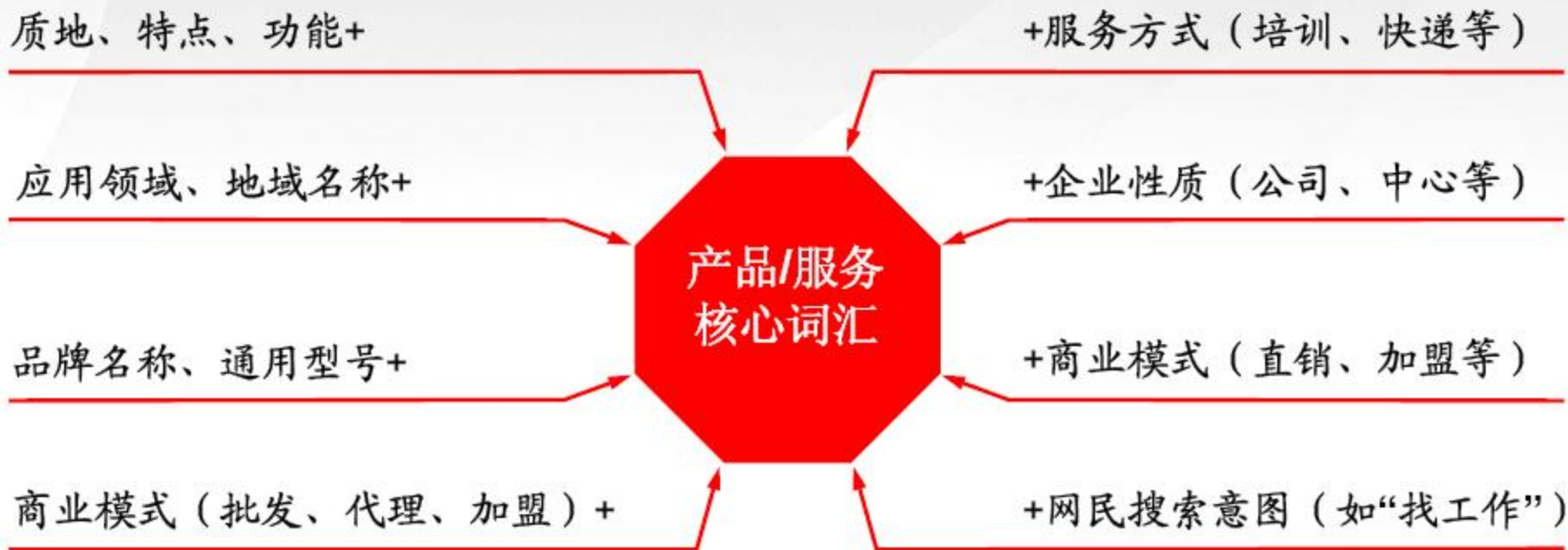
合理搭配关键字

保“质”保“量”，力求合理

合理搭配

合理搭配

关键字组合的技巧



标题描述撰写

第二部分

摘要

如何撰写网页标题、描述

- ✓ 撰写前期准备
- ✓ 网页标题撰写技巧
- ✓ 网页描述撰写技巧
- ✓ 点击比率过低下线分析

标题、描述撰写前期准备

了解推广用户

- 推广重点
- 推广需求
- 产品服务特点、优势
- 产品服务应用领域
- 产品服务时效性

了解潜在网民

- 潜在消费者是谁
- 信息获取习惯
- 地域性对选择的影响

了解竞争对手

- 竞争对手与推广用户的优势差异点
- 大搜索结果

标题撰写技巧

与竞争对手
有所区别

1

特点/优势突出:

- 突出产品本身的特点优势（高精度、便携式）
- 产品的知名品牌、地域优势
- 有时效性、节日性的业务可以在临近节日的时候将特色服务突出。（鲜花、机票、旅游）

撰写技巧

2

关键字突出:

标题中必须出现关键词或关键词核心部分

4

言简意赅、形式新颖

3