

數據化+

用數據化思維來做SEO

數據化+ 的思考模式是什麼？

- 數據化不只是看數字的多少，而是看數字的趨勢
- 數據化不只是看數字的有無，而是做出分眾的決策

數據化Seo必備工具

- Google analytics
- Search Console
- Bing Webmaster Tool

數據化Seo分為

- 主動搜尋
- 被動搜尋
- 搜尋即是需求，滿足需求便能成交訂單；但沒有需求就得靠操作創造需求。

主動搜尋來自於

- 花錢
 - OOH
 - TVC
- 不花錢
 - 議題操作
 - 媒體操作

被動搜尋來自於

- 時事
- 時節
- 競品助戰
- 異業豆腐

需求發生後seo的工作是承接需求

- 花錢承接
- 不花錢承接
 - SEM 本來就包含關鍵字廣告加SEO

花錢承接的思考

- PPC SEO的交互作用
- 外部內容生成的跳轉

不花錢承接的思考

- 如何從數據中創造符合需求的內容
- 如何從數據中找出有價值的既有內容
- 如何從數據中找出老顧客的需求

八個 SEO 常見成效指標

- SERP
 - #imp
 - #Rank
 - CTR
 - #Clicks
- In-Site
 - #keyword
 - Search traffic
 - #index
 - #backlink

從 Adwords 來的 SEO 法

- 搜尋查詢
- 付費及搜尋報表
- 從 Adwords CPC 反算 SEO 價值

利用通路做 SEO 的策略

- C2C SEO
- B2C SEO
- B2B2C SEO