



链滴

SEO 是电子商务网站的立足之本

作者: [fc13240](#)

原文链接: <https://ld246.com/article/1600670212031>

来源网站: [链滴](#)

许可协议: [署名-相同方式共享 4.0 国际 \(CC BY-SA 4.0\)](#)

有很多人认为，SEO对一个网站来说是关键（往往是小网站，只做SEO）。但也有不少接触SEO久了人认为，SEO只是网络营销方式的一种，不应该太过看重。

自己的经历里面，也看过不少过于“看重”SEO，而弄得整个网站显得很病态的事情。（如舍弃用户体验，往页面上插一堆链接什么事情屡见不鲜，尽管这样的做法得不到什么SEO效果）

但SEO是不少类型网站的立足之本，这是很多人没意识到的。之所以只说是“不少类型”的网站，这因为SEO流量的天性所致的。使用搜索引擎的用户，想要寻找的多半是信息，提供信息的那些网站，们会极大幅度的依赖搜索引擎，典型的如电商网站。而另一个极端是依赖搜索引擎很小的，如SNS类网站，因为它们天生用户黏度很强，用户通过搜索引擎寻找到它们一次以后，可能就会永久驻留。

但对于信息提供类型的网站，很多用户倾向于每次都寻找到更多的信息，就每次都会上Google等搜索引擎搜索，而非直接到某个信息提供网站中寻找（一方面是单个网站的信息量少，另一方面，它们的内搜索可能精度不够，无法找到相关的信息，于是逼着用户到Google去搜）。

废话不多说，看数据。下面的百分比，指的是那个网站SEO流量，占网站总流量的百分比（来自Alexa）。尽管是很容易获得的数据，但可能是绝大多数人想不到的。从外贸B2B到B2C，然后是比价网站再是几个电商巨头。列出的都是SEO流量最高占比大约有20%左右以上的（只是看了我想得到名字的些网站）：

可否注意到，除了前两个网站，其他的数据后面都有括弧？前面的百分比，指的是该网站最近3个月，EO流量的占比；后面的百分比，指的是该网站在最近两年里面（Alexa最大时间区间），SEO流量的大占比。

前两个网站由于SEO流量占比一直比较稳定，也就没列出后面一个数据了。但它们的稳定，虽然证明站的基础比较好，哪怕在Google Panda更新中也几乎没受任何负面影响，但同时它们也很久没大幅升过流量了。

尤其表中，有三个比较购物网站，TheFind, Nextag, Smarter。比价购物网站相对电商类型网站是最具文章一开始提到的信息提供特征的，所以它们整个网站的表现情况受SEO流量影响最大。其中TheFind和Smarter两个网站，在Google Panda更新中，可以算是遭到灭顶之灾了。

前者SEO流量损失大半，后者SEO流量几乎清空。然后不久，TheFind整站流量落到了以前的一半不，Smarter直接挂掉。虽然Smarter最近[网站流量](#)恢复了少数，但同时它因为上次的灾难，竟然完全弃了SEO，实在让人唏嘘。尽管它们的灭顶之灾，只是因为犯了一些很无聊的小错误。

前面的数据是SEO流量占比，尚不足以说明SEO对一个网站的重要性，毕竟可能只是因为那些网站重SEO。但如果有兴趣的话，完全可以去比较一下多数电商网站的SEO流量趋势与整站流量趋势，它们往是很吻合的。

在继续说明之前，这里需要先意识到的是，前面的SEO流量占比，指的是当前即时情况，但不是长期况。因为一个人通过搜索引擎找到电商网站后，可能会成为那个网站的忠实用户，所以SEO流量长期比，对于多数网站而言，要远高于即时流量的占比。

看那些流量数据的话，会发现，一个电商网站的SEO流量如果大跳水，网站整体流量会很快的跟着小水。但是关键问题在于，只要SEO流量继续保持低靡，网站流量会持续稳定的下降很长一段时间，最在一个很低的值保持稳定。

为什么？难道其他营销方式不能对网站流量产生大幅影响，只有SEO可以么？

至少对于电商网站而言，是的。

先不多谈PPC，毕竟它流量性质相比之下是和SEO最接近的，用户的身份在这里都是信息搜寻者。但为PPC的昂贵，暂时不多提。

另外如Google AdSense，它是展示型的，面向用户群体是对广告内容感兴趣的，而非对广告内容有求的。而电商网站卖东西卖的就是需求。

spam类的推广方式，如论坛发垃圾帖、大量群发没营养的EDM邮件、在文章站发一些文章去取得SE流量等，就不必说了，只能带来短时的流量，但用户群体的损失会非常快。

而SNS推广呢？粗看上去很不错，也的确貌似是比较适合于塑造品牌形象的，但这不能使得别人直接买产品。SNS上面来的用户是兴趣群体，兴趣群体内，只会有很少的百分比是有具体需求的用户。转化率往往比spam类的流量还低，毕竟spam出去的链接，点击的人还是微弱的需求群体，但SNS来的流，只是来到网站来看看玩玩。（不过这边也不能一概而论，网站本身的产品属性也大幅度影响转化。产品也分需求品、奢侈品等等。但如果想在兴趣群体推广需求品，那几乎是不可能的事情。至少我在的公司，已经在这上面固执的摔了几次大跟头了）

再回到前面，哪怕SEO如此重要，但就算是前面表格里面，多数都是各项基础都很扎实的网站，就唯是SEO做得让人哭笑不得。之所以我以前说过，SEO远不成行业，是否有更清晰的认识了呢？