

运营部工作流程

运营部几大阶段：

上线前——上线中——上线后；运营中——续费前；

运营部主要工作内容：

指导|监督|帮助|检查客户操作，优化（布置关键词），调整，推广，内链，整理（网站数据，关键词排名），分析，定期报告，解答客户疑问（QQ，电话，邮件）；

详细流程

一：上线前流程

1. 网站确认后正式下单给运营人员；
2. 运营人员在简单了解下单资料，合同内容以及网站操作情况后，进对对应客服创建的 QQ 群进行沟通；同时，一般情况，会进行首次电话沟通，主要沟通内容包含客户操作人员数量，产品数量，主销市场，零售还是批发等相关信息；
3. 根据客户操作情况发送操作指导邮件以及文档附件；
4. 定期查看客户操作情况，并随时联系客户，针对不完善处详细指导；
PS：主要指导如何上传产品，设置产品名称，产品关键词，产品简介和详细内容。
5. 在客户上传并完善 30-50 个产品时，让客户配合主推关键词；
6. 根据客户提供主推关键词，开始内部优化，针对重点页面设置头部标签；
PS：如果在沟通过程中，客户比较熟悉 SEO，设置内容较好，可建议客户配合整理重要页面的头部标签内容，我们根据客户设置的基础，完善内容后设置头部标签。
7. 内部优化完成后，与客户确认重要页面的头部标签内容；
PS：根据客户情况，比较懂的客户会确认 title，和 description；有的客户属于小白类型，只确认首页或者几个重要页面的 title。

二：上线中流程

网站内容以及优化完善后，进行上线前的准备工作：

1. 根据订单类型，进行翻译工作；（以下如没有特别说明，均按照非人工精准翻译的多语言优化通订单来说明）PS：注意订单是单语种还是多语种。
2. 检测翻译；PS：主要检查公司名称。
3. 检查并整理建站代码以及翻译后格式变形问题；
PS：统一整理到文档中，并提交到对应程序进行修改。
4. 网站所有问题修改后，通知客户和客户解析域名；
5. 安装 51 啦工具，谷歌 GA 代码等统计工具；
6. 生成网站 sitemap.xml 文件；
7. 开启收录；
8. 提交并设置谷歌管理员工具；
9. 整理上线报告，通过邮件发送客户和销售。

三：上线后流程

1. 注册 SNS 账号或者指导客户创建账号；
2. 上线后要求客户配合提供软文并定期完善网站内容，上传新产品；
3. 根据客户提供软文，查看软文质量并布置关键词；
PS：如果客户提供软文质量较差，指导客户如何伪原创软文，并合理布置关键词.
4. 上线 1-3 个月左右，指导客户添加内链，具体根据客户情况；
同时，我们会根据谷歌管理员工具以及主推关键词，定期添加网站内链.
5. 无特殊情况，上线 3 个月左右，整理并发送网站达标报告；

其他运营工作，即服务期内的一系列工作：

因为很多运营工作无法定义具体节点，会持续在运营工作内容中.

1. 随时与客户保持联系，解答客户疑问,尤其是现在通过 QQ 直接沟通客户；
2. 发布博客；
3. 添加内链；
4. 定期记录网站上传产品数量及客户操作频繁度；
5. 定期生成 sitamap.xml 文件；
6. 定期提交谷歌管理员工具，并查看提示消息；
7. 定期与客户沟通下一阶段主推关键词，并根据这些关键词，定期补充、完善头部标签等内部优化工作；
8. 查看并分析网站数据（权重，收录，流量，询盘，产品内容，客户布置关键词，主要关键词排名等）
9. 手动查找关键词排名；
10. 在运营过程中，部分订单出现操作人员变化情况，运营人员会进一步整理网站操作建议文档，并详细指导操作.
11. 上线 6 个月左右，整理并发送网站进度报告；
12. 上线 9 月左右，整理并发送网站二次进度报告
13. 上线 11-12 个月左右，整理并发送年度报告.

以上即为网站整个服务期内所有运营部工作流程.