

销售常见运营问题解答（201607）

原则：请把问题抛出去之前，要做好各种准备，收集足够多的信息，再去考虑是否要去问，可以提高彼此的工作效率。

Q1：你们运营部在做什么啊，我这个站怎么一点效果都没有？我这个站现在是什么进展啊？

A1：在问类似问题之前，先对自己的订单做详细的了解，如网站上线时间，网站客户配合度，网站内容数量等等；了解完该订单情况以后，你自己可能就会有一些答案，以及自己就知道下一步你该做哪些努力；

在思考的过程中，请结合订单系统中的网站详细信息，如网站运营跟进情况，客户配合情况，网站关键词排名，网站流量及询盘情况等；

另外，现阶段，第一页的运营人员做的工作名称叫做网站运营，不叫网站优化，而优化仅仅是运营中的一个环节，既然是运营，且运营的主体并不是我们的运营人员，运营主体是企业方，因此，我们运营人员的主要工作就是用我们的专业知识，优化经验，服务来帮助，跟进，指导，监督企业的操作；因此，运营人员并不能对效果负责，仅仅是最大化的促进网站运营效果；且对于一个计划长时间经营的网站而言，效果也不能急功近利，前期的各项准备周期还是很有必要的；

Q2:Title, keywords, description 设置的字符数字一般都是多少个字符啊，有什么要求？

A2:Title, keywords, description 字符要求分别为 65, 65, 150.（其中每个字母算一个字符，字符与字符之间的空格以及标点也分别算一个字符。设置的头部标签只要在这个范围内，超出或稍微少一些字符都是可以的）--详细见[网站运营第二讲—头部标签培训 ppt.](#)

Q3:每个产品名称下面需要设置多少个长尾关键词？（针对每个产品下面设置的长尾词数量 图片 ALT 标签/产品关键词等）

原则上每个产品衍生出来的长尾词多多益善，但这些长尾词必须遵循一定的标准：

1. 前缀或者后缀必须符合通用规则，符合卖家匹配搜索；
 2. 必须是该产品本身有的特别或者属性；
 3. 必须有一定的搜索量；
 4. 合理自然，长尾词中的核心关键词必须要符合习惯搜索；
- 切勿随意拼凑，为了制造长尾关键词而制造；

对于，产品数量比较多的企业，长尾词的衍生可以更加精准，不要刻意追求数量，每个产品衍生出来 3 个左右长尾词，最后内链也会特别丰富；

反之，对于产品数量较少的企业，如果可以，就要引导客户衍生较多的长尾词来增加网站内链，如衍生 4-6 个长尾词。

Q4:指导客户传产品时，每个产品关键词大概需要设置多少个单词具体应该怎么给建议？（针对每个长尾词的长度）

A4:现在运营人员指导客户设置产品关键词，一般会建议用不同修饰词+主词这种形式去指导客户设置。由于每个行业不同，构成的长尾关键词的个数也是不同的，基本上客户用修饰词+主词设置出来的长尾词长度都会保持在 3--5 个。6 个词构成的长尾关键词也可以建议客户使用，2 个词的关键词以及 6 个词的关键词都是建议客户尽量少布置。

Q5:我的网站最近流量还挺好的，但是为什么没有询盘呢？

A5:从流量到询盘，看似走一步就到了，实际上影响因素有很多，因此，当流量看似还好，但询盘不好的时候，我们第一时间要去分析流量质量，跳出率如何，从流量质量能检测出网站内容质量，如果网站内容和流量均没有任何问题，那流量才有转化到询盘的概率，每 100 个流量产生 1-2 个询盘都是正常的。只要在正常范围的询盘就正常，如果网站一天几百个流量都没有一个询盘，甚至要看看网站发询盘的功能是否有问题，邮箱是否有问题等；总之，遇到类似的问题，自己要先辅助客户做专业的分析研究做出专业的解答。

Q6:客户最近比较忙，网站可以先上线么？（产品未传或很多优化地方未完善的站点）

A6:若网站迟迟没有修改且客户也坚持上线的网站，销售人员在接到客户的通知之后可以第一时间拒绝客户，并告知不能及时上线的原因。若客户坚持要尽快上线，可以提前将没有优化就上线的弊端告诉客户，如果客户仍然坚持先解析，再通知相关的运营人员安排网站的解析上线等事宜。

运营优化标准：一般站点，客户各个页面的内容完善完毕，产品需上传到 100 个（特殊行业产品数量不做硬性要求，但是尽量不要少于 40 个）。运营人员才会要求客户提供页面优化关键词并开始页面优化。

Q7:怎么设置面包屑导航？

A7:面包屑导航的作用是告诉访问者他们目前在网站中的位置以及如何返回，我们公司建站的站点已经在布局页面时在每个页面已经设置好面包屑导航，直接调取各个页面的分类名称/产品名称/单页面名称。所以这块不需要运营人员和销售人员操作，只需要我们确保客户在设置各个名称的时候注意名称的设置即可。面包屑导航举例：

分类页面包屑导航:

Home---对应的分类名称



产品页面包屑导航:

Home---对应的一级分类名称--对应二级分类名称--对应产品



Q8:蜘蛛抓取网站内容的周期大概有多久?

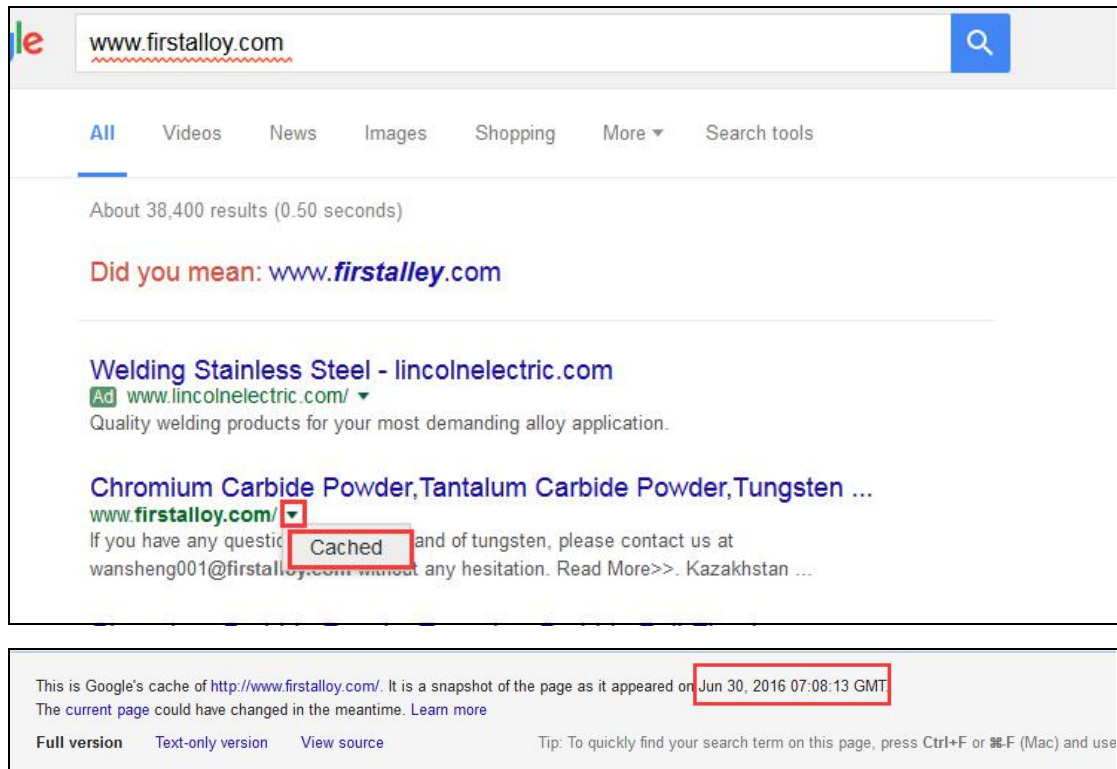
A8:蜘蛛抓取网站内容的周期没有一个固定的时间，一般来讲会在添加网站新的内容后的一周左右，周期时间的长短在一定程度上也取决于客户网站更新（添加新品）的频率。正常情况下，网站更新的频率越高，蜘蛛抓取网站内容的周期也会越短。详细查看网站上蜘蛛最后一次爬行网站的时间可以在谷歌中查看当前页面的谷歌快照。

如下图所示:

在谷歌中输入目标网站或输入 site:目标网站。

在每个网页后面会出现一个倒三角，点击倒三角旁边的 Cached, 也就是当前页面的快照。

快照上面显示的时间就是蜘蛛最后一次爬行该页面的确切时间。



Q9: 怎么设置 sitemap.html 和 sitemap.xml 地图的布局

A9:Html 地图是每个网站中都带有的关于网站的目录站点地图（也是我们常说的网站地图），也是美工人员在布局网页时就单独布局好的一个单页面。页面中会重点调取网站里面的所有页面以及各个重点分类页面。

Xml 页面属于蜘蛛后期需要重点抓取的地图页面，这个页面销售人员及程序人员不需要操作，网站上线之后直接由运营人员在代码中制作对应的站点地图即可。

补充：html 地图是写给用户查看的，可以帮助用户了解整个网站的结构。

Xml 地图是写给搜索引擎看的，引导搜索引擎去抓取网站上的链接。

Q10: 优化产品的周期大概是多久一次？

A10: 优化的周期需要运营人员根据客户定期上传的产品周期来确定，针对产品上传比较频繁的客户，每周会进行一次检查和翻译并对客户上传的产品进行审核指导，有问题的地方也会及时找出并向客户指出。另外如果客户那边上传的周期相对较长，我们的优化周期也会相对长点，暂时会以客户之前提供的页面优化的重点关键词操作为主。

Q11: 有没有什么办法或建议杜绝网站跳出率高的问题？

A11:用户跳出的因素有很多很多种，无法杜绝，我们只能想办法降低多种跳出的

可能；如：检查页面内容的相关度，完善度；检查整个页面的美观度；检查页面上功能是否正常等等，把任何细节完善到一定程度即可降低跳出率。

Q12: 这个网站现在可以给客户安排上线了，你直接安排解析下啊~

A12: 网站解析前必须网站初步内容更新完毕，且运营人员彻底优化完毕；因此网站解析前，销售需配合运营人员提前确定好关键词给我们，由运营专员完善好对应的页面优化及页面关键词布置，检测以及网站细节完善后与客户确定并通知解析上线。

单语言优化周期：两到三个工作日

多语言优化周期：五到七个工作日

补充：优化需要一定的时间，域名解析并不是通知解析后立刻就去操作，必须要优化结束后由运营人员通知，客服人员安排解析才可以。

Q13: 客户想要网站上线之后才正式开始算推广服务期/服务期。（与客户签合同同时和客户保证的是网站上线之后开始算服务期）

A13: 关于后期客户/销售纠结网站服务期的问题，运营人员一律拒绝回答。所有的网站服务期都是客服部订单确认之后就发送的一个网站确认及服务期确认邮件。如有特殊需求或为了签单与客户单独确定的合同条件，请在合同中备注或后期单独向公司申请。避免与运营人员纠结服务期问题。

注意：上线时间是运营人员单独备注的网站正式域名解析的时间，切忌与服务期时间混淆，在客户传产品过程中，销售也有义务共同催促客户传产品，避免后期由于客户自身拖延问题，导致网站迟迟不能上线。

Q14: 网站上线一段时间之后，重点需要销售人员主要配合的工作内容是什么？

A14: 上线之后，前三个月建议销售人员重点跟进客户传的产品新闻情况，周期。如果对关键词比较熟悉的销售，也可以进一步对客户设置的关键词进行检查。期间站点如果问题比较大，运营人员也会邮件或 QQ 通知销售人员及客户。另外也可以重点催促客户定期提供软文信息给我们，软文可以确保每周最低一篇。

上线三个月之后，会重点针对客户网站进展以及客户的新品进行操作，销售人员可以重点跟进客户添加的锚文本情况以及根据运营的反馈进行侧重配合。