

# DTC品牌出海,如何建立自己的品牌? 营销出海干货 充满无限可能的DTC品牌,如何在海外铸就核心优势?

产品名称	DTC品牌出海,如何建立自己的品牌? 营销出海干货 充满无限可能的DTC品牌,如何在海外铸就核心优势?
公司名称	深圳市顺企网络科技有限公司业务1部
价格	3999.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市龙岗区坂田街道南坑社区雅园路5号Y3栋1层11号
联系电话	19926580235 19926580235

## 产品详情

Google Ads优化师 我已经入驻谷歌官方论坛答疑专家 谷歌竞价推广 SEM 本人拥有多年谷歌账户优化经验网站分析建议账户搭建,推广网站建议,广告语关键词设置,关键词优化,出价优化,分析过上千网站再营销设置,配置谷歌分析,转化目标设置擅长各种广告推广形式,投放过小语种广告,个人兼职,合作模式灵活实战过很多行业,经验丰富,做过消费品,机械类,包装类,工程类产品

关键字研究 当我开始一个新项目时,我通常会向客户发送一份 SEO

调查问卷,以了解更多关于他们的业务、服务、解决方案以及他们想要定位的受众。

然后,根据反馈并进行一些头脑风暴,我研究、分析并确定了业务的核心关键词。

一般来说,我的关键字研究程序可以用这7个步骤来描述:

对客户的网站、他们的业务和行业进行综合分析。

了解优先产品/服务/解决方案(以及可能的命名变体、同义词)。设置一个粗略的关键字列表。评估关键字排名的可行性。标记竞争激烈的关键字(如果有的话),这可能需要更长的时间才能排名(以便客户知道)。了解主要竞争对手和他们使用的关键字。使用各种关键字研究工具(SEO PowerSuite/Google 关键字规划器)获得更多关键字提示。将关键字分组到佳类别中。对于这个特定项目,我有一个包含所有产品名称的初始关键字列表,并按以下方式处理它。首先,我将所有关键词分为三大类:核类别(睡眠、关节、排毒等)产品(正睡眠、益生菌3等)

然后,这三个主要类别进一步分为以下内容:买方 非买家 品牌

非品牌后,我添加了组合和长尾关键词来定位信息搜索者(这样我们就可以将他们转化为买家):

例如: 买家+品牌 买家+非品牌 非买家+品牌 非买家+非品牌 为了构建组合列表,我使用了 Rank Tracker 的关键字组合工具,该工具可让您指定要混合的短语类型。

这是基于我的研究和发现的关键字地图草稿:组织关键字有很大帮助——排名可能会经常波动,但它让我可以自由查看影响是否在整个网站范围内或任何特定关键字类别是否受到影响。然后我可以相应地计划进一步的优化。此外,正确组织关键字可帮助您评估关键字的哪个类别/子类别具有更高的搜索量,以及哪个类别/子类别带来更多的流量/转化。