

外贸干货分享：外贸网站推广谷歌SEO排名，水到底有多深？

产品名称	外贸干货分享：外贸网站推广谷歌SEO排名，水到底有多深？
公司名称	深圳市实测通技术服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	测试周期:5-7天 寄样地址:深圳宝安 价格费用:电话详谈
公司地址	深圳市罗湖区翠竹街道翠宁社区太宁路145号二单元705
联系电话	17324413130 17324413130

产品详情

找个建站公司建个英文网站，把小语种网站也一起做了，然后让建站公司来帮我做SEO优化和谷歌推广排名，我只要在家坐等询盘就好了。

真的这么简单吗？

很多外贸SOHO和创业公司可能都抱着这种美梦，购买了市面上很多网络营销推广公司的套餐。钱花了大几万，结果大半年下来，没有任何效果，到底是为什么？

不得不说，涉及到建站、网站Google推广、SEO排名优化等等，水太深了。而外贸这个行业，懂网络营销和技术的太少，想花点钱就等来询盘的懒癌们又太多，所以结果就是无法避免从一个坑跳入另外一个坑里。

什么是SEO

SEO定义：搜索引擎优化(Search Engine Optimization)

是通过增加网站对搜索引擎用户的曝光度，来提升网站流量的质量和数量的过程。（参考**百科）

简单来说，就是通过一些优化的手段，使得你的网站在谷歌中的一些关键词的搜索结果页面 (SERP) 中排名获得提升，获得更多搜索用户的关注，进而获得更多的点击量和网站访问量。而流量可以进而转化为询盘。SEO 也是网络营销中，非常重要的一个环节。

SEO的一般性流程

SEO 基本上可以分成 站内SEO (On-page SEO) 和 站外SEO (Off-page SEO) 两部分。站内优化主要是基于网站本身各类优化，如网站目录结构、网页内容、网站地图、锚文本、关键词分布、页面标题和

描述、权重的分配、内链、速度优化等方面；站外的优化主要就是外链建设。

基本的流程上来说：前期就要做好良好的网站风格设计，研究好目标关键词以及长尾关键词，然后建站的时候做好关键词的分布和频率控制，规划好网站的结构，加强内部链接。

尽可能多地做市场和行业信息的调研，搜集充分的内容填充网站。从多方面展现公司的实力、可信度、差异化等等。以及你也可以从你能提供的价值角度多挖掘，该展现什么方面的内容，展现的形式文字图片视频合理搭配着来。

做好网站后，需要不断添加新鲜独特的内容，进行定期有规律的更新。

后续的流程工作就是网站维护。通过 Google Analytics 访问分析来了解流量来源，访客在网站上的停留时间，跳出率，以及页面收录情况，比如哪些页面收录有问题等等。

以上我所说的，是一个大概的SEO过程。SEO是长期系统地慢慢培育的工作，就像种一颗小苗。精心呵护，时不时浇水施肥，观察生长情况，它自然能慢慢良性生长。

而反之，如果放那不管不问，指望它能自己成活，都是幻想。

那么，外贸网站推广谷歌SEO服务领域，到底有哪些深水坑呢？坑1：专业度不够

现在外贸营销服务市场还是比较乱的。有一些网络公司，本来是做国内中文网站的SEO优化推广的，但是国内中文网站百度SEO竞争激烈，利润也低。百度在排名上又自带全家桶各种产品占着排名位，算法常变，难度也不小。听人说外贸行业网站优化和谷歌推广好做，多忽悠一些公司老板就行。老板多数不懂，只关心有什么用，问要掏多少钱？

于是这些原本做中文SEO优化的服务公司，转型进入了外贸行业。里面的员工还是以前做百度SEO排名的员工，有点英语基础，稍微学习了解了谷歌SEO。然后公司就开始招电话销售，准备好购买的企业名录和公司注册信息这些，天天打销售电话。抓到一个客户好像有点兴趣，就死命忽悠，我们有个做外贸的客户，买了我们服务，现在每个月网站询盘就有十多个。。

问题是，这些人对谷歌这个英文的搜索引擎不够了解，他们的知识更新不够及时，甚至还会显得陈旧。每天伪原创、发外链，做的全部都是机械工作。做SEO需要丰富的技术经验，还要与时俱进。谷歌SEO发展变化很快，特色摘要和Q&A出来直接可以让你排名上直接越级排名了，服务商有去深入学习了解吗？

国内做谷歌SEO的服务商也不少，但不少所谓的专业服务商，给客户做的还是中文SEO优化的老套路。SEO优化推广这个行业鱼龙混杂，夸大效果，虚假承诺，滥竽充数的占了大部分。专业的SEO服务商我认为起码应该是有足够令人信服的英文网络营销的能力或背景的，毕竟英文网络世界的SEO跟中文有明显的不同。

首先是语言的差异，这一点尤为明显。Sam坚持这么多年学习英文网络营销，发现英文阅读能力得到很大提升，就是因为不知不觉需要大量时间去阅读各类营销SEO的专业网站和博客。在这一点上，英语阅读能力以及极强的学习能力，这是首要的要求。

这不是*重要的，*重要的是，在一定的英语水平和持续学习能力的基础上，实现高质量英文资源的挖掘。这需要从业者不断积累及探索，逐渐积累英文行文的思维方式。这些都需要你频繁阅读英文网站，徜徉在英文信息知识的世界里，汲取养分。

专业化程度不高的服务商，是**做不到这个水准的。

坑2：黑帽SEO仍在使用的

归纳起来SEO的方法无外乎白帽 (white hat) 和黑帽 (black hat) 这两种手法，优化的内容也分为两方面，站内和站外。

白帽和黑帽是做SEO的两类完全不同的策略。目的都是一样，为了提高搜索引擎排名，但具体所用的手法就大相径庭了。

通俗点来说，白帽seo是一种通过正规的、合理的方法来获得更多权重，提高搜索引擎上排名的方式，这种方式是主流搜索引擎都支持和认可的。而黑帽SEO简单讲就是对搜索引擎作弊，采用搜索引擎不允许的方式优化网站的排名，方式包括但不限于：关键字堆砌、隐藏文本、链接交易、访客欺骗、误导、伪装、流量劫持等作弊方式获取更多权重。

黑帽SEO并不真正考虑网站合理的内容，以及搜索用户的真正需求，只是进行投机操作，抓住搜索引擎排名的一些漏洞，想直接“抄近路”完成排名提升。*常见的就是堆积大量垃圾外链想提升权重获取排名。

比如有家国内的SEO服务公司，曾采用大量垃圾外链（在一些不相关的乱七八糟站点死命给客户英文网站加垃圾外链。甚至在一些中文站下，开设二级目生成高达几千条垃圾外链），美其名曰外链建设。实际上是为了追求短期内有效果，把客户的网站权重和排名提升，于是冒着风险采用这种过时的SEO黑帽技术。这些手法用 Ahrefs 和 SEMrush 一看，我的天！做的什么玩意的外链！！

*后的结果就是网站被谷歌惩罚，排名没了，收录的页面也被谷歌取消收录了。

SEO这个行业有句古话：内容为王，外链为皇。内容创作太累，中文的还能伪原创一下，英文的内容不够服务深入的服务商不会帮你去想办法做的，所以很多还是想通过加各种外链，能快速提高网站权重和排名。偶尔可能会带来一些垃圾流量，但是对Google排名没什么作用，还容易被精准打击和惩罚。

谷歌对搜索结果页 SERP 的算法规则早就以用户为核心了。谷歌会判断用户的搜索意图然后展现出*符合客户搜索意图的结果，而不是通过大量外链堆权重的网站。

对于外贸行业网站，想要长期发展，就要远离黑帽，采取安全的白帽SEO才是正途。而合格的服务商，必须对谷歌官方的优化指南有真正深刻的理解。然后知行统一，去实践！

坑3：保证排名、保证有流量、保证询盘数量、宣传快速见效

谷歌SEO服务之所以水深，就是因为这个行业中存在很多套路让外行人容易被诓骗。

各类SEO公司用的*常见的套路还是“保证排名”。这个保证能做到谷歌第一页的排名，的确很容易让人心动，对行外人吸引力巨大。要注意的是，谷歌上的排名，一直是动态的，而且是竞争极度激烈的。并不是你努力你就能上第一页，很多时候排名在第一页的网站所做的优化工作，工作量可能比你大几倍。

宣扬所谓的“保证排名”只是为了更好地去销售，让客户觉得选择这个服务商很安全，这钱花得值得。

所谓的保证排名，有几种套路：

套路一：做竞争度低（甚至没有竞争），意义不大的词的排名

做某些毫无意义的词，*后拿这些词的谷歌排名来强行解释和辩解。只要这些词有了排名，就完成了承诺。毕竟某些没有实际意义的词，根本没人竞争，多添加一些页面稍微增加一些内容，辅助一点外链就能

把排名做上去。

之前有个外贸 soho 咨询我，他想买一个营销推广公司的服务套餐，发我资料说那个公司说做谷歌推广的。我大概看了一眼，建站加上谷歌SEO推广，费用还不低，一年服务费用将近3万。

资料上有个案例说，谷歌排名到了第一页，配有截图。我一看那个搜索词，瞬间明白是什么套路，5个英语单词的长尾关键词（搜索量极低）。再看那个网站的网页标题里，里面正好也有这5个单词。就一个5个单词的长尾词排到了谷歌第1页，然后就发广告忽悠小白了。

是谁给你的勇气敢放在宣传资料上？！摆明了就是要坑不懂的小白了。

5个单词的长尾搜索词是什么概念？比如面膜，大词他排名做不上来。好吧，补水面膜吧，还是没有排名。那么美容补水面膜？还是没有排名。那么美容补水美白面膜？还是没排名。

那么冰肌美容补水美白面膜？好嘞，终于排到第一页了

然后我让他问服务商，这种长尾的竞争度这么低的词也算。对方说Google第一页排名词，很长尾的也算，解释权归属他们。

呵呵，只能说，咱们外贸人有钱人真多啊~

套路二：指定某几个词的排名，无效承诺退款

通常来说，优化的词越难，相应的收费就会越高。有的公司或个人是以具体的关键词来收费，承诺做上首页，那么就需要深入了解实力。不能因为这么个所谓的****的承诺，就随便合作了。毕竟这个行业里，扯皮耍赖，没有职业化可言的公司也是有的。

很多 SEO

服务公司都没有一个完整透明可信的客户案例，因为根本没有实力。也有不少宣扬自己是做白帽 SEO 的服务公司，展示一些所谓的客户案例。有些虚虚实实，内容不够详实，有些具体如何完成优化的方面一带而过。

稍微有点实力的，起码会列举做了哪些优化工作，怎么想办法增加的一些高质量外链，*后提高了网站的排名，获得比较理想的效果。有些确实这么认真地做过案例，但只是当成一个形象工程去好好做，是获取信任以接单的一个手段。真的接了很多其它的单之后，服务质量跟展现的案例完全不可同日而语。

要知道，服务行业，特别是这种专业性和竞争性很强，还有很大不确定性的服务行业，一但客户数量多了以后，必然无法保持当初的服务质量，*后都被平均化了。不增加专业的人手，订单翻倍了，来不及消化。

自己开过公司的朋友都知道，人力成本是管理成本*高的一部分。而一旦人员配备不及时或者专业性不到位，手上那么多客户的订单不可能一个个耐心做，做到何年马月？

谁给你老老实实做外链建设？没有！我相信外贸SEO服务圈子里几乎90%以上的服务商不会这么做。要了解你的行业，要研究行业里面不错的网站，还要想办法从这些网站弄到外链来，这样费的功夫和时间，不是你花个平均的套餐价就有的，真正能做到这种程度的，都需要高端定制的服务。费那个老神，还不一定能弄到高质量外链，有了询盘订单利润带分成吗不成？

就像缺心眼的男客人光顾XJ，吩咐等会要说我爱你，还有不要假叫。XJ会愿意吗？MD跟你又没感情，还让我说我爱你，还不能假叫。那时间要拖多久？假叫几声，结束得快，早点休息收工了。

或许你会质疑我在开车，不过可不是就这个道理？

反正刷外链成本低，不成功也没什么损失。如果谷歌还没检测到起了一些效果，这时候就赶紧跟你谈升级套餐方案。看，有效果了！

然后你交了钱之后，谷歌检测到作弊，然后一顿狠捶，排名直线下滑，收录页面大减。你想要回钱？钱都到了口袋里，能那么容易要回来吗？

市场上很多谷歌SEO服务商推出的保证排名或者快速排名的服务，特别是所谓快速，基本上都是采用黑帽SEO手法，或者多多少少很隐晦地掺杂了一些黑帽手法获取排名。即便取得一时效果，也难以持久。

实际上，SEO服务商给你的效果，时间上都是滞后的，做完之后至少三四月后你才能效果究竟如何。所以宣扬快速的，本身就带有欺骗性质。

而保证有流量，这个*简单。直接从流量平台购买流量，很便宜。我认识一个做英文网赚的朋友，他主要是做 media buy，也就是购买付费的流量（如FB广告流量，以及各类流量交易平台的流量）来跑国外广告商提供的 offer 来赚美金。随便花点小钱，几万或者十几万国外 IP 访问很容易搞定。

保证询盘，其实也简单。直接软件模拟发群盘。国外各类免费邮箱一大把，还有批量出售的各种不同域名的企业邮箱账号，成本花不了多少钱。这么多备用的邮箱，你就算有所怀疑也没有什么证明是服务公司作假的实质证据。反正询盘数量是给你保证了，你没接到单，那是自己的问题。。

坑4：不去了解你的产品和行业

有很多SEO服务公司的优化是从纯技术的角度上出发的，而且越来越流水线作业。与你缺少足够的了解沟通，所以不了解你的产品，行业，具体应用领域，甚至你排名时面对的同行业竞争者。

我们当然要选技术上过硬的，但是*重要的是：能够真正潜心下来了解你这个行业，研究你的产品，你的关键词，站内的关键词布局和优化给出细致的建议，甚至还要了解关于你要排名面对的一些竞争者网站的研究。

也就是说，工作必须细致落地。既要考虑站内SEO优化，也要考虑考量不同的关键词的效果，竞争程度，机会等等。

坑5：AI营销和AI开发客户

今年在外贸服务的圈子中，突然爆发了一大批打着 AI 人工智能的噱头。很多充其量只是实现了一些自动化 automatic 的功能，就敢宣传使用了 AI 技术。吹起来真的是脸皮够厚啊~

要是照这样说的话，那么无数多国外知名的营销工具公司都可以说他们用了 AI，比如 Buffer 或者 HootSuite。简单来说，很多产品或服务不过是套了个马甲，贴了个火热又唬人的热度标签。

AI 主要需要具备的要素：海量的数据、不断优化前进的算法、强大的计算能力、机器的自主学习能力等等。AI 要完成的是对大量不同用户的各类数据的收集，不断进行机器学习和自我修正，并深层次地挖掘和分析客户的行为（在找什么）、情景（在什么具体应用场景下）和需求（需要什么）等等。通过大量的计算和算法优化，建立起大量数据丰富的用户画像，并提供明显个体差异化的信息和建议。

而外贸圈子里炒作的所谓的 AI 营销，本质上只是预先写好的固定的模块化的程序，这些功能模块比以往进步了一些，实现了自动化，然后服务商就来混淆人工智能的概念。

其实离人工智能还差了十万八千里，人家国外****的应用系统服务商还没宣扬自己应用了 AI 技术呢，而你还处于追赶国外的节奏，刚实现了一些自动化的功能而已，就把你激动得不行，领先国内同行的软件系统一个身位啦。

弄个好看的用户界面，加上一些自动化模块，套个 AI 的概念来宣传和招揽生意，不就这么回事吗？

颠覆了行业了吗？并没有。至于 AI 开发客户，一个道理。

坑6：捆绑销售小语种网站

服务公司说给你做推广方案，给你做多语言的小语种网站，其实对于多数外贸客户来说也是白白多花钱。对于服务商来说，只是变一种方式多收你钱。

服务商跟我说，给我附带做 5 个小语种网站。说增加 Google 的收录，要多加 8000 元。

经常会碰到有学员咨询我这些问题，有没有必要选择带小语种的套餐。

其实我认为，不管是 3 个语言的小语种站还是 5 个语言的小语种站，还是 10 个不同语言的小语种站，对大多数外贸用户来说，一点用都没有。

我打个比方，就像是你刚装了 WordPress，刚刚建了十几个简单的页面，然后翻译成多个小语种，复制内容添加了一些网页。有什么用？增加英文网页的收录量吗？没有。

可能你会说，起码有了日语的，德语的，西班牙语的，葡萄牙语的网页了啊。。哎，这些小语种网页，你不持续更新增加网页收录量，大多数情况下一点排名都没。因为太弱太弱了！

打个比方，你在英语网站的排名上都打不过别人，在小语种网站的排名上就更别希望能有啥排名了。西班牙语的网站全世界那么多，你就那么少的页面，你跟别人怎么比？

SEO 的关键除了高质量外链之外，也十分看重内容。创造出一定数量的优质内容对于排名是非常有帮助的。Google

的发展方向就是更清楚地理解搜索者的搜索意图，分析搜索者在找什么，并提供*高质量的信息。

如果你只有一个内容很少页面的网站，它根本不会在竞争激烈领域里吸引到流量，甚至在竞争度低的领域也是。(可能在没有竞争的关键词领域，才有排名)

别人母语的网站的内容量级就像一本厚厚的书，而你的小语种网站，就像寥寥的两张纸，风一吹都不知飘哪里去了。

所以建站公司说给你建小语种，纯粹是为了组合打包套餐，提价用的。

我打个比喻：建站营销推广服务公司使用的套路，就像是给一个肾功能不全的男人，找个老婆（英文网站），再推荐各种异国美女（小语种站）。老婆是凑合过日子的，而各种美女买回去则就是闲置，看着自己舒服，其实没啥用。

小语种站，看起来高端建站嘛，你提了要求，我不能没有呀。比如你要国外的姑娘，也有的俄罗斯的，西班牙的，日本的韩国的，但是你自己能不能搞定我就不管你了，反正你要我就给你呗。你自己没精力，那就天天看看就好了。

或许你会质疑我在开车，不过可不是就这个道理？

其实除了服务商有意宣传和引导之外，有时候小语种的需求也是很多没有认真的客户自己提出来的。服务商说：不是我故意要增加这个赚钱，而是客户就是想要这个啊，你没有他还觉得你技术不行。

我不是说，建站套餐里的小语种网站一定没有效果，这个不是一概而论。有少数外贸行业由于产品冷门，或者产品专业性比较高，确实做了小语种是有效果的；另外一种情况是，服务公司给建了小语种网站之后，客户自己懂SEO，能够自己或者公司有专人做后续的小语种网站的优化，内容更新维护，这就另当别论了。

除了这些情况之外，我认为没必要去追求多语种的网站。很多连SEO都不太懂的外贸SOHO，需要那么多小语种版本网站到底要干嘛？不少人觉得建了站就能月收多少多少询盘，做白日梦呢吧？指望有询盘？给你建十个小语种版本网站又怎样呢？询盘直接10倍爆了？呵呵。

先把英文网站seo做好才是王道，后面慢慢再加都可以，或者学习用个Wordpress多语言插件试试。

坑7：你不拥有内容版权

和服务商签合同之前，一定要仔细再仔细地阅读条款，确保自己拥有网站和SEO内容的版权，而不是服务商。

这一点，就跟建好网站只给你后台登录账号密码，却不给你FTP账号的坑是类似的。你只能去用，但是不给你下载整站的源码文件，你不能做程序上的获取和修改。那么牵制着你，只能年年在建站公司那里续费，交维护费用。毕竟你只能去使用，却并没实质拥有你的网站完全的控制权。

坑8：技术牛逼，拥有谷歌SEO独门技巧

如果服务公司这么跟你说，基本上90%的概率是在忽悠你。技术再牛逼的谷歌SEO专业人士，也要不断调整和改进策略和技巧，以适应不断定期改进的谷歌算法。

另外，这个圈子里，基本上没有什么绝招一说。牛逼的策略和技巧，国外的SEO大神早就分享出来了。而国内的话，少数有点名几个在国外专业SEO网站上发表过一些英文文章的，也没见新创出什么新特奇的牛逼优化策略。

由于缺乏差异性，SEO服务商或操作人员可能会尝试某些“技巧”来尝试使网站获得更好的排名。其中的一些技巧和技术，可能会有效一段时间，但是SEO其实就像是一场军备竞赛。你排名比别人好，别人会认真研究你，然后很快就重新超过。

所以，老老实实读透，理解谷歌官方的优化指南，做好站内和站外SEO，才是正途。

坑9：给你用国内域名商和主机商

其实接受过那么多外贸人咨询，回答过几百个关于建站优化推广的问题了。但仍然让我不敢相信的是，很多外贸网站还是在国内注册购买的域名和主机。这显然是很不合适的，这一点会直接影响到访问者打开你网站的速度。在DNS解析速度、线路访问带宽以及稳定性方面，显然跟国外差很远。

让外国访客打开你的网站时能够快速打开，这是SEO中非常重要的一个环节。就算你网站做得再好看再吸引人，8秒钟内还没加载出来，可能访问者就没有耐心了。而且，Google在排名因素里也很看重网站速度。速度快的网站能给访问者更好的体验，在排名上会更有优势。

坑10：服务商毫无版权意识

关于版权意识，这一点要特别提醒一下。

之前有个做外贸的学员找的建站优化的服务商，这个服务商是完全的仿站思维。也就是你喜欢什么样的网站，给某个参照网站，帮你仿做出来一样的风格。结果服务商不仅仅页面设计，版面布局等等跟参考网站一样，连对方网站的 Banner 图片和一些文字都 COPY 过来了。可能是以前中文建站搞习惯了，动不动扒个风格仿一下网站，

外国人都会有很强的版权意识，如果你肆意拷贝有意侵权、或者随意侵占别人品牌商标的利益，对方会投诉到你的主机商，会投诉到谷歌，你会受到一定程度的警告或惩罚，严重时谷歌不收录你的网站，主机服务商关闭你的主机。

服务商的品质很重要。虽然这一点看起来是小事，但是成熟负责任的服务商不会让你置身于潜在的风险下。

以上跟大家解释了为什么说涉及到外贸建站、网站Google推广、SEO排名优化等等，水太深，坑太多。其实还有很多方面，一时可能想不全，想到哪写到哪吧。

看了这篇文章，请千万不要让我推荐一个靠谱的服务商什么的，对不起我真的没办法推荐！我只能告诉你要注意的方面，怎么选取，这都是你自己的事情了。

接下来说说外贸人的理解误区。花钱找人做就好，自己做甩手掌柜

很多人的想法是，我把这个活包给你了。你是专业的，我不懂，我只负责出钱就行。帮我解决这个问题，做好这个项目，其它的事情我没时间去管，也不想管。

做 SEO，十分重要的一点就是你必须亲自参与，很多方面要跟服务商充分沟通。如果没有足够的沟通，也没有专人负责整个项目的进度跟踪和确认，那么这个项目到后来肯定很难有效果。

你都不关心，我还给你做到90分？60分及格够了，不能再多了，还有其它客户要服务。

急切要看到效果

很多是觉得自己花了钱，就一定要很快看到效果。其实有些SEO的工作是很繁杂的，可能你之前在别人那里建的网站，网站结构不合理，或者有各种各样的问题，服务商需要帮你慢慢修改优化。通常在谷歌上能排到第一页的，除非竞争度的确很低，否则很少会是刚建立收录的新网站。

还有一些外贸人，心里是理解白帽SEO需要时间，但是自己是急性子，所以总是忍不住催促服务商效果，这也给了服务商很大的运营压力。

—“怎么排名还没上来，等了半个月了。”—“抱歉，新网站谷歌收录还要时间呢，另外排名的话做白帽SEO是需要时间的。没那么快的”—“那你给我个准确时间期限，什么时候能看到排名？”—“。。。”

建议降低时效上的预期，而且别把希望完全寄托于网站SEO上，天天做躺收询盘的美梦。

你的网站是你的虚拟资产，是需要细心经营的，用钱能快速提升资产价值的东西，都不长久。所以理解一点：欲速则不达。

不管什么行业都适合做内容营销

之前我写过一篇文章说过：Industrial Use 的产品会更容易做谷歌 SEO 和内容营销。

大多数情况下，Residential use 民用类的产品（日用品，家居用品，快速消费品等），在谷歌上排名的竞

争难度较大，因为第一页几乎都是电商平台。

而后者 industrial use 类的产品，由于在排名上竞争难度低不少，因此比日用品更容易去竞争产品词或产品类别词去排名。而且有些产品很专，应用领域很特定，不了解这个行业的人就完全不了解，所以，它更像一个小的细分领域。

可以这么说，Industrial use 类的产品相对来说，更适合去做优化和内容营销，获得质量更好的流量，进而转化成有效询盘。

并非是说所有的 Residential use 的产品都难以通过SEO内容营销的方式将自然流量转化成询盘，我认为有一部分产品是这样的。比如，大多数日用品大路货，价值低又没有体验度，社交平台企业号产品传播不动**慢，*终用户也不太热衷去搜索的产品，这些做SEO靠内容营销拉流量转化询盘的方式，效果不是很理想。

当然，Residential use 的产品里，还是有很多类产品适合的。比如数码产品，智能家居，电子类产品，本身很有体验度，也容易在社交平台上传播，这样的话建站引流转化询盘等等都是可以的。比较好的例子有很多，我就不列举了。

不过内容营销并不好做。因为：

你自己写，没有一定的功力和充分的时间，你写不出 10 篇以上高质量的英文文章。

其次，你外包平台上找写手来写，光试写手和筛选写手就要花费很多时间精力，写出来的质量，可能完全让你失望，内容质量完全不如现在谷歌上排名很好的网站上的文章。

另外，写的内容方向也很重要，需要做关键词研究和搜索需求的分析研究，然后考虑写什么内容能产生搜索的流量。如果写一大堆没有人感兴趣没人搜索的文章，也是白费力气。

基本上，我所认识的英文B2B网站上内容营销做的好的，基本上都是自己坚持做的，不少是机械行业。文章大部分都自己写，一小部分外包。自己写的文章让老外修改润色，花了很大的精力在内容创作这一块。都起码坚持做了一两年以上，逐渐看到网站流量稳定提升，每个月自然产生的询盘也逐渐多了。

我为什么没花太多精力做内容营销？

首先我这个行业，国外公司写的资料比我更详细。其次，我低值易耗品完全靠走量的，过来的询盘通常问5箱10箱的量，问题是我一般走海运集装箱，都是装几千箱的。实在这类询盘没法做。也找过原因，优化过，针对大批量批发的或进口的改用过批发，进口类的词，但结果是询盘几乎没有，这我也没办法。

一是因为确实没有足够的关键词数量级和足够数量的高质量的页面，排名难做上来；二是因为我精力主要用在主动开发的客户上。

而且这类快速消费品大批量的进口，专业买家找寻供应商的方式主要还是通过展会，B2B平台，社交平台等等，直接搜某一个产品或产品类找到个网站就发询盘的情况，还是比较少。

而特定用途的机械或机电产品或者其它工业品，由于内容更稀缺新鲜一些，如果你能坚持产出高质量的内容，那么逐渐就变成类似于细分领域的**站，情况比快速消费品要好很多。

自己不去积极引流

现在社交平台特别多，Facebook小组，instagram，Quora 等等很多平台都可以引流，你自己不去了解，指望服务商能帮你发布内容引流吗？虽然可能有少数私人或小规模工作室的服务商可能会帮你去做这么具

体的服务，但是99%的服务商不会帮你做的。

你需要自己重视社交平台的流量，去用文案、图片、有创业的视频，配合内容营销去多积极把流量导入你的网站。

站外引流和内容营销虽然都很难，但如果你有决心，还是可以慢慢做起来的，就是需要不断努力学习和坚持。

当然，这有机会成本。同样的时间精力，你也可以用来花在开拓业务，增加销售人员上。所以，如果立志在营销层面发力，不如专门招个人来专门做推广优化。

高质量外链虽然难获取，但不是一定不可获得

企业网站这种类型的网站，页面数量太少了，加上产品页，一共才几十个页面，页面收录量的数量级太低，页面质量上来说比较低。因为很多页面结构是类似的，比如产品页。

所以只能想办法去多做内容营销，围绕自己的产品、行业、服务、技术要点等各方面写有长度有深度的文章。所有的文章全部要围绕你的产品，行业或者服务内容来写。

然后站外的部分，就是不断挖掘有价值的外部链接，当然这是非常难的一步，高质量的网站一般不可能你给链接，甚至都不会理睬你。这个社会价值需要互换，发展也是需要双赢。你给对方增加了什么价值？对方凭什么给你外部链接呢？所以这些方面才是值得思考的。

你想在谷歌排名的众多竞争对手中脱颖而出，只靠关键词是不行的。它只能保证你优化的方向没错，靠站内SEO也完全不够，因为跟你竞争同行站内SEO很多都做得更好，所以这些方面你很难直接拉开差距。而如果你多几条高质量的外链，就相当于去应聘，手里多了几张有分量的行业知名人士的推荐信，很可能就让你直接超越其他竞争者。

但是当然难度是很大，不过如果你能写出高质量篇幅又充分的 Killer Post 向行业内有较高权重的网站投稿，获取文章内页的外链，也是一种方式。另外，辅助多从社交媒体上用内容营销引流和转发，获得评价。

不重视视频资源的产出

视频这几年来成为外贸网站SEO优化的非常重要的内容。全球 13亿人使用 Youtube，YouTube 和 Facebook 上的视频播放数量统计数字这两年飞速增长。

谷歌也更加关注视频，并将其置于搜索结果页 (SERPs) 中。如果你已经打算做一些网络营销方面的推广，那么 youtube 视频千万不要忽视。

你可以尝试性地录一些短视频：比如公司介绍、产品演示、生产环节、质量控制、产品选购建议、甚至客户参观公司的一些片段集合。然后在其他分享社交媒体平台 Facebook，Twitter 和 LinkedIn 上分享视频，获取流量和公司网站的链接。

比较价格，我要更便宜的服务商

中国人不得不说，确实十分信仰性价比这个词。

你要知道，提供真正有益的SEO服务的公司，永远都不可能就花几千块就可以做到。因为这是一个劳动十分密集的过程，需要持续的管理，人工成本不会低的。

所以，如果你确信找到的服务商有不错的技术，足够的英文优化背景，很不错的客户案例，你也了解过买过服务的客户了解过真实评价。如果价格真的比其它服务商贵不少，我只能说，那贵的是有道理的。而你如果像比较普通商品这家贵那家更便宜去选择服务商，*后你可能吃亏*多。因为你交了不少钱，*后没有什么有价值的东西。

还有一种常见的问题是，要不要外包给老外做SEO呢？比如印度人。

外包给印度人做SEO

我邮箱里经常收到印度人的开发信，大多数都是帮你做SEO提高排名。

印度人在软件外包行业确实是全球知名的，因为他们的成本低，只是欧美人力成本的三分之一，又普遍说英语好沟通。好的印度SEO团队是有的，技术并不差，而且价格不会很便宜。

但是你能找到的，大多数是便宜的，基本上服务和质量都很一般的，而且做事情喜欢拖延、不太细致。你要知道，专业服务这回事，没有什么便宜实惠一说。

不过，印度人报价方面还是比国内良心很多的。至少国内那什么中企动力，随便建个普普通通的企业网站报价几万块，真TM醉了。

排名上去了就安逸了

相信上面说了那么多，你不应该有这种一劳永逸的想法了吧？排名是动态的，这阵子排第一页，不代表一直排在第一页。有可能谷歌算法一更新，你的排名大幅下滑了，或者有其它网站做了很多优化工作，排名超过了你。

所以，做谷歌SEO需要坚持、长期去做。有正确的优化思维，有一定的技术基础，付出足够的努力，才可能有回报。而不是付出一点点努力，就觉得应该有回报。

好了，上面说的是常见的理解误区。下面谈谈更重要的一些方面。

除了SEO服务之外，你还应该为哪些东西付费？专门的SEO书籍和培训

基本入门书籍其实我已经推荐过了。当然，有时候你学习没有主动性，那么你可能需要报一些高质量的培训。这类的谷歌SEO培训有很多，培训水平根据讲课的人水平，是否真的实战，也良莠不齐。如果不清楚，暂时看看书，如果英语基础还行，那么 Google 和 Youtube 上文字和视频也有很多内容你可以自己学习。

自己懂一些基本的 SEO，这样起码能够和服务商更有效率地沟通，能基本地判断服务质量的优劣