

银川的新公司如何在360上面做网络推广

产品名称	银川的新公司如何在360上面做网络推广
公司名称	银川市兴庆区好搜信息服务中心
价格	6000.00/个
规格参数	360:银川360 360:银川360网络推广 百度:银川360网页设计
公司地址	银川市兴庆区中山南街宁报集团商务信息大厦1206
联系电话	18209514085

产品详情

着陆页策划对于竞价员而言，一直都是头疼的事情，而且特别考验我们对于用户需求的把握。

所谓成也着陆页，败也着陆页。没转化、对话成本高等等，大部分皆由着陆页而起。

那为什么都身为竞价员，它的着陆页就转化那么好，而我的就那么低呢？所以，今天我们就来着重探讨下：银川本地服务怎么在360上面做推广？需要提供那些资质？如何通过着陆页来实现转化的翻倍增长？

通常一个卖货的着陆页都离不开三大元素：

- 1.产品线索
- 2.营销线索
- 3.视觉线索

产品线索

百度和360搜索怎样做推广更有效？在整个着陆页面中，产品价值是核心主线，所以在策划之前，我们需要想清楚：我们的产品是什么？我们的产品人群是谁？它能解决用户什么问题？用户为什么要买我们的，而不是同行家的？因为不同的产品会面向不同的人群，而且现在很多搜索引擎都在讲究一个用户体验的问题。所以，在策划前我们需要想清楚：产品的核心功能及面向的人群，才能更好地去提炼产品卖点进行包装。在此，根据过去的经验，我总结了四点常规的可以体现的产品线索：功能价值、故事价值、场景价值和竞争价值。

01怎样将自己的产品通过360和百度推广出去？

功能价值放在第一来说，是因为，无论是什么时候，用户购买一个产品本质上都是很关心这个产品能满足我们什么样的具体需求的。比如：购买营销培训课程，是为了满足我自身能力的提升，实现工资涨幅或职位提升的一个需求。比如：购买净水器，是为了解决现在水质不干净，实现让水质更干净卫生的需求。那么，我们在着陆页中就要解决用户这一问题：我们的产品可以给用户提供什么样的实用价值？

不仅描述了产品的核心卖点，并告诉了用户我可以满足你什么需求，你为什么要买我的产品。

那如果说找不到自己产品的核心卖点怎么办？或者说我不知道这个卖点是不是用户真正想要的？

建议在前期找产品价值的时候，我们可以使用李叫兽的营销梯子理论搭出产品的属性、利益、心理利益、价值观后，再根据用户需求，产品阶段，竞争情况来定，我们应该在着陆页主打什么：

属性：产品的功能是什么？

利益：对用户有什么好处？

心理利益：可以帮用户实现什么目标？

价值观：用户为什么会在意这个目标？

每个人对产品的理解，认知不一样，可能会导致最后搭出的梯子不太一样，这个都没有关系，我们在搭建梯子的时候，也需要根据用户的需求，市场的情况来综合。

02故事价值

一个好的故事胜过千言万语的苦苦描述。所以，在设计着陆页时，不必都是千篇一律的核心卖点，不妨尝试着给产品包装策划一个动人的故事。故事的素材要和产品相关，品牌相关，企业相关，创始人相关等等。为什么农夫山泉销量那么高？不就是因为它对产品的情怀嘛。

通过英国著名插画师Brett Ryder（其实也没有几个人知道Brett Ryder是谁）创作的春夏秋冬图案，并作为矿泉水的外包装在宣传，详情页主打卖点是：来自长白山莫涯泉低钠矿泉水。所以，他们的详情页就结合了英国著名插画师Brett Ryder和长白山的故事来制造话题和宣传点。故事最大的价值是：更具想象感，用户接受度更高，更具有传播性。

03场景价值

为什么需要在产品详情页内突出：场景价值？其实，有时候并不是我们的产品不够好，或者说我们的页面不够完美，而是用户根本不知道怎么用！或者说对于产品的使用概念很低。

比如某面膜，如果我单纯地跟你说：我的产品很棒，采用xx技术，xx材质，锁水更好，你未必会买。

做百度推广和360推广需要多少钱？但如果我跟你说：现在我们处于一个高压社会，每天都会加班熬夜、对着电脑，会使我们的皮肤很脆弱，就会形成肤色暗沉、干燥脱皮、出油长痘、毛孔粗大等症状。

通过营造一个场景，是不是代入感会更强？然后紧接着再突出每个女生都会产生的情况，她会对产品产生好感，从而产生尝试的欲望。

04竞争价值导购网站能在百度和360搜索上面推广吗？

我们挖掘产品卖点，布局使用场景，最终都指向同一个目标，即是，我们要告诉用户，我们很好，买我买我

银川的一家本地企业，没有网站，怎么在360和百度上面推广？需要做网站吗？但在现在产品同质化严重的情况下，我们除了从产品功能、服务本身去提升我们的竞争力，还可以从产品、品牌的附加值去体现。例如：

产品销量：证明我们卖得好