

# 奇虎360武汉总部 湖北360公司 武汉360

产品名称	奇虎360武汉总部 湖北360公司 武汉360
公司名称	武汉奇好科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	武汉市东湖开发区民院路以西龙安港汇城A单元18层1号
联系电话	027-65386360 15327154450

## 产品详情

奇虎360武汉总部 湖北360公司 武汉360 我们主要来说下第三种方式，首先还原一下一个用户的过程，从展现-点击-浏览-咨询-套电-预约-报名这个漏斗行为是逐级减少的，每个环节都有相应的转化率CVR。我这里举了一个例子，就是说1个报名需要2个预约—10个套电—20个咨询—90个浏览—100个点击—3000次展现，这是一个反向过程，这每个环节的转化率可能跟你的行业、你公司团队口碑自身情况有关，大家但凡做了SEM的都可以把自身这每个环节转化率标记出来。我们还是以教育为例，比如一门课程报名费（客单价）3万，要达到ROI为5的比例则CPA不要超过6000，最终CVR（报名/点击）可以以品牌词为界限，为什么把品牌词作为标杆，（因为品牌词是转化率最高的），假设是1%，那其他词根一般不会高于这个，这样我们反推得出最高CPC，也就可以参考关键词最高出价基准线。有的公司负责人或者老板动不动就会说提排名，他出200你就出300，打压气势，但是你知道别人公司各环节转化率吗？人家出200，最终转化率下是可以使这个词达到ROI标准的，但是我们自身公司后端转化率不会一下大变啊，你要出个300，连品牌词最好的转化率都在1%，那等于这个词即使最好的情况下转化成本也在3万了，当然咱们不说那种一次中招的长尾词，那是100%的转化率。武汉360推广 武汉360公司 武汉360代理 武汉360开户 武汉360推广开户 武汉360搜索推广 武汉360推广代理 武汉360推广电话 武汉360代理商 武汉360搜索公司 武汉360推广代理商 武汉360分公司 武汉360公司电话 武汉360公司地址 武汉360推广分公司 武汉360搜索分公司 武汉360搜索开户 武汉360搜索代理 湖北360搜索推广电话 湖北360代理 湖北360推广代理 湖北360搜索推广开户 湖北360搜索推广 湖北360分公司 十堰360推广 襄樊360推广 随州360推广 荆门360推广 孝感360推广 宜昌360推广 天门360推广 鄂州360推广 黄冈360推广 黄石360推广 咸宁360推广 荆州360推广 潜江360推广 仙桃360推广

我们说的是一类词根的平均转化率。所以针对大家属于前端的sem人员，虽然后端的网站以及客服转化，甚至是包括公司口碑等情况都会影响到整个cvr，但是我们一般是先假设后端是平稳的，也就是说网站不会大动，后端客服也不会这个月突然好，下个月就死的很惨的转化率，除非是说员工大的波动。所以一般大家都会总结出后端的咨询转化率，我们要调整的就是前端。这里也有一些基本的数据指标，比如刚才提到的ROI，以及点击对话率大致在3%-5%，知道各环节的转化率，我们要做的就是数据反推。知道我们最高的关键词出价范围，有了基准线我们就好对其他词进行调价了。一、关键词价格调整策略1、就是根据词性强弱来出价，强词性自然出价高，反之亦然。这就要考察大家对关键词搜索需求的把握，知道哪些词代表哪些人群处在哪个需求阶段，离你的成交距离是近是远？从大类上来说，我们把关键词分为不同大的种类，比如品牌词，竞品词，核心词，通用词，人群词，行业词等，这里我只是举个例子。还是拿教育来说，比如：XX培训哪家好>XX培训>XX>学什么有前途，针对账户里大量的词，我们要做的就是不

停的细分需求下去，这样的出价才合理。这里提醒下大家注意，部分核心词虽然词性强，但属于流量词，要根据消费、展现、点击以及CPA成本综合出价。2、根据匹配，也就是一般来说匹配和出价成反比。尤其要注意到一些词性强的词，你往往给高价，又遇到是一个长尾词，你又给了个宽的匹配模式，那一般就会出现低价词匹到高价词上去，得不偿失。这个是比较常见的现象。3、根据地域转化强弱出价。因为有的公司跑的是多地甚至全国地区，而且大部分关键词又相同，除了账户里本身有个分地域出价，有不少是单独拉出复制计划出来跑这样好统计调整，所以根据地域转化强弱出价也是依次递减模式。4、根据账户情况。有不少是多账户跑的，那不可能几个账户出价匹配都一样，一般来说都是按主的账户高价抢排位匹配小一点，副的低价匹配宽一点去拓量。5、根据时段和终端。这个就是好的时段可以提高点出价，就是拉时段系数比例，另外PC和YD端也是要区分开来跑的。6、根据预算。这个好理解，预算不足当然价格低点。7、根据排位。我们一般查看关键词报表都是查看这个词的展现点击消费以及转化，很少注意到这个关键词的排位，关键词的排位是我们出价的依据，比如为了增加消费，我们想到会提价，但是怎么提价，提哪些词呢？这个排位就用上了，一般是按照排位这列升序，看一下排位低的这些词是否出现了属于你的业务核心词而且展现量低的又是因为你出价低导致的，那就得调回一个合理的价格了，这里就涉及到卡位，比如筛选排列为3-7位，近一个月展现量低于20，筛选词根是强词性，出价低于40的，这些词就是考察一个SEM人员是否做到位的情况，天天讲拓词增加消费连账户里本身的好词都没调整好还谈外部引入吗？8、根据转化。最根本的就是转化了，这个就是按照大家每天都要做的各项报表来调整的，提醒大家的是要根据转化成本来看，自己心里有个卡尺，不然一些词仅仅花了一点钱，你觉得转化不好就调低，总得给这些词一个转化的机会。说完出价，接下来我们来谈谈匹配方式。二、关键词匹配方式调整策略我们知道一个账户最理想的情况下只有一种状态那就是精确，这样就不会造成乱匹出现浪费，但是这不可能的事，武汉360推广 武汉360公司 武汉360代理武汉360开户 武汉360推广开户

武汉360搜索推广 武汉360推广代理 武汉360推广电话 武汉360代理商 武汉360搜索公司 武汉360推广代理商 武汉360分公司 武汉360公司电话 武汉360公司地址 武汉360推广分公司 武汉360搜索分公司 武汉360搜索开户 武汉360搜索代理 湖北360搜索推广电话 湖北360代理湖北360推广代理 湖北360搜索推广开户 湖北360搜索推广 湖北360分公司 十堰360推广 襄樊360推广 随州360推广 荆门360推广 孝感360推广 宜昌360推广 天门360推广 鄂州360推广 黄冈360推广 黄石360推广 咸宁360推广 荆州360推广 潜江360推广 仙桃360推广

就出现了各种匹配模式，有精确，短精，短同，核心和广泛，那什么词该给什么样的模式呢？<span="">1、根据关键词长度，匹配模式跟关键词长度成正比。这列数值没有的大家请点开推广助手的右上方有个设置按钮调出，我一般的设置为按照账户里字符长度先从第一个维度卡位，比如6个字符以下是精确，6-12是短精，其他的按照这个理论延伸下去。就是说匹配模式跟关键词长度成正比。2、根据词性。这个其实是根据账户的预算也有关系，就是说词性越强的转化率高你是希望多消费多来量的，那就是匹配模式宽些。3、根据账户。这个也提到过，毕竟有多账户，主账户模式小一点抢排位，副的宽一些，具体的就是按照字符长度来弄。比如说主账户8个字符以下是精确，那副账户就可以4以下是精确。4、根据账户展现/点击/消费来调整。就是说同样的字符个数下关键词展现点击消费是不一样的，我们可以把一些在字符长度维度下本身是精确的模式下，但是展现量非常低就可以拓宽了，反之也是一样的，这个时间维度可以拉长些。5、根据转化。转化差的匹配模式小点，其实说到这里，今天的分享也差不多。不管是出价还是匹配，都可以根据推广助手各维度筛选数值进行卡位设置。比如关键字长度为8-12字符，展现量大于20，词根是哪里好，出价小于40，时间维度是3个月，设置为一个批量合理的匹配模板，可以加入高级搜索模板系列，出价也是一样卡位设置，批量调完后回头再细微调整一些异常词。 湖北武汉360搜索推广总代理-

武汉奇好科技有限公司 360推广负责地区：武汉、十堰、襄樊、随州、荆门、孝感、宜昌、天门、鄂州、黄冈、黄石、咸宁、荆州、潜江、仙桃 联系电话:027-65386360

湖北武汉360搜索推广总代理-武汉奇好科技有限公司 联系电话：027-65386360 官网：www.360-hb.com

湖北武汉360搜索推广总代理-武汉奇好科技有限公司 360推广负责地区：武汉、十堰、襄樊、随州、荆门、孝感、宜昌、天门、鄂州、黄冈、黄石、咸宁、荆州、潜江、仙桃 联系电话:027-65386360