

成功实现SEM的十个步骤



最大限度地提高搜索引擎营销的效力

Web始终都在变化和演进着。您的在线营销如想取得成功，您必须做出高效和有效的营销决策，这一点至关重要。通过从容应对未知前景并且采取措施来把握新机会，您将能够驾驭搜索引擎营销。IBM提出十个步骤来帮助您最大限度地提高搜索引擎(SEM)的效力。

1. 无论事物的变化有多快，始终准确了解哪些关键字最热门 — 更重要的是，哪些关键字是有利的 — 以便您给SEM工作分配优先级。

首先，通过发现流程给SEM的关键字分配优先级。您可基于内部通讯和网站来了解最热门的关键字。但是，发现您的受众在搜索产品信息时使用的关键字是更具启发力的方法。

- 审查您的网站访客所使用的有机搜索关键字。使用您的web分析解决方案按转换或销售指标给有机流量排序。然后，使用搜索引擎优化(SEO)工具将这个信息与您针对相同关键字的有机排序信息进行比较。目前未出现在搜索结果排序第一页中高性能关键字将是值得考虑的付费搜索选项。
- 如想驾驭趋势，请勿忽略通过检查关键字发现工具和社会媒体报告来查看受众使用的其他术语 — 即便您的网站中目前根本不包含这些术语也不例外。

2. 立足本地，放眼“全球”。您以盈利为目标的所有竞价(最高竞价、每次行动成本(CPA)或投资回报率)都将被自动换算成当地货币并且保持同步 — 无论发生怎样的金融危机。利用搜索竞价管理解决方案，您可以通过自动的自学习竞价战略及/或手动控制方式来管理和优化SEM活动。最宝贵的解决方案能够支持最全面的全球搜索引擎，允许您只需一个界面便可操作Ask、百度、Google、Looksmart、Microsoft Bing、Miva、Yahoo!及Yandex等搜索引擎。

如果您属于跨国企业，请选择支持多个区域和货币的搜索竞价管理应用。这个选择将允许您跨越多个业务部门和货币来管理竞价和报告工作。如果您将竞价货币设为美元的话，则适当的系统可以动态接入货币信息，始终将您的竞价货币准确换算成当地货币。

3. 使用所有语言。虽然您可能只说英语，但您能够管理任何语言的关键字和广告。

有效的搜索竞标管理工具将允许您的本地分支办事处或代理机构将关键字的英语翻译版本输入到系统中，以便您从这里使用英语版本开展SEM分析和竞标等活动，而系统则使用适当的当地语言版本投放您的广告。

4. 编排整个SEM工作，甚至无需离开您的办公室。将来自每一个国家、代理机构或分支办事处的与您的公司相关的关键数据统统整合到一个易用的执行官显示板中。

如果您属于跨国企业，您在汇聚来自200多个国家或代理等机构的本地PCC报告上面花费了多少时间呢？通过某些搜索竞价管理工具，所有这些流程均可实现自动化。当地办事处、代理机构或产品拥有者只需登录系统访问与他们的组织角色相关的信息即可。同时，您的全球或地区总部可登录系统查看综合显示板。

5. 无缝管理数百万的关键字。

某些搜索竞标管理工具能够通过扩展来支持大量关键字，从而减轻大规模搜索引擎营销人员的负担，包括：

- 管理无限数量的关键字
- 允许用户使用营销活动、广告组、文本、竞价战略或绩效指标(如投资回报率、每次行动成本、销售额、点击次数、印象、每次点击的平均成本(CPC)、当前情况或者按时段等)来过滤大量关键字，以便把精力放在可以管理的子集上面
- 允许用户或单个或集体为过滤掉的关键字集合修改标书、战略或者广告副本

6. 增强说服力 — 优化并且测试您的着陆页面和整个网站。

使用集成的交互式营销解决方案，您可以设计、创建和交付有效的电子邮件营销与web个性化营销计划。

您关键是要选择真正集成的按需解决方案，而不是自己承担起将一家或多家供应商提供的web分析系统与电子邮件营销、测试和个性化工具相集成的重担。

想象一下如果有一个解决方案既允许您分析访客和客户行为，又能帮助您设计和交付更加个性化的、更相关的、更有效的电子邮件和web内容的话，您将能够提高多大的效率呢。您需要的是能够统一一流的web分析、电子邮件营销和web个性化技术，但不会给IT带来负担或者无需复杂的多厂商集成的直观应用。

创建、个性化、托管、链接和跟踪定制的着陆页面和表单，无需IT介入。快速测试网站单元以便优化访客浏览网站的时间、点开次数或其他指标，无需复杂昂贵的测试解决方案便可实现佳绩。

7. 即使您的潜在客户不会立刻购买产品，也会如同中魔般的重复登录您的网站，这便为您实现客户转换创造了机会。

最佳的电子邮件营销解决方案允许您通过几步点击操作来拖放目标客户群、创意和营销提议，从而帮助您确定、编辑和执行个性化电子邮件营销活动。您可以从电子邮件编辑工具中直接接入个性化数据来创建个性化电子邮件内容，免去了集成数据的烦恼。您也可检查邮件是否已经成功递送，以确保您的电子邮件没有被放到垃圾邮件过滤器中。

例如，您可使用此类软件针对最终放弃在网站上购买产品的SME访客基于最初吸引他们前来网站的关键字创建二次营销计划。

8. 准确了解每个渠道应该得到的信用值以及应该把钱花在哪里。

无论您通过多少个接触点(点击付费广告(PPC)、有机或付费方式)来逐渐说服潜在客户，您的搜索竞价管理和分析解决方案都应提供种类繁多的高级选项来帮助所有的接触点转换客户：

- “辅助” — 给能够推动转换流程的关键字分配信用值
- 第一次接触 — 将所有的信用值分配给第一次营销接触活动，例如点击付费广告的点进次数
- 最后一次接触 — 将所有的信用值分配给最后一次营销接触活动，如直接访问

- 最后五次营销共享信用值
- 查看购买过程 — 了解每名客户与各类接触点的互动情况，以便促成客户转换
- 定制归因 — 把每名访客的每次互动都记录下来

然后，您可使用数据来运行自己希望的定制归因算法，例如，给最后一个接触点分配50%的信用值，同时让所有的接触点共享剩下的信用值。

9. 通过网站个性化将每名访客都作为特殊个体对待。

即使您拥有几百万的客户，随着时间的流逝，您也应该了解最重要的25%客户的喜好和兴趣，就像街角商店的店员了解她的顾客一样。网站个性化解决方案将电子邮件受众分割、营销提议和讯息扩展到您的网站，以便客户获得适当的营销提议，即使他们从未登录过网站或者不曾打开过电子邮件也不例外。您还将能够编写web特定的全新个性化规则，例如基于“匿名”访客喜欢的URL、搜索术语、地理位置及其他信息来开展精准营销。

10. 始终将对业务有用的每一个关键字有机地列在第1位。

这将把在线营销人员带入天堂。例如，如果您缺乏面向第10位重要客户的完美解决方案的话，IBM® Unica®可以提供近乎完美的解决办法 — 即通过营销软件和按需解决方案来帮助您更好地了解客户、运行更加有效的SEM计划并且提高投资回报。

关于IBM Unica解决方案

IBM Unica产品作为创新的营销解决方案，能够将您的营销热情转变成业务成绩。我们面向互动营销的全面方法允许全世界的公司了解他们的客户并且基于这些信息通过数字、社会和传统营销等多条渠道与客户展开极为中肯的互动对话。

作为为多个行业提供领先企业系统的公认集中商，我们能够帮助客户完成种类繁多的项目、分析实时信息、为相关利益群体创造可观的价值。此外，我们还为种类繁多的行业合作伙伴内容、服务和应用提供全球支持。

更多信息

如想详细了解IBM 搜索营销解决方案，请访问：
<http://www.ibm.com/software/cn/marketing-solutions/search-marketing-solution/index.html>。

智慧商务：集成方法

IBM Unica产品隶属于“IBM智慧商务计划”。智慧的商务是用于在这个瞬息万变的数字世界中帮助公司为客户、合作伙伴及股东创造更高价值的特殊方法。如想详细了解智慧的商务，请访问：
http://www.ibm.com/smarterplanet/cn/zh/smarter_commerce/overview/。



IBM公司2011年版权所有

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589 U.S.A.

2011年7月制作
保留所有权利

IBM、IBM标识、ibm.com和Unica是国际商用机器公司在美国及/或其他国家的商标或注册商标。这些及其他因为在本文中第一次出现而标记出商标符号(®或™)的IBM术语，均代表在本文出版之际，它们是IBM在美国注册的商标或约定俗成的商标。这些商标可能也是IBM在其他国家注册的商标或约定俗成的商标。关于IBM商标的最新列表，请访问：ibm.com/legal/copytrade.shtml，参见“Copyright and trademark information”。

其他公司、产品或服务名称是各自所有者的商标或服务标记。



请循环使用