

电子商务并非简单的 seo 技术

电子商务这个词应该是 2007 年互联网最hot的词之一，随着阿里巴巴的上市，越来越多的人都聚焦在电子商务这个链条中。从现在情况来看，更多的搜索引擎优化的老鸟们都投身到电子商务这个环节中，本文不是说明方法，而是希望探索一些SEO与电子商务之间更多的一些特性和本质。

对搜索引擎优化，相信对点石比较熟悉的人都有比较清晰的认识。而对于电子商务，很多人认为就是买卖东西而已。这样的理解就导致了很多人做电子商务将搜索引擎优化摆放到一个前所未有的高度。认为只有排名高，就会有产出，或者是砸钱去做，就能 ok. 想想几年前的阿里，当时有很多人将所谓的阿里的优化方式抬举到一个前所未有的高度，认为他们就是电子商务与 SEO 相互结合的优良产物，而在降权风波以后，很多人又认为阿里的方式应该遭到唾弃。但当时模仿阿里巴巴的人何止一个，有那么多站，为什么还是阿里笑到了最后？

如果按照程序中的存储的观点，个人认为，电子商务重要的是整个电子商务环节链条，整个环节分为三个部分，售前：主要完成用户的导入，用户的信息存储，包括对用户需求的满足，换种通俗点的说法，就是说要让用户来到你的页面，然后获得他想要看到的内容，产生购买的欲望。而售中就是一般说的支付、物流问题，售后就是产品的质量问題，以及一些品牌回馈的机制等。

让我们来看看，SEO 究竟在这个巨大的产业链条里能做几个部分，其实就 2 个部分，第一，引导用户进入相关页面，第二，售前的一些品牌的建立与售后的一些反馈的置顶。如果从营销观点 (marketing concept) 来说，SEO 能实现部分组织目标的关键点在于正确确定目标市场的欲望和需要，并且比竞争者更有效地满足了顾客的欲望和需要。但 SEO 不是全部，他只能说是一种手段。要完整整个电子商务环节链条，并不是那么容易的事情。

SEO 与电子商务之间的关系，现在来看，是一种从属关系，SEO 属于营销的一种实施方式，而非营销的全部，因为只有营销的电子商务并不完整，而 SEO 能极大的初始化整个电子商务生物链条的核心底层。所以，如果想靠 SEO 来引导电子商务的朋友，希望能从各个环节去考虑，整体的看待整个营销的方式，将重心逐渐移到营销的顶层，从概念上去诠释整个电子商务，而不是简单的 SEO 等同于电子商务。