

# Yansir9月21日线上直播笔记

2022年9月21日 19:32

**B2B 的精髓是解决问题，而不是单纯卖货。**

纯卖货式网站没有前途，要解决客户遇到的问题。

## 月入 1000+ 的询盘长什么样子？

1. 解决信任问题
2. 解决客户的问题 (questions)
3. 精准了解客户需求 (布道式营销, 博文)
4. 收录数不重要, 外链不是特别重要
5. 案例:

<https://hisoair.com>

<https://ibottling.com>

<https://jingsourcing.com>

## 月入 3.5w 美金的网站长什么样子？

1. 个人站长, 全部网站月入数百万人民币
2. 案例  
游泳池清洗产品  
[www.swimuniversity.com](http://www.swimuniversity.com)  
SAP 营销 (案例不属于知识营销)  
邮件营销带来老访客, 回头客, EDM 自动化

## 为什么 SAP 型网站受 Google 青睐？

SAP 型网站可以从 Google 获得大量流量, 只有 4.8% 的用户点击搜索结果的第二页, Google 是给客户在搜索结果第一页解决绝大多数用户遇到的问题 (problem/questions)

Google 存在的价值: 短、平、快地解决问题 solve a problem

Google 的 AI 越来越智能, 直接抓取问题、视频展示在搜索结果第一页, 甚至不需要打开网站

Google 愿意给 SAP 站更高的排名, 以前那种刷排名的想法已经过时

## 如何做一个 SAP 型的网站？

因为协助 Google 让用户解决了一个问题, 你的网站就会出现在搜索结果第一页, 从而让客

户在

搜索结果第一（页）找到并联系我们，让我们赚到钱

客户搜的词比想象中少（客户并不那么懂产品/行业），产品型号一类的词几乎没人搜，分类词才

有搜索量（产品单页没流量），什么是分类词，比如 xxx 类型的阀门。。。

### 泛领域的词搜索量普遍较高

**\*\*纯卖货网站 B2C/DTC 可以做，但不适合搞批发/传统贸易\*\***

**\*\*B2B 网站本质上是流量贩子，传产品可以体现会员的“价值”\*\***

\*泛领域关键词就是分类比较大的词，比如“xx 阀门 Vs xx 阀门”

用话题写文章或者介绍产品，即可获得流量，培养客户采购意图，获得 maybe to buy 的客户

- Hunting 式营销，点对点营销
- Farming 式营销，养成式营销（泛领域关键词）

### 是不是搜索量越大的关键词越好？

1. 搜索量大的词，不能被短、平、快的 SAP，搜索结果变的扑朔迷离=搜索意图不明确
2. 但凡能排的上名的页面，就是 Google 认为值得排上来的页面  
也即 Google 在第一页解决了搜索意图
3. 让自己的目标和规则制定者的目标保持一致，即和 Google 的 SAP 目标一致
4. Dwell Time，不是停留时间和跳出率，专指用户离开 Google 搜索结果页，去搜索结果网站，再回到 Google 搜索结果页面的时间。终止搜索的搜索结果页查 Dwell Time 时间  
无限长，更受 Google 青睐（该搜索结果成功解决了用户搜索意图，最有价值，Google 不评价用户在该页面的停留时间和跳出率，至少不那么重要）

**\*\*但凡网站能 SAP，它的 Dwell time 明显比对手高，更容易在 Google 获得排名\*\***

靠黑科技刷排名的网站，迟早会因为无法 SAP，Dwell 时长不够长，迟早会跌掉排名

### 怎么做一个 SAP 式的网站？

人人都想要 Ready to buy，但能帮你持续、稳定源源不断带来睡后询盘和收入的，往往是 Maybe to buy。维护现有客户，更要维护潜在客户。

关注商业价值高的分类词，也要关心那些看似没有商业价值，但能被 SAP 的泛领域话题

写博客就是最低成本实现 SAP 的方式，这条路国内少有人走，就算有，要么走错方向，要么一脚一个坑走不到尽头。

### **写博客的方式？**

招聘写手，一个单词 2 美金，2000 单词大概 40 美金。3 美分一个单词，2000 单词大概 60 美金。

写作技巧，标题即 SAP 具体问题，前几个段落直接写 SAP 问题和答案（加粗），最后段落丰富这个话题，提高 Dwell Time 。

### **如何为 SAP 找话题（相亲如何表达自己 rich）**

I 型求婚：“嫁给我，我有钱，老子开宾利”

U 型求婚：“嫁给我，我希望你以后看你任何你喜欢的收藏品不用看价格”

SAP 型表达更关注客户需求，即 U 型，从客户角度考虑问题。