

MARKETING STRATEGY IN THE DIGITAL

全球数字化生态营销战略

followala[著]

HooGege[®] Followala[®]

准备好从竞争中脱颖而出？

1) 定义你的公司

如果你甚至不知道如何把自己定位在你自己的位置上，你怎么能试图把自己置于别人的头脑中呢？要做的第一件事就是了解公司，并对其进行清晰界定。

2) 了解你的目标客户

如果你不知道你的目标是谁，你就死定了 发布空的和一般的消息的公司通常会得到同样空的结果。不要成为一个空的品牌。

3) 定义你独特的价值主张

USP (独特的销售主张) 是定位的关键。不是“新x”的关键，而是一个完全不同的，自己认识的品牌。你将会贡献什么主要价值？他们为什么要用你公司的服务，而不是另一个？这是什么让你的公司与其他公司真正的不同呢？



MARKETING STRATEGY IN THE DIGITAL

全球数字化生态营销战略



Contents

目录

第一章数字化转型下的营销环境

早期营销理论可追溯至美国西北大学教授杰瑞·麦卡锡 Jerry McCarthy 提出的4P理念,即产品(product)、定价(price)、分销(place)、促销(promotion),随着后工业时代到来,以消费者为中心的营销理念普遍受到各界认同,1990年美国营销专家劳特朋(Lauterborn)教授重新设定了市场营销组合的4个基本要素,消费者(consumer)、成本(cost)、便利(convenience)、沟通(communication),这就是以消费者为中心的“4C”理念。大数据时代 Followala提出:“数字营销=(内容平台+数字平台)×大数据运营×营销战略思维的升级”。我们需要理解这个数字化的营销环境,理解数字化消费者的行为特征,并学习领先的数字营销企业的数字化布局。然后,我们还需要对自己当前的数字营销成熟度进行评估,这将是开展数字化变革第一步。

- ◎ 数字环境 (1.1~3)
- ◎ 数字化环境下的营销模式 (1.4~7)
- ◎ 领先者的数字营销布局 (1.8~10)

第二章 4R之 Recognize

数字化客户画像识别与搜索

数字化客户画像识别与搜索可以供应商与采购商需求实现精准匹配,客户画像识别的营销价值转化通过贸易大数据分析全球行业供应商和采购商贸易数据,成交金额,目标在于企业的数字营销精准定位。首先企业能够准确找到最容易产生相应持续采购需求的客户,在恰当的时机精心策划传播渠道设计具有吸引力的传播内容,策划推广活动,提供客户喜爱的产品和服务,实现价值最大化。

从市场竞争的角度,企业应该识别和洞察3个核心主题:
WHO(谁是我的目标用户)、WHAT(他们需求背后的需求是什么)、以及HOW(如何定义自身业务)。

- ◎ 贸易大数据客户分析
2.0~2.11
- ◎ 客户画像关键词分析
2.12~2.23
- ◎ Google客户搜索技巧
2.24~2.36

第三章 4R之 Reach

数字化覆盖与到达

数字覆盖与到达。在Recognize的基础上完成两个要点,用尽可能少的成本精准投放、覆盖到尽可能多的潜在用户。

四级传播覆盖模型:

第一级是你对“粉丝”的传播。也就是你对潜在客户的传播。

第二级是“粉丝”对“粉丝”的传播。也就是当你不在的时候,客户与客户之间在传播你、讨论你。

第三级是专家对“粉丝”的传播。你的“粉丝”当中可能有一些意见领袖,他们有自己的“粉丝”,所以希望你这些意见领袖能够传播你、讨论你。

第四级是专家对专家的传播。每一个专家都有“粉丝”,如果这些专家能够聚在一起讨论你、传播你,那么其威力是巨大的,因为这不仅是数量的传播,还是权威感、信任度的传播。

- ◎ 数字化覆盖与到达概述
3.0~3.4
- ◎ 客户数据库建立
3.5~3.21
- ◎ 邮件营销
3.22~3.57
- ◎ 社交营销
3.58~3.71
- ◎ 搜索引擎优化
3.72~3.98

第四章 Relationship

建立持续关系

Relationship数字化建立持续交易基础是指,数字技术支持下,信息与产品触达到(Reach)后,企业通过各种经营手段(数字与传统),围绕目标客户所建立和保持的持续性互动状态,以此奠定企业与用户间持续的交易基础。建立持续关系目的:第一、让客户记住你是谁,记住你能帮他解决什么问题;第二、让客户容易找到你,不管是线上、线下可以以最便捷的方式获取企业信息,接收信息;企业可以通过建立连接和构建品牌站群、社群与客户建立持续关系。企业的新用户可以够变成老客户,不被竞争对手易挖走。第三、是有带动力,可以以此推动周边产品的销售,持续追销客户。

◎ 建立持续关系概述
4.0~4.5

◎ 企业品牌构建与定位
4.6~4.14

◎ 品牌站群构建
4.15~4.28

第五章 Return

实现交易与回报

如果你想成为市场领袖,你就一定要改变整个市场的思维模式。没有人能够仅仅通过卖产品就成为市场领袖,或者保持市场领袖地位。市场领袖总是通过改变人们的思维模式来改变人们的购买标准。

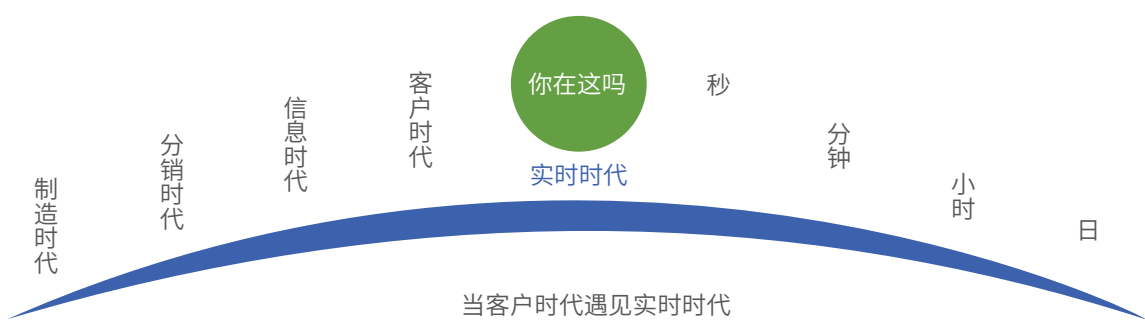
我们一定要聚焦到一群最理想的客户身上——他们最能够享受你的魔术所带来的变化,他们有能力支付你的价格,同时他们也能够给你带来你想要的生活,这很重要。首先找到“鱼塘”,然后通过某种抓潜主张,让“鱼塘”里的潜在客户主动地找到我们,进入我们的营销流程,接着通过不断地给客户提供价值,进行第一次成交,再进行第二次成交、第三次成交甚至锁销。

◎ 营销心法
5.0~5.1

◎ 数字化营销战略导图
5.2~5.6

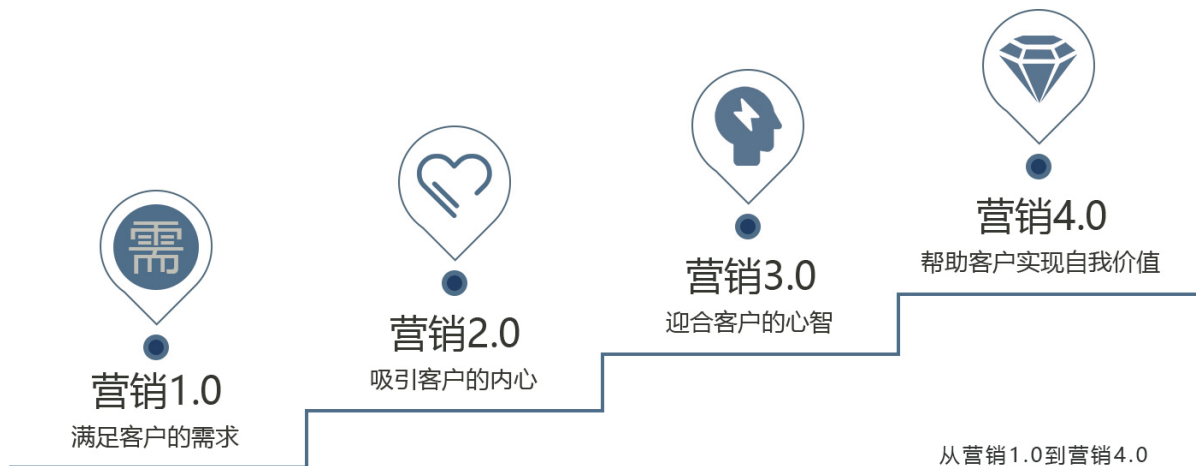
◎ 超高价营销方程式
5.7~5.12

当今的商业已经进入实时时代, 客户决策流程, 动态的市场竞争, 客户反应的时间单位已经从原来的, 日, 小时, 计算跳转到以分钟, 秒钟的碎片化计算, 瞬时+竞争优势在新时代看似矛盾的一对词语开始融合使用, 如企业在一瞬间没有及时地响应顾客需求, 就要面临客户流失, 竞争失败的情景。



在当今数字时代环境下, 信息交换数字化, 客户互动数字化, 数据存储数字化, 对传统商业环境造成了新的冲击。





Followala将营销分为营销1.0、营销2.0、营销3.0以及最新的营销4.0

营销1.0就是工业化时代以产品为中心的营销，营销1.0始于工业革命时期的生产技术开发。当时的营销就是把工厂生产的产品全部卖给有支付能力的人。

营销2.0是以消费者为导向的营销，其核心技术是信息科技，企业向消费者诉求情感与形象。20世纪70年代，西方发达国家信息技术的逐步普及使产品和服务信息更为消费者获得，消费者可以更方便地对相似的产品进行对比。营销2.0的目标是满足并维护消费者。企业获得成功的黄金法则就是“客户即上帝”。

营销3.0是合作性、文化性和精神性的营销，也是价值驱动的营销。和以消费者为中心的营销2.0时代一样，营销3.0也致力于满足消费者的需求。但是，营销3.0时代的企业必须具备更远大的，服务整个世界的使命、远景和价值观，它们必须努力解决当今社会存在的各种问题。

营销4.0是Followala最近提出的观点的进一步升级。在丰饶的社会中，随着移动互联网以及新的传播技术的出现，客户能够更加容易地接触到所需要的产品和服务，也更加容易和那些与自己有相同需求的人进行交流，于是出现了社交媒体，出现了客户社群。企业将营销的中心转移到如何与消费者积极互动、尊重消费者作为“主体”的价值观，

让消费者更多地参与到营销价值的创造中来。而在客户与客户、客户与企业不断交流的过程中,由于移动互联网、物联网所造成的“连接红利”,大量的消费者行为、轨迹都留有痕迹,产生了大量的行为数据,我们将其称为“消费者比特化”。帮助客户实现自我价值,是营销4.0所需要面对和解决的问题,就以价值观、连接大数据、社群、新一代分析技术等为基础行为。

对营销1.0~营销4.0时代进行了综合对比。

从营销1.0到营销4.0

	1.0时代 产品营销中心	2.0时代 消费者定位营销	3.0时代 价值驱动营销	4.0时代 共创导向的营销
目标	销售产品	满足并维护消费者	让世界变得更好	自我价值的实现
推动力	工业革命	信息技术	新浪潮科技	价值观、连接、大数据、社群、新一代分析技术
企业看待市场方式	具有生理需求的大众买方	有思想和选择能力的聪明消费者	具有独立思想、心灵和精神的完整个体	消费者和客户是企业参与的主体
主要营销概念	产品开发	差异化	价值	社群、大数据
企业营销方针	产品细化	企业和产品定位	企业使命、远景和价值观	全面的数字化+社群构建能力
价值主张	功能性	功能性和情感化	功能性、情感化和精神化	共创、自我价值实现
与消费者互动情况	一对多交易	一对一关系	多对多合作	网络性参与和整合

下面是一些关于营销战略的定义

◎ 营销战略是企业选择价值、定义价值、传递价值等一系列活动的组合。

◎ 把营销战略作为企业创造客户价值组合的战略性的工作,所有的工作围绕价值创造展开,营销战略是公司围绕目标客户的细分、定位以及在此基础上提供的营销组合4P工作包括营销的市场细分、目标市场选择、市场定位(STP)以及相关的价格、渠道、促销产品的工作组合。

◎营销战略包括机会识别、客户吸引与保留、品牌创造、营销管理,公司关注外部机会在哪里,如何深挖客户价值、建立营销管理架构,并在此基础上创立品牌。

从「营销漏斗」到「营销飞轮」

对于营销人而言,销售漏斗是再熟悉不过的词,大多数营销人张口便能说出销售漏斗中的关键环节:认知、兴趣、评估、决策和购买。尽管企业在自身发展过程中会不断调整自身销售漏斗,增添环节,但无论如何调整其基础架构和逻辑都不会变化。但销售漏斗存在一个重要问题——它并非以客户为中心。实际上,在传统的销售漏斗当中潜客留资(leads)就像是随着传送带不断移动的统一制式小部件,在其移动过程中会历经各种场景、发生各种行为。客户如今已成为内容和营销工作中的关键推动力。但若不以客户为中心,营销中付出的努力可能会白费。如果将一个具有社交爆点但ROI低的内容战略比作一个硬币的话,传统销售漏斗指导下的营销可能会收获一堆硬币。接下来,我们将介绍一种全新的销售模式——「飞轮」。

什么是「飞轮」?

飞轮不仅是一个隐喻概念,也是一种真实存在的工具。飞轮是一个绕轴的圆盘或轮子,具有多种工业应用,能为多种现代发明如汽车、船舶提供、增强、储存及稳定动能。克罗格公司总裁、著名管理专家吉姆·柯林斯在其著作《从优秀到卓越》中阐述了「飞轮效应」:要推动一个重达5,000磅的巨大飞轮,起初会非常艰难,但若持之以恒,摩擦力便会逐渐减小,到某个时候会发生质变,飞轮开始飞速转动,势不可挡。对于营销而言,飞轮是个绝佳的隐喻。因为营销并非受单一因素影响,营销的势能需要通过各方面的不断推动,逐渐积累。理想状态下,营销和销售应按照同等路径开展。营销所产生的势能、留资和收入并非源自某一单个渠道、内容或活动,而是长期积累的结果。

以客户为中心

不同于「漏斗」,「飞轮」十分重视客户,将其置于其中心位置——轴心。客户是「飞轮」的轴心,并将「飞轮」分为三部分,分别代表客户旅途中的吸引、参与和愉悦三个阶段。每个阶段创造能量并传递给下个阶段,如愉悦阶段最终会反哺吸引阶段。其他倡导者也将「飞轮」分为营销、销售和服务三部分,客户处于中心位置。「飞轮」每部分会推动下一部分前进,不断循环,但始终围绕客户转动。

客户是「飞轮」模式的最重要部分,而「漏斗」却并不认为客户能反哺,帮助实现额外的增长和参与。因为「漏斗」并未将客户的重复购买纳入考虑,故而通过其新客获取的势头会逐渐消减,难以发生质变。

让「飞轮」转动起来

「飞轮」的势能大小是由三大主要因素所决定的：

- 1. 重量** 飞轮的重量与势能成正比，重量越大，其势能越大，越不容易停止转动。在营销语境中，「重量」可类比为卓越的客户服务体验。通过传递卓越的客户服务体验，品牌能建立口碑，为营销和销售传递价值，提升留存率，创建良好的声誉和品牌形象。
- 2. 转速** 飞轮的转速取决于前期推动的次数。在营销语境中，「飞轮转速」取决于营销团队传递内容的多寡，触达潜在客户所选的渠道，以及内容传递带来的留资数量。
- 3. 摩擦力** 摩擦力越小，飞轮越容易转动。在营销语境中，「飞轮」摩擦力降低的要点在于提升客户满意度并保持销售、营销和服务同步发展。若销售业绩欠佳，拉低营销势能时，或者提供的服务欠佳，造成客户流失时，「飞轮」速度将会放缓，影响企业业务发展。但若「飞轮」各部分实现同步发展，互相促进，摩擦力便会降低，保持高速转动。



漏斗模式



飞轮模式

销售、营销、服务齐头并进

「营销飞轮」模式固然有诸多优点，但在实际工作中如何协调跨部门工作，实现同步发展，推动「飞轮」高速转动呢？除文化、领导力和跨部门间的沟通协调外，能确保营销、销售和服务协调并进的可操作技术也十分重要。

客户的互动参与对企业十分重要。营销和销售的最终目的在于为客户创造更好的体验。「漏斗模式」并未认识到客户服务对于提升留存、品牌形象及建立更紧密的客户关系的重要性。

再见！销售漏斗。你好！生命周期营销



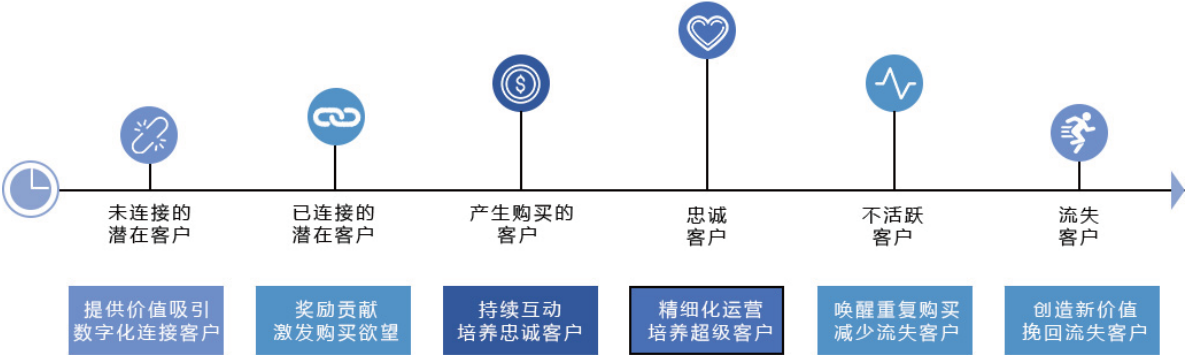
销售漏斗作为经典基础理论在营销界被广泛应用，但你是否知道销售漏斗问世已有90余年之久吗？销售应如何通过「漏斗对一个宽泛普通的概念进行压缩」，引导消费者/客户完成「从关注到兴趣，再到购买的阶段性跨越」。换言之，要想让消费者/客户完成购买，销售需要引导消费者/客户从销售漏斗最初的认知 (Awareness) 阶段，过渡到兴趣 (Interest) 阶段，再跨越到渴望/决策 (Desire/Decision) 阶段，最终进入购买 (Action) 阶段。

为何销售漏斗不再适用？

对于绝大多数销售漏斗而言，通常需要结合一些销售或营销战略来促使消费者/客户完成购买，如：采用激进式的销售战术促使消费者/客户进入购买阶段；运用紧迫和稀缺性等概念向消费者/客户施压，使其产生焦虑从而购买；通过捕捉并利用消费者/客户的情绪，如希望、恐惧、痛点或梦想等，令消费者/客户产生对商品或服务非买不可的情绪。但近年来，消费者/客户越来越抵制这些类型的销售方式。在消费者/客户眼中，这类销售方式往往与欺骗、奸猾等负面印象挂钩。对于企业而言，这类销售方式或会导致消费者/客户的流失。Rutgers Business Review在其发布的消费者偏好调查报告中指出：「尽管高压战术能为企业带来立竿见影的短期销售业绩。

但从长远看，对消费者、销售和零售商是不利的。因易引起消费者不适，高压战术一直备受指责。在消费者眼中，这类高压战术往往被挂上不公平、算计和或不道德的标签。

客户全生命周期管理



■ 围绕用户生命周期，识别客户购买旅程，加速促成购买行为

告别销售漏斗，拥抱生命周期营销

生命周期营销 (Lifecycle marketing) 这一概念是由营销行业先驱Ardath Albee首次提出，她认为消费者/客户周期价值的获取是不可或缺的一环，只有打好这一基础才能赢得并留着消费者/客户。生命周期营销与销售漏斗相差甚远：销售漏斗的目标是获客和赢单，简单粗暴。销售漏斗各阶段界限清晰，单向性明确，消费者/客户只能按照认知、兴趣、欲望/决策、购买的方向前进，其目的便是尽快赢单，消费者/客户的购买体验并不是其关心的重点。

生命周期营销的目标在于吸引新客，并与消费者/客户建立长期互惠的关系。生命周期营销的核心在于赢得并创造信任。消费者/客户不会感到被算计、施压或忽视等。生命周期营销如何精准映射真实购买旅程？如今消费者/客户掌握的信息量是历史上任何阶段的消费者/客户所无法比拟的，科技的进步给予他们更多渠道进行调研、消费和购买。Element Three发布的当代消费者调研报告指出，约60%的千禧一代在购买高客单价的商品或服务前会在第三方或产品网站上浏览评论；BigCommerce研究表明，仅9.6%Z世代在实体店进行购物，且令人意外的是，Instagram和Snapchat竟是Z世代的主流购物平台。互联网的发展，赋予了消费者/客户更多购买决策的话语权。一味地将拥有更多信息和话语权的消费者/客户置于单向封闭的销售漏斗中已不再适用。

领先者的数字化营销布局

信息作为一种资产,目前还处在“早期使用”阶段,这就意味着,如果企业能够专注于数字转型,就可以让自己在竞争当中脱颖而出,成为行业领先者。因此,数据与分析的战略优先地位不容置疑。

在企业的数字化和转型进程当中,数据与分析是关键催化剂。然而遗憾的是,迄今为止,在所有出口企业的成文战略当中,明确提及数据与分析,将其视为创造企业价值的根本要素者还不到20%。

“每个行业当中的领先企业都将数据与分析作为自己的竞争利器。”

Followala预计,现状很快就会发生变化。到2022年,90%的企业战略都将阐明,信息是关键性的企业资产,分析是不可或缺的能力。

“数字经济正在迅速兴起,一家企业必须让自己的决策更加迅速,更加富有前瞻性,才能在全新时代当中立足。数据与分析负责人必须深度参与企业的战略规划,以确保数据与分析能力被整合到最高层级、面向所有人的企业计划当中。

强化数据与分析讨论

要让数据与分析战略成为出口企业常规性的研讨话题。无论在哪个行业当中,企业领导者都必须高度重视数据与分析能力的建设和使用,后者是竞争当中的有力武器,运营当中的加速器,创新当中的催化剂。

“数据与分析将成为企业战略的核心,企业必须高度重视并大力投入。”

然而,许多企业依然难以摆脱传统商业模式的束缚,其业务流程对数据与分析重视不足,阻止了其潜力的充分释放。还有一些企业虽然意识到了这巨大的潜力,但是却无法进行必要的文化转变,或者无法对信息管理和各种先进数据的分析技巧和技术进行足够充分的投资,因此也就不能兑现潜力。

搜索

从企业的角度讲,许多年来数字营销人员,一直在持续推进B2B搜索引擎上优化成效,实时搜索引擎和B2B优化始终是企业增加访问流量的重要渠道之一。然而随着更快的计算机处理能力及搜索计算的提升,通过搜索引擎查找能够在几秒钟内帮助企业与找到目标客户详细信息,极大地提高了业务效率,同时也加快了企业对客户数字化信息的覆盖,对于企业SEO工作而言传统的优化网页效果正在减退。

电子邮件营销

尽管在过去几年中,社交媒体网站吸引了营销人员的大部分关注,但是电子邮件仍然是消费者中使用最多的平台。它无处不在。每个人都拥有它,最重要的是,每个人都使用它。此外,移动设备,目前已被大多数全球消费者拥有-在美国成年人中87%拥有手机-提供了一个方便的方式来检索电子邮件。

这意味着您需要构建电子邮件列表。而且越大越好。

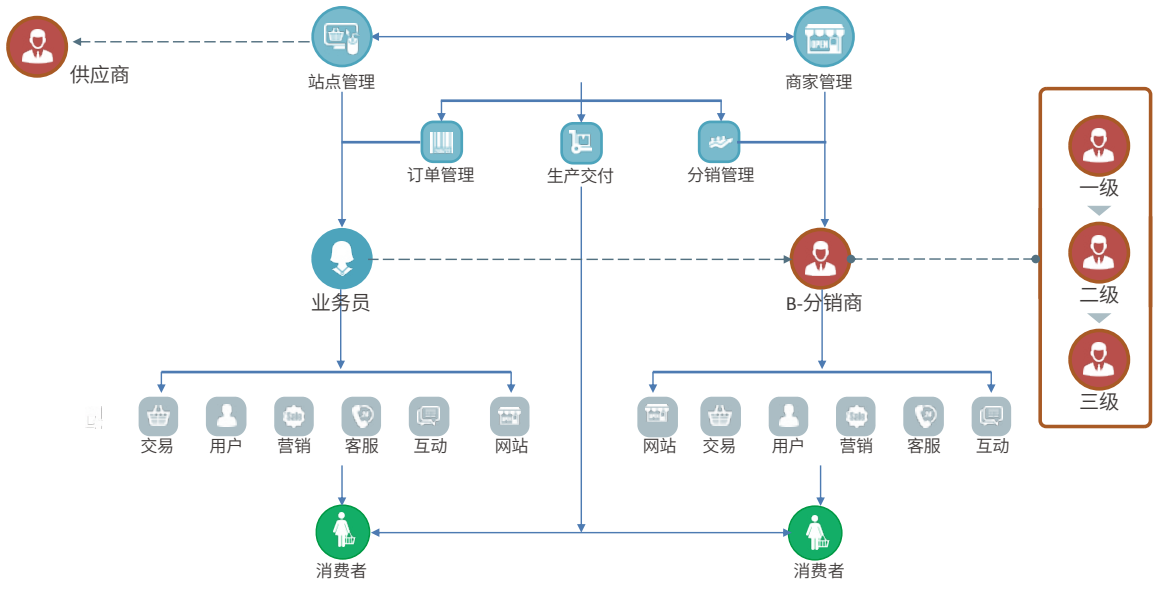
您的列表越大,覆盖范围就越大。同样重要的是,外部因素对该范围的影响很小。如果您的网站被Google取消了索引,您仍然可以联系您的列表。如果您的社交媒体帐户遭到黑客入侵,您仍然可以通过电子邮件向客户和潜在客户发送电子邮件。如果主机因长时间中断而停机,您仍然可以在几分钟内与您的听众保持联系。

社交媒体

社交媒体是数字技术给企业提供的能够更深入更便利地与客户进行沟通的渠道,是数字时代培养品牌忠诚的工具,在如今的数字时代,企业必须超越依赖于信息传递的客户关系,建立能够互相沟通,互相理解信任的社交关系来培养品牌亲和力。

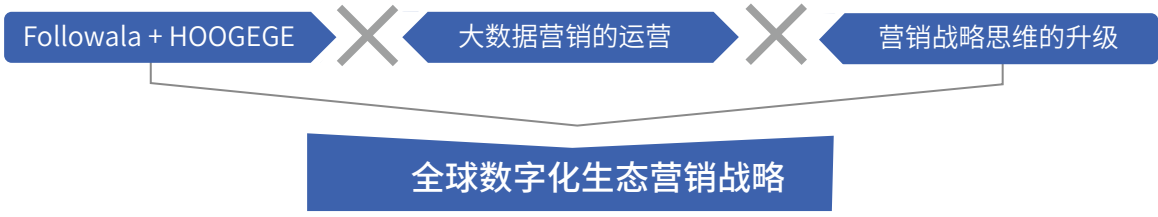
SEO品牌生态站群

品牌生态站群是品牌在互联网上的核心阵地。通过搜索等方式导入的流量,大多数都会指向品牌生态站群,品牌生态站群已经成为数字消费者最主要的信息来源,还具有帮助企业做客户吸引、客户营销、客户服务的实体业务功能。作为商业组织的数字旗舰店、信息展示中心以及在线分销体系,品牌网站必须扮演多种角色,培养新的销售线索,服务现有客户,让客户销售和采购更简单。



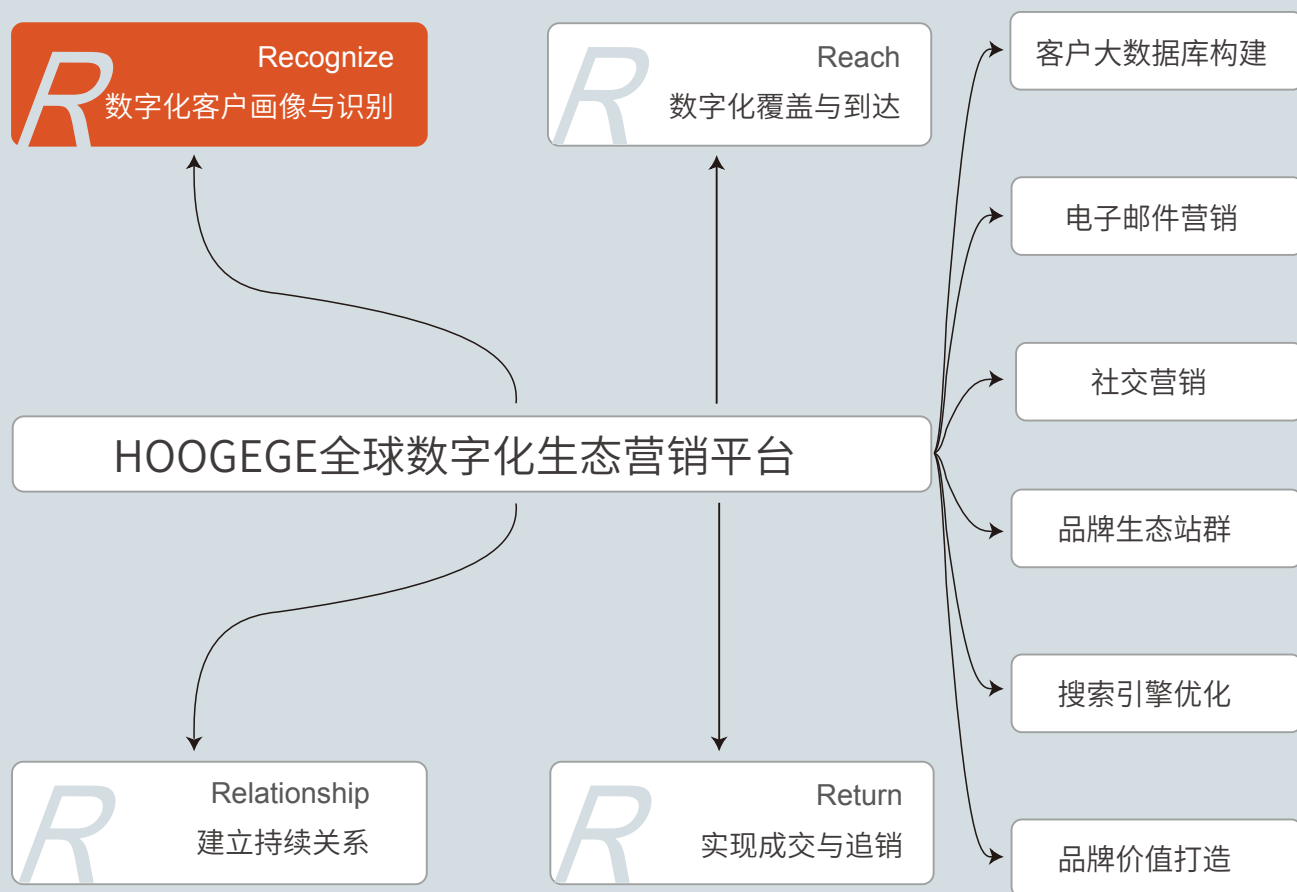
大数据

Followala 全球B2B社交平台+HOOGE全球数字化营销平台,可以帮助企业快速开展营销而不需要购买并维护的B2B平台。



4R之Recognize

数字化客户画像与识别



让营销更为有效:实现客户画像精准匹配

营销如同寻找恋人,效果不理想本质上就是没能找到对的人在对的时间、用对的方式说对的话。HOOGE客户画像搜索就是帮助企业更准确地找出最容易成交的客户,精心策划活动设计持续的(传播/沟通内容),并使双方持续成交(客户价值管理)。

什么是数字化客户画像

指客户所在的市场细分领域,企业定位,这些元素有效理解与深入洞察能够让我们分析出客户的诉求,与其进行有效沟通。比如品牌商,品牌产品销售商,应用商,其它服务商等。同时也能帮助CEO和CMO有效理解客户的需求、痛点甜蜜点,为之后制定有效的营销战略打下坚实的基础。

客户画像的商业价值转化

经常困扰CEO或CMO的一件事情是:经过精心策划的营销并未能达到理想的效果,而有时却能收获预期之外的销售业绩。因为营销部门普遍被看作成本中心,是花钱的部门,而花出去的钱到底有多大作用,没有人说得清楚。正如沃纳·梅克那句话言:“我知道我的广告费有一半是浪费的,但我不知道浪费的是哪一半。”我们希望我们的营销计划更为精准有效,提升营销投资回报率(return of marketing investment)。其实广告的费用无非就是目标客户、渠道选择、投放时机、传播内容四者没有形成良好的匹配,所浪费的费用无出其右。在大数据时代下,知道我们的广告费浪费的是哪一半成为可能,因为大数据客户画像是实现这四者精准匹配的基础。

无论营销如何进化,总有一些不变的核心,而将这些核心工作做极致,企业的营销便能有质的飞跃,这其中就包括了需求管理:一个成功的营销战略需要做到准确的STP(市场细分、目标市场与市场定位)。而大数据客户画像恰恰是完成这些关键工作的基础,通过对客户的需求洞察与预测,帮助我们从营销的未

通过HOOGEGE贸易大数据来定义客户画像

搜索采购商名称, 分析采购商名下合作的供应商、采购产品、每年采购金额、采购季节、目的港、起运港、成交单价、数量。

搜索

按公司搜

symmons

检索时间段

2015-01-01

-

2020-03-03

清空

搜索

公司列表 > 报表

采购国家分析

交易伙伴分析

产品分析

年度贸易分析

交易圈

图表分析

显示

20

页结果

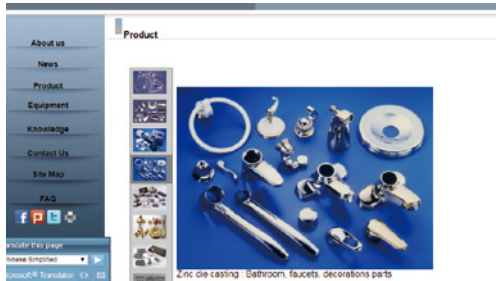
搜索

确定

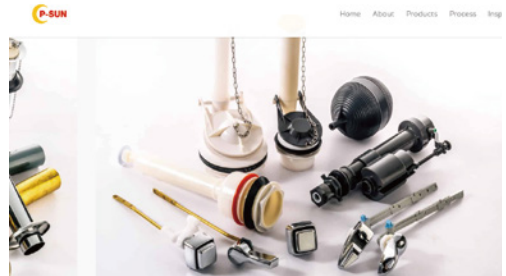
合并	企业名称	国家	进/出口	频次	数据源国	收藏
	TWI INTERNATIONAL TAIWAN INC	Taiwan(china)	export	114	United States	收藏
	P SUN INTERNATIONAL CO LTD	china	export	111	United States	收藏
	ORAS OY	Finland	export	98	United States	收藏
	LOTA CORP	china	export	91	United States	收藏
	NCIP INC	Hong kong(China)	export	81	United States	收藏
	SOLEX HIGH TECH INDUSTRIES CO LTD	china	export	74	United States	收藏

企业名称	国家	进/出口
Twi International Taiwan Inc	Taiwan	Export
P Sun International Co Ltd	China	Export
Oras Oy	Finland	Export
Lota Corp	China	Export
Ncip Inc	Hong Kong	Export
Binho Industrial Co Ltd	China	Export
Shanghai Vilbosch Manufactory Co Ltd	China	Export
Solex High Tech Industries Co Ltd	China	Export
Geann Industrial Co Ltd	Taiwan	Export
Ncip Inc	China	Export
Binho Industrial Co Ltd	Taiwan	Export
Nikles Tec Italia	Italy	Export
P Sun International Co Ltd	Taiwan	Export

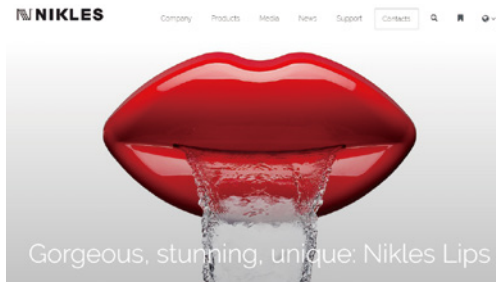
symmons公司部分供应商构成



向TWI International Taiwan进口水龙头配件(高价值)



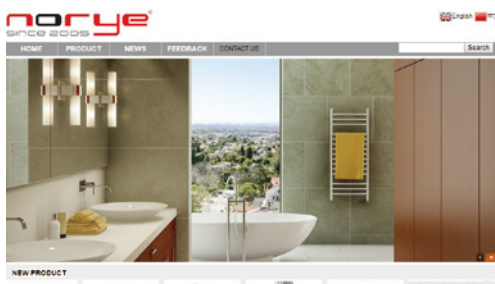
向P SUN INTERNATIONAL进口下水产品



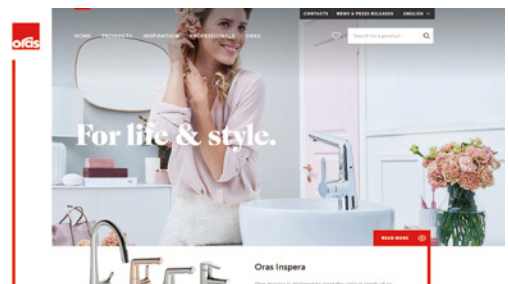
向意大利NIKLES TEC ITALIA进口水龙头(高价值)



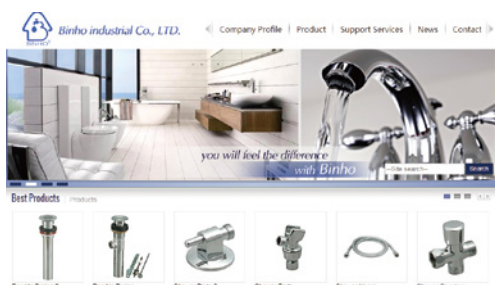
向台湾GEANN进口精密配件



向中国Norye hardware进口安全卫浴(低价值)



向芬兰Oras Inspira进口水龙头(高价值)



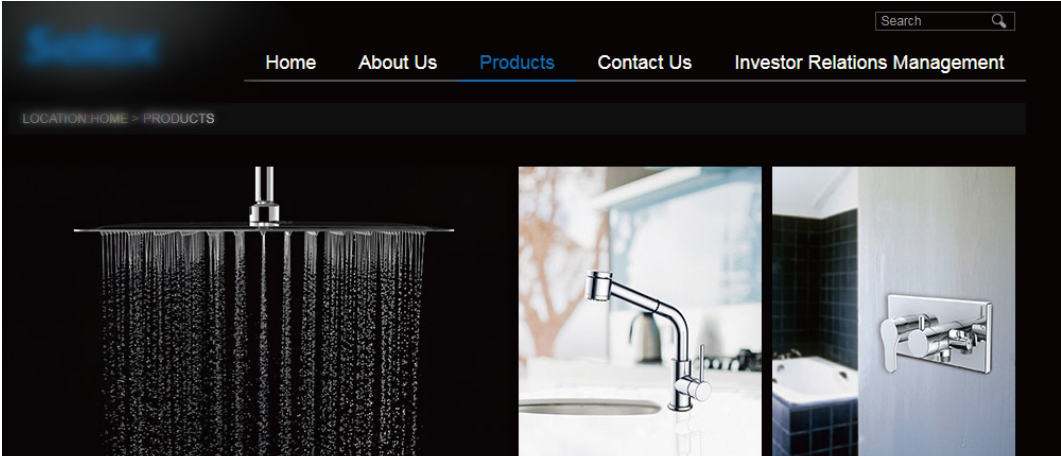
向中国BINHO INDUSTRIAL进口配件



向中国GULL KITCHEN进口水龙头配件

HOOGEGE贸易大数据搜索供应商名称

分析供应商名下合作的全球采购商、供应产品、每年销售额、出货频率、目的港、起运港、成交单价、数量。



以搜索***High-Tech部分采购商为例：

按公司搜

Faucet High-Tech

Q

检索时间段：

2015-10-01

 -

2019-03-11

←支持搜索三年的数据

公司列表 > 报表

图表分析

显示 50 项结果

搜索: 确定

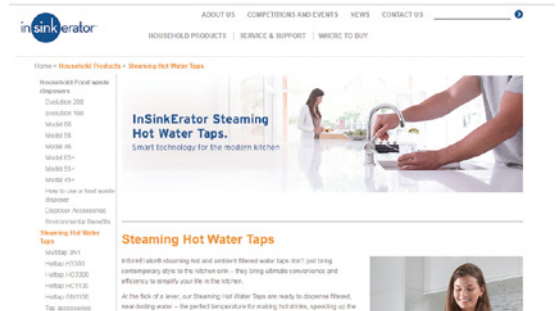
☐ 合并	☒ 企业名称	☒ 国家	☒ 进/出口	☒ 频次	☒ 数据源国	收藏
☐	WATER PIK INC	United States	import	30	United States	收藏
☐	POWERDIRECT ENERGY	United States	import	24	United States	收藏

企业名称	国家
Water Pik Inc	United States
Powerdirect Energy	United States
Symmons 275 Bodwell	United States
Evolve Technologies Llc	United States
In Sinkerator Division	United States
Symmons 31 Brooks	United States
Spectrum Brands Inc	United States
In Sink Erator Division	United States
Liberty Hardware Mfg Corp	United States

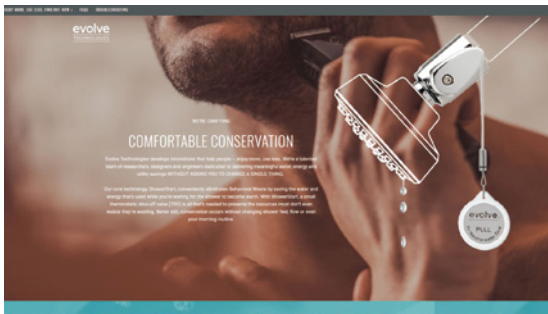
***High-Tech部分采购商剖析



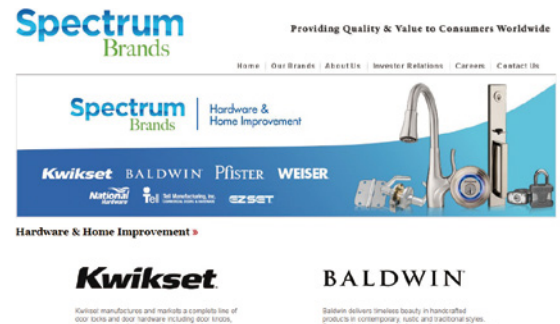
WATER PIK INC 主营业务:Dental Cleaning Pet cleaning Shower Heads



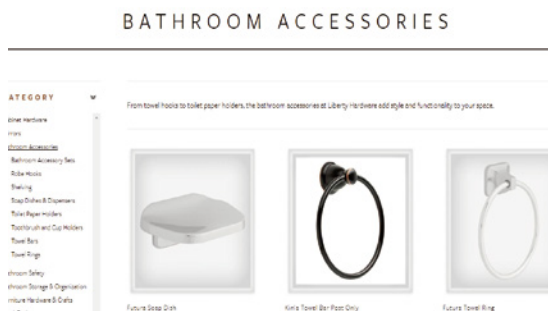
IN SINKERATOR DIVISION Household products and faucet



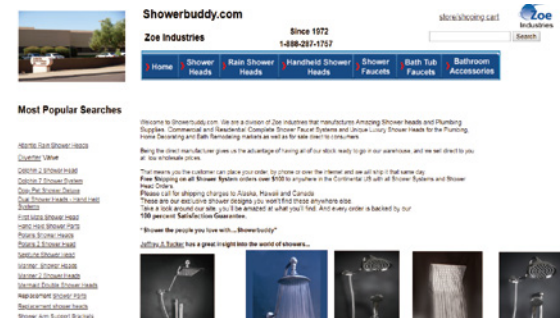
EVOLVE TECHNOLOGIES LLC 一款showerheads



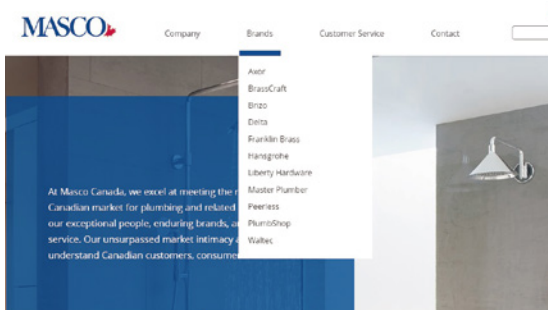
SPECTRUM BRANDS INC 各类杂货



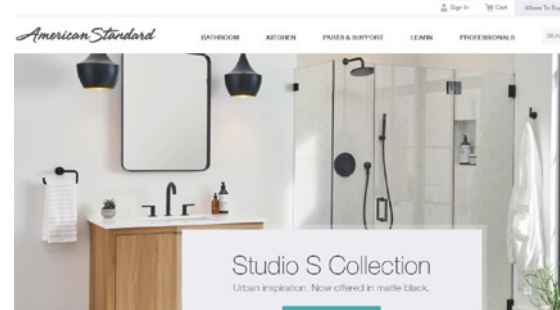
LIBERTY HARDWARE MFG CORP 浴室配件销售



ZOE INDUSTRIES INC 行业低端市场批发



MASCO CANADA LTD 行业高端市场批发



AMERICAN STANDARD INC 全球领军企业

HOOGEGE 贸易大数据部分国家交易明细

Ukraine 进出口交易明细

India 进出口交易明细

Indonesia 进出口交易明细

Mexico 进出口交易明细

Colombia 进出口交易明细

Sri Lanka 进出口交易明细

Peru 进出口交易明细

Chile 进出口交易明细

Ecuador 进出口交易明细

Russian Federation 进出口交易明细

Costa Rica 进出口交易明细

Uganda进出口交易明细

United States 进口交易明细

Pakistan 进口交易明细

Argentina 进口交易明细

Panama 进口交易明细

Britain 进口交易明细

Ethiopia 进口交易明细

Guatemala 进口交易明细

Paraguay 进口交易明细

Vietnam 进口交易明细

Bolivia 进口交易明细

Uzbekistan 进口交易明细

Kenya进口交易明细

HOOGEGE贸易大数据主要作用

进口商特点分析

通过采购商不同国家的供应商分析,了解不同产品供应商的特点,正确定位企业的客户群体。

监控同行

通过公司名称全球搜索分析同行出口到不同国家的金额/数量/国家,跟踪同行最近出货情况,把握同行最新出口量价变化/出口区域变化,及制定市场策略。

跟踪价格

通过采购商名称查询跟踪同行出货价格变化/分析各国家价格变化趋势对共同客户的同行,特别要注意该同行的价格变化,和客户谈判中占据主动地位。

通过产品名公司名 HS编码 多语言关键词 搜索贸易数据

搜索

按产品度

furniture

或

HS编码 (建议输入6-8位HS编码, 前4-6位编码国际上基本一致可参考)

多语言翻译

家具

-

Мебель

-

Mueble

-

Meбni

-

Nội thất

翻译

1

多语种翻译有助于您快速准确的检索到您想要的内容。

检索时间段

2019-03-03

-

2020-03-03

清空

搜索

"furniture"产品检索列表, 根据产品名称搜索发现222个国家或地区, 其中采购商共计60656家, 供应商共计53701家

出口商、进出口及贸易商 可按国家搜索

显示

20

项结果

搜索

Search

比如:搜索china

确定

序号	国家	采购商数量	供应商数量	贸易商数量
1	United States/美国	23343	1886	查看
2	Britain/英国	9993	1135	查看
3	Russia/俄罗斯	4643	1412	查看
4	Ukraine/乌克兰	3774	1155	查看
5	India(QG)/印度(全港)	3176	1973	查看
6	Ethiopia/埃塞俄比亚	1767	0000	查看
7	Sri Lanka/斯里兰卡	1291	0233	查看
8	Vietnam/越南	1213	2522	查看
9	India(MM)/印度(孟买)	1072	0000	查看
10	Mexico/墨西哥	0837	0337	查看
11	Spain/西班牙	0589	1828	查看
12	Pakistan/巴基斯坦	0568	0056	查看
13	Germany/德国	0507	2173	查看
14	Panama/巴拿马	0447	0239	查看
15	Peru/秘鲁	0420	0057	查看

进口商列表可以根据进口频次、进口总次数、产品进口率、贸易国家数、贸易伙伴数来进行排列

显示

10

项结果

搜索

按公司名搜索

确定

序号	企业名称	进口频次	进口总次数	产品进口率%	贸易国家数	贸易伙伴数	收藏
1	AMERICAN FURNITURE WAREHOUSE	4074	6744	60.41	13	233	收藏
2	PKDC LLC	1686	2414	69.84	13	216	收藏
3	EUROMARKET DESIGNS INC	4193	29222	14.35	25	197	收藏
4	COASTER CO	2921	3901	74.88	13	197	收藏
5	LIVING SPACES FURNITURE LLC	4890	7673	63.73	11	160	收藏
6	NOT FOUND	2081	182102	1.14	1	126	收藏
7	IKEA SUPPLY AG	4760	72529	6.56	11	87	收藏

贸易数据提供国及订单详情

United States 进口交易详细

日期	2020-02-28		
提单号	YMLUW430204033		

商品描述			
HS编码	940350		
商品描述	WOODEN BEDROOM FURNITURE EXCEPT SEATS OCEAN FREIGHT COLLECT SHIPPER S LOAD AND COUNT 2 X 40 HQ CONTAINER - 380 CARTONS OF KD WOODEN FURNITURE. AS PER PO 11484WOODEN BEDROOM FURNITURE EXCEPT SEATS OCEAN FREIGHT COLLECT SHIPPER S LOAD AND COUNT 2 X 40 HQ CONTAINER - 380 CARTONS OF KD WOODEN FURNITURE. AS PER PO 11484		
	翻译		

目的港、起运港、成交单价、数量

采购商			
采购商	COASTER CO (查看联系方式) 🏠 收藏	采购商地址	OF AMERICA 12928 SANDOVAL STREET SANTA FE SPRINGS CA 90670 USA CONTACT BING XU
原始采购商	COASTER CO. OF AMERICA	原始采购商地址	12928 SANDOVAL STREET,SANTA FE SPRINGS CA 90670 USA,CONTACT BING XU,
包装信息			
重量	11904	重量单位	KG
数量	380	数量单位	CTN
材积	0.0000	材积单位	
集装箱			
集装箱号	BEAU4826929,BMOU6836216	集装箱参数	
集装箱长*宽*高	4000*900*800,4000*900*800	集装箱类型	45G0,45G0
运输航线			
船名/航班	YM UNICORN	航次	043E
船所属国	TW	起运港	58309, KAO HSIUNG
卸货港	2704, LOS ANGELES, CA	运输方式	10

企业名称 负责人 电话 邮箱 网址

联系方式

自市联系

参考联系

1	2	3	4	5
公司名称:	COASTER CO			
地址:	12928 SANDOVAL ST			
电话:	562-944-7899	网址:	http://www.coasteramer.com	
Fax:		Email:		
联系人 1	职位: Management Information Systems Manager	姓名: John Lee	电话: 562-944-7899	邮箱: johnlee@coasteramer.com
联系人 2	职位: MIS Network Manager	姓名: Wesley Jacobsen	电话: 562-944-7899	邮箱: wjacobsen@coasteramer.com

IGP ENGINEERS 印度密封件紧固件供应商

贸易国占比

中国供应商

AE进口商

交易伙伴分析

进口:对从该搜索公司进口产品的目标客户进行分析



选品参考

Amazon供应商详细交易数据查询

获取 122000+ 产品、Amazon 进仓详细交易数据，输入产品关键词或品牌名字获取海量亚马逊 FBA 接收数据，包含所有发货日期 发货公司 货柜大小 产品名称 重量 金额 数量 产品 ASIN 码等一切你想要的。

通过搜索amazon com inc 公司 选择合并所有美国的 amazon com inc 的结果

Hoogege

QY 贯通

我的收藏

13586

全球搜索

搜索

按公司搜

amazon com inc

检索时间

2018-03-03

-

2020-03-05

清空

搜索

"amazon com inc"公司列表 根据公司名称搜索共匹配352条

执行合并搜索

显示 50 项结果

搜索 United states

☒ 合并	国家	企业名称	收藏
☒	United States	ABE8 AMAZON COM SERVICES INC	收藏
☒	United States	ADDRESS AMAZON COM SERVICES INC	收藏
☒	United States	AEVIA IDEAS INC CO AMAZON COM	收藏
☒	United States	AIKAN ARTS CO ANAZON COM SERVICE INC	收藏
☒	United States	AKCA01 AMAZON COM CA INC	收藏
☒	United States	AKUS01 AMAZON COM SERVICES INC	收藏
☒	United States	ALL MATERIAL HANDLING INC AMAZON COM KEN FORGIN	收藏
☒	United States	AMAZING ENERGY WORLD CO AMAZON COM AMAZON COM SERVICES INC	收藏
☒	United States	AMAZON AMAZON COM SERVICES INC	收藏
☒	United States	AMAZON C O ULTRA DRY AMAZON COM SERVICES INC	收藏

合并	企业名称	国家	进/出口商	频次	数据来源国	收藏
	CENTURY DISTRIBUTION SYSTEMS	China	export	7411	United States	收藏
	CENTURY DISTRIBUTION SYSTEMS SHENZ	China	export	3031	United States	收藏
	CENTURY DISTRIBUTION	China	export	2247	United States	收藏
	TRIDENT LIMITED	India(QG)	export	1849	India(QG)	收藏
	VJIT RETAIL PRIVATE LIMITED	India(QG)	export	1817	India(QG)	收藏
	CENTURY DISTRIBUTION SYSTEMS SHE	China	export	629	United States	收藏
	CENTURY DISTRIBUTION SYSTEM SHENZH	China	export	356	United States	收藏
	CENTURY DISTRIBUTION SYSTEMS INC	Thailand	export	322	United States	收藏

[Hello, Sign in](#)
[Account & Lists](#)

[Deliver to Los Angeles 90012](#)
[Today's Deals](#)
[Gift Cards](#)
[Whole Foods](#)
[Sell](#)
[Help](#)

[Amazon Prime](#)
[Prime Video](#)

[Live Day](#)
[Get It by Tomorrow](#)

[Eligible for Free Shipping](#)

Free Shipping by Amazon

customers get FREE Shipping on orders over \$15 shipped by Amazon

[Amazon](#)

Vampireira 78266 Scare B&B - Exclusive
by Vampireira

★★★★☆ - 155

\$159.97

[Prime](#) Get it as soon as Tomorrow, May 1

FREE Shipping by Amazon

[More Buying Choices](#)
\$34.99 (6 used & new offers)

Product information

Style:4 Figure Vampireira B&B Exclusive

Product Dimensions	7.5 x 22.5 x 15 inches
Item Weight	6.65 pounds
Shipping Weight	6.65 pounds (View shipping rates and policies)
ASIN	B07CKYN6KV
Item model number	78266
Manufacturer recommended age	3 - 10 months

搜索 地区选择 **B07CKYN6KV** 型号 1件商品 (最多输入6个字符或数字, 最多6个商品链接上最多1件商品)

产品品牌 中文 别名 品牌型号 海关编码 品牌名

品牌名称输入后, 您将获得品牌名称下所有品牌型号商品和所有品牌型号商品。

创建时间 2013-04-10 ~ 2015-04-30

"B07CKYN6KV"产品比较分析: 跨境电商平台卖家美国5个主要地区, 其中亚马逊美国2家, 沃尔玛美国2家

显示 21 ~ 商品共

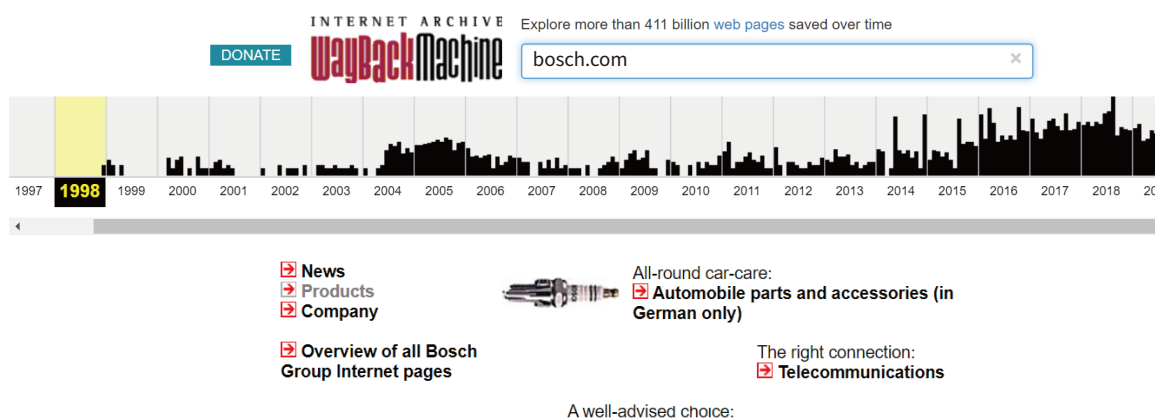
序号	国家	品牌名称	品牌名称	品牌名称	品牌名称
1	United States	0001	0000		品牌名称

2019-03-02		BVEGAS ITEM RLCPIVS ITEM BLGJT2K ITEM	United States	0	15202	585	
2019-03-02	520300	PJ MASKS DELUXE TALKING OWLETTE FIG URE ...	United States	0	4597	754	
2019-03-02	950300	51 CARTON 371.28 KGS 4.79 CBM PO 466CTWJ...	United States	0	7691	673	
2019-03-02	220210	WATT EQUIVALENT SO	United States	0	15202	585	
2019-03-02	420100	PUPPY DOG PALS BATH	United States	0	4597	754	
2019-03-02	860110	USB POWERED COMPU	United States	0	7691	673	
2019-03-02	854110	VIEWSONIC VA2466M	United States	0	15202	585	
2019-03-02	950210	PJ MASKS SUPER MOO	United States	0	9065	2519	
2019-03-02	420292	DSL R AND LAPTOP BACKPA CK ORANGE INTERIO...	United States	0	9246	951	

通过企业网站剖析客户画像

随着时代的进步,营销模式的变化,企业产品不断迭代更新,在不同的时期,通过企业网站特点,判断企业决策者的信息化水平,例如1998年已经有企业网站的公司,2012前开始品牌化营销战略的公司,2015年设计的网站就能满足移动端客户访问等,当企业拥有全球化生态站群等这些元素都能说明企业决策者的信息化水平,同样一个企业网站的产品布局,销售模式的布局,一样能反应一个企业在行业中的水平。

比如:通过 web.archive.org/ 发现 bosch.com 公司网站的变化



2012年实现全球数字化生态品牌站群布局

Choose your country / region

Africa

Algeria | English | French | Portuguese

Burkina Faso | English | French | Portuguese

Comoros | English | French | Portuguese

Angola | English | French | Portuguese

Burundi | English | French | Portuguese

Congo (Dem. Rep.) | English | French | Portuguese

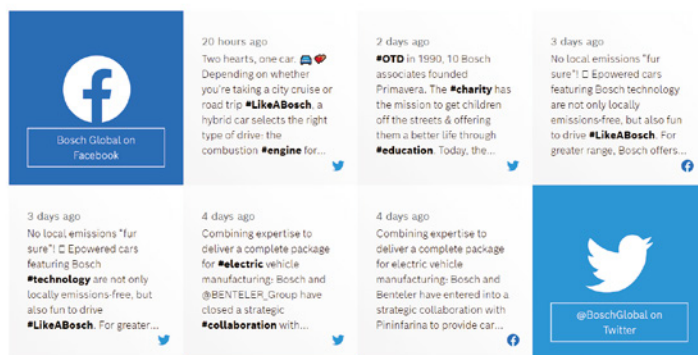
Benin | English | French | Portuguese

Cameroon | English | French | Portuguese

Congo (Rep.) | English | French | Portuguese

2018年实现数字化社交布局

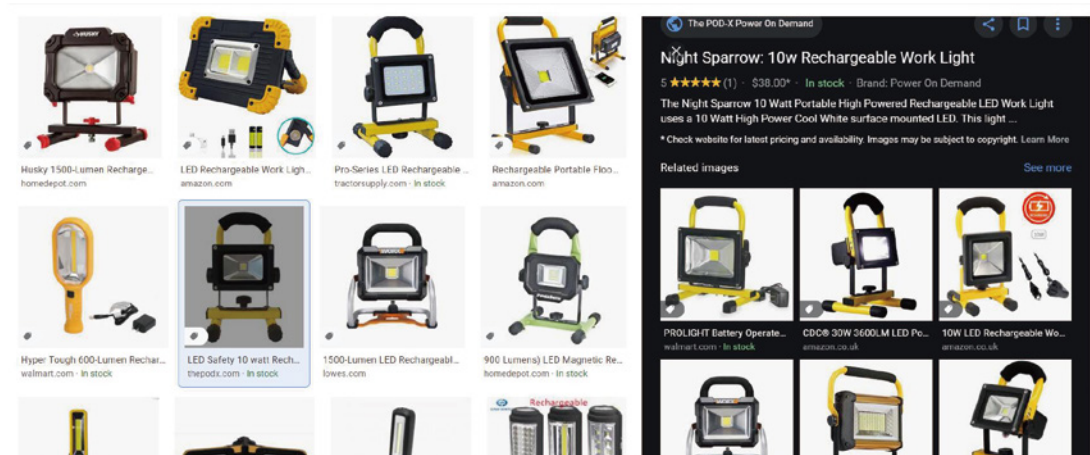
Bosch on social media



通过Google图片搜索不同国家语言的产品关键词定义你的客户画像

我们搜索关键词rechargeable work lights为例, 定义thepodx.com为汽车修理工具相关的客户画像, 根据客户画像关键词组合可以搜索到更多精准的的客户网站。

例如搜索Rechargeable Work Light [Order Status](#) Jump Starters (Order Status 是证明thepodx.com为批发零售商, 最明显的特征关键词)



以下是常用的客户画像特征关键词

品牌商特征关键词

Dealer
Warranty
Brand
Store Locator
Where to Buy
Story
Collection
ENGLISH DEUTSCH FRANÇAIS ESPAÑOL
相对品类较少

工厂特征关键词

Design
Equity
Certification
Technology
Capabilities
相对侧重工厂工艺和材料

批发零售商特征关键词

Clearance
Price Sale
Brand
Shop
My Account
Warranty
Supply
Distributor
Checkout
New Arrivals
Stock Stockist
Reviews
Testimonials
相对品类较多

其他特征关键词

project
Hire
Rental
Retail
Make Model Year
Solutions
custom made
INDUSTRIAL
Wholesale
Payments
Applications
Categories
Promotions
Customers
highest quality

Nightsearcher.co.uk worklights 客户画像剖析 (批发商)



Automotive



Solar Lights



UV Lights



Outdoor Sport Lights

LIGHTING FOR PROFESSIONALS

NIGHTSEARCHER produce high quality professional lighting solutions. Through our reputation for innovation, quality and reliability our product range has grown to meet the changing needs of our customers.

In-house research and design department allows us to fully develop lighting products to suit all customer application requirements.

Currently we produce the most powerful rechargeable portable LED floodlight in the world. This innovative technology replaced inefficient generator operated halogen based lights, eliminating heat, weight, emissions, fuel and trailing cables.

We have also recently introduced high powered and optics controlled LED upgrades across our range to extend the running times and enhance overall performance.

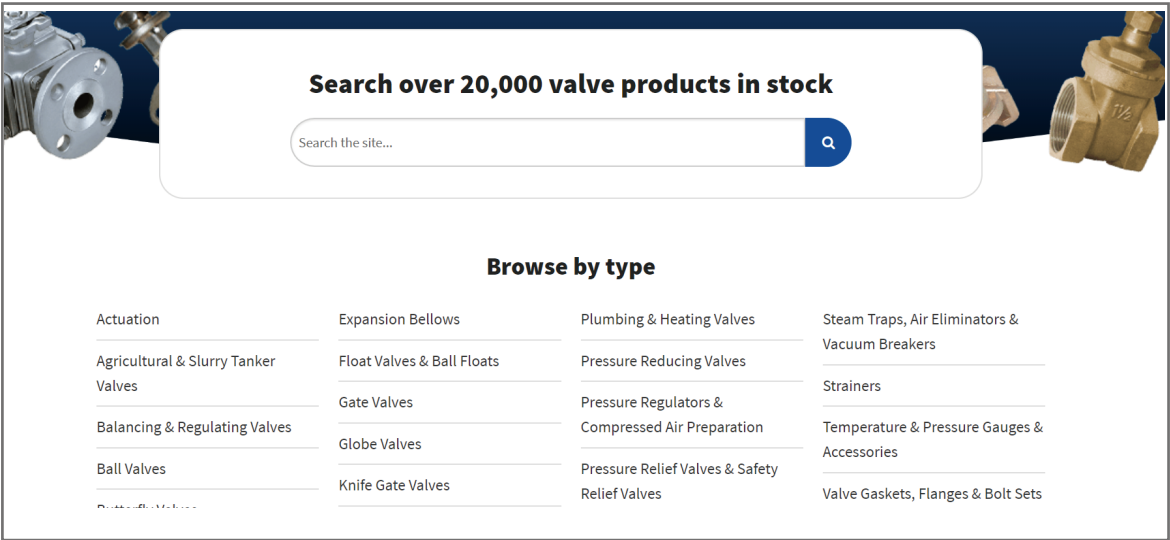
The Lighting we produce offers the most radical and efficient solutions to your lighting needs.

nightsearcher.co.uk 是小众产品销售商,作为我们搜索英国客户画像,特征关键词组为Warranty site:.co.uk 其中Warranty为当地销售商的特征关键词,site:.co.uk英国域名后缀.组合以后的搜索条件如下:

Rechargeable lighting [Warranty site:.co.uk](#) Work Lights

客户画像关键词列表

Rechargeable lighting	(核心关键词)	★
Warranty site:.co.uk	(特征关键词)	★
Work Lights	(相关关键词)	★
Emergency Services	(其他相关关键词)	⊗
LED floodlight		⊗
Searchlights		⊗
Flashlights		⊗
Automotive		⊗
Military		⊗
Head Torches		⊗
Site Lights		⊗
Industrial		⊗

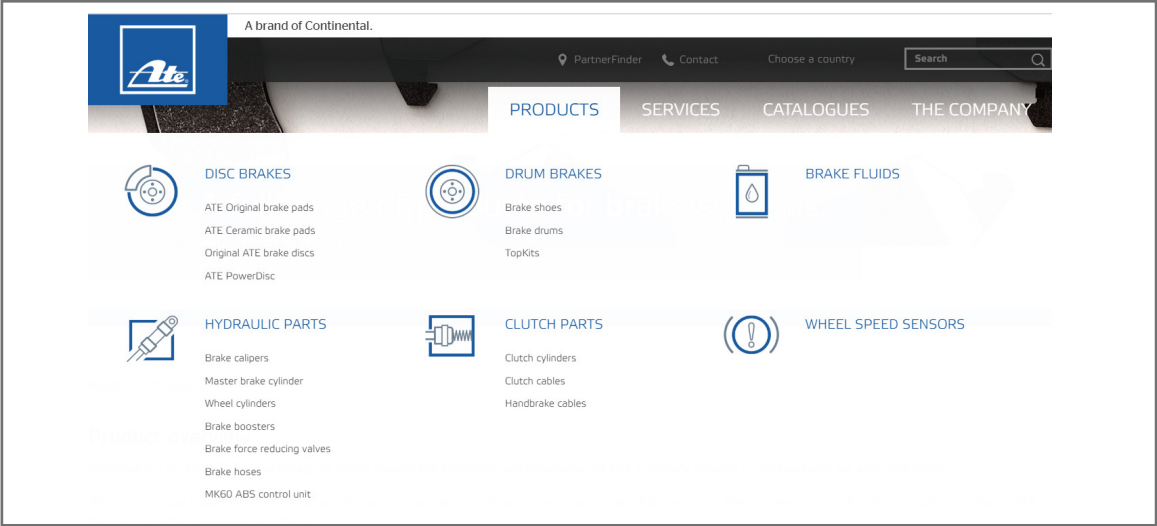


Leengatevalves.co.uk 库存商批发商是非常重要的客户类型,尤其对阀门这样的行业来说 stock,distributors,wholesaler,stockist作为特征关键词来搜索是非常重要的。比如我们组合的搜索条件:Ball Valves [stock](#) Butterfly Valves结果会更加精准

客户画像关键词列表

Ball Valves	(核心关键词)	★
stock	(特征关键词)	★
Butterfly Valves	(相关关键词)	★
Plug Valves	(其他相关关键词)	✕
Needle Valves		✕
Distribution		✕
Diaphragm Valves		✕
relief valve		✕
Knife Gate Valves		✕
Regulating Valvges		✕
Valve Lockouts		✕
Check Valves		✕

Ate-brakes.com汽车配件客户画像剖析 (画像关键词包括导航下拉菜单中的内容)



Continental Automotive GmbH 是专业的汽车配件进出口商,是中国汽车配件工厂非常理想的战略合作伙伴,ate-brakes.com 作为客户画像相当有代表性,搜索时采用核心关键词Disc brakes 特征关键词 Technology ,相关关键词Clutch parts 通过这些组合可以精准找到大量的brake system相关潜在客户。选择Technology 可以大量避免汽车配件在线销售平台搜索的相关结果。可以比较一下通过搜索引擎搜索Disc brakes 和 Disc brakes Technology Clutch parts 结果的区别。

客户画像关键词列表

Disc brakes	(核心关键词)	★
Technology	(特征关键词) 搜索结果偏向生产企业	★
Clutch parts	(相关关键词)	★
brake pads	(其他相关关键词)	✕
Drum brakes		✕
TopKits		✕
Drum brake shoes		✕
Brake shoes		✕
Brake fluids		✕
Hydraulic parts		✕
Brake calipers		✕
Wheel cylinders		✕
Brake boosters		✕
Brake hoses		✕



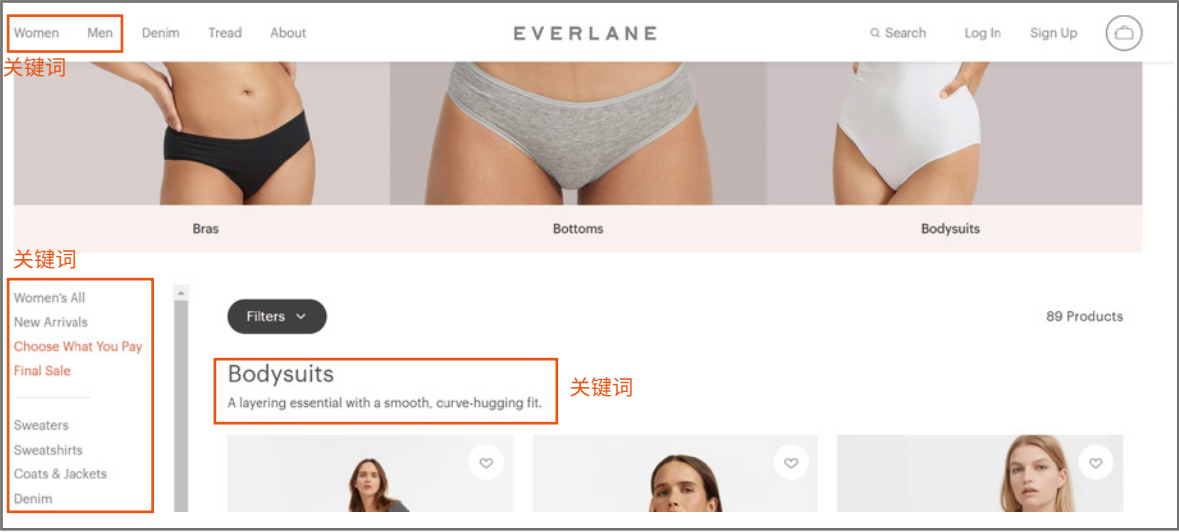
Eberhard Manufacturing Company是加拿大当地机加工服务进出口商,是中国加工企业最理想的客户,eberhard.com作为客户画像相当有代表性,搜索时采用核心关键词 Specialty Hardware 特征关键词 **CAPABILITIES METAL MACHINING** 相关关键词 WELDING 组合可以精准匹配到当地的机加工服务进出口商。

选择**CAPABILITIES METAL MACHINING**作为特征关键词,是因为CAPABILITIES这个关键词是客户关心供应商生厂能力时使用,加上METAL MACHINING使其搜索结果更加精准。

客户画像关键词列表

Specialty Hardware	(核心关键词)	★
CAPABILITIES METAL MACHINING	(特征关键词)	★
WELDING	(相关关键词)	★
ASIAN SOURCING	(其他相关关键词)	✕
CASTINGS		✕
COMPOSITE MATERIALS		✕
ENGINEERING CAPABILITIES		✕
LASER CUTTING		✕
PROTOTYPING		✕
FINAL ASSEMBLY		✕
FORGINGS		✕
INJECTION MOLDING		✕

Everlane.com是时尚服装客户画像剖析



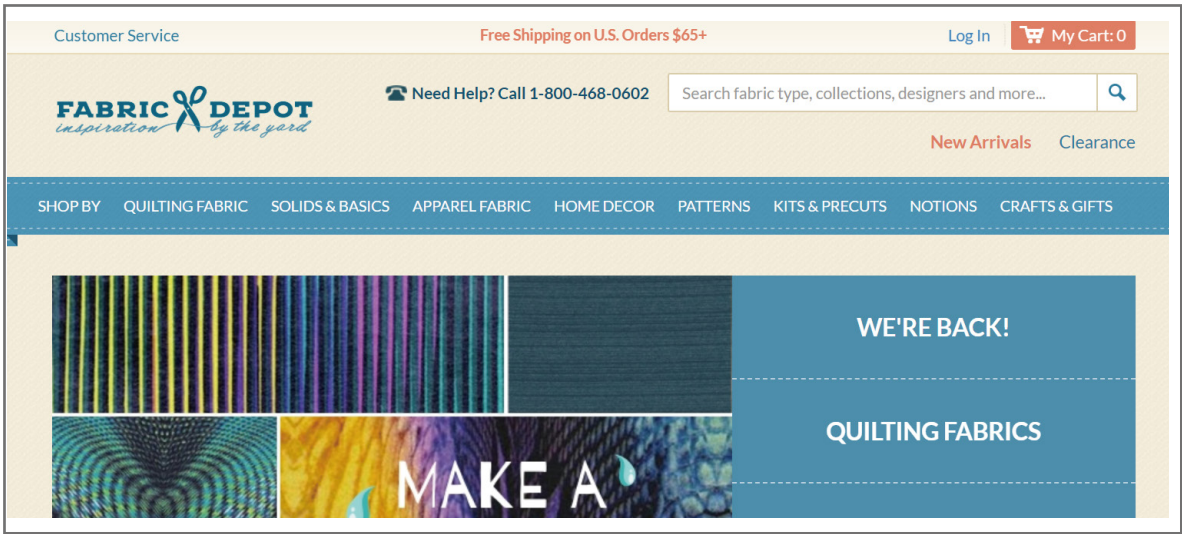
Everlane.com 多品类品牌化时尚服装公司需要强大的供应链做支撑,是中国供应商最理想的客户群体。

[inurl:collection](#) 在网址中包含[collection](#),在服装行业里就是代表了品牌服装公司网站所以[inurl:collection](#)作为特殊关键词是找到品牌服装公司的关键,当然箱包类产品也有同样的特征。

客户画像关键词列表

women underwear	(核心关键词)	★
inurl:collections	(特征关键词)	★
Short Sleeve	(相关关键词)	★
Sweaters	(其他相关关键词)	⊗
Sweatshirts		⊗
Coats Jackets		⊗
Denim		⊗
Pants		⊗
T-Shirts		⊗
Tops		⊗
Dresses		⊗
Jumpsuits		⊗
Skirts		⊗

Fabricdepot.com 是面料客户画像剖析



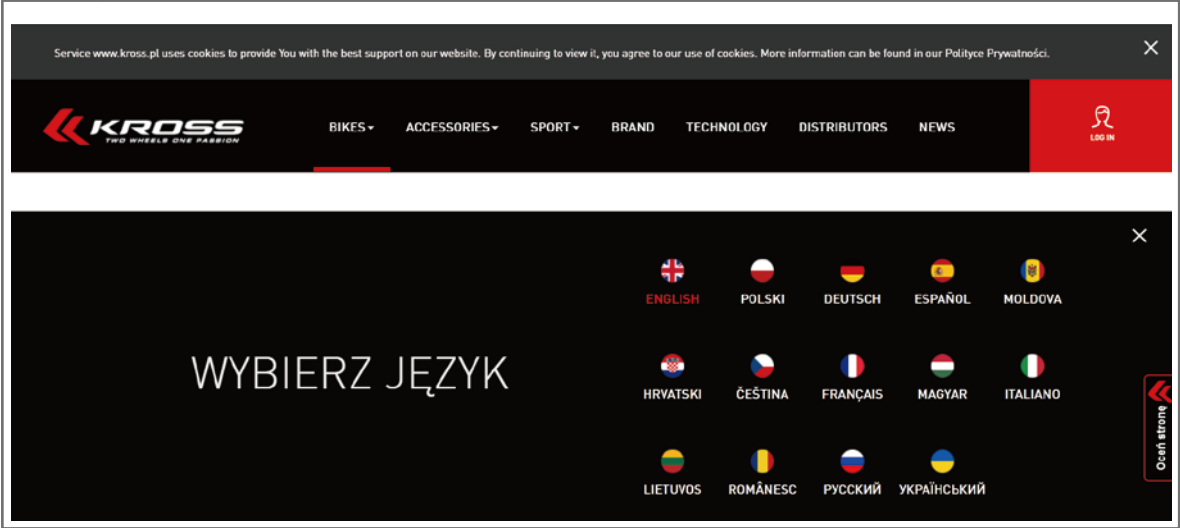
选择fabricdepot.com 面料在线销售商作为中国供应商最理想的客户群体来进行画像搜索。

[Clearance](#) 作为特征关键词进行画像搜索,通过核心关键词Apparel Fabric, 特征关键词 [Clearance](#) ,相关关键词Fashion Linen进行组合搜索到大量精准的服装面料销售商。

客户画像关键词列表

Apparel Fabric	(核心关键词)	★
Clearance	(特征关键词)	★
Fashion Linen	(相关关键词)	★
Knit	(其他相关关键词)	⊗
Denim will		⊗
Faux Fur		⊗
Stretch Lace		⊗
Blends		⊗
Shirting		⊗
QUILTING		⊗
SOLIDS BASICS		⊗
HOME DECOR		⊗
PATTERNS		⊗

Kross.pl 自行车欧洲客户画像剖析



kross.pl 是专业于欧洲市场开拓的公司,kross.pl 作为客户画像结合其多国家名称语言关键词,可以搜索到不同国家专业的品牌企业,选用SHIMANO品牌作为特征关键词使搜索结果更加准确.

组合出以下搜索关键词:

CENTRAL MOTOR SYSTEM [EBIKE SHIMANO](#) ENGLISH PLPOLSKI

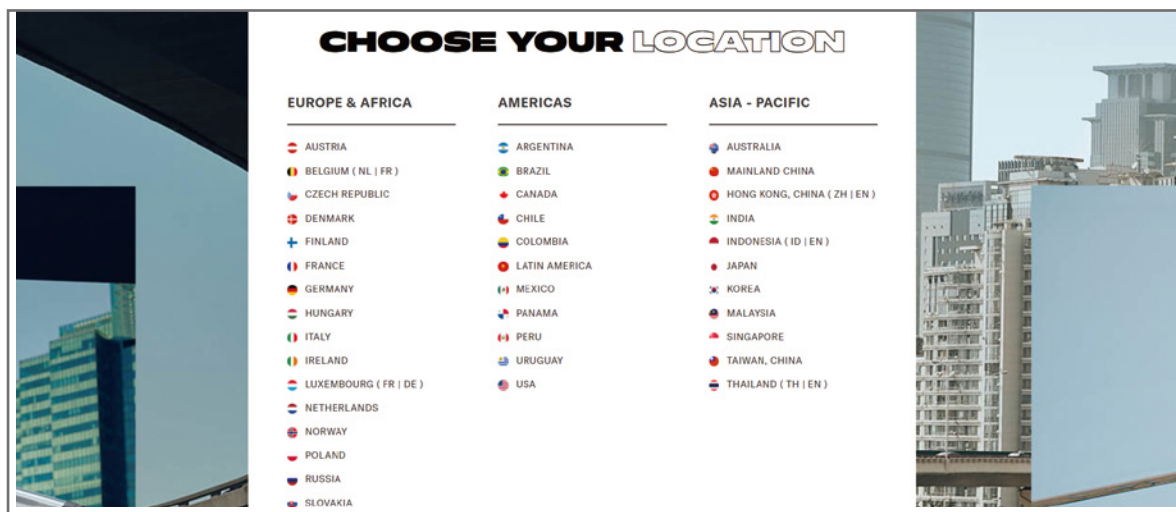
CENTRAL MOTOR SYSTEM [EBIKE SHIMANO](#) ENGLISH DEUTSCH

CENTRAL MOTOR SYSTEM [EBIKE SHIMANO](#) ENGLISH ESPAÑOL

客户画像关键词列表

CENTRAL MOTOR SYSTEM	(核心关键词)	★
EBIKE SHIMANO ←品牌词作为特征关键词	(特征关键词)	★
ENGLISH	(相关关键词)	★
POLSKI	(其他相关关键词)	✕
DEUTSCH		✕
ESPAÑOL		✕
MOLDOVA		✕
HRVATSKI		✕
ČEŠTINA		✕
FRANÇAIS		✕
MAGYAR		✕
ITALIANO		✕

Samsonite是全球箱包行业的领军企业,全球品牌站群的客户画像剖析



根据samsonite不同语言品牌网站客户的画像搜索一天至少可以建立一万个精准的潜在客户数据库,所以行业领军企业品牌站群是我们首选的客户画像。

New Arrivals 作为特征关键词是我们搜索进口商的重要标志,包含New Arrivals关键词的网站基本都是销售商,所以Hardside Luggage [New Arrivals](#) Checked Luggage组合搜索能够让我们找到大量的潜在客户。

客户画关键词列表

英语客户画像关键词

Hardside Luggage

[New Arrivals](#)

Checked luggage

Carry On Luggage

Backpacks

Underseat Luggage

Softside Luggage

Spinner Luggage

Luggage Sets

Wheeled Duffels

Garment Bags

Laptop Backpacks

Wheeled Backpacks

Laptop Bags

土耳其语客户画像关键词

VALİZLER

ÇANTALARI

KABİN VALİZLER

BÜYÜK BOY VALİZ

EKSTRA BÜYÜK VALİZ

ÇOCUK VALİZİ

KOZMETİK ÇANTASI

TAKIM ELBİSE ÇANTASI

LAPTOP ÇANTALARI

SIRT ÇANTALARI

DISNEY

ÇOCUK

俄语客户画像关键词

Ручная кладь

рюкзаки

Чемоданы

Тканевый багаж

Пластиковый багаж

Детские чемоданы

Портпледы

Лёгкие

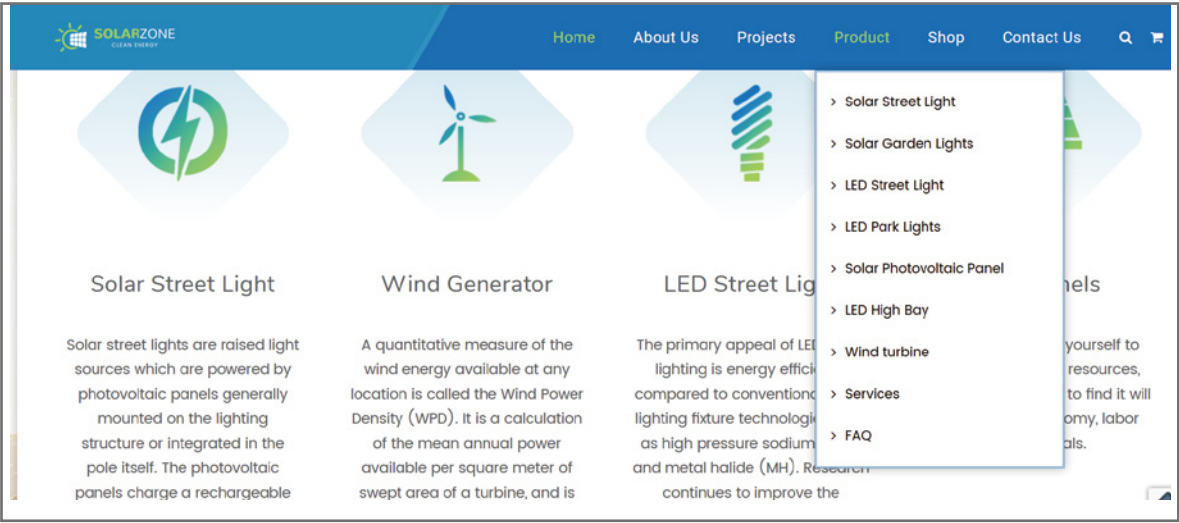
Дорожные сумки

Плечевые сумки

Рюкзаки для ноутбука

Сумки на колёсах

Весь ассортимент



solarstreetlighteu.com 项目服务类企业也是我们主要的客户类型之一，我们把PROJECTS作为特征关键词来进行搜索。

比如搜索欧州我们组合的关键词：

Solar Street Light PROJECTS site:.eu Wind tourbine

客户画像关键词列表

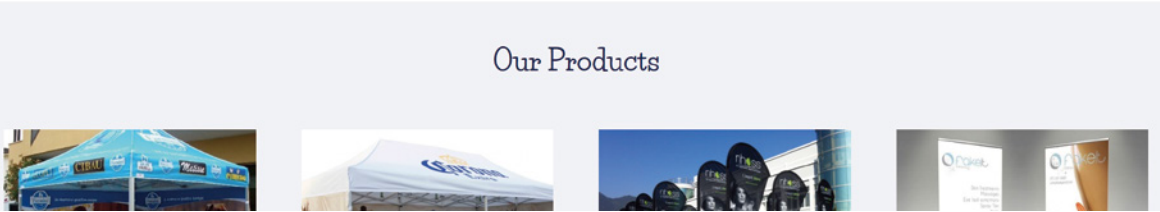
Solar Street Light	(核心关键词)	★
PROJECTS site:.eu	(特征关键词)	★
Wind tourbine	(相关关键词)	★
Solar Park Lights	(其他相关关键词)	✕
LED Street Light		✕
LED Park Light		✕
Solar Photovoltaic panel		✕
Wind Generator		✕
Solar Panels		✕
Energy		✕
Why Choose Us		✕
LED High Bay		✕
Solar Photovoltaic Panel		✕

kiwishade.co.nz New Zealand是当地广告展览服务商客户画像剖析

KiwiShade & Banner - pop-up gazebos, flags and banners NZ wide

We offer a full range of plain or printed pop up gazebos and pagoda tents, as well as promotional flags and banners.
We have hundreds of solutions of thousands of satisfied customers all over New Zealand.

Please get in touch with our friendly team today for a free quote.



kiwishade.co.nz 的帐篷产品最理想的客户画像是以pop-up gazebos作为核心关键词, [Exhibition New Zealand](#) 应用领域加国家名称作为特征关键词, custom printed 作为最相关关键词,custom printed定制印刷主要服务终端客户。

搜索条件组合如下：

pop-up gazebos Exhibition New [Zealand custom printed](#)
需要搜索到更多的结果应该选用当地的搜索引擎 比如:google.co.nz

客户画像关键词列表		
pop-up gazebos	(核心关键词)	★
Exhibition New Zealand	(特征关键词)	★
custom printed	(相关关键词)	★
Promotional Materials	(其他相关关键词)	✕
Trade Show		✕
Pop-up displays		✕
Promotional Banners		✕
Flags		✕
marketing advertising		✕
pop-up banners		✕
pagoda tents		✕
promotional flags		✕

Google不为人知的秘密

通过Google搜索任何的关键词人们能够看到的结果都不超过300个,95%以上的外贸人没有发现,为什么会这样呢!Google 需要用户不断的搜索才会形成大的流量,从而在广告点击模块获得高额的利润。

成为Google高手的秘诀

短语搜索

Google默认的设置是在页面上任何位置搜索到用户定义的关键词都算匹配,无论这些关键词是连在一起的,还是彼此分散的,都没有关系。

如果希望搜索到的页面上这些单词是连在一起出现的,就需要给搜索的关键词加上引号“Diamond Core Bits”(组合使用时搜索)

基础布尔逻辑

搜索引擎可以使用布尔逻辑与:也就是AND作为使用的默认逻辑(搜索到所有的关键词),或者使用布尔逻辑或:也就是OR作为默认的逻辑(搜索到任意一个关键词即可)。Google会自动搜索所有包含的单词。如果用户希望的是匹配到其中的任何一个字或者任何短语都可以,则应该在每个短语的中间加上OR,如:

Diamond Core Bits OR Diamond Drill bits OR “Core Drill Bits”

如果用户希望搜索的结果包含某个特定的单词,加上另外一个或者几个其他的单词,可以将关键词里面的单词用括号将其分组,具体方法如下:

Diamond blade (Diamond Drill bits OR “Core Drill Bits”)

否定

如果用户希望定义一个查询,但是要求结果一定不包含某个词,可以使用符号“-”(一个减号或破折号):

Diamond blade -“Diamond Drill bits”

同义词

有时候,用户可能觉得在搜索的结果中会丢失一些重要的网页,这是因为用户希望查询一个信息,但是他选择的关键词并不是唯一的表示这个信息的表达方式,而对于其他的表达方式,如果不是和关键词匹配的,将不会出现在搜索结果中。

Google可以解决这个问题:用户可以在其使用查询的任意数量的关键词前使用同义词运算符“~”,这样Google就知道用户希望进行她同义词查询了,得到的结果中不仅包括精神匹配关键词的网页,也包括被Google系统认为是每个关键词的同义词的页面。比如,我们进行下面的搜索:~car

数字范围

在网络搜索查询时,另一个难以解决的问题就是对数字的转化,比如在日期、货币、尺寸、重量、高度或者其他两个计量系统之间进行等值转化的问题。

数字范围运算符“..”(两个点)表示查询某个特定的数字范围内的结果。比如,如果用户希望查找号码为5或者6的kids shoes的舞鞋,可以使用这样的查询:kids shoes size 5..6

如果用户想查找可供选择的SLR数码摄像机,希望产品比较符合用户的需求,而且价格在\$800至\$1000之间,可以在Google的搜索栏中输入:Slr digital camera 3..5 megapixel \$800..1000

比如使用符号\$, size, megapixel, kg等等,这样才能让搜索引擎知道用户具体需要的是什么范围内的信息,而不仅仅是数字。

另外,搜索引擎还提供了一些与数字相关的语法,用户可以使用这些语法,用一个数字来表达某个数字范围,比如将这个数字作为用户希望查询的最大值或最小值。kids cloth 500..

再举一个例子。如果用户想为自己的宠物狗购买一件价值在\$30以下的雨衣,可以搜索:Dog socks ..\$30

全字通配符

一些搜索引擎支持一种叫做“stemming” (填充) 的技术。Stemming是指在查询的关键词中加入一些通配符-----通常是* (星号), 有时候也可能是? (问号), 这些通配符的作用是要求搜索引擎进行查询的时候, 能够返回多个不同的结果, 其中通配符代表占位, 可以匹配任何字母或单词, 其他的字或词组与用户输入的相同。

在Google上搜索“three*mice”, 得到的结果中有three blind mice, three blue mice和three green mice等。

10个单词的限制

Google搜索不能超过10个单词 -包括关键词和专用语法结构回一起, 超过 10个单词的部分搜索词将被Google忽略。

特殊的语法结构

除了基本的逻辑AND,OR和短语搜索, Google还有一些特殊的语法结构, 这些语法结构能够帮助用户缩小搜索范围。

Intitle: 将搜索的范围限制在网页的标题。Intitle: Aluminium Composite Panel

Intext: 仅在网页的正文中搜索关键词 (例如, 忽略超链接文本, URL和题目)

Intext:Aluminium Composite Panel

Site:将搜索限制在站点或者顶层域名上

HOOGE site:facebook.com HOOGE site:facebook.com/hoogege

Inurl: 会将搜索结果限制在URL或网站页面上。这个语法对于查找搜索和帮助页面是很有用的, 因为他们在普通的布局中更为常用。

ntext:574 inurl:contact intext:*mail Ningbo Gift Boxes

混合语法结构

berker gang site:co.uk -site:berker.com -inurl:amazon -inurl:hager

解说:berker即品牌 gang在关门中特有而且全球统一的叫法 berker gang 一定讲的就是开关 -site:berker.com 我们想要berker销售渠道的结果而不需要他本身的官网 我也不想要amazon

~lighting "*" gang * way switch" site:co.uk -inurl:amazon -inurl:ebay
解说:灯具的相关词搜索如lamp,lights,lux等"* gang * way switch" +不管是几开的开关 site:co.uk 包含英国国家域名的结果 但不是ebay和amazon 相关网页

intext:stone (intext:masonry OR intext:concrete) diamond inurl:contact
解说:金刚石用于大理石或混凝土 网址中包含联系方式

"towel hooks" Clearance site:.com.au BATHROOM ACCESSORIES
精准搜索"towel hooks" Clearance 指清仓 (销售商特有关键词) site:.com.au指在澳洲

"Snowboard Shop" DEALERS site:.com Ski Board
"Bathroom Faucets" unique Indoor Lighting
精准搜索"Bathroom Faucets" unique 指没有品牌但有特色的产品
包含Indoor Lighting指 即销售浴室水龙头, 又销售灯具产品的公司

interaffic amsterdam site:facebook.com
在facebook网站上发布关于amsterdam interaffic页面信息

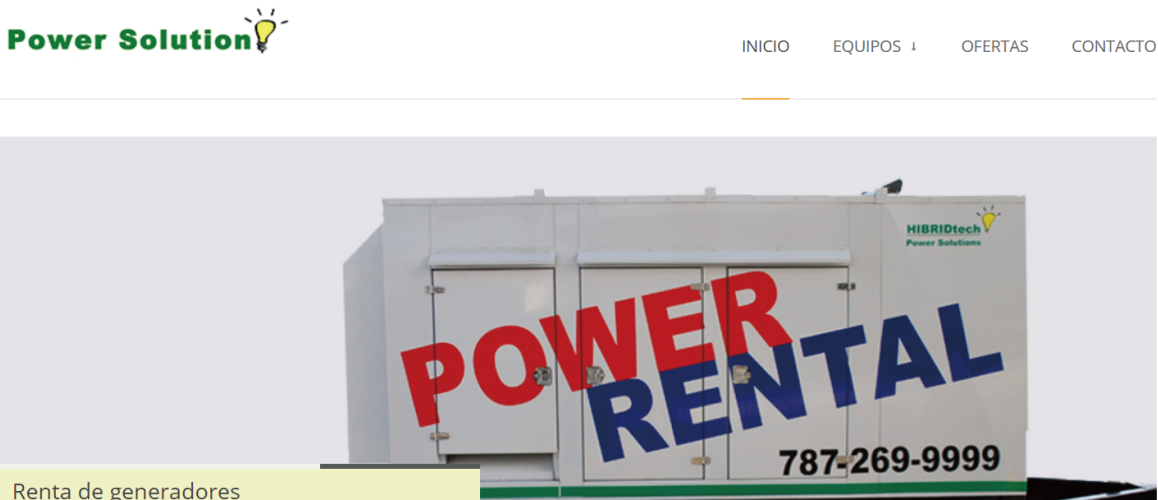
"interaffic amsterdam"-site:www.interaffic.com
除www.interaffic.com官网以外的amsterdam interaffic发布的信息

mail "@printappeal.com" JON HENDRICKS
关于搜索页面内包含容printappeal.com和JON HENDRICKS人名的邮箱结果

leviton gang site:co.uk -site:leviton.com -inurl:amazon
包含英国域名Leviton开关搜索结果, 但不包含leviton.com官网的信息和网址内包含amazon的搜索结果

explore plant get growing inurl:farms site:.com
网页内容里包含explore plant get growing内容 在网址上包括farms 的所有.com 域名搜索结果

客户画像搜索案例一：作为细分市场比较典型的客户，以波多黎各发电机销售商 Powersolutionpr.com的客户画像搜索为例



我们经常会碰到搜索精准市场的潜在客户需求,powersolutionpr.com客户画像搜索,我们把城市名称+国家电话区号作来特征关键词来搜索

如:Hato Tejas intext:787
根据当地语言关键词组合 GENERADORES ELECTRICOS Hato Tejas intext:787 EQUIPOS 搜索到精准的潜在客户清单,建立客户数据库。

客户画像关键词列表

GENERADORES ELECTRICOS	(核心关键词)	★
Hato Tejas intext:787	(特征关键词)	★
EQUIPOS	(相关关键词)	★
RESIDENCIALES	(其他相关关键词)	✕
COMERCIALES		✕
INDUSTRIALES		✕
HIBRIDtech		✕
Powermate		✕
Lister-Petter		✕
Pramac		✕
Briggs Stratton		✕

客户画像搜索案例二:以典型本土化化工管道解决问题提供商Mflowm.com 客户画像搜索为例



FLOWPOINTS -SIGHTGLASSES

Primary Flowpoints have been manufacturing flow indicators in the UK for over 20 years. Using castings from UK foun...

MORE >



GASKETS

Gaskets provide efficient and effective sealing for flanges, manways, and other various fittings. We have a vast ra...

MORE >



NORTHERN ENGINEERING
ENCAPSULATED O RINGS

NES manufactures encapsulated O-Rings comprising an elastomeric core, which has a seamless jacket made from fluorop...

MORE >



mflowm.com 是本土化解决方案提供商,产品种类多是gaskets供应商最理想的客户群之一,如果我们只是围绕gaskets为核心关键词来搜索可能还搜索不到这样专业的客户,在这里我们把gaskets作为特征关键词来处理,在搜索的时候把其他产品的品牌关键词作为相关关键词来搜索。

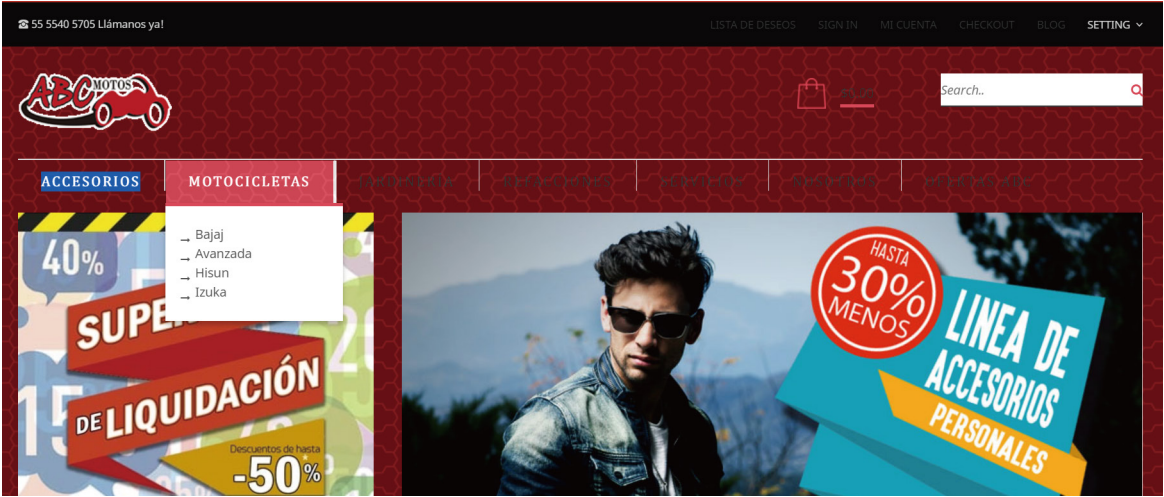
我们组合以后搜索的关键词如下:

FLANGE GUARDS GASKETS valves
FLANGE GUARDS GASKETS ALFA LAVAL
FLANGE GUARDS GASKETS CHECK VALVES

客户画像关键词列表

FLANGE GUARDS	(核心关键词)	★
GASKETS	(特征关键词)	★
valves	(相关关键词)	★
BUTTERFLY	(其他相关关键词)	✕
CHECK VALVES		✕
PTFE lined piping		✕
fittings		✕
BALL VALVES		✕
ANSI standards		✕

客户画像搜索案例三:以南美当地motocycle,atv,utv等动力产品的销售商
Abcmotos.com.mx客户画像搜索为例



www.abcmotos.com.mx 南美多数国家都讲西班牙语,根据西班牙语客户画像关键词建立南美国家客户数据是常用的手段,通常我们通过更换特征关键词中国家的域名来实现。

比如:

MOTOCICLETAS ATV site:.com.mx ACCESORIOS

MOTOCICLETAS ATV site:.cl ACCESORIOS

MOTOCICLETAS ATV site:.com.ar ACCESORIOS

客户画像关键词列表

MOTOCICLETAS	(核心关键词)	★
ATU site:.com.mx ← 南美洲不同国家的域名后缀	(特征关键词)	★
ACCESORIOS	(相关关键词)	★
UTV	(其他相关关键词)	⊗
Bajaj		⊗
Avanzada		⊗
Vento		⊗
Hisun		⊗
Izuka		⊗
Abiertos		⊗
Cerrados		⊗

客户画像搜索案例四:Rawos.pl 是波兰当地门锁及配件的专业销售商,rawos.pl 作为客户画像搜索可以找到大量波兰的门锁及配件精准潜在客户



rawos.pl 如果要找到波兰大量的潜在客户,我们必须用波兰当地的客户网站做画像来建立客户数据库,比如,泰国用泰语,土耳其用土耳其语,捷克用捷克语等.

比如我们可以组合以下条件来搜索:

Samozamykacze do drzwi Akcesoria drzwiowe site:.pl Wkładki

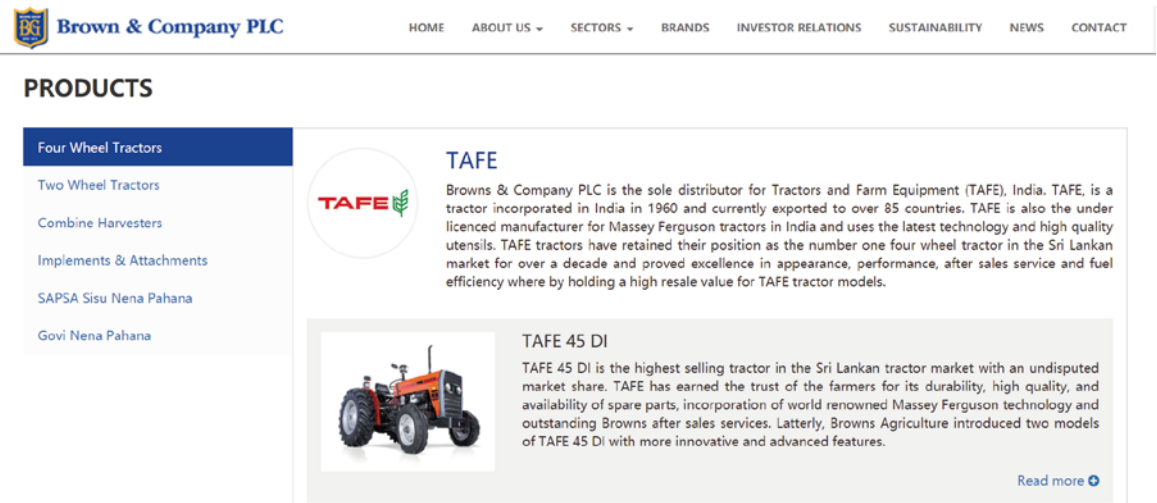
Samozamykacze do drzwi Akcesoria drzwiowe site:.com Wkładki

Samozamykacze do drzwi Akcesoria drzwiowe -site:.pl -site:.com Wkładki

客户画像关键词列表

Samozamykacze do drzwi	(核心关键词)	★
Akcesoria drzwiowe	(特征关键词)	★
Wkładki do drzwi	(相关关键词)	★
budowlane	(其他相关关键词)	⊗
Kłódki		⊗
zamki		⊗
Zawiasy		⊗
Klamki		⊗
pochwyty		⊗
Kontrola dostępu		⊗
sejfy		⊗
Elektrozaczepy		⊗

客户画像搜索案例五:Brownsgroup.com/sectors/agriculture-industry 选择产品分类页作为客户画像也是不错的主意

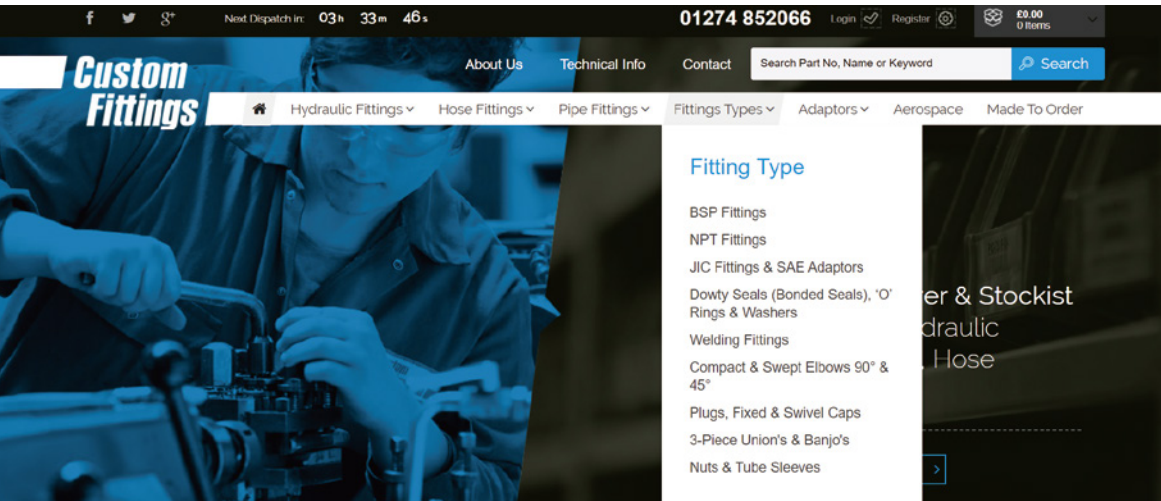


BROWNS AGRICULTURE Sri Lanka 是农机及配件进口商, brownsgroup.com 作为客户画像非常有代表性, 搜索时采用核心关键词
Combine Harvesters 特征关键词 agricultural 相关关键词Four Wheel Tractors 通过这些组合可以精准找到大量农机及配件进口商。
选择agricultural作为特殊关键词,可以使搜索结果更加精准。

客户画像关键词列表

Combine Harvesters	(核心关键词)	★
AGRICULTURE	(特征关键词)	★
Four Wheel Tractors	(相关关键词)	★
Company PLC	(其他相关关键词)	⊗
griculture Plantations		⊗
Automotive Solutions		⊗
Industrial Solutions		⊗
Heavy Machinery		⊗
Marine		⊗
farming community		⊗
Two Wheel Tractors		⊗
Implements Attachments		⊗

客户画像搜索案例六:Customfittings.com已经实现在线液压管接销售,公司销售额肯定持续增加是最理想的目标客户群客户



Custom Fittings Ltd是英国专业液压管接进出口商,customfittings.com作为客户画像非常有代表性,搜索时采用核心关键词

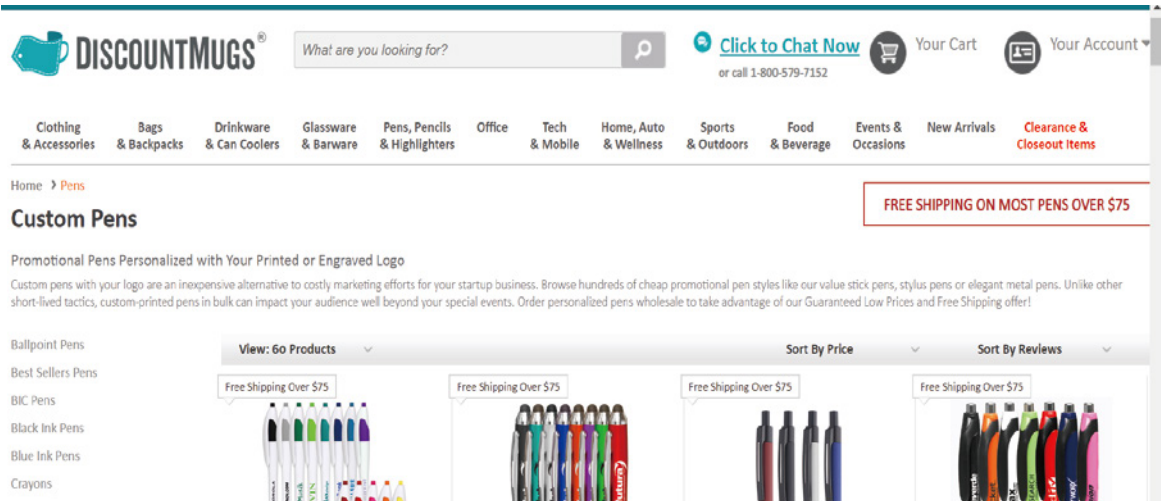
Custom Fittings 特征关键词 SAE Adaptors 相关关键词Hydraulic Hose通过这些组合可以精准地找到大量的液压管接进口商。

选择Custom Fittings作为核心关键词,是因为我们需要找到需要工厂紧密配合的销售商,选择 SAE Adaptors这个专业产品关键词作为特殊关键词可以找到更多精准的液压管接潜在客户。

客户画像关键词列表

Custom Fittings	(核心关键词)	★
SAE Adaptors	(特征关键词)	★
Hydraulic Hose	(相关关键词)	★
BSP	(其他相关关键词)	⊗
PTFE		⊗
Interlock		⊗
Hygienic		⊗
JIC		⊗
Dowty Seals		⊗
Welding		⊗
Male		⊗
Swivel Caps		⊗

客户画像搜索案例七:discountmugs.com 是最近十年以来通过互联网营销比较成功的促销礼品公司,也是我们好的客户画像代表



促销礼品行业需要给客户提供大量的选择,discountmugs.com经过很多年的营销产品类别非常丰富,是一个网页做多个客户画像搜索的代表案例。

比如:核心关键词Promotional Pens 特征关键词 Drinkware 相关关键词Pens Pencils 组合精准搜索到大量的促销礼品公司。

比如:核心关键词Coffee Mugs 特征关键词Custom Pens 相关关键词Tea Cups组合可以获得大量的促销礼品潜在客户。

比如:核心关键词T-Shirts 特征关键词 imprinted logo , 相关关键词Caps Hats 组合精准地找到大量的促销礼品公司, imprinted logo就代表promotion。

客户画像关键词列表 一

Coffee Mugs	(核心关键词)
Custom Pens	(特征关键词)
Tea Cups	(相关关键词)
Ceramic Mugs	(其他相关关键词)
Glass Mugs	
Tea Cups	
Espresso Cups	
Photo Mugs	
Travel Mugs	
Tumblers	
Stainless steel	
Plastic	
Vacuum Insulated Thermos	

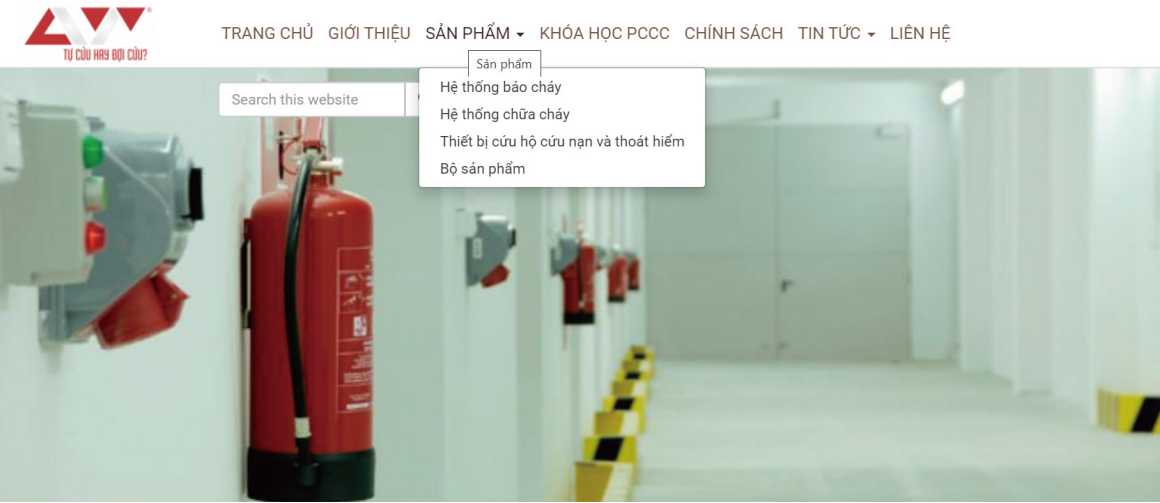
客户画像关键词列表 二

Promotional Pens	(核心关键词)
Drinkware	(特征关键词)
Pens Pencils	(相关关键词)
Stylus Pens	(其他相关关键词)
Plastic Pens	
Metal Pens	
Full-Color Pens	
Highlighters Markers	
Foam Koozies	
Pencils	

客户画像关键词列表 三

T-Shirts	(核心关键词)
imprinted logo	(特征关键词)
Cap Hats	(相关关键词)
Baseball Hats	(其他相关关键词)
Trucker Hats	
Beanies	
Polo Shirts	
Dress Shirts	
Long-Sleeve	
Short-Sleeve	
Sweatshirts	
Hooded	
Zippered	

客户画像搜索案例八:Pcccanvinhphat.vn 是越南灭火设备贸易商



pcccanvinhphat.vn用越南语做客户画像,由于语言问题,我们可以选择产品类别名称,产品名称做画像关键词.

如: Hệ thống báo cháy KHÓA HỌC chữa cháy

客户画像关键词列表

Hệ thống báo cháy	(核心关键词)	★
KHÓA HỌC	(特征关键词)	★
chữa cháy	(相关关键词)	★
BẢNG BÁO CHÁY	(其他相关关键词)	⊗
Bình bột chữa cháy		⊗
Bình cầu chữa cháy		⊗
Bồ cào		⊗
Bộ đàm		⊗
Bộ sản phẩm		⊗
Hệ thống báo cháy		⊗

客户画像搜索案例九: Vestimetal.fr 是法国家具批发商



vestimetal.fr 法国家具批发商,产品种类较多作为客户画像可以搜索到大量的潜在客户,用最简单的办法,根据分类中的产品关键词相关性排序核心关键词,特征关键词,相关关键词,然后就是其他分类产品关键词。

例如:

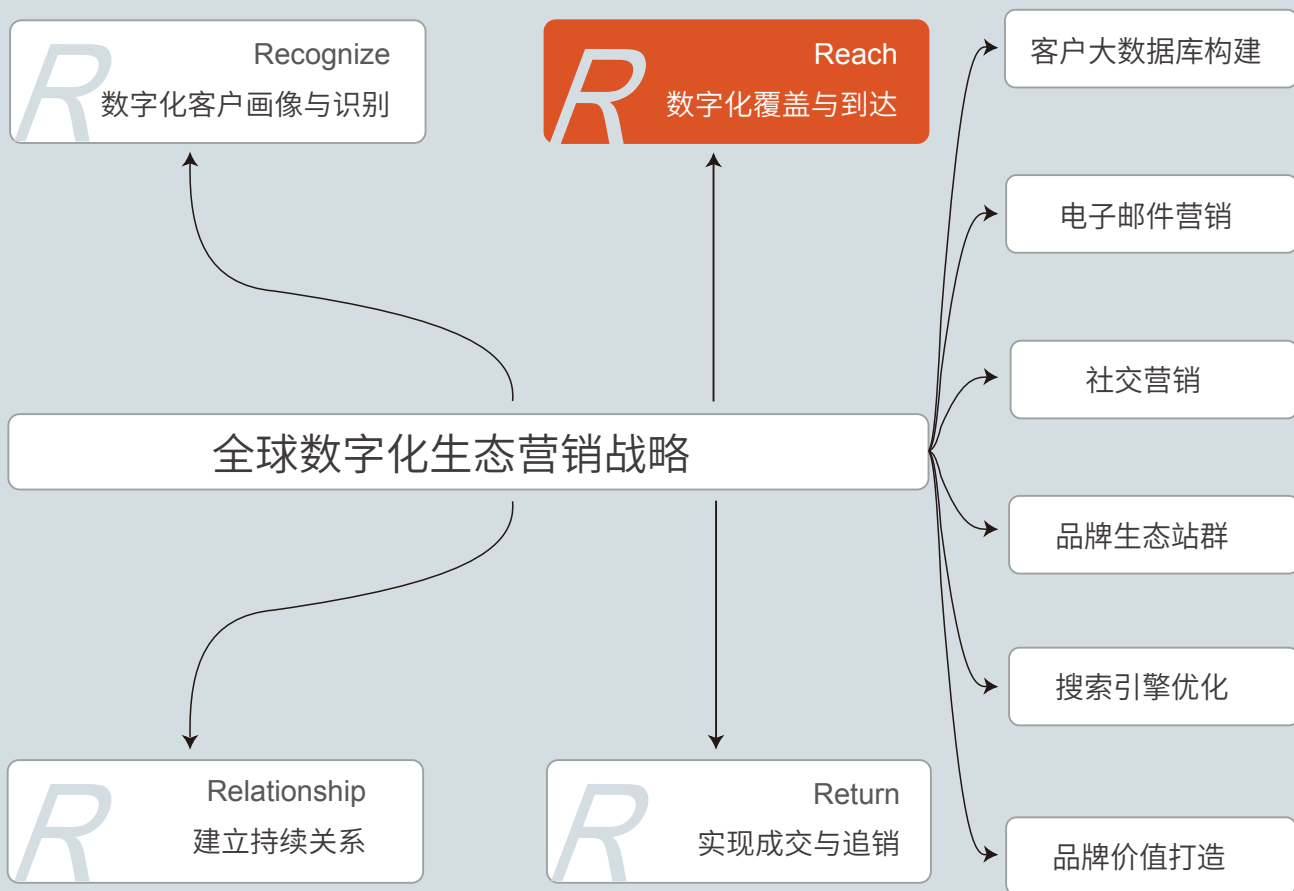
Mobilier Bureau Chaises Armoire Métallique

客户画像关键词列表

Mobilier Bureau	(核心关键词)	★
Chaises	(特征关键词)	★
Armoire Métallique	(相关关键词)	★
Caisson métallique	(其他相关关键词)	⊗
Meubles de rangement		⊗
Mobilier Bureau		⊗
Casier Multibox		⊗
Armoire à Linge		⊗
Vestiaire Multicases		⊗
Banc Vestiaire		⊗
Accessoire Vestiaire		⊗
Vestiaire Pompier		⊗
Vestiaire Police		⊗

4R之Reach

数字化覆盖与到达



数字化信息覆盖与到达

数字化信息覆盖与到达 (Reach) 指的是接触客户及潜在客户的一系列数字化工具和方法。

数字化信息覆盖与到达, 英文为“Reach”, 最早用于数字营销的雏形——在线广告中, 是企业通过在线广告接触目标客户群的一个手段。但如今, 数字营销的手段与方式已经非常丰富, 已经不再是简单地通过广告直接转换为销售订单, 然而无论是否属于能够直接转化为营销订单的数字化活动, 其实都包含数字化信息覆盖与到达的过程。

企业需要关注数字化信息覆盖与到达的重要原因在于, 基于互联网以及移动互联网的数字化时代正在驱使信息传播工作往更高量级演进:

◎ 更快的到达速率

信息在数字时代传播速率之快已经无法让我们感到惊讶, 数字化用户已经非常清楚数字化传播的速度。企业通过数字化渠道发出的信息, 数字用户几乎在短短的一瞬间内就能获知。

◎ 受众主导

传统传播工作是一种“传—播”, 需要经过一个传递、传输的过程才能让受众收到信息, 信息发出者——企业对于传递什么信息, 通过什么方式传递, 向谁传递有很强的影响力; 然而数字信息传播的方式更像是一种“播——传”, 小范围的受众第一时间获知了信息, 主动按照自己的喜好和方式进行传递, 在很短的时间内传遍全网。而企业无法对这个过程进行完全的掌控, 很多时候传播范围、信息扭曲的程度都远超企业的想象。

◎ 多向互动

传统传播的信息发出方很难获知接收方对信息的看法, 这进一步加剧了信息拥有者的傲慢以及对市场的蔑视。很多次失败的市场活动都毁于缺乏对信息接收方的深入了解, 比如可口可乐新口味产品上市、丰田霸道的改名事件。数字化时代让信息接收方获得了发声能力, 在此环境下的信息传播活动不再是单向的传播, 而转换为多向的信息互动。

◎ 超文本性

传统传播过程已经采用了多种信息方式,然而其本质仍然是以文本为主的信息。数字化传播的方式已经远远超越了文本,通过更丰富的方式组织信息,包括视频、互动型应用甚至是虚拟现实的方式让信息接收方获得更丰富、更易理解、体验更好的信息类型。

四级数字化传播

四级传播的目标是什么呢?我能不能通过传播,不仅让对方得出我想要的结论,做出我想要的动作,同时还刺激他产生去传播的欲望呢?如果他能够帮我不断地传播我想要的信息,传播的威力将是多么巨大!

一、你对“粉丝”

第一级传播是我们整个传播的源头,也是为了刺激下一级传播。

传统理论认为,我们应该不断地放大信息源,以取得更大的传播效应。

但是我们不能仅满足于此,我们要考虑到——客户接收到了什么,我们想让他们怎么做、采取什么样的行动

二、“粉丝”对“粉丝”

第二级传播有几个特点:

◎ 传播速度快。你不需要在场,就会有很多传播在进行。

◎ 信任度高。一旦“粉丝”接受了你的思想,比如他从第三方那里,从别的“粉丝”那里接受了你的思想和标准,那么这个客户对你的信任度是相当高的,比你自已传播后获得的信任度都要高。因为第三方的传播和讨论是没有销售意图的,所以客户比较容易接受。

三、专家对“粉丝”

这一级的传播威力更大!专家本身就具有权威感,所以他的传播既有信任度,又有权威感,而且“粉丝”接受的速度会更快。

比如,一个专家发了一段欣赏你、赞美你的评论,这肯定比你称赞自己要好多了。别人对你大加称赞,客户不觉得有什么奇怪,但是如果你自己也这么做,就会有自吹自擂的嫌疑,别人也会觉得很别扭。

四、专家对专家

这一级的传播更厉害了!它不仅让更多的“粉丝”接受了你的信息,更重要的是,它给了你一种“明星专家”的身份。如果专家都在讨论你,那你肯定也是专家,否则他们为什么要讨论你呢!虽然这是一种假设,但这也是人的思维定势。

假设你最欣赏的企业家是比尔盖茨和马化腾,如果这两个企业家在认真地讨论某个人,那你肯定有兴趣知道这个人;而且很可能,你会毫不犹豫地相信他俩的判断。这种传播会使我们的整个购买流程大大地缩短,因为这种信任的转嫁过程是在潜意识里进行的,所以它的威力非常大!

四种数字化的信息覆盖与到达

数字化时代信息传播方式的这些特点让数字化信息到达必然与传统的信息传播有本质的不同。传统的传播方式运用在数字化环境中需要进行相应的变化以适应这些特点,这必然会带给企业较为强烈的冲击,但其效率、体验程度、作用效果都值得企业投入大量的资源和精力。Followala 根据信息活动发起的方向,接触客户的直接、间接方式将数字化信息覆盖与到达划分为以下四个类型。

主动推进型

企业主动发起,通过某种方式或渠道向目标客户直接推送信息、建立关系的工具和方法。此类方法需要企业对自身的目标受众有较为清晰的认知,并基于数字化的渠道和方法向这些客户推送相关信息,影响客户的信息获取、方案比较以及购买决策行为,比如数字化广告、Email营销、内容营销。

主动展示型

在客户搜寻相应信息的过程中,企业通过优化、完善相应的工具或内容以影响客户看法或决策的方法。在早期的数字营销中,此类方法主要指的是搜索引擎优化(SEO),旨在提升企业信息在客户搜索行为当中的优先级。数字化技术的进步让此类方法增加了更多的形式,企业可以通过丰富多彩的体验吸引、影响引导用户做出利于企业的决策。比如社交媒体营销、SoLoMo、App营销都属于这一范畴。

信任代理型

企业主动发起,通过影响关键意见领袖的方法间接影响目标客户的方法和工具。进入以接收方为主的数字化时代之后,客户进行方案对比以及购买决策的过程会受到关键意见领袖的影响,这让企业拥有了通过影响一小部分人进而影响大部分人的“杠杆营销力”。只要能够识别出对目标客户有充分影响的关键意见领袖,会极大地提升企业数字化营销的效率以及效果。通过大V、网红以及客户偶像进行营销的方法都属于这个类别。

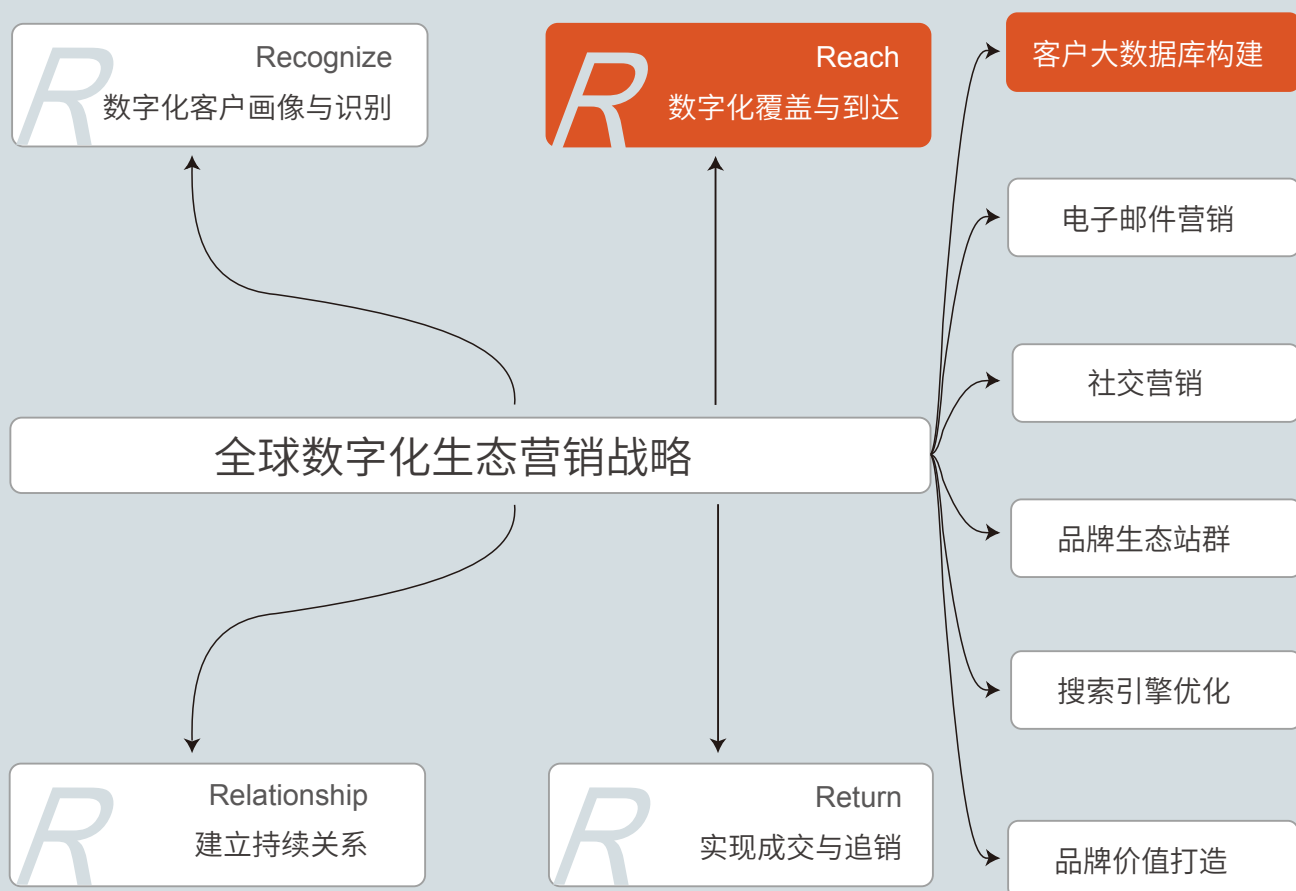
资产互换型

通过外部机构合作的方式,将外部其他机构的用户群导入到企业内部的方法,这是传统营销方式中交叉销售工具经过数字化升级的一系列方法。企业需要对目标客户有更清晰的认识,从而获知谁才是能够进行客户资产互换的合作伙伴。在建立了资产互换关系之后,企业可以通过数字化平台实现联合推广、定向推送以及销售引流。

这四种类型的数字化覆盖与到达方法可以交互使用。从主动推进型过渡到资产互换型,你会发现杠杆性越来越大。Followala建议客户依据自身的企企业数据化程度、企业数字营销的目标、数字营销战略的定位,以及投入的成本和可能的杠杆化路径,进行混合搭配,并在不同的数字营销导入阶段,进行有节奏的交互使用。

4R之Reach

数字化覆盖与到达



基于followala 从客户画像到大客户数据形成的过程

选择目标市场

客户画像搜索

过滤排序

网站分析

智能筛选

大数据库形成



欧洲	首都	域名后缀	语言
阿尔巴尼亚 Albania	Tiranë	.al	阿尔巴尼亚语
奥地利 Austria	Vienna	.at	德语
白俄罗斯 Belarus	Мінск	.by	白俄罗斯语
比利时 Belgium	Bruxelles	.be	法语, 德语, 荷兰语
保加利亚 Bulgaria	София	.bg	保加利亚语
克罗地亚 Croatia	Zagreb	.hr	克罗地亚语
捷克 Czech	Praha	.cz	捷克语
丹麦 Danmark	København	.dk	丹麦语
爱沙尼亚 Estonia	Tallinn	.ee	爱沙尼亚语
芬兰 Finland	Helsinki	.fi	芬兰语
法国 France	Paris	.fr	法语
德国 Germany	Berlin	.de	德语
希腊 Greece	Athína	.gr	希腊语
匈牙利 Hungary	Budapest	.hu	匈牙利语
爱尔兰 Ireland	Dublin	.ie	英语
意大利 Italy	Roma	.it	意大利语
拉脱维亚 Latvia	Rīga	.lv	拉脱维亚语
列支敦士登 Liechtenstein	Vaduz	.li	德语
阿尔巴尼亚 Albania	Tiranë	.al	阿尔巴尼亚语

立陶宛 Lithuania	Vilnius	.lt	立陶宛语
卢森堡 Luxembourg	Luxemburg	.lu	盧森堡語法语, 德語
马其顿 Macedonia	Скопје	.mk .com.mk	马其顿语
摩尔多瓦 Moldova	Chişinău	.md	罗马尼亚语
罗马尼亚 Romania	România	.ro	罗马尼亚语
荷兰 Netherlands	Amsterdam	.nl	荷兰语
挪威 Norway	Oslo	.no	挪威语
波兰 Poland	Warszawa	.pl	波兰语
葡萄牙 Portugal	Lisboa	.pt	葡萄牙语
俄罗斯 Russia	Москва	.ru	俄语
斯洛伐克 Slovakia	Bratislava	.sk	斯洛伐克语
西班牙 Spain	Madrid	.es .com.es	西班牙语
瑞典 Sweden	Stockholm	.se	瑞典语
瑞士 Switzerland	Bern	.ch	德语
乌克兰 Ukraine	Київ	com.ua .ua	乌克兰语
英国 United Kingdom	London	.co.uk	英国

北美洲	首都	域名后缀	语言
加拿大 Canada	Ottawa	.ca	英语 法语
哥斯达黎加 Costa Rica	San José	.co.cr	西班牙语
古巴 Cuba	La Habana	.com.cu	西班牙语
危地马拉 Guatemala	Ciudad Guatemala	.com.gt	西班牙语
海地 Haiti	Port-au-Prince	.ht	法语
墨西哥 Mexico	Ciudad México	.com.mx	西班牙语
美国 United States	Washington	.com .us	英语、西班牙语等

非洲	首都	域名后缀	语言
阿尔及利亚 Algeria	Algeria	.dz	阿拉伯语
安哥拉 Angola	Luanda	.co.ao	葡萄牙语
埃及 Egypt	Cairo	.com.eg	阿拉伯语
埃塞俄比亚 Ethiopia	Finfinne	.com.et	阿姆哈拉語
肯尼亚 Kenya	Nairobi	.co.ke	英语
毛里求斯 Mauritius	Port Louis	.mu	英语
尼日利亚 Nigeria	Abuja	.com.ng	英语
摩洛哥 Morocco	Rabat	.ma	阿拉伯语
南非 South	Africa	.co.za	英语
苏丹 Sudan	Caracas	co.ve .ve com.ve	西班牙語

南美洲	首都	域名后缀	语言
阿根廷 Argentina	Buenos Aires	.com.ar	西班牙语
玻利维亚 Bolivia	Sucre	.bo	西班牙语
巴西 Brasil	Brasília	.com.br .br	葡萄牙语
智利 Chile	Santiago	.cl	西班牙语
哥伦比亚 Colombia	Bogotá	.com.co .co	西班牙语
厄瓜多尔 Ecuador	Quito	.com.ec	西班牙语
圭亚那 Guyane	Cayenne	.com.gy	法语
巴拉圭 Paraguay	Asunción	.com.uy	西班牙语
秘鲁 Peru	Lima	.com.pe	西班牙语
苏利南 Suriname	Paramaribo	.sr	荷兰语
乌拉圭 Uruguay	Montevideo	.com.uy	西班牙语
委内瑞拉 Venezuela	Caracas	co.ve .ve com.ve	西班牙语

亚洲	首都	域名后缀	语言
孟加拉国 Bangladesh	达卡	.com.bd	英语
印度 India	New Delhi	co.in .in	英语
印度尼西亚 Indonesia	Jakarta	co.id	印尼语
伊朗 Iran	Tehrān	.ir	波斯语
以色列 Israel	耶路撒冷	co.il	希伯来语, hebrew
日本 Japan	東京	.co.jp	日语
哈萨克斯坦 Kazakhstan	Нұр-Сұлтан	.kz	俄语
朝鲜 North Korea	平壤	.kr	朝鲜语
韩国 South Korea	首尔	.kr	韩语
科威特 Kuwait	科威特城	.com.kw	阿拉伯语
马来西亚 Malaysia	吉隆坡	.com.my	英语
巴基斯坦 Pakistan	Islāmābād	com.pk	英语
菲律宾 Philippines	卡塔尔	.com.ph	英语
沙特阿拉伯 Saudi Arabia	利雅德	com.sa	阿拉伯语
新加坡 Singapore	新加坡	.com.sg	英语
泰国 Thailand	曼谷	.co.th	泰语
乌兹别克斯坦 Uzbekistan	塔什干	co.uz	乌兹别克语
阿拉伯联合酋长国 United Arab Emirates	阿布扎比	.ae	阿拉伯语
土耳其 Turkey	安卡拉	.tr	土耳其语

大洋洲	首都	域名后缀	语言
澳大利亚	Canberra	.com.au	英语
新西兰 New Zealand	Wellington	.co.nz	英语

通过搜索引擎我们是找不到顾客的,我们可以找到跟我们现有顾客网站很相似的企业网站——HOOGE客户网站画像搜索的工作原理。

根据一个客户网站核心关键词、相关产品关键词及上下游关联关键词,轻松简单、快速、安全构建含有采购商企业名称、联系人、电话、邮箱、网址地址、社交账户及采购商详细贸易大数据

选择分类:

灯具

国家/地区:

United states

客户网址:

rexellighting.co.nz

客户画像关键词搜索

[点击导入TXT文本关键词](#)

关键词用行隔开(文本格式选用UTF-8)格式下载

outdoor lighting	(核心关键词)	★
Project	(特征关键词)	★
PANEL LIGHTS	(相关关键词)	★
GARDEN LIGHTS	(其他相关关键词)	✕
WALL LIGHTS		✕
TRI-PROOF LIGHTS		✕
HIGH BAY LIGHTS		✕
SHOP LIGHTS		✕
DOWNLIGHTS		✕
LINEAR RECESS		✕
SUSPENDED		✕

另存为新计划

执行客户画像搜索获得客户线索

HooGege®EN☰

图像搜索 网址搜索 城市搜索 导入搜索 搜索历史

类别管理 添加画像计划

搜索

rexellighting.co.nz [美国] (画像搜索)

outdoor lighting;Project **site:.us**;PANEL LIGHTS;GARDEN LIGHTS;WALL LIGHTS;TRI-PROOF LIGHTS;HIGH BAY LIGHTS;SHOP LIGHTS;DOWNLIGHTS;LINEAR RECESS;SUSPENDED;FLOOD;EXPLOSION;STREET LIGHTS;CEILING LIGHTS;SPORT LIGHTS;DECORATIVE LIGHTS;SMART SWITCH

验证 打印 执行

rexellighting.co.nz [美国] (画像搜索)

outdoor lighting;Project **site:.net**;PANEL LIGHTS;GARDEN LIGHTS;WALL LIGHTS;TRI-PROOF LIGHTS;HIGH BAY LIGHTS;SHOP LIGHTS;DOWNLIGHTS;LINEAR RECESS;SUSPENDED;FLOOD;EXPLOSION;STREET LIGHTS;CEILING LIGHTS;SPORT LIGHTS;DECORATIVE LIGHTS;SMART SWITCH

验证 打印 执行

rexellighting.co.nz [英国] (画像搜索)

outdoor lighting;Project **"uk" site:.com**;PANEL LIGHTS;GARDEN LIGHTS;WALL LIGHTS;TRI-PROOF LIGHTS;HIGH BAY LIGHTS;SHOP LIGHTS;DOWNLIGHTS;LINEAR RECESS;SUSPENDED;FLOOD;EXPLOSION;STREET LIGHTS;CEILING LIGHTS;SPORT LIGHTS;DECORATIVE LIGHTS;SMART SWITCH

验证 打印 执行

[图像搜索](#) [网址搜索](#) [城市搜索](#) [导入搜索](#) [搜索历史](#)[类别管理](#)[添加图像计划](#) [搜索](#)

rexellighting.co.nz [英国] (画像搜索)

outdoor lighting;Project **site:.eu**;PANEL LIGHTS;GARDEN LIGHTS;WALL LIGHTS;TRI-PROOF LIGHTS;HIGH BAY LIGHTS;SHOP LIGHTS;DOWNLIGHTS;LINEAR RECESS;SUSPENDED;FLOOD;EXPLOSION;STREET LIGHTS;CEILING LIGHTS;SPORT LIGHTS;DECORATIVE LIGHTS;SMART SWITCH

[验证](#) [打印](#) [执行](#)

rexellighting.co.nz [中国] (画像搜索)

outdoor lighting;Project **site:.cn**;PANEL LIGHTS;GARDEN LIGHTS;WALL LIGHTS;TRI-PROOF LIGHTS;HIGH BAY LIGHTS;SHOP LIGHTS;DOWNLIGHTS;LINEAR RECESS;SUSPENDED;FLOOD;EXPLOSION;STREET LIGHTS;CEILING LIGHTS;SPORT LIGHTS;DECORATIVE LIGHTS;SMART SWITCH

[验证](#) [打印](#) [执行](#)

rexellighting.co.nz [中国] (画像搜索)

outdoor lighting;Project **site:com.cn**;PANEL LIGHTS;GARDEN LIGHTS;WALL LIGHTS;TRI-PROOF LIGHTS;HIGH BAY LIGHTS;SHOP LIGHTS;DOWNLIGHTS;LINEAR RECESS;SUSPENDED;FLOOD;EXPLOSION;STREET LIGHTS;CEILING LIGHTS;SPORT LIGHTS;DECORATIVE LIGHTS;SMART SWITCH

[验证](#) [打印](#) [执行](#)

根据不同国家语言关键词创建客户画像搜索 以led lighting全球部分国家语言关键词为例

英文关键词搜索 如：

LED Panel Lights ; LED Down Lights ; LED High Bay Lights ;
LED Bulk Head ; Oyster Lights ; LED Flood Lights ;
LED Wall Lights ; LED T5 ; T8 Tubes ; LED Emergency Lights ;
LED Track Lights ; LED Streetlight ; Outdoor Carpark Lights
; LED Landscape ; Pool Lights ; LED Pendant Lights ; LED Battens ;
LED Linear Lights ; LED Strip Lights ; outdoor lighting ; Project Lighting ; PANEL
LIGHTS ; GARDEN LIGHTS ; WALL LIGHTS ; TRI-PROOF LIGHTS ; HIGH BAY LIGHTS ;
SHOP LIGHTS ; DOWNLIGHTS ; STREET LIGHTS ; CEILING LIGHTS ; SPORT LIGHTS ;
DECORATIVE LIGHTS ; SMART SWITCH ;

土耳其语关键词搜索 如：

Led Projektörler ; Aydınlatma Armatürleri ; Sıva Altı Slim Led Panel ; Sıva Üstü Slim
Led Panel ; Sarkıt Armatürler (Dekoratif Aydınlatma) ;
İç Mekan Led Barlar ; Sensörlü Armatürler ; Backlight Armatürler ;
Clip-in ; Linear Bant Armatür ; Endüstriyel Armatürler ;
Dış Mekan Aydınlatma Armatürleri ; Metal Halide Armatürler ;
Wallwasher Armatürler ; Komponentler ;

乌兹别克斯坦语关键词搜索 如：

сточники света ; Светильники ; встраиваемые ; потолочные ;
наружной установки ; пылевлагозащищённые ;
Промышленные светильники ; Прожекторы ;
Уличное освещение ;
Светодиодная лента ; Светильники переносные серии ;
Дополнительное оборудование ; Указатели ;
Светильники аварийные ; Вход выход

哈萨克斯坦语关键词搜索 如：

Промышленные светильники ; Светодиодные лампы ; Белт-лайт ;
Светодиодные модули ; Светодиодная лента ; Светодиодные линейки ;
Освещение для витрин ; Блоки питания ; Контроллеры RGB ;
Трековые светильники и комплектующие к ним ; Флекс-неон ;

以色列波斯语关键词搜索 如：

דיינ דל רוטק'זורפ ; נשייח סע דל רוטק'זורפ ; הפצה / דל רוטק'זורפ ; דל בוחר תרואת ; יווח תרואת
הניג תרואת ; דל מינרקוד ; תיראלוס הרואת ; סימ ינגומ הרקת יעוקש ; סימ ינגומ הרקת ידומצ ; ועטנ
סימ ינגומ הפציר יעוקש ; סימ ינגומ ריק יעוקש ; סימ ינגומ ריק ידומצ ; הרואת ידומע ; Plug&Play תרדס

阿拉伯语关键词搜索 如：

تافاش لكل ; قلاوط قران ؛ ةيرادج قران ؛ ةيفقس قران ؛ ققل عم قران ؛ ةيس اسأل قران ؛ ةيجراخل قران ؛
قران ؛ سرغل قران ؛ ةيرادج قران ؛ قئادحل اقدمع ؛ عراوشل قران ؛ ققل عم قران ؛ ةيفقس قران ؛ ةيجراخل
فرغ ؛ مونل فرغ ؛ عدوتسمل قران ؛ يهاقل قران ؛ معطل قران ؛ بت الكمل قران ؛ جردل ةيرادج
تارم ؛ لزنمل هجاو ؛ قشي عمل ةفرغ ؛ هايمل اقرود ؛ خبطمل قران ؛ فويضل

葡萄牙语关键词搜索 如：

ILUMINAÇÃO INTERIOR ; Lâmpadas ; Aros ; encastrar quadrados ;
ENCASTRAR QUADRADOS ; encastrar redondos ;
ENCASTRAR REDONDOS ; Painéis LED ; Plafonieres Quadrados LED ;
Plafonieres Redondos LED ; Projetores de interior LED ; Réguas LED

丹麦语关键词搜索 如：

LED ARMATURER ; Luminaires ; industrial ; Stik systemer ; Belysning ; Lysstofamaturer ;
HID lamper ;

克罗地亚语关键词搜索 如：

LED rasvjeta ; tijela ; Lusteri ; Plafonjere ; Sobne svjetiljke ; Dječja rasvjeta ; LED rasvje-
ta ; LED žarulje i trake ; Halogena rasvjeta ; Downlighteri ; Fluo rasvjeta ; Vanjska rasv-
jeta ; Profesional rasvjeta ; Lampe sa senzorom

西班牙语关键词搜索 如：

Iluminación Lámparas ; Horario Iluminación exterior ; Flexos ;
BASES Y PANTALLAS ; Pantallas ; Bases lámparas de mesa ;
INFANTILES ; BOMBILLAS ; ACCESORIOS ; Guía de iluminación ; Lámparas de diseño

法语关键词搜索 如：

Luminaire Extérieurs Ampoules ; Encastrés Extérieur ; Paysager ;
Projecteurs Extérieur Flood ; Éclairage de sécurité

乌克兰语关键词搜索 如：

Светильники ; Лампы ; Прожекторы ; Панели ; Технология LED ;
Долговечные ; Светильники ; Датчики движения и освещенности ;
Настольные светильники ; Смотреть каталог ; Смотреть каталог ;
Высокомощные LED ; Панели ; Датчики движения ;
ЖКХ Светильники ; Прожекторы

德语关键词搜索 如：

LED LEUCHTEN ; Aussenbeleuchtung ; Bürobeleuchtung ;
Einbauspots ; Aufbauspots ; Downlights ; Track ; Schienenspots ;
Panels und LED Röhren ; Wohnbereich ; Einkaufszentren ; bürogebäude

瑞典语关键词搜索 如：

LED Lampor ; LED Lysrör -site:.se ; Normallampor LED ; Klotlampor LED ;
Kronljuslampor LED ; Pärönlampor LED ; Rörönlampor LED ; Globlampor LED ;
Reflektorlampor LED ; Spotlight 230V LED ; Spotlight 12V LED ; Stiftlampor LED ;

斯洛伐克语关键词搜索 如：

LED žiarivky ; LED osvetlenie ; Inteligentné osvetlenie ;
LED Stropné svietidlá ; LED nástenné svietidlá ; LED Bodové svietidlá ;
LED podhládové svietidlá ; LED Lustre ; LED Lampy a lampičky ;
LED Kúpeľňové svietidlá ; LED Osvetlenie schodiska ; LED pásiky ;

俄语关键词搜索 如:

Светодиодные лампы ; Светодиодные автомобильные лампы ;
Светодиодные линейки ; модули управления и профиль ;
Светодиодные экраны ; Светодиодные прожекторы ;
Led игровое оборудование ; Автоаксессуары ;
Блоки питания ; Светодиодные деревья ;
Светодиодные новогодние украшения ;
Светодиодные ленты ; Светодиодные светильники

波兰语关键词搜索 如:

Oświetlenie zewnętrzne ; Oświetlenie LED ; Girlandy ogrodowe ;
Lampy zewnętrzne wiszące ; Lampy zewnętrzne sufitowe ;
Lampy ścienne ; kinkiety ; Lampy ogrodowe-stojące ;
Oczka punktowe ; halogenowe ; Spotlighty ; downlighty ;
Lampy do zabudowy ; wpustowe ; Lampy gruntowe ; najazdowe ;
Lampy przemysłowe zewnętrzne ; Lampy

挪威语关键词搜索 如:

LED armaturer ; Interiør -site:.no ; Eksteriør ; Innfelt tak ;
kalt Downlights ; Mot taket ; Pendelarmatur ; Lineær LED-armatur ; Spotlight for
strømskinne ; Veggarmaturer ; Retail ; display ; LED retrofit ; LED Strip ; LED- lyspærer ;
Hospital ; schools ; Luminaires ; facilities ; Strålkastare LED ; Pullert ; Stolper ; Industri-
armatur ; Mot taket ; Effektbelysning ; Effektbelysning ; Innfelt mark ; Armaturer mon-
tert ; Innfelt mark ; Lineær LED-armatur

希腊语关键词搜索 如:

Led Λαμπτήρες Φωτιστικά Εσωτερικού Χώρου ; Φωτιστικά Σαλονιού ;
Φωτιστικά Τραπεζαρίας ; Φωτιστικά Κρεβατοκάμαρας ; Φωτιστικά Μπάνιου ;
Φωτιστικά Κουζίνας ; Φωτιστικά Διαδρόμου - Χωλ ; Φωτιστικά Γραφείου ; Παιδικά
Φωτιστικά

荷兰语关键词搜索 如：

Buitenverlichting ; LED armaturen ; Floodlights ; Straatverlichting ;
Terreinverlichting ; Tuinverlichting

摩尔多瓦语关键词搜索 如：

Becuri cu LED ; Tuburi cu LED ; Becuri Spoturi LED ; Benzi LED ; Benzi LED Profi ;
Accesorii banda LED ; Kit banda LED ; Alimentare LED ; Senzori de miscare ;
Module cu LED ; Proiectoare cu LED ; Proiector LED magazin ; Spoturi LED ;
Plafoniera LED ; Aplice LED

罗马尼亚语关键词搜索 如：

Iluminat Industrial ; Tuburi cu LED ; Profile LED ; LED Cresterea Plantelor ; Becuri
Vintage ; Componente LED ; Becuri LED Auto ; Panouri Solare ; Iluminat Inteligent ;
Aparataj si Conductorii Electrici ; Informatii Utile LED ; Iluminat Stradal LED

马其顿语关键词搜索 如：

LED Цевки ; LED Сијалици ; LED Плафоњерки ; LED Рефлектори ;
LED Ленти и Ригид бар ; LED Downlighth ; LED Панели ;
LED Индустриско ; LED Улично осветлување ; LED Extra Програма ;
LED Соларно осветлување ;
LED Декоративно и фасадно осветлување ;
LED Тунелско осветлување ;

立陶宛语关键词搜索 如：

LED lempuės ; LED prožektoriai ; LED fluorescencinės lempuės ;
LED stalinės lempos ; Adapteris ; Žibintai be jutiklių ;
Apšvietimo žibintai su jutikliu ; Apšvietimas su akumuliatoriumi ;
Stendas su prožektoriais ; Diagrama RGB spalvota ;
Wi-Fi žibintai su fotoaparatu ; Saulės energija valdomi prožektoriai ;
LED judesio ; šviesos jutikliai ; Prožektoriai ; tvirtinimo elementai ;

拉脱维亚语关键词搜索 如：

LED Industriālais apgaismojums ; lampas; Dekoratīvais ;
LED apgaismojums mājai ; LED Griestu gaismekļi ; tālvadības pulti ;
Lustras un stavlampas ; LED Iebūvējamais ; iekārtie paneļi ; LED Spuldzes;
mājām un biznesam ; LED plānais ; lineārais gaismeklis ; LED Sliežu ;
Dienas gaismas ; spuldzes T8 ; G13 ; LED Apgaismojums noliktavām ;
ražošanas telpām ; LED Prožektori ; LED Paneļi apaļā ; kvadrāta forma ;
LED ielas ; parku apgaismojums ; LED apgaismojums saunām

匈牙利语关键词搜索 如：

LED FÉNYFORRÁSOK ; LED LÁMPATESTEK ; LED PANELEK ; KÜLTÉRI LÁMPÁK ; KERTI
LÁMPÁK ; UTCAI LÁMPÁK ; SZERELÉSI ANYAGOK ; OUTLET ; BELTÉRI-ÁLMENNYEZETI ;
BELTÉRI-FELÜLETRE SZERELHETŐ ; HALOGÉN FÉNYFORRÁSOK ; KOMPAKT
FÉNYCSÖVEK ; MÉLYSUGÁRZÓK ; SÍNES LÁMPATESTEK ;
LED BELTÉRI-FELÜLETRE SZERELHETŐ ; LED BÚTORVILÁGÍTÓK ;
LED CSARNOKVILÁGÍTÓ ; LED FÉNYCSÖVES LÁMPATEST ; LED FÉNYVETŐ ; LED IP
VÉDETT, KÜLTÉRI ; LED MÉLYSUGÁRZÓ ; LED SÍNES RENDSZER ; LED SZPOT MÉLY-
SUGÁRZÓ ; LED VÉSZVILÁGÍTÓK ; LED LÁMPATEST TARTOZÉK ;
LED BELTÉRI-FELÜLETRE SZERELHETŐ ; LED BÚTORVILÁGÍTÓK ;
LED CSARNOKVILÁGÍTÓ ; LED FÉNYCSÖVES LÁMPATEST ; LED FÉNYVETŐ ; LED IP
VÉDETT, KÜLTÉRI ; LED MÉLYSUGÁRZÓ ; LED SÍNES RENDSZER ;

芬兰语关键词搜索 如：

teollisuusvalaisimet ; Teollisuusvalaisimet ; Turvavalaistus ; Aluevalaistus ;
Valonheittimet ; Katuvalaistus ; Navettavalaistus ; Lisävarusteet

爱沙尼亚语关键词搜索 如：

kontorivalgustid ; valgustid ; Sise ; Ehitusvalgustid ; Välisvalgustid ; Tööstusvalgustid ;
Tänavavalgustid ;

过滤无效结果, 根据不同类别自动排序

根据一个客户网站核心关键词、相关产品关键词及上下游关联关键词, 轻松简单、快速、安全构建含有采购商企业名称、联系人、电话、邮箱、网址地址、社交账户及采购商详细贸易大数据


EN

[过滤排序](#)
[网站分析](#)
[智能筛选](#)
[价值客户](#)
[跟进客户](#)
[成交客户](#)

类别


[过滤并重新排序](#)
[参考规则](#)

核心关键词

outdoor lighting,

过滤域名后缀

org,.org.uk,cn,.pdf,.txt,.gov,.gov.uk,.news,.top,.online,.info,.nd.gov,.xyz,.reviews,.guide,.parts,gov.bc.ca,today,shop,.md.us,ks.us,. in.us,.al.us,.ca.us,.ac.ru,.ac.in,.gov.in,basf.us,.ak.us,.tx.us,md.us,tokyo,.info,

过滤域名

google.co,archive.org,hotfrog.com.au,app.com,viesweburl.com,gbsites.uk,flickr.com,bbc.co.uk,sitesconsider.com,nubsearch.com,dhgate.com,dailymail.co.uk,seostudio.top,dig.do,tradekey.com,andorsites.com,picclick.com,wayfair.com,dictionary.com,bulkweburl.com,

过滤域名中包含的关键词

docplayer,aliexpress,ebay,walmart,amazon,linguee,documentslide,ecer,archive,bigpicture,search,data,thankyoubuyers,market,jobshop, bossgoo,googlemade-in-china,pinterest,picclick,

过滤网址中包含的关键词

link.html,links.html,instagram,explore,search,buy,pdfdoc,download,doc,docs,listings,

过滤标题

ebay,amazon,Directory,exhibition,Activities,Review,

过滤邮箱前缀

example,abuse,enteryour,your,yourfriend,your-email,logo,username,

过滤邮箱后缀

addresshere.com,domain.com,email.com,example.com,address.com,example.co.za,example.co,

平台网站

facebook.com,

保存

选择目标市场

客户画像搜索

过滤排序

网站分析

智能筛选

大数据库形成

HOOGEGE自动分析每个网站至少十个页面的内容,标注出关键词出现的频次,并且支持分析关键词进行筛选

HooGege®

EN

过滤排序

网站分析

智能筛选

价值客户

跟进客户

成交客户

客户类别

欧洲灯具客户 62916

俄罗斯灯具客户 5723

选择分析规则

添加分析规则

☒ led lighting 分析详情

LED Panel Lights; LED Down Lights; LED High Bay Lights; LED Bulk Head; Canopy; Oyster Lights; LED Flood Lights; LED Wall Lights; LED T5; T8 Tubes; LED Emergency Lights; LED Track Lights; LED Streetlight; Outdoor Carpark Lights; LED Landscape;

开始分析

9326. greenlux led 😊 ✎ ↺ 🗑

led lighting

 - led panel lights[25] led down lights [25] led high bay lights [25] led bulk head [25] canopy [44] oyster lights [38] led flood lights [25] led wall lights [27] led t5 [26] t8 tubes [25] led emergency lights [25] led track lights [23]
greenlux.com.au ▼ ● ● ● ●

LED Lights

价值客户

✉ sales@greenlux.com.au

网站分析

分析页面:

greenlux.com.au/manifest.json

greenlux.com.au/categories/emergency-and-sensor-led-battens

greenlux.com.au/categories/led-linear-lights

greenlux.com.au/categories/led-panel-lights

greenlux.com.au/categories/led-down-lights

greenlux.com.au/categories/led-high-bay

greenlux.com.au/categories/led-bulkhead-canopy-oyster-lights-emergency-and-sensor

greenlux.com.au/categories/led-flood-lights

greenlux.com.au/categories/led-wall-lights

greenlux.com.au/categories/led-t5-t8-tubes

greenlux.com.au/categories/led-intelligent-lights

关键词出现情况:

关键词:led panel lights[25] led down lights [25] led high bay lights [25] led bulk head [25] canopy [44] oyster lights [38] led flood lights [25] led wall lights [27] led t5 [26] t8 tubes [25] led emergency lights [25] led track lights [23] led streetlight [23] outdoor carpark lights [23] led landscape [23] garden [24] pool lights [23] led pendant lights [23] led battens [40] led linear lights [25] led strip lights[23] outdoor lighting [0] project[22] smart switch[0]

分析结果:零售 关键词出现次数:582

选择目标市场

客户画像搜索

过滤排序

网站分析

智能筛选

大数据库形成

HOOGEGE以客户画像关键词基础构建精准客户筛选算法, 自动批量检索搜索到的潜在客户线索, 实时提炼价值客户并进行关键词标签, 让客户筛选自动化

HooGege®

EN

过滤排序

网站分析

智能筛选

价值客户

跟进客户

成交客户

客户类别

○ 欧洲灯具客户

62916

○ 俄罗斯灯具客户

5723

○ magiaswiatel.pl

○ polskielampy.pl

○ slctlys norge.no

○ installateursland.nl

Oświetlenie zewnętrzne Oświetlenie LED

✕

Oświetlenie zewnętrzne Girlandy ogrodowe

✕

Oświetlenie zewnętrzne Lampy ścienne

✕

Oświetlenie zewnętrzne kinkiety

✕

Oświetlenie zewnętrzne Oczka punktowe

✕

Oświetlenie zewnętrzne Spotlighty

✕

Oświetlenie zewnętrzne halogenowe

✕

Oświetlenie zewnętrzne najazdowe

✕

Oświetlenie zewnętrzne Lampy

✕

添加智能筛选规则

Éclairage intérieur CEILING LIGHTS DOWNLIGHTS GARDEN LIGHTS Iluminación Lámparas Indoor lighting lampe Lampy Led lampen LED Lights LED Цепки
Luminaire Extérieurs outdoor lighting PANEL LIGHTS



分析并进行标签

HooGege®

客户搜索



所有搜索结果显示

-类别-

-国家/地区-

足迹客户

有邮箱

无邮箱

标签选择

过滤排序

批量处理

智能筛选

im

Lampy

LED Lights

ru

无标签

全部

价值客户

跟进客户

成交客户

找到 318 条结果 从第 318 条开始显示

318. OODELUX LIGHTING SOLUTIONS - Profesjonalne oświetlenie LED



www.oodelux.pl/

producent oświetlenia bydgoszcz, oświetlenie led, przemysłowe led, naświetlacze led, downlight led, świetlówki led, tracklight led, oprawy zwieszane, led Bydgoszcz,

Oprawy domowe LED+; Oprawy domowe+; oprawy zewnętrzne LED+; Oprawy

zewnętrzne+; Oprawy techniczne LED+; Oprawy techniczne+; Oświetlenie ...

Lampy

价值客户

✉ sekretariat@eurotrade.pl

选择目标市场

客户画像搜索

过滤排序

网站分析

智能筛选

大数据库形成

多维度客户搜索并建立标签

The screenshot shows the HooGege search interface. At the top, there's a search bar with '客户搜索' (Customer Search) and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are filters for '所有搜索结果显示' (Show all search results), '类别' (Category), '国家/地区' (Country/Region), and buttons for '足迹客户' (Footprint Customer), '有邮箱' (Has Email), '无邮箱' (No Email), '标签选择' (Tag Selection), '过滤排序' (Filter Sort), '批量处理' (Batch Processing), and '高级筛选' (Advanced Filter). Below these, there are tags for 'CEILING LIGHTS', 'DOWNLIGHTS', 'GARDEN LIGHTS', 'lampe', 'lampe', 'LED Lights', 'PANEL LIGHTS', and '无标签' (No Tag). A blue button '全部' (All) is also present. Below the tags, there are buttons for '价值客户' (Value Customer), '跟进客户' (Follow-up Customer), and '成交客户' (Closed Customer). The search results section shows '找到 68492 条结果 从第 68492 条开始显示' (Found 68492 results, starting from the 68492nd result). The first result is '68492. bega • das gute licht.' with a date '2019-06-28' and a location '法国' (France). Below this, there's a description of the company and its products, followed by social media icons for Pinterest, Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, and a '贸易数据' (Trade Data) icon.

1. 根据网站页面标题、公司名称、域名、网址、内容、页面描述、有邮箱、无邮箱、国家地区、客户类别、标签进行搜索

The screenshot shows the HooGege search interface. At the top, there's a search bar with '客户搜索' (Customer Search) and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are filters for '所有搜索结果显示' (Show all search results), '类别' (Category), '国家/地区' (Country/Region), and buttons for '足迹客户' (Footprint Customer), '标签选择' (Tag Selection), and '信息补充' (Information Supplement). Below these, there are tags for 'CEILING LIGHTS', 'DOWNLIGHTS', 'GARDEN LIGHTS', 'lampe', 'Lampy', 'LED Lights', 'PANEL LIGHTS', and '无标签' (No Tag).

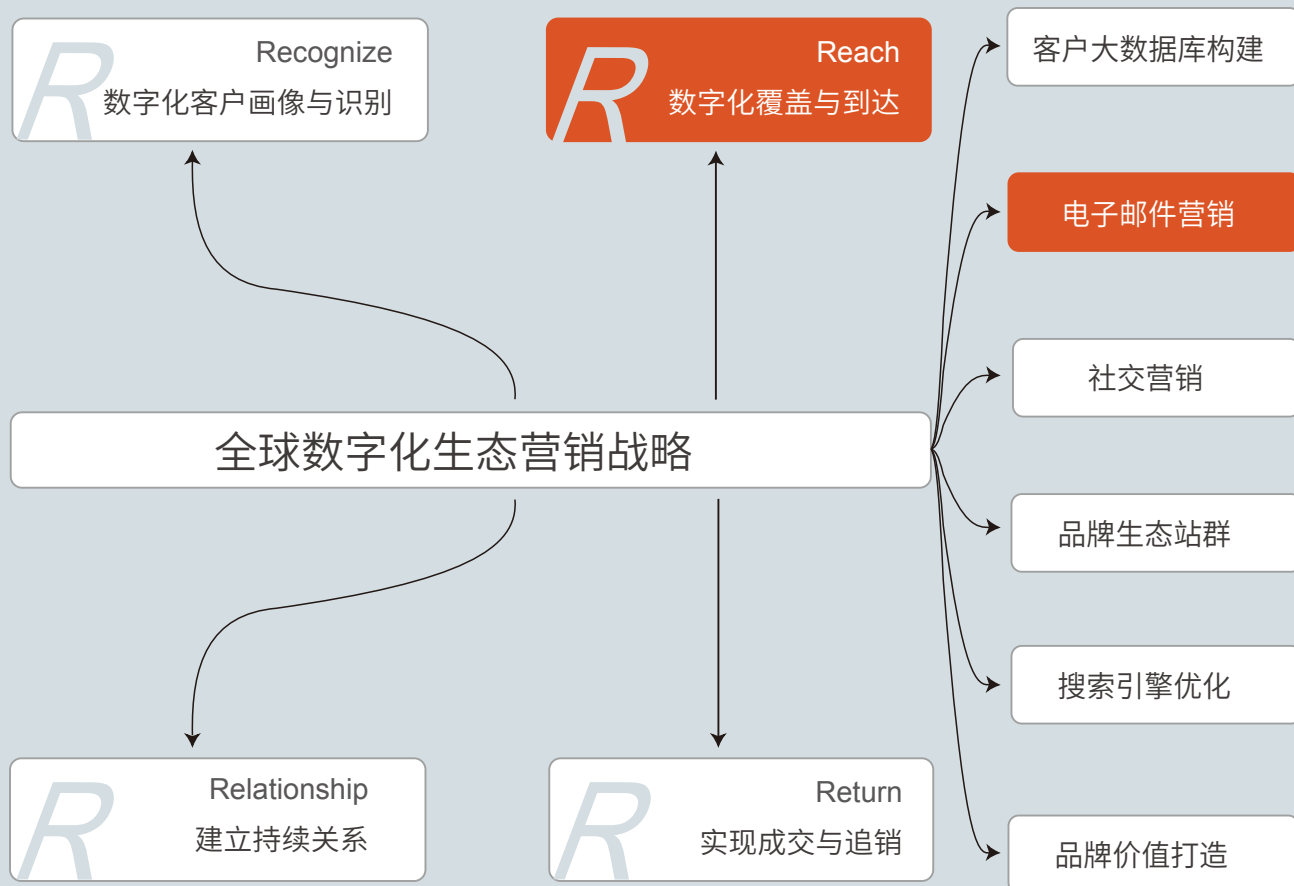
2. 根据社交媒体如: Facebook、Twitter、Linkedin等进行搜索

The screenshot shows the HooGege search interface. At the top, there's a search bar with '客户搜索' (Customer Search) and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are filters for '所有搜索结果显示' (Show all search results), '类别' (Category), '国家/地区' (Country/Region), and buttons for '足迹客户' (Footprint Customer), '标签选择' (Tag Selection), and '信息补充' (Information Supplement). Below these, there are tags for 'CEILING LIGHTS', 'DOWNLIGHTS', 'GARDEN LIGHTS', 'lampe', 'Lampy', 'LED Lights', 'PANEL LIGHTS', and '无标签' (No Tag). The search results section shows '找到 68492 条结果 从第 68492 条开始显示' (Found 68492 results, starting from the 68492nd result). The first result is '68492. bega • das gute licht.' with a date '2019-06-28' and a location '法国' (France). Below this, there's a description of the company and its products, followed by social media icons for Pinterest, Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, and a '贸易数据' (Trade Data) icon.

3. 根据客户阅读邮件行为进行搜索

4R之Reach

数字化覆盖与到达



邮件营销

大多数人每天至少检查一次电子邮件，使其成为传递营销信息的最重要媒介之一。创建一个好的电子邮件营销策略并不是一项简单的任务，你可能会想到这里有更多的变量。因为客户讨厌广告，所以它使电子邮件变得更加重要，因为它可以是更个性化的互动。



如何通过电子邮件营销增加销售额

在电子邮件营销领域犯下的最严重的罪行之一是发送通用电子邮件。如果您认为创建一封可以发送给成千上万客户的电子邮件，同时进行细微更改是要走的路，那就错了！这些电子邮件很容易被人们发现，它们具有相同的模式；没有足够的相关信息，那你就死定了。

避免这种情况的一个好方法是细分客户。可以按客户网站上出现的产品关键词分类，也可以按不同应用的客户分类，当然也可以根据不同地区的客户分类。然后，您可以创建服务每个细分的电子邮件发送小组，最后，自动调用收件人的公司名称，公司网址，收件人名字等。请记住，电子邮件应始终定制和定位！

迷人的邮件设计

1. 保持简单：

简单而高价值的内容始终与潜在客户紧密相连。你可能已经多次听过各种各样的情况，“保持简单”。许多营销人员过度开发并制作充满各种颜色，复杂设计的电子邮件，使收件人感到困惑。当电子邮件难以理解时，大多数收件人很容易失去注意力。

应该记住,日常收件人会收到数千封电子邮件,因此很难专注于每封邮件。大多数电子邮件都会在没有任何明确信息的情况下高度混乱,从而造成公司的负面形象。您应该创建一个简单,有吸引力的电子邮件模板,并轻松地将邮件传达给收件人。

让我们解读颜色的影响的重要性:

- 蓝色:它与可靠性和安宁性相关。客户总是在寻找值得信赖和可靠的产品或服务。出于这个原因,他们下意识地吸引了与蓝色相关联的品牌。一些保守品牌通过其产品促进信任因素。
- 绿色:它与健康和自然有关。颜色刺激大脑的和谐,在您周围创造环境平衡。
- 红色:这种颜色在观众中产生了紧迫感。众所周知,许多高价值品牌都会使用这种颜色来增加旺季的销量。

众所周知,像麦当劳这样的公司会使用红色和黄色等颜色,这些颜色会吸引儿童和青少年。它促进了紧迫感,点燃了食欲。在紧张的日子里,星巴克使用绿色来增强咖啡馆的放松感。

所以现在您了解颜色对于推广品牌的重要性。开发具有鲜艳色彩的专业电子邮件模板,与您组织的目标保持一致,可以对客户的注意力产生强大影响,从而增加销售和收入。

2.号召性用语:

号召性用语是电子邮件营销活动中的重要一步,读者有动力采取行动。根据研究,已经发现页面的左侧比右侧更受关注。为了引起收件人的注意,必须将CTA放在电子邮件的左上方。您甚至可以在电子邮件的底部放置第二个CTA,这个订阅者将在邮件结束之前完成。

3.图像和文字:

图像在任何电子邮件营销活动中都起着关键作用。平衡正确的图像和内容可以使您的电子邮件活动看起来干净,有趣。根据一项研究,我们发现大多数读者关注的是图像而不是文本。

使用正确的图像和文本开发优化的电子邮件模板将为您的企业电子邮件提供有趣的外观。作为营销人员,您必须制定计划策略并创建有效邮件,收件人会收到包含图像和说明的电子邮件,例如“替代文字”。“替代文字”消息适用于图像未加载的电子邮件收件人

4.页眉,页脚和标题:

在设计电子邮件时,标题至关重要。如果没有吸引人的头衔,收件人将永远不会对打开电子邮件感兴趣。如果你标题很好,那么它会自动吸引收件人的注意力。

一个干净的标题打破了主要消息的内容,适当地放置它,并突出显示该活动的关键想法。页脚内容将放在邮件末尾,您可以在其中提供联系信息。这是您抓住潜在客户的机会。让客户希望您的信息建立更强大的个人关系并促进口碑营销,而不是那些不感兴趣的人。

频率

虽然发送电子邮件是一种廉价而有效的方式来吸引客户,但过度使用它可能会对您的品牌形象造成不利影响!务必确定发送电子邮件的最佳频率。你会每周去一次,一个月一次吗?您必须根据您要分享的信息,您销售的产品/服务以及您所在行业的需求来决定。重要的是不要耗尽您的内容,变得可预测,最终失去目标受众。

取消订阅的选项

客户应始终可以选择UNSUBSCRIBE。有时,人们可能会错误地注册自己,或者注册的电子邮件现在用于其他目的。无论是什么原因,客户都可以选择退出!为什么这很重要?主要原因很简单,避免被标记为垃圾邮件。通常,取消订阅的选项位于电子邮件的末尾。默认情况下,大多数公司都有此选项,因为在某些国家/地区必须使用此选项。

分析

测量结果是电子邮件营销受欢迎的一个重要原因。完成电子邮件营销活动后,假设您发送了新产品推荐,您应该随后分析结果。需要注意的重要事项包括打开率,点击率,垃圾邮件报告和取消订阅号码。您还应该看到哪些是点击次数最多的链接,哪些是效果不佳的链接,您可以了解您的客户群体行为模式,了解哪种类型的内容会吸引他们并相应地定制您的下一封电子邮件。

客户电子邮件列表

就像名片一样,一对一电子邮件可以给人留下良好第一印象并确保人们记住你。那么怎么能建立精准的客户邮件列表呢!Followala建议通过贸易大数据分析竞争对手的客户群体,以竞争对手客户群体为目标,建立竞争对手客户群体类似的客户数据库,并自动完善客户的详细信息,如:公司名称,联系人,公司网址,社交媒体帐号等。

长途自行车全球领军企业 电子邮件营销成功案例

电子邮件是电子商务业务流程的核心,花一些时间考虑您将发送的电子邮件。邮件内容中加上企业品牌网站,是方便顾客更多了解公司产品及获得服务支持,体现价值和建立信任;建立社会化媒体社区,关键通过内容、娱乐、竞赛或服务让有需求的客户参与进来;邮件内容中加上社交媒体的链接,比如加上Facebook个人的帐号和公司的主页,为了更好的建立与顾客建立持续的关系,获得客户的信任,体现公司的价值。深度挖掘客户Facebook上好友的关系,评论客户的关系,客户加入的小组资源等;

流程	沟通目标	电子邮件目的	邮件使用的例子
引起客户注意	通过引发消费者的想象 让某公司得到关注	通过网络渠道或一般 渠道让客户初步了解 产品的优点,公司优势	明确我是谁,致力于什么领域,能为你持续 带来什么价值,通过加入品牌网站,社交媒 体链接,和客户建立资深联系
引发客户思考	通过向客户不断宣传产 品对他们直观的好处, 使某公司进入客户的考 虑范围	通过产品宣传优点, 增强客户的购买欲望	让客户感兴趣,让他们同意接收您的宣传邮 件。通过电子邮件,加速用户进入下一个环 节
获得客户意向	进一步让客户接近消费	让客户前往消费渠道 (比如客服中心)	在电子邮件中加入一个超级链接,让单击链 接的客户转到产品服务中心
获得客户反馈	让客户对其他周边产品 和服务感兴趣	向品牌深入,加强宣 传,进入交叉销售和 追加销售阶段	基于商业规则,动态变化电子邮件销售策略
持续成交订单	加强和加深关系,以便 进行下一件产品的推销	为获取客户终身价值 培育与深化与客户的 联系。	通过电子邮件发送带有附加价值的信息

“你不必创造有史以来最有趣的内容,关键是能给客户带去什么样的价值”

邮件内容一

Big Box of Happiness Unboxing!

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



We know how hard the choice can be: you wanna go on an epic summer ride, but that means leaving Fido home alone. Good news, doggo parents! Check out our [3 favorite ways to bring the pup along for the ride](#).



Copyright © 2020 Followala, Inc., All rights reserved.

Followala was founded in response to a calling: to reinvent and fully realize the life-enhancing potential of bicycles in our modern world. We believe in harnessing the power of curiosity-driven design to amplify the secret powers of this simple steed (and its riders). Through our commitment to service and the value we place on deep human connection, we work tirelessly to positively shift the course of human transportation toward a more brilliant future.

You are receiving the Followala digest because you signed up for periodic updates, news and product information. Thanks for sharing an interest and/or being a part of the longtail cargo bike revolution!

Followala, Inc. - 868 43rd St. - Oakland, CA 94608
Followala.com | hello@Followala.com

邮件内容二

What's so special about the 6th of July?

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala

Hey!

We'll keep this quick so we can all get back to the festivities – it was so much fun giving out free shipping on the 4th we figured “why not give away 6 on the 6th?!”

While big sacrifices were made to secure our freedom and independence, we can all contribute to a more vibrant future.

Our mission is to help more people enjoy the deep freedoms and joy of a bicycle lifestyle. So click here if FREE SHIPPING will help support your decision to put your power to the pedal.

The fuse is lit. Enjoy!
Ross

PS. Behind this link are 6 more ways to celebrate our interdependence with 6 limited-time opportunities (discount codes to be entered at checkout) to get free shipping on your bikes delivered in a Big Box of Happiness.

PPS. The fireworks end on July 8th so make sure to place your order before the code expires. Around here, we're pretty jazzed about our interdependence as edge-runners.

Please send me a limited-time



Facebook



Twitter



Twitter



Followala



Youtube

Copyright ©2020 Followala, Inc., All rights reserved.

Followala was founded in response to a calling: to reinvent and fully realize the life-enhancing potential of bicycles in our modern world. We believe in harnessing the power of curiosity-driven design to amplify the secret powers of this simple steed (and its riders). Through our commitment to service and the value we place on deep human connection, we work tirelessly to positively shift the course of human transportation toward a more brilliant future.

You are receiving the Followala offer because you signed up for periodic updates, news, and product information. Thanks for sharing an interest and/or being a part of the longtail cargo bike revolution!

Followala, Inc. - 868 43rd St. - Oakland, CA 94608
Followala.com | hello@Followala.com

邮件内容三

For a Limited Time, add some Xtra fun to your Summer

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



The wait is finally over! The RFA is officially in stock and the Followala team and our trusted dealers are ready to build up your dream cargo bike. Still have questions before hitting the "check out" button on your RFA order? We've got answers to those and more over in the RFA FAQs!



Take your summer rides to the next level with a sweet deal on our internal gear hub long tail, the EdgeRunner 11i! Through July 20th, you can save online and at your local Followala dealer. When ordering online, use the offer code freeB-BOHfor11i for free shipping & handling - a \$400 value!

Check out all the awesome July Happenings with these Followala dealers!

Sat. July 13 - Sat. July 20 - NYC - 718 Cyclery - 2019 Summer Tour: The Adirondacks

Sun. July 14: AURORA, CO - Bike Shop Girl Family Cyclery - Kidical Mass DEN Family Ride | BROWNSVILLE, TX - 7th & Park - Yoga at the Shop | NYC - 718 Cyclery - Day Hike: Bull Hill

Mon. July 15: PHILADELPHIA, PA - Firth & Wilson - Bike Shop Beach Day

Wed. July 17: WASHINGTON D.C. - Bicycle maintenance Essentials Class - Ivy City

Thurs. July 18: BERKELEY, CA - Blue Heron Bikes - "Motherload" Movie Night (\$5/child, \$10/adult) | DENVER, CO - Bike Shop Girl Family Cyclery - Coffee Outside

邮件内容四

You can carry HOW MANY kids on an Followala!

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



How much cargo can a cargo bike bike if a cargo bike can bike cargo?
A LOT and then some when you add a trailer to your ride! We hitched a trailer to every bike in the Followala fleet and compiled all the handy how-to details including optimum set ups for 3+ kiddos over on the Xtra blog.



A side-by-side buyer's guide

Speaking of bike trailers, there are so many options on the market these days for family biking! We hope to help guide you in the right direction to find the perfect set-up for you with our series of Side-By-Side Buyer Guide's. This week's guide goes over all the pros and cons of bike trailers and long tail cargo bikes. From cost to how many kids you can carry to the ease of storage, we've got your questions covered!

Copyright Â© 2020 Followala, Inc., All rights reserved.



Check out all the awesome July Happenings with these Followala dealers!
Sun. July 21: CALGARY, ALBERTA - BikeBike Inc. - E-Bike Test Ride Experience | BROWNSVILLE, TX - 7th & Park - Yoga at the Shop
Thurs. July 25: DENVER, CO - Bike Shop Girl Family Cyclery - Coffee Outside
Sat. July 27: BURLINGTON, VT - Oldspokes Home - Bizarre Bazaar
Sat. July 27 - Sun. July 28: MINNEAPOLIS, MN - Farmstead Bike Shop - Bike Camping (Free!)

邮件内容五

Not sure how to load up your followala on the family wagon? This'll help! + Summer Flash Sale

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



Road trips and epic adventures away from our home base can be fun and all, but the thought of leaving our choice ride at home can be a real bummer. We are thanking our lucky spokes this summer that there are so many ways to take our bikes along for the journey! For those who don't have the option to just ride their bike to their destination, here are our favorite ways to transport a long-tail cargo bike by car, boat, bus and more!

Wait. We only have TWO 8e Bosch electric EdgeRunners in stock until they are gone... forever?! Get a sweet deal on the last of these gems with this week's flash sale! Be sure to use the coupon code 8efreeshipping+assembly at check out for free shipping & handling.

Our friend's over at G&O Family Cyclery captured the spirit of Motherload, the documentary devoted to women and cargo biking, beautifully: "Please, you owe it to yourself to find a screening and watch 'Motherload'. Wow. This movie is profound. We can do it. It is not too late to draw our culture, our species, our world back from the brink, if we do it together."

Check out all the awesome July Happenings with these Followala dealers!

- Sat. July 27 – BURLINGTON, VT – Oldspokes Home – Bizarre Bazaar
- Sat. July 27 – Sun. July 28 – MINNEAPOLIS, MN – Farmstead Bike Shop – Bike Camping (Free!)
- Sun. July 28 – BROWNSVILLE, TX – 7th & Park – Yoga at the Shop
- Sun. July 28 – NYC – 718 Cyclery – Day Hike: Harriman State Park

Followala, Inc. - 868 43rd St. - Oakland, CA 94608
Followala.com | hello@Followala.com



邮件内容模版六

How do **YOU** take your kids to school? 🚲 👨👩👧👦

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



Remember when you first got into cargo biking and you had a bazillion questions? Chances are, some super stoked seasoned rider was more than happy to answer them in person or on the webs. Ready to pay that good karma forward by sharing your tips and tricks with new-to-family-biking parents getting ready for school drop off?! Share any pro-tips ya got in our Bike-2-School Like a Pro survey!

This is the LAST WEEK to take advantage of our EdgeRunner 8e summer flash sale! Get in on the electric cargo biking game and have plenty of coin left over for all those school supplies. Be sure to use the coupon code 8efreeshipping+assembly at check out for free shipping & handling, an additional \$400 value!



Didja know you can fit up to 6 - yes, SIX - kids on a long-tail cargo bike paired with a bike trailer and kiddo seats?! Find those helpful gems and more in our latest side-by-side guide. We also roll up our sleeves to compare weight, cost, cargo carrying abilities, and more.

邮件内容模版七

I'm trying something new in order to share this important message

发件人: followala

收件人: ceo@hoogege.com

Hello !

A quick note to say we just added this page to our site: Followala.com/webinar

On that page, you'll see all the reasons I've decided to go on air.

Honestly, I'm a little bit scared to do this. (I'm a lot more introverted than most people think.)

Since I started Followala over 20 years ago, I've never experienced such an exciting time for cargo bikes. It's amazing. But I'm troubled by the confusion people are experiencing as they navigate the cargo bike buying process.

That's why I wanted to sit down with you to explain how we got to where we are today and help you discern between all the choices out there.

I keep hearing from friends who are shopping for a bike. They are getting hammered by ads and asking me how to pick between one brand or another. They just want a safe bike at a good value.

[Register here](#)

I'm looking forward to talking with you

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ross Evans', with a long horizontal stroke extending to the right.

Ross Evans, Founder & CEO

PS. When you join me Thursday, here are some of the things you will learn:

Followala surprising origin story.

Why the bike industry would prefer that Followala went away.

How Followala historical commitment to service continues today through our sister non-profit, Worldbike.org.

邮件内容模版八

We're holding the door for you

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Ross is going live on Facebook any minute now.

Join us now to hear about:

Why Ross is acknowledged as a master cargo bike designer and instigator of the modern cargo bike movement.

Followala surprising origin story.

How purpose-driven design inspired 3 generations of design evolution.

Why longtails vs trailers, bakfiets, and panniers.

How our purpose as a company empowers everything we do.

Why the bike industry would prefer that Followala went away.

How Followala historical commitment to service continues today through our sister non-profit, Worldbike.org.

Our commitment to you riding a quality cargo bike.

Ross' reason for extending you a special limited-time offer.

Don't miss out on your opportunity to have your questions answered live!

Plus, Ross has prepared a special unveiling and details on how to get your webinar-attendee-only gift bundle.

[Join us here now!](#)

邮件内容模版九

Want a FREE Leap Cargo Bike Conversion Kit?!

发件人: Followala

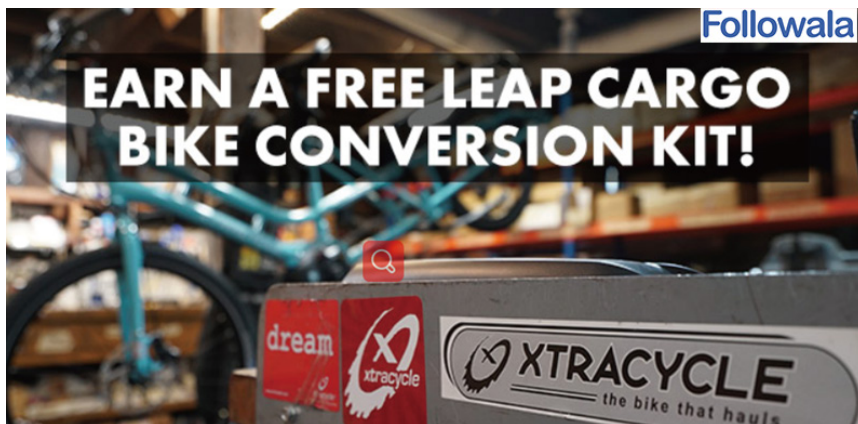
收件人: ceo@hoogege.com

Followala



"This is the best time I've had on facebook in YEARS!!" Cynthia, who attended last week's webinar, captured our feelings perfectly! The whole Followala team had so much fun during Ross' webinar on Thursday. It's not too late to receive a link to watch the webinar and to learn more about the post-webinar special! Simply sign-up [HERE](#) to receive the link.

Refer someone to our open position for an Followala Assembler at our Oakland office and receive a free Leap Kit as a thanks from us if your referral is eventually hired! Check out the position listing for details on requirements and how to apply.



How do front loaders compare to longtails? We dove deep into this question in our latest Side-By-Side Buyer's Guide: Front Loaders & Longtails. Cost, size, capacity to carry kids and cargo, we cover it all to help you figure out which ride is best for you and your family!

邮件内容模版十

How would YOU answer these 10 questions?

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



What are you doing to use cycling as a force for good?

What can people do to help?

Why did you fall in love with cycling?

Find out how the founder and CEO of Followala, Ross, answers these and 7 other thoughtful queries in this short but sweet interview with our friends over at Virtuous Cycle.

We took on the challenge of answering the question: can I seriously fit all the stuff my kids need for school drop-off on my bike?!

(Spoiler Alert: YES!)

To see how much we were able to fit into our front PorterPack, check out our recent article on perfectly packing your ride.



You'll be laughing all the way on your next ride to the bank with this week's Xtra Special!

Deal includes a price-slashed internal gear hub EdgeRunner 11i, Hootie hand rail, U-tube foot rests and MagicCarpet padded seat cushion. Simply put an 11i in your shopping cart, and the family pack will be automatically added.

邮件内容模版十一

I'm trying something new in order to share this important message

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com



The last thing you should be worrying about during your weekday morning routine in between packing lunches and reminding the kids to grab their coats is: will all this stuff fit on the cargo bike?! That's one thing you don't have to fret over because YEP, it will!

Check out our recent article on optimizing every inch of your ride for breezy morning drop-offs.

What makes the Followala Stoker a solid choice for morning commutes AND weekend trail hopping? Our friend Chris from Propel Bikes dives deep into why folks are so STOKED for this versatile velo.



We're feeling some strong Bike 2 School vibes these days and we can't help but celebrate with a limited time offer to help you get in on this #SkipTheDropOffLine action!

Deal includes a price-slashed internal gear hub EdgeRunner 11i, Hooptie hand rail, U-tube foot rests and MagicCarpet padded seat cushion. Simply put an 11i in your shopping cart, and the family pack will be automatically added.

邮件内容模版十二

I'm trying something new in order to share this important message

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Hey again ,

I'm going live on air this Thursday and I need you to join me.

Since I started Followala over 20 years ago, I've never experienced such an exciting time for cargo bikes. It's amazing. But I'm troubled by the confusion people are experiencing as they navigate the cargo bike buying process.

Especially when it comes to people buying bikes online – sadly, we're seeing companies take advantage of people who don't know what they're buying.

And it's wrong.

That's why I wanted to sit down with you to explain how we got to where we are today and help you discern between all the choices out there.

I keep hearing from friends who are shopping for a bike. They are getting hammered by ads and asking me how to pick between one brand or another. They just want a safe bike at a good value.

[Register here](#)

I'm looking forward to meeting with you,



Ross, Founder & CEO

PS. When you join me Thursday, here are some of the things you will learn:
Followala surprising origin story.

Why the bike industry would prefer that Followala went away.

How Followala historical commitment to service continues today through our sister non-profit, Worldbike.org.

邮件内容模版十三

It borders on unethical...

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Hey again ,

Good people are making an unfortunate mistake. But it's not their fault, they're being misled. Profit-driven newcomers to the cargo bike business are happy to sell you a bike without any of the support you need to be successful.

I don't know about your experience, but I hate witnessing the confusion people are experiencing as they navigate the cargo bike buying process.

It's up to us to change this.

Are you A) currently shopping for a cargo bike for your family? Or B) the local expert on cargo bikes in your town?

Either way, you'll want to join us tomorrow

I'm hosting a live event where I reveal a powerful tool that will help you avoid common pitfalls in buying a safe, quality cargo bike. You might be surprised by the non-obvious potholes that can deflate your dream of adopting a bicycle lifestyle that lasts for a lifetime.

[Register for tomorrow's event here](#)

We're in this together,



Ross, Founder & CEO

Yesterday, I mentioned some of the topics we'll be covering. But there is more to the story!

How purpose-driven design inspired 3 generations of design evolution.

How our purpose as a company empowers everything we do.

Why choose a longtail cargo bike VS trailers, bakfiets, and panniers.

My commitment to you riding a quality cargo bike.

邮件内容模版十四

[TODAY] grab your seat for a special online event with Ross

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Hey again ,

Ross doesn't like to brag about his credentials. That's okay. All of us on the Followala team kind of enjoy how it makes him squirm when we do it for him :)

However, we asked him to set the record straight during this live event.

Did you know Ross had a hand in almost every cargo bike that has been produced? When we say he knows cargo bikes, we really mean it.

That's why he wants to help you avoid the most common mistakes people run into along their journey to a bicycle lifestyle.

I know Ross is really hoping that you will join us TODAY. And he's prepared some very special opportunities to make it worth your time. You won't want to miss out.

Tune in TODAY September 19th at 12:00pm PST.

[Click Here to Register](#)

We hope you'll join us,

The Followala Team

邮件内容模版十五

We're holding the door for you

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Hey again ,

Ross is going live on Youtube any minute now.

Join us now to hear about:

Why Ross is acknowledged as a master cargo bike designer and instigator of the modern cargo bike movement.

Followala surprising origin story.

How purpose-driven design inspired 3 generations of design evolution.

Why longtails vs trailers, bakfiets, and panniers.

How our purpose as a company empowers everything we do.

Why the bike industry would prefer that Followala went away.

Why we pioneered the design and engineering of a new, better type of bike delivery.

How Followala historical commitment to service continues today through our sister non-profit, Worldbike.org.

Our commitment to you riding a quality cargo bike.

Ross' reason for extending you a special limited-time offer.

Don't miss out on your opportunity to have your questions answered live!

[Join us here now!](#)

The Followala Team

邮件内容模版一十六

That's a LOT of kids on one bike

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



YES! You really can carry up to 6 kids on a longtail cargo bike. Whether you need to know for utilitarian reasons or you're just down right curious about how a big family can make the bike life work for them, you can see the various other ways to carry 3+ kiddos in our latest "All You Need to Know Guide: How to carry 3, 4, 5 or 6 kids on a cargo bike".



Making sure you have the right Yepp seat for your ride is key when it comes to keeping rear passengers safe and cozy. We dive deep into the compatible Yepp seats for everything from FreeRadicals to RFAs in our article, "Is my Yepp seat a 'Yepp' or 'Nope' for my Followala deck?"

If you didn't happen to catch last week's live stream with Followala founder and CEO Ross Evans, there's still a chance to watch it! Sign up on the webinar page to get a link to the replay. Make sure to stick around until the end for our very special offer. It expires Sept. 26th so act now!

邮件内容模版一十七

And the **SPECIAL GUEST** at our live event is....

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



Ever wish you could be a fly on the wall during a convo between two cargo biking legends? Sorry to say our shrink ray is out of commish but we do have the next best thing to this hypothetical scenario! Join us for in next week's "EdgeRunning with Ross" where Ross Evans and Liz Canning we will be chatting about the movie that is igniting a groundswell of support and growth for the family biking movement.

[Register to join us!](#)

If you're in the Bay Area and looking for an IRL experience that funds a noble cause, swing on by Biketoberfest in Fairfax to test ride some Xtras, responsibly sip some brew, join Liz for a group ride at noon and talk shop with Ross in person! This family friendly event will also have plenty to keep the kiddos entertained - did someone say bounce house?! - so bring the whole crew along.

[Get your tix for this Marin County Bicycle Coalition fundraiser here.](#)

Can this Saturday in the Bay get any better? Heck yeah it can! Come on out to see "Motherload" at 7pm at Contratti Park, a short walk or ride down the street from Biketoberfest. This special screening will include a cargo biking parent panel discussion, Followala test rides and a Q&A with Liz and Ross after the screening.

[Check out the event page for more details.](#)



邮件内容模版一十八

Behind the scenes - an interactive interview with MOTHERLOAD maker Liz Canning

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

During the eight-year-making-of-MOTHERLOAD I got to know Liz Canning (creator, writer, and director of MOTHERLOAD) as a kindred, edgerunning spirit. If you haven't seen her film yet, Liz an amazing mom of twins who transforms her life from the mundane to the extraordinary after discovering the vibrant world of cargo bikes. But she didn't stop there! She decided to make a feature-length documentary about her experience. Along the way she created a movement of her own while pioneering crowd-sourcing, crowd-funding and crowd-distributing, her extraordinary film.

Clearly we have a lot to talk about.

I'd love for you to join us on Thursday Oct. 17th at 12:00pm PST live on Facebook for a special conversation. She'll sit down with us to tell her story and how it's starting to resonate across the globe — and answer your burning questions.

If you haven't yet registered for the live event, please register today:

[REGISTER NOW](#)

With all gratitude,



Ross, CEO & Founder of Followala

PS. We've heard many stories of people who are deeply inspired to get their first cargo bike after watching MOTHERLOAD. We'll be honoring those folks with a special discount. Make sure to sign up for more details.

邮件内容模版一十九

We missed you! But it's not too late...

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Hey there ,

Last week's live webinar with Followala founder Ross and MOTHERLOAD film maker Liz Canning was SO! FUN! We loved getting to listen in on Ross and Liz talk shop about bikes, women in the cycling world and the incredible impact this film is having on communities.

We want to make sure that if you weren't available for the live cast that you still get a chance to catch the replay. To get access to the link PLUS a special offer, valued up to \$500, head on over to the registration page below. Replay and offer expire on Oct. 24th!:

Register to get the replay&offer [HERE](#)

Happy riding, friends!

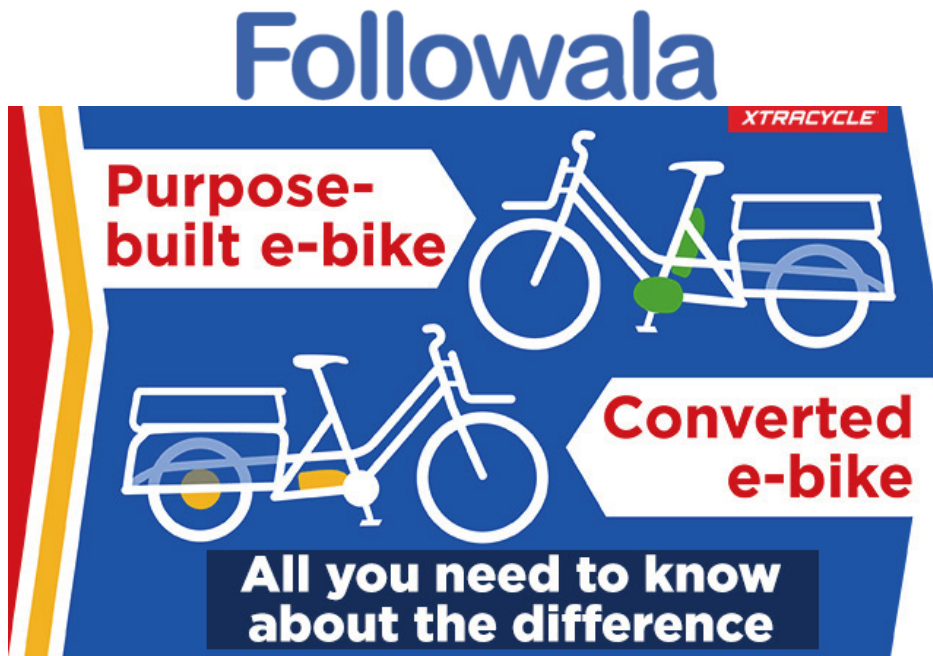
The Followala Team

邮件内容模版二十

Ohhh, so THAT'S the difference!

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com



In the market for an e-bike and getting a little lost in the details? We got you! Over the next few weeks, we'll be sharing a handful of articles to give you all the info you need to buy your e-bike with confidence. For starters, what's all this talk about "purpose-built" and "converted" anyway? Find out all the differences plus pros and cons of each in our All You Need to Know Guide: Purpose-built vs. Converted e-bikes.

We love hearing your stories and how having an Followala is positively impacting your life and community. The whole Xtra team was giving high fives all around when we received this feedback from new rider, Colette:

"Followala is hands down the best cargo bike money can buy. I bought an RFA and it rides like a dream. The Bosch electric assist motor is quiet and the 4 different assist modes are perfect for any type of terrain you encounter, even with carrying groceries, dog and a passenger. The customer support is above 5 stars."

Have a stellar story to share about how riding an Followala has positively impacted your life? Drop it on in to our #WeRideTogether survey so we can shout it from the roof tops with you!



Who knew it would be this easy?!

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



Are you looking to add a little more oomph to your cargo bike but are feeling intimidated by all the options and the install? Fear not! In part 2 of our series on converted cargo bikes, we dive deep into the types of kits available, the pros and cons of each, what it takes to do a conversion and what kind of kits to avoid.

Do you need a little help in building up your dream bike and you have a few or a lot of questions? We've made scheduling a phone call or virtual chat with our knowledgeable support staff even easier!

"Bicycles are an amazing way to see a country and without the Followala, I'd never be able to introduce my kids to so many different cultures - or carry all the camping gear!" - Christian

We would love to hear your #WeRideTogether story!



邮件内容模版二十二

See what people are saying about Followala on our new testimonial page

发件人: Followala

收件人: ceo@hoogege.com

Followala



As we ride into 2020, the Followala team has been reflecting on what has made these last two decades so memorable: YOU. This community. Your enthusiasm for life and passion for a better world inspires us and so many others. In an effort to share those incredible stories with others, we are thrilled to be launching our testimonials page, where you can see the smiling faces of our community members and read their inspiring words.

Looking for the perfect last minute gift or stocking stuffer for the Followala enthusiast in your life? A digital gift card to our online store is sure to bring plenty of joy!



HOOGECE邮件营销技术+
一个员工同时影响50000+潜在买家
1个员工PK100人团队工作效率
一对一、一对多精准传播至106个国家
一周一次、持续影响

第一步、批量筛选客户线索到社交营销
第二步、客户详情自动匹配；
第三步、批量客户标签；
第四步、海外企业邮箱发送设置；
第五步、多纬度搜索建立客户发送列表；
第六步、选择邮件模板，撰写客户邮件
第七步、一对一数据调用，自动邮件发送
第八步、邮件数据与企业网站数据分析
第九步、分析足迹客户进行一对一开发跟进



一对一收件人格式调用

☒ 粗体

☐ 细体

Title: **Ms sally**,New Project For You

☐ 粗体

☐ 细体

Title: New Project For You
To: HOOGEGE All-in-one Marketing Platform

☐ 粗体

☐ 细体

Title: New Project For You
Dear MS sally

☐ 粗体

☐ 细体

Title: Ms sally,New Project For You
To: HOOGEGE All-in-one Marketing Platform

☐ 粗体

☐ 细体

Title: Company Name,New Project For You
To: HOOGEGE All-in-one Marketing Platform

☐ 粗体

☐ 细体

Title: New Project For You
To: HOOGEGE All-in-one Marketing Platform

海外企业邮局发送设置

HooGege

发送设置

邮件模板

邮件撰写

客户搜索

邮件发送

跟踪分析

退订客户

收件人格式

签名设置

发送邮箱

邮箱检测

显示名称

Ablendo Coats

联系信息

Ablendo Branding

回复邮箱

Ablendo@hoomama.com

sales@Ablendo-clothing.com

sales@Ablendo-fashion.com

sales@Ablendo-garment.com

sales@Ablendo-outwear.com

sales@Ablendo-apparel.com

sales1@Ablendo-clothing.com

sales1@Ablendo-garment.com

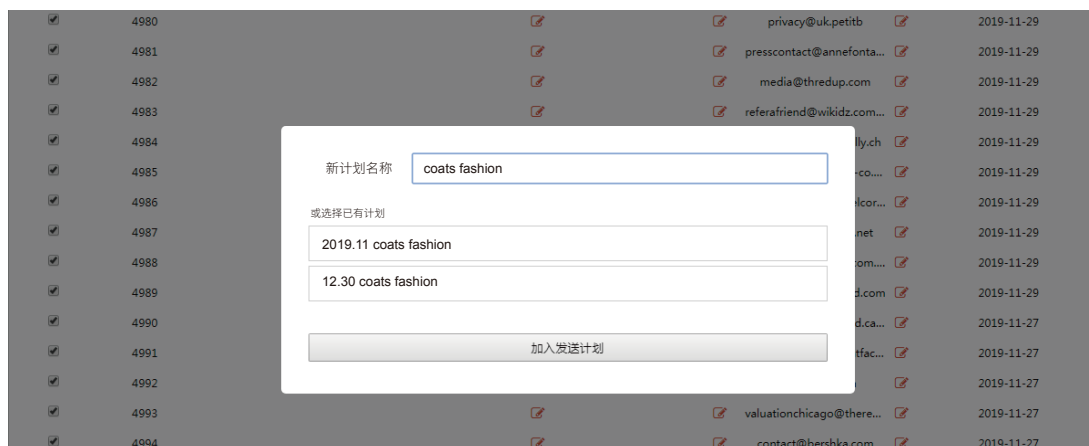
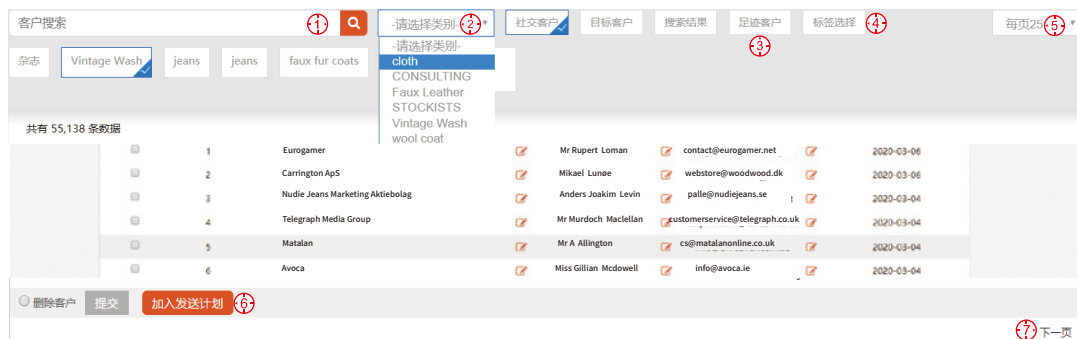
sales1@Ablendo-outwear.com

sales1@Ablendo-apparel.com

sales2@Ablendo-clothing.com

sales2@Ablendo-fashion.com





- ① 根据关键词搜索到邮件列表
- ② 根据分类搜索到邮件列表
- ③ 搜索浏览过邮件的客户邮件列表
- ④ 根据一个或多个标签搜索邮件列表
- ⑤ 每页显示25,1000,5000个搜索结果
- ⑥ 加入发送计划 建立邮件客户列表
- ⑦ 下一页指下一个1000或是5000邮件搜索列表
- ⑧ 修改公司名称、联系人、邮箱



-----2020-01-02 10:44:04-----第1封(HOOGEGE)Email从sale3@Ablendo-clothing.com到||www.emagister.com.mx[whilmeragudelo@hotmail.com] 发送成功
 第2封(HOOGEGE)Email从mail3@Ablendo-clothing.com到||www.torretagle.cl[contacto@torretagle.cl] 发送成功
 第3封(HOOGEGE)Email从tech7@Ablendo-fashion.com到||www.snif.gr[info@snif.gr] 发送成功
 第4封(HOOGEGE)Email从tech@Ablendo-outwear.com到||www.greenhawk.ca[customerservice@greenhawk.com] 发送成功
 第5封(HOOGEGE)Email从my2@Ablendo-fashion.com到||www.teacherpd.co.nz[teacherpdnz@gmail.com] 发送成功
 第6封(HOOGEGE)Email从tech5@Ablendo-apparel.com到||www.rouwcentrum-tieberghien.be[info@rouwcentrum-tieberghien.be] 发送成功
 第7封(HOOGEGE)Email从tech3@Ablendo-outwear.com到||www.vitkacy.pl[customerservice@vitkac.com] 发送成功



- ① 审核业务员帐号的邮件发送
- ② 客户邮件列表
- ③ 选择当前发送的邮件
- ④ 修改当前的邮件内容和标题
- ⑤ 删除邮件列表
- ⑥ 邮件发送状态包括发送成功, 暂停和失败
- ⑦ 导入excle格式的邮件列表
- ⑧ 再次发送邮件
- ⑨ 日志指发每个客户邮箱发送的清单
- ⑩ 立即发送邮件到邮件测试的邮箱
- ⑪ 填写测试收邮件的邮箱和联系人信息
- ⑫ 过滤部分标签的邮件列表

邮件唯一码	邮件标题	统计 ((邮件阅读率))	操作	发送时间
20200102104142	2020 fashion coat trends	875/3131	查看邮件 数据统计	2020-01-02 10:42:39
20191230164031	2020 coat trends	922/5298	查看邮件 数据统计	2019-12-30 16:42:44
下一页				

标题: 2020 New coat for winter (69)

标题: 2020 Fashion Women Coat (81)

全部显示 (875)

20200102104142	info@luckypana.ch	2020-01-03 02:13	194.230.155.103	Zurich, Zurich, Switzerland	WAP:https://www.facebook
20200102104142	laverapelle@gmail.com	2020-01-02 18:25	86.182.128.29	Gunnislake, England, United Kingdom ..	PC:https://www.ablendo
20200102104142	krystalacres@interisland.net	2020-01-02 17:46	4.53.111.66	Phoenix, Arizona, United States	WAP:https://www.followala
20200102104142	idegen@redvertex.fr	2020-01-02 17:03	213.56.163.217	Lyon, Auvergne-Rhone-Alpes..	PC:https://www.pinterest
20200102104142	opt@crosstrade.ru	2020-01-02 14:30	188.93.56.127	Moscow, Moscow, Russia	PC:https://www.twitter

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
IP	Place	URL									TIME
139.47.20.139	Madrid,Madrid,Spain	http://www.ablendo.com/coats/									2019-02-26 20:55:58
139.47.20.139	Madrid,Madrid,Spain	http://www.ablendo.com/custom-made.html									2019-02-26 20:55:56
139.47.20.139	Madrid,Madrid,Spain	http://www.ablendo.com/collections/									2019-02-26 20:50:58
139.47.20.139	Madrid,Madrid,Spain	http://www.ablendo.com/news/									2019-02-26 20:50:38
139.47.20.139	Madrid,Madrid,Spain	http://www.ablendo.com/ablendo.html									2019-02-26 20:50:30

总记录数 1238 条

起止时间: 2019-9-1 至 2020-3-12 搜索: 查询

注: 如果没有选择时间范围, 默认查询1个月以内的记录。

网址	IP	日期
https://www.ablendo.com/coats/	139.47.20.139 laverapelle@gmail.com	2019-02-26 20:55:58
https://www.ablendo.com/custom-made.html	139.47.20.139 laverapelle@gmail.com	2019-02-26 20:55:56
https://www.ablendo.com/news/	139.47.20.139 laverapelle@gmail.com	2019-02-26 20:50:58
https://www.ablendo.com/collections/	139.47.20.139 laverapelle@gmail.com	2019-02-26 20:50:38
https://www.ablendo.com/collections/	139.47.20.139 laverapelle@gmail.com	2019-02-26 20:50:30

- ① 为每个邮件匹配的ID 用于数据的统计
- ② 阅读邮件数量与发送邮件数量
- ③ 邮件阅读详细列表
- ④ 不同邮件主题的阅读统计
- ⑤ 邮件超级链接点击打开统计



每页25

黑名单

☐	序号	邮箱 / 域名	邮件唯一码	退订时间	操作
☐	1	sales@apparelwin.com	20191230164031	2020-01-08 11:13:49	退订
☐	2	advert@bbgdigitalworld.com.ng	20191230164031	2020-01-06 20:24:29	退订
☐	3	falection.net		2020-01-03 15:34:18	退订
☐	4	284013691@qq.com		2020-01-03 15:34:18	退订
☐	5	service@ullapopken.fr	20200102104142	2020-01-03 14:50:37	退订
☐	6	will@spenceassociatesinc.com	20200102104142	2020-01-03 04:36:01	退订
☐	7	mailbox@emp-shop.no	20200102104142	2020-01-03 00:30:58	退订
☐	8	rob@theadmintank.co.uk	20200102104142	2020-01-02 23:38:05	退订

黑名单的设置



5633. IMVELY: Shop Korean clothing, bags, shoes for women

2020-03-04

imvely.us/

更多邮箱

域名信息

网站历史

网站图片

PDF导出

平台网站

xlsx导出

客户分配

信息复制

加入计划

分析网站

邮件黑名单

Buy Men - Male - Gents leather jackets, jacket, cotton jacket, winter coat, winter jacket, warm jacket in an online shopping BD at ...

Twitter

LinkedIn

Instagram

贸易数据

邮件营销Call to Action给我们带来的价值

使CTA第一眼可见

在你的电子邮件中，CTA按钮必须在显著位置清晰可见
当收件人打开你的邮件，应该对你提供什么，希望他们



如何做等关键点毫无疑问，用户在第一眼就能get到自己是否要点击按钮和点击后将会得到什么。如此，市场营销者需要以此为中心，彻底重新思考邮件模板的设计布局。想要让你的CTA按钮让用户第一眼可见，紧抓用户的眼球，有许多的常用的方法，如把CTA按钮设计的足够大，甚至突破常规，在CTA按钮上加上恰当且引人入胜的文本。

现在外贸行业赚钱越来越不容易了，其中一个体现便是获取单个询盘的成本越来越贵，

质量却越来越差。主要体现在以下几个方面：

- 1、做外贸的推广渠道太有限了，外贸人越多渠道的广告成本自然增加；
- 2、各行业的竞争越来越激烈，企业做的也越来越专业，获得专业客户的询盘机会大大下降；
- 3、碎片化趋势下，客户的选择也越来越多，找到你的难度也越来越大。

在日益激烈的竞争下，我们的外贸路在何方？从长期来说，提升产品竞争力，走品牌路线是一个很好的选择。但短期内，如何保证存活呢？做好营销和提高资源的利用率是唯一出路。

相对而言，跟传统的、被动的、间接的、难以保留用户行为数据的开发信相比，CTA邮件营销则带有鲜明的数据特征，用户行为能够被跟踪，用户数据可被挖掘，强调主动出击、交互体验和行为追踪。

邮件营销大家都熟悉，但是CTA这个名称，对于很多外贸人是一个比较陌生的概念，其全称是Call to Action，意在通过动作号令，引导别人做具体的指令。换言之，在邮件营销中，指的是通过在邮件内容中嵌入有效的互动元素，以激发客户参与到邮件中的具体指令，让客户通过一封邮件营销，产生更多的阅读、了解行为。

作为邮件构成最重要元素之一，这些互动元素突破了以往的传统纯文本的邮件形式，变得更具生动感和交互性，大大刺激了外贸客户想要进一步了解的興趣，CTA邮件营销将会带来更高点击率和更有效的行为转化。也许有人会表示疑问，这样的CTA邮件营销真的有用吗？他能比传统的纯文本邮件表现更好吗？一组来自国外的统计数据很说明问题：“相比过去的邮件模式，CTA邮件被客户停留的时间高出53%，客户的点击效率提升了220%，回复率提高了67%”。

邮件营销目标：

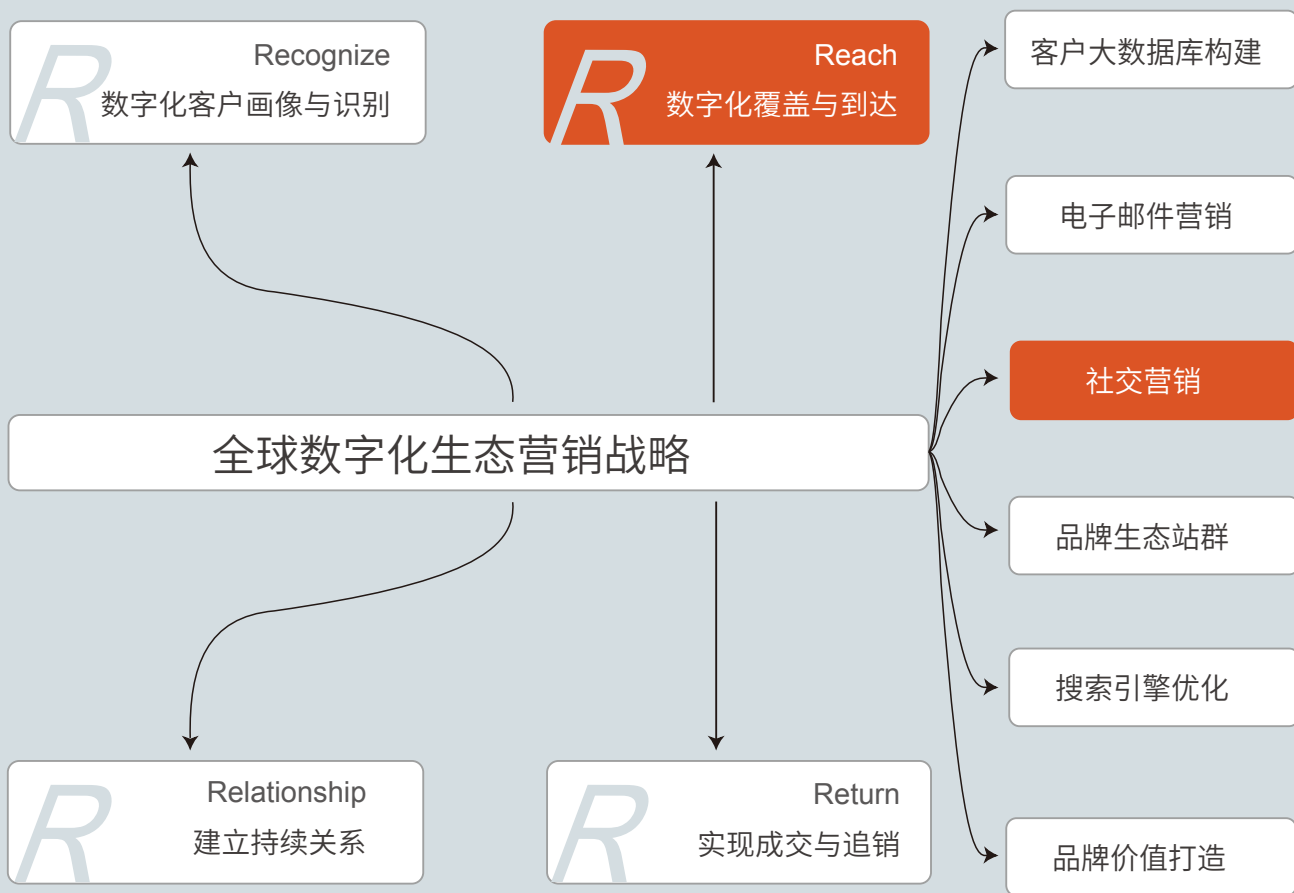


当所有的外贸企业发送邮件之后，都在关注的送达率、打开率的时候，虎哥哥通过CTA的营销模式，把客户对你邮件的点击率、重复点击率、跳转率、回复率都抓取到了，并锁定到对应的客户联系人，呈现给外贸人，客户的兴趣和行为，一目了然。在营销如何开展，已经变得更加简单傻瓜化。

CTA营销邮件满足了外贸人对客户的反应追踪的需求。你的每一封邮件，都仿佛成了一个吸引客户的电子书，都有可能让客户产生点击行为，并且这些行为将被清晰的记录。在虎哥哥数据跟踪分析的基础上，外贸人可以根据每个客户所阅读的数据分析出不同潜在需求的客户，将具有针对性的营销内容发送给这些目标客户，深度营销针对性的目标客户。邮件作为外贸最常用的工具，扮演了从营销到销售，以及订单各个环节的重要工具。

4R之Reach

数字化覆盖与到达



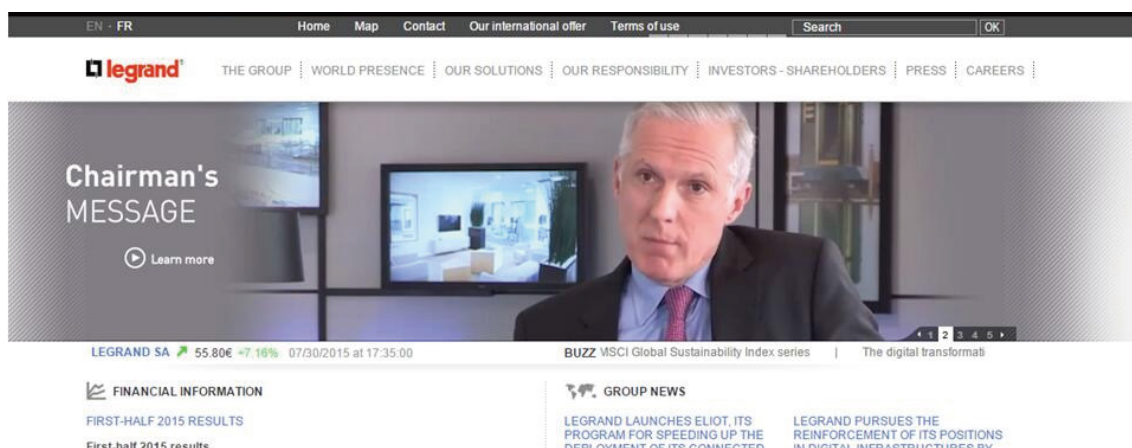
社交媒体营销

关于社交媒体的定义,较为常见的一种说法是:社交媒体指的是在Web2.0理念与技术基础上用户可以进行内容生产和内容交互的一互联网媒体,而维基百科的定义为:“社会媒体是人们用来创作、分享、交流意见、观点及经验的虚拟社区和网络平台。社会媒体和一般的社会大众媒体最显著的不同是,让用户享有更多的选择权利和编辑能力,自行集结成某种阅听社群。社会媒体能够以多种不同的形式来呈现,包括文本、图像、音乐和视频。

从社交媒体的定义中可以看到,社交媒体最本质的特性以及与传统媒体最大的区隔,在于UGC与社交属性,其实人与人之间的连接与互动是自互联网出现以前便一直存在的线下行为,只不过在移动互联网的效应下,社交媒体的内容传播具备了“病毒传播”的可能性——不管是微博的转发还是微信群组与朋友圈的分享,都可能无形中快速织起一张传播的大网让某些思想和行为像病毒一样入侵人们的大脑。从早期的博客,论坛,到方兴未艾的微博,再到时下最热的微信,社交平台不发展,同时也正深远的改变人类获取信息与传播信息方法和习惯。

因此社交媒体的布局对于企业的数字化到达而言有着格外重要的战略意义,最直接的价值在于,由于大部分人了解新品牌、产品和服务最有效的途径是朋友,家人以及付费广告,因此社交媒体战略得以最有效地帮助人们发现你的品牌、产品和促销信息,同时在这个过程中,品牌可以具备杠杆式发展和扩张的可能性。

以Legrand为例



Legrand全球社交营销数字化覆盖

LEGRAND LIVE | 2019 annual results

▼

LEGRAND SA 62.540 € ▼ -4.31 | 09.03.2020 at 12:14

GLOBAL

EN

FR

legrand®

Search

Q

THE GROUP

WORLD PRESENCE

OUR RESPONSIBILITY

INVESTORS AND SHAREHOLDERS

PRESS

CAREERS

OUR SOLUTIONS

SOCIAL MEDIA WALL

PRESS > SOCIAL MEDIA WALL

> See all

15,2k

6,2k

0

0

0

0

Find here all Legrand activity on social networks

Facebook

Twitter

Youtube

LinkedIn

Others

Blogs

AFRICA

• South Africa

> Legrand

• Morocco

> Legrand

• Mauritius

> Legrand

AMERICAS

• Brazil

> Legrand

• Canada

> Legrand

• Chile

> Legrand South Africa

• Colombia

> Legrand

• United States

> Legrand

> Electrorack

> Kenall

> Milestone

> NuVo Technologies

> Ortronics

> Raritan

> Universal Electric

> WattStopper

• Mexico

> Bticino

ASIA

• Saudi Arabia

> Legrand

• United Arab Emirates

> Legrand

• India

> Legrand

• Lebanon

> Legrand

EUROPE

• Belgium

> Concept store

• Bulgaria

> Legrand

• France

> Legrand

> Legrand Campus

> Fondation Legrand

> Debflex

> Netatmo

• Greece

> Legrand

• Italy

> Bticino

> IME Italy

• Netherlands

> Bticino

> Legrand

• Czech republic

> Legrand

• Russia

> Legrand

• Serbia

> Legrand

• Slovakia

> Legrand

• Turkey

> Bticino

> Inform

> Legrand

> Estop

legrand®

Legrand South Africa

@legrand.za

简介

照片

活动

视频

帖子

社群

信息与广告

创建主页

legrand®

Legrand Brasil

@LegrandBrasil

简介

照片

活动

视频

帖子

社群

信息与广告

创建主页

legrand®

Legrand Chile

@LegrandCL

简介

照片

活动

视频

帖子

社群

信息与广告

创建主页

LEXIC³

La protección a la altura de sus exigencias

点赞

评论

分享

使用应用

发消息

帖子

legrand®

Legrand Chile

3月26日 19:01

¡Por fin! Primer tren cero emisiones: El Coradia iLint opera a hidrógeno y en su camino solo emite una estela de vapor de agua y nada de CO2. <http://ow.ly/rTHB50kTKtZ>

查看翻译

4.5

4.5/5 · 根据 34 位用户的意见

DPX³

简介 LEGRAND CHILE

聊天(4)

3.60

Twitter出口企业推广品牌最佳的渠道

大量的用户在Facebook发布信息, Youtube发布视频, Blog发布文章的同时也会推送信息到Twitter, 当我们关注大量客户Twitter时, 我们将第一时间获得最新的行业信息。

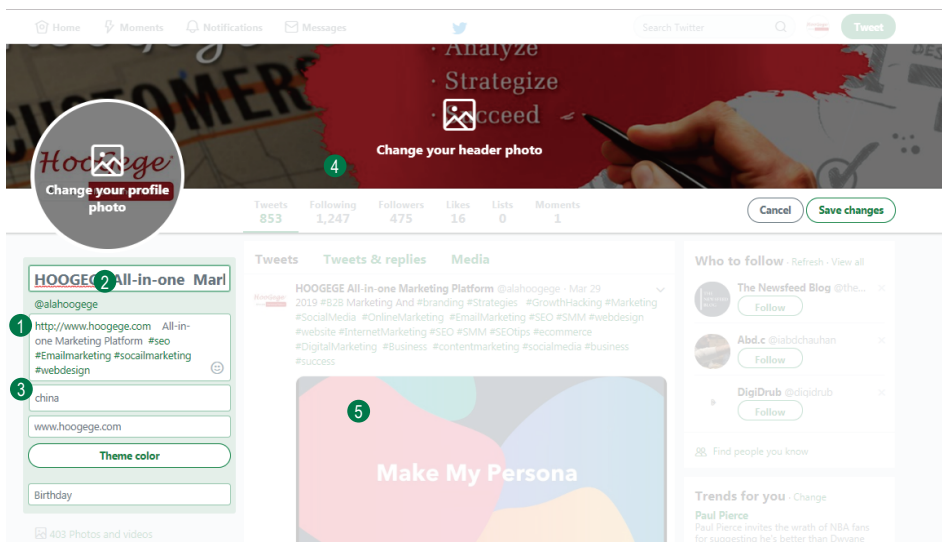
提高您的品牌知名度

使用Twitter定期与您的关注者沟通并吸引新粉丝, 从而提高您的影响力

及时与客户互动

Twitter支持与粉丝们进行互动, 是我们增加客户服务和定单成交重要的沟通渠道。

创建个人资料



1 您的Twitter @name

您的@name是Twitter上的唯一标识符。它最多可包含15个字符, 建议用您公司的品牌名称, 有利于客户通过品牌名称轻松的找到, 您的页面标题建议改成品牌名加核心产品关键词有利于客户搜索引擎找到您的Twitter, 同时也有利于您企业网站关键词在搜索引擎中排名的提升。

② 您的个人资料照片

建议选择一张可直观展示您公司品牌的照片,并且适合在狭小的空间内使用。此图片不仅显示在您的个人资料页面上;还会显示在您发布的每一个推文中。

③ 公司概况描述

您有160个字符可让顾客来了解您公司的概况,让他们决定是否要关注您。正确填写您企业网站的链接,可以让顾客更加全面的了解您的公司。

④ 头部广告牌

头部广告牌是企业体现专业度直观的场景。您可以使用活动照片,特色产品,使用带文字的图形,或突出显示您的工作和团队。定期替换此图像做促销活动,以保持新鲜感。

⑤ 置顶您的推文

将重要的推文保留在时间轴的顶部。点击要添加的推文上的“更多”选项,然后选择“固定到您的个人资料页面”。使用此功能可确保您个人资料的访问者不会错过最新的最新新闻。

Twitter个人资料规范

您的个人资料照片的推荐图片尺寸为400x400像素;图像将调整大小以适应。

Twitter标题图片的建议大小为1500x500像素。在移动设备上,它将被裁剪为2:1的宽高比。

将GIF或PNG文件用于基于矢量和艺术线条的图像。

对于照片,请上传JPG或PNG文件

Twitter营销八大要领

一、Twitter是建立品牌和建立信任的绝佳平台,因此[花时间与跟随者建立关系](#),而不仅仅是分享很多链接。

二、使用正确的Hashtags

通过分析潜在客户的Hashtag,并建立不同语言,不同内容的Hashtag小组,持续发布大量关键词标签的内容来获得最大的可见度和覆盖面很好的方式。

例如:HOOGE常用 的Hashtag

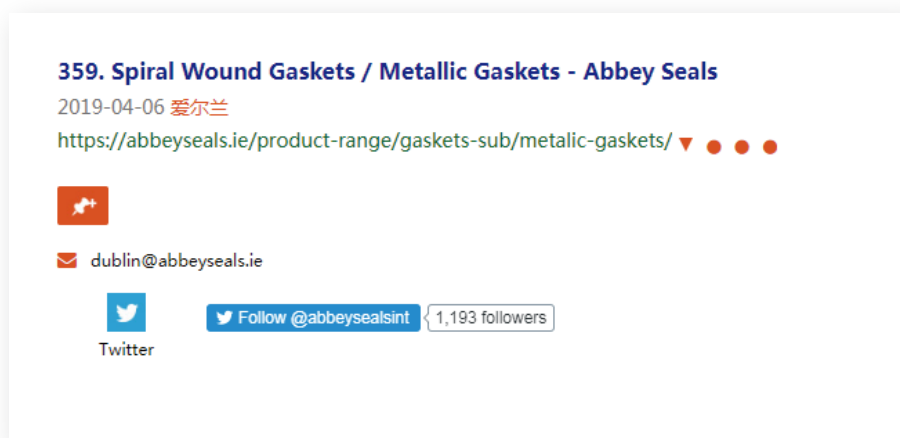
#B2B #Marketing #branding #Strategies #GrowthHacking #Marketing #SocialMedia #OnlineMarketing #EmailMarketing #SEO #SMM #webdesign #website #InternetMarketing #ecommerce #DigitalMarketing #Business #contentmarketing #socialmedia #business #success #InboundMarketing #Internet #analytics #cloud #webdesign #website #CMO #marketingtips #marketer #blogging #infographic #deeplearning #ai #b2bsales #coldcalling #software #tools #AITools #Campaigns #Analytics #Content

三、为共享链接添加图像

图像推文脱颖而出,比没有图像的推文获得更多的参与在Tweet推文框中撰写您的推文,并粘贴您想要分享的网址

四、关注正确的Twitter帐号

关注大量潜在客户的Twitter帐号,不仅可以增加其他用户通过浏览潜在客户Twitter来增加曝光和粉丝,同时可以获得及时的客户动态,产品应用灵感,是Twitter营销中最为重要的步骤之一。



五、创造出色的内容

虽然Twitter每个推文有280个字符限制，
但您仍然应该努力编写品牌推文，易于阅读，并且可能会引起观众的共鸣。
要创建您的受众实际阅读和使用的内容，有助于永不停止了解客户的兴趣，需求和恐惧。

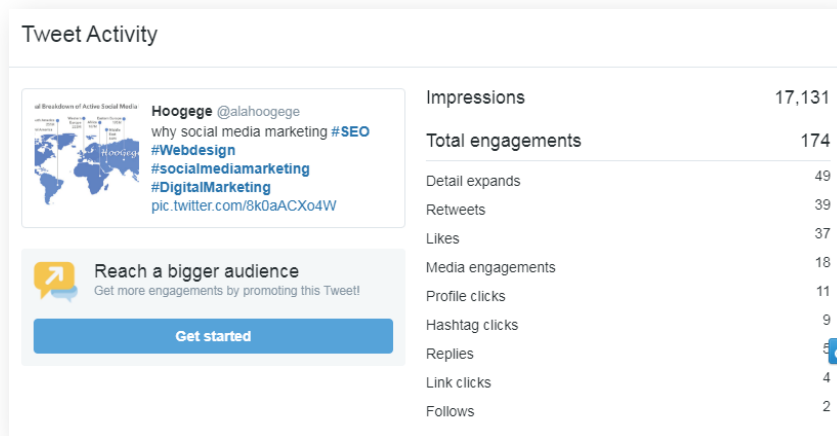
六、在最佳时间的推文

知道您的粉丝最爱在哪个时间段浏览Twitter是非常重要的。如果您在他们最爱浏览Twitter的时间之前发布消息，这样您的消息就会被其他用户的消息覆盖；如果是在之后发布，那他们可能已经关闭了页面去做自己的事情了。因此知道粉丝最爱在哪个时间段浏览Twitter，对提升流量和分享率是非常重要的。

您可以在Twitter Analytics里查看您的粉丝数据

七、推文数据分析

归类特点: Twitter为广大用户提供了分析器功能(Twitter Analytics)，在这里您可以查看近期您最热门的推文是哪几条，通过分析这几条热门推文的布局、内容等元素，您就可以获得一套好的制作推文的方式。



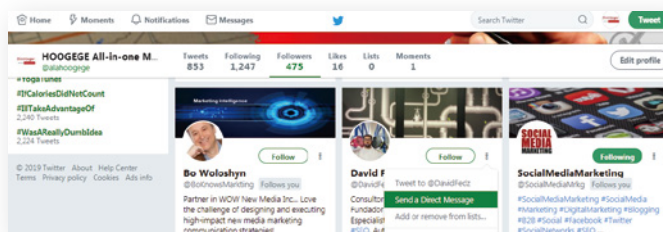
八、转推内容增加曝光, 转发时引用其中最有价值的话在您的Twitter上, 为了丰富自己的主页我们往往也会转发别人的推文。千万不要以为转发只是简单的点击一下按钮以及简单的附上一个表情或者几个文字, 在转发方面如果注意的好, 也是会利用他人的推文为自己谋取流量的。

Twitter的新功能“quote tweet”允许在转发时添加116个文字, 这时您完全可以在这里体现自己的思想和提供有价值的信息, 最有效的方法是选取转发的文章中最有代表性和价值性的文字, 这样才会让您的粉丝更想阅读这篇转发。

九、私信 (Direct Message, 简称 DM)

用户之间的一对一的交流, 类似于即时通讯, 交流的内容不会出现在个人 Timeline 上。Twitter 的默认设置为: 只有被你关注了的人才能主动给你发送私信, 但也可以修改为「任何人都可以」, 进入设置点击选择:

Direct Messages Receive Direct Messages from anyone If selected, you will be able to receive messages from any Twitter user even if you do not follow them.



Facebook客户关系管理

一、Facebook账号注册与主页的创建

如何创建Facebook主页

- ◎ 创建一个Facebook页面
- ◎ 添加简短说明
- ◎ 设置页面角色
- ◎ 添加页面CTA
- ◎ 添加照片
- ◎ 为您的页面创建用户名
- ◎ 自定义您的通知
- ◎ 整理您的页面标签

1.创建Facebook页面

您可能知道, Facebook的大部分内容都是由个人资料组成。但是, 如果您是想要在社交网络上建立自己的存在的企业, 则需要创建一个页面, 页面看起来与个人资料相似网页, 但显示仅适用于企业。虽然您通过将其添加为朋友来连接个人资料, 但您可以通过“喜欢”它并成为粉丝来与商业Facebook页面建立联系。

构建自己的Facebook页面, 请访问

<https://www.facebook.com/pages/create/>

在那里, 您将有两个类别可供选择: 商业或品牌, 社区或公众人物



商业或品牌

在Facebook上展示商品和服务, 突显品牌, 向更多顾客推广业务



社区或公众人物

与你的社群、组织、团队、小组或俱乐部中的部中的用户建立联系, 分享内容

facebook提供两个类别,因此您可以更好地自定义页面上的字段。出于本介绍的目的,假设我们是“商业或品牌”。我们将为一家名为Boston Coat Company的(完全虚构的)公司创建一个页面,并将其归类为零售公司。(要选择类别,只需开始输入并从下拉列表中选择。)

我们建议您选择页面的品牌名称。在大多数情况下,Facebook会让你更改你的名字和网址。

2.添加照片

添加个人资料图片

为Facebook页面提供身份的第一步是添加个人资料图片。这将作为您网页的主要视觉效果,显示在搜索结果中,以及显示在用户新闻Feed中的任何内容旁边。大多数发布商都建议制作一张180 x 180像素的照片,但是稍微增加这一照片有助于保持质量。如果您没有上传已经是正方形的图像,系统会提示您裁剪。

将您的个人资料图片视为您的第一印象,并确保选择可立即识别的内容(如徽标)。如果你是演讲者或公众人物,请选择最喜欢的头像。

添加封面照片

接下来,Facebook会建议您添加封面照片。封面照片是横跨页面顶部的大型水平图像。它应该表达您的Page的身份,并且可以根据特殊产品,活动或季节进行更新。上传封面照片,请单击欢迎菜单中的“添加封面照片”选项。封面照片的官方尺寸为851 x 315像素。但是,如果您的照片不准确,您可以选择拖动以重新定位照片。

3.添加简短描述

您的页面开始与一些美丽的图像结合在一起。接下来,您需要一个说明,让您的观众知道您的业务是什么。

点击“欢迎使用新页面”下的“添加简短说明”即可开始使用。关于您的业务添加一到两个句子(或最多255个字符)。此说明将同时显示在您的网页和搜索结果中,因此请保持描述性但简洁。但是不要害怕展示你的品牌个性!

4.为您的页面创建用户名

欢迎菜单的最后一步是为您的页面创建用户名。您的用户名将显示在您的自定义 Facebook URL (也称为虚荣URL) 中, 以帮助人们轻松查找和记住您的页面。您将有 50 个字符来提出另一个企业未使用的唯一名称。

通过选择@HOOGEGET获取我的样本页面, 人们可以在fb.me/hoogege自动访问我的页面, 或者在m.me/hoogege上发送消息。方便地保留您网页的唯一网址。当您开始在您的网站, 博客和其他资产上交叉推广您的网页以获得更多Facebook喜欢时, 您将再次使用它们。

5.设置页面角色

随着页面的基本框架完整, 在您将页面发送给世界.....甚至是您的同事之前, 您需要采取一个重要步骤。还记得Facebook如何创建与个人档案分开的商业页面? 这样做的一个好处是, 组织中的多个人可以在不共享登录凭据的情况下编辑和发布页面。但这也意味着您需要指定谁具有哪种级别的编辑访问权限。在顶部导航栏中, 找到“设置”。然后单击左侧导航栏中的“页面角色”。添加协作者时有几个选项:

管理员: 管理员可以管理页面的所有方面, 这意味着他们可以发送消息, 作为页面发布, 回复或删除评论, 创建广告, 查看哪个管理员发布了特定帖子, 以及分配页面角色。此人将拥有所有的相同的权限页面的创建者。明智地选择。

编辑: 编辑器与管理员具有相同的权限, 但有一个关键区别: 编辑者无法将页面角色分配给其他人。

主持人: 版主可以发送消息并回复和删除评论, 但他们无法发布为Page。他们可以创建广告。

广告客户: 就像听起来一样, 广告客户可以制作广告并查看见解。

分析师: 分析师没有任何发布权, 但他们可以看到哪个管理员发布了特定帖子并查看了见解。

工作经理: 工作经理完成广告客户可以执行的所有操作以及发布和管理工作。

6.自定义您的通知

当您进入设置菜单时,请跳至“通知”。此部分允许您自定义如何在页面上接收活动警报。例如,您可以选择每次有活动时收到通知,或者每12到24小时收到一次通知。

7.添加页面CTA

为您的企业设置Facebook页面的最大好处之一是能够吸引您可能无法通过传统网站访问的受众群体。然而,典型的买家旅程并未在Facebook上结束。

从2014年12月开始,Facebook允许Pages 在页面顶部添加号召性用语按钮。要创建一个,请点击封面照片下方的“+添加按钮”。您可以从一系列选择中进行选择,具体取决于您是想查看或预订服务,联系,购买或捐赠,下载应用程序,还是只是了解更多信息。点击“下一步”,然后选择要导向的CTA链接,例如您的首页, Messenger, 目标网页或视频。

8.组织页面选项卡

想要将您的业务页面提升到新的水平?添加自定义标签以定制用户访问您的网页时看到的内容。例如,当您访问星巴克的页面时,可以选择浏览照片,查看打开的工作,访问其Pinterest帐户或查找您附近的商店。

要更改页面上的选项卡,请转到“设置”>“模板和选项卡”。您可以选择使用Facebook的默认选项卡,也可以添加其他选项卡。您还可以 通过Facebook Developer 门户创建自定义应用程序。

Facebook好友怎么从0到5000

◎ 统过邮件营销吸引客户主动加Facebook好友

避免facebook经常碰到好友加多帐号被封, Facebook主动推荐匹配的潜在客户加好友请求。

◎ 关注大量潜在客户的Facebook主页加好友

关注潜在客户专业使我们能够获得大量思想启发和灵感, 发现专业客户的评论, 选择评论专业的客户加好友。

◎ 查看已有好友的好友 选择共同好友多并匹配的客户加好友

◎ 经常保持更新

必须时常保持你的facebook的各类信息包括博客的文章更新, 这样才能持续引来流量。

◎ 活跃起来

如何让你的facebook主页受到更多人的关注, 或者给人留下最深的印象呢。坐等可不行, 必须活跃起来。多去参与别人的博客分享, 多参加各类的圈子。

◎ 创建活动

◎ 建立一个自己的小组

比如“packaging machinery”, 经常发布一些促销活动, 最新产品信息, 产品介绍等, 让潜在客户关注。

◎ 写日志

日志就是软文, 内容要包含相关的产品链接

邮件营销与社交媒体如何整合

企业营销的最终目的是品牌、流量和转化。社交媒体天然的属性就是传播和媒体，而邮件营销则在个性化、忠诚度维护上有其优势。将邮件营销与社交媒体整合，他们的特点可以让彼此形成互补共赢的局面，实现1+1等于3的效果。那么邮件营销与社交媒体应该如何整合呢？

信息联系互通整合最大的意义就在于建立联系。最基础的当然是在Facebook、Twitter嵌入邮件订阅的入口，邮件内容加入分享按钮，邮件中加入跳转品牌网站链接等。电子邮件和新媒体联系起来后，彼此的用户都可以任意通过两种渠道达到自己的活动参与的目的，比如将邮件折扣信息分享出去可以增加自己的优惠券数量等，这需要营销人员策划一些有参与感的活动。另外就是彼此渠道的信息覆盖。

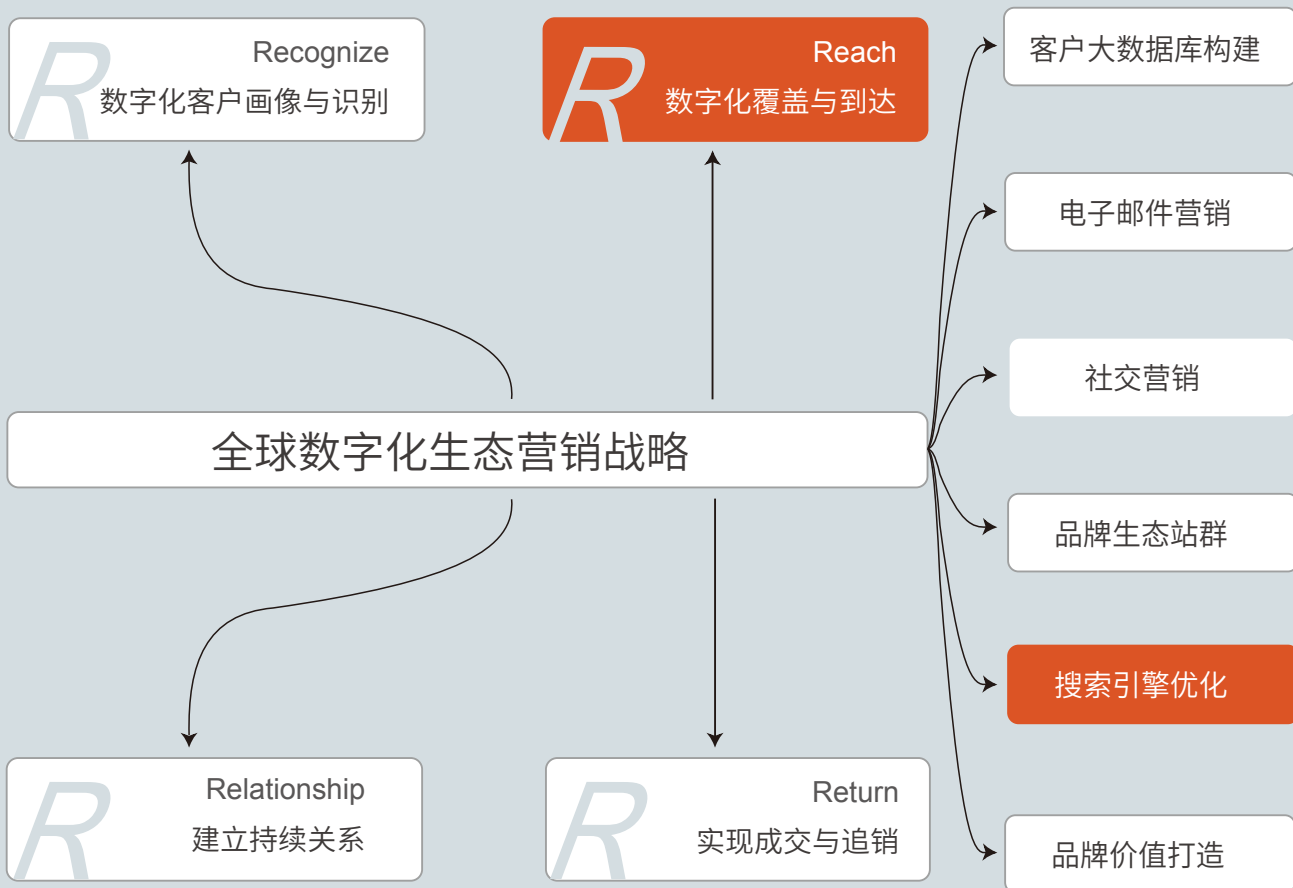
社交媒体的优势（与用户近距离沟通、及时响应、自发传播）以及邮件营销的优势（内容丰富、个性化、送达率高）功能彼此互补，利用他们各自的优势来做数字化覆盖能够打破彼此孤立的状态，建立一个更加完善的营销矩阵。比如在Twitter发起一个互动活动，而奖品信息和活动信息我们通过邮件送达，因为电子邮件的富媒体属性，就有交叉销售、推荐商品的机会。反过来也一样，电子邮件推送的消息可以嵌入各种Facebook活动内容，吸引用户主动去关注Facebook，达到引导流量的效果（邮件营销→社会化媒体→品牌网站→转化）。当然，在这个过程中一定要做好用户体验，不能为了整合而让用户感觉繁琐。

用户数据整合数据整合的目的是为了打造精准的用户标签，方便向用户推送个性化消息，提高营销的转化率，这个过程不仅需要丰富的用户信息，还需要极强的数据整合计算能力。

大数据的驱动下，使得精准营销不再是纸上谈兵。邮件营销通过对数据沉淀的充分挖掘，精分用户群组，通过不同的邮件列表，可以一对一进行精准营销。同样，在社交媒体展开的campaign，也充分调动了用户的兴趣图谱，运算细分出不同人群，对可能感兴趣的人群进行个性化投放。之所以要整合，就是为了实现1+1等于3的效果，各个媒体不应该是独立的、割裂的片断，而是紧密联系在一起，发挥强有力的整合作用。

4R之Reach

数字化覆盖与到达



2020搜索引擎优化策略

为什么很多企业虽然对SEO投入费用很高,但并没有起到明显的效果,那么我们应该如何正确选择SEO公司来进行合作呢?

- ① 分析SEO公司提供的案例关键词,排名是否和国外知名企业在一起排名
- ② SEO网站设计是否新颖,内容是否吸引客户
- ③ 站内、站外优化内容是否围绕品牌为中心

我们一定要牢记,任何搜索引擎规则的改变,都是为了给用户提供最优质的搜索结果,只要我们围绕客户为中心来推荐内容,就一定是正确的SEO方法,而不是以技术为中心来做改变。



SEO三个核心策略:

站内SEO:此SEO重点关注“页面上”的内容,以及如何优化该内容以帮助提高特定关键字在网站上的排名。

站外SEO:此SEO重点关注从Internet上其他位置指向网站的链接。链接到您网站的“反向链接”的数量以及带有这些链接的发布者,可以帮助您在搜索引擎的眼中树立信任。因此,您的网站排名更高。

技术SEO:此SEO专注于网站的体系结构,检查该网站的后端,以了解如何“技术上”设置每个网页。Google 对网站代码及其内容的关心程度很高,这使得该专业对于网站的搜索引擎排名非常重要。

GOOGLE 搜索规则20年最大的改变

搜索品牌关键词 Google搜索结果

The screenshot shows the Google search results for the keyword "ABB". The search bar at the top has "ABB" entered, with annotation 1 pointing to the search bar. Below the search bar, the "More" button is highlighted with annotation 2, and a dropdown menu is visible showing options like Shopping, Books, Flights, and Finance. The main search results are displayed below, with several annotations pointing to specific elements:

- Annotation 3 points to the "Careers" section, which includes a link to "new.abb.com" and a description of ABB as a pioneering technology leader.
- Annotation 4 points to the "ABB" company profile card, which includes the ABB logo, the company name, and a link to "new.abb.com".
- Annotation 5 points to the "Stock price" section, which shows the current stock price of ABB (NYSE) as \$21.02, down 0.34% (-1.59%) as of March 13, 4:02 PM EDT.
- Annotation 6 points to the "Profiles" section, which lists social media links for LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube, and Instagram.
- Annotation 7 points to the "People also search for" section, which lists related companies like KUKA, Siemens, FANUC, Allen-Bradley, and Schneider Electric.
- Annotation 8 points to the "ABB - YouTube" section, which shows a video thumbnail and a description of ABB as a leading supplier of industrial robots.
- Annotation 9 points to the "ABB (@ABBgroupnews) · Twitter" section, which shows a tweet from ABB (@ABBgroupnews) about the company's 689th patent application for 2019.

The search results also include a "Latest from new.abb.com" section with three articles: "ABB number one for Swiss patent applications in 2019", "Smart sensors taste success for one the world's premium vodkas", and "Associate Project Engineer Bangalore, Karnataka, India".

搜索产品关键词 Google搜索结果

[All](#)
[Shopping](#)
[Images](#)
[News](#)
[Videos](#)
[More](#)
[Settings](#)
[Tools](#)

About 64,600,000 results (0.64 seconds)

See Brake Discs

20% OFF

Power Stop Z23 Evolution Spor...
\$134.99
Advance Auto P. Special offer

20% OFF

Carquest Wearever Brak...
\$24.99
Advance Auto P. Special offer

Brembo Replacement...
\$59.00
Tire Rack Free shipping

Power Stop Autospecialty...
\$111.09
AutoAnything.c. Free shipping

2019 F-150 Brembo GT...
\$3,795.00
AmericanTruck.. Free shipping

www.autozone.com > brakes-and-traction-control > brake-rotor

Brake Rotors - Front & Rear Disc Brakes - AutoZone

A brake rotor consists of two discs for the pads to press against, and a ribbed support between the discs for heat dissipation. The friction between the pads and ...

How to Replace Brake Pads · Duralast Brake Rotor 44615

People also ask

- How much is a disc brake?
- What are brake discs made of?
- How long do brake discs last?
- Are brake discs and rotors the same thing?

Videos

HOW TO CHECK BRAKE PADS & BRAKE DISCS
AUTODOC

5 Signs of Brake Disc Wear | AUTODOC

WORN PADS & ROTORS
How to tell worn brake rotors or pads: measuring discs & pad ...
Craig's DIY Car

www.carparts.com > brake-disc

Brake Discs, Rear Disc Brake, Front Brake Discs | CarParts.com

★★★★★ Rating: 5 - 2 votes - \$21.60 to \$181.74 - In stock
Results 1 - 15 of 3331 - A disc brake is a type of braking system that uses brake rotors and pads. The brake disc is the round metal plate, which often has holes on ...

Images for Brake Discs

→ More images for Brake Discs

Ad www.speedwaymotors.com
Brake Rotors | Speedway Motors
★★★★★ Rating for speedwaymotors.com: 4.8 - 2,012 reviews - Order accuracy: 95-100% America's Oldest Speed Shop ®.
Free Shipping on Orders Over \$99! Huge Inventory In Stock.
Over 200,000 Auto Parts Knowledgeable Tech Staff Free Shipping Orders \$99+ Searches related to brake discs

① 产品关键词搜索News优先推荐

② Shopping在more里

③ 公司网站导航链接

④ 品牌图标

⑤ 公司联系方式

⑥ 社交链接

⑦ 相关品牌展示

⑧ youtube品牌专区

⑨ Twitter最新消息

⑩ 产品关键词搜索Shopping优先推荐

⑪ 产品广告推荐

⑫ 问与答搜索结果推荐

⑬ 视频搜索结果推荐搜索结果推荐

⑭ 图片搜索结果推荐搜索结果推荐

⑮ 关键词广告

2020年创建SEO策略

第一步、列出主要优化类别的核心关键词

第二步、通过adwords.google.com分析出相关的长尾关键词

第三步、将最相关的关键词分成多个关键词小组

第三步、将每一组关键词匹配到不同等级的网站页面中

第四步、撰写标题和页面描述 标题需要包括关键词但不要重复出现,描述也应该出现关键词但不应该进行关键词的堆砌

第五步、为每一个url创建核心关键词,避免url关键词过长,避免字母大小写混合,避免数字出现在url上,url应该保持网站浏览正常的结构

第六步、修改页面的内容,避免出现重复的内容和不原创的内容,设置相关关键词到网页内容,避免高密度堆砌关键词

第七步、优化网页中的图片,注意关键词不要重复出现,图片属性应该尽量避免数字的出现

第八步、为手机、平板设置不同的banner图片,测试手机、平板、电脑各种浏览器轻松访问网站的每一个页面

第九步、测试网站404的正常工作,网页没有错误链接

第十步、压缩网站每个网页的大小,视频的大小,图片的大小,确保客户打开内容既快又丰富

第十一步、正确开放robots,并提并site.xml给各搜索引擎

第十二步、为网站建构一个关键词列表用于网站的内部链接和外部链接

第十三步、记录站内关键词搜索,及时添加网站关键词,帮助客户快速找到相关信息

第十四步、做好客户访问统计哪些容易产品询盘的产品,客户最关心的网页内容,哪些不热门的信息,以便及时做出调整

第十五步、创建landingpage确保每个月站外推广潜在客户抓取

第十六步、注册google webmaster工具记录网站每天流量反馈,根据google webmaster工具提示及时进行网页内容的修改

第十七步、创建和更新社交媒体专页,及时更新并建立链接,将客户引流至企业品牌网站

第十八步、为多个关键词推广页面创建blog,建议每周至少一次更新,blog文章中应该自动插相应的内部链接

第十九步、创建blogspot 品牌博客为社交媒体帐号,重点网页关键词页面做好外链

第二十步、通过google搜索site:域名 如:site:followala.com 查看网站被google被收录的情况,及时做出调整

第二十一部、在followala上创建企业网站,设置超级链接到企业网站

移动设备的SEO优化要素

移动设备正在改变世界。当今时代,智能手机几乎人手一部,大家都不停地用它与外界交流以及查找信息。在许多国家/地区,智能手机的数量已超过个人计算机的数量,因此拥有适合移动设备的网站已成为提升在线影响力的重要因素。

针对移动设备构建网站时,我应了解的三件最重要的事情是什么?

1. 简化客户使用体验。

帮助网站访问者实现他们的目标。这些目标包括通过阅读您的博文获得乐趣,查询您的餐馆的地址或查看您的商品的评价。Followala认为:“我们在移动网站上所做的一切努力都是为了让客户的生活更便利。”

设计网站时,请务必考虑如何协助客户更轻松地访问您的网站并完成任务。

2. 根据移动设备客户完成常规任务的轻松程度衡量网站效率。

制作移动网站需要考虑不同事项的优先级。从您的客户在移动网站上最重要和最常见的任务入手。支持客户处理好这些任务是至关重要的,这也是衡量您的移动网站是否能够帮助客户达到他们目标的重要指标。您可以依照几种方式来设计网站,让用户能够更轻松地使用网站。此外,应注重界面的连贯性以及各类平台上提供统一的体验。

3. 为所有设备选择统一的移动模板、主题背景或设计(例如,使用自适应设计)。

自适应设计意味着,不管用户使用的是桌面设备、平板电脑还是手机,网页都将使用相同的网址和代码,只不过网页的显示效果会根据屏幕尺寸进行调整或响应。Followala建议您使用自适应设计,而非其他设计样式。自适应设计的优势之一是,您只需要维护一种网站版本(而非两种)。

移动设备网站需要避免的三大错误：

错误 1 - 忽略使用移动设备的客户。

请注意,好的移动网站非常实用,它们可以协助访问者完成任务(不管是阅读有趣的文章,还是查看您的商店地址)。不要误入陷阱,仅创建徒具移动格式的网站,但是这样的网站无法提供完整功能。相反,您应创建适合移动设备的网站(对移动设备用户来说真正有用,且针对客户最常执行的任务进行了优化)。

错误 2 - 在与桌面版网站不同的网域、子网域或子目录上实施移动网站。尽管搜索引擎支持多种移动版网站配置方式,但创建单独的移动网址将大大增加网站维护和更新方面的工作量,而且还有可能导致出现技术问题。使用自适应设计通常可以显著减少工作量,而且可以使桌面版网站和移动版网站使用同一网址。自适应设计是 Followala 推荐的配置。

错误 3 - 闭门造车而不向外寻求灵感。

参考同领域的其他网站或竞争对手的网站,寻求灵感并了解最佳做法。虽然您可能并非业内首位推出移动版网站的人,但您却拥有学习前人经验的优势。

(以下是手机界面效果图)

The image shows a mobile app interface for 'Followala'. At the top, the logo 'Followala' is displayed in a large, bold, blue font, with the tagline 'Grow your business' in a smaller, grey font below it. The background is a solid blue color. In the center, there are two white input fields: the top one is labeled '手机/邮箱/用户名' (Mobile/Email/Username) and the bottom one is labeled '密码' (Password). To the right of the password field, there is a small, light blue link that says '忘记密码?' (Forgot password?). Below the input fields, there are two white buttons with blue text: the top one says '登录' (Login) and the bottom one says '注册' (Register).

Google搜索引擎最佳化的核心要素

搜索引擎最佳化通常是指对网站的某些细节进行改进。表面上浏览可能改变并不明显,但是在结合最佳化措施的情况下,它们将对您网站的使用者体验以及在搜索结果中的表现有显著影响。您可能对指南中的许多主题都已非常熟悉,因为这些都是构成网页的基本元素,但是您可能并未充分加以利用。

我们建议您因以最适合网站访客的内容,作为最佳化决策的最主要参考依据。

访客才是您网站内容的主要消费者,是他们使用搜索引擎找到了您的网站。全力钻研特定技巧,以赢得在搜索引擎基本搜索结果中的排名,并不一定能达到您想要的结果。就搜索引擎中的曝光度而论,所谓的搜索引擎最佳化,就是让您的网站展现更完美的一面,而您的最终消费者则是您的网站使用者,而非搜索引擎。

Sunwellseals.com是目前HOOGEGE公司正在改进和优化中密封件行业企业网站,我们将针对这个网站做最优化细改的进行,希望通过这个例子能给您带来思想的启发与灵感。

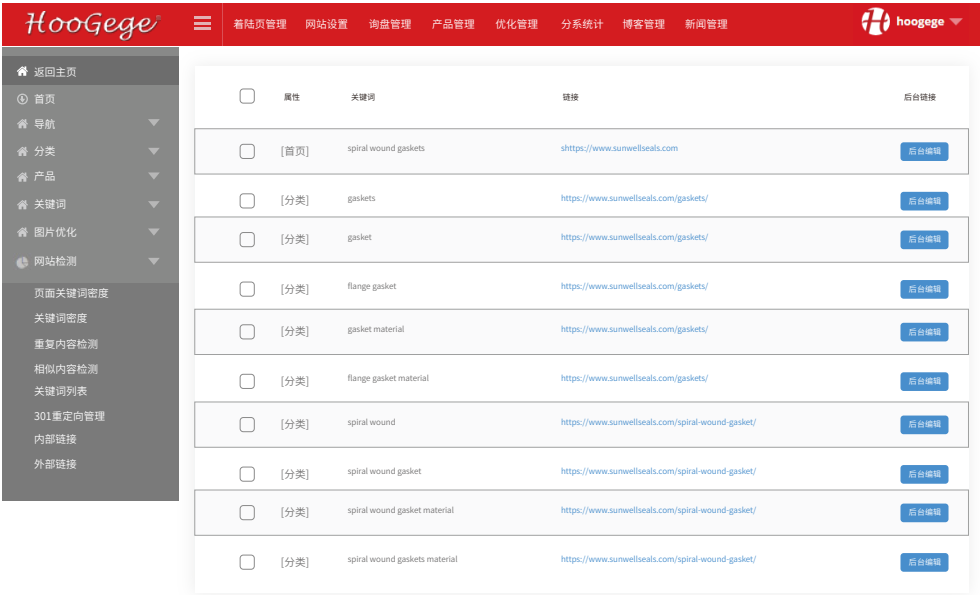
以下我们将为您详加解释搜索引擎最佳化(SEO)的各项重点!

提供范例可能有助于进行说明,因此我们以一个网站作为参考。

网站名称: www.sunwellseals.com 主要产品: Sealing Gaskets



Sunwellseals.com网站部分关键词布局案例分享



关键词	名称	链接
spiral wound gaskets	首页	https://www.sunwellseals.com
gasket material	分类Gaskets	https://www.sunwellseals.com/gaskets/
flange gasket material	分类Gaskets	https://www.sunwellseals.com/gaskets/
spiral woundSpiral Wound	分类 Gaskets	https://www.sunwellseals.com/spiral-wound-gasket/
spiral wound gasket	分类Spiral Wound Gaskets	https://www.sunwellseals.com/spiral-wound-gasket/
spiral wound gasket material	分类 piral Wound Gaskets	https://www.sunwellseals.com/spiral-wound-gasket/
spiral wound gaskets material	分类Spiral Wound Gaskets	https://www.sunwellseals.com/spiral-wound-gasket/
graphite gasket	分类Expanded graphite gaske	https://www.sunwellseals.com/expanded-graphite-gaskets/
graphite gaskets	分类Expanded graphite gaskets	https://www.sunwellseals.com/expanded-graphite-gaskets/
expanded graphite gasket	分类Expanded graphite gaskets	https://www.sunwellseals.com/expanded-graphite-gaskets/
expanded graphite gaskets	分类Expanded graphite gaskets	https://www.sunwellseals.com/expanded-graphite-gaskets/
joint gasket	分类Ring Joint Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ring-joint-gaskets/
joint gaskets	分类Ring Joint Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ring-joint-gaskets/
ring joint gasket	分类Ring Joint Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ring-joint-gaskets/
ring joint gaskets	分类Ring Joint Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ring-joint-gaskets/
ring type joint gasket	分类Ring Joint Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ring-joint-gaskets/
ring type joint gaskets	分类Ring Joint Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ring-joint-gaskets/
Metal Jacketed Gasket	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
Metal Jacketed Gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/

关键词	名称	链接
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
double jacket gaskets	分类Double Jacket Gaskets	https://www.sunwellseals.com/double-jacket-gaskets/
kammprofile gasket standard	分类Kammprofile Gaskets	https://www.sunwellseals.com/kammprofile-gaskets/
kammprofile gaskets standard	分类Kammprofile Gaskets	https://www.sunwellseals.com/kammprofile-gaskets/
copper gasket	分类Copper Gaskets	https://www.sunwellseals.com/copper-gaskets/
copper gaskets	分类Copper Gaskets	https://www.sunwellseals.com/copper-gaskets/
solid copper gasket	分类Copper Gaskets	https://www.sunwellseals.com/copper-gaskets/
PTFE gasket	分类PTFE Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ptfe-gaskets/
PTFE gaskets	分类PTFE Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ptfe-gaskets/
expanded PTFE gasket	分类PTFE Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ptfe-gaskets/
expanded PTFE gaskets	分类PTFE Gaskets	https://www.sunwellseals.com/ptfe-gaskets/
non asbestos gasket	分类Synthetic Fiber Gaskets	https://www.sunwellseals.com/synthetic-fiber-gaskets/
non asbestos gaskets	分类Synthetic Fiber Gaskets	https://www.sunwellseals.com/synthetic-fiber-gaskets/
non asbestos gasket material	分类Synthetic Fiber Gaskets	https://www.sunwellseals.com/synthetic-fiber-gaskets/
compressed non asbestos gasket	分类Synthetic Fiber Gaskets	https://www.sunwellseals.com/synthetic-fiber-gaskets/
asbestos gasket	分类Mineral Fiber Gasket	https://www.sunwellseals.com/mineral-fiber-gasket/
asbestos gaskets	分类Mineral Fiber Gasket	https://www.sunwellseals.com/mineral-fiber-gasket/
tape gasket	分类Tape Gaskets	https://www.sunwellseals.com/tape-gaskets/
tape gaskets	分类Tape Gaskets	https://www.sunwellseals.com/tape-gaskets/
graphite tape	分类Tape Gaskets	https://www.sunwellseals.com/tape-gaskets/
graphite tapes	分类Tape Gaskets	https://www.sunwellseals.com/tape-gaskets/
insulation gaskets	分类Types of I.K Sets	https://www.sunwellseals.com/types-of-ik-sets/
insulation gasket installation	分类I.K. Installation Program	https://www.sunwellseals.com/ik-installation-program/
industrial gaskets	分类I.K. Installation Program	https://www.sunwellseals.com/ik-installation-program/
flange insulation gaskets	分类I.K. Installation Program	https://www.sunwellseals.com/ik-installation-program/
metal o ring	分类Metal O Rings	https://www.sunwellseals.com/metal-o-rings/

建立独特、准确传达内容的网页标题

使用标题标记来表明网页标题

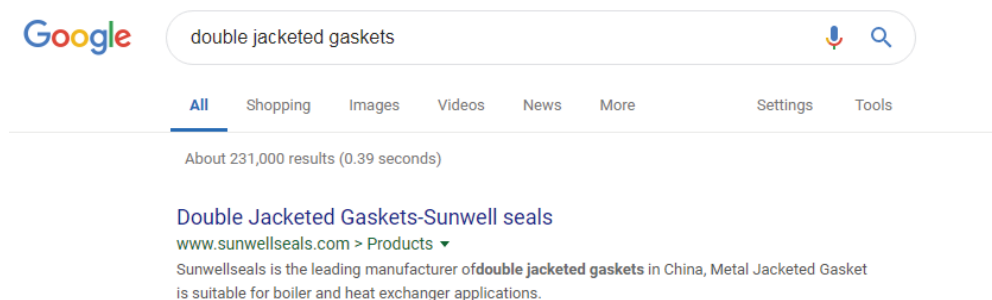
标题标记可让使用者和搜索引擎了解某个特定网页的主题。<title> 标记应该放在 HTML 文件的<head>标记区段中(1)。理想情况下,您应该为网站的每一个网页建立独特的网页标题

```
<html>
<head>
<title>Metal double jacketed gaskets Sunwell seals</title>
<meta name="description" content="Sunwellseals is the leading manufacturer
of double jacketed gaskets in China. Metal Jacketed Gasket is suitable for
boiler and heat exchanger applications.">
</head>
<body>
```

网站的首页标题,上面列出了公司名称和主要产品内容领域

网页标题内容显示于搜索结果中

如果您的文件出现在搜索结果网页中,标题标记的内容通常会出现在搜索结果的第一行。如果标题中的文字出现在使用者的搜索查询中,它们会以粗体显示。这样有助于使用者确定这个网页是否可能和他们的搜索有关(2)。



(1) 使用者查询「Double Jacketed Gaskets」(双层夹套垫圈)。出现在Google搜索结果中的首页,并且标题列在第一行(请注意,使用者的搜索查询字体以粗体显示)。



(2) 如果使用者点击搜索结果并浏览此网页,网页的标题会出现在浏览器的顶端的标题列,  ICO logo设计为了方便使用者,更好在浏览器中找到该公司网站。

最佳做法

准确描述网页内容

选择可以有效传达网页内容主题的标题。

请避免

选择与网页内容无关的标题

使用像「未命名」或「新网页1」这样的预设标题或不明确的标题

为每个网页建立独一无二的标题标记

每一个网页最好有一个独一无二的标题标记,以帮助Google将它和您网站上的其他网页区别开来。

请避免

对您网站的所有网页或大部分网页使用同一个标题标记

使用简短但描述明确的标题

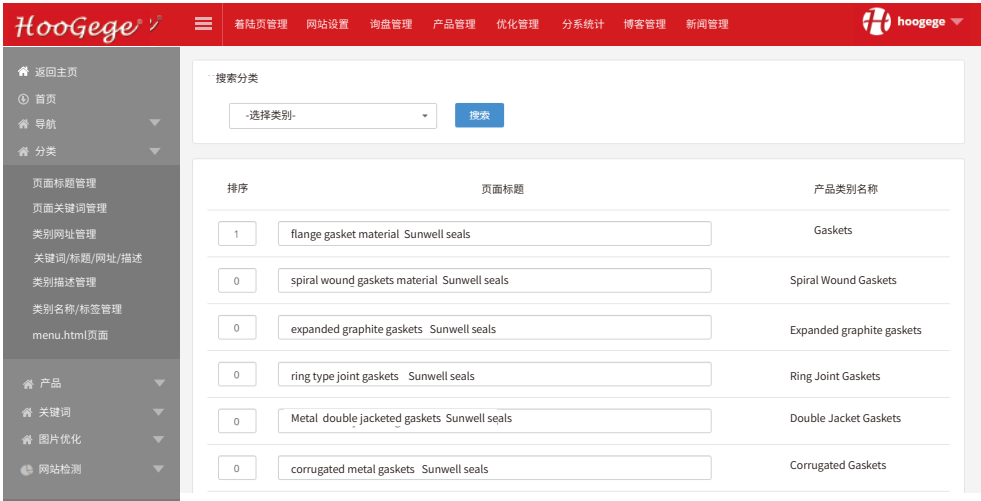
简短的标题同样可以包含多个关键词。如果标题太长,Google只会在搜索结果中显示其部分内容。

请避免

使用既冗长又对使用者没太大用处的标题

在标题标记中堆砌不必要的关键字

HOOGE品牌生态站群支持批量页面标题修改



The screenshot displays the HooGege website management interface. The top navigation bar includes links for 着陆页管理, 网站设置, 询盘管理, 产品管理, 优化管理, 分系统计, 博客管理, and 新闻管理. A sidebar on the left contains options like 返回主页, 首页, 导航, 分类, 页面标题管理, 页面关键词管理, 类别网址管理, 关键词/标题/网址/描述, 类别描述管理, 类别名称/标签管理, menu.html(页面), 产品, 关键词, 图片优化, and 网站检测. The main content area features a '搜索分类' (Search Category) section with a dropdown menu and a '搜索' (Search) button. Below this is a table for editing page titles.

排序	页面标题	产品类别名称
1	flange gasket material Sunwell seals	Gaskets
0	spiral wound gaskets material Sunwell seals	Spiral Wound Gaskets
0	expanded graphite gaskets Sunwell seals	Expanded graphite gaskets
0	ring type joint gaskets Sunwell seals	Ring Joint Gaskets
0	Metal double jacketed gaskets Sunwell seals	Double Jacket Gaskets
0	corrugated metal gaskets Sunwell seals	Corrugated Gaskets

充分利用「描述」中继标记

为每个网页定义摘要

网页的描述中继标记为Google和其他搜索引擎提供了关于这个网页的摘要(1)。网页标题可以由一些文字或字组构成,而网页描述中继标记则可以由一两个句子或一个简短段落组成。「Google网站管理员工具」提供了好用的内容分析工具,可以指出太短、太长或过分重复的描述中继标记使用简短但描述明确的标题(此工具也会指出<title>标记中同样的资讯)。与<title>标记一样,描述中继标记也位于您HTML文件的<head>标记部分中。

```
<html>
<head>

<title>Metal double jacketed gaskets Sunwell seals</title>

<meta name="keywords" content="Metal Jacketed Gasket,Metal Jacketed Gaskets,double jacket gaskets,double jacketed
gasket,double jacketed gaskets" />

<meta name="description" content="Sunwellseals is the leading manufacturer of double jacketed gaskets in China. Metal Jacketed
Gasket is suitable for boiler and heat exchanger applications." />

</head>
```

这是首页中,描述中继标记的开头,提供了网站所提供内容和服务的建明概览。

描述中继标记的优点有哪些?

描述中继标记是非常重要的,因为Google可能会用其内容来产生您网页的摘要。我们之所以说「可能」,是因为如果您网页中有一段相关醒目文字非常符合使用者的查询,Google可能会选择使用这段文字。除此之外,如果您的网站收录于开放式目录专案(Open Directory Project)中的话,Google也可能会使用您网站在其中的描述。为每一个网页都加入描述中继标记的话,是一项非常好的做法,这样即使Google在网页上找不到可用作摘要的文字,也可以使用描述中继标记来生成摘要内容。在网站管理员中心网志,有一篇关于使用更好的描述中继标记来改善网页摘要的实用文章。

如果摘要中的文字出现在使用者的查询中,他们会以粗体显示。这可以帮助使用者判断此网页的内容是否符合他(她)想要找的内容。

最佳做法

准确概括网页的内容

请撰写一段可以提供资讯并且吸引使用者的描述,这样的话,如果使用者在搜索结果中看到您的描述中继标记(作为摘要出现)时,即可吸引使用者的浏览兴趣。

请避免

撰写的描述中继标记与网页的内容无关使用笼统的描述,如「这是一个网页」或「关于双层夹套垫圈的网页」

在描述中只堆砌了一堆关键字

复制文件的所有内容并将其贴至描述中继标记

为每一个网页使用独一无二的描述

为每一个网页使用不同描述中继标记的话,将对使用者和搜索引擎都有帮助,特别是搜索结果中包含多个来自您网域的网页时(例如,使用site: 搜索条件进行搜索时)。如果您的网站含有成千上万的网页,精心雕琢描述中继标记似乎不太可行。在这种情况下,您可以根据每一页的具体内容,自动产生描述中继标记。

请避免:

对您网站的所有网页或大部分网页使用同一个中继描述标记

改善网站架构

简单易懂的URL能够更加容易的表达内容信息

为网站上的文件建立描述明确的类别和网页名称,不仅有助于使网站更井然有序,还有助于搜索引擎更有效的检索您的文件。此外,对于那些想链接到您内容的使用者,这样可以建立更简单、「友善」的网址。访客可能会被过于冗长、隐晦不明,包含很少可识别文字的网址吓到。

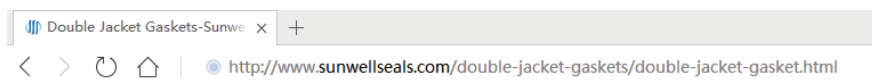
类似(1)这样的网址会让使用者感到困惑,并产生不友善的感觉。使用者在记忆这样的网址或为其建立链接的时候,会感到困难。而且,使用者可能会认为某一部分的网址是不需要的,特别是当这个网址显示了很多难以识别的参数。使用者可能会去掉网址的一部分,导致链接失效。



(1) 面对这样的网址,使用者可能会感到困惑。

某些使用者可能将该网页的网址作为锚定文字,以链接到您的网页。如果您的网址包含了相关的文字,与提供一个ID或奇怪命名的参数相比,可以为使用者和搜索引擎提供更多的资讯(2)。

某些使用者可能将该网页的网址作为锚定文字,以链接到您的网页。如果您的网址包含了相关的文字,与提供一个ID或奇怪命名的参数相比,可以为使用者和搜索引擎提供更多的资讯(2)。



(2) 上面这些显示的文字,能够让使用者或搜索引擎在按下链接之前,了解这些链接将导向什么内容的网页。

网址显示于搜索结果中

最后,请记得文件的网址会作为Google搜索结果的一部分,显示在文件的标题和摘要的下方。与标题和摘要一样,如果网址中的文字出现在使用者的查询中,该文字会在搜索结果的网址中以粗体显示(3)。下面是另外一个例子,显示了网域某个网页的网址,该网页包含类别和产品。比起诸如「www.sunwellseals.com/products/102125/」中的ID号码,网址中的文字往往更能吸引搜索使用者。

(3) 使用者查询Kammprofile gaskets,我们的某个网页出现在搜寻结果中,而地址栏在标题和摘要之下。

kammprofile gaskets standard Sunwell seals
www.sunwellseals.com › kammprofile-gaskets
Kammprofile Gaskets. Serrated Metal Gasket is another say of Kammprofile Gasket. Kammprofile Gasket is composed of a grooved core with layer of graphite or

最佳做法

在网址中使用文字

如果网址包含与您网站内容和架构相关的文字,将更能便于访客浏览您的网站。访客会更容易记住这些网址,并可能更愿意链接到这些网址。

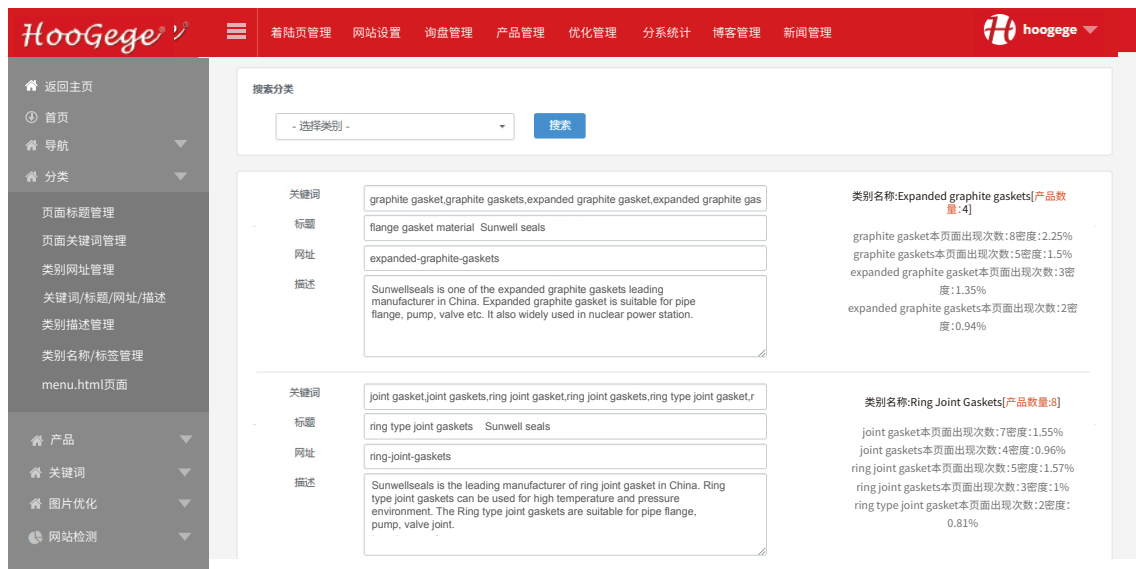
请避免:

使用过长并包含不必要参数和工作阶段ID的网址

选择笼统的名称,例如「page1.html」

使用过度堆砌的关键词,例如「double-jacket-gaskets-double-jacket-gaskets.htm」

HOOGE云生态站群支持批量页面标题, 关键词描述



让您的网站更易于浏览

网站的导览功能非常重要

在帮助访客快速找到其所需内容方面, 网站的导览功能非常重要。此外, 对于帮助搜索引擎了解网站管理员认为哪些是重要内容, 此功能也同样重要。虽然Google提供的皆是网页层级的搜索结果, 但 Google希望也能进一步理解这个网站在整个网站架构中的地位。

以首页为规则导览功能的基准

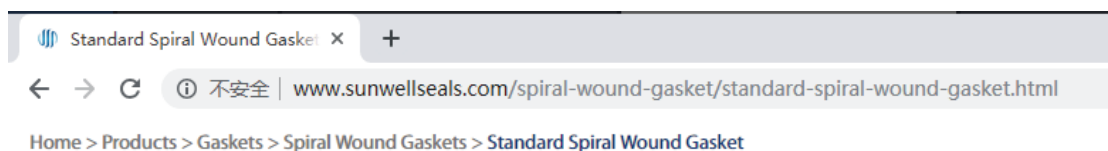
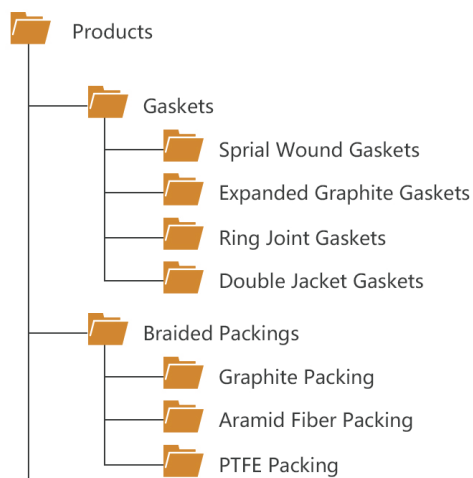
所有网站都有其首页或「根」网页, 这种网页往往是访客浏览最多的, 也是访客浏览该网站的起点。除非您的网站只有屈指可数的几个网页, 否则您应该思考一下如何将访客从概括性网页(根网页)导向至包含特定内容的网页。您是否有大量关于特定主题领域的网页, 因而需要另建网页来归纳这些相关网页(例如: 根网页-> 列出相关主题->特定主题)?您是否有上百件的商品, 需要分类并放置在多个类别和子类别的网页中?

使用「阶层链接清单」导览来确认使用者的便利性

阶层链接导览是指在网页顶端或底部放置一排内部链接, 让访客可以快速回到上一个网页或根网页(1)。大多数的阶层链接导览通常会将最具概括性的网页(通常是根网页)放在最左边的第一位, 越靠近右边, 列出的网页所包含的内容就越具体。

使用「阶层链接清单」导览来确认使用者的便利性

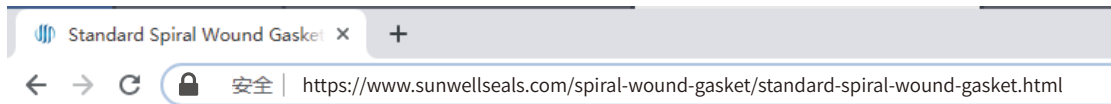
阶层链接导览是指在网页顶端或底部放置一排内部链接,让访客可以快速回到上一个网页或根网页(1)。大多数的阶层链接导览通常会将最具概括性的网页(通常是根网页)放在最左边的第一位,越靠近右边,列出的网页所包含的内容就越具体。



(1) 现实与网站上深层产品网页的阶层链接导览链接

预先考虑使用者移除您的部分网址会出现的情况

预先考虑使用者移除您的部分网址会出现的情况-您应该预先考虑到,有些使用者可能会以很奇怪的方式浏览您的网站。例如使用者可能并不使用网页上的面包屑导览链接,而是去掉一部分网址,以找到更概括性的内容。他们可能正在浏览 www.sunwellseals.com/spiral-wound-gasket/standard-spiral-wound-gasket.html, 然后却在浏览器的地址列输入 www.sunwellseals.com/spiral-wound-gasket/, 认为这样就可以显示spiral wound gasket的所有产品(2)。在这种情况下,您的网站是否已准备好显示使用者想要的内容,还是只显示一个404(「找不到网页」错误)?再者,如果使用者移动至再上一层目录 www.sunwellseals.com 的时候,我们又该怎么做呢?



(2) 使用者可以移除网址的结尾部分，借此前往更上层的目录

准备两种Sitemap：分别供使用者和搜索引擎使用

Sitemap(网站架构)是您网站上的一个简单网页，用于显示网站架构，通常由一份网站网页的层级清单组成。当访客在您的网站上找不到某些特定网页时，即可浏览该网页。虽然搜索引擎也会浏览该网页，以便对您网站上的网页进行更全面的检索，但其主要目的还是为了方便访客。

您也可以使用Google的「网站管理工具」提交XML Sitemap，让Google更容易发现您网站上的网页。使用Sitemap档案还有一个好处，就是您可以使用它来告知Google哪个版本的网址是您偏好的标准网址(例如：<http://sunwell-seals.com/>或<http://www.sunwellseals.com/>)。Google协助建立了开放原始码的Sitemap产生器指令，以帮助您为自己的网站建立Sitemap档案。

Home > Sitemap

GASKETS

- BRAIDED PACKINGS
- COMPRESSION SHEETS
- SEALING EQUIPMENTS & TOOLS
- FLANGE INSULATION KITS
- SEALING RAW MATERIALS
- HEAT INSULATION
- RODS & TUBES
- NEW PRODUCTS

Home	Sitemap	Xml
Our Company	Contact	

Products

Gaskets

- >>Spiral Wound Gaskets
- >>Double Jacket Gaskets
- >>Copper Gaskets
- >>Mineral Fiber Gasket
- >>Metal O Rings
- >>Expanded graphite gaskets
- >>Corrugated Gaskets
- >>PTFE Gaskets
- >>Rubber Gaskets
- >>Mica Gaskets
- >>Ring Joint Gaskets
- >>Kammprofile Gaskets
- >>Synthetic Fiber Gaskets
- >>Tape Gaskets

Standard Spiral Wound Gasket	Nuclear Spiral Wound Gasket	Spiral Wound Gasket for Heat Exchangers
Non-rounded Spiral wound Gaskets	Special Materials Spiral Wound Gaskets	Exhaust Spiral Wound Gaskets
		Graphite Gasket Reinforced With Metal F

最佳做法

建立自然流畅的层级架构

请尽量建立简单的架构,让使用者能从您网站上的主要内容前往他们想要的特定内容。如有必要,可以加入网页导览,并将这些网页有效整合至内部链接架构。

请避免:

建立复杂的导览链接网。例如,将网站上所有网页都链接至其他所有网页
过度细分内容(使用者必须按20次才能找到位于深层结构下的内容)

导览中尽量使用文字链接

如果网站网页大部分都是文字链接,搜索引擎可以更容易检索并了解您的网站。相较于其他方式,许多使用者更喜欢文字链接,特别是使用的某些装置无法处理Flash或JavaScript时。

请避免:

完全依靠下拉式选单、图片或动画来建立导览虽然大多数搜索引擎能够发现网站的这类链接,但如果能让使用者透过正常文字链接至网站上的所有网页,将提高网站的可用性。

在您的网站上放置HTML Sitemap,并使用XML Sitemap档案

使用一个简单的Sitemap,收录您网站上所有网页或最重要网页(如果您有成百上千个网页),是非常实用的做法。为您的网站建立XML Sitemap档案,将确保搜索引擎能够找到您网站上的网页。

请避免:

HTML Sitemap中含有无效链接,无法到达相应的网页
建立的HTML Sitemap仅列出网页,而没有进行整理

建立实用的404网页

使用者有时会因开启无效链接或输入错误的网址,而连至您网站中并不存在的网页。使用自订404网页能够确实帮助使用者返回您网站上的有效网页,大幅改善使用者体验。您的404网页最好能提供返回您网站根网页的链接,以及前往网站中热门或相关内容的链接。Google为您提供了404小工具,您可以将其嵌入您的404网页,即可自动产生许多实用的功能。您也可以使用「Google网站管理员工具」,找出导致「找不到网页」错误的网址来源。

请避免:

让搜索引擎建立404网页的索引(请务必将网站伺服器设定为当使用者要求的网页不存在时,能传回404 HTTP状态码)

只提供「找不到网页」、「404」等模糊的讯息,或者甚至连404网页都没有
404网页的设计与您网站的其他网页不一致

提供优质内容和服务

内容引人注目的网站自然会受到肯定

与本文中讨论的各种其他因素相较,建立引人注目且实用的内容可能是提升网站人气最重要的因素。如果您的内容够好,使用者了然于胸,并且乐意透过网志文章、社交媒体服务、电子邮件、论坛或其他方式,向其他使用者推广您的网站。

对于使用者和Google而言,这种口碑相传的效应会提高您的网站声誉,如果没有优质的内容做后盾,则难以创造这种效果。

事先考虑使用者对主体了解程度的差异,进而提供独一无二的内容

考量使用者为找到您的部分内容而可能搜索的字词。相较于对主题不了解的使用者,很了解该主题的使用者可能会在他们的搜索查询中使用不同的关键字。例如,一个搜索垫片的客户可能会搜索双套垫片。事先考虑这些搜索行为的差异,并在撰写您的内容时将这些差异纳入考量(妥善搭配关键字词组),就可以产生正面的结果。Google AdWords提供了一个便利的「关键字工具」,可协助您找出新的关键字变化,并查看每一个关键字的约略搜索量(1)。此外,「Google网站管理员工具」会提供您网站上出现的人们搜索查询,以及为您的网站带来最多使用者的热门搜索查询。

考虑建立其他网站没有提供的全新实用服务。您还可以撰写一篇原创研究报告、剖析引人入胜的新闻报道或善用您独有的使用者基础。其他网站可能缺乏能够做到这些事情的资源或专业知识。

广告组参考提示

关键字参考提示

列 ▾

下载

全部添加 (285 个)

关键字 (按相关性排序)		平均每月搜索量 ?	竞争程度 ?	建议的出价 ?	广告展示次数份额 ?	添加到方案
double jacket		100 – 1,000	高	¥ 4.54	–	»
rubber gasket material		1,000 – 1万	高	¥ 8.23	–	»
double jacketed gasket		100 – 1,000	低	¥ 3.77	–	»
gasket material		1,000 – 1万	高	¥ 8.05	–	»
gasket paper		1,000 – 1万	高	¥ 3.49	–	»
rubber gasket		1,000 – 1万	高	¥ 14.90	–	»
metal jacketed gasket		100 – 1,000	低	¥ 4.98	–	»
exhaust gasket material		1,000 – 1万	高	¥ 4.15	–	»
jacketed gasket		100 – 1,000	低	¥ 2.89	–	»
gasket sealer		1万 – 10万	高	¥ 4.74	–	»
epdm gasket		1,000 – 1万	高	¥ 18.46	–	»

最佳做法

撰写容易阅读的文字

使用者喜爱行文流畅且浅显易懂的内容。

请避免：

撰写篇幅冗长，夹带很多错字和文法错误的内容

将文字内容嵌入图片中，导致使用者无法剪贴这些文字，而搜索引擎也无法读取这些内容

根据主题编排内容

妥善编排您的内容是很好的做法，这样可以让访客清楚了解文章脉络，快速找到内容主题的开头和结尾。将您的内容按照逻辑分段，有助于使用者更快找到他们所需要的内容。

请避免：

把各种不同主题的内容堆砌在同一个页面上，而没有任何段落、次标题或版面配置的分别

创作新颖而独特的内容

新的内容不仅能保证现有访客会再次浏览网站，还会带来更多新访客。

请避免：

重述(甚至是复制)现有内容，这样做并不会为使用者带来其他好处

让您的网站含有重复或几近重复的内容版本

为使用者创作内容，而不是为搜索引擎创作内容

根据访客的需求设计您的网站，同时确保搜索引擎可以轻松存取您的网站，这样通常会产生正面的结果。

请避免：

针对搜索引擎插入大量不必要的关键字，这些关键字对使用者毫无意义且令人感到厌烦

包含「链至这个网页的常见拼字错误」这样的文字，这对使用者而言毫无意义

欺骗性地对使用者隐藏一些文字，却对搜索引擎显示这些文字。

GASKETS

SUNWELL SEALS gasket factory covering 10,000 sq.m, 115 workers specially producing the gaskets, 450,000 pieces gasket capacity per month. 3000 KW Guide Ring laser cutting, 12 sets gasket punching, 11 set Automatic kammprofile gaskets CNC, 32 set winding machines for Spiral Wound Gaskets, etc

GASKETS

- ▶ SPIRAL WOUND GASKETS
- ▶ EXPANDED GRAPHITE GASKETS
- ▶ RING JOINT GASKETS
- ▶ DOUBLE JACKET GASKETS
- ▶ CORRUGATED GASKETS
- ▶ KAMMPROFILE GASKETS
- ▶ COPPER GASKETS
- ▶ PTFE GASKETS

SUNWELL SEALS Offers full range of Metallic Gaskets & Semi-metallic Gaskets, Soft Gaskets. Accept OEM Services requests.
Spiral Wound Gasket: ASME B16.20, ASME B16.47 SERIES A & B, BS 3381, EN1514-2, EN1625-2, DIN 2632/2638, JIS, etc;
Kammprofile Gasket: ASME B16.20, DIN; Soft Gaskets: ASME B16.21, EN12560-2; Ring Joint Gaskets: API 6A, ASME B16.20



撰写更好的锚定文字

合适的锚定文字使被链接内容更易于传递

锚定文字是可点击的文字,使用者按一下之后会被导向某个链接,锚定文字位于锚定标记 `<a href=“...”></a>` 中。

这类文字会告知使用者和Google有关您所链接网页的部分内容。您网页上的链接可能是内部链接(即指向您网站上其他网页的链接),也可能是外部链接(即指向其他网站内容的链接)。无论是哪种情况,您的锚定文字写得越详细,使用者就越容易浏览,Google也更容易了解您所链接的网页内容。

最佳做法

选择描述性文字

您选择用于链接的锚定文字至少应提供有关链接网页的基本讯息。

请避免：

无具体含义的锚定文字,例如「网页」、「文章」或「按一下这里」

使用偏离主题或与链接网页内容无关的文字

在多数情况下,使用网页网址作为锚定文字(某些情况可以这么做,例如宣传或参照某个新网站的网址)

撰写简明的文字

力求使用简单明了的文字,通常是使用一些字词或简短的词组。

请避免：

撰写较长的锚定文字,例如长句或是一小段文字

将链接格式化,以便于辨识

让使用者容易区分您链接中的普通文字和锚定文字。如果使用者未注意到链接或在偶然情况下才会按一下链接,则内容的实用性就会大打折扣。

请避免：

使用会使链接看起来于普通文字无关的CSS或文字样式

同时考虑内部链接的锚定文字

您可能通常只会考虑指向外部网站的链接,但是多加注意用于内部链接的锚定文字可以帮助使用者和Google更容易浏览您的网站。

请避免：

只是为了搜索引擎而使用大量关键字或冗长的锚定文字

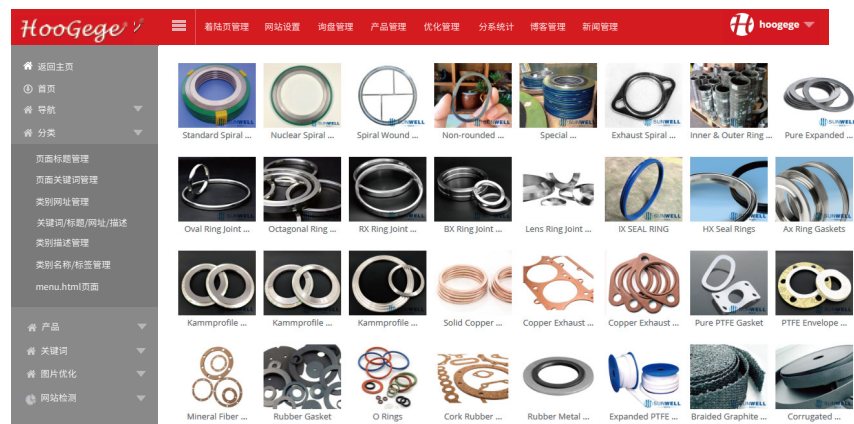
建立不必要的链接,这对使用者浏览网站无益

最佳化图片的使用

使用「alt」属性可提供有关图片的资讯

图片似乎是比较简单的网站元件,但您可以对图片的使用进行最佳化。所有图片都有不同的档案名称和「alt」属性,您可善加利用这两个特点。如果因为某些原因而无法显示图片,「alt」属性可允许您为图片指定替代文字(1)。

HOOGEGE生态系统图片优化案例



最佳做法

使用简单明了的档案名称和替代文字

就像网页上其他以最佳化为目标的许多部分一样,对于ASCII语言来说,简单明了的档案名称和替代文字是最好的。

请避免：

使用「image1.jpg」、「pic.gif」、「1.jpg」这样的通用档案名称(有些网站的图片超过数千张,因此可能会为图片自动命名)

撰写过长的档案名称

在替代文字中堆砌关键字,或者复制并贴上完整的句子

图片附带链接时,提供替代文字

如果您决定让图片附带链接,建议您填写替代文字,让Google能够更了解您要链接的网页。请想像您是在撰写文字链接的锚定文字。

请避免：

撰写过长的替代文字,系统可能会将其视为垃圾文字

在您的网站导航中仅使用图片链接

提供图片Sitemap档案

「图片Sitemap档案」可提供Googlebot更多在您网站上所找到图片的相关资讯,其结构类似您网站的XML Sitemap档案。

适当使用标题标记

使用标题标记强调重要的文字

标题标记(请不要和<head>HTML标记或HTTP标头混淆)是用于为使用者呈现网页的结构。标题标记有六种不同大小,从<h1>到<h6>,其重要性依次降低。由于标题标记通常会使其中包含的文字比网页上的普通文字大一些,因此使用者可以清楚意识到这部分文字比较重要,而且可以帮助他们了解标题文字下的内容类型。按顺序使用的多个标题大小可为您的内容建立层次分明的结构,从而让使用者更容易浏览您的文件。

最佳做法

想像您在撰写一份大纲

与撰写一份报告的大纲相似,考虑网页内容的主要及次要观点,然后决定标题标记要放在哪些适当的位置。

请避免：

- 在标题标记中放置对定义网页结构没有任何帮助的文字
- 在适合使用其他标记(例如和)的地方使用标题标记
- 随意调整标题标记的大小

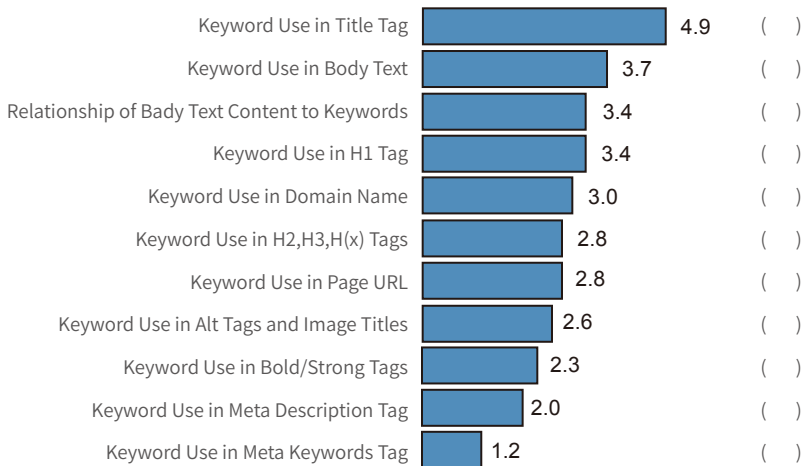
在网页上谨慎使用标题标记

仅在适合的位置使用标题标记。网页上如果有太多标题标记,会对使用者浏览内容造成不便,并且会让使用者难以确定内容主题的开头和结尾为何。

请避免：

- 在网页中过度使用标题标记
- 将所有网页文字都放进标题标记中
- 使用标题标记仅是为了设定文字样式,而不是为了呈现结构

页面关键词设置要素及权重布局



有效利用robots.txt

使用robots.txt限制搜索引擎对无需检索的部分进行检索

「robots.txt」档案可告知搜索引擎是否可以存取您网站的某些部分,进而对着些部分进行检索(1)。这个档案必须命名为「robots.txt」,并放置在您网站的根目录中(2)。

```
User-agent: *  
Disallow: /blog-login  
Disallow: /css/  
Disallow: /font/  
Disallow: /function/
```

| www.sunwellseals.com/robots.txt

(2) 所有符合条件的搜索引擎
漫游器(标有通配符符号*)都
不会存取和检索/images/下
的内容,或者任何以/search
作为路径开头的网址。

(2) robots.txt档案位置

告知Google这是移动网站

设定行动网站,让Google为其正确制作索引

当今世界已进入行动时代,许多人每天使用移动电话,而且有大量使用者透过Google的行动搜寻网页进行搜寻。不过,身为网站管理员,经营行动网站并融入行动搜寻对象并非易事。行动网站不仅和一般电脑网站使用不同的格式,而且所需的管理方式和专业知识也大有不同。因此形成各式各样的挑战。虽然许多行动网站在设计时有考虑行动浏览的问题,但没有打算设计成易于搜寻的网站。

以下提供一些疑难排解的秘诀,协助您确定网站是否受到适当地检索和索引:

验证Google是否替行动站点制作索引

如果您使用site:运算符后,您的网站仍然没有在Google行动搜寻的搜寻结果中出现,可能是因为您的网站发生下列两个问题:

1.Googlebot可能无法找到您的网站

Googlebot必须先检索您的网站才可以将您的网站纳入我们的搜寻索引。如果您最近才建立网站,我们可能尚未注意到您的网站,如果是这样的话,请建立行动网页Sitemap并提交至Google,通知我们该网站早已建立。行动网页Sitemap可以使用Google网站管理员工具提交,一如提交标准的Sitemap。

2.Googlebot可能无法存取您的网站

部分行动网站只接受移动电话存取,这让Googlebot无法存取该网站,也让人无法搜寻该网

我们的行动网站检索器是「Googlebot-Mobile」。如果您想要检索您的网站,请允许「Googlebot-Mobile」等任何使用者代理程序存取您的网站。您也要注意Google可能随时变更使用者代理程序信息,且不另行通知,因此我们不建议您检查使用者代理程序是否和「GooglebotMobile」(目前的使用者代理程序)完全相符,但建议您检查使用者代理程序标头是否含有「Googlebot-Mobile」字串。您也可以使用DNS查询以验证Googlebot。

验证Google是否可辨识您的行动网址

只要Googlebot-Mobile检索您的网址,我们即可检查是否在行动装置上,每一个网址都可以浏览。我们认为无法在行动电话上浏览的网页不会包含在我们的行动网站索引中(虽然这些网页可能包含在一般网站索引中),我们基于各种因素才决定这么做,而「DTD(文件类型定义)」宣告便是因素之一。请检查易于行动装置使用的网址,其DTD宣告是否为适当的行动格式,例如XHTML行动网页或Compact HTML。如果网址是兼容格式,那么网页就能包含在行动搜寻索引中。如需详细信息,请参阅行动网站管理员指南。

告知Google这是移动网站

设定行动网站,让Google为其正确制作索引

当今世界已进入行动时代,许多人每天使用移动电话,而且有大量使用者透过Google的行动搜寻网页进行搜寻。不过,身为网站管理员,经营行动网站并融入行动搜寻对象并非易事。行动网站不仅和一般电脑网站使用不同的格式,而且所需的管理方式和专业知识也大有不同。因此形成各式各样的挑战。虽然许多行动网站在设计时有考虑行动浏览的问题,但没有打算设计成易于搜寻的网站。

以下提供一些疑难排解的秘诀,协助您确定网站是否受到适当地检索和索引:

验证Google是否替行动站点制作索引

如果您使用site:运算符后,您的网站仍然没有在Google行动搜寻的搜寻结果中出现,可能是因为您的网站发生下列两个问题:

1.Googlebot可能无法找到您的网站

Googlebot必须先检索您的网站才可以将您的网站纳入我们的搜寻索引。如果您最近才建立网站,我们可能尚未注意到您的网站,如果是这样的话,请建立行动网页Sitemap并提交至Google,通知我们该网站早已建立。行动网页Sitemap可以使用Google网站管理员工具提交,一如提交标准的Sitemap。

最佳做法

了解社交媒体网站

透过围绕使用者互动和共享而建立的网站,可以更轻松地将感兴趣的人群与相关内容进行搭配。

请避免：

钜细靡遗地宣传每项新内容;建议您将推广集中在那些重要有趣的项目上
将您的内容人为提升至这些服务前列,使得网站涉嫌作弊行为

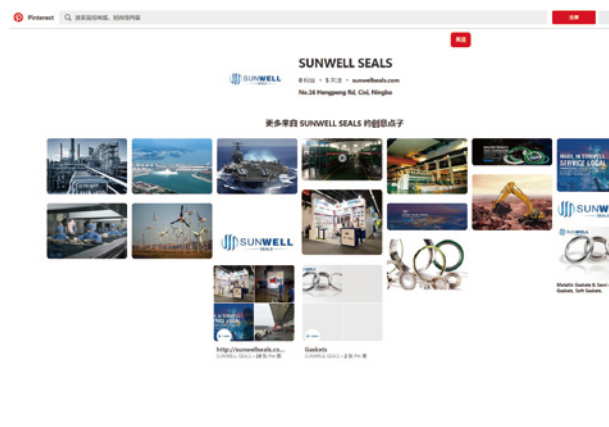
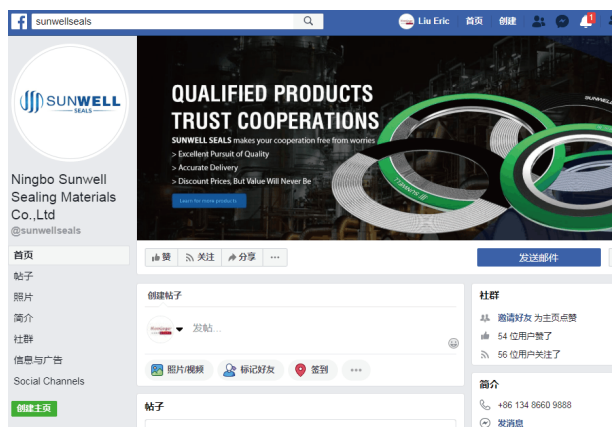
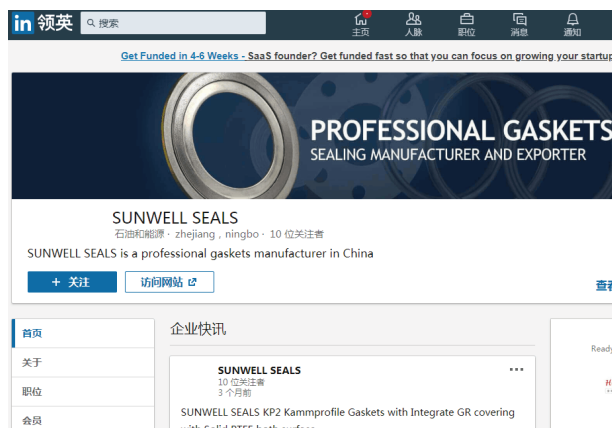
接触与您的网站相关的社群中的网站

机会就存在于那些与您的网站具有相似主题内容的网站中。与这些网站建立沟通往往大有裨益。您的利基或社群中的热门主题会激发更多灵感,从而让您的内容更丰富或建立优秀的社群资源。

请避免：

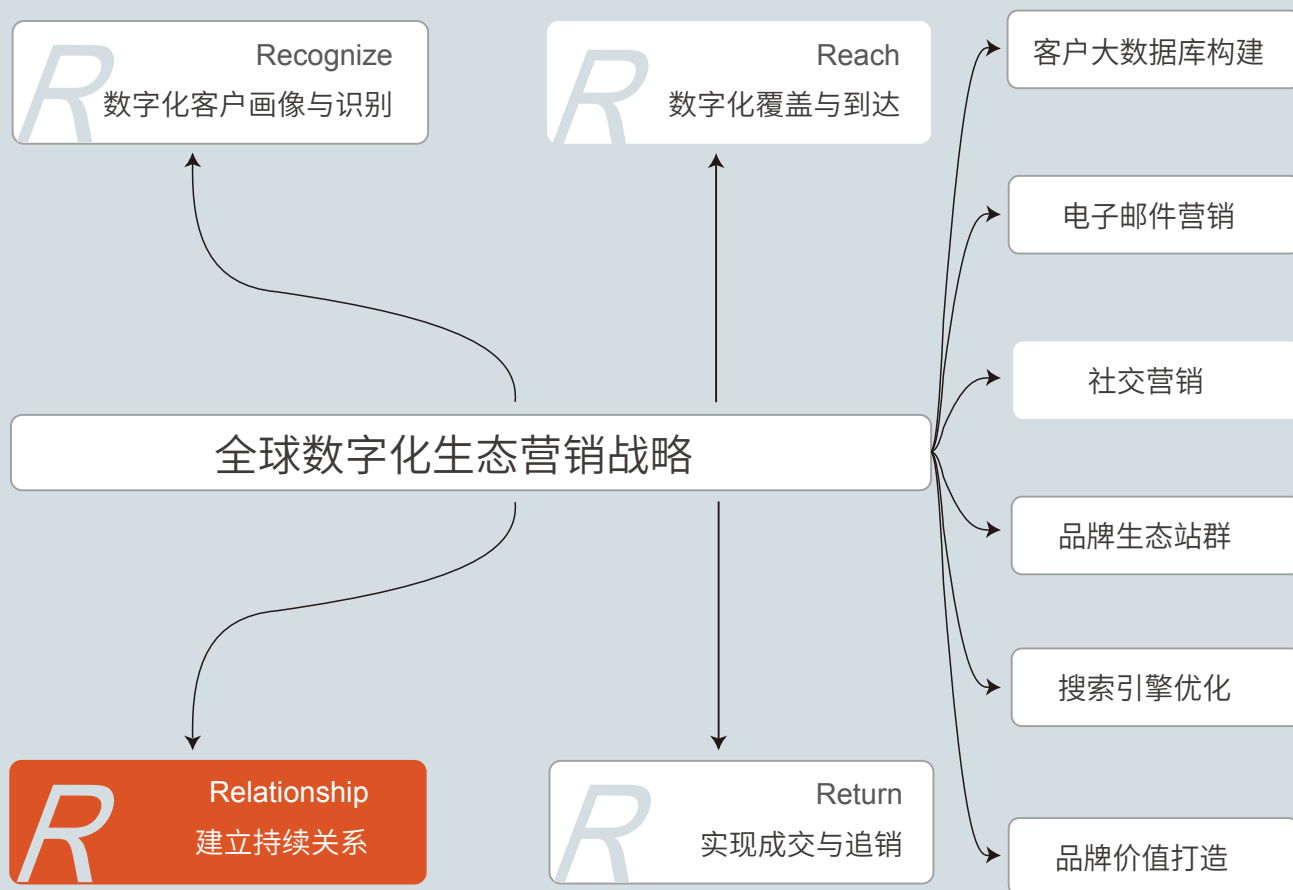
向所有与您主题内容相关的网站滥发连接请求

透过从其他网站购买连接以获得PageRank(而不是流量)



4R之Reach

数字化覆盖与到达



数字化:建立持续关系的基础

我们将建立持续关系的基础,用英文表达为“relationship”。不论营销手段和工具怎么变化,其本质是不变的,我们在其本质中关键的一条界定就是“能否建立持续交易的基础”,这是从战略上衡量营销是否持续的核心,而换个维度讲,所谓建立持续交易的基础,就是要与客户建立更深层次的关系。这种关系的建立,如果是指与“与客户之间的情感”,那么更多的地整体表现为品牌的偏好;如果是指向终端的方便可达,则可表现为渠道通路建设的能力;如果指向绩效性的考核,则可表达为“客户忠诚度”“NPS”(客户净推荐率)等,但是整体都可以用“关系”或者“持续关系的基础”来界定与表达。

定义:建立持续关系的基础指的是数字信息到达后,通过各种经营手段围绕目标客户创造、建立和保持的持续性互动状态,它使得营销从信息的传播走到战略性的深度经营。

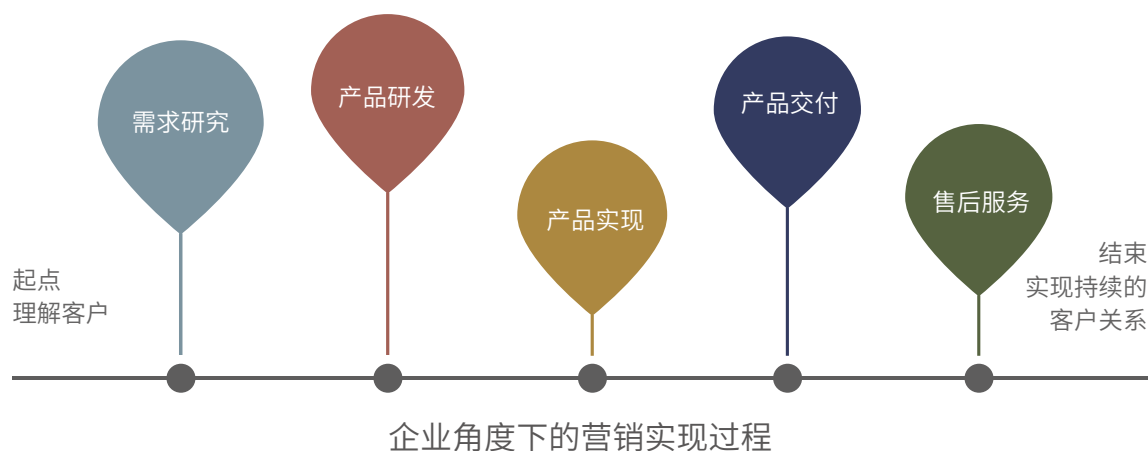
在数字时代构建“关系”

客户关系管理是对有助于建立客户关系的各项企业管理,而不仅是对作为经营结果的“客户关系”本身的管理。对于企业而言,客户关系既是企业经营过程中的重要手段,又是企业以客户为中心的经营的结果。客户关系的建立需要以满足客户为需求中心,辅以企业各种经营手段。这包含了企业的客户需求研究、产品研发、产品实现、产品交付和售后服务等各项企业关键的内部业务活动。

在数字时代,客户不再于孤立的状态下完成整个购买过程。尤其在电子商务深度发展的今天,客户在购买过程中时刻处于“关系”的状态,这意味着企业、客户及其他紧密的利益相关者之间的各种互动几乎达到全地理覆盖。在移动互联网时代,客户的整个购买过程都会与各种信息来源进行互动,呈现出时刻活跃的“关系状态”。

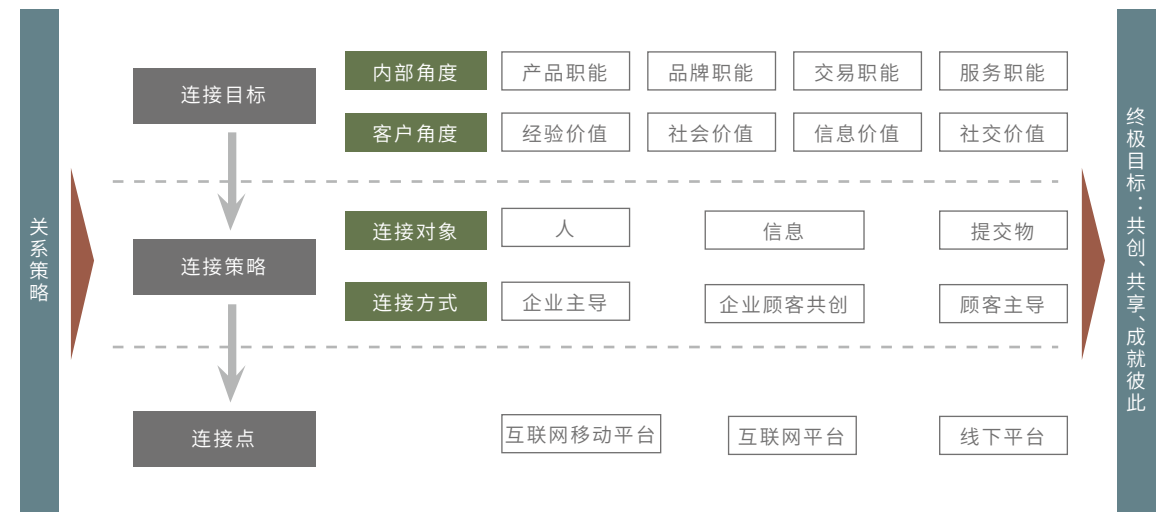
从关系分享中引起消费需求,到各种评价,以及后续的在线购买,消费者移动互联网时代不是一个人孤立地做出各种决策,而是在各种关系网的共同作用和影响下做出决策,是一群人共同作出的决策,由一个个看似独立的个人表现出来。

在移动互联网时代,企业与消费者之间的关系是“动词”,而非“名词”。借助技术的进步,企业与客户之间的关系强度、广度与深度都发生了重大变化。沟通强度更大,使得客户可以简便地借助各种移动通信技术和数字工具,在每天24小时中的任意一个时间点都可以查询企业信息、各种外界评价等相关信息。客户也可以通过网络在世界范围内与具有相同要求、兴趣和价值观的人沟通。这些人包括已使用产品的意见领袖、相同志趣的人以及“拟人化”后的企业。通过各种智能终端,客户可以在多个渠道和平台上与企业进行互动,这些渠道和平台包括各种社交媒体、信息和视频分享平台、信息搜索工具等。因此,在移动互联网时代,企业与客户的互动不会因业务活动的结束而结束,不会局限于企业人员市场与客户之间,更不会局限于纯粹的商务信息发布与售后服务支持。



在企业竞争的视角下,企业之间的竞争被赋予了产业链的含义,企业之间的竞争是其背后不同价值网络体系之间的竞争。在这个充分连接的时代,企业与客户之间的直接与间接联系、真实或虚拟场景下的关系,共同编编制出一张“关系网”。这张关系网是弱关系还是强关系、关系互动的状况、与客户周边社群的关系,将充分体现出不同企业对未顾客未来购买决定的影响程度。

这张关系网的作用是一个持续的过程,意味着企业时刻进行着新客户的获取、老客户的维护,甚至是交易的直接达成。如果企业无法有效地建立这样的关系网,那么在客户购买想法产生的时刻,企业已经失去了竞争的支点。



关系营销的策略框架 (关系网)

在数字时代,客户与物理世界、信息世界以及社交网络实现了全时、全地与全域的连接,因而企业与客户的关系也需要扩展和深化。企业需要从连接目标、链接策略和连接点三个方面来系统展开关系的建立策略。在进行策略思考的过程中,需要形成系统的企业内部规划,作为今后各项工作开展的起点。

“对于没有目的地的帆船而言,任何风向都不是顺风。”企业建立关系策略的第一步是明确关系建立的目的。我们建议从企业的内部和外部视角进行全面的分析,在内部达成共识是实施深度关系策略的前提。

策略服务于目的,策略实现目的。第二步是从连接对象与连接方式的维度,结合目标的实现进行连接策略的设计。在数字时代,企业开展市场竞争中心是建立具有价值纵深的“关系网络”,核心工作是要协助客户与彼此认同的人群一道去实现更大的目标,实现更好的自己,实现“有价值观的社群”。

第三步,在完成策略规划后,企业需要根据不同的连接对象的特点以及连接方式的需要充分利用移动互联网、互联网及线下平台进行实施,我们称之为“关系的连接点”。当然,企业需要协调“在线连接点——线下连接点”之间的作用,以系统而不是割裂的方式去定位和评估不同连接点的作用。

明确关系策略的目的

关系策略的目的规划要服从企业的整体数字营销战略规划,从企业的角度而言,需要明确“关系”在营销战略中的作用。不同类型的企业目的不同,而同一类型的企业在不同的发展阶段,也可能会有不同的目的。因此,企业在设定关系策略的作用定位时,需要充分根据自身的行业属性、公司特性和市场竞争需要,规划实务且适合自身状况的作用预期。

从企业内部角度而言,关系策略的目的包含以下三个方面:

第一 品牌职能

此即以公司或产品品牌作为主要运作平台的市场活动。其成功逻辑是通过影响和塑造品牌受众的认知及感知,进而获得品牌受众在行为和商业层面的支持。品牌职能在实践中包含以下典型目标:

提升以公司品牌或产品品牌在业务区域的知名度、认知度和好感度,为企业赢得良好的社会氛围,获得合作伙伴的支持。提升在潜在客户中的知名度、认知度和偏好的影响,提升与潜在客户的交易转化率。提升品牌在已有客户认知中的活跃度,持续维持和巩固与现有客户的忠诚度,锁定已有客户的未来购买需求。

提升企业在行业人才网络中的知名度和美誉度,为企业持续的人才需求建立良好的“雇主声誉”。

第二 产品职能

它是指企业是否通过关系活动实施产品研发方面的目标,如产品挖掘、产品原型设计和定型等原先以要与企业内部为主完成的工作。以覆盖产品为目的的连接能够更好地为顾客提供经济价值,使之获得参与感和自我实现。

第三 服务职能

在关系的建立和互动中,顾客的相关服务及增值服务,在实践中可以以企业为主来实施,也可以由客户自发或者专家资源来实现。移动互联网极大地便利了群体协作,服务已经成为关键互动的重要内涵,也成为顾客在活动关系中获得的重要价值。

第一 经济价值

企业必须能够为客户创造令人满意的经济价值。在市场竞争中,经济价值可以体现为更为便利的产品使用体验、更具性价比的产品、更周到的服务,以减少客户使用产品和服务的维护成本、时间成本、风险成本和整体使用成本;经济价值在市场竞争中属于“保健”属性,是企业进行市场竞争的入门级要求。

第二 信息价值

无信息,不关系。客户因为有价值的信息而参与到不同的关系中,这包括与企业的关系状态,也包括与更广阔的社交网络的关系。

第三 社交价值

寻找同类,获得社群成员的支持、保护、互助和赞许,建立身份、兴趣和精神的归属感与认同感。在关系建立中,社交价值是关系建立和维护的重要黏合剂,也是实现更深入关系的基础。

建立“品牌”印象, 抢占用户心智 建立和顾客的持续链接的基础

企业运营中, 最核心的资产不是技术, 不是渠道, 不是成本控制, 也不是上市是否。而是记在用户的大脑印象, 而是占在用户的心智位置, 而是活在用户的内心价值与意义。

它就是品牌印象, 代表着企业在用户的认知、了解、接触到记忆加工与分析、感觉生成的画像, 用户对品牌的画像, 不仅仅是品牌给用户画像, 用户同理给品牌进行构建画像印象, 这关系着用户对品牌的美誉度、信任度、忠诚度、记忆度, 决定着选购性、可信性、成交性。

从品牌心智的构建与心智的影响, 品牌则需要多维度去打造, 除了品牌的卖点传播之外, 更多需要向情怀、道德、文化、艺术、公益、信任、专业、权威等构建极强、极深的“好印象”。才能完善品牌的打造与塑造, 坚定不移的植入用户记忆与心智印象, 才是成功的品牌。

品牌印象与信任是捆绑的 只要信任才能成交

对于中小企业, 特别是不具备连锁规模的品牌, 有很多资金去做品牌的实体店, 或者中小企业创业者是没有资金实力投放广告。那么, 建立信任是首选的金牌营销法则。

中小出口企业打造信任

◎ 中小企业使用员工内部文化活动来建立极强的信任。比如：员工拜师仪式、家长感谢会、员工梦想演讲大赛、与某知名大学设就业仪式、特种兵训练等。

通过建立企业内部的互动，侧面建立品牌的信赖感、责任感、道德感与使命感。

◎ 卖点见证。

◎ 国外客户的认可与见证

客户的见证是最好的见证，也是最有力的见证。使用客户见证最好用最信任、最影响力的关系作为见证，比如：银行见证、社区见证、大商家见证、敬老院等信任点作为见证。

品牌构建思维

什么是企业品牌？

“企业品牌建设是建立一个具有个性的可识别品牌的过程，这是通过非常清晰的概念或想法来记住的。



没有更多，这是“简单”

提高企业品牌的五大要素？

◎ **命名：**一个合适的名字有利于记忆和关联到一定的概念。事实上，选择一个不合适的名称或者以后不会知道如何利用这个名称可能会给您的业务带来额外的困难。

◎ **视觉识别：**标志，同型，象形图，签名以及与公司图形图像有关的所有内容。

◎ **声音身份或音频标记：**如果你听到某种噪音或声音，它提醒你一个品牌，这是该公司做了正确的事情。这是经常被低估的东西，然而却有着与记忆联系在一起的野蛮力量。

◎ **媒体：**我们必须建立统一的通道，宣传我们的企业。

比如：我们企业网站的域名，www.hoogege.com www.hoogege.com.cn
www.hoogege.com.au www.hoogege.net
Facebook比如：www.facebook.com/hoogege

◎ **内容营销：**通过您发布的内容让他更加的喜欢您的品牌，特别是在互联网上。

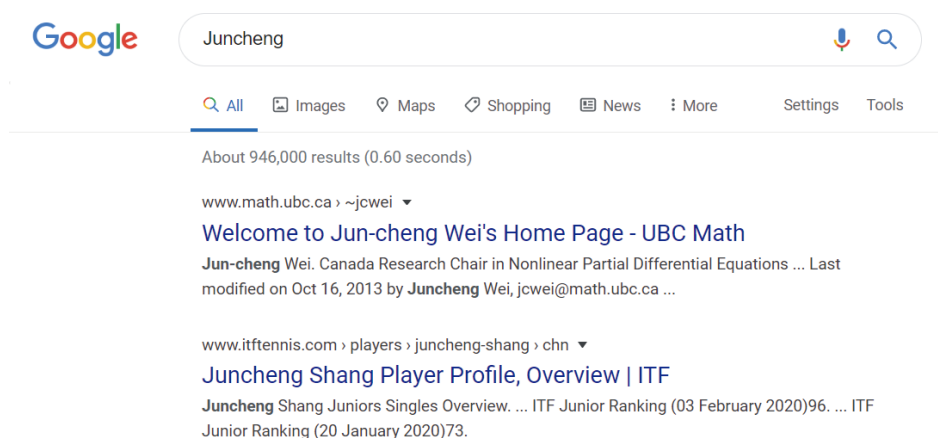
如果您喜欢在 Followala中发布的文章，在互联网上的内容访问我们也能有非常好的统计。



骏诚纺织品牌的五大要素评测：

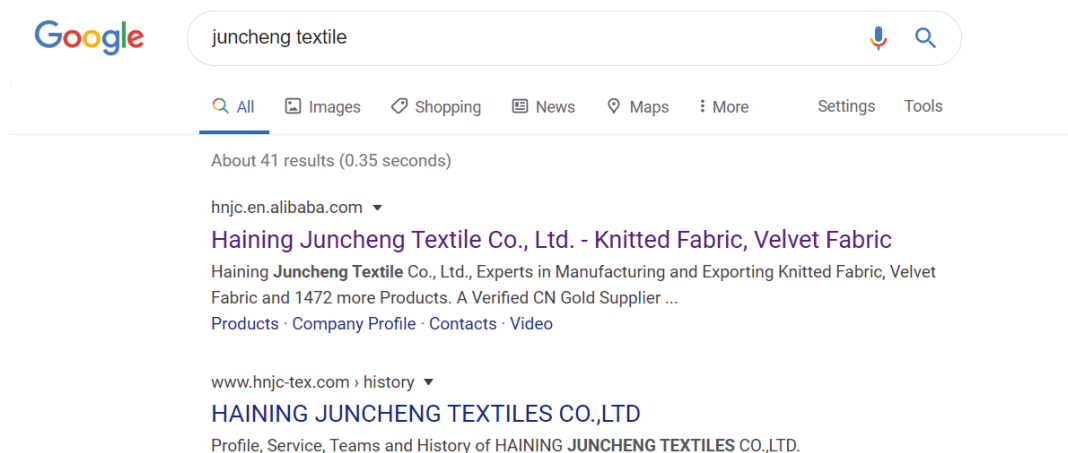
1、搜索引擎: 通过搜索您的品牌名称确保前十个结果都您的
搜索juncheng在google

搜索结果946000 前100未能找到任何骏诚纺品公司的任何结果



搜索juncheng textile 在google

搜索结果41结果 包括ali国际站和企业品牌网站



- 2、品牌印象: 您的品牌名字是否能够关联到客户原先的记忆上
juncheng textile 对于国外客户来说, 不容易记易,
- 3、容易发音: 保持全球客户对您品牌统一的发音
juncheng textile 对于国外客户来说, 不容易发音,
- 4、社交媒体: 注册各社交媒体的品牌专页 如:face book.com/hoogege
juncheng textile 目前各大社交都没有用juncheng textile进行注册
- 5、营销内容: 您发布网页,邮件,图片,视频是否持续提到您的品牌名字
营销文案 一直提到公司名字 而并非品牌

企业品牌网站内容没有持续提到品牌名字, 客户记忆不深



Haining Juncheng Textile Co., Ltd. was established in 2010 in Haining City, Zhejiang province. We have two Chinese brands "JUNCHENG" and "ALANSMA", and one European brand "JUNCHENG". We are a professional warp and weft knitting manufacturer who specialized in producing all kinds of fabric for costume, toys, sofa, home textiles and upholstery. Our major products are velboa, minky dot, super soft fabric, velvet fabric, velour fabric, knitted Korean velvet and suede fabric. As an experienced supplier, we can provide the process of printing, bronzed, 3D embossed, brushed and laminated as per customer's request.

Recently years we worked with finished items such as velvet curtain, cushions and blankets for our perennial business partners. There is an area of 400 square meters showroom in the factory which is presenting the new arrival collection in every season. We try our best to help clients win the potential order in the competitive market.

We insist on our motto of 'high quality, competitive price, first-class service and punctual delivery'. Based on the demand of our customers, we provide OEM services and accept customized Messenger

五大要素评测结论:

- 1、搜索引擎: 通过搜索您的品牌名称确保前十个结果都您的
目前搜索juncheng textile 在google搜索结果41结果 包括ali国际站和企业品牌网站从被客户搜索到角度 品牌名称juncheng textile 大大优于juncheng

2、品牌印象: 您的品牌名字是否能够关联到客户原先的记忆上

juncheng textile 对于国外客户来说, 不容易记易, juncheng设计不够醒目而且国外客户对于中国的拼音不是很懂, 推广起来成本非常高。



马占的比重太大, 搜索引擎引言, 图标不利于搜索和记忆

3、容易发音: 保持全球客户对您品牌统一的发音

juncheng textile 对于国外客户来说, 不容易发音,

4、社交媒体: 注册各社交媒体的品牌专页 如:facebook.com/hoogege

juncheng textile 目前各大社交都没有用juncheng textile进行注册
包括企业品牌网站 hnjc实际不好记, 且缺少统一性

5、营销内容: 您发布网页, 邮件, 图片, 视频是否持续提到您的品牌名字
营销文案 一直提到公司名字 而并非品牌 还没有重视品牌的推广

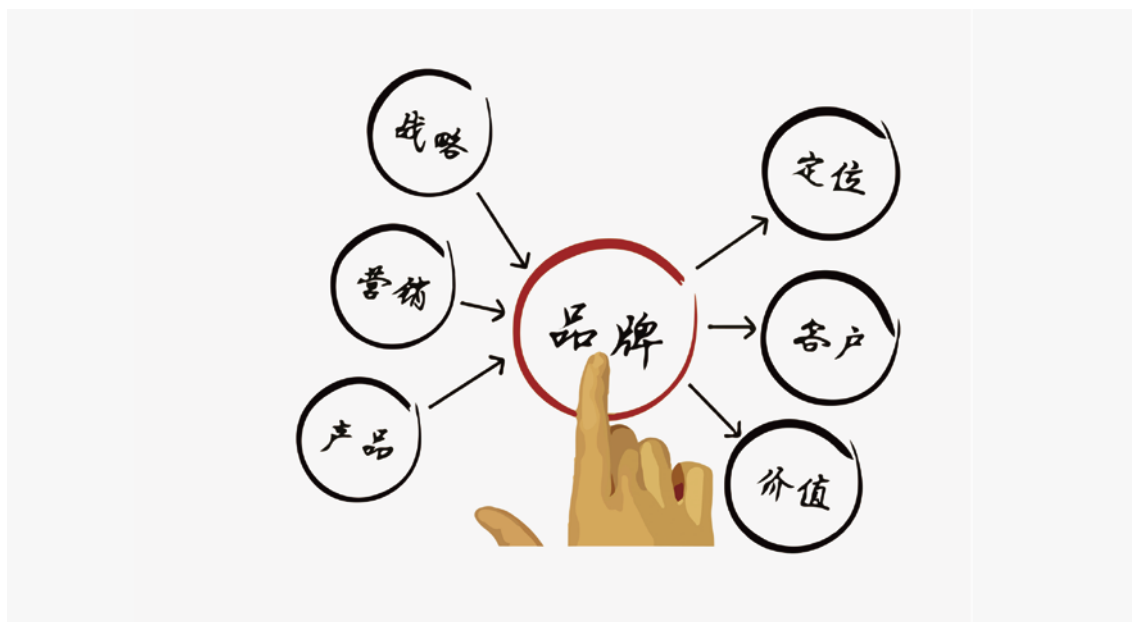
成交=客户持续对你品牌印象的加深对于骏诚纺织品牌的建议:

Juncheng textile 对于国外推广来说, 品拼推广成本较高

建议 使用像juntex 这样的品牌名字

如果非常一定要使用Juncheng textile 那必须重新设计 logo突出文

定位:战略逻辑、品类逻辑、连接逻辑



“定位”这个词目前是营销中出现次数最多,但也是最被混用的词语之一。Followala认为,企业平时所提及的“定位”概念,其本质上包含三层含义:资源定位、业务定位、品牌心智定位,然而大部分CEO和CMO谈论的不是一个概念。在数字时代,定位仍然重要,当然也有一些改变。我们抓住最重要的三个方面:战略逻辑,即我们帮助CEO和CMO理清楚“当我们在讨论定位时,我们在讨论什么”;品类逻辑,这是定位的精华,是里斯晚年对于定位理论的升级,在今天的数字时代仍然重要;连接逻辑,这是数字时代的升级,在构建完品类并成功在市场上取得胜利后,是可以迭代、延伸甚至是可以构建生态圈的,这是传统时代定位理论所忽略并否定的。

首先我们看定位的“战略逻辑”,究竟何谓定位,我们认为从公司战略上看,定位=价值链定位业务模式定位+品牌心智定位。特劳特和里斯的定位仅指第三层,即“品牌心智定位”。

◎ 价值链定位

目前大量中小出口企业,缺少数据分析价值链定位不清晰,企业发展停止不前,HOOGE全球数字化营销平台从贸易到不同国家的客户分析是做价值链定位的重要工具。

◎ 业务模式定位

第二层含义是业务模式定位,它最核心地解决企业“我究竟是什么”(即德鲁克“what is your business”之问)在数字互联网时代根据业务定位的不同,我们可以将企业分为以下四种类:

1) 价值点企业: 这类企业将业务聚焦在价值链的某一环节,最典型的代表是“隐形冠军”企业,它们主要是一些中小型企业,却往往是某一个细分市场的世界领导者,通过高度创新与专业化精准定义细分市场,并有效制造市场准入壁垒。

2) 价值链企业: 通过并购或自建等方式打通价值链上下游,实现产业链的资源整合与布局,从而充分提升企业战略自由度与行业话语权。例如康美药业正是通过上游掌控地道的药材资源、中游掌握中药材交易命脉、下游深耕渠道,完成中医药全产业链的整合和布局,从而奠定了行业龙头地位,百丽也正是通过成功的产业链一体化整合实现规模经济效应,成为新派制造的代表。

3) 平台型企业: 平台型企业采用平台经济与共享经济的思路,通过搭建资源平台,以促成双方或多方供求之间的交易,收取恰当的费用或赚取差价而获得收益,同时也促进资源的最大化整合与优化例如,在家电行

4)生态型企业: 指的是企业将自身的核心资源,例如客户资源和网络资源进行输出与分享,并在此过程中投资参股,从而完成生态经济的建立与持续。小米近年来的战略重点已从手机向生态链投资转移,雷军宣布小米投资的55家创业公司当中的29家属于零基础孵化项目,生态链投资就是由小米输出做产品的价值观、方法论和已有的资源,包括电商平台、营销团队、品牌等,围绕目已建立起一支航母舰队,小米对生态链的支持除了投资,更渗透到创业公司产品价值。

◎ 品牌心智定位

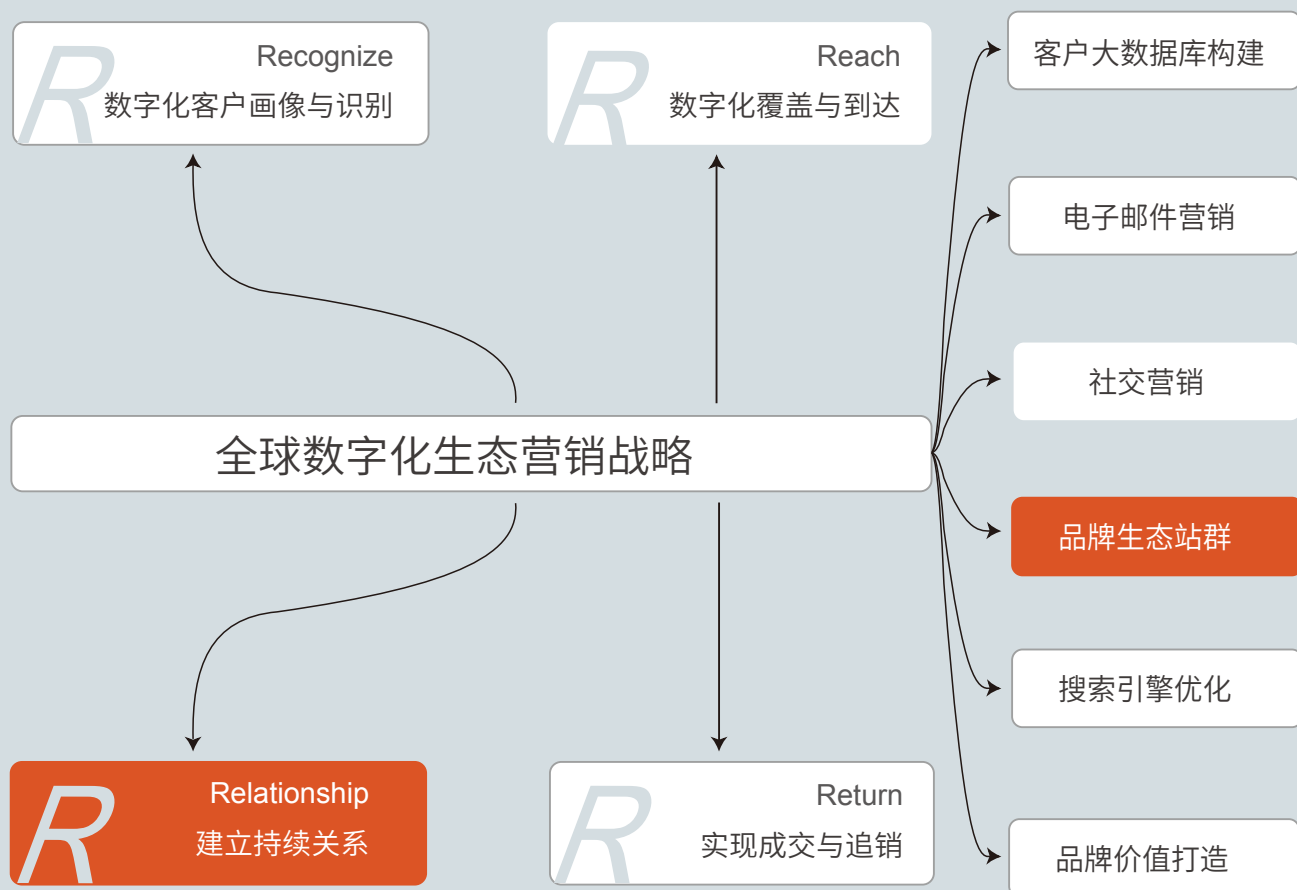
回到营销上的品牌定位,为了更凸显本质我们将其称为“品牌心智定位”,它是艾·里斯与杰克·特劳特所提出的定位理论,指的是通过设计公司的产品和形象,在目标市场中占据一个独特的位置,实现区隔化,目标是要将品牌留在消费者的心中,以实现公司的潜在利益最大化。定位的结果就是成功地创立以顾客为基础的价值主张,即给出为什么目标市场应该购买这种产品的一个令人信服的理由。

里斯将定位升级到品类战略,才说到了“定位”的本质,即品类逻辑,品牌 = 品类 + 品牌名。

品牌定位战略中的品类逻辑指的是,品牌应通过有效的差异化与区隔,开创新品类,或成为某个类的代言词,品牌和品类一旦产生捆绑,就完成了品牌的创建。其核心以成为潜在客户心智中的品类代表为目标,通过把握商业发展趋势,发现品类机会,成为心智中的品类代表,并推动品类发展,不断进化,最终主导品类,创建真正强大的品牌。

4R之Reach

数字化覆盖与到达



2020 数字化品牌生态站群方案



superiorglove.com 至少是手套行业中, 网络营销做的最优秀的公司, 一年网站就知道很多年的行业积累, 一定是行业的领军企业。建议大家通过查看

Prossely Canadian Since 1910 | 1-800-265-7617 | North America - English

[WORK GLOVES](#)
[INDUSTRY GLOVES](#)
[ARM PROTECTION](#)
[ACCESSORIES](#)
[GLOVE SELECTOR](#)

[ABOUT CONTACT](#)
[BLOG](#)
[RESOURCES](#)

Search [View Catalogs](#)

Home / Work Gloves

Work Gloves

Did you know that the search term "cheap work gloves" has been googled 109 million times? That's a pet peeve for us at Superior Glove.

We love to help you save money through initiatives like laundering programs, but cost savings shouldn't come at the cost of safety.

How long do you anticipate the gloves you buy through some big box store to last? A week? A day? An hour?

We sell premium work gloves that can reduce your hand injury rate and reduce your glove spending, like we did for this company.

[REQUEST A SAMPLE](#)

What type of work gloves does Superior Glove manufacture?

We engineer gloves to protect you from a variety of hazards including cuts, punctures, impact, chemicals and cold weather, to name a few.

What styles of work gloves do you manufacture?

Superior Glove work gloves are made using a variety of materials including leather, Kevlar®, and Dyneema® and most are sized from XXS to 3XL (5 to 12), which means that you can outfit the men and women on your team comfortably.

Dexterity® 13-Gauge Cut Resistant Glove With Polyurethane Palms

Product ID: S13KFGPU

Kevlar®/composite filament fiber string knit with PU palm coating

Endura® OILBLOC™ GOAT-GRAIN KEVLAR LINED CUT-RESISTANT MIG WELDING GLOVES LINED WITH PUNKBAN™

Product ID: 398OBPB

Endura® Goatskin Flame-Resistant Anti-Static Driver Gloves

Product ID: 378GFRES

Endura® Goatskin Flame-Resistant Anti-Static Driver Gloves

3,500+ Types, Styles and Sizes of Wholesale Work Gloves

For over 100 years Superior Glove has been manufacturing and supplying wholesale work and safety gloves to companies all around the world just like yours. With a complete product line that includes over 3,500 different varieties of gloves to choose from, you're guaranteed to find the perfect glove with superior performance to meet all of your needs. Contact us for more information and to obtain a free sample.

- ① 研究品牌升级后企业商业模式的变化
- ② 问与答方式的类别卖展示方式值得学习, 也是增加搜索引擎流量的机会
- ③ 样品订购
- ④ 为每类或每个产品取名
- ⑤ 详实的产品卖点
- ⑥ 产品ID(sku)识别
- ⑦ 数字符号营销
- ⑧ 实现路径表达

Proudly Canadian Since 1910

1-800-265-7617 | North America - English

WORK GLOVES

INDUSTRY GLOVES

ARM PROTECTION

ACCESSORIES

GLOVE SELECTOR

ABOUT
CONTACT

BLOG

RESOURCES

View Catalogs

Home / Work & Safety Gloves

Work & Safety Gloves

Get a personalized recommendation from our glove experts!

Did you know that almost 80% of lost time workplace injuries in North America involved the hands? That's pretty frightening when you think about it, isn't it? Well, here's the good news: most of these injuries could have been prevented – or at least greatly reduced in severity – if the workers had been wearing the right gloves at the time.

For this reason, Superior Glove is proud to offer thousands of different work gloves styles. That way, no matter which industry you work in, you can rest assured that we've got you covered.

The Right Work & Safety Glove for the Job

With a strong research and development department backed by an in-house glove lab, we are licensed manufacturers of Kevlar® and Dyneema®. Innovation is number-one at Superior®, and the reason why we're able to offer the widest work & safety glove selection in the hand-protection industry.

3 Steps to Sampling Our Gloves:



Step 1: Fill Out The Form

Fill out the form with your company information to get your free sample! We send out free samples of our cut-resistant gloves and sleeves to companies with a minimum of 25 employees.



Step 2: Chat With An Expert

After you've filled out the form, one of our glove experts will reach out for some additional information about job specifics and dangers involved. This way we can make sure you're getting the best option.



Step 3: Test the Glove Out

Once the gloves arrive, it's time for you to test them out. Run them through the ringer and find out exactly what they can handle. We'll touch base with you to see how the gloves are doing. We'll also help you purchase the gloves through one of our many distributors. It's that simple!

GET A FREE SAMPLE

*First Name:

*Last Name:

*Job Title:

*Company Name:

*Email:

*Phone:

*Country:

Select...

*Product Interest:

Select...

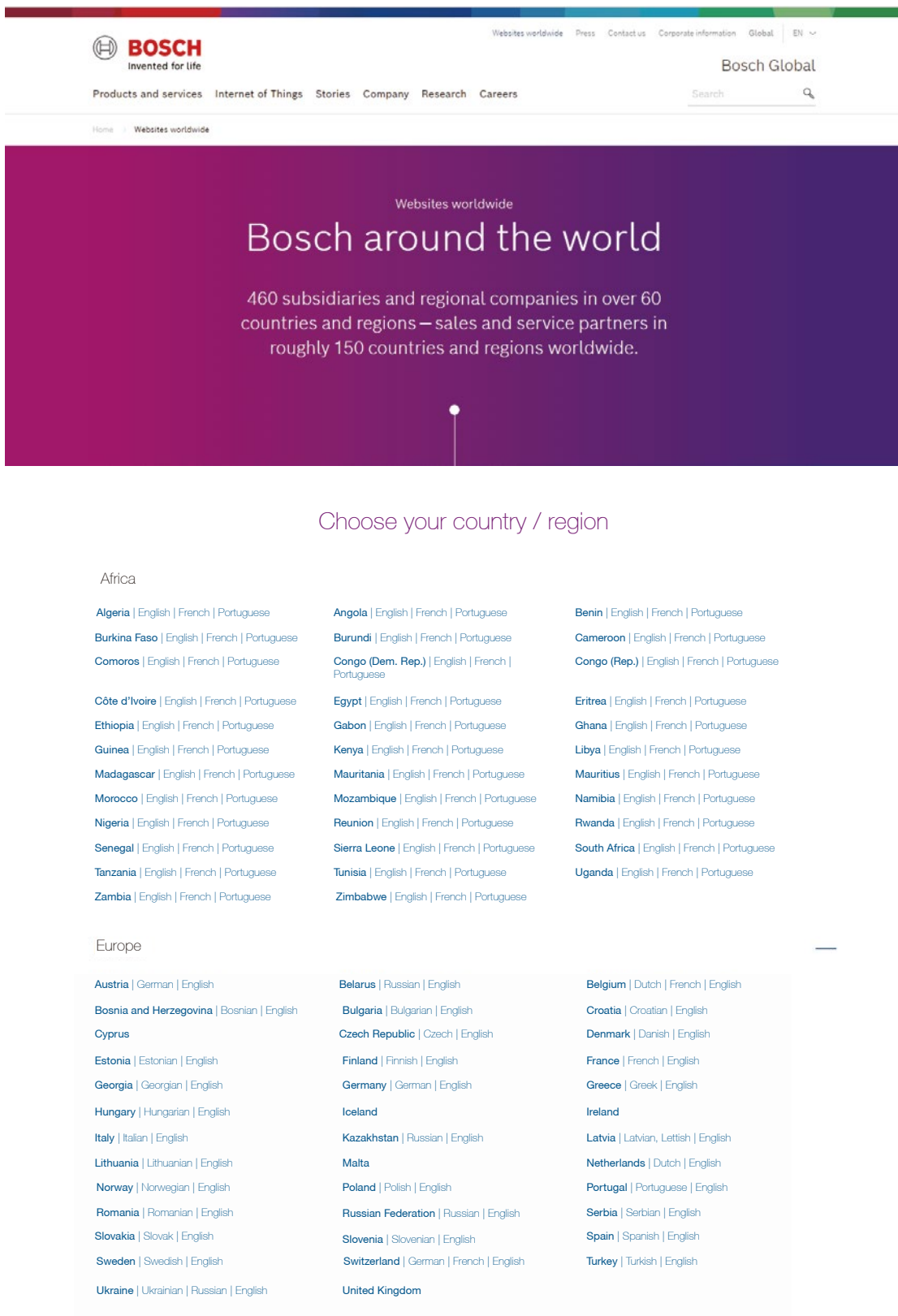
*Usage, Needs, Questions, Comments

☐ *YES! Send me useful tips, industry articles and new product announcements (every month or so).

REQUEST A SAMPLE

4.18

参考 bosch.com 来进行全球站点和语言的布局



BOSCH
Invented for life

Products and services | Internet of Things | Stories | Company | Research | Careers

Search

Home > Websites worldwide

Websites worldwide

Bosch around the world

460 subsidiaries and regional companies in over 60 countries and regions – sales and service partners in roughly 150 countries and regions worldwide.

Choose your country / region

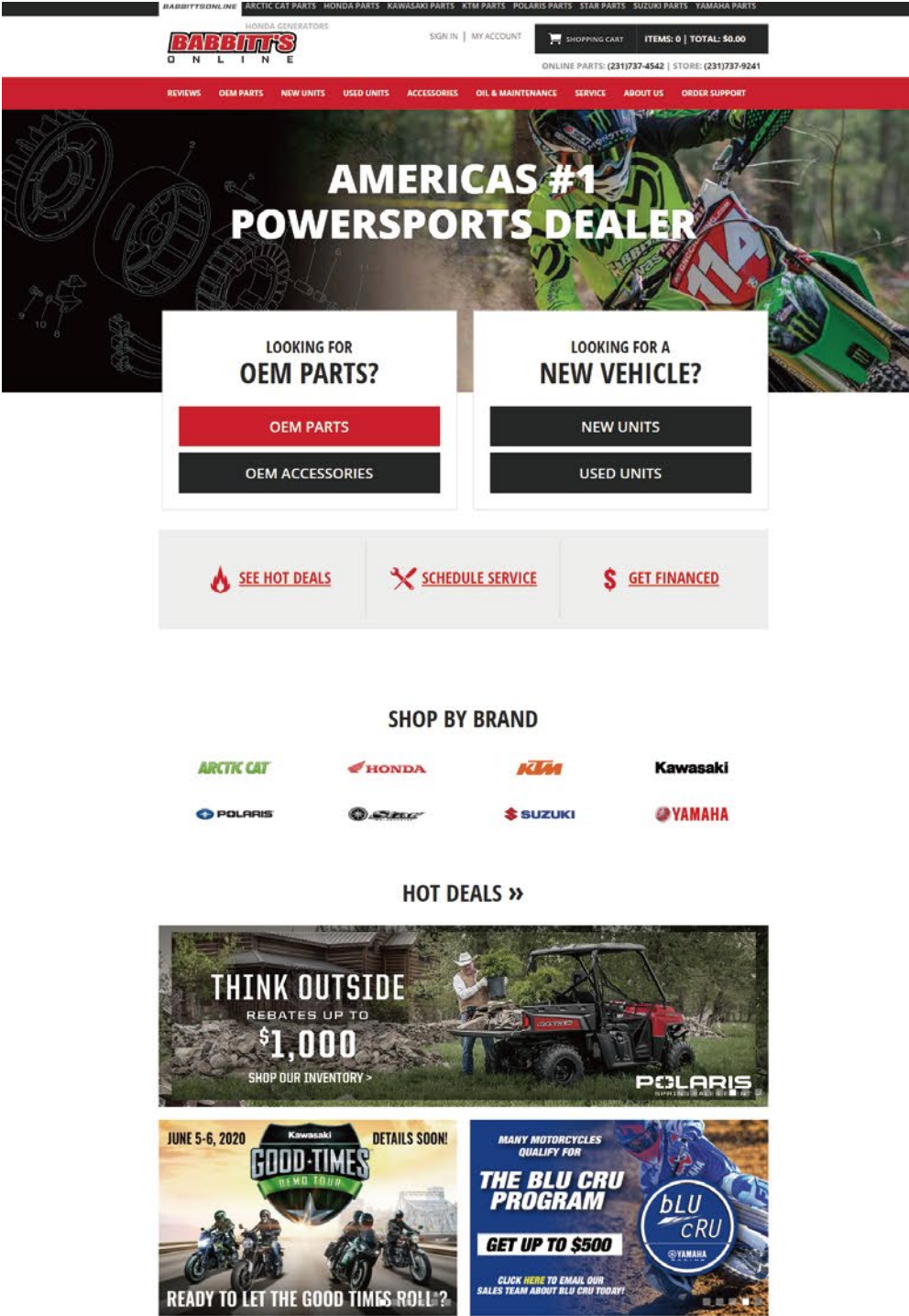
Africa

Algeria English French Portuguese	Angola English French Portuguese	Benin English French Portuguese
Burkina Faso English French Portuguese	Burundi English French Portuguese	Cameroon English French Portuguese
Comoros English French Portuguese	Congo (Dem. Rep.) English French Portuguese	Congo (Rep.) English French Portuguese
Côte d'Ivoire English French Portuguese	Egypt English French Portuguese	Eritrea English French Portuguese
Ethiopia English French Portuguese	Gabon English French Portuguese	Ghana English French Portuguese
Guinea English French Portuguese	Kenya English French Portuguese	Libya English French Portuguese
Madagascar English French Portuguese	Mauritania English French Portuguese	Mauritius English French Portuguese
Morocco English French Portuguese	Mozambique English French Portuguese	Namibia English French Portuguese
Nigeria English French Portuguese	Reunion English French Portuguese	Rwanda English French Portuguese
Senegal English French Portuguese	Sierra Leone English French Portuguese	South Africa English French Portuguese
Tanzania English French Portuguese	Tunisia English French Portuguese	Uganda English French Portuguese
Zambia English French Portuguese	Zimbabwe English French Portuguese	

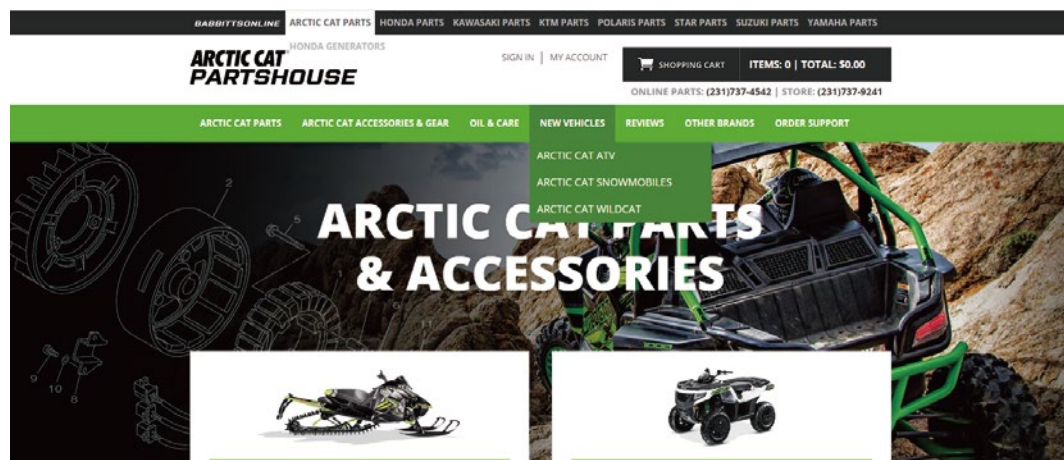
Europe

Austria German English	Belarus Russian English	Belgium Dutch French English
Bosnia and Herzegovina Bosnian English	Bulgaria Bulgarian English	Croatia Croatian English
Cyprus	Czech Republic Czech English	Denmark Danish English
Estonia Estonian English	Finland Finnish English	France French English
Georgia Georgian English	Germany German English	Greece Greek English
Hungary Hungarian English	Iceland	Ireland
Italy Italian English	Kazakhstan Russian English	Latvia Latvian, Lettish English
Lithuania Lithuanian English	Malta	Netherlands Dutch English
Norway Norwegian English	Poland Polish English	Portugal Portuguese English
Romania Romanian English	Russian Federation Russian English	Serbia Serbian English
Slovakia Slovak English	Slovenia Slovenian English	Spain Spanish English
Sweden Swedish English	Switzerland German French English	Turkey Turkish English
Ukraine Ukrainian Russian English	United Kingdom	

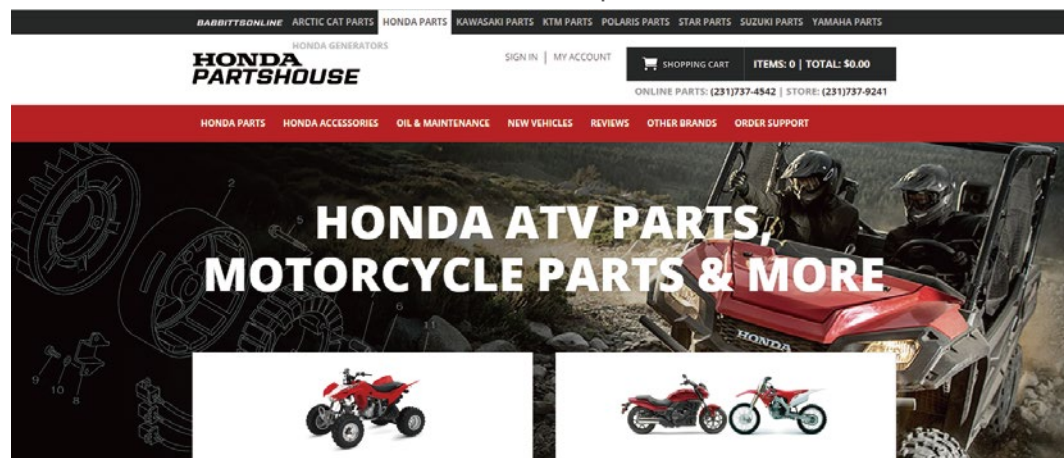
babbittsonline.com 站群式销售超过十五年, babbittsonline.com为主站点, hondapartshouse.com, kawasakipartshouse.com, babbittsktmparts.com 为类别站点, 订单统一处理, 是典型的品牌站群营销值得我们参考和学习。



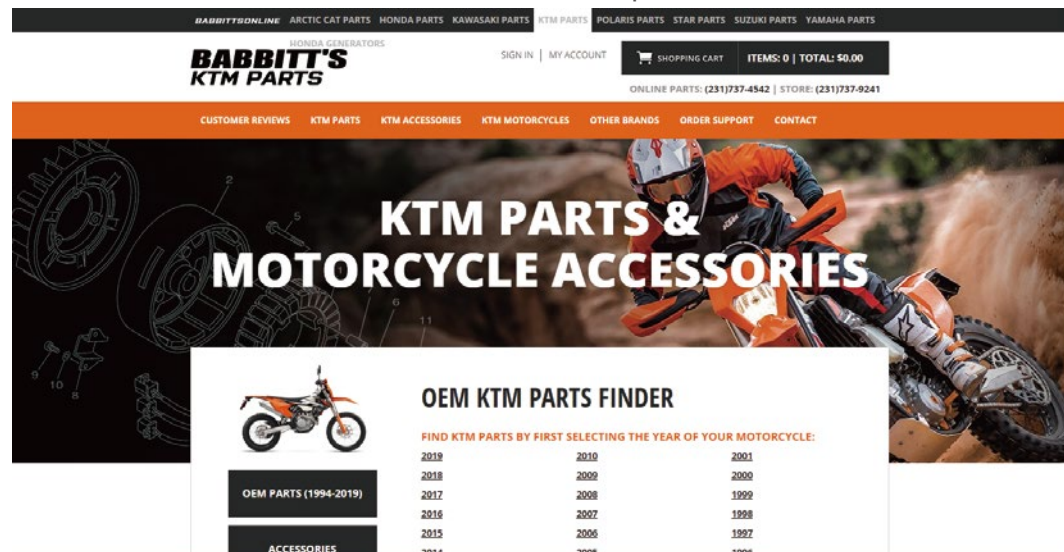
ARCTIC CAT 机车配件销售专业性站点 arcticcatpartshouse.com



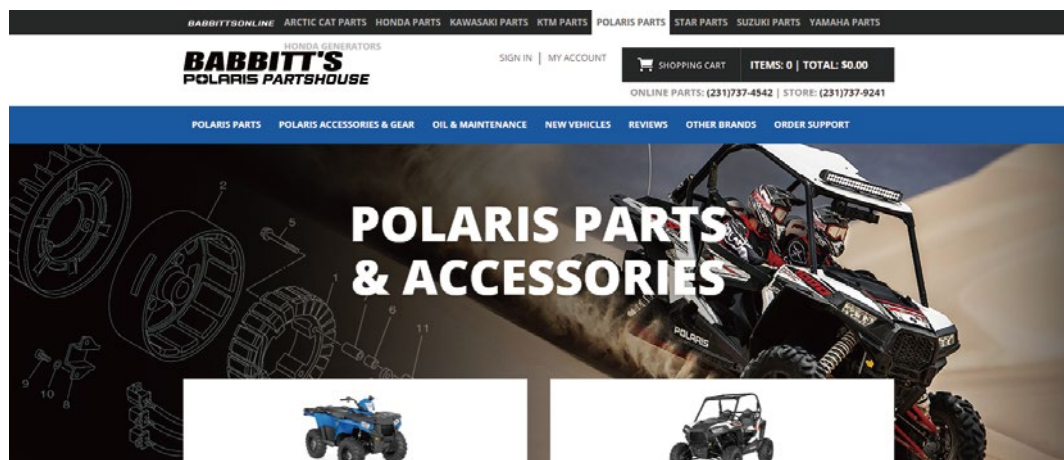
HONDA 机车配件销售专业性站点 hondapartshouse.com



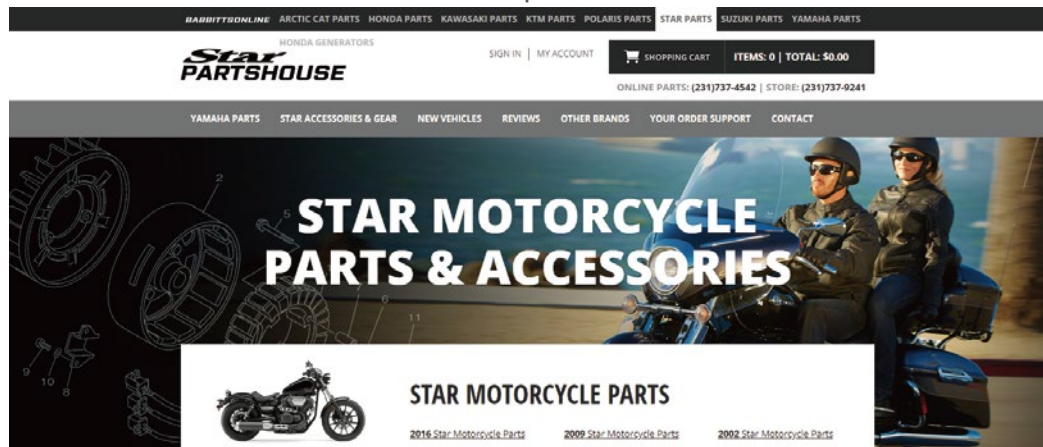
KTM 机车配件销售专业性站点 babbittsktmparts.com



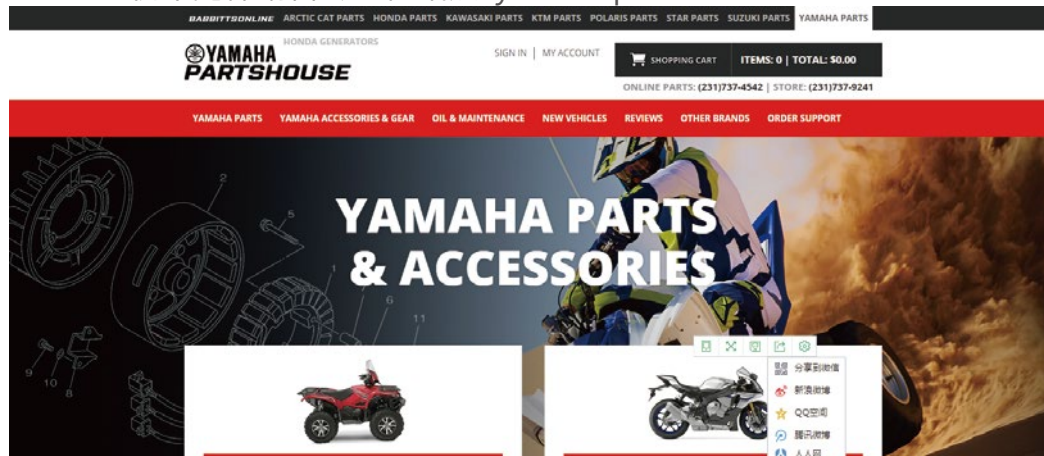
POLARIS 机车配件销售专业性站点 polarispartshouse.com



STAR 机车配件销售专业性站点 starpartshouse.com



YAMAHA 机车配件销售专业性站点 yamahapartshouse.com



Crown是全球搬运设备行业的领军企业, 一直把客户体验放在第一位, 通过大客户见证来做市场的推广

Contact Us | 联系我们 | China (change)

CROWN

Products ▾ Solutions ▾ Support ▾ Why Crown ▾ Specials

Find Your Dealer

Search Crown

Customer Results

Real Results

From increasing uptime to reducing maintenance costs, we aim to solve real-world business challenges. Learn how Crown's material handling products and industry expertise provide solutions to a wide range of customers.

Crown SC Series Helps Improve Productivity Increase Productivity California Community News	Crown's FleetSTATS System Helps DHL Plan for the Future Maximize ROI DHL
Complete Warehouse Solution Supports Rapid Growth Maximize ROI Lipari Foods	Complete Warehouse Solution Helps Eliminate Damaged Rack Replacement A Team Effort Lipari Foods
Dependable Lift Trucks and Responsive Service Helps Lipari Foods Pursue 100 Percent Uptime Increase Uptime Lipari Foods	Crown's Auto Positioning System Optimizes Productivity and Operator Onboarding Maximize ROI Southern Glazer's Wine & Spirits
Crown's InfoLink System Improves Safety Compliance and Enables Informed Business Decisions A Team Effort Southern Glazer's Wine & Spirits	Crown's InfoLink System Provides Smooth Transition to a Smarter Future A Team Effort Southern Glazer's Wine & Spirits
Integration of Application-Specific Lift Trucks and Smart Warehouse Design Helps Boost... A Team Effort Lodge Manufacturing	The Ergonomic MPC Series Maximizes Order Picking Efficiency Maximize ROI Lodge Manufacturing
The Versatile RC Series Handles Dock Work and Replenishment with Ease Increase Productivity Lodge Manufacturing	Crown's TSP Series Provides Increased Visibility and Operator Confidence Improve Safety Lodge Manufacturing
Increase Uptime, Productivity and ROI with Crown's Encore Program Increase Uptime Universal Pure	Crown's PE Series Pallet Trucks Maximize Operator Comfort and Control Increase Productivity Universal Pure

批发零售抓潜成交页面设计参考 e-conolight.com/c-lite-led-linear-strip-narrow-c-strip-a-lin-series-4-foot-19w-5000k-white.html

888.243.9445 Monday-Friday 6 AM-7 PM CT

I'm looking for...

ORDER STATUS

SIGN IN

CART(0)

e-conolight

LED Light Fixtures

OUTDOOR LIGHTINGINDOOR LIGHTINGELECTRICAL SUPPLIESSALESRESOURCES

SAVE BIG

TAKE 15% OFF LED AREA LIGHT AND FLOOD LIGHT FIXTURES WITH CODE: LIGHTUP [OFFER DETAILS >](#)

Residential Lighting / Residential Surface Mount Lighting / C-Lite LED Linear Strip Narrow | C-STRIP-A-LIN Series | 4-foot | 19W | 5000K | White

SAVE BIG

VIEW DEALS >

PRICEDROP



C-Lite LED Linear Strip Narrow | C-STRIP-A-LIN Series | 4-foot | 19W | 5000K | White

5.0 (2)

Write a Review

Questions & Answers

Lighting Layout Tool

\$44.99

WAS \$54.99

SKU: C-STRIP-A-LIN4-25L-50K-WH

Replaces 1 x F32T8

2500 Lumens

Quantity

1

+

-

ADD TO CART

Add to Quote

Go To Accessories

Specifications

LIGHT OUTPUT	2500 Lumens	COLOR TEMPERATURE	5000K
OPERATING TEMPERATURE MAXIMUM	104°F (40°C)	POWER CONSUMPTION	19W
CRI (COLOR ACCURACY)	≥ 80 CRI	DIMENSIONS	47-4/5" L x 2-5/9" W x 2-2/3" H
SHIPPING WEIGHT	6.01 (lbs.)	LIFESPAN	Estimated >50,000 hours of maintenance-free operation to L70 at 20°C (77°F)
INPUT VOLTAGE	Universal (120V through 277V Operation)	OPERATING TEMPERATURE MINIMUM	-40°F (-40°C)
CERTIFICATIONS	cULus, Damp Locations, DLC Premium	TYPICAL MOUNTING HEIGHT	Up to 15 feet
CALIFORNIA TITLE 20	No		

INDOOR LIGHTING LAYOUT TOOL >

OUTDOOR LIGHTING LAYOUT TOOL >

CUSTOMERS REVIEWS

WRITE A REVIEW

1

 订单状态

2

 查看购买客户的评论

3

 选择不同规格在线订单

4

 选择不同规格在线询价

5

 选择相关配件

4.24

newell brands 多品牌展示的总网站参考案例
www.newellbrands.com 以下是部分品牌的介绍



Rubbermaid® is a leader in developing innovative,
high-quality solutions that help consumers keep their homes

Widely recognized and trusted, Rubbermaid designs and markets a full range of organization, storage and cleaning products to keep the home – including closets, garages, kitchens and outdoor spaces – neat and functional, freeing consumers to enjoy life.

VISIT RUBBERMAID

[INSTAGRAM](#)
[FACEBOOK](#)
[TWITTER](#)



As an international leader in the innovation and marketing of outdoor products, The Coleman® Company, Inc. helps people have fun and make memories by providing the gear integral to their favorite outdoor experiences.

The company's products include its legendary lanterns and stoves, as well as coolers, tents, sleeping bags, airbeds, backpacks, furniture, and grills under the Coleman® brand. Additionally, the company provides flotation devices, towables, rainwear, waders, hunting and fishing gear as well as safety and survival equipment under its Stearns®, Saylor®, Suspenders®, Hodgman®, Mad Dog Gear®, Helium® and Aerobed® brands.

VISIT RUBBERMAID

[INSTAGRAM](#)
[FACEBOOK](#)
[TWITTER](#)



Established in 1888, Parker® has spent 125 years pioneering innovation, style and unique craftsmanship in fine writing instruments, giving consumers the confidence to write their own stories.

Recognized worldwide for its use of high quality materials, Parker puts its renowned expertise into every pen through rigorous testing and attention to detail. In 1962, Her Majesty Queen Elizabeth II of Great Britain awarded Parker the Royal Warrant, a mark of recognition for the brand's commitment to the highest standards of service and excellence which Parker maintains to this day. Parker has a global presence in more than 100 countries and continues to believe in the importance of writing, because the words we speak can be heard by many, but the words we write transcend.

VISIT RUBBERMAID

[INSTAGRAM](#) [FACEBOOK](#) [TWITTER](#)



VELCRO®品牌的钩环全球知名,产品详情页设计非常到位,值得我们参考学习

USAEnglishChinese (Simplified)Contact Us

VELCRO®ShopSolutionsVideos

For BusinessesNewsBlogAboutContact

Best SellersGeneral PurposeFor FabricsHANGables® Wall FastenersCargo OrganizersHeavy DutyTies and StrapsGarden TiesPRESS-LOK® Bags

Asia PacificAustraliaChinaHong Kong, China

EuropeBelgiumCzech-RepublicDenmarkFranceFinlandGermanyHungaryItalyNetherlands

Middle EastIsrael

Middle EastUSA



VELCRO® Brand ALFA-LOK® Strips

Size

1"x3" - 4pcs (2 sets)

1"x3" - 8pcs (4 sets)

1" Squares - 12pcs (6 sets)

1" Squares - 32pcs (16 sets)

Colour

SKU VEL-09642-USA

WHERE TO BUY



Product Description

Recommended for semi-permanent mounting of items that are infrequently moved. Need to install outdoor security cameras? Solar lights? Mount a first aid kit behind the door? Need to get the job done quickly? No worries! Set it and forget it.

ALFA-LOK® Fasteners pack super strong holding power into mere inches of hook to hook engagement. Two sets of 3 in x 1 in strips can hold as much as 15 pounds of weight. VELCRO® Brand ALFA-LOK® Fasteners omnidirectional hook to hook fastener works like a charm even in extreme conditions. And because they are omnidirectional, you can easily mount cameras, lights, sensors, and solar-powered accessories indoors or out. No tools required. On a broad range of surfaces. Apply to a clean, dry surface, allow the adhesive to set and snap, you're done.

ALFA-LOK® Fasteners are strong enough for outdoor, vertical applications even in extreme temperatures. They will hold fast through rain, snow and sweltering heat while supporting up to 2.5 pounds per square inch, not to exceed 15 pounds. The snap tells you it's securely fastened.

Available in squares and strips, ALFA-LOK® Fasteners will become the most sought after item in your tool kit.

FAQs

I received only one side of the fastener—is there a soft side?

ALFA-LOK™ fasteners are made of mushroom shaped hooks that snap together. They are unlike traditional hook & loop since the one part engages onto itself—no need for two different sides. Note: not recommended for use with traditional hook & loop fasteners.

How much weight can ALFA-LOK™ fasteners hold?

ALFA-LOK™ fasteners hold 2.5 pounds of weight per square inch of fastener, not to exceed 15 pounds of weight in total. A small piece of ALFA-LOK™ fastener packs super strong holding power.

How do I disengage ALFA-LOK™ fasteners?

Peel the fastener apart beginning on one edge of the fastener. Working your way across, lift gradually towards the opposite edge

Is the adhesive on ALFA-LOK™ fasteners removable?

The adhesive is permanent. Removing it may damage the substrate

What is the operating temperature of ALFA-LOK™ fasteners?

Once the adhesive fully bonds to the substrate (after 24 hours), the operating temperature range of ALFA-LOK™ fasteners is -40 F to 194 F (-40 to 90 C).

What surfaces can bond to ALFA-LOK™ fasteners?

A broad range of smooth or textured surfaces, including: metal, wood, glass, vinyl and concrete. ALFA-LOK™ fasteners are not recommended for use on drywall.

What is meant by "textured" surfaces?

Mildly rough. If unsure, test in an inconspicuous area.

Can ALFA-LOK™ fasteners be applied in cold temperatures?

No—a minimum of 50 F is required when applying the adhesive. Once bonded, operating temperature is -40 F to 194 F (-40 C to 90 C).

4.26

R. DOUGLAS
CUSTOM CLOTHING

CUSTOM MADE EXPERIENCE LOCATIONS GIFT CARDS MEDIA CONTACT

BOOK APPOINTMENT



COATS

Made For You

WHY CUSTOM?



PERFECT FIT

Should your individual style suggest traditional, modern, or somewhere in between, a unique fit pattern will be commissioned just for you using our thorough measurement process.



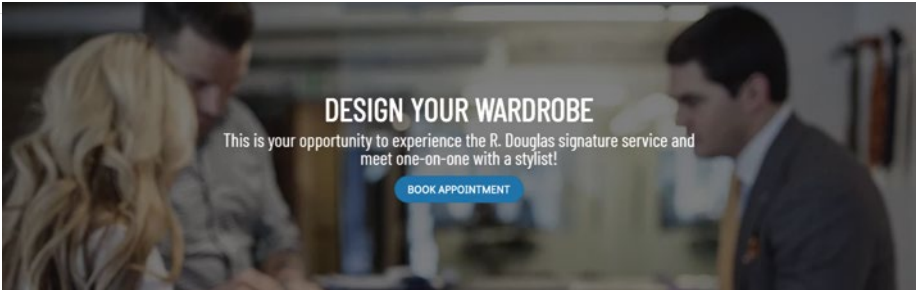
UNIQUE STYLING

A vast selection of fabrics, garment styling features, specialty linings, and button selections ensure that the R. Douglas client receives exactly what he desires in the finished garment.



CONVENIENCE

R. Douglas provides a wardrobe service to clients who simply do not have the time to browse department stores. Our measurement profiles are stored and maintained to provide added convenience during subsequent visits.



DESIGN YOUR WARDROBE

This is your opportunity to experience the R. Douglas signature service and meet one-on-one with a stylist!

BOOK APPOINTMENT

NEWSLETTER SIGNUP

For the latest style trends, service updates and special events, please subscribe to our e-mail newsletter.

Email Address

SUBSCRIBE

R. DOUGLAS

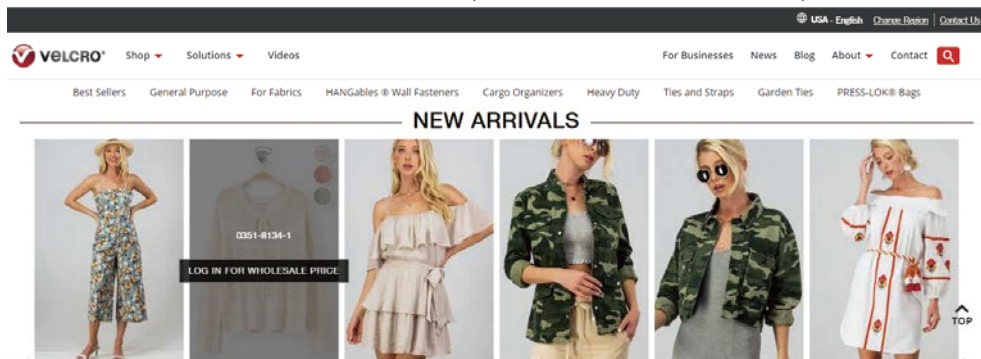
Sacramento 916-438-9455

Fresno 559-460-7577

Los Angeles 213-212-2050

San Diego 619-317-1830





We feature new styles each week, offering a dynamic Style Library that allows you to search our fantastic fashion finds by different garment types and seasons. Our stylists make it easy for you to source looks for each new season, with fashion-forward wholesale clothing lookbooks that offer stylistic inspiration from head to toe.

Explore new wholesale women's clothing by garment type, including dresses, tops, accessories, and more. All of our styles feature detailed size and fit information — along with the pictured model's sizing. You may also reference our helpful size chart before ordering.

STYLE LIBRARY

YOUR GO-TO WHOLESALE WOMEN'S CLOTHING DISTRIBUTOR

Welcome to trend:notes, your one-stop fashion shop for affordable and stylish wholesale clothing!

Since 2010, we have developed a reputation as a trusted distributor of women's fashion that's always at the cutting edge of the latest trends. We also stock wholesale children's clothing apparel, accessories, along with wholesale plus size clothing. From casual chic styles to special occasion pieces, we make it easy to find the best wholesale fashion at unbeatable prices.

GET STARTED WITH TREND:NOTES TODAY

If you're in the market for wholesale clothing, register your wholesale buyer account with trend:notes today! With an account, you will have increased accessibility to our selection of fabulous wholesale fashion.

Stay in touch and contact us online. We also encourage you to connect with us on social media — find us on Facebook and Instagram, where you'll be among the first to see our newest must-have pieces for every season!

Welcome to Trend Notes! Trend Notes is only available to registered wholesale buyers. In order to view prices and place orders, you must first register for an account on our website. Registration is free and easy! Once you register, you will be able to experience faster checkout, check your order status with ease and best of all, you will have first access to our new styles! Sign in from anywhere, anytime. We carefully evaluate all accounts prior to activation, so please allow up to 24 hours for your account to be activated.

CREATE AN ACCOUNT

Your Personal Details

*First Name

*Last Name

*Email Address

Your Address

*Street Address

Street Address 2

*City

Your Password

*Password

*Confirm Password

Company Details

*Company

*Tax/VAT number

Business License or Reseller Permit

☐ 上传文件 | 浏览...件

Store or Website Photo

☐ 上传文件 | 浏览...件

***State/Province**

Please select region, state or province

***Zip/Postal Code**

***Country**

United States

Your Contact Information

*Telephone

Options

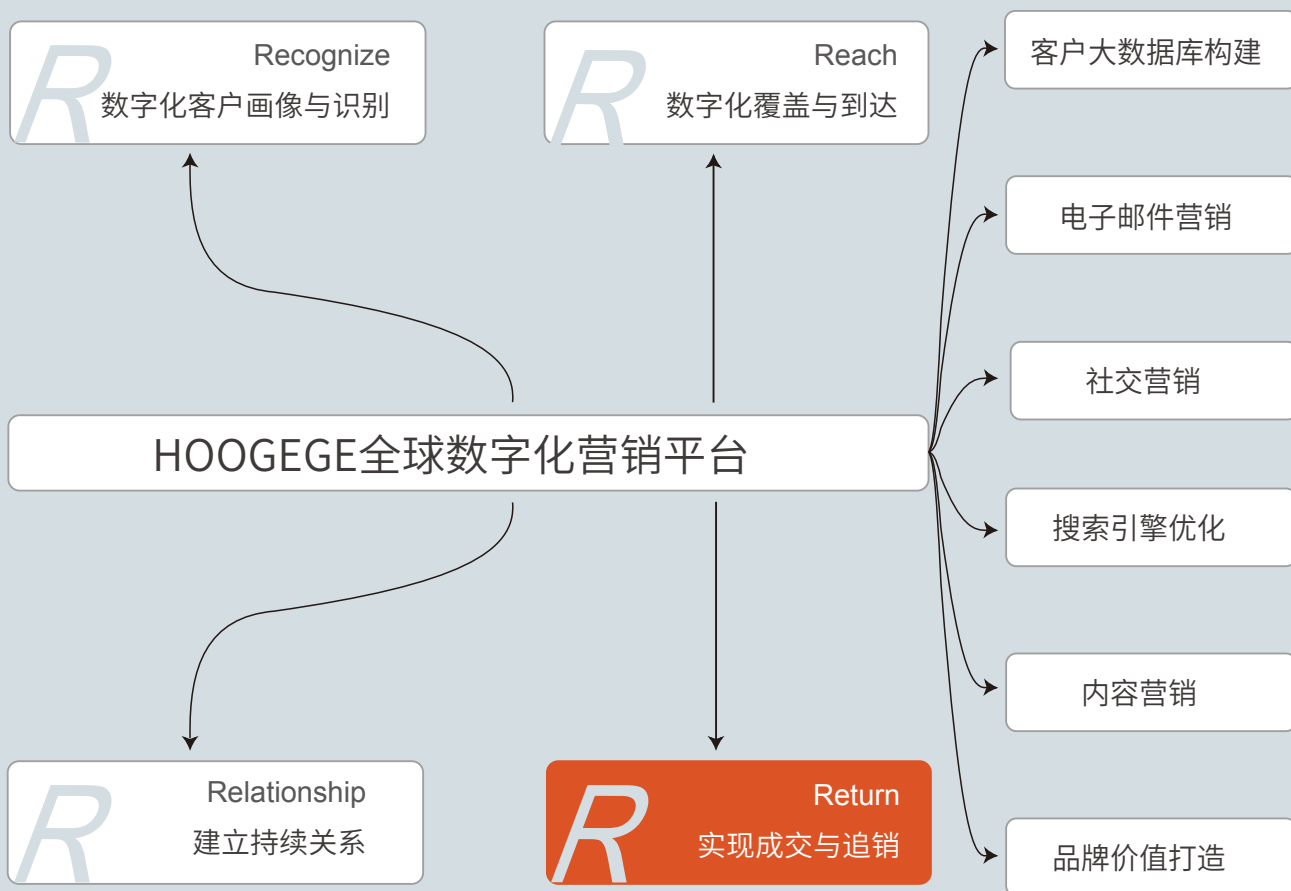
☐ Sign Up for Newsletter and \$10 off promo code

SIGN UP

[Back](#)

4R之Return

实现成交与追销



数字化营销心法

我们一定要牢记：我们卖的不是产品，而是一种梦想的变化和结果。因为梦想是未来的事情，所以它现在只是一种思维模式。你如何去影响这种思维模式，就决定了客户会不采取某种行动。

一、永远不要销售产品，而要销售思维模式

二、没有销售，只有自我销售

三、一切营销问题的答案，都在目标客户的头脑里

数字化营销客户成交十二大铁律

第一 你的所有营销沟通和活动，都必须100%从对方的角度思考。

第二 为对方产生结果贡献价值，促成对方最轻松、最快速地实现梦想，是你一切营销的终极目标。

第三 你必须保证结果，提供零风险承诺是你的责任，更是你的义务。

第四 你永远不会考虑说什么才能说服对方，你始终问自己，“给什么才能让对方明白购买你的产品或服务是他唯一合理的选择。”

第五 你永远不会等到对方购买后，才开始对他的人生和梦想贡献价值。

第六 你永远不会因为对方已经购买就停止对他的人生和梦想贡献价值。

第七 你为对方创造10倍的价值，才索取1倍的回报。

第八 有价值的教育是给予也是贡献。

第九 你必须让对方能够轻松地、快速地、方便地购买和使用你的产品或服务，并从中受益。

第十 你只推崇共赢，从不相信竞争，在你的书本里，当创造力熄灭的时候，才是竞争开始的时候。

第十一 你必须让对方发自内心地感到：认识你并和你交往是幸运的，也是快乐的。

第十二 你坚信世界上最自私的行为是无私。

我们一直希望把营销变得很有趣 把做外贸获得订单变得很简单

你的订单成交应该是这么一个流程：它必须把一个你想要的，但是对你很陌生，对你没有任何信任感的客户，从不了解你慢慢地发展到了解你、认可你，认可你的价值理念，认可你的购买标准；从尝试第一次购买到不断地购买，最后变成你的“粉丝”。这是一个非常重要的流程。

Followala 数字化营销战略导图



发现别人的鱼塘

在清楚你所要的目标客户之后你怎么找到他们呢？

很简单，你所要的客户都已经在别人的“鱼塘”里了。因为你的客户不是孤立存在的，他不是一座孤岛。人类社会是以群体的方式存在的，我们都有一些共同的兴趣、共同的爱好、共同的活动，所以你想要的潜在客户、目标客户都已经是别人的客户了。只要你能找到这样的“鱼塘”然后通过某种合作方式把他们吸引过来，他们就能变成你的潜在客户。

我们之所以把客户画像分析,客户数据库建立放在了首位,即找到“鱼塘”,然后通过某种抓潜主张,让“鱼塘”里的潜在客户主动地找到我们,进入我们的营销流程,接着通过不断地给客户提供价值,进行第一次成交,再进行第二次成交、第三次成交甚至锁销。

Followala公司一直围绕数字化营销导图服务全球企业,通过HOOGE贸易数据分析别人的鱼塘,客户大数据库构建,开始通过邮件营销、社交营销、搜索引擎优化,抓取潜在客户,通过HOOGE生态站群实现客户的成交与追销。

这才是最理想的销售流程

信任从无到有、从弱到强 让你的客户从不了解你、不信任你,慢慢到信任你,直到变成你的“粉丝”的过程。在这个

过程中,你需要不断地为客户提供价值.

如果你做过销售,你可能遇到过这样的情况:有

时候你给客户太多的东西,反而不能成交。因为客户无法在短时间内处理这么多信息。所以你的筹码要慢慢地加大,逐渐地加大。

抓潜

抓潜数量是你成交的关键我们需要珍惜每一次“抓”的机会,它会直接影响到你的订单。

为什么你需要“抓”到潜在客户呢?比如,商店一开门,每天有 200 个人到访,你卖给 10 个人产品,剩下 190 个不知道哪里去了,这没有用,这根本不是“抓潜”。那 190 个客户白白流失了,你既没有成交,也无法进行追销,就丧失了提高业绩的好机会。你想想,有多少人会在第一次看到产品时就决定购买?很少!但是又有多少人,在经过一次又一次的教育后,就会慢慢地作出决定?很多!

所以你的“抓潜”应该是这样的：像波浪一样不停地向前推进。你要获取他们的信息，不停地跟他们接触。但是如果你没有“抓住”那些潜在客户的名字、电子邮箱等信息，你就无法让他们进入你的目标数据库，也就无法“推动”他们。

所以你需要建立自己的“抓潜”体系。这么多的潜在客户，他们的层次是不一样的，对你的产品的理解、需求和信任是不一样的，他们接近成交的距离也不一样。但是只要你有他们的名单，你就可以不断地为他们提供价值，你就有机会去“成交”。

比如，如果你有客户名单，你就可以向他们发邮件，每发一次邮件都会产生一定的响应率，通过响应率你可以计算出每一次的成交率。你也可以邀请潜在客户来参加几周年的庆典，像我帮他们培训学校作的汇报演出一样，只要邀请就一定会有人来，然后你可以在现场成交，或后续追销。所以抓住潜在客户的名单，这非常重要！

所以“到访人数”没用，到访人数中只有极小的一部分会当场成交。即使你的销售信写得再好，第一次看完就马上购买的人，占的比例照样是很小的一部分。如果你认为有一天他会因为喜欢你的信，或者喜欢你的产品，就自动回来的话，还不如想象哪天出门能捡到金子。

不要把你的“成交”建立在侥幸心理上，不要把你的整个营销机制建立在一个未知的“希望”上。“抓潜”，就是要去“抓”，为什么我不叫“挖潜”，而叫“抓潜”呢？因为我希望“抓”能给你更多的感觉。

成功抓潜以后你的第一任务是提高“成交率”。首先要保证进来足够多的客户，你必须有一定的成交比例。如果没有“成交率”，那你 99%的营销活动都是浪费，假如说你的成交率从 10%提高到 50%，当你再提高“客户终生价值”的时候，就会形成一个巨大的杠杆组合作用。

然后你再想办法放大你的前端，增加“抓潜数量”。为什么？因为你有成交率的保证，进来 100 个，你能搞定 50 个，然后再放大 10 倍的“客户终生价值”，这样所有的因素都是相乘的关系。如果你颠倒了这个顺序，效果就会大打折扣。

成交

为什么我们要把“成交”放在中心位置呢？

原因很简单，成交是任何营销的核心与灵魂，所有的活动都是围绕着成交进行的。

所有的营销、宣传、销售、事业、人生都建立在能否“成交”上。

成交是成功的基础，你必须知道“如何成交”。

追销：轻松赚钱的玄机

完成了抓潜，实现了成交，客户在第一次购买了你的产品之后，是否就意味着这个客户已经信任你了呢？

没有！他还需要通过后来的观察，来检验一下你能不能帮他实现梦想，

所以他后面的购买过程还是会“小心翼翼”的，他希望经历一系列安全可靠的步骤。

第一次购买，他的购买力还远没有达到最大化，他的梦想也只是刚刚开始，你的成功也才刚刚开始。这个时候，如果你没能继续追踪他，继续给他提供产品或服务，很可能下次他就不再是你的客户了，你就这么轻而易举地丢失了一个本能长期合作的客户，多么可惜！

没有追销，你的成功永远都是有限的，追销的成本远比“抓潜”、“成交”的成本低得多，受益也大得多。没有追销的成交，是收获了 1%，却损失了99%。所以从现在开始，你必须学会追销。如果你成交之后忘记了追销，再也不跟他们联络了，那将是巨大的损失。

追销其实就是一个不断帮助客户，不断给客户创造价值、给商家创造利润的过程。

你需要拥有属于自己的“鱼塘” 即将客户转变为自己的销售渠道

你的目标客户就是一条条游泳的“鱼”，他们除了会在这里买东西之外，还会游到别的地方买其他东西。一些客户长期且固定地在一个地方买东西，这个目标客户聚集的地方，我们称之为“鱼塘”。

你要形成自己的“鱼塘”，就是要把客户成为你的销售渠道，实现本地化销售，让你的客户成为本地客户的聚集地。

成交主张的设计

所有营销活动到最后都是要卖一个“主张”。主张是什么？主张就是你 建议在什么样的情况下成交。比如在什么情况下，你给我钱，我给你产品或服务，包括你怎么付款、我怎么给你产品。

如果你的主张没有吸引力，那你所有的营销策略就都是没用的。所以，这也是我们需要在营销策划前想清楚主张的原因。如果你的主张没有吸引力，你就不要进行任何营销策划，因为没有用。

假设一杯水我要卖 1 万元，但是我不允许你事先品尝，只要你给我 1 万元，这杯水就是你的。如果是这样的主张，不管你用什么样的营销策略都是没用的，因为这个主张本身没有吸引力，你很难为它塑造价值。所以，在你策划任何营销活动之前，你首先需要把主张变得有吸引力。好的主张会让客户无法拒绝，只有提出这样的主张，再加上好的营销策略，你的成交才会变得容易。这是非常重要的概念。只有当你意识到主张的重要性时，你的营销水平才会有一个新的飞跃。

在成交主张中，最主要的设计是你的核心产品和服务，然后是你的独特 卖点，最后是零风险承诺。零风险承诺是克亚营销一个标志性的策略和技术-它是非常有效的。只要你悟透了这里面的道理，灵活地使用零风险承诺，你就会惊喜地发现，你的成交率大大提高。在没有零风险承诺的前提下，很多产品是很难销售的，尤其是在互联网上销售。也许客户喜欢你的产品，喜欢你描述产品的方式，但是在成交的最后关头，他犹豫了——“万一这个产品的效果跟你说的不一致，那怎么办？”这个时候，零风险承诺就非常重要了，它可以及时打消客户在最后关头的犹豫，帮助你顺利成交。

超高价营销方程式

目标市场
的选择

目标市场
的核心需求

打造
赚钱机器

打造
传播机器

成为
明星专家

一、目标市场的选择

你一切的营销活动都必须聚焦在目标市场上。如果你的企业运作了一段时间，你对这点应该深有体会。很多时候你会觉得：我现在拥有的客户并不是我真正想要的客户。你必须清楚什么样的人群才是你想要的客户。

这不是说你应该把所有不想要的客户全赶走，不一定非要这样做不可，但是你必须知道，你想要的客户群体是怎样的以及在哪里。

我们一定要聚焦到一群最理想的客户身上——他们最能够享受你的魔术所带来的变化，他们有能力支付你的价格，同时他们也能够给你带来你想要的生活这很重要。最痛苦的事莫过于：你开了一个很大的公司，但是你恨客户，你不想见他们。

二、目标市场的核心需求

1. 客户的梦想

客户的梦想是什么？客户对现状肯定是不满意的，他希望改变，但是他希望改变后的状态是什么样的呢？记住，营销就是在现状和梦想之间搭建一座桥梁，我们必须知道客户想去哪里你对客户的目的地、梦想了解得越清楚，你的营销就越能有的放矢。

2. 客户的近期目标

既然客户有梦想，那他就会有目标。也许他累积了一些知识，有了一些方法和技巧，也曾努力过，那他现在的目标是什么，你要了解清楚。

3. 客户最大的障碍和困惑

如果客户现在还没有实现目标，那他肯定是碰到了一些困难或障碍。你需要找到这些困难或障碍。

4. 客户的对策

客户的对策是什么?比如,他没有接触你的产品之前,他用了别的产品,那别的产品是什么?它的问题在哪里?比如减肥,有很多人反复试验各种各样的减肥方法,但是不灵。

也有的人说:“管他呢,胖就胖呗。”当然,这也是对策,但是你需要告诉客户——这种对策是有代价的,比如会导致什么样的后果。你应该让客户清楚:没有你的产品,他在生活中会缺失什么。也许他会成为胖子,会一直这么胖,还会付出很多其他代价。这些你都要理解清楚。

三、打造赚钱机器

赚钱机器系统必须做到:当一个陌生的潜在客户进来后,他就像坐上滑梯一样,在你的销售流程中不断地向前滑,向前推进……这整个过程是全自动的。只要有人把陌生客户带到滑梯的顶端,他就会自动地滑下来。这中间不应该有人为的障碍去“卡”他,这样客户就会顺着滑梯不断地滑行;在整个滑行的过程中,客户会不断地得到价值,不断地对你产生信任;最后,他滑到了最底端——也就是你的“收款机”。

营销必须做到这点,赚钱机器也必须做到这点。千万不要给新发展的潜在客户造成太大的障碍,只要你能不断地为他提供价值,最后你总有机会成交。这整个过程必须能够全自动地进行。这样等你的赚钱机器打造好了,你就可以对合作伙伴说:“好了,只要你把陌生客户送到我的滑梯顶端,我就能够顺利地与他成交。”

注意,这里面不能有太多的人为干预,即使有干预也必须是自动化的,这样你的赚钱机器才能够打造成功。如果你的前端抓潜需要大量的人工接触,那你的瓶颈就在前端,你的赚钱机器也放大不了。当然,你可以采用很多方法去放大前端,用不同国家的客户做多语言的画像得到更多的陌生客户;然后把陌生客户批量输送到你的滑梯顶端,这样他们就可以沿着你的滑梯自动地滑行。这是赚钱机器要实现的目标。

四、打造传播机器

传播机器是干什么的?传播机器是在你不知道的时候,巧妙地把潜在客户送到你的滑梯顶部,而且是免费地帮你送;并且在送之前,这批客户的思维模式已经被改变了,他们接受了你的教育,他们已经倾向于购买你的产品,这是传播机器神奇的地方!传播机器和赚钱机器互相配合,就是把潜在客户不断地“抓”来,然后进行持续成交的过程。

很多做营销的人觉得不可思议：“这能实现吗？”答案是肯定的。世界上每一个精彩表现的背后都隐藏着一个秘诀，只是我们没有仔细地去观察。有了赚钱机器系统和传播机器系统，营销将变得非常简单。但是我们不能停留在这一步，我们还需要进一步提升，这就是“明星专家定位”。

五、成为明星专家

在这个世界上，哪群人赚钱是最轻松、最简单的呢？答案是明星。

比如：某个一线明星出席一个活动，可能出场费就得50万元，而且付钱的人还得感谢他，不是吗？要不然他还不来呢！

不管你在什么行业，如果你现在有一个明星身份，你的成交速度会不会更快？会不会有更多的人倾向于购买你的产品？更重要的是，这些人还会跟你砍价吗？不会。所以，成为明星，你会拥有无穷多的优势，你几乎不会再遭遇“价格抵抗”的情况。

想象一下，如果你现在拿出50万元让某一线明星过来捧场，对你来说，能把他请来是你的荣幸，因为他来不来还不一定呢，还有很多人拿着50万元在等着他。

当你成为一个明星时，这意味着有更多的人会关注你；同时你的成交流程会缩短，信任度也会增加，“价格抵抗”更是几乎消失！但是很多时候，人们都没想去破译“成为明星的捷径是什么”，或者他们认为——要成为明星就必须拍电影，拍电视剧，唱歌、出专辑。其实没必要。每个人都可以成为明星，你可以通过“成为明星”而使自己的销售变得简单。你可能有很多产品，却只能选一个以高价卖出，但是明星却可以让每一个产品都卖出超高价。

一线明星的片酬怎么也得几百万元吧？而且没得谈，“对不起，我没有档期”。如果你是导演，你就知道，请这些明星大腕最难的是——你出钱，他不一定来，因为他可能没有档期。所以，明星的威力巨大！

所以，如果你想成为营销天才，你就一定要有明星定位。这不是说你要天天出入娱乐场所、有八卦绯闻等，但你一定要有一些技巧。

另外，明星还有很多其他优势。比如美国的地产大亨——川普，他的大楼卖得比谁都快，而且价格是最高的。如果有一个哈佛大学的教授，他在营销研究方面确实“牛”，但是他没什么名气，让他跟川普一起来讲“如何营销”，你觉得哪一个会吸引更多的人来听呢？哪一个会让人们愿意花更高的价钱来听呢？

显然不是这个教授,虽然他可能比川普懂得多,但是没用,因为人们认为川普的发言更值钱这就是人的大脑的思考模式。

当然,还有更厉害的——那就是“明星+专家”。你既可以成为明星,又可以成为专家。你想,明星已经很厉害了,加上专家头衔,那更不得了。还举一线娱乐明星的例子。如果他跟你竞争一桩生意,可能他比你更有吸引力;但是如果他和马云一起来讲“企业运作”,哪一个更有吸引力?肯定是马云。为什么?因为马云是明星专家。所以,如果你想永久地保持“超高价”,你就必须学会“如何打造明星专家的地位”。

很多人以为“成为明星多难啊”,其实不难。难与不难是由思维模式决定的。我们逆向思考一下:为什么人们认为某人是明星呢?可能有3个基本因素。如果我们能创造出这3个因素,人们是不是也会认为我们是明星呢?当然。但是,我们不一定要成为全国性的明星,我们只要在自己的市场内拥有明星专家的地位就可以了。

比如你要做脑外科手术,那你肯定会先找这方面的专家。如果有人向你推销:“虽然我不是明星,也不是专家,但是我受教育的程度比那些明星专家强,我的机器比他们好,我的护士比他们漂亮.....”

这没有用,对不对?因为开颅手术关系到你的生命,你肯定会找专家,这就是明星专家的价值。现在中国的奢侈品消费很旺盛,为什么?因为名牌的威力大!

锁定你的目标市场

目标市场的选择 你一切的营销活动都必须聚焦在目标市场上。如果你的企业运作了一段时间,你对这点应该深有体会。很多时候你会觉得:我现在拥有的客户并不是我真正想要的客户。你必须清楚:什么样的人群才是你想要的客户。

这不是说你应该把所有不想要的客户全赶走,不一定非要这样做不可,但是你必须知道,你想要的客户群体是怎样的以及在哪里。

我们一定要聚焦到一群最理想的客户身上——他们最能够享受你的魔术所带来的变化,他们有能力支付你的价格,同时他们也能够给你带来你想要的生活,这很重要。最痛苦的事莫过于:你开了一个很大的公司,但是你恨客户,你不想见他们。

五步法客户成交流程地图的构成要素与制作过程



◎ **第一步：整理内部认知。**首先要搜集整理手头已有的客户研究资料，如客户画像、各类相关报告等资料，并让所有的利益相关者（包括各个跨职能和渠道的利益相关者、前线人员等）从他们视角提供对客户理解和认知。将所有的关于客户的资料、内部认知集中起来，形容对客户的“浅表认知”。如果没有客户画像或者用户画像，那么在这一步就需要做更多的数据采集和挖掘工作。

◎ **第二步：建立内部假设。**在这个阶段、组织者需要进一步综合各方对客户理解，包括客户的分类，客户的需求、行动、感受，客户体验中的优势与改进机会等，基于这个内部认知和假设，形成客户成交地图的草图。在这一步中，组织者还需找出在已有的客户研究中可能存在的认知差距，这对接下来的研究有重要的提示作用。

◎ **第三步：深入研究客户需求、行动和感受。**在这一步，需要采用多种研究方法来实现从客户的角度感受流程，比如利用社交媒体、通过语境观察与访谈等方式来评估客户的各种情绪以及成交中遇到过哪些问题。通过观察研究形成外部（即客户）视角，体会每一个触点上客户的体验和问题，并将上一步中找出来的认知差距补上。

◎ **第四步：提炼、总结研究成果。**在这一步，组织者需要整合内部、外部认知，并验证第二步中对客户的相关假设是否准确，最终提炼出三大核心客户成交地图的要素，即客户的需求（希望从每一次互动中获得什么）、客户的行动（是如何与公司进行互动的）、客户的感受（对每次互动的感受如何）（见图表客户成交地图核心要素）。那些尚未有用户画像的公司，在这一步中可以根据前几步的研究形成定性的客户画像。

◎ **第五步:绘制客户成交流程地图。**将以上的研究成果图形化。先按时间轴画出整个客户成交流程的各个阶段,并标出所有的触点,然后明确每个触点上的客户需求有哪些以及每个需求是否都被满足了,标出MOT中最愉悦的和最失望、糟糕的时刻。如果一张客户成交地图无法适用于所有的用户画像类型,那就再画几张成交地图。在完成地图的绘制之后,企业还可以对照客户成交地图制作出相应的后台支持流程图或后台服务流程图,使客户成交地图的应用落到实处。从客户成交地图的构成要素与制作过程中可以看到,地图的明线是时间线,在这个时间线背后其实就是一个个场景的连接。

客户成交地图核心要素

需求	整体需求	客户希望从企业那里获得什么
	分解的需求	在每一次互动中想要实现什么目标
	需求实现条件	客户需要哪些帮助来实现其目标
	期望	客户期望获得什么样的待遇与体验
	隐性要求	客户是否有自己的尚未意识到的需求
行动	行动步骤	客户为了实现其目标而必须采取的行动步骤,将整个成交流程从客户的角度拆分为一个个的小行动
	互动	每个步骤中客户与企业都有哪些互动
	触点(touchpoints)	每个步骤中客户与企业的触点
	互动方式	客户与企业如何发生互动
	渠道	每个步骤中,触点发生的渠道
	服务	在每个步骤中,客户所得到的服务
	关键人物或部门	在该触点中由哪个部门提供服务,影响客户体验的关键人物是谁
	关键诱因	触发客户与企业进行互动的要素是什么,促使客户产生某种感受的因素是什么,促使客户走向下一个阶段的动力是什么
	可改进的互动与触点	哪些地方可以改进以更好的满足客户需求
感受	真实瞬间(MOT)	成交流程中对客户来说最为重要的真实瞬间,如感到愉悦、满意的时刻,以及感受到挫折、失望、愤怒、沮丧的时刻
	满足与否	在每一个阶段、互动和、或触点中,客户是否认为他们的需求被满足了,是否感受到满意,是否认同这些互动的价值

客户见证



使用三年HOOGE, 确实帮助我们拓展了欧洲的销售渠道

——Didtek 张波



86magnets感谢建桥网络对我们持续20年的服务, 帮助我们我们从0外贸到3亿销售提升

——思创 孙允成

ABLENDO

Ablendo HOOGE数字化营销帮助我们我们从OEM升级到品牌销售, 目前已经链接了100多家渠道商

——Ablendo 袁琳

Foodchem

对于我们食品化工行业来说, HOOGE确实帮助了我们很多

——Foodchem 张鹏



团队很不错, 帮助我们一次次战略升级, 目前我们公司已在中国、越南、印度设立工厂

——starxx 梁磊



建桥网络网站设计确实不会差, 设计的网站, 一直处于行业领先地位

——元达 王卫杰

CAVER HUNTER

Followala生态营销让我们的多个服装品牌, 价值得到了提升

——龙飞 竺耀



HOOGE确实是开发客户很好的工具, 但对业务员能力也有一定要求

——贝德科技 罗卫华



我们公司是生产开关的企业, HOOGE在帮助我们拓展渠道时, 帮助确实很大

——MVAVA 林晖



HOOGE数字化营销确实值得我们公司深挖, 我们已经成交了一些专业客户, 建议大家使用

——Newhonte 曾秋明