

产品关键词 SEO 报价影响因素一览

- 1、搜索结果数量，数量越多表明此关键词的信息及文章也多，相对而言优秀的页面也多，竞争也激烈，可以据此将网站分成数类，具体可参照其他层次分类；
- 2、做搜索引擎竞价推广的网站及网页的数量，做推广的企业越多，说明相应关键词越有竞争力与网络营销价值；
- 3、相应的关键词对应的百度指数（通过在 index.baidu.com 页面搜索框中输入相应的关键词查询），相应关键词指数数量越多证明关注这个词语的人越多，相应的关键词价值也会相应更高；
- 4、用首页做此关键词的网站数量及页面信息丰富程度，竞争对手的 seo 实力，域名年龄，外链数量等 seo 分析完毕后可以对相应关键词所对应的行业竞争力给一个系数；
- 5、关键词所代表的产品成交价格，此主要为平衡客户心理（或者竞价关键词单次点击所需支付的费用），可以以此数值乘以某系数作为报价的基础部分；
- 6、客户网站制作细致程度，因为如果客户所提供的需要优化的网站如果比较粗糙，那么对此网站进行 seo 所需要投入的精力也就越多；
- 7、客户网站是否有更新机制，是否有其他的与产品相关的辅助页面来增加网站的丰富程度；
- 8、客户网站是否需要 seo 人员进行更新及维护（6、7、8 可以合并，概括为目标网站现状，之前是否有人 SEO 过，是否被惩罚过，

是否简单的静态页面， 是否有良好的用户体验，网站是否太差等等，网站的具体情况不一样，直接导致优化的时间，难度，工作量等，SEO价格也会不一样)；

9、客户所期望的关键词排名的位置，可以分为几个层次，第一名，第二名第三名，第四名到第十名；

10、优化所针对的搜索引擎，可以一个也可以多个；

11、客户其他额外要求；

12、关键词种类：商业性词汇，流量型词汇等；

13、关键词排名保持时间，需要靠续费来维持或者保持以 seo 为目的的网站维护；

14、报价也可以分为几种类型的报价，按月付费，按效果付费等。