

## 关键词不是你想的那么简单

说起关键词，想必许多网店卖家都会肯定地说：“关键词？那还不简单，不就是商品标题中的词语吗？”那么姑且提出一下几个问题，看看卖家能否回答得清楚。

①淘宝文本搜索的最小单位是什么？

②为什么在搜索某些关键词时，所展示的商品中关键词不一定相连？

③由多个词语组成的搜索文本也叫关键词吗？淘宝对于这类词有哪些搜索展示规则？

对于上面这些问题，相信有不少卖家答不出个所以然。接下来淘宝 SEO 海瑶小编就对这些问题——进行讲解，使卖家对淘宝搜索关键词形成清晰的认识。

## 关键字

关键字是淘宝文本搜索的最小单位。在淘宝搜索文本框中搜索关键字时，会展现所有标题中包含这个关键字的商品，不论这个关键字在同一个商品标题中出现了几次，都不影响商品的展现。

如图 1 所示是在淘宝搜索文本框中搜索关键字“鞋”后的结果，可以看到，这些商品标题中，有的含有一个“鞋”字，有的含有多个“鞋”字

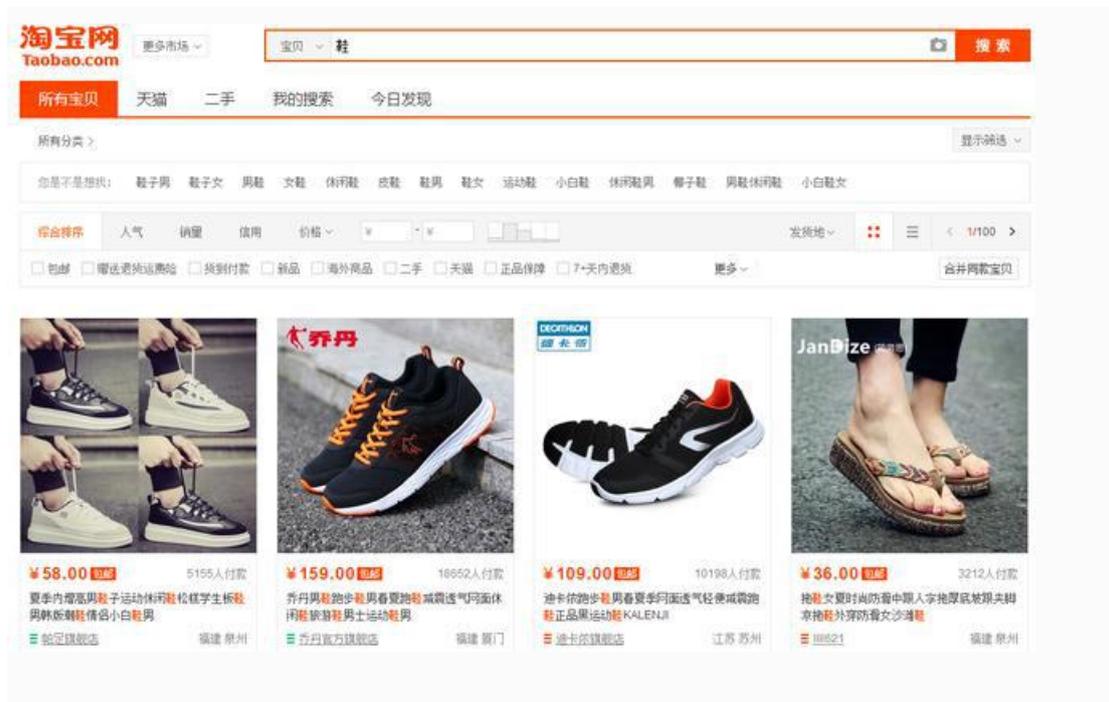


图 1 关键字的搜索展示结果

## 关键词

关键词是由两个或两个以上的关键字组成的，在淘宝中搜索关键词，毫无疑问，所展现的商品标题都含有这个关键词中的每一个关键字，但是这些关键字并不一定紧密相连的。

如图 2 所示是在淘宝搜索文本框中搜索关键词“坡跟鞋”后的结果，从结果中可以看出，有的商品标题中，“坡跟”“鞋”并不是紧密相连的。但是搜索关键词“连衣裙”的，结果如图 3 所示，所以展现的商品标题中，“连”“衣”“裙” 3 个字都是紧密相连的。



图 2 搜索关键词“坡跟鞋”后的结果



图 3 搜索关键词“连衣裙”后的结果

为什么会出现这样的情况呢?这是因为淘宝认为“连衣裙”是一个整体性强的关键词,这个

关键词不能进行拆分，拆分后所表达的意思就不完整。而“坡跟鞋”不是一个整体性强的关键词，可以拆分成“坡跟”“鞋”。

从这个关键词拆分原理中，卖家可以得到一个启示：为商品寻找关键词时，需要思考这个关键词是不是淘宝认为的整体性强的关键词。

## 词组

词组是有两个或两个以上的关键词组成的。在淘宝搜索文本框中搜索词组时，所展示的商品标题中，组成词组的关键词与关键词商品并不一定会紧密相连。

既然词组是由关键词组成的，就会比较长，那么关键词与关键词之间需不需要加空格以示分隔呢？事实上，如果买家在淘宝搜索文本框中输入的词组是不带空格的，那么淘宝就会按照系统内部设定的方法进行词组分隔；如果买家输入的词组是自带空格的，那么淘宝就会认定有空格的地方就是需要分隔的地方。

如图 4 所示是搜索词组“连衣裙夏季潮”后的结果。在这个词组中添加空格，手动进行分词后的搜索结果如图 5 所示。比较两张图可以发现，对于词组搜索来说，有无空格所出现的商品数量相差不大，并且排名靠前的商品没有变化。这个案例说明，对于词组搜索来说，有无空格的搜索结果相差不大。

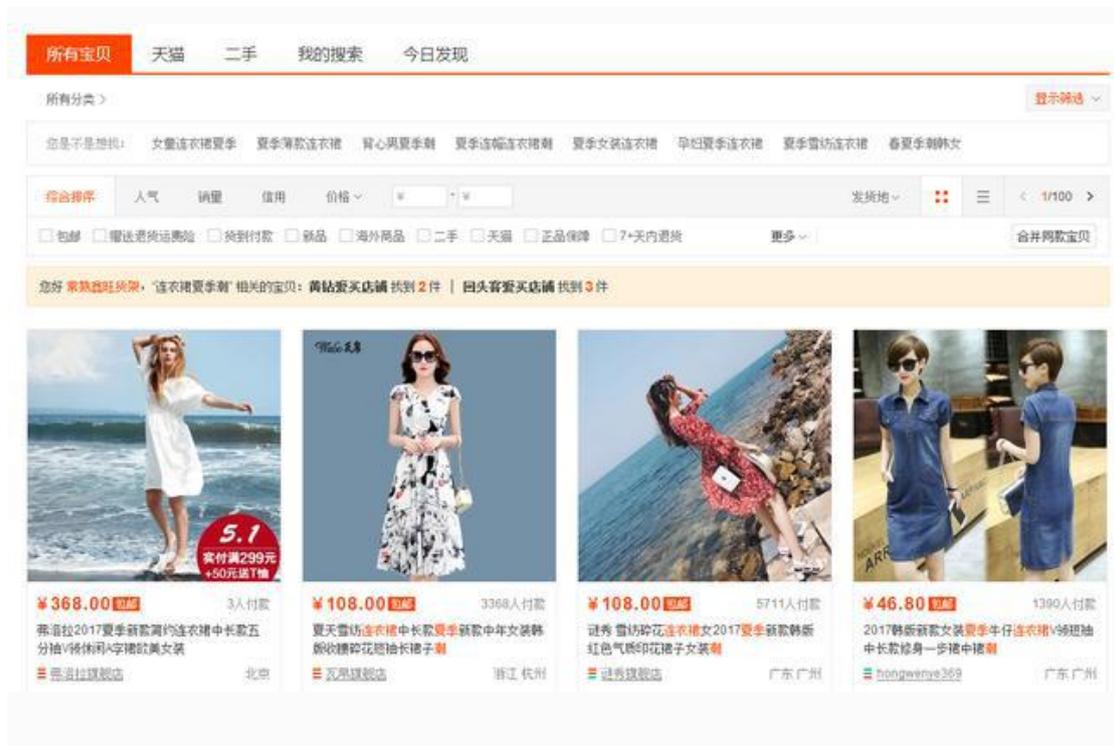


图 4 搜索无空格词组的结果

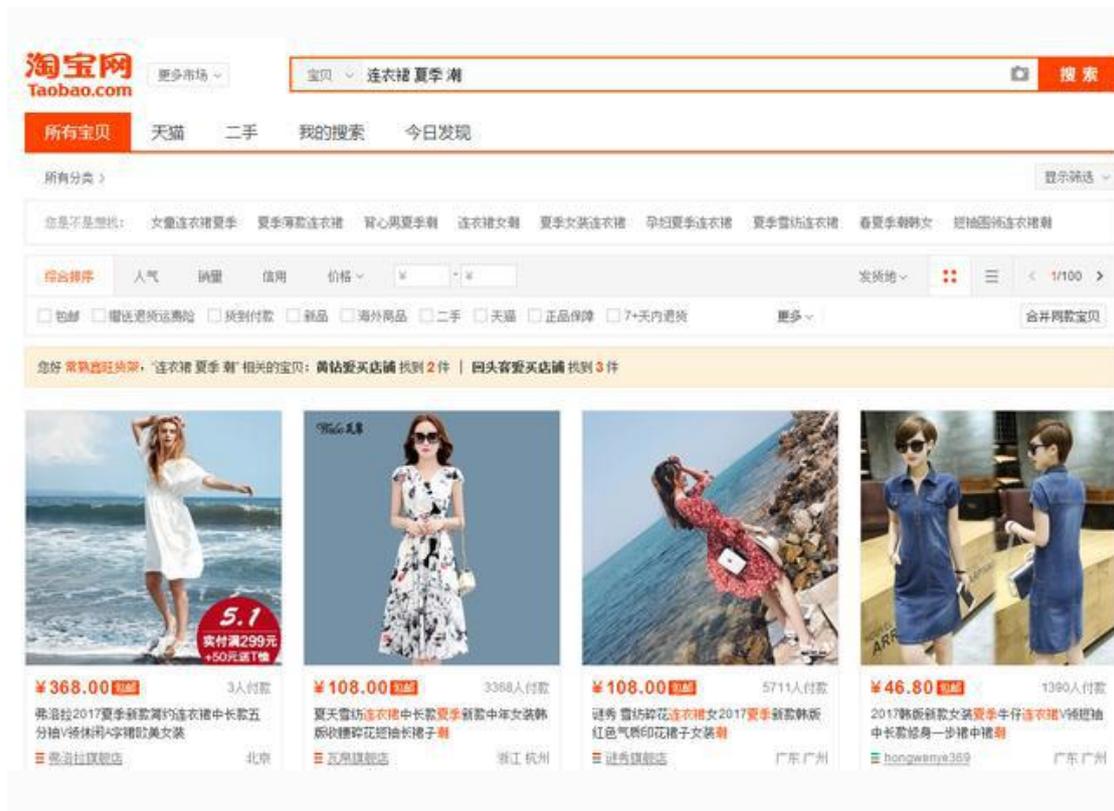


图 5 搜索有空格词组的结果

卖家要寻找的神词长什么样

网店商品的标题可以说是淘宝 SEO 的灵魂所在，因为绝大多数的淘宝买家都会通过搜索关键词进行商品的寻找、浏览，那么商品的标题就决定了商品能不能被搜索到、被搜索到后又出现在搜索结果的什么位置。

而标题的核心元素就是关键词，很多时候只要找到一个或者两个关键词，就能为商品带来可观的搜索流量。类似这种能有效地引入流量的关键词就称为神词。

神词的特质：较少的商品-较高的搜索量-搜索量有延续性-较高的点击率-较高的转化率

较高的搜索量

搜索量是神词最关键的特质，因为卖家寻找神词、使用神词，就是希望这个词能为商品带来流量，所以如果一个观察连最基本的搜索量都没有，换句话说就是没有卖家搜索这个词，那么基本就不要指望这个词能带来流量了。

搜索量有延续性

有较高搜索量的词还不一定是神词，如果这个词的高搜索量只是短暂的几天，还是不能为商品带来太多的流量。

较高的点击率

关键词有较高的搜索量，并且这个搜索量能持续一段时间，但是买家搜索这个词后如果不点击商品，那么这个词就算能使商品排名靠前也不能获得流量，因为只有点击才能产生流量。

那么什么样的词会没有点击率呢？买家为什么进行搜索却又不点击呢？因为这里分析的是关键词在全网的点击率，所以先将卖家店铺商品的主图等内在原因排除后再来进行分析。

较高的转化率

有的卖家可能觉得转化率不属于淘宝 SEO 的研究范畴，其实仔细地想一想，做好淘宝 SEO

的目的是引流，而引流的目的就是为了转化，所以如果一个关键词能带来流量却不能带来转化，就不是一个合格的神词。

#### 较少的商品数

神词大家都喜欢，试想一下，如果全淘宝的同行业卖家都把同一个神词植入商品标题中，那么在如此激烈的竞争中，又如何保证自己店铺商品的排名呢？因此，分析神词时还需要考虑它的竞争度，而看一个关键词的竞争度如何，最好的办法就是看它的商品数。只有持续搜索量大、点击率高、转化率高、全网商品数少的词，才是真正的神词。