

## 1. 目标相关，长尾关键词

理解如何为企业写博客的第一个关键是了解博客的重要性关键词。如果没有人读过它，你的博客不会让你受益。您需要人们在线查找它，以及最好的方法是使用关键字。

通过在你的内容中定位特定的关键字，你可以帮助你的博客在谷歌中排名，人们可以在他们的查询中找到他们。

最好的策略是每篇博客文章都有一个特定的关键字，再加上一些补充的关键字，这样你就可以在多个搜索查询中排名。

这些关键字应与您的业务相关。他们也应该是长尾——几个长词——因为长尾关键词竞争更少，对你的目标受众更具体。

## 2. 写信以满足用户搜索意图

关键字对于你的业务来说是很重要的，你不想把你选择的任何关键字随意地扔到你的内容中。你的关键词不应该是事后才想到的。

您的博客应专门写入满足用户搜索意图-即用户搜索给定关键字的原因。

每当您编写博客文章时，专门编写它以提供用户正在寻找目标关键字的任何信息。这将确保对人们有用，并且他们希望与您的内容进行啮合。

您可以通过查看已排列的内容来找到关键字的搜索意图。观察最高排名的碎片，您将会有良好的迹象表明人们正在寻找什么。

警告一句——如果你为你的企业写的博客文章与他们的目标关键字没有什么关系，谷歌的算法将能够分辨出来，你的内容将不会排名。

### 3. 工艺令人信服的标题标签，元描述和介绍

无论博客的大部分博客如何参与或有用，用户都将在看到它的前几秒钟内衡量他们对每个帖子的兴趣。这意味着您的标题和介绍必须尽可能引人注目和引人注目。

您的标题标签将成为用户在谷歌中找到您的内容时的第一件事，所以确保它吸引他们的兴趣。这样做的好方法是使用数字和情绪形容词（例如，“5个惊人的理由.....”）。

您的介绍应该唤起类似的想法。以使用户继续阅读的方式写入它。您可以使用的某些例子绘制读者是为了领导您的主题统计信息。从“你知道55%的.....”开始的介绍是非常乐于乐于开学。

你的也一样元描述- 在 Google 搜索结果中显示标题标记下方的文本模块。像标题一样，包括数字和情绪形容词在适当的情况下，并尝试快速传达您的作品将如何应答用户的搜索查询。

### 4. 创造积极的用户阅读体验

另一个写商业博客的技巧是用户体验。当人们潜入您的内容时，您希望

他们拥有最容易的读取体验。

一种方法是将内容分解为较小的块。不是拥有巨大的文本，而不是使用短段落，而是使用项目符号和编号列表来播放它们。您还可以使用图像来帮助分解内容。

此外，请确保为页面提供层次结构。使用标题将你的内容分成有组织的部分，这样更容易浏览页面。除了改善用户体验，标题还让谷歌更容易理解你的文章的上下文。

## 5. 给每件作品进行动作（CTA）

最终，所有营销的目标是驾驶导线和转换。适用于您的业务的博客。一个商业博客帖子可能会将用户绘制到您的网站，但一旦您在那里有它们会用它们做什么？

将随意博客读者转换为潜在客户或客户的最简单方法呼吁采取行动

（CTA）。CTA 由两个组件组成：一个小短语或模块，告诉用户您希望它们做什么，以及将它们指向他们可以执行此操作的页面的链接或按钮。您可以将 CTA 放在内容中的不同位置。在介绍之后将 CTA 放置在读取器中没有完成读取产品的用户前面可以将其放在读取器的前面，可以将其作为读者作为逻辑下一步。

对于较长的部分，使用多个 CTA 是一个好主意，这意味着您可以在介绍和结论中都有一个！

您可以将 CTA 格式化为按钮，如上面的图像中的一个，或者您可以将其写为句子。文本 CTA 的一个例子可以“为我们的电子邮件注册以获取更多更新！”确保在文本 CTA 中包含链接，将用户带到适当的登陆页面。

## 6. 充分利用最大的链接

谈到您为您的业务博客而言，链接是您最好的朋友。最重要的是对读者，链接将信号发送到 Google 关于内容的质量。

试着在你的每一篇商业博客中都填满大量的信息内部链接-也就是说，链接到你网站上的其他页面。这将有助于让用户在你的网站上停留更长时间。确保你用的是合适的锚文本为你的链接准确反映了他们的方向。

但是，更重要的是反向链接。反向链接是外部网站链接到您内容的位置。您可以通过向您的行业中的第三方网站联系并要求他们查看内容以尝试并赚取链接来获取反向链接。

反向链接告诉谷歌您的内容是可信的。您的反向链接的更高质量是，更权威的谷歌认为，您将越高，它将对您排名。

## 7. 始终如一地更新您的博客

如何为企业写博客的最后一个技巧是确保持续更新。也就是说，定期写新内容。

你应该多久发布一次新内容?这个问题没有正确答案。这完全取决于你

的业务和你的受众。你可以每周写十篇，也可以每月写一篇。

重要的是你要保持一个相对稳定的时间表。你肯定不希望一开始每天都发行游戏，然后三个月都不发行任何内容。最好的办法是用内容的日历并坚持下去。