

职业化谷歌SEO人的三个阶段（SEO培训辅导范畴）

SEO如何做为职业，会有三个阶段：

1. 初阶SEO：深入浅出

初阶SEO会发现入门甚至成功都容易。入门容易，入门需要的要素有

- 写文章，或者制作多媒体内容：

乐于用内容记录并分享自己的擅长领域，即“写文章”。如果想在业务上做SEO，但没有做好自己（含员工）投入时间或者通过外部投入金钱的形式实现写文章或者制作多媒体的准备，就需要慎重考虑自己在这写方面的其它关注的侧重了。

- 了解关键词：

理解大词、小词，或者宽泛/通用、精准/长尾词，等概念。

- 关于成功也容易：

知道这些就已经够开始一个SEO项目了。关于以上说“成功都容易”，这个要素就是自己的行业具有独特性，比如蓝海特质等。

至于其它必备技能，那可能是建站了。但这个阶段在建站上给的建议是与SEO职业SEOER或者SEO建站公司合作，当然**这里的难点是找到有职业素养、不割韭菜的SEOER或者建站公司**；总之，这个阶段的建议是借助外部SEO资源，快速获得进展，而非事事都做想自己做。一个完整的SEO职业涉及面是极其广阔的，在不同的实践阶段是有不同的边界的，如果以产出业务效果为目标，那么在个别技能上上恋战并不是一个好的选择。

2. 中阶SEO：隔山打牛

进入中介的SEO，它的成功已经不是基于初阶SEO的单向资源或者技能，而是基于对SEO的职业化理解，形成综合稳定、理性的策略。这时候需要学习的版块将突然增加：

- 有能操作SEM的能力：

除了在关键词部分，SEM可以与SEO做相互支持外，往往在外贸企业实操的节奏是：A、获得了不同形式的培训或者信息，了解SEO；B：确定实操，建立网站并填充内容；C：开始进行1-3个月的SEO内容或者外链相关的人力和金钱投入；D：期望获得正反馈，即获得有效询盘。

这里的问题是，基于SEO本身的滞后性，以及执行人员的职业度，在上述D阶段容易陷入尴尬的无法获得正反馈的状况；所以，在C阶段，进行成功的SEM投放，沉稳和快速的获得精准流量，是对上述A-D步骤SEO的必要补充。事实上，在职业数字营销领域，SEM和SEO从来是有机组合在一起的。

- GA4等网站数据分析的能力：

通过自己或者外部协助，学会在GA4后台查看流量来源数据、能够分渠道分析行为流、能够自己配置日常用的转化漏斗。学会这些，已经可以有标准、比较稳妥的以销售线索转化为目标，开展SEO项目了。

- 能够使用站长工具辅助优化数据：

与百度站长工具不同的是，谷歌站长工具Google Search Console提供了非常透明的站长SEO互动入口，比如观察谷歌收录index反馈、获取技术优化点提醒、为站内链接提交网址url、获取站外反链数据并给出拒绝不良链接的反馈。

- 做自建站探索：

作为SEO项目，对于建站的关键把握在于实操网站域名迁移、和网站数据备份。做到了这些，已经为项目打好了坚实的基础。

- 做好社媒承接：

根据不同行业，有良好形象的领英、YouTube、Facebook、Twitter等运营与官网留资配合，就形成了完整的外贸企业出海执行方案。

具备以上几项后，如果作为单独的项目，**在有外部职业SEO顾问辅助的情况下**，中阶的SEO已经可以是完整、可持续的营销实操方案了。需要注意的是，如果没有专业顾问或者有心朋友的辅助的情况下，在中阶大概率是要在时间和金钱上走很多弯路的，这需要根据自己的业务现状做合理的预期和规划。

3.高阶SEO：明眸善睐

SEO从业群有两个不良现象，一个是极爱聊天吹水，一个是项目保密。吹水的原因是不去做行业深入，要么沉溺于现有的成果、要么因无法获得成果而转行；而项目保密的根本原因是自己并没有能够阻止竞争者的技能。

- 行业资源整合：

强大的内容团队、厚实的外链资源积累，人的要素从来是在一个行业能够立足之根本。

- 能够实现web的编程：

用办公自动化脚本可以将重复工作自动化，利用web做协同和信息管控。这些是SEO的明谋。

- SEO百宝箱：

在做批产化时候，SEO用到多种虚拟化工具，同时可以结合游戏、办公等多行业软件，实现SEO工作的专业度。

- 服务器和IT基础知识：

SEO本质是跨技术领域的营销。在IT技术方面，对虚拟机的命令行应用，是构建职业壁垒的有效手段。

- 数据分析和机器学习:

使用机器学习方法做数据分析, 能够获得手工所无法获得的洞察, 这需要以理解统计学、机器学习为基础。

- 网页制作:

在建站和GTM配置中, 只有对CSS和JavaScript有专业化的理解, 才能落地具体工作。