中国制造网产品信息发布技巧

一、 产品名称

基本原则：

准确、完整、多样，避免重复堆砌相同的产品名称和产品不相关词（如：供应、销售、采购、优质、哪里有得卖等）

设置技巧：

1. 热门搜索词、长尾关键词都可以作为标题进行设置，多个产品名称之间务必以逗号隔开，产品名称不超过 3 个，标题整体长度不超过 25 个字。建议采用的标题结构：品牌+型号+规格+产品名称，产品关键词+别名，描述语+产品名称
2. 避免相同产品名称的重复堆砌，3 个以上相同的名称成为堆砌。如：电脑供应商，电脑厂家，电脑
3. 减少不相关词和语句，勿在标题中添加过多广告语。如：电脑价格，电脑图片，电脑厂家大促销不要错过！

参考案例：

优质标题：

西门子 DSIII 系列 7MF403 变压变送器

锯齿钢格板，不锈钢洗车房钢格板，镀锌压焊钢格栅板

劣质标题：

在哪里能买到好的上海壁画装饰画？来上海画业看看

力波蓄电池什么地方便宜

电池供应商，电池厂家，电池

二、 产品关键词

基本原则：

切勿设置不相关的关键词，否则商机匹配非常不利。

设置技巧：

1、可使用产品的专业名称、产品别称、行业内习惯性叫法作为产品关键词，前三个产品关键词填写准确尤为重要

2、产品关键词一定要用有实质性意义的词，不能以型号、规格、品牌单独作为关键词

3、对于竞争激烈的热门词，建议使用长尾关键词，建议结构：品牌+关键词；型号+关键词；规格+关键词。

4、根据自身的产品来设置分类和关键词。不建议因为某些产品词热门，而盲目地设置关键词。

参考案例：

优质关键词：

KDBY 包装机，精工牌包装机械，精工牌封装机

劣质关键词：

包装机厂家哪里有得卖，优质供应商包装机厂家在哪里，KDBY，精工，苹果

三、 产品描述

基本原则：

详细、丰富、有层次和重点，图文并茂

设置技巧：

1. 从产品基本信息、性能、用途等方面介绍产品。把自己了解的产品信息和采购商可能感兴趣的信息进行描述，对于差别不大的产品，也要尽量将描述写到不完全相同，因为完全重复的信息会让搜索引擎和采购商都失去兴趣。
2. 利用产品模板功能，制作图文并茂的优质产品描述模板，有利于产品显示美观、整齐，且可提高后续发布产品速度。
3. 不能用公司描述替代产品描述。虽然这样的方法大大减少了产品发布的工作，但同时也严重影响了产品的质量。既然想达到好的效果，那就不妨花费些时间和精力去打理。
4. 除了专有词汇，其他信息不要使用英文描述。
5. 图文并茂的形式能够激发采购商的购买欲。密密麻麻的文字让人看了头疼，三言两语又显得没有说服力，详细适当的文字说明配以产品图片，则相得益彰。图片可以是产品完整图、细节图等，同时图片以产品名称命名最佳。

参考案例：

登录账号后，点击以下链接查看：

http://membercenter.cn.made-in-china.com/qualitySample/descriptionCase/

6. 在描述中不同的位置，合理的出现产品相关词是有利的。切勿重复堆砌，否则适得其反。

参考案例：

优质描述：因版面关系，仅展示文字部分

蓝肯蓄电池哪里便宜

蓝肯蓄电池蓄电池

1、维护简单

充电时电池内部产生的气体基本被吸收还原成电解液，基本没有电解液减少。

2、持液性高

电解液被吸收于特殊的隔板中，保持不流动状态，所以即使倒下也可使用。（倒下超过90度以上不能使用）

3、安全性能优越

由于极端过充电操作失误引起过多的气体时可以放出，防止电池的破裂。

4、自放电极小

用特殊铅钙合金生产板栅，把自放电控制在最小。

5、寿命长（设计寿命3～5年）经济性好

电池板栅采用耐腐蚀性好的特种铅钙合金，同时采用特殊隔板能保住电解液，再同时用强力压紧正板活性物质，防止脱落，所以是一种寿命长、经济的电池。

6、内阻小

由于内阻小，大电流放电特性好。

7、深放电后有优良的恢复能力

蓝肯蓄电池应用范围：

⑴电话交换机	⑺办公自动化系统
⑵电器设备、医疗设备及仪器仪表	⑻无线电通讯系统
⑶计算机不间断电源	⑼应急照明
⑷输变电站、开关控制和事故照明	⑽便携式电器及采矿系统
⑸消防、安全及报警监测	⑾交通及航标信号灯
⑹ 汽车电池及船用起动	

蓝肯蓄电池技术规格（2V）

序号型 号额定电压(V)10小时率容量(AH)尺寸（mm）参考重量(kg)

长宽高总高

1GFM-100Ah2100171722062306.5

2GFM-200Ah220017110433036714.6

劣质描述：

北京通用变频器、东莞变频器、变频器厂家、变频器特点、变频器哪里有得卖、变频器优质供应商、变频器首选产品、东莞全普通用变频器

四、 产品图片

基本原则：

清晰美观、多角度

设置技巧：

1、建议发布 800*800 像素以上的图片，方便采购商查看大图和产品细节

2、产品主图占据图片空间的 3/4 左右，且没有其他信息

3、上传多张图片，从不同的角度展示您的产品

4、图片不能出现邮箱、二维码等通讯方式及第三方公司的标志，否则图片将不会被发布，影响推广

参考案例：

登录账号后，点击以下链接查看：

http://membercenter.cn.made-in-china.com/qualitySample/imgCase/

五、 产品属性

基本原则：

产品属性越完整，目标客户越容易搜索到；此外，影响站内搜索排名。

设置技巧：

1、填写准确的属性名称和属性值

2、不要将联系方式或其他不相关信息作为属性填写

参考范例：

优质属性：

品牌：	滕州得力	T型槽数目：	3
适用行业：	通用	作用对象：	五金
类型：	数控铣床	结构：	床身式
控制方式：	数控	精密度：	普通精度
自动化程度：	手动	售后服务：	两年
主电机功率：	5	重量：	1900.0
主轴转速范围：	70-3600	工作台尺寸：	600X360X400

劣质属性：杂乱不相关

六、 产品分类和产品分组

基本原则：

准确、有意义，不使用“其他“作为分类和名称

设置技巧：

1、 建议给出合理准确的分类名称。不建议类别中有“其他”的分类，它的范围太宽泛，不利于推广。

2、 产品分组的名称非常重要，建议使用产品名称作为产品分组的名称，设置技巧可参考产品名称设置技巧

3、 每个产品都需要放入对应的组内，不要放在其他组内。

七、 其他产品字段信息

1、 尽可能完善每一个字段信息。

附加：下面内容对推广有辅助作用，请您一同参考

八、公司关键词设置技巧

1、公司关键词尽量采用公司目前最想推广的新产品，或公司目前产品数量较多的产品（根据公司具体情况）；

2、 公司关键词应是细分的产品，而不是产品所属的大目录；

3、 根据自身的产品来设置分类和关键词。不建议因为某些产品词热门，而盲目地设置关键词。

九、主打产品

一定要设置主打产品，主打产品的名称设置尤为重要，可参考产品名称设置技巧，主打产品分值变化时会影响推广，所以非主推产品发生变化，不建议变更主打产品分值。

十、产品更新

1、产品没有实质性变动不建议修改产品信息，只需通过重发功能更新产品即可。

2、建议每天更新产品 1~2 次，可利用重发和一键重发功能。

注：公司关键词、产品分类名称、产品名称设置后，如非业务转换等特殊原因，不要经常更换。这些名称的频繁更换，严重影响推广效果。