

官网重建避坑与交付清单

从品牌展示页到获客承接系统的项目管理方法

这份资料用于沉淀市场增长工作中的方法、判断和执行标准。内容以实操经验为基础，强调可复用、可检查、可交接。

一、重建前先确认官网承担什么业务责任

官网重建不应只围绕视觉升级展开。对ToB公司而言，官网至少要同时承担三类责任：解释业务、承接需求、形成可信证据。

- 业务解释：让客户在3分钟内理解服务对象、交付内容、适用场景和差异化能力。
- 线索承接：让搜索广告、自然搜索、内容分发和销售资料都能落到可追踪页面。
- 信任建设：把案例、资质、行业背书、媒体报道和专业内容统一沉淀。
- 内部协同：让销售、产品、交付和市场对外口径一致，减少重复解释成本。

二、官网重建的六个关键阶段

阶段	关键动作
定位诊断	盘点现有页面、流量来源、咨询入口、跳出原因、销售反馈和竞品表达，明确官网重建目标。
信息架构	按客户理解路径搭建栏目：业务场景、服务能力、解决方案、案例证据、资源中心、联系我们。
内容生产	先确定页面任务，再写文案。每页至少包括目标客户、核心问题、解决方法、证据和转化动作。
设计开发	优先保障首屏表达、移动端加载、表单可用、SEO基础、埋点和后续内容扩展。
上线验收	检查链接、表单、移动端、关键词、TDK、图片压缩、统计代码、隐私合规和页面速度。
运营复盘	按月查看访问、咨询、来源、关键词、页面转化和销售反馈，不把上线当作项目结束。

三、常见避坑清单

- 不要一开始就讨论视觉风格，先确认官网要解决什么增长问题。
- 不要让供应商独立决定信息架构，市场负责人必须掌握业务表达权。
- 不要只写公司介绍，必须把客户需求、场景问题和交付标准写清楚。
- 不要忽视移动端。部分推广渠道无法直接承接官网，需要准备移动端Landing Page。
- 不要等上线后才想埋点，页面结构、按钮和表单要在开发阶段同步规划。

- 不要把案例和资质散落在PPT、公众号和销售话术里，官网要成为统一证据库。

四、验收表模板

验收项	检查标准
首屏表达	是否在一屏内说清公司做什么、服务谁、解决什么问题。
转化入口	咨询按钮、表单、电话、企微、下载入口是否可点击且可追踪。
SEO基础	页面标题、描述、H1、URL、图片alt、站点地图是否完整。
移动端体验	图片是否压缩，表单是否可填，按钮是否可点，内容是否不被遮挡。
证据资产	案例、榜单、媒体、客户、交付流程是否有真实材料支撑。
上线留痕	需求文档、验收记录、账号权限、供应商联系方式是否归档。

五、复盘指标

- 流量指标：访问量、来源结构、搜索词、页面停留、跳出率。
- 转化指标：表单提交、电话点击、企微添加、资料下载、咨询质量。
- 销售反馈：客户是否看懂业务，是否能减少销售解释成本，是否能支撑大客户信任建立。
- 内容资产：是否能持续新增案例、白皮书、文章、FAQ和行业资料。