

E-Go Numeral

网站运营报告

大连枫叶职业技术学院

枫叶正红团队

目录

一、平台阐述.....	1
1. 目标市场定位.....	1
2. 品类结构.....	1
3. 网站外观.....	4
4. 运营数据.....	9
二、运营思路.....	11
1. 市场及品类策略.....	11
2. 网站结构及内容策略.....	12
3. SEO 优化及调整思路.....	12
4. 站外推广及文案撰写.....	13
三、展望规划.....	14
1. 平台运营方向和发展定位.....	14
2. 品类结构及产品线.....	14
3. 网站功能及内容调整.....	15
4. 营销推广渠道规划.....	15
5. 团队建设及资金投入.....	16
四、运营总结.....	17

一、平台阐述

(一) 目标市场定位

1. 目标市场

以美国本土消费者为主要目标用户，同时面向欧洲、东南亚、亚洲等国家和地区。

2. 目标人群

年轻的 80、90 后时尚人群，热爱科技数码的人群，以及 60、70 后注重实用性的人群。

(二) 品类结构

1. 品类结构

智能手机：HUAWEI、IPHONE、SAMSUNG、OPPO、VIVO、HTC、NOKIA 等。

智能手机周边：屏幕保护膜、手机后壳等。

手机外设：耳机、移动电源、数据线等。

Product category	
ALL items	(90)
- Accessories	(21)
- Phone Case	(10)
- Phone Screen Protector	(11)
- Phone	(42)
- HTC	(3)
- HUAWEI	(7)
- IPHONE	(5)
- NOKIA	(4)
- SAMSUNG	(4)
- VIVO	(15)
- ZTE	(3)
- Smart devices	(27)
- Earphone	(10)
- Power Bank	(10)
- Speaker Box	(7)

2. 主打商品 SKU 描述

华为 Mate 10 系列配置参数：

上市日期	2017 年 10 月 20 日
手机类型	4G 手机，3G 手机，智能手机，平板手机，拍照手机，快充手机

屏幕	华为 Mate 10 (4GB RAM/全网通)
触摸屏类型	电容屏, 多点触控
主屏尺寸	5.9 英寸
主屏材质	TFT 材质
主屏分辨率	2560x1440 像素
屏幕占比	81.95%
SIM 卡	双卡, Nano SIM 卡
操作系统	EMUI 8.0 (基于 Android 8.0)

HUAWEI Mate 10 采用了最新的麒麟 970 处理器, 后置 1200 万彩色和 2000 万黑白摄像头, 采用了新一代徕卡镜头, 有着双 f/1.6 的超大光圈, 另外还搭配了 4000mAh 的大容量电池。

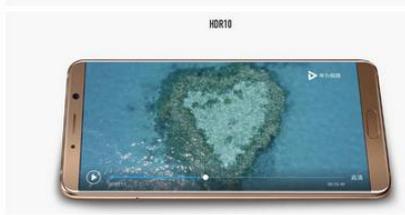
外观打造商务旗舰机型, 整体更加年轻时尚化。HUAWEI Mate 10 采用了 5.9 英寸的 2K 屏幕, 分辨率高达 2560*1440, 屏幕比例为 16:9。

背面也采用了玻璃的材质, 这块玻璃背板有着四曲面的设计, 背面颜色采用了双拼色, 笔者拿到的这款摩卡金色不仅颜色好看, 更是男女通吃, 背面玻璃面板还采用了抗指纹处理, 拿在手中质感很强。

HUAWEI Mate 10 背面摄像头模块徕卡双摄, 双色温闪光灯、激光对焦模块均位于横条纹设计中, 而且对称的设计极具美感。

采用了 4000mAh 的大容量电池, 但也将机身厚度控制在了 8.2mm, 加上圆弧倒角和四曲面的机身设计, 手感贴合。

麒麟 970 采用了 A73 架构, 先进的 10nm 制程工艺, 由四颗大核和四颗小核构成, 最高频率 2.36GHz。当然, 这次的麒麟 970 最大的亮点并不是性能, 而是集成了一颗专门用于进行神经网络计算的处理单元——NPU, 在移动终端实现了本地化的 AI 计算。麒麟 970 的 AI 性能密度大幅优于 CPU 和 GPU。同样是四个 Cortex-A73 核心, 在处理同样的 AI 应用任务时, 新的异构计算架构拥有大约 50 倍能效和 25 倍性能优势, 这意味着麒麟 970 芯片可以用更少的能耗更快地完成 AI 计算任务。

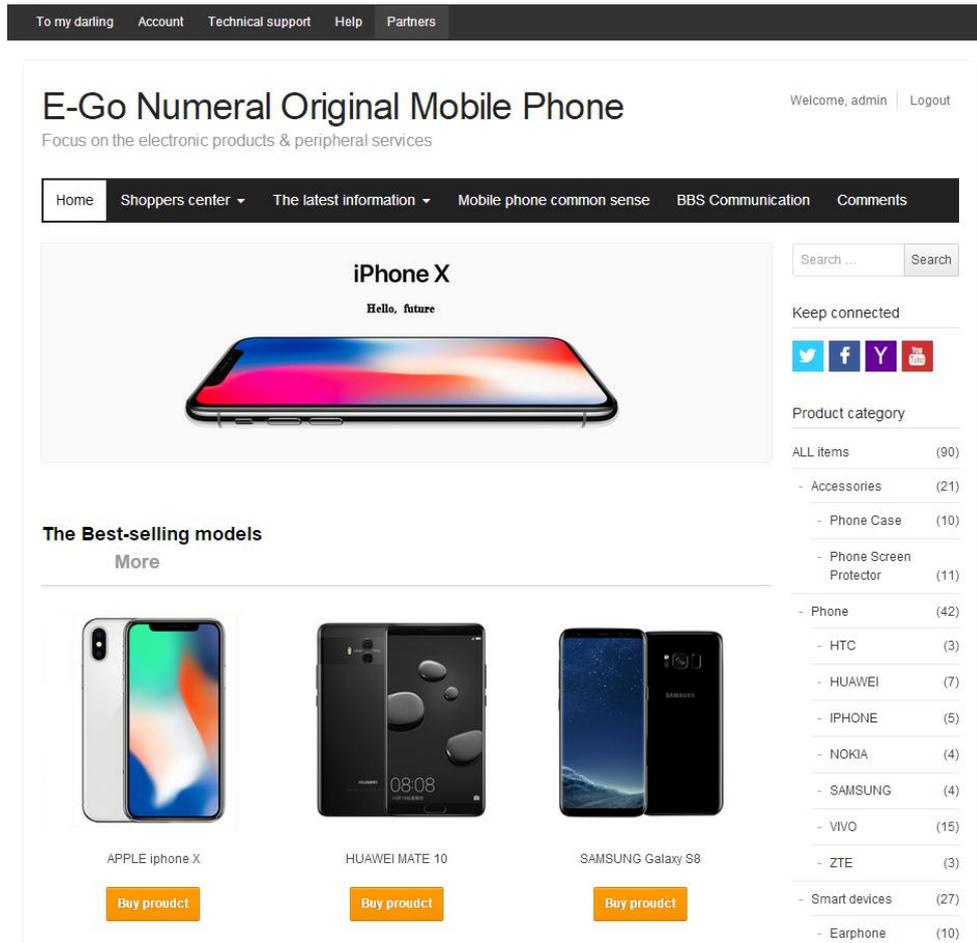


- 01 For The Customs**
 The shipping company custom clearance is the buyer's responsibility. We will declare lower price on the invoice (ask by) to help buyer avoid the custom tax, but if the parcel get seized is decided by custom. Buyer still need to go to make the customs clearance and pay the tax. **We won't bear the customs fees.** If buyer choose the DHL shipping, the freight not include the DHL, remote cost, custom tax, or any commission charged by DHL, for custom clearance or ware-house storage cost.
- 02 For The Remote Cost**
 Because of some buyer's address belong to the remote place, so the DHL shipping company will asked buyer pay the remote delivery cost \$35, **this is the DHL, requested not us, please noted it.**
- 03 If buyer want to cancel the orders**
 Please select the reason to be, "I do not want to make this order." "Processing time my expectations." Or "other reasons." Because there will be less than the process for those reasons, so you get your money early. Thank you.
- 04 How to get the phone**
 Please open the parcel at post official's presence, if the parcel damaged or empty (holes), please ask the post office to **cancel the insurance**, especially the claim request paper.
- 05 For The Product Picture**
 Our website presents product items are as close to real color, because take a different light and display factors, there are a certain color difference, please understand.
- 06 For The Package**
 We will open the original box to check the phone and reset Multi-language, Google play store. If you have special requests about the original box, please leave as a message. The Operating system and APP will Occupy some memory storage, so the **real storage will less than the parameter listed**, and Some original App may not support OTA Update, so the translation may doesn't cover all menus. Please understand.
- 07 Have you ever asked the question ?**
 "Will my mobile phone will work well at our country?" We have disclosed clearly the cellphone network in detail pages, so please confirm the cellphone band whether can work as normal before your order. We **firmly don't accept the dispute about "NETWORK CAN'T USE"**.

（三）网站外观

1. 整体风格简洁，分区明显

以简洁，黑白色调为主，背景为纯白色，优化用户浏览网站体验，网站主题在网页左上方，黑色加粗大标题凸显网站主题为科技数码类目，定位准确。右侧提供小工具栏，设置搜索栏、社交媒体关联、产品分类、最新新闻与热销上新商品。Banner 轮播放在视觉惯性最容易看到的地方，激发用户了解并购买商品的欲望，网站利用分割线分区，布局整齐划一。



2. 标题定位准确，体现特色

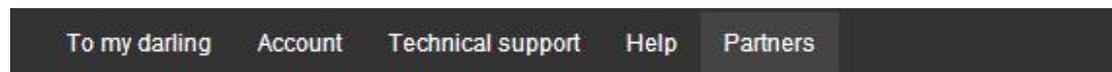
E-Go Numeral Original Mobile Phone

Focus on the electronic products & peripheral services

我们店主营产品为电子产品（含周边产品），属于数码产品类别。因此 Numeral 是我们店名必不可少的一个名字元素。其次，E-Go 中 E 可以理解为 Electrical，电子的；亦可理解为 It's easy to go，体现我们网站的定位为一个购物性质的网站，有利于营造良好的购物氛围，激发用户的购买欲望。Mobile Phone 为我们选定的关键词，将其列入了标题中，能够更好地将网站定位信息传达给用户，Original 译为“原装的”增加用户对网站的信任度。

3. 页面布局舒展，层次感明显

顶部菜单：



致用户：介绍网站定位，为了增加用户对网站的信任度。

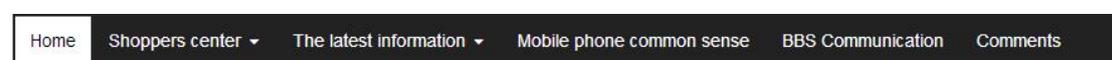
登 陆：注册会员登陆界面。

技术支持：网站构建技术支持。

帮 助：解决客户登陆网站出现问题，营造良好的购物体验。

合作伙伴：合作网站的推荐链接。

主菜单：



主页：热点产品推荐，相关资讯推荐。

购物中心：包含三个下拉菜单（手机、手机外设、电子设备）提供简洁的分类商品列表，有利于更好地浏览商品。

最新资讯（售前行为）：包含二个下拉菜单（手机评测、新品发布）介绍最新最前沿的的行业发展资讯，各种型号的手机评测，发布等。

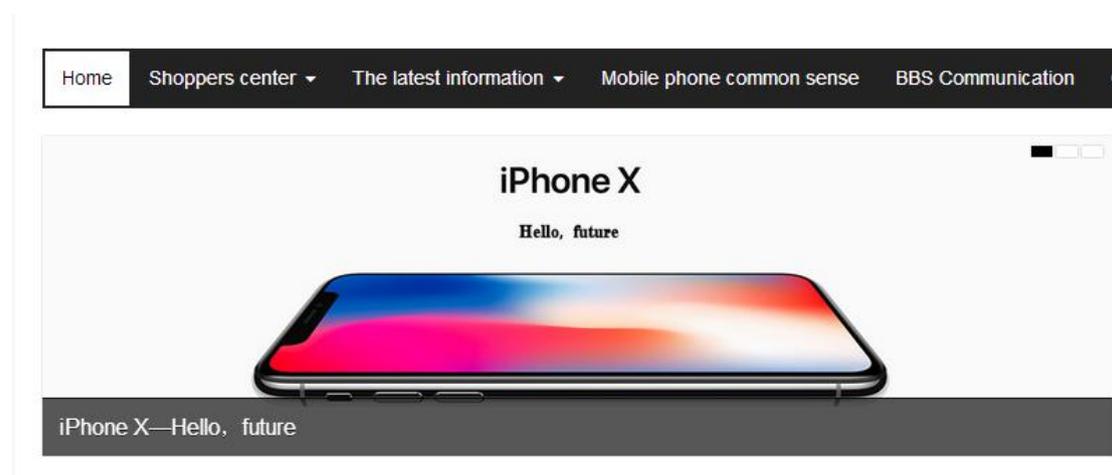
手机日常使用（售后行为）：手机日常使用注意事项，优质 App 推荐，系统升级维护资讯。

会员论坛：会员畅所欲言的交流平台，分享观点，提供优质的资源信息。

用户评价：增加网站的说服力与可信度。

首页：

第一模块：三张轮播推荐大图，用于推荐热点商品，三大旗舰手机提升网站热度，达到吸引眼球的目的，提升网站总体形象。



第二模块：6款实时热点机型展示区，中高端手机专区，并设置 More 查看更多选项，可查看手机分类中所有商品排行。

The Best-selling models

[More](#)



APPLE iPhone X

[Buy product](#)



HUAWEI MATE 10

[Buy product](#)



SAMSUNG Galaxy S8

[Buy product](#)



APPLE iPhone 7 Plus

[Buy product](#)



HUAWEI P10 Plus

[Buy product](#)



ZTE NUBIA Z11

[Buy product](#)



Samsung Galaxy S8
~~\$1,075.00~~ **\$849.25**

[Buy product](#)



ZTE NUBIA Z11
\$424.00

[Buy product](#)



Vivo Xplay 6
\$725.39

[Buy product](#)



VIVO X
~~\$612.49~~ **\$489.99**

[Buy product](#)

第三模块：热点产品趋势组合，对热点商品及周边产品，详细的功能介绍与导购，包括介绍未来的产品行业信息等。

Trend of the combination



Apple iPhone X / Beats Solo3 Bring you different combinations

[Click here to know more](#)

How much do you know about mobile phone trends ?

[Click here to know more](#)

第四模块：手机周边产品推荐区，各种手机型号的钢化膜和手机壳，并设置 More 查看更多选项，可查看手机分类中所有商品排行。

Phone peripherals & accessories

[More](#)



Ultrathin screen protector for xiaomi 4A



GKK Soft Protective Film Full Cover



H&A 9H Premium Protective Tempered Glass



ZNP 2.5D 0.3mm 9H Premium Tempered Glass



Transparent soft TPU shell for Samsung galaxy A5



Enclosure For Samsung S8Plus

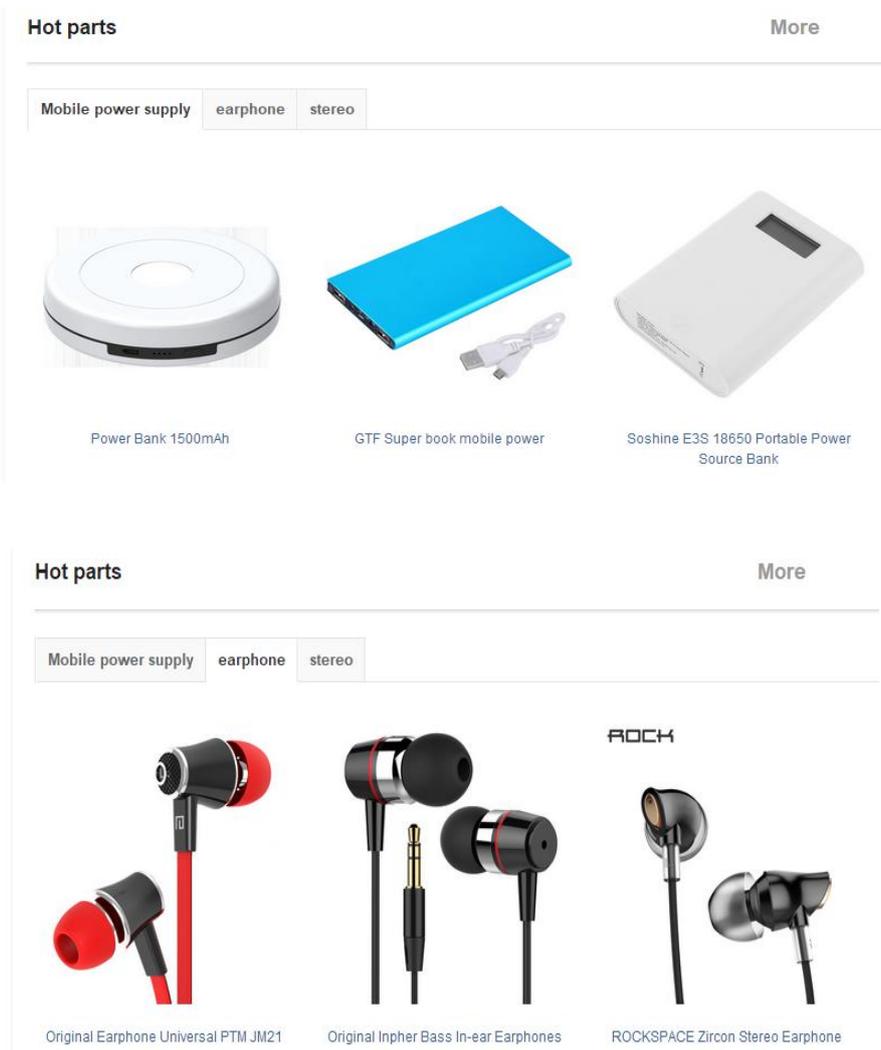


Anti-finger print Matt Case for iPhone 5S 5 SE



Ultra thin full cover shell for iPhone X

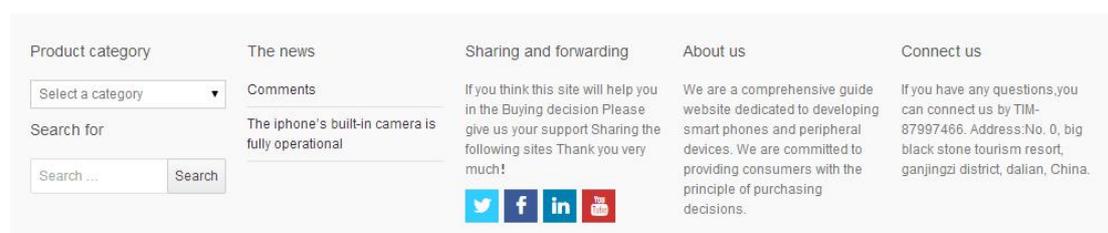
第五模块：热推数码产品周边产品推荐区，包括移动电源，耳机，音响等，并设置 More 查看更多选项，可查看手机分类中所有商品排行。



4. 工具栏强调实用性

底部小工具：

产品分类与搜索、前沿新闻、社交媒体关联、关于网站、联系我们。



右侧边栏工具：

产品搜索、社交媒体登陆、产品分类、产品资讯、热销商品推荐。

(四) 运营数据

统计时间: 日 周 月

获取用户 激发活跃 提高留存 增加收入 传播推荐

数据统计 - 概览

访客:	3206
独立访客:	2735
页面浏览量 (PV):	12834 (Ø 4)
总停留时长:	280h 29m 58s (Ø 0h 5m 15s)
弹出次数:	1522 (47%)
平均每次访问的停留时长:	0h 5m 15s
单次访问中最大页面浏览量:	246

1. 网站流量指标达到预计指标

总访客数: 3206

独立访问者数量 (unique visitors): 2735

页面浏览数 (page views): 12834

关键词 (key words): mobile phone

关键词

关键词	独立访客
mobile phone	118

2. 用户行为指标仍需努力加强

用户在网站的平均停留时间: 5分16秒

平均每次访问的停留时长:	0h 5m 16s
--------------	-----------

用户所使用的搜索引擎: Chrome

Chrome	32	55%
--------	----	-----

访问者电脑分辨率显示模式: 1920*1080, 占比 40%

分辨率

分辨率	独立访客	百分比
1920x1080	23	40%
1366x768	11	19%
1440x900	3	5%
1600x900	4	7%
未知	4	7%

用户所使用的操作系统：Windows 占比 86%

操作系统		
操作系统	独立访客	百分比
Windows	49	86%
未知	4	7%
Android	2	4%
iOS	1	2%
Mac	1	2%

转化率

11 月总访问 276 转化数 7 转化率 3%

12 月总访问 2735 转化数 4 转化率 0%

总结：在比赛时间内，我们通过有效的推广，使得网站流量总体呈现稳定上升趋势，访客数与页面浏览数完成度较高。用户浏览网站时，由于页面亟需内部优化，导致转化率较低，访问质量一般，激发客户的购买欲望，让客户更加满意，这些都是我们后续的努力方向。

统计时间： 日 周 月

获取用户 激发活跃 提高留存 增加收入 传播推荐

购买转化			
日期	总访问	总转化数	购买转化率
2017-06-17	0	0	0%
2017-07-17	0	0	0%
2017-08-17	0	0	0%
2017-09-17	0	0	0%
2017-10-17	4	0	0%
2017-11-17	276	7	3%
2017-12-17	2735	4	0%

二、运营思路

（一）市场及品类策略

1. 市场定位多元，面向国际

以美国本土消费者为目标用户，同时也面向欧洲、东南亚（新加坡多元文化结合，当地华人数量庞大；印度尼西亚人口众多，国内品牌市场份额庞大）、以及印度（手机市场份额庞大），俄罗斯；巴西（速卖通主要受众的国家）等消费者，提供国际性的导购。

2. 选品策略和组合方法多样

产品组合：通过对系列产品组合销售，以达到最大效益。

产品生命周期：根据市场变化与前景，适时增加开发的新产品和淘汰应退出的衰减产品，从而维持最大利润。比如实时关注各品牌口碑，了解行业趋势，首页推荐区更新产品准确，迅速。

新产品开发：随着科学技术不断发展，产品的生命周期越来越短，新产品开发即使不是为了利润，至少为了生存，就必须不断开发新产品以迎合市场需求的快速变化。不断探索数码行业蓝海产品链，做好产品的新老交替。

3. 产品价值较高，行业呈火热趋势

在现如今人们的生活中，手机扮演着不可或缺的重要角色。而当今的手机市场上，智能手机无疑已成为“主力军”，并将扮演着越来越重要的角色。智能手机已经深入地影响到了我们的社会人际关系以及日常的行为方式等各个方面。它变成我们和这个世界衔接的工具。在社交网络中，智能手机给我们带来最大的好处就是“便利”。网上购物，送货上门等服务都可以通过智能手机实现，既节省体力，又减少了不必要的时间花费，一举两得。智能手机个性的社交化服务，在娱乐、商务、时讯及服务等功能上能更好的满足消费者对移动互联的体验。它几乎成了这个时代不可或缺的产品，在全球市场销售份额中也不断扩大。

4. 扩充产品线，产品类目覆盖面广

未来方向：扩充产品线，电脑（平板、笔记本），数码相机（单反、卡片机）、穿戴设备（运动手环、智能手表），智能家居（音响，空气净化器）等。

主打商品：华为、OPPO、VIVO、小米、魅族等各种低、中、高端国产畅销机型；以及国外热销品牌，如苹果，三星等。

优化思路：以智能手机为主产品线，在数码产品类目中不断扩充，以辅助主产品进行商品组合售卖，提高利润率。

（二）网站结构及内容策略

1. 网站策划依托论坛系统打造品牌化

（1）打造品牌化网站

做好网站的网络营销，配合整体品牌营销战略，实现深化品牌传播这一目的。依托论坛系统，对用户上传的文字图片等进行鼓励，引导用户创作互动玩法，创意可以做为广告题材，为品牌所用，并奖励作者。后期通过会员制营销，参加媒体、网站合作，进一步扩大影响力。

（2）BBS 论坛

设计经营网站需要关注用户的体验与需求，善于提问与倾听，能够洞察用户的需求，抓住访客的注意力，高效传达自身优势，消除用户心理上的抗拒情绪，最终促成用户购买。必须要加强与用户的信息交互，论坛是留住用户并能够让用户持续关注网站的一个重要途径，建设网站中的论坛举措必不可少。

2. 网站视觉体验布局舒展，板块化分区

当用户对产品缺乏专业判断能力时，通常会寻找一些非专业性的判断方法，舒展的页面布局可能会成为他们选择购买的主要理由。通过布局来营造有利于成交的网站环境，页面布局排除紧张局促，合理安排内容，无论是多是少，为用户呈现一个有逻辑和层次的页面。舒适的色彩搭配使用户建立对网站的第一印象。愉悦的交互体验，如设立在线客服解答区，能够快速响应用户请求；调整板块区域，首页扩大智能手机推荐篇幅，区分低中高端机型；在首页标识商品价格，推出特价降价产品板块。

3. 网站维护不断调整

定期或不定期更新新品发布，热点资讯，手机评测等原创报道或鼓励用户自发参与评测，及时响应用户评价，网站内容具备时效性，并打造主题文章，招募会员写手自创版面。在网站栏目设置上，将定期更新的栏目放在首页上，使首页更新频率更高。

（三）SEO 优化及调整思路

1. 网站元标签

（标题、关键词、描述）是最基本的，也是最重要的优化指标。

2. Title 标签

应包含需要优化的主要（目标）关键词，数量不宜过多，3-5 个即可。长度

适宜，不超过 160 个字母，主推关键词在前，杜绝使用无意义的单词。

3. keywords 标签

3-5 个，主要（目标）关键词，避免堆砌。

4. description 标签

应句子通顺，不使用无意义的单词。

5. 图片优化

图片首先不要太大了，最好在 100K 以下。更重要的一点是，利用好图片的命名，给产品图片命名增加关键词，比如我的是一个 iphone8 手机的图片，我可以这样命名:iphone8smart phone.jpg，有些客户在搜索的时候是通过图片去搜索的。另外还要写好图片的标题，描述，alt 等等，并在这些地方添加适量的关键词。图片都要添加正确的 alt 标签，用以说明图片内容。注意图片的尺寸和大小，不是以图片为主的产品，不要使用大图。

6. 链接优化

URL 中连字符替代下划线，404 网页的制作，死链接的处理等等，友情链接在运营初期尽量不随意添加低质量和不相关产品行业的友情链接。

7. 关键词优化

选择有利于推广产品的业务，不为了单纯提高排名而选择搜索量少的偏僻的关键词，也不要为了广撒网，而选择太过宽泛的关键词。同时也避免使用宽泛的关键词或选择竞争激烈的关键词。关键词的优化，应做到有一定的搜索量且热度适中。

8. 内容原创

宣传产品、推广网站的相关文章应由团队成员集思广益，共同完成。内容上应为原创且富有特色，而不是千篇一律地抄袭他人。为做好网站的推广及维护，应每天更新产品信息，持续发布产品动态。在网站界面上增设用户交流区，吸引和鼓励客户在上面发布产品使用评价。

调整思路：外链就如同广告，通过在网络上尽可能长期建设高质量的外链，进而提高关键词和网站的曝光量，提高网站在搜索引擎中的排名。对网站进行 SEO 优化，持续进行站外推广仍是当下网站调整的重中之重。

（四）站外推广及文案撰写

1. 思路途径

BBS 或社区中多回帖，跟帖，增加自己的曝光率。

BBS 或社区签名，个性签名档、店标,在论坛里回帖的时候，展现自己的个性化营销。

在媒体社交社区，多做一些有创意的广告。例如，一张创意图片上加上自己店铺的水印。事件营销，创造或参与一些事件的争论或讨论，引起更多人的关注等。

多参加一些 BBS 或社区上的活动，这样可以在更多活跃的人群面前增加曝光的机率，进一步扩大潜在买家群体。

在营销推广过程中，尽可能描述用户利益而不是特征，语言表达方式能够增添用户的好感，使用短句子与短段落，同义词，删掉不必要的文字，配图增加可信度。

2. 文案撰写

主题：以推广 8800 的诺基亚手机为例

标题：Unlocked Nokia 8800 Carbon arte in stock

总括：I have an Unlocked Nokia 8800 Carbon arte Copy which is compatible with all network. The main feature is described as follows.

功能特色描述：Tri-band. Real 4GB. 200MP. Turn over mute. Shake to clock.

产品服务描述：Official IMEI. Made in Finland Sticker. Original packagebox. 1Year Quality Warranty. Free Shipping

相关链接：You may click the following link for more information

URL;<http://mapleleaf.ebcoo.net/product/lumia-950-nokia-microsoft-original-unlocked-windows-10-mobile-phone-4g-lte-gsm-5-2-mp-wifi-gps-hexa-core-3gb-ram-32gb-rom/>

结束语：Please don't hesitate to contact me if you're interested in this product.

三、展望规划

（一）导购网站方向，策划性运营为主

以策划型运营为主，目前主要抓住智能手机一个产品线来进行深度的优化，比如利用自身团队进行原创的、真实的、中立的手机测评，与新品的前沿资讯推荐等，不断完善会员论坛系统，倾向于广告文案推广，应用 CRM，老客户激活的手法稳定流量，通过稳固发展智能手机这一产品线来逐渐提升网站的综合影响力，定位于一个手机专业性的导购网站，辐射周边电子数码产品的综合购物网站。

（二）品类结构以数码为主，丰富产品线

各大手机厂商主打手机型号全面上架，丰富主打产品线，结合市场做动态调

整。并同时细分类目，如手机保护设备，手机保护膜分为透明钢化膜，全屏钢化膜，水凝膜等，并显示对应手机型号的设备类目，优化用户的购买体验，并在网站成熟时期扩充其他电子产品类目，例如笔记本电脑、平板电脑，智能穿戴设备，智能家居等类目。

（三）网站功能内容调整

1. 首页缺乏说服力

网站首页中缺少自身优势，不能很好的解决用户在这个网站上购买产品的问题，用户并不能通过主页，快速了解问题并满足需求。应对首页进行大规模调整，凸显网站的特色所在，告别千篇一律，在首页中进行企业文化渗透，树立品牌意识。

2. 没有足够的网站信任力

网站的信任力是营销型网站说服力最主要的内容之一，对网站说服力起决定性作用，在商品详情界面需添加产品成交量和用户评价反馈。在主页添加菜单展示我们网站的信任力，例如权威媒体对我们网站的认可，这是将来努力的方向。

3. 欠缺页面行动号召

在营销型网站上，那些主动邀请用户参与的行为即为行动号召，比如在线客户咨询服务，引导用户进行咨询。在产品详情页列表中添加可以让用户沟通的功能，进行详情页以外的有价值的信息补充。

4. 备用调整策略

如果在运营期间购买转化率，流量长时间无提升，可调整为将购物，导购功能弱化，通过长时间对相关产品的资讯报道和打造会员论坛，积累人气，不断吸收粉丝，弱化导购的职能，不断扩大网站影响力，从而有利于后期进行商品推荐导购。

（四）营销推广渠道规划

1. Google 推广

关键词优化，在推广之前考虑清楚关键词的核心，不盲目投放。

费用规划：通过计划投入，设置出关键词排名，选择合适的投入资金。

效果评估：通过有效的评估，对网站 Google 推广提供重要依据。

2. Facebook 及 Twitter 推广

充分利用个人信息资料，写出一个让人眼前一亮的个性化资料。

建立自己的网络,形成自己的友谊圈子,吸引和挖掘对自己网站感兴趣的人。持续更新,保持高度活跃,使自己的主页受到更多人关注,多参与别人的博客分享等。

使用广告联盟,适当使用点击付费功能,控制好预算。

增加好友,有针对性的主动添加一些与自身行业相关的群组,通过群组发送大家感兴趣的内容。

3. 新闻推广

购买一些新闻类网站,不但可以帮助优化站获得很好的外链,还能提高知名度和品牌影响力,提升网站 SEO 效果。因为新闻类的平台权重比较高,信任度也非常高,很多人都相信新闻类的网站。

(五) 团队建设及资金投入

1. 组织架构设计

前期拟定主管 1 名,负责制定目标计划,人员编制,发展的方向。

技术人员 2 名,对网站整体页面的规划,制作与维护更新,解决网站内部优化问题。

营销人员 2 名,网站 SEO 优化,关键词的掌控,推广文案撰写推广专员 2 名,探索营销推广渠道,负责发布外链,配合营销人员完成网站的推广。

2. 预计投入

前期做好网站内部建设,做好 SEO 优化,以免费推广渠道为主,网站流量稳定并需要突破时,初步计划每月持续投入 200-500 元,流量不等于花钱就能够达到一定的效果,需要长时间的累计,对网站未来的发展能够起到功不可没的作用。

3. 战略规划及前景展望

一个网站要取得成功,一定要有先进的理念和高效的团队。更为重要的是抢占先机,及时行动。不断创新,不失时机地推出新的服务、新的模式、新的理念,网站才可能长久立于不败之地。

网站的成功在于其服务特色,而不在于包罗万象。经营网站并不是一件轻松的事情,成功的网站并不追求“大而全”,而是追求“小而精”。

以客户为中心,信誉良好,提供专业优质的服务,务实的网站才能得到长久的发展,才能得到市场和客户的认可。

四、运营总结

感谢组委会为我们提供一个实战的平台，让我们有机会结识来自全国各地的优秀参赛选手并与他们同台竞技，我们在参赛过程中收获颇丰。

在运营期间，通过五次线上培训，我们团队中的每名成员全力以赴，倾情投入，深深地体会到了从构建一个网站到优化再到推广是多么的不易。从开始的构建网站，对网站进行选品，定位，从行业到产品，HTML 语言的应用，整体网站的页面布局，从空白到丰富，从未想到，在短短的时间内完成了对一个网站的构建。

日常对网站的扩充与维护中，网站每新增一条评论，多一条转化数，我们团队都兴奋许久，视其为我们每天研究探索的一种无形的激励与认可。

后期 SEO 优化，我们每天一遍一遍地看着回放视频，一点一滴地摸索，渴望把每个红色的错号都变成最终绿色的对勾。随着时间的推移，网站的得分逐步提升，这背后的每一步走得都很难，但我们从未轻言放弃。

在 SEO 优化中，我们学到了平时在校专业课学不到的一些实用的技巧，尤其是站外推广，发布外链的基本操作也大致掌握，学到了所谓真正的“干货”知识。

两个月的运营时间，我们坚持不懈，将理论付诸于实践，专业技能不断提升。大赛让我们学会了独立学习，独立思考，磨练了个人意志，懂得了团队的重要性。南宋杰出诗人陆游曾说到：“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。”前路漫漫，努力没有尽头，我们的团队将在实践中不断地努力着收获着成长着。