

# 好标题是如何想出来的

软文标题的重要性，相信不用说大家也明白，不管是做 SEO 的，还是做自媒体运营的，一个好的标题能让流量暴涨，标题的重要性如同人脸一般，尤其是在这个看脸的时代，不难想象为何那么多女生愿意花那么多时间去化妆，别人不知道，但笔者的女朋友每天早上至少化妆半个小时，如果你没花时间去想标题，无非就是懒或者没灵感，好的标题可非一朝一夕能写出来的，今天就来给大家分享一下我平时如何写标题的。



## 一.先从 SEO 的角度来考虑

1. 核心关键词的匹配度：每一个标题都具备一个核心关键词，不做 SEO 的可省略此步，就拿笔者的这篇文章标题来说，“SEO 软文标题写作技巧：好的标题是靠这样想出来的”，其中“SEO 软文标题写作”就是本文的核心点，利用分词技术分词的话，可以分为“SEO 标题写作”、“软文标题写作技巧”等，把最重要的核心放在标题的前面，从 SEO 的角度来说能获得更好的权重分配，同时也能方便读者去理解。
2. 标题的长度：一般软文的标题长度一定要控制在 30 字以内，太长会显得繁琐，在这里就不做过多强调了。
3. 关键词出现的次数：很多做 SEO 朋友的人，总喜欢在标题中刻意堆砌关键词，在这里对标题的关键词出现次数的要求，只有一个：不要刻意堆砌关键词即可。

## 二.思考用户的搜索习惯和需求

写标题内容之前，不妨先思考定位好用户的搜索习惯和需求，一个能吸引眼球的标题，一定是能一针见血的扎入用户的心中，为何别人能打造阅读量高的内容，很大程度上源于标题的吸引力，如何去分析用户的搜索习惯和需求，一般通过下拉框、相关搜索、百度指数等工具在挖掘，同时标题的内容不要是概括性标题，一定针对某一用户进行精细化细分。

# 善用文字的力量



## 三.标题写作技巧案例大全

### 1.经历型标题

所谓经历型标题是指通过实践得出的经验，然后进行分享，这类标题一般获得用户可信度较高，谁都希望看到别人通过实践而得出的结论，并加以整合，参考性较强。

- 例子一：写原创文章到底有多难?我写原创文章的这些年
- 例子二：改版留下的后遗症，做 SEO 千万别乱修改网站标题
- 例子三：我做 SEO 几年总结：网站标题不要修改的几大原因

### 2.入“情”型标题

入情型标题是指融入个人的生活情感在标题之中，从而与读者在生活中产生共鸣，不过这类标题不好想，需要多动脑，同时融入自己的情感方见成效。

- 例子一：走了这些误区导致丢了月入万元的 SEO 工作
- 例子二：因修改网站标题导致降权而失眠的十五天
- 例子三：学会 SEO 后，我找到了人生的初恋

### 3.入“境”型标题

入“境”是指融入生活中的景与境，写景写情相信小学生都会，这里包含生活情景、工作环境等，投入了自己的亲身经历，有利于在读者脑中营造一副美好的画面。

- 例子一：三个月的泡面生活，终于把网站排名搞上去了
- 例子二：到凌晨一点终于把这篇 SEO 文章写完了
- 例子三：学会这招，我从 SEO 外链专员晋升 SEO 主管

### 4.故事型标题

故事型标题最为常见，同时也是最吸引人眼球的标题之一，广大读者都冲着故事二字而来，故事型标题一定要有开始和结尾，例如以下案例中的“0 基础”到“独立运营网站”，就是一个开始到结尾的过程，如果你的内容没有开始和结尾，建议还是别用故事型标题。

- 例子一：做了 3 年 SEO，我是如何从 0 基础走到独立运营网站的
- 例子二：他通过 2 月学会 SEO，只因看了这个教程
- 例子三：为何他软文标题写得好?因为晚上他都在做这些事



## 5.暗藏玄机型标题

所谓暗藏玄机型标题，一般最常见的就是大家所见到的标题党了，这类标题表面告诉读者有什么东西，但具体是什么东西却埋下了伏笔，吸引眼球，一定要留下悬念。

- 例子一：短短 2 周泡到女神的秘诀，看到最后我服了
- 例子二：不花钱快速减肥的小妙招，聪明的胖纸都在用
- 例子三：看完这篇文章，你想不会写软文标题都不行

## 6.反问型标题

反问型标题大多是基于读者心中的疑问出发，这样的标题能拉近作者与读者的距离，同时也能一针见血的解决用户的疑问，增加用户的求知欲，而且这类标题写作难度不高，通常是一问一答就解决了。

- 例子一：SEO 靠自学能学会吗?答案全在这里
- 例子二：发外链和更新软文现在还有用吗?这几点告诉你
- 例子三：为何教程那么多，你依然学不好 SEO?

## 7.陈述型标题

陈述型标题一般使用得最多，而且比较简单，往往是直接告诉读者这篇文章的内容是什么，给读者一个明确的阅读思路 and 方向。

- 例子一：新站上线，不要乱改标题的几大原因
- 例子二：做 SEO 必知的用户体验分析思维

- 例子三：新站快速获取排名的秘诀

## 8.高危警告型标题

高危警告型标题使用较少，一般广泛使用“千万别”“要注意”等词汇，意在特意提醒读者，这类标题往往能让读者严肃起来。

- 例子一：注意!更换友情链接一定要明白这几点
- 例子二：过来人的经验，做 SEO 千万别随意改版
- 例子三：做 SEO 这六大低级错误千万别犯

## 9.建议型标题

建议型标题，通常是作者明确一个自己的身份，然后针对固定的人群进行建议而写的标题，一般建议型标题比较常规，在吸引程度上有一定的限制，毕竟广大读者很少是来听建议的。

- 例子一：SEO 草根建议：做 SEO 一定要懂得坚持
- 例子二：致草根：互联网推广的三个建议
- 例子三：为何我不建议大家使用香港服务器

## 10.对比型标题

对比型标题一定要有两个参照物进行对比，有的是一好一坏做对比，也可以是不相上下的参照物进行对比，也可以是好的比坏的好在哪里等，重点依然是需要两个参照物进行对比，否则就不可能称为对比型标题。

- 例子一：SEO 主管与 SEO 外链专员究竟差在哪里?
- 例子二：纯文本外链与锚文本外链究竟哪个好?
- 例子三：原创文章比伪原创文章要好在哪里?

# 四.列出好标题的流程

1. 明确内容：想要写好一个标题，一定要知道表达的内容是什么，不管是做 SEO 还是做自媒体，不管是原创还是转载，一定要知道内容是什么，明确一个好的内容是写好标题的基础，因此在写标题前，不妨先思考下，写的内容是什么方向。
2. 抓住核心点：每一个标题都有一个极为重要的核心点，都有一个主体，这也是第一点要考虑的，符合 SEO 位置布局，如果你的标题核心点不明，那么写出来的标题肯定是花的。核心点同时也要保证单一性，不要做概括性标题，这一点在录制的视频中会详细举例说明，这里不做过多说明了。
3. 采用合适的标题形式进行修饰：当明确内容并抓住核心后，接下来就是要修饰标题了，岑辉宇在第三大点已经列出了一些例子，大家可以根据内容来进行选取参考。
4. 不要做标题党：标题党并不等于好标题，有时候会让用户产生反感，不做标题党，只需要避免“夸大”、“模糊”、“不知所云”等情况出现，留下悬念并不算标题党，因此适当的留下悬念有利于增加吸引力。
5. 多看、多写、多参考：想要写好标题，不是一朝一夕就能写出来的，想要写好，一是要有灵感，二是要有认知，只有去多看别人的好标题，然后自己多写或者多参考，才能一步一步锻炼自身的能力。

6. 懂得创新思维：想要写出一个与众不同的标题，一定要在具备创新思维，照部就搬的标题并不长久，因此需要花费时间进行创新，哪怕花费两个小时去想标题都没有关系，打造别人没有的标题写作思路。

## 总结

本文重在分享平日写标题的一些思路和想法，既要满足用户的搜索需求，又要满足用户的阅读需求，这就是一个好标题的基本要素。

更多[营销套餐](#)，营销方法供你阅读。文章下载，点击：[好标题是如何想出来的](#)