

SEO 新手入门教程

第一部分：关于 **SEO**

第二部分：关于关键词

第三部分：文本的创建和优化

第四部分：链接的优化和设置

第五部分：**SEO** 的推广与应用(技巧篇)

第六部分：关于 **SEO** 作弊

第七部分：常见问题及解决方法

第八部分：**SEO** 相关案例分析

第九部分：**SEO** 常用名字及解释

第一部分：关于 **SEO**

【什么是 **SEO**】

首先，我们要先了解什么是 **SEO**？不要只光听到别人在口里说，而自己却一无所知，我们要明白的是，**SEO** 不是一款软件，也不是某个产品的缩写。而是在网络时代，我们运用这种技巧使自己的网站在搜索引擎（百度，*google*）里排名靠前的方法。简单的也可以这样认为，是我们的关键词（如帐篷）排名靠前的方法。

SEO 是网络营销的一部分，是 *Search engine optimization* 的缩写。

搜索引擎优化 **SEO** 的本质是：优化你的网站，让搜索引擎蜘蛛（**spider**）更好的阅读和抓取。搜索引擎蜘蛛浏览和阅读网站的 **HTML** 内容。因此，如果你的网站导航或文字内容是框架（**Frames**），图片，**JavaScript** 或 **Flash**，则搜索引擎蜘蛛将不能全部或部分抓取你的站点内容。不管你的站点是：内容管理系统（**CMS**）、电子商务系统（**e-commerce systems**）或者博客（**Blog**）。

让你的网站搜索引擎友好是搜索引擎优化的基础。下一步的工作就是针对产品，目标客户可能常用到的关键词（如帐篷，医药），对你网站进行关键词优化设置。针对搜索引擎优化，实际上就是针对你某个公司产品和产品受众即客户。可以这样说，如果你的产品关键词排名较好，那么会直接影响到一个公司的销售业绩，这也是为什么无论是个人站，还是公司企业网站不顾血本的请 **SEOER**（做优化的人）做优化的原因。

当然了，在学习 **SEO** 的时候我也应该明白，**SEO** 并不是一个需要广泛传播的技术，它仅仅只是各家高手在自己的不断实践中总结出来的一门技术，而流传开来的技术绝对不是最

前沿的，作为各个公司或者个人，他们是不会公开的，这也是商业机密。我们可以设想，要是最前沿的，各家之所长都公开了，那么，他们又拿什么去竞争呢？

【SEO 的目的】

- 吸引搜索引擎上的潜在客户光顾你的站点，了解并购买他们搜索的产品（帐篷，医药，服装等）。网店、销售型企业网站等。

- 希望获得来自搜索引擎的大量流量，向浏览者推介某一产品，而不是当场购买。生产型品牌企业网站、交友网站、会员模式站点等。

- 力图从搜索引擎引来充足的访问量，来扩大品牌（焱恩帐篷）的知名度，而不是某个具体的产品。如中国移动、国美电器等。

- 依靠搜索引擎的流量，并将这个流量（多少 IP）作为产品吸引广告商来网站放广告。谷歌广告、阿里妈妈、百度推广等。

- 力图让搜索引擎给网站带来大量流量，以使网站的业绩指标攀升，吸引投资者或者收购。

确定自己的 SEO 目的是有必要的。特别是当自己要找一个专业的 SEO 顾问或 SEO 公司合作时，可以明确告诉他们你的需求，以让他们更好的实施 SEO 策划，同时你自己对 SEO 顾问或 SEO 公司也有一个考核标准。

【SEO 的服务方式】

SEO 服务的方式大体上分为两种：SEO 咨询顾问、SEO 外包

1. SEO 咨询顾问：

- 目标客户：大型行业网站、具有专门管理员的网站、网站制作公司、具有 SEO 客户的个人等。

- SEOer（做搜索引擎优化的人）提供：

- 整站 SEO 优化方案、5×8 在线解答、语音和邮件支持；

- 整站关键词分析、关键词定位、竞争对手分析；（如帐篷，及相关竞争对手）预期并实现关键词的排名、控制网站的搜索流量。

- 网站方需要：按 SEOer 提供的方案和建议执行；积极与 SEOer 沟通，善于发现问题，迅速解决问题。

- 收费标准：每个月 3000 元至 8000 元不等，主要看 SEOER 的水平和网站的大小，以及最终取得的效果。

- 利弊分析：SEO 咨询顾问的方式，SEOer“授之于渔”，可以让网站方在运营过程中学习和积累 SEO 知识，学习能力强的话，半年可以成长为一个很优秀的 SEOer。因为 SEOer 只是提供方案，网站方需要花很多时间执行。该合作方式，SEOer 不保证流量和关键词排名。

- 建议：聘请行业内口碑良好、乐于分享、SEO 理论水平高的 SEOer。

2. SEO 外包：

- 目标客户：简单的企业网站、购买竞价排名的客户等。

- SEOer 提供：整站优化；目标关键词优化；保证目标关键词展示位置。

- 网站方需要：对 SEO 有基本的了解。

●**收费标准：**按具体关键词计算，30%预付款，协议截止日达到目标展示位置付全额；无预付款，按日计算展示在百度或 Google 自然排名前十的费用。

●**利弊分析：**网站方无需花太多心思。某些不负责任的 SEOer 有时会铤而走险采用 SEO 作弊的方式以达到目的，这对客户的站点构成被封的危险。排名不能保证稳定。

【搜索引擎优化 SEO 有哪些步骤和环节】

SEO 并不是简单的几个秘诀或几个建议，而是一项需要足够耐心和细致的脑力劳动。大体上，SEO 包括六个环节：

1、关键词分析（也叫关键词定位）

这是进行 SEO 最重要的一环，关键词分析包括：关键词关注量分析、竞争对手分析、关键词与网站相关性分析、关键词布置、关键词排名预测。

2、网站架构分析

网站结构符合搜索引擎的爬虫喜好则有利于 SEO。网站架构分析包括：剔除网站架构不良设计、实现树状目录结构、网站导航与链接优化。

3、网站目录和页面优化

SEO 不止是让网站首页在搜索引擎有好的排名，更重要的是让网站的每个页面都带来流量。

4、内容发布和链接布置

搜索引擎喜欢有规律的网站内容更新，所以合理安排网站内容发布日程是 SEO 的重要技巧之一。链接布置则把整个网站有机地串联起来，让搜索引擎明白每个网页的重要性和关键词，实施的参考是第一点的关键词布置。友情链接战役也是这个时候展开。（我就是吃了这个亏，虽然也是按照固定的时间每天更新优化，而且也取得了好的排名，但是却忽视了外部链接的重要性，最后很多网页被降权，排名落后不少）

5、与搜索引擎对话

在搜索引擎看 SEO 的效果，通过 site:你的域名，例如：site:hanbaozw.com 知道站点的收录和更新情况。更好的实现与搜索引擎对话，建议采用 Google 网站管理员工具。

6、网站流量分析

网站流量分析从 SEO 结果上指导下一步的 SEO 策略，同时对网站的用户体验优化也有指导意义。流量分析工具，建议采用 Google 流量分析。也可以采用站长统计工具，可以从相关报表获得有用的信息（如流量来源，关键词的流量等）。

SEO 是这六个环节循环进行的过程，只有不断的进行以上六个环节才能保证让你的站点在搜索引擎有良好的表现。

【SEO 的未来发展】

互联网是一个庞大的信息和数据来源，大部分的互联网用户依靠搜索引擎找资料，组织网上信息是一个庞大的任务，搜索引擎优化目的就是承担和完成这项工作。越来越多的互联网用户使用台式机，笔记本电脑和移动设备访问互联网。由于流量增加，需要的信息也越来越多，这需要正确引导流量，以正确的信息和决策信息方便用户，这就需要依靠 SEO 来实现。

搜索引擎优化利用索引，帮助网站在搜索结果中提升自然排名。当你在任何搜索引擎输入一个关键字搜索，您会获得一个的搜索结果链接列表页，上面会有您所要获取的信息，一般用户会点击排名靠前的信息。所有的网站都是互相竞争以吸引用户，他们都利用 SEO 作为一个有效的营销工具，其中有些人选择的搜索引擎操控。由于竞争激烈，SEO 人才需求量随之增长。

搜索引擎优化并不是欺骗搜索引擎，现在的网站管理员通过这种方式在 SERP (搜索引擎结果页) 来获得较好关键词排名。付费排名的费用相对较高，且效果及转化率降低的情况下，越来越多的网站将会选择自然 SEO 网站优化。

中国的 SEO 行业是从 2003 年才开始起步的，时经 5 年还仍旧处在初级发展阶段，从事这一行业的人不多。大多数的 SEO 公司还是作坊式经营模式，只是对网站进行一定的修改，就说成了所谓的网站优化。从关注国外的搜索引擎优化的动向来看，搜索引擎优化已经发展到一个涵盖各个网络层次范围的一个特殊的职业。

谈到中国的 SEOer，公认的说法基本是按三个流派来划分的，一类属于技术流派，无论是黑帽或白帽，他们的技术角度是一致的，通过研究搜索引擎，而达到关键词好的排名。一类则属于文科流派，他们并非技术出身，可能来自各行各业，主要通过文字撰写（如软文）的方式分析网站，推广网站，但是他们也会研究技术，只是不像技术类那样偏重于技术。最后一类是以上两者兼备，集众家于大成，这类 SEOer 自然是业内的个中高手。

搜索引擎优化未来研究的走向主要分成策略化和技术全面化。

策略化的走向：研究搜索引擎未来的走向和市场的划分，研究搜索引擎与用户之间的联系，包括搜索者的心理和背景等，网站建设相关因素搜索引擎优化在不同性质站点中的实际运用方式，网络营销策略在搜索引擎营销中的体现形式研究，利用搜索引擎如何在网站建设中推广品牌研究，企业级用户和网站级用户的实际需求和战略规划研究，付费推广与本体站点搜索引擎优化之间的联系。

技术全面化的走向：研究与分析搜索引擎中一些基本的算法和可能的因素，研究不同站点框架的优势和页面布局因素在搜索引擎优化中的影响，研究主机域名等非主流因素影响力度，研究地图与网页结构的影响，研究 Keywords 以及内容的排列方式。

搜索引擎会越来越成熟，搜索结果的单一排名的操纵性也越来越低，SEOer 是介于搜索引擎和网站之间的连接者，所以 SEOer 不仅要了解搜索引擎，更要了解网站，了解用户，这样才能更好的利于搜索引擎的发展，同时利于网站的发展，提高用户的体验，从中实现 SEOer、SEMer 的价值。

第二部分：关于关键词

【什么是关键词】

我们要做优化，首先就要明白什么是关键词。顾名思义，关键词就是你这个站的一个主题词语，个人站的随意性比较强，这和个人的知识构成和能力水平相关。但是作为公司企

业来说，一般来说，你的产品就是你的关键词，如果你是生产皮鞋的，那么皮鞋就是你的关键词，你是生产帐篷的，帐篷就是你的关键词。

关键词由关键字组成，而关键词和关键字又可以组成关键短语。如“小”是一个关键字，“小说”就是一个关键词，“青春小说，校园小说，言情小说，小说下载”就是关键短语。关键词定位是搜索引擎优化的核心是 SEO 的主要目的。

关键词是做优化的基础和根本，也是最重要的一个环节，我们可以这样说，网站的优化，实际上就是关键词的优化。因为，网站的排名实际上就是网页的排名，而网页的排名其实就是这个网页的关键词的排名，因为客户，检索者，他们是通过搜索关键词找到的网页和相关信息，比如我们要了解关于地震的信息，我们就会在搜索框里输入“地震”这个关键词。所以，关键词的优化好坏对于网页的排名至关重要。（当然，这是我自己的理解，但我想，这是正确的）帐篷也是一样的，客户要了解帐篷的相关信息，他在百度查找的是“帐篷”这个关键词，而不是你生产帐篷的这个公司。除非你公司非常的出名，就像新浪，那么别人会直接输入新浪这两个字。如果你帐篷的排名好，流量大，那么客户也就顺便了解到了你这个公司。

而明白了什么是关键词之后，我们要做的就是，关键词的选取，这对于一个网站的长期发展和最终发展潜力也是至关重要的。我们先看下一节。

【关键词的选取或者确定】

关键词的选取尤为重要，也颇具难度，当然了这是针对个人站长来说，对于企业站，我刚才在上面也提到了，你的关键词就是你的产品，这个没有什么说的。而作为个人站，关键词的选取主要受到个人的影响。所以往往比较具有难度。

在这里我们通过一个例子来具体讲解怎么确定选择关键词：

尚奇公司的欧朝晖曾谈到一个案例：

他为一个全球著名的手机网站做优化时，该公司的营销策略不允许使用任何带有“cheap”字眼的词，因为他们认为这个词对产品有负面影响。然而，在搜索引擎关键字分析数据中，“cheap”确实一个“非常受欢迎”的词。比如：cheap cell phone 和 cheap mobile phone。经过一番论证，公司的营销部门同意使用这个词，最有意思的是，再后来的传统营销广告中，他们也用上这个词了。

我举这个案例，要说明的是：

网站要确定什么关键词，不是凭空想象的，而应该把这个决定权交给搜索引擎的关键词分析。

比如，一个减肥的网站，可以确定的关键词非常多：减肥方法、如何减肥、快速减肥、冬季减肥、减肥产品、健康减肥、减肥网、瘦身、瘦身方法。

还有我们的小说站，我们可以确定为：青春小说，校园小说，小说下载，言情小说，都市小说，以及青春校园小说等等具有相关性的词语。

那么到底如何来确定关键词呢？这里涉及到四点：

- ★ **关键词的相关性和密度。**是的，“瘦身”和“减肥”意思一样，但如果你的网站上很少出现“瘦身”字眼，则搜索引擎认为“瘦身”和你的站点并无相关，你不会获得“瘦身”的排名。也就是说你确定的关键词，一定要在你的站点上经常被提及的。
- ★ **关键词的搜索频率。**在中文意义上，我们认为“快速减肥方法”和“快速减肥办法”应该是一样的。但搜索引擎却不这样认为，百度的数据表明，“快速减肥方法”每日 300 次左右的搜索，而“快速减肥办法”每天的搜索量几乎为 0。我们可以通过“百度指数”这个工具，检查你的关键词的搜索量是好多，也就是有没有搜索量，每天是好多。百度指数地址：<http://index.baidu.com/>
- ★ **关键词的竞争对手。**比如，“减肥”这个关键词，虽然每日的搜索量在万计，但其竞争对手都比较成熟，还不是小站可以轻易匹敌。你也可以通过百度指数查看“帐篷”这个词每天的搜索量和分析同行的竞争对手。以前，百度还有个“百度相关搜索”指标，但是，可能考虑到很多人专门针对某些高流量的词语过度优化而忽视自己本身网站的水平和质量。几年前百度就关闭了这项功能，但是“百度指数”同样也可以起到类似的作用。
- ★ **回避热点。**这也是一个对于关键词的选取有很多关系的概念。什么是回避热点呢，就是不要做看起来流量很大的关键词，这主要是考虑到我们个人站长的实力和具备的资源等这些客观因素决定的。我们在选取一个关键词的时候，首先因该看看有没有门户站的参与，有没有竞价排名的网站，如果有这些站的介入，我们最好考虑是不是换一个关键词。因为人家那些门户站都是拿钱的，你再优化也弄不到第一页去。其次，就是，不要选取热量过大的词，比如“小说”这个词，看起来每天有十几万的搜索量，但是你没有实力和那些大站去竞争，这个时候，我们可以考虑选择“小说下载”，同样可以获得很好的流量，而且也很容易就能做上去。

总结：

确定的关键词一定是和你的站点高度相关的。太热门的关键词小站或许做不来，但如果是没有流量的关键词，则排第一也是没有意义。

确定关键词的秘诀是：想想你是搜索者或消费者，而不是站长。

【关键词的分析】

当确定一个关键词之后，我们还可以对它进行一番分析，看看这个词到底能不能做，值不值得我们做，有没有能力做起来，有没有发展的潜力，有没有价值等等一系列相关的分析。

下面具体讲解：

从上面的关于关键词怎么确定或选取？我们可以大体了解选择关键词的基本思路：

1. 选择符合自己实力的关键词
2. 不选择流量太低的关键词，也不选择流量过高的关键词（回避热点）

现在我们详细解剖关键词分析的过程：

1. 了解行业概况
2. 行业关键词集合

3. 关键词竞争性分析
4. 关键词发展规划和流量预计
5. 确定目标关键词

了解行业概况：

1. 搜索行业主关键词，（如帐篷）搜索结果前 5 页的网站基本上可以说明该行业的概括。比如：SEO 这个关键词排前 50 名的基本上都是非常专业的站点，而且绝大部分是主域名，域名中包含 SEO 的居多。
2. 你所熟悉的站点，包括这个站点的建站时间、专业性、站点规模、主关键词等。比如对于 SEO 这个关键词，你熟悉 www.seowhy.com 那么它排在哪一个位置？即知己知彼。
3. 在行业关键词搜索结果的前 10 个站点，主要是竞价网站？行业网站？企业网站？还是个人网站？如果竞价网站和行业网站居多，则说明关键词商业价值强；个人网站，该行业大部分采用广告联盟形式，具有创新赢利模式者可以考虑切入；简单企业网站，则说明行业竞争性不强。

从这些方面，你可以大体把握行业概况。同理，你可以了解建材行业、减肥行业、旅游行业、有色金属、滤材行业，竹编行业等。（输入帐篷试试，分析一下）

行业关键词集合（相关性）：

1. 搜索行业主关键词，点击搜索结果第一页底部的更多相关搜索。从这里获得行业关键词的集合，做适当的筛选。比如帐篷这个词，我们还可以得到广告帐篷，军用帐篷，户外帐篷，旅游帐篷，折叠帐篷这些和帐篷相关性的词。
2. 从百度指数获得每个关键词的每日搜索量。帐篷这个每日的关注度大概在 500 左右。
3. 如果你需要更多的行业关键词，可以采用中文版 Google 关键字工具。

关键词竞争性分析：

1. 从行业关键词集合中选择适合你自己的。包括：关键词相关性、关键词搜索量、关键词商业价值。
2. 针对选择的关键词（我们称为二级关键词），按了解行业概况的方式了解二级关键词的排名概况。
3. 二级关键词的竞争往往没有那么强，如果搜索结果第一页出现目录链接或内容页则可以确定为目标关键词之一。
4. 需要对自然排名前 5 位的站点进行分析，包括 SEO 水平、主关键词、网站规模、建站时间、PR 值等。
5. 一般需要 3-6 个月时间的发展，你是否有这样的耐心？如果不能忍受这样的时间，则需要考虑竞争性更低的。

关键词发展规划和流量预计：

1. 确定一个可发展的主关键词，对网站流量的提升大有裨益。如：刚开始可以确定 **SEO 优化** 为主关键词，将来随着网站的发展，**SEO** 的搜索结果中也会有好的排名。
2. 关键词的发展规范，需要有一个明确的层次。如：快速减肥方法 与 减肥 是一个很大的层次，但与快速减肥、减肥方法可以很好过度。
3. 流量预计是一个需要经验的活儿，一些关键词虽然每日搜索量很多，但流量主要被前三（后二）或竞价网站“拦截”。
4. 对于大型行业网站，这个步骤是显得非常重要。

确定目标关键词：

以上的分析，基本上可以帮你确定目标关键词了。对于主站（主域名或说首页），往往可以确定三个目标关键词。目录页、内容页的关键词可以以此类推。比如我们网站的目标关键词就是“青春小说，校园小说，小说下载”。

【目标关键词是什么】

上面提到确定目标关键词，那么什么是目标关键词呢？看下面：

目标关键词，指经过关键词分析确定下来的网站“主打”关键词，通俗地讲指，网站产品和服务的目标客户可能用来搜索的关键词。（如帐篷）

一般情况下，目标关键词具有这些特征：

1. 目标关键词一般作为网站首页的标题。
2. 目标关键词一般是 2-4 个字构成的一个词或词组，名词居多。（帐篷，军用帐篷，民用帐篷，救灾帐篷）
3. 目标关键词在搜索引擎每日都有一定数目的稳定搜索量（帐篷每日搜索量大约在 500 左右不等）。
4. 搜索目标关键词的用户往往对网站的产品和服务有需求，或者对网站的内容感兴趣。
5. 网站的主要内容围绕目标关键词展开。（围绕帐篷展开）

【什么是常尾关键词】

分析网站的搜索流量和关键词，我们发现：

1. 对于一般小型网站，目标关键词带来的流量占网站总搜索流量的绝大部分。
2. 存在于网站目录页、内容页的关键词也会带来流量，但为数不多。

网站上非目标关键词但也可以带来搜索流量的关键词，称为长尾关键词。比如我们的网站里，“郭敬明小时代 2.0 虚铜时代下载”这个就是常尾关键词。而且流量还不错。

长尾关键词具有的特征如：

1. 比较长，往往是 2-3 个词组成，甚至是短语。
2. 存在于内容页面，除了内容页的标题，还存在于内容中。
3. 搜索量非常少，并且不稳定。
4. 长尾关键词带来的客户，转化为网站产品客户的概率比目标关键词低很多。
5. 存在大量长尾关键词的大中型网站，其带来的总流量非常大。（通过流量分析得出，我们网站的流量目前 80% 来自于长尾关键词）

举个例子如：

本站（www.hanbaozw.com）的每篇文章、每个目录都策划了关键词，正是这些长尾关键词构成本站的主要流量。数目比例在 60% 左右。

注：大中型行业网站 SEO 的主要技巧就在于对长尾关键词的策划。

【什么是关键词叠加】

关键词叠加，英文：Keyword stacking 指为了增加关键词密度，在网页上大量重复关键词的行为。

关键词叠加是 SEO 初学者最常犯的错误，他们一般在标题标签、描述标签、关键词标签、图片的 ALT-代替属性中重复放入大量关键词。有时，他们在网页页脚部分摆放上几十个关键词。

关键词叠加是一种典型的 SEO 作弊行为，搜索引擎判断这种作弊行为的算法已经相当成熟，所以，一旦网页上出现关键词叠加现象，一般整个网站会被搜索引擎封掉。很多网站不被搜索引擎收录，往往也是这个原因。

【关键词放什么位置比较好】

页面上的什么位置放着关键词最好？搜索引擎认为，网页上重要的地方往往放着关键词。

1. 首先关键词应该在文章的每个段落里；
2. 网页头部标签（如：Description Tag-描述标签、关键词标签等）应该放着关键词；
3. 网页上图片的 ALT 标签里应该写上关键词；
4. 可以考虑把关键词作为子目录；
5. 网页中谈到其他网页的关键词时，不要忘了添加链接并指向那个网页；

添加关键词时，应该考虑的对象是网站的用户，而不是搜索引擎。不要采用任何手段欺骗搜索引擎。

【关键词密度多少比较好】

很多 SEO 前辈都回答过这个问题。答案分别是：2-8%、3-7%、低于 10%、5%左右，你自己选一个吧。关键词密度是一个模糊的概念而不是绝对。你可以运用查询工具查询一个页面的关键词的密度。如站长查询工具：<http://tool.chinaz.com/>

关键词密度并不是越高越好，下面的解释，你或许会明白关键词密度意味着什么？

搜索引擎的工作流程大概是这样的：

1. 对网页进行索引。这是 Robot 的工作，搜索机器人很勤奋，所以被收录是最简单的事情了。
2. 按关键词对网页进行分类归档。
3. 对某个关键词归档内的所有网页进行排序。这里涉及到域名 PR 值、链接锚文本等等方面。
4. 对于热门的关键词，结果的第一页生成静态页面。

其中第二点，搜索引擎把网页内容的中符合关键词密度标准的词，确定为该网页的关键词。所以，关键词密度意味着什么？如果没有确定好关键词密度，则不可能有第三点的排名。

【关键词的权重】

这似乎是一个很新的概念。但，对 SEO 颇懂行的人就明白，搜索引擎显然会这样做的。

决定关键字权重的大参数（之所以用大参数，是因为小参数还很多）：

- 1、这个网页的 PR 值、这个网页主域名的 PR 值；
- 2、关键字在网页标题中的比重（就是比例）和位置；
- 3、关键字在 meta 标签中是否被提及；
- 4、网页内是否有很多与该关键字相关的关键字词组；
- 5、关键字在网页上的密度（3-8%）为佳，显眼度（加粗、变大、换字体等），位置（h1, h2, 还是网页底部？）
- 6、以这个关键字链接向本页面的外部链接和内部链接数量。分别按一个阻尼指数线性叠加。通俗说法是，一个外部链接投一票。

这 6 个大的参数重要性相当，都为这个网页在某个“关键字”中的排名起到大概六份一的力量。其中 2-5 点告诉搜索引擎该关键字在这个页面中属于什么档次，也就是说，告诉搜索引擎，我们这个页面关于这个关键字有多大的专业。（如果该关键字是所有关键字中的是老大，或者是唯一的，那显然要牛很多）；

【怎么看关键词优化的好不好】

一般情况下，我们看一个站点关键词优化得怎么样，主要通过以下几点：

1. 站点的规模，以及由此决定的关键词定位。
2. 关键词在站点的分布情况。
3. 关键词扩展的挖掘和利用。

4. 首页、目录页、内容页的标题标签是否书写规范。
5. Description Tag-描述标签、关键词标签、ALT-代替属性 等是否合理利用。
6. 关键词密度以及关键词在网页上的位置。
7. 关键词的字体、特殊性。

是否存在关键词叠加、隐藏文本和链接等作弊行为。

关键词的部分就先讲到这里，通过上面的学习，希望能够对关键词的优化起到一个基本的了解，在脑海里形成一个系统的，形象的关键词意识。在实际优化的过程中学以致用，不断的尝试和总结，这才是最能够提高一个人的优化能力的水平。

下面这一部分，我将向你介绍，怎样创建一个好的文本，做好一个对搜索引擎友好的文本，这是很重要的，说白了，网页排名的基础，实际上就是文本和链接。所以，我们现在一起进入下一章，文本的创建。

第三部分：文本的创建和优化

在讲这部分内容的时候，我们首先看看下面这一篇文章（算是一个简单的娱乐）：

不愿成为文艺的奴隶

文/昱昱

首先，在这里先向大家问好，好像自己很久没有写文了，不是因为自己懒，而是这段时间太忙了，完全没有写文的时间。网站被降权，我郁闷了好几天，其原因就是自己忽视了外部链接。

不管怎么样，我觉得只要自己努力，一分耕耘一分收获，虽然听起来很恶心，但是这是真理，昨天帮巧凤做了一个关于 SEO 的教程，38 页，3 万多字，这也没什么了，就是自己累点，但是很充实，特别是为自己喜欢的人。最主要的是，由于天天大量的打字，我心爱的电脑损失了一个按键。哎，那个时候，我都快哭了（每次这样说的时候，总有人抛来白眼，说一点都不想男子汉）。那好吧！我也承认。

做完了教程后，这并不是全部的内容，如果就这样简单那就好了。我还要帮忙修改系上的一个心理情景剧的一个剧本。说真的，虽然我也在里面扮演了一个角色，但是，作为我本人并不喜欢那个什么关于心理情景剧的方式。我更喜欢爱情方面的。没错，你猜对了，我是情圣，比贾宝玉都还要单纯。不要向我吐口水啊！实在搞不懂“导演”为什么要找我修改，虽然我有那个能力，但是，我真的不敢保证，修改过后的剧本就一定能通过所谓的审核。当然通不过审核这并不是因为我的水平有多差，或者，修改的有多烂，而是，你们也知道，领导喜欢的永远都是为他们搞宣传，赞美他们的文章。

很搞笑的是，不知道为什么，每次文艺晚会上都有小品相声之类的，而那些小品真的很一般，甚至没法看。我不用看就知道，在里面一定会提到“内江职业技术学院”这几个字。好像有了这几个字，你的节目就一定能拿一等奖一样。可是，我不愿意啊，所以我的节目从来就没有获过奖。

印象最深的是曾经有过这样一个节目，也是小品，一上场，一个演员就用尽丹田之气雄壮的吼出，爸妈，我考上大学了，我考上内江职业技术学院啦，爸妈拿着那个造假的录取

通知书，眯着眼睛，噘着嘴一字一顿的读到：内！江！职！业！技！术！学！院！然后，就泪流满面的紧紧的抱着他们那个假儿子，高兴的哭了起来。是啊，我们的孩子终于上了大学了，你可是我们村里第一个大学生哦！

每当这个时候，每当他们从口里中气十足的吼出“内江职业技术学院”的时候，你看坐在评委席的领导，他们笑的像一朵花。几个人交头接耳一番，不错，政治觉悟很好，节目也很切合主题。你看是不是弄个一等奖什么的？另一个人可能官儿要大些，也是满脸笑意的频频点头，那是当然了嘛！

可是，他们忘记了这是一个以艺术节的名义主办的晚会。不是那些政教宣传片。

呵呵，还是不能理解，为什么每次的小品东东里面就一定要有人考上大学呢，每次都有年老的爹和妈送孩子上学呢？他们还是可能忘记了，现在中国每年都有几百万的大学生，“大学生”这三个字已经不是什么听起来很高贵的称呼了。

我自己本身也是一个文艺爱好分子，但是，每次去看学校里的节目的时候，感觉还不如把“四书五经”捧在手里反复的朗诵呢？以前说有晚会什么的，我总是很积极。但是现在我从来不去看什么晚会。我不去看就能够知道他们演了些什么。那天，一个朋友闷闷不乐的从礼堂回到了寝室，他问我，你猜今天有什么节目，我毫不犹豫的说，该不会又有爹妈送儿子上大学吧！他痛哭流涕的说，你怎么知道呢？

所以，这次帮她修改剧本我就很是为难，于是，我就问她你是想要质量呢还是想要名次，她有些不解（因为她是新同学），说什么意思？我说，想要节目质量的话我就按照我的思路写，想要名次的话我就在里面写上“内江职业技术学院”这一个大字，并且注明，此处演员深情并且响亮的喊出。她听了之后就深思了，可能也是拿捏不定，过了很久，她坚定的看着我，说。

要！名！次！

我就开始笑，一直笑，笑到肚子痛。

那好吧，于是我就开始在剧本的某个地方这样写道：他们几个人一大早就打点好了行李后，来到了内江职业技术学院，当他们停留在门口的时候，看到了教学楼上闪闪发光的几个大字，其中一个矮个子的男生揉了揉眼镜，高声的喊出。

美丽的内江职业技术学院啊，你是我实现梦想的理想乐园！！

冥冥中我又感觉到了来自评委席上的浑厚的掌声，嗯，应该弄个一等奖！

下面具体讲解：

上面说到了，网页的排名的基础就是文本和连接，一个好的文本有很多因素，其中最主要的就是，你的文本一定要是原创（比如说我那就是原创），当然，如果没有原创，你也可以作一篇“伪原创”嘛！关于链接的知识，我将在下一章向你具体讲解。

文本的创建是一个很大的概念，其中也包含了很多关键性的因素，如怎样写<title>标签，怎样写<table>标签，怎样写<meta>标签，怎样写<tag>标签，以及网页头部（head）的设置。还有怎样布局页面，怎样做好连接，及入度和出度等，而所有这些当中，我个人觉得title和tag是很重要的。因为通过我自己的总结，我们网站搜索引擎搜索的很多关键词实际上就是tag标签。

说道页面的构建，这也离不开上一章我所讲的关键词的运用和理解。它们是一个逐步递进的关系，确定好了关键词，那么接下来就是征对关键词把它融入文本，进行更好的设置和优化。实际上，这本教程从整个布局上，我也是采用逐步递进的方式进行陈述。这样，可能更有利于初学者的理解和更快的入门。

前面我都说过了，这只是初级教程，讲述的都是 SEO 里面最基本的知识，目的在于能够很好的帮助学习 SEO 的朋友们能够更快的入门。好了，废话就不说那么多了。我们先来看看页面的构建。

【页面的构建】

页面的构建也是文本的创建里的一部分，它对整个文本乃至网站来说，都至关重要。它是我们建站的三个主要工作之一。

页面的构建的第一步就是要在页面中融入关键词，要是一个页面中连你的关键词都没有，那么这个页面也就是像一个没有主的魂，没有一点价值可言，至少对于搜索引擎来说是这样的。在融入关键词的时候，这里我们要涉及到一个关于“组合的妙用”。

组合的妙用主要是讲：最大化的使用搜索引擎计算切词后的组合关键词的计算因素，最大化的扩展和延伸主关键词，形成更多的长尾关键词和短语等。尤其是要动脑筋和大量的翻阅一些相关的资料。

可能你不怎么明白，这里我举个例子来说明组合的妙用。我就拿电影这个词语来说吧。“电影”是一个关键词，但是，根具电影我们还可以联想到什么呢？有很多。比如说：在线看电影，免费看电影，成人电影，儿童电影，热门电影，免费在线看电影，在线免费看电影，高清电影在线观看等等多得很。不管你是有序组合还是无序组合，只要你能联想到与之能够搭配起来的都可以，这就需要考你的文字水平了。

帐篷也是一样的道理啊，我们可以组合成军用野外帐篷，救灾民用帐篷，帐篷的制作方法，帐篷的市场价格，还有各种帐篷的规格，这些都可以算作组合。

确定下来这些之后，能够合理的布局和运用，那么页面的构建也就很简单了。是的，看起来很容易，但是却是我们要真正动脑筋，查询和分析相关的资料，才能够更好的完成的。

【title 标题的写法】

学习网页的人都知道，title 就是你这个网页的主题，也可以说是这个网页的名字，你这个网页的整个的内容就应该是围绕着 title 进行展开。在 SEO 里，title 又有着更加重要的作用，它甚至对你这个网页的排名起着决定性的作用，下面我们具体来看，在写 title 的时候，我们因该注意些什么：

- ◆ 在写 title 是，里面不要出现和主题无关的关键词。我们只要坚持这样一个原则，一个页面只能有一个主题，可以有多个相关的关键词，但是不可以一个页面多个主题多个关键词。
- ◆ Title 中不要出现重复的关键词。如果你的页面计划做组合关键词，不要在 title 中重复出现关键词，作用不大，组合的时候会产生消噪。
- ◆ Title 中如果如果就做一个产品和数个产品的关键词，那就不同了，这个时候，务必精确的给出，这个是不适合组合的用法。例如你的产品是帐篷，那么在 title 里就要精确的反复给出帐篷这个词语。
- ◆ Title 中实现的是页面的标题，也就是该页的主题，换句话说，就是该页在搜索引擎里排名计算的主题，所以 title 的作用相当重要。

【单页的优化】

首先，我们先正确认识这样一个道理，那就是，没有任何一个网页是完全符合搜索的计算因素的。这也就给我们了一个信息，网页是需要一些优化的。

现在我们来看看单页优化的技术要点：

1. 要明白单页的主题，然后构建极度的相关性，最后采取加噪和消噪的方法避免优化过度。
2. 单页优化的网站集合作用。单目录集合的作用。和网站集合的作用。以及万网集合的作用。不难理解，一个网站是由若干个网页组成的，因此单页优化的好不好，直接影响到整个网站。
3. 单页优化的网络集合作用。**url** 分析，网页结构，链接的分析，链接结构，最终产生集合中的元素。因为一个网页并不是孤立存在的，它一定要和其他的页面链接在一起。网络就是由千千万万的网页组成的。这里涉及到链接的概念。
4. 单页优化的 **title** 构建。网页的命名，以及 **title** 的深解。记住这样一个理论，你的网页不仅是给用户看，也是给搜索引擎看的。
5. 单页优化的页面布局。主要是依据关键词选择合适做优化的布局。有利于搜索引擎的抓取，和更好的收录。
6. 单页优化的出度的构建。有计划的出度是为了更好的入度。什么是出度和入度，我在链接的那一章在详细说明哈。
7. 单页优化板块主题构建。明白网页分类以及板块权重的培养，一般来说，一个网页中文本的板块就是这个网页的权重板块。
8. 单页优化的加噪与消噪。适当的消噪可以避免优化过渡，而不至于被 **K**。这里涉及到 **SEO** 作弊的相关知识。在后面的章节里在详细陈述吧。

这就是单页优化的八个技术要点，当然我这里也是根据自身的总结得出，如果你还有更好的技巧，也可以拿出来和我们一起分享。

【隐藏文本和链接】

什么是隐藏文本和链接：采用隐藏的手段在网页上放置许多文本和链接，浏览者看不到隐藏文本而搜索引擎可以爬取到，从而欺骗搜索引擎对网页关键词的判断。这些手段包括：

- 将文本和链接的颜色设置与背景一样
- 将文本堆积在图片后
- 使用 **CSS** 隐藏文本，如：字体大小设置为 0
- 通过 **CSS** 隐藏链接，如：链接的像素为 1
- 把链接隐藏在小字符里，如：逗号等

隐藏文本和链接的 **SEO** 作弊手段不同于 **Cloaking**-障眼法和关键词叠加，但同样可能导致你的站点被搜索引擎封掉，所以要注意避免。

如果你的站点因为这个错误而被搜索引擎删除了，则清理完隐藏文本和链接后，重新向搜索引擎提交网址，过段时间应该可以重新获得收录和排名。对于 Google，你可以通过注册并使用 Goole 网站管理员工具获得帮助。

【title tag 标签的写法】

通过简单的观察就可以发现：（比如说我们含苞中文网就是这样）

排在搜索引擎搜索结果前几页的网页或网站中，一般是这个网页或网站的标题标签（Title Tag）中包含着搜索关键词。所以，反过来，要让自己网页或网站排到搜索结果的前列，网页的标题标签（Title Tag）非常重要。

那么网页的标题标签（Title Tag）要怎么写才是最优化？要领如下几点：

- 1、网页的标题标签有效长度是 64 个字节，汉语是 32 个字。长出来的部分无益有弊。
- 2、标题标签中务必出现这个页面的关键词，或者关键字词组。关键词和关键字词组的位置也有关系。同样条件下，搜索引擎优先考虑关键词和关键字词组靠前的。
- 3、标题标签中可以出现网站名字（品牌），比如我们大家都知道的“百度知道”“百度百科”品牌。每次我们看到这个字眼就会点进去，因为知道它们会给出好的答案和网页加载速度。但，网站还没有品牌之前，是否也需要在每一个网页标题上加入网站名称？
- 4、一个网页，不管多大多小，最多优化推广 3 个关键词为佳！这一点几乎大家都在犯傻。我想推广很多个关键词，怎么办？——答案是多建立目录，多做新的关键词相关的网页。
- 5、把广告语写入网页的标题标签（Title Tag），这是非常重要的。因为广告语才真正吸引用户点击进去。比如：“竞价排名，真正按效果付费的推广方式”，其中关键词是“竞价排名”，广告语“真正按效果付费的推广方式”。
- 6、网页的标题标签（Title Tag）规范化例子：
 - a、买鲜花选花香屋 专业和实惠 超乎您的想像 （关键词“买鲜花”）
 - b、郭敬明小时代 2.0 虚铜时代最新版下载——含苞中文网 （关键词是文章的标题）
- 7、网页的标题标签不要太长。原因有两点：
 - a、搜索引擎网页标题的索引(index)里面只保存标题的前 64 个字节。多出来的部分用三点表示。试试百度和谷歌，是不是这样？
 - b、关键词在一个页面的重要性由多方面决定，其中有一个很重要的决定因素是：这个关键词或关键字词组在标题中所占的比重。比如：在其他条件都一样的情况下，一个标题是“我爱百度，搜索女朋友很酷很爽”，另一个标题是“我爱百度，百度真好”。用户搜索“百度”这个关键字时，显然是第二个排在前面。但，这个两个标题导致的流量会哪一个更高一些呢？呵，想想吧，如果两个分别第一位和第二位，用户会更喜欢点击哪一个呢？所以，在控制网页的标题标签长度时，需要考虑广告语的重要性。这里需要权衡。（举例，如你们帐篷就可以这样写，情侣帐篷，是您野外露营的必备之物，突出情侣帐篷）

【Description Tag 标签的写法】

首先看 description tag 是什么意思，他的意思是“描述标签”。描述标签虽然不是那么十分重要，但认真对待描述标签，总比没有或者随便写描述标签要好一些。

描述标签的重要性主要表现在三个方面：

1. 描述经常会显示在搜索结果页面上，直接了当告诉搜索用户网页上的信息。良好的描述标签是网页的“广告词”，直接吸引用户点击你的链接。比如：你在百度搜索 seo，搜索结果页都显示着描述标签，你可以根据需要选择适合你的。
2. 描述标签给搜索引擎提供了一个很好的参考，缩小了搜索引擎对网页关键词的判断范围。
3. 描述标签里往往可以让关键词出现 1-3 次，从而增加关键词密度。

描述标签的写法：

最不好（只简单得写着关键词标签）：

```
<META NAME="Description" CONTENT="帐篷"/>
```

稍好（简单加了几个相关的词）：

```
<META NAME="Description" CONTENT="最新帐篷，在线购买帐篷"/>
```

最佳（提供用户感兴趣的信息，同时突出关键词）：

```
<META NAME="Description" CONTENT="最新民用帐篷，方面实惠，温馨情侣帐篷，各类爱心帐篷，低价出售"/>
```

要避免用样的意思反复出现在描述标签里（这样可能会导致被视为 Spam 垃圾网站）：

描述标签注意点：

1. 不同的网页，不同的描述说明；
2. 对于主页和列表页面（汇总页面），建议采用网站一级的描述，即与主页的描述一致；内容页面，则采用网页一级的描述；
3. 如果没有条件或时间为每一个页面写描述，则可以考虑放空。但对于重要的页面，还是建议手写上。

【写网页内容需要注意什么】

网页内容是写给谁看得？

这个问题是做 SEO 的人应该理解的一个最基本的概念。对这个问题的理解和把握，可以看出你对 SEO 的认识程度。

或许很多网站设计者会毫不犹豫地说：“网页内容，当然是给用户看的呀”。其实，这是第一代网站建设的思维，已经落伍了很多年。第三代 **SEO** 网站建设思想指出：**网页内容，不只是给用户看，更是给搜索引擎看**。上面也提到过。

网页内容要写给用户看，你需要：

1. 懂得广告学思维：让不同类型的用户在你的站点上都能找到他们喜欢看的信息，用户认同的信息更容易赢得信任。从而使用户成为你的客户。
2. 越短越好：用户的时间都很宝贵，他们从来不会那么认真看一个陌生站点的内容，正如我们对其他站点的态度那样。
3. 内容要有主次重点。**SEO** 十万个为什么的文章都带有黑体文字，就是这个目的。
4. 美工、图片、动画等等，引导用户随你的思维进行。

网页内容写给搜索引擎看，你需要：

1. 确定网页的关键词，然后频繁出现在文章内。比如讲述“减肥方法”的网页，就不要在网页内掺和着“瘦身办法”或者“瘦身方法”字眼，而应该把这些词汇都写为“减肥方法”。如果你细心的话，你会发现 **SEO** 十万个为什么在这方面做得从不含糊。
2. 每个网页的关键词不要超过 3 个，让内容围绕着关键词展开。
3. 关键词要出现在标题、**meta keywords**、**meta description** 中。至关重要！
4. 关键词重点突出。给关键词加黑体、斜体、或者放入 **H1** 之间。至关重要！
5. 适当的时候，把一些关键词连向权威的专业站点。比如，你的网页讲述 **SEO** 相关的内容，那么把 **SEO** 作为链接锚文本连向 **SEO** 十万个为什么会让搜索更确信网页内容主题。（别忘了权威两个字）
6. 网页内容页面通过链接锚文本的形式互相连接。（即入度和出度）

好了，关于文本的创建和优化就讲这么多，其实还有很多关于怎样创建一个好的文本和页面。我个人觉得，无论再多的方法，最本质的还要落实到我们文本的自身的质量。也就是原创。搜索引擎对于原创的内容会给予很高的评价，你即使不怎么懂优化，只要内容好，够真实，那么也会给你一个很好的排名。当然了，一个高质量的原创内容也是吸引顾客的最主要的因素。这样，顾客也会给你一个很高的评价，这对于以后公司的发展是很重要的。并且极有可能就那样成为你们的固定客户。

第四部分：链接的优化和设置

在上面的讲解中，很多地方都提到了链接，在这章里，我将具体阐述链接的相关知识。一提到链接，我们首先想到的是超链接。是的。也正是由于链接的存在，才能把我们的每个网页和网站联系在一起，形成一个浩瀚的网络，从而使每个网页和网站而不是孤立的存在。

网站和书籍的不同之处就在于，由于有了链接的构建，形成了特有的形式。网页的特性就是，链接。

【链接的构建】

构建链接的第一步，链接作为各家搜索引擎的最重要的排序依据，各自开发了各自的连接排序应用技术。当 google 公司开发出 pr 申请专利的时候，IBM 研究小组也同时开发出针对链接的权威页面和目录页面的计算法则，百度李彦宏首先申请专利也是超链的分析。这些足以说明链接对于排名的重要性。

链接可以分为这样几大类：正常的连接结构——超链结构和外链结构——一级多页的连接结构——内页构建的连接体系

构建一个有用的链接对于网页的排名至关重要。在这方面，我们做的还是不错，但这主要表现在内部链接上。上面我也提到过，由于我们忽视了外部链接，最后大大影响了网页的排名。使得原来很多排名较好的页面远远落后。在今后，我会注意双方的平衡发展。

【链接的形式】

链接的形式可分为两种：正向连接和反向链接。它是连接的基础和根本。

搜索引擎对于链接的作用起源于佩奇的 pr（网页等级）开发，其中的随机冲浪模型的理论是基础。具体公式如下：

$$PR(A)=(1-d)+d(pr(t1)/c(t1)+.....+pr(tn)/c(tn))$$

虽然根据这个公式不能完全精确的计算出我们的 pr 值，这里面还包含很多变化的因素。但是至少它告诉我们这样一些信息：

真实点击的作用

阻尼值的作用

数值迭代累积

首页排名要数

Pr 是一个衡量网站重要性的指标，它分为 1-10 个等级。一般说，如果你的网站 pr 值为一，那说明你这个网页不是很重要，也可以说没有影响力。Pr 值为 4 或者 5 以上就说明你这个网页很重要，很受欢迎。但是，一般网页 pr 到达了 5 以后，就很难上升了。我看了百度的 pr 也才 8.

Pr 的计算是看你网站的外部链接的多少和质量，如果外部链接越多，质量也好（也就是对方的 pr 值高）那么你网站的 pr 值也就越高。如果一个 pr 为 2 的网站和一个 pr 为 6 的网站链接，那么对于 pr2 的网站就很有帮助。这也就是为什么有人会花血本买高 pr 值网站的连接的原因。

相反，如果一个高 **pr** 值和一个低 **pr** 值（甚至新站）的站链接，也会对高 **pr** 值的网站产生不好的影响。这和人是一样的道理，如果你和一个杀人犯搅在一起，别人也会认为你不怎么行。搜索引擎一样。呵呵。

懂了吗？

【链接的影响】

链接的影响主要表现在有效的出度和入度。那么我们首先了解什么是入度和出度。上面我们也提到过这两个概念。

内外入度是指：外部指向你的网页的链接，有效地入度就是指内容主题和你的页面有相关性的入度，这样符合搜索引擎搜索的计算法则。这也是包括交换友情链接的一个条件。

内外出度是指：本页指出去的连接，精确的出度和所产生的精确的入度。出度是为了更好的入度。

链接是一个广泛的概念，它的样式可以多样化。可以是图片链接（如 **logo**），也可以是文字链接。看你自己的把握。

一般的 **CMS**（内容管理系统）的栏目页面就很难获得排名，原因是，缺乏有质量的文档，和缺乏有质量的链接。（我们就是用的织梦 **CMS** 管理系统）

上面也已经提到过了，网页排名的基础就是：本页的文档质量（原创）和连接的质量（**pr** 高）

【什么是反向链接】

到底什么是反向链接？

简单概括如下：

网页 **A** 上有一个链接指向网页 **B**，则网页 **A** 上的链接是网页 **B** 的反向链接。

SEO 中谈到的反向链接又叫导入链接（**Backlinks**），外部链接。

注意：以上的定义只是在 **SEO** 中的说法。

如需了解反向链接更广泛的意思请往下看。

如以上第一个例子，本文可以通过代码（如：**href=**）直接指向到其他的已经存在的网页。那么能否在本文的网页中也添加某代码，使得已经存在的网页自动地链接指向本文呢？

那么这里的反向链接是什么意思？

不修改已经存在的网页，而要求其链接指向新产生的网页。目前本技术并没有广泛使用。

【什么是死链接】

简单地讲，死链接指原来正常，后来失效的链接。死链接发送请求时，服务器返回 404 错误页面。

这些情况下出现死链：

- 动态链接在数据库不再支持的条件下，变成死链接。
- 某个文件或网页移动了位置，导致指向它的链接变成死链接。
- 网页内容更新并换成其他的链接，原来的链接变成死链接。
- 网站服务器设置错误。

从用户的角度来看，死链接和错误链接的表现是一样的，所以一般我们并不需要区别死链接和错误链接。

作为 SEO 人员或网站管理员，我们要避免网站出现死链接，因为从死链接的多少可以评价一个网站的权威性。

【什么是错误链接】

根本不存在的链接，就是错误链接。

错误链接与死链接的区别：

- 错误链接是由于用户的疏忽，请求的链接不存在。
- 死链接是原来访问正常，后来因为网站的变故而不能访问。

发生错误链接的情况：

1. 用户对域名拼写错误。
2. URL 地址书写错误。
3. URL 后缀多余了或缺少了斜杆。
4. URL 地址中出现的字母大小写不完全匹配。

以上 3、4 点的情况，专业的 SEO 人员要注意避免。

【网站导航如何优化】

网站导航指什么？

一般情况下，网站的栏目、文章分类、“您当前位置”等称为网站导航。导航也就是一个连接。比如含苞中文网 www.hanbaozw.com 这个网站的网站导航指：青春小说，校园小说，小说下载，女生小说等。

网站导航的目的：

1. 告诉浏览者网站的主要内容和功能。
2. 告诉浏览者他们所在网站的位置。

3. 告诉浏览者他们访问过的页面。本站访问过的页面，链接变为紫色。

网站导航如何 SEO 优化？

1. 在页脚添加一行关键词，并指向相应的页面。比如本站页脚的 SEO 指向到 <http://www.seowhy.com> ,如果需要，也可以添加“SEO 目的”指向到 http://www.seowhy.com/9_40_zh.html。当你的主要关键词不在网站导航中时，采用该技巧。
2. 如果更规范一点，本文的所在位置应该是：SEO>网站导航与链接>网站导航如何 SEO 优化？ 第一个链接以网站主关键词指向首页，第二个链接以类别的关键词指向类别页面，第三部分不加链接，显示文章名称。
3. 文章内容中应该根据需要添加链接锚文本。

【导入链接】

如何增加导入链接？

1. 向目录网站（如 DMOZ-开放目录）提交你的网址。（我就提交过）
2. 与相关、相似内容的网站交换友情链接。
3. 书写“宣传软文”，并发表在合适的站点上。软文上带着站点的链接。
4. 站点上的文章写明版权声明。
5. 高质量的文章，将获得转载和导入链接。
6. 在人气旺的论坛上发表文章和留言，并带着签名指向你的站点。
7. 在博客上留言，名称指向你的站点。（适当）
8. 参与百度知道、百度贴吧、Google 论坛等，留着站点链接。

SEO“公理”：增加导入链接，可以让网站排名提高！

【外部链接的认识】

搜索引擎优化(SEO)需要考虑的链接包括站内链接和站外链接两种，下面介绍一下站外链接这个在搜索引擎优化中有着至关重要的因素。

站外链接也称外链，它是互联网的血液，同样也是搜索引擎优化中极其重要的部分。没有链接，对一个网站来说，信息都是孤立的，显然一个网站难做到面面俱到，因此需要链接到别的网站上去，和其他资源相互补充，自然成为一种需求。当这种需求无法在某个网站得到满足时，你可以在搜索引擎门户网站得到更多了解，更多资讯。这也是搜索引擎能够在今天如此成功的一个关键原因，它做到了一个普通网站所不能做到的，它收集其他网站的链接，对于它本身而言，就是外链。现在很多站长都想把自己的网站链接提供给搜索引擎门户网站，和其分一杯羹！能否分得一杯羹，那就得看你能否给搜索引擎带来有用的外链信息。

同时外链被看成是一个网站好坏的标准。搜索引擎认为，被众多网站链接的网站应该是个

不错的网站，不然不会有那么多网站链接该网站的。搜索引擎的想法固然没错，但现在的网站做外链不再是为了方便用户寻找到相关信息网站，而是仅仅是为了优化，拼命不断地增加链接数量，以求通过增加网站的外链数量，增强网站的链接的普遍性，并获得搜索引擎的青睐。很多站长都记得谷歌的话，获得外链越多并且外链的 PR 值越高，对自己网站 PR 值的影响也就越大，因此有些人都不惜血本去买 PR 高的链接而忽略本身网站的内容价值。

外链的几种常见方式：

(1)交换友情链接：这是网站间最常用也是最实在的方法。这是网站之间资源互相推广的一种重要手段，本着互惠互利的心理与其他网站合作，当然最好与自己网站资源内容相关的网站交换友情链接。

(2)制作站群：对搜索引擎优化的初学者而言站群是非常复杂的。所谓站群就是指，在搜索某个关键词的时候，搜索结果中出现的几个网站内容大致相同，但并非同一网址，如果他们是相互连接的，那么他们就是一个站群。制作站群，应该注意：不要选择使用同一机房空间，站群之间不要交叉连接，每个站点之间的内容要有所不同。

(3)群建博客：对于一个新建的网站，没有 PR 值的时候，一般很少有人会愿意与你交换友情连接，那么此时你可以选择去各大门户网站建博客，如雅虎，百度，新浪等都有博客功能，你可以在那为自己建一个博客，然后添加友情连接到你的独立域名网站或博客。

(4)链接诱饵：这是一种很巧妙获取外部连接的方法，近几年引起搜索引擎优化技术爱好者和业界从业人员的强烈关注。策划一个连接诱饵页面需要很强的策划能力和创新意识。连接诱饵的页面一般都具有很强的吸引力，包括吸引你的眼球的内容，当然如果不是仅仅一个诱人的标题，那样就只会招来一些人的唾骂和鄙视。

(5)登陆分类目录：即把你的网站提交给分类目录，和登陆搜索引擎门户网站差不多的意思。世界最大分类目录网站 DMOZ，国外的一个网站。被 DMOZ 成功收录的网站，不仅可以获得 DMOZ 站点导出的链接，被 DMOZ 导出链接的网站，搜索引擎给的权重都是非常高的，全人工审核，有兴趣的朋友可以去 DMOZ 提交下，成功率相当低！就是因为低，才现得出 DMOZ 的高贵。

(6)登陆导航网址：即我们常说的好 123，265 等一些网址大全网站，它给中国互联网带来了一个新的创新，曾经的好 123 如今被百度以 1000 多万的价格收购，265 被谷歌收录。如果你的网站可以被好 123，265 等大型导航网址网站收录的话，无疑给你网站带来不少被点击的希望。

做好外链的四点建议：

1、网站外部连接数目增长的自然化，一定要按质按量有计划的给你的网站添加外部连接，不要在短时间内给你的网站增加大量的外部连接，那样会让你的网站引起搜索引擎的怀疑，一个网站的成功并非朝夕之事。

2、交换链接不只以首页为主，一个网站包括很行业的信息，像我们一个独立域名的博客，当然也有几个不相同的栏目，而忽略了栏目页之间的交换。通过大量的外部连接来提高网站全站权重的同时，别忘了给你的分页页面添加外链，提高分页面的权重，对搜索引擎优化也是非常有帮助的。

3、除了寻找高质量的外链，不要忘记你自己最该做的事，别忘了管理和建设自己的网站，给自己的网站添砖加瓦，网站内容才是网站成功的王道，再多的外链，没内容，那也不可能给你带来什么转化率。

4、不要用群发软件，通过群发软件发送大量外部连接的方法的确可以在短时间内给你的网站带来一定流量。但这种方法都是很容易被识破，一旦被识破，那你的网站将一段时间甚至永远消失在搜索结果里面，从而白白毁掉自己的网站。

不论是站内链接，站外链接也好，都算链接，连接的普遍性，互通性是互联网发展的必

备要求，连接的数量和质量是对网站的衡量标准。

链接可以直接影响网站 PR 值，不过 PR 值仅是一个网站的标志，不影响搜索引擎对你网站的权重，但搜索引擎对你网站的权重直接影响你网站的 PR 值，这句话看似矛盾的，却决不矛盾，它只是一个不可逆的过程！

PR 值与搜索引擎对你网站的权重是相互不影响，对于没有 PR 的新站是非常有利的先天条件，通过网站内容建设，增加链接数量，保链接质量从而是网站获得 PR 值，指日可待！

Ok 关于链接的知识就说到这里了，其实，怎样做好一个连接和反向链接还有很多技巧，这里就不一一讲述了。自己可以再实践中慢慢总结。要做好一个网站并不是一件容易的事，需要付出很多努力和心血。而一个网站的发展也至少要经过 3-6 个月。我们要有这样的耐心。

第五部分：SEO 的推广与应用（技巧篇）

在很多站长的不断尝试总结中，他们得出了很多相当有用的独特的推广技巧，也正是这些技巧给他们的网站带来了大量的流量。其实，当中的一切技巧我们平时也在用，只是没有系统的把它整理和总结出来。

我们所知道的网络推广与营销的方法无非是利用博客，利用论坛，利用贴吧，更高级一点的就是利用软文的形式，聊天室，qq 群等等。不过一篇优秀的软文也是需要很高的文字技巧的。在高级一点的推广那就是采用“竞价排名”的方式了，当然这种方法也是最直接最有效的方式，只是我们一般的人没有那个实力。

【提高关键词排名的 28 个技巧】

28 个让关键词排名明显改观的 SEO 技巧：

关键词位置、密度、处理：

- 1.URL 中出现关键词（英文）
- 2.网页标题中出现关键词（1-3 个）
- 3.关键词标签中出现关键词（1-3 个）
- 4.描述标签中出现关键词（主关键词重复 2 次）
- 5.内容中自然出现关键词
- 6.内容第一段和最后一段出现关键词
- 7.H1, H2 标签中出现关键词
- 8.导出链接锚文本中包含关键词
- 9.图片的文件名包含关键词
- 10.ALT 属性中出现关键词
11. 关键词密度 6-8%
- 12.对关键词加粗或斜体

内容质量、更新频率、相关性：

1. 原创的内容最佳，切忌被多次转载的内容
2. 内容独立性，与其他页面至少 30%互异
3. 1000-2000 字，合理分段

4. 有规律更新，最好是每天
5. 内容围绕页面关键词展开，与整站主题相关
6. 具有评论功能，评论中出现关键词

导入链接和锚文本：

1. 高 PR 值站点的导入链接
2. 内容相关页面的导入链接
3. 导入链接锚文本中包含页面关键词
4. 锚文本存在于网页内容中
5. 锚文本周围出现相关关键词
6. 导入链接存在 3 个月以上
7. 导入链接所在页面的导出链接少于 100 个
8. 导入链接来自不同 IP 地址
9. 导入链接自然增加
10. 锚文本多样化（如，校园小说和青春校园小说）

掌握以上 SEO 技巧，可以让你的关键词排名有明显改善。

【增加反向链接的 35 个技巧】

增加反向链接（外部链接）的 35 个技巧：

列表策略：

1. 建立一个“35 个xxx”。这样的文章经常会成为权威文件而被大量引用，引用者会链接向这样的文章。
2. 写一篇“帮你xxx的 10 大窍门”。非常容易获得反向链接。
3. 整理一篇针对某个话题的参考资料列表。
4. 总结某特定行业的十大谜团。
5. 列出行业专家的名单。如果你能够让这些专家印象深刻，并把项目做得看起来挺权威，这些专家可能会对你表示感谢并把链接指向你。

权威的内容：

1. 把内容写得简单易懂，这样更多的人可以看懂并为你传播。
2. 尽量减少语法或拼写错误，如果想获得权威站点的链接，这一点非常重要。
3. 为站点添加“隐私政策”和“关于我们”页，这样看起来更值得信任。博客的话，放上一张你的照片可以建立权威性。

新闻和聚合：

1. 在艾瑞、Donews 等 IT 行业新闻网站发布高质量文章。这些网站的排名很好，除了增加反向链接，还会给你带来高质量的流量。
2. 向行业网站和论坛提交文章。如 SEO 的研究性文章，提交给 SEO 信息资料网站或 SEO 论坛。
3. 发送新闻稿。高质量的新闻稿提交给新闻门户网站。
4. 跟踪发布你文章的站点。给他们提供稿件来源。
5. 与其他网站交换文章发表。
6. 把文章发送给 RSS 网站如抓虾、鲜果等。
7. 做一个让人觉得自己很重要的调查，比如关于家庭主妇的研究等。如果你让别人觉得自己重要，别人会免费为你宣传。

目录、社会化书签：

1. 很老但很有用。把网站提交给 DMOZ-开放目录或其他免费目录。
2. 让你的文章加入百度搜藏、雅虎搜藏、Google 书签、QQ 书签等社会化书签。
3. 让用户通过 Google 阅读器、RSS 等订阅你的文章。

合作伙伴、专业交换：

1. 问问你的合作伙伴或商业伙伴是否可以给你一个链接。
2. 与合作伙伴互相推荐链接。
3. 友情链接。
4. 交换链接。但注意与链接养殖场远一点。
5. 用专业与其他网站交换链接。如提供开源程序，采用者会留有链接。（本站免费提供 SEO 方案，对方只需指向 www.seowhy.com）
6. 给内容管理系统 CMS 或 Blog 系统等开源网站系统提供免费精美模板。别忘了在模板中添加“由xxx设计”。
7. 为开源网站程序开发插件，并留有作者链接。
8. 开发有用的工具，发表并留有下载地址。

免费链接：

1. 参与问答平台如百度知道、雅虎知识、问问等等。可以为站点添加链接。
2. 参与相关论坛如 Google 论坛等。可以为站点添加链接。
3. 参与社会化 wiki 平台如百度百科，维基百科等的编辑。
4. Google page 建立专业网页并建立指向。

评论：

1. 博客的评论，并留有自己的名字和链接。
2. 如果你在网上购买了产品，则把产品评论写下来，会带来链接。你也可以写产品推荐，注意：要写得可信，如果有具体情况最佳。
3. 对专业帖子进行评论，并留有签名指向。

会议和社会关系：

1. 行业会议时，拍摄行业名人（喝醉酒了）的照片，并留有你的精彩解说。这可能是很好的链接诱饵。
2. 有意思的有用的访谈很容易成为原创，并迅速传播。

【Google 网站管理员工具】

Google 网站管理员工具是什么？

地址：<http://www.google.cn/webmasters/>

Google 为了更好地与网站管理员沟通，推出了这套服务，让站长可以在此查询站点在 Google 的索引和排名情况。可以说 Google 网站管理员工具是网站管理员与 Google 对话的平台，不管是懂 SEO 或从来没听过 SEO 这个词的网站管理员，都可以从这个最基本的 SEO 工具获得帮助。权威、免费、全面，这些特征让 Google 网站管理员工具从一上线就深受网站管理员欢迎。

Google 网站管理员工具有什么功能？

从这里获得 Google 官方介绍：

https://www.google.com/webmasters/tools/docs/zh_CN/about.html

Google 网站管理员工具注册和登录：

从 Google 网络管理员中心 选择“网站管理员工具”，如果你已经拥有 Google 账户，不管是 Gmail、AdSense、iGoogle 或其他产品的帐号都可以直接登录。如果都没有，则注册一个即可。

使用 Google 网站管理员工具的建议：

1. 如果验证总是不通过，可能的原因是 robots.txt 页面或 404 页面设置不对。有时需要换一个时间再来验证。
2. 如果你需要删除网址，则需要谨慎。切不可整站都删除。
3. 如果发现很多网址错误，则应该是你站点需要改进，而不是删除错误网址了事。
4. 设置一下“首选网址”，同时在你的 .htaccess 文件里进行 301 重定向。（只适合 apache 服务器）

【阿里妈妈站长工具】

阿里妈妈站长工具：<http://tool.alimama.com/>

推荐阿里妈妈站长工具的理由：

- 界面非常简洁。
- 查询速度快。

- 数据更新快。
- 业界口碑良好。

阿里妈妈站长工具包括：

域名/IP 信息查询

1. IP 服务器查询：输入 IP 查询该 IP 所在的物理位置。
2. 域名服务器查询：输入域名，查询域名服务器 IP 及物理位置。
3. IP Whois 信息查询：输入 IP，查询此 IP 下的所有主机。
4. 域名 Whois 信息查询：输入域名，查询此域名注册信息。

网站信息查询

1. Alexa 排名查询：查询网站的世界排名、流量等详细信息。
2. China Rank 查询：查询网站的中国网站排名及流量信息等。

SEO 信息查询

1. 搜索引擎收录查询：查询指定网站在各个搜索引擎的收录数量。
2. 搜索引擎反向链接查询：查询指定网站在 Yahoo、Google 的反向链接数量（暂无百度的）。
3. 网页关键词密度查询：查询指定页面的关键字出现的数量和密度。
4. 网页 Meta 信息检测：查询检测网页标题、Meta 信息等是否有利于搜索引擎收录。

【Google 关键字工具】

Google 关键字工具地址：<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

Google 关键字工具主要有以下用途和特征：

- 网站初建，我们需要分析目标关键词。
- 为大中型网站做 SEO 时，查找长尾关键词。
- 当前目标关键词带来的搜索流量不理想，需要换个关键词。
- 需要做竞价广告，查询关键词单次点击价格。
- 完善的功能和说明，操作体验良好。

注：Google 判断浏览器语言，通过以上链接到达 Google 关键字工具页面时，可能是英文界面。选择中文，并输入验证码，点击获取关键词按钮可以返回中文界面。

【百度指数】

百度指数地址：<http://index.baidu.com>

百度指数是 SEO 工作者最常用的工具之一。关于百度指数：

1. 百度指数是统计关键词搜索量的工具。
2. 百度指数中“用户关注度”的依据是百度网页搜索。
3. 从“直观图型显示”可以获得关键词在百度搜索量的稳定性。
4. 百度指数与百度风云榜的数据并不统一。

从 SEO 的角度看百度指数：

1. 可能出现这个情况：排名在百度搜索结果第一页，获得的流量却与百度指数相差甚远。
2. 关键词的搜索量按季度、半年、一年的平均值来算，相对客观些。
3. 目前，百度指数是关键词统计方面的主要工具。

第六部分：关于 SEO 作弊

搜索引擎在处理作弊的运算上已经相当成熟，一般只要计算出了一个页面作弊那么整个站都会受到牵连，而被封掉。一旦被搜索引擎封掉了，讲永无见天之日。除非你非常有钱，和搜索引擎进行协商。所以明白什么是 SEO 作弊，对你的发展也很重要。

【SEO 作弊判断条件】

SEO 作弊方式有很多种形式，比如：域名轰炸、弹出新窗口转向、制作 Link Farm-链接养殖场等等。对于 SEO 作弊，搜索引擎公开的判定条件如下：

百度对作弊的判定条件：

1. 在网页源代码中任何位置，故意加入与网页内容不相关的关键词。
2. 在网页源代码中任何位置，故意大量重复某些关键词。即使与网页内容相关的关键词，故意重复也被视为作弊行为。
3. 在网页中加入搜索引擎可识别但用户看不见的隐藏文字。无论是使用同背景色文字、超小字号文字、文字隐藏层、还是滥用图片 ALT 等方法，都属于作弊行为。
4. 故意制造大量链接指向某一网址的行为。
5. 对同一个网址，让搜索引擎与用户访问到不同内容的网页（包括利用重定向等行为）。
6. 作弊行为的定义是针对网站而不是网页的。一个网站内即使只有一个网页作弊，该网站也被认为是作弊行为。
7. 有链接指向作弊网站的网站，负连带责任，也会被认为是作弊，我就遇到过，但是及时删除，影响不大，被 K

掉了二十多页（但是，作弊网站上链接指向的网站，不算作弊）。

Google 对作弊的判定条件：

1. 使用隐藏文本或隐藏链接。
2. 采用隐藏真实内容或欺骗性重定向手段。
3. 向 Google 发送自动查询。
4. 使用无关用语加载网页。
5. 创建包含大量重复内容的多个网页、子域或域。
6. 创建安装病毒（如，特洛伊木马）或其他有害软件的网页。
7. 采用专门针对搜索引擎制作的“桥页”，或采用如联属计划这类原创内容很少或几乎没有原创内容的“俗套”(cookie cutter) 方式。

【域名轰炸】

域名轰炸，英文称：domain spam

SEO 新手往往会认为，注册 N 个域名，都连向主站，这样就可以增加主站的 PR。如果这 N 个域名都有自己独立的网站，则没事。但如果 N 个域名都指向主站的内容，或者都只有少数几个页面，甚至重复的页面，这样会被认为是一种 SEO 作弊行为。对于域名轰炸行为，搜索引擎的态度是：把这些“子站”删除，情节严重者，主站也会受惩罚。

【关键词叠加】

关键词叠加，英文：Keyword stacking 指为了增加关键词密度，在网页上大量重复关键词的行为。

关键词叠加是 SEO 初学者最常犯的错误，他们一般在标题标签、描述标签、关键词标签、图片的 ALT-代替属性中重复放入大量关键词。有时，他们在网页页脚部分摆放上几十个关键词。

关键词叠加是一种典型的 SEO 作弊行为，搜索引擎判断这种作弊行为的算法已经相当成熟，所以，一旦网页上出现关键词叠加现象，一般整个网站会被搜索引擎封掉。很多网站不被搜索引擎收录，往往也是这个原因。（关于关键词密度，前面已经说过，最好在 2%至 8%之间）

【博客群发】

博客群发，也叫博客污染，博客留言群发。

具体做法大概是：在博客网站的留言板上留着大量自己网站的链接，想通过这个方式增加自己网站导入链接。很多人采用群发软件来做博客群发、网站留言群发。搜索引擎已经有成熟的算法识别这种 SEO 作弊行为，一旦被侦探出来，网站会被搜索引擎降权，甚至删除。

在博客上真实留言并留有链接，是会被惩罚的，相反，这个方式还真会给自己增加一点好处。这也是大量著名 SEO 博客留言特别多的一个重要原因。

【隐藏文本和链接】

上面已经提到过，这里再次写出来，增加印象

隐藏文本和链接：采用隐藏的手段在网页上放置许多文本和链接，浏览者看不到隐藏文本而搜索引擎可以爬取到，从而欺骗搜索引擎对网页关键词的判断。这些手段包括：

- 将文本和链接的颜色设置与背景一样
- 将文本堆积在图片后
- 使用 CSS 隐藏文本，如：字体大小设置为 0
- 通过 CSS 隐藏链接，如：链接的像素为 1
- 把链接隐藏在小字符里，如：逗号等

隐藏文本和链接的 SEO 作弊手段不同于 Cloaking-障眼法和关键词叠加，但同样可能导致你的站点被搜索引擎封掉，所以要注意避免。

如果你的站点因为这个错误而被搜索引擎删除了，则清理完隐藏文本和链接后，重新向搜索引擎提交网址，过段时间应该可以重新获得收录和排名。对于 Google，你可以通过注册并使用 Goole 网站管理员工具获得帮助。

【弹出新窗口】

有时，受广告商利益诱惑，站长在网页上投放自动弹出新窗口的广告页。我们有时上一些网页，总有不相关的页面跳出，就是这种情况。

采用<mate refresh>标签或者 JavaScript 可以显示这个转向功能。添加了转向功能的页面可能被当作 Doorway Pages-桥页而列入 SEO 作弊的行列。桥页既欺骗了用户，又欺骗了搜索引擎，所以一旦被侦查出来，惩罚是严厉的。

与桥页作弊异曲同工的一个作弊方式是：Cloaking-障眼法

【与网址导航换链接】

如果这个网址导航是具有权威的（比如 PR 大于 5），则没有问题。但据我所知，具有权威和知名的网址导航一般不是以“交换链接”的形式收录站点。

以交换链接为收录条件的网址导航，往往会被搜索引擎当作 Link Farm-链接养殖场。链接养殖场也是一个典型的 SEO 作弊行为。

如果只是这个导航单向连向你的站点，则没有问题。

第七部分：常见问题及解决方法

在 SEO 学习的过程中难免会遇到这样那样的问题，这是很正常的，不要因为遇到一点小小的挫折就顿失信心，俗话说的好，坚持是最重要的。

在搜索引擎优化中无外乎存在着这些问题，那么，现在，我把它罗列出来，希望可以作为某种参考：

【做网站该注意那些】

以下内容参考 Google 对网站管理员的建议，适当的地方我们已经添加注解。

设计与内容指南

- 网站应具有清晰的层次结构和文本链接。每个网页应至少可以通过一个静态文本链接打开。文本链接不同于通过 javascript 等其他代码生成的链接。如本文下面的“打印”即不是通过文本链接实现。
- 为用户提供网站地图，列出指向网站重要部分的链接。如果网站地图上的链接超过或大约为 100 个，则需要将网站地图拆分为多个网页。
- 网站应实用且信息丰富，网页文字应清晰、准确地表达要传达的内容。
- 要考虑到用户会使用哪些字词来查找您的网页，确保网站上确实包含了这些文字。深刻理解这一点，会让你受益匪浅。
- 尽量使用文字而不是图形来显示重要的名称、内容或链接。Google 抓取工具无法识别图形中所含的文字。特别是友情链接时，如果你是为了提供 PR 和排名，则用文字链接是重要的。
- 确保对 TITLE 和 ALT 标记属性的描述和表达准确无误。切记为网页的图片加上 ALT 描述，这里是放关键词的好地方。
- 检查链接是否损坏，并确保 HTML 格式正确。请使用 Google 网站管理工具时刻检查自己网站的链接，如有损坏，注意删除或修正。
- 如果您决定采用动态页面（即网址中包含“?”字符），请注意并非所有搜索引擎的抓取工具都能像抓取静态网页一样抓取动态网页。缩短参数长度并减少参数数目对动态页面是有帮助的。建议采用 URL 重写技术进行动态链接静态化。
- 将特定网页上的链接限制在合理的数量内（少于 100 个）。如本页，包含内部链接和外部链接不要超过 100 个。

网站准备就绪之后

- 将其他相关网站链接到您的网站。就是寻找友情链接。
- 将网站提交给 Google，网址为：
<http://www.google.com/addurl.html>。

- 将 Sitemap 作为 Google 网站管理员工具的一部分提交。Google 使用您的 Sitemap 来了解您网站的结构，并提高对您网页的抓取率。
- 确保应了解您网页的所有网站都知道您的网站已处于在线状态。即指向你网站的链接都需要是正常的，而非损坏。
- 将您的网站提交到相关的目录，例如，Open Directory Project 和 Yahoo!，以及其他特定行业的专业网站。从这里了解：DMOZ-开放目录

【404 页面的做法】

404 页面的目的是：告诉浏览者其所请求的页面不存在或链接错误，同时引导用户使用网站其他页面而不是关闭窗口离开。

很多开源系统包括 CMS 系统、Blog 系统等不提供 404 页面或提供的 404 页面并未达到 SEO 的要求，这让网站的权威性大打折扣。

404 页面该达到什么样的效果才符合 SEO 要求？

搜索引擎通过 HTTP 状态码来识别网页的状态。当搜索引擎获得了一个错误链接时，网站应该返回 404 状态码，告诉搜索引擎放弃对该链接的索引。而如果返回 200 或 302 状态码，搜索引擎就会为该链接建立索引，这导致大量不同的链接指向了相同的网页内容。结果是，搜索引擎对该网站的信任度大幅降低。——很多网站存在这个问题：404 页面返回的是 200 或 302 状态码而不是 404 状态码。

正确建立 404 页面的方法是：（仅适合 Apache 服务器）

- 在 .htaccess 文件中加入代码：ErrorDocument 404 /Error.html
- 建立一个简单的 html404 页面命名 Error.html
- 把 Error.html 放置在网站根目录
- 如果碰到困难，参考本站：错误网页、SEO 十万个为什么的 .htaccess 文件。

注意：

- 不要将 404 错误直接转向到网站首页，这将导致首页不被收录；
- /Error.html 前面不要带主域名，否则返回的状态码是 302 或 200 状态码。

【搜索引擎的网站登录入口】

以下是登录几个重要搜索引擎的网站登录入口地址：

百度：http://www.baidu.com/search/url_submit.html

Google：http://www.google.com/intl/zh-CN/add_url.html

中国雅虎: http://search.help.cn.yahoo.com/h4_4.html

微软 Live&Msn: <http://search.msn.com.cn/docs/submit.aspx>

网易-有道: <http://tellbot.yodao.com/report>

从 SEO 的角度，网站登录几大搜索引擎最佳的时间是：确定不会对已经生成的链接和内容进行大规模改动。SEO 十万个为什么上线 2 个礼拜后 PR=1，搜索流量不错。第三个礼拜对链接和类别进行了较大调整，曾被百度“打入冷宫”长达半个月，从 Google 的流量从原来的 100IP 多降到 10IP。

【百度为什么不收录我的站点】

搜索引擎为什么不收录我的站点？

搜索引擎进行网站索引和排名过程是完全程序自动化的，所以：

1. 搜索引擎不会因为一些细小的网站错误而直接删除你的站点，如：某个页面出现乱码。
2. 搜索引擎不会因为主观问题而删除你的站点，如：网页上出现对百度不友好的言词。
3. 你的情况绝不是特例，其他的网站也会出现你这个情况。
4. 只要符合搜索引擎的索引条件，一般情况下是会被收录的。

对于新站，百度一般需要一周到一个月的时间才能在搜索结果上展示，Google 则是 3 天到一周。一般情况下，你从搜索引擎网站登录入口提交网址两天后，可以在网站日志里看到搜索引擎机器人或百度蜘蛛过来爬取网页。

【11 个 SEO 最常见问题解答】

SEO 初学者最经常会提到这些问题：

1、帮我看看我的站点 XXX.XXX.com SEO 得怎么样？

简单的 SEO 评估，我们主要从这几个方面：

1. 网站导航和链接是否采用 Html 方式实现。
2. 是否实现 URL 静态化。
3. 关键词优化是否到位，包括标题的书写、关键词的设置、关键词密度控制等。
4. 网站结构是否合理，是否有简单的 SEO 技巧。

2、搜索引擎一般多长时间更新一次，SEO 多次时间有效果？

搜索引擎基本每天都更新网页数据库，隔两三天都会对每个关键词进行一次排名。一般情况下，对于具体的某个关键词，其搜索结果不会突然发现巨大的变动。我们很少看到某关键词的搜索结果前 10 位突然都换成其他的了，除非搜索引擎进行算法修改。但对于具体某一个网站，如果受惩罚或降权，可能一夜之间排名发生巨大变化。SEO 的效果，我们一般说是 3-6 个月，但也根据具体情况而变。

3、域名对 SEO 影响大吗？

我们认为学校（.edu）和政府部门（.gov）的网站以及其所对应的域名会有比较高的权重。其他的域名后缀（.com/.cn/.org/.net/.cc 等）在站点刚上线一段时间内或许有点差别，但对于成熟的站点，这方面的影响不存在。域名中包含关键词，对排名有帮助，如：
www.seowhy.com 中的 SEO。

4、百度（Google）为什么不收录我的站点？

一般情况，内容不违规的站点是都会被收录的。不收录往往是站点本身的问题，比如全站采集、SEO 作弊等。如果你的站点不被收录，可以通过日志查找原因。从这里 http://www.seowhy.com/1_28_zh.html 了解日志中 http 状态码的意义。

5、你觉得 SEO 最重要的是什么？

搜索引擎的发展应该更偏向于对内容相关性、专业性的考核和判断。所以，我的观点是，SEO 就是做关键词分析、关键词定位、网站内容编辑和部署。

6、有什么最快提高排名的办法吗？

采用作弊的方式可以一个时间内快速提高排名。但我建议不要作弊，因为：

1. 作弊导致被封掉的可能性非常大，这样成本很大。
2. 作弊导致整个 SEO 行业恶性发展，用户将因为搜索体验变差而对 SEO 行业产生反感。

7、为什么突然收录变少了？

如果是突然这样子，一般情况下，过几天会恢复。但如果你的站点是全采集的，那可能是搜索引擎删除重复性内容。

8、加入百度和 Google 网站联盟，有帮助吗？

有一些帮助，特别是小站、新站。但我并不认为加入 Google 联盟，对网站在百度的收录和排名有负面影响。

9、我有多个域名，怎么做最符合 SEO？

把其他域名都转发到主域名。很多人把不同的域名都解析到同一个网站，这样导致的结果是其他的域名没有对主域名起到任何作用，反而可能导致负面影响，如：让搜索引擎分不清到底哪一个是主域名。

10、你觉得 SEO 前景如何？

SEO 是未来网络营销最重要的部分，我非常看好这个行业的前景。目前情况下，大型网站如 B2B 行业网站、B2C 电子商务网站的 SEO 需求比较旺盛。相对于企业网站，大型网站对 SEO 的投资回报率更高。

11、学习 SEO 应该掌握哪些技术？新手怎么开始？

简单的代码可以看懂基本就可以做 SEO。一般我们建议新手采用开源的网站程序，自己做几个小站，学会基本的 SEO 操作方式如：关键词定位、关键词分析、标签书写等等。三个月下来观察自己站点在搜索引擎的表现，总结经验发现问题，基本可以对 SEO 把握五分。

第八部分：SEO 相关案例分析

【国美电器网站用户体验优化建议草稿】

客户站点：国美电器 网址：www.gome.com.cn

分析结果：

- 1、页面有一个“新用户注册”的地方，却没有老客户登录的地方。设计者似乎想让客户点击“我的帐户”或“我的购物车”后写登录信息。但一般用户会找：“登录”和“注册”字眼。
- 2、顶部，“我的购物车”和 顶部中间 “我的购物车中有 1 件商品”。似乎有点重复。重复的不好之处是，显得顶部内容很多，不明晰。还有是很罗嗦。
- 3、顶部，我的“我的状态”是什么意思？搞得用户现在也不明白“我的帐户”又是什么意思了。
- 4、顶部右边，简体、繁体。建议如果真要做繁体的，可以把这个放到页面的底部，即页脚。想想有多少人用到这个按钮，没有必要做得那么明显，在右上方。而且它比“切换城市”还明显。（繁体字页面，现在是乱码，IE6）。
- 5、切换城市，太不明显了。我刚上来时，找了比较长时间。
- 6、首页 | 关于国美 | 特价商品 | 热卖排行 | 购物帮助 | 意见反馈 | 诚久保障 | 国美会员 | 信息报道 | 电子报广 | 在线客服
这一大串摆在那边，搞得用户头很晕呀。必须的、很有意义的链接才放那个位置。那个位置是千金难买寸像素的地方。
- 7、导航的产品分类，相当不错，果然是专业的电器专家。
- 8、搜索功能目前都不能用。
- 9、用户要对某个产品进行评价时，发现没有“注册”的链接。
- 10、点击“本地区评论”时，发现什么反应也没有。确切说，可以不要有这个“本地区评论”。北京对某个手机的评论和深圳的用户对其评论有什么区别？显然没有区别。
- 11、我浏览过的商品，需要有“清空”的功能。
- 12、某个商品的具体页面上，左侧同类商品推荐，没有话需要提示下，或者不显示，不然这样留白着，用户还以为网页还没加载完呢。
- 13、“货到付款”这一点非常重要，因为用户如我，很关心付款方式呀。所以请在“购买”按钮附近突出“货到付款”，而且点击“货到付款”，出一个 tip 说明下就行，不要出现一个新的页面，转移注意力。
- 14、建议：那个“商品对比”，这样跳动其他很烦的，固定在哪一个地方好一点。
- 15、“订购电话”旁边的那个客户小姐呀，呵呵，太普遍了。国美的 mm 找一个放上会很多。形象问题。

好了，刚才是用消费者的角度来讲“用户体验”。现在讲讲和 SEO 有关的。

- 1、到底要不要“切换城市”，这个问题估计值得争议。而且它还用了 ip 对地方的判断自动获取城市。我的观点是，不要这样做。国美就是国美，用户上来就可以挑选商品就行，和城市

没有什么关系。价格什么的都一样，没有城市之分的。客户订单生成后，国美该怎么自己去办，客户等着收货就行，不用关心“我刚才选了哪一个城市”。而且，目前的情况很乱，我本来购物车里面有一个商品的，换了一个城市居然就没了。如果要切换城市，域名也不能像目前这样做的。我刚上去时，还以为不是国美的呢，因为域名是 **www.gome.com.cn** 网站怎么是深圳国美呢？那其他地方的国美域名是什么？客户都不懂这些的，他们会很郁闷的。

2、目前每一个页面，都不是用 **div+css**，于是导致每一个页面加载慢了很多。目前的慢，可能与服务器、**js** 等等都有关系。但 **div+css** 是一定要用上的。从搜索引擎优化的角度讲。

3、每一个页面的源代码中，底部怎么都那么多空白呢？去掉。

4、每一个页面的源代码中，注释的内容太多了，去掉。

5、对页面进行减肥，不要留那么多空白。看看人家百度先生怎么做的。

6、建议：对那些重要导航，彩电、空调等采用目录式连接，并生成静态页面。

7、关键词的设置问题。目前很需要提高。说来话长，这里从略。

8、商品页面的互连和更新问题。这个要解决，不然国美的网站，流量会比一般的电器商城站点都低的。

【团购网】

分析的站点暂不公布。但通过参考以下的分析要点，你或许会有所领悟。

1、链接结构很乱，用了很多二级域名、三级域名。从 **SEO** 的角度，这样做是很致命的。

但因为这个站点比较特殊，需要深入探讨结构，这里的建议可能只是杯水车薪。

最大的建议是：从 **seo** 的角度来讲，链接结构要简单。能不用二级域名，尽量不用二级域名。链接层次尽量控制在 3 层。

2、链接没有静态化。**URL** 静态化我们谈过很多次，道理很简单，因为静态化的 **URL** 更受搜索引擎喜欢。

3、关键词都没有详细选择和分析。请了解这两个概念：目标关键词，长尾关键词

用户体验方面：

1、**logo** 至少需要添加一个链接。很多用户都习惯点击 **logo**。

2、结构这么乱，添加一个“当前的位置”，这样的导航是有帮助的。

3、页面的板块要清楚、各个板块的标题要显眼。

4、博客和论坛，其实可以放其他的位置。因为与他们左侧的那些东西根本不同类，而且是辅助的东西。只要你做起来了，它们才会发挥大作用。

5、除了博客和论坛，其他页面的页脚和页眉，要保持一致。这样才不会让用户晕了。

用户体验的建议：

首页可以让用户直接选择城市，进入后就是这个城市的信息。这样就都不会晕了。

或者，可以把城市的选择放在页眉。

第九部分：SEO 常用名字及解释

Search Engine Optimization (SEO) 中文称之为:搜索引擎优化, 是 SEOer 总结搜索引擎规律, 改造网站结构和内容以获得搜索流量的总称。

Anchor Text 中文解释: “链接锚文本”。

black hat-黑帽

Alexa: 网站在国际上排名

Backlinks=Inbound Links 中文叫: 导入链接、外部链接

Cloaking-障眼法: 解释是: 遮蔽或转移别人视线使其看不清真相的手法。

Description Tag-描述标签

Doorway Pages-桥页

Dynamic URL: 动态链接, 动态页面

Link Farm: 链接养殖场 链接工厂

Robot 英文直译是机器人, 在搜索引擎优化 SEO 中, 我们经常翻译为:探测器。

Preferred domain-首选域

Sitemap: 网站地图

Sandbox-沙盒效应

Static Page: 静态页面

另外, 作为网站管理人员, 特别是网编, 我觉得还应该了解到这样几个常用概念, 即, **IP, PV** 和 **UV, PR**

1. 什么是 pv

PV(page view), 即页面浏览量, 或点击量; 通常是衡量一个网络新闻频道或网站甚至一条网络新闻的主要指标。

pv 的解释是, 一个访问者在 24 小时(0 点到 24 点)内到底看了网站几个页面。同一个人浏览网站同一个页面, 不重复计算 **pv** 量。即, **pv** 就是一个访问者打开了此网站的几个页面。

PV 之于网站, 就像收视率之于电视, 从某种程度上已成为投资者衡量商业网站表现的最重要尺度。

pv 的计算: 当一个访问者访问的时候, 记录他所访问的页面和对应的 **IP**, 然后确定这个 **IP** 今天访问了这个页面没有。如果某网站到了 23 点, 单纯 **IP** 有 60 万条的话, 每个访问者平均访问了 3 个页面, 那么 **pv** 表的记录就要有 180 万条。

alexa 工具条是一个可以随时查看 **PV** 流量以及网站世界排名的工具。

2. 什么是 uv

uv(unique visitor), 指访问某个站点或点击某条新闻的不同 **IP** 地址的人数。

在同一天内，uv 只记录第一次进入网站的具有独立 IP 的访问者，在同一天内再次访问该网站则不计数。独立 IP 访问者提供了一定时间内不同观众数量的统计指标，而没有反应出网站的全面活动。

3. 什么是 pr 值

PR 值，即 PageRank，网页的级别技术。取自 Google 的创始人 Larry Page，它是 Google 排名运算法则（排名公式）的一部分，用来标识网页的等级/重要性。级别从 1 到 10 级，10 级为满分。PR 值越高说明该网页越受欢迎（越重要）。

例如：一个 PR 值为 1 的网站表明这个网站不太具有流行度，而 PR 值为 7 到 10 则表明这个网站非常受欢迎（或者说极其重要）。

可以这样说：一个网站的外部链接数越多其 PR 值就越高；外部链接站点的级别越高（假如 Macromedia 的网站链到这个网站上），网站的 PR 值就越高。例如：如果 ABC.COM 网站上有一个 XYZ.COM 网站的链接，那为 ABC.COM 网站必须提供一些较好的网站内容，从而 Google 会把来自 XYZ.COM 的链接作为它对 ABC.COM 网站投的一票。

可以下载和安装 Google 工具条来检查网站级别（PR 值）。

对于网编来说，浏览器上有没有 alexa 工具条，有没有 google 工具条，是判断一个网编是否懂推广的一个重要标准。

第十部分：附录

列几个最常用的网站管理者要用到的查询工具：

站长查询工具：<http://tool.chinaz.com/>

百度指数：<http://index.baidu.com/>