

点石 SEO 电子月刊

2007 年 5 月

(SES 渡虎谷版)

主编: [点石团队](#)

SEOmz Rand Fishkin: SEO分析揭示潜在的商业机会3
 Chris Sherman: Google和Yahoo新技术与搜索引擎优化5
 Shari Thurow: 搜索引擎优化经验分享10
 Marshall Simmonds: 搜索引擎经验分享12
 悠立科技谢文怡: 如何做一个正确的搜索信息传递13
 Bjorn Van der: 搜索引擎营销存在文化差异14
 优搜科技胡宪东: 网站推广推荐使用脑袋风暴16
 点石互动创始人柳焕斌: 如何让你的网站被高效的索引18
 林思吾: 搜寻引擎喜爱加创意设计等于SEFD2.020

参赛名称	参赛站点域名	Google	百度	雅虎	综合得分	综合排名	奖项
渡虎谷博客	www.admy.cn	7	5	3	285	1	一
渡虎谷传	www.duhugu.info	9	4	2	285	1	
渡虎谷长征	www.doragle.cn	2	7	10	281	2	二
渡虎谷记事	www.duhogo.cn	5	9	7	279	3	
渡虎谷	www.duhoogoo.com	4	11	11	274	4	
星箭小窝	www.starow.net	14	12	6	268	5	
关注渡虎谷	www.sunskyad.org	3	13	16	268	5	
搜索引擎爱好者	www.seoplot.com	10	10	13	267		三
SEOmm	www.seomm.cn	44	17	9	230		
渡虎谷平台传奇	www.duhogu.com	66	6	8	220		
渡虎谷吧	www.duhuguba.cn	8	25	73	194		



SEOMoz Rand Fishkin: SEO 分析揭示潜在的商业机会

感谢所有主办会议的人，因为这个会我们能来到中国，也是非常好的一次机会。在过去两周当中，中国的考察活动去了西安看了兵马俑，也去了北京，参观了长城，故宫，还去了上海，上海是令人吃惊的一个城市，从最远的古代到最新的现代，这次我们来到了厦门，也看到了充满热情的听众，首先问大家一个问题，主要是针对中国市场的优化和营销的话请举手，就是中国市场的请举手，如果想立足中国，向全世界去营销的话，请举手。所以说我们今天对内、对外比较平衡。那么在中国我们也有一些关于搜索的应用。待会儿我们可以来讨论一下。大家看一下有一些地方可能显示不好。你喜欢这个吗？我们想介绍一些关键词，这是一个非常重要的内容，搜索优化，搜索营销全世界的共同的主题，大家知道出现了一些问题总是解决不了，我想先看一下关键词搜索研究这些目标。我也提出一些数据，对 SEO 的一些分析结果，出现流量当中访问的情况，大家可以看到某一个词受不受欢迎，我从可以得到一些什么样的回报，从当中可以看到哪些我们原来看不到的商业机会。

然后我们可以根据一个特别专门的搜索词可以开发一些业务，有一些流量，也是大家可以做的一个工作。这一个就是说我们去转化，一个人访问了关键词，拜访了你的网站，怎么样才能转化为你的客户呢？这样又是一个转化的问题。所以这边我们也是追踪了 SEO 市场当中的转化率的问题，每一次说一个人去购买或者考虑购买的话，我们就可以给他贴一个标签，进行追踪分析。从这里可以看到，有一些人进行分析的时候，有 34% 的人最后实现了转化。那么这个实际上是说这个流量的质量是相当高的，广告的效果非常好。这个也是大家可以去做的事情，有哪些搜索的词可以带来最大价值呢？内容和竞争情报，也就是说，我可能到我的竞争对手的网站上去看一下，看看他的网站上正在瞄准哪一些搜索。然后，这样的话，把这个信息搜集之后，然后可以在内部进行分析、研究，可以组合我们内部的搜索工具，我们可以发现，原来这是一个很大的商机，我们在进行内容的规划和创建的时候，也可以根据这个来做，因为我们的竞争对手也做了。这边我们再给大家展示一个工具，这边有一个 SEO 的这么一个，这是美国 SEO 最热门的网页，这时候有没有研究 SEO 的白皮书，这个词有没有搜索到，这样我们就看到一个研究的空白，另外就是我们刚才看的这些数据都非常好，这些数据从而而来呢？有一些广告工作是来自于搜索引擎工作本身的。我们可以去拜访 google，大家看到左边的是 google，然后右边的话是 yahoo 的数据，大家可以看到非常不一样的数据，yahoo 有一个非常好的数字，这些数字并不一定非常准确，甚至可以说偏差非常大。那么，我们为什么要用这些数字呢？就是说，google 的数字也是差不多，google 有一些小表，这些小表可能并不好理解。我们主要是想就此能知道某一个词，或者别的词更受欢迎。那么并不是说这个排到了第一，我一看流量多少呢？三万。我就说坐等三万人来访问吧，他有时候精确不到这个程度，但是至少告诉你这是受欢迎的一个词，还有第三方的研究工具，就是也去跟踪一些其他的关键词，这里也有一些非常好的工具。（幻灯片）这些都是非常有趣的专业性的工具。我们要了解他们这些工具虽然好，但是他的数据来自于什么地方呢？他是欧美一

个非常受欢迎的工具，像中国的话MSN，或者SINA，其他的地方可能yahoo啊等等数据提供方，也就是从服务商这边提供，从准确度来说非常差，但是相对来讲还是不错的。

那么还有一点，我要跟大家讲的是，google，你们看看这个，这是中文简体版的在北京、上海，你们可以看看，在北京搜索的总体流量更多一些，左下角展示了不同地区，有香港、台湾这些地区，大家经常使用的工具特别在中国所使用的工具就是这样的工具，这两天我始终在讲这样一个问题，中国现在的变化是非常之大的，而且现在中国还没有第三方的工具，这些可以通过他们的趋势来了解到中国总体的趋势是什么样的。我想不管是中国、南美，还是美国，他们也对这些地区进行了比较型的研究，我们可以了解到不同网站上他们所使用的关键词到底是什么样的。如果要想了解他们整个搜索的方法，还可以通过其他的方式进行。

那么我想，如果大家要真正地想了解每一个网站，比如说关键字，或者搜索结果，等等其他方面的术语结果是什么样的，要找专业人士来研究，好，现在来讲一讲关于挖掘我们内部的搜索潜力，大家一定要注意，在你自己的网站里也一定要发挥好你的作用。不管是SEO的数据或者其他的东西。我们一定要把自己网站内的资源要整合了之后也是非常好的一个做法。现在我再给大家讲一讲，关于使用关键词也就是自然语言，就是自然搜索的目标群，大家在选择关键词的时候，要看一看，到底你们用的URL是什么样的，你们整体的文本文件是什么样的，而且你们的每一个网页的题目是什么样的，这些东西跟关键字都是紧密相关的，这个我们实际叫做关键字的市肉动物，我就不讲具体的概念了，也就是说，在一个搜索引擎里面，你们自己可能有一些关键字，用这个关键字呢，大家知道吗？你们自己有一个总的网站，有一个网页，下面还有不同的层，各个层里面还有不同的网页，这些网页里面也可能有这些字，这些字也可能有各种链接，有可能把你下面子网站的东西就是重复的东西敲出来了，但是真正有用的问题不一定都出来，这也是一个问题，所以对大家来说，重视一个问题，就是说在进行搜索的时候，要把有关的关键字要搞好，现在我再给大家讲一讲关于付费测试这个问题。现在大家可能面临这么一个问题，到底是用这些免费的广告，还是用那些就是通过点击而收费的这么一种广告，这两个都是非常关键的问题，我想你们在进行关键字的选择的时候，一定不要让这两方面冲突起来，就是说花的钱不能白花，所谓智能关键字的问题，大家要想了，不管在任何地方，要开展业务，不管在美国还是中国，大家共同面临的一个问题就是说，比如说业务的开展以及产品的推广，看到这块了吗？你们知道吗？就那一块，是中国的市场，这块是很重要的市场，而且将来会不断扩大和增加。如果你们也能够用这种所谓的关键字智能的选取这种方法，可以把中国占市场的份额做得越来越大。我想有的时候可能真正大家要想搜索的话，或者要想了解中国很多东西的话，通过搜索引擎完全可以做到了，人们就不一定可以到中国来了。

我们现在和很多公司都建立了合作关系，那么比如说我们和一家旅游公司合作，然后你们看到了吗？我们把他们的内容进行了优化，然后选择大概有10多个关键字吧，选择10多个关键字之后，这10多个关键字可以把它们带到许多关键字里面，我们实现了网络搜索排到第一名，就是说我们可以给大家提供各种各样的优化的服务。

好，我给大家提供一些工具，而且也可以给大家提供一些阅读的文献，你们可以认真看一看，可以认真研究研究，这样可以优化你们自己的网络，有时候我也知道你们没有那么多时间都读完了，当然有一些专业人士也可以读一读。大家有什么问题吗？如果有问题可以跟我提，也可以给我发电子邮件，好，谢谢大家！

读书笔记:良好的数据分析能力及监控能力是进行正确 seo 的前提,当我们进行创新的时候,不妨看看竞争对手是怎么做的。对于关键词来说,自然语言的关键词选择尤其重要,要从自然语言的关键词队列中选择出重要的智能关键词,并进行相关关键词的建设。在进行数据分析的时候,可以使用搜索引擎提供的趋势分析工具,也可以使用其他工具,但需要互相对比使用。



Chris Sherman: Google 和 Yahoo 新技术

与搜索引擎优化

不好意思,刚刚技术上有一些小小的问题。首先感谢大家邀请我来参加这个会,这是连续两年我应邀来参加这个会议。去年是全球搜索,我也根据我日常的工作经验来分析一下全球的视角,我最了解的是 google 和 yahoo,其他的嘉宾会给我们带来更加专题的信息。这样我就讲一些基本的比较宏观的,可能内容有一些对大家来说已经是老生常谈的事情了,但是我想奠定一个基础,别的一些水平更高的发言人可以做一些发言,奠定一个基础。搜索排名有很多方法,这边我们想了解一下,搜索引擎做哪些工作。一方面,它为大家做公关,大家从公关角度来讲,能够怎么样来提高搜索引擎,提高搜索引擎的质量呢?怎么样让搜索引擎认可你的信息呢?另外还有一个用途是,搜索广告,也就是在搜索引擎上做广告,鼓励别人来消费的产品。另外还有一个是搜索营销,三四年以前叫 SEO,所以搜索引擎的营销是包括了公关和营销两个职能。这样的话我刚把这个模型给大家介绍一下,有的放矢的知道怎么样来用搜索引擎。现在的挑战在于说你很难排上去的。不单是竞争越来越激化,搜索引擎自己也在修改搜索质量,搜索质量也不只是说能搜索多少个链接,也不是出高价就买一个高的排名。他们既可能把搜索优化做得更好,比如说 google 现在有一个目录,这里面有新闻的搜索结果和各种的搜索结果,这些结果都是彼此相互没有联系的,过去两周中,google 有一个全部搜索的新的系统,也就是说在搜索之后,可以提供十个相关性非常高的搜索结果,这些搜索结果是覆盖不同目录的,这样在大家面前可以看到任何一个结果的时候就代表一大类。如果在这样的搜索前提下,可以进一步把搜索的结果优化的更好,而且这些东西现在大家用的还不是很多的,所以我想请大家注意这个问题。google 新近推出的一项业务,另外再看一些不同的分类,有新闻、卫生、医疗、购物等等,我们知道,任何一个搜索引擎,一搜索的话,我们不可能把所有的这些类别都搜索出来。我们现在要看一个概念叫做横向的搜索。如果一个人要敲一个关键字的话,搜索引擎必须要猜一下到底是哪个词,这些词跟哪一个类别相近,怎么样把横向和纵向有机联系起来是很重要的。我再谈一些搜索技术的知识,刚才有些人讲到了怎么样进行广告的广告。我现在给大家讲的是关于付费的和非付费的搜索,咱们先说吧,先说这些不付费的这种搜索,比如说你们进行公关方面的信息搜索,那么如果你要想搜索自己的资源的话,大家可以通过公关搜索系统可以了解到你们的公司的某些情况。这种搜索实际是免费的,如果大家搜索到结果之后,大家可以得到一般性的公司的一

些信息。这个也可以算作一个自然搜索了，在这里面实际所谓的 PR 的这种搜索引擎，里面也有很多的技术。大家想一想，如果你们要想给大家提供一个给大家印象深刻的信息的话，里面肯定要做一些设定，要进行一些研究，然后才能使这些信息比较抢眼，大家才能看到这些信息。我想在一些公关宣传方面的信息了，在网上也是一样的，在网上放到什么样的信息的时候，你们选择也是非常重要的。

另外一点，如果能够把你们的信息做得非常好，优化的话，也能使你们的排名很靠前，大家今天和明天都会听到其他发言人给大家介绍到底用什么样的方法、技巧、技术能够把你们的信息弄得非常好，排名比较高，但是大家不要走极端。技术这些东西都很重要，最重要的是你说的是什么。另外一点，如果一定要想使你们的排名非常靠前的话还可以花钱，这都可以。另外一点，我想要强调的是，大家说了，我要在自然搜索这个界面，排名都非常靠前，我干嘛还要花钱，竞价排名的这种方式呢？干嘛要费额外的费用呢？实际有的时候要花很多的钱，大家一定要考虑一下权衡花钱与不花钱的问题，我们知道搜索引擎即使在付费的服务提供上，也有各种水平的业务模式的改变。如果要有好的竞争力的话，就必须通过竞价排名的方式，如果不花钱的话，肯定你们自己就会遇到一些麻烦。所以关于竞价排名和非竞价排名，大家要搞好这种平衡，到底竞价比例是多少，非竞价比例是多少。另外一点，你自己到底需要放上什么样的信息，这些信息都是非常重要的。

首先，第一点，你自己在你们的网上，想象一下到底你要选十个关键字吧，这十个关键字是否能把你们想要发布的信息完全概括出来，对客户来说，这十个关键词有多大的关键性，每个关键词是不是足够的短。应该尽可能把词做得非常短，我想不管在中国，在全球应该都是这样的。也就是说，我想不要和那些可以有非常大的预算的公司，跟他们进行竞争，我想你们可以把你们的关键字定得非常好，非常巧，这样你们才能有一定的生存的空间，这样也就是说，你们所穿的鞋一定要适中，对你自己的脚一定要合适，这样不管从预算，还是从大家所搜的结果来看，才能适合你们的公司。在美国我们有一种说法，你要找到一种感觉，你要想达到这点的话必须要进行一定的研究，花一些时间，比如说看吧，你们在雅虎和 google 上进行有关关键字的搜索，yahoo 和 google 都有这样的工具，能够帮助你们很好的找到你们的关键字是什么，最适合你们的关键字。比如说 yahoo 可以把每一个关键字的多少，每个月所使用的频率等等。google 可能不会把这些具体的搜索的数字给你们，但是他们也有一些指标能够让大家了解到哪些关键字是最重要的关键字。如果要在 yahoo 上搜索的话呢，你们可以获得各种各样的工具。那么大家现在再想一想人们为什么用这些关键字？你们在选择关键字的时候是用大家常用的关键字还是比较生僻的关键字，但是大家进行搜索的时候会用到。大家可以看一看 yahoo 还有 google 在关键字这里可以给大家提供什么样的工具，这是非常有价值的工具了。了解之后，才可以确定你们进行公关宣传方面所能达到的目的。

那么另外一点，关于你们自己的网页上的内容，大家想，不能单纯地猜，要想搜索你们这些信息的人可能会对什么感兴趣，如果凭空地猜肯定不行了。大家一定要认真地研究，尽管你们用了非常好的优化服务器，如果内容做得一团糟的话，也不一定能把内容搜索出来。那就是说，你们的内容里面有关的题目是不是覆盖面非常广泛，是不是别人能够跟你们的内容连接上，还有搜索引擎能不能跟你们很好的连接出来，有人一搜索就能很好的链接到你们的网页上。非常深入，同时他们也知道什么是好的内容，什么是不好的内容，很多人都去链接一个网页的话，这个网页就像一个投票一样，大家都去链接这个网页，就是对这个网页的投票，就是说他的质量比较高一些，也不要去做这个搜索引擎，说一套做一套，其实都不是。最好在你的网站当中，你的十个关键词，每个网页上都能有一些实际的内容。如果说你这个关键词当中的主题并没有反应实际的内容的话，这样的话搜索引擎就糊涂了，因为搜索引擎

会认为你这个网站的关键词是这个，但是实际上没有，那么到底你这个是讲什么东西呢？我们刚才讲的这些都是很基本的，但是大家却不知道，这些基本功没有做到。

另外，实际是说我们在找业务，找客户的时候并不是要找最繁忙的街道，有的时候甚至在乡下，也有一定的交通流量，大家可能认为乡下前不着村，后不着店，就是说找一些冷门的市市场，冷门的关键词，一般人不会去搜索。但是大家一旦去搜这样的词的话大家很有可能买。因为没有购买欲望的时候根本不会买这样的词，最简单的办法就是用同义词。也就是说你的主要的关键词是一个，但是找一个同义词，或者用同义解释的办法，可能一个词就解释清楚了，因为有时候不知道准确的词怎么说，就是用几个词表示这个意思，如果你能提供这样的词组的话，中选的几率的话就更大一些，大家看一下冷门搜索是什么样的情况。可能 google 和 yahoo 是这样的情况，最左边是这样，再底下就能看到很多不容易搜到的词，像一个大尾巴一样在后面。那你们会说为什么不搜热门词，搜冷门词呢？因为如果把这些冷门词搜索到，加在一块的话，会发现搜索量要比最常用，最左边那个多很多的。所以要把冷门词做一个不同的组合，这样就能大幅度增长你被搜到的可能性，这样你能抓到那些你原来抓不到的客户，这是非常好的一个窍门。同时，搜索引擎会找到这种捕捉器去阅读各个网页，一般来说，如果你这个网页如果没有人链接你的话，这个时候搜索引擎就不可能主动发现你。所以你一定要在你的网页上有好的链接，多一些比较好。而且链接越多，他会进行整页储存，形成一个档案，别人搜索的时候，它就会进行全文的比对，然后综合多种要素，看看排名应该排在第几位上，最后就决定了你的网站在搜索引擎上的排名，这就是他的原理。搜索引擎如何排序呢？第一页是网页内容，大家听了我们这两天的会，哪怕记住一点，就是一定要做好内容。这样的话，这是比所有的技巧、方法都有用的。另外，你这个标题，标签的话是非常重要的。大家打开的时候最上面蓝色底纹的这一块，网页的标题应该是和网页的内容有直接的关系的，如果说你这个标题和网页的内容不一致的话就有很大的问题。另外就是设计也很重要。如果你的图或者 FLASH 太多的话，你就应该运用好你的内容管理系统。所以说，你要取得一个平衡，就是你要设计简明扼要，让搜索引擎能够找到你，但是太简单了可能不能吸引读者的注意力，所以这里要去权衡一下。网页的长短，网页的链接的数量多少决定了这个网页是不是有内容，这是搜索引擎也会考虑的一个因素。所以大家在去做链接的时候也要考虑这些因素，还有就是网页之外的标准，比如说网站的历史时间长短，比如说这个网站已经做了很多年了。它肯定是经过了时间的考验，它的可信度就会高一些。另外就是点击量，就是出现搜索结果的时候，看看有多少人会去点搜索的结果，但是每次列出来，但是没有人点你，这个搜索引擎可能就觉得你这个质量不太高了。SES 一个月以前纽约开了一个大会，别人在一个网页上，等级的数字，停留的时间来决定网页的质量，这个也是排序的一个重要标准。大家要做好内容，当然，也要在其他方面下足工夫，不是说那些工夫都下到了以后就能成功，当然也要尽量做好，还有其他不可控的因素。如果说你这个网页设计的好了，别人也可以链接到这个上面了，就没有必要去提交了，因为现在搜索器的功能非常强大。最近我们也看到所谓的提交越来越受欢迎了。比如说，它能够来加速你排序的进程，能够提供你排序的位次，所以说，一个方面是提交，另一个方面让别人尽量多的链接到你的网页上。什么时候提交呢？提交什么东西呢？你的主页是一定要提交的，而且保证你的主页能够连接到你的分页上，这样就能让人家找到你的网页，需要多长时间呢？大概是几天到两个月之间，有的时候周转的时间甚至几个小时就完了，搜索引擎现在在发现内容、形成编码这方面已经是相当强大了。因为整个的时间下来，要受到很多因素的影响，现在有一个新的发展，就是说大家开发网站比较好的事情就是 yahoo、google，他们一直在做一种融合的项目，就是一种结构性的方法一次性把这些内容提供给这四个搜索引擎，就是说一举多得了，另外还要有定期提交的方法，如果大家有时间，有资源的话，我也是希望能把这个用起来。

同时，可能对网站的这些问题，他们也会有一些回馈。大家可能要结束的时候，觉得我怎么这么碎，老在谈这个问题，其实我们要去仔细检查我们的网站，我们的网站对于排名的重要关键词，其实很有意思就是说，大家开发网站的时候，他们用的这个词是说，跟搜索者常用的词语完全大相径庭的。我希望大家能够用好自己的网站搜索的工具，然后你把你觉得自己觉得比较重要的内容搜一下，你自己能搜出来你自己觉得比较重要的内容吗？如果你自己都搜集不出来的话，搜索引擎就更搜索不出来了。你的图象当中有文本的话，就不是一个文本了，因为这个文本不能复制粘贴的，刚才我说内容不是编程的话，就是能不能复制粘贴，那么这个时候就没法去进行搜索了。所以有时候文字是用来说明这个图象的。那这个也是不够的，就是说我们图片不只是寥寥数语就够了，一定要非常丰富扎实才行。如果你觉得你的网络做得非常薄弱，关键词没有出来，怎么办呢？这个时候，一个要找意思比较丰富的文字来表述你这个网站的意思，另外你的字体、字号是不是可以再调整一下。另外，对你的文字要尽量去强调。那么并不是说，有时候你的网站设计的越漂亮，搜索起来就会不一样，当然你要去补充内容，增加视觉的吸引力的话，当然对访客是件好事，这样能更多拜访你的网站，不单能够吸引搜索引擎，也会搜索我们的实际的用户。当然，我们这个网站首先来讲是做给读者来看的，而不是搜索引擎的。很多关键字要让他更宽范一些，要有关键性，鞋，是具体的什么鞋。不要把一个关键字弄得过长，也不要把一个关键字弄得非常短，有了关键字之外，还要把解释讲得比较贴切，大家知道，最后如果是排名的话，搜索排名的话，可能你的参数过于复杂的这些字呢就不一定能被搜索到，所以这也是很重要的内容。

你们可以看一看，在这张图上，里面有图也有字。你们看，这个Nike的鞋，有的是很漂亮的，而且里面又有文字和图片，是用photoshop做出来的，如果google搜索的话，可能就搜不出来这些东西，所以大家要注意到，尽管一张图上，如果有很多东西很漂亮，上面没有字的话，google也是搜索不出来的，如果有字的话才可以，单纯是图片的话，google是搜索不出来的，我再给大家讲讲所谓的秘密武器吧，任何网页上面都要有主题，比如这个主题里面可以是跑步鞋，或者是其他各种各样的鞋，要在每一个页面的题目，或者把标题描述得非常贴切。你每一个网页上的题目才能和搜索引擎链接上，这样才能使最后的搜索结果比较好。

那么，这个标题在网页上的重要性和书的名字的重要性是一样的，如果大家连一本书的名字都不知道，里面的内容再好，也不可能了解是什么内容了。也就是说，要给人眼睛一亮的感觉，我讲的是书的名字，那么在搜索我们的标题的时候也是一样的，大家非常喜欢一个网页是非常漂亮，但是对搜索引擎来说的话，这根本就没有意义。主要的是，这个网页里面所用的文本的这些字到底是怎样的，你选得如何。

如果在选择你们这个文本的字做得不好的话，你的产品就是再好，你的网页设计的再漂亮也不可能，大家也不可能搜索出来。除此之外，可能在某一个网页上面，我们还可以加上各种各样的互动的广告，这些用搜索引擎都是搜不出来的。除此之外，在内容方面，大家还可以做一些，在网页设计的时候大家一定要注意这方面的问题。如果大家都是刚刚开始设计自己的网页的话，一定要注意这些内容。

当然，你们不一定非要把网页搞得不好看，但是好看不一定非常有用，所以对一个网页来说，你们尽可能要让他做的是搜索引擎有好的界面，而不是其他的。那么再有链接，链接也是非常重要的，如果你们对搜索引擎不是非常在行的话，你们一定要非常注意怎么样充分利用好链接这么一个非常有用的技术。之所以我讲这点非常重要，就是说要用这样的工具是比较容易的。因为你们可能经常把你们网页上的内容进行更新，把更新的内容和尽可能多的

网页链接起来，所以 google 就开发了一个系统，就是说在 google 系统里就可以进行链接的优化，通过这种优化之后，就可以使得即使你修改了网页之后，那么你的内容也可以在很大程度上被其他搜索者搜索到，这点是很重要的。

google 也进行了对于链接的投票这么一个活动。比如说大家投票的时候可以选择哪一些是比较重要的网站，政府的网站，yahoo 这样的网站，还有有关权威机构的一些网站，那么大家知道吗？因为 google 本身有这样一个系统，如果能把你们的网页把这些投票数比较高的网页进行链接的话，就可以在别人搜索你的信息的时候很容易被人搜到。所以大家要是能和 google 的这些网站也链接上的话，实际上就不是链接了，已经有了很多的网站。当然我讲这番话有点做广告的意思了，但是我实际是没有这个意思的。关于所链接的内容也是非常重要的，大家知道，链接分两部分，一是 URL，这是和具体的网站的网址链接起来的，另外一点链接，那就是描述性的链接，所以这个链接的内容也是非常重要的。我们所链接的里边的文本的资料也是非常重要的。给大家举一个例子，比如说有这么一个链接，这个链接大家都可以连到有一个叫什么 cn 的地方，尽管链接到了这个网页之后，这个网页内容非常多，是不是能链接到搜索者所要求的信息，这就不一定了。大家知道吗？比如说在 google 这样的网站，他就有在什么样的链接内容上，就是针对链接内容进行投票，如果要是能把这一点也考虑到链接的系统里去的话，有人在搜索你们的信息的时候，不仅可以把它带到网站，而且可以带到有相关性内容的网站。

我们现在谈谈搜索引擎广告的问题，我们可以进行不收费的搜索，还可以有其他方式的搜索。在美国，你们花更多的钱，广告的广告排名也越多，我们看看雅虎巴拿马的系统，他们用的是一种搜索质量搜索的系统，也就是说，这个巴拿马系统并不和你付钱的多少成正比，很大程度是搜索引擎优化的一种产品。当然，你们在通过付费来进行广告的时候，你们必须要充分地注意有关的内容。这个问题既可以使大家了解到，通过这种方法你们既可以花钱，也可以不花钱。我们有很多公司也通过网站来宣传自己的公司。那么假如一个公司里面费用有限的话，可能就不一定要通过付费这种方式来登广告或者做宣传。如果有足够的资金的话，你们可以选择两种方式。

那么另外一点，我要给大家讲的是关于竞价排名这个问题，竞价排名可以使你的排名非常靠前，这是一种什么样的方式呢？也就是如果有人点击了我的广告的话，那么你就要给相应的登广告的钱，也叫做竞价广告。如果要没有足够的钱的话，就不一定是一种非常好的操作的方法。那么另外一个就是比如说用户在宣传的广告的时候，这儿还有一个登陆网页，大家也都知道，每个人在进行英特网搜索的时候，可能会搜索到各种各样的关键字，那么大家知道吗？他们有可能点击了你这个广告之后，他们到网站上一看，根本这个内容就不是你所需要的内容，实际你自己可能要白花钱，而且实际这样的客户也不是你所需要的客户，也就是你真正自己的客户想点击你的内容，不一定发现你这个关键词，这也就是说，竞价排名的负面的影响了。所以，大家在进行竞价排名的时候，一定要非常重视这个问题。你们一定要对于搜索的合作伙伴以及内容的合作伙伴一定要都把他们的关系搞好，可能就会有一些无辜的点击，你也收不到好的效果，我简单再回顾一下我今天讲的内容，我们两种搜索，一种是免费的，一种是付费的服务，大家在今天和明天一些发言当中还会了解到应该怎么样能够涉及到你们用户的一个友好的界面，除此之外，我还讲到了纵向的搜索和其他方面的内容，如果有时间的话，我还会详细再给大家讲，但是今天不可能把所有内容都给大家讲清楚，只能讲一讲战略方面的内容。

有关的内容大家还可以从其他的发言人那儿了解到。好，所以大家首先要注意到，不要忽视免费排名的服务，这些有时候是非常有用的。而且大家还要记住一点，那就是自然搜索是不用花钱的，而且内容也可以是很好的，大家如果要把你们的网站的内容做得非常好，要把链接做得非常好的话，通过自然搜索的话，就可以把你们的客户引领到你们的网站上来，除此之外，如果完全用自然搜索的话，也会遇到很大的风险，你们知道搜索引擎里边的内容也在不断发生变化，你们自己的内容不可能完完全全被自然搜索搜索到，所以你们要权衡好利弊，一方是花钱的，一方不花钱的，我们也会在今后看到越来越多的纵向搜索，而且这些纵向搜索可能今后也会是非常重要的搜索，那么明天还有很多人会再讲纵向搜索的内容纵向搜索会是今后使用比较多的，今后不管是 yahoo、google 还是其他的引擎，他们可能也会提供更多的纵向搜索的服务。所以明天大家要能够按时到的话，你们要能够尽早进入这个领域的话，大家肯定会有很多收获的。

读书笔记：很全的 seo 优化的普及书，从搜索营销、搜索优化、到内容建设、关键词选择、链接建设都涉及到了，非常值得慢慢细读，深思品味。



Shari Thurow: 搜索引擎优化经验分享

我们在今后六周我们会有一个调查报告将会发布出来，我希望大家了解到一点，就是我自己也是一个网站的开发人，而且我还负责有关编码的开发，而且我自己还获得了编码开发以及各方面的博士学位，这方面我有很丰富的经验，当然，我一会儿给大家讲的内容并不是我自己个人的经验，我知道，你们在座各位都有自己的想法，就是说一个网页应该是什么样的，我一会儿给大家讲的是我经过认真的研究，不管是学术界的还是操作方面的研究，从我的研究给大家讲这个内容。我知道在座的各位，我们的业界对于互联网搜索引擎还是有一些误解的，我先给大家讲一讲到底搜索引擎应该遵循一个什么样的原则。大家知道，如果你要是想看网站的话，你不可能只看一个网站，可能一搜索就是几个网站，可能是各种各样的文化方面的问题，还有各种各样的语言，所以大家要明白一点，我们设计我们搜索引擎的时候应该遵循什么样的原则。

我们首先应该注意的是，我们把各种各样的题目应该搞得很好。这是一个英国的网站，这个英国网站花钱是成百万美元的一个网站，你从这儿可以买到各种各样的产品。你们知道吗？如果你们要是买产品的话，完全按照这种模式的话，可能看起来非常乱，但是真想买产品的话，必须要有很多这样的信息，但这样的网站是不行的。另外一点，我要强调的，刚才的网站不是说很成功的。首先大家要注意的是你们最基本的目标群体是什么样的，首先语言怎么样，你们的语言风格怎么样的，你们的信息浓缩度怎么样，这些东西都是很重要的。除此之外，还有一点，就是说，人们如果了解你们的信息，首先你们要有很好的这些检索的关键字，这样，我一会儿给大家讲怎么样设计，就是在你的网站上，你怎么样把整个网站或

者是页面的布局搞得合理，怎么样让搜索你网站的人一看就能抓住信息。这是非常重要的，这是怎么样实现你们界面的友好性。有很多公司在搜索引擎上花了很多钱，大家知道吗？如果你们要把这个网站做得非常好的话，这样可能大家都愿意在你这儿登广告啊，首先要建立一个非常好的用户界面，这是最基本的原则，也就是文本的搜索的这些是什么样的，甭管是各种语言，不管是新的内容还是老的内容，都要遵循这样的原则。一定要把文字的连接搞得非常好，前提是用户的友好见面。我并不是说要求你们用市场营销的说法，不是，关键是比如大家上百度搜了之后，大家要看你最后搜索出来什么东西，如果你的网页做得非常好，但是搜不出东西来，不就没有用吗？

所以，你要把所有的文字，把你喜欢的文字都放上去的话，最后可能就乱了。甭管你写多少字，那么最重要的是到底你放的这些关键字能不能把你的网站的内容联系上，所以你建立的链接的程度怎么样，这是很重要的。还有一点，在你的网站上，我不知道你们注意到没有，一个可用性公司，首先在网站设计的时候，你们首先确定的是你这个目标的受众是什么样的人。这样呢，只有了解了他们的偏好，那么你们才能够设计出对那些用户有好处的设计，如果这个链接没有做得非常好的话，他们看到这个网站之后，进入你的门户网站以后，就能够看到这些关键字，或者非常好的内容，就能抓住眼球，最后不愿离开，一层一层看下去，这是很重要的问题了。

所以，你们要想，如果有谁要到了你的网站之后，你想让人家了解什么内容，必须要有他们看了你的网站就不愿意的想法，这样要加上链接才能把网站做得非常好。再有，就是必须让用户要和你们的关键字尽可能的重合。因此，你们现在看这张图，这张图里面有很多关键字，现在我问一个问题，这里边是不是能够提供非常好的信息呢？你们看 URL 结构都在这儿了，所有的参数结构都有，导航的功能也都有，那么里边有一些图片也都有，在这儿有一个我们的网站的地图，这也是很重要的。那么一定要有一个网站地图。有的时候可能不一定非要放在这儿，放在其他地方也可以。这些地方就是说可以跟其他地方再进行各种各样的链接。那么这个界面就可以让用户了解到他的纵向搜索能看到什么样的内容。

好，这是一个非常好的一个例子。那么如果你的网页建立起来之后，大家是否能留下很深刻的印象呢？在这儿看到，有一些地方是可以被激活的地方，这些地方实际上就可以给他留下非常深刻的印象。我们放的一定要是能够引起用户的重视的。往下深一层我们看，就这个网页，我也曾经做了可用性的调查和实验，所有人回答的问题都是说，这个网站设置的是非常好的。

那么另外还有一个标准，这个网站能否提供足够的信息呢？了解了这个信息之后，人家是否会打电话跟你联系，做业务呢？你们看到了吗？如果一个网页要很长的话，肯定要有滚动条，我想要把最重要的内容放到最上面，不用让大家充分用滚动条，能让观众第一眼球看到这个东西的话，大家就可以直接往下深一层再搜索，不要把重要内容放到最下面，我也经过了用户可用性的测试。我做一个结论就是说，你一个网站必须要能够和分类信息的详实性，你的结构，以及链接，关键字这些方面都非常好，只有这样才能使你的搜索得到最好的结果。

当然了，链接里面内容要相关性比较强。除此之外呢，你们要把有关的信息尽可能做好，这样才可以。谢谢大家！

读书笔记：网站的骨架和内容比搜索营销更重要，它是搜索营销的基础。确定语言风格、目标用户群，然后进行内容建设，要注意不同文化的人能够接受的信息浓缩度是不同的。很好的一个词，信息浓缩度，也就是 UI，UE 的布局之术。



Marshall Simmonds：搜索引擎经验分享

请大家提起神来了，好吧，咱们就继续坐下开会，谢谢！我非常感到高兴，这样的一个机会能和大家交流。我是纽约时报的首席搜索战略官。从 1999 年到 2007 年我就在那里工作，实际是关于生活方式，时尚潮流这方面的一个网站。他有 700 多个话题，纽约时报有 100 多万篇文章，所以文章量是非常大。搜索引擎跟我们的用户来沟通，在全世界范围内分享，能够做很多工作，我们也在考虑谁在搜索什么样的内容，我们希望知道到底出现了什么样的关键词，就像林先生讲的一样，然后怎么推广我们的网站，我们可以在标题栏里面做，或者是一些领导人，一些专家来进行网页优化，同时我们在标题栏这块的话，能够让我们的用户把关键词吐出来。

然后在设计的时候，也是设计能够简便易懂，这样用户一看就能知道他想要的东西在什么地方。另外一个就是方便链接，我们也是跟纽约时报的很多网站进行外部的互联。每一个链接都有一个他的解释。这样的话，他就告诉我们的搜索引擎和用户，这样的一个内容是讲什么东西的，我想跟大家讲，如果有链接的话，链接旁边一定要加一个注解，这样大家就知道是讲的什么东西。

比如这边是克林顿（幻灯片），一般是把人物事件放到主要位置上，大家可以去点克林顿的图片，把关于各地克林顿的文章一下搜出来，因为我们对内容和标题进行了优化。虽然说现在克林顿已经不当总统，大家知道他的行踪。我们的内容在进行优化的过程中，我们希望能够让用户收到怎么样能够搜索这个内容，怎么样在网页上找到这个内容。那么这边我们有国际新区论坛报，等等世界上各国跟克林顿有关的报纸都链接在下面，包括我们的网站。所以说我先讲到这里，如果大家有问题的话请尽管提问。

读书笔记：设计之神来之笔，就是简单方便。有简单浓缩的内容，有方便快捷的链接，这对于用户使用来说是最重要的。



悠立科技谢文怡：如何做一个正确的搜索信息传递

各位大家下午好！前面两位都是非常专业的公司，所以我今天讲的部分会主要是，如果前面两位已经提过的部分我会稍微简单带过，主要是补充一些没有提到的部分，以及在台湾执行的时候一些小技巧来跟大家分析。因为有特别提到希望是有方法论的，再加上很多的小技巧，后来跟大家分享。所以我也特别说一下我的经验，这个大会分为几个部分，我们还是要从关键字的分类。知己知彼，百战百胜，如果说我们不了解我们的客户在想什么，他是怎么搜寻的话，我们怎么有可能做一个正确的信息传递呢？接下来跟大家分享的是搜寻和成交之间有没有绝对的关系？周期是什么样的状况？最后会有我们在执行，做关键字发展的概要和一些小技巧。好的，我们网友搜寻的关键字真的是包罗万象，不管从大的方向，从非常小的，其实都有，以我去年旅行的经验和大家分享，当我要决定蜜月旅行的时候，大概是提前半年就开始做搜寻的事情，因为我不确定去哪里，所以我从蜜月旅行开始找，最后我确定去意大利的时候，我就开始搜寻威尼斯啦等等，整个消费者在使用的字上面真的非常多样，有一份报告也把关键词分为四大类，一类是大类别，一类是细类别，MP3 可能是 MP3 手机之类的，比如说还有特定的品名，时间和品牌。第四就是商标。我们再把这四类大概分为两大类。那进入搜寻的第一次，经常用哪类关键词呢？83%都是使用所谓的非品牌，就是广泛的关键词。那搜寻到最后，通常成交是会发生在哪些关键字呢？刚好相反啊。83%是非品牌，非品牌已经剩下 38%，也就是说，其实从广泛的关键词开始搜寻起，但是成交的时候却是确定的金额关键字。消费者在整个搜寻的过程大概时间会有多么多么长呢？有可能十二个礼拜，整整三个月时间，第 15 个礼拜的时候，成交率也只有 38%，消费者从品牌，或者要定榜，不断做选择，最长达到三个月。做一个小小的总结，其实这样的搜寻行为是一个过程，我们不能认为说消费者只会做一次或两次的搜索，其实是一个过程。从刚开始搜寻资料，评比，到真正成交，是这样一个环节。

那我们刚才了解消费者的搜寻行为之后，这边以我们公司自己发展品牌的一些经验，除了很官方的譬如特定的关键词，我把它定位正规的关键词，我觉得关键字分为三大类，一类是正规关键词，第二类是创意关键词，第三是其他字。产品相关或者做组合，蜜月旅行加浪漫，或者观察我的竞争对手在买什么关键词。

现在有没有特别流行的话题或者事件呢？或者特殊的节气或者季节？那比如说暑假寒假，这些是特别的季节，针对这些季节，有一些特别的考试，这都属于季节性的，针对季节性，我们有没有可能发展一些关键词。第三类是其他其他的部分就是比如错别字。刚才总裁有提到错别字，以我们的经验，甚至机率是蛮高的。所以光产品名大概已经发展二十几种错别字，其实那个量是非常精准的，虽然数量是少的，可是却是非常精准的。我们现在来看所有创意的关键字。这个案例我自己非常喜欢。我愿意再一次跟大家进行分享。我们先看一下他的 GPC。好，HSBC 强调的诉求就是他的利率是一般银行的 3 倍，HSBC 在台湾的策略是不

开分行的，在台湾只有一个分行，所以他开了这样的广告，一直在强调 3 倍。同时在上面对了很多广告，左手上面有 SBC，可以直接点到他的首页。所以连到这个首页，一直在强调 3 倍利率的事情。第二拨的时候，是有关研究上面的。我们再看第二个 GPC。

这就是我觉得它最厉害的地方，他居然可以把 3 倍创造成关键字，通过 HSBC 的方式，做三倍的搜寻，所以买了三倍的关键词。我觉得这是传统媒体，这样的品牌客户习惯性的传统媒体操作到一个非常好的成功案例。好，接下来另外有一些小小的心得，刚才提到说，流行的话题，以台湾目前的流行业界，其实蛮流行剪刘海的，台湾基本十个女生大概五个是减刘海的，刘海这个有没有可能有人买呢？可是什么样的客户可以买？如果是一个整形所我就会买这个字，为什么？因为当一个女生很在意自己的容貌要整形的，当这个关键字一下热门的话，却没有买，所以只花三块钱就买到了。那有没有特殊的事件？举个例子，现在是很热门的话题，我也特别上了雅虎中国，搜寻看看是不是有人买，果然有三家厂商在买，我想这样的关键字跟时事做连接的，比如旅游、运动、健身、纪念品，很多的产业都是可以去竞销的。另外一个特殊的案例，我们刚才看了。我觉得这是很创意的关键字的买法，基本上这三个字很容易。可是因为搭了汇丰银行的顺风车，买了这三个字。所以这是蛮聪明的一个做法。好，再来就是特殊的节庆。端午节快到了，端午节的种子也可以买，以台湾为例，封端午节的种子有十家买了，雅虎中国只有一家。我想国内的厂商来讲是非常好发挥的，如果太贵的话可以加一些地名或省名来区别。现在台湾非常多的饭店都是抓准节日促销，比如中秋节、端午节，母亲节，这些都是非常关键的词。那最后我想讲的是说，其实我们知道那么多关键字的分类和那么多方法，比如说汇丰银行，它的整个 GPC 这么简单，但是非常有创意，在台湾的口碑是非常好的。所以我想对于客户而言，要去想的是怎么样用营销方法来做一个沟通，站在代理商的角度就是这样。如果还有什么疑问的话下来再进行交流，谢谢！

读书笔记：关键字分为三大类，一类是正规关键词，第二是创意关键词，第三是其他字。点精之笔，研究关键词的类别、细分类别对于大的行业网站来说是也就是网站的目录结构及链接结构。搜索营销不仅仅要在营销环节中开始，最重要的是要从目录结构和链接结构开始。



Bjorn Van der: 搜索引擎营销存在文化差异

你好！我是 Bjorn，我的中文不好，所以我只能用英文。那么我是我们 Tribal 中国公司，主要在中国搜索引擎营销方面提供咨询，而且我们在中国的搜索引擎市场的营销方面也做了很多工作，我们现在的目标群体主要是欧洲，大家也都知道了，我们今天在座各位有很多欧洲的来访的代表，我们今天呢 2007 年才在上海建立了我们的机构，我们想把中国和欧洲建立几种桥梁，而且我们这是一个西方的公司，而且我们和百度也建立了合作关系。在去年的时候，我们进入中国市场以来，我们始终都不断地在进取。而且我们的一些进展我也简

单讲一讲吧。大家也都知道，我们的公司是一家欧洲的公司，在中国的确面临一个新的不同的文化环境，我们也知道中国英特网的事情以及相关产业链的市场和欧洲也都差不多，但实际也存在一定的区别。

在中国的文化不一样，再加上各种各样的观点也不一样，从市场的本质来说还是相同的，中国的英特网市场的发展仍然是处于一个相对早的阶段吧，这是和欧洲不同的地方，而且大家都在积极努力把这个市场做大。

我们现在中国的客户想到欧洲去的话，我们首先对他们进行一些介绍，他们去欧洲市场进行开发的话，我们向他们介绍，也就是说，如果他们要想到欧洲去，首先要先通过网站，这样才能走出去，这样是要求把中国网站的内容翻译成英文，才能帮助中国有关公司介绍到欧洲去。

关键是要把公司的具体能够翻译出去，而且我们也跟有关的向走出去的中国公司了解到，中国用户客户群体和西方客户群体是不一样的，中国的总体的对于互联网以及有关企业介绍的这些方式和方法和欧洲又不一样，重点也不一样，但是目前为止，我们看到，欧洲的客户或者欧洲的群体，他们肯定对于中国的互联网上面的内容的要求是不一样的，我们可以提供这样好的服务。

另外一点是，如果你们要想登什么广告，或者设计网页的话，不能把中国的网页和放到国外的网页或英文的网页完全弄成一样的，那样是不行的，所以对于中国的公司来说，必须有很清楚的服务的群体，我想在西方，必须要有针对性的提供相关的信息，这样才能获得搜索用户的信任，因此这是要做的第一步，这是最基本的这么一个方法了，这是属于战略层面上的问题，我要给大家提一个建议，也就是说，一定要根据具体情况而达成解决问题的办法。

那么给大家举个例子吧，有些公司做得就不是特别好，而且他们比如说你们看这个吧，咱们看中国建设银行，他们有英文，而且你要点一下英文的话，你要点一下这个网上银行，你们知不知道，你们点一下，就看到是这么一个界面，这是中文的，这怎么行呢？开始还是英文，这下就变成中文了，西方的客户看了之后能买你的帐吗？还有一些比较大的中国公司，他们做事情的方法是对的，做的非常好的，比如海尔这样的公司就是例子。他们的内容很好，是英文的，而且针对国外市场的客户定位也都很对。

大家想，你们不可能先到德国市场去，你在德国市场不可能用英文，必须用德文了。最后一点，我想跟大家讲讲搜索引擎营销这个问题，这一点，中国和欧洲也不一样。大家知道吗？两个地区的文化就不一样，大家的行为标准，以及行为方式也都不一样。所以进行营销的时候，当然不能采取一样的方式了。当然，我们知道在欧洲市场，google 是一个非常大的搜索引擎，欧洲还有很多国家也有自己当地的搜索引擎，所以不能只注意 google，或者是百度，那不行，有一些人家当地的搜索引擎占的是非常大的，google、百度还不一定是非常重要的了。

所以具体情况要具体分析。你们不能只是把你们的文字，把中文翻成英文或者德文，一下就放到网上去，那不行，那根本就不行，还要做其他很多的工作。当然，你要想开发各种各样的市场，不要认为英文就是一个推而广之，都能用的语言，不同国家有不同文字的，而且我们知道中国有一些比较大的公司，他们认为 SCO 呢只不过是做 B2B 的，实际 B2B 只是很小的一个部分，不能把营销或者是优化只认为是用于 B2B，可以用很多地方，这是 B2B 很小

的一个领域,如果真的把 SEO 和 SEN 真的都使用好的话,而且把两方面的优势充分发挥出来,可以做得非常多,不限于 B2B 啊。而且我经常跟我们的客户讲,如果真正做搜索引擎营销的话,不单是一个技术问题,比技术问题涉及的领域要多的多。大家有问题吗?有问题你们就问,谢谢大家!

读书笔记: 首先祝贺 Tribal 上海的成立。因为有事,没能参加。文化差异是网站国际化的最重要障碍,无论是欧洲、还是中国,跨过企业本土化都面临这个问题。不同文化的差异,造就了不同的信息接受能力。在搜索引擎优化方面,不是简单的翻译就能够解决问题。



优搜科技胡宪东：网站推广推荐使用脑袋风暴

大家好!我姓胡。现在我从实战的角度看看我们自己,当我们知道对方做什么事情的时候,当我们自己想做什么事情的时候,我们怎么样把这些事情一步一步的做起来。我会讲我们怎么去发现我们的关键字,怎么去找到这些关键字,我们找到了这些关键字,怎么把这些字拿出来然后做一个分析理解,然后再放到网上,通过什么去印证是对的还是不对的,然后怎么做一个优化,最后做到一个比较好的效果。

首先我们关心的就是我们叫 ABC 公司,我最关心的是如果我是做卖花的,做网上花店,我希望是网上花店的时候找到我,而不是 ABC 公司,对不对?用人家找我们的词来推广我们自己。我们怎么样去把这个例子做出来,首先我比较推荐的想法就是我们坐下来,做一个脑袋风暴,把我们相关的行业相关的词拿出来,写下来,然后我们看看自己的网站是怎么样去描述我们自己的,我们用的是什么关键词,我们的行业名字叫什么,然后这些不是我一个人,不是他跟我坐在一起,是我们很多人做网站的时候,写公司描述的时候,写产品描述的时候写下来的。然后我们看一看,比如做花的,用的什么字,是不是有产品名字,玫瑰花,或者康乃馨什么写下来,找到人来我们的网站是用的哪个关键词,这样我们就有一个清楚的清单,知道人家用什么词找我们。我们的对手用的什么词,推广的时候用什么词。那刚才讲的是国外的,那我待会儿讲的是国内的,就是用中文的时候用什么找到我们的关键词。

这些词找到以后我们怎么区分开来?首先我们想到,我们描述这个行业,这个词是什么,比如说一个很绅士的男人,或者是旅游,完了之后,接下来,我们有了这个 travel,他可能做一些研究。那我们对这些词做一个包括,写下来,找到了旅游之后,是什么,自助旅游,我要查找更加细分的产品信息。手机,可能就是 PDM,这是第二步,第三步,我们要做香港自助旅游,这时候用户已经有清楚的目的,要买这个东西了。这样的话,我们三个过程当中,我们已经找到了一个非常丰富的一个关键词。这个清单出来之后我们怎么合在一块,是用人手还是怎么做,我们把这些分类的词写下来,然后放到上面,第一类是比较大略的地方,北

京、上海，地名。第二步动作是做什么的，旅游或者旅行。这是中文的表现方式。然后通过什么方式去做地方的动作，旅游。

是说我要做一个自驾，或者徒步，或者自助。北京自驾游、西藏自驾游这样，整个过程当中，整个 List 就很清楚，好了，我们做这个 List 的时候我们要优化他，我们要是卖东西还是拿眼球，不同目的有不同关键词的一个决定的使用。第二的话，我们做这个词的时候，我们想做的是旅游、鲜花还是保险，还是我们要很清楚的东西，母亲节玫瑰花，或者保险，或者交强险。最后我们要很清楚地知道花了多少钱，多少时间，得到的效果是什么样。我们的点击率是多少？我们有客户说，点击率不是很高，但是那个词，如果点击的话，这样的词出现的机会不是很多，但是当他找到点击进去购买的机会就比较大。

就是说你的目的已经有了，我是用很少的钱达到很多的眼球还是用很多的眼球达到效果。我是去卖东西，还是怎么样，我们有多少眼球，然后最后整个是什么样就看清楚。这样就回到第一步就是说，我们优化本身一开始的 list，这样就比较直观。因为我们总是一句话，如果在网络上做推广，不管是 PPC 还是 SU，不做那个就是浪费钱。我们怎么样在中国做简体的搜索。如果去百度，打一个鲜花的话，下拉最底下的时候能看到更多相关搜索，他能给你很清楚的东西，关于鲜花这个词，有什么相关的搜索，其实不是全部那个词都是相关的，但是你能发现有一些非常高的词，不是跟你极端的相关的时候，如果可以的话，你可以买这个思路，可以用很少的钱买到一些非常高的搜索量的词，做一个品牌推广。google 其实也给你一个工具，你点击进去可以根据你不同的需要找到关键词，到你的网站上找到相关的关键词，不仅是在你的网站，也可以在别人的网站。

这是他的表现结果，所以他不能给你一个很清楚的数据，有多少人找这个词，但是这个词的流量或者被关注的程度是多少。

好，最后就是语言。比如我们做中文的话，比如有客户做网上珠宝销售的话，如果英文的话会有单复数的问题，其实中文也有同样的问题，戒指我们算了一下，有七八种写法，当然第一种是对的，第二种是不对的。我们发现这些词其实客户都在找，不管对还是不对，其实放进去的话，会发现整个 PPC 效果会比原来光是那个词来得厉害。我们中文比较厉害，有一些简写和全写，旅游和旅行，。把它放到一块的话，你会发现效果比较好。

我们的日志的话就是说把我们的客户做下来，看看这个词是什么，写下来，然后用工具做一个细分，做一个优化，然后做一个监控和管理，做一个优化，一定要优化，否则就是浪费你的钱，这是我们公司的产品，这是我们的客户，好，谢谢大家！

读书笔记：准确的关键词更为重要，这个准确不是说关键词的写法，而是这些关键词能够准确的到达用户。能够到达用户的关键词才是准确的，而这些关键词可能是用户建立出来的，这就是网络文化的魅力所在。



点石互动柳焕斌：如何让你的网站被高效的索引

大家好！首先自我介绍一下，我是点石互动的初创人之一。今天很高兴在这里和大家分享。我今天演讲的主题是如何让你的网站被高效的索引。在演讲之前，我所认为的 SEO 应该是一种统计分析学，是搜索引擎的发展而产生的，就是说，现有的一些 SEO 的体系是基于大部分的网站，通过大部分网站的实验和设施而总结归纳出来的，而今天我所说的一些东西是我个人总结的一些经验，跟大家分享，仅供参考，并不一定对所有的网站都具有指导意义。那么昨天那个 PARTY 的时候，我和林兄有一个交流，SEO 的效果能否量化。这个主要是基于大量项目操作过程中，和客户进行交流，三条核心的量化标准，一个主要是网站的网页在搜索引擎中的排名表现，还有一个就是网页在搜索结果的信息引导性。网站被搜索引擎高度索引的效果在哪里，只有你的网站能有搜索引擎，才有可能获得竞争的机会。第二个，只有你网站中的网页尽可能被可能找到。我认为高效体现在两个方面，一个是时间，这个时间周期越短的话，会为你排名获得一个先机，因为网站在搜索引擎覆盖的面非常大的话，就提升了用户找到你的网站的概率。那么接下来我讲一下如何提高索引的效率呢？以下四个方面是我的一些经验，接下来我们一条一条地来看，第一个是什么呢？就是网站的物理结构的设计，第二个网站地图的提交和维护，第三个是网站信息内容的更新，第四个是链接的合理运用。我们接下来看第一个，什么是网站的物理结构呢？物理结构呈现的是网站目录所承办的文件的设置形式，一般有很多层次，像我们刚才罗列的第一个是目录的表现形式，第二个是二级目录，第三个是三级目录，依此类推这种物理结构形式。在这里，我们给出的经验是，点评化的物理结构设计是最好的选择，这里有一个经验数据，就是三层或第三层的这种物理结构是最适合搜索引擎来进行索引的。那我们来谈第二点，谈第二点之前，我给大家介绍一下网站地图的基本知识，什么是网站地图，网站地图呈现的是网站的结构，方便查找信息。在没有出现搜索引擎之前，网站地图就存在，那时候网站地图就是方便用户来访问的，让用户了解网站的结构，随着搜索引擎出现以后，网站地图就带了一点点 SEO 的色彩，网站地图的形式有两种。第一种格式用户和机器人都可以识别，第二种对于搜索引擎，像大部分用户对这种格式并不能很方便去阅读他。关于网站地图的制作，这里就讲不了了。因为已经有很多的资源来方便我们对网站地图来进行了解、指导，包括一些软件。那么网站地图对 SEO 的重要性，刚才也提到了，网站地图能够呈现网站的结构，架构，然后搜索引擎进入这个页面以后，能够依托于这个很方便地了解网站的结构，从而进行索引。那么如何让网站地图被快速察觉呢？这里针对两种不同形式的网站格式，我有一些建议，第一个关于 web 界面的网站地图，因为它本身是作为一个网站诸多页面中的一个成员，网站地图的重要性刚才已经讲了，那么，在这里给出的建议就是在其他的页面，这些页面具备什么特征呢？搜索引擎认为他们是非常重要的，从这个地图找出一些纯文本的链接。这里有两种方式，一个可以通过搜索引擎提供的特定接口来向他们提交，第二个最近几大联合厂商发布声明，他们已经可以在这种文件里面发布。那关于网站地图的维护，这里有两点建议，第一个就是说经常更新你的网站地图的

URL 列表，这个是很让人忽视的，因为很多人更新的过程中不注重这种更新，他没有及时把这个 URL 放到那里面去。第二个，在一些重要的页面，应该有导向的链接，这种就是指外部界面的。第五章，我们现在来谈谈网站信息的更新，网站信息包含两个方面，第一个网站自身的信息更新，第二个是搜索结果的信息更新，网站自身的信息更新包括新页面的建立，第二个，现在已经存在的页面出现信息的修订，网站信息更新，会有什么样的状况发生呢？搜索引擎机器人会随着网站更新程度的频率，形成一个爬行周期，从刚开始了高效来讲的话，我们是希望这个爬行周期是越快越好。一般来说，更新越快的网站，搜索引擎爬的也比较勤快。第二个，我们来看一张示意图，这个是一个搜索结果的图。一个结果中的三个元素发生变化的话，便视为发生了更新。那么接下来我们讲一下两个更新之间的关联，到底讲这个有什么用，有什么关联。就是网站自身的信息更新会导致搜索结果的信息更新，搜索引擎机器人会形成一个爬行习惯，这个爬行习惯建议是能够爬行的周期时间越短，它这个效率就会越高。第二个，搜索结果中的信息更新，对我们站长来说，是一个相当具有指导意义的，通过时间周期的变化，我们可以直接地、大概的选择一个合适的信息，对网站进行更新。

信息更新的一些经验。有两个，第一个就是网站的信息应该是保持更新，这个更新的周期我们给出一个数据是一到三天，第二个就是新页面的建立或者是旧页面的修改，必须在一些网站中重要页面有一个展示，而且展示必须得持续一段时间，这段时间最好能跟这个回访周期相匹配，这个是最优的。那么第六点，主要是链接的运用，一个是内链，一个是外链，这样挨个儿分析一下。内链能够给我们一种很完美的逻辑结构，内部的链接有三种可以值得推广，提出的方式，然后你能把这三点做好的话，会对网站索引的效率会有很大的帮助。第一个就是正文，有一个核心的部分信息，这个部分的信息会有一个关键字导入到其他的页面。第二个是相关导航，比如我们看一个网页的时候，下面有一个相关的文章阅读，比如还会有一些热门的文章推荐。第三个就是 TAG，刚才林先生也说可以起到一定的影响，达到扁平化的一个目的。为什么提到这三点呢？其实说这三点无非就是说明一个问题，让网站与网站之间的关联更加密切。大家想一下，如果一个网页被搜索引擎索引，另外一个网页没有被搜索引擎索引，然后他们之间有这个链接关系的话，看到这个网页的同时也会看到那个网页的信息。有些人一直问我，我也没向搜索引擎提交，但是搜索引擎依然会对我的网站有一个索引，出现这种情况，我们来看一种模型。这个里面有一个 websiteA 和 B，我用灰线条来表示，就是说他的信息更新不活跃，另外他信息更新不活跃的话，所以 site 爬得也不是很勤快。这样他的周期也会很长，假如这种周期下，某天建了一个页面，这个新页面是不是半年或者一年才能搜到啊。所以是很不利的，有一个 websiteB 有一个很好的特征就是他的信息可以非常快，websiteA 建了一个新网页后，如果从左侧的路来爬的话，再把新闻抓回去的话，这个时间周期会非常长，如果从右边走，这个周期就会非常非常短了。

那么对于 websiteA 导入 websiteB 有一个什么特征呢？这里面我们说链接的特征应该是什么呢？就是说他的内容是原创的，而且持续更新。ok，以上这些就是我今天演讲的全部内容，如果大家对这个方面的问题还不是很了解的话，可以会后找我再进行交流，谢谢！

读书笔记：了解爬虫的抓取顺序能够更好的让搜索引擎收录，通过网站地图对 se 进行一定的引导，让 se 更了解你。



林思吾：搜寻引擎喜爱加创意设计等于 SEFD2.0

大家好，我是来自台湾国际的林思吾，这是我第一次来到厦门，这边的人真是很热情。

你的目标群是谁，25 到 35 岁的女性，习惯用什么字搜寻，加上网站主来讲的话，本身的特性是什么，我们可以产出一些简单的关键字。这时候有一些关键字，我们可以利用各种方式，在这里大概有 12 个 SOP，有各式各样的工具。关键是选择工具，我们还有做过各种表格分析。怎么组合关键字呢？高流量的关键字，高流量低转换率的关键字，必须很清楚关键字和它背后的意义是什么。好，我们既然组合起来之后，我们就会知道我们要的是哪些字，我们必须了解这些字的难度在哪边，你要去旅游，必须要了解百度前十名和前二十名。第二个是你去分布你的关键字，首页摆多少，那页摆多少。一般来说，我们次要的关键词，例如说我今天要去环岛旅游的话，环岛是一个主要的关键字，一般来讲会从次要关键字进攻，然后带动主要关键字。你把关键字整好之后，就是十个一定不能犯的错误。我们常常有听过 FLASH 网站，Java 下拉式使用都不太好。买屋、卖屋，租屋，这是在网站设计上才会发现的错误，另外一点，新创名词。在新创名词想出来之后，请看有没有人在用这样的词，不然会白白浪费这个机会。

接下来，十个一定要做到的事项，资讯架构要畅通。比如说你的层次要缩减，要扁平。这就是所谓的内部连接都不够。做到扁平畅通。第二点我们谈 Title tag，独立的一个标签，我们同时要拉拢使用者，标签必须放入你的关键词，但是你不知道怎么写的好，写得好的标签绝对是有影响的，一定要有密切的标签。你必须认为你的内容和你的关键字有相关，第二点要让消费者觉得好有趣，愿意继续用你的网站。这是十个必定要去注意到的事情。（幻灯片）我想到一个方式，一个不错的方式，我看到有人在使用，我再跟大家分享一下这个做法。好了，大家看得清楚吗？（幻灯片）他先做一张底图，先做底图，再把文字放上去，我讲一个实际案例好了，假如一个卖牛仔裤的网站，毕竟你网站是给人看的，所以我对视觉的部分还是很要求的，所以我一直很努力试图去解决这个冲突和议题。

我们回头看，来看一下，接下来要来谈 Web2.0，第一个是仿标签的使用。你要把你的内容尽量放到一个资讯价格以下。甚至你希望是重视度很高的时候，可以通过这种方式放到第一页来。我现在讲为什么是仿的，这个是站长设定的。他用的热门关键字，利用这样的方式，他们结合了时下的设计，人家会认为这个网站蛮有味道的，我认为是非常好的技术。再来看 AJAX 的技术，他可以大量缩短页面的长度，但是会搜索到你错误的网址，或者搜索不到你的内容。所以我们要顾到一点，你要给搜寻者看到的内容尽量不要用 AJAX。那么来看一个，我们的客户的一个案例，他的 AJAX 来讲的话，有犯错，也有做好的地方。好，我们来看绿色的地方，他不只是纯文字的设计，绿色这一块是第一层，这样每个网页和每个网页之间的串联是完整的，这是个很好的设计。那我也可以在紫色这里留下一个 AJAX。我们先来看

最下方这样，这是他这个网站非常重要的资讯，他这里错误应用了 AJAX，这样会让我们的搜索引擎找不到。我们来看第二个部分，它这个部分都是有疑问，这样的使用对使用者来讲是很方便来做这个，这是很好的一个例子。好，我们再来看右边这个网站，大家看得到白色的吗？这个网站叫做博客观察，它发了这个贴子，让它在短短几个月时间拿了二十几个链接。最近在台湾很红的一个代理商会怎么做。我想你可以做一个贴子，所以能在短时间内去大量的链接。最后一个是书签的使用，我们常在一些博客的网站上可以看到，他们的文章最下方都会有加入书签的作用。只要你文章写得不错，一个使用者都会加入你的书签，无形之中也会有一个外部链接假如到你的网站上来。

搜索引擎喜爱加创意设计等于 SEFD2.0.

读书笔记：经验的分享很重要，但创意更重要。SEFD2.0，多好的一个概念；2.0 似乎不够惊人，如果是我，我可能更夸张，SEFD3.0。

点石人物志

