

<<SEO魔法书>>

图书基本信息

书名：<<SEO魔法书>>

13位ISBN编号：9787115216557

10位ISBN编号：711521655X

出版时间：2010-1

出版时间：人民邮电

作者：土著游民

页数：187

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

从1995年“瀛海威”正式出现在中国网民面前那天开始，伴随着中国不断变化的网络环境，个人站长逐渐成长，直至今日，中国已经拥有个人网站四千多万个，个人站长几百万名。

如果说当年的个人站长只能在瀛海威、网易个人主页空间根据自己的兴趣建立个人主页的话，那么时至今日，个人站长已经逐渐把目光转移到网站推广、网站盈利等领域。

网站盈利离不开网站推广，而网站推广的核心就是增加网站本身的曝光率。

自从搜索引擎出现后，大部分网民发现自己已经不再需要记住大量的网址和复杂的IYRL路径了，而只需要在百度、Google等搜索引擎中搜索自己想要查询的关键词即可。

于是，新一轮的网站推广方式应运而生，这就是我们经常会听到的搜索引擎优化，即SEO。

如今，个人站长们在互相交流建站经验时，总会提到这样几句话：“你的网站现在排名如何？”

”，“这次算法调整对你的网站排名影响大吗？”。

从这样的谈话中，不难看出，现在的个人站长至少都已经知道可以利用搜索引擎优化这把利剑做到网站推广。

但令人感到无奈的是，搜索引擎优化是一把双刃剑。

一旦优化的过程和手段稍有偏差，那么就很有可能会伤及自己的网站，甚至让网站在搜索引擎中长时间消失。

因此，找到一种合理、安全的SEO方法，成为很多个人站长急切盼望的事。

《SEO魔法书》结合了笔者6年的SEO实战经验，并针对个人网站的特点撰写而成的SEO指导书。

该书包括以下主要内容。

<<SEO魔法书>>

内容概要

本书是作者从事搜索引擎优化5年以来的经验总结，书中深度剖析了搜索引擎优化的每个细节，包括关键字策略、URL 优化、代码优化、网页结构、网站结构及链接策略等。此外，书中还介绍了如何结合提高搜索引擎友好性及用户体验去规划网站，让读者可以将掌握的搜索引擎优化技术应用到提高网站的用户体验中去。

本书适合SEO初学者以及具有一定经验的读者，对于进行网站运营、网站策划、网站推广、网站设计、程序开发的人员来说更是必备的手册。

此外，本书还适合用作大专院校电子商务专业、计算机应用专业的教材。

作者简介

子信立远营销策划总监。

2001年涉足互联网，主攻产品营销推广和产品策划，多年从事搜索引擎营销项目与教育。

2009年推出国内首个创业型企业营销策划整体托管服务，服务于各类中小型技术创业企业。

书籍目录

1. 走进SEO	1.1 搜索引擎优化及搜索引擎营销	1.1.1 从大英百科到Google搜索	1.1.2 搜索引擎优化与搜索引擎营销	1.1.3 搜索引擎营销发展大事记	1.2 SEO的用途
	1.2.1 利用SEO盈利	1.2.2 建立企业品牌	1.2.3 危机公关	1.3 学习SEO前应该知道的事	2. SEO基础知识
	2.1 网页title的优化	2.1.1 title的优化基础	2.1.2 title优化中的一些细节问题	2.1.3 title优化中需要避免的问题	2.2 关键词的选取
	2.2.1 关键词选取辅助工具	2.2.2 关键词中的长尾理论	2.2.3 资讯类网站的关键词选择技巧	2.2.4 销售型网站(企业网站)选择关键词的技巧	2.2.5 关键词选择时需要注意的一些问题
	2.2.6 关键词选择时需要避免的一些问题	2.3 关键词(keywords)的优化	2.3.1 元标签关键词的优化	2.3.2 title部分的关键词优化	2.3.3 关键词在单页面中的分布
	2.3.4 关键词密度	2.4 元标签及网页描述的优化	2.4.1 各种元标签的名称和作用	2.4.2 页面描述(description)的优化	2.5 网站结构和URL优化
	2.5.1 选择一个适合网站内容的域名	2.5.2 网站目录结构的优化	2.5.3 URL优化中需要注意的问题	2.6 SEO中的正则表达式	2.6.1 伪静态所需要的工具
	2.6.2 ISAPI Rewrite的安装	2.6.3 ISAPI Rewrite的高级使用	2.6.4 正则表达式	2.6.5 常用的伪静态规则	2.6.6 一些URL优化中必须注意的问题
	2.7 让搜索引擎按您的意图行进	2.7.1 robots.txt文件的定义和用途	2.7.2 robots.txt文档的语法	2.7.3 实战robots.txt	2.8 网页链接的优化
	2.8.1 内部链接的优化	2.8.2 外部链接的优化	2.9 heading标签的优化	2.9.1 heading标签的概念和使用实例	2.9.2 heading标签优化实战
	2.10 图片优化	2.10.1 图片搜索中最受人关注的热点区域	2.10.2 图片搜索引擎的基本原理	2.10.3 图片搜索的SEO技巧	2.10.4 图片和关键词的相关度对排名的影响
	2.11 网页减肥	2.11.1 网页的DIV+CSS重构	2.11.2 JavaScript脚本代码的减肥	2.11.3 网页其他部分的减肥	2.12 建立一个利于SEO的网站
	2.12.1 网站的先期策划	2.12.2 建立一个利于SEO的后台程序	2.12.3 新网站被快速收录的办法	2.12.4 学会分析网站日志	2.12.5 合理的链接策略
	2.13 本章小结	3. 网站SEO实战	3.1 企业网站的SEO优化方案	3.1.1 网站现有情况分析	3.1.2 企业网站SEO操作流程(内部优化)
	3.1.3 企业网站SEO操作流程(外部优化)	3.1.4 寻找外链的5个办法	3.1.5 通过分析竞争对手提高自己	3.2 垂直门户网站的SEO策略	3.2.1 网站分析
	3.2.2 专题策略的概念	3.2.3 专题策略所需要注意的一些方面	4. SEO相关的基础算法	5. SEO作弊	6. 利用搜索引擎获利
	7. 英文网站的SEO	后记			

章节摘录

插图：根据以上几条错误代码，我们就可以分析出：METAkeywords的优化需要注意的方面。

(1) 在keywords优化过程中，每个页面只要有两三个关键词就够了，不需要放置太多的关键词。原因是：假如搜索引擎分配给每个网页METAkeywords部分的每个关键词的权重是100分，而如果页面只有一个关键词的话，这个关键词就独享100分的权重；而如果是两个关键词，那么两个关键词就分享100分的权重，也就是每个关键词占50分；而如果是三个关键词，则每个关键词享受33.3分；四个就是每个关键词享受25分，依此类推。

因此，为了让主关键词权重集中，那么我们在每个页面上所安排的关键词只要有两三个就可以了，如果太多就会分散权重。

有的时候我们的网站会有很多个关键词，在这种情况下，很多网站站长就会在首页的METAkeywords文件中放置很多的关键词。

事实上这样的做法是不正确的。

如果网站确实有很多关键词，那么我们可以使其他的关键词在页面本身上反映出来，也可以在页面描述（description）中写出其他的关键词。

(2) 实例2.8中我们可以看到这里的关键词部分直接是一句话。

首先要明白一个概念，keywords是一个关键词的集合，而不是句子的集合，这样的写法可以使用在页面描述中，而不应直接使用在关键词当中。

(3) 实例2.9中，虽然只使用了3个关键词，但是相邻关键词之间却用了空格作为分隔符。

这样的做法是不正确的，因为对搜索引擎蜘蛛来说，这样的分隔符是不起任何作用的，也就是说，搜索引擎蜘蛛会认为这3个关键词是一个词，而不认为这是3个词。

标准的写法是在每个关键词之间以英文的逗号（，）分隔，而不是使用空格。

实例2.10中出现的情况也是一样，在关键词中竖线（|）也不能作为分隔符。

下面是一条比较符合标准的METAkeywords写法，供各位读者参考。

后记

作为网络营销的一个重要方面，搜索引擎优化和搜索引擎营销一直扮演着非常重要的角色。

这本《SEO魔法书》对搜索引擎优化的基本方式、基本策略等方面做了一个简单的阐述。

很多初学SEO的朋友经常问：“究竟怎样才能将SEO学得更好？”

事实上SEO和所有的知识一样，基础知识很简单，最重要的是通过更多的实践来获得宝贵的经验。

勤学苦练是SEO最重要的学习方法。

中国有句俗语叫做“手中无剑，心中有剑”。

所有搜索引擎最基本的工作机制就是将最有价值的网页推荐给用户，如果我们SEO学得再好，而网页本身没有任何价值的话，排名就算做得最好也只是昙花一现。

很多SEO的前辈都说：“最好的SEO手段就是忘记SEO”，这也便是“手中无剑，心中有剑”的最好表现。

SEO不是万能的，只有我们的网站本身做得很好，SEO的价值才能充分地体现出来。

需要注意的是，SEO，只是一种将技术转化为营销理念的渠道，在目前互联网形式良好的情况下，通过使用SEO提高企业的产品销售是一种绝佳的营销方式。

在接下来的时间里，将继续著作本书的配套书籍，重点阐述如何利用SEO等网络营销方式提高中小型企业的产品网络销售量，请各位读者继续关注。

在本书的写作过程中，人民邮电出版社的诸位编辑，以及北京海拓天成技术有限公司的苏长君先生等给予了很大的帮助，在此表示最真挚的谢意。

另外，感谢我的妻子在我写作的过程中对我莫大的支持，没有她帮助我整理稿件，这本书很难在短时间内成型。

另外，感谢所有在本书中引用其文字的作者以及所有在这本书写作的过程中提出宝贵意见的专家们。

由于编写水平有限，疏漏之处在所难免，希望广大读者和专家给予批评指正。

另外，SEO技术随着搜索引擎算法的改进时时都在发生变化，为了让广大读者获取到最新的SEO资讯和知识，本书将推出官方网站，网站将提供SEO有关信息、本书内容更新等，另外还为个人SEO爱好者和个人站长提供不定期的SEO免费咨询服务。

媒体关注与评论

“搜索引擎将成为品牌公司和企业的“新主页”。

未来人们可能看不到什么主页，因为80%网络使用是从搜索引擎开始。

搜索的确提高了用户体验，因此，越来越多的客户把搜索看做具性价比的广告形式。

” ——英国伦敦顶尖互动广告公司AKQA媒体和搜索业务负责人尼尔·爱特森

<<SEO魔法书>>

编辑推荐

《SEO魔法书》：献给2600万个人网站站长的SEO实战手册让您获得高流量与高访问回流率招招皆是制胜法则!基础搭配实战，不花钱，达到最佳营销效果关键词选择长尾理论，提升网页录入量剖析图片和Flash搜索引擎录入细节。

兼顾效果与排名商业网站案例分析，复制真实的成功经验GoogleAdsense优化技巧+百度凤巢计划，了解最新SEO发展动态个人站长 网站程序设计师 网络MIS 专业策划人 独立博主 公司营销企划人员 网页美编 不得不看

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>