第一图书网, tushu007.com

<<解密SEO>>

图书基本信息

书名：<<解密SEO>>

13位ISBN编号：9787121043154

10位ISBN编号：7121043157

出版时间：2007-05-01

出版时间：电子工业出版社

作者：欧朝晖

页数：372

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

^前言　　《解密SEO——搜索引擎优化与网站成功战略》是作者根据十年网站营销经验，特别是搜索引擎优化（SEO）实现营销方面的技术和实践总结。
本书帮助读者不仅意识到搜索引擎优化的必要性和重要性，而且详尽叙述搜索引擎优化的策略和详细步骤，以及优化过程中要考虑的主要因素。
　　本书首先帮助读者建立搜索营销的概念，分析搜索营销中的几种形式的手段，进而明确指出，对网站进行针对搜索引擎的优化是这个网站战略中至关重要的一环。
本书接着从认识搜索引擎的原理开始，导出搜索引擎优化的具体解释，向读者引入以搜索引擎优化为宗旨的网站建设的新观念和设计理念。
　　本书对于网站结构优化、单页优化、链接优化等技术进行了详细的解说和示范。
在这本书中，读者还可以接触到网站养育的新概念，帮助读者将网站发展成熟，达到网络营销的目标。
对搜索引擎优化中观念上和技术上常犯的错误，本书也一一给予指正。
本书还对扩展应用搜索引擎优化来实现网络公关和品牌建设、开拓国际市场给予了介绍。
　　组织结构　　本书帮助读者了解搜索引擎优化（SEO）的完整概念、掌握真正的SEO技术，并且能运用SEO服务企业的发展。
因此，书的编写是按照这个学习的过程来组织的。
　　第1篇　搜索引擎优化的进化论　　第1篇是本书的第1章。
这一部分引入SEO的概念、需要，说明SEO的可操作性。
目的是使读者认识到，搜索营销是现代网络营销的重要方式，而SEO是搜索营销的最需要、最有效、最经济的技术实践，它不仅是中小企业所需要的营销手段，也适合大型企业、跨国企业的战略发展。
　　通过第1篇读者可以知道，SEO早在搜索引擎的发展初期就已经开始相伴，在互相的一种斗争和促进的“爱和恨”的关系中共同发展。
这部分也说明，一个优秀的SEO技术人员需要在商业经验、计算机技术、心理素质、突出的创造力等各个方面具备综合的素养。
　　第2篇　搜索引擎优化的科学观　　第2篇包括第2章和第3章。
SEO真的有必要吗？
许多读者都会回答，那当然是的。
可是绝大多数人都是从表象来回答这个问题的。
大家会说，SEO能帮我获得高的排名，我的网站就会有人气。
是的。
但是，这部分我们解答的是，人们为什么只对网页上排列朝前的网站进行访问。
这是由人们的视觉理论来决定的。
科学家们力图从人的行为来解释SEO的重要性和这个技术发展的道理。
　　本书介绍这些研究来说明，SEO是个严肃的科学实践，而不是炒作。
为此，这一部分简要分析以Google为代表的搜索引擎的算法和排名原理，让我们明白，搜索引擎的自然搜索结果是不以人的意志来转移的。
SEO技术人员必须遵循搜索引擎的规律和指导来进行SEO操作，而不能不切实际地抱有侥幸和投机心理。
企业的营销人员更不能听信“真实的谎言”，采用错误的实践方法来最终损害自己的网站。
本书在这部分指出，SEO的终极目的是提高网站访客到顾客的转化率，排名和流量是现象，唯有以诚实的态度和敬业的精神，采用科学的方法来帮助网站提高转化率，才能获得满意的投资回报。
　　第3篇　搜索引擎优化实践　　第3篇从第4章跨越到第10章。
这部分是本书的躯干，包括了7章的内容。
这些章节要讨论的是SEO技术的组成、细节和成功实践。
这里解决一个原则问题，就是SEO怎么处理和平衡网站设计是“面向网站用户还是面向搜索引擎”。

读者从这个部分可以知道SEO实际上是一个全面的理论，用一方面的牺牲来获得另一方面的成功，也不要因噎废食，对果断的技术处理而犹豫。
这部分先从网站的可用性开始，讲授网站建设的真谛是服务用户，而SEO是吸引用户来访网站的技术改良措施。
这与采用非法的手段来愚弄搜索引擎获得侥幸排名和虚假流量的“黑帽SEO”做法是有天壤之别的。
读者先从设计网站的结构开始就具备SEO的思想，将这个SEO思想贯彻到网站的全部设计过程，同时指出一些不利于搜索引擎的设计方法。
这个设计过程包括——结构的最优化、关键词的研究、文本优化、一张张网页的处理、网站外部联系的优化、网站的候选养育、监控和提高。
只有这几个过程都得到很好的落实，SEO才能获得真正的成功。
其中，关键词的研究是SEO实践中的重中之重，而这点却是许多SEO从事人员最随意的，也是因为这个随意才引发SEO网站的畸形竞争。
另外，不成熟的SEO的表现方式，是对网站文本没有进行优化处理。
这个本来是对网站用户、对搜索引擎最根本的提供信息的方式，却没有被许多网站建设者重视。
SEO是个非常耗时、非常仔细、非常需要与营销和市场融会贯通的操作过程。
这是因为原则上，每个网站的每个网页都需要相应处理。
在具体实施中，可以对重点网页进行处理可能就足够了。
但是，从网站设计的开始就要为各个网页的处理打好基础、提供必要的条件。
本书在这部分着重教授如何优化每个页面的每个组成因素。
除外，这个部分还讲授网站的外部联系和链接对SEO的影响，解释如何打好链接的战役。
本书在这一部分列举容易激发搜索引擎惩罚的SEO的非法操作，包括页面和站外的“黑帽”做法，并提供挽救被封网站的方法。
网站的SEO不是一朝一夕可以完成的，这个旅途没有特快列车可乘，也没有终点。
所以，要达到理想的优化目标，网站的养育和监控是少不了的后期工程。
本书介绍网站排名监控、流量分析的方法和工具，以及在内容上的补充和更新对SEO的帮助。
为了帮助读者有真切的实践理解，本书在这部分特意用一章的篇幅分析作者的成功网站的操作实录，带领读者以具体问题和挑战来观察作者是怎样思考、探索和实践的。
第4篇　搜索引擎优化的扩展　　第4篇包括第11章到第13章。
这部分是SEO技术的高级教程，摘要讲述SEO的复杂战略。
这个战略包括如何处理电子商务网站的优化、大型网站的网站群的SEO策略、多语种战略。
从这部分读者可以知道，SEO是网络公关、企业品牌和声誉管理的重要技术。
不仅如此，SEO还是众多出口企业走向国际市场的最有效的营销手段。
在这一篇，本书还告诉需要外包SEO工程的读者应该怎样选择一家最可靠的SEO公司。
本书还利用附录的形式总结SEO的工具、常用术语，还介绍国际性的SEO学术和商业组织、博览会，以给读者提供最多的资源和帮助。
本书受众　　- 对于刚刚介入搜索引擎优化的生手，读者可以全面了解搜索引擎优化的整个技术的细节，可以将此书作为搜索引擎优化的辞典。
- 对有一定SEO优化经验的读者，本书能开拓他们的思维，丰富他们的操作手法，纠正错误的理解，使网络营销的运作更加成熟。
- 本书读者对象还包括在各个行业，包括大、中、小企业中负责营销的项目主管、网站设计者、程序员，给予他们必要的搜索引擎优化概念和基本技术，帮助网站获得更多的访问者和增强品牌知名度。
- 对政府和事业单位，本书中介绍的网站优化策略对增强网站的名誉，树立良好的服务形象也很有帮助。
- 本书还对个人网站的站主，特别是依靠网站开展网上商店的读者来说是一个及时的教材。
- 本书还是大学商学院中电子商务专业选修课使用的教材之一，使学生掌握与美国电子营销同步的搜索引擎优化技术，在中国电子商务事业的开拓中更有竞争力。

读者不需要编程知识来阅读此书，但需要具备基本的HTML网站制作知识，有使用Google、百度、雅虎等搜索引擎进行网络信息搜索的经验。

本书相伴网站及全部增值服务　　为了使各位读者能更好地利用此书，本书特别提供了系列增值服务。

读者只要发一个短信，就可以获得进入www.sinoit.org.cn网站“特别读者服务区”的钥匙，免费获得本书提供的全部增值服务：　　- 向作者提交个人咨询，和作者交流。

- 免费为读者的网站建议关键词，提供初始分析数据。
- 提供读者网站在各大搜索引擎中的专业排名报告。
- 读者网站的竞争对手排名情报。
- 如何分析选择SEO公司的优次的帮助。
- 网站的链接断层报告。
- 本书的后续知识更新。
- 作者博客的信息共享。
- 了解其他知识和信息源出处。

在提供全部增值服务的同时，伴随此书作者建立了一个专门网站，地址是www.seoshu.com。

众所周知，搜索引擎一直在不断的发展，这些发展包括搜索引擎的合并、新的搜索引擎的产生，等等。

本书讨论的理论和方法也与时俱进，虽然在一定的时期中仍具有实践意义，但也是不断地推陈出新的。

这个相伴网站将提供最新的研究发现和实践经验。

不仅如此，鉴于对网络营销的一些设计、优化和实践在网上演示更为直接和生动，相伴网站能方便读者更好地理解书中的内容。

另外，笔者还期望通过网站和读者沟通，与同行一起探讨美国和中国搜索引擎营销的发展。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书帮助读者建立搜索营销的概念，分析搜索营销中的几种形式的手段，并从认识搜索引擎的原理开始，导出搜索引擎优化的具体解释，向读者引入以搜索引擎优化为宗旨的网站建设的新观念和设计理念。
对网站结构优化、单页优化、链接优化等技术进行了详细的解说和示范。
读者还可以接触到网站养育的新概念，帮助读者网站发展成熟，达到网络营销的目标。
对搜索引擎优化中观念上和技术上常犯的错误，本书也一一给予指正。
本书还对扩展应用搜索引擎优化来实现网络公关和品牌建设、开拓国际市场给予了介绍。
本书适合刚刚介入搜索引擎优化的生手、有一定SEO优化经验的读者、负责营销的项目主管、网站设计者、程序员、个人网站的站主，本书还适合大学商学院中电子商务专业选修课使用。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

欧朝晖，美国公共政策和计算机科学双硕士，十年来在美国和加拿大从事搜索电子商务的实践和研究，是美国搜索营销专家组织亚洲工作组的成员。
目前，他担任美国著名的搜索营销公司尚奇（国际）全球副总裁，尚奇（中国）总裁，是尚奇的高级搜索营销策略师之一。
欧朝晖根据亲身的搜索引擎优化（SEO）经历，针对搜索营销的发展趋势，推广“第三代网站设计思维”的概念和技术。
几年来，他应邀在美国达拉斯、休斯顿、洛杉矶，加拿大温哥华，以及中国上海、北京、深圳和中国台北为公众、商会和知名企业做过多扬搜索营销的讲座。
欧朝晖希望通过此书将美国的搜索营销经验和技全面介绍给中国的各行各业，与中国同仁开展交流，为中国电子商务的发展作出应有的贡献。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第1篇 搜索引擎优化的进化论第1章 搜索引擎与搜索引擎优化的同步发展互联网和搜索引擎1.1 搜索营销的概念和体现1.2 搜索引擎优化的引入1.3 搜索引擎优化（SEO）分解1.4 搜索引擎和搜索优化的同步发展1.5 搜索营销人员：素养决定成功第2篇 搜索引擎优化的科学观第2章 搜索引擎排名和更新悠久的搜索历史2.1 搜索引擎收录网站的原理2.2 搜索引擎如何提供搜索结果2.3 搜索引擎排名原理--看Google2.4 Google沙盒（Sandbox）和逃生法2.5 认识其他

章节摘录

第10章　搜索引擎优化实战范例　空空空　在第9章中已经将搜索引擎优化（SEO）实施的策略、方法以及细节介绍完毕。
现在，笔者希望通过自己的三个网站的优化范例来说明这些SEO是如何真正策划、实施的。
通过将整个优化项目进行“复盘”分析，本章帮助读者从真实的场景中获得直接的体会。
这里，笔者选用的第一个网站是国际通信服务的网站：www.bestcallback.net。
为什么选用这个网站？
因为这个网站笔者SEO历史最长、最持久和在相当的竞争环境中取胜的，而且重要词汇的搜索引擎上面的排名历时五年仍然高居前列。
第二个网站是选用著名手机制造商诺基亚的移动游戏机N-Gage(r)网站。
这个网站的特点是：第一，它是国际品牌诺基亚的大站；第二，网站的信息量相当大，光关键词就有近五千个；第三，网站使用Flash动画的成分很大；第四，网站使用超过9种语言。
第三个网站选择的是美国大学运动队的网上商店。
这个范例着重说明关键词分析是怎么帮助网站确定哪些是它应该在网上卖什么球队的球衣、球帽和球队纪念品，从而保证销售那些在网上真正有人购买的商品，而避免供销脱节或者货品积压。
范例一：国际通信网站　此网站主要销售这几项电信服务，如图10-1所示。
图10-1　www.bestcallback.net首页　第一，国际长途“回拨”服务，英语叫international callback service。
这个服务主要是方便在拨打国际长途昂贵的国家的用户能够以接近于美国国际长途的便宜价格来进行跨国通信。
这项服务是这个网站起步的服务项目，从网站的域名bestcallback.net就可以看出。
第二，美国和加拿大国内的免费800电话服务，英语叫toll free service。
既可以用于商务，又可以服务于个人。
在商务使用上，给予客户免费的电话，有利于建立销售和客户服务，同时还是品牌形象。
对个人用户来说，方便朋友和家人联系自己，比如方便孩子在外同家里联系。
第三，世界其他国家的免费800电话服务（包括中国的）。
这个便于任何国家的公司在世界36个国家通过免费电话来开展销售和客户服务。
英语叫international toll free service。
第四，美国和加拿大国内的间拨服务，从而使得用户获得更加便宜的国内和国际电话服务，英语叫dial-around service。
网站设立于2001年，中间经历两次重大改版。
改版的原因是因为服务项目的增加，同时是为了对网站进行稳步优化，使之参与网络上的竞争，从搜索引擎中依靠关键词的优越排名引来客户。
经过五年的经营，网站逐步树起了网上的，以至于延伸到网下的品牌效果。
建站前的考量　10.1.1　市场和目标客户　笔者的网站最开始的时候，是推销极具魅力的国际电话回拨长途服务（callback service）。
其用户市场是除美国、加拿大之外的所有国家。
因为世界上美国和加拿大的长途电话费用最低，而其他国家的长途电话费价格都非常高。
不仅像中国这样的第三世界国家，而且如英国、法国这样的发达国家，国际长途费用也是美国长途费用的若干倍。
因此，网站服务的对象是全球用户，其中有家庭用户，更有商业用户作为省钱的重要通讯方式。
进入2000年，美国和加拿大的免费电话市场进入异常蓬勃的时期。
客户越来越多的公司甚至个人纷纷使用这个服务来扩展在全国乃至全球的业务和家庭联系。
因此，这个网站又大幅度增加了有关内容，使网站的内容扩充了三倍以上。
这些增加的服务，90%是服务美国和加拿大的，另有10%来自欧洲。
10.1.2　基本关键词的确定　建站初期只销售回拨长途服务。

那时候网站所涉及的基本关键词并不多，只有这几个：callback，callback service，callback services，international callback和international callback service。
另外，有一些基本的变异，有部分消费者将callback分开写，所以有call back service，call back services，international call back和international call back service。
关键词少，这种情况对我们是有利的还是不利的呢？
情况是，因为这些关键词不多，那么所有的推广这个服务的网站都是要针对这些关键词语而集中优化，竞争的激烈在网站尚未推出之前已经令人不寒而栗。
第二个挑战是“callback”这个关键词又是编程语言中的一个回叫命令。
所以，如何将callback service这个服务能从一堆有关这个编程语句的网站中冲出，也是一个极其富有技巧性的任务。
随着后来这个网站增加了商用和家用免费800电话服务，大量的关键词开始出线。
基本关键词不下10~20个，包括toll free，800 number，800 service，toll free service，等等。
关键词的数量增加扩大了网站在一部分甚至相当多的关键词组合上获得搜索引擎优先排名的机会。
但是，是否就没有足够的挑战了吗？
恰恰相反。
美国和加拿大的主要通讯公司，如AT&T，Sprint，MCI，Bell，Telus等都是长期经营800电话的服务商。
那么除了在价格上设法将这些公司比下去，我们必须在相关的搜索排名上走在这些公司的前面。
因此，关键词一定要使搜索800服务的客户能在发现这些大公司网站之前发现自己。
这样，关键词的选择要准、要全面。
10.1.3 域名选择 将最重要的关键词作为域名的组成，对搜索结果的排名具有积极的意义。
因此，网站取名为bestcallback.net，还可以让访问者中比较容易记住网站地址，同时使用best这个词“强行”给访问者留下“最好的服务”、“最好的网站”的印象。
在这里，读者会问，之后加入了800电话服务后，这个域名已经不合适了，不能完全反映网站的服务内容。
是的，这是前期建站的时候没有考虑到的，所以在这方面已经是不可更改。
对于网站客户，这个域名确实是容易引起误会。
好的是，搜索引擎虽然对域名中包括的关键词有一定的关切，但不是将这个看得很重。
所以，在这个域名下发展网页，对排名的影响不会有多少。
为了给800服务提供个专门的网络空间，笔者也想过并且也尝试设立新的网站，比如best800.com，但是效果并没有比将网页内容放在bestcallback.net下面好。
除了在网站优化的工作上花费的力量有所不同外，其原因之一是bestcallback.net的域名历史比较长，搜索引擎对历史久远的网站有所青睐。
10.1.4 竞争对手网站的分析 搜索上述关键词在Google中的搜索结果，可以看到有些网站潜心进行过优化，而也有的网站是碰巧取得了优秀位置。
为了能够将自己的网站建成后也能取得优秀位置，最好的办法之一就是分析一下这些竞争对手的网站是怎么设计的、怎么优化的，搜索引擎为什么喜欢它们。
分析对手网站的方法，首先是将对方网站获得排名的网页存下来，来研究下面几个方面。
第一，关键词是怎么分布的。
这涉及关键词在标题、文本中的位置、突出性、出现频率和关键词出现的独一性。
第二，有没有使用网页标题、描述标签，如果使用过，是怎么使用的。
有些网页并没有加入这些必要因素，但是却也获得了排名。
这应该被理解为偶然。

媒体关注与评论

推荐序言　　搜索营销在美国已经成为一个积极的产业。
这个产业的基础是大量具有强大购买力的上网民众。
互联网从未像现在这样能左右人们的购买欲——人们如饥似渴地希望从互联网中得到一个准确的信息，告诉他们哪里可以获得他们心里期待的东西。
　　摆脱了旧式媒体，包括印刷媒体和广播，人们现在可以自由地选择在网络上搜索他们需要的信息，不再是被动地接受和吸收，这就是人和媒体之间的互动，而这个媒体就是我们使用的网络。
搜索引擎就是人们和这个媒体互动的工具，担当人和网络信息沟通的媒体。
所以，我们不妨说搜索引擎是媒体与人交流的媒介。
　　既然有这么多人依靠搜索引擎这个媒介来发现信息，那么一个厂家如果能通过这个媒介将它的产品告诉给潜在的消费者，这个厂家就是非常精明的生意人。
为什么？
因为它不是依靠强迫性的宣传来使消费者接受信息，而是在消费者搜索类似信息的时候正好遇到这个厂家的网站。
这个巧遇就是信息的成功交流，而当这个巧遇发生，并且发生得越来越多的时候，这个厂家就悄悄地得到了许多来自网上的订单，而它的竞争对手则痛苦地发现生意在一点点地跑掉。
　　这种依靠搜索引擎来发展客户的做法听起来非常美妙，但是实际上需要对搜索引擎这个媒介做非常深刻的分析，对终端搜索者在搜索什么则要深刻地进行体验。
在这两个基础上，通过对厂家网站的合理改造，使搜索引擎更容易被推荐给搜索者，甚至给予优先的推荐，这个营销方法就成功了。
这样的一个过程，是个技术。
它就是搜索引擎优化技术。
这个技术经过发展，成为一种产业，就是搜索引擎优化产业，英文缩写为SEO。
这个产业正在美国成为最前瞻的营销科学。
　　搜索营销在中国也在形成一个产业，这是因为中国像美国一样是个互联网大国，拥有同样对信息、对商品饥渴的上网民众。
中国市场经济的发展，也需要先进的营销科学、营销技术。
搜索引擎优化就是其中非常有用、非常实用、非常经用的营销实践。
这个技术必将服务中国的商品交流和经济发展。
　　欧朝晖（Terrence Ou）的《解密SEO——搜索引擎优化与网站成功战略》正好出现在中国互联网经济开始蓬勃发展的这个时候。
作为来自美国领先的搜索营销公司——尚奇（国际）（Zunch Worldwide，Inc.）的高级搜索策略专家，欧朝晖把美国互联网经济发达的重要技术之一的搜索引擎优化技术，通过这本书介绍给中国众多的网站营销实践者。
他的华裔背景又使他能够充分了解中国市场的需要，将美国的技术用中国人更容易理解的语言表达出来，从而避免了对一些技术和经验的错误理解和感受。
他的实践经验也在这本书中充分地与读者共享，使读者真正感受到长久以来听说的搜索引擎优化是可以去勇敢实践的，成果是真的有希望出现的。
　　我非常相信这本《解密 SEO——搜索引擎优化与网站成功战略》是一个普及性、帮助性极强的书籍。
它将使许多中国网站受益，对中国电子商务与世界搜索营销的同步发展，起到提速的作用。
　　盛思强　　（John G. Sanchez）　　前美国搜索营销专家组织副主席　　名家推荐　　网络时代创新的搜索营销为企业挖掘潜在用户和培养忠实用户创造了更有效的途径，更加强了企业在日趋激烈的全球化市场中生存和发展的竞争力。
本书的确是一本有助于我们中国企业提升自身的在线销售水平、发展电子商务及网络精准营销的教科书和参考书。

中国　中国计算机世界传媒集团计世在线总经理　饶渐平　　SEO技术是现代网站生命力急需的，它在美国已经广泛运用在网络营销战略之中。
我相信中国企业如果准备依靠网络拓展国际市场，这本书一定会开卷有益。
中国　中国计算机世界传媒集团计世在线副总经理美国杜克大学访问学者　李宇　　优化是一种态度。
网络营销的从业人员，更应该用优化的态度来看待自己所从事的事业，为行业的发展尽一份心力。
本书的出版“优化”了网络营销行业的环境。
我和浩维的团队，都乐见该书的出版。
中国　厦门时义浩维副总裁，美国搜索引擎战略大会中国组织人　倪英伟　　欧朝晖曾应邀来台将SEO的理念和实用意义讲授给中国台湾本土大企业和跨国公司的决策者。
我认为他书中介绍的技术不仅适用于中国大陆，也适用于中国台湾。
我期待此书在中国台湾的出版。
中国台湾　台湾联网国际资讯董事长及CEO　杨朝阳博士　　作为他的NBA球迷挚友和客户，我切身体验了欧先生采用的搜索营销技术对我们业务的效果。
经过他的辅导，我们的官方和电子商务网站真正地做到了他所说的“Search engine friendly”。
美国　美国Pacific Northern公司CEO　Eddie Lee　　作为世界最大的工程、建筑公司，通过网络开展全球业务必不可少。
Terrence对搜索引擎推广颇具见解，在许多方面使我们感觉耳目一新。
美国　美国Fluor（福陆）公司全球网络策略总监　Brad Bevill　　这本书对搜索引擎，对现代营销的影响阐述得很透彻，所倡导的搜索营销概念确实很新颖。
这是一位搜索营销赢家送给未来赢家的最好作品。
美国　美国休斯敦《美中信使报》社长、姚明球迷俱乐部主席　谢忠　　搜索营销对于中文网络媒体的推广也是相当重要的，尤其是欧先生在书中倡导的“网站设计的第三代思维”概括了搜索营销对互联网商业的巨大影响。
美国　美国多维新闻网网络市场部经理　Tony Xu　　出版意义　　“搜索引擎优化”是网络时代出现的术语，其解释应为“网站针对搜索引擎对网站进行的最优化处理”，英文称为“Search Engine Optimization （SEO）”。
解释说来，就是根据各个网络搜索引擎对各个网站的审核原则和评判标准以及特点，将一个网站进行结构、内容上的重组，将网站和网页的组成因素进行最优化的改良，使网站能最充分地被网路搜索引擎和导航站接纳，最大限度地在网路搜索引擎上提高网站的权威性，从而在网路搜索结果中占据最优先的前列位置，吸引最多的、有目的性的访问者到达网站。
没有以SEO为指导思想的网站设计，是纯粹地为了模拟网站读者的感觉，但是却依靠设计者的感觉来进行的，中途没有考虑如何才能接触到读者。
有了SEO，就将这个变为了可能，而且无比接近建设网站的目的。
众所周知，互联网已经成为今日产品推广和树立企业形象的重要手段。
每一种产品和每一个生产此种产品的公司都有自己的网站，希望由网站来带来生意，建立自己的知名度，与对手竞争。
再好的网站，再华丽的网站，没有人流，等于是空的。
而今天，来自搜索和导航站的人流是最新鲜而且数量巨大的，以至于没有任何人能忽视这个市场。
大公司，可以不惜血本，在网络上投巨资来打广告，特别是在人气旺盛的搜索和导航站。
可是，没有多少预算的中小公司、还有刚刚入行的新公司，以及个人家庭经营的小公司，就没有这个能力来维持庞大的广告费来推广他们的网站。
那么，他们就没有办法竞争了吗？
不是。
因为网络是公平的。
网路搜索引擎和导航站总体上是公平的。
他们给世界上所有网站加以吸收，然后根据他们的标准来归类，按照他们认为网站的优良程度排列，

提供给亿万搜索者。
好的网站，也就是和搜索者寻找的关键词最相关的网站，出现在搜索结果的前列。
出现在搜索结果的前列，就意味着最有可能吸引搜索者来访排行在前的网站，也就等于把自己的店铺开在商场人流最旺的地点。
所以，如果知道搜索引擎和导航站是怎样排列、排列优良的标准，并且根据他们的标准来优化自己的网站，那么任何人的网站就有可能出现在搜索结果前列。
任何公司和个人的网站不用花钱就可以和大公司的网站竞争，每个人都赢得平等的商机。
非商业网站，比如艺术、俱乐部网站、政府网站，都可以使用同样的优化技术，来打响知名度，获得人气。
针对搜索引擎的网站最优化自从20世纪90年代初互联网开始有搜索引擎和导航站就出现了，一直到近些年才被广泛关注，原因是互联网直到最近几年才真正走入市场，电子营销也是方兴未艾。
网站优化开始受到重视，是由于9?11事件以来dotcom泡沫经济在美国的破产，导致很多大公司也纷纷减少网路广告，转而寻找持久的、价格低廉的网络推广方式。
同时，以Google、百度所代表的搜索引擎成为了人们搜寻新消息、新事物的最普遍的工具。
为了赢得这个庞大市场，网站优化就逐渐成为各家最看重的技术。
尽管搜索引擎之后推出的竞价排名固然给许多商家带来不少效益，但是逐渐看涨的广告费和虚假点击的忧虑，也促使众多商家转求网站优化来彻底提升自身网站的搜索排名，追求长远的营销胜利。
在美国，真正专业于网站优化的书并不多，即使有也普遍比较肤浅，因为这个技术比较新鲜而且还在成熟之中。
各个网主、搜索技术专业人士们在网上热烈地讨论、丰富此项非常实用的技术。
美国的电子商务专业或者计算机科学专业鲜有开始搜索引擎优化的课程。
这是因为第一，搜索引擎优化非常年轻，还没有真正的教授可以教学；第二，搜索引擎优化是跨学科的技术，兼顾计算机科学和营销学两个领域，要同时在两个方面都具备教授级的知识有相当难度。
中文书籍市场更是鲜有此类书籍。
因为中文网站的电子营销迟于英文网站，而且中文网站的网主和实践者因为语言的障碍而往往比较难从英文讨论中获益，所以对搜索引擎优化一知半解。
于是，他们的许多错误做法反而损害了网站的利益，也损害了网站优化这个行业的声誉。
随着Google，Baidu，Yahoo等搜索引擎在中文搜索市场越来越影响人们的生活，负责中文网站的设计者就不能不学习这些技术，来优化好自己的中文网站，依靠搜索引擎来推广自己的网站。
经营国际业务的网站，寄希望开拓世界市场，则需要优化自己的多语种网站，从世界各国吸引潜在顾客。
本书作者根据十年来跟踪美国和中国互联网及电子商务发展，从实践和与各国网站优化人士的探讨中，总结出一套完整的网站优化技术。
本书为读者建立网站优化的概念，增强优化的意识，传授优化的技术手段，评估优化的效果。
掌握本书探讨的技术的读者，只要下工夫去理解和实施，就能自己动手（DIY）很快提升自己网站的知名度，收到显著的推广效应，节省巨大的广告开销，并免去不得不聘请专业人士来优化网站的开支。
对自己负责的网站进行搜索引擎优化是个令人投入、令人着迷的实践。
这里面有欢乐、有担忧、有痛苦。
为了真正掌握这个技术，除了勇于实践外，更要与别人进行交流，从别人那里学得感受和经验。
为此，本书使用的术语均有中英对照，以方便读者参考英文出版物和网络讨论。
毕竟网站优化是个新兴技术，而且不断有更新，固然中国有一些不错的讨论优化技术的网站，但是读者还是应该尽可能多地浏览美国和英国的在线讨论，方能得到一手经验和最新的知识，积累经验。
搜索引擎缔结缘分　　这是一本关于搜索引擎的书，也是一个搜索引擎帮我们网民缔结缘分的故事。
这个故事的起源是2006年的4月，我收到来自电子工业出版社李冰编辑的一封写给美国尚奇公司的信件，邀请尚奇的搜索引擎营销专家给中国的读者奉献一些作品。

接到信后，我去问李冰通过什么找到我们的。
她的回答则是再不能简单了“我在百度上搜索找到的！”　　还是百度！
　　我们现在生活的世界难道真的是被搜索引擎统治了吗？
读完这本书，我想读者都会同意的。
就连这本写搜索引擎的书的诞生都是靠搜索引擎来帮忙实现的，其他的还有什么不是呢？
　　所以，这本书能够出现在读者面前，第一个要感谢的是百度，是搜索引擎。
　　第二个是要感谢使用百度的人，也就是李冰编辑。
不仅是她牵起了头，而且是她非常辛劳地给我的写作进行审阅，书名中“解密”这个词就是她的创意。
这本书的出现，和出版社博文视点总经理郭立女士的支持是分不开的。
近几年来，电子工业工业出版社博文视点一直在关注搜索引擎领域的科学技术，引进国外最新的搜索营销技术是博文视点的重点之一。
博文视点的朱波编辑是这本书草稿的审阅人。
他对书的各个章节的分量和内容的排序提出了宝贵的建议。
　　这本书写作成功的另外一个需要感谢的是美国尚奇公司（www.zunch.cn）。
正是因为作者在尚奇长期从事搜索引擎优化（SEO）工作，积累了大量的实例，才能对SEO的技术进行消化、总结和批评。
尚奇公司的主席盛思强（John Sanchez）、高级律师及文本专家James Sadler都提出了一些SEO学术和实践中的看法。
美国著名的社区发展专家、西伊利诺依大学经济学教授John J. Gruidl也给予了极大的关注。
　　中国的一些同行和朋友也给予了许多关心。
在一些知名企业如计算机世界、CSDN.Net，IBM（中国公司）、九城集团北京百川同达科技、中国博客网、艺龙旅行网、艾瑞市场咨询、深圳伊西威威、深圳志盟环球技术、上海信果科技、厦门时义浩维、厦门新世网、温州赛特网络，以及台湾联网国际等工作的同仁等都为本书贡献了许多主意。
美国驻上海总领事馆商务处和主管中美IT领域合作的高级专员沈霞女士也给予了一些很好的建议。
　　另外，在工商、法律、环保、旅游、产业研究、互联网、教育出版等行业工作的朋友如王力坚、张煦、解淳、李丰年、杨新喜、青柳、蒋玲、燕利、史衍超、殷建松、高山等都给予作者很需要的鼓励。
　　尚奇（中国）上海悦明科技电子有限公司（www.yuemingtech. com）为本书制作了相伴网站www.seoshu.com （“SEO书”）。
在此一并感谢。
　　欧朝晖（Terrence Ou）　　2007年3月

编辑推荐

搜索引擎在中国大陆覆盖网民的比例达96.5%, 彰显出“搜索引擎优化”对网站自我营销的重要地位。
本书的出现使我们针对网站的搜索引擎优化有了方向、有了方法、有了效果，是一本值得细细揣摩的，具有实战指导作用的教材。
--中国 iResearch艾瑞市场咨询副总裁 阮京生　　SEO/SEM作为一种在线营销手段是互联网力量的一种集中体现，越来越突显重要。
“酒香不怕巷子深”这一依赖产品驱动的营销时代已经一去不返了，好的产品更应该采用科学合理的营销手段让最终用户所获悉。
该书所讲述的正是这一科学合理的方法与实践。
--中国 艺龙旅行网业务发展部高级总监 郎涛　　《解密SEO：搜索引擎优化与网站成功战略》适合刚刚介入搜索引擎优化的生手、有一定SEO优化经验的读者、负责营销的项目主管、网站设计者、程序员、个人网站的站主，本书还适合大学商学院中电子商务专业选修课使用。

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