



1000多名店长鼎力推荐

凝聚笔者多年运营干货，教你如何成为月入10万元的淘宝卖家

# 淘宝SEO

## 从入门到精通

尹高洁 编著



- ★流量突破：通过优化使宝贝在淘宝搜索结果中优先展示
- ★转化突破：通过优化增加用户访问时间提高转化率
- ★推广突破：通过关键词、SEO让更多的人找到店铺

清华大学出版社



# 淘宝SEO

## 从入门到精通

尹高洁 编著



清华大学出版社  
北京

## 内 容 简 介

淘宝 SEO 是对淘宝或天猫店内商品的优化,通过优化提高转化率和知名度。本书的淘宝 SEO,不仅仅包含了淘宝内的一些规则技巧,还包括如何利用目前流行的博客和微信进行营销推广和转化。

本书分为 10 章,包含了 SEO 的基础、做 SEO 的必要性、SEO 与网店导流的关系、网上卖东西的技巧、淘宝 SEO 的基础、淘宝 SEO 的工具、淘宝商品的数据分析、淘宝的自然搜索、淘宝商品的口碑营销和淘宝 SEO 的一些小技巧。

本书适合所有的淘宝店主和做代运营的公司,是所有做网店的入门者的案头必备。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

淘宝 SEO 从入门到精通 / 尹高洁编著. — 北京:清华大学出版社,2016  
ISBN 978-7-302-42433-8

I. ①淘… II. ①尹… III. ①电子商务—商业经营—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 295086 号

责任编辑:张立红

封面设计:邱晓俐

版式设计:方加青

责任校对:李跃娜

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者:北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm

印 张:17.5

字 数:204 千字

版 次:2016 年 1 月第 1 版

印 次:2016 年 1 月第 1 次印刷

定 价:49.00 元

---

产品编号:067409-01

这是我的第二本网络营销专著，绝大部分篇章内容都来自我在阿里巴巴上开通的个人博客（<http://fengse58.me.1688.com/>）。

从2008年8月，我开始从事SEO的研究、实战和培训工作。几年下来，我总结了一套适合网商的“SEO独孤九剑”：阿里SEO+独立网站SEO+博客SEO+论坛SEO+B2BSEO+问答SEO+文库SEO+视频SEO+微博SEO。后来，我又深入研究淘宝SEO。微信出来后我又研究微信SEO。在中国网商SEO领域，我研究的SEO范围比较广泛，也是比较适合广大网商朋友的。

这本书专注于淘宝SEO的研究与实操。

我刚开始做SEO时，一个同事在我的建议下开了淘宝店，卖韩版女装。当时她对淘宝店的推广一窍不通，我手把手地教了她一个小时的SEO，她很聪明，马上就明白了。运用我教给她的方法，在一年之内，她的淘宝店就冲上了皇冠。

淘宝店现在越来越难做了，这是众所周知的事实。微商逐渐代替了日益没落的淘宝网商，但是淘宝店还有没有机会呢？我个人认为，还是有机会的。机会在哪里？在于应用强大的免费网络推广手段。

很多淘宝店为什么越来越做不下去了？因为他们缺乏对免费的网络推广手段的学习和实践，总想快速见效，于是过分依赖广



告的投放。随着广告推广费不断高涨，他们再也承受不起广告费的负担，纷纷关门大吉。

根据我的经验，免费的网络推广手段一点也不会比付费推广手段效果差，有时甚至还好多。比如，我有个网友，在淘宝上开店卖家乡土特产，几年来一直坚持在阿里巴巴博客、论坛、商圈里发表原创文章。文章点击量很大，每天有一两千，从而给她的淘宝店带来很多的客户。她从来没有在淘宝上投入过一分钱的广告，但是现在做得特别好，家里买了新房子，经济收入稳定，家庭生活幸福。

我有很多的 SEO 学员，他们把大量关键词做到百度、360、搜狗等搜索引擎的前面，也做到淘宝搜索引擎的首页，每天给他们带来许多意向流量，让他们的销售业绩都得到大幅度提升。

通常大家所理解的“淘宝 SEO”，就是通过优化淘宝店铺内部结构和关键词，把关键词排到淘宝网站的搜索引擎的首页。

而我在这本书里提到的“淘宝 SEO”，其实是一个宽泛意义的 SEO。它不仅仅把淘宝店铺内的关键词排到淘宝网站的搜索引擎首页，更重要的是，通过在淘宝之外的第三方平台上（比如博客、论坛、微博、视频等社会化媒体）设置大量关键词，把关键词做到百度、360、搜狗等全网搜索引擎的前面，再通过淘宝店的网址链接，把流量从外部导入到淘宝店铺。这样双管齐下的 SEO 比单纯的淘宝店内部优化，效果好出很多。

不要把 SEO 作为淘宝店单一的推广手段。在社会化媒体如此发达的情况下，我们必须要通过综合的手段，配合 SEO 来推广淘宝店。所以，在这本书里，我用了很多篇章阐述博客、论坛、微博对于淘宝店推广的意义，并且给出了具体推广的操作思路和方法。



希望这本书，对于正在开或将来想开淘宝店的网商朋友有所帮助。

同时，我还想说明的是，这本书对那些在天猫、京东、阿里巴巴上开店，或者拥有自己独立网站的朋友，同样是有借鉴意义的。因为对于任何在网上做生意的人来说，SEO推广的思路和原理都是一样的。

本书由尹高洁组织编写，同时参与编写的还有赵红梅、宜亮、张华、王冬姣、吕琨、李慧敏、黄维、金宝花、梁岳、张驰、孙景瑞、苗泽、李涛、刘帅、景建荣、胡雅楠、焦帅伟、李信、王宁、鲍洁、艾海波、张昆，在此一并表示感谢！

如果您有网络推广方面的疑问，可以联系和咨询我。我的微信号是：245450844。

尹高洁

2016年1月写于深圳

## 《第1章》

# SEO基本知识

---

- 1.1 什么是 SEO……2
- 1.2 SEO 的作用……4
- 1.3 淘宝的基石是 SEO……8
- 1.4 服务器对 SEO 的影响……10
- 1.5 选择一个好的域名……12
- 1.6 选择域名后缀……14
- 1.7 让你的网页静下来……16
- 1.8 URL (网址) 的设置……17
- 1.9 title 标签和 meta 标签的设置……20
- 1.10 关键词的密度分布……24
- 1.11 做好超链接……25
- 1.12 查询网站的 PR 值和权重……29
- 1.13 查询关键词的日搜索量……31
- 1.14 判断关键词的优化难度……34



## 第2章

# 我们真的必须去做SEO吗

---

- 2.1 是不是任何行业、产品都适合做 SEO……38
- 2.2 对产品不熟悉，并不妨碍做好 SEO……40
- 2.3 为什么说很多 SEO 理论不实用 ……41
- 2.4 所谓的 SEO 证书，都是浮云 ……43
- 2.5 学 SEO，没必要懂得怎么做网站 ……44
- 2.6 学 SEO 不是学技术，而是学营销思维 ……45
- 2.7 外链对于博客的 SEO 起多大的作用 ……46
- 2.8 SEO 优化，原创文章真的那么重要吗 ……48
- 2.9 如何区分 SEO 和 SEM……50
- 2.10 如何区分“网站排名”和“关键词排名” ……52
- 2.11 “如果每个人都做 SEO，那谁的网站关键词排前面？”  
是个伪命题 ……55
- 2.12 SEO 正从搜索排名向搜索流量方向发展 ……57
- 2.13 如何避免你的独立网站被百度绑架 ……59
- 2.14 指望 SEO 网站快速出效果？千万别这样想 ……61
- 2.15 中小企业总经理该不该亲自学习 SEO……65
- 2.16 “SEO 独孤九剑”为什么适合中小企业总经理  
学习 ……66
- 2.17 学 SEO，你的执行力到位了吗 ……68





## (( 第3章 ))

### SEO与网店的导流

---

- 3.1 新网站如何更快地被百度收录 .....72
- 3.2 百度如何快速收录内页 .....73
- 3.3 网站首页切记做成 Flash.....74
- 3.4 让客户进入网店的新流程 .....75
- 3.5 网站首页标题设置 3 个关键词 .....76
- 3.6 淘宝 SEO : 切记在关键词里夹杂特殊符号 .....78
- 3.7 阿里 SEO: 影响阿里旺铺关键词排名的 5 大交易因素 .....80
- 3.8 阿里 SEO: SEO 和 UEO 的结合, 才能拿到更多订单 .....83
- 3.9 微信 SEO: 移动社群营销 + 移动搜索营销最完美的利器 .....85
- 3.10 提高网店转化率, 要如何把 SEO 和自媒体结合起来 .....88

## (( 第4章 ))

### 网上卖东西的技巧

---

- 4.1 忽悠不是网络营销 .....92
- 4.2 任何东西都能网上推销 .....94
- 4.3 扫地老太太的营销经 .....98
- 4.4 再贵的东西也卖得动 .....101
- 4.5 特色化永远是营销的卖点 .....105



- 4.6 网络营销推广特色鲜明 .....107
- 4.7 花钱买不来影响力 .....115
- 4.8 莫陷入点击和评论陷阱 .....120
- 4.9 花钱删不完负面消息 .....123
- 4.10 网络公信力依然不足 .....125
- 4.11 推广不是直接叫卖 .....127
- 4.12 线上营销不应排斥线下 .....129
- 4.13 别把网络营销想得太简单 .....130

## 《 第5章 》

### 淘宝SEO的基础

---

- 5.1 网店页面有哪些主要架构 .....134
- 5.2 转化率是什么 .....135
- 5.3 转化率的意义 .....136
- 5.4 有效进店率的定义 .....138
- 5.5 跳失率的概念 .....139
- 5.6 旺旺咨询率的定义 .....140
- 5.7 静默转化率的概念 .....141
- 5.8 咨询转化率是什么 .....144
- 5.9 成交转化率的含义 .....145
- 5.10 浏览量和访客数 .....145
- 5.11 出店率 .....146
- 5.12 首页到产品页、分类页等页面的点击率 .....147
- 5.13 产品详情页需要关注哪些 .....148
- 5.14 如果详情页数据指标出现以下情况怎么办 .....149



## (( 第6章 )) 淘宝SEO的工具

---

- 6.1 量子统计 .....154
- 6.2 数据魔方 .....156
- 6.3 生意经 .....159
- 6.4 淘宝指数 .....160

## (( 第7章 )) 通过数据分析来提前预热淘宝产品

---

- 7.1 哪些产品需要预热 .....164
- 7.2 何时进行预热 .....165
- 7.3 从数据中找时间节点 .....167
- 7.4 两手抓 .....169
- 7.5 新款接力棒的重要性 .....170
- 7.6 预热多长时间最好 .....171

## (( 第8章 )) 淘宝的自然搜索

---

- 8.1 自然搜索排名 .....174
- 8.2 什么是自然搜索 .....176
- 8.3 类目的选择 .....178
- 8.4 属性选择的正确性 .....180
- 8.5 淘宝 SEO 优化怎么理解 .....182



- 8.6 几大关键词种类你知道哪个 .....183
- 8.7 内部商城的搜索结果怎么优化 .....184
- 8.8 淘宝新手看不到的的问题 .....188
- 8.9 点击转化率 .....190
- 8.10 标题怎么体现关键词 .....191
- 8.11 标题优化也要注意度的把握 .....192
- 8.12 你不知道的淘宝自然排名几大要素 .....193
- 8.13 销量越高不等于排名越靠前 .....196
- 8.14 合理安排上下架时间 .....197
- 8.15 “豆腐块”的排名有什么规律 .....199

## 《 第9章 》

### 维护好淘宝店的口碑

---

- 9.1 没什么比口碑更能打动人 .....204
- 9.2 口碑传播通常都很慢 .....206
- 9.3 社交网络时代口碑被加速 .....208
- 9.4 没人在乎你的产品 .....211
- 9.5 不靠胁迫或利诱 .....213
- 9.6 货真价实是基础 .....216
- 9.7 巧妙创造引爆点 .....218
- 9.8 别刻意控制口碑传播 .....221
- 9.9 学会和你的顾客调情 .....223
- 9.10 善于给顾客制造意外 .....227
- 9.11 一定要考虑转换率 .....232
- 9.12 营销为何不能 O2O.....234



## (· 第10章 ·)

# 淘宝SEO的一些小技巧

---

- 10.1 宝贝标题的正确设置方法 .....242
- 10.2 决定关键词排名的其他因素 .....243
- 10.3 如何运用直通车 .....246
- 10.4 网店装修 .....247
- 10.5 增加宝贝数量 .....248
- 10.6 细节的完善 .....249
- 10.7 售后服务 .....250
- 10.8 如何做分销、代销 .....252
- 10.9 如何使用淘宝客 .....253
- 10.10 网上推广方法 .....254
- 10.11 博客推广方法 .....255
- 10.12 微博推广方法 .....260

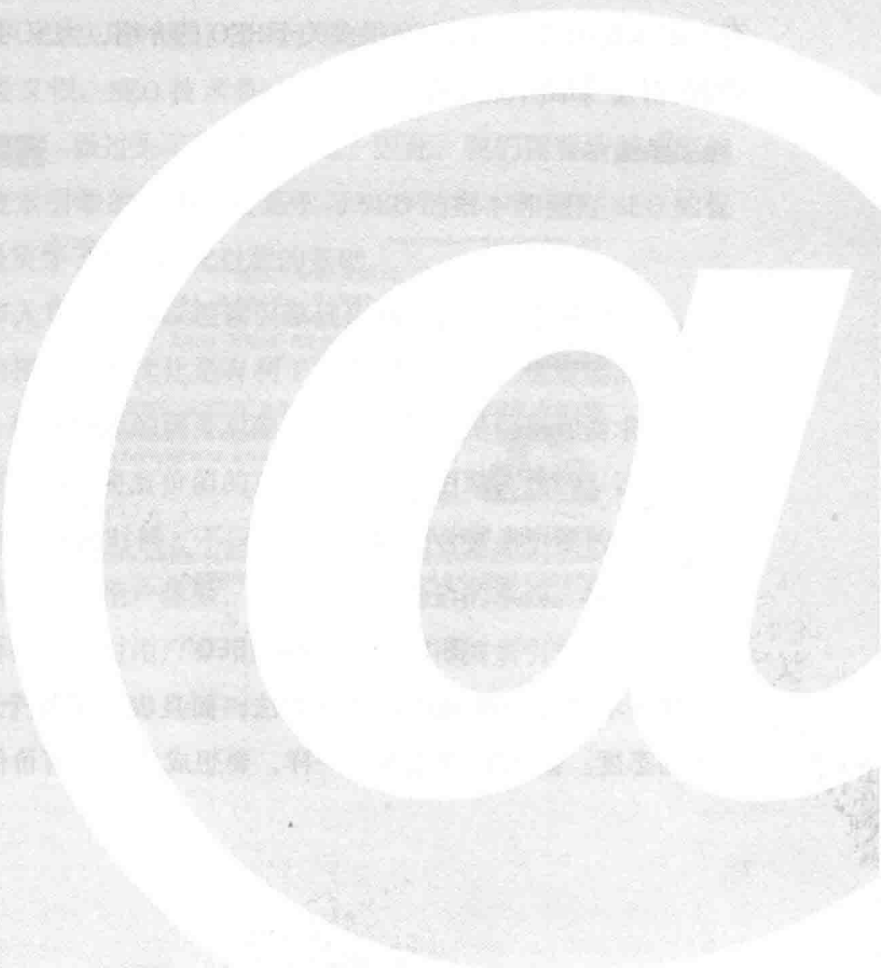
# SEO基本知识

当下社会，当我们不知道某路公交车怎么坐，不知道某个汉字怎么读，不知道某个电器如何使用时，我们最最常见的解决方案就是：上网搜搜。

对于网站来说，来自搜索引擎的用户流量非常大。搜索引擎主动寻找你的网址，而且目标很精准，这样一来可以大大地提高用户的转化率。所以利用好 SEO（搜索引擎优化），给我们带来的不仅仅是用户，更多的是效益。

本章主要了解

- SEO 的概念
- 淘宝 SEO 的优势
- 如何利用 SEO 为自己带来销量





## 1.1 | 什么是 SEO

SEO (Search Engine Optimization, 即搜索引擎优化) 是一种利用搜索引擎的排名规则来提高目标网站在自然搜索结果中收录数量和排名的优化行为。其目的是为了从搜索引擎中获得更多的免费流量, 以及更好地展现形象。

简单地说, 搜索引擎优化是通过提高自然搜索排名获得流量, 而且可以提供给用户有价值的信息。SEO 分为站长能控制的网站内部优化, 以及网站外部优化两个部分, 这与搜索引擎营销有一定区别和联系。网上有很多关于 SEO 的介绍, 大家可以百度搜索一下, 如图 1.1 所示。



图 1.1 百度搜索 “SEO”

SEO 不只是一种网络营销的方法, 而且表达了每个 SEO 从业者的态度。做 SEO 就像做人一样, 要想成为一个有价值的人,



就必须不断地充实自己的知识，为社会做出更多的贡献。只有这样，在社会中才会有更多的人需要你和支持你。这就是 SEO 的态度。网站就像是人，不断完善站内的东西，帮助了别人也成就了自己，也会有更多的网站链接指向你，在这样的良性循环中达到最优化的状态。所以说，做 SEO 就是做人。

做 SEO 也是一门艺术，懂欣赏的人就知道它的魅力。就像与搜索引擎谈一场恋爱，需要我们去了解搜索引擎的喜好，做搜索引擎喜欢的优化，而不去触碰搜索引擎的底线，否则就只能出局。因此，当我们真正运用好 SEO 技术，我们就能得到搜索引擎的巨大回报。

说 SEO 简单它也简单，很多人说就是外链和内容；说 SEO 复杂它很复杂，因为有太多的不确定性，你无法知道搜索引擎的具体算法，无法随时跟上搜索引擎的更新。这就是 SEO 的魅力，让人又爱又恨。SEO 技术是一个盘旋于边缘的技术，做得好获得巨大利益，做过头了会跌落山崖。因此，我们需要清楚地了解 SEO 和搜索引擎的原理，这是学习 SEO 的根本和做好 SEO 的保证，也是贯穿于整个优化过程的基础。

很多人片面认为，搜索引擎优化就是钻搜索引擎的空子，其实正确的搜索引擎优化是有利于提高用户体验，也更能满足用户的需求。搜索引擎的服务对象是用户，不只是信息和需求的提供者，只有对用户更有价值的东西才是搜索引擎喜欢的，这也就要求我们做 SEO 的时候，不仅要考虑怎样迎合搜索引擎的口味，更要从根本上改善用户体验，提供更多有价值的东西。搜索引擎的发展告诉我们，对用户有用的信息更能获得搜索引擎的支持，这也要求我们从事 SEO 行业时，应该有一个正确的认识。





## 1.2 | SEO 的作用

对于所有的网站站长来说，SEO 技术的吸引力无疑是非常巨大的。因为相对于搜索引擎竞价排名，或者其他推广形式来说，SEO 有着极低的成本支出和丰厚的回报收益这两个优点。确实 SEO 技术给一些投资较少的网站带来了数倍甚至数十倍的利益，而这仅仅是 SEO 作用的其中一个表现。本节就将向大家介绍 SEO 的一些主要作用。

网站的目的是为了营利，使网站盈利的方法有很多，搜索引擎优化就是其中一种，这种方法成本低回报高。

对任何网站来说，无论网站的大小、种类如何，都可以利用 SEO 为网站营利提供帮助。尤其对于以流量为目标的网站，SEO 是网站发展的根本动力，是网站营利的保证。因为 SEO 的作用就是为网站带来搜索引擎流量，有了流量网站就会有很多营利的途径，比如网站广告位的销售、网站自身产品的销售、网站其他服务费等。SEO 可以为网站提供以下几方面的盈利保证：

(1) SEO 帮助网站发布广告营利。目前大多数网站的营利方式仍是网络广告，尤其以资源站、新闻站、下载站等类型网站为主，如资源站中的单机游戏站“乐游网”是典型的利用 SEO 获得流量，从而获得网络广告盈利的网站。如图 1.2 所示，这是“乐游网”的网络广告。

(2) SEO 帮助网站推销自身产品营利。大多数企业网站并不做广告，都是宣传自身公司形象，或者销售自己的产品。在互联网