

让一切更为简便!

5th Edition

Search Engine Optimization

FOR

达人速 DUMMIES®

搜索引擎优化 (SEO) 方法与技巧 (第5版)

从本书中你可以学到:

- 如何制定搜索策略并使用局部搜索功能
- 如何创建网站, 提高搜索能见度
- 如何使用最新的追踪工具分析结果
- 充分运用内容营销和声誉管理的策略

◎ [美] Peter Kent 著

◎ 宫鑫 谢金秀 王葵 译

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



**Search Engine
Optimization**

FOR
DUMMIES

达人速

**搜索引擎优化 (SEO)
方法与技巧
(第5版)**

◎ [美] Peter Kent 著

◎ 宫鑫 谢金秀 王葵 译

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

搜索引擎优化 (SEO) 方法与技巧 : 第5版 / (美)
肯特 (Kent, P.) 著 ; 宫鑫, 谢金秀, 王葵译. — 北京 :
人民邮电出版社, 2014. 8

ISBN 978-7-115-34150-1

I. ①搜… II. ①肯… ②宫… ③谢… ④王… III.
①互联网络—情报检索—系统最优化 IV. ①G354.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第302002号

内 容 提 要

这是一本介绍搜索引擎优化的实用类图书, 分为五部分: 基础知识; 创建专门针对搜索引擎的网站; 将网站添加至索引和目录; 搜索引擎索引到你的网站之后, 你该做些什么; 搜索引擎的“十大”系列。本书可以帮助你揭开搜索引擎世界的神秘面纱, 你可以学习到如何以最大的可能性让自己的网站在搜索引擎中排名靠前。

本书适合各大公司网站推广人员, 准备入门从事网站营销的新手们以及互联网企业的中小客户等阅读。

-
- ◆ 著 [美] Peter Kent
 - 译 宫鑫 谢金秀 王葵
 - 责任编辑 李强
 - 责任印制 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
 - 邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 北京圣夫亚美印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 800×1000 1/16
 - 印张: 27.5
 - 字数: 438千字 2014年8月第1版
 - 印数: 1~3 000册 2014年8月北京第1次印刷
 - 著作权合同登记号 图字: 01-2013-1015号
-

定价: 79.00元

读者服务热线: (010) 81055488 印装质量热线: (010) 81055316
反盗版热线: (010) 81055315

版权声明

Original English language edition Copyright©2012 by Wiley Publishing, Inc. All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This translation published by arrangement with Wiley Publishing, Inc.

英文原著版权归 Wiley Publishing, Inc. 所有 2012。未经许可不得以任何形式全部或部分复制作品。本中文版是经过与 Wiley Publishing, Inc. 协商而出版。

商标声明

Wiley, the Wiley publishing Logo, For Dummies, the Dummies Man and related trade dress are trademarks or registered trademarks of John Wiley and Sons, Inc. and/or its affiliates in the United States and/or other countries. Used under license.

Wiley、Wiley Publishing 徽标、For Dummies、the Dummies Man 以及相关的商业特殊标志均为 John Wiley and Sons, Inc. 及 / 或其子公司在美国和 / 或其他国家的商标或注册商标, 经许可方能使用。

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2013-1015 号

作者简介

彼得·肯特著有一系列网络方面的书籍，包括 *Pay Per Click Search Engine Marketing For Dummies*，畅销书 *Complete Idiot's Guide to the Internet*，电脑书籍史上广受评论及赞扬的 *Poor Richard's Web Site: Geek Free, Commonsense Advice on Building a Low-Cost Web Site*。他的作品受到《今日美国》、BYTE、美国有线电视新闻网络、Windows Magazine、Philadelphia Inquirer 及其他媒体的好评。

彼得自 1984 年开始涉足网络，1991 年开始做网络空间方面的工作，1993 年开始写网络方面的书籍。彼得的丰富经验涵盖了互联网商务的诸多区域，从编辑发布一个电子邮件新闻组到建立电子商务网站，从网络营销和公关活动到掌管一家大型 ISP 公司的网站设计和主机托管部门，到处都有彼得的身影。

彼得是一家电子商务服务商的创始人之一，这家公司由世界上最大的风险投资商软银（Softbank）/ 比乌斯（Mobius）创建。他还是一家互联网服务供应商的网络解决方案副总裁。另外，他还创建了一家计算机图书出版公司通过在线营销来发行图书。

目前，彼得给企业提供互联网战略方面的商务咨询，帮助企业避开网络陷阱，摆脱网络束缚。他曾帮助过 Amazon、Dun、Bradstreet、Zillow、Lonely Planet、Tower Records 及多个领域中的成百上千个中小型企业。可以通过 Consult@PeterKentConsulting.com 与他取得联系，要想了解更多的有关他的背景和经验方面的资料请访问 www.PeterKentConsulting.com。

题献

献给 Chris。我们非常想念你。

致谢

衷心地感谢我的客户，是他们给了我涉猎多个行业搜索引擎优化的机会。另外，我还要感谢我的策划编辑 Kyle Looper 和编辑 Kelly Ewing，是他们使整个出版过程很顺利。当然，还要感谢 Wiley 参与本书编辑、校对及布局的工作人员。

目 录

简介	1
本书介绍	1
“愚蠢”的假设	2
本书结构	3
第1篇 搜索引擎基础知识	3
第2篇 创建专门针对搜索引擎的网站	3
第3篇 将网站添加到索引和搜索目录中	3
第4篇 提交网站之后的工作	4
第5篇 “十大”部分	4
本书中用到的图标	4
配套网站	5
第1篇 搜索引擎基础知识	7
第1章 搜索引擎前景调查	9
研究搜索引擎和搜索目录	10
搜索索引或搜索引擎	10
搜索目录	11
非蜘蛛式检索	13
单击付费系统	13
理顺相关术语	13
为什么要使用搜索引擎?	15
人们在哪里进行搜索?	16
搜索引擎的魔力	20
搜索引擎是怎么做到的呢?	20
站在程序员的角度上考虑问题	21
收集工具	22

第2章 解析检索结果	25
两大检索: 自然检索和单击付费检索	25
查看本地检索结果	27
检查购物检索结果	28
与新闻检索结果同步	29
查看视频和图片检索结果	30
与社交检索结果友好相处	31
收集琐碎信息	32
第3章 “一小时”, 搜索引擎友好型网站焕然一新	35
你的网站能被检索到吗	35
Google	36
Yahoo! 及 Bing	38
Yahoo! 目录	38
开放目录项目	39
若网站不在目录中, 就要采取行动	39
你的网站不可访问	40
不能读取的导航	40
处理动态网页	41
选择有效的关键词	42
检查你的网页	44
使用框架	44
查看 <TITLE> 标签	45
检查 DESCRIPTION 标签	46
网站要有搜索引擎能读取的内容	47
使你的网站能被检索	50

第4章 打败竞争对手——制定有效的**搜索引擎策略 53**

不要相信网站设计人员	54
了解局限性	55
直视竞争	55
对竞争有一个直觉	56
为什么竞争对手的网站排名这么高	58
力争第一	59
指向明确的关键词	59
了解长尾搜索	60
控制搜索引擎变量	62
关键词	62
内容	63
网页优化	63
提交	63
链接	64
时间和 Google 沙盘	64
做好出击计划	65
看看其他内容	67
需要留意的两件事	68

第5章 让你的网站有用处和能访问 ... 71

向 Amazon 学习	71
揭示网络成功既神秘又重要的原则	73
不断发展的、错误的“秘诀”	74
揭示真正的秘诀	74
偏爱内容	75
让你的网站运行良好	76
限制多媒体	77
使用文本而不是图片	77
网站不要太可爱	78
网站要便于浏览	78

提供不同的路径	79
使用长的链接文本	79
不要总是重建	80
编辑并检查拼写	80
若设计丑陋, 推销不出去	80
Panda——Google 认可好的设计	83
保持新鲜 (有可能的话)	86

第2篇 创建专门针对搜索引擎的**网站 87****第6章 选择有效的关键词 89**

了解关键词的重要性	90
想目标人群所想	91
开始关键词分析	92
确定明显的关键词	92
查看网页访问日志	92
查看对手的 KEYWORDS 标签	93
与同事集体研讨	93
仔细研究关键词列表	93
使用关键词工具	97
使用免费的 Google 关键词工具	98
使用关键词追踪者	103
更多的关键词工具	107
选择关键词	107
还用“替代医学”? 你可能会错过	
目标	107
意义模糊的词汇	108
意义非常广泛的词汇	108
选择词语组合	109

第7章 创建搜索引擎喜爱的网页... 111

筹备网站	111
寻找托管公司	111

选择域名.....	112	掌握内嵌框架	146
从搜索引擎的视角进行查看	114	安装暗藏的导航系统	147
理解关键词的相关概念	117	查看源代码.....	148
每页选取一两个短语.....	117	关闭脚本语言及 Java.....	149
检测突出程度.....	118	解决问题.....	151
注意密度.....	119	去掉 Flash 动画	151
整个网站都要放置关键词.....	119	切勿将文本植入图片	152
创建自己的网页	119	减少网页中无用的内容	153
为文件命名.....	120	使用外置 Javascript	154
创建目录结构.....	120	使用外部层叠样式表文件.....	155
检查 <TITLE> 标签	121	将图像地图移到网页底部.....	155
使用 DESCRIPTION 元标签.....	123	切勿从微软 Word 中复制粘贴文本	156
利用 KEYWORDS 元标签	125	处理动态网页	156
使用其他元标签.....	126	查看你的动态网页是否使搜索引擎望而	
添加图像 ALT 文本	128	却步.....	158
添加正文.....	129	解决动态网页问题.....	159
创建标题：层叠样式表还是 <H>		在网址中使用会话 ID	160
标签.....	130	检查基于 cookie 的导航.....	162
设计文本版式.....	131	解决琐碎问题	164
创建链接.....	131	转送网页.....	164
使用其他的公司和产品名称.....	133	图像地图.....	165
创建搜索引擎可读取的导航结构...	134	特殊字符.....	166
使用网页摘要和图解.....	135	第 9 章 欺骗搜索引擎的技巧 ...	167
阻止爬虫.....	137	欺骗搜索引擎	168
第 8 章 避开搜索引擎		决定是否要欺骗.....	168
不喜欢的内容	139	了解技巧.....	169
创建框架	139	这些技巧有用吗.....	169
框架的 HTML 本质	141	搜索引擎技巧总括	170
为搜索引擎提供其需要的信息.....	143	关键词堆积和填塞.....	170
提供导航路径.....	144	隐藏（缩短）关键词.....	171
在框架结构中打开网页.....	145	隐藏链接.....	174

复制网页及网站.....	174
网页交换及网页劫持.....	175
桥页和信息页	175
使用重定向和伪装	176
了解重定向.....	177
研究伪装.....	178
技巧与策略	180
链接技巧	180
为最终的惩罚埋单	181
第10章 充实网站——有竞争力的内容	183
创建内容的三个方法	184
自己编写材料	185
概括网上的文章.....	185
评论网站和产品.....	186
说服别人去撰写内容	186
使用 OPC (别人的内容)	188
了解版权——那不是你的	189
获取别人的内容	190
关键词.....	191
产品信息.....	191
网站和电子邮件时事通信.....	192
政府资料.....	194
内容发表网站.....	195
传统的发表服务.....	198
RSS 发表提要.....	199
开放内容及公共版权.....	201
搜索结果网页.....	202
新闻出版物.....	202
问答区.....	203
留言板.....	204

博客.....	204
浅谈复制内容	205
第11章 通过本地搜索营销	207
获得流量	207
为何不该略过本章的内容	207
理解本地搜索营销的重要性	208
浏览本地搜索	209
本地搜索如何运行	210
搜索词汇.....	211
合作伙伴及本地化网站.....	211
IP 号	211
两个接触本地居民的方法	213
网页“本地化”	214
使用 Geo 元标签	216
注册本地搜索	216
控制 (或添加) 商户信息.....	218
提高胜算.....	221
寻找更多本地系统	222
不要忘记“本地至本地”目录	223
本地搜索的另一面: 评论网站	224
删除差评.....	226
减弱差评.....	227
识别重要的评论网站.....	227
与黄页合作	228
第3篇 将网站添加至索引及搜索	231
目录	231
第12章 使网页进入搜索引擎	233
为网站添加链接	233
提交简单的链接至主要搜索引擎系统	234
提交一份 XML 网站地图	235
创建网站地图	237

提交网站地图	238	探索更多的购物服务	276
使用网络管理员工具	241	分类广告网站	278
向次级搜索引擎系统提交网站地图	244	与电子商务或者商业网站合作	279
使用注册服务和软件程序	245	与 eBay 合作	280
第 13 章 提交至搜索目录	247	与 Amazon 合作	280
搜索目录与搜索引擎	247	管理你的数据	281
目录为何如此重要	249	你需要的数据	282
提交至搜索目录	250	格式指南	283
提交到 Yahoo! 目录	250	创建电子表格	284
提交到开放目录项目	254	获取产品网址	284
找到专业的目录	255	创建独立表格	286
找到目录的其他方式	258	创建并上传你的数据文件	289
获取链接	259	多渠道、自动化数据管理	290
使用“本地”目录	261	第 4 篇 提交网站之后的工作	293
提交到二级目录	262	第 15 章 利用链接广泛度来提高	
找到二级目录	262	网站排名	295
避免付费（大多数时间）	263	为什么搜索引擎喜欢链接	296
第 14 章 产品搜索：牢记购物目录		链接：源源不断的礼物	297
和零售商	265	了解网页价值和网页排名	298
了解人们在哪些网站上搜索产品	265	网页排名——等式的一部分	299
使用产品索引	268	网页排名算法	301
Google Product Search	270	衡量 PR 值	303
Yahoo! Shopping, PriceGrabber 和		“泄露” PR 值	305
PrecioMania	271	网页相关性	306
Bing Shopping	273	中心和社区	307
Ask.com 和 Pronto	273	相信信任指数	309
TheFind	273	把关键词嵌入链接中	309
Shopping.com	273	Googlebomb	311
BizRate & Shopzilla	274	网页排名与关键词	312
NexTag	275	好的链接和不好的链接	312
Pricewatch	275	识别没有价值的链接	314

鉴别不是链接的链接.....	314	静静地等待.....	340
识别 nofollow 链接	316	忘记它.....	341
关于链接的一些基本规则	317	当心你所链接的对象!	341
第 16 章 寻找外链	319	第 17 章 更多获取链接的位置 ...	343
控制你的链接	320	已经有内容? 发表内容	343
将好的链接转变成坏的链接.....	320	从发表的文章中获得最大的好处...	345
完美的链接文本.....	320	文库: 让文章走出去	346
进行链接分析	322	内容发表服务.....	347
Google.....	322	谁会为你写文章.....	347
链接广泛度软件.....	322	高价值的文章网站.....	348
一步一步地生成链接	325	发表实用工具.....	349
注册搜索目录.....	326	更多的链接创建思路.....	350
寻求朋友和家人的帮助.....	327	nofollow 的诅咒	350
寻求员工的帮助.....	327	谁来做所有这些工作	351
联系协会网站.....	327	第 18 章 社交网络——由闲社推动	
联系制造商的网站.....	328	发展的网络	353
联系与你生意往来的公司.....	328	什么是社交网络	353
要求成为一名特定的客户.....	328	当心社交网络炒作	355
向公告网站和时事通信提交信息...	328	“闲扯”因素	356
发布新闻稿.....	329	社交网络的搜索引擎优化效益	357
创建一个小的链接诱饵.....	330	通过社交网站获得链接.....	357
找到链接竞争对手的网站.....	331	抓住搜索引擎“不动产”	358
向其他的网站索求链接.....	331	社交网站就是搜索引擎.....	359
请求互惠链接.....	332	Google+ 的影响	359
搜索关键词时加上“add url”	335	加上你的世界搜索.....	361
在讨论组中提及你的网站.....	336	Google+1	361
与博客合作.....	337	社交网络——本身就是一本书	362
追求线下 PR 值	337	第 19 章 视频: 展现你最好的	
提供免费内容.....	337	一面	363
做广告.....	338	视频对搜索引擎优化的好处	363
使用服务或者购买链接.....	338		

网站上的视频	364
玩视频搜索引擎的游戏	366
抓住搜索引擎“不动产”	368

第20章 当 Google 惩罚你时:

灾难指导手册	369
怎样惩罚, 以及惩罚有多少种	369
实施惩罚	370
Google 垃圾信息处理团队	371
它真的是惩罚吗? 简略分析	371
网站仍然能被检索到吗	373
Google 已经将网站标记为“可疑” 网站吗	373
网页被检索的数量明显改变了	374
搜索域名时发生了什么情况	374
搜索不带 TLD (顶级域名) 的域名时 发生了什么情况	374
搜索 <TITLE> 标签中的文本字符串时, 发生了什么情况	374
搜索主页文本字符串时发生了什么 情况	375
Google 网站管理员控制台里有 信息吗	375
Google 仍然抓取你的网站吗	376
试用惩罚检查器	376
总结一下: 你被惩罚了吗	378
你为什么没被检索	380
找到走出困境的出路	381
找到网页上的问题	381
找出链接问题	383
找出域名问题	383
提交复议申请	383

第5篇 “十大”部分

第21章 选择搜索引擎优化公司时

· 需了解和完成的十件事	389
阅读本书	390
为什么你不需要一个优化公司来优化 你的网站	390
通过推荐找到优化公司	391
寻找合适的服务	391
清楚优化公司能提供什么——特别 注意	391
清楚优化公司对你有什么期待	392
看一下例子	392
征求参考意见	393
相互比较	393
优化公司会提供报告吗	393

第22章 十大传言和错误

传言: 搜索引擎排名主要取决于元标签 和提交网站	395
传言: 网页设计者和开发者理解 搜索引擎	396
传言: 多次提交网站能提高搜索排名	396
错误: 不知道自己的关键词	397
错误: 含有有数据库参数和会话 ID 的 网页过多	397
错误: 创建网站之后请来搜索引擎优化 专家	398
传言: 25 美元能让网站排在第一位	398
传言: Google 合作者能让你排到第一	398
错误: 没有针对特殊关键词而优化的 网页	399
错误: 网页内容很空	399

传言：单击付费广告是必需的	399	检查网站排名	410
错误：忽视网站的实用性和美观	400	检查失效链接	412
错误：盲信读到的内容	401	用 Alexa 工具栏评估流量	413
第 23 章 十大保持更新的方法 ...	403	安装 Firebug	414
希望能帮你更多	403	找出关键词密度	415
关于搜索引擎	404	分析网站的流量	415
Google 的网络管理员网页	404	追踪来电	417
Google 搜索引擎优化入门指南	404	检查重复和剽窃	418
Bing 搜索引擎优化技巧	405	使用 301 重定向	418
搜索引擎观察	405	在搜索结果网页上获取多个结果	419
Google 官方网页管理员帮助小组 ...	405	辨别假的网页排名	420
网络管理员的世界	406	你需要一个有吸引力的网站	421
Highrankings.com	406	找到更多的搜索引擎优化工具	422
发挥搜索引擎的作用	406	管理你的声誉	422
第 24 章 需要知道的十件有用			
的事情	409		
管理网站链接 (多线搜索结果)	409		

简介

欢迎阅读第 5 版《搜索引擎优化方法与技巧》，你希望这本书能带给你什么？毕竟，你不能只是创建一个网站，然后让你的网站设计者把网站提交到搜索引擎中。你也不可能只是付了 25 美元，在数千搜索引擎中注册网站就完事。当然，你肯定也见过这样的广告，“我们保证让你的网站在大量搜索引擎中排名前十”以及“今天，我们就能让你的网站在 5000 个搜索引擎中登记注册”。

但是，事情并非这么简单。（好吧，这对我而言倒是一件好事，如果搜索引擎优化比较简单的话，Wiley 就不会付钱让我写这本书了。）事实是，搜索引擎优化有点复杂，虽然不像脑部手术那样复杂，但是也绝对不像“给我 50 块钱，我给你解决”那样容易。

绝大部分网站没有机会出现在搜索引擎中，这是为什么呢？是因为失误，因为创建网站的人不知道自己该怎样做才能使网站便于搜索引擎的工作；因为大家不理解指向网站的链接的作用；因为大家从来不考虑关键词等。本书的目的就是帮大家解决这个问题，提供多种方法让你的网站排名优于平均水平。

本书介绍

本书使搜索引擎领域更明朗化，你会知道该怎么做才能让自己的网站在搜索引擎中排名靠前。

在本书中，我将告诉你：

- ✓ 如何确保网页里使用了正确的关键字；
- ✓ 如何创建搜索引擎能读取的网页，使搜索引擎按照你希望的方式检索到网页；
- ✓ 如何避免使用搜索引擎不喜欢的技术——这些技术会有损于你的网站排名；
- ✓ 如何创建一些能增加网站知名度的网页；
- ✓ 让你的网站出现在搜索引擎和搜索目录的索引和名单上；
- ✓ 出现在搜索引擎本地搜索结果中（出现在经常弹出的小地图中）；
- ✓ 加入产品和购物索引；
- ✓ 鼓励其他网站建立指向自己网站的链接；

- ✓ 充分利用社交网络和视频;
- ✓ 追踪自己网站的动态;
- ✓ 还有其他更多。

“愚蠢”的假设

我不想假设什么,但是我知道阅读本书的时候,你肯定对网络和搜索引擎已有一定的了解。我认为:

- ✓ 你肯定会使用电脑上网;
- ✓ 你知道如何用浏览器上网;
- ✓ 你能在大型搜索引擎中进行搜索,比如,Google 和 Yahoo!

当然,对于这样一本书,我必须做些假设。这是一本关于如何使你的网站在搜索引擎中排名靠前的书。我必须假设你知道如何创建和使用网站,或者你认识会创建和使用网站的其他人。你(或者你认识的人)尤其要知道以下几点。

- ✓ 如何创建网站;
- ✓ 如何创建网页;
- ✓ 如何让这些网页加载到你的服务器中;
- ✓ 创建网页时,如何使用 HTML 代码。

也就是说,你不是使用一些简单的网页创建程序,而这些程序会让你忽视最基本的超链接代码;你或你的技术狂人要了解超链接,并且能自如插入和改换超链接标签。

这本书不会涉及太多复杂的超链接代码,毕竟这不是 HTML 的入门书。但是要从事搜索引擎工作,你(或者你团队的其他人)必须知道 <TITLE> 标签是什么,并且要知道如何将标签插入网页中;知道如何识别 JavaScript (尽管不知道如何创造和修改 JavaScript);知道如何在文本编辑器中打开和编辑网页。你要了解基本的超链接技巧,以便在搜索引擎中优化网站。如果你想了解更多的 HTML 的知识,请查阅第五版《HTML4 傻瓜书》(泰特尔和麦海士·克瑞希南著,约翰威利出版公司出版)。