

简便实用的搜索引擎优化和AdWords营销技巧
助你在网络营销中事半功倍

*Get into Bed with Google
Google AdWords that Work*

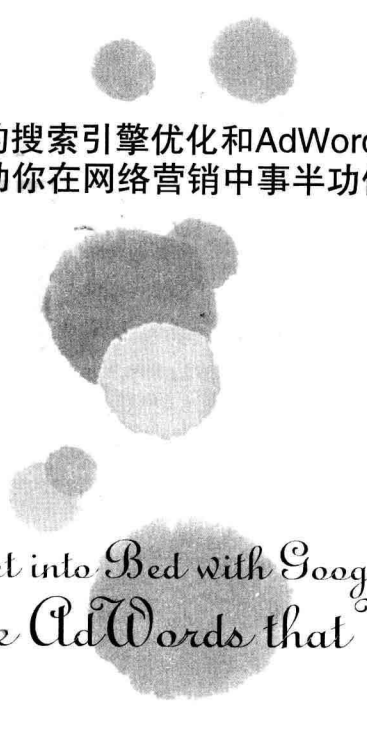
SEO和AdWords 营销的59个实用技巧

(英) 乔恩·史密斯 著
高采平 史鹏举 译



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



简便实用的搜索引擎优化和AdWords营销技巧
助你在网络营销中事半功倍

*Get into Bed with Google
Google AdWords that Work*

SEO和AdWords 营销的59个实用技巧

(英) 乔恩·史密斯 著
高采平 史鹏举 译

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

Jon Smith: Get into Bed With Google: Top Ranking Search Optimisation Techniques, Google
AdWords That Work: 7 Secrets for Cashing in with the World's No.1 Search Engine

Copyright © The Infinite Ideas Company Limited, 2008 2009

All rights reserved. The edition published by agreement with Infinite Ideas Limited through the
Chinese Connection Agency, a division of the Yao Enterprises, LLC.

本书中文简体字版由 Infinite Ideas Limited 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面
许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2010-6278

图书在版编目(CIP)数据

SEO 和 AdWords 营销的 59 个实用技巧 / (英) 史密斯 (Smith, J.) 著; 高采平, 史鹏举译.
北京: 电子工业出版社, 2011.5

ISBN 978-7-121-13365-7

I. ①S… II. ①史… ②高… ③史… III. ①电子商务—市场营销学 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 073231 号

责任编辑: 马晓云

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司
装 订:

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 14.25 字数: 190 千字

印 次: 2011 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发
行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

目 录

上篇 SEO 的 52 个实用技巧

- 1 谷歌的特别之处 / 3
- 2 勇争第一 / 6
- 3 自然列表和付费列表 / 9
- 4 从谷歌的角度看待你的网站 / 11
- 5 数据分析 / 13
- 6 元数据整理 / 15
- 7 在域名中使用关键词 / 18
- 8 网站数据分析 / 21
- 9 链入链接的重要性 / 24



- 10 确定合适的域名 / 27
- 11 完善在域名注册机构的账户信息 / 30
- 12 网站页面的设计 / 33
- 13 谷歌搜索 / 36
- 14 靠广告赚钱 / 38
- 15 关键词密度 / 40
- 16 术语解读 / 42
- 17 在搜索引擎上注册 / 45
- 18 重要的代码 / 48
- 19 正确使用图片 / 51
- 20 明确表明意图 / 54
- 21 使用正确的方式创建页面 / 57
- 22 让你的页面在谷歌上占据第 1 页 / 59
- 23 伪装成两个不同的品牌 / 62
- 24 对 SEO 效果进行基准测试 / 65
- 25 网页等级、相关性和可信度 / 68
- 26 开放目录项目的重要性 / 70
- 27 谁在与谷歌竞争 / 72
- 28 让网站与时俱进 / 74
- 29 网站地图和谷歌 / 76
- 30 你的关键词表现如何 / 78
- 31 数字密集运算 / 80



- 32 虚拟世界的定位管理 / 83
- 33 跟随谷歌的最新变化 / 85
- 34 感受到速度的重要性 / 87
- 35 在网站上使用专业、简洁的代码 / 90
- 36 网站上不要使用的几种工具 / 93
- 37 获得免费的帮助 / 96
- 38 深入了解市场 / 99
- 39 社交网站和对话的力量 / 102
- 40 为目标计算机设置好的导航 / 105
- 41 开展多语种网站营销活动 / 108
- 42 不断调整和完善 / 110
- 43 网址和名字的重要性 / 112
- 44 通过用户测试检测你的搜索结果 / 114
- 45 邀请他人建立链接 / 117
- 46 重视其他搜索引擎和企业目录 / 119
- 47 应对来自网络的批评 / 122
- 48 对 SEO 的简单总结 / 125
- 49 谷歌付费广告 / 127
- 50 警惕 SEO “专家” / 129
- 51 关于 SEO 虚假广告 / 131
- 52 一点警告 / 134



下篇 AdWords 营销的 7 个实用技巧

- 53 AdWords 究竟是什么 / 140
- 54 确定战略 / 148
- 55 关键词的重要性 / 173
- 56 开始使用 AdWords / 179
- 57 广告组和高级广告词
(Advanced AdWords) / 183
- 58 写出有杀伤力的广告 / 194
- 59 广告测试、跟踪和转化 / 205

上篇 SEO 的 52 个实用技巧



谷歌的使用已经非常普遍，不管你喜不喜欢谷歌，在网上的任何活动都离不开它。简言之，如果你的网站不为大家所熟知，网站的存在就没有任何意义。任何一个进行过网络搜索的人都知道人们是通过谷歌查找网站信息的。

谷歌并没有下大力气扩大自己的知名度，尽管微软千方百计争夺其王位，谷歌还是在美国的搜索市场中占据 72% 的份额。

谷歌一直处于领先地位的原因之一是其不遗余力地更新和优化自身的算法，从而生成更好的搜索结果。本书提到了谷歌在过去的一年中发生的新变化，同时阐释了这些变化对于那些希望自己的网站出现在更完善的搜索结果中的人们意味着什么。

值得一提的变化是，尽管谷歌也许还在搜索领域中占有重要地位，不过自己的网站被人们发现的途径已经不止搜索这一种了。像 Facebook、Twitter 这样的社交网站，也会给你的网站带来大量的流量，因此想让自己的网站拥有更好表现的人们无法再忽视它们的存在。

搜索引擎优化 (Search Engine Optimisation, SEO) 是重头戏，该领域



的销售人员（从事这一行的人非常多）会告诉你，这是一门高深的学问，只有他们才知道诀窍。事实是这样吗？实际上，社交网站中的口碑因素意味着扩大个人或网站知名度既是一门学问，也要靠运气。查找信息的人往往会精挑细选，有时他们有目的地查找，有时只是随便看看。在学习本书中介绍的方法时，采用任何一种方法都是可以的。你也许听说过关键词和元数据，并急于用这些关键词或元数据去搜索；你也许想知道一些你从未听说过的东西，并打算用一种更自然的方式随机地浏览。每种方法都是可以的，你可以从头开始阅读，也可以根据自己的意愿进行选择性地阅读，因为每章都是一条独立的、能够一口气读完的建议，它们将告诉你如何使自己的网站出现在搜索结果的最上方，或者至少出现在你所在页面的最上方。

http://www.



http://www.

谷歌的特别之处

人们总是在用谷歌进行各种各样的搜索。为什么不使用雅虎、百度或其他搜索引擎呢？就像老人常说的：“不要把所有的鸡蛋放在同一个篮子里……”



用数字说话

当网络用户不知道（或不愿意输入）某网站时，他们会通过搜索引擎去找。当今的英国和美国，在所有通过使用搜索引擎进行的网站访问中，谷歌占据了主导地位。谷歌是现在使用最广泛的搜索引擎和最大的访客推荐者。在我写到这里时，谷歌在美国搜索市场的份额达到了 72.17%，而雅虎则由 15% 下降到 14.5%，必应的市场份额已经不足 9.25%。在英国，谷歌的领导地位更为突出。在过去一年的时间里，谷歌的市场份额又上升了

10%，这意味着它占据了将近 90% 的搜索市场份额。现在你应该明白我们为什么要与谷歌成为亲密伙伴了吧。

与胡佛吸尘器一样，谷歌在非常短的时间内取得了如此大的成功，以至于该公司的名称已经成为互联网搜索的代名词。单身的人们在谷歌上寻找可能的约会对象；家长们在谷歌上查找适合自己孩子的学校；求职者在谷歌上搜索有关面试的信息，以学习一些能够用在面试中的有趣对话。互联网用户都在使用谷歌。

谷歌在网络上占据了统治地位（就现在而言），无论我们的经济状况如何，我们都应该与谷歌成为好朋友。

不存在捷径

作为电子商务顾问和网络顾问，我接触过很多有网站的公司，它们有着同样的愿望——提升在谷歌上的排名，我却无法为其提供快速的解决方案和药到病除的良方。成为谷歌的亲密伙伴需要一定的时间，你希望立即得到满意的结果，而谷歌却更希望与你保持长期的关系。这也许与我们在网络上见到、听到和感受到的其他情况完全相反（名不见经传的小网站在一夜之间成名，由于访问量过大，甚至导致服务器瘫痪），不过情况确实如此。如果你能够全身心地投入，谷歌也会对你坦诚相待，这种关系一旦确立，就会变得坚不可摧。

与敌同眠

遗憾的是，谷歌不会轻易与人交朋友。也许你认为对谷歌来说，最容



易的事莫过于在谷歌网站上发布一个常见问题页面（FAQ）或一份清单，向网页开发者和企业所有者系统地阐释如何得到它的青睐，但是谷歌不会这样做，为什么？从根本上讲，谷歌烦透了滥用搜索引擎优化的那些人，因此，如果谷歌不提供明显的优化方案，上面谈到的滥用也许还会少一些。这种做法的确奏效。那么有没有获得谷歌正式认可的、关于如何使用谷歌的指导方案呢？没有，只有一些非正式的指导，而本书就是其中之一。



小建议

现在看一下你所在的位置。在谷歌搜索框中输入你的域名（去掉“www”和“.com 或.com.cn”），是否出现在第 1、第 2 或第 3 页上？再输入你的最畅销的产品或服务的名称，是否出现在第 1、第 2 或第 3 页上？我将提供给你很多有用的建议，帮助你提升网站排名，不但能够使你的网站出现在搜索结果页面中最靠前的位置，还能使你的网站的不同链接充满搜索结果的第 1 页。

2

勇争第一

不管使用什么样的搜索词搜索，竞争对手总是处在搜索结果的第1位，我甚至不能出现在搜索结果的第1页，我应该怎样与其竞争？

从小范围看问题

不管你的网站属于哪个行业，提供何种服务，都可以说你是整个市场的一部分。你的网站不是第一个，也不会是最后一个。你必须认识到你并不是唯一的选手，认识到这一点是确保你取得成功的关键所在，这是非常严肃的。你的想法并不是独创的，决定将网络作为销售渠道也不是具有开创性的想法——老早以前就有人这么做了，不管它们是成功还是失败，而且还会有很多人步它们的后尘。不过，你不用因为这些而气馁。



对关键词的认识

在每个行业中，都存在最高等级的关键词。作为一名在线玩具经销商，我喜欢使用“玩具”这一关键词，我很快发现自己实际上是在与玩具反斗城和 ToyMaster 这样的玩具零售商竞争，但是我与他们处在不同的市场中，而且从长远看，我也不是他们的竞争对手。我为“玩具”这一关键词支付了大价钱，但是由此获得的点击量却没有转换成销售额。问题出在哪里呢？问题在于我们提供的是一些特色产品：传统风格的木制玩具、手指木偶、婴儿车玩具和特色服装或鞋子。而输入“玩具”这一关键词的人们，实际上是在寻找最流行的、在电视上做过广告的塑料产品，这些并不是我销售的产品，我的确也销售玩具，却不是这些人要找的“玩具”。

特殊性和独特性

潜在顾客有两个特点——特殊性和独特性，特殊性在于他们需要你格外的关注，独特性在于他们有着自己的思维方式。把网络用户强行划入某一个领域的做法是极其错误的，实际上，就像他们在日常生活中经常进行选择一样，他们的网络习惯也有着很大的不同，甚至有些挑剔。你要把他们当做单独的个体来看待。



小建议

你认为对于你的网站来说，哪3个关键词最重要？想出来了吗？
不过，你现在不用再考虑这些了，它们已经不重要了。现在，你须要

列出 10 个次级重要的关键词（这完全取决于你的想法）。这些都是恰当的关键词，它们才是真正重要的，能够为你带来财富的词语。把这些词语写下来，因为我们后面需要用到它们，我保证它们能够为你带来收益。

http://www.



http://www.

自然列表和付费列表

不管你是怎样看待“有益”菌的，搜索引擎和酸奶不同，你应该知道健康的列表和不健康的列表之间有着很大的区别。

33%的网络用户把搜索引擎排名中最靠前的公司当做大品牌。



可以选择付费列表

我并不反对付费列表，一个好的付费广告词活动将会为能够充分利用该活动的网站带来收益，不过在开展付费活动之前，我们要尽一切努力确保网站的搜索引擎的友好性，并拥有好的排名，这一切都是在不需要任何经济支出的情况下进行的，不管怎样，付费广告词总是须要花钱的，尤其是在短时间内。你可以开展广告活动，不过前提是你尽最大努力确保网站能够在自然列表中占据有利位置。

你的目标应该是：在自然列表中占据有利位置，同时也要出现在付费广告词列表中——因为在谷歌第 1 页的两个列表中都出现，肯定比只在一个列表中出现要好得多。

网络用户更加聪明了

网络用户已经变得越来越聪明了，他们已经逐渐认识到，出现在页面顶端和右边的搜索结果之所以会出现在那里，是因为有人花钱购买了这项特权。因此，很多人会尽量避免去点击它们，而更加青睐自然的搜索结果——这些网站出现在那里的原因是因为网站进行了搜索引擎优化和其内容优势，而不是因为他们为此埋单。你必须确保网站能够出现在这些自然列表中。



小建议

为了了解网站在付费列表和自然列表中的表现的不同点和相似点，我们进行一些实际的搜索。你可以尝试输入“海报”、“拍卖”或“玩具”。注意到有哪些特点了吗？你是否发现了一些在你看来本应该付费却没有这样做的公司？再在你所在的行业中进行搜索——你的公司信息是否出现在首页？你的竞争对手有哪些？它们是否在自然列表中占据了有利位置？是否出现在付费列表中？通过了解你所在市场中其他人的做法，你能够很快明白自己应该采取哪些行动才能有效地开展竞争。