

胡奇峰◎编著

针对百度、淘宝两大平台，让你的流量短时间翻番！

SEO

搜索引擎优化



从入门到精通

GO

博学 慎思 明辨 笃行 ▶▶▶▶

看得懂：从原理上理解网络排名的本质，弄懂为什么要这么做

学得会：每种技巧都给出操作实例，读者只要“照猫画虎”即可

用得着：书中内容全部源自笔者亲身实践，绝对干货



SPM

南方出版传媒
广东经济出版社

SEO

搜索引擎优化



从入门到精通

GO

胡奇峰◎编著

SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

— 广州 —

图书在版编目 (CIP) 数据

SEO 搜索引擎优化从入门到精通/ 胡奇峰编著. —广州: 广东经济出版社, 2015. 12

ISBN 978 - 7 - 5454 - 4153 - 6

I. ①S… II. ①胡… III. ①互联网络 - 情报检索
IV. ①G354.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 188858 号

出 版 人: 姚丹林
责任编辑: 易 伦
责任技编: 许伟斌

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	东莞市翔盈印务有限公司 (东莞市东城区莞龙路柏洲路段)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	18.25
字数	279 000 字
版次	2015 年 12 月第 1 版
印次	2015 年 12 月第 1 次
印数	1 ~ 4 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 4153 - 6
定价	48.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 37601950 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

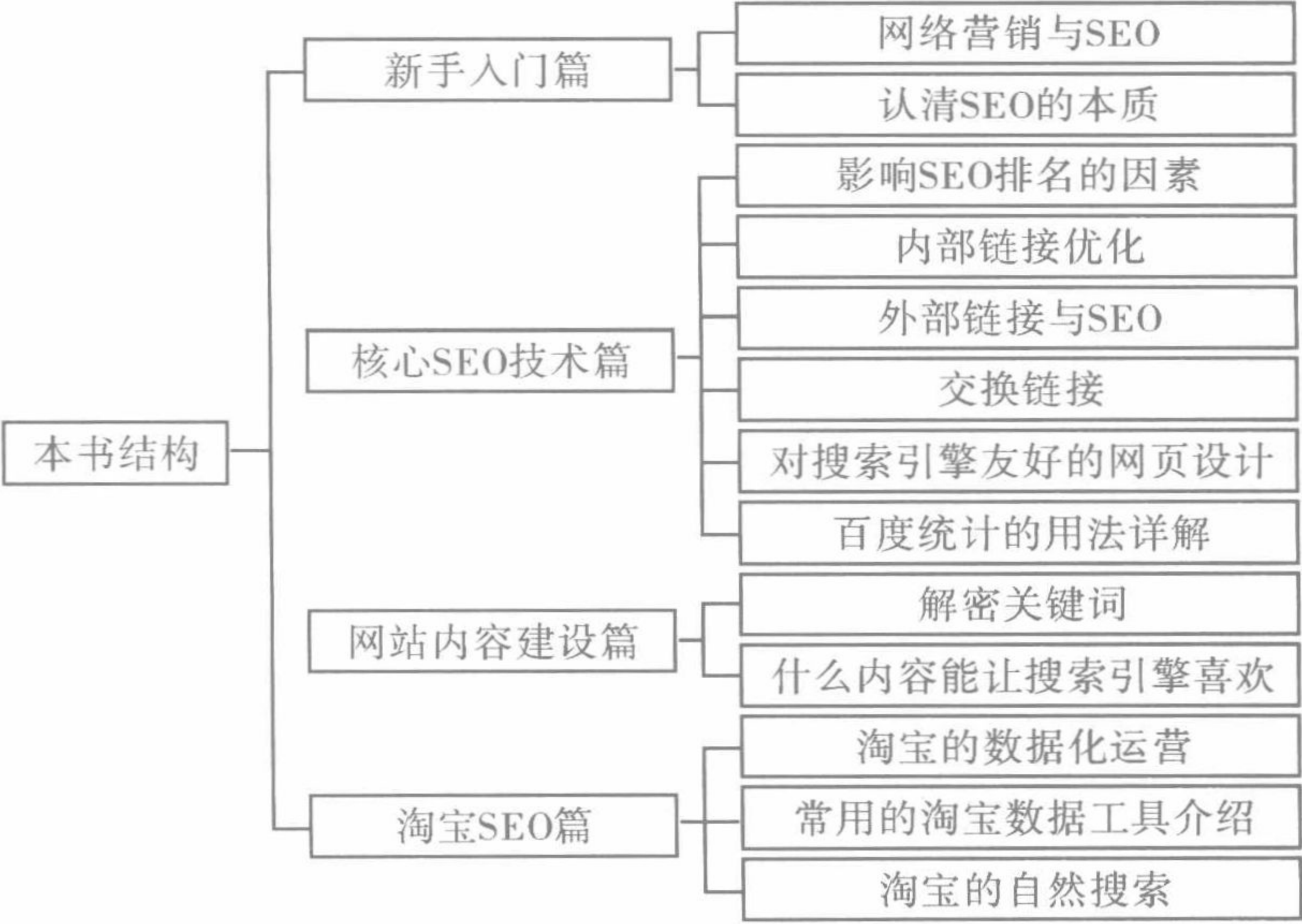
前 言

一个网站如果没人能找到，即使设计得再好、内容再精彩、再易于浏览也无济于事。要在互联网大潮中取得成功，优化网站、提高网站的搜索引擎能见度是至关重要的一步。正是基于这个道理，SEO 才发展成为一门单独的学问，很多人靠它为生。

笔者从事网络营销工作超过 10 年，积累了大量的经验，尤其是在 SEO 方面，有很深的体会，之前很多做淘宝店和个人网站的人向我咨询提高流量的方法，也就是在那时我萌生了写书的想法，经过两年多的筹备我终于完成了本书。本书通过大量实际的操作案例，将 SEO 工作中的全部技巧展现在读者的面前，学习者能学到最切合实际的优化技术，最准确的优化理念，最系统的优化流程，最具前瞻性的优化趋势。只要读者能认真看完这本书，即使没有任何 SEO 基础，也可以成为一个能独立优化网站的 SEO 实力派高手。

本书内容：

本书共分为 13 章，各章节的内容分布如下：



本书特点：

- 内容全面：本书囊括了 SEO 的方方面面，涉及搜索引擎的工作原理、关键词优化、各种链接的优化、网站代码编写、淘宝 SEO 等内容，可以说是目前 SEO 图书中内容最全面的。
- 操作性强：做 SEO 最重要的是要有效果，理论再好，流量没上来也是纸上谈兵。本书写作的时候笔者尤其侧重操作性，每看一段文字，读者就可以掌握一个小技巧，一步一步提高。
- 容易学习：由于 SEO 涉及很多网站，一些新手可能会摸不着头脑，因此笔者总结了常见的网站术语作为附录，读者可以随时查阅。

适合读者：

本书适合各类人群阅读，如个人站长、公司 SEO 或网络营销人员、SEO 服务公司人员；同时对所有从事与网站相关工作的人都有参考价值，如网站设计人员、程序员、大专院校网络营销和电子商务专业学生、网络公司技术和营销团队、传统商业公司电子商务团队等，因为 SEO 已经是所有网站的基本要求。

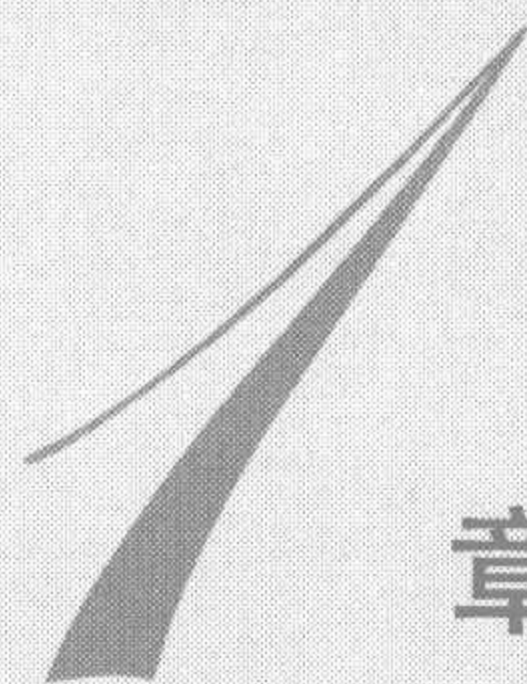
目 录

第 1 章	网络营销与 SEO	001
1.1	网络营销的优势	002
1.2	网络营销的 8 种武器	004
1.3	SEO 和网站运营的关系	025
第 2 章	认清 SEO 的本质	029
2.1	搜索引擎的数据是怎么来的	030
2.2	如何返回搜索结果	038
2.3	SEO 的基本步骤	042
2.4	SEO 作弊和惩罚	044
第 3 章	影响 SEO 排名的因素	049
3.1	影响 SEO 排名的内部因素	050
3.2	影响 SEO 排名的外部因素	060
3.3	网页级别	074
第 4 章	内部链接优化	079
4.1	认识链接	080
4.2	内部链接的四大作用	084
4.3	内部链接优化的方法	086
4.4	内部链接优化注意问题	094
4.5	内部链接检测工具	096

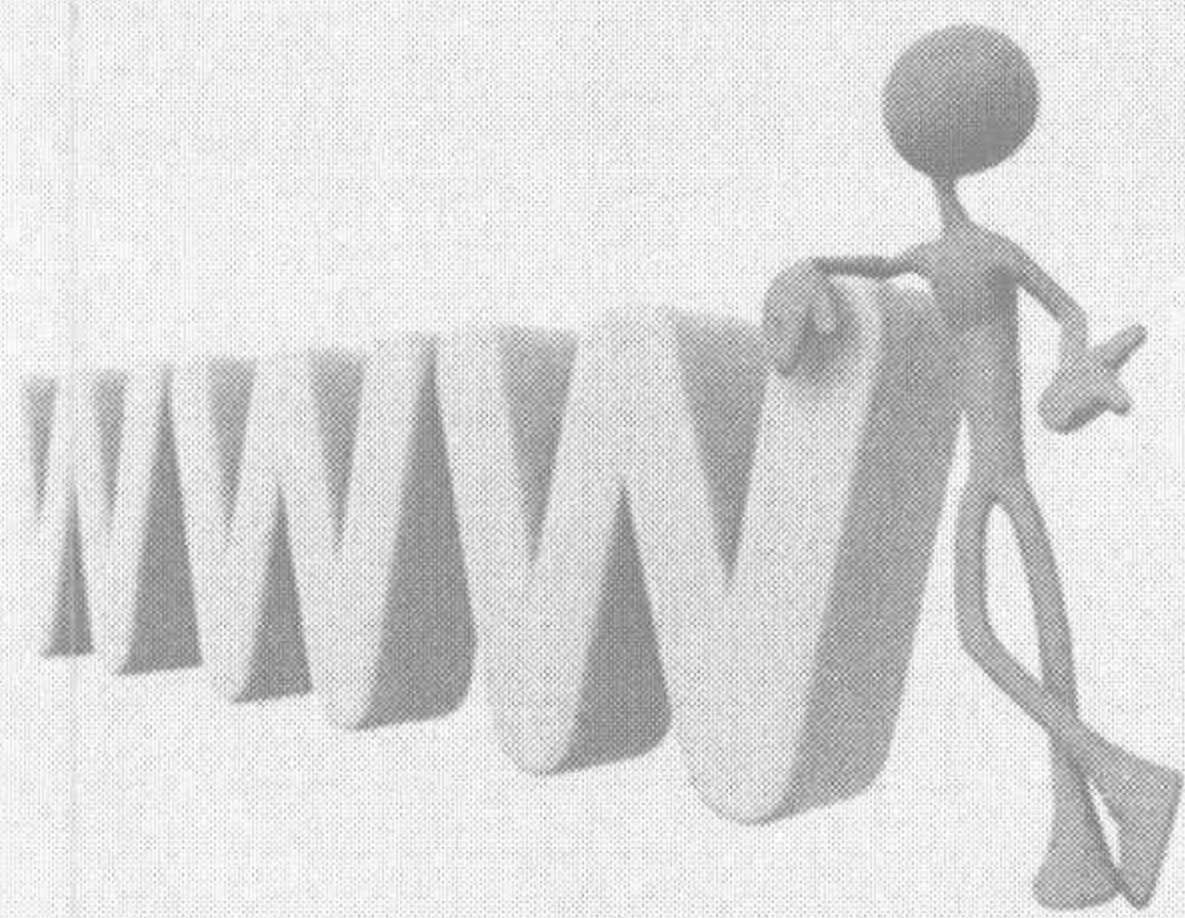


第5章 外部链接与 SEO	099
5.1 认识外部链接	100
5.2 外部链接的作用	101
5.3 优秀外部链接的标准	102
5.4 链接诱饵	108
第6章 交换链接	113
6.1 认识交换链接	114
6.2 优秀的交换链接的标准	115
6.3 寻找优秀的交换链接的方法	121
6.4 预防交换链接中的欺骗手法	128
第7章 对搜索引擎友好的网页设计	131
7.1 关键词在网页中的优化	132
7.2 网站的目录结构	136
7.3 动态网页静态化	139
7.4 网站的页面优化	141
7.5 搜索引擎通道优化	148
7.6 内容优化	151
第8章 百度统计的用法详解	155
8.1 什么是百度统计	156
8.2 百度统计的代码安装	156
8.3 百度统计的设置	160
8.4 百度统计的数据查看	167
第9章 解密关键词	173
9.1 了解关键词	174
9.2 注册网站不要小看关键词	176
9.3 网站关键词怎么设置	181
9.4 合理推广自己让搜索引擎抓住你	187
9.5 学会充分利用工具分析关键词	192

第 10 章	什么内容能让搜索引擎喜欢	201
10.1	自媒体做得有价值才是王道	202
10.2	软文撰写也有妙招	210
10.3	排版时注意精心规划	213
10.4	撰写软文勿进雷区	215
第 11 章	淘宝的数据化运营	219
11.1	淘宝数据营销中的重点指标有哪些	220
11.2	网店页面有哪些主要架构	225
11.3	首页要关注哪些指标	226
11.4	产品详情页需要关注的指标	228
第 12 章	常用的淘宝数据工具介绍	231
12.1	几种常用工具简介	232
12.2	在数据中让产品预热	238
第 13 章	淘宝的自然搜索	247
13.1	淘宝自然搜索定义	248
13.2	产品类目和属性的选择点	252
13.3	产品起名和 SEO 优化	256
13.4	淘宝排名规律要点	265
附录	SEO 名词解释	273



网络营销与 SEO



所谓网络营销，是以互联网络为基础，利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助产品进行营销和推广，是目前最流行的市场营销方式。而 SEO 是网络营销的一种手法，它可以和其他营销方法配合使用，以达到最好的效果。本章先从宏观的角度讲解网络营销，让读者有总体的认识，为后面深入学习 SEO 打下基础。



1.1 网络营销的优势

近几年，网络营销成为当今最热门的营销推广方式。与传统推广方式相比，网络营销具有得天独厚的优势，是实施现代营销媒体战略重要的一部分。随着上网人数的迅速增加，覆盖的受众面越来越广，网络营销的影响力也越来越大。

1. 传播范围广，不受时空限制

通过国际互联网络，网络营销可以将广告信息 24 小时不间断地传播到世界的每一个角落。只要具备上网条件，任何人在任何地点都可以上网阅读。这是任何传统媒体都无法做到的。

2. 网络营销具有交互性和纵深性

交互性是网络媒体最大的优势，它不同于传统媒体的信息单向传播，是一种信息互动传播。通过链接，用户只需简单地点击鼠标，就可以从厂商的相关站点得到更多、更详尽的信息。另外，用户可以通过广告位直接填写并提交在线表单信息，厂商可以随时得到宝贵的用户反馈信息，进一步缩短了用户和企业、品牌之间的距离。同时，网络营销可以提供进一步的产品查询服务。

3. 成本低、速度快、更改灵活

网络营销制作周期短，即使在较短的周期里进行投放，也可以根据客户的需求很快完成制作，而传统广告制作成本高，投放周期固定。另外，在传统媒体上做广告，发布后就很难更改，即使可以改动往往也须付出很大的经济代价。而在互联网上做广告能够按照客户需要及时变更广告内容。这样，经营决策的变化就能及时得到实施和推广。

4. 网络营销是多维营销

纸质媒体是二维的，而网络营销则是多维的，它能够将文字、图像和声音有机地组合在一起，传递多感官的信息，让顾客身临其境地感受商品或服务。网络营销的载体基本上是多媒体、超文本格式文件，广告受众可以对其感兴趣的产品信息进行更详细的了解，亲身体验产品、服务与品牌。这种图、文、声、像相结合的广告形式，将大大增强网络营销的实效。网络营销能进行完善的统计，可以跟踪和衡量营销效果。

网络营销通过及时和精确的统计机制，使广告主能够直接对广告的发布进行在线监控。而传统的广告形式只能通过并不精确的收视率、发行量等来统计投放的受众数量。而且网络营销的广告主能通过网络即时衡量广告的效果。通过监视广告的浏览量、点击率等指标，广告主可以统计出多少人看到了广告，其中有多少人对广告感兴趣，并进一步了解广告的详细信息。因此，较之其他任何广告形式，网络营销使广告主能够更好地跟踪广告受众的反应，及时了解用户和潜在用户的情况。

5. 网络营销的投放更具有针对性

通过提供众多的免费服务，网站一般都能建立完整的用户数据库，包括用户的地域分布、年龄、性别、收入、职业、婚姻状况、爱好等。这些资料可帮助广告主分析市场与受众，根据广告目标受众的特点，有针对性地投放广告，并根据用户特点做定点投放和跟踪分析，对广告效果做出客观准确的评价。另外，网络营销还可以提供有针对性的内容环境。不同的网站或者是同一网站不同的频道所提供的服务是有分别的，这就为密切迎合广告目标受众的兴趣提供了可能。

6. 网络营销的受众关注度高

据资料显示，电视并不能集中人的注意力，电视观众中 40% 的人同时在阅读，21% 的人同时在做家务，13% 的人同时在吃喝，12% 的人同时在玩赏他物，10% 的人同时在烹饪，9% 的人同时在写作，8% 的人同时在打电话。而网上用户中有 55% 的人在使用计算机时不做其他任何事，只有 6% 的人同时在打电话，5% 的人同时在吃喝，4% 的人同时在写作。

7. 网络营销缩短了媒体投放的进程

广告主在传统媒体上进行市场推广一般要经过三个阶段：市场开发期、市场巩固期和市场维持期。在这三个阶段中，首先厂商要获取注意力，创立品牌知名度。其次要在消费者获得品牌的初步信息后，推广更为详细的产品信息。最后是和消费者之间建立较为牢固的联系，以形成品牌忠诚度。而互联网将这三个阶段合并起来放在一次广告投放中实现：消费者看到广告，点击后获得详细信息，并填写用户资料或直接参与广告主的市场活动甚至直接在网上实施购买行为。

8. 网络营销具有可重复性和可检索性

网络营销可以将文字、声音、画面完美地结合起来供用户主动检索，重复观看。与之相比，电视广告却是让广告受众被动地接受广告内容。如果错过广告时间，就不能再得到广告信息。显而易见，较之网络营销的检索功能，电视广告的检索要费时、费事得多。



1.2 网络营销的 8 种武器

网络营销涉及的领域非常多，本书介绍了当前流行的 8 种方式，这是每个网络营销从业者都应该掌握的。

1.2.1 微信营销

微信是一款手机通信软件，而微信营销则是伴随着微信的火热而兴起的一种网络营销方式。微信用户注册微信后，可与周围同样注册的“朋友”形成一种联系，不存在距离的限制。用户可以订阅自己所需的信息，商家通过提供用户需要的信息来推广自己的产品，从而实现“点对点”的营销。

下面是微信营销的几个成功案例。

案例一：微信卖大米，三个月进账 200 万元

2013 年 12 月 1 日，上海国际马拉松现场一只“愤怒的小鸟”吸引了众多人的眼球，这只“小鸟”的真身是在微信上卖大米卖火了的富军。富军通过各种活动，增加自己的微信好友，为了与这些好友保持紧密关系，富军平均每周在朋友圈更新 7 条消息，并策划过一次效果不错的线下活动。富军在 2013 年开始向他的那些微信好友赠送大米，为他的大米营销创造了基础口碑。富军虽然没有策划过品牌营销，但他知道一个成功的营销会，可能带来爆炸式的效应。于是背着米袋子、贴满二维码的“愤怒的小鸟”在上海国际马拉松现场闪亮登场了。富军关于大米的微信营销是成功的，到 2013 年 11 月底，他的全年订户为 300 个，销售大米 300 万斤，而这些，都源自他的微信好友。

案例二：“水果哥”靠微信，月入 5 万

王伟是山东经济学院的一名学生，在过去 4 个月里，他和他的微信水果店“优鲜果妮”在山经院火了一把。王伟的创业灵感来源于为女友送早餐的一次偶然经历。“山经院共有学生 1.8 万名，其中女生 6000 多名。”女生几乎每天都要吃水果，如果按每个女生一个月 50 元消费来估算，微信卖水果大有赚头。开业之初，王伟的“优鲜果妮”生意并不好做，常常等上一天才有一笔几元的订单。于是，王伟和他的同学采用“扫楼”的方式来增加好友：将印制好的市场宣传单、广告册发放到学校的教学楼、食堂、宿舍楼；利用课间 10 分钟在各个教室播放“优鲜果妮”的宣传短片……通过四个月时间的“扫楼”，“优鲜果妮”的关注人数达到 5920 个，这些用户多为王伟的同学，针对这点，王伟经常推出个性化产品，各类水果组成的“考研套餐”“情侣套餐”“土豪套餐”频频吸引众人的眼球。此外，王伟的公众平台还会不时推送天气预报或失物招领信息来吸引粉丝。到目前为止，“水果哥”已经实现了每月 5 万元的收入。

可见，微信已经成为各行各业的营销法宝。通过上面几个案例，可以总结一下微信营销成功的几个技巧：

技巧一：建立品牌官方公众账号

任何人都可以申请微信公众账号，都可以用自己的 QQ 号码打造自己的微信公众号，并在微信平台上实现和特定群体的文字、图片、语音的全方位沟通、互动。

技巧二：查看附近的人

微信中有一个签名栏，用户可以随时在签名栏更新自己的状态签名。有许多人利用这个签名栏输入一些硬性广告，但是这些硬性广告通常只有用户的联系人或者好友才能看到，那么有什么方式可以让更多陌生人看到呢？又要利用微信的一个特色应用——地理位置定位“查看附近的人”，便可以实现。

技巧三：扩大宣传二维码，申请官方认证

订阅用户达到 1000 人，才能申请认证。你可以通过博客、微博、论坛等途径，推广二维码，获取更多订阅用户，扩大影响力。

技巧四：实体店面同步营销

店面也是充分发挥微信营销优势的重要场地。可以在菜单的设计中添加二维码并采用会员制或者优惠的方式，鼓励到店消费的顾客使用手机扫描。这样做一来可以为公众账号增加精准的粉丝，二来可以积累一大批实际消费群体，对后期微信营销的顺利开展至关重要。店面使用到的宣传推广材料中都可以附上二维码，当然也可以独立制作货架、海报、传单等材料进行宣传。

技巧五：签到打折活动

微信营销比较常用的就是以活动的方式吸引消费者参与，来达到预期的推广目的。如何根据自身情况策划一场成功的活动呢？前提在于你愿不愿意为此投入一定的经费。以签到打折活动为例，你只需制作附有二维码和微信号的宣传海报，配置专门的营销人员现场指导店里的消费者使用手机扫描二

二维码。消费者扫描二维码并关注你的公众账号即可收到一条确认信息，在此之前你需要提前设置好自动回复。消费者可以凭借信息在买单的时候享受优惠。为预防顾客消费之后就取消关注的情况出现，你还可以在第一条确认信息中说明后续的优惠活动，使得顾客持续关注你的公众号并且经常光顾你的店面。

微信已渐渐成为移动时代的霸主。至今，微信已有 6 亿余用户，这样量级的市场群体是不容忽视的。面对这么多潜在的客户群，微信营销必然成为网络营销的主要方式。

1.2.2 QQ 群营销

QQ 群营销，就是营销人员通过利用加入的 QQ 群进行产品的推广、宣传，引导顾客了解、认知产品，并产生购买意愿，做出购买决定的营销过程。

众所周知，营销的核心是流量，而成交的核心是信任，QQ 群营销正是在流量和信任双重保障的基础上建立起来的。

通过 QQ 群营销，不需要太多推广成本，只需发布一条广告信息，就可同时传递给群中的上千个成员，操作简单，推广快速，是流量获取的重要来源，而且通过营销人员与群成员的长期沟通，可以很快建立信任度，极大地提高成交量。

经典案例：谁的群多？帮忙转一下，一个山东打工者，20 岁，叫李涛，请速回聊城，山东聊城第三人民医院。家中失火，父母双亡，妹妹伤得很严重，想见他最后一面。舅舅：15163599145——爱心接力。这个不转对不起自己的良心！助人有报！

在 QQ 群看到这样的消息，你的第一直觉可能是：这真是一个可怜的家庭。但你可以仔细想想，这其中肯定有问题，因为你已经不是第一次看到这样的消息了。一直都有这样的消息在 QQ 群里转来转去，这其中是不是有值得你去借鉴学习的呢？

任何一条信息的流传都是因为商业价值在里头，笔者认真地分析这一段文字，发现里面有一个“山东聊城第三人民医院”，这会不会是变相的软广

告呢？在百度里搜索“15163599145”，之前能找到 3970 个相关网页，现在通过百度搜索“15163599145”找到的相关网页约为 74900 个，可见这条消息在 QQ 群里的转载量有多高。

这条消息利用了人的善良的本性和求取好报的心理来设计整个营销的流程。营销内容里的主人公有真正的名字、年龄和电话，而且涉及个人隐私，增加了真实性。

下面，将讲解利用 QQ 群营销的几个步骤和相应技巧。

步骤一：建立 QQ 群

建立 QQ 群时应注意，QQ 群名称必须和你的产品或者行业相关，如投资交流群、美容群、大学生求职群，等等。另外，群名称要包括相关行业关键词，群简介中可用简短的内容概括你产品的基本信息，设置群标签，这样有助于用户通过搜索查找时发现这个 QQ 群而为你带来精准客户。

步骤二：推广 QQ 群

建立 QQ 群的工作完成后，你可以开始推广 QQ 群，选择相关性大、人气高的群做推广，也可以利用微信、微博、博客、空间、论坛等平台来推广 QQ 群，鼓励用户加入。

通过群成员管理来邀请自己的 QQ 好友加入 QQ 群，把 QQ 群加入代码设置到自己的博客和网站内，使用户可以直接点击申请加入。

还可以利用其他 QQ 群、QQ 群推广网站等多种平台推广自己的 QQ 群，利用赠品活动鼓励用户加入 QQ 群等。

步骤三：取得成员信任

当 QQ 群内有一定的精准用户后，就要开始培养信任，和你的用户建立长期的沟通。技巧如下：

1. 发布热点内容、热门话题，鼓励用户沟通讨论；
2. 定期举办 QQ 群语音交流会，解答客户的常见问题和疑问；
3. 通过群相册、群文件来分享有价值的图片或者文件，如公司活动图

片、产品说明文档、使用电子书，等等。

步骤四：维护群成员

既然大家能进群，多多少少都是想在群里面学点东西的，所以在群里面，要经常举办些活动，比如给成员开展培训活动。另外，对于那些想用群做推广的成员，不要一次就把他给踢出去，这样，其他人会觉得不公平，毕竟你也在做推广。正常的发帖推广，不会影响大家正常工作的成员，不用踢出群，如果造成不良影响，先予以警告，不听的话再踢出去。

步骤五：营销产品

取得成员的信任且运营一段时间 QQ 群以后，你就可以开始促销自己的产品了，常见的方式是发布群广告、群文件等。最好的方法是举办 QQ 群语音产品说明会。

注意：运营过程中，群内尽量减少广告发布次数，避免引起群成员的反感。及时消除群内的不和谐现象，乱发广告的成员，应及时提醒制止，保证群内的和谐稳定。

总之，QQ 群营销见效快、针对性强，而且推广成本低廉，一直是网络营销推广人员乐此不疲的推广方式。

1.2.3 QQ 空间营销

QQ 空间营销，就是利用 QQ 空间进行宣传和推广产品的一种网络营销方式。在新浪博客中有一个可以让你插入超链接来宣传网站和网店的自定义模块。而拥有巨大数量用户的 QQ 也提供了一方土地由你自由支配，这就是利用 QQ 空间营销的一种方式。

通过 QQ 空间赚钱的大有人在，一个月赚几百元的、几万元的，一年赚上百万元上千万元的都有。下面将讲述一个叫懂懂的人用 QQ 空间写日志年赚几百万元的成功案例。

当你进入懂懂的 QQ 空间，也许会觉得平淡无奇，没有任何装饰也没有精