

HOW TO BECOME A NETWORK MARKETING EXPERT ?



流量点金：

教你充分挖掘
网站流量的价值

藏锋者 郝永清 编著 ©

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

HOW TO BECOME A NETWORK MARKETING EXPERT?

流量点金：

教你充分挖掘
网站流量的价值

藏锋者 郝永清 编著 ©

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本书是凭借流量分析进而解决如何利用网站获取利润、如何深度挖掘网站盈利能力的书籍。本书以典型网站案例为引，将百度流量统计、Google Analytics (Google 分析)、雅虎(量子)流量统计进行综合应用。本书从讲解基础的安装流量统计代码到分析各种流量统计报告，最后发现这些流量报告背后的秘密，并将之用于网站改版、优化的过程当中，实现网站获取更多高质量的流量、赚取更多价值、提升网站盈利能力的目标。

本书选取众多有代表意义的实际案例，配合详尽易懂的图解，同时参考藏锋者网络创业网(<http://v.cangfengzhe.com/>)中网站盈利热门问题，介绍与网站挖金息息相关的各项内容。

本书适合各层次网站站长和网络营销人员阅读，本书读者群还包括网络创业人员、市场营销人员、网站管理员、网站决策人员，以及所有对网站获利、网络营销有兴趣的读者。另外，本书也是为中国350万站长和4亿网民准备的网络挖金参考书。

图书在版编目(CIP)数据

流量点金：教你充分挖掘网站流量的价值/藏锋者，
郝永清编著. — 北京：中国铁道出版社，2012.1

ISBN 978-7-113-13236-1

I. ①流… II. ①藏… ②郝… III. ①网站—建设
IV. ①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第187559号

书 名：流量点金：教你充分挖掘网站流量的价值

作 者：藏锋者 郝永清 编著

责任编辑：苏 茜

读者热线电话：010-63560056

特邀编辑：赵树刚

封面设计：张 丽

封面制作：郑少云

责任印制：李 佳

出版发行：中国铁道出版社（北京市西城区右安门西街8号 邮政编码：100054）

印 刷：三河市华丰印刷厂

版 次：2012年1月第1版

2012年1月第1次印刷

开 本：787mm×1092mm 1/16

印张：13

字数：293千

书 号：ISBN 978-7-113-13236-1

定 价：36.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社发行部联系调换。



前言

网站流量点金

Web Site Traffic

这是一本为想靠网络来挖金的网站站长、网站管理员、网络营销人员、网络创业人员准备的书籍，本书使用于中国 350 万站长和 4 亿网民。

本书解决哪些问题

不管是个人网站、行业网站、门户网站还是其他类型的站点，盈利都是极其重要的目标。针对已略有盈利和还没有盈利的网站，本书主要解决一个问题：

如何提升（或发现）现有网站的盈利能力。

作为网络营销人员、网站站长或网络创业人员，下面的问题应该贯穿网站建设、维护、运营始终，日必三省：

你对自己的网站有足够的了解吗？

你知道自己网站的竞争力吗？

你有办法留住来访问你站点的用户吗？

你能监控并引导潜在客户广告点击或产品购买行为吗？

你可以让更多的用户点击你希望他们点击的广告、推荐方案吗？

你可以让更多有需求的用户购买你的产品吗？

如果你对上述问题的回答不是全部肯定的话，本书就有一读的价值。

本书主要内容

本书用近期网络中典型的网站实例作为指引（分别是一个日 IP 500 以下的行业站点、一个日 IP 1000~3000 的娱乐站点、一个日 IP 10000 以上的细分行业门户网站），将百度流量统计、Google Analytics（Google 分析）、雅虎（量子）流量统计综合起来进行运用。

本书内容结构

第一部分 网站流量的价值

作为本书的第一部分，主要讲解与流量相关的基础知识，包括网站流量的概念、网站流量与价值的关系、网站统计的作用以及通过网站流量可以折射出的信息。

第 1 章 什么是网站流量

本章主要介绍网站流量的基本定义、分类和网站流量的常用指标，目的是为刚刚接触的新手理清基本概念，为后续明白网站流量和价值的关系、如何提升网站流量、如何利用流量创造更多价值打基础。

流量点金：教你充分挖掘网站流量的价值

第2章 如何将网站流量转变为价值

本章从网站运营的角度，介绍了几种主流的网站盈利模式，虽然没有包括所有盈利模式，但是通过主流盈利模式的介绍，可以将流量与价值的转换关系进行阐述，为后续章节流量的增加、有价值流量的转换提供判断标准和取向评估。

第3章 网站流量与价值的博弈

本章重点为新手理清流量与价值之间的关系，让新手走出片面理解“高流量=高价值”的误区，理解“高质量流量决定价值”的原因。

第4章 流量统计用于表达网站流量

本章主要介绍流量统计系统的相关知识，在明确了流量统计系统表达网站流量的基础上，对国内主流的流量统计系统进行了简单的介绍，方便网络营销者、网站所有者对流量统计系统有一个宏观的认识，以便根据自身情况进行选择。

第二部分 主流流量统计系统安装与报告阅读

作为网站所有者、网络营销人员，要通过网站流量获得更多的收益，基本的一点就是要明确地把握住网站的流量情况，反映到技术上就是需要根据自身情况选择一个合适的流量统计、分析系统。本部分用三种典型规模的网站作为案例，详细介绍在这些网站上安装不同类型的流量统计系统的具体实例，并且有针对性地进行了流量报告阅读分析等内容的介绍。

第5章 安装量子统计并读懂统计报告

本章主要介绍量子统计的安装和报告阅读。首先介绍了如何注册、选择量子统计的统计代码，然后介绍了量子统计报告中的基本数据类型，最后从站长的角度对量子统计报告的基本阅读做了简单的案例介绍。后续章节将详细介绍如何利用量子统计提升网站流量，挖掘财富。

第6章 安装百度统计并读懂统计报告

本章主要介绍百度统计的安装和报告解读。包括百度统计的免费注册、安装百度统计代码以及百度统计出错的常见情况归纳，同时本章还简单介绍了百度统计各个报告的基本情况，以便刚接触百度统计的新人学习使用。

第7章 安装谷歌分析并读懂分析报告

本章主要介绍谷歌分析的安装和报告解读。包括谷歌分析的免费注册、安装统计代码等内容，同时本章还简单介绍了谷歌分析各个报告的基本情况，以便刚接触的新人学习。

第三部分 巧用流量统计获取更多网站收益

在自己的网站上安装适合的流量统计系统后，仅仅对基本的流量统计报告进行阅读是远远不够的，要想依靠网站“掘金”，还需要借助流量统计系统对网站进行恰当的优化，以便获得最大的收益。

第8章 明晰网站较热、较差网页并掘金

本章主要介绍利用流量统计系统找出网站中比较热门和比较冷门的网页，进而进行合理的盈利手段布置和价值挖掘，同时针对无人问津的网页提出了优化和删除的解决办法。

第9章 巧用流量统计留住访客

本章主要介绍三种查看网站访客平均停留时间的方法，并且简单介绍了留住访客对网站掘

金的意义、不同类型网站的合理访客停留时间比例等内容，最后再以案例的方式，对访客停留时间的延长提出了几个办法。

第 10 章 让访客访问更多的网页

本章主要介绍了主流流量统计系统中访客平均访问页数的报告阅读，然后介绍了几种有效提高访客访问页数的方法，最后有针对性地提出了新手站长容易进入的误区。在整个网站掘金的过程中，提高访客的访问页数是很重要的一个方法，希望所有读者都能娴熟、正确地运用这个方法，获取更多利润。

第 11 章 打造兼容各浏览器的掘金网站

本章简单介绍了当前主流的浏览器类型，并通过各流量统计系统获得访客浏览器类型报告，最后给出让不同浏览器兼容或者自动匹配的详细代码，目的是为了让网站抓住每一个来访者，进而创造更多的利润。

第 12 章 通过适应访客操作系统留住潜在客户

本章主要介绍当前网民普遍使用的操作系统，然后解读各流量统计系统中访客操作系统的相关报告，最后给出网站点金应该注意的要点：根据不同的网站主题，区别对待不同的操作系统用户，为不同的用户返回不同的页面，提高来访者的用户体验。

第 13 章 访客屏幕颜色与网站点金

本章简单介绍了屏幕颜色的相关内容，给出了各种流量统计系统中的来访者屏幕颜色报告阅读方法，最后给出了详细的判断网站访问者屏幕颜色的代码。通过对不同颜色的判断，网站所有者可以把表现能力最好的广告、优惠方案呈现给最恰当的用户，进而提高网站点金能力。

第 14 章 与广告收益有直接联系的访客分辨率优化

本章主要是关于访问者分辨率的相关内容，首先介绍了访问者分辨率与网站点金的关系，然后介绍了流量统计系统中的访问者分辨率报告，最后给出了判断访问者分辨率的示例代码。

第 15 章 分析来访者语言，打造个性化掘金网站

本章介绍了不同语言的访问者在访问网站时的不同情况，解读了流量统计系统中关于浏览者语言的相关报告，最后给出判断来访者语言的示例代码，并且借助谷歌翻译实现了在网站上嵌入即时翻译的相关功能。通过这些操作，网站可以极大地提升对不同语言来访者的吸引力，进而提升掘金能力。

第 16 章 访客地域特点与网站点金

本章介绍了和访客地域特点相关的知名网站建设案例，包括百度新闻、谷歌新闻、淘宝网等，另外还介绍了在流量统计报告中如何获取访客的地域分布情况报告，最后给出了详细的按访客不同地域构建不同网页的示例方法。

第 17 章 采用多线路、镜像网站提高网站掘金能力

本章主要是围绕多线路访问进行介绍，在国内比较繁杂的网络线路接入的情况下，要让网站具备强悍的赚钱能力，就必须考虑抓住不同线路的任何一个潜在客户。网站所有者可以通过选择多线路的托管机房、在不同虚拟主机中建立镜像站、选择 VPS 进行网站运营等方式，大大地提高网站的多线路支持力度，进而更好地为用户服务。

流量点金：教你充分挖掘网站流量的价值

第 18 章 用流量统计挖掘长尾关键词或产品

本章主要介绍了长尾关键词与网站点金的相关内容，首先简单介绍了长尾的概念和组成，进而用案例的方式介绍了如何通过流量统计系统获得长尾关键词，最后详细介绍了长尾关键词、产品转化成网站收益的方法，并且附带了一个详尽的长尾关键词的单页面优化案例。

第 19 章 如何大幅提升广告收益：在最多用户点击的区域放置盈利方式

本章主要介绍了如何大幅提升广告收益的方法，涉及 F 型眼球轨迹和点击分布图的相关概念和区别，介绍了如何通过流量统计系统获得网页的点击情况，最后给出了用广告填充热点区域的错误原因，如何恰到好处地嵌入广告和产品，促进网站盈利。

本书技术支持

本书由藏锋者、郝永清编著，由藏锋者网络创业（<http://v.cangfengzhe.com>）提供技术支持和免费读者服务平台。

彭超、李继辉、李涵静、李艳超等对本书的编写提出过宝贵意见并参与了部分编写工作，在次对他们的大力支持表示感谢。由于时间仓促，加之水平有限，书中如有缺点和不足之处，敬请读者批评指正。如果读者在阅读本书的时候出现任何疑问，可以发送电子邮件或者登录藏锋者网络安全网及时与我们联系，我们会尽快给予答复。

技术支持邮箱：cangfengzhe@live.cn，wwb-beijing@163.com

免费创业咨询与交流：<http://v.cangfengzhe.com/wenba/>

商标声明

本书中所提及国内外公司的产品、商标名称、网站画面与图片，其权利属各公司或者作者所有，本书仅作为介绍教学之用，绝无侵权意图，特此声明。

编者
2011 年 7 月



网站流量的价值

第 1 章 什么是网站流量	2
1.1 网站流量的定义	2
1.2 网站流量分类	2
1.2.1 什么是低价值流量	2
1.2.2 什么是高价值流量	3
1.3 网站流量的常规指标	5
1.3.1 四类单纯网站流量指标与图示	5
1.3.2 四类用户行为指标与图示	7
1.3.3 五类用户浏览方式指标与图示	8
第 2 章 如何将网站流量转变为价值	11
2.1 网络广告	11
2.1.1 什么是网络广告联盟	11
2.1.2 全球范围的网络广告联盟: Google AdSense	12
2.1.3 国内最具实力的网络广告联盟: 百度联盟	13
2.1.4 定向投放广告	15
2.2 电子商务	16
2.2.1 企业对企业 (B2B, Business-to-Business)	16
2.2.2 企业对消费者 (B2C, Business-to-Consumer)	17
2.2.3 消费者对消费者 (C2C, Consumer-to-Consumer)	18
2.3 虚拟产品	20
2.3.1 网络游戏运营	20
2.3.2 虚拟有价物品销售	21
2.4 付费信息与会员体制	21
2.4.1 付费信息	22

2.4.2 会员体制23

第 3 章 网站流量与价值的博弈24

3.1 高流量不等于高价值.....24

3.1.1 低价值流量充斥网络24

3.1.2 高质量的流量决定价值25

3.2 如何知道哪些流量有价值.....26

3.2.1 从网站盈利方式入手考虑流量的价值.....26

3.2.2 借助流量统计系统对流量进行甄别.....28

3.2.3 用流量统计系统提升高价值流量比例.....30

第 4 章 流量统计用于表达网站流量31

4.1 什么是流量统计31

4.1.1 流量统计简介31

4.1.2 获得流量统计的两种方法31

4.1.3 流量统计的作用33

4.2 主流流量统计系统概述.....33

4.2.1 百度统计33

4.2.2 Google Analytics (谷歌分析)36

4.2.3 雅虎(量子)统计39

4.2.4 其他流量统计系统简介42

主流流量统计系统安装与报告阅读

第 5 章 安装量子统计并读懂统计报告.....46

5.1 注册并安装量子统计代码.....46

5.1.1 注册量子统计46

5.1.2 添加需要统计的网站47

5.1.3 填写中需要注意的细节47

5.1.4 选择代码形式48

5.1.5 放置统计代码49

5.2 量子统计报告中的数据类型.....50

5.2.1 PV (访问量)50

5.2.2 UV (独立访客)51

5.2.3 IP (独立 IP)51

5.2.4 最近访客52

5.2.5 新访客与回头客52

5.2.6 当前在线人数52

5.2.7 24 小时独立 IP53

5.2.8	最高 IP、最高 PV、最高 UV	53
5.2.9	平均停留时间	54
5.2.10	平均访问页数	54
5.3	如何读懂量子统计报告	54
5.3.1	流量趋势: 把握网站整体走势	55
5.3.2	时段分析: 把握访客访问时段规律	55
5.3.3	每日分析: 把握访客访问周期	55
5.3.4	搜索引擎分析: 找到友善的搜索引擎	56
5.3.5	关键词分析: 扩展、维护关键词体系	56
5.3.6	访问来源分析: 哪些站点为我带来访客	57
5.3.7	详细来源分析: 访客究竟从何而来	57
5.3.8	访问地区分析: 来访者的地区分布图	57
5.3.9	被访主机分析: 哪个域名(二级域名)最热	58
5.3.10	被访页面分析: 什么页面最受欢迎	58
5.3.11	访问入口分析: 访客打开的第一页是什么	59
5.3.12	访问出口分析: 哪个页面让访客离开	59
5.3.13	客户端分析: 访问者个性化分析	59
第 6 章	安装百度统计并读懂统计报告	63
6.1	注册并安装百度统计	63
6.1.1	注册百度统计	63
6.1.2	安装百度统计代码	64
6.1.3	百度统计出错的注意事项	65
6.2	读懂百度统计报告	66
6.2.1	趋势分析: 多少人来过网站	66
6.2.2	流量来源: 访客从何而来	68
6.2.3	网站分析: 哪些网站内容是最受欢迎的	71
6.2.4	访客特征: 来访的访客什么样	73
第 7 章	安装谷歌分析并读懂分析报告	77
7.1	注册并安装谷歌分析	77
7.1.1	使用谷歌账户开通谷歌分析	77
7.1.2	获取并安装谷歌分析代码	79
7.2	读懂谷歌分析报告	81
7.2.1	Google 分析中的“访问者”	81
7.2.2	Google 分析中的“流量来源”	86
7.2.3	Google 分析中的“内容”	88
7.2.4	Google 分析中的“目标”	90

巧用流量统计获取更多网站收益

第 8 章	明晰网站较热、较差网页并掘金	92
8.1	找出最有价值的最热网页	92
8.1.1	量子统计中专业网站的最热网页组	92
8.1.2	谷歌分析里娱乐站点的最热网页组	92
8.1.3	百度统计里行业门户站点的最热网页组	93
8.2	找出最没有价值的最差网页	94
8.2.1	量子统计里专业网站的最差网页组	94
8.2.2	谷歌分析里娱乐站点的最差网页组	94
8.2.3	百度统计里行业门户站点的最差网页组	95
8.3	最热网页组的深度价值挖掘	95
8.3.1	首页价值挖掘：最大化收益与用户体验的平衡	95
8.3.2	内容页价值挖掘：以用户需求为导向的价值挖掘	96
8.4	最差网页中的流量点金	97
8.4.1	将最差网页转化成热门网页	97
8.4.2	减少最差网页	98
第 9 章	巧用流量统计留住访客	99
9.1	了解流量统计中来访者的停留时间范围	99
9.1.1	“留住访客”对网站掘金的意义	99
9.1.2	流量统计系统中的访问者停留时间报告	99
9.1.3	不同类型网站的合理访客停留时间	101
9.2	如何让访客长期停留在网站上	101
9.2.1	丰富翔实的内容	101
9.2.2	多样的内容表达形式	102
第 10 章	让访客访问更多的网页	104
10.1	获取流量统计中访客的平均访问页数报告	104
10.1.1	量子统计中的“访客平均访问页数”	104
10.1.2	百度统计中的“访问页数”	105
10.1.3	谷歌分析中的“每次访问页数”	105
10.2	提高访客访问页数的方法	105
10.2.1	适当的分页	106
10.2.2	相关内容	107
10.2.3	关键词串联	107
10.2.4	专题推荐	109
10.3	弄巧成拙的优化方法	109

10.3.1	“相关”内容“不相关”	109
10.3.2	主次不分: 推荐过多	110
10.3.3	极小的分页	110
第 11 章	打造兼容各浏览器的掘金网站	112
11.1	当下网民常用浏览器一览	112
11.1.1	Windows Internet Explorer 浏览器	112
11.1.2	Firefox 浏览器	113
11.1.3	Google Chrome 浏览器	114
11.1.4	Maxthon (傲游) 浏览器	115
11.1.5	Sougou 浏览器	115
11.1.6	TencentTraveler (腾讯 TT) 浏览器	116
11.1.7	360SE (360 安全浏览器)	116
11.1.8	手机上的 Opera 浏览器	117
11.1.9	苹果 Safari (iPhone、iPod touch 浏览器)	117
11.1.10	TheWorld (世界之窗浏览器)	118
11.2	流量统计系统中的浏览器类型报告	118
11.2.1	量子统计中的浏览器类型报告	118
11.2.2	百度统计中的浏览器类型报告	119
11.2.3	谷歌分析中的浏览器类型报告	119
11.3	制作兼容各浏览器的网页	120
11.3.1	无技术基础: 主流 CMS 中的兼容性偏向	120
11.3.2	有技术能力: 打造兼容各浏览器的网页	121
第 12 章	通过适应访客操作系统留住潜在客户	125
12.1	网民的常用操作系统	125
12.1.1	Windows 操作系统	125
12.1.2	Linux 操作系统	125
12.1.3	Mac 操作系统	125
12.2	流量统计中的访客操作系统报告	126
12.2.1	量子统计中的操作系统报告	126
12.2.2	百度统计中的操作系统报告	126
12.2.3	谷歌分析中的操作系统报告	127
12.3	为不同操作系统用户定义不同网页	127
12.3.1	按网站主题区别对待不同操作系统的来访者	128
12.3.2	判断来访者操作系统的示例代码	128
第 13 章	访客屏幕颜色与网站点金	130
13.1	常见访客屏幕颜色	130

流量点金：教你充分挖掘网站流量的价值

13.1.1	什么是屏幕颜色	130
13.1.2	网民的主流屏幕颜色	130
13.2	流量统计中的屏幕颜色报告	131
13.2.1	量子统计中的颜色报告	131
13.2.2	百度统计中的颜色报告	131
13.2.3	谷歌分析中的颜色报告	131
13.3	根据主流访客颜色情况优化网页	132
第 14 章	与广告收益有直接联系的访客分辨率优化	134
14.1	多样化的访问者分辨率分布	134
14.2	分辨率与网站点金息息相关	135
14.3	流量统计系统中的分辨率报告	137
14.3.1	量子统计中的分辨率报告	137
14.3.2	百度统计中的分辨率报告	137
14.3.3	谷歌分析中的分辨率报告	138
14.4	判断访问者分辨率并优化网站	138
第 15 章	分析来访者语言，打造个性化掘金网站	141
15.1	语言是网站信息传达的基础条件	141
15.2	明确网站访客的主流语言类型	141
15.2.1	量子统计中的来访者语言类型报告	142
15.2.2	百度统计中的来访者语言类型报告	142
15.2.3	谷歌分析中的来访者语言类型报告	143
15.3	轻松打造多语言版本的网站	143
15.3.1	判断用户语言并实现对应网页自动跳转	143
15.3.2	用谷歌自动翻译轻松打造多语言网站	144
第 16 章	访客地域特点与网站点金	148
16.1	访客地域对于网站点金的作用	148
16.1.1	案例一：百度新闻中的地域定制	148
16.1.2	案例二：谷歌新闻中的自动地域性新闻	149
16.1.3	案例三：淘宝中的地域定制	150
16.2	获取网站的访客地域报告	151
16.2.1	量子统计中的访问地区分析	151
16.2.2	百度统计中的地域分析	152
16.2.3	谷歌分析中的地域覆盖图	152
16.3	根据不同地域访客优化网站	153
16.3.1	携程网的地域性酒店预订	153
16.3.2	机票订购网站的地域性分类	154

第 17 章 采用多线路、镜像网站提高网站掘金能力	156
17.1 网络服务提供商与网站点金.....	156
17.2 流量统计系统中的网络服务提供商报告.....	157
17.2.1 百度统计中的网络服务提供商报告.....	157
17.2.2 谷歌分析中的网络服务提供商报告.....	157
17.3 多线路、镜像网站为不同访客提供优质服务.....	158
17.3.1 什么是服务器托管.....	158
17.3.2 国内优秀多线路托管机房介绍.....	159
17.3.3 海外服务器介绍.....	160
17.3.4 建立镜像站点的好处.....	161
17.3.5 虚拟主机与 VPS 介绍.....	161
17.3.6 万网虚拟主机推荐.....	162
17.3.7 VPS 主机推荐.....	163
第 18 章 用流量统计挖掘长尾关键词或产品	164
18.1 “长尾”与网站点金.....	164
18.1.1 “长尾”的概念与作用.....	164
18.1.2 什么是长尾关键词、长尾产品.....	165
18.1.3 长尾关键词的几种形式.....	166
18.2 用流量统计发现“隐蔽”的长尾关键词.....	166
18.2.1 量子统计中的长尾关键词.....	166
18.2.2 百度统计中的长尾搜索词报告.....	167
18.2.3 谷歌分析中的关键词报告.....	167
18.3 建立长尾关键词库，进行单页面优化.....	168
18.3.1 养成长尾关键词分析习惯.....	168
18.3.2 建立长尾关键词词库.....	168
18.3.3 长尾关键词的内容填充.....	169
18.3.4 长尾关键词的页面优化.....	169
18.4 长尾关键词或产品的单页面优化.....	169
18.4.1 导航与底部区域.....	170
18.4.2 内容区域.....	172
18.4.3 相关内容.....	173
18.4.4 互动机制.....	174
18.4.5 长尾关键词页面代码精简.....	175
18.4.6 <title>标签优化.....	178
18.4.7 <keywords>标签优化.....	181
18.4.8 <description>标签优化.....	182
18.4.9 <h>标签优化.....	182
18.4.10 其他标签优化.....	183

流量点金：教你充分挖掘网站流量的价值

18.4.11	URL 优化	184
18.4.12	关键词密度	186
18.4.13	关键词布局	186
18.4.14	导入与导出链接	187
第 19 章 如何大幅提升广告收益：在最多用户点击的区域放置盈利方式		189
19.1	眼球轨迹与点击分布.....	189
19.1.1	什么是眼球轨迹研究	189
19.1.2	什么是点击分布图	190
19.1.3	眼球轨迹用于页面结构优化，点击分布用于盈利优化.....	190
19.2	了解网站页面中的用户点击分布图.....	191
19.2.1	百度统计中的页面点击图	191
19.2.2	谷歌分析中的网页详情分析	192
19.3	在热点区域合理地放置广告或产品.....	193
19.3.1	填充热点区域的误区	193
19.3.2	恰到好处地嵌入广告和产品	193



网站流量点金
Web Site Traffic

网站流量的价值

作为本书的第一部分，主要讲解与流量相关的基础知识，包括网站流量的概念、网站流量与价值的关系、网站统计的作用以及通过网站流量可以折射出的信息。

网站流量点金 Web Site Traffic

第1章 什么是网站流量

本章介绍:

- ✎ 网站流量的定义
- ✎ 网站流量的分类
- ✎ 网站流量的常规指标

网站流量是一个在互联网领域中屡见不鲜的热门词汇,不管是普通的网民,还是想通过网站创业的大大小小的网站站长,每天都在围绕网站流量进行讨论。那么,究竟什么是网站流量?网站流量有哪些分类?网站流量的价值何在?本章将从刚入门的新手的角度,对上述问题介绍。


1.1 网站流量的定义

流量原本是指流动的物体在单位时间内通过的数量,比如水流量、车流量或者人流量,但是在网络当中,网站流量的定义在此基础上进行了延伸。

通常网络中提及的网站流量(traffic)是指网站的访问量,是用来描述访问一个网站的用户数量以及用户所浏览的网页数量等指标。

比如“本网站流量每天大约 10 000 独立 IP, 网页浏览量 50 000”,指的就是每天访问这个网站的 IP 数量有 10 000 个,这 10 000 个 IP 一共浏览了网站的 50 000 个网页。

常见的网站流量的统计指标包括网站的独立用户数量、总用户数量(含重复访问者)、网页浏览数量、每个用户的页面浏览数量、用户在网站的平均停留时间等项目。

 **提示:** 本章后续小节对网站流量的常规指标有详细介绍。


通过对网站流量的分析,网站所有者和网站营销人员可以很清楚地了解到网站的访客情况,如访客的行为特征、习惯和需求,并在此基础上有针对性地对网站内容、结构进行调整,以达到更符合用户需求、吸引更多流量、创造更多价值的目的。

1.2 网站流量分类

网站流量的分类方法很多,在不同需求的情况下可以采用很多灵活的分类方式。在本书中,我们的重点是讨论流量所带来的价值,所以从价值的角度将网站流量分为“低价值流量”和“高价值流量”两类。

1.2.1 什么是低价值流量

所谓低价值流量,就是指那些很难转化出价值的流量。

 **提示:** 网站流量的价值转化方式有很多,后续章节有详细介绍。