



COMPANY INFORMATION
lorem ipsum dolor sit amet



SERVICES & SOLUTIONS
lorem ipsum dolor sit amet



DAILY NEWSLETTER
lorem ipsum dolor sit amet



WORLDWIDE PARTNERS
lorem ipsum dolor sit amet



CUSTOMER SUPPORT
lorem ipsum dolor sit amet

SEO

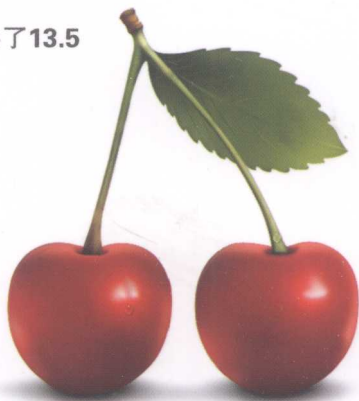
搜索引擎实战详解

13.5小时高清多媒体教学视频

金楠 等编著

国内唯一一本配高品质教学视频的SEO图书，囊括数百个知识点，网站站长必备
通过大量实例和案例，展现利用SEO技术优化网站的完整过程、各种策略及技巧

- ◎ 以实际的网站优化工作为主线，通过具体实践，全方位展现从网站优化的前期分析，到网站内外部的优化，再到网站优化效果分析的整个流程
- ◎ 涵盖市场分析、竞争对手分析、架构筛选、内链设置、关键词挖掘与布局、代码优化、导航优化、地图优化、URL优化、内容优化、权重调配、外链建设和友链交换等技术
- ◎ 注重实战，重点介绍了505个实例、58个小案例和3个综合案例，并提供了13.5小时高品质配套教学视频和技术答疑服务辅助读者学习



014014852

G254.92

11

Web开发典藏大系

web design

server admin

consulting

marketing

mobile apps

domains

hosting

outsourcing

Q

COMPANY INFORMATION
lorem ipsum dolor sit amet

SERVICES & SOLUTIONS
lorem ipsum dolor sit amet

DAILY NEWSLETTER
lorem ipsum dolor sit amet

WORLDWIDE PARTNERS
lorem ipsum dolor sit amet

CUSTOMER SUPPORT
lorem ipsum dolor sit amet

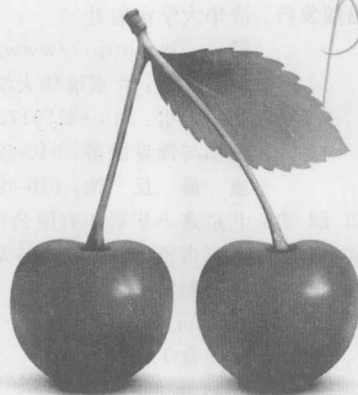
SEO

搜索引擎实战详解

金楠 等编著



G254.92
11



清华大学出版社



北航

C1701574

内 容 简 介

本书通过实践的方式,将网站优化的全部过程,系统而全面地剖析在读者面前。本书每个实战技巧都是整体 SEO 工作的一部分,按照工作流程逐步介绍 SEO 技术,系统性和逻辑性强。在具体项目上,本书以 SEO 优化实际操作为基础,每个知识点用实例的方式进行讲解,可操作性及实用性强。在特色内容上,本书对未来 SEO 发展作了分析,便于 SEO 学习者以后的提高。另外,为了让读者更加直观、高效地学习,作者专门录制了大量多媒体教学视频。这些视频收录于本书的配书光盘中。

本书共 9 章,分为 3 篇。第 1 篇为 SEO 理论,包括 SEO 概述和搜索引擎揭秘;第 2 篇为 SEO 实战,包括网站分析方法及优化计划、网站内部优化、网站外部优化、白帽、黑帽和灰帽;第 3 篇为 SEO 进阶,包括 SEO 综合实战、搜索引擎发展趋势、SEO 工具介绍。

本书适合 SEO 初学者阅读,如公司的老板和刚接触 SEO 的人;也适合对 SEO 有一些了解,或者学习过一段时间的 SEO 人员阅读,如个人站长、网站管理员和网络推广人员等;对 SEO 已经有很深认识的 SEO 高手和营销优化专家等,本书依然有可读之处。

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

SEO 搜索引擎实战详解 / 金楠等编著. —北京:清华大学出版社, 2014

(Web 开发典藏大系)

ISBN 978-7-302-33804-8

I. ①S… II. ①金… 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 (2013) 第 212270 号

责任编辑:夏兆彦

封面设计:欧振旭

责任校对:胡伟民

责任印制:杨 艳

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

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印刷者:北京鑫丰华彩印有限公司

装订者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:22.75

字 数:572 千字

附光盘 1 张

版 次:2014 年 2 月第 1 版

印 次:2014 年 2 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:59.00 元

前言

搜索引擎优化 (Search Engine Optimization, SEO) 是指为了从搜索引擎中获得更多的免费流量, 从网站的结构、内容的建设方案、用户互动传播、页面等角度进行合理的规划, 使网站更适合搜索引擎的检索原则的行为。

使网站更适合搜索引擎的检索原则又被称为对搜索引擎友好, 对搜索引擎友好不仅能够提高 SEO 的效果, 还能提高用户体验, 因为这样会使搜索引擎中显示的网站相关信息对用户来说更有吸引力。为了说明什么是网站对搜索引擎友好, 先来看看对搜索引擎不友好的网站有哪些特征:

- (1) 网页中大量采用图片或者 Flash 等富媒体 (Rich Media) 形式, 没有可以检索的文本信息, 而 SEO 最基本的就是文章 SEO 和图片 SEO;
- (2) 网页没有标题, 或者标题中没有包含有效的关键词;
- (3) 网页正文中有效关键词比较少 (一般小于整篇文章的 2%~8%);
- (4) 网站导航系统让搜索引擎“看不懂”;
- (5) 大量动态网页让搜索引擎无法检索;
- (6) 没有已经被搜索引擎收录的网站提供的链接;
- (7) 网站中充斥大量欺骗搜索引擎的垃圾信息, 如“过渡页”、“桥页”、颜色与背景色相同的文字;
- (8) 网站中缺少原创的内容, 完全照搬硬抄别人的内容等。

搜索引擎检索原则是不断更改的, 检索原则的更改会直接导致网站在搜索引擎上排名的变化, 所以搜索引擎优化并非一劳永逸。

在中国, 互联网 (包括移动互联网) 的发展是有目共睹的, 不光使用人数逐年增长, 而且网站数量也有大幅增加, 据中国互联网信息中心 (CNNIC) 2013 年初发布的《第 31 次中国互联网络发展状况统计报告》称, 截至 2012 年 12 月, 中国网站数量为 268 万, 中国网页数量为 1227 亿个。在这么多的网页中如何让自己的网页脱颖而出, 就成了网站管理者重要的研究课题, 这时 SEO 传入了中国, 让大量网站获得了巨大收益。但是随着搜索引擎算法技术越来越复杂, SEO 技术也越来越难, 很多人的优化技术不规范, SEO 知识不系统, 不管是公司还是个人都很难再获得优化效果。

笔者通过大量的实践和研究, 总结出最系统的 SEO 工作流程, 并用实际的案例对每项工作进行了解释, 让每位读者能通过完整优化过程的讲解, 学习到系统的网站优化技术, 并通过后部分的提升, 成为一个真正的 SEO 高手。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, 学习者能学到最贴合实际的优化技术, 最准确的优化理念, 最系统的优化流程, 最有前瞻性的优化趋势, 只要读者能认真看完这本书, 即使没有任何 SEO 基础, 也能成为一个能独立优化网站的 SEO 实力高手。

本书特色

1. 全书按优化过程为线索讲解，系统性强

全书按照网站优化的过程，从网站的前期分析，到网站内外部的优化，再到网站优化效果的分析，以实际的优化工作为线索，系统性比同类书籍更强，也更有条理，便于学习。

2. 内容全面，知识点无遗漏

本书包含 SEO 基础知识、搜索引擎基础知识、网站分析、网站优化、搜索引擎发展、工具介绍等网站优化的全部内容，其中囊括了 SEO 的几百个知识点，无知识遗漏，参考、查询意义强大。

3. 讲解由浅入深、循序渐进，适合各个层次的读者阅读

本书从最基础的认识 SEO 和搜索引擎的理论篇讲起，然后深入到网站优化的实战篇，最后是提高优化技术的进阶篇。讲解由浅到深、循序渐进，适合各个层次的读者阅读。

4. 融入大量的实战案例，快速掌握优化技巧

本书在讲解知识点时，融入了大量的实战和技术案例，并进行了详尽地分析，以便让读者更好地理解 SEO 的原理和操作技术，快速掌握优化技巧。

5. 搜索引擎发展趋势研究，让本书知识10年不落后

本书对搜索引擎发展趋势的研究，是其他所有同类书籍所不具有的，通过分析搜索引擎的技术发展，为以后 SEO 的应对找到方向。即使在 10 年后，本书还具有参考意义。

6. 提供技术支持，答疑解惑

读者阅读本书时若有任何疑问可发 E-mail 到 jonan2005@163.com 获得帮助。也可以在本人的新浪微博“IT-金楠”(<http://weibo.com/u/1080780693>)上留言获得帮助。

本书内容

第1篇 SEO理论（第1~2章）

本篇主要包括：SEO 理论概述、搜索引擎基本情况介绍、搜索引擎的工作原理、搜索引擎高级命令、搜索引擎算法及理论等内容。通过本篇的学习，读者可以掌握 SEO 和搜索引擎的基础知识，熟悉搜索引擎高级命令在日常分析中的使用，以及了解搜索引擎的工作原理和算法，让学习者知道“对症下药”。

第2篇 SEO实战（第3~6章）

本篇主要包括：网站数据分析、关键词挖掘、网站内部优化方法、网站外部优化方法、黑帽、白帽、灰帽手法等内容。通过本篇的学习，读者可以掌握网站分析及优化的

方法，了解三种优化方式的特点与不同。

第3篇 SEO进阶（第7~9章）

本篇主要内容包括：网站完整优化全部过程、搜索引擎技术发展趋势、常用 SEO 工具介绍等内容。通过本篇的学习，读者可以掌握网站优化的整个工作流程，了解搜索引擎技术未来会有什么变化，以及学会使用常用的 SEO 工具。

本书读者对象

- ☐ 个人站长；
- ☐ 专门从事 SEO 工作的技术人员；
- ☐ 公司网站管理人员；
- ☐ 需要提高 SEO 知识的网络营销人员；
- ☐ 互联网公司的经理或老板；
- ☐ 网站建设人员；
- ☐ 大中专院校网络专业的学生；
- ☐ 社会培训互联网技术班的学员。

本书作者

本书由金楠主笔编写，其他参与编写的人员有丁士锋、胡可、姜永艳、靳鲲鹏、孔峰、马林、明廷堂、牛艳霞、孙泽军、王丽、吴绍兴、杨宇、游梁、张建林、张起栋、张喆、郑伟、郑玉晖、朱雪琴、戴思齐、丁毓峰。

编写本书的过程中，虽然编者竭尽全力，不敢有丝毫疏忽，但恐百密一疏，书中仍难免存在不足之处，望广大读者批评指正。

编著者

目 录

第 1 篇 SEO 理论

第 1 章 SEO 概述 ( 教学视频: 22 分钟)	2
1.1 SEO 是什么	2
1.2 SEO 的发展历程	3
1.3 SEO 的巨大作用	3
1.3.1 SEO 为网站盈利提供保证	4
1.3.2 SEO 能树立企业品牌	5
1.3.3 SEO 处理信任危机	6
1.4 SEO 的关系	7
1.4.1 SEO 与排名的关系	7
1.4.2 SEO 与 SEM 的关系	8
1.4.3 SEO 与网站运营的关系	8
1.5 SEO 是长期的工作	9
1.5.1 SEO 没有捷径可走	9
1.5.2 SEO 见效需要一定的时间	9
1.5.3 SEO 需要循序渐进	10
1.6 SEO 没有秘诀	10
1.6.1 SEO 只有技巧没有秘诀	10
1.6.2 SEO 需要不断坚持	11
1.6.3 SEO 应有合理的计划	11
1.7 SEO 常见术语	11
1.8 小结	18
第 2 章 搜索引擎揭秘 ( 教学视频: 177 分钟)	20
2.1 搜索引擎简介	20
2.2 搜索引擎的分类	23
2.2.1 全文搜索引擎	23
2.2.2 目录索引	25
2.2.3 元搜索引擎	26
2.2.4 集合式搜索引擎	28

2.2.5	垂直搜索引擎	29
2.2.6	门户搜索引擎	30
2.3	搜索引擎的作用	31
2.4	用户常见的搜索意图	31
2.4.1	导航型搜索	32
2.4.2	信息型搜索	34
2.4.3	交易型搜索	35
2.5	搜索引擎的工作原理	36
2.5.1	蜘蛛爬行、抓取网页	37
2.5.2	服务器处理网页	40
2.5.3	检索服务	44
2.6	搜索引擎链接理论	47
2.6.1	Google PR	47
2.6.2	HillTop 算法	49
2.6.3	信任与反信任排名算法	50
2.6.4	百度超链分析技术	52
2.6.5	HITS 算法	53
2.7	必会的高级搜索引擎指令	55
2.7.1	高级搜索引擎指令解析	55
2.7.2	高级搜索引擎指令的组合使用	69
2.7.3	使用高级搜索引擎指令分析网站	72
2.8	搜索结果与用户单击的关系	73
2.8.1	搜索结果界面分析	73
2.8.2	用户浏览单击搜索结果的习惯	76
2.8.3	其他影响用户单击的因素	78
2.9	百度排名算法的影响因素	78
2.9.1	网页 title 关键词的使用	79
2.9.2	关键词在网页描述中的使用	79
2.9.3	关键词在 H 标签中的使用	79
2.9.4	关键词是否加粗、加黑等	80
2.9.5	关键词在页面 URL 中的使用	80
2.9.6	图片 Alt 中关键词优化	81
2.9.7	网站的权重值	81
2.9.8	网页正文内容关键词相关性	81
2.9.9	网页的层次深度	82
2.9.10	网页内容的原创度	82
2.9.11	网页关键词的周围文字	82
2.9.12	排名页面外链的流行度、广泛度	83
2.9.13	网站内部链接的锚文本	83
2.9.14	外部链接的锚文本	83

2.9.15	外部链接页面内容与关键词相关度	84
2.9.16	外部链接页面本身的链接流行度	84
2.9.17	外部链接页面在相关主题网站中的链接流行度	84
2.9.18	外部链接网站与关键词相关度	84
2.9.19	网站新外部链接产生的速率	85
2.9.20	外部链接网站更新频率	85
2.9.21	外部链接网站域名的特殊性	85
2.9.22	外部链接网站的权重值	86
2.9.23	外部链接的年龄	86
2.9.24	网页内容拼写的正确性	86
2.9.25	网站域名年龄	87
2.9.26	网站服务器响应速度	87
2.9.27	网站是否有惩罚记录	87
2.9.28	检索关键词与网站主题的相关度	88
2.9.29	用户行为数据排名因素	88
2.9.30	网站新页面产生的速率	89
2.9.31	人工赋予权重	89
2.9.32	地理位置影响	90
2.10	搜索引擎喜欢的网站性质	90
2.10.1	内容相关性	90
2.10.2	网页权威性	91
2.10.3	网站实用性	91
2.11	小结	92

第 2 篇 SEO 实战

第 3 章	网站分析方法及优化计划 (教学视频: 72 分钟)	94
3.1	网站分析的作用	94
3.1.1	确定网站的优化目标	94
3.1.2	确定网站的推广关键词	95
3.1.3	了解竞争对手的情况	95
3.1.4	制定合理的网站优化方案	96
3.2	选择什么样的关键词	96
3.2.1	网站目标定位的关键词	97
3.2.2	选择质量高的关键词	97
3.2.3	避免定位模糊的关键词	98
3.2.4	更好转化效果的关键词	98
3.3	怎样挖掘关键词	99
3.3.1	目标定位的关键词	99

3.3.2	分析同类网站关键词	100
3.3.3	搜索引擎提示的关键词	100
3.3.4	长尾关键词工具挖掘	101
3.3.5	关键词的不同形式及组合	102
3.3.6	问答平台的提问提炼关键词	103
3.3.7	网络社区的标题提炼关键词	104
3.3.8	联想用户搜索习惯	105
3.4	网站关键词布局及表现形式	106
3.4.1	关键词分配技巧	106
3.4.2	关键词在页面中的布局分析	107
3.4.3	关键词在页面的表现形式	108
3.4.4	关键词的密度情况分析	109
3.5	网站外链分析及计划	109
3.5.1	外链分析有什么作用	110
3.5.2	外链建设的目标	112
3.5.3	外链效果怎样分析	113
3.5.4	制定合理的外链建设方案	114
3.6	网站市场分析及计划	115
3.6.1	网站整体市场的评估	115
3.6.2	分析网站主要的竞争对手	117
3.6.3	制定可行性市场策略	117
3.7	竞争对手分析	118
3.7.1	竞争对手的质量情况	118
3.7.2	竞争对手的主要数据分析	120
3.7.3	竞争对手的排名数据分析	121
3.7.4	竞争对手的产品定位分析	122
3.7.5	竞争对手的竞价排名情况	123
3.8	网站日常分析方法	123
3.8.1	网站日志的分析	124
3.8.2	关键词数据统计分析	125
3.8.3	网站流量分析	127
3.8.4	网站权重分析	127
3.8.5	网站收录分析	128
3.8.6	网站快照时间跟踪	129
3.8.7	用户行为分析	129
3.8.8	分析结果汇总, 修正优化方案	132
3.9	小结	133
第4章	网站内部优化 (教学视频: 127 分钟)	135
4.1	站内整体架构	135

4.1.1	搜索引擎友好的 DIV+CSS 结构	136
4.1.2	JS 脚本代码和 CSS 外置	138
4.1.3	点线面的完美布局	139
4.1.4	禁止使用框架结构	141
4.2	建设利于优化的后台程序	142
4.3	物理结构	145
4.3.1	扁平物理结构	145
4.3.2	树状物理结构	146
4.4	链接结构	146
4.5	页面冗余代码优化	148
4.5.1	减少 Meta 标签冗余代码	148
4.5.2	减少样式冗余代码	149
4.5.3	给网页整体瘦身	150
4.6	网站导航目录优化	152
4.6.1	导航结构清晰化	152
4.6.2	目录结构精简化	153
4.7	网站地图 SiteMap 优化	154
4.7.1	什么是网站地图	154
4.7.2	网站地图有什么作用	155
4.7.3	Html 网站地图的建立	156
4.7.4	XML 网站地图的建立	157
4.7.5	网站地图提交搜索引擎	159
4.8	网站内部权重传导	160
4.8.1	链接指向重点页面	160
4.8.2	减少非目标页面权重导入	161
4.8.3	相关页面链接传递权重	162
4.9	禁止收录与跟踪	163
4.9.1	Robots 文件优化	163
4.9.2	Meta robots 优化	165
4.9.3	nofollow 优化	166
4.10	URL 优化方法	167
4.10.1	URL 优化的目标	168
4.10.2	减少 URL 的层次及长度	168
4.10.3	URL 的内容含关键词	169
4.10.4	动态 URL 的优缺点	170
4.10.5	URL 静态化	171
4.10.6	URL 重定向到规范网址	172
4.10.7	路径的绝对与相对	174
4.11	页面内容优化	177
4.11.1	筛选关键词	177

4.11.2	Title 的关键词优化	179
4.11.3	Description 的关键词优化	182
4.11.4	Keywords 的关键词优化	184
4.11.5	H 标签的关键词优化	184
4.11.6	图片 ALT 的关键词优化	185
4.11.7	关键词在网页中的出现位置	186
4.11.8	关键词在网页中的变式展现	187
4.11.9	控制关键词的密度	188
4.11.10	加粗关键词	188
4.11.11	内部链接锚文本	189
4.11.12	避免关键词在网站内部竞争	190
4.11.13	避免站内内容重复	191
4.11.14	提高关键词周围文字的相关性	192
4.11.15	关键词拆分布局在网页中	192
4.12	内部优化不利因素	193
4.12.1	整站使用 Flash	193
4.12.2	JavaScript 导航或链接	194
4.12.3	网站代码冗余	195
4.12.4	网页内容与已收录内容高度重复	195
4.12.5	网站内部重复内容过多	196
4.12.6	链向低质量或垃圾站点	197
4.12.7	过分堆砌关键词	197
4.12.8	大量出售链接	198
4.12.9	经常更改网页 Meta 标签	199
4.12.10	网页违规跳转	199
4.12.11	使用框架结构	200
4.12.12	登录才能显示网页内容	200
4.12.13	网站更新频率波动太大	201
4.13	HTTP 状态码	201
4.13.1	常见的 HTTP 状态码	202
4.13.2	HTTP 错误状态的产生	203
4.13.3	建立必要的 404 页面	203
4.14	小结	204
第 5 章	网站外部优化 ( 教学视频: 81 分钟)	206
5.1	外部链接概述	206
5.1.1	Google PR 算法	206
5.1.2	外部链接有什么作用	207
5.1.3	外链的表现形式	208
5.2	外部链接优化建议	209

5.2.1	外部链接锚文字优化	210
5.2.2	外部链接网站的质量	211
5.2.3	外部链接网页的相关性	211
5.2.4	外部链接网站的相关性	212
5.2.5	外部链接的广泛度	213
5.2.6	外部链接的数量	213
5.3	外部链接建设方法	215
5.3.1	交换友情链接	215
5.3.2	到网站导航提交网站	216
5.3.3	企业供求商铺发布外链	217
5.3.4	分类信息平台发布外链	217
5.3.5	博客及论坛发布外链	218
5.3.6	问答平台发布外链	219
5.3.7	站长查询平台查询记录中的外链	220
5.3.8	书签网摘平台	221
5.3.9	制作链接诱饵	222
5.4	友情链接交换查询技巧	223
5.4.1	注意对方的 PR 及百度权重高低	223
5.4.2	首页快照是否及时更新	224
5.4.3	网站收录情况	225
5.4.4	出站链接数量多少	226
5.5	网站外链建设方案调整	226
5.5.1	网站外链收录分析	226
5.5.2	外链建设遇到的问题	227
5.5.3	外链建设方案要及时调整	228
5.6	小结	229
第 6 章	白帽、黑帽和灰帽 (教学视频: 51 分钟)	230
6.1	白帽、黑帽和灰帽的关系	230
6.2	常见的黑帽 SEO 方法	231
6.2.1	关键词堆砌	231
6.2.2	隐藏文字及链接	232
6.2.3	买卖链接	234
6.2.4	链接工厂	235
6.2.5	镜像网站	235
6.2.6	软件群发博客外链	236
6.2.7	挂黑链	237
6.2.8	PR 劫持	237
6.2.9	桥页 (门页)	239
6.2.10	违规跳转	239

6.2.11	诱饵替换	240
6.2.12	斗篷法	241
6.3	做好灰帽也能成功	242
6.4	搜索引擎对作弊的惩罚	243
6.5	小结	245

第 3 篇 SEO 进阶

第 7 章	SEO 综合实战 (教学视频: 124 分钟)	248
7.1	分析网站制定优化目标	248
7.1.1	网站的市场定位	248
7.1.2	分析竞争对手的情况	249
7.1.3	确定网站关键词排名目标	251
7.1.4	网站关键词转化的要求	251
7.1.5	网站品牌推广目标	252
7.2	制定网站优化策略	253
7.2.1	内部优化策略	253
7.2.2	外部优化策略	254
7.2.3	制定优化方案计划书	255
7.3	选择合适的域名	255
7.3.1	选择便于记忆的域名	256
7.3.2	选择利于优化的域名	256
7.4	怎样选择稳定高速的服务器	257
7.4.1	选择权威的服务器提供商	258
7.4.2	选择稳定的服务器	258
7.4.3	购买适合的主机套餐	259
7.4.4	注重服务器的安全性	260
7.5	建设搜索引擎友好的网站架构	261
7.5.1	优化建站系统	261
7.5.2	使用友好的网站架构	261
7.5.3	精简的代码	262
7.6	网站关键词的分布	263
7.6.1	网站关键词布局到各级网页	263
7.6.2	页面关键词的优化	264
7.6.3	长尾关键词布局在文章页	265
7.7	原创有价值的内容	265
7.7.1	网站内容原创性	266
7.7.2	有价值的网站内容	266
7.7.3	内容真实可靠	267

7.8	增加外部链接	267
7.8.1	选择重点关键词为锚文本	267
7.8.2	外链要广泛	268
7.8.3	增加高质量的外部链接	269
7.9	网站日常监测	269
7.9.1	网站日志监测寻找网站问题	270
7.9.2	监测网站流量数据	271
7.9.3	监测关键词排名	272
7.9.4	外链优化效果监测	273
7.10	优化过程中策略的调整	274
7.10.1	根据网站收录情况调整	274
7.10.2	选择机会关键词优化	274
7.10.3	重点关键词排名调整优化策略	275
7.10.4	网站改版升级	275
7.11	SEO 常见问题分析	276
7.11.1	网站收录不完全	276
7.11.2	搜索引擎索引库的错误网页	276
7.11.3	网站被 K 怎么办	278
7.11.4	Site 网站首页不在第一位	279
7.11.5	过度优化导致权重下降	280
7.11.6	长期看不到优化效果	280
7.11.7	首页快照不更新	281
7.11.8	关键词排名不稳定	282
7.11.9	只有流量没有品牌效应	283
7.11.10	受到搜索引擎的惩罚	284
7.11.11	转化率,跳出率高	284
7.12	注意网站安全	285
7.12.1	服务器安全问题	285
7.12.2	网站自身安全问题	286
7.13	实战案例分析	286
7.13.1	内部优化案例	286
7.13.2	外部优化案例	289
7.14	小结	290
第 8 章	搜索引擎发展趋势 (教学视频: 41 分钟)	291
8.1	个性化搜索	291
8.2	整合搜索	293
8.3	垂直搜索	295
8.4	区域性搜索	297
8.5	框计算	299

8.6	语音搜索	301
8.7	索引内容更丰富	302
8.8	本地搜索	303
8.9	完善收录技术	304
8.10	小结	304
第 9 章	SEO 工具介绍 ( 教学视频: 112 分钟)	306
9.1	站长之家工具	306
9.2	站长帮手	309
9.3	爱站	312
9.4	追词助手	315
9.5	草根站长工具箱	318
9.6	Bing 外链查询工具	321
9.7	百度指数	322
9.8	百度搜索风云榜	324
9.9	Google 趋势	325
9.10	Ranknow 网站助手	328
9.11	奏鸣批量查询	331
9.12	Alexa.cn	333
9.13	金花日志分析器	334
9.14	Open Site Explorer	336
9.15	GTmetrix	340
9.16	谷歌网站管理员工具	342
9.17	百度站长工具	345
9.18	小结	348

第1篇 SEO理论

第1章 SEO概述

第2章 搜索引擎揭秘