

SEO 目录

- 1、SEO 的概要
- 2、SEO 操作的分类
- 3、最新公开的 SEO 优化公式
- 4、网站 SEO 中遇到的问题
- 5、SEO 安全
- 6、搜索引擎优化 (SEO) 专业术语
- 7、SEO 优势
- 8、SEO 项目实施 6 大步
- 9、SEO 实施过程中主要相关人员影响
- 10、SEO 优化的主要因素
- 11、SEO 方案：增加网站反向链接的若干技巧

1、SEO 的概要[返回首页↑](#)

搜索引擎最佳化（Search Engine Optimization），又称为搜索引擎优化，为近年来较为流行的网络营销方式，主要的目的是增加特定关键字的曝光率以增加网站的能见度，进而增加销售的机会。而网站的 SEO 所指的是针对搜索引擎去使网站内容较容易被搜索引擎取得并接受，搜索引擎在收到该网站的资料后进行比对及运算而后将 PR 值（Page Rank）较高的网站放在网络上其他使用者在搜索时会优先看到的位置，进而促使搜索者可以得到正确且有帮助的资料。

SEO 的主要工作是通过了解各类搜索引擎如何抓取互联网页面、如何进行索引以及如何确定其对某一特定关键词的搜索结果排名等技术，来对网页进行相关的优化，使其提高搜索引擎排名，从而提高网站访问量，最终提升网站的销售能力或宣传能力的技术。

搜索引擎优化是这么一种技术，即是遵循搜索引擎科学而全面的理论机制，对网站结构、网页文字语言和站点间的互动外交策略等进行合理规划部署来发掘网站

的最大潜力而使其在搜索引擎中具有较强的自然排名竞争优势，从而对促进企业在线销售和强化网络品牌起到作用。

SEO 的意义

要知道什么是 SEO 非常重要，如何引导初学者正确适当运用 SEO 来为网站服务非常重要。很多人误以为做 seo 就是做流量，做排名。真正的 SEO 是通过采用易于搜索引擎索引的合理手段，使网站对用户和搜索引擎更友好（Search Engine Friendly），从而更容易被搜索引擎收录及优先排序。搜索引擎优化是一种搜索引擎营销指导思想，而不仅仅是对百度和 google 等的排名。搜索引擎优化工作贯穿网站策划、建设、维护全过程的每个细节，值得网站设计、开发和推广的每个参与人员了解其职责对于 SEO 效果的意义。

SEO 仅仅只是网络营销的一种手段，一定不要为了 SEO 而 SEO。

现在业界比较普遍的看法是 UE（用户体验）第一 SEO 第二，最终达到 UE 与 SEO 的统一，这点 SEO 协会(seo.gov.cn)和 SEO 淘金者(seo.tj.cn)网站上也很多相关资料，因为搜索引擎最终的意愿是尊重用户的选择，也就是用户觉得好的网站排在前列！所以学习 SEO 的最终目的是忘记 SEO

2、SEO 操作的分类

SEO 又分为站外 SEO 和站内 SEO，我们将分开讲解。

站外 SEO

站外 SEO，也可以说是脱离站点的搜索引擎技术，命名源自外部站点对网站在搜索引擎排名的影响，这些外部的因素是超出网站的控制的。最有用功能最强大的外部站点因素就是反向链接，即我们所说的外部链接。毫无疑问，外部链接对于一个站点收录进搜索引擎结果页面起到了重要作用。

那么如何产生高质量的反向链接呢？

1. 高质量的内容

产生高质量的外部链接最好的方法就是写高质量的内容，你的网站内容使读者产生阅读的欲望。你可以和别的网站交换链接，也可以注册自动生成链接的程序，还可以去其它的站上买链接。

2. 跟你内容相关的网站发邮件

我并不提倡给其它的网站群发邮件来交换链接，但我建议如果你在某个话题写了篇有质量的文章，并且觉得会使其它的网站感兴趣，那给这些网站发一封短小礼貌的邮件让他们知道你的文章，将是有价值的。即使他们没有链接，也不要感到尴尬。你会发现如果他们点击了就为链接产生了直接的流量，从而在你的网站将在搜索引擎里得到较好的分数。

3. 分类目录

另一个产生反向链接的方法是把你的网址提交到分类目录。很多站长都很对这个方法的效果深信不疑，当开始一个新站点的时候，他们做的第一步就是围绕分类目录做工作，选择合适的关键词提交到相关页面进行链接。有很多分类目录，大部分是免费的。

站内 SEO

丰富网站关键词

为你的文章增加新的关键词将有利于搜索引擎的“蜘蛛”爬行文章索引，从而增加网站的质量。但不要堆砌太多的关键词，应该考虑“人们在搜索引擎中找到这篇文章，会搜索什么样的关键词？”

这些关键词需要在你的文章中被频繁的提及，你可以遵循下面的方法：

关键词应该出现在网页标题标签里面；

URL 里面有关键词,即目录名文件名可以放上一些关键词；

在网页导出链接的链接文字中包含关键词；

用粗体显示关键词（至少试着做一次）；

在标签中提及该关键词（关于如何运用 head 标签有过争论，但一致都认为 h1 标签比 h2、h4、h4 的影响效果更好，当然有些没有运用 head 标签的网页也有很高的 PR 值）；

图像 ALT 标签可以放入关键词；

整个文章中都要包含关键词，但最好在第一段第一句话就放入；

在元标签（meta 标签）放入关键词
建议关键词密度最好在 5-20% 之间

主题网站

如果你的网站写的都是关于同一主题，那么它可能将获得较好的排名。例如：一个主题的网站将比那些涵盖了多个主题的网站排名要高。建立一个 200 多页的网站，内容都是同一个主题，这个网站的排名就会不断的提升，因为在这个主题里你的网站被认为具有权威性。

站点设计

搜索引擎更喜欢友好的网页结构，无误的代码和明确导航的站点。确保你的页面都是有效的和在主流浏览器中的可视化。搜索引擎不喜欢太多的 Flash、i frames 和 java script 脚本，所以保持站点的干净整洁，也有利于搜索引擎“蜘蛛”更快更精确的爬行到你网站的索引。

站点的内部链接

搜索引擎的工作方式是通过“蜘蛛”程序抓取网页信息，追踪你写的内容和通过网页的链接地址来寻找网页，抽取超链接地址。许多 SEO 专家都建议网站提供网站地图，在网站上的每个页面之间最好都有一个到两个的深入链接。网站要做的第一

步是确保导航中包含目录页面，也要确保每个子页面都有链接回到主页面和其它的重要页面。

有规律的更新

网站更新的次数越频繁，搜索引擎蜘蛛爬行的也就越频繁。这意味着网站新文章几天甚至几小时内就可以出现在索引中，而不需要等几个星期。这是网站最好的受益方式。

导出链接

导出链接会提高网站在搜索引擎中的排名，在文章中链接到其它相关站点对读者们是有用的，也有一些轶趣的证据来支持这种理论。太多的导出链接将影响降低你的网站，应该“适度是关键”。

明智的选择域名

选择域名有大量的学问，其重要的一点是尽量选择包括关键词的域名。其次看看之前是否有注册过这个域名。如果之前有高质量的站点和它做反向链接，那你就受益了；但是也有可能做反向链接的都是一些质量不好的站点，那你可能会被搜索引擎不友好一段时间了。

每篇文章的主题

一个页面的主题越紧凑，搜索引擎对它的排名就越好。有时发现你写了很长的文章，覆盖了一些不同的话题，它们的相关性并不高，所以在搜索引擎上的排名也不好。如果你关心搜索引擎的排名，那最好把这样的文章切块，分成几个主题更密切的文章。

写适宜长度的文章

太短的文章不能获得较高的排名，一般控制每篇文章至少有 300 个字。另一方面，也不要让文章显得太长，因为这将不利于你保持关键词的密度，文章看上去也

缺少紧凑。研究显示过长的文章会急剧减少读者的数量，他们在看第一眼的时候就选择了关闭文章。

避免内容重复

搜索引擎在使用指南中严重警告过关于多个网页相同内容的问题。不管这些网页是你拥有的还是别人拥有的。因为一系列的垃圾站点就是不断复制网页内容（也窃取别人网站内容）。有一些争论关于什么样的内容算复制，其实要看这些内容是否对你的网站有用来选择。

目录的数量

当我的目录过多的时候，我自己都会陷入麻烦。我认为大站点的等级比小站高，当然一些小站点也有高的等级，这并不是标准。目录越多，搜索引擎搜索的也就越全面。如果你有太多的页面，你需要组织它们以方便搜索引擎爬行。

提交到搜索引擎

如果你做了所有站内 SEO 都该做的事，网站却还没有出现在搜索引擎中。那是因为搜索引擎还没有开始收录，每个搜索引擎都允许用户提交未收录站点，这个工程一般要等待 3-5 天。

SEO 是依据通过对长期摸索、观察得出来的技术与经验，利用搜索引擎录取网站的规则，将网站的整体结构、网站布局、关键词分布及密度进行优化，使网站对搜索引擎的抓取有友好性，从而进行搜索引擎优化，达网站到提高排名效果。由于搜索引擎的排名规则及算法是在不断改变中的，而且这些规则和算法又是商业机密，所以不可能达到保证排在某几位的效果的。据了解，目前有很多人打着 SEO 的旗号，自称可以将您的网站排在百度、Google 的第几位，而做法则是作弊的手段，使您的网站的确可以在短时间内升到很靠前的位置。但是搜索引擎是可以识别这些手段被加以惩罚的。被惩罚的网站，最严重的是您的网站在各大搜索引擎完全消失，甚至不再录取。所以希望大家谨慎分辨，不要为了一时之利，使您的网站永不见天日。

seo=更多页面的收录+页面文字的友好安排+转化率

SEO 分为白帽 SEO 和黑帽 SEO，白帽 SEO 就是正规合理的运作，黑帽 SEO 就是作弊手法，下面介绍几种常见的作弊方法，希望大家不要用，不然会后悔的

桥页（doorway pages）

通常是用软件自动生成大量包含关键词的网页，然后从这些网页做自动转向到主页。目的是希望这些以不同关键词为目标的桥页在搜索引擎中得到好的排名。当用户点击搜索结果的时候，会自动转到主页。有的时候是在桥页上放上一个通往主页的链接，而不自动转向。大部分情况下，这些桥页都是由软件生成的。你可以想象，生成的文字是杂乱无章，没有什么逻辑的。如果是由人写出来的真正包含关键词的文章，就不是桥页了。

关键词堆砌（keyword stuffing）

在网页中大量堆砌关键词，希望提高关键词密度，提高网页针对关键词的相关度。关键词堆砌可以在很多地方，比如在用户可以看到的文字本身中，也瞻茨窃诒晏獭呢title Tag，关键词标签，说明标签中。随着搜索引擎算法的改进，关键词密度已经不是一个重要的因素。

隐藏文字（hidden text）

隐藏文字是在网页的 HTML 文件中放上含有关键词的文字，但这些字不能被用户所看到，只能被搜索引擎看到。可以有几种形式，比如说超小字号的文字，与背景同样颜色的文字，放在评论标签当中的文字，放在表格 input 标签里面的文字，通过样式表把文字放在不可见的层上面等等。其目的也都是想提高网页的相关性。有的时候，有的人还在这些地方放上与网站内容无关的，但是很热门的关键词，希望网页能在这些热门关键词下得到好的排名和流量。

隐藏链接（hidden link）

隐藏链接和隐藏文字相似，但是区别是把关键词放在链接里面，而这个链接也是用户所看不到的。

隐藏页面 (cloaked page)

有的网页使用程序或脚本来检测来访问的是搜索引擎还是普通用户。如果是搜索引擎，网页就返回经过优化的网页版本。如果来访的是普通人，返回的是另外一个版本。这种作弊方式，通常用户无法发现。因为一旦你的浏览器去看这个网页，无论是在页面上还是在 HTML 源文件中，你所得到的都已经是与搜索引擎看到的不同的版本。检测的方法是，看一下这个网页的快照。

细微文字

许多做搜索引擎优化的人士明白隐藏文字可能会遭到惩罚，所以就将本来隐藏的文字以细微的字体暴露出来。细微文字即使是使用微小的字体在网页不显眼的地方书写带有关键词的句子。一般这些文字是放在网页的最顶端或者最底部。这些文字的色彩虽然不是和隐藏文字那样与背景使用相同颜色，但是经常也以非常相近的颜色出现。

在搜索引擎眼中，像“版权所有”这样的声明性的文字一般是用迷你字体来显示的。这些细微文字一般会被浏览者忽视，但是他们组成的句子会有滥用的嫌疑。

黑帽 SEO 之障眼法

障眼法就是我们常见的 cloaking 的中文意思，是指采用伪装网页的方式，先判断来访者是普通浏览者还是搜索引擎蜘蛛程序，从而展示不同的网页。这种黑帽 SEO 的方法是典型的欺骗搜索引擎的障眼法。搜索引擎看到的网页是一个优化非常严重的一篇内容，而浏览者看到的则是完全普普通通的内容。

网页优化的黑帽 SEO 之网页劫持

网页劫持也就是我们经常所说的 Page Racking，是将别人的网站内容或者整个网站全面复制下来，偷梁换柱放在自己的网站上。这个黑帽 SEO 方法是对网页内容

极其匮乏的站长有吸引力的。但是，这个做法是相当冒险的，更是不齿的。搜索引擎的专利技术能从多个因素上来判断这个被复制的网页或者网站不是原创，而不予以收录。

黑帽 SEO 之 PR 劫持

PR 劫持，也就是用欺骗手段获得工具条上比较高的 PR 值显示。方法是利用跳转。一般搜索引擎在处理 301 和 302 转向的时候，都是把目标 URL 当作实际应该收录的 URL。

购买的链接 (link buying)

虽然在其他网站买广告是很正常的一件事，但有的时候如果所购买的广告链接纯粹是为了提高网页级别或为了操纵搜索引擎排名的话，也会被当作作弊手段。在怎样区别正常广告和作弊手段之间有一个很模糊的界限。但是这样做的人自己心里很清楚。如果你的网站被认为是通过购买链接来作弊，也没办法去和搜索引擎去争辩。因为搜索引擎的决定就是最后的决定。当然更严重的是，如果你的网站是出卖链接的那个网站，你的麻烦就更大了。

SEO 效果付费

叮铃铃来电付费广告：实现展示不收费,点击不收费,只有接到客户电话才收费.有力的解决了 SEO 和效果之间的关系.但是这一方式在现实中很难操作.

SEO 需要掌握什么

了解什么是 SEO 之后，可能会激发你对 SEO 的兴趣，你会问要学会 SEO 到底要掌握什么？其实 SEO 并不是你想像得那么神。简单的说，你要调整网页与搜索引擎有一个很好的“沟通”，让搜索引擎可以恰如其分地认识你的网页，如果搜索引擎都不能找到你的网站，那就更别说排名了。由于每一种搜索引擎都是需要通过一定的方法来找到你的网站的，这就需要你的网页遵循一定的规则，否则就像中国的那句老话“无缘见面不相识”。搜索引擎给网站管理员的指南就是一篇很好的网站建设指南。

当然，仅此了解还是不够的，你还要掌握以下几个的知识点

1、了解搜索引擎如何抓取网页和如何索引网页

你需要知道一些搜索引擎的基本工作原理，各个搜索引擎之间的区别，搜索机器人（SE robot 或叫 web crawler）如何进行工作，搜索引擎如何对搜索结果进行排序等等。

2、Meta 标签优化

主要包括主题（Title），网站描述(Description)，和关键词（Keywords）。还有一些其它的隐藏文字比如 Author（作者），Category（目录），Language（编码语种）等。

3、如何选取关键词并在网页中放置关键词

搜索就得用关键词。关键词分析和选择是 SEO 最重要的工作之一。首先要给网站确定主关键词（一般在 5 个上下），然后针对这些关键词进行优化，包括关键词密度（Density），相关度（Relavancy），突出性（Prominency）等等。

4、了解主要的搜索引擎

虽然搜索引擎有很多，但是对网站流量起决定作用的就那么几个。比如英文的主要有 Google, Inktomi, Altavista 等；中文的有百度，搜狐等。不同的搜索引擎对页面的抓取和索引、排序的规则都不一样。还要了解各搜索门户和搜索引擎之间的关系，比如 Yahoo 和 AOL 网页搜索用的是 Google 的搜索技术，MSN 用的是 Looksmart 和 Open Directory 的技术。

5、主要的互联网目录

Yahoo 自身不是搜索引擎，而是一个大型的网站目录，Open Directory 也不是，他们和搜索引擎的主要区别是网站内容的收集方式不同。目录是人工编辑的，主要收录网站主页；搜索引擎是自动收集的，除了主页外还抓取大量的内容页面。

6、按点击付费的搜索引擎

搜索引擎也需要生存，随着互联网商务的越来越成熟，收费的搜索引擎也开始大行其道。最典型的有 Overture 和百度，当然也包括 Google 的广告项目 Google Adwords。越来越多的人通过搜索引擎的点击广告来定位商业网站，这里面也大有优化和排名的学问，你得学会用最少的广告投入获得最多的点击

7、搜索引擎登录

网站做完了以后，别躺在那里等着客人从天而降。要让别人找到你，最简单的办法就是将网站提交 (submit) 到搜索引擎。如果你的商业网站，主要的搜索引擎和目录都会要求你付费来获得收录 (比如 Yahoo 要 299 美元)，但是好消息是 (至少到目前为止) 最大的搜索引擎 Google 目前还是免费，而且它主宰着 60% 以上的搜索市场。

8、链接交换和链接广泛度 (Link Popularity)

网页内容都是以超文本 (Hypertext) 的方式来互相链接的，网站之间也是如此。除了搜索引擎以外，人们也每天通过不同网站之间的链接来 Surfing (“冲浪”)。其它网站到你的网站的链接越多，你也就会获得更多的访问量。更重要的是，你的网站的外部链接数越多，会被搜索引擎认为它的重要性越大，从而给你更高的排名。

9、标签的合理使用

搜索引擎比较喜欢 H1。h1 标签是 seo 的一个学习要点。

根据 w3school.com 的解析，h1 标签 - h6 标签可定义标题。h1 标签定义最大的标题。h6 标签定义最小的标题。

合理使用 h 标签，可以选择恰当的标签层级来构建文档的结构。

从 seo 的角度来说，经过 SEO 优化后网页，其代码是少不了 H1 标签的，因为其使用价值不小于 title 标题。也就是说，搜索引擎对于标记了 h1 的文字给予的权重比其它文字的都要高 (title 最高，其次是 h1)。

Title 标签在网站中起到画龙点睛的作用，合理的构造 Title 标签，不但能突出网页的主题，还有助于提高网站的搜索引擎排名，下面 seo 精英工程师与大家分析一下怎样合理的使用 Title 标签:

一、每个页面的 Title 标签不能相同，首页与栏目页、列表页、内容页的标签不能一致，根据网页提供的内容的不同，设置合适的 Title 标签.

二、Title 标签设置要与内容相关，可以设置使用标题、关键字、概述等。

三、Title 标签尽量要有原创性、修改性，采编过来的内容内容，不要拿来即用，要适当的修改，添加些原创因素，有助于提高网页搜索引擎的收录。

四、Title 标签设置不要过多，尽量在 25 字以内，越简洁越好，对网页主题内容有所概述即可。

五、Title 标签中设置关键词密度不要过多，一个为佳，最多不要过三个。避免堆积、重复关键词，关键词密度过高，容易引起搜索引擎反感，导致搜索引擎判断为作弊，导致网站被降权处理等。

3、最新公开的 SEO 优化公式

$$SEO = \int (C1 + L2 + K3 + O4)$$

1、 \int 是一个积分符号，C=content，L=link，K=keywords，O=others。SEO 就是一个长期的对“时间”积分过程，内容是核心；

2、C1—丰富的内容是第一位的要素，按照原创、伪原创、转载依次排列内容的重要性满足用户体验；

3、L2—链接的合理与丰富是第二位的要素，合理有效的内部链接与丰富的外部链接同等重要，而外部链接中高度相关性高 Pr 值页面尤为重要；

4、K3—关键字因素是第三位的重要因素，包括：合理的 Title、Description、Keywords、页面关键字及相关关键字的密度与合理布局；

5、O4—其它因素，比如：域名、站龄、服务器、网站架构、排版、邻居、Url、地图等等；

这个公式写的好,把 SEO 优化,很概括的阐述了,把 SEO 优化需要注意到的问题,都考虑进去了。

根据这个公式,可以发现很多有价值的概念,有兴趣的朋友可以仔细的品味品味,不过前提是,你要看的懂这个公式。

这个公式在数学里,叫做不定积分公式,如果把这个公式写成定积分公式的话,呵呵,那效果就太好不过了,但是这样的话,就透明化了 SEO 优化。

目前 SEOer 似乎都非常在意蜘蛛体验，实际上，用户体验也非常重要。笔者用下面的公式来概括：

SEO=用户体验+蜘蛛体验。甚至是 SEM 也可以用，SEO/SEM 定理：
 $SEO/SEM=UE+SE$ ；

名词解释：

搜索引擎营销(Search Engine Marketing,简称 SEM)：是一种新的网络营销形式。SEM 所做的就是全面而有效的利用搜索引擎来进行网络营销和推广。SEM 追求最高的性价比，以最小的投入，获最大的来自搜索引擎的访问量，并产生商业价值。这里的 SEM 不包括竞价排名、购买关键词广告等付费手段。

用户体验(UserExperience, 简称 UE)：是一种纯主观的在用户使用一个产品（服务）的过程中建立起来的心理感受。在早期的软件设计过程中用户体验主要是来自用户和人机界面的交互过程，现在流行的设计过程注重以用户为中心。用户体验设计目标是什么？最重要的是要让产品有用，这个有用是指用户的需求，其次是易用。具体到网站优化 SEO 上，一个网站用户体验好就也就是说用户在网站上很容易找到需求的信息，并且没有影响用户浏览信息的障碍物如弹窗，广告等无用信息。

蜘蛛体验 (SEOExperience, 简称 SE): 是搜索引擎算法对网站的评价, 算法对网站评价好排名好。算法是怎样评价网站的呢? 大量优质外链、原创性文章, 高频率更新、网站结构好算法、用户体验等符合算法的对网站的评价就好。

证明:

用户体验是如何提高 SEO 排名呢? 其一, 好的用户体验能提高网站 PV 值产品转化率。最重要的是把流量变成用户, 用户日积月累流量就越大。

假设有两个网站 A、B, 它们除了流量不一样外, 其他参数都相同。

A 的流量 > B 的流量, 那么 A 的权重与排名要优于 B。

即: 用户体验好的网站权重与排名好。

4、网站 SEO 中遇到的问题

过度优化

受到搜索引擎的惩罚

网站被 K

达不到既定的效果

排名不稳定

网站的片面优化, SEO 的短板效应

服务器不稳定

5、SEO 安全

这也是很多站长在网站的 SEO 过程中容易忽视的一个问题, 建议从以下几个方面入手安全策略。

选择稳定的服务器或者虚拟主机，保证用户稳定流畅的访问站点

对网站的程序进行综合分析，去掉烦琐的代码，使用简单的 DIV+CSS 布局，杜绝漏洞隐患

定期对服务器系统进行更新，保持安全稳定的操作系统，以保障网站的安全运行

网站后台管理员账号和密码尽量复杂

数据库路径尽量不使用默认

经常更新漏洞程序补丁，比如使用 CMS 建站的朋友，时常联系开发商更新程序补丁

关注微软官方发布的最新漏洞程序，及时更新

6、搜索引擎优化 (SEO) 专业术语

Link Popularity 网站的链接广泛度

在搜索引擎排名中的作用已得到广泛的认同和重视。实际上，即使你没有在 GOOGLE 上提交你的站点，但与其它网站作了链接，GOOGLE 也可能收录你的网站。搜索引擎还可能完全依据你的链接广泛度决定你的网站排名。

Internal Links 内部链接

本网站内部网页之间的链接。

External Links 外部链接:

本网站外部的链接，一般是指其他网站连到本网站的链接。

Backward Links 或 Incoming/Inbound Links 反向/导入链接:

意义与“外部链接”接近，指其他网站连到本网站的链接。

Outgoing/Outbound Links 导出链接：

指从本网站连到其他网站的链接。

PageRank (简称 PR)

PageRank 是 Google 衡量网页重要性的工具，测量值范围为从 1 至 10 分别表示某网页的重要性。在 Google 工具栏可以随时获得某网页的 PageRank 值。

Search Engine Optimization (简称 SEO) 搜索引擎优化：

Search Engine Positioning 搜索引擎定位：

Search Engine Ranking 搜索引擎排名：

External files 外部文件存储：

把 javascript 文件和 css 文件分别放在 js 和 css 外部文件中。这样做的好处是把重要的页面内容放到页面顶部，同时能缩小文件大小。有利于搜索引擎快速准确地抓取页面重要内容。

Keyword Density 关键词密度：

ROBOTS 搜索机器人：

Affiliate Marketing 联属网络营销（有的称会员制营销、网站联盟等）：

联属网络营销指的是一种网站 A 为网站 B 放置广告按钮，然后从为网站 B 带来的销售额中获得回佣的一种广告系统。某些广告主通过这种方式获得市场信息而不是现金销售。这种方式被营销费用比较紧张的新网站采用得比较普遍。

Cost-Per-Click （简称 CPC）按点击数付费：

联属网络营销管理系统记录每个客人在联属会员网站上点击到商家网站的文字的或者图片的链接（或者 Email 链接）次数，商家（Merchant）按每个点击多少钱的方式支付广告费。

Cost-Per-Lead（简称 CPL）或 Cost-Per-Acquisition（简称 CPA）按引导数付费或：

访问者通过联属会员的链接进入商家网站后，如果填写并提交了某个表单，管理系统就会产生一个对应给这个联属会员的引导（Lead）记录，商家按引导记录数给会员付费。

Cost-Per-Sale (简称 CPS) 按销售额付费：

商家只在联属会员的链接介绍的客人在商家网站上产生了实际的购买行为后（大多数是在线支付）才给联属会员付费，一般是设定一个佣金比例（销售额的 10% 到 50%不等）。

Pay For Performance（按效果付费）：

联属营销按效果付费的营销方式无论对于商家还是联属会员都是比较容易接受的。由于网站的自动化流程越来越完善，在线支付系统也越来越成熟，越来越多的联属网络营销系统采用按销售额付费的方法。由于这种方法对商家来说是一种零风险的广告分销方式，商家也愿意设定比较高的佣金比例，这样就使得这种方式的营销系统被越来越多地采用。

Open Directory Project (简称 ODP) 目录索引：

Full Text Search Engine 全文搜索引擎：

Search Index/Directory 目录索引类搜索引擎：

META Search Engine 元搜索引擎：

Spider 俗称“蜘蛛”：

Indexer 检索程序:

Free For All Links (简称 FFA) 免费链接列表:

Stop Words/Filter Words 停用词/过滤词:

这两者意义一样，都是指一些太常用以至没有任何检索价值的单词，搜索引擎碰到这些词时一般都会过滤掉。因此为节省空间，应尽量避免使用这一类的词，尤其是在对文字数量有严格限制的地方。

Spam:

Frame Sets 框架结构:

有些搜索引擎（如 FAST）是不支持框架结构的，他们的“蜘蛛”程序无法阅读这样的网页。

Image Maps 图象区块:

当“蜘蛛”程序遇到这种结构时，往往会感到茫然不知所措。因此尽量不要设置 Image Map 链接。

Dynamic Pages 动态网页:

通过程序和数据库连接制作的网页，任何地址中带“?”号、（及其他类似符号）的网页都会把“蜘蛛”程序挡在门外。

Invisible/hidden text 隐藏文本内容:

意欲在不影响网站美观的前提下通过包含大量关键词的网页提高关键词相关性得分，从而达到改善搜索引擎排名的目的。

Invisible/hidden links 隐藏链接:

意欲在不影响网站美观的前提下通过在其它页面添加指向目标优化页的隐形链接，通过提升链接得分而改善搜索引擎排名。

Misleading Words 误导性关键词：

在页面中使用与该网页毫不相干的误导性关键词来吸引查询该主题访问者访问网站。这种做法严重影响了搜索引擎所提供结果的相关性和客观性，为搜索引擎所深恶痛绝。

Repeated Words 重复性关键词：

这种作弊技术也被称为“关键词堆砌欺骗(Keyword Stuffing)”，它利用搜索引擎对网页正文和标题中出现的关键词的高度关注来对关键词进行不合理的(过度)重复。类似的其它做法还包括在 HTML 元标识中大量堆砌关键字或使用多个关键字元标识来提高关键词的相关性。这种技术很容易被搜索引擎察觉并受到相应惩罚。

Keyword Stuffing 关键词堆砌：

Cloaked Page 隐形页面：

对实际访问者或搜索引擎任一方隐藏真实网站内容，以向搜索引擎提供非真实的搜索引擎友好的内容提升排名。

Deceptive redirects 欺骗性重定向：

指把用户访问的第一个页面(着陆页)迅速重定向至一个内容完全不同的页面。

Shadow Domain 鬼域：

这是最常见的欺骗性重定向技术，通过欺骗性重定向使用户访问另外一个网站或页面。

Meta Refresh 刷新标识：

Doorway Page 门页：

也叫“Bridge/Portal/Jump/EntryPage”。是为某些关键字特别制作的页面，专为搜索引擎设计，目的是提高特定关键词在搜索引擎中的排名所设计的富含目标关键词的域名，且重定向至另一域名的真实网站。搜索引擎的 Spiders 往往忽略对那些自动重定向到其它页的页面的检索。

Mirror Sites 镜象站点：

通过复制网站或网页的内容并分配以不同域名和服务器，以此欺骗搜索引擎对同一站点或同一页面进行多次索引。现在大多数搜索引擎都提供有能够检测镜象站点的适当的过滤系统，一旦发觉镜象站点，则源站点和镜象站点都会被从索引数据库中删除。

Link Spamming 作弊链接/恶意链接：

link farms 链接工厂：

Bulk Link Exchange Programs 大宗链接交换程序：

Cross Link 交叉链接：

Doorway Domain 门域：

专为提高特定关键词在搜索引擎中的排名所设计的富含目标关键词的域名，然后重定向至其它域名的主页。由于搜索引擎一般忽略自动重定向至其它页的页面的检索，所以不提倡使用这种技术。

7、SEO 优势

实效长：在有专业 SEO 维护的情况下可以长久有效，一年、两年甚至永远。

效果好：网站流量提升；注册用户增多；这些都是可以精确量化的，而不像广告，效果难以准确评估。

性价比：比竞价排名和广告便宜很多。竞价排名或网络广告的费用现在是越来越高，而 SEO 相比有绝对优势。

节约费用：比关键词购买广告便宜多了。特别是竞争激烈的领域。

用户体验：增强网站友好度，增强品牌美誉度。

8、SEO 项目实施 6 大步

。基本状况分析

关键词分析

网站内部优化实施

网站外链建设

排名效果跟踪，流量分析

根据排名效果，重回第一步，进行调整

关键词排名维护或培训客户员工进行维护

9、SEO 实施过程中主要相关人员影响

。编辑：撰写符合 SEO 的文章

程序：编写符合 SEF 的 CMS

美工：做出符合 SEF 的前台页面

推广：建立高效的外部链接

SEOer

相辅相成,共同进步

搜索引擎优化(SEO)原则

网站链接优化

1、建立网站地图

只要有可能，最好给网站建一个完整的网站地图 `sitemap`。同时把网站地图的链接放在首页上，使搜索引擎能很方便的发现和抓取所有网页。

2、每个网页最多离首页四次点击就能到达 3、网站的导航系统最好使用文字链接。

4、网站导航中的链接文字应该准确描述栏目的内容

5、整站的 PR 传递和流动

6、网页的互相链接

SEO 优化基本要点:

1、定义网站的名字,选择于网站名字相关的域名

2、分析围绕网站核心的内容，定义相应的栏目，定制栏目菜单导航

3、根据网站栏目，收集信息内容、整理、修改、创作、添加

4、选择稳定安全服务器，保证网站 24 小时能正常打开，网速稳定

5、分析网站相关长尾关键词，合理的添加到内容中

6、网站程序采用 `div+css` 构造，符合 `w3` 网页标准，全站生成静态网页

7、合理交换网站相关的友情链接，不能于搜索引擎惩罚的与行业不相关的网站交换链接

8、制作生成 `xml` 与 `htm` 的地图,便于搜索引擎对网站内容的抓取

9、为每个网页定义标题、meta 标签, 标题简洁, meta 围绕主题关键词

10、网站经常更新相关信息内容, 禁用采集, 手工添置, 原创为佳。

11、放置网站统计计算器, 分析网站流量是通过什么来的, 用户关注什么内容, 根据用户的需求, 修改、添加, 增加用户体验。

12、网站设计美观大方, 菜单清晰, 网站色彩搭配合理, 尽量少用图片、flash、视频等, 影响打开速度。

13、合理的 seo 优化, 不采用群发软件, 禁止针对搜索引擎网页排名的作弊 (SPAM), 合理优化推广。

10、影响 SEO 优化的主要因素

由国外 37 名优秀的 seo 界高手共同参与, 以投票形式评论影响 Google 排名的重要因素, 此次评选非常有价值, 尽管没有将 200 多个 Google 排名因素全部列出, 但 Google 排名算法中 90%-95% 的重要成分已经包含在其中了。

有利于 seo 的因素

排名 得分 分类 详细说明

1 4.9 关键词 关键词在网站 TITLE 上的使用

4.4 外部链接 外部链接的锚文字

3 4.4 网站品质 网站的外部链接流行度、广泛度

4 4.1 网站品质 域名年龄 (从被搜索引擎索引开始计算)

5 4 页面质量 网站内部链接结构

6 3.9 网站品质 网站的外部链接页面内容与关键词的相关性

- 7 3.9 网站品质 网站在主题相关的网站群中的链接流行度
- 8 3.7 关键词 关键词在网页内容上的应用
- 9 3.6 外部链接 外部链接页面本身的链接流行度
- 10 3.5 网站品质 网站新外部链接产生的速率
- 11 3.5 页面质量 导出链接的质量和相关性
- 12 3.5 外部链接 外部链接页面的主题性
- 13 3.5 外部链接 外部链接页面在相关主题的网站社区中的链接流行度
- 14 3.4 关键词 页面内容和关键词的相关性（语义分析）
- 15 3.4 页面质量 页面的年龄
- 16 3.3 关键词 关键词在 H1 标签中的使用
- 17 3.2 网站品质 网站收录数量
- 18 3.2 外部链接 链接的年龄
- 19 3.1 网站品质 用户查询的关键词与网站主题的相关性（防止 Google bombing）
- 20 3.1 外部链接 链接的周围文字
- 21 3 关键词 关键词在网站域名中的使用
- 22 3 页面质量 页面内容的质量
- 23 2.8 关键词 关键词在页面 URL 中的使用
- 24 2.8 关键词 关键词在 H2、H3 等 Headline 标签中的使用

25 2.8 页面质量 网站的结构层次

26 2.8 网站品质 用户行为

27 2.8 外部链接 同域名下外部链接页面的链接流行度

28 2.6 关键词 图片的关键词优化

29 2.6 网站品质 Google 的人工授予权重

30 2.6 网站品质 域名的特殊性 (.edu .gov 等)

31 2.5 网站品质 新页面产生的速率

32 2.5 外部链接 外部链接的创建和更新时间

33 2.5 外部链接 外部链接网站域名的特殊性

34 2.4 外部链接 外部链接网站的 PR 值

35 2 关键词 关键词在 Meta Description 中的使用

36 2 网站品质 用户搜索网站的次数

37 1.9 页面质量 URL 中“/”符号的出现次数

38 1.8 页面质量 拼写和语法的正确性

39 1.4 页面质量 HTML 代码是否通过 W3C 认证

40 1.3 网站品质 网站是否通过 Google Webmaster Central 的认

41 1.2 关键词 关键词在 Meta Keywords 中的使用

影响 seo 的负面因素

排名 得分 详细说明

1 3.8 服务器经常无法响应

2 3.6 与 Google 已经收录的内容高度重复

3 3.6 链向低质量或垃圾站点

4 3.3 网站大量页面存在重复的 META 标签

5 3.3 过分堆砌关键词

6 3.3 参与链接工厂或大量出售链接

7 2.8 服务器响应时间非常慢

9 2.1 非常低的流量，用户行为反映差

SEO 优化中关键词布局技巧

在正文标题和在整个网站的内页标题里使用关键词，正文标题应该吸引用户的眼球并且告诉他们来到了最适合他的网站。

在正文标题和在整个网站的内页标题里使用关键词，正文标题应该吸引用户的眼球并且告诉他们来到了最适合他的网站。<H1>优化正文标题<H1>是最直接 SEO 优化方法。最开始 SEO168 就建议使用这种直接的方法，直到你开始得到稳定的排名。标题标签从最大到最小的分别是 H1 到 H6。你也能在正文使用 CSS，想像一下您的这些标题就像一份报纸中的一个标题。我通常用相近的关键词短语做成正文的副标题。正文的其它部分通常以销售转换的思维写而且对于搜索引擎优化不予以太多的提醒。自然的写入将会使您在文本各处自然的使用您的关键词。seo168 建议在每页上使用一个的 H1 标签。也可以试着使用许多 H2 或 H3 的标签在页面内辅助构成正文内容。

把页分成小组

H1(由主要关键词组成) 在每页唯一使用的一个 H1 标签。

H2(相似的分题重复主要关键词短语)段落

H2(另外的一个次要主题用一些相似或重叠的变种关键词))段落

H2(有时一些分表题没有关键词，但是大多数也做成 H2 的标题)段落

通常副标题将会把重心集中在一个些较长的关键词短语，特别要超过主标题，但是也将会包含一些与主标题相同的字组。另外描写的副标题也要改进你的网站的浏览效率和可用性。

建议每页使用一个 H1 标签，用其他的字组文本辅助关键词构成那标题标签中的信息。

关键词的提取

大部分的网站以 html 格式存在，对于索引来说的吗，只须要处理文本信息。因此需要把网页中内容提取出来，再过滤一些脚本如 JS 等以广告形式存在的内容，同时记录文本的版面格式信息，网页处理主要包括 4 个方面：关键词的提取，重复，转载的消除，链接分析，和网页重要度计算，关键词是怎么提取的，由于 HTML 网页来源多样性，内容比较随意，新人 SEO 且不讲究规范，工整，包含了许多无关的信息，如广告，导航，版权说明，为了能查询到有用的内容，得从网页源文件中提取出有代表性的内部部分所包含的关键词，中文网页用到了词典和切词软件，不应该在文本中出现在等词，称为停用词，有效词语要保证在 200 左右

常见的 SEO 术语

目录 (Directory)

目录是由人为编辑的搜索结果。大多数目录依靠的是人为提交而不是爬行器 (spider)。

竞价 (bid) 为每个搜索引擎引荐向搜索引擎支付发费用，用以保证在付费搜索结果中的排名。其最简单的形式，付费搜索结果显示出价最高一方的网页链接在结果列表的顶端，并且竞标方每次在访客点击竞标方的链接时付钱给搜索引擎。

关键字、关键词和关键短语 (Keyword、keyterm 和 keyphrase)

关键字、关键词和关键短语是 Web 站点在搜索引擎结果页面 (也称为 SERP) 上排序所依据的词。根据站点受众的不同,您可以选择一个单词、多个单词的组合或整个短语。为简化起见,本文将使用关键词 这个术语表示所有这三种类型。

关键词密度 (keyworddensity) 也被称为搜索项密度 (termdensity),是关于特定搜索请求的项在网页上所有项中的比率。例如,如果你想要的 200 个词的网页就是关键词“失眠症”被找到,而你的网页上这个词出现了 12 次,你网页上这个词的关键词密度是 6% (12/200)。搜索引擎通常认为有 6~7%关键词密度的网页是很高质量的网页。

链接场 (Link farm)

在 SEO 术语中,链接场是指一个充满链接的页面,这些链接其实没有实际作用,它们只作为链接存在,而没有任何实际的上下文。那些采用运用黑帽 SEO 方法的人利用链接场,在一个页面中增加大量链接,希望能通过这种方式使 Google 误认为这个页面很有链接的价值。

交互链接 (reciprocal link) 也称作双向链接,是对一个网页不光有超文本链接,同时对应有和原始网页的链接。

有机列表 (Organic listing)

有机列表是 SERP 中的免费列表。有机列表的 SEO 通常涉及改进 Web 站点的实际内容,这往往是在页面或基础架构级别进行的。

PageRank

PageRank 是迷恋 Google 的人们用来测试其站点在 Google 中的排名的一种度量标准。SEO 和搜索引擎营销 (SEM) 专家也使用这个术语描述网页在 SERP 中的排名以及 Google 根据排名算法给予站点的分数。无论如何定义,PageRank 都是 SEO 的重要部分。

付费列表 (Paid listing)

顾名思义，付费列表就是只有在付费后才能列入搜索引擎的服务。根据搜索引擎的不同，付费列表可能意味着：为包含于索引之中、每次点击 (PPC)、赞助商链接 (sponsored link) 或者在搜索目标关键词和短语时让站点出现在 SERP 中的其他方式而付费。

永久重定向 (permanentreirect) 也被称为 301 重定向，是一条对网站浏览器的指令来显示浏览器被要求显示的不同的 URL，当一个网页经历过其 URL 的最后一次变化以后时使用。一个永久定向是一种服务器端的重定向，能够被搜索引擎蜘蛛适当地处理。

排名 (Ranking)

排名是页面在目标关键词的 SERP 中列出的位置。SEO 的目标是提高 Web 页面针对目标关键词的排名。

排名算法 (Ranking algorithm)

排名算法是搜索引擎用来对其索引中的列表进行评估和排名的规则。排名算法决定哪些结果是与特定查询相关的。

搜索引擎营销 (Search engine marketing, SEM)

SEM 这个术语可以与 SEO 互换使用，但 SEM 常常是指通过付费和广告向搜索引擎推销 Web 站点，同时应用 SEO 技术。

搜索引擎优化 (Search engine optimization, SEO)

SEO 就是根据对搜索引擎的吸引力和可见性来优化内容，从而使 Web 页面能够被搜索引擎选中。SEO 主要用来提高有机列表的排名。我使用 SEO 这个术语描述我推荐的技术，但是其中许多技术也可以归入 SEM 的范畴。

搜索引擎结果页面 (Search engine results page, SERP)

SERP 是为特定搜索显示的列表或结果。SERP 有时候定义为搜索引擎结果的安排 (placement)。根据本系列的目的，我将其称为页面而不是安排。在 SEO 领域中，在 SERP 中取得良好的表现就是一切。

垃圾技术 (Spamming)

垃圾技术是一种欺诈性的 SEO 手段，它尝试欺骗爬行器 (spider)，并利用排名算法中的漏洞来影响针对目标关键词的排名。垃圾技术可以表现为多种形式，但是“垃圾技术”最简单的定义是 Web 站点用来伪装自己并影响排名的任何技术。根据是否采用垃圾技术，SEO 方法可分为两大类：

黑帽 SEO (Black hat SEO)：用垃圾技术欺骗搜索引擎。黑帽 SEO 以伪装、欺诈和窃取的方式骗取在 SERP 中的高排名。

白帽 SEO (WhitehatSEO)：以正当方式优化站点，使它更好地为用户服务并吸引爬行器的注意。在白帽 SEO 中，能够带来好的用户体验的任何东西也都被视为对 SEO 有益。

隐藏文本 (hiddentext) 一种作弊技术，通过这种技术，网页上的文字被设计来被蜘蛛程序而不是人看到。文本可以通过用极小的的字号显示而不被看到，或者使用和背景颜色一样的颜色，或者将关键词被图形或者其他网页元素覆盖等。作弊者在网页上堆积关键词来得到高的搜索排名。

爬行器 (Spider)

爬行器在 Web 上漫游，寻找要添加进搜索引擎索引中的列表。爬行器有时也称为 Web 爬行榜 (Webcrawler) 或机器人。针对有机列表优化页面也就是为了吸引爬行器的注意。

沙盒效应 (sandbox effect) 搜索营销专家所使用的非正式名字，用来描述 Google 和其他搜索引擎处理新站点的方法。它们会对那些链接流行度迅速攀升的网站进行冷处理。网页可以展现它要的内容，但会被放在“沙箱”里面，而对任何搜索请求都

不会得到最高排名。如果其后来的流行度经过一段时间还保持不变，或者逐渐上升，那么搜索引擎就开始取消冷处理并且给链接流行度更高的权重，使得搜索排名上升。

单页优化 (Simple Page SEO)

单页优化-----针对有且只有一个网页形式的网站进行优化，以获取高排名以及高流量！

这个概念最早提出是丘士达的一篇关于单页优化获取高流量的文章！但是，现在越来越多的以内容为王的 SEO 论点让这个单页优化显得有点虚假！很多初学 seo 的人都不再相信一个没有内容的单纯的网页能达到所谓的 SEO 效果----获取高流量，获得靠前的排名！不否认上面的理论的权威性以及真实性！

单页优化，顾名思义，一个页子，一个网站有且仅有一个网页！

Only a page in a website, and this page help you making money by AD easily!

11、SEO 方案：增加网站反向链接的若干技巧

1、归类总结策略

如今互联网上的资源浩如烟海，你可以按照某种分类或者归类，然后直接列出一个清单，表明相关数据等等，这样的文章很容易组织，也容易被作为权威数据而被大量引用。

例如：“中国 10 大公认知名导航网”，你可以建立一个知名导航网列表，然后列出导航网列表顺序；“豆腐制作方法大全”，详细的列出常用的制作豆腐的方法；“生活中应该注意的×××的 10 细节”。

从表面上看，你只做出来的列表很简单，但是却是非常实用的，这样就会成为权威文件而被大量引用，引用者就会链接向这样的文章，以此作为自己文章的佐证。

2、增加文章内容的权威性

要想把自己的数据作为权威的数据来参考，你就必须把自己的数据弄得更加权威，内容通俗易懂，深入浅出，便于人们理解和掌握，这样有利于更多的人为你传播。

尽量减少语法或拼写错误，结构合理，措辞严谨，因为权威的数据中出现不应有的错误，是权威性大打折扣。

为站点添加“隐私政策”、“关于我们”、“联系方式”、“律师顾问”等等会是网站变得更加可信，因为在人们的心中，公司的信誉要高于个人。

3、巧妙利用新闻站点和 RSS 聚合

撰写高质量的文章，然后在对应的艾瑞、顶峰网(dingfengnet.com)、Donews 等对应的行业新闻网站发布。这些权重高的网站排名高、人气旺，浏览量非常大，能在这里发表文章除了能增加网站的反向链接，还会给你带来意想不到的流量。

例如：你要是研究 SEO 方面的文章，就要向 SEO 方面的网站和论坛上发表

发表动态性的文章你可以提交新闻门户网站，然后提供稿件的来源。

为了推广的需要，可以同其他站点交换文章，相互发表，增加文章的出现率和点击率。

利用互联网上的 RSS 聚合，把文章发送到 RSS 网站上，便于人们阅读和收藏。

4、利用网址站、目录站和社会化书签

根据自己网站的情况，把自己的网站提交到网站开放目录或者其他免费目录中，在中国的目录站主要有 HAO123、万能导航网、百度网址大全、谷歌网址大全等等。这些目录站的人气非常旺，如果能被这些网站收录，不仅仅带来的是流量，更重要的为你的网站带去源源不断的网络蜘蛛，这对网站被搜索引擎收录、网站关键词的排名都是非常有效的。

把自己的精品文章添加到百度搜藏、雅虎搜藏、Google 书签、QQ 书签等社会化书签。

让用户通过 Google 阅读器、RSS 等订阅你的文章，不断扩大网站的影响力及其知名度。

5、合作伙伴、链接交换

充分利用合作伙伴或者商业伙伴之间的关系，尽可能的让对方为自己的网站添加一个链接或者互换一个链接（当然要互换权重高的）。

管理好自己的友情链接，想尽办法，尽可能的从权重高的网站上获得连接的支持。

利用某些网站提供交换链接的地方，留下自己的网站链接。

有条件的可以提供开源程序或者模版等方式，让采用者留有链接。也可以给内容管理系统 CMS 或 Blog 系统等开源网站系统提供免费精美模板，并在模板中添加“由×××设计”；为开源网站程序开发插件，并留有作者链接；开发有用的工具，发表并留有下载地址等等

6、利用互动平台，巧妙的留下链接

积极参与问答平台如百度知道、雅虎知识、问问等等，在这些问答中不仅仅能为需要者提供解决问题的方案，同时也留下了该站点的链接。

参与相关论坛如安全杀毒论坛等。可以为站点添加链接。

参与社会化 wiki 平台如百度百科，维基百科等的编辑。

Googlepage 建立专业网页并建立指向。

利用一些交易平台或者交换平台，巧妙的留下自己的链接。

7、撰写评论及答疑方面的文章

利用博客的评论功能，巧妙的留有自己的名称和链接。

对名人或者某个有影响的事件撰写评论文章，起到推波助澜的作用，逐步扩大事件的站点的影响力。

对于特定情况下出现的问题或者疑问，撰写文章，留下自己的链接。

可以对你购买的产品或者广告留下评语，也可以撰写一些推荐信，推荐自己的观点和思维方法等等。

8、利用社会关系在特定场合和人物，借机炒作。

利用社会关系，积极发现在特定场合或者有吸引眼球的地方等等，拍摄名人炒作的照片或者某记录下某句话，然后署上精彩点评或者解说，进行抛砖引玉，当然也可以做成访谈之类的文章，便于快速的传播。（摘录）

SEO 菜鸟

需要掌握的基本 SEO 技巧如下：

导航

请确保你的网站导航都是以 html 的形式链接。所有页面之间应该有广泛的互联，如果无法实现这一点，可以考虑建立一个网站地图。

首页

网站的首页（home 或 index 页等）应该采用文本的形式，而不是 flash 等。这个文本里面要包含你的目标关键字或目标短语。

标签

<title>这是标题标签，这里面应当包含你最重要的目标关键词。