

## 最强的网站推广 24 种方案

### 01、千言万语第一句话：先把网站的内容做好！

——不过，这里千万要强调一点：不要迷信“原创”，切忌不顾一切原创内容，我们要做的是把内容整合好，就像一个好厨师用好手艺做好菜，而不是自己去喂猪。我们要做的就是内容整合，形成具有足够吸引力的鲜明主题。事实上，这就足够了！

### 02、网站标题栏（Title）的内容优化：

——先写好一个简要地介绍，不超过 30 字，然后将其改编，尽可能合理的导入与网站所在行业相关的关键词，换句话说，要写成“搜索引擎版”的网站介绍。

### 03、网站内容页的标题添加：

——网站内容页，特别是其中比较重要的频道、栏目首页，应添加像网站首页一样的标题，添加原则与网站首页标题类似，如某个频道将发展成为具有独立域名子站的话，则此步骤更为重要。

### 04、添加并优化网站首页标签（META）：

——在网站首页的代码中，嵌入描述性的文字，概括网站的特征和优势，同样，也要采用搜索引擎的语言特征，这对优化搜索引擎扫描结果有很好的作用。同样的，网站比较重要的频道、栏目首页也应采取同样的操作步骤。其他涉及到对搜索引擎扫描结果的优化，诸如增加粗体文字标题（不要用图片来代替）、栏目设置便于搜索引擎扫描、增加内容分页等等，也可适当做一些，但要注意，切不可试图通过所谓的“搜索引擎优化（seo）”去“欺骗”搜索引擎，那将遭到及其严厉的惩罚！“手机之家”就是一个典型的反面例子。

### 05、登陆各大搜索引擎：

——登陆搜索引擎，可以说是网站对外发布的标志，目前在国内运营的各大搜索引擎，包括 Google、百度、北大天网、一搜、中搜、搜狗、3721、MSN 等等，要一个不落，如果搜索引擎不接受，那就一天三遍、天天提交，直到被接受为止。且由于搜索引擎收录新网站有一定的工作周期，一般为 1 周至 2 月不等，故而此项工作要早动手越好。这里要特别强调一点，不要使用那些所谓的自动添加工具。

### 06、登陆网站目录系统：

——这一步的重要性不亚于搜索引擎登陆，特别是在处于互联网高速发展期的中国，大量新网民涌现，网络应用程度偏低，很多人根本无法区分搜索引擎和网站目录系统二者的区别，很多人更愿意使用网站目录系统，毕竟目录系统能够更直截了当的帮助网络化进程偏低的网民找到目标网站。

——网站目录系统在国内主要有两大类：其一为网址类网站；其二为各大门户网站搜索频道下面的网站名录栏目，二者都要争取登陆，不可偏废。

### 07、建立网站所在行业的专业网站目录系统：

——如果条件允许，这一步操作时非常重要的，对于抬升网站在其所在行业的地位作用非常大，而且，会成为我们和同行网站互换链接、用户资源共享的主要平台，一般是先添加一些本行业的龙头站点、知名站点，然后吸引其他站点参加，以互换链接作为收录条件。

### 08、添加友情链接：

——这里的友情链接专指网站所在行业以外的、与网站内容没有直接关系的网站，这样的链接互换可以互相过滤用户，值得考虑，但要注意，切不可将其余重要的合作伙伴混列在网站上，应区别对待，必要时可采用下拉菜单、分页面等形式。

#### 09、开设行业新闻频道：

——很多行业站点对此不屑一顾，这不是很理想的做法。开设行业新闻频道并以很低的人力资源成本实现每日更新，不仅有助于改善、提高网站的搜索引擎结果体现，且对吸引行业用户、增强网站的粘性有很大的帮助。关键是严格控制内容及其更新的成本，尽量利用门户网站的新闻频道来转载。

#### 10、软文推广：

——网站开通前后，应竭尽心智，写几篇关于本行业的主体特征、发展前景的论文级文章，附上自己的署名、网站网址、联系办法等，并设法使之广为传播，在过去的几年里，出现了很多标题为“XX 十大误区”之类的软文，这不失为一个很好的形式。

#### 11、开通网站论坛：

——一个没有论坛的行业站点几乎是不可想象的，其推广的效率之低很快就会让决策者苦不堪言。我们要开设论坛，划分好栏目，增加网站的粘性，打造用户间的交流平台。可以到同行业的论坛上寻找那些具有一定号召力的高级会员，可以让他们来充当斑竹。

#### 12、群发邮件：

——利用邮件推广，这是网站推广中不可缺少的主要手段之一，但具体操作有很多讲究，切不可盲目狂发，一旦被邮件服务器封锁网址，则非常被动。同时也要清楚，这一手段具有很大的负面作用，只能适可而止，切不可一切推广依赖邮件，那和自杀没有多少区别。这里要引起重视的就是邮件组发送。

#### 13、同业扩张：

——到别人的论坛上发帖子，但要适可而止，不可四面树敌，最好是以用户身份，在签名中使用本站信息，除了自己发帖以外，见谁发帖都上去顶，呵呵。

#### 14、利用网摘系统推广：

——网摘系统初步成型于 2004 年 9 月，在 2005 年春节后流行开来，网摘系统实际上是一个开放的动态网页收藏夹，目前比较受欢迎的有新浪 VIVI、天天网摘、。我们对此的主要利用有两方面：其一是把自己的内容页尽可能多的提交到开放的网摘系统中，必要时利用网摘系统的自动提交软件；其二是建立自己的行业网摘系统，拿出一部分资源来建立网摘体系。

#### 15、利用个人即时通讯工具：

——找到 QQ、旺旺、泡泡、MSN 等的群发工具，狂发信息，不要怕被人骂，俗话说得好不成人则成鬼！

#### 16、利用论坛灌水机推广：

——要敢于在非本行业网站论坛中，大肆灌水，一般可利用各种免费或收费的灌水机软件，大肆发帖，多多益善。但要注意，对本行业内的网站及其论坛，操作要慎重。

#### 17、群发供求信息：

——供求信息栏目曾经风行一时，很多地方信息港、行业门户网站等都开设了这一频道或栏目，甚至一度被视为此类网站的标志性内容，现在虽已萎缩，但仍可形成很多宣传点。利用这些资源进行宣传，一般采用两种办法：一则是通过搜索引擎检索，多找一些这样的网站；另一种办法则是寻找免费或破解的群发软件，多找几个不同版本。

#### 18、QQ 收藏夹插件：

——这是目前比较少见的一种做法，QQ 开通了个人网页收藏夹，有个别网站已经开始利用这个，在首页上做一个插件，当用户打开首页时，自动弹出对话框，请用户选择、添加。

#### 19、利用软件站推广：

——这个办法有人用过，但很少被写入网络推广的介绍材料里面，可能是大家觉得它太不入流了。其实不然，选取自己网站上的部分内容，做成电子书，应时当令的投放在软件下载网站上，短时间内可收到很好的效果。而且这些电子书是可以张贴到其他网站上的。

#### 20、利用 BT、reallink 等进行宣传：

——做些电影 bt 种子，附上网址，上传到各大电影站点；reallink 是目前一个总数约 50 万注册会员，在线人数 1 万余人的 PtoP 软件平台，相比 QQ 来说，更侧重于个人用户间的文件交流，允许用户通过支付电子货币的形式发布广告，可以利用。

#### 21、图片素材：

——收集一些大家喜欢的热门体彩图片，比如宠物、搞笑、QQ 表情等，把网站网址做成图片的水印，收集几千张，分成几十个专题，到各个地方去贴图或上传，越多越好。不过，那些靠出丑出名的网络垃圾一定要回避，比如芙蓉姐姐之类的烂玩意，碰都不要碰。

#### 22、广告链宣传：

——这个办法在网站创办初期，对于拉动网站的基础流量很有帮助，但要根据网站的内容特点精心选择，防止出现因链中其他网站有违规内容，而伤及自身品牌的现象。

#### 23、行业横向联营活动：

——这一招需要做长期准备：发起、组织同行业网站的网友评选活动，为提高效果，可考虑拉大旗作虎皮，但为降低成本，不要考虑媒体参加，特别是在网站创办初期，要慎用或不用媒体资源，过早引起媒体关注，不是好事。另外，尽量不要搞排行榜。

#### 24、组织同业网盟：

——当所处行业竞争不是很激烈的时候，或者架构已经比较明朗时，可运用这一手段，组织网络同盟，但此事往往会引起竞争对手的关注，故应慎重。应当着重选择那些虽然和我们同处一个行业，但没有主营业务冲突的网站。

#### 25、建立网站用户 QQ 群

——怎样留住网站用户，怎样发展网站用户，人气很重要！建立相关的 QQ 群有利于口碑推广于宣传！让你的用户都免费为你推广吧！这一点相关案例可以参考此页面：(责编 admin01)

## 网站推广策略概述

作者： 出处：www.smartweb.cn 2006年11月24日

所谓网站推广，目的在于让尽可能多的潜在用户了解并访问网站，通过网站获得有关产品和服务等信息，为最终形成购买决策提供支持。一般来说，除了大型网站，如提供各种网络信息和服务的门户网站、搜索引擎、免费邮箱服务商等网站之外，一般的企业网站和其他中小型网站的访问量通常都不高，有些企业网站虽然经过精心策划设计，但在发布几年之后，访问量仍然非常小，每天可能才区区数人，这样的网站自然很难发挥其作用，因此网站推广被认为是网络营销的主要任务之一，是网络营销工作的基础，尤其对于中小型企业网站，用户了解企业的渠道比较少，网站推广的效果在很大程度上也就决定了网络营销的最终效果。

网站推广需要借助于一定的网络工具和资源，常用的网站推广工具和资源包括搜索引擎、分类目录、电子邮件、网站链接、在线黄页和分类广告、电子书、免费软件、网络广告媒体、传统推广渠道等。所有的网站推广方法实际上都是对某种网站推广手段和工具的合理利用，因此制定和实施有效的网站推广方法的基础是对各种网站推广工具和资源的充分认识和合理应用。考虑到《120种网站推广实用方法》连载文章的读者主要为具有一定网络营销实践经验的人员，对一般的互联网基础知识已经有了一定的了解，因此在网上营销新观察（系列连载文章的第一篇，仅对于网站推广策略的基本类别等内容给予简要的叙述，在接下来的文章中将继续介绍具体的网站推广方法。

尽管基本的网站推广工具只有有限的几种，但由于每种工具在不同的应用环境中都会有多种具体表现形式，因此建立在这些工具基础上的网站推广方法相当繁多，这无形中大大增加了用户了解网站的渠道，也为网站推广提供了更多的机会。以用户之间的口碑传播为例，就有很多种有效的网站推广方法，每种方法都有成功的案例，并且这些方法具有可复制性和可移植性，如免费电子邮箱服务商通常在电子邮件内容尾部附上免费邮箱的推广语言，这样当用户收到来自该邮箱的邮件时就会对其服务有所了解，从而达到了推广的目的，这也就是典型的“病毒性营销”的范例，hotmail.com率先使用了这种口碑传播推广方法之后，很快在全世界得以流行，被众多同类网站所效仿，并且都取得了不同程度的效果。同时，这种病毒性营销又有各种形态的演变，如利用电子书作为病毒性营销工具、利用FLASH、视频信息、贺卡、免费软件等多种形式的推广方法，这些方法表面看起来可能相差很大，但基本原理都是一样的，也就是利用用户之间的传播，网站所要做的只是策划好这种推广方案，并为信息的有效传播提供基本条件，如稳定的服务器、有吸引力的服务内容等。

根据用户了解网站的途径和方式，可以相应地将网站推广手段做如下的分类：

第一，按照用户所获取网站信息的来源，可分为网上途径和网下途径，因此网站推广手段相应地也有网上推广和网下推广两种基本类型。网上获取信息的途径也就是本系列文章将主要介绍的网站推广渠道，但这些并不是用户获取有关信息的惟一渠道，事实上，网络营销并不拒绝网下的营销方法，两者并不矛盾，可以互相配合发挥各自的优势，从而获得更好的网站推广效果。在网络营销方法中，一般很少去考虑网下的营销手段，不过在网站推广方面，利用网下的手段有时是很有必要的，因为一些网站在刚发布时利用网上推广手段并不一定很快达到推广的目的，因此往往需要网上网下相结合来进行。

我们通常会看到一些大型网站以路牌广告和电视广告等方式进行宣传，这是很好的宣传途径，但对于大多数中小企业网站来说，由于缺乏资金实力，一般是难以模仿的，因此这样往往造成一种错觉，好像只有大型网站才能利用传统渠道宣传，实际上，传统的方法也很多，并不一定都要投入大量的费用，有时只是在市场活动中顺便的宣传，关键是从策略的层面将网站推广与市场营销结合起来，例如在产品包装物、宣传资料、平面广告、企业新闻、企业市场人员的名片等只要可以用来印刷网址的地方，都不失时机地留下网站推广信息，这样在不知不觉中就发挥了网站推广的作用。

第二，按照用户获取网站信息的主动性和被动性，可将获取信息的渠道分为主动渠道和被动渠道，网站推广手段也有主动和被动之分。用户的主动获取信息就意味着网站以被动的方式来推广，例如我们通过电子邮件的方式向潜在用户推广新的网站是主动推广，而用户则是被动地接收信息；当用户通过搜索引擎发现并进入一个网站时，是用户主动获取信息，而网站则是被动的推广。但这里讲的被动并不是消极地等待用户的了解（本质上不同于几年前一些企业建好网站之后从不对外宣传，因而用户根本无法了解其网址的被动状况），实际上是为用户了解网站信息提供尽可能方便的条件，因而从用户的角度来看，用户是主动的，而网站方面是被动的等待用户的了解。同样，用户通常也并不总是真的只能被动接受信息，仍以用户电子邮件推广为例，正规的Email营销是首先经过用户许可的，也就是说用户接收的信息是用户自己定制的（如自愿选择加入的邮件列表），但什么时间发送这些信息，以及发送什么信息仍然是有企业决定的。电子商务时代通常被认为是用户制定营销规则的时代，因此，用户掌握了更多的主动权，但是用户的主动权并不完全取决于自己，因为他所获取的信息必定是企业事先已经设计好的，而信息的多少，以及对用户是否有价值，主动权仍然掌握在信息提供方——企业的手里。如何掌握这种主动和被动的关系，也就是对于交互性实质的认识问题，关于网络营销交互性实质的详细介绍，请参考本文作者的《网络营销基础与实践》第2版(<http://www.wm23.com>)一书，这里不再做深入介绍。

第三，根据用户了解网站信息所利用的具体手段，可以罗列出许多方式，如搜索引擎、分类目录、分类排行榜、网站链接、电子邮件、即时信息、网络实名、通用网址、论坛、黄页、电子商务平台、网络广告、电子书、免费软件、网址大全书籍、报刊网站推荐等等，每一种方式均可作为一种网站推广的手段。由于这种分类方式难以穷举所有的网站推广方法，因此通常将这些方法穿插在其他网站推广类别中。

第四，根据网站所处的阶段，可以分为网站发布前的推广策略，网站发布初期的推广策略、网站发展期和稳定期的推广策略等，每个阶段所采用的网站推广方法存在一定的差别，同样的网站推广手段在不同时期的应用也有所不同。从网站运营者的角度来考

虑，根据网站的不同发展阶段来设计网站推广策略更有意义，因此在后面的文章中，如果某种网站推广方法并非适用于各个阶段，则会顺便说明其阶段适应性。由于计划出版书籍的内容仍在写作和完善中，因此在网上营销新观察网站连载的系列文章内容无法保证系统性和循序渐进，只能本着最新、最实用的原则，尽可能优先介绍当前最流行、有价值的网站推广方法。

## 网站推广策略——关联网站的作用

作者： 出处：www.smartweb.cn 2006年10月08日

所谓关联网站，通常是指同一个机构所拥有或控制的各个独立的网站（包括二级域名的网站），但这些网站之间具有互相推广的关联关系。关联网站推广是很多互联网公司（或者以互联网为主要营销手段的企业）秘而不宣的成功“秘诀”，当然也有一些网站过分依赖关联网站推广，甚至采用搜索引擎定义为作弊手段的关联链接，结果可能受到搜索引擎的惩罚（网站被清理出搜索引擎索引库），有些网站则仅仅出于提高流量（而不是有效的用户访问量）的目的，让关联网站成为互相提高网站流量排名的工具。

作为一般的企业网站（包括以在线产品销售为导向的网络企业），网站推广的是为了获得有效访问量而不仅仅是网站流量统计中的数据，也就是用户通过网站获取信息和服务，并最终形成购买。从网络营销的实际效果来看，并非所有的流量都有价值，通过不正当途径获得的网站流量，如关联网站的弹出广告、从不相关的网页获得的自动重新定向等等，由于这些手段常被那些以追求网站访问量为目标（因而可以通过其他途径获得收益，如投资人的投资、网络广告等），因此关联网站推广策略也常被人误解。网上营销新观察的观点是，关联网站推广策略的基本思想是值得借鉴的，只要在实际应用中合理利用关联网站之间的关系，不要使之成为虚假网站流量的工具。

### 关联网站的作用

从理论上说，一个公司建设一个网站已经足以进行产品宣传甚至直接在线销售，为什么有些公司要利用关联网站策略呢？关联网站推广的方法其实在现实中也很常见，简单来说，就是增加用户的“可见性”。比如，我们去电脑配件市场买东西，经常会遇到多个柜台实际上属于同一个老板的情形，比如要买一个内存条，可能在同一市场中多个出售内存条专柜的产品都差不多，价格也基本一样，如果仔细观察会发现这些柜台根本就是属于一家所有。如果说增加柜台的数量有利于被更多用户发现并达到增加销售的目的，是现实商场中不得不采取的手段，那么在互联网上，只要有一个网站，即可被很多用户同时访问，为什么还建立关联网站呢？

关联网站的作用，大致可以从三个方面说明：

第一，增加在搜索引擎检索结果中被用户发现的机会。因为在同一个行业，一般来说一个网站在搜索结果中只占有一个或者少数几个检索结果位置，增加网站数量有利于占据更多搜索结果，这样在为自己推广的同时，也挤占了竞争对手的推广机会。

第二，便于单个产品的重点推广。同一个公司可能有多个主打产品，这些产品之间的关联性较弱，或者将各个产品放在同一网站上不容易突出重点时，采用各个独立网站便于对每一个产品进行针对性的推广，尤其适合利用搜索引擎策略进行推广。

第三，关联网站之间的链接优势。我们知道以 google 为代表的第二代搜索引擎将网站的链入数量作为评价网站质量高低的一个重要指标（从而影响其在搜索结果中的排名），并不是每个网站都可以获得其他网站的链接，自己拥有或控制多个网站，为获得链接优势提供了资源，多个网站之间互相链接，提高了每个网站的链接数量，因此在搜索结果排名中具有一定优势。只是这种关联链接要有一定的度，否则会被视为搜索引擎垃圾而受到惩罚。

上述关联网站的三种作用，其实质上仍然可以视为搜索引擎推广策略的一种具体应用，因此在实施过程中应遵照搜索引擎营销的一般规律和原则。

## 建立和推广网络品牌的七种主要途径（1）

尽管涉及到网络品牌的文章和新闻报道不少，但是对网络品牌系统研究的文章则并不多见，在网上可以检索到的内容主要是关于网络品牌保护方面的新闻，而很少对网络品牌建设与推广的研究。我最近在整理网上营销新观察网站的文章主题分类阅读目

录时也发现，我自己在这方面所写的文章也只有寥寥几篇，因此觉得在网络品牌方面很有必要多做一些研究。在《网络营销基础与实践》（第2版）有关网络营销实践与管理的内容中，用了一节的篇幅介绍网络品牌，其中涉及到网络品牌建立和推广的途径，本文以书中的内容为基础进行改写而成。

网络品牌通常并不是独立存在的，与多种网络营销方法都有助于网站推广的效果一样，网络品牌往往也是多种网络营销活动所带来的综合结果，网络品牌建立和推广的过程，同时也是网站推广、产品推广、销售促进的过程，所以有时很难说哪种方法是专门用来推广网络品牌的，在实际工作中，许多网络营销策略通常是为了网络营销的综合效果而不仅仅是网络品牌的提升。因此，本文所采用的基本方法是，从各种主要的网络营销方法入手，从中发现其对网络品牌的特殊作用，由此归纳出建立和推广网络品牌的七种主要途径。

### （1）企业网站中的网络品牌建设

企业网站建设是网络营销的基础，也是网络品牌建设和推广的基础，在企业网站中有许多可以展示和传播品牌的机会，如网站上的企业标识、网页上的内部网络广告、网站上的公司介绍和企业新闻等有关内容。

企业网站所必不可少的要素之一——域名与网络品牌之间也存在密切的关系。由于英文（或汉语拼音）域名与中文品牌之间并非一一对应的关系，使得域名并不一定能完全反映出网络品牌。这是中文网络品牌的特点。一个中文品牌可能并非只对应一个域名，如康佳集团，中文商标为“康佳”，其英文商标为“KONKA”，那么康佳的汉语拼音所对应的域名也将对康佳的网络品牌有一定影响，但汉语拼音“kangjia”所对应的中文并不是惟一的，除了康佳之外，还有“康家”等也有一定意义的词汇。这也为网络品牌推广带来一定的麻烦，同时也出现了域名保护问题。尽管从用户网站访问的角度来看，一个域名就够了，但实际上，由于域名有不同的后缀（如.com、.net、.cn、.biz等），以及品牌谐音的问题，为了不至于造成混乱，对于一些相关的域名采取保护性注册是有必要的，尤其是知名企业。但对于过多的保护性注册，也增加了企业的支出，这些网络品牌资产虽然也有其存在的价值，但却无法转化为收益。

### （2）电子邮件中的网络品牌建设和传播

作为市场工作的需要，每天都可能会发送大量的电子邮件，其中有一对一的顾客服务邮件，也会有一对多的产品推广或顾客关系信息，通过电子邮件向用户传递信息，也就成为传递网络品牌的一种手段。

电子邮件的组成要素包括：发件人、收件人、邮件主题、邮件正文内容、签名档等。在这些要素中，发件人信息、邮件主题、签名档等都与品牌信息传递直接相关，但往往是容易被忽略的内容。正如传统信函在打开之前首先会看一下发信人信息一样，电子邮件中的发件人信息同样有其重要性。如果仅仅是个人ID（如名字缩写）而没有显示企业邮箱信息的话，将会降低收件人的信任程度，如果发件人使用的是免费邮箱，那么很可能让收件人在阅读之前随手删除，可见使用免费邮箱对于企业品牌形象有很大的伤害，正规企业，尤其是有一定品牌知名度的企业在此类看似比较小的问题上不能掉以轻心。

下面是在电子邮件信息中传播网络品牌信息值得重视的一些要点：·设计一个含有公司品牌标志的电子邮件模板（其作用就像邮政信函中使用的有公司品牌标志的公文纸和信封一样），这个模板还可以根据不同的部门，或者不同的接收人群体的特征进行针对性的设计，也可以为专项推广活动进行专门设计；

- 电子邮件要素完整，并且体现出企业品牌信息；
  - 为电子邮件设计合理的签名档；
  - 商务活动中使用企业电子邮箱而不是免费邮箱或者个人邮箱；
  - 企业对外联络电子邮件格式要统一；
- 在电子刊物和会员通讯中，应在邮件内容的重要位置出现公司品牌标识。

当然，利用电子邮件传递营销信息时，邮件内容是最基本的，如果离开了这个基础，无论再完美的模板和签名也发挥不了应有的作用。因此，品牌信息的传播是产品促销/顾客服务/顾客关系等网络营销信息的附属内容，是只有在保证核心内容的基础上才能获得的额外效果。

### （3）网络广告中的网络品牌推广

网络广告的作用主要表现在两个方面：品牌推广和产品促销。相对于其他网络品牌推广方法，网络广告在网络品牌推广方面具有针对性和灵活性的特点，可以根据营销策略需要设计和投放相应的网络广告，如根据不同节日设计相关的形象广告，并采用多种表现形式投放于不同的网络媒体。利用网络广告开展品牌推广可以是长期的计划，也可以是短期的推广，如针对新年、情人节、企业年庆等特殊节日的品牌广告。

## 建立和推广网络品牌的七种主要途径（2）

本文是“建立和推广网络品牌的七种主要途径”的第二部分，包括四个方面：搜索引擎营销中的网络品牌推广、病毒性营销中的网络品牌推广、电子刊物和会员通讯、网络营销导向的网络社区。

### （4）搜索引擎营销中的网络品牌推广

搜索引擎是用户发现新网站的主要方式之一，用户通过某个关键词检索的结果中看到的信息，是一个企业/网站网络品牌的第一印象，这一印象的好坏则决定了这一品牌是否有机会进一步被认知。可见，网站被搜索引擎收录并且在搜索结果中排名靠前，是利用搜索引擎营销手段推广网络品牌的基础。这也说明，搜索引擎的品牌营销是基于企业网站的营销方法。

搜索引擎营销中的品牌推广是搜索引擎营销的层次中的第二和第三个目标层次，即在主要搜索引擎中获得好的排名并且提高用户对检索结果的点击率。在网络品牌的层次中，则属于第二层次——网络品牌的信息传递。搜索引擎营销的层次和网络品牌的层次两者研究的问题侧重点不同，因而表现形式有一定的差异，但两者实质是一样的。搜索引擎营销研究的是信息传递的一般过程中的用户行为，而搜索引擎营销中的网络品牌则仅考虑搜索引擎检索与网络品牌之间的关系。

利用搜索引擎进行网络品牌推广的主要方式包括在主要搜索引擎中登录网站、搜索引擎优化、关键词广告等常见的搜索引擎营销方式。这种品牌推广手段通常并不需要专门进行，而在制定网站推广、产品推广的搜索引擎策略的同时，考虑到网络品牌推广的需求特点，采用“打便车”的方式即可达到目的。这对搜索引擎营销提出了更高的要求，同时也提高了搜索引擎营销的综合效果。

### （5）用病毒性营销方法推广网络品牌

病毒性营销对于网络品牌推广同样有效。例如，Flash 幽默小品是很多上网的用户喜欢的内容之一，一则优秀的作品往往会在很多同事和网友中相互传播，在这种传播过程中，浏览者不仅欣赏了画面中的内容，同时也会注意到该作品所在网站的信息和创作者的个人信息，这样就达到了品牌传播的目的。除此之外，常见的病毒性营销的信息载体还有免费电子邮箱、电子书、节日电子贺卡、在线优惠券、免费软件、在线聊天工具等。

### （6）提供电子刊物和会员通讯

电子刊物和会员通讯都是许可 Email 营销中内部列表的具体表现形式，这种基于注册用户电子邮箱传递信息的手段对于顾客关系和网络品牌都有显著的效果。2002 年 10 月初，美国一个咨询公司 Nielsen Norman Group(NNG)发表了一份有关电子刊物有效性的调查报告，调查表明，电子刊物的网络营销价值非常显著，甚至超过了网站本身，订阅了电子刊物的用户不需要每天浏览网站，便可以了解到企业的有关信息，对于企业品牌形象和增进顾客关系都具有重要价值。但是，即使是用户自愿订阅的邮件列表，也不可能达到 100% 的阅读率，有些用户虽然还在列表上，对于收到的邮件也不一定阅读。该调查表明，大约 27% 的邮件从未被用户打开，被完全阅读的邮件只有 23%，其他 50% 的邮件只是部分阅读，或者简单浏览一下。

在许可 Email 营销原理和方法中，我们已经介绍了内部列表 Email 营销的一般方法，研究表明，实际上很多中小企业并没有能力应用这一方法，只有部分电子商务公司和大型企业才能将内部列表的价值充分挖掘出来。

### （7）建立网络营销导向的网络社区

网络社区营销已经逐渐成为过时的网站推广方法，但网络社区的网络营销价值并没有消失，尤其是建立企业自己的网络社区，如论坛、聊天室等。企业网站建立网络社区，对于网络营销的直接效果是有一定争议的，因为大多数企业网站访问量本来就很小，参与社区并且重复访问者更少，因此网络社区的价值便体现不出来。但对于大型企业，尤其是有较高品牌知名度，并且用户具有

相似爱好特征的企业来说就不一样了，如大型化妆品公司、房地产公司和汽车公司等，由于有大量的用户需要在企业网站获取产品知识，并且与同一品牌的消费者相互交流经验。这时网络社区对网络品牌的价值就表现出来了。

这里需要指出的是，网络社区建设并不仅仅是一个技术问题，也就是说，建立网络社区的指导思想应明确，是为了建立网络品牌、提供顾客服务，以及增进顾客关系，同时更重要的是，对于网络社区要有合理的经营管理方式，一个吸引用户关注和参与的网络社区才具有网络营销价值。

除了上述几种建立和传播网络品牌的方法之外，还有多种对网络品牌传播有效的方法，如发布企业新闻、以企业为背景的成功案例、博客等，与网下的企业品牌建设一样，网络品牌不是一蹴而就的事情，重要的是充分认识网络品牌的价值，并在各种有效的网络营销活动中兼顾网络品牌的推广。

## 用什么留住访客 谈网站内容的重要性

这是一篇旧作了，拿出来大家再交流下，希望对大家有所帮助！

首先，不可否认的是：一个成功的网站不能不注重外观布局。外观就象一个人的衣服，是给别人的第一印象。给人留下一个好的印象，那么他看下去或者说再次光顾的可能性才更大。

可是我觉得更主要的还是网站的内容（除非你的网站是纯艺术的，即是拿来观赏的）。一般的网站都讲究实用，有用才是最重要的。不信你先来看看 hao123 这个网站，要艺术没艺术，要技术没技术。可论流量，那就非同一般了。为什么？？实用啊！中国网民上网，一般不愿意甚至不会输入那繁长的难记的网址的。所以网址导航那叫实用。轻轻一点，要到哪到哪！人家流量大，很多人还说人家是垃圾，也不想自己给了访客什么？

形式美只会给人留下一个好的印象，好的印象固然可以让别人进一步浏览你的网站。可如果从你网站上看到的都是些垃圾，谁还会看下去？？谁会对一些自己不感兴趣的东西流连忘返？？我们看一个人不也一样，那叫心灵美才是真的美！光有一层美丽的躯壳，却是蛇蝎心肠，那不是更受人唾弃？？

网站也提倡真善美的！一味的追求形式，谈技术，却没实际内容，你用什么留住访客？

还有就是技术的问题。首先明确的是并不是你有技术网站就一定成功的！个人认为，技术是为内容服务的。光有技术不实用，谁用？？再说了，你技术再高，一般上网的人也没几个能看出来（看懂）的呀！还说那个 hao123，多少看了多没话说了！看上去除了有用，还是有用（因为可以容易找到许多有用网站的链接，不过许多站长也不屑）！说技术，你就怎么看怎么没有！就连一个简单的表单都没发现，谈什么技术，可人家那流量，没的说！

当然，技术还是十分重要的，只是不能跨过内容只谈技术。

以上纯属个人意见

## 如何使你的网站受百度的欢迎

首先到网站登录提交你的网址；只需提交网站首页，内部页面百度会自动抓取。

给每个网页加上与正文相关的标题。如果是网站首页，则标题建议使用站点名称或者站点代表的公司/机构名称；其余内容页面，标题建议做成正文内容的提炼和概括。这可以让你的潜在用户快速的访问到你的页面。

请不要在标题中堆积与正文无关的关键词。

确保每个页面都可以通过一个文本链接到达。百度无法识别 Flash 中的链接，这些单元上的链接所指向的网页，百度就无法收录了。

页面间的链接，尽量使用平实的超链，而不是重定向跳转。使用自动跳转的页面，可能会被百度丢弃。

尽量少使用 frame 和 iframe 框架结构。

如果是动态网页，请控制一下参数的数量和 URL 的长度。百度更偏好收录静态网页。

在同一个页面上，不要有过多链接。在那些站点地图类型的页面上，请把重要的内容给出链接，而不是所有细枝末节。链接太多，也可能导致无法被百度收录。

站点应该是面向用户的，而不是面向搜索引擎的。一个受到用户欢迎的站点，最终也会受到搜索引擎欢迎；反过来，如果你的站点做了很多针对百度的优化，但却给用户带来大量负面体验，那么，你的站点最终可能还是会受到百度的冷落。

百度更喜欢有独特内容的网页，而不是简单抄袭和重复互联网上已有内容的网页。对于已经被重复了千百遍的内容，百度可能会不予收录。

请谨慎使用你的站点链接。与一些垃圾站点做友情链接，很可能使你的网站受到负面影响。因此，当有人很热情的要求你为他的站点提供友情链接时，请审视以下两点：

一、对方的站点在他那个领域是否是高质量的？站长间所谓的流量以及排名，很多都是用欺骗手段获取的，无法保持长久。

二、对方要求的链接名称是否和对方网站地位相称？用一个涵盖范围广泛的关键词来做一个内容非常局限的网站的链接名称，很可能使你的网站受到负面影响。

经常保持内容更新。经常有新内容产生的站点，百度是会注意到，并且大力欢迎，而且会频繁造访。

## 提高网站流量秘籍之蘑菇管理

在徐果萍博客的《提高网站流量秘籍之零和游戏原理》一文中，徐果萍和站长们分享如何更好的实现双赢。从零和游戏原理中可以领悟到，做网站要讲究在合作中竞争，在合作中发展，不能盲目排外，不能盲目随从，不要完全拷贝其他站长的思维与思想。此文与站长们来透视蘑菇管理能够给我们站点带来哪些启示。随着提高网站流量秘籍系列的有效扩张，受到越来越多的人关注，很多浏览者和笔者有过深入的交流，共同探讨流量话题。尤其是刚开始做网站时，心理上或多或少会有速成的念头。学习了蘑菇管理的理论，肯定会懂得做网站需要一个过程，因为欲速则不达。

什么是蘑菇管理？蘑菇管理就是指许多组织对待初出茅庐者的一种管理方法，初学者被置于阴暗的角落(不受重视的部门，或打杂跑腿的工作)，浇上一头大粪(无端的批评、指责、代人受过)，任其自生自灭(得不到必要的指导和提携)，它是 HR 人力资源管理必知的理论之一。对于一个企业或公司而言，新进的员工皆一视同仁，无论你是有多才，都要从最简单的事情做起，而“蘑菇”的经历就像蚕茧，是羽化前必过的一步。所以不要误以为公司将你打入冷宫，无人问津，相反要尽快适应新的工作平台，尽量融入到新的工作圈子中去，始终抱着学习的态度，相信你的“蘑菇期”不会很长。

既然蘑菇管理运用于人力资源管理，怎么能和网站建设，提高网站流量扯上关系，有胡扯之嫌？既然新工作需要经历“蘑菇”期，新建网站同样避免不了此阶段。在站长群和博客群中，每天必不可少的插播友情链接广告，不论建站多久，都需要征集链接，借用无成本的途径推广新站。也听到有些站长在讨论，说什么站点开放，没几天就被搜索引擎给收录了；也有站长吐苦水，将近半个月甚至一个月，百度和谷歌收录的很少，甚至就根本不收录；或许做了友情链接，登了搜索引擎，可依然没有访客来缔造流量。这是大部分站长的郁闷期。

郁闷期就是本文中的“蘑菇期”，这种忧虑是多余的，搜索引擎不理你，友情链接找不到，访客不上门，这是对站长考验期。“蘑菇期”，站长们应该清理思路，从最简单的网站结构，网站内容去做文章。千万不要只盯着那些短期的效果，只要真正把网站做好了，搜索引擎、友情链接、游客来访，这些统统不是问题，关键是站长要拿出吸引眼球的内容去度过“蘑菇期”。蘑菇管理终极做站理念就是：别把精力耗费在搜索引擎、友情链接、访客过少问题上，多多去参考优秀的站点，汲取精华，去其糟粕。要做站就必须打持久战，只要挺过“蘑菇期”，流量提升就迎刃而解了！

## 做网站前你得考虑的几个问题

常有人对我说他自己想做个网站，如果可以，是否能帮他一把。实际上这都是没问题的，只要我有时间有那个能力，肯定能帮就帮。因此，常常讨论到一些很实际的问题。我觉得现在做网站已经不是前几年了，那年头随便一个垃圾站都可以红，都可以赚钱，但现在，你能想到的早就被成千上万的人想过了，如果不是真正的人中之龙（人家说做互联网都是精英，所以才敢这样说），真的很难，因为你想不出更好的点子来。一个好的创业点子才是在一个网络横流的年代脱颖而出的法宝。那么如何做一个成功的网站呢？笔者以为，作为创业者，你需要问自己几个问题？

第一，我要做个什么样的网站？做一个什么样的网站是个方向性问题，方向决定了你的份额大小。比如你想做电子商务，可以，环视一下周围有多少人做电子商务成功了，他们用什么样的方式在做？他们的产品线分别是什么？然后再做决定。

第二，我能提供什么样的服务？能提供什么样的服务，决定了网站最初的人气。俗话说，好的开始是成功的一半；

第三，我提供的服务特色在哪里？只有特色，才能被记住，并不断的回访，最终成为你网站的忠实用户，成功的实现了用户转化。我们说草根网做的不错，在业内口碑也好，人流量大。虽然提供互联网资讯的网站很多，为什么干不过人家？因为人家在信息编辑上跟别人不一样，草根网的资讯具备了深度，更有可操作性和拓展性。

第四，我的目标群体是谁？做个什么样的网站，在一定程度上已经回答了目标客户群的问题，但仍然不详细。比如，同样是做电子商务产品，不同的网站定位，目标客户群必然不同。这就要求站长对目标客户群进行细分，努力挖掘客户需求。

第五，做了以上四点之后，谁愿意来买单，一个很现实的问题。一个网站做的再好，没人买单，不赚钱就是白扯。做网站为什么，不就是赚钱吗？站在客户的立场上几千次的问自己，我什么要给你钱，买你的服务？你的服务能帮我解决什么样的问题？你的服务的最终效果如何？如果你能回答这个问题，那么 ok，没问题，你就去做。如果你的回答一直都是模模糊糊，模棱两可，我觉得你还是再想一下，晚点动手也不迟，虽然说出名要趁早，但也不急那一会。

一点提醒：我常常在报纸上网络上看到关于各种各样成功站长的报道，基本上千篇一律。似乎刚开始做站纯粹就是个人爱好，满足个人需要，后来做着做着觉得还可以，而且用户蛮多的，一不小心就融到资就成功了.....你千万别这样想，那都是糊弄人的，当然也有的是真的，纯粹是爱好。你得明白一个道理，爱好有很多种，有些爱好就只能当作爱好！

## 站长，你网站的核心竞争力是什么？

如题：站长，你网站的核心竞争力是什么？简单点说，就是与同类站点相比，你的优势是什么！什么才是你的强项！你的主攻目标是什么！

一个网站要能站得住脚，就肯定要有她自己独特的地方。也就是所谓的长处。也就是她专注的地方！举个简单的例子，比如，落伍就做论坛，做资源交流，是个站长交流学习的好地方。这就是它的主攻方向。中国站长站原先就是做源码下载的，做到了老大！站长网呢，就专注于站长资讯方面，也成就非凡！以上说的就是他们各自的核心竞争力！网站只有有了核心竞争力，有了凝聚力，才更容易成功！

如果只是一味的盲做死做。到头来累的是自己，输的是金钱，垮的是身体！有很多的朋友，就知道做站，却没有一个是有竞争优势的，也就是说一个站都不成功，没有竞争力！试想如果你把做多个站的时间用来做一个有竞争力的站，效果会怎么样，势必会好很多。要建自己的网站群，如果没有一两个站是站得住脚的，那么很难的，何必浪费精力呢！

做站就应该从一开始就给自己的站做好一个明确精确的定位，要把站点的核心竞争力充分的发挥出来，做到极致，那样的网站，即使一时间流量不大，日后也一定会是成功的站点！就像美国的西南航空公司一样，就做短途飞行。做到极致！现在它这方面的竞争力已无人能敌。以致它可以大胆地说，谁要是敢和它抢短途，它就和他抢长途，话一出，没人敢乱想！这就是行业老大做到极致的威力！做网站也是的，只有在一方面你做好了，才会有竞争力。不要贪大求全，不实际的，有些大公司都做不好的东西，你就肯定能做好？

做站，慢慢来，不急的，先把主要工作做好。把你的强项你的优势你的核心竞争力核心凝聚力淋漓尽致的变现出来，那么，一切自会水到渠成！

## SEO 服务的道德与规范

今天，网络营销已经变成了销售商品的重要途径。为达到通过 Internet 获得更多利润，大家就用更适合搜索引擎的方式来进行网站建设和设计。因此由搜索引擎优化(SEO)而产生的恶意行为以及不道德的商业行为已经成为网站建设和网站管理者为了获取他们网站的排名而最经常采用的方法。

以下阐述了一些 SEO 服务的道德规范：

1. 你的网站内容是原创或者唯一的
2. 网站建设重点是如何设计一个适合目标用户而非搜索引擎
3. 网页设计中的关键字和关键词组要实用。
4. 外部链接必须合理和有效。
5. 设计一个网站地图。
6. 元素要与网页的内容相关。

以下是 SEO 优化服务中的黑帽做法：

1. 内容重复的镜像站点。
2. 使用了隐藏文字或链接
3. 使用了隐形网页或者浏览者无法浏览的网页
4. 垃圾链接
5. 大量的重复的关键字

抛开道德规范不谈，黑帽 SEO 和白帽 SEO 的选择，更多的是网站建设和设计模式的选择。黑帽 SEO 完全清楚自己在干什么的前提下，做出违反 SEO 服务道德的席位，发现很多人并不清楚黑帽 SEO 技术所含有的高风险，却出于某种原因，在不停的使用这些 SEO 优化技术。

### 百度和 google 的排名规则

其实，研究 seo 重要的是观察和总结。seo 就像一本天书，给不同人看就有不同的效力。下面是我观察和总结到的百度和 google 的排名规则，分享给站友们。也希望大家能够分享出自己的、个人独有的那一本 SEO。百度的排名规则之我见

- 1、百度喜欢收录 title 里为单个关键字的网页，并且排名很靠前。
- 2、百度喜欢收录静态的以关键字命名的目录或者 html 文件。排名当然也很靠前。
- 3、百度喜欢给 title 关键字列表里面的，列表内容含有的 title 关键字多的页面排名靠前。
- 4、百度喜欢把顶级域名首页 title 里的关键字排名靠前，并且不论是 alexa 是多少，都有挺靠前的排名。（要求当然是顶级域名的，而且是首页文件，超级热门的关键字除外。）
- 5、百度喜欢从其他优秀网站自动收录你的网站，比如我在百度空间发表的文章里面含有自己网站的地址，那么百度会自动收录的。而且速度比较快。
- 6、建议大家使用的 meta 标签：大家仔细看看你网站的标签的排列循序，大家看到 c 了吗，他排在网页比较靠前的位置，对了我要说的就是病毒，大家可以在百度搜索病毒看看，<http://www.qqread.com/keywords/virus.html> 竟然排在了第一页，像这么热门的关键字他凭什么排在第一页呢？请站友们研究下。回过头来，大家看看我上面说的百度喜欢收录的因素，你看他做到了多少条，你就会恍然大悟了。

```
-----<!DOCTYPE
html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd"><html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml"
xml:lang="zh" lang="zh"><head><meta http-equiv="Content-Language" c /><meta c name="robots"
/><meta http-equiv="Content-Type" c /><meta name="Description" c /><meta name="Keywords" c /><meta
name="author" c /><title>病毒 – smartweb.cn 电脑频道
</title>-----我把我
```

的网页依据上面的规则优化了, <http://www.smartweb.cn/autovirus/autovirus.html>, 正在等待收录。希望大家给我顶一下, 测试一下一个网页被大量的浏览会不会提升百度的排名, 让我有更大的信心继续做下去。google 的排名规则之我见其实 google 和百度的排名技巧基本雷同。但 google 毕竟是国外的, 他们有他们的习惯, 所以对网站的排名规则也有所不同。1、google 喜欢把网站地址含有关键字的网站排名靠前, 比如说你搜索 seo, 那么 [www.seo.org.cn](http://www.seo.org.cn) 排在第二的位置, 我记得以前是第一名的, 不知道为什么排名变化了。细心的人 would 看到 google 在搜索 seo 的第一页里面的网站, 其本上网址都包含 seo, 再往后推, 包含 seo 这个目录的网站排名也会靠前。2、google 喜欢收录网站地图。我做的网站地图

(<http://www.cshker.com/archiver/>), 很简单, 甚至丑陋, 但该有的链接都有了, 所以我网站的每个栏目基本都有被他收录到。那么我以后再栏目发表的文章, 就会迅速被他收录了。3、google 网站管理员工具。相信有很多站长都知道这个工具但很少听人介绍他的加速功能, 没错! 他能加速 google 对你网站的收录使你的网站被他收录得更多, 就是在你登陆 google 网站管理员工具以后点击管理你的站点, 里面有个工具菜单, 打开他你可以看到?O 定?z 索速率, 你根据他的提示把速率提升到较快就可以了。地址: <http://www.google.com/webmaster> 当然光这些还远远不够, 我们还得提升自己的 alexa 排名, 增加自己的 pr 值! 还有很多需要学习的东西! 最后, 本人喜欢 google, 因为个人觉得只要做了我上面说的那三点以后, 在 google 可以实现, 某位前辈的那句经典名言, “最好的 seo 优化, 就是不做 seo 优化”。

## 选择关键字, 做好 SEO 的第一步

在搜索引擎中进行查询都是输入关键词来进行检索的, 因此关键词的设计是整个网站建设过程特别是 SEO 优化服务过程中最基本, 也是最重要的一个环节。

但是, 很多网站建设中在选择关键词的过程中都有着这样那样的问题, 因此尽管费尽心机, 但是 SEO 的效果却常常不尽如人意。下面是一些常见的误区, 希望大家能够避免。

(1) 意义过于宽泛的词: 如果你是生产女装的厂家, 也许你想以“女装”, “服装”之类作你的关键词, 请不妨拿“服装”到 Google 试一下吧, 你会发现搜索结果居然为 5, 450, 000, 想在这么多竞争者当中脱颖而出谈何容易, 相反, 在“短袖”, “长袖”, “背心”, “吊带”等这类具体的词下的搜索结果则少得多, 这样你有更多的机会排在竞争者的前面。因此根据你的业务或产品的种类, 尽可能选取具体的词, 使用意义更为精确的关键词, 可限定有可能转化成你真正客户的来访者, 这样可以在比较短的时间内显现 SEO 服务的效果。

(2) 未经测试的关键词: 好多人在选出自认为“最佳”的关键词之后, 不经测试便匆匆提交上去。是否真的“最佳”, 测试一下吧。你可以借助网上提供的免费工具来进行关键词分析, 这些软件的一般功能都是查看你的关键词在其它网页中的使用频率, 以及在过去 24 小时内各大搜索引擎上有多少人在搜索时使用过这些关键词。

(3) 与自己的产品或服务毫无关系: 有些人为了吸引更多人访问, 在自己的关键词中加入毫不相干的热门关键词, 那样做有时确实能提高网站的访问量, 但试想一个查找“MP3”的人, 恐怕很难对你生产的布艺沙发感兴趣。既然你的目的是销售产品, 那么靠这种作弊手段增加访问量的作法不仅讨人嫌, 而且毫无意义。更有可能被搜索引擎认为是 SEO 作弊而收到处罚。

(4) 涵盖太多的关键词: 有些网站建设者恨不能在主页中把所有的关键词都优化进去, 因此在设计网站的时候在主页标题中堆砌了大量关键词, 以求改善排名。这只会使事情变得更糟。对主页的优化应限定于最多三个重要关键词。要确保你的主页标题的长度最多不超过 30 个英文单词的长度。尤其对那些比较热门的关键词进行 SEO 优化服务来说, 要想在激烈的竞争中获得比较好的排名, 往往对关键词密度有更高的要求。对于其它的关键词你完全可以在别的页面中分别做相应的优化, 没必要都挤到主页中去优化。因此, 对于大型网站, 最好每个网页都拥有不同的网页标题, 而且每个标题都含有关键词, 让网站的内容更多地进入搜索引擎的索引范围。

(5) 盲目重复页面关键词: 关键词密度的大小对一个网站的排名有直接的影响, 但绝对不是出现次数越多越好。有人为了增加某个词汇在网页上的出现频率, 而故意重复它, 如在标题栏出现“海尔海尔海尔”之类的东西。不过, 现在很多搜索引擎都能识破它, 它们通过统计网页单词总数, 判断某个单词出现的比例是否正常。一旦超过“内定标准”, 效, 从而降低网站分值, 还有可能永远将你的网站拒之门外。所以在使用关键词时, 要尽量做到自然流畅, 符合基本的文法规则, 不要刻意过分重复某个关键词, 避免列举式地出现, 尤其不要在同一行连续使用某个关键词 2 次以上。

(6) 忽视关键词的位置: 关键词在合适的位置出现一次比在不合适的位置出现 100 次都有效。你需要在标题、段落内容、文字内容的页头和页尾、 标签甚至不显示的。

[www.smartweb.cn](http://www.smartweb.cn)

## 网站推广也要讲中国特色

我有一位同学以前我们是做同一行业的，后来他嫌我们这一行太死，跳槽了。去了南方做业务，我们经常联系。前几天他回来了，和我谈起了做业务的种种方法。他正是刚上路的时候，所以有了一些体会特别想表达出来，也想非常愿意听。听完他的一些体会，我觉得一些思想也适合我们站长的，所以和大家来分享一下。先不要往下看，思考一下中国最大的国情是什么？

就某方面来讲，我认为中国最大的国情就是“人情”。无论做什么事都离不开“人情”，中国是一个“人情”大国。做过业务的人都知道，要想有好的业绩，不请客送礼是万万不能的。没做过业务的也大概都听说过吧，呵呵。据老业务员讲，他们要开展一笔新的业务，在和目标客户接触上之后，并不是直接就谈业务，而是先说“请客”。先把目标客户根据身份请到某种级别的酒店，在酒桌上也不是上来就谈业务，而是先拉“关系”，几杯下肚之后，男的称兄道弟，女的就称姊叫妹的。关系“近”了之后，一切都就好说话了。这就是中国的“人情”交往。无怪乎陈安之说，成功=知识+人脉。

做网站推广，我们也应该从中受到一些启发吧。

首先，要广交朋友。多一个朋友多一条路。要对别人友善。你对别人微笑；肯定别人也会报以微笑。要使陌生人感到亲切，关心别人要比关心自己为重，决不以貌取人。朋友之间应该商量而不是争吵。当与别人有分歧时，要和他一起讨论。

其次，对待朋友要真心。无论是现实中的朋友，还是网络上的朋友，要拿出自己的“真”来对待别人，这样才能找到长久的朋友。

最后，对于网络上的朋友，把他变得现实点。怎样让他对你有一些印象。怎么做呢？和他发生某种关系。比如，帮他一个小忙；让他帮你一个小忙，过后感谢他。经常关注他的站，给他提一些好的建议。免费为他做链接，给他的站做免费的宣传；写一篇软文，里面提到他的站。等等，通过这些，我想，他对于你一定会对别人有不同的感受。

## 做站内容的选择与创意

说实话，今天讲这个主题纯属纸上谈兵，请各位高人莫怪，至今惭愧没有一个像样的站，不过因为经常为别人采集以及做空间销售过程中接触过不少站长，了解的也比较多比较透。俗话说的好“好的开头是成功的一半”，如何做站选择什么样的内容无疑是最初也是最重的选择，当然一旦选择了就要坚持不要放弃，除非是心已死，曙光不再。以前谁对百度看上眼啊，就一个简单的页面，表面上看什么都没有，呵呵，人家就一夜间产生了若干亿万富翁。hao123 这样一点技术含量的东西都没有，被许多技术人士不屑一顾，可是一样成功了呀，所以，所以，一旦你有一个想法一定要付诸行动，偏执狂才会成功！要成功，先发疯，头脑简单向前冲，还是有一定道理的。

无论什么站，你运营 3—4 年，我敢说足够你养家糊口的，一个不起眼的大城市的妈妈宝贝站一年就有十几万的收入，一个游戏工会每月也会有近万元的收入，那么网站的潜力有多大呢？网站对于草根来说实在是实现梦想的最佳工具。中国人比较保守，往往先考虑后果，三思而后行，现在已经跟不上时代步伐了，网站讲究的就是速成，有多少机会让你顿失了呢。其实财富就像拾贝，在不经意间你会发现闪光的贝壳，同时发现走向龙宫的道路。

每个人的时间都是有限的，所以要善于排除无谓的干扰，站长做站就贯注于站的本身，分神太多不好，如果不会做美工那么去找人，如果不会做数据库，那么也要去找别人做，如果不会采集数据，可以找我做，哈哈！不提倡事事躬为，时间宝贵，不要为小事分神，要把重点放到站的本身考虑。

孙正义谈到成功时说最初拥有的只是梦想，以及毫无根据的自信而已。但是，所有的一切就是从这里开始，那么，我们站长成功的开始就是梦想的着陆，那么让我们来谈做站的内容选择。

做站内容选择上我觉得第一你本身要有兴趣，要有持久的兴趣，没有兴趣的站估计别人兴趣也不大，不能心血来潮，当然你有化腐朽为神奇的本领也行。

第二内容要新，要有创意，没有创意就要有高超的技术，没有技术就要苦力内容全，内容不全就要广告做的好，广告也做不好，那就真得学点 SEO 了，没技术真不行。

第三点做站的内容要考虑受众，要了解哪些群体有什么需求，你的站是针对哪些人的，他们能在你这儿获取什么。要细化群体，强化主题。

第四点作站要专业专一，不能庞杂，不能看到什么好东西都往站上拉。如果你不是依托广告赚钱，那么太多的垃圾流量也没什么用。有 5 万初婚妈妈 IP 的站比 20 万垃圾 IP 的站都强十倍。

第五点我觉得做站内容要健康，这是一个网站长久的资本，那些下三滥的如猫扑之流肯定长久不了，不信走瞧，这儿打个 x 号吧，省得人家告我。许多站长做站就选择那些低级甚至黄色图片视频的东西，我觉得虽然男人都好这个，不过终于不是长久之计，况且有法律上的危险。当然如果你级预见到十年后中国性别比是 2:1 男人都被迫上网充饥，而且法律也是放开的，那么现在就做。

第六点不要做病毒站不要挂马，现在有点技术的黑客都牛 B 不行，有什么呀，不就是会挂马吗？不就是 shell 吗？有本领你黑日本去啊，你去占领白宫啊，欺侮普通中国弱势网友算什么。你可以强一时，但不能强一世，你黑别人同样也面临被人黑的更大危险。

第七点做站要有互补性，通常做一个站就够好了，做好二个站就很牛了，做好三个站就很神了，比较崇拜马云。他的站都是在他的战略步骤中进行的。从阿里到淘宝到 yahoo，每个站都是相扣的，我感觉注定这是一个成功之路。我们个人站长没那么雄厚，但做多站的同时也要考虑能互通互补。

网站的成功是离不开创意的。那样稀奇古怪才是创意吗？当然不是，易趣进入中国是填补了中国购物的需求，淘宝成长壮大是依靠其支付宝的创意，满足“易购”的理念。我们在考虑做站的时候就要考虑目前整个互联网的现状，有什么缺陷，我们的站能提供什么，即使抓住一次机遇仍然有跃出的可能。

创意无所不在，从美国人卖月球，到别针换最野墅，到卖格子致富，我们可以考虑什么东西在现实中不能卖的我们做成网站卖，比如济南一家专门定制个人生日报纸的就很有创意，几个月免费冲印照片的大象网依托印在照片上的广告推销都是有益的尝试。我们做站一定要面对现实，结合现实，不是为作站而作站。前些天听说一个书画站做的就很不错，他的做法是我帮你建一个和我一样的网站，同时你买我一幅书画，大家都知道买画的基本也是热爱甚至会做书画的人。我在一个小镇上，平时字据说写的不怎么样的人居然在网也卖了 2000 元，让很多小有名气的小镇书法家大跌眼镜。仔细观察，机会总是很多，就是一个很平凡的小镇也很有潜力，何况电脑和网络的普及率在农村已今非昔比了呢。

想到的几个点子供大家参考，一是做博客，在目前一片和谐的大好形势下，大的博客都健在，所以依托他们是比较安全的，稳健地搞一个甚至几个博客无论对于做什么站都是有帮助的。二是做行业站，这个应该比较热，当然是要尽量做熟悉的，要由点到面地展开。三是做英文站，这个通常是赚 GG 的，前提是英文要好，否则干脆别涉足。四是做垃圾站，垃圾站做好有很大的学问的，现在的垃圾站估计呈倍量级增长，在线的各位也有不少吧，有的的确很成功，我知道的一个软件盗链站每天的 IP 几百万，当然有的也很失败。把垃圾站变成精品站也是每个站长要考虑的。

好了，天不早了，今天就讲这些，耽误大家时间了。

## 说说我如何不靠百度做到日 IP6000 的

开始写之前我先说下百度 K 号问题，大家老说百度昨天 K 了你几个站今天又 K 了你几个站的，其实你们说这话就有问题百度这样 K 你，谁让你怎么做怎么都垃圾站的，弄的网络世界一塌糊涂网民一搜索什么东西搜索显示出来的 10 篇对应文章就有 3-4

篇都是相同的（除了搜索热门关键词），都是你采集我，我采集你的，这里不是说我反对采集你采集是没问题的可采来的文章至少标题稍微改下嘛别都一样啊。

百度他们是公司要挣钱的他给你站的流量都给了可你又没有任何好处回报给他，你说他能不 K 你嘛要是换了你去当百度的 CEO 我想你也回这样做的，另外大家采来采去的标题又不改下，结果网民一搜索什么东西搜索显示出来的 10 篇对应文章就有 3-4 篇都是相同的，这样就影响到了他们公司的搜索质量，要是换成你你说你去百度搜索什么东西结果找来找去显示的内容都一样，你说你下次还回再去百度搜索东西了嘛，我想肯定不回了。当然了百度还是有很都地方做的不厚道的比如我就在申请百度主题的时候因为放了 YAHOO 结果被他们给人工降权了。

好了废话不都说了开始回到正题上来（以上说的怎么都只是我对百度为什么老 K 号的一些看法罢了）

我是怎么不靠百度做到日 IP6000 都的呢其实原因很简单就 3 点

### 1. 优化 GOOGLE:

很都人说 GOOGLE 没什么流量来对这个看法我以前也是很赞同的不过现在可不同意了，因为大家忘了还有一个重要的搜索那就是腾讯 SOSO（这个很都朋友家里用的 TT 就是使用这个搜索的）他的数据就是用 GOOGLE 的也就是说你优化好了 GOOGLE 就等于同时优化了 SOSO 而且有些词 SOSO 的搜索量比 GOOGLE 都高，比如我优化的“在线小游戏”这个词吧 GOOGLE 给我 200 个 IPSOSO 给了我 200 都这样加起来的话就 400 都了可百度的才给我 80 个（第 2 页上）当然了大部分的词搜索量都是百度高的不过 GOOGLE 也优化上后再加上个 SOSO 搜索量也差不了多少 IP 的。

### 2. 友情链接:

我这里说的连接不是随便和什么站做的那些垃圾连接而是和那些大型（日 IP10W 以上的）网站做的连接他们的连接，1 能给你流量 2 能给你 PR3 能提高你站的权重对关键词排名很有好处，说到这里可能大家很都会说连接来不了多少流量或说我就一小站有那个大做回和我做啊

这里先说下我的站吧是小游戏的 IP6000 也是个小站了可我却和 7K7KYX007、大肚皮、YX8、粉丝泡泡、17173、西陆灵动、POCOTOM265、中关村等众多都大型小游戏站都交换过首页连接他们这些站加起来每天能给我上千 IP，大家还说连接来不了流量嘛！

接下来再说说怎么和那些大站做连接，你加对方的时候一定要把你站情况告诉他，别说什么你好啊的废话，加了后你要第一时间就找到他并说明你站的情况比如 IP 多少啊，PR 多少啊，站上有什么关键词在那个搜索上有好排名啊，或有别的什么大的网址收录了你啊。比如我找别人做连接吧，刚开始加对方的时候我回说---小游戏站申请连接 IP=6000PR=3，加了对方后，我会马上发给对方我站资料：

你好小游戏站申请连接 www.smartweb.cn 连接名字：小游戏 IP=6000PR=3 同时已经和 XXX，XXX 网站做过连接以及被 XXX 收录，关键词在 XXX 排什么位置，这样就把你站的所有优势都告诉对方了接下来就看对方什么反映了，要是对方同意了那自然是祝贺下自己成功了，要是对方不同意那你就说以后有机会再合作，别连接做不成就骂对方什么的，这样的话等你站以后做大了就又有合作机会了。

### 3. 网站质量:

这个就比较简单了就是你站别放 N 个弹窗或一个页面上就放 N 个广告这样会影响影响了速度，网民也不喜欢。

好了就怎么都了因为第 1 次写所以写的有点乱，错别字也都大家将就这看吧，要是我说的不好大家就当放屁，要是感觉说的好就支持下，另外提示下本文重点在第 2 段也是就教你怎么和大站做连接的那段，大家都看下对你们有好处的。