

<<搜索引擎优化>>

图书基本信息

书名：<<搜索引擎优化>>

13位ISBN编号：9787302153900

10位ISBN编号：7302153906

出版时间：2007-7

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）格拉夫，（美）库辛 著

页数：305

译者：杨明军

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<搜索引擎优化>>

内容概要

对于DIY搜索引擎营销初学者而言,《搜索引擎优化》是一本非常好的入门读物。该书不仅涵盖了SEO的基本要素,还深入研究了一些难题(既有技术层面的,又有业务层面的),且通俗易懂,趣味无穷。

书中提供了一份详细的SEO计划,以及度量推广绩效的方法,使您能够按照“每天一小时”的计划取得推广的成功。

即使您正考虑将SEO业务外包,《搜索引擎优化》值得一读,它为了解该行业和所涉及的术语提供了一个非常好的方法。

《搜索引擎优化》一书提供了一份周详而又轻松的指南,制定成功的SEO策略。

如果您刚刚开始进行搜索引擎优化,要想将风险降到最低,同时获得最大的回报,那么这《搜索引擎优化》就是必读之选。

《搜索引擎优化》教您如何养成良好的搜索营养习惯,并手把手地教您实施搜索引擎优化,以使您的网站在主流搜索引擎中占有一席之地。

作者简介

搜索营销顾问Jennifer Grappone和Gradiva Couzin在SEO的早期就开始为财富500强企业以及分布在媒体、娱乐、软件、零售、非赢利和人力资源行业的公司提升Internet形象。Jennifer以前是一名Web项目经理和企业视频制作人，从2000年开始专注于SEO。Gradiva是一名程序员和土木工程师，自1998年就开始在SEO领域工作。她们一起提出了多管齐下、“左脑 / 右脑”的力法，可以用来成功地实施搜索引擎优化。

<<搜索引擎优化>>

书籍目录

第 部分 基础知识第1章 确立目标1.1 什么是SEO1.2 是否需要在网站实施SEO1.3 业务的总体目标是什么1.4 网站的功能是什么1.5 如何连接网站和业务目标1.6 希望什么人访问网站1.7 希望访问者在网站上做什么1.8 最希望访问者看到的是哪些网页1.9 如何衡量SEO工作成效第2章 定制方法2.1 制订自己的SEO计划2.2 B2B2.3 B2C2.4 大型组织2.5 小型组织2.6 实体商店2.7 博客网站2.8 非赢利组织第3章 SEO的真谛3.1 蜘蛛爬网3.2 搜索结果被混合3.3 算法变化3.4 人类是智慧的, 而计算机不是3.5 文字内容3.6 并非仅关乎排名3.7 搜索引擎不喜欢欺诈行为3.8 SEO并非脑外科手术第4章 搜索引擎的工作原理及现状4.1 对搜索引擎现状的研究4.2 关于Google的基本情况4.3 其他主要搜索引擎: Yahoo!、MSN、AOL、Ask4.4 自然排名因素4.5 付费排名4.6 SEO趋势观察第 部分 策略第5章 组建团队5.1 组建SEO团队面临的困难5.2 营销、销售和公共关系5.3 IT、网络管理员和程序员5.4 平面设计师5.5 撰稿人和编辑5.6 主管和产品经理第6章 准备月: 基线和关键字6.1 SEO智库6.2 第1周: 关键字6.3 第2周: 基线评估6.4 第3周: 竞争6.5 第4周: 基线月报第 部分 SEO计划第7章 第1月: 开始第8章 第2月: 习惯养成第9章 第3月: 生活方式第10章 额外任务和偷懒技巧附录A 工作表术语表

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>