

<<搜索引擎优化宝典>>

图书基本信息

书名：<<搜索引擎优化宝典>>

13位ISBN编号：9787302198888

10位ISBN编号：7302198888

出版时间：2009-5

出版时间：清华大学出版社

作者：莱特福特

页数：319

译者：陈钢

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>

<<搜索引擎优化宝典>>

内容概要

利用搜索结果增加网站访问量想知道如何才能使公司的网站在搜索结果中高居榜首？这就是搜索的魅力。

本书为读者精心准备了这方面的各种策略、技术和诀窍，使得读者能有效地提高网站在搜索结果中的排名，给网站带来源源不断的访问者。

关键字、HTML 标签、竞价排名……本书涵盖了所有与SEO 有关的内容，是通往SEO 成功的宝典。

作者简介

Jerri L.Ledford 有15年的商业技术写作经验。
有超过750篇文章发表在网站或杂志书籍上。
她同时还为IBM、惠普、CN等著名公司提供技术培训服务。
她还是Wiley出版的Google Powered: Productivity with Online Tools 的作者，并与他人合著了Google Analytics一书。

书籍目录

第1部分 理解SEO 第1章 搜索引擎基础 1.1 什么是搜索引擎 1.2 搜索引擎的基本结构 1.2.1 查询界面 1.2.2 爬虫、蜘蛛和机器人 1.2.3 数据库 1.2.4 搜索算法 1.2.5 检索和排序 1.3 搜索的使用方法 1.4 搜索引擎的分类 1.4.1 主流搜索引擎 1.4.2 二级搜索引擎 1.4.3 专用搜索引擎 1.5 让搜索引擎为自己服务 1.6 控制搜索引擎 第2章 制定SEO方案 2.1 为什么需要SEO 2.2 设定SEO目标 2.3 制定SEO方案 2.3.1 确定网页的优先次序 2.3.2 网站评估 2.3.3 完成方案 2.3.4 监督方案 2.4 理解自然SEO 2.5 实现自然SEO 2.5.1 网站内容 2.5.2 Google Analytics 2.5.3 内外部链接 2.5.4 用户体验 2.5.5 网站交互性 第2部分 SEO策略 第3章 为SEO构建网站 3.1 建站之前的准备工作 3.1.1 明确目标 3.1.2 页面元素 3.2 网站优化 3.2.1 主机服务提供商很重要吗 3.2.2 选取域名的技巧 3.2.3 可用性 3.3 SEO友好网页的构成 3.3.1 网站的出入网页 3.3.2 使用醒目的标题 3.3.3 优质的内容 3.3.4 利用图片提升网站排名 3.4 容易出问题的页面和解决方法 3.4.1 痛苦的门户网站 3.4.2 烦人的框架 3.4.3 可爱又可恨的cookie 3.5 编程语言和SEO 3.5.1 JavaScript 3.5.2 Flash 3.5.3 动态ASP 3.5.4 PHP 3.6 其他注意事项 3.6.1 域隐藏 3.6.2 内容重复 3.6.3 隐藏页面 3.7 建站后的注意事项 3.7.1 防止网站内容被窃取 3.7.2 网站更新和改版 第4章 网站的关键字 4.1 关键字的重要性 4.2 什么是“启发式方法” 4.3 锚链文字的使用 4.4 选择合适的关键字 4.5 什么样的关键字密度才合适 4.6 自然关键字的使用 4.7 避免关键字堆砌 4.8 更多关于关键字优化的内容 第5章 竞价排名与SEO 5.1 竞价排名的工作方式 5.1.1 判断访问者的价值 5.1.2 竞价排名的使用 5.2 竞价排名的分类 5.2.1 关键字竞价排名 5.2.2 商品竞价排名 5.2.3 服务竞价排名 5.3 竞价排名对SEO的影响 5.4 关键字的考察和选择 5.5 选择高效的关键字 5.5.1 创建第一份关键字列表 5.5.2 禁用搜索词和毒药词 5.5.3 预测搜索量 5.5.4 最终确定关键字列表 5.6 撰写广告描述 5.7 监视和分析结果 第6章 竞价排名策略的优化 6.1 关键字的摆放 6.2 Alt标签及其他标签和属性 6.2.1 Title标签 6.2.2 description元标签 6.2.3 锚链文字 6.2.4 标题标签的内容 6.2.5 正文 6.2.6 Alt标签 6.3 URL和文件名 第7章 增加关键字的成功率 7.1 撰写关键字广告词文本 7.2 创建优秀的着陆页面 7.3 理解和使用A/B测试 7.4 避免关键字堆砌 第8章 理解和使用行为定位 8.1 什么是行为定位 8.2 如何利用行为定位 8.3 行为定位的一些技巧 第9章 关键字和竞价排名的管理 9.1 关键字预算 9.2 关键字出价的管理 9.2.1 手动出价管理 9.2.2 自动化出价管理 9.3 关键字和目标转换的跟踪 9.4 降低竞价排名的成本 9.4.1 竞价排名的管理 9.4.2 否定关键字 9.4.3 时段管理 9.5 提高点击率 9.6 竞价排名的投资回报率 第10章 关键字工具与相关服务 10.1 Google AdWords 10.1.1 Campaign Management 10.1.2 Reports 10.1.3 Analytics 10.1.4 My Account 10.1.5 PrilltAds 10.2 Yohoo!Search Marketing 10.2.1 Dashboard 10.2.2 Campaigns 10.2.3 Reports 10.2.4 Administration 10.3 Microsoft adCenter 10.3.1 Campaign 10.3.2 Accounts&Billin9 10.3.3 Research 第11章 网站的标签 第12章 内容为王 第13章 网站中的链接 第3部分 搜索策略的优化 第14章 将网站添加到分类目标 第15章 付费收录服务 第16章 机器人、蜘蛛和爬虫 第17章 SEO作弊揭秘 第18章 社交媒体优化 第19章 自动优化 第4部分 SEO的维护 第20章 SEO维护基础 第21章 成效分析 第5部分 附录

章节摘录

第1部分 理解SEO第1章 搜索引擎基础1.3 搜索的使用方法理解搜索引擎的工作原理能帮助读者理解搜索引擎是如何对网页进行排名的，但是网页是如何被用户找到的那完全是另外一个故事了。这里要考虑到人与人之间的差别，同一个搜索引擎对不同的人来说可能有着完全不同的意义。例如我的一位同事，他用平时人与人之间谈话的语句作为搜索词在互联网上进行搜索，甚至将他的问题一字不变地输入搜索引擎里面，这被称为自然语言（natural language）。而另一位接受过搜索技能培训的同事使用的则是布尔搜索技术（Boolean search techniques）。在构造搜索词时，她使用了一种完全不同于日常说话的语法。两个人得到的搜索结果肯定不会相同，哪怕他们使用的是同一个搜索引擎也是如此。搜索的使用方法很大程度上影响了用户使用互联网的方式。这包括用户创建搜索词的方式，以及用户如何在搜索结果中做出选择。一个有趣的情况是，超过一半的美国成年人在上网时会用到搜索。而在查找电话号码或当地商铺位置时，人们往往会使用搜索引擎，而不是去查阅电话黄页。搜索引擎的庞大用户群就是SEO的肥沃土壤。更好地理解用户使用搜索引擎的方式和原因，以及搜索引擎的工作原理，就能更快捷地实现SEO。

1.4 搜索引擎的分类在对搜索引擎的工作原理及人们使用搜索引擎的方式有了一定的了解之后，现在可以开始关注搜索引擎的一些细节了。比如，读者已经知道各个搜索引擎并不是完全相同的，但是您知道搜索引擎有哪些类型？又是如何分类的？下面就会介绍这方面的知识。搜索引擎可以分成三种类型（根据使用范围）：主流搜索引擎、二级搜索引擎以及专用搜索引擎。

.....

<<搜索引擎优化宝典>>

编辑推荐

《搜索引擎优化宝典》通过SEO提升网站在搜索引擎中的排名，锁定和获取目标客户，利用社会化媒体推广网站。

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>