

<<SEO教程>>

图书基本信息

书名：<<SEO教程>>

13位ISBN编号：9787115213389

10位ISBN编号：7115213380

出版时间：2009-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：吴泽欣

页数：282

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>

前言

随着互联网信息的爆炸性增长，搜索引擎作为信息查询工具得到越来越广泛的应用，其商业价值也随之被发掘，从而产生了竞价排名、关键字广告及搜索引擎优化等网络营销方式。

其中，搜索引擎优化作为主要的搜索引擎营销方式，因其具有低成本、高回报等优势而得到广泛的应用。

在国内，搜索引擎优化行业正逐渐进入正规发展的新时期。

为了帮助初学者及具有一定经验的读者更系统、更深入地学习搜索引擎优化技术，我将通过本书与广大读者分享从业6年来的经验，深入剖析搜索引擎优化的每个细节，包括关键字策略、URL优化、代码优化、图片优化、网页结构、网站结构、链接策略及服务器的选择等。

随着时间的推移，搜索引擎的算法也会不断地完善。

因此，在实际操作中我们还可能遇到各种各样的新问题，这就要求我们要时刻关注搜索引擎的动态，总结实践经验，这样才能实现自我提升，在激烈的竞争中脱颖而出！

本书结构本书章节的顺序是根据网站优化实施的流程及步骤制定的，主要围绕搜索引擎优化的基础环节而展开。

为了帮助读者更好地理解其中的含义，书中还引用了大量的图文例证。

本书共分为14章。

第1章主要介绍SEO的概况；第2章介绍搜索引擎发展的历史、分类及工作原理等；第3~10章详细介绍搜索引擎优化的每个基础环节及操作技巧；第11章介绍常见的搜索引擎优化作弊方式；第12章介绍几个常用的搜索引擎优化工具及使用方法；第13章和第14章则以两个网站的优化作为案例，向读者介绍已有网站的优化流程及细节。

第1章：初探SEO这一章详细介绍了竞价排名、关键字广告及搜索引擎优化这几种目前最主要的搜索引擎营销方式，读者还可从中了解SEO的发展历史、现状、前景、重要性及主要的工作内容等。

第2章：搜索引擎工作原理这一章主要介绍搜索引擎的工作原理，从搜索引擎对页面的收录、索引、分析、排序，到向用户提供查询服务等多方面进行了详细的说明，这些是学习搜索引擎优化的基础。

□页面收录：主要介绍搜索引擎收录页面的流程及方式，以及搜索引擎对已收录页面的存储及维护方法。

□页面分析：介绍了搜索引擎对网页分析的流程及原理，包括对网页正文信息的提取、切词及建立关键字正反向索引等。

内容概要

本书是作者从事搜索引擎优化5年以来的经验总结，书中深度剖析了搜索引擎优化的每个细节，包括关键字策略、URL 优化、代码优化、网页结构、网站结构及链接策略等。此外，书中还介绍了如何结合提高搜索引擎友好性及用户体验去规划网站，让读者可以把掌握的搜索引擎优化技术应用到提高网站的用户体验中去。

本书适合SEO 初学者以及具有一定经验的读者，对于进行网站运营、网站策划、网站推广、网站设计、程序开发的人员更是必备的手册。此外，本书还适合用作大专院校电子商务专业、计算机应用专业的教材。

作者简介

吴泽欣，国内知名搜索引擎优化专家，五年来一直专注于搜索引擎优化的研究与实践，推崇搜索引擎优化“以用户为本”的理念。

曾为数十家网站提供网站优化、SEO培训服务，并担任多家著名网站的SEO顾问。

其个人网站Seochat.org在Google的“网站优化”及“搜索引擎优化”搜索结果中排名第一已超过五年之久。

书籍目录

第1章 初探SEO 1.1 网络营销 1.2 搜索引擎营销 1.3 竞价排名 1.4 SEO简介 第2章 搜索引擎工作原理 2.1 搜索引擎发展历史 2.2 搜索引擎分类 2.3 搜索引擎工作原理 2.4 搜索引擎介绍 2.5 小结 第3章 关键字 3.1 关键字简介 3.2 关键字词频 3.3 关键字密度 3.4 关键字词频与密度的关系 3.5 辅关键字 3.6 关键字分布及表现形式 3.7 关键字策略 3.8 小结 第4章 URL优化 4.1 URL优化简介 4.2 URL简介 4.3 URL命名技巧 4.4 分隔符的使用 4.5 URL长度 4.6 关键字词频 4.7 关键字结合 4.8 URL各组成部分优化 4.9 URL重定向 4.10 URL静态化 4.11 小结 第5章 代码优化 5.1 代码优化简介 5.2 精简代码 5.3 页面头部优化 5.4 权重标签使用 5.5 图片优化 5.6 小结 第6章 网页结构 6.1 网页结构简介 6.2 网页组成元素 6.3 页面重要区域分布规律 6.4 网页结构类型 6.5 常用页面技术 6.6 小结 第7章 网站结构 7.1 网站结构简介 7.2 搜索引擎对重要页面的抓取 7.3 逻辑结构 7.4 物理结构 7.5 网站结构的优化 7.6 网站结构规划实例 7.7 小结 第8章 链接策略 第9章 搜索引擎优化误区 第10章 搜索引擎优化工具 第11章 案例分析 附录A 常用术语 附录B 常用问题

章节摘录

插图：互联网日益普及，越来越多的企业为了通过互联网推广自身的产品或者服务纷纷建立了网站。然而，建立网站并不意味着企业就能通过互联网向潜在客户推广自身的产品或服务。

网站只是企业展示产品、介绍服务的重要平台之一，相当于一家商店，而网站里的页面就是商店里存放商品的货架。

要想让顾客购买你的产品，首先也是最重要的就是要吸引顾客走进这个“商店”，即访问你的网站，这就涉及网络营销的问题。

网络营销是一种通过互联网推广产品或服务的营销方式，最常见的网络营销方式包括：富媒体广告营销、搜索引擎营销、E.mail营销和论坛营销等。

其中，搜索引擎营销作为一种新生的网络营销方式，由于具有投入低、回报高的独特优势而得到了广泛的应用。

接下来，先简单介绍一下搜索引擎营销及其优缺点。

1.2搜索引擎营销随着互联网信息的爆炸性增长，搜索引擎作为信息查询工具得到越来越广泛的应用。

使用搜索引擎寻找信息已经成为人们获取信息最主要、也是最快捷的途径。

由于用户总能在搜索引擎中找到他们所关心的信息，从而对搜索引擎产生了强烈的信任感，搜索引擎巨大的营销价值就蕴藏在用户对搜索结果信任的基础之上。

如果商家的网站能在相关搜索结果中出现，那么就可以向目标客户展示他们的产品（或服务）。

因为，通过搜索结果访问网站的用户极有可能就是其产品（或服务）的潜在客户。

由此可知，从搜索引擎引导过来的用户对于网站是极其重要的。

然而，怎样才能从搜索引擎上引导更多的用户呢？

这就是接下来要介绍的“搜索引擎营销”方面的内容。

通过搜索引擎平台向潜在客户推销产品或者服务的行为，我们称之为搜索引擎营销，且PSEM（Search Engine Marketing）。

搜索引擎营销作为重要的网络营销方式之一，有着不可替代的优势。

首先，搜索引擎覆盖范围广，是网民使用最频繁的互联网服务之一；其次，针对性强，信息的接收者就极可能是潜在客户。

例如，某个用户在搜索引擎中搜索“网站优化”，则该用户可能是在寻找与“网站优化”相关的资料或者提供“网站优化”服务的公司。

如果提供“网站优化”服务的公司能出现在这个搜索结果中，那么就有机会向目标客户推广他们的服务了。

由于在搜索引擎中，企业的产品（或服务）只能对寻找特定信息的用户进行展示，从而会错失游离在选择与非选择之间的客户。

因此，搜索引擎营销并不适合品牌或产品的大型推广。

目前，最常见的搜索引擎营销方式包括关键字广告、竞价排名及搜索引擎优化。

关键字广告或者竞价排名以搜索引擎作为后盾，占据天时、地利；但搜索引擎优化具有低投入、高产出的独特优势，与关键字广告及竞价排名展开了激烈的竞争，并占据相当重要的地位。

编辑推荐

《SEO教程:搜索引擎优化入门与进阶(第2版)》: Seochatorg站长实战经验结晶, 网站推广必备手册, 内容系统、全面、深入, 贴近实战。

网络时代, 面对浩如烟海的信息汪洋。

人们已经越来越离不开搜索引擎。

SEO (搜索引擎优化) 对网站营销乃至企业运营的重要性日益彰显。

《SEO教程:搜索引擎优化入门与进阶(第2版)》基于作者多年从事搜索引擎优化的经验, 根据网站优化实施的流程及步骤, 围绕搜索引擎优化的各基础环节展开论述。

引用大量的图文例证, 深度剖析搜索引擎优化的每个细节。

这一版对原有章节进行了全面的修订、更新和改进。

增加了域名对网站的影响、服务器选择等内容。

并添加了一个小型网站策划、优化的案例。

通过《SEO教程:搜索引擎优化入门与进阶(第2版)》, 读者将掌握专业级的搜索引擎优化技术, 合理运用, 必将有效提升自己网站的流量。

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>