

<<网站搜索设计>>

图书基本信息

书名：<<网站搜索设计>>

13位ISBN编号：9787115249258

10位ISBN编号：7115249253

出版时间：2011-4

出版时间：人民邮电出版社

作者：[美] Shari Thurow,[美] Nick Musica

译者：向怡宁

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>

<<网站搜索设计>>

内容概要

一般来说，SEO针对的是站外搜索，而可用性则针对站内用户体验，对一个成功的网站而言，二者缺一不可。然而，过去在实际运作中，二者经常是相互脱离的，没有人将这两种重要的工具放在同一个层面进行详细的剖析。本书在这方面进行了卓有成效的尝试。

书中详细阐释了在SEO与Web可用性之间取得平衡的方式，不但深入说明了搜索引擎、指数、机器人标签等优化工具，而且针对如何利用这些工具影响SEO以及如何提升网站的用户体验，提供了一系列行之有效的解决方案。

对专业设计人员而言，本书提供了一个全新视角，有助于你设计出更完美的网站。它概念清晰，论述精辟，详略得当，即使非技术背景的读者也能轻松地阅读，任何希望创造更优质用户体验的网络从业人员都能从中得到启发。

作者简介

Shari Thurow

从1995年就开始针对搜索引擎可见度设计、优化网站，2002年已是知名的网站可用性专业人员。1999年至今她一直在该领域发表演讲，并在世界各地授课。

她独立撰写的Search

Engine Visibility是有关SEO的最早著作之一。

Nick Musica

在构架、设计及管理网站方面有十余年的经验，他是Think Green

Media的创始人，也是纽约大学图形沟通管理及技术专业的特邀讲师，为研究生教授网络设计、搜索营销及网站可用性等课程。

<<网站搜索设计>>

书籍目录

第1章 理解搜索可用性

- 1.1 有关搜索的不同观点
 - 1.1.1 SEO
 - 1.1.2 网站可用性
- 1.2 信息线索
- 1.3 搜索可用性为什么很重要
- 1.4 小结

第2章 信息线索和搜索引擎

- 2.1 有关查询行为的不同看法
 - 2.1.1 已经丢失的信息线索
 - 2.1.2 不相关或劣等的搜索结果
- 2.2 如何在搜索结果中提供信息线索
 - 2.2.1 网页标题
 - 2.2.2 网页描述或页面摘要
 - 2.2.3 URL结构(网址)
- 2.3 Web搜索引擎的三类查询
 - 2.3.1 引导型查询
 - 2.3.2 事务型查询
 - 2.3.3 信息型查询
- 2.4 小结

第3章 引导型搜索——我能去哪里

- 3.1 以寻求引导为目的
 - 3.1.1 实例1: 首页
 - 3.1.2 实例2: 登录页面
 - 3.1.3 实例3: 分类和频道页面
- 3.2 搜索结果和引导型查询
- 3.3 引导型查询的指征
- 3.4 针对引导型查询进行优化
- 3.5 小结

第4章 信息型搜索——我能了解什么

- 4.1 以获得信息为目的
 - 4.1.1 实例1: 快讯
 - 4.1.2 实例2: 问题和答案
 - 4.1.3 实例3: 列表
- 4.2 搜索结果和信息型查询
- 4.3 信息型查询的指征
- 4.4 针对信息型查询进行优化
- 4.5 小结

第5章 事务型搜索——我能做什么

- 5.1 以处理事务为目的
 - 5.1.1 实例1: 购物
 - 5.1.2 实例2: 娱乐
- 5.2 搜索结果和事务型查询
- 5.3 事务型查询的指征
- 5.4 针对事务型查询进行优化

<<网站搜索设计>>

5.5 小结

第6章 信息线索和登录页面

6.1 寻读行为

6.1.1 利用可用性测试预判搜索者的需求

6.1.2 避免冰山效应

6.1.3 避免误导性链接

6.2 定位行为

6.3 弹簧高跷：负面的搜索行为

6.4 小结

第7章 搜索可用性与网站的成功

7.1 通过网站类型来衡量搜索可用性

7.1.1 利用搜索可用性来销售产品和服务

7.1.2 利用搜索可用性来卖广告

7.1.3 对现有的产品和服务提供支持

7.2 工厂内部网的搜索可用性

7.3 常见的搜索可用性目标

7.3.1 靠前的SERP排名

7.3.2 跳出率

7.3.3 网站使用时间和页面浏览量

7.4 小结

第8章 改进搜索可用性人人有责

8.1 栅栏上的洞：有关视野的故事

8.2 提升搜索可用性需“举全村之力”

8.2.1 图形设计师与搜索可用性

8.2.2 网络文案与搜索可用性

8.2.3 市场沟通专员与搜索可用性

8.2.4 可用性人员与搜索可用性

8.2.5 管理层与搜索可用性

8.2.6 市场调研人员与搜索可用性

8.2.7 IT人员与搜索可用性

8.2.8 信息架构师与搜索可用性

8.3 小结

第9章 如何改善网站的搜索可用性

9.1 理想的测试参与者

9.2 反向卡排序测试

9.3 一对一实地访谈

9.4 功能显著性测试

9.5 首页预期测试

9.5.1 第一步：点击功能可见性测试

9.5.2 第二步：预期内容测试

9.6 内容页上的8秒可用性测试

9.7 观察引导型查询

9.8 检查站内搜索数据

9.9 品牌认知度测试

9.10 检查你的出错提示

9.11 自由探索测试

9.12 解构常见的偏见与误区

<<网站搜索设计>>

- 9.12.1 误区1：它就是灵丹妙药
 - 9.12.2 误区2：可感知网站速度与真实网站速度
 - 9.12.3 误区3：竞争者都是对的
 - 9.12.4 误区4：无需用户反馈就能把网站设计好
 - 9.12.5 误区5：因为是同类中最好的，人们自会迁就它
 - 9.12.6 误区6：3次点击后你就会失去用户
 - 9.12.7 误区7：用户才是问题
 - 9.12.8 误区8：用户永远都是对的
 - 9.12.9 误区9：可用性测试百分之百准确
 - 9.12.10 误区10：用户可以通过点击知道链接的作用
 - 9.12.11 误区11：可用性准则会让你的网站成功
 - 9.12.12 误区12：网站是我自己的
- 9.13 小结

章节摘录

版权页：插图：和搜索一样，可用性一词也会有各种各样的对应场景和理解。

实际上很多人甚至从未听说过可用性这个词。

如果你在大街上或者电梯里问一个普通人可用性是什么意思，他的回答很可能让你摸不着头脑。

对这个词的一种比较常见的理解，就是把可用性（usability）拆成两个部分来理解：使用（use）和能力（ability）。

这种做法的结果就是将可用性想当然地定义为一个人使用某种东西的能力。

套用到网站上，人们就会认为：“我可以使用我的网站。

所以它肯定有可用性，对用户肯定是友好的。

”不幸的是，这种理解尽管常见却是错误的。

因为对于网站来说，可用性与个人主张之间完全没有关系。

网站的可用性是以任务为导向的。

可用性专家通过可用性测试来衡量用户完成特定任务的效率及其满意程度。

媒体关注与评论

“ Shari和她的合著者Nick Musica将会向你阐释如何设计出对搜索蜘蛛和用户都有好的网站，从而使哪怕是新手的用户也能顺利找到网站，并在其中自由游弋，而不是一头扎向深渊。

” ——Peter Morville，信息架构领域创始人“ 搜索引擎友好度与网站可用性本是两个迥然不同的主题，但在Shari和Nick的妙手调和下，二者就像花生酱配巧克力，冰激凌加蛋糕，草莓拌奶油，滋味绝佳，不容错过！

” ——Danny Sullivan，Search Engine Land网站主编“ 我本人作为一个专业顾问，已经将这本书中的所得成功应用于我许多的项目中，其中包括美国保德信金融集团的项目。

无论是致力于SEO的专业人员，还是即将踏出校门的学生，都绝对应该读一读这本书。

” ——Tracy A. Wehringer，SEO专业顾问“ 我一直从事交互可用性方面的工作，对SEO所知有限。而这本书为我在这两个学科之间架设了一个完美的桥梁。

事实上，这本书就像一座宝库，展示出许多令人惊异的藏品，让我能够迅速将它们融入到我的工作之中。

” ——Jeffrey Korn，交互可用性专业人员“ 本书围绕可用性提供了一系列度量方法，能够帮助你为工作建立一个投资回报率的计算模型。

此外，我还喜欢书中充满趣味的插图，它们让我在阅读过程中始终保持一种愉悦的心情……这本书不但能够开拓你的眼界，同时也令你意识到可用性无处不在。

” ——B. Tripathi，互联网行业10年资历

编辑推荐

《网站搜索设计:兼顾SEO及可用性的网站设计心得》：SEO+可用性=完美搜索体验资深作者+专业译者+图灵品质=完美阅读体验你还要什么？

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>