

沐风 SEO 培训

一、什么是搜索引擎优化

- 1、搜索引擎的职能
- 2、SEO 优化的目标

二、搜索引擎优化概述（SEO 的重点）

- 1、相关性
- 2、专业性
- 3、对比性

三、SEO 优化概述

- 1、页面类型（首页、列表 tag 页、文章页、产品页、图片页、专题页）
- 2、页面结构（meta 设置、top、边栏、主体、页尾）
- 3、HTML 代码（div+CSS、H 标签、其他标签）
- 4、关键词挖掘及布局（关键词挖掘、关键词确定、长尾关键词）
- 5、内容建设（SEO 文章、产品详情、tag 聚合页面）
- 6、页面收录（影响因素、蜘蛛抓取、提升技巧）
- 7、日志分析、SEO 数据分析
- 8、关键词排名（影响因素、提升技巧）
- 9、站长工具使用
- 10、SEO 优化思维逻辑

四、具体 SEO 优化操作细则

1、页面类型

- 1.1 首页：如何设置网站首页
- 1.2 列表 tag 页：如何处理列表和 tag 聚合页
- 1.3 文章页：如何规划文章页面
- 1.4 产品页：如何设计产品详情页面
- 1.5 图片页：做图片页面需要注意的问题
- 1.6 专题页：如何通过优化专题页获得排名

2、页面结构

- 2.1 meta 设置：如何设置 title、keywords、description
- 2.2 Top：页面头部和导航设计
- 2.3 边栏：边栏的意义和规划
- 2.4 主体：主体模块的意义和细节处理
- 2.5 页尾：底部内容及次导航

3、HTML 代码

- 3.1 div+CSS：内容区块划分及用户体验
- 3.2 H 标签：H1、H2、H3、H4
- 3.3 其他标签：strong、span、alt、title

4、关键词挖掘及布局

- 4.1 关键词挖掘：站长工具、相关搜索、站长资源平台
- 4.2 关键词确定：如何布局关键词，首页、栏目、内页
- 4.3 长尾关键词：长尾词的意义和优化

5、内容建设

5.1 SEO 文章：SEO 文章的定义、SEO 文章编辑技巧

5.2 产品详情：如何处理产品详情页面的内容

5.3 tag 聚合页面：tag 页面的规划技巧

6、页面收录

6.1 影响因素：页面收录受到哪些因素的影响

6.2 蜘蛛抓取：蜘蛛爬行和抓取的规律，如何增加抓取频次

6.3 提升技巧：如何提升网站页面收录

7、日志分析、SEO 数据分析

7.1 原始日志分析：光年工具、手动查看原始日志

7.2 SEO 数据分析：百度站长资源平台

8、关键词排名

8.1 影响因素：关键词排名受到哪些因素的影响

8.2 提升技巧：如何提升关键词排名

8.2.1 外链：普通外链、友情链接、购买单向链接

8.2.2 内链：内链优化的技巧

8.2.3 用户体验：用户行为数据优化

9、站长工具使用：正确使用及解释诸多误区

10、SEO 优化思维逻辑

10.1 SEO 的本质：更好满足用户需要

10.2 SEO 项目：接受 SEO 项目后应该怎么做

以下是具体教程

一、什么是搜索引擎优化

1、搜索引擎的职能

搜索引擎的本质把更好的内容推荐给搜索用户，并且按照由好到差的顺序罗列。

目前国内还是以百度搜索为主，虽然在 B2B 领域，百度搜索放出了像爱采购等这样的卡片信息，但对于独立网站来说，仍然存在大量的搜索流量，尤其是更加精准的长尾关键词流量。

总而言之，搜索引擎优化仍然是性价比很高的推广方式，仍然有很多企业依靠百度就能做强做大。所以，我们要思考的是如何做好网站 SEO！

2、SEO 优化的目标

简单说，就是让网站能够在众多的竞争者中脱颖而出，获得更好的关键词排序，同时还能获得更多的用户点击。

在现代 SEO 中，还需要考虑到转化率的问题，如何才能让用户下单也是 SEO 人员需要考虑的问题。因此，SEO 工作需要跟网站运营紧密联系，让网站不仅有更加精准的流量，还得有更好的业务销售。

具体总起来起来，SEO 有以下几个目标：页面收录量、关键词排名、用户点击、转化率。

二、搜索引擎优化概述（SEO 的重点）

搜索引擎会收录海量的网站和页面，在茫茫的信息中依据什么来决定排序呢？主要有以下几个方面，其他的细节基本遵循这三个基本原则。

1、相关性

相关性指的是页面跟用户搜索需求之间的关系，搜索引擎会优先考虑到大多数人的需求，请看下图：



尽显网购逛「京东」专注做高品质产品的网站,品质出众,精益求精,用的舒心!

京东 2021-12 广告 了解详情

第1名

苹果官方网站-Apple (中国大陆) 官方

探索Apple 充满创新的世界,选购各式 iPhone、iPad、Apple Watch 和 Mac,浏览各种配件、娱乐产品,并获得相关产品的专家支持服务。

Apple官方网站 了解详情 百度快照

搜索“苹果”这个关键词，排在第一位的是苹果手机的官网，并且首页基本也都是苹果手机的信息。显然，大部分人搜索“苹果”的需求是跟苹果手机有关的。

再搜索“苹果多少钱”，这个关键词的搜索需求可能是想要知道苹果手机的价格，也可能是想要知道水果的价格。看下面截图：

第3名

苹果x_苹果x价格_苹果x多少钱|配置参数-太平洋产品报价



缺点:缺点当然也是有的,世界上没有完美的东西,但是正式因为iphone的缺点,才能不断地推进苹果手机的发展和进步。(1)价格太高,作为苹果最强的旗舰机型,它的起步售价也达到了旗舰的8500人民币。尽管...

product.pconline.com.cn/mobile... 百度快照

第4名

苹果_苹果价格_苹果多少钱一斤-本来生活网



本来生活网在全球采购精品苹果,同时提供苹果报价、苹果价格、苹果多少钱一斤等资讯,让你吃到最健康最便宜的苹果。

www.benlai.com/wg/pingguo_jia... 百度快照

排在第一位和第二位的是百度爱采购，是水果内容，可以忽略。第三位是手机信息，第四位则是水果信息。也就是说搜索“水果多少钱”的用户，在手机和水果的关注量上相差不大，搜索引擎需要都给出信息，这样的相关内容就能满足大多数人的需求。

所以，我们在做 SEO 的时候，首先要确保网站跟目标关键词是相关的。比如优化“旅游”相关的网站，就不能让网站太过偏向酒店，如果太偏向酒店预订之类，就成了住宿主题了！虽然也跟旅游有关，但是相关性明显减弱了。大家可以自行搜索下“张家界旅游”，看看排名靠前的独立网站是怎样的主题。

2、专业性

专业性是建立在相关性基础上的，比如都是做“张家界旅游”的，那个网站更加专业呢？

第1名  **张家界旅游官网** **官方**

1982年9月25日,经中华人民共和国国务院批准,将原来的**张家界**林场正式命名为“**张家界**国家森林公园”,也是中国第一个国... AAAAA 113401次浏览 天门山国家森林公园 天门山是山岳...
www.zjw.com/  百度快照

第2名  **2021张家界好玩的旅游景点/游玩攻略_12月张家界短途/周边...**

 **张家界游玩攻略指南,携程攻略社区!靠谱的旅游攻略平台,最佳的张家短途游、周边自驾游、自由行、一日游等出游推荐,海量**张家界**旅游景图片、游记、交通、酒店、美食、购物、玩乐、行程、指南等...**
you.ctrip.com/place/zhangjiaji...   保障 百度快照

可以看到，排在第一位的是张家界旅游官网，官网排在第一位是无可厚非的。排在第二位的是携程旅游网，这是国内很权威的大型旅游网站，在专业性上没有问题，获得好的排名也在情理之中。

因此我们在优化的时候，要尽量让网站更加专业，不管是内容还是用户体验，都要体现出专业性。

3、对比性

对比性很好理解，都是做张家界旅游的，哪个网站整体上做得更好，就能获得更好的排序。

这是搜索引擎工作的重点，面对海量的信息，如何才能确定哪些网站、哪些页面质量更高！搜索引擎会给网站和具体的页面打分，然后再匹配用户需求进行内容排序。

百度搜索内部有个词叫“权值”，其实就是页面得到的分数（在具体关键词的排序上，考虑的是单个页面，首页和内页都被同样对待，下面只说页面，不再说网站）。权重高的排名好，反之就差。

注意，这里的权值跟第三方站长工具查到的百度权重不是一个概念。

三、SEO 优化概述

1、页面类型（首页、列表 tag 页、文章页、产品页、图片页、专题页）

不同类型的页面有不同的特点，简单来说可以分为列表页和详情页面，细分则有很多具体的类型

首页：首页是特殊的聚合页面，理论上也是整个网站权重最高的页面，首页的特点是聚合各个分类下的内容，以及各种单独的 page 页面。从首页出发，可以很方便的到达各个频道及详情页面。

举例：<http://www.tangmengyun.com/>

列表 tag 页：顾名思义，列表页就是具体相同特征的内容集合，文章列表和产品列表都是如此。通常列表页面结构相对比较简单，可以部署次要关键词。Tag 页面跟普通的列表页是一样的，只是 tag 页面是根据设置的 tag 调用，而分类页面则是直接的分类，意义相同。

分类页举例：<http://www.tangmengyun.com/SEO-peixun/>

Tag 页举例：<http://www.tangmengyun.com/tags-16.html>

文章页面：文章页面是最为常见的，几乎所有网站都存在文章页，主体是文章内容。

举例：<http://www.tangmengyun.com/SEO/323.html>

产品页面：产品页面多见于商品网站，主体是产品信息，当然可以根据情况作出多个内容维度。

举例：<https://item.jd.com/4411905.html>

图片页面：图片页面的主体内容就是图片，像“装修效果图”这类的网站可以采用大量的图片页面。

举例：https://www.shangceng.com.cn/drawing/CA2202170004_S00003.html

专题页面：专题的意义就是针对某个具体的问题做专门的讲解，并且除了主体讲解内容以外，还会附带更多的参考内容链接，内容维度可以多样化，文字、图片、视频等都是它的维度。

举例：<http://www.tangmengyun.com/youhualiucheng/>

2、页面结构（meta 设置、top、边栏、主体、页尾）

Meta：meta 里面有很多内容，其中最要注意的就是页面标题（title）、关键词（keyword）、页面描述（description）。

```
<title>SEO培训_SEO实战培训_网站搜索引擎优化技术培训-沐风博客</title>  
<meta name="Keywords" content="沐风博客">  
<meta name="description" content="沐风博客，更新系统专业的SEO实战培训教程资料，帮助大家
```

说明：title 是重点，搜索引擎判断页面相关性，首先会看标题！所以对于页面标题的设置要慎重；关键词目前已经不重要，普通用户看不到，搜索引擎也不会纳入权重计算；页面描述会展现在搜索引擎搜索结果里面，但如果设置得不合理，搜索引擎会自行抓取更加合理的，好的页面描述内容能够有效提升点击率，需要注意下。



Search bar with "descriptipon" and navigation tabs: 网页, 文库, 资讯, 贴贴吧, 知道, 图片, 地图, 采购, 视.

百度为您找到相关结果79个

显示排名, 隐藏广告, SEO难易度, 备案信息, 文章排名潜力评估 >

以下包含 description 的搜索结果，仍然搜索：description

第1名

description是啥意思,description页面描述的重要性及写法(...)



内容导读:description跟多的是跟用户体验有关,建设网站做seo优化等等,这所有的一切都是围绕用户!作为用户与网站之间的桥梁环节,大家应该对页面描述description足够重视,这无论是对网站流量还是用...

www.tangmengyun.com/seo/...html 百度快照

Top: 这主要指页面（普通用户可见）的头部，包括 logo 区、导航栏等，如：

Header section of the website with navigation links: 网站首页, SEO系统培训, SEO教程, SEO实验室, SEO技巧, SEO诊断, SEO算法, SEO问答, 网站运营.

边栏: 边栏是位于右边（有些在左边）的宽度较小的内容区块，这里放置的内容通常为网站分类、各种推荐内容、各种广告位等。如：

Advertisement for SEO editing services with QR codes and a price tag of ¥59.

主体: 主体部分是整个页面最为重要的内容区块，比如文章页面的具体内容，比如产品页面的产品详

情等，列表页面的具体列表内容等。

页尾：页面最底部的内容区块，这里通常放些通用信息。如：



3、HTML 代码（div+CSS、H 标签、其他标签）

Div+css: div 是指内容区块的框架，而 css 则是装饰用的，通过 div+css 可以把页面设计成不同的内容区块，这也是常说的前端。比如我们通过 div 可以灵活的把页面 top、边栏、主体、尾部等分开，再通过 css 给它们进行定位和美化，即达到视觉上的效果，同时也符合搜索引擎抓取、识别的要求。

H 标签: 常用的是 H1、H2、H3、H4、H5 等，其中 H1 在每个页面出现一次即可，并且出现在最重要的位置上。H 标签的意义在于给内容进行重要性分级，H1>H2>H3>H4>H5，通过 H 标签的设置，使得内容的架构化更加明显，帮助搜索引擎更好的识别内容。

其他标签: strong 标签（强调）、nofollow（禁止权重传递）、alt（图片属性）、title（链接属性）、canonical（标准页面），前面说过的页面标题（title）、关键词（keywords）、页面描述（description）也是标签。

4、关键词挖掘及布局（关键词挖掘、关键词确定、长尾关键词）

关键词挖掘: SEO 优化很重要的目标就是让关键词有好的排名，那么到底要优化哪些关键词呢？这需要根据行业情况去进行挖掘，精准的关键词往往能带来不错的业务转化。具体挖掘，可以通过站长工具，以及参考同行网站等方式来做。

关键词确定: 关键词挖掘出来以后，我们需要对这些关键词进行整理，哪些是最为重要的，哪些是次要的；哪些词应该部署在网站首页，哪些词应该部署在文章页面等等，这些需要我们根据词的性质等来进行确定。理论上，要把关键词部署在更加适合优化的页面。

长尾关键词: 长尾关键词是相对的，是从具体关键词上延伸出来的。比如说“SEO 培训”，可以延伸出“SEO 实战培训”“SEO 系统培训”等；而“SEO 实战培训”又可以延伸出“SEO 实战培训多少钱”等等。但要注意，长尾关键词必须是有用户搜索需求的，没有搜索需要的长尾词没有意义。

5、内容建设（SEO 文章、产品详情、tag 聚合页面）

SEO 文章：SEO 文章跟普通的文章有所区别，它要求在满足用户需求的基础上，还满足搜索引擎对于内容质量的判断。比如说要注意标题内容的相关性、关键词密度等等，几乎所有的网站都需要持续更新 SEO 文章，这是提升网站权重很重要的方式和途径。

产品详情页面：描述产品的具体内容，包括文字、图片、视频等，在商城类网站里面，产品页面是必须的，在做产品页面的时候，要注意产品属性的设置，结构化的数据更加符合搜索引擎的要求。

Tag 聚合页面：通过给文章页面或者是产品页面设置 tag，来把同 tag 的内容聚合在一起。简单的 tag 页面只设置好 tag 就成，还有给 tag 页面加上更多的内容说明，这样的 tag 页面更加贴近，或者说就是专题页面了。如：



6、页面收录（影响因素、蜘蛛抓取、提升技巧）

网站的页面只有被搜索引擎收录后，才有可能获得关键词排名，才有可能获得流量，最终形成业务转化。所以说，页面收录是 SEO 的基础，我们做 SEO，首要的任务就是提升页面收录。

影响因素：网站服务器的稳定性、页面的质量度、网站的整体表现、更新的频率和数量等。

蜘蛛抓取：页面被收录的前提是已经被蜘蛛抓取，通过内链和外链，可以提升蜘蛛的抓取频次。

提升技巧：确保服务器的稳定，确保页面的质量，做好这些基本的工作，再结合主动提交和被动抓取等方式，让页面得到更多的抓取，进而有效提升收录。

7、日志分析、SEO 数据分析

日志分析：服务器如果开启了原始日志，就会记录所有的行为数据，通过分析日志可以查看哪些页面被蜘蛛抓取了，哪些页面没有被抓取；哪些栏目被抓取得多，哪些栏目被抓取得少。这样就可以灵活的调整，给哪些没有被抓取到的页面提供更多的链接入口，以提升抓取和收录。具体分析方面，可以使用像“光年工具”这种软件，也可以手动去整理，再进行分析。

SEO 数据分析：这包括了多个方面，比如说页面收录量、关键词排名、网站流量变化等等，通过数据分析，可以看到各个阶段的优化有什么样的效果，为后面制定策略提供数据参考。

8、关键词排名（影响因素、提升技巧）

关键词排名就是在搜索某个关键词的时候，在搜索结果里看到的情况，关键词排名好就能获得更多的展现，进而有可能获得更多的点击。

影响因素：搜索引擎综合计算排名是相当复杂的过程，我们能感觉到的包括网站整体权重、页面关键词相关性、页面质量度、用户需求、内外链投票等等。

提升技巧：根据影响关键词排名的因素去调整和优化。

9、站长工具使用

主要包括搜索资源平台，以及像 chinaz、aizhan.com、5118.com 等这样工具的使用，但要注意，第三方站长工具查询到的数据只能作为参考，百度搜索资源平台的数据更加准确。

10、SEO 优化思维逻辑

逻辑方面可以简单的从后往前推：同样是关于问题 A 的 10 个页面，为什么页面①的排名要好，它有什么样的优势；要具有这样的优势需要做好哪些事情；如何把这些事情做好.....

四、具体 SEO 优化操作细则

1、页面类型

1.1 首页：如何设置网站首页

网站首页是特殊的聚合页面，它需要体现出行业特征，并且针对行业不同的用户需要给出对应的内容，当然这些内容不需要都在首页完整体现，首页只要给出内容的链接就行。

除了常规的内容列表以外，可以根据运营要求，添加些活动专题等内容区块。

还是以沐风博客为例（<http://www.tangmengyun.com/>），如下图：

网站分类		
SEO问答	SEO实验室	文案编辑
网站运营	官方文档	SEO培训机构
互联网创业	网页设计	百度推广
公众号推广	微信	文章写作
抖音	互联网资讯	加盟创业
广州惠生活	沐风随笔	SEO服务
SEO教程	SEO诊断	SEO系统培训
SEO算法	SEO杂谈	SEO技巧

沐风博客的主题是 SEO 教程及 SEO 培训，这些分类是可以体现出网站主题的，另外在首页上也具体设置了不同分类的内容区块。下面看两个具体的行业关键词排名。



注意：不同行业的网站有不同的特点，在设计首页的时候要具体分析，比如说有产品的企业网站，则需要在首页呈现出产品，以及公司简介、联系方式、企业新闻、行业新闻等。

在设计网站首页的时候，可以多参考几家 SEO 做得好的网站，去分析和借鉴他们做得好的地方！

1.2 分类列表 tag 页：如何处理列表和 tag 聚合页

分类和 tag 页面是类似的，它的主要功能就是提供内容入口链接，无论是文章列表还是商品列表都是如此。除了简单的列表以外，我们还可以适当的添加其他内容区块，比如说最新文章（商品）、热门文章（商品），以及其他的各类推荐等。

这里重点说下 tag 页面，tag 的设置尽量要长尾，比如“关键词排名”和“长尾关键词排名”，这两个关键词具有明显的包含关系，如果编辑的文章是说长尾词排名的，就尽量用“长尾关键词排名”这个 tag。Tag 设置得越具体，tag 页面的相关性就越高，获得排名的可能性就越大。相反，如果 tag 设置得太泛，就会降低相关性，不利于排名优化。

以沐风博客为例：SEO 系统培训分类：<http://www.tangmengyun.com/SEO-peixun/>



第6名  [夫唯SEO特训营-零基础到精通SEO培训教程,实战SEO](#)





搜外网旗下SEO培训机构,十年专注SEO培训,夫唯SEO系统知识+营销型网站策划和群站SEO课程,即:搜外同学会。微信:seowhy2021
fuwei.seowhy.com/  百度快照



第7名  [SEO系统培训,SEO从入门到精通的系统培训 - 沐风博](#)


初级SEO从业者需要系统培训,以便更快更全面的掌握SEO技术。沐风博客视频教程培训和线下SEO培训,有需要参加SEO系统培训的朋友可以添加客
www.tangmengyun.com/seo-peixun/  百度快照

Tag 列表页面: <http://www.tangmengyun.com/tags-173.html>

第7名  [网页历史快照 - 知乎](#)



我看一些回答都有些年头,有些网站已经打不开国内比较有名的毫无疑问是 桔子seo的查询工!而且是每年的记录都有,比较详细的,链接: seo.j
 知乎  百度快照

第8名  [网站快照的方法和技巧_关于网站快照的教程 - 沐风](#)

目前,#网站快照#标签聚合页面仍在完善中,后续将为您提供丰富、全面的讯、#网站快照#相关技巧,让您第一时间了解到关于#网站快照#的热门信
www.tangmengyun.com/tags-1...html  百度快照

1.3 文章页：如何规划文章页面

文章页面的重点除了内容质量以外，结构也很重要。通常我们在规划文章页面的时候，要注意留出相关内容区块，比如说相关文章、同类文章，以及推荐文章等等。

另外要注意 H 标签的使用，如果文章的标题使用了 H1 标签，那么相关文章的区块标题就可以使用 H2，以此类推。这样就形成了明显的结构化层级。

1.4 产品页：如何设计产品详情页面

跟文章页面类似，但产品的详情页面要更加细，尤其要注意产品属性的模块设置，比如像颜色、材质、价格等等这些。

注意：不要害怕这些属性都是相同或相近，搜索引擎能够识别这类信息，不会导致页面之间的重复度过高，产品是怎样的属性就设置怎样的属性！

关于相关产品、推荐产品，以及 H 标签的使用，跟文章页面是相同的。

1.5 图片页：做图片页面需要注意的问题

目前纯图片的页面相对还是比较少的，优化图片页面的重点是 alt 属性，有链接的则添加 title 属性。另外还可以适当添加图片说明，已经相关图片。

图片页面的优化，除了给用户提供视觉上的效果之外，同时也要注意给搜索引擎提供文本内容，毕竟搜索引擎是会抓取和分析文本内容的。

1.6 专题页：如何通过优化专题页获得排名

专题页面跟分类、tag 页面类似！想要专题页面有更好的排名，最基本的就是增强专题页的相关性，然后通过内链、外链来辅助提升相关性。

注意：专题页面务必做到有针对性，尽量是针对具体某个小的需求，太泛的专题页等于没有！

2、页面结构

2.1 meta 设置：如何设置 title、keywords、description

Title: 设置 title 的基本原则是包含关键词，同时注意关键词不能明显堆砌，下面是几个细节：

- ① 相同完整的关键词，最多出现 2 次！
- ② 重点优化的关键词尽量往标题的左边靠，标题的字数不要过长，尽量让标题在搜索结果里面能够得到完整展示。
- ③ 首页（分类）的 title 可以罗列关键词，也可以写成通顺的句子，具体详情页面（文章页、产品页）不能罗列关键词。
- ④ 标题内容必须跟页面主体内容保持一致，切忌文不对题！
- ⑤ 连接符的使用，统一即可！

Keywords: 目前关键词部分已经不在搜索引擎的考虑之列，做 SEO 的时候不需要刻意去设置。

Description: 描述内容是可能展现在搜索结果里面的，我们在设置的时候要注意引导效果，让用户在看到描述内容之后，有点击查看具体的想法。理论上，Description 内容应该是对页面内容的总结提炼，将核心内容呈现给用户，给大家看个专业问答的案例：



文章的标题是“白葡萄酒怎么喝”，搜索结果里面直接给出了核心回答。用户对于这样的结果肯定是满意的，就有可能点击进去看看详细的内容说明。

有些朋友习惯使用类似“想知道具体内容，请看本文的介绍”，或者是在描述里面罗列些提问啥的，这些都不合理。

2.2 Top: 页面头部和导航设计

页面头部和导航基本是通用的，也就是说整个网站都用同个内容模块。设计的时候需要遵循两个原则：

- ① 要体现出网站主题，让用户无论处在哪个页面，都能知道这个网站是干吗的！
- ② 导航承担快速定位的职责，用户通过导航能够快速进入到不同的内容分类。除了主导航条之外，如有需要也可以设置小的次导航，类似热门搜索等这样的链接入口。

2.3 边栏：边栏的意义和规划

意义：边栏主要是设置推荐的内容模块，比如活动信息、推荐内容等，它的作用是在不影响页面主体内容的前提下，灵活的更新调整推荐内容；同时，边栏还可以提供其他页面的链接入口，对于提升爬

蜘蛛抓取频次也帮助，但边栏链接的流通权重很低！

规划：边栏设置没有统一的形势，大抵上可以设置分类导航、活动链接、热门文章（产品）等。

2.4 主体：主体模块的意义和细节处理

意义：主体模块是整个页面最为重要的部分，比如说文章页面的文章内容，比如说产品页面的产品详情，比如说列表页面的内容列表等。主体内容必须是唯一的，不能跟其他页面相同。搜索引擎在综合分析页面的时候，重点也是看主体内容，其他边栏、底部等内容仅做参考。所以，整个页面的优化重点也在主体内容模块。

细节：细节问题就是做好主体内容的质量，主要是网站首页、文章详情页、产品详情页。首页，要覆盖主要的用户需求，给用户需要的内容入口；文章详情页，真正挖掘用户需求，提供针对需要的有价值的内容，尽可能解决用户更多的问题；产品详情页，让用户对产品有更加全面的认识，通过详情页用户可以做出购买与否的决定。

2.5 页尾：底部内容及次导航

底部内容：底部内容通常也是通用内容，比如放置简单的说明、版权等，如果是首页还可以放置友情链接等。这里的内容可以加链接，也可以不加链接，但要注意跟网站主题相关！

次导航：简单说就是站内导航，是对主导航的补充，可以设置重点推荐的文章或者产品、专题，另外不同的页面还可以做不同的次导航，这样可以灵活的做内链优化。

3、HTML 代码

3.1 div+CSS：内容区块划分及用户体验

3.1.1 内容区块：

页面是有多个内容区块组成的，而这些区块都可以用 `div` 来包含，通过 `css` 的设计让区块有规律的排列，比如位置、颜色等等。

在设计 `div` 的时候，我们要注意包含关系，比如说整个页面可以做成一个大的 `div`，里面再划分了上、中、下三个区块，然后上部大的 `div` 里面又包含了 `logo` 区、导航栏区等等。也可以直接把页面分成几个平行的区块，各区块里面嵌套各自的 `div`。

总之在设计 `div` 内容区块的时候，要让包含关系显得清晰，而不是混乱的！

3.1.2 用户体验：

用户体验包含了很多方面，`div` 体现的内容区块是其中一部分。我们在浏览那些用户体验好的网站时，

不仅觉得看起来舒服，找内容也很方便。

我们在处理用户体验的时候，除了排版、颜色等视觉效果以外，还要考虑到行业特点和用户需要，要站在用户的角度去分析。另外，用户体验还包含了页面内容的质量，比如说文章内容的质量，比如说产品页面的属性设置及图片处理等等。

3.2 H 标签：H1、H2、H3、H4

H1: 理论上每个页面只需要一个 H1，并且用在最为重要的位置，比如说文章页面的标题，比如说产品页面的产品标题等。

H2、H3、H4: H2 是次重要的内容，主要使用在主体内容里面，比如说文章页面标题用的是 H1，如果分了几个维度的知识点，那每个知识点的小标题就可以使用 H2；如果 H2 区块内容里面还能分几个更小的知识点，那这些知识点的标题可以使用 H3。

总之，H1~H4 的重要程度逐渐降低，同时它们也形成了页面内容的结构化。我们在具体使用的时候，可以根据内容模块的重要程度来。

3.3 其他标签：strong、span、alt、title

Strong: 这个标签的作用是强调，视觉上会将文本加粗，跟标签 b 效果一样。通常也是用在内容模块的标题上，比如说相关文章、热门产品等这些，它的重要程度比 H 标签要弱些。

Span: 这个标签没有特殊意义，就是让标签里面的文本有特殊的形式，比如设计颜色等。

Alt: 是用于图片上的标签，通过设置 alt 文本告诉搜索引擎图片的内容，如果图片丢失或者加载不出来，页面会显示 alt 里面的文本，这样普通用户也知道图片是关于什么的。

Title: 这是针对图片链接的，对于那些有链接跳转的图片，通过设置 title 就能形成正常的锚文本链接。

4、关键词挖掘及布局

4.1 关键词挖掘：站长工具、相关搜索、站长资源平台

4.1.1 站长工具：

比如 chinaz、aizhan.com、5118.com 等，这些站长工具除了有挖掘关键词的功能以外，还能查询竞争对手的关键词词库。当然，想要用这些工具挖掘更多数据的话需要付费，但对于小站来说免费的功能及已经足够了。具体大家操作，大家打开这些网站去摸索下即可。

4.1.2 相关搜索

这是搜索引擎提供的，搜索引擎不仅提供了相关搜索，同时还有下拉搜索框。如：



第一个是相关搜索结果，第二个是下拉框结果。通过相关搜索和下拉框的循环操作，我们能得到大量有真实搜索需求的关键词。

4.1.3 站长资源平台

比如说百度搜索资源平台，在“流量和关键词”里面能看到很多有展现的关键词，如：

http状态 500	11	37	29.73%	2	查
seo入门教程	10	426	2.35%	1.8	查
电商roi计算公式	10	169	5.92%	3.4	查
电商roi是什么意思	10	168	5.95%	1.6	查
个人网站备案流程	10	22	45.45%	1	查

◀ 3/2410 ▶
跳转
共24100条
每页显示

以上是沐风博客最近 7 天结果，可以看到总计有 24000 条记录。这些关键词有些排名靠前，有些排名靠后，我们就可以有针对性的去优化那些有展现但是排名很靠后的词，这样有针对性的优化效果非常不错。

4.2 关键词确定：如何布局关键词，首页、栏目、内页

关键词挖掘整理好之后，需要具体布局在网站页面上，如何才能合理布局呢？我们可以根据关键词的百度指数及竞争程度，分成不同的等级进行布局。下面以沐风博客为例：

首页：布局行业相关的词，像“SEO 培训”“SEO 实战培训”等。

栏目页：布局次重要的核心词，比如“SEO 教程”“SEO 技巧”“SEO 算法”等等。

内页：布局各种长尾关键词，以及问句类型的搜索句子等。

如果是商城网站应该怎么做呢？比如说家具网站，则可以这么布局：

首页：布局“家具”“家具商城”等。

商品列表页面：布局“床”“沙发”“电视柜”等这些次级的关键词。

商品详情页面：布局“1.8*2.0 米实木床”这样的具体 SKU 的词。

4.3 长尾关键词：长尾词的意义和优化

长尾词是相对而言的，比如说把“床”作为核心词，那么“实木床”就是它的长尾词，而“1.8*2.0 米实木床”则是更长的长尾词。长尾词相对会更加精准，优化难度也会小些，但它的转化率更高。

如何优化长尾词呢？第一步当然是去挖掘真实有效的长尾词，第二步就是布局到页面并且制作出页面（首页、分类页、列表页、专题页面、文章商品页面等等，也可以制作其他类型的页面），最后通过内链、外链等方式来提升关键词排名。

注意，优化长尾词（尤其是很长的长尾词）最基本也是最重要的是确保页面的质量度要高，本身的质量度高了，再加上继承的权重和链接投票，这样才能有效做上去。

5、内容建设

5.1 SEO 文章：SEO 文章的定义、SEO 文章编辑技巧

SEO 文章的定义：SEO 文章主要是用在 SEO 优化上面的，是网站时常更新的文章，它跟普通的文章有所区别，SEO 文章除了要满足基本的用户需求之外，同时还要考虑到搜索引擎的算法。

SEO 文章编辑技巧：沐风博客有很多具体文章讲解，大家可以具体去看看，这里不再重复。另外，沐风博客也录制了专门的视频教程，有需要的朋友可以购买，售价 59 元。

5.2 产品详情：如何处理产品详情页面的内容

首先要搞清楚产品详情页的特征，既然是产品，就必须有它的具体参数或者说是属性，我们在制作产品详情页面的时候，要把产品的属性维度都体现出来。如：

品牌：西昊 (SIHOO)

商品名称：西昊电脑椅

商品编号：2791381

商品毛重：14.4kg

商品产地：广东佛山

货号：M56

面料材质：网布

类别：转椅

靠背最大角度：120-1

是否可定制：不可定制

是否需组装：需组装

填充物：海绵

扶手类型：固定扶手

升降方式：气压升降

五星脚材质：锦纶/尼龙(聚酰胺纤维)

附加组件：无附加组件

这个是电脑椅的属性！除了这些属性以外，像大图、细节图以及说明等也是必须的，另外就是用户对于商品的评价等，这些都能帮助其他用户了解更多信息。把这些信息都填充上去，那整个商品页面的质量度就提高了。

5.3 tag 聚合页面：tag 页面的规划技巧

Tag 页面是对分类的补充，当然 tag 的使用更加灵活。比如说沐风博客，分类是 SEO 教程、SEO 技巧、SEO 实验室等等这些。而具体的像“关键词排名”“页面收录”等等这些就通过 tag 页面来优化了。

注意：tag 应该是内容聚合的，并且是相关内容的聚合。如果某个 tag 下的文章不足 2 篇，那这样的 tag 就没有存在的必要了。

这里再说下专题页面，专题页面跟 tag 有所不同，tag 通常只是简单的内容聚合，而专题则是在页面里面基本已经将问题说清楚了，再提供更多可以参考的内容链接。

6、页面收录

6.1 影响因素：页面收录受到哪些因素的影响

新站与否：搜索引擎对于新站的收录是很慢的，尤其是内页，1-2 个月放出内页收录都是正常的。

服务器：不稳定或者加载慢的服务器，将直接影响到网站的页面收录。

网站权重：通常权重高的网站页面收录快，反之权重低的网站，收录新页面的速度会慢些。

页面质量：页面整体质量度高，收录会快些，反之就会慢，甚至不收录。

时效性：时效性强的内容收录快，比如那些行业新闻等。

链接入口：页面被收录的前提是已经被抓取，如果页面没有链接入口，没有被蜘蛛抓取到，肯定就不会被收录了。

6.2 蜘蛛抓取：蜘蛛爬行和抓取的规律，如何增加抓取频次

6.2.1 蜘蛛爬行和抓取的规律：

首先要了解蜘蛛爬行的基本原理，蜘蛛会通过某些种子页面，也会通过比如说工信部网站，甚至是 ip 地址等来循环收集页面链接地址，然后根据具体网站的综合表现，决定什么时候抓取，具体抓取多少。

比如说百度搜索就提供了链接提交功能，所以我们不需要担心搜索引擎不能发现网站！

这里重点说下爬行和抓取的过程：比如我们将网站首页提交给了搜索引擎，蜘蛛会在某个时间里面来抓取页面，在抓取的时候会进行数据拆解和分析，把页面上面的所有链接都收集并且返送回去，这样这个页面的抓取就算完成了。至于返回去的那些链接什么时候再抓取，已经抓取的这个页面是否收录，这些得看搜索引擎的综合策略。

6.2.2 如何增加抓取频次：

理论上说影响蜘蛛抓取频次主要有几个因素：

页面数量：页面数量越多，抓取频次越高；

网站权重：权重越高的网站，蜘蛛更喜欢来抓取；

更新情况：更新频繁、更新量大的网站，蜘蛛抓取也会更多。

所以，想要有效增加抓取频次，可以从上面三个方面入手。事实上，这三个方面是 SEO 的日常操作，只是在质量方面，我们需要重点把控，质量上去了，网站的整体权重就会上去，在相互影响的情况下，最终抓取频次和页面收录就都上去了。

6.3 提升技巧：如何提升网站页面收录

在 6.2.2 里面已经提到了增加抓取频次的方法，抓取是页面收录的前提，有了抓取如何才能让页面收录增加，变快呢？首先我们要确保网站服务器是没有问题的，是稳定而不是经常宕机的；其次在更新方面，尽量持续更新，具体数量根据网站的情况来，像企业网站，每天更新 2-3 篇文章即可，如果是大的资讯网站，几十上百都可以；当然，更新的时候要确保质量度，不要大量采集，即便是伪原创也必须得高质量的伪原创，而不是简单的复制粘贴；最后记得提交链接就行，文章发布后第一时间提交给搜索引擎，也可以添加到网站地图里面，自动提交。

这里说到下外链和内链，理论上，外链和内链都能起到提供链接入口的作用，有利于蜘蛛抓取，但具体的收录还是得看页面本身的质量。当然，网站整体权重会直接影响到页面收录，那些权重高的网站，即便发布简单的没有实际意义的内容，收录也会很快。

7、日志分析、SEO 数据分析

7.1 原始日志分析：光年工具、手动查看原始日志

光年工具：自行去网上下载即可，光年工具的使用很简单，把原始日志下载下来，然后打开光年工具导入日志文件，就可以直接分析了，分析结果简洁易懂，能清晰的看到各个搜索引擎的抓取情况，以及具体哪些页面被抓取了多少次。

手动分析：<http://www.tangmengyun.com/seo/13.html>，沐风博客上有具体的教程，大家照着做就成。

7.2 SEO 数据分析：百度搜索资源平台

百度搜索资源提供了很多实用的功能，重点在：索引量、流量和关键词、抓取频次这几个。

通过索引量能看到网站收录的变化，流量和关键词则显示了关键词的展现和实际点击，抓取频次则是百度抓取网站页面的次数。

至于具体分析，大家需要结合日常的 SEO 工作，比如说如果每天更新 50 篇内容，但是索引量一直都不增加（索引量数据正常更新的前提下），那很明显在收录上就出了问题。这时候我们可以去看下抓取频次，看看这个频次是否下降了，也可以去分析最近的网站日志，看看那些没有被收录的页面是否被抓取了；如果抓取了但没有收录，这可能就是页面质量的问题了。

流量和关键词方面，百度搜索会给出有展现量的词，并且统计它的排名和点击情况。我们可以把这些信息整理出来，然后有针对性的去优化，并且一段时间后对比前后变化，以检测自己的工作是否有效。

8、关键词排名

8.1 影响因素：关键词排名受到哪些因素的影响

关键词排名看似单个页面，实则收到很多方面的影响，并且这些因素还能相互影响。

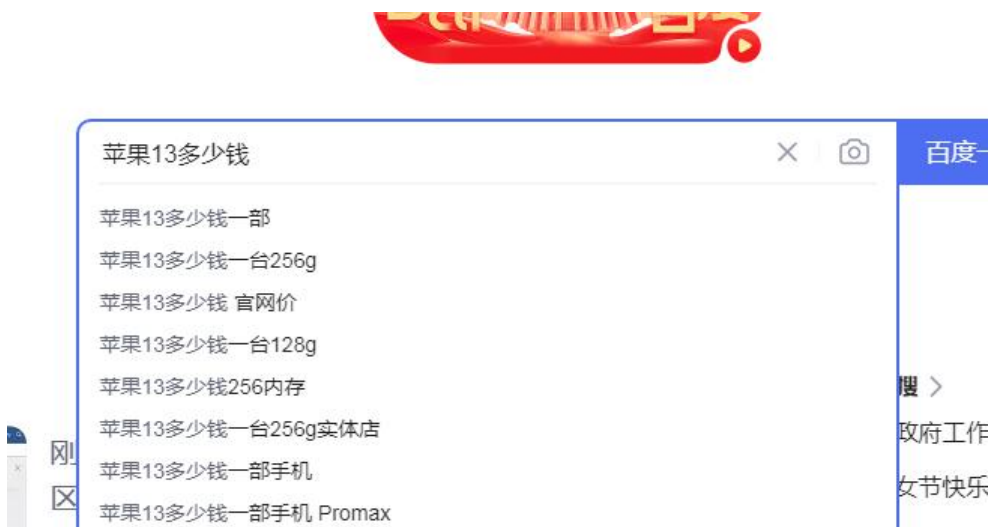
8.1.1 页面本身的质量

质量包含很多方面，这里说说最为基础和重要的。首先是相关性，搜索引擎判断页面是否可以参与排名的前提，是这个页面是否符合用户的搜索需求，原则上不相关的页面是很难有排名的；其次才是质量，在满足相关性的前提下，能够更好满足用户需求的页面能获得更好的排名。

如何提升页面的质量？

- ① 关键词覆盖，简单说就是在页面标题、主体内容、相关内容里面都出现关键词；
- ② 关键词密度，结合关键词覆盖而言，适当增大关键词的密度能够提升页面的相关性，进而提升质量度，但要注意关键词的出现要讲究自然性，起码不能看上去是恶意堆砌的。

③ 满足更多用户需求，比如关键词“苹果 13 多少钱”，百度下拉框搜索如下：



可以看到用户在关心苹果 13 价格的时候，还会考虑到内存大小，以及实体店价格等。我们在处理这样的页面内容时，就可以把这些用户关心的内容都体现出来，这样用户能够在同个页面就知道更多相关内容，这就叫满足更多用户需求。理论上说，满足更多用户需求的页面质量度更高，更值得搜索引擎推荐。

8.1.2 网站的整体权重

网站天上是没有权重的，或者它的权重很低，随着高质量页面越来越多，网站才慢慢累积起权重。为什么新站的关键词排名不好呢？很大原因就是网站初始权重低，加上搜索引擎的考核，所以没有排名，或者排名很靠后。

如何提升网站权重：

- ① 确保网站服务器的稳定，这样网站优化的基本保证。
- ② 持续更新高质量内容，这里有两个点，一个是持续更新，一个是高质量。正常情况下，任何行业都应该有新的事物和用户需求出现，所以网站需要不断完善和满足需要；高质量的意思就是更好满足用户需求。
- ③ 优化用户体验，用户来到网站后做了哪些动作，这些搜索引擎是会收集和分析的。原则上，用户的跳出率低、停留时间长、浏览的 pv 数量多，这就说明用户喜欢网站内容，用户喜欢的就是搜索引擎愿意推荐的。目前快排用的就是这个原理！
- ④ 优化投票，优质的内链和外链都能搞有效提升网站权重。内链可以有效增进内部权重的流通，提升具体单个页面的权重，进而提升整站权重；外链优化主要是指友情链接，少量不规律的购买相关锚文本友链，也可以提升网站权重，但那些自己在论坛、博客等地方发的外链对于提升权重没有意义。

8.1.3 服务器的稳定性

可以说，服务器的稳定是一切优化的基础，如果服务器不稳定，时常宕机或者打开超慢，那么再多的

优化也将徒劳。所以，在购买服务器的时候，尽量选择靠谱的服务商，同时配置尽量高点，尤其是对于流量大的网站，带宽和cpu等都要注意。如果只是小的企业网站或者个人博客，配置低点无所谓。

8.1.4 内外部的投票

前面也提到了内外部的投票，说到投票很多人只会想到外链，当然有效的外链是可以传递权重的！但是要注意，内链也有投票的作用，也能促进关键词的排名。具体优化下面会讲到。

8.2 提升技巧：如何提升关键词排名

8.2.1 外链：普通外链、友情链接、购买单向链接

普通外链：比如自己去论坛发布外链，这些外链不能直接传递权重，促进排名，但可以吸引蜘蛛抓取（因为搜索引擎蜘蛛在抓取这个页面的时候，会提取页面里面的链接，这样我们留下的网址就被蜘蛛提取并且返回了，但具体什么时候会抓取这个链接，则要看具体的策略）。蜘蛛抓取是页面收录的前提，而有效的页面收录能够提升网站权重，也可能获得关键词排名，从这个方面来说，发布的普通外链也是有作用的。只是目前搜索引擎基本不需要通过外链就能抓取到网站页面，所以，没有时间的话也可以不做这些外链。

友情链接：交换友链要注意几个方面，首先是相关性，尽量跟相关的网站交换链接，比如说做家具的网站，跟做装修的网站交换，这是相关性很强的；其次是注意权重，我们可以通过站长工具去查询对方网站的权重数据，看看关键词排名和词库等，对那些完全没有关键词排名的网站，就不要交换了；还有就是注意对方的出站链接数量，有些网站权重还行，但是已经做了50、60甚至更多的友链，对于这样的不交换也罢。

关于友链交换还有个问题，那就是栏目页！大多数情况下，不要拿首页跟对方的栏目页交换链接。看到很多专门做友链交换的人，说自己的栏目页权重多少，这种说法值得商榷！如果对方不是相关的行业大站，尽量不要拿首页去交换，要换也是拿栏目页换，否则宁可空着！

购买单向链接：百度搜索说过会打击链接购买行为，但如果我们注意方式方法，也是能够规避的。做法也很简单，那就是不要在短时间内大量购买，同时要注意，不要购买那些专门做友链出售的网站链接。比如，我们今天购买5个，然后过几天再购买2个，再到下个月再购买10个、20个等，这样每个月购买20、30个不等的相关友链，是完全没有问题的。因为这本身属于正常范畴，但如果一天就购买上百个友链，这明显不正常！

8.2.2 内链：内链优化的技巧

这里首先要注意内链的作用，第一个是提供链接入口，第二个是传递权重（当然在传递权重的同时也提供了链接入口）。

仅仅提供链接入口的内链，通常是布置在边栏、底部等内容区块，比如说最新内容、推荐内容等等这些，这些内容出现在主体内容模块之外。

传递权重的内链，通常出现在页面的主体部分，比如说文章的主体内容，里面可以设置文章推荐，或者是关键词的锚文本链接。沐风博客几乎所有文章主体内容里面都有内链设置，大家可以随便看看。

注意：在设置内链的时候，不要强行加入，务必要讲究自然性。可以遵循这样的基本原则，那就是用户通过阅读内链所指向的内容，能够有所帮助，对内容有更加深入的理解。比如一篇关于“北京 7 天自驾游多少钱”这样的文章，它的主题是说费用，但里面肯定会涉及到旅游景点、酒店等，对于这些景点和酒店就可以加上内链！

产品详情页也类似，例如可以在产品详情里面推荐如何选购产品的文章链接，或者是相关产品的推荐链接等。当然，产品和文章页面之间也可以相互推荐，设置内链。

8.2.3 用户体验：用户行为数据优化

前面说到了用户行为数据是搜索引擎很重要的参考数据，如何去优化呢？需要考虑几个方面：

首先是停留时间：用户进来以后怎么样才会安心去浏览？很明显是内容！用户大致觉得内容是自己想要的，才会继续浏览下去。如果内容文不对题，答非所问，用户可能会选择直接跳出。

其次是跳出率：用户浏览一个页面以后就走了，不再流量网站更多页面，这就是跳出率高。如何才能降低跳出率呢？答案是提供更多相关内容！理论上，用户直接搜索的是单问题，但同时还会存在相关搜索需求，我们可以根据情况设置相关内容推荐，引导用户浏览其他页面。

Pv 数量：某个用户进入到网站以后，总计浏览 2 个页面和总计浏览 10 个页面，这是完全不同的！搜索引擎会认为用户浏览的页面越多，就说明网站对用户的帮助越大，用户对于网站的认可程度越高，当然网站也就越值得推荐！具体的优化策略，跟降低跳出率类似。

除了停留时间、跳出率、pv 数量等以外，还有更多的细节。我们在优化用户行为数据的时候，要注意多去分析用户需求，不断改进。但凡真正对用户有帮助的网站，它的用户行为数据都不会差。

9、站长工具使用：正确使用及解释诸多误区

这里不介绍具体怎么使用，因为很简单，比如 seo.chinaz.com，打开后输入域名点击查询就能从多个维度去查看 SEO 数据了。这里简单解析下新手常问的问题。

首先，不管是哪个站长工具，它都属于第三方，所以它的查询数据都只能作为参考，切不可当成真实的数据。很多朋友会说，明明自己搜索能看到关键词排名，为什么站长工具查不到；或者自己搜索看不到关键词排名，但是站长工具显示有排名！大家没有必要纠结这些！

相对准确的可以去看百度搜索资源平台，看里面的索引量、抓取频次、流量和关键词等等。但这个也只能做为参考，因为像关键词排名会变化得很快，所以最终还是得以流量统计里面的数据为准。如果是抓取频次的话，以原始日志里面的数据为准。

10、SEO 优化思维逻辑

10.1 SEO 的本质：更好满足用户需求

虽然 SEO 有很多的细节和注意事情，但归根结底还是结合搜索引擎的初衷，给用户提供更好的内容。我们在做 SEO 的时候，首先要做的就是去分析行业 and 用户需求，然后再把相应的解决方案通过网站呈现给用户。

同时要注意，搜索引擎毕竟只是技能机器，它需要遵循一些既定的规则，我们在做 SEO 的时候也需要了解这些规则，然后让网站在满足用户需求的同时，也符合搜索引擎的规则。

10.2 SEO 项目：接受 SEO 项目后应该怎么做

第一步：还是做行业 and 用户需求分析，挖掘整理关键词。

第二步：如果是现有网站，需要做个全面分析，看看有哪些地方需要改进，有哪些地方可以补充；如果是全新的网站，则需要做个详情的 SEO 规划。需要跟技术、领导沟通的就去沟通落实。

第三步：进行关键词布局和内容建设。

第四步：更多的 SEO 优化以及数据分析和改进，具体参考前面教程！