

海淘科技导语：在网站的 *SEO* 优化中，最终的 *SEO* 策略会影响到网站优化效果，*SEO* 策略不管对中小网站还是大型网站都是重要的，而对于大型网站，制定一个好的 *SEO* 策略就显得尤为重要了。



一、关键词分析

关键词分析是所有 *SEO* 必须掌握的一门功课，大型网站虽然有海量的数据，但是每个页面都需要进行关键词分析，除了 *SEO* 之外，策划、编辑也需要具备一定的关键词分析能力。

1、关键词分析的基本原则

(1)、调查用户的搜索习惯：这是极其重要的一点，只有清楚用户的搜索习惯，才能把我们的用户搜索需求了解了，用户喜欢搜索什么?用什么搜索引擎?等一系列的情况。

(2)、关键词不能过于宽泛：关键词过于宽泛会导致竞争激烈，耗费大量时间却不一定得到想要的效果，并且可能降低了关键词的相关性。

(3)、关键词不能过冷：试想一下，无用户去搜索的关键词，还值得去优化吗?

(4)、关键词要与页面内容保持高度的相关性：这样既有利于优化，又有利于用户体验。

2、关键词挑选的步骤

(1)、确定核心关键词：首页我们应该考虑的是哪一个词或者两个词，能够最准确的描述网页的内容？哪一个词用户搜索次数最多？

(2)、核心关键词定义上的扩展：例如核心关键词的别名、仅次于核心关键词的组合等、核心关键词的辅助等。

(3)、换位思考设计关键词：把自己设定为用户，那么我会怎么去搜索什么样的关键词呢？

(4)、对竞争对手的研究关键词：分析排名有优势的竞争对手的网页，他们都使用的关键字？

二、页面的逆向优化

为什么要做逆向优化？因为在大站点中，页面优化的价值不同于一般的中小网站。

考虑到各种综合因素(如品牌、页面内容、用户体验等)，大站点页面优化价值最呈现在逆向顺序，即：详情页面>专题页面>栏目页面>频道页面>网站首页。

我们如何为每个页面分配的关键字？通常情况下，海淘科技给大家的建议是：

- 详情页面：查看长尾关键词。
- 专题页面：针对热门关键词，如“李亦峰”。
- 栏目页面：根据固定的关键词，如“古装戏”。
- 频道页面：针对核心关键词，如“系列”。
- 网站首页：没有指定的关键字，但以品牌为主。
- 在关键字的分配后，我们可以在最后的页面中加入匹配的内链作为辅助，这是一个大的网站内链的优势。

三、前端搜索引擎优化优化，网站等



前端搜索引擎友好，包括搜索友好的界面设计和前端代码搜索友好的两个点：

1、界面设计，搜索引擎友好

主要是清除导航，以及使用 *flash* 和图片等，在一般情况下，导航，和部分是适合使用的关键字 *flash* 和图片，因为大多数搜索引擎不能抓住 *flash* 和文本中包含的图像。

2、网站前端代码的搜索引擎友好

- 代码的简洁性：搜索引擎喜欢简单的 *html* 代码，这样更有利于分析。
- 重要信息：是指关键词和经常更新的信息尽量选择出现在 *html* 的靠前的位置。
- 过滤干扰信息：大型网站的页面往往是复杂的，各种各样的广告内容，交流，合作和其他不相关的信息比较多，我们应该选择使用 *js*、*iframe* 等搜索引擎无法识别的代码过滤掉这一部分信息。
- 代码的基础 *SEO*：这是基础的 *SEO* 工作，避免 *html* 错误和语义标签。

第四、内部连接策略

你为什么要强调内部链接策略?因为外链有以下优点：

1. 在海量数据的大型网站利用链比外链更大，外链数量可能几千到几十万，但是大型网站拥有数百万甚至数十亿海量网页内容上百万，如果在这些海量的 *Web* 页的链的建设，优势明显。

2. 网站内的网页之间的导出链接是一件容易的事。
3. 提高搜索引擎的效率，对站点的爬行索引，加强征管，而且 PR 的传递
4. 集中注意力，使主题关键词在搜索引擎中没有优势。

在链接建设中，应遵循以下原则：

- 控制链的条数：编织文章内的链接可以根据内容控制在 3-8 左右。
- 链接对象的相关性。
- 更关注重要页面：使更重要的关键字的网页的价值得到更好的排名。
- 使用一个绝对路径。

五、外部链接策略

同时，对大型网站的重点产业链建设，也不能太忽视外链的建设，外链建设是没有中小网站那么重要，但是也具有很高的价值，通常可以交换链接，制造链接诱饵，施工方法，如将软带外链的链接。

1、交换友链的原则

见一下链接交流应遵循的原则：

- 在链接文本中包含关键字。
- 尽可能高的相关站点，信道链路交换。
- 其他网站的导出链接数量不能太多，链接太多没有太大的价值。
- 避免与未被收录以及被搜索引擎惩罚的网站交换链接。

2、制造链接诱饵

制造环节诱饵是一种省力工作，这使得其他网站主动为我们添加友情链接。做很多技巧的链接诱饵，但可以归纳为两个词：创意。

3、带链接的软文投放

软文投放指的是在企业推广或者为专门为了得到外链而进行的带链接的软文投放。

六、站点地图策略

有很多大型网站不重视网站地图的建设，不少大型网站的网站地图只是敷衍了事，做一个摆设。

其实网站对于大型站点来说是非常重要的，数据和复杂的网站导航结构的大数额巨大，非常快速的更新频率，搜索引擎不能完全抓取所有的网页，这就是为什么一些大型网站有百万千万甚至上亿级的数据量，但只有一半的搜索引擎数据该网站的二分之一，三分之一，甚至更少的一个重要原因，连收录都保证不了，

怎么去做排名？

1、HTML 地图

- 为搜索引擎创建一个良好的导航结构。
- HTML 地图可以分为横向和纵向导航，横向导航主要是频道、栏目、专题等链接，纵向导航主要是针对关键词。
- 每一个页面都有链接到站点地图链接。

2、XML 网站地图

主要的搜索引擎如谷歌，雅虎，*live* 等，因为大型网站数据量太大，单个的 *sitemap* 会导致站点地图。XML 文件太大，超过了搜索引擎的公差。所以，我们将创建一个 *Sitemap XML* 拆分，每个站点地图。XML 拆分后是保持在搜索引擎范围内的建议。

七、搜索引擎友好的写作策略

搜索引擎友好的写作是创造大量的数据，实现良好的搜索引擎排名是搜索引擎优化的关键组成部分，对每个网页的人员都不能为每个网页或方案进行搜索引擎优化建议，所以写作人员的培训就显得尤为重要。

如果所有的写作人员，根据搜索引擎友好的原则来写作，是可怕的效果。

1. 站点编辑重复的训练：写作人员不是在进行搜索引擎优化，没有经验，没有可能再了解搜索引擎的写作技巧，所以重复写人员的培训来达到效果。
2. 思考用户搜索什么入手，为用户和写作的搜索需求创造内容。
3. 注意标题、描述写作：例如 *Meta* 虽然在搜索引擎的权重已经很低，但是不好如堆砌关键词，关键词和 *meta* 写作内容无关的行为都会产生负面影响，和标题的权重较高，尽量在关键词中标题。
4. 整合内容和关键词：要在适当的关键字的整合内容中，使关键字出现在适当的位置，并保持适当的关键词密度。
5. 对于关键字加入链接是非常重要的：添加链接相关的关键字，或者为其他页面上这个网站的关键字连接链接，可以很好的在用内链的优势。
6. 使用关键词的语义化标签。

八、日志分析和数据挖掘

日志分析与数据挖掘经常被我们忽视，不管是大型网站还是中小型网站，其实是一个很有意义的工作，只有大型的 *Web* 日志分析和数据挖掘工作难度更大，因为数据量太大，所以我们要有足够的耐心做工作，并目标。

1、Web 日志分析

有许多种类的 Web 日志分析，如访问来源、浏览器、客户端屏幕大小、入口，跳出率，PV，在马海翔看

来，SEO 工作最相关的主要有以下三种类型：

- 搜索引擎流量导入；
- 搜索引擎关键词分析；
- 用户搜索行为统计分析。

2、数据挖掘的热点

1. 我们可以通过自己的 Web 日志分析和一些外部工具和搜索引擎的能力来把握热点在数据挖掘中的热点，数据挖掘的热点主要有以下手段：

2. 抓热点，可以通过编辑和搜索引擎优化来完成。
3. 预测潜在热点，对信息的需求有更高的灵敏度，可以预测潜在的信息。
4. 创造你自己的热点，如炒作。
5. 用于生产热门话题。



6.

九、为关键词创作专题

除了详情页面，各种热门的关键词做的项目应该是站点的第二大搜索引擎的流量来源，在数据挖掘的热点之后，我们可以根据这些关键词制作专题了。制作的专题页的页面内容那来的?我们一般通过程序实现了相应的关键字的相关信息的聚合，这使得高内容和关键词匹配，为用户，搜索引擎提供所需的内容。当然，刚刚成立了一个没有辅助手段的项目，很难保证项目的搜索引擎排名，我们可以通过文章内链、频道页面推荐，或者是最后一页的项目推荐获得链接。