

第3章 网站分析及优化计划

网站分析是网站优化的基础，没有分析就无从对网站下手，就没有网站优化。网站分析是一个系统全面的工作，包括优化前的分析、日常分析、优化效果分析三部分。网站优化前的分析是网站分析的重点，分析后要形成网站优化计划，以指导网站日常建设、改版、代码修改、日常优化等工作。日常分析的作用在于检查网站的运行情况，及时纠正优化中的错误、防止和解决惩罚等问题。优化效果分析的作用在于分析网站优化的成果和不足，以修正、完善优化计划。网站分析是为优化服务的，分析的准确性决定着制定优化计划的完善性，也就影响着网站优化的最终效果，其重要性不亚于网站优化的实施。

本章将介绍网站分析的各种方法，以及这些分析方法的具体用途，并利用网站分析进行网站优化计划的制定。掌握网站分析方法、制定优化计划，是 SEO 工作中非常重要的内容，是网站优化者必会的技能。

3.1 网站分析的作用

认识网站分析，了解网站分析的作用，是学会和利用网站分析的先决条件。网站分析的作用就是了解网站的具体情况，然后确定网站的优化目标、推广关键词、优化方案，同时了解竞争对手情况，也是网站分析的作用之一。

3.1.1 确定网站的优化目标

确定网站的优化目标，是网站分析的作用之一，对搜索引擎优化有指导作用，是网站优化前的重要工作。

任何企业网站的建立，其最终目的都是为了获得利益。获得利益的方法有很多，比如利用网站流量做广告、利用网站销售产品、利用网站提高品牌知名度等。所以网站的优化目标也有所不同，就是获取流量、销售产品、推广品牌。

网站的优化方式是根据网站的优化目标决定的，所以应以个人或公司的计划对网站优化方式进行选择。一般线下销售、不以销售获利或者品牌性较强的公司，其网站应以推广品牌的优化方式为主，如三一重工官网：www.sanyhi.com；直接销售产品的公司，其网站应以介绍、销售产品的优化方式为主，如职称软件商城：www.bdkssc.com；公司主要靠广告收入并且品牌并不强大，其网站应以能吸引用户流量的优化方式为主，如单机游戏：www.962.net。

通过公司对网站的计划和制定的网站优化目标，才能选择网站的优化方式。虽然各种优化方式的思路大致相同，但由于每种方式的倾向性和具体操作上的不同，所造成的优化

结果也是不同的，所以应先确定网站的优化目标。根据不同优化目标，使用不同的优化方式才能达到效果。

根据这三类网站的优化目标，可以大致确定一个优化效果值，如网站的目标流量、网站产品的销售额、品牌搜索度和直接访问量。通过确定这三类量化的优化效果，可以制定实际的优化方案，并通过优化方案进行具体的优化操作。

3.1.2 确定网站的推广关键词

关键词是网站优化的基础，选择网站优化的关键词是一个非常重要的工作，也是网站最终优化效果优劣的决定因素。所以在网站优化前，确定网站推广关键词是分析网站的另一个作用。

确定网站的推广关键词，首先应以网站的优化目标为依据，通常分为三类：（1）网站的目标是产品销售，那么关键词就应该以有转化的关键词为主，如关键词“职称考试软件购买”；（2）推广品牌的网站就应该选择品牌性强的关键词，如关键词“三一重工”；（3）以广告盈利为目的的网站，通常要大量的关键词，尤其要有丰富的长尾关键词流量，如关键词“搜索引擎优化技术”。

以上三种类型的网站分别是三种不同的目标，所以选择关键词时应有明确的倾向性，前面已经讲过用户搜索有不同意图，所表现出来的就是关键词的倾向性。关键词的倾向性表现为导航型、购买型、信息型，这三种类型的关键词，就分别代表了上面提到的推广品牌、购买商品、获得流量的三种需求。所以确定网站关键词，首先应确定网站主要的关键词侧重点。

不光在关键词的类型选择上有所区别，在推广关键词的方式上也有所不同。例如，品牌关键词优化最好以友链、导航推广，销售关键词优化最好以软文推广，流量关键词优化可以使用所有推广方式。

在确定了网站的关键词类型后，要根据网站计划挖掘关键词，通常将挖掘出的关键词进行分类，确定重点推广的关键词，以及其他次要推广的关键词，并形成网站推广的关键词表格。

因为关键词影响着网站优化的最终效果，所以选择时应准确把握网站的目标，并分析挖掘关键词，确定最终的网站推广关键词。

3.1.3 了解竞争对手的情况

网站分析方法是对所有网站的分析，除了对自己网站的定位、计划等分析，还可以对竞争对手的网站进行分析。了解竞争对手是制定网站定位的重要依据，所以分析竞争对手网站，也是网站分析的作用之一。

分析竞争对手网站的主要作用是了解对手优化情况和学习竞争对手的优化方法。了解对手可以帮助网站确定优化目标，例如较大的竞争对手的关键词外链数量、要超过竞争对手需要建设多少外链等。而分析竞争对手，能大致了解对手的优化方法，例如查询竞争对手的外链分布情况，可以挖掘对方的外链平台，可以加以利用等。

分析竞争对手的情况，主要体现在竞争对手关键词选择、关键词布局、内链布局、外

链的数量、外链的质量，外链的平台等。

分析竞争对手的方法和分析自身网站一致，主要利用源代码、查询工具，以及高级指令，然后形成一个分析表格，数据项包括关键词选择、关键词布局、内链布局、外链的数量、外链的质量、外链的平台等。

了解竞争对手的情况是网站前期分析的重要工作，要超越对手就必须了解竞争对手的情况，以及借鉴竞争对手的优化方法，规避竞争对手的优化风险，也可以对网站的优化改进有所帮助。

3.1.4 制定合理的网站优化方案

分析网站的目的就是为了确定和改进网站的优化方案，让网站优化更准确有序地实施，并能更好地规避优化中的风险。

网站的优化方案一般包括网站的优化目标、网站优化操作细节、优化的风险评估、竞争对手网站分析。

网站优化的目的是更好地指导优化操作，是所有优化工作的第一步。优化目标要根据网站的实际需求，并结合网站的资源投入和竞争对手的情况，制定合理的网站优化目标。网站优化目标包括流量需求、销量需求、品牌推广需求等，并制定网站的主要推广关键词表格，已经需要达到的排名目标。

网站的优化操作及改进是网站优化的最重要的工作，一般根据网站优化目标进行制定，包括网站的内部优化操作和外部优化操作的细节，并利用可能出现的风险进行细节调整。优化操作细节包括网站内部的代码优化、关键词布局、内链优化、长尾关键词优化，以及外部的锚文本链接优化、普通超链优化、平台选择、友链交换计划等方面的操作计划。

优化的风险评估是针对网站优化中可能出现的问题，修正网站优化操作，恢复网站的惩罚结果，避免网站巨大的优化问题。优化风险包括快照停滞、收录下降、权重降低、排名降低、网站被 K 等，一般是由于优化过程中的灰帽、黑帽，或者操作不当造成的，应在网站优化方案中加入预防措施及修正挽救方法。

竞争对手网站分析是为了更好地指导自身的优化，无论是指导优化目标的确定，还是学习对手的优化方式、挖掘竞争对手链接平台都有帮助。竞争对手网站的数据情况，可以通过表格的形式进行数据化分析，并得出结果，确定网站的优化目标，改进优化操作实施。

合理的网站优化方案，是目标适宜、操作得当、风险较低、知己知彼的优化方案，要经过仔细的前期分析得出指导网站优化工作开展的依据。

3.2 选择什么样的关键词

网站优化的表现是关键词排名，一个网站并不需要所有关键词都排到第一，也没有那么多的资源去将关键词都优化到第一，所以要选择合适的网站、符合网站优化目标需求的关键词。选择什么样的关键词最符合网站定位、什么样的关键词质量最高、什么样的关键词能带来转化，都需要 SEOer 根据网站的计划和对关键词的认识进行判断，选择对网站目标最有利的关键词。

3.2.1 网站目标定位的关键词

每个网站都有市场定位,针对搜索引擎来说,其市场定位往往反映在网站的关键词上,也就是网站的目标定位关键词。

网站目标定位关键词是网站计划的一部分,而且是关键词计划中最重要的词,一般这类词是网站优化目标的最大反映。例如,销售鞋子的网站名鞋库 <http://www.s.cn>,它的关键词为“网上鞋城”、“网上鞋店”等,鞋城和鞋店是该网站的目标定位,所以这两个延伸的关键词就是网站的目标定位关键词。

网站目标定位关键词,通常是网站首页的几个优化关键词,也就是主关键词,所以在选择时,要选择最主要的关键词。如前面讲到的三种关键词类型,网站的目标定位关键词可以选择销售类、品牌类、流量类。

由于是主页推广的关键词,所以在选择关键词的时候,并不需要过多地考虑指数和竞争的问题,因为通常主页的关键词不能经常变化,所以可以前瞻性地选择,考虑到网站做大以后面对的竞争和网站的总体目标,来确定网站主要关键词,也就是目标定位的关键词。这些词体现了网站的未来目标,所以不能因为网站刚起步,就避免风险地选择竞争较小的关键词,这不是网站的优化目标,并且在网站优化过程中更改主关键词,会浪费外链优化的锚文本链接,对网站非常不利。

所以选择网站目标定位关键词的参考依据是网站的长期目标,而不是避免竞争的关键词。这就是很多专门从事 SEO 代理的公司,会通过改变网站目标定位关键词降低优化难度,用户就会被误导选择网站定位不准的词。这类关键词可以参考竞争对手进行选择,可以与竞争对手的关键词相同,也可以选择符合自己网站发展目标的关键词。

3.2.2 选择质量高的关键词

无论是流量型、销售型,还是品牌型的关键词,都有一个共同的特点,就是质量高。选择质量高的关键词,可以使推广更准确、资源分配更合理、效果更好。什么是高质量的关键词呢?由于每个网站的优化目标不同,关键词类型不同,所以质量的标准也是不统一的。

(1) 流量型的高质量关键词,一般是搜索次数高、相关网页少、高权重网页少、竞争网页匹配度低的关键词。

搜索次数可以通过查询指数和热度,通常指数达到数千即为关键词搜索次数高;相关网页的数量直接查看搜索结果数量即可,通常关键词的搜索结果在 100 万以内都是比较少的;搜索结果的第一页中,百度权重超过 5 网站的比较少,即可认为该关键词高权重的网页少;竞争网页匹配度低,通常表示网页标题中与搜索词的完全匹配的数量不多,这里的“不多”通常是首页有多个不完全匹配的搜索结果,一般这是优化较少的关键词。

(2) 销售型的高质量关键词,除了要具有流量型高质量关键词的特点,还要关键词的相关性高、购买意向突出。

关键词相关性高是从网站自身来说的,一般情况下,与网站主题相关的关键词为高质量的,如网站为销售图书的,选择关键词“图书商城”比“篮球鞋品牌”更相关,不仅能获得较好的排名,而且即使网站通过“篮球鞋品牌”获得用户单击,用户也不会购买网站

中的图书，所以这是低质量或者没有意义的关键词。

购买意向是否突出对销售型网站的转化率至关重要，一般会通过用户搜索词看出购买意图，用户查询具体型号、价格、商家、促销、活动等类型的关键词，都是购买意向突出的，如关键词“SEO 搜索引擎优化实战详解价格”就比“SEO 搜索引擎优化实战详解”的购买意图突出，因为搜索“SEO 搜索引擎优化实战详解”的可能只是为了在网上看一下这本书的内容或者资料，而搜索“价格”的用户通常是希望购买的。

(3) 品牌型的高质量关键词是非常特殊的，这跟自己的品牌有关，与搜索次数和相关网页数等因素没有关系，品牌关键词应该包含品牌全称、品牌词的扩展、品牌词的相关写法、品牌词英语或拼音等。例如，网站 <http://www.mstxx.com> 的关键词“名师堂”、“名师堂官网”、“明师堂”、“mingshitang”等，分别代表全称、扩展、相关写法、拼音等品牌关键词写法，其中的相关写法“明师堂”是用户最常出现的关键词错误输入。品牌关键词可以衍生很多，从质量来说，品牌名的全名及扩展是最准确的，用户的信任度最高，质量也是最好的。

所谓好钢用在刀刃上，高质量的关键词就是好钢，网站优化就是刀刃，高质量的关键词能让网站优化更有效率、更节约资源，效果也是最好的。

3.2.3 避免定位模糊的关键词

利于网站优化目标的关键词有很多，而定位模糊的关键词则不利于优化目标。

定位模糊的关键词一般是过于宽泛和定位不准的词，这类词通常竞争较大、优化难度大、转化率低，是网站优化中极力避免的词。

关键词过于宽泛，通常指超过网站的目标需求，竞争和优化难度大。如烹饪培训学校，使用“烹饪”为关键词，那么关键词就过于宽泛了，优化难度很大，而且转化率是非常低的。

关键词定位不准，是指关键词与网站定位有一定出入，不能准确表达网站的利益需求。如成都的装修公司网站，如果选择“四川装修公司”作为关键词，那么关键词就定位不准确，转化率就不高，而且浪费了资源。

所以选择关键词时，避免定位模糊的关键词是重要准则。而定位清晰的关键词就是目标明确、定位精准的词，优化难度小，转化率高。

3.2.4 更好转化效果的关键词

网站关键词可以有很多，很多关键词或许都是一次性的，也就是一个用户通过搜索来到网页，一般都是一次性的，获得了需要的资源就不会再来了。这样的关键词持续性较差，质量也就相对较低，而此类关键词之外转化效果更好的关键词，能将用户留住或者购买产品，网站流量能获得持续维持，这样的关键词质量更高。

转化效果好并不完全是网站要销售产品，这里所说的转化效果是指网站留住的用户，如注册成为会员或者成为网站的老访客，这也属于网站的关键词转化。例如，某网页关键词“名师堂论坛注册”，用户通过这类关键词进入网站，一般都是带有多次进入网页的意愿，所以这类词的转化效果很好，也是高质量关键词的一种。

当然用户搜索这类词，本身就带有强烈的转化意图，这就要求网站本身用户的认知度比较高，所以这类高质量的词比较少。

3.3 怎样挖掘关键词

关键词是网站优化的基础，好的关键词能让网站优化的效果更好，上一节对高质量的关键词进行了分析，认识了优质的关键词。本节将向读者介绍多种挖掘优质关键词的方法，从而为网站优化操作提供支持。

挖掘的关键词包括网站目标关键词、重要关键词、长尾关键词等，方法也有所不同，利用这些方法挖掘出网站的全部推广关键词，形成一个关键词的推广表，以便推广过程中的使用。

3.3.1 目标定位的关键词

目标定位关键词就是网站计划时期，公司对网站的目标定位词，也就是网站的主关键词，这些词通常是行业和网站以后规划的内容，体现了网站的根本利益，所以通常在网站主页使用。

网站目标定位关键词，一般是不会轻易改变的，所以关键词范围是比较大的。例如，名师堂网站 <http://www.mstxx.com> 关键词“成都名师堂”、“成都中考补习”等，其中“成都名师堂”是品牌类关键词，“成都中考补习”是产品销售类关键词。

选择网站定位的关键词，也就是主页关键词，是根据网站目标来选择的，如果网站推广品牌和产品，那么关键词就选择品牌词和产品词中长度最短的、范围最大的；而网站要获得大量流量，则选择流量词，但是不能过大，因为流量词过大难度也就很大，对于短期获得流量不利，如网站不能直接用“新闻”、“资讯”、“游戏”等词作为网站目标定位关键词。

具体选择方法主要从两方面获取，一是网站的目标定位，在计划建设网站的时候，希望网站做什么行业，达到什么目的，将这些构想组合成网站的目标定位关键词，如一个网站的定位是做建材行业平台的，那么网站的主关键词就可以是“建材网”、“建材市场”；二是网站竞争对手的关键词挖掘，竞争对手和自己有共同的利益，所以其主关键词也对自己网站确定主关键词有帮助，一般只需要打开竞争对手主页的源代码，查看 Title、Description、Keywords 元标签，然后记录下对方的主要关键词即可。例如，安趣网的定位关键词代码如下：

```
<title>安趣 - 智能数码第一门户</title>
<meta name="keywords" content="安趣, 安卓, IPHONE, 手机游戏, 手机软件下载, 苹果官网, 4S 报价评测, 苹果 5 什么时候上市" />
<meta name="description" content="安趣, 智能手机数码第一门户。安卓手机资源、iphone 手机精彩的手机游戏下载、手机软件下载, 苹果官网 iphone4、iphone4s 手机报价, 安卓手机评测、苹果 iphone 手机评测, 以及苹果 5 什么时候上市的新闻。包罗万象的手机精品网站, 等您加入收藏!" />
```

可以挖掘出“手机游戏”、“手机软件下载”、“4s 报价评测”、“苹果 5 什么时候

上市”、“安卓手机评测”等主关键词。

经过筛选整理出符合网站目标的主要关键词，在主页上布局不要超过 20 个主关键词，尽量选择简短但范围不过大的主关键词。

3.3.2 分析同类网站关键词

网站关键词的挖掘方法很多，其中挖掘同类网站关键词的方法，无论是在制定关键词计划，还是在后面的实际优化操作中，这都是一个很有用的方法。

挖掘同类网站关键词相比其他方法更为高效，只需要利用网站关键词分析工具，如百度权重工具，将竞争对手的关键词提取出来，速度快、使用方便简单；相比其他方法更为准确，通过工具查询的关键词，一般都是用户正在搜索的词，很少存在无效或者无人搜索的词；相比其他方法更有竞争力，可以通过分析同类网站关键词的排名、关键词搜索量、网站的权重，找出自己可做的更有竞争力的关键词。

分析同类关键词时，先将同类网站筛选出来，然后利用网站关键词工具分析网站有排名的关键词，例如使用站长工具的百度权重查询，分析网站 <http://www.51wan.com> 的关键词，并记录下网站的关键词数据，包括指数、排名、收录量、网页标题。如图 3.1 所示是 51 玩的百度排名关键词，其中 51 玩的排名较低、收录量小、网页也不是首页的关键词，自己网站进行推广一般能带来较好的流量，如“模拟经营网页游戏”、“卡布西游夜刃闪怎么打”、“模拟人生网页版”等关键词都是能挖掘的关键词。

百度权重查询

HTTP:// 51wan.com

默认排序

查询

百度权重为 6，共找到 9452 条记录，预计从百度来访 24505 次，子域名：

当前:51wan.com

推广

百度推广0

竞价

百度竞价0

品牌

品牌推广140

平台

开放平台432

应用

百度应用327

序号	关键字(竞价数)	指数	排名	收录量	网页标题	添加新词
461	热门网页游戏	139	5	11000000	最热门网页游戏排行榜_51wan游戏中心有最好玩的页游排行_51w...	首页
462	模拟经营网页游戏	126	5	1900000	模拟经营类游戏_51wan.com_网页游戏第一...	
463	梦想三国官网	118	5	431000	梦想三国_梦想三国官网_51wan网页游戏_网页游戏大全	
464	角色扮演网页游戏	109	5	5970000	角色扮演类游戏_51wan.com_网页游戏第一...	
465	www.51wan.com	108	5	32500	网页游戏大全_我要玩网页游戏_网页游戏第一平台_51wan.com	首页
466	快乐神仙	106	5	2030000	快乐神仙_快乐神仙官网_51wan网页游戏_网页游戏大全	
467	仙侠风云	105	5	1670000	仙侠风云_仙侠风云官网_51wan网页游戏_网页游戏大全	首页
468	卡布西游夜刃闪怎么打	100	5	3440000	卡布西游如何单挑夜刃闪_51wan网页游戏_网页游戏大...	
469	模拟人生网页版	100	5	162000	模拟人生online_模拟人生online官网_51wan网页<...	

图 3.1 51 玩的百度排名关键词

3.3.3 搜索引擎提示的关键词

当用户搜索某个关键词时，搜索引擎会在用户输入的同时弹出关键词提示框，对关键

词进行提示,如图 3.2 所示为百度搜索关键词“论坛”弹出的提示框,提示用户搜索词的相关长尾关键词。另外,搜索引擎还会在搜索结果页面底部提示相关搜索词,如图 3.3 所示为百度搜索“论坛”结果底部的相关搜索词。



图 3.2 百度搜索提示框



图 3.3 百度搜索结果底部相关搜索词

其他搜索引擎也都有这一提示功能,利用这一方法挖掘的关键词,都是用户经常搜索的关键词,相对于其他方法,这种挖掘方法更真实、准确。

挖掘这类相关的搜索词,可以用于同一个网页的多个相关关键词,可提高网页关键词的相关性,对排名有一定的帮助。

3.3.4 长尾关键词工具挖掘

一个网站要获得大量的流量,光靠网站首页和栏目页的有限关键词往往不够,而相对无限的长尾关键词是网站流量的最重要组成部分。无论网站的大小,或者网站的主要关键词排名都第一,也需要长尾关键词的流量,这样才能构成网站的巨大流量。

长尾关键词主要布局于网站内页,从网站的内页数量来看,需要的长尾关键词非常多,所以挖掘大量的长尾关键词就成了十分重要的工作。

挖掘长尾关键词的方法很多,最常用的是利用长尾关键词挖掘工具,对一个选定的关键词进行不断地扩展,然后生成目标关键词的各种长尾关键词。如图 3.4 所示为用追词助

手查询“成都中考”的长尾关键词。

#	关键词	搜索量	百度收录	百度推广	谷歌收录	F指数
1	成都中考	83	5200000	0	5830000	中等
2	2013成都中考	53	3790000	0	44600000	中等
3	成都中考网	311	1780000	0	636000	中等
4	成都中考时间	69	1310000	0	537000	易
5	成都中考数学	9	1940000	0	700000	易
6	2012成都中考...	37	8210000	0	600000	中等
7	2013成都中考...	0	3630000	0	904000	中等
8	2013成都中考...	0	3720000	0	566000	中等
9	成都中考分数线	28	11100000	0	457000	中等
10	成都中考录取...	1	6990000	0	526000	中等
11	2013成都中考...	0	3990000	0	679000	中等
12	2008成都中考...	0	10900000	0	156000	中等
13	成都中考招生网	3	19200000	0	545000	中等
14	成都中考试题	4	57100000	0	1850000	中等
15	2012成都中考...	0	4990000	0	487000	中等
16	2013成都中考...	0	31600000	0	607000	中等
17	成都中考时间2...	0	687000	0	522000	易
18	成都中考数学...	3	10200000	0	652000	中等
19	成都中考成绩...	0	3960000	0	619000	中等
20	成都中考报名网	3	1180000	0	701000	易
21	成都中考政策	0	1390000	0	1240000	易

图 3.4 用追词助手挖掘长尾关键词

这种挖掘长尾关键词的方法，相比其他挖掘方法有速度快、范围广、数量多的特点，一般输入一个短关键词，如网站的主关键词，然后只需要使用软件不停地挖掘，并且可导出为 Excel 表格，在日常优化中效果非常好。但是需要注意的是，挖掘结果中有很多无关长尾关键词，这些词在制定关键词的计划时应该被删除，同样筛选出较好的长尾词，为网站的日常优化工作做铺垫。

3.3.5 关键词的不同形式及组合

针对网站已经挖掘好的关键词，可以将关键词进行变形和组合，获得不同的关键词，用于网站的长尾关键词较多。

这种方法的原理是，挖掘关键词时想象用户搜索这一问题时，还会以怎样的形式输入关键词，可以是不同形式，或者是这个关键词的不同组合。

例如，关键词“计算机中级职称考试”可以组合为“中级计算机职称考试”、“职称计算机中级考试”等关键词。这样在同一个网页中，这几个关键词不仅可以提高网页的相关性，还有利于用户搜索其中任何一个关键词都能来到网页。网站 www.jsjbroad.com 就是同时布局这几个关键词的变式，其 meta 标签代码如下：

```
<title>计算机中级职称考试_职称计算机考试时间,职称计算机考试题库,职称计算机考试报名—博大考神职称计算机考试网</title>
<base href="http://www.jsjbroad.com" target="_self" />
<meta name="keywords" content="中级职称计算机考试,计算机中级职称考试,职称计算机考试模块,职称计算机考试,职称计算机" />
<meta name="description" content="博大考神职称计算机考试网,提供计算机中级职
```

称考试, 职称计算机考试时间, 职称计算机考试题库, 职称计算机考试报名, 职称计算机考试模块, 历年真题试题, 应试技巧解题技巧等备考资源。" />

当用户搜索这几个关键词时，该网站的排名都比较靠前，如图 3.5 所示为此网站这几个关键词的排名情况，其中“计算机中级职称考试”和“中级计算机职称考试”两个关键词都排在了第三位，而且这几个关键词都有一定的搜索量。



奏鸣工具 www.zoum5.com		百度收录查询	360收录查询	覆盖率查询	关键词
导出报表		总: 3	首页: 3 100%	收录: 3 100%	未收: 0 0%
序号	长尾词/关键词	网址	收录	排名	标题
1	计算机中级职称考试	http://www.jsjbroad.com	✓	3	2013-6-18
2	中级计算机职称考试	http://www.jsjbroad.com	✓	3	2013-6-18
3	职称计算机中级考试	http://www.jsjbroad.com	✓	9	2013-6-18

图 3.5 职称考试网站关键词排名

而关键词的不同形式还可以是同一个事物的不同名称，如“搜索引擎优化”和“SEO”、“论坛”和“bbs”等，这些词都是不同形式的关键词，占关键词的很大比例，应好好利用。

3.3.6 问答平台的提问提炼关键词

问答平台是用户寻找信息经常去的地方，因为问答平台通常是用户自助模式，也就是用户之间的互助，用户帮助解决其他用户的问题，很多人对这类答案更为放心，所以使用的人非常多。用户在问答平台会对自己关心的问题进行提问，而这些问题的浏览量越大，说明关心这个问题的人越多，搜索这个问题的人更多，这样就可以提炼这些问题的关键词，进行有针对性的关键词优化。

挖掘问答平台的关键词，先在百度知道平台搜索一个短关键词，就像挖掘长尾关键词一样搜索用户的提问，如图 3.6 所示为在百度知道中搜索问题中关键词为“职称计算机”的相关提问，注意使用高级指令能使搜索结果更准确。



Baidu 知道 新闻 网页 贴吧 知道 音乐 图片 视频 地图 百科 文库 经验

intitle:职称计算机 搜索答案 提问

百度知道为您在全网找到 29,442 个相关问题:

职称计算机E级考哪几个模块?

职称计算机具体需要考哪两个模块还要看你是哪个省的,因为每个省的规定都不一样,不同的省的要求也是不一样的。

2012-01-03 回答者: 知道网友

职称计算机考试成绩有效期是多久

职称计算机考试合格证书的有效期分两种:一种是成绩在规定时间内有效,如果你拿到了证书,在规定时间内没有评聘职称,那到了规定的期限,证书就失效了。一种是证书长期有效,但你评定了职称后就失效了,下次评定更高级别的职称时还需要重考。具体使用办法最好参照当地的人事网上关于职称评审的文件。

5 2012-01-05 回答者: 太阳公公045 6个回答

职称计算机考试有什么用

如果一个人通过进修获得职业认证,一方面证明这个人技术下有优势,同时对单位来说拥有好的职称的员工也是个很好的门面,考职称也要资格的,当然考上了认证也是很高的,所以建议能考就不要浪费机会,即使没有一次达到某种功效,对长期的发展也是有好处的。有效期在不同地方的政策是不同的,一般地区是终身有效,可以的...

2012-07-25 回答者: xixi_fcx 4个回答

职称计算机考试有用吗》

图 3.6 百度知道挖掘长尾关键词

然后将挖掘到的关键词形成如表 3.1 所示的“职称计算机”长尾关键词表，表中包含挖掘的长尾关键词、提问时间、浏览次数、发布文章 URL、是否收录、排名这 6 项内容。挖掘的长尾关键词通常要进行加工，因为有的人提问很长，就需要提取问题中的关键词作为长尾关键词，浏览次数显示了问题的受关注程度，而后面三项则是在自己网站建设关键词的文章的记录、搜索引擎收录，以及排名情况。

表 3.1 “职称计算机”长尾关键词表

	长尾关键词	提问时间	浏览次数	发布文章 URL	是否收录	排名
1	职称计算机 B 级考哪几个模块	2012-1-3	2871			
2	职称计算机考试成绩有效期	2012-1-5	27604			
3	职称计算机考试有什么用	2012-7-25	5692			
4	职称计算机模块怎么选择	2011-5-11	10718			
5	职称计算机考试有用吗	2012-3-12	1610			
6	河北职称计算机考核成绩有效期	2012-7-3	6850			

其他问答平台的挖掘方式一样，同样是搜索相关搜索词的问题，并提取其中的长尾关键词。如果要同时挖掘很多问答平台的长尾关键词，可在搜索引擎中使用命令：intitle:待挖掘的关键词 inurl:zhidao.，可以挖掘多个平台的信息，其中“zhidao.”可以用“wenda”替换。

3.3.7 网络社区的标题提炼关键词

网络社区和问答平台一样，都是用户之间以互动的形式交流，用户发表的意见一般比较代表用户的需求和看法，对于提炼长尾关键词有很高的价值。

如果只需要提炼某个社区网站的关键词，那么只需要在网站中搜索短尾关键词，如图 3.7 和图 3.8 所示，在户外资料网和新浪博客搜索关键词“精品旅游线路”，能获得用户发布的关于“精品旅游线路”的帖子和博文，标题就可以提炼为文章长尾关键词，需要注意的是，搜索时要选择“帖子”和“文章”选项。



图 3.7 论坛挖掘长尾关键词



图 3.8 博客挖掘长尾关键词

将上面搜索到的文章标题提炼出来，获得网站内页的长尾关键词，同样建立如表 3.2 所示的关键词表格。

表 3.2 社区长尾关键词表格

	长尾关键词	发布时间	发布文章 URL	是否收录	排名
1	韩国丽水精品旅游线路	2012-12-17			
2	雅安精品旅游线路推荐	2012-01-06			
3	四川灾区新貌精品旅游线路推荐	2011-12-09			
4	沈阳精品旅游线路推荐	2013-06-15			
5	库尔勒精品旅游线路	2013-06-14			

同问答平台一样，挖掘的关键词通过表格记录下来，并用于发布网站文章，这里表格项目和问答平台的差不多，通过挖掘的这些长尾关键词，使网站获得更多的流量。

3.3.8 联想用户搜索习惯

在发布网站内页文章的时候，很多 SEOer 会非常注重文章的标题，希望标题能更符合用户的搜索习惯，以获得更高的匹配度，从而得到较高的排名。

但是用户搜索习惯都是比较零碎的，只能在编辑文章时，联想用户搜索该关键词时会使用什么样的说法，从而优化内页的标题。例如，用户搜索关键词“最近热门游戏”，但是很多人不会只这么搜，他们可能有相当一部分人会搜索关键词“最近热门游戏有哪些”。所以编辑时最好完全写出来，这样搜索引擎分词时，可以分为“最近热门游戏”和“最近热门游戏有哪些”，这样网站在两种情况下都能获得较好的排名。

用户的搜索习惯还有很多，如在疑问关键词中使用“吗”、“啊”、“吧”等语气词，这一特点在国内的百度、360 等搜索引擎上经常出现，而 Google 上比较少见。

总之，联想用户搜索习惯，就是在网页优化时把自己想象成用户在进行搜索，帮助网页的关键词优化，这样做能更符合用户搜索习惯，排名和单击量能得到提高。

3.4 网站关键词布局及表现形式

网站分析给予网站定位后，建立网站并筛选关键词，就已经形成网站优化的准备工作，然后就是正式的关键词布局和表现形式分析了，这一分析过程是网站优化的基础，使优化操作工作有序地开展。本节就网站关键词如何布局更有利于优化、什么样的关键词表现形式对排名更有帮助，这两个主要的问题进行分析介绍。

3.4.1 关键词分配技巧

关键词推广是有一定策略的，这种策略主要是根据关键词的不同重要级别来决定，正常的关键词布局是在网站中，关键词以树状形式，分布在网站不同级别的网页上。

树状型关键词的分布，主要是根据网站的页面级别与关键词级别的对应关系分布，简单地说，就是流量大、转化率高、品牌类的关键词比较少，利用权重最高的首页进行推广；而转化率和流量更低的关键词数量较多，流量相比长尾关键词更大，可以利用权重相对高的栏目页进行推广；长尾关键词的流量和竞争都是较低的，但是数量是最多的，所以用权重最低、数量最多的内页进行推广。最后由于网页数量与层级的差异，形成一个树形的关键词分布，如图 3.9 所示为关键词的树状分布示意图。

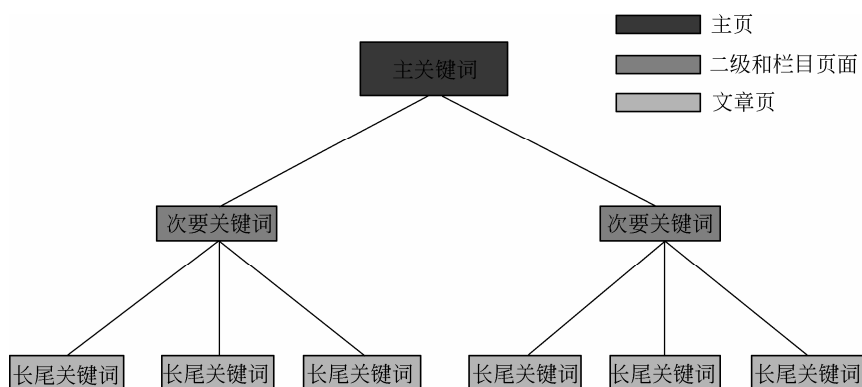


图 3.9 关键词的树状分布示意图

例如，某新闻网站主要关键词是“新闻网”，次要关键词即栏目页的关键词为“时政要闻”、“社区新闻”、“财经新闻”、“体育新闻”、“数码资讯”、“娱乐新闻”、“军事新闻”等，然后栏目页下就是数量巨大的长尾关键词的新闻文章页。

网站整体的关键词分布有的使用树状型，有的会使用相对扁平的分布形式，如瀑布流等类型的网站，但主要以树状型分布。

树状分布关键词可以有效利用网站页面的权重，高权重的网页推广高指数、高竞争的关键词，低权重的网页推广低指数的关键词；另外，树状分布关键词避免了关键词的混乱，有序的关键词分布可以使网站更有条理，给用户和搜索引擎都能留下好印象，用户能更方便地寻找到需要的网页；最后，树状关键词防止了内部关键词的竞争，内部页面与关键词进行对应，避免了多个页面使用相同关键词的情况，防止内部页面竞争同一个关键词的外链资源和排名。

网站整体关键词分布以树状型分布，而分配到页面的关键词应以相关性为依据，也就是相关的关键词分配在同一个页面。

通常栏目页和文章页的关键词都有一定的范围和倾向性，比如数码网站的手机栏目或二级域名，通常的关键词就会是“手机”、“手机报价”、“手机大全”、“手机评测”、“手机行情”等，这些关键词都是手机范围的，不是笔记本、摄像机等数码产品，所以都应该分配相关性强的关键词。相关性最紧密的是文章页，通常文章页的关键词只有几个，而且都是围绕一个关键词扩展或者变形产生的。例如，某网页的关键词都是围绕“吞食天地时空之轮 v1.5 攻略”扩展的，代码如下：

```
<title>吞食天地时空之轮 v1.5 国庆版攻略及隐藏英雄密码_游戏攻略_甘蔗网页游戏平台</title>
<meta name="description" content="吞食天地时空之轮 1.5 隐藏英雄密码游戏攻略">
<meta name="keywords" content="吞食天地时空之轮 v1.5 攻略,吞食天地时空之轮 v1.5 国庆版攻略,吞食天地时空之轮 v1.5 隐藏英雄密码">
```

3.4.2 关键词在页面中的布局分析

关键词在网站的整体布局中决定了网站关键词的容量和整体流量，关键词在页面的布局中决定了网页的排名和单击量。

关于页面中关键词的布局问题，首先要了解网页哪些地方可以出现关键词，一般情况下，我们首先想到的是网页 Title、Keywords、Description 元标签，当然这是必须要有关键词的地方；正文中的关键词能获得搜索引擎更高的权重，因此尽量在正文内容的开头、文中、结尾都要有关键词的分布，如果是主页或者栏目页，各板块的标题关键词也可以提高网站的相关性；另外网页的其他内容并不是浪费的，一般面包屑导航中的关键词、周围相关网页板块的关键词、图片 Alt 属性中的关键词、其他超链接中的关键词等，都能在网页内提高关键词相关性。例如，某网站的一个文章页，关键词为“广西职称计算机考试多少钱”，其元标签代码如下：

```
<title>广西职称计算机考试多少钱价格-博大考神</title>
<meta name="keywords" content="广西职称计算机考试价格,广西职称计算机考试多少钱"/>
<meta name="description" content="广西职称计算机考试多少钱?考生报名时须交报名费每人 10 元,考试费每个模块 65 元." />
```

这个网页的元标签都含有关键词“广西职称计算机考试多少钱”，并且网页正文中关键词也有出现。如图 3.10 所示为该文章正文内容中关键词还出现在正文的锚文本中，首页关键词和栏目页关键词也有布局，并以锚文本形式进行链接，以提高首页和栏目页的关键词排名。



图 3.10 页面正文的关键词

网页内其他地方也需要布局关键词,例如面包屑导航、相关板块的关键词等,如图 3.11 和图 3.12 所示为该网页的面包屑导航和相关版块,同样该网站在这两个地方也出现了关键词。



图 3.11 网页面包屑导航的关键词

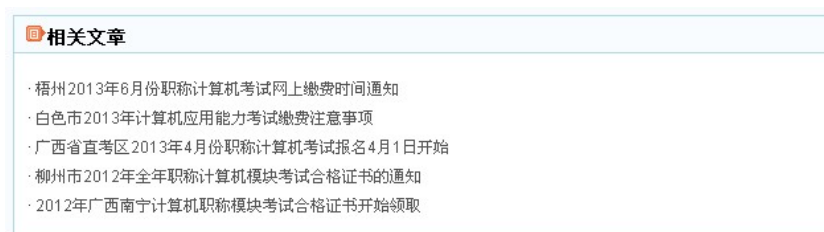


图 3.12 网页相关板块的关键词

这是文章页面的关键词布局,那么主页和栏目页的关键词布局有什么特点呢?由于每个网站的主页和栏目页差异比较大,所以关键词布局并不完全一致,一般在元标签、信息版块、底部标签中布局,例如版块名称使用关键词最佳。

页面中的关键词虽然对网页相关性影响有所减小,但是其作用还是不容忽视的,因为网页内的关键词始终是网页主题的标签,反映着网页的主题。即使搜索引擎技术提高,对网页主题判断的能力提升,但是网页内部的影响是不会消失的,所以关键词在网页内的布局仍是值得注意的。

3.4.3 关键词在页面的表现形式

从搜索引擎算法来看,布局在网页中的关键词并不是都能获得相同的算法得分,有的形式的关键词能获得更高的算法得分,从而影响到关键词排名。

关键词具体有多种表现形式，如锚文本文字、文章题目、H 标签、黑体文字、加粗文字、斜体文字、加色文字、普通文字、JS 文字等类型。

关键词的这些表现形式并不是一样的权重，其中关键词效果比较好的有文章题目、H 标签、加粗文字、黑体文字；关键词效果一般的形式是斜体文字、加色文字、锚文本文字；效果不好的关键词形式是普通文字、JS 文字。

值得注意的是，关键词作为锚文本是很好的外链形式，对链接的网页关键词排名有很大的帮助，但是作为关键词对自身网页的帮助就不大了，搜索引擎给予的权重和斜体加色文字差不多。有人认为使用关键词作为锚文本的链接指向当前网页能提高排名，其实这样做并没有什么效果，倒是指向网站内其他页面还有一定的优化效果，所以这样做只是徒劳。

但是无论是首页、栏目页还是文章页都是相同的，如果页面没有较多形式的关键词表现，搜索引擎会主要依据元标签、内容中的文字包括加粗、字号、锚文本等来判断网页相关性。

3.4.4 关键词的密度情况分析

对关键词的密度、频率的认识被分成了两派，其中一部分人认为搜索引擎已经不重视网页内的关键词，转向链接判断网页相关性了，所以密度和频率对网页相关性没什么影响；另一部分人认为关键词对搜索引擎有提示作用，并是相关性判断的一个重要加分因素，所以有较大频率和密度关键词的网页能获得更好的排名。

通过对网页的跟踪发现，即使网页没有某个关键词，但是通过大量锚文本外链导入，网页同样能在该关键词获得好的排名，所以前者的说法是有道理的，搜索引擎确实在降低网页内关键词在排名中的影响程度。但是并不是网页内的关键词就没有用处，网页内的关键词对相关性的提升同样有好处，在外链权重相差不大的情况下，网页关键词的影响很大，关键词匹配程度高的更能获得好的排名。所以这两种说法都不完全准确，可以两者结合，既要看到现在关键词频率和密度对网页的影响，也要知道在未来关键词排名算法中，页面内关键词的影响因素会越来越弱。

就此来看，页面内关键词的频率和密度还是要注意的，那到底多少的频率和密度更有利于目前优化呢？从大多数排名较好的网站看，关键词密度在 2%到 8%之间的比例更大，所以通常在这个范围内比较保险。另外，依据一个网页的字数可以算出一千字的内容出现 4 次到 10 次左右，都是比较合适的关键词频率。

在生成网页的时候，我们准确计算网页字数比较麻烦，所以通常在建设页面时，按照正常频率出现几次关键词即可，不用太刻意地去追求在这个范围内，因为很多网页不在这个范围内，同样获得了很好的排名，所以不用太纠结这个问题。

3.5 网站外链分析及计划

就目前搜索引擎的发展阶段来看，判断外链仍是网站优化最重要的一部分工作，所以在网站其他优化准备工作完成后，就需要分析和制定外链计划，以及外链优化效果的分析，为网站外链优化工作提供依据，并及时修改、完善外链优化计划。

带着为什么要分析网站外链、怎样分析网站外链等问题，本节将从分析外链的作用、外链建设的目标、外链效果分析、制定外链方案四个方面介绍网站外链分析事项。

3.5.1 外链分析有什么作用

为什么要分析外链？我们知道在搜索引擎中，页面内关键词对网页相关性的影响程度正逐渐降低，目前以外链对网页排名的影响程度比较高，所以合理建设外链是当务之急。

建设外链之前，需要对网站以及竞争对手进行外链分析，分析外链的作用主要有三个：

(1) 了解目前网站的外链情况，制定网站外链建设的计划。例如，某网站域名没有经过外链优化，就要确定该网站外链怎么建设，是通过软文、论坛、博客还是其他外链平台来建立外链。另外，每天建设外链的数量是多少，都要在外链计划中详细制定出来。

(2) 明确竞争对手的外链情况，了解竞争程度以及确定自己的优化目标。例如，某网站的竞争对手外链数量是 3000、质量较高的外链有 500 个、优化效果较高、排名较好，那么在制定外链优化目标时就得比竞争对手更高，以保证网站关键词能获得更好的排名。

(3) 挖掘竞争对手的外链平台，然后利用质量高的平台建设外链。例如，通过高级命令和工具查询到竞争对手在同一个平台建设较多外链，而且收录非常好，平台的权重也高，那么这样的平台可以加以利用，建设更多自己的外链。

根据外链分析要达到的效果，需要用到很多方法和工具，如下所述。

(1) 要知道竞争对手具体在什么平台建设外链，只需要使用搜索引擎高级命令和外链工具，如百度 Domain 和 Bing 管理员工具。如图 3.13 所示为利用 domain 命令查询网站 www.bdkssc.com 的外链平台，可以看到结果中有豆丁网、搜搜百科、中国教育在线、百度知道、百科、文库、经验、新浪文库等平台的外链，从而可以选择一些对自己有用的平台进行外链建设。



图 3.13 利用 domain 命令查询网站的外链结果

另外利用 Bing 管理员工具挖掘的外链,是目前比较准确的、真实的外链情况,包含锚文本外链、超链接外链,而 Domain 挖掘的外链是没有锚文本外链的,没有 Bing 工具准确。所以一般看到 Bing 外链工具挖掘的外链平台很多都是网站主域名,如图 3.14 所示为利用 Bing 外链工具查询 www.bdkssc.com 的外链,可以看到源 URL,也就是导出链接页面的 URL 都是首页,这就是该网站的友情链接等锚文本链接。

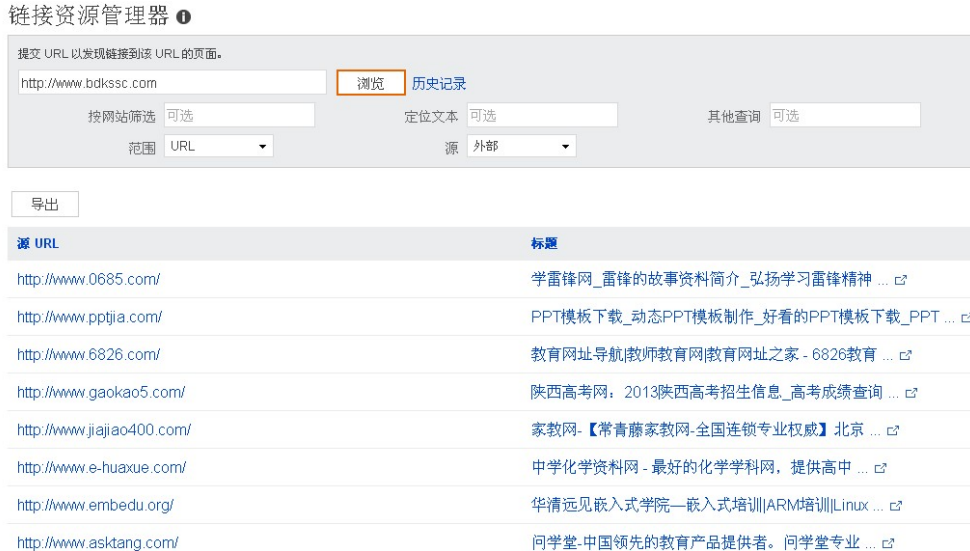


图 3.14 利用 Bing 外链工具查询网站的外链结果

(2) 如果只查询网站的外链数量,可以使用综合查询工具,如爱站工具、站长工具等。使用普通站长工具查询的外链并不准确,只能作为一个参考。如图 3.15 所示为站长工具查询网站 www.bdkssc.com 的外链数量。

外链查询

关键词优化难易分析 | 中文域名转码

请输入查询的域名:

查询

请输入外链的文本(可选):

☐ 模糊匹配

导出 | 添加外链

总记录数: 95 子域名: 当前域名: www.bdkssc.com

编号	外链	网址	PR值	权重	反链数↑	NoFollow
1	www.bdkssc.com/ 职称计算机考试模拟题	jiajiao400.com 家教网-【常青藤家教网-全国连锁专业权威】...	4	4	1329	
2	www.bdkssc.com 职称计算机考试题库	eduease.com 北京家教网_北京家教中心权威品牌-【易教网...	5	4	833	
3	www.bdkssc.com/ 职称计算机考试模拟题	59165.com 【中国论文资源库】论文发表网站_论文代写...	5	0	631	
4	www.bdkssc.com/ 中星睿典注册码	mkao.cn 中国美术高考网第一大网mkao.cn美考网 2013...	5	4	279	
5	www.bdkssc.com/ 职称计算机考试题库	xyg100.com 新阳光教育_GCT_工程硕士_法律硕士_教育硕...	5	2	261	

图 3.15 站长工具查询网站外链数量

(3) 要查询自己网站的外链情况,可使用搜索引擎的网站管理工具,如百度的站长平台的外链工具。如图 3.16 所示为百度站长工具查询百度的外链情况,遗憾的是只支持查询自己的网站外链。



图 3.16 百度站长工具查询外链

分析外链是为了更好地建设外链，所以不论是自己网站的外链，还是竞争对手的外链分析，都应该形成一个分析表，以帮助指导外链建设。

3.5.2 外链建设的目标

建设外链是目前网站优化中，对排名提升效果非常有力的手段，所以为了做好外链优化工作，了解外链建设的目标是很有必要的。

我们知道一个现象就是谷歌炸弹（Google Bombing），谷歌炸弹就是利用大量的锚文本链接导入，提升某个网页该锚文本关键词的排名，开始用于恶搞白宫网站，所以称为谷歌炸弹。从谷歌炸弹这一现象可以看出，只要有大量锚文本链接导入，即使网页没有某个关键词，同样能获得高排位。

这一现象证明了外链对网页关键词的作用，也证明外链建设的两个重要的因素，那就是锚文本和外链数量，其实外链建设还有一个比较重要的指标，就是外链网站的质量。这三个因素是决定网页排名的最大影响因素，总结起来就是外链的数量、质量、锚文本。

建设外链的目的是提高网站关键词排名，而目标是网站要建设外链的数量、质量、锚文本。也就是说，根据网站的关键词排名需要，要建设多少外链、建设多少高质量的外链、

锚文本外链要建设多少等，才能完成网站关键词排名的任务。

(1) 外链数量目标可以根据竞争对手的情况制定，要超过竞争对手至少需要达到多少外链水平，建设时可以根据外链建设的数量目标，确定每天、每周的外链工作任务。

(2) 高质量外链的数量目标，同样要了解竞争对手的情况，可以分析竞争对手的高质量外链。高质量的外链一般是网站权重高、主题相关、首页链接等因素决定了链接质量的高低。

(3) 链接种类中质量最好的是锚文本链接，当然锚文本数量越多越好，但是不能以为网站外链全是锚文本最好，因为正常网站的外链不可能全是锚文本，还会有普通的超链接和文本链接。所以建设外链时，并不能只建设锚文本，以免触碰红线。

制定外链目标可以将网站的外链优化工作变得简单而有条理，每天、每周的工作都更有计划，并且将建设的外链以及关键词等信息记录下来，以便检查工作和效果分析。

3.5.3 外链效果怎样分析

建设外链的工作不只要有序，还要阶段性的检查，以判断外链优化工作的成效，便于完善外链建设工作。

分析网站外链效果主要从外链建设的成果，以及外链优化给网站排名带来的提升两个层面来了解外链建设情况。

(1) 外链建设的成果分析。成果分析是对外链工作的检查，通过对表格中记录的外链检查，可以知道网站建设了多少外链、高权重网站外链数量、锚文本外链有多少。这些数据也可以通过百度的站长工具查询到，但是没有利用记录表格查询方便简洁，另外，可以将不同权重的外链平台、不同的链接形成分开记录，这样各项具体的数据也就更容易统计。如图 3.17 所示为网站外链建设记录表格，其中包括外链建设的时间、平台、百度权重、锚文本关键词、URL 地址、是否收录、百度排名等项，外链建设工作检查时，可以按收录的数量统计，也可以按外链平台权重进行分类检查统计外链数量，或者按锚文本来检查关键词链接数量，最后将统计结果与外链建设目标进行核对。

B 平台	C 权重	D 长尾关键词	E URL 地址	F 是否收录	G 百度排名
教育在线	2	成都培训学校	http://peixun.eol.cn/company/company_article_detail.php?articleid=21303	是	
	2	成都名师堂学校	http://peixun.eol.cn/company/company_article_detail.php?articleid=21304	是	
	2	暑假补习	http://peixun.eol.cn/company/company_article_detail.php?articleid=21305	是	
PC01	1	小学家教	http://www.pc01.cn/shop/Shop049/u241456/news_show_120790.html	否	
	1	初中补习	http://www.pc01.cn/shop/Shop049/u241456/news_show_120791.html	否	
	1	成都名师堂学校	http://www.pc01.cn/shop/Shop049/u241456/news_show_120792.html	否	
新浪博客	9	中考提分	http://blog.sina.com.cn/s/blog_94ac79d8010190h7.html	是	
京东信息网	1	少儿英语培训	http://www.idxinx.com/sell/bencandy.php?fid=1867&id=79421	是	
黄页88	6	考试辅导	http://jiaovu.huangye88.com/xinxi/8498814.html	是	
教育在线	2	考试辅导	http://peixun.eol.cn/company/company_article_detail.php?articleid=21332	是	
	2	名师堂学校	http://peixun.eol.cn/company/company_article_detail.php?articleid=21333	是	
	2	成都培训学校	http://peixun.eol.cn/company/company_article_detail.php?articleid=21334	是	
七七商网	1	小学家教	http://www.77b2b.com/com/bdks/news/itemid-9602.html	是	
教育在线	2	暑假补习	http://peixun.eol.cn/company/company_article_detail.php?articleid=21361	是	
	2	成都培训学校	http://peixun.eol.cn/company/company_article_detail.php?articleid=21362	是	

图 3.17 网站外链建设记录表格

(2) 网站优化效果分析。通过建设外链，网站关键词排名也会有所提升。用工具查询

出网站关键词排名与流量情况，如图 3.18 所示为网站外链优化效果查询记录表格，其中包含关键词、指数、URL、最新排名、本月 IP 量、排名升降情况这几项，查询出来后与关键词建设表格对比，排名持平 and 下降的都要检查外链建设的问题、完善外链建设的策略。

A 关键词	B 指数	C URL链接	D 6.30百度排名	E 6.1-6.30独立访客	F 升/降
成都名师堂学校	46	http://www.mstxx.com/	1	967	→
名师堂官网	125	http://www.mstxx.com/	1	2690	→
名师堂学校	5	http://www.mstxx.com/	1	87	→
成都培训学校	38	http://www.mstxx.com/	5	316	↑
暑假补习	27	http://www.mstxx.com/	17	10	↑
小学辅导	18	http://www.mstxx.com/	44	5	↓
小学家教	17	http://www.mstxx.com/	34	3	↑
初中辅导	6	http://www.mstxx.com/	18	1	↑
初中补习	5	http://www.mstxx.com/	39	1	↓
考试辅导	26	http://www.mstxx.com/	29	7	↑
中考提分	12	http://www.mstxx.com/	32	3	↑
少儿英语培训	243	http://www.mstxx.com/	42	5	↓
学习方法	982	http://www.mstxx.com/	49	17	↓

图 3.18 网站外链优化效果查询记录表格

外链的建设是为了提高排名，外链效果分析是为了修改、完善外链建设策略，分析的方法就是使用前面学过的高级命令和站长工具，查询外链效果情况。

3.5.4 制定合理的外链建设方案

很多 SEOer 做了很多外链，平时有空就发外链、在论坛留言，或者发布其他信息，但是网站始终得不到好的关键词排名，这是什么原因呢？

其中一个很重要的原因，就是没有合理的外链建设方案，外链建设方案可以指导推广人员按照计划进行外链的建设；如果没有外链建设方案，建设的外链不规范，优化效率又低，外链优化的效果就很难实现。

所以一个合理的外链建设方案是建设外链操作的一个指导者，也是网站优化方案的一个重要组成部分。

外链建设方案包括：外链建设目标、外链建设平台、外链建设类型、每日外链建设数量、外链效果分析等内容。

(1) 外链建设目标：主要以各项外链数据为标准的计划目标，在前面已经具体介绍过。

(2) 外链建设平台：是先确定外链建设的主要平台类型，如问答、百科、文库、商铺、博客、论坛、软文平台等，然后挖掘各种类型的能建设外链的网站，并记录下来。根据网站的权重和主题相关性进行排序，权重高且相关性强的网站优先建设外链，其次选择权重高相关性弱和权重低相关性强的网站，最后选择权重低相关性弱的网站。发布外链的时候，按照排序依次选择网站发布。

(3) 外链建设类型：外链建设的类型有锚文本外链、普通超链接、文本外链。其中以锚文本关键词形式的外链最佳，通常出现在软文、博客、商铺、论坛、友链等平台中；普通超链接质量一般的，一般出现在问答、百科、文库等平台中；质量最低的外链是文本外链，相当于关键词，搜索引擎不能通过文本链接爬行到网页，常出现在商铺、问答平台中。

(4) 每日外链建设数量：指外链优化的工作计划，网站外链建设最好是每日进行，因为持续性的增加外链，对搜索引擎优化有很大帮助，而且是有别于作弊的判断因素。确定每日各类型外链建设的数量，以保证网站优化效果的实现，并起到管理优化团队的作用。

(5) 外链效果分析：分析外链的建设目标任务和网站关键词排名情况，看是否达到网站外链优化效果的要求，以完善外链建设计划，提高优化效果。

网站外链建设方案的作用是告诉优化团队，网站外链优化的目标是什么、外链建设用什么方式、建设外链的工作要求有哪些、建设效果怎样分析。这些都是外链建设人员必须知道的内容，以方案的形式规范管理，提高优化效率。

3.6 网站市场分析及计划

任何一个网站都是为了面对用户，网站的用户群体就是网站的市场。网站在建立之前就需要分析网站的市场，了解市场才能做出受市场欢迎的网站，才能针对市场做网站推广工作。

具体地说就是，通过分析网站的市场需求和用户特点，使网站既能提供用户的基本需求，又能符合用户群体的使用习惯，在推广时，根据市场的特点，采用有针对性的方法推广网站。根据网站市场分析结果和市场推广方案，制定网站的整体市场策略，作为网站推广的基本思想。

本节将分析网站整体市场和主要竞争对手，以及讲解根据市场所要做的策略。

3.6.1 网站整体市场的评估

在建立网站或者网站优化推广前，了解网站定位的市场，把握整个市场的需求，能给网站建设改版和优化推广带来直接的帮助。

(1) 分析网站市场整体需求，定位的用户群体需要什么样的资源，或者需要什么样的服务，细化目标用户需求。通过网站定位的用户群体的整体需求，确定网站整体的服务方向和需求解决方案，例如设计网站的架构和整体风格等；另外根据细化的用户需求，确定网站的其他细化功能，例如网站的栏目二级域名等。

(2) 根据网站整体市场用户的特点，确定网站优化推广的方法。例如网站的用户群体年轻且是学生，那么网站推广时，通过学生论坛、社区平台、微博等方式推广，效果会更好。

当然分析市场也就是分析用户需求，这并不简单，所以很多网站的市场定位不准，用户需求把握不到位，建设和优化推广的网站就很难获得用户的认可，那么怎样分析网站市场呢？

(1) 根据行业特点、用户关注热点或某一问题，利用互联网行业信息数据，如 IResearch、CNZZ 数据中心、百度数据研究中心、百度风云榜、谷歌趋势等平台，获取网站互联网市场的变化趋势，如图 3.19 和图 3.20 所示分别为 CNZZ 数据中心和百度数据研究中心的行业关键词数据，根据用户大量搜索的急待解决的问题，就能发现用户的需求和关注变化。



图 3.19 CNZZ 数据研究中心



图 3.20 百度数据研究中心

(2) 研究用户群的特点，分析网站定位的目标用户群体的年龄、性别、学历、职业、地域等属性，通过这些属性把握用户群的使用习惯和搜索习惯。例如网站定位的是关于四川高考资讯、复习、交流的论坛，那么可以分析出网站的用户群体，年龄以高中适龄 15~20 岁为主，性别没有限制，学历以高中为主，职业是学生，地域为四川省。

通过这些属性可以得出，用户群是 15~20 岁的四川高考学生，这类人关注的是高考复习，也是使用网络作为资源获取的主流人群，不用担心他们会不会使用，只需要考虑网站的独特性、趣味性、分享性。让网站变得特点更鲜明，突出主要功能，如将复习资料等重点内容进行重要位置展示等；让网站操作或网站内容更丰富有趣，如加入关于高考的小功能：倒计时、制定复习计划、复习方法交流等；这个年龄段的人重分享，网站分享到其他平台是必不可少的。如提高百度分享，用户可以直接转载到博客、微博、空间等地方，便于自己和他人随时查看。

从 SEO 来说，网站市场分析还有一个重要的工作，那就是分析整个行业网站的整体水

平,如排名靠前的网站中,不同权重值网站的数量多少,以判断整体水平和市场大小。如果整个行业网站都是低权重网站,一般证明这个行业的用户搜索量小,也就是网站的市场较小,网站优化的难度不是很大,但用户量将很小。

3.6.2 分析网站主要的竞争对手

网站的整体市场水平,决定了网站最大能做到多大;而竞争对手网站水平,决定了网站至少需要做到多大,才能超过其他竞争对手。

简单地说,网站的竞争对手研究目的,就是要知道别人已经做到什么程度了,自己需要做到什么程度才能成为第一,也就是网站的优化目标,所以分析竞争对手可以制定网站的目标。

因为主要竞争对手都是行业的标杆,所以他们的优化方式可以加以借鉴,从而增加和完善自己的优化方式,提高网站优化的效果。

分析网站的竞争对手很简单,只需要将网站的核心关键词进行检索,排名靠前的基本都是网站的竞争对手,而其中排名较好、权重较高、匹配准确的网站结果,就是主要的竞争对手。如图 3.21 所示为搜索“数据研究中心”获得的结果,其中有的关键词匹配不完全,有的权重不高,竞争最大的对手应该是结果中第二个和第四个网站。



图 3.21 搜索“数据研究中心”的结果

找出竞争最大的几个网站对手,并分析网站的综合数据,以及网站的内部和外部优化技巧,从而辅助制定网站优化目标和学习优化技巧。

3.6.3 制定可行性市场策略

不论是整个市场,还是个别竞争对手,分析市场的目的是做好网站。做好网站就要有可行性市场策略,这是区别于网站优化方案的针对推广的策略。

市场策略的作用：作为网站架构、界面、功能的建设依据，指导网站优化、推广。

市场策略的制定：根据对网站市场和竞争对手的分析，制定网站可行性的市场策略。

网站市场策略包括网站的用户需求、网站的功能实现、网站的推广重点三个部分。

(1) 网站的用户需求。市场策略要研究的是市场，也就是用户，用户的需求是任何企业提供产品和服务的基础。

了解用户的需求，才有满足用户需求的可能性，像手机界的三星一样，用户要 NFC 功能就给你 NFC，用户要无线充电就给你无线充电，用户要大屏幕就给你大屏幕，反正用户想要的三星都给你，所以三星在激烈的安卓系统竞争中脱颖而出。我们做网站也同样，用户需要快速打开网页、用户需要打开网站即了解到网站的主题、用户需要快速找到需要的资源、用户需要更方便的购买流程等，用户需求还有很多，我们可以选择行业最主要的需求，以及其他竞争对手还没有解决的需求，策划自己的网站架构、页面、功能的实现。

(2) 网站的功能实现。了解用户需求后，网站要实现这些用户需求，就要策划网站需要哪些功能来实现用户的需求。如网站的用户需要产品筛选，那么网站需要提供筛选功能；如果用户需要产品对比，那么网站应该加入对比功能。

(3) 网站的推广重点。根据用户的特点，推广和优化的重点都应该以用户群体为准，用户群体常使用哪些方式进入网络，而这些主要的途径，就是网站推广的最好方式，如针对年轻用户的微博推广、对大学生的人人网推广等。网站优化则根据用户的搜索习惯，有转化的词重点优化，如销售空调的网站，搜索“格力空调价格”的就是希望购买的用户，那么这就是网站的重点关键词。

可行性市场策略是根据市场所做的网站模式、用户体验、优化推广的应对方案，也就是给予用户想要的，让用户获取信息和购买产品更简单，让网站推广更有用户针对性。

3.7 竞争对手分析

竞争对手是网站发展的助推器，也是网站发展的绊脚石。所谓知己知彼百战不殆，分析竞争对手能帮助网站面对挑战，不断创新和发展，而如果忽略竞争对手的分析，将陷入掩耳盗铃的境地。所以网站竞争对手分析是一项非常重要的工作，本节将详细讲解。

虽然前面外链分析和市场分析中，都提到过竞争对手分析，但是那些并不全面，也没有具体介绍分析的项目和方法，本节主要从竞争对手的质量情况、竞争对手网站的主要数据、竞争对手的排名数据统计、竞争对手的产品定位、竞争对手的竞价排名等项，对竞争对手进行一个全面的分析。

3.7.1 竞争对手的质量情况

前面在市场分析时，已经讲过找出竞争对手，那么什么样的竞争对手才是真正有质量的竞争对手呢？

我们知道，利用搜索引擎搜索网站的核心关键词，通常有排名的网站都是网站的竞争对手，但是往往一个行业的企业或个人会有很多，并不是每个竞争对手都值得我们去具体研究。很多竞争对手的网站质量很低，无论是网站的展示还是优化，都没有专门管理过，

那么这样的网站我们可以放在一边, 哪怕网站背后的企业是很强大的, 但是它的网站却不是我们的竞争对手。所以分析竞争对手之前, 要筛选出真正的竞争对手, 那么竞争对手怎样筛选呢?

当我们从搜索引擎挖掘出很多竞争对手时, 我们要做的并不是完全按照排名来判断竞争对手的质量。可以通过网站建立的时间、网站的品牌、网站排名是否稳定、网站更新快慢、网站的使用感受等这些直观的信息初步找到网站的竞争对手, 如图 3.22 所示为搜索关键词“成都租车”获得的结果。



图 3.22 搜索关键词“成都租车”获得的结果

从结果中可以首先排除百度知道, 然后分析一下特征:

- (1) 这几个网站的年龄都比较老, 都是长期做租车服务的。
- (2) 第 2、5 位都有行业品牌名, 比较专业, 没有行业品牌名的网站质量低一些。
- (3) 这几个网站中长期排名相对较差的是第 4 位同程网, 其他几个网站排名都比较稳定, 所以同程网质量相对低一些。
- (4) 这 4 个网站的快照都比较一致, 没有明显的差距。
- (5) 网站的使用感受是用户使用最简单、交易完成过程时间最短, 这 4 个结果中, 用

户能最快选车的是第2、4、5的三个网站，排在第3位的网站从成都58同城进入网站，然后再选择其他机构，再在其他机构筛选车型，非常麻烦，用户使用感受并不好。这里排名第4的网页并不是同程网驻车栏目的首页，而是一个筛选的内页，所以能直接选车，但首页和第2、第5的差别不大。

虽然这几个网站各有优缺点，但是不得不承认这几个网站都是长期从事这个行业的，排名相对其他网站有比较大的优势，所以能确定这几个网站都是真正的竞争对手。后面的网站同样能用这样的方法进行网站质量的基本判断，然后选择质量高一点的真正的竞争对手，再进行网站详细数据的分析。

3.7.2 竞争对手的主要数据分析

筛选出真正的竞争对手，我们要对竞争对手的网站的主要数据进行分析，以把握对手网站目前的主要状态，认识竞争对手网站的长处和不足之处。

一般情况下，要查询网站的主要数据，我们会使用综合站长工具，以快速查询到网站各项数据，如下所述。

站长之家工具：<http://tool.chinaz.com/>

爱站工具：<http://www.aizhan.com/>

去查网：<http://www.7c.com/>

站长帮手：<http://www.adminlj.com/>或<http://www.links.cn/>

Bing 外链查询工具：<http://www.bing.com/toolbox/webmaster>

其中，相对比较准确的是站长之家工具和去查网，我们查询时要注意网站的一些数据，如图3.23所示为利用站长之家工具查询神州租车的主要数据。

网站基本信息							SEO数据风向标
神州租车—中国最大租车公司,中越官方合作伙伴,汽车租赁领跑者							
ALEXA排名	世界排名:-- 流量排名:-- 日均IP≈-- 日均PV≈--						 网站排行榜 总排名: 1752 - 最权威的网站排名 -
SEO信息	百度权重	 6	Google	 6	反链数:604 站外链数:4 站内链接:141		
域名IP	125.78.248.32[福建省莆田市 电信] [响应时间: 175毫秒]						
域名年龄	11年4月6天 (创建于2002年02月20日,过期时间为2020年02月20日)						
更多查询	ALEXA排名	友情链接检测	网站历史数据	Whois查询	备案查询	网站排名	
百度相关							
百度流量预计		百度快照		今日收录	最近一周	最近一月	
1万1496		2013-6-24		481	485	555	
网站 www.zuche.com 的收录/反链结果							
搜索引擎	百度	谷歌	SOSO	搜狗	360	有道	
收录	660	9190 ↑	4286 ↓	3006 ↓	367	查询	
反链	6万5500	208	5万560 ↑	查询	2万9300	23万2000	
日期	百度收录	Google收录	搜搜收录	搜狗收录	360收录	百度反链	有道反链
2013-06-24	659	8990	4295	3516	365	6万5700	23万2000
2013-06-23	669	-	4288	3909	-	6万5700	23万2000
2013-06-22	669	-	4296	3396	-	6万5600	23万2000

图 3.23 神州租车网站的主要数据

从图中可以看到，该网站大部分的数据都查询出来了，红色圈出的为主要的数据，其他未被圈的数据并不是主要数据或者不准确，下面分析竞争对手神州租车的主要数据：

(1) 世界排名、流量排名、日均 IP、日均 PV。世界排名是 Alexa 的网站综合评估排名，流量排名是根据 Alexa 插件统计的网站流量排名，日均 IP 也就是 Alexa 统计的网站每天用户访问数量，日均 PV 是 Alexa 统计的网站每天用户浏览页面数量。世界排名和流量排名越高，证明网站综合实力越强，日均 IP 和 PV 越高，证明网站的用户量越大。

(2) 百度权重。百度权重代表了网站的关键词流量，也就是百度带来的流量越高，百度权重也就越高，这是网站百度优化的情况。神州租车网的百度权重为 6，是比较高的，可以知道该网站的百度流量还是很不错的，超越的难度也比较大。

(3) 谷歌 PR。谷歌 PR 代表了网站页面的质量，是网站外链质量和数量的体现，网站的外链数量越大、质量越好，网站的谷歌 PR 越高。神州租车网的谷歌 PR 为 6，在中文网站中已经是非常高的了，表明网站在谷歌中有比较好的表现。

(4) 响应时间。网站的响应时间也就是网站的打开速度，响应时间越短，网页打开速度越快，用户体验越好。神州租车网打开速度很快，用户第一感受比较好。

(5) 域名年龄。域名年龄是域名注册至今的时间，年龄越老表示网站的历史悠久，更专业、权威，信任度也越高。神州租车网的域名年龄达到了 11 年，搜索引擎相对更照顾。

(6) 百度流量统计。百度流量统计也就是百度关键词带来的流量，这是一个预估值，和百度权重相对应，也就是百度流量越高，百度权重越高。神州租车网的百度流量预估为 11496，其对应的也就是权重 6 的百度流量 10001-50000IP。注意提高百度权重，曾经有人使用软件刷关键词指数，然后提高网站的百度权重，目前这一方法有时有效，不过建议不要使用，因为这对网站的长期发展不利。

(7) 百度快照。百度快照是网站被百度最后抓取的时间，百度快照越新，表示网站更新的频率越高，搜索引擎越喜欢，快照在 3 天以内是比较快的。神州租车网快照当天，蜘蛛爬行频率很高，搜索引擎也会比较偏爱。

(8) 今日收录。表示搜索引擎今日爬行抓取了网站多少页面，抓取的页面数量越多，证明网站的收录越好。神州租车网的今日收录数量为 481，并不算高，但是在租车行业里，已经是比较高的当日收录量了。

(9) 百度收录、谷歌收录、360 收录。它们代表网站在这 3 种搜索引擎的收录数量，目前这 3 种搜索引擎是 SEOer 主要研究对象，它们收录量越大表明搜索引擎更信任网站，给予的权重更高。神州租车网在谷歌的收录比较好，而在百度和 360 的收录很不理想，被收录的页面非常少，这反应了谷歌 PR 对该网站的影响。

从上面分析的数据来看，该网站还是一个比较不错的网站，也经过较长时间的优化，不过还有很大上升的空间。

通过分析竞争对手的主要数据，了解对手的一个整体现状，看到对手的优势，对自己优化难度有一个评估和设定优化的时间；把握对手的劣势，便于制定针对性的网站优化方案。

3.7.3 竞争对手的排名数据分析

通常我们所说的排名数据，并不是用搜索引擎提供的工具查询的，而是一些站长工具

根据关键词指数和排名进行的一个网站预估流量统计。例如中文搜索引擎百度的权重即 BR 值，就是爱站、站长工具等创造出来的网站百度流量等级，百度内部并没有 BR 值这一说法。

虽然这一数据统计并不是百度官方的数据，但是对网站的分析仍然有一定的作用，尤其是分析竞争对手的大致流量和关键词排名有很大的帮助。

首先我们看看 3.7.1 节中提到的另一个网站，如图 3.24 所示是一嗨租车网的关键词排名数据。

百度权重为 5，共找到 195 条记录，预计从百度来访 7293 次，子域名：当前:www.1hai.cn

推	百度推广	0	百度竞价	0	牌	品牌推广	0	开	开放平台	11	应	百度应用	0
序号	关键字(竞价数)	指数	排名	收录量	网页标题				+添加新词				
1	租车	2706	1	100000000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				
2	一嗨租车	2583	1	892000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				
3	一嗨租车官网	888	1	863000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				
4	深圳租车	471	1	5700000	【深圳租车_深圳租车网】深圳租车服务领...								
5	1嗨租车	198	1	3630000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				
6	上海租车网	126	1	991000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京...				首页				
7	杭州租车网	116	1	642000	【杭州租车_杭州租车网】杭州租车服务领先品牌_一嗨租车								
8	南京租车网	111	1	565000	【南京租车_南京租车网】南京租车服务领先品牌_一嗨租车								
9	一嗨租车网	110	1	869000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				
10	自驾租车网	101	1	7700000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				
11	珠海租车	95	1	5820000	【珠海租车_珠海租车网】珠海租车服务领...								
12	企业租车	68	1	6590000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				
13	一嗨网	63	1	82700	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				
14	武汉一嗨租车	62	1	736000	一嗨租车_引领中国汽车租赁行业,倡导时尚生活方式,北京上海...				首页				

图 3.24 一嗨租车网关键词排名数据

从一嗨租车网的关键词排名数据来看，站长工具计算的百度权重为 5，预计关键词流量为 7293 次，对于租车行业来说这一流量比较不错，超越对手的难度也比较大。

下面的百度推广、百度竞价、品牌推广在这个时段并没有，所以显示为 0，开放平台数量 11 表示有 11 个关键词，有网站百度数据开放平台页面获得排名，百度应用是关键词有网站的应用排名的数量。

从一嗨租车网的关键词排名，可以了解目前竞争对手的排名情况，也可以利用这一排名数据，分析竞争对手排名较好的网页优化情况，以及挖掘网站的关键词。如该网站在关键词“租车”排名第一，打开关键词对应的网页，我们就可以分析它为什么排名第一。

分析竞争对手的关键词，是网站挖掘关键词的一种方式，也是研究对手关键词排名的途径，还是了解竞争对手目前流量状况的一种方法。

3.7.4 竞争对手的产品定位分析

分析竞争对手，往往不只分析网站的优化情况，因为网站的优化数据并不能反应竞争

对手的定位。

首先我们要知道网站的产品定位，网站的产品需要解决什么问题、给什么人解决问题，如网站要解决出行没车需要租用的问题，针对的客户人群是成都地区的用户，那么反映在关键词上比如“成都自驾租车”，这就是一个符合产品定位的关键词。而如果产品定位是成都地区，那么选择关键词“北京自驾租车”那就是产品定位与关键词不匹配。

一般造成网站产品定位与关键词不匹配的原因，是 SEOer 选择了产品定位以外的关键词进行优化，所以这些关键词有了较好排名，但是并不能获得订单。如定位成都的租车服务，对北京用户根本没用，不会产生交易行为，所以优化这些关键词只是浪费资源。

所以研究竞争对手的产品定位的一个用处，是了解网站服务人群和要解决的问题与关键词是否对应，可以知道对手网站优化的针对性强弱、是否错误优化等问题，同样，这一理论也适用于自己网站的关键词选择。

另外通过分析竞争对手的产品定位，与自身网站对比，自己的网站产品优势和劣势在什么地方，然后突出优势，弱化劣势，从而获得更高的转化率和利润。当然这里所说的网站产品并不一定只指网站销售的产品和服务，而且包括网站的某个栏目版块或者功能，如 BBS、Blog、问答平台、查询页面等，都可以是网站的产品，也都有其自身的产品定位。

分析竞争对手产品定位，可以查看网页的元标签和网页内的文字、图片等，一般网站都会将产品定位放在元标签中，或者网页中的文字说明、图片展示等，另外通过查询关键词排名，可以进行二者的对比，找出网站的定位差距。

3.7.5 竞争对手的竞价排名情况

竞价排名并不属于 SEO 的范畴，而是与搜索引擎优化并列的，是搜索引擎营销的两种营销方式之一。竞价排名不属于 SEO，但并不表示与 SEO 没有联系，反而竞价排名会用到 SEO 的技术。例如竞价关键词的挖掘和创意的撰写，都需要用到 SEO 思想。

然而分析竞争对手竞价排名的原因，并不是因为与 SEO 的直接联系，而是为了了解竞争对手的网络推广力度，如果竞争对手都没有做竞价推广，那么证明这个行业的竞争不是很激烈，那么自己做起来的可能性就非常大；如果竞争对手的竞价排名很多，而且行业的关键词基本都有竞价排名的结果，那么我们就应该知道，这个行业的竞争非常大，网站优化的难度将比较高。

而分析竞争对手竞价排名很简单，只需要用站长工具查询即可，这样就可以大致了解哪些词有竞价排名，如果词汇很多，说明竞争比较激烈，那么除了做 SEO 自然排名以外，还要考虑做竞价排名的需要。如果做竞价排名，SEO 同样要提供技术支持。

3.8 网站日常分析方法

前面所介绍的都是网站前期分析的方法，而网站日常运营和维护都需要进行分析，分析的作用是为了检查优化的效果、完善优化方法、规避优化中的风险等。所以网站日常分析是一项必不可少的工作，通常是优化团队的负责人操作。

本节将从网站日志的分析、关键词数据统计分析、网站流量分析、关键词数据统计分

析、网站流量分析、网站权重分析、网站收录分析、网站快照跟踪、用户行为分析、网站外链增加速率、网站临时问题分析、分析结果汇总修正优化方案等方面介绍网站日常分析方法，以及分析结果对优化方案的指导。

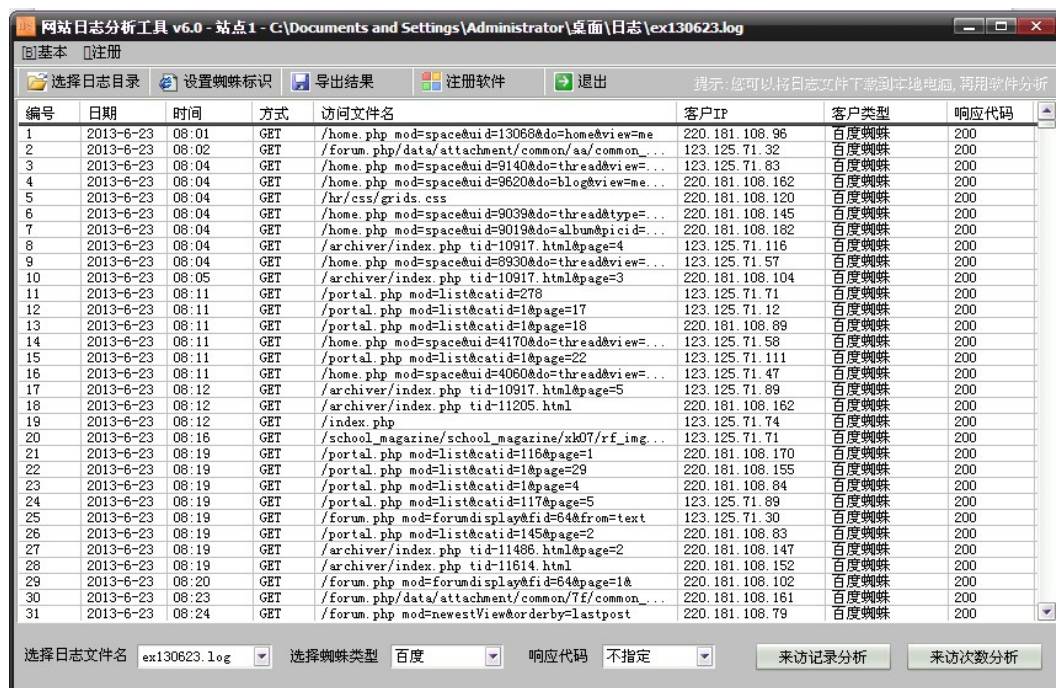
3.8.1 网站日志的分析

网站日志也称为服务器日志，是记录 Web 服务器接收处理请求以及运行时的各种状态信息，并以.log 结尾的文件，网站日志存储于服务器的某个文件夹中，如主机的 logfiles 文件夹，查看分析时将它要下载到本地。

然后利用网站日志分析工具进行分析，主要分析的内容包括搜索引擎蜘蛛的爬行次数、服务器的响应代码、访问的页面、IP 段这 4 项内容。蜘蛛爬行次数，反映了网站的更新频率和网站的权重，次数降低可能是作弊被惩罚，或者网站更新太慢。

服务器的响应代码，表示服务器对用户访问返回的状态，其中 200 表示成功返回，304、404 表示返回错误。访问的页面表示搜索引擎蜘蛛爬行的页面，可以分析网站哪些页面被爬行。

搜索引擎蜘蛛 IP 段，表示搜索引擎蜘蛛爬行该网页使用的服务器，有的 IP 段服务器是搜索引擎专门寻找作弊网站的，如百度 IP 段：123.125.68.*、220.181.68.*，如果网站出现很多这些 IP 段蜘蛛，那么有可能受到百度的惩罚。如图 3.25 所示为利用 IIS 网站日志分析工具分析某网站的日志记录。



编号	日期	时间	方式	访问文件名	客户IP	客户类型	响应代码
1	2013-6-23	08:01	GET	/home.php mod=space&uid=13068&do=home&view=me	220.181.108.96	百度蜘蛛	200
2	2013-6-23	08:02	GET	/forum.php/data/attachment/common/aa/common...	123.125.71.32	百度蜘蛛	200
3	2013-6-23	08:04	GET	/home.php mod=space&uid=8140&do=thread&view=...	123.125.71.83	百度蜘蛛	200
4	2013-6-23	08:04	GET	/home.php mod=space&uid=9620&do=blog&view=me...	220.181.108.162	百度蜘蛛	200
5	2013-6-23	08:04	GET	/hr/css/grids.css	220.181.108.120	百度蜘蛛	200
6	2013-6-23	08:04	GET	/home.php mod=space&uid=9039&do=thread&type=...	220.181.108.145	百度蜘蛛	200
7	2013-6-23	08:04	GET	/home.php mod=space&uid=9019&do=album&picid=...	220.181.108.182	百度蜘蛛	200
8	2013-6-23	08:04	GET	/archiver/index.php tid=10917.html&page=4	123.125.71.116	百度蜘蛛	200
9	2013-6-23	08:04	GET	/home.php mod=space&uid=8930&do=thread&view=...	123.125.71.57	百度蜘蛛	200
10	2013-6-23	08:05	GET	/archiver/index.php tid=10917.html&page=3	220.181.108.104	百度蜘蛛	200
11	2013-6-23	08:11	GET	/portal.php mod=list&catid=278	123.125.71.71	百度蜘蛛	200
12	2013-6-23	08:11	GET	/portal.php mod=list&catid=1&page=17	123.125.71.12	百度蜘蛛	200
13	2013-6-23	08:11	GET	/portal.php mod=list&catid=1&page=18	220.181.108.89	百度蜘蛛	200
14	2013-6-23	08:11	GET	/home.php mod=space&uid=4170&do=thread&view=...	123.125.71.58	百度蜘蛛	200
15	2013-6-23	08:11	GET	/portal.php mod=list&catid=1&page=22	123.125.71.111	百度蜘蛛	200
16	2013-6-23	08:11	GET	/home.php mod=space&uid=4060&do=thread&view=...	123.125.71.47	百度蜘蛛	200
17	2013-6-23	08:12	GET	/archiver/index.php tid=10917.html&page=5	123.125.71.89	百度蜘蛛	200
18	2013-6-23	08:12	GET	/archiver/index.php tid=11205.html	220.181.108.182	百度蜘蛛	200
19	2013-6-23	08:12	GET	/index.php	123.125.71.74	百度蜘蛛	200
20	2013-6-23	08:16	GET	/school_magazine/school_magazine/xh07/rf_img...	123.125.71.71	百度蜘蛛	200
21	2013-6-23	08:19	GET	/portal.php mod=list&catid=116&page=1	220.181.108.170	百度蜘蛛	200
22	2013-6-23	08:19	GET	/portal.php mod=list&catid=1&page=29	220.181.108.155	百度蜘蛛	200
23	2013-6-23	08:19	GET	/portal.php mod=list&catid=1&page=4	220.181.108.84	百度蜘蛛	200
24	2013-6-23	08:19	GET	/portal.php mod=list&catid=117&page=5	123.125.71.89	百度蜘蛛	200
25	2013-6-23	08:19	GET	/forum.php mod=forumdisplay&fid=54&from=text	123.125.71.30	百度蜘蛛	200
26	2013-6-23	08:19	GET	/portal.php mod=list&catid=145&page=2	220.181.108.83	百度蜘蛛	200
27	2013-6-23	08:19	GET	/archiver/index.php tid=11486.html&page=2	220.181.108.147	百度蜘蛛	200
28	2013-6-23	08:19	GET	/archiver/index.php tid=11614.html	220.181.108.152	百度蜘蛛	200
29	2013-6-23	08:20	GET	/forum.php mod=forumdisplay&fid=54&page=1&	220.181.108.102	百度蜘蛛	200
30	2013-6-23	08:23	GET	/forum.php/data/attachment/common/7f/common...	220.181.108.161	百度蜘蛛	200
31	2013-6-23	08:24	GET	/forum.php mod=newestView&orderby=lastpost	220.181.108.79	百度蜘蛛	200

图 3.25 分析网站日志

如图中所示，该网站的搜索引擎爬行记录非常密集，当天的爬行记录分别是百度 2190 次、谷歌 7653 次、SOSO5965 次，可见搜索引擎对网站都是比较重视的；而响应代码全是

200, 表示网站的服务器、链接和页面等都没有问题; 并且通过访问的页面来看, 网站的主要栏目收录都比较正常; 从搜索引擎蜘蛛的 IP 段来看, 网站并没有受到百度作弊蜘蛛的关注, 是比较安全的。

网站日志分析是网站日常分析的一个工作, 通常每隔几天就需要检查一下, 或者网站在搜索引擎表现不正常, 如收录、权重、排名变化时, 都需要检查网站日志。

3.8.2 关键词数据统计分析

关键词数据包括关键词的排名情况和关键词的流量情况, 通过分析排名情况和流量情况, 可以了解网站的优化效果, 及时调整网站关键词的优化重点。

(1) 关键词的排名情况分析, 要用到站长工具查询网站的关键词, 如站长之家工具, 然后建立关键词排名记录表, 监控网站关键词的排名升降情况, 再根据关键词指数高低, 选择新的关键词进行优化操作。如图 3.26 所示为使用站长之家工具查询名师堂网站关键词排名情况。



图 3.26 名师堂网站关键词排名情况

如表 3.3 所示, 将上面查询的关键词排名数据, 导入到网站关键词推广表里。经过对比, 名师堂的关键词经过一个月的推广优化, 排名有一定的上升, 那么在做下一周期的关键词优化时, 就选择 6.30 百度排名在 4 到 14 的这几个词, 作为主要推广关键词。注意, 这里不研究该网站的其他优化情况, 只针对关键词排名数据选择关键词优化的问题。

(2) 关键词的流量情况分析。分析的内容是网站在一定时间段内, 从各个搜索引擎中获得的关键词流量数据。

要查询网站的关键词流量, 就必须使用网站统计工具, 如百度统计、CNZZ、51.la 等。针对百度优化的用户, 可以选择百度统计, 因为百度统计有百度索引量和网站外链两项功能, 可以查询网站在百度的数据情况, 由于是百度自己的工具, 数据的准确性更高。如图 3.27 所示为百度统计后台的关键词流量数据, 这一数据与网站的关键词排名数据是有一定

区别的，它是真实的通过搜索引擎来到网站的流量，这些关键词对网站优化有很大的帮助。

表 3.3 名师堂关键词升级表

关键词	百度指数	网站 URL	5.30 百度排名	6.30 百度排名
名师堂	190	http://www.mstxx.com/	1	1
名师堂官网	125	http://www.mstxx.com/	1	1
重庆南开中学小升初	18	http://www.mstxx.com/portal.php?mod=view&aid=3864&page=1	4	3
成外官网	59	http://www.mstxx.com/forum.php?mod=viewthread&tid=1882	11	4
成都培训学校	64	http://www.mstxx.com/	14	8
成都七中初中部	75	http://www.mstxx.com/forum.php?mod=viewthread&tid=5946&page=1	17	9
兰西小屋论坛	152	http://www.mstxx.com/forum.php?mod=viewthread&tid=60	22	14

搜索词		浏览量(PV)↓	访客数(UV)	IP数
1 成都名师堂学校		53	7	7
2 名师堂官网		35	8	8
3 成都名师堂		17	3	3
4 成都名思堂		16	1	1
5 名师堂		16	8	8
6 名师堂学校		15	2	2
7 丹秋名师堂		12	4	4
8 名师堂大石西路		7	1	1
9 名师堂花牌坊校区电话		5	1	1
10 成都名师堂官方网站		5	1	1

图 3.27 百度统计的关键词流量数据

将通过百度统计查询的关键词流量数据建立一个关键词流量表格，包含关键词、网站 URL、一段时间内的 IP 量、关键词的排名这四项数据，用以帮助选择网站推广关键词。如表 3.4 所示为关键词流量数据表，其中灰色的关键词排名在 2 到 4 位，但是流量比较大，可提升的空间很大，可以优先考虑优化。

表 3.4 关键词流量数据表

关键词	网站 URL	7 天 IP 量	关键词排名
名师堂官网	http://www.mstxx.com/	2348	1
名师堂	http://www.mstxx.com/	1328	1
成都名师堂学校	http://www.mstxx.com/	437	1
丹秋名师堂	http://www.mstxx.com/	234	1
成都名师堂	http://www.mstxx.com/	213	2
名师堂官方网站	http://www.mstxx.com/	153	3
名师堂学校	http://www.mstxx.com/	132	3
成都名思堂	http://www.mstxx.com/	71	4
名师堂大石西路	http://www.mstxx.com/portal.php?mod=list&catid=35	21	4
名师堂花牌坊校区电话	http://www.mstxx.com/portal.php?mod=view&aid=1936	12	4

通过关键词排名数据和流量数据，选择近期主要优化的关键词。这两个数据的作用是互补的，排名数据可以筛选指数很高，但是网站排名不好的关键词继续优化；流量数据可以筛选指数不高，但是网站排名较好的关键词继续优化。这两种方式简单地说就是两种排序方式，分别是以排名和流量为依据，一种是优化排名低的，另一种是优化流量较好的。

日常分析关键词的数据，也就是为了关键词排名持续优化。

3.8.3 网站流量分析

网站流量，就网站的单击 IP 数量。在网站优化过程中，SEOer 最关心的问题往往是网站的流量是否增加。

上一节中已经介绍过关键词流量，这只是网站流量的一部分，网站流量还包括直接访问和外部链接的流量，如图 3.28 所示为网站流量三种来源类型图。

(1) 关键词流量来自于各种搜索引擎，目前国内的网站关键词流量主要来自百度、360、SOSO、搜狗、Google 等，关键词流量最大的是百度和 360。

(2) 直接访问，是用户知道网站，直接输入网站或者通过收藏夹访问，这种流量反映了网站的知名度，知名度越高的网站直接访问流量越大。

(3) 外部链接，是用户通过网站外部的链接来到网站，外部链接来的流量一般有友情链接和推广建设的外链，外部链接的流量受网站外链建设的质量和广泛度的影响。

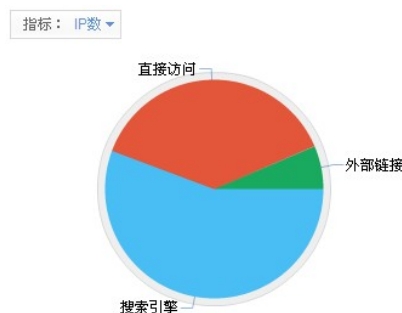


图 3.28 网站流量三种来源类型图

分析网站的流量，判断网站主要的流量方式，其作用就是帮助网站获得更多的流量。如网站的流量主要来源于直接访问，那说明搜索引擎优化还不到位；如果网站流量只来自搜索引擎的关键词，说明网站品牌知名度不高。因为各行业各网站的情况不同，这里没有一个明确的流量比例，但是一个正常的网站，通常关键词流量和直接访问是通过品牌大小决定的，而这两项一般都大于外链链接的流量。

所以根据网站流量的来源我们可以知道网站哪些推广还不足，比如关键词排名的不足、品牌推广的不足、外链建设的不足。了解网站的不足之后，可以有针对性地提高网站的流量来源，使网站全面获取流量。

3.8.4 网站权重分析

网站权重，是指网站在搜索引擎中的权威性等级。各个搜索引擎都有自己的等级算法，并不一定是我们所看到的权重值，例如百度权重。

通过分析网站权重可以了解网站的优化等级，这是搜索引擎对网站的一个整体评价，从网站的权重也可以看到网站的运营和优化状态。不管网站是靠品牌带来的流量，还是依靠搜索引擎带来的流量，只要流量高，网站的权重就比较高。如果网站受到搜索引擎惩罚，也能从网站权重看出来。

我们常见的网站权重主要包括百度权重、谷歌 PR、Sougou Rank 等。我们主要分析的是百度权重和谷歌 PR。

(1) 百度权重，反映的是百度关键词流量的等级，百度流量越大网站的百度权重越高，如果受到搜索引擎惩罚，排名下降，流量减少，百度权重也会降低。

(2) 谷歌 PR，是谷歌的网页等级评价系统，反映的是网页外链的质量和数量，也就是外链 PR 越高、数量越多，网页的 PR 就越高。谷歌 PR 以前是谷歌排名的一个重要因素，目前其重要性在慢慢降低。很多人交换友链时，还是很注重谷歌 PR 的。

直接使用站长工具即可查询网站权重，如图 3.29 所示为使用站长工具查询某网站的权重。



图 3.29 使用站长工具查询某网站的权重

网站权重在交换友链的时候尤其重要，通常权重高的网站和权重高的网站交换，如果权重太低很难交换到好的友情链接。

3.8.5 网站收录分析

网站的收录，是网站在搜索引擎数据库中页面的数量，页面越多参与排名的页面就越多，获得流量的机会也就更多。

网站的收录会受网站质量的影响，如网站的权重、页面的质量、合理的链接等众多因素。所以网站的收录往往反映网站的整体质量，在交换友链时，SEOer 也比较关注收录量，收录不正常可能是网站权重、链接、质量等因素有问题；而且当网站受到搜索引擎惩罚时，网站的收录一般都会下降，日常分析可以监测网站是否被惩罚。

网站的收录主要根据搜索引擎划分，如百度收录、谷歌收录、SOSO 收录、搜狗收录、360 收录等，目前由于各搜索引擎的使用率不同，暂时只分析百度收录、360 收录，外贸网站要关注谷歌收录。查询收录可以直接到搜索引擎使用 Site 命令，如 site:www.mstxx.com，也可以直接使用站长工具查询，如图 3.30 所示为使用站长工具查询网站收录。

百度相关						
百度流量预计		百度快照		今日收录	最近一周	最近一月
339		2013-6-15		9180	9240	1万2100
网站 mstbx.com 的收录/反链结果						
搜索引擎	百度	谷歌	SOSO	搜狗	360	有道
收录	1万3100	21万2000	2万4151	7078 ↑	1万5000	查询
反链	6290	6	2万8063	查询	2万3400	0

图 3.30 使用站长工具查询网站收录

网站的收录数量应该做好记录,以便后面对工作的效果进行分析。如果是优化团队管理者,可以用这些数据向领导汇报工作的成效。

3.8.6 网站快照时间跟踪

网页快照,就是网页被搜索引擎抓取收录的数据,就像搜索引擎给网页照了一张照片,网页快照时间就是网页被抓取的时间,网站快照的时间就是指首页的快照时间。

网站的快照时间反映了网站首页被搜索引擎抓取的时间,其意义是网站的快照时间越新,网站被抓取的频率越高,搜索引擎对网站越友好。

每个搜索引擎都有快照,如图 3.31 和图 3.32 所示,分别是百度快照的链接和百度快照的样式。每个搜索引擎的快照的链接,都在搜索结果的右下角,百度快照左边的日期就是快照时间。在快照中,用户搜索词与快照中匹配的关键词,会使用相同的颜色标识出来。

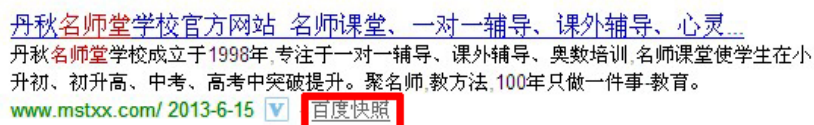


图 3.31 百度快照的链接



图 3.32 百度快照的样式

网站的快照时间如果最近没有更新,表明搜索引擎很久没有抓取网站的首页,那么首页导出链接就不能被搜索引擎爬行。这有两个坏处:

(1) 影响网站的内页收录。搜索引擎不抓取首页,那么首页上链接的内页收录就会受到影响。如果近期首页不更新快照,网站的整体收录都会受影响。

(2) 影响网站的内页排名。首页不被抓取,导入到内页的链接不能传递权重,内页的排名就没有链接了的内页好。

当然,如果网站的快照时间最近没有更新,别人也不会交换友情链接,因为不能给别人带来权重的传递,所以应随时监测网站的快照时间。

3.8.7 用户行为分析

用户行为,就是用户浏览网站的行为,包括用户单击多个页面、页面停留、跳出页面三种行为。

通过这三种行为,可以发现很多网站的有用数据。例如,用户单击最多的页面是哪个、用户停留时间最长的页面是哪个、用户跳出率最高的页面是哪个、用户在哪个页面单击下一页次数最多、入口用户最多的页面是哪个、跳出率最高的关键词、多次单击最多的关键词等,还有很多这样的数据,可以分析出网站优化的问题,解决存在的问题,网站优化才能做好。

分析网站的这些数据,需要用到网站统计工具,前面已经讲到过网站统计工具,这里用某网站的百度统计数据做演示。

(1) 查看用户单击最多的页面。如图 3.33 所示是百度统计的用户单击页面的次数排名。从中可以知道网站浏览量最大的一些页面,如果网站需要推出一些新产品,在浏览最多的网页做推广,或者利用链接导入到产品页面。

	页面URL		浏览量(PV)↓
1	http://www.msbox.com		597
2	http://www.msbox.com/mst_kcb		120
3	http://bbs.msbox.com		99
4	http://www.msbox.com/teachers		91
5	http://www.msbox.com/article-5473-1.html		69
6	http://ffb.msbox.com		63
7	http://www.msbox.com/article-4357-1.html		58
8	http://www.msbox.com/list-18-1.html		47
9	http://www.msbox.com/article-3958-1.html		45
10	http://www.msbox.com/list-132-1.html		43

图 3.33 用户单击页面次数统计

(2) 查看用户停留时间最短的页面。如图 3.34 所示是百度统计的用户停留页面时间排名。从页面的浏览时间可以看出页面是否符合用户需求,用户不会在不满足自身需求的网页停留很久。也就是说如果网页不能快速传达主题,用户就很可能离开,所以用户停留时间太短的网页往往是需要优化的,更好地传达出网页的主题,才能让用户更容易找到需要的信息。

	页面URL		平均停留时长↑
1	http://www.msbox.com/article-5418-1.html		00:00:00
2	http://www.msbox.com/portal.php?mod=list&catid=280		00:00:00
3	http://www.msbox.com/connect.php?receive=yes&mod=login&op=callback&referer=http%7e9&con_oauth_verifier=0000000302ac4d4&con_is_user_info=1&con_is_feed=1&con		00:00:00
4	http://www.msbox.com/thread-7620-1-1.html		00:00:00
5	http://www.msbox.com/forum.php?mod=viewthread&tid=7295		00:00:00
6	http://bbs.msbox.com/forum.php?mod=viewthread&tid=7175&page=1#pid15542		00:00:00
7	http://www.msbox.com/article-5423-1.html		00:00:00
8	http://www.msbox.com/forum.php?mod=viewthread&tid=11088		00:00:00
9	http://www.msbox.com/forum.php?mod=viewthread&tid=1984		00:00:00
10	http://www.msbox.com/article-4668-1.html		00:00:00

图 3.34 用户停留页面时间统计

(3) 查看用户跳出率最高的页面。如图 3.35 所示是百度统计的用户跳出率的排名。用户跳出网站和在网页停留时间短相似,说明网页难以满足用户的需求。如果跳出率达到 100%,说明网页的体验很差,这些网页需要重新优化内容或者用户体验,并建立其他出口链接导入到其他网页。

	页面URL	退出率
1	未知	100%
2	http://www.msbox.com/portal.php?mod=view&aid=3176	100%
3	http://www.msbox.com/forum.php?mod=attachment&aid=MzQxOHdlYjVmYj	100%
4	http://cq.msbox.com/portal.php?aid=3861&mod=view	100%
5	http://www.msbox.com/article-4668-1.html	100%
6	http://www.msbox.com/forum.php?mod=viewthread&tid=38	100%
7	http://www.msbox.com/article-5321-1.html	100%
8	http://www.msbox.com/article-5335-1.html	100%
9	http://www.msbox.com/article-5421-1.html	100%
10	http://www.msbox.com/space-uid-8596.html	100%

图 3.35 用户跳出页面统计

(4) 查看用户单击下一页次数最多页面。如图 3.36 所示是百度统计的用户单击下一页次数排名。这种页面一般是主页或者栏目页,因为这些页面本身并没有多少信息或资源满足用户,只是集合了其他内容页面的链接,所以用户到达这些页面,都会单击下一页进行浏览。我们可以找出浏览下一页最多的网页,然后将需要用户单击的页面链接放置在这个页面,提高用户浏览这些页面的几率。

	页面URL	贡献下游浏览
1	http://www.msbox.com	570
2	http://www.msbox.com/mst_kcb	136
3	http://bbs.msbox.com	96
4	http://www.msbox.com/teachers	71
5	http://www.msbox.com/list-18-1.html	56
6	http://ffb.msbox.com	49
7	http://www.msbox.com/list-21-1.html	36
8	http://www.msbox.com/list-169-1.html	31
9	http://www.msbox.com/list-24-1.html	24
10	http://cq.msbox.com	23

图 3.36 用户单击下页统计

(5) 查看用户入口最多的页面。如图 3.37 所示是百度统计的用户入口页面排名。通过这些页面进入网站的用户最多,有可能是通过关键词进入、直接单击进入,也可能是通过外链进入。不论是通过什么方法单击这些页面进入网站,它们相当于网站给用户的第一印

象，如果这些页面能优化好，让用户有兴趣单击其他页面进行浏览，或者让用户直接转化，那么网站的 PV 值和转化率都将会提高很多。

页面URL			入口页次数
1	http://www.msbox.com		398
2	http://www.msbox.com/article-4357-1.html		23
3	http://www.msbox.com/portal.php?mod=view&aid=2702		21
4	http://www.msbox.com/mst_kcb		20
5	http://bbs.msbox.com		20
6	http://www.msbox.com/forum.php?mod=viewthread&tid=2627		17
7	http://www.msbox.com/teachers		16
8	http://www.msbox.com/list-24-1.html		11
9	http://bbs.msbox.com/forum.php?archiveid=1&mod=viewthread&tid=10182		9
10	http://www.msbox.com/article-5473-1.html		8

图 3.37 用户入口页面统计

(6) 查看跳出率最高的关键词。如图 3.38 所示是百度统计的用户跳出关键词排名。通过搜索引擎关键词来到网页的用户，通常都是网页的目标用户。如果目标用户进入网页后选择跳出，那么说明网页没有满足用户，或者说网页没有吸引力让用户继续访问网站，这种用户的跳出是对关键词流量的极大浪费。如果可以将这些跳出关键词的页面筛选出来，进行针对目标用户的优化，如提供该关键词的相关内容，同样能极大地提高网站的 PV 值。

搜索词			跳出率
1	孩子每次模拟考都很好，到真正大考时都不好		100%
2	棕北中学初中基地班		100%
3	林成根教什么班		100%
4	Look Ahead 展望未来		100%
5	成都列五中学 官网		100%
6	四七九近几年初升高的录取分数		100%
7	丹秋新浪博客		100%
8	2013小升初模拟卷		100%
9	丹秋名师堂海椒市校区怎么样		100%
10	是不是每个孩子都适合学习		100%

图 3.38 用户跳出关键词统计

用户的行为能告诉网站，他们喜欢什么不喜欢什么，我们要迎合用户的喜好，才能获得用户的认可，所以分析用户行为就势在必行了。就连搜索引擎也在提高实用性网站的排名，未来随着用户行为的精准分析，获得用户喜爱的网站将能得到更大的发挥空间。

3.8.8 分析结果汇总，修正优化方案

根据前面的日常分析的结果，针对网站出现的问题，以及各种问题的解决办法，对网

站优化方案进行调整。

(1) 日志分析。如果网站出现收录问题,利用网站日志分析搜索引擎蜘蛛是否减少,如果大量减少,证明网站受到了搜索引擎惩罚。遇到搜索引擎惩罚,先看网站是否真的有作弊行为,如果没有可能是由于搜索引擎升级算法的误伤,可以提交申诉等待网站恢复;如果网站有作弊行为,那么在除去作弊行为后,按照正常优化做,等待搜索引擎恢复网站收录。

(2) 关键词数据分析。利用关键词数据确定网站后面的优化重点,如关键词的调整,选择低排名大流量的关键词进行优化推广,提升网站流量。

(3) 网站流量分析。依据流量来源的不同分析流量来源,找出网站流量的薄弱环节,如果关键词流量不足,可加大长尾词优化;如果直接访问量少,可适当加大品牌的推广;如果网站的链接流量比较少,可通过软文、外链、网址导航等方式进行推广。

(4) 网站权重分析。日常分析网站权重,随时了解网站等级和关键词排名情况,确保网站正常运行。如果权重下降,要考虑是否被惩罚,并做出调整。

(5) 网站收录分析。监控网站收录数据,查看每天网站的新网页收录状态。如果网站的收录不增加,或者减少,都有可能是受到惩罚;如果只是单纯的收录慢、收录不良,那么考虑要网站首页是否链接到了不好的文章内容,以及加强外链建设,提高网站权重。

(6) 网站快照时间跟踪。每天跟踪快照时间,如果快照陈旧和停滞,考虑建设有质量的外链,并更新网站首页的内容。

(7) 用户行为分析。利用用户行为的表现,找到网站的机会页面和缺陷页面,以提高网站页面浏览量和转化率为目标,进行针对性的页面优化。

通过分析以上网站中需要日常分析的项目,了解网站的运营优化状况,以及网站出现的问题,并针对这些状况和问题,完善网站优化方案和改进优化方法。

这里再补充一点,网站日常分析的作用远远不只我们介绍时提到的这么多,几乎网站出了什么问题、需要怎样改进、日常优化操作技巧,都可以用到这些分析方法。所以掌握网站日常分析方法是优化操作的基础。

3.9 小 结

本章到这里就结束了,通过本章的讲解,我们对网站优化前期的分析技术有了一定了解。网站优化的前提是要分析,没有分析就没有网站优化操作。网站分析的目的是为了了解网站的市场、竞争对手,以及自己的网站,只有了解这几项的现状,才能制定有针对、有策略的网站优化计划,然后根据网站优化计划指导实际优化操作。实际优化操作中也需要网站的分析,分析优化的效果不足和防止网站被惩罚,使网站能可持续地发展。

在网站优化方法和计划中,本书对网站分析的作用、关键词的选择、关键词的挖掘、网站关键词布局及表现形式、网站外链分析及计划、网站市场分析及计划、竞争对手分析、网站日常分析方法这8个方面,进行了详细的讲解和示例的分析。目的是让读者了解到网站分析的重要性,学会分析网站的关键词、外链、市场、竞争对手等工作的方法,并懂得

这些分析技术的作用，可以综合地运用于网站的实际分析中，来确定网站最终的优化计划。

本章的学习目标：认识网站分析的作用，懂得什么样的关键词适合自己的网站，掌握关键词的挖掘技术，学会关键词如何布局和展现方法、网站外链分析方法、网站市场分析方法、竞争对手分析方法、日常数据分析方法，并能根据各种分析的结果，制定网站优化的计划方案。

本章的难点：选择什么样的关键词、网站关键词布局及表现形式、网站外链分析及计划、网站市场分析及计划、竞争对手分析、网站日常分析方法。