

网站运营

- 一、网站策划运营方案计划
- 二、网站运营方案的市场分析
- 三、网站运营方案的整体市场战略
- 四、网站运营方案的网站技术解决方案
- 五、网站运营方案的网站内容策划
- 六、网站运营方案的网页设计
- 七、网站运营方案之网站维护
- 八、网站运营方案之网站测试
- 九、网站运营之网站发布与推广
- 十、网站运营的投资回报分析
- 十一、网站运营的团队组建管理

SEO

SEO 的概念

搜索引擎最佳化 (Search Engine Optimization)，又称为**搜索引擎优化**，为近年来较为流行的网络营销方式，主要的目的是增加特定关键字的曝光率以增加网站的能见度，进而增加销售的机会。而网站的 SEO 所指的是针对搜索引擎去使网站内容较容易被搜索引擎取得并接受，搜索引擎在收到该网站的资料后进行比对及运算而后将 PR 值 (Page Rank) 较高的网站放在网络上其他使用者在搜索时会优先看到的位置，进而促使搜索者可以得到正确且有帮助的资讯。

SEO 的主要工作是通过了解各类搜索引擎如何抓取互联网页面、如何进行索引以及如何确定其对某一特定关键词的搜索结果排名等技术，来对网页进行相关的优化，使其提高搜索引擎排名，从而提高网站访问量，最终提升网站的销售能力或宣传能力的技术。

搜索引擎优化是这么一种技术，即是遵循搜索引擎科学而全面的理论机制，对网站结构、网页文字语言和站点间的互动外交策略等进行合理规划部署来发掘网站的巨大潜力而使其在搜索引擎中具有较强的自然排名竞争优势，从而对促进企业在线销售和强化网络品牌起到作用。

SEO 的意义

要知道什么是 SEO 非常重要，如何引导初学者正确适当运用 SEO 来为网站服务非常重要。很多人误以为做 seo 就是做流量，做排名。真正的 SEO 是通过采用易于搜索引擎索引的合理手段，使网站对用户和搜索引擎更友好（Search Engine Friendly），从而更容易被搜索引擎收录及优先排序。搜索引擎优化是一种搜索引擎营销指导思想，而不仅仅是对百度和 google 等的排名。搜索引擎优化工作贯穿网站策划、建设、维护全过程的每个细节，值得网站设计、开发和推广的每个参与人员了解其职责对于 SEO 效果的意义。

SEO 仅仅只是网络营销的一种手段，一定不要为了 SEO 而 SEO。

现在业界比较普遍的看法是 UE（用户体验）第一 SEO 第二，最终达到 UE 与 SEO 的统一。因为搜索引擎最终的意愿是尊重用户的选择，也就是用户觉得好的网站排在前列！所以学习 SEO 的最终目的是忘记 SEO 。

SEO 的操作分类

站外 SEO

站外 SEO，也可以说是脱离站点的搜索引擎技术，命名源自外部站点对网站在搜索引擎排名的影响，这些外部的因素是超出网站的控制的。最有用功能最强大的外部站点因素就是反向链接，即我们所说的外部链接。毫无疑问，外部链接对于一个站点收录进搜索引擎结果页面起到了重要作用。

那么如何产生高质量的反向链接呢？

1. 高质量的内容

产生高质量的外部链接最好的方法就是写高质量的内容，你的网站内容使读者产生阅读的欲望。你可以和别的网站交换链接，也可以注册自动生成链接的程序，还可以去其它的站上买链接。

2. 跟你内容相关的网站发邮件

我并不提倡给其它的网站群发邮件来交换链接，但我建议如果你在某个话题写了篇有质量的文章，并且觉得会使其它的网站感兴趣，那给这些网站发一封短小礼貌的邮件让他们知道你的文章，将是有价值的。即使他们没有链接，也不要感到尴尬。你会发现如果他们点击了就为链接产生了直接的流量，从而在你的网站将在搜索引擎里得到较好的分数。

3. 分类目录

另一个产生反向链接的方法是把你的网址提交到分类目录。很多站长都很对这个方法的效果深信不疑，当开始一个新站点的时候，他们做的第一步就是围绕分类目录做工作，选择合适的关键词提交到相关页面进行链接。有很多分类目录，大部分是免费的。

站内 SEO

丰富网站关键词

为你的文章增加新的关键词将有利于搜索引擎的“蜘蛛”爬行文章索引，从而增加网站的质量。但不要堆砌太多的关键词，应该考虑“人们在搜索引擎中找到这篇文章，会搜索什么样的关键词？”

这些关键词需要在你的文章中被频繁的提及，你可以遵循下面的方法：

关键词应该出现在网页标题标签里面；

URL 里面有关键词,即目录名文件名可以放上一些关键词；

在网页导出链接的链接文字中包含关键词；

用粗体显示关键词（至少试着做一次）；

在标签中提及该关键词（关于如何运用 **head** 标签有过争论，但一致都认为 **h1** 标签比 **h2**、**h3**、**h4** 的影响效果更好，当然有些没有运用 **head** 标签的网页也有很高的 PR 值）；

图像 **ALT** 标签可以放入关键词；

整个文章中都要包含关键词，但最好在第一段第一句话就放入；

在元标签（**meta** 标签）放入关键词

建议关键词密度最好在 **5-20%** 之间

主题网站

如果你的网站写的都是关于同一主题，那么它可能将获得较好的排名。例如：一个主题的网站将比那些涵盖了多个主题的网站排名要高。建立一个 **200** 多页的网站，内容都是同一个主题，这个网站的排名就会不断的提升，因为在这个主题里你的网站被认为具有权威性。

站点设计

搜索引擎更喜欢友好的网页结构，无误的代码和明确导航的站点。确保你的页面都是有效的和在主流浏览器中的可视化。搜索引擎不喜欢太多的 **Flash**、**i frames** 和 **java script** 脚本，所以保持站点的干净整洁，也有利于搜索引擎“蜘蛛”更快更精确的爬行到你网站的索引。

站点的内部链接

搜索引擎的工作方式是通过“蜘蛛”程序抓取网页信息，追踪你写的内容和通过网页的链接地址来寻找网页，抽取超链接地址。许多 **SEO** 专家都建议网站提供网站地图，在网站上的每个页面之间最好都有一个到两个的深入链接。网站要做的第一步

是确保导航中包含目录页面，也要确保每个子页面都有链接回到主页面和其它的重要页面。

有规律的更新

网站更新的次数越频繁，搜索引擎蜘蛛爬行的也就越频繁。这意味着网站新文章几天甚至几小时内就可以出现在索引中，而不需要等几个星期。这是网站最好的受益方式。

导出链接会提高网站在搜索引擎中的排名，在文章中链接到其它相关站点对读者们是有用的，也有一些轶趣的证据来支持这种理论。太多的导出链接将影响降低你的网站，应该“适度是关键”。

明智的选择域名

选择域名有大量的学问，其重要的一点是尽量选择包括关键词的域名。其次看看之前是否有注册过这个域名。如果之前有高质量的站点和它做反向链接，那你就受益了；但是也有可能做反向链接的都是一些质量不好的站点，那你可能会被搜索引擎不友好一段时间了。

每篇文章的主题

一个页面的主题越紧凑，搜索引擎对它的排名就越好。有时发现你写了很长的文章，覆盖了一些不同的话题，它们的相关性并不高，所以在搜索引擎上的排名也不好。如果你关心搜索引擎的排名，那最好把这样的文章切块，分成几个主题更密切的文章。

写适宜长度的文章

太短的文章不能获得较高的排名，一般控制每篇文章至少有 300 个字。另一方面，也不要让文章显得太长，因为这将不利于你保持关键词的密度，文章看上去也缺少紧凑。研究显示过长的文章会急剧减少读者的数量，他们在看第一眼的时候就选择了关闭文章。

避免内容重复

搜索引擎在使用指南中严重警告过关于多个网页相同内容的问题。不管这些网页是你拥有的还是别人拥有的。因为一系列的垃圾站点就是不断复制网页内容（也窃取别人网站内容）。有一些争论关于什么样的内容算复制，其实要看这些内容是否对你的网站有用来选择。

目录的数量

当我的目录过多的时候，我自己都会陷入麻烦。我认为大站点的等级比小站高，当然一些小站点也有高的等级，这并不是标准。目录越多，搜索引擎搜索的也就越全面。如果你有太多的页面，你需要组织它们以方便搜索引擎爬行。

提交到搜索引擎

如果你做了所有站内 SEO 都该做的事，网站却还没有出现在搜索引擎中。那是因为搜索引擎还没有开始收录，每个搜索引擎都允许用户提交未收录站点，这个工程一般要等待 3-5 天。

SEO 是依据通过对长期摸索、观察得出来的技术与经验，利用搜索引擎录取网站的规则，将网站的整体结构、网站布局、关键词分布及密度进行优化，使网站对搜

搜索引擎的抓取有友好性，从而进行搜索引擎优化，达网站到提高排名效果。由于搜索引擎的排名规则及算法是在不断改变中的，而且这些规则和算法又是商业机密，所以不可能达到保证排在某几位的效果的。据了解，目前有很多人打着 SEO 的旗号，自称可以将您的网站排在百度、Google 的第几位，而做法则是作弊的手段，使您的网站的确可以在短时间内升到很靠前的位置。但是搜索引擎是可以识别这些手段被加以惩罚的。被惩罚的网站，最严重的是您的网站在各大搜索引擎完全消失，甚至不再录取。所以希望大家谨慎分辨，不要为了一时之利，使您的网站永不见天日。

seo=更多页面的收录+页面文字的友好安排+转化率

SEO 分为白帽 SEO 和黑帽 SEO，白帽 SEO 就是正规合理的运作，黑帽 SEO 就是作弊手法，下面介绍几种常见的作弊方法，希望大家不要用，不然会后悔的

桥页 (doorway pages)

通常是用软件自动生成大量包含关键词的网页，然后从这些网页做自动转向到主页。目的是希望这些以不同关键词为目标的桥页在搜索引擎中得到好的排名。当用户点击搜索结果的时候，会自动转到主页。有的时候是在桥页上放上一个通往主页的链接，而不自动转向。大部分情况下，这些桥页都是由软件生成的。你可以想象，生成的文字是杂乱无章，没有什么逻辑的。如果是由人写出来的真正包含关键词的文章，就不是桥页了。

关键词堆砌 (keyword stuffing)

在网页中大量堆砌关键词，希望提高关键词密度，提高网页针对关键词的相关度。关键词堆砌可以在很多地方，比如在用户可以看到的文章本身中，也有在 title 网站标题，关键词标签 keywords，说明标签 description 中。随着搜索引擎算法的改进，关键词密度已经不是一个重要的因素。

隐藏文字 (hidden text)

隐藏文字是在网页的 HTML 文件中放上含有关键词的文字，但这些字不能被用户所看到，只能被搜索引擎看到。可以有几种形式，比如说超小字号的文字，与背景同样颜色的文字，放在评论标签当中的文字，放在表格 input 标签里面的文字，通过样式表把文字放在不可见的层上面等等。其目的也都是想提高网页的相关性。有的时候，有的人还在这些地方放上与网站内容无关的，但是很热门的关键词，希望网页能在这些热门关键词下得到好的排名和流量。

隐藏链接 (hidden link)

隐藏链接和隐藏文字相似，但是区别是把关键词放在链接里面，而这个链接也是用户所看不到的。

隐藏页面 (cloaked page)

有的网页使用程序或脚本来检测来访问的是搜索引擎还是普通用户。如果是搜索引擎，网页就返回经过优化的网页版本。如果来访的是普通人，返回的是另外一个版本。这种作弊方式，通常用户无法发现。因为一旦你的浏览器去看这个网页，无论是在页面上还是在 HTML 源文件中，你所得到的都已经是与搜索引擎看到的不同的版本。检测的方法是，看一下这个网页的快照。

细微文字

许多做搜索引擎优化的人士明白隐藏文字可能会遭到惩罚，所以就将本来隐藏的文字以细微的字体暴露出来。细微文字即使是使用微小的字体在网页不显眼的地方书写带有关键词的句子。一般这些文字是放在网页的最顶端或者最底部。这些文字的色彩虽然不是和隐藏文字那样与背景使用相同颜色，但是经常也以非常相近的颜色出现。

在搜索引擎眼中，像“版权所有”这样的声明性的文字一般是用迷你字体来显示的。这些细微文字一般会被浏览者忽视，但是他们组成的句子会有滥用的嫌疑。

黑帽 SEO 之障眼法

障眼法就是我们常见的 **cloaking** 的中文意思，是指采用伪装网页的方式，先判断来访者是普通浏览者还是搜索引擎蜘蛛程序，从而展示不同的网页。这种黑帽 SEO 的方法是典型的欺骗搜索引擎的障眼法。搜索引擎看到的网页是一个优化非常严重的一篇内容，而浏览者看到的则是完全普普通通的内容。

网页优化的黑帽 SEO 之网页劫持

网页劫持也就是我们经常所说的 **Page Racking**，是将别人的网站内容或者整个网站全面复制下来，偷梁换柱放在自己的网站上。这个黑帽 SEO 方法是对网页内容极其匮乏的站长有吸引力的。但是，这个做法是相当冒险的，更是不齿的。搜索引擎的专利技术能从多个因素上来判断这个被复制的网页或者网站不是原创，而不予以收录。

黑帽 SEO 之 PR 劫持

PR 劫持，也就是用欺骗手段获得工具条上比较高的 PR 值显示。方法是利用跳转。一般搜索引擎在处理 301 和 302 转向的时候，都是把目标 URL 当作实际应该收录的 URL。

购买的链接 (link buying)

虽然在其他网站买广告是很正常的一件事，但有的时候如果所购买的广告链接纯粹是为了提高网页级别或为了操纵搜索引擎排名的话，也会被当作作弊手段。在怎样区别正常广告和作弊手段之间有一个很模糊的界限。但是这样做的人自己心里很清楚。如果你的网站被认为是通过购买链接来作弊，也没办法去和搜索引擎去争辩。因为搜索引擎的决定就是最后的决定。当然更严重的是，如果你的网站是出卖链接的那个网站，你的麻烦就更大了。

SEO 效果付费

叮铃铃来电付费广告：实现展示不收费，点击不收费，只有接到客户电话才收费。有力的解决了 SEO 和效果之间的关系。但是这一方式在现实中很难操作。

SEO 需要掌握什么

了解什么是 SEO 之后，可能会激发你对 SEO 的兴趣，你会问要学会 SEO 到底要掌握什么？其实 SEO 并不是你想像得那么神。简单的说，你要调整网页与搜索引擎有一个很好的“沟通”，让搜索引擎可以恰如其分地认识你的网页，如果搜索引擎都不能找到你的网站，那就更别说排名了。由于每一种搜索引擎都是需要通过一定的方

法来找到你的网站的，这就需要你的网页遵循一定的规则，否则就像中国的那句老话“无缘见面不相识”。搜索引擎给网站管理员的指南就是一篇很好的网站建设指南。

当然，仅此了解还是不够的，你还要掌握以下几个的知识点

1、了解搜索引擎如何抓取网页和如何索引网页

你需要知道一些搜索引擎的基本工作原理，各个搜索引擎之间的区别，搜索机器人（SE robot 或叫 web crawler）如何进行工作，搜索引擎如何对搜索结果进行排序等等。

2、Meta 标签优化

主要包括主题（Title），网站描述(Description)，和关键词（Keywords）。还有一些其它的隐藏文字比如 Author（作者），Category（目录），Language（编码语种）等。

3、如何选取关键词并在网页中放置关键词

搜索就得用关键词。关键词分析和选择是 SEO 最重要的工作之一。首先要给网站确定主关键词（一般在 5 个上下），然后针对这些关键词进行优化，包括关键词密度（Density），相关度（Relavancy），突出性（Prominency）等等。

4、了解主要的搜索引擎

虽然搜索引擎有很多，但是对网站流量起决定作用的就那么几个。比如英文的主要有 Google, Inktomi, Altavista 等；中文的有百度，搜狐等。不同的搜索引擎对页面的抓取和索引、排序的规则都不一样。还要了解各搜索门户和搜索引擎之间的关系，比如 Yahoo 和 AOL 网页搜索用的是 Google 的搜索技术，MSN 用的是 Looksmart 和 Open Directory 的技术。

5、主要的互联网目录

Yahoo 自身不是搜索引擎，而是一个大型的网站目录，Open Directory 也不是，他们和搜索引擎的主要区别是网站内容的收集方式不同。目录是人工编辑的，主要收录网站主页；搜索引擎是自动收集的，除了主页外还抓取大量的内容页面。

6、按点击付费的搜索引擎

搜索引擎也需要生存，随着互联网商务的越来越成熟，收费的搜索引擎也开始大行其道。最典型的有 Overture 和百度，当然也包括 Google 的广告项目 Google Adwords。越来越多的人通过搜索引擎的点击广告来定位商业网站，这里面也大有优化和排名的学问，你得学会用最少的广告投入获得最多的点击。

7、搜索引擎登录

网站做完了以后，别躺在那里等着客人从天而降。要让别人找到你，最简单的办法就是将网站提交（submit）到搜索引擎。如果你的商业网站，主要的搜索引擎和目录都会要求你付费来获得收录（比如 Yahoo 要 299 美元），但是好消息是（至少到目前为止）最大的搜索引擎 Google 目前还是免费，而且它主宰着 60% 以上的搜索市场。

8、链接交换和链接广泛度（Link Popularity）

网页内容都是以超文本（**Hypertext**）的方式来互相链接的，网站之间也是如此。除了搜索引擎以外，人们也每天通过不同网站之间的链接来 **Surfing**（“冲浪”）。其它网站到你的网站的链接越多，你也就会获得更多的访问量。更重要的是，你的网站的外部链接数越多，会被搜索引擎认为它的重要性越大，从而给你更高的排名。

9、标签的合理使用

搜索引擎比较喜欢 **H1**。**h1** 标签是 **seo** 的一个学习要点。

根据 **w3cschool.com** 的解析，**h1** 标签 - **h6** 标签可定义标题。**h1** 标签定义最大的标题。**h6** 标签定义最小的标题。

合理使用 **h** 标签，可以选择恰当的标签层级来构建文档的结构。

从 **seo** 的角度来说，经过 **SEO** 优化后网页，其代码是少不了 **H1** 标签的，因为其使用价值不小于 **title** 标题。也就是说，搜索引擎对于标记了 **h1** 的文字给予的权重比其它文字的都要高（**title** 最高，其次是 **h1**）。

Title 标签在网站中起到画龙点睛的作用，合理的构造 **Title** 标签，不但能突出网页的主题，还有助于提高网站的搜索引擎排名，下面 **seo** 精英工程师与大家分析下怎样合理的使用 **Title** 标签：

一、每个页面的 **Title** 标签不能相同，首页与栏目页、列表页、内容页的标签不能一致，根据网页提供的内容的不同，设置合适的 **Title** 标签。

二、**Title** 标签设置要与内容相关，可以设置使用标题、关键字、概述等。

三、**Title** 标签尽量要有原创性、修改性，采编过来的内容内容，不要拿来即用，要适当的修改，添加些原创因素，有助于提高网页搜索引擎的收录。

四、**Title** 标签设置不要过多，尽量在 **25** 字以内，越简洁越好，对网页主题内容有所概述即可

五、**Title** 标签中设置关键词密度不要过多，一个为佳，最多不要过三个。避免堆积、重复关键词，关键词密度过高，容易引起搜索引擎反感，导致搜索引擎判断为作弊，导致网站被降权处理等。

SEO 优化公式

$$SEO = \int Clock = \int C1 + L2 + K3 + O4$$

1、 \int 是一个积分符号，**C=content**，**L=link**，**K=key words**，**O=others**。**SEO** 就是一个长期的对“时间”积分过程，内容是核心；

2、**C1**—丰富的内容是第一位的要素，按照原创、伪原创、转载依次排列内容的重要性满足用户体验；

3、**L2**—链接的合理与丰富是第二位的要素，合理有效的内部链接与丰富的外部链接同等重要，而外部链接中高度相关性高 **Pr** 值页面尤为重要；

4、**K3**—关键字因素是第三位的重要因素，包括：合理的 **Title**、**Description**、**Keywords**、页面关键字及相关关键字的密度与合理布局；

5、**O4**—其它因素，比如：域名、站龄、服务器、网站架构、排版、邻居、**Url**、地图等等；

这个公式写的好,把 SEO 优化,很概括的阐述了,把 SEO 优化需要注意到的问题,都考虑进去了。

根据这个公式,可以发现很多有价值的概念,有兴趣的朋友可以仔细的品味品味,不过前提是,你要看的懂这个公式。

这个公式在数学里,叫做不定积分公式,如果把这个公式写成定积分公式的话,呵呵,那效果就太好不过了,但是这样的话,就透明化了 SEO 优化。

目前 SEOer 似乎都非常在意蜘蛛体验,实际上,用户体验也非常重要。笔者用下面的公式来概括:

$SEO = \text{用户体验} + \text{蜘蛛体验}$ 。甚至是 SEM 也可以用, SEO/SEM 定理: $SEO/SEM = UE + SE$;

名词解释:

搜索引擎营销(Search Engine Marketing,简称 SEM): 是一种新的网络营销形式。SEM 所做的就是全面而有效的利用搜索引擎来进行网络营销和推广。SEM 追求最高的性价比,以最小的投入,获最大的来自搜索引擎的访问量,并产生商业价值。这里的 SEM 不包括竞价排名、购买关键词广告等付费手段。

用户体验 (User Experience, 简称 UE): 是一种纯主观的在用户使用一个产品(服务)的过程中建立起来的心理感受。在早期的软件设计过程中用户体验主要是来自用户和人机界面的交互过程,现在流行的设计过程注重以用户为中心。用户体验设计目标是什么?最重要的是要让产品有用,这个有用是指用户的需求,其次是易用。具体到网站优化 SEO 上,一个网站用户体验好就也就是说用户在网站上很容易找到需求的信息,并且没有影响用户浏览信息的障碍物如弹窗,广告等无用信息。

蜘蛛体验 (SEO Experience, 简称 SE): 是搜索引擎算法对网站的评价,算法对网站评价好排名好。算法是怎样评价网站的呢?大量优质外链、原创性文章,高频率更新、网站结构好算法、用户体验等符合算法的对网站的评价就好。

证明:

用户体验是如何提高 SEO 排名呢?其一,好的用户体验能提高网站 PV 值产品转化率。最重要的是把流量变成用户,用户日积月累的流量就越大。

假设有两个网站 A、B,它们除了流量不一样外,其他参数都相同。

A 的流量 > B 的流量,那么 A 的权重与排名要优于 B。

即:用户体验好的网站权重与排名好。

网站 SEO 中遇到的问题

1. 过度优化
2. 受到搜索引擎的惩罚
3. 网站被 K
4. 达不到既定的效果
5. 排名不稳定
6. 网站的片面优化, SEO 的短板效应
7. 服务器不稳定

SEO 安全

这也是很多站长在网站的 SEO 过程中容易忽视的一个问题，建议从以下几个方面入手安全策略。

- 1) 选择稳定的服务器或者虚拟主机，保证用户稳定流畅的访问站点
- 2) 对网站的程序进行综合分析，去掉烦琐的代码，使用简单的 DIV+CSS 布局，杜绝漏洞隐患
- 3) 定期对服务器系统进行更新，保持安全稳定的操作系统，以保障网站的安全运行
- 4) 网站后台管理员账号和密码尽量复杂
- 5) 数据库路径尽量不使用默认
- 6) 经常更新漏洞程序补丁，比如使用 CMS（内容管理系统）建站的朋友，时常联系开发商更新程序补丁
- 7) 关注微软官方发布的最新漏洞程序，及时更新

安全的网站空间和操作平台才能更好的服务于搜索用户，才能带来稳定的客户来源，安全问题不可忽视。给用户一个安全稳定的网站平台，当然给你带来的是最大的收益

搜索引擎优化(SEO)专业术语

Link Popularity 网站的链接广泛度

在搜索引擎排名中的作用已得到广泛的认同和重视。实际上，即使你没有在 GOOGLE 上提交你的站点，但与其它网站作了链接，GOOGLE 也可能收录你的网站。搜索引擎还可能完全依据你的链接广泛度决定你的网站排名。

Internal Links 内部链接

本网站内部网页之间的链接。

External Links 外部链接：

本网站外部的链接，一般是指其他网站连到本网站的链接。

Backward Links 或 **Incoming/Inbound Links** 反向/导入链接：

意义与“外部链接”接近，指其他网站连到本网站的链接。

Outgoing/Outbound Links 导出链接：

指从本网站连到其他网站的链接。

PageRank (简称 PR)

PageRank 是 Google 衡量网页重要性的工具，测量值范围为从 1 至 10 分别表示某网页的重要性。在 Google 工具栏可以随时获得某网页的 PageRank 值。

Search Engine Optimization (简称 SEO) 搜索引擎优化：

Search Engine Positioning 搜索引擎定位：

Search Engine Ranking 搜索引擎排名：

External files 外部文件存储：

把 javascript 文件和 css 文件分别放在 js 和 css 外部文件中。这样做的好处是把重要的页面内容放到页面顶部，同时能缩小文件大小。有利于搜索引擎快速准确地抓取页面重要内容。

Keyword Density 关键词密度：

ROBOTS 搜索机器人：

Affiliate Marketing 联属网络营销（有的称会员制营销、网站联盟等）：

联属网络营销 指的是一种网站 A 为网站 B 放置广告按钮，然后从为网站 B 带来的销售额中获得回佣的一种广告系统。某些广告主通过这种方式获得市场信息而不是现金销售。这种方式被营销费用比较紧张的新网站采用得比较普遍。

Cost-Per-Click（简称 **CPC**）按点击数付费：

联属网络营销管理系统记录每个客人在联属会员网站上点击到商家网站的文字的或者图片的链接（或者 **Email** 链接）次数，商家（**Merchant**）按每个点击多少钱的方式支付广告费。

Cost-Per-Lead（简称 **CPL**）或 **Cost-Per-Acquisition**（简称 **CPA**）按引导数付费或：

访问者通过联属会员的链接进入商家网站后，如果填写并提交了某个表单，管理系统就会产生一个对应给这个联属会员的引导（**Lead**）记录，商家按引导记录数给会员付费。

Cost-Per-Sale（简称 **CPS**）按销售额付费：

商家只在联属会员的链接介绍的客人在商家网站上产生了实际的购买行为后（大多数是在线支付）才给联属会员付费，一般是设定一个佣金比例（销售额的 10% 到 50% 不等）。

Pay For Performance（按效果付费）：

联属营销按效果付费的营销方式无论对于商家还是联属会员都是比较容易接受的。由于网站的自动化流程越来越完善，在线支付系统也越来越成熟，越来越多的联属网络营销系统采用按销售额付费的方法。由于这种方法对商家来说是一种零风险的广告分销方式，商家也愿意设定比较高的佣金比例，这样就使得这种方式的营销系统被越来越多地采用。

Open Directory Project（简称 **ODP**）目录索引：

Full Text Search Engine 全文搜索引擎：

Search Index/Directory 目录索引类搜索引擎：

META Search Engine 元搜索引擎：

Spider 俗称“蜘蛛”：

Indexer 检索程序：

Free For All Links（简称 **FFA**）免费链接列表：

Stop Words/Filter Words 停用词/过滤词：

这两者意义一样，都是指一些太常用以至没有任何检索价值的单词，搜索引擎碰到这些词时一般都会过滤掉。因此为节省空间，应尽量避免使用这一类的词，尤其是在对文字数量有严格限制的地方。

Spam:

Frame Sets 框架结构:

有些搜索引擎（如 FAST）是不支持框架结构的，他们的“蜘蛛”程序无法阅读这样的网页。

Image Maps 图象区块:

当“蜘蛛”程序遇到这种结构时，往往会感到茫然不知所措。因此尽量不要设置 Image Map 链接。

Dynamic Pages 动态网页:

通过程序和数据库连接制作的网页，任何地址中带“?”号、“&”号（及其他类似符号）的网页都会把“蜘蛛”程序挡在门外。

Invisible/hidden text 隐藏文本内容:

意欲在不影响网站美观的前提下通过包含大量关键词的网页提高关键词相关性得分，从而达到改善搜索引擎排名的目的。

Invisible/hidden links 隐藏链接:

意欲在不影响网站美观的前提下通过在其它页面添加指向目标优化页的隐形链接，通过提升链接得分而改善搜索引擎排名。

Misleading Words 误导性关键词:

在页面中使用与该网页毫不相干的误导性关键词来吸引查询该主题访问者访问网站。这种做法严重影响了搜索引擎所提供结果的相关性和客观性，为搜索引擎所深恶痛绝。

Repeated Words 重复性关键词:

这种作弊技术也被称为“关键词堆砌欺骗(Keyword Stuffing)”，它利用搜索引擎对网页正文和标题中出现的关键词的高度关注来对关键词进行不合理的(过度)重复。类似的其它做法还包括在 HTML 元标识中大量堆砌关键字或使用多个关键字元标识来提高关键词的相关性。这种技术很容易被搜索引擎察觉并受到相应惩罚。

Keyword Stuffing 关键词堆砌:

Cloaked Page 隐形页面:

对实际访问者或搜索引擎任一方隐藏真实网站内容，以向搜索引擎提供非真实的搜索引擎友好的内容提升排名。

Deceptive redirects 欺骗性重定向:

指把用户访问的第一个页面(着陆页)迅速重定向至一个内容完全不同的页面。

Shadow Domain 鬼域:

这是最常见的欺骗性重定向技术，通过欺骗性重定向使用户访问另外一个网站或页面。

Meta Refresh 刷新标识:

Doorway Page 门页:

也叫“Bridge/Portal/Jump/Entry Page”。是为某些关键字特别制作的页面，专为搜索引擎设计，目的是提高特定关键词在搜索引擎中的排名所设计的富含目标关键词的域名，且重定向至另一域名的真实网站。搜索引擎的 Spiders 往往忽略对那些自动重定向到其它页的页面的检索。

Mirror Sites 镜象站点:

通过复制网站或网页的内容并分配以不同域名和服务器，以此欺骗搜索引擎对同一站点或同一页面进行多次索引。现在大多数搜索引擎都提供有能够检测镜象站点的适当的过滤系统，一旦发觉镜象站点，则源站点和镜象站点都会被从索引数据库中删除。

Link Spamming 作弊链接/恶意链接:

link farms 链接工厂:

Bulk Link Exchange Programs 大宗链接交换程序:

Cross Link 交叉链接:

Doorway Domain 门域:

专为提高特定关键词在搜索引擎中的排名所设计的富含目标关键词的域名，然后重定向至其它域名的主页。由于搜索引擎一般忽略自动重定向至其它页的页面的检索，所以不提倡使用这种技术。

SEO 优势

实效长：在有专业 SEO 维护的情况下可以长久有效，一年、两年甚至永远。

效果好：网站流量提升；注册用户增多；这些都是可以精确量化的，而不像广告，效果难以准确评估。

性价比：比竞价排名和广告便宜很多。竞价排名或网络广告的费用现在是越来越高，而 SEO 相比有绝对优势。

节约费用：比关键词购买广告便宜多了。特别是竞争激烈的领域。

用户体验：增强网站友好度，增强品牌美誉度。

SEO 项目实施 6 大步

- 基本状况分析
- 关键词分析
- 网站内部优化实施
- 网站外链建设
- 排名效果跟踪，流量分析
- 根据排名效果，重回第一步，进行调整
- 关键词排名维护或培训客户员工进行维护

SEO 实施过程中主要相关人员

- 编辑：撰写符合 SEO 的文章

- 程序: 编写符合 SEO 的 CMS
- 美工: 做出符合 SEO 的前台页面
- 推广: 建立高效的外部链接

•SEOer

相辅相成,共同进步

搜索引擎优化(SEO)原则

网站链接优化

1、建立网站地图

只要有可能,最好给网站建一个完整的网站地图 **sitemap**。同时把网站地图的链接放在首页上,使搜索引擎能很方便的发现和抓取所有网页。

2、每个网页最多离首页四次点击就能到达

3、网站的导航系统最好使用文字链接。

4、网站导航中的链接文字应该准确描述栏目的内容

5、整站的 PR 传递和流动

6、网页的互相链接

SEO 优化基本要点:

1、定义网站的名字,选择与网站名字相关的域名

2、分析围绕网站核心的内容,定义相应的栏目,定制栏目菜单导航

3、根据网站栏目,收集信息内容、整理、修改、创作、添加

4、选择稳定安全服务器,保证网站 24 小时能正常打开,网速稳定

5、分析网站相关长尾关键词,合理的添加到内容中

6、网站程序采用 **div+css** 构造,符合 **w3** 网页标准,全站生成静态网页

7、合理交换网站相关的友情链接,不能于搜索引擎惩罚的与行业不相关的网站交换链接

8、制作生成 **xml** 与 **htm** 的地图,便于搜索引擎对网站内容的抓取

9、为每个网页定义标题、**meta** 标签,标题简洁,**meta** 围绕主题关键词

10、网站经常更新相关信息内容,禁用采集,手工添置,原创为佳。

11、放置网站统计计算器,分析网站流量是通过什么来的,用户关注什么内容,根据用户的需求,修改、添加,增加用户体验。

12、网站设计美观大方,菜单清晰,网站色彩搭配合理,尽量少用图片、**flash**、视频等,影响打开速度。

13、合理的 **seo** 优化,不采用群发软件,禁止针对搜索引擎网页排名的作弊(**SPAM**),合理优化推广。

影响 **SEO** 优化的主要因素

由国外 37 名优秀的 **seo** 界高手共同参与,以投票形式评论影响 **Google** 排名的重要因素,此次评选非常有价值,尽管没有将 200 多个 **Google** 排名因素全部列出,但 **Google** 排名算法中 90%-95%的重要成分已经包含在其中了。

有利于 **seo** 的因素

- | 排名 | 得分 | 分类 | 详细说明 |
|----|-----|------|---|
| 1 | 4.9 | 关键词 | 关键词在网站 TITLE 上的使用 |
| 2 | 4.4 | 外部链接 | 外部链接的锚文字 |
| 3 | 4.4 | 网站品质 | 网站的外部链接流行度、广泛度 |
| 4 | 4.1 | 网站品质 | 域名年龄（从被搜索引擎索引开始计算） |
| 5 | 4 | 页面质量 | 网站内部链接结构 |
| 6 | 3.9 | 网站品质 | 网站的外部链接页面内容与关键词的相关性 |
| 7 | 3.9 | 网站品质 | 网站在主题相关的网站群中的链接流行度 |
| 8 | 3.7 | 关键词 | 关键词在网页内容上的应用 |
| 9 | 3.6 | 外部链接 | 外部链接页面本身的链接流行度 |
| 10 | 3.5 | 网站品质 | 网站新外部链接产生的速率 |
| 11 | 3.5 | 页面质量 | 导出链接的质量和相关性 |
| 12 | 3.5 | 外部链接 | 外部链接页面的主题性 |
| 13 | 3.5 | 外部链接 | 外部链接页面在相关主题的网站社区中的链接流行度 |
| 14 | 3.4 | 关键词 | 页面内容和关键词的相关性（语义分析） |
| 15 | 3.4 | 页面质量 | 页面的年龄 |
| 16 | 3.3 | 关键词 | 关键词在 H1 标签中的使用 |
| 17 | 3.2 | 网站品质 | 网站收录数量 |
| 18 | 3.2 | 外部链接 | 链接的年龄 |
| 19 | 3.1 | 网站品质 | 用户查询的关键词与网站主题的相关性（防止 Google bombi
ng） |
| 20 | 3.1 | 外部链接 | 链接的周围文字 |
| 21 | 3 | 关键词 | 关键词在网站域名中的使用 |
| 22 | 3 | 页面质量 | 页面内容的质量 |
| 23 | 2.8 | 关键词 | 关键词在页面 URL 中的使用 |
| 24 | 2.8 | 关键词 | 关键词在 H2 、 H3 等 Headline 标签中的使用 |
| 25 | 2.8 | 页面质量 | 网站的结构层次 |
| 26 | 2.8 | 网站品质 | 用户行为 |
| 27 | 2.8 | 外部链接 | 同域名下外部链接页面的链接流行度 |
| 28 | 2.6 | 关键词 | 图片的关键词优化 |
| 29 | 2.6 | 网站品质 | Google 的人工授予权重 |
| 30 | 2.6 | 网站品质 | 域名的特殊性（.edu .gov 等） |
| 31 | 2.5 | 网站品质 | 新页面产生的速率 |
| 32 | 2.5 | 外部链接 | 外部链接的创建和更新时间 |
| 33 | 2.5 | 外部链接 | 外部链接网站域名的特殊性 |
| 34 | 2.4 | 外部链接 | 外部链接网站的 PR 值 |
| 35 | 2 | 关键词 | 关键词在 Meta Description 中的使用 |
| 36 | 2 | 网站品质 | 用户搜索网站的次数 |

- 37 1.9 页面质量 URL 中“/”符号的出现次数
- 38 1.8 页面质量 拼写和语法的正确性
- 39 1.4 页面质量 HTML 代码是否通过 W3C 认证
- 40 1.3 网站品质 网站是否通过 Google Webmaster Central 的认
- 41 1.2 关键词 关键词在 Meta Keywords 中的使用
- 影响 seo 的负面因素
- 排名 得分 详细说明
- 1 3.8 服务器经常无法响应
- 2 3.6 与 Google 已经收录的内容高度重复
- 3 3.6 链向低质量或垃圾站点
- 4 3.3 网站大量页面存在重复的 META 标签
- 5 3.3 过分堆砌关键词
- 6 3.3 参与链接工厂或大量出售链接
- 7 2.8 服务器响应时间非常慢
- 9 2.1 非常低的流量，用户行为反映差
- SEO 优化中关键词布局技巧

在正文标题和在整个网站的内页标题里使用关键词，正文标题应该吸引用户的眼球并且告诉他们来到了最适合他的网

在正文标题和在整个网站的内页标题里使用关键词，正文标题应该吸引用户的眼球并且告诉他们来到了最适合他的网站。<H1>优化正文标题</H>是最直接 SEO 优化方法。最开始 SEO168 就建议使用这种直接的方法，直到你开始得到稳定的排名。标题标签从最大到最小的分别是 H1 到 H6。你也能在正文使用 CSS，想像一下您的这些标题就像一份报纸中的一个标题。我通常用相近的关键词短语做成正文的副标题。正文的其它部分通常以销售转换的思维写而且对于搜索引擎优化不给予太多的提醒。自然的写入将会使您在文本各处自然的使用您的关键词。seo168 建议在每页上使用一个的 H1 标签。也可以试着使用许多 H2 或 H3 的标签在页面内辅助构成正文内容。

把页分成小组

H1(由主要关键词组成) 在每页唯一使用的一个 H1 标签。

H2(相似的分题重复主要关键词短语)段落

H2(另外的一个次要主题用一些相似或重叠的变种关键词))段落

H2(有时一些分表题没有关键词，但是大多数也做成 H2 的标题)段落

通常副标题将会把重心集中在一个些较长的关键词短语，特别要超过主标题,但是也将会包含一些与主标题相同的字组。另外描写的副标题也要改进你的网站的浏览效率和可用性。

建议每页使用一个 H1 标签，用其他的字组文本辅助关键词构成那标题标签中的信息。

关键词的提取

大部分的网站以 **html** 格式存在，对于索引来说的，只须要处理文本信息。因此需要把网页中内容提取出来，再过滤一些脚本如 **JS** 等以广告形式存在的内容，同时记录文本的版面格式信息，网页处理主要包括 4 个方面：关键词的提取，重复，转载的消除，链接分析，和网页重要度计算，关键词是怎么提取的，由于 **HTML** 网页来源多样性，内容比较随意，新人 **SEO** 且不讲究规范，工整，包含了许多无关的信息，如广告，导航，版权说明，为了能查询到有用的内容，得从网页源文件中提取出有代表性的内部部分所包含的关键词，中文网页用到了词典和切词软件，不应该在文本中出现等词，称为停用词，有效词语要保证在 200 左右

常见的 **SEO** 术语

目录 (**Directory**)

目录是由人为编辑的搜索结果。大多数目录依靠的是人为提交而不是爬行器 (**spider**)。

竞价 (**bid**) 为每个搜索引擎引荐向搜索引擎支付发费用，用以保证在付费搜索结果的排名。其最简单的形式，付费搜索结果显示出价最高一方的网页链接在结果列表的顶端，并且竞标方每次在访客点击竞标方的链接时付钱给搜索引擎。

关键字、关键词和关键短语 (**Keyword**、**keyterm** 和 **keyphrase**)

关键字、关键词和关键短语是 **Web** 站点在搜索引擎结果页面 (也称为 **SERP**) 上排序所依据的词。根据站点受众的不同，您可以选择一个单词、多个单词的组合或整个短语。为简化起见，本文将使用关键词 这个术语表示所有这三种类型。

关键词密度 (**keyword density**) 也被称为搜索项密度 (**term density**)，是关于特定搜索请求的项在网页上所有项中的比率。例如，如果你想要的 200 个词的网页就是关键词“失眠症”被找到，而你的网页上这个词出现了 12 次，你网页上这个词的关键词密度是 6% (12/200)。搜索引擎通常认为有 6~7%关键词密度的网页是很高质量的网页。

链接场 (**Link farm**)

在 **SEO** 术语中，链接场是指一个充满链接的页面，这些链接其实没有实际作用，它们只作为链接存在，而没有任何实际的上下文。那些采用运用黑帽 **SEO** 方法的人利用链接场，在一个页面中增加大量链接，希望能通过这种方式使 **Google** 误认为这个页面很有链接的价值。

交互链接 (**reciprocal link**) 也称作双向链接，是对一个网页不光有超文本链接，同时对应原有和原始网页的链接。

有机列表 (**Organic listing**)

有机列表是 **SERP** 中的免费列表。有机列表的 **SEO** 通常涉及改进 **Web** 站点的实际内容，这往往是在页面或基础架构级别进行的。

PageRank

PageRank 是迷恋 **Google** 的人们用来测试其站点在 **Google** 中的排名的一种度量标准。**SEO** 和搜索引擎营销 (**SEM**) 专家也使用这个术语描述网页在 **SERP**

中的排名以及 **Google** 根据排名算法给予站点的分数。无论如何定义，**PageRank** 都是 **SEO** 的重要部分。

付费列表 (**Paid listing**)

顾名思义，付费列表就是只有在付费后才能列入搜索引擎的服务。根据搜索引擎的不同，付费列表可能意味着：为包含于索引之中、每次点击 (**PPC**)、赞助商链接 (**sponsored link**) 或者在搜索目标关键词和短语时让站点出现在 **SERP** 中的其他方式而付费。

永久重定向 (**permanent redirect**) 也被称为 **301** 重定向，是一条对网站浏览器的指令来显示浏览器被要求显示的不同的 **URL**，当一个网页经历过其 **URL** 的最后一次变化以后时使用。一个永久定向是一种服务器端的重定向，能够被搜索引擎蜘蛛适当地处理。

排名 (**Ranking**)

排名是页面在目标关键词的 **SERP** 中列出的位置。**SEO** 的目标是提高 **Web** 页面针对目标关键词的排名。

排名算法 (**Ranking algorithm**)

排名算法是搜索引擎用来对其索引中的列表进行评估和排名的规则。排名算法决定哪些结果是与特定查询相关的。

搜索引擎营销 (**Search engine marketing, SEM**)

SEM 这个术语可以与 **SEO** 互换使用，但 **SEM** 常常是指通过付费和广告向搜索引擎推销 **Web** 站点，同时应用 **SEO** 技术。

搜索引擎优化 (**Search engine optimization, SEO**)

SEO 就是根据对搜索引擎的吸引力和可见性来优化内容，从而使 **Web** 页面能够被搜索引擎选中。**SEO** 主要用来提高有机列表的排名。我使用 **SEO** 这个术语描述我推荐的技术，但是其中许多技术也可以归入 **SEM** 的范畴。

搜索引擎结果页面 (**Search engine results page, SERP**)

SERP 是为特定搜索显示的列表或结果。**SERP** 有时候定义为搜索引擎结果的安排 (**placement**)。根据本系列的目的，我将其称为页面而不是安排。在 **SEO** 领域中，在 **SERP** 中取得良好的表现就是一切。

垃圾技术 (**Spamming**)

垃圾技术是一种欺诈性的 **SEO** 手段，它尝试欺骗爬行器 (**spider**)，并利用排名算法中的漏洞来影响针对目标关键词的排名。垃圾技术可以表现为多种形式，但是“垃圾技术”最简单的定义是 **Web** 站点用来伪装自己并影响排名的任何技术。根据是否采用垃圾技术，**SEO** 方法可分为两大类：

黑帽 SEO (Black hat SEO)：用垃圾技术欺骗搜索引擎。黑帽 **SEO** 以伪装、欺诈和窃取的方式骗取在 **SERP** 中的高排名。

白帽 SEO (White hat SEO)：以正当方式优化站点，使它更好地为用户服务并吸引爬行器的注意。在白帽 **SEO** 中，能够带来好的用户体验的任何东西也都被视为对 **SEO** 有益。

隐藏文本 (**hidden text**) 一种作弊技术, 通过这种技术, 网页上的文字被设计来被蜘蛛程序而不是人看到。文本可以通过用极小的的字号显示而不被看到, 或者使用和背景颜色一样的颜色, 或者将关键词被图形或者其他网页元素覆盖等。作弊者在网页上堆积关键词来得到高的搜索排名。

爬行器 (Spider)

爬行器在 **Web** 上漫游, 寻找要添加进搜索引擎索引中的列表。爬行器有时也称为 **Web 爬行榜 (Webcrawler)** 或机器人。针对有机列表优化页面也就是为了吸引爬行器的注意。

沙盒效应 (**sandbox effect**) 搜索营销专家所使用的非正式名字, 用来描述 **Google** 和其他搜索引擎处理新站点的方法。它们会对那些链接流行度迅速攀升的网站进行冷处理。网页可以展现它要的内容, 但会被放在“沙箱”里面, 而对任何搜索请求都不会得到最高排名。如果其后来的流行度经过一段时间还保持不变, 或者逐渐上升, 那么搜索引擎就开始取消冷处理并且给链接流行度更高的权重, 使得搜索排名上升。

单页优化 (Simple Page SEO)

单页优化-----针对有且只有一个网页形式的网站进行优化, 以获取高排名以及高流量!

这个概念最早提出是丘士达的一篇关于单页优化获取高流量的文章! 但是, 现在越来越多的以内容为王的 **SEO** 论点让这个单页优化显得有点虚假! 很多初学 **seo** 的人都不再相信一个没有内容的单纯的网页能达到所谓的 **SEO** 效果----获取高流量, 获得靠前的排名! 不否认上面的理论的权威性以及真实性!

单页优化, 顾名思义, 一个页面, 一个网站有且仅有一个网页!

Only a page in a website, and this page help you making money by AD easily!

SEO 方案: 增加网站反向链接的若干技巧

1、归类总结策略

如今互联网上的资源浩如烟海, 你可以按照某种分类或者归类, 然后直接列出一个清单, 表明相关数据等等, 这样的文章很容易组织, 也容易被作为权威数据而被大量引用。

例如: “中国 **10** 大公认知名导航网”, 你可以建立一个知名导航网列表, 然后列出导航网列表顺序; “豆腐制作方法大全”, 详细的列出常用的制作豆腐的方法; “生活中应该注意的***的 **10** 细节”。

从表面上看, 你只做出来的列表很简单, 但是却是非常实用的, 这样就会成为权威文件而被大量引用, 引用者就会链接向这样的文章, 以此作为自己文章的佐证。

2、增加文章内容的权威性

要想把自己的数据作为权威的数据来参考, 你就必须把自己的数据弄得更加权威, 内容通俗易懂, 深入浅出, 便于人们理解和掌握, 这样有利于更多的人为你传播。

尽量减少语法或拼写错误，结构合理，措辞严谨，因为权威的数据中出现不应有的错误，是权威性大打折扣。

为站点添加“隐私政策”、“关于我们”、“联系方式”、“律师顾问”等等会是网站变得更加可信，因为在人们的心中，公司的信誉要高于个人。

3、巧妙利用新闻站点和 RSS 聚合

撰写高质量的文章，然后在对应的行业新闻网站发布。这些权重高的网站排名高、人气旺，浏览量非常大，能在这里发表文章除了能增加网站的反向链接，还会给你带来意想不到的流量。

例如：你要是研究 SEO 方面的文章，就要向 SEO 方面的网站和论坛上发表发表动态性的文章你可以提交新闻门户网站，然后提供稿件的来源。

为了推广的需要，可以同其他站点交换文章，相互发表，增加文章的出现率和点击率。

利用互联网上的 RSS 聚合，把文章发送到 RSS 网站上，便于人们阅读和收藏。

4、利用网址站、目录站和社会化书签

根据自己网站的情况，把自己的网站提交到网站开放目录或者其他免费目录中，在中国的目录站主要有 HAO123、百度网址大全、谷歌网址大全等等。这些目录站的人气非常旺，如果能被这些网站收录，不仅仅带来的是流量，更重要的为你的网站带去源源不断的网络蜘蛛，这对网站被搜索引擎收录、网站关键词的排名都是非常有效的。

把自己的精品文章添加到百度搜藏、雅虎搜藏、Google 书签、QQ 书签等社会化书签。

让用户通过 Google 阅读器、RSS 等订阅你的文章，不断扩大网站的影响力及其知名度。

5、合作伙伴、链接交换

充分利用合作伙伴或者商业伙伴之间的关系，尽可能的让对方为自己的网站添加一个链接或者互换一个链接（当然要互换权重高的）。

管理好自己的友情链接，想尽办法，尽可能的从权重高的网站上获得连接的支持。利用某些网站提供交换链接的地方，留下自己的网站链接。

有条件的可以提供开源程序或者模版等方式，让采用者留有链接。也可以给内容管理系统 CMS 或 Blog 系统等开源网站系统提供免费精美模板，并在模板中添加“由××设计”；为开源网站程序开发插件，并留有作者链接；开发有用的工具，发表并留有下载地址等等

6、利用互动平台，巧妙的留下链接

积极参与问答平台如百度知道、雅虎知识、问问等等，在这些问答中不仅仅能为需要者提供解决问题的方案，同时也留下了该站点的链接。

参与相关论坛如安全杀毒论坛等。可以为站点添加链接。

参与社会化 wiki 平台如百度百科，维基百科等的编辑。

Googlepage 建立专业网页并建立指向。

利用一些交易平台或者交换平台，巧妙的留下自己的链接。

7、撰写评论及答疑方面的文章

利用博客的评论功能，巧妙的留有自己的名称和链接。

对名人或者某个有影响的事件撰写评论文章，起到推波助澜的作用，逐步扩大事件的站点的影响力。

对于特定情况下出现的问题或者疑问，撰写文章，留下自己的链接。

可以对你购买的产品或者广告留下评语，也可以撰写一些推荐信，推荐自己的观点和思维方法等等。

8、利用社会关系在特定场合和人物，借机炒作。

利用社会关系，积极发现在特定场合或者有吸引眼球的地方等等，拍摄名人炒作的照片或者某记录下某句话，然后署上精彩点评或者解说，进行抛砖引玉，当然也可以做成访谈之类的文章，便于快速的传播。

网络维护：

1. 什么是网站维护？

现在国内部分企业都注册了自己的域名并建立了企业的网站，但未达到企业的预期效果。随着网络应用的深入和网络营销的普及，越来越多企业意识到网站并非一次性投资建立一个网站那么简单，更重要的工作在于网站建成后的长期更新、维护及推广过程。

网站维护是指网络营销体系中一切与网站后期运作有关的维护工作。与其他媒体一样，网站也是一个媒体，需要经常性的更新维护才会起到既定的商业效果。因此网站运营维护的好坏在很大程度上会直接影响到顾客是否会对企业产生良好的印象，从而成为企业的客户之一。

网站维护是一项专业性较强的工作，其维护的内容也非常之多，有功能改进、页面修改、安全管理、网站推广……需要懂得相关知识的专业人士来完成。企业也许能够培训一位会使用Frontpage、Dreamweaver等软件设计网页的人，但与专业的网站制作公司相比，其制作出的网页效果不可同日而语；企业也能配备数名专业技术人员进行网站维护，但是每月技术人员高额的工资，却增加了企业管理压力、提高了网站运营成本；同时人员的培训等方面也会有一定的问题，可能刚刚培训好的技术人员就跳槽了，企业业务因此而停顿。以上这些情况对于中小企业来说，为这些需求而额外支出几万元甚至十几万是难以承受的。

吕氏科技凭借自身的开发与运营实力在网站开发、运营与维护上积累了多年的经验，最大化发挥出吕氏科技在网站开发维护上的优势，为客户提供高品质的服务。吕氏科技提供包括虚拟主机、网站建设、网站运营维护等一站式的服务项目，吕氏科技所做的一切正是为了帮助您解决网站运营维护难的问题。您只需将您的意图和资料提供给我们，我们将最大化节约您的投资成本来完成您对网站维护的需求。您将网站托付给我们维护，就等于给您的网站聘请了专家级维护团队！

作为吕氏科技为客户提供一体化网站运营服务的重要组成部分，网站维护业务渗透着吕氏科技对网站运用的深刻理解和认识。吕氏科技不仅为用户提供从网站程序开发、界面设计、空间租用、域名注册等全方位的网站建设服务，而且为客户的网站提供专业的网站后期维护服务，所有的这些服务都是由吕氏科技

专业程序员、设计师、安全专家、网站运营专家等来完成的。公司多年的 WEB 服务器运营维护管理经验，造就了强有力的网站运营维护的技术实力。

2. IE 打不开的常见问题及解决办法

一、网络设置的问题

这种原因比较多出现在需要手动指定 IP、网关、DNS 服务器联网方式下，及使用代理服务器上网的。仔细检查计算机的网络设置。

二、DNS 服务器的问题

当 IE 无法浏览网页时，可先尝试用 IP 地址来访问，如果可以访问，那么应该是 DNS 的问题，造成 DNS 的问题可能是连网时获取 DNS 出错或 DNS 服务器本身问题，这时你可以手动指定 DNS 服务（地址可以是你当地 ISP 提供的 DNS 服务器地址，也可以用其它地方可正常使用 DNS 服务器地址。）在网络的属性里进行，（控制面板—网络和拨号连接—本地连接—右键属性—TCP/IP 协议—属性—使用下面的 DNS 服务器地址）。不同的 ISP 有不同的 DNS 地址。有时候则是路由器或网卡的问题，无法与 ISP 的 DNS 服务连接，这种情况的话，可把路由器关一会再开，或者重新设置路由器。

还有一种可能，是本地 DNS 缓存出现了问题。为了提高网站访问速度，系统会自动将已经访问过并获取 IP 地址的网站存入本地的 DNS 缓存里，一旦再对这个网站进行访问，则不再通过 DNS 服务器而直接从本地 DNS 缓存取出该网站的 IP 地址进行访问。所以，如果本地 DNS 缓存出现了问题，会导致网站无法访问。可以在“运行”中执行 `ipconfig /flushdns` 来重建本地 DNS 缓存。

三、IE 浏览器本身的问题

当 IE 浏览器本身出现故障时，自然会影响到浏览了；或者 IE 被恶意修改破坏也会导致无法浏览网页。这时可以尝试用“黄山 IE 修复专家”来修复（建议到安全模式下修复），或者重新 IE（如重装 IE 遇到无法重新的问题，可参考：附一解决无法重装 IE）

四、网络防火墙的问题

如果网络防火墙设置不当，如安全等级过高、不小心把 IE 放进了阻止访问列表、错误的防火墙策略等，可尝试检查策略、降低防火墙安全等级或直接关掉试试是否恢复正常。

五、网络协议和网卡驱动的问题

IE 无法浏览，有可能是网络协议（特别是 TCP/IP 协议）或网卡驱动损坏导致，可尝试重新网卡驱动和网络协议。

六、HOSTS 文件的问题

HOSTS 文件被修改，也会导致浏览的不正常，解决方法当然是清空 HOSTS 文件里的内容。

七、系统文件的问题

当与 IE 有关的系统文件被更换或损坏时, 会影响到 IE 正常的使用, 这时可使用 SFC 命令修复一下, WIN98 系统可在“运行”中执行 SFC, 然后执行扫描; WIN2000/XP/2003 则在“运行”中执行 `sfc /scannow` 尝试修复。

其中当只有 IE 无法浏览网页, 而 QQ 可以上时, 则往往由于 `winsock.dll`、`wsock32.dll` 或 `wsock.vxd` (VXD 只在 WIN9X 系统下存在) 等文件损坏或丢失造成, Winsock 是构成 TCP/IP 协议的重要组成部分, 一般要重装 TCP/IP 协议。但 xp 开始集成 TCP/IP 协议, 所以不能像 98 那样简单卸载后重装, 可以使用 `netsh` 命令重置 TCP/IP 协议, 使其恢复到初次安装操作系统时的状态。具体操作如下:

点击“开始 运行”, 在运行对话框中输入“CMD”命令, 弹出命令提示符窗口, 接着输入“`netsh int ip reset c:\resetlog.txt`”命令后会回车即可, 其中“`resetlog.txt`”文件是用来记录命令执行结果的日志文件, 该参数选项必须指定, 这里指定的日志文件的完整路径是“`c:\resetlog.txt`”。执行此命令后的结果与删除并重新安装 TCP/IP 协议的效果相同。

小提示: `netsh` 命令是一个基于命令行的脚本编写工具, 你可以使用此命令配置和监视 Windows 系统, 此外它还提供了交互式网络外壳程序接口, `netsh` 命令的使用格式请参看帮助文件 (在命令提示符窗口中输入“`netsh/?`”即可)。

第二个解决方法是修复以上文件, WIN9X 使用 SFC 重新提取以上文件, WIN2000/XP/2003 使用 `sfc /scannow` 命令修复文件, 当用 `sfc /scannow` 无法修复时, 可试试网上发布的专门针对这个问题的修复工具 WinSockFix, 可以在网上搜索下载。

八、杀毒软件的实时监控问题

这倒不是经常见, 但有时确实跟实时监控有关, 因为现在杀毒软件的实时监控都添加了对网页内容的监控。举一个实例: KV2005 就会在个别的机子上会导致 IE 无法浏览网页 (不少朋友遇到过), 其具体表现是只要打开网页监控, 一开机上网大约 20 来分钟后, IE 就会无法浏览网页了, 这时如果把 KV2005 的网页监控关掉, 就一切恢复正常; 经过彻底地重装 KV2005 也无法解决。虽然并不是安装 KV2005 的每台机子都会出现这种问题, 毕竟每台机子的系统有差异, 安装的程序也不一样。但如果出现 IE 无法浏览网页时, 也要注意检查一下杀毒软件。

九、Application Management 服务的问题

出现只能上 QQ 不能开网页的情况, 重新启动后就好了。不过就算重新启动, 开 7 到 8 个网页后又不能开网页了, 只能上 QQ。有时电信往往会让你禁用 Application Management 服务, 就能解决了。具体原因不明。

十、感染了病毒所致

这种情况往往表现在打开 IE 时, 在 IE 界面的左下框里提示: 正在打开网页, 但老半天没响应。在任务管理器里查看进程, (进入方法, 把鼠标放在任务栏上, 按右键—任务管理器—进程) 看看 CPU 的占用率如何, 如果是 100%, 可以肯定, 是感染了病毒, 这时你想运行其他程序简直就是受罪。这就要查查是哪个进程贪婪地占用了 CPU 资源。找到后, 最好把名称记录下来, 然后点击结束, 如果不能结束, 则要启动到安全模式下把该东东删除, 还要进入注册表里, (方法: 开始—运行, 输入 `regedit`) 在注册表对话框

里，点编辑一查找，输入那个程序名，找到后，点鼠标右键删除，然后再进行几次的搜索，往往能彻底删除干净。

有很多的病毒，杀毒软件无能为力时，唯一的方法就是手动删除。

十一、无法打开二级链接

还有一种现象也需特别注意：就是能打开网站的首页，但不能打开二级链接，如果是这样，处理的方法是重新注册如下的 DLL 文件：

在开始—运行里输入：

```
regsvr32 Shdocvw.dll
```

```
regsvr32 Shell32.dll （注意这个命令，先不用输）
```

```
regsvr32 Oleaut32.dll
```

```
regsvr32 Actxprxy.dll
```

```
regsvr32 Mshtml.dll
```

```
regsvr32 Urlmon.dll
```

```
regsvr32 Msjava.dll
```

```
regsvr32 Browseui.dll
```

注意：每输入一条，按回车。第二个命令可以先不用输，输完这些命令后重新启动 windows，如果发现无效，再重新输入一遍，这次输入第二个命令。

3. 如何利用 CuteFTP 维护自己的网站

CuteFTP 是一个非常优秀的上传、下载工具，经常上网的朋友恐怕没有几个不知道它的大名的。在目前众多的 FTP 软件中，CuteFTP 中建立了站点管理后，我们就可以添加一些常用的网站，并可以往这些网站上上传和下载文件了，我们一起来看看吧。

添加 FTP 站点

1、运行 CuteFTP，在“FTP Site Manager (FTP 站点管理)”窗口中，单击“New”按钮，就会弹出一个如图 1 所示的对话框。

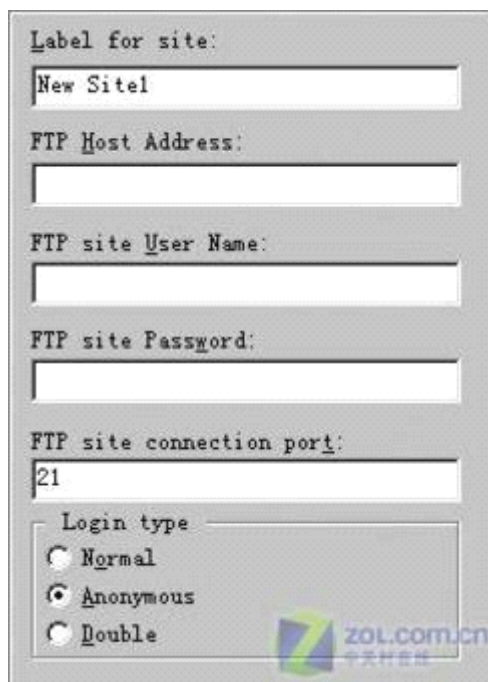


图1 “新建站点”对话框

2、在“Label for site(站点标签)”文本框中输入 FTP 站点的名称。

3、在“FTP Host Address(站点地址)”文本框中输入站点的地址。

注意：这个地址不能带有 ftp://之类的字头，也不能带有文件夹的路径，而必须是站点本身的地址。

4、在“FTP site User Name(站点用户名)”和“FTP site Password(密码)”文本框中分别输入登录所需要的用户名和密码。

5、如果登录站点不需要密码，则在“Login Type(注册类型)”区域中选择“Anonymous(匿名)”单选按钮。

6、在“Port(端口)”文本框中输入 FTP 地址的端口，默认值是 21。

至此我们已经新建一个 FTP 站点。

上传和下载文件

添加了站点之后，在站点管理窗口中选择一个 FTP(注意只能选择一个 FTP 站点)，与之建立连接。连接到服务器以后，CuteFTP 的窗口被分成左右两个窗格。左边的窗格显示本地硬盘的文件列表，右边的窗格显示远程硬盘上的文件列表。文件列表的显示方式和 Windows 的资源管理器完全一样，如图 2 所示。

上传和下载都可以通过拖曳文件或者文件夹的图标来实现。将右侧窗格中的文件拖到左侧窗格中，就可以下载文件；将左侧窗格中的文件拖动到右侧窗格中，就可以上传文件。



图2 登录上以后的 CuteFTP 状态

上传和下载的最大不同之处在于：不是所有的服务器或服务器所有的文件夹下都可以上传文件，需要服务器赋予上传权限才可，因为上传需要占用服务器的硬盘空间，而且可能会给服务器带来垃圾或者病毒等危及服务器安全的東西。

一般地，大多数供交流的匿名 FTP 服务器上都有一个 incoming 或 uploads 文件夹，专门供匿名用户上传文件。而其他子目录只能下载，不能上传。在 incoming 或者 Uploads 文件夹中，因为是各种各样的匿名用户上传的文件，没有任何管理和保证，可能含有不安全的東西，所以下载这个文件夹下的内容要慎重。

使用 CuteFTP 下载或上传文件的具体步骤与方法：

- 1、进入 CuteFTP，选择“FTP>Site Manager(站点管理)”菜单，弹出“FTP Site Manager”窗口。
- 2、选择站点管理器中的一个站点，单击“Connect(连接)”按钮，登录到 FTP 服务器上。
- 3、在程序窗口左边的窗格中选择本地硬盘的一个文件夹或者在右边窗格中选择远程硬盘的一个文件夹。
- 4、然后点击工具栏中的上传或下载图标，即可达到上传和下载的目的。
- 5、下载完成以后，在工具栏上单击“Disconnect(断开连接)”按钮。

快速连接和重新连接

有些临时的站点可能只需要连接一次，所以不打算将它们添加到站点列表中。此时我们可以选择“FTP>Quick Connect(快速连接)”菜单或按“Ctrl+F4”快捷键，在弹出的对话框中临时填写一个 FTP 服务器的地址，然后进行连接。

如果由于其他原因, 与 FTP 服务器的联系被中断, 则可以选择“FTP>Reconnect(重新连接)”菜单, 重新登录 FTP 服务器, 并且进入刚才断开的文件夹。

4. 网站维护的具体工作安排和方法

1、网站的软硬件日常维护, 包括服务器、操作系统、和 Internet 联接线路等等, 以确保网站的 24 小时不间断正常运行。

2、网站内容的更新, 一个好的网站需要定期或不定期地更新内容, 才能不断地吸引更多的浏览者, 增加访问量。

3、网站的软硬件维护

计算机硬件在使用中常会出现一些问题, 同样, 网络设备也同样影响企业网站的工作效率, 网络设备管理属于技术操作, 非专业人员的误操作有可能导致整个企业网站瘫痪。

没有任何操作系统是绝对安全的。维护操作系统的安全必须不断的留意相关网站, 及时的为系统安装升级包或者打上补丁。其他的诸如 SQL Server 等等服务器软件也要及时打上补丁。

服务器配置本身就是安全防护的重要环节。有不少黑客案例是利用了没有正确配置的微软的 IIS 服务而产生的漏洞。

Windows2000 Server 里面本身已经提供了复杂的安全策略措施。充分利用这些安全策略, 可以大大降低系统被攻击的可能性和伤害程度。

4、网站内容更新方法

建站容易维护难。对于网站来说, 只有不断地更新内容, 才能保证网站的生命力, 否则网站不仅不能起到应有的作用, 反而会对企业自身形象造成不良影响。如何快捷方便地更新网页, 提高更新效率, 是很多网站面临的难题。现在网页制作工具不少, 但为了更新信息而日复一日地编辑网页, 对信息维护人员来说, 疲于应付是普遍存在的问题。

内容更新是网站维护过程中的一个瓶颈。网站的建设单位可以考虑从以下五个方面入手, 使网站能长期顺利地运转。

第一, 在网站建设初期, 就要对后续维护给予足够的重视, 要保证网站后续维护所需资金和人力。很多单位是以外包项目的方式建设网站的, 建设时很舍得投入资金。可是网站发布后, 维护力度不够, 信息更新工作迟迟跟不上。网站建成之时, 便是网站死亡的开始。

第二, 要从管理制度上保证信息渠道的通畅和信息发布流程的合理性。网站上各栏目的信息往往来源于多个业务部门, 要进行统筹考虑, 确立一套从信息收集、信息审查到信息发布的良性运转的管理制度。既要考虑信息的准确性和安全性, 又要保证信息更新的及时性。要解决好这个问题, 领导的重视是前提。

第三, 在建设过程中要对网站的各个栏目和子栏目进行尽量细致的规划, 在此基础上确定哪些是经常要更新的内容, 哪些是相对稳定的内容。由承建单位根据相对稳定的内容设计网页模板, 在以后的维护工作中, 这些模板不用改动, 这样既省费用, 又有利于后续维护。

第四, 对经常变更的信息, 尽量用结构化的方式(如建立数据库、规范存放路径)管理起来, 以避免数据杂乱无章的现象。如果采用基于数据库的动态网页方案, 则在网站开发过程中, 不但要保证信息浏览环境的方便性, 还要保证信息维护环境的方便性。

第五, 要选择合适的网页更新工具。信息收集起来后, 如何“写到”网页上去, 采用不同的方法, 效率也会大大不同。比如使用 Notepad 直接编辑 HTML 文档与用 Dreamweaver 等可视化工具相比, 后者的效率自然高得多。倘若既想把信息放到网页上, 又想把信息保存起来以备以后再用, 那么采用能够把网页更新和数据库管理结合起来的工具效率会更高。

而使用信息发布系统, 网站管理人员无需懂得任何的网页制作技术, 只要了解基本的计算机文本处理方法, 就能利用动态网页技术, 方便地在网站上定制信息格式, 更新或维护信息内容信息发布系统的具体功能包括: 1、添加、修改及删除信息

2、按不同栏目对信息分类, 易于信息的管理及查找;

3、信息可按标题、发布日期、关键字等不同分类进行查询

4、可将网站维护人员输入的信息即时自动按照模板生成页面, 发布到网站前台, 使用信息发布系统具有显著的优越性, 它不仅操作简单, 实时性强, 而且由于使用了计算机系统代替人手完成所有的信息发布过程, 避免了许多人为的技术性错误, 确保了网站的稳定性和安全性。

总之, 网站维护是一项很专业很复杂的技术, 包括的专业知识很全面。

5. 网站维护都包含那些项目?

1、网站宣传。让更多的人知道你的网站

(登陆搜索引擎, 交换友情链接, BBS 论坛发帖子等等)

2、定时更新网站内容,

根据客户或者市场变化调整网站架构思路, 备份网站数据。

3、做好网站安全管理, 防范黑客入侵网站,

4、检查网站各个功能, 链接是否有错。

网站维护是指网络营销体系中一切与网站后期运作有关的维护工作。与其他媒体一样, 网站也是一个媒体, 需要经常性的更新维护才会起到既定的商业效果。因此网站运营维护的好坏在很大程度上会直接影响到顾客是否会对企业产生良好的印象, 从而成为企业的客户之一。

网站维护是一项专业性较强的工作, 其维护的内容也非常之多, 有功能改进、页面修改、安全管理、网站推广……需要懂得相关知识的专业人士来完成。企业也许能够培训一位会使用Frontpage、Dreamweaver等软件设计网页的人, 但与专业的设计师相比, 其制作出的网页效果不可同日而语; 企业也能配备数名专业技术人员进行网站维护, 但是每月技术人员高额的工资, 却增加了企业管理压力、提高了网站运营成本; 同时人员的培训等方面也会有一定的问题, 可能刚刚培训好的技术人员就跳槽了, 企业业务因此而停顿。以上这些情况对于中小企业来说, 为这些需求而额外支出几万元甚至十几万是难以承受的其实有很多客户问我们怎样维护网站及公司网站维护方法等问题。

网站维护的目的是为了让您的网站能够长期稳定地运行在 Internet 上, 及时地调整和更新您的网站内容, 在瞬息万变的信息社会中抓住更多的网络商机。

网站商业模式

一、专注平台打造

B2B 网站最基本的功能是商务平台的搭建。B2B 网站发展的三个阶段分别是: 信息

平台阶段、交易平台阶段，互信平台阶段。**B2B** 网站的初级阶段只是给广大商家提供了买卖信息的平台，通过聚拢众多的买卖信息，从而吸引更多的商业会员加入进来，他们在平台里寻找买家和卖家。此时，**B2B** 平台的功能仅仅限于信息整合。

目前，电子商务发展到第二阶段，即从单纯的信息平台逐渐演变到真正的交易平台。所谓交易平台是指 **B2B** 平台参与到交易过程中去。从初期的买卖信息的提供到支付手段的整合，到物流的最终实现，商品交易的整个过程都有 **B2B** 网站作为第三方的参与。此时 **B2B** 网站的作用更加明显和丰富，

B2B 平台不仅仅作为一个旁观者，而是交易成功的关键因素。平台的会员企业会被买家卖家认为是优先交易的标准，具有 **B2B** 平台参与的交易过程被认为是风险较低的选择。这一切都为 **B2B** 网站发展到第三阶段奠定了基础。

B2B 发展的第三阶段，是互信网络的形成。在此阶段，商务平台成为交易双方交流的中枢，不仅是买卖行为在这里发生，信息的交流、知识的互换，甚至产品的创意研发的初始都会在 **B2B** 平台里实现。**B2B** 平台最终成为一个商人聚居的中心地，成为一个有机的具备自我发展功能的商业系统。

以上所述为国内 **B2B** 商业模式的第一种，代表公司：**alibaba**。一个成功的平台首先是要有人气，阿里的平台打造颇为成功地聚集了大量的人气。阿里的支付宝则显示了阿里控制交易过程的野心。而阿里的社区则形成了很好的商业交流的风气，诸多迹象表明，阿里的平台正在朝着互信平台的方向发展。

阿里的成功可以称做是平台模式的成功。

二、资讯信息整合

互联网最重要的功能就是信息整合。网络使信息交流变得更便捷，更多企业与个人上网是想获得更完备的信息资讯。

国内 **B2B** 另一种成功模式则是从信息资讯入手，通过信息资讯服务来聚集人气，以资讯平台来带动商务平台。慧聪商情有着很好的线下服务基础，慧聪网从原来慧聪商情的线下服务逐渐扩展到网上服务。慧聪网利用其资讯采集优势，他们打破了原有的工商业目录，按照企业交易行为的要求将行业进行重组，形成了慧聪网目前的 60 余个行业资讯频道。而在商务平台的设计方面，他们按照企业最为关心的要点信息组织其信息发布模式，用户通过该平台甚至可以直接替代原有的采购数据库，极大地节省了资料搜集成本。

电子商务服务线上与线下走向融合是一种趋势，当慧聪的办事处遍布全国中小企业集中之地的时侯，阿里却至今没有在北京设立长驻办事处。服务的缺失让阿里痛失北方市场，这是给所有 **B2B** 电子商务提供商敲响的一起警钟。

慧聪的成功代表着资讯服务模式的成功。

三、行业专业服务

以上两种模式的代表公司都是行业综合 **B2B** 网站。国内 **B2B** 网站有很大一部分是从事专业行业的网站。类似机械、化工、纺织服装、五金、医药、建材等行业的产业集中度较高，专门为这些行业服务的 **B2B** 网站也容易形成自己的规模优势。

打个比方，比如说家居市场。你可以到家居市场里买到你装修所需的各种材料，也

许能满意而归，也许还不那么满意，怎么办？还有专业市场呢！你想买玻璃，就到玻璃市场，想买油漆，就到油漆市场。综合类的 B2B 和行业 B2B 网站的角色区分就象是综合市场和专业市场一样，者不是非此即彼的竞争关系，而是可以共存的互相补充的关系。

国内行业 B2B 网站集中在江浙沪一带。这是一地区近年来的经济发展状况和产业集群程度密切相关的。具有代表性的网站有：中国化工网、全球五金网、中国安防产品网、中国电动车网、中国建材网、中国玻璃网等等。江浙一带的行业 B2B 网站的发展同时也促进了这一地区的行业经济发展。

行业网站的商业模式与综合 B2B 不同之处在于：行业 B2B 更专注于服务的整合。比如制造行业，国内制造行业主要集中在浙江、广东、上海、江苏、山东、河北一带。制造企业超过 500 万产值的有 4 万家，大都为中小型企业，甚至很多企业还属于作坊式的生产。很多企业的老总甚至不知网络为何物，要让这些企业上网做生意，B2B 网站需要做大量的的基础市场培育工作。世界工厂网是工厂类 B2B 网站的代表，他们即是专注于给制造企业提供上网咨询服务，从而带动商务平台的形成。世界工厂网的服务三部曲是：1、给企业高层及中层做培训，与制造企业高层就网络商务达成共识。2、帮助企业建设网站并推广。3、吸收企业为世界工厂网会员，让他们活跃在平台上，最终帮助企业实现网络生存。

通过提供各种各样的咨询服务，世界工厂网逐步建立起与五金企业的互信、互助、互融的关系。很多五金企业把世界工厂网当做是自己的朋友和伙伴，愿意与世界工厂网一起成长。这种通过贴心服务形成的合作关系，才是最稳固的。这种服务的促进会使得行业内的互信平台先于简单的信息及买卖平台而形成。互信平台反过来又会促进买卖平台的活跃，从而形成良性循环。

网站推广

值得学习的 100 个网站推广方法。新站推广必备。

网站推广是每一位站长都迫切关心的事情。现在我们整理了常见的 100 个推广创意，大家根据自身的能力条件和外部环境，挑自己喜欢的适用的手法来用，希望对各位站长有所帮助。

1 qq 群网站推广法。用几十个 qq，每个 qq 加入几十个群，每天发一遍网站。平均 50 个 qq*每个 qq 加入 50 个群*每个群 50 个人=75000 人观看。如果 qq 更多，加入的群更多，加入的是大群，每个群的人数更多，则宣传效果更好。即使排除不在线的 qq 用户，效果也不容低估。要忍辱负重，不怕被踢。另外就是在 QQ 群是可以发群邮件的，例如你可以把你的网站 <http://www.admin5.com/> 上的精彩内容在邮件中推荐。

2 搜索引擎网站推广法。如今的新手站长，最热衷的就是这个短平快的方法。搜索网站的功能就是整合网络资源，给网民找到最适合的网站内容，给其他网站带去流量是其意想不到的副作用。很多站长类网站的网站推广栏目，似乎都变成 seo 专区了。seo 的最好方法，就是网页代码规范、访问速度快、内容独特少重复，对网民有用，而且具有唯一性。

3 软文网站推广法。写文章，或者引用好文章，里面巧妙地加入自己的网址。

4 博客网站推广法。软文要有发表的地方。一个是发到论坛，文章站，一个是发到博客里。发到博客里有个好处，不会被乱删。

5 媒体网站推广法。让传统的媒体，报纸、电视、广播等等报道。 6 手机网站推广法。wap 网站、群发短信、彩铃提示等。手机的功能越来越强，小巧容易携带，以后手机的上网人数肯定超过电脑人数。 7 网摘网站推广法。提高优质网页、图片、帖子到网摘站和聚合类网站。如果被推荐，也能有不少流量。

8 论坛网站推广法。注册几十个几百个论坛，每个论坛注册几十个帐号，把签名设为自己的网站。发表热门内容，自己顶自己帖子。注意换马甲，发布有争议性的标题内容。好的标题是论坛推广成败的 100%。这里说的论坛是指泛论坛，包含留言本、论坛、贴吧等等一切网民可能聚集的地方。

9 第三极网站推广法。在宣传网站的同时，缀上自己的财富第三极号码。在每个网页的内容后面，加上自己的财富第三极号码，扩大知名度，还有带来额外的财富收入。

10. qq 和 msn 昵称网站推广法。把昵称修改为网址，例如精彩网赚

11 邮件列表网站推广法。就是定期不定期的给网民发送电子杂志。

12 非预期邮件网站推广法。用专业的邮件群发工具，上网批量搜集电子信箱地址，然后群发。如今的很多网站，都要用电子信箱作为用户名，因此，搜集电子信箱地址，比以前方便多了，而且这些电子信箱都是活信箱，网民经常用的信箱，而非失效的信箱，效果不错。邮件标题要“规范”，别让网民误以为是垃圾邮件。

13 口碑网站推广法。好好做内容，让网民自己主动传播你的网站。 14 限制内容网站推广法。给网站内容分出访问等级，设置访问条件。给网民一个推广链接，网民只有推荐够一定访客或者注册会员后，才能访问该内容。非主流色彩爱情网站多用此方法，效果奇佳。

15 网站排名投票网站推广法。加入其他的网站推出的网站排名，或者给其他站进行网站排名，都能有效地提高网站的展示率。

16 聚合链接网站推广法。将优秀内容聚合在一起，吸引网民。

17 bt 电驴哇嘎资源网站推广法。可以在音视频文件里放入自己的网站，特别是在一些需要证书才能收看的视频文件里，甚至可以弹出网站。一些站长使用这种方法，借助最新的电影上映时机，发布一个视频文件，就能搞到几十万的 ip，效果绝对一流。

18 图片打水印网站推广法。防止别的网站引用图片，不仅不友好没效果，而且阻挡了搜索引擎的收录。从某种角度来说，其他网站也是自己网站的特殊网民。如果给

网站打上水印，放上网站地址 <http://www.txtit.cn/>，积极地让别的站引用图片，提高网址曝光率，那么宣传效果是很好。水印法，包括图片水印法、视频水印法、网页水印法……)

19 视频源 flash 网站推广法。如今的视频网站，都提供外部的访问接口。在别的网站、日志引用这些视频的同时，直接宣传了网站，扩大了网站的影响力。

20 提交到网址网站推广站，网站导航站，网站目录站。 21 交换友情链接网站推广法。这是最原始的网站推广网站。

21 无偿单向链接网站推广法。无偿给其他网站做链接，既能丰富自己网站的信息，而且在网民搜索别的站的时候，又可能出现自己的网页结果。

22 网站交换链网站推广法。这是几年前最流行的网站宣传方法，如今存在的交换链网站很稀少了。

23 批量提交友情链接网站推广法。用自动提交工具，提交网站到其他网站的友情链接栏目。当站长们在审核是否通过你站的时候，就为你贡献了一个 ip。人类社会的发展，就是得益于工具自动化程度的提高。要充分利用互联网传递信息的自动化、数字化、批量化优势，善于使用批量宣传工具，节省人力重复性劳动。 24 网站推广同盟网站推广法。单打独斗出不了英雄好汉，一个人的精力时间和聪明才智毕竟太小，因此，要懂得借用外力。几个站长联合在一起，达成宣传共识。在宣传自己网站的时候，顺便也捎带上别的网站。用同样的劳动，得到更多的收获。

25 流量统计网站推广法。在网站的所有页面上放置一个 `iframe` 页面引用代码，在所引用的页面上放上其他网站的统计器，用程序代码控制变换统计 id，当其他站长查看统计，浏览访问来路来源的时候，你的网站就出现了。一般的站长都会点击查看的，这种宣传方法效果很好，属于密不外传的绝招，很多人知道百度和 google 的威力就是从网站访问来路知道的。

26 互换频道网站推广法。和其他网站互相交换频道。就是把对方网站当作自己的一个频道在网站上推广。这样互相捧场，互相帮衬，威力巨大。

27 免费资源网站推广法。给其他网站提供免费的服务，比如免费统计，免费评测，免费天气查询代码，免费博客，免费 ip 查询代码，免费股票查询代码，免费搜索代码，免费在线客服系统，免费留言本，免费域名，免费空间，免费 pr 评价，免费电子书，免费查询，免费挂 qq，免费认证，免费素材等等。要让自己提供的服务，成为其他网站的标准配置。时间久了，流量自然有了。

28 内容联盟网站推广法。这个方法适合有服务器资源的站长。提供一个平台，可以绑定其他网站的域名，把网站的头尾广告位置送给其他站长，吸引其他网站加入。看似是为其他网站做嫁衣裳，实际上是在宣传自己的网站，扩大了网站知名度和影响力。网络上流量最大的地方不是搜索网站，而是其他网站。搜索网站流量大，但是平均到每个站，也就几个几十个，对自己实际意义不大。拉到一个站长，胜过拉到几千

个网民。这种方法长期而持久。

29 威逼强迫网站推广法。比如网站备案 **miibeian**、各地公共安全局，都可以强迫网站放链接。一般人用不了。不过可以变相使用，比如黑客加链接法。

30 做大做强网站推广法。比如门户站。让小网站以加自己网站的链接为荣。尽管很少有站从门户网站得到一星半点的好处，但是对强者天然的崇拜心理，仍然让无数站长不由自主地献身链接，并以此为光荣。至于人家是否留意和领情，则是另外一回事了。

31 客户端软件插件网站推广法。有技术含量的站长可以采用此法。开发流行的网民常用的客户端软件，比如聊天工具类软件 **qq**，网络游戏类工具，下载工具类网站迅雷等等，都可以弹出窗口，可以直接弹网站首页，也可以弹一些活动页。效果奇好。

32 收费资源免费网站推广法。比如长久提供软件注册码，注册号，序列号，免序列号版软件，提高网站粘性。比如操作系统的 **ghost** 版本，养活了好几个日访问量几十万 **ip** 的网站。雨林木风番茄花园 **jujuma** 等。

33 群组网站推广法。如今的 **web2.0** 等社交网站，都有这个功能。在群组里广发消息，吸引注意力。 **34 发布任务网站推广法。**在威客网站发布任务，不仅能够吸引接受任务的人，而且能够吸引一大批旁观者。要充分利用这种一对多的传播优势。

35 印发宣传单线下宣传网站推广法。既可以自己印发，也可以和其他传统企业合作，使用它们的现有渠道。比如和超市合作，在购物小票上印制自己网站的网址。可以拿网站上的资源和超市交换。

36 流量交换联盟网站推广法。加入流量交换联盟，运用专业的流量交换系统平台，直接和其他网站交换流量，互惠互利，共同发展。

37 鼓励访客宣传网站推广法。至于如何打动网民口碑宣传，则要根据网站内容，灵活安排了。一般新奇有趣互动性的内容效果教好。比如测试类啊、评比类啊、节日祝福类啊、搞怪类啊等等内容的网页容易被强烈传播。可以考虑自己的网站如何发掘这方面的素材。

38 名片网站推广法。在名片上，手册上，一切自己能掌控的纸上，印上网址、写上网址。

39 在电子邮件落款里加入网址网站推广法。在电子邮箱的设置里，设置一下。以后写信就会自动加上，自己就省事不少。

40 网上竞赛网站推广法。比如美女评比、网站评比等等各种资格赛的评比。

41 付费推广网站推广法。如果一些方法免费行不通。只要性价比合适，出去一个，

可以收回两个，不妨付费推广。舍得舍得，舍不去的还会跑回来的。

42 分工网站推广法。社会效率的提高一个是工具自动化水平的提高，另一个是分工的价值。自己的能力有限，善于整合外部力量，雇用别人推广，把专业的事情交给专业的人来做，可以达到事半功倍的效果。

43 按效果付费网站推广法。如果你有可以出售的资源，不妨在网络上以按效果付费的方法推广，可以免费得到大量的流量。

44 设为主页和加入收藏网站推广法。如果你站的内容足够好，访问者也许愿意长期访问你的网站。在这一点上，要多费点心思提醒网民哦。

45 厕所绘画网站推广法。这种方法慎用，已经有得不偿失的先例。不推荐使用。

46 搞活动网站推广法。各种线下活动，各种聚会等。

47 广场效应网站推广法。在身上衣服上画上网址，去人多的地方引人瞩目。最好是在记者出没的地方，容易产生新闻效应。因为记者整天没事干，最喜欢这类八卦事情。

48 贺卡网站推广法。当别人送贺卡的时候，就顺便推广了你的网站。/`"

49 事件连锁反应网站推广法。炒作。具体就是挑战人们的心理承受底线，锻炼人们的心理承受能力。

50 问答网站推广法。在一些知识类、知道类网站，回答别人的问题。或者自问自答

51 百科网站推广法。去网上的百科全书添加内容。 **52 rss 网站推广法。**有很多 rss 聚合类网站，可以制作自己网站的 rss，提交到这些网站。

53 网吧推广网站推广法。如果有关系，可以把网吧的机子主页设为自己的网站。

54 站长交流网站推广法。多和其他站长交流，探讨推广方法。说不定什么时候就有意外惊喜。在和别人的经验交流中也往往会有灵感的火花跳跃。不要吝啬你自己的经验，在告诉别人的时候，也是对自己经验的一次系统化、条理化、理性化提纯。 **55 网页病毒网站推广法。**利用其他网站的 dns 漏洞、服务器漏洞，程序漏洞等，直接挂上自己的网站，迅速提高网站普及率。这是最强悍的另类推广方法。属于被清理的方法之列。

56 过路费网站推广法。如果你有电信等方面的资源，掌握了网页的传输通道，可以将每个网页都进行完善，加进你想加入的内容。

57 域名网站推广法。人是会犯错的动物。研究高流量网站的域名，分析其错误拼

写的各种可能，注册相应域名，也可以从中得到不少流量。如果应用在网站内容建设上，则可以以热门内容的错误拼写文字来建设和优化内容。

58 分类信息网站推广法。去各类分类信息站发布网站信息

59 免费域名网站推广法。给其他站提供二级域名，或者去申请其他站的免费域名指到自己的站，都可以。

60 聊天室网站推广法。在各种聊天室推广。注意给出一个必须发链接的理由。

61 演讲网站推广法。举办各种讲座，演讲，不知不觉地给网站吸引来新访客