

网站内容建设策略有哪些？

（山东新华电脑学院 整理供稿）

一个网站，所有的产品或者服务都是通过内容体现出来的。

现如今，有大量的建站系统，可以随意建设网站，网站结构，url 层级关系等优化细节都是完善的，不用耗费大量的时间。

但网站内容方面，需要花大量精力仔细研究，作出满足用户搜索需求，给搜索引擎传达友好度的优质内容。**网站内容建设策略的核心点不变。**

另外一方面，搜索引擎是一个程序，它可以通过网站的相关性建设与权威性建设来判断网站关键词所处的位置。

如果一个网站想要获得更好的排名，就需要通过用户行为数据来提升。

也就是说，在网站内容建设合理的情况下，给访客的满意度高，就能增加访客的访问时间，访问深度以及降低网站跳出率，这些明显的用户行为数据可以直接影响网站的整体排名与权重。

互联网开放性的特点，让大量的高质的，低质的各种信息随意转载。我们如何在这样的环境下建设高质量内容，需要有策略，有目的的进行。在此，给大家解答网站内容建设策略有哪些这一核心问题，交与大家如何写作网站内容。

1：搜索引擎偏好内容属性-及时性内容。

我们要根据搜索引擎的偏好去组织网站内容，及时性内容就是对搜索引擎友好的内容。

什么是及时性内容？简而言之就是当前发生的内容，其延续时间段较短的内容。

根据及时性内容的特性，需要我们把握两个点，第一是收录，第二是及时。

及时性内容的生命周期是不长的，我们想要通过及时性内容获取流量，需要内容的及时组织，且需要内容的及时收录。

这里，有必要提醒大家：第一时间收录和第二时间收录，其差别是很大的。

对于小站来讲，即使是自己站内的文章，但被其他平台转载收录了，也会对自身网站有所冲击，如果大站持续采集本网站已经发表，尚未收录的内容，还有可能会对本网站造成降权的严重后果。

2：策略性内容提升网站品牌价值。

策略性内容不是简单的文章页内容，其涉及到网站的定位，网站背后企业的愿景，网站的营销理念等。

扩展一点来讲，策略性内容包含整个网站的文字信息，图片信息，多媒体信息，社会化组件信息等。

策略性内容比较容易实施，但把站内各元素合理利用，整体把控则有相当大的难度。

我们做的如何站点都无法满足所有用户的需求，我们能做的是尽可能满足更多用户的需求，什么是内容营销？这就是组织策略性内容的核心点。

3：实战型内容更具说服力。

这里说的实战型内容，也可以叫做实践性内容。

一个有数据，有过程，有结果的内容会让大部分用户觉得是可信的。这与我们做内容建设的初衷是一样的，我们做内容不就是想让用户更信服我们吗？

以电商类站点为例，如果一个品牌商品页面有大量的产品检测报告，有大量的用户好评率，有大量的用户晒图，有大量的关于当前商品的参数说明，那么一般情况下，这个页面就是具备说服力的。当然，需要排除刷单这一因素。

以 seo 类站点为例，如果一个页面内容详实，在内容中有步骤，有观点，更有理想的排名效果文章，这样的内容就是具备说实战属性和服力的。当然，前提是这篇内容是真实的。

4：内容的持续更新策略。

很多 seo 优化人员认为，不就是文章内容的更新吗？还可以叫策略，这么高大上？实际上，持续性的内容更新，是有原理的，其实保持文章不被降权的因素之一。有证据显示，不持续更新内容的网站，有被降权的危险。

持续性的内容是一个站点能否很好运营的一个重要方面，另外一方面，被收录的老内容随着时间的沉淀，其为主站带来的流量，权值会更高。

在此，提醒一点：品牌词为主的网站更新频率要求不高。

5：热文内容提高网站关注度。

什么是热文内容？其是某时间段内指数突增，有大量用户搜索需求的内容。

相当多的网络营销人员，都喜欢利用热点内容对所属网站进行引流量，曝光等。

热文内容策略建设内容的点有几个。一是内容本身就是较短时间内用户搜索量大的词，而是热文内容应该与网站本身的主题相关（如果不相关，那么就会造成这样的后果：网站吸引来了大量的流量，但流量停留时间短，跳出率高，这样对网站是有损害的）。

点评：

网站内容建设策略有很多点，都需要把握，基本原则是内容有持续性的，有时效性的，内容是满足用户搜索需求，是具备独特价值的。大部分中小型站点，都需要把控好网站的内容建设，切记，切记！