

开始之前，通知：

今晚课程会稍微长，请大家找个舒适的姿势，放大 QQ 窗口。（课程中，可以给我私聊消息，但请勿插话，即使课程中讲到你的相关资料。）

下两次课程分别是下两个周三，晚上 8 点 40 分。

下周三讲的是 SEO 的心态、

30 号是采用歪歪语音工具案例分析 3 个网站（讲课会录音）。

语音工具及使用说明在本 qq 群的共享里。因为语音讲课可能导致部分同学网络堵塞听不到，我们每一期课程都只安排一次语音。

语音课，每一期如果想参加的同学都可以参加。高级区讲课记录板块，可以看到每一期的语音课时间。

对于本期的同学，我们预期在 2012 年年薪 30 万的同学聚会，这也给我们提出了很大的挑战和压力。

我们切实希望大家尽快找到与实际结合的项目，开始奋斗！当你开始了，一切资源和思路就会随之而来。

这些与实际结合的项目，我们推荐是做电子商务。类似现在大量的人在淘宝上销售产品，咱们懂 SEO 的人是创建独立网站销售产品。

这些产品类似：豆浆机、奶粉、收音机、跑步机、礼品、茶叶、手机。

现在百度上做比较成功的，目前还是集中在批发，外贸服装批发、韩国服装批发、饰品批发。

SEO 技能重要的是：你懂什么，知道该做什么，而不是你会什么操作。当你知道了这样做可以成功，就要开始不折不扣去执行。实践的过程或许是乏味的大量重复性工作，但这是通往成功的必经之路。没有执行力和执着的精神，一切思维看似纸上谈兵。

思路只有结合坚强的执行力方显价值。那么思路是什么？为什么这么强调执行力？这是今晚课程要解开的。

第二节课，咱们探讨的是如何优化目标关键词。通过 7 步彻底攻克任何一个不管多么艰难的目标关键词。

这里复习下这七步：

- 1、确定目标关键词
- 2、确定网站主机
- 3、建站
- 4、准备并发布信息或产品
- 5、建立一级目录的博客或论坛
- 6、坚持做站内和站外的锚文本
- 7、通过流量分析工具获得结果的反馈、

这七步分别的注意点：

- 1、确定目标关键词（如何分析关键词竞争性、如何选择目标关键词）
- 2、确定网站主机（主机尽量支持 URL 重写）
- 3、建站（根据自己的功能需求选择适合自己的开源程序，目前的开源程序都比较符合 SEO）
- 4、准备并发布信息或产品（注意原创、持续性、内容互联）
- 5、建立一级目录的博客或论坛（目的是提升首页权重和做大量的长尾）
- 6、坚持做站内和站外的锚文本（做锚文本的注意事项）

## 7、通过流量分析工具获得结果的反馈（特别关注网站跳出率）

以上 7 步攻克目标关键词的流程包括注意点，你都可以在教研室找到相应的系统分析。

如果你还有疑问，请找下相应的文章阅读，或在教研室提交疑问。

攻克目标关键词对于 SEO 工作来讲是最重要的，但不是全部。在整个的 SEO 工作过程中，我们绝大部分的精力是放在长尾关键词的挖掘和优化上。从网站的流量上看，一个成功的网站一定是绝大部分流量来自长尾关键词。

对于一个全新的网站要攻克目标关键词需要少则 3 个月，多则半年以上的时间。在这个时间内，我们可以通过优化大量的长尾关键词为网站带来流量。对于绝大部分赢利性电子商务网站，长尾关键词带来的客户和订单往往是维持网站初期发展的关键。

于是，我们现在会产生这么一串疑问？

- 1、长尾关键词是什么？
- 2、长尾关键词有什么用？
- 3、长尾关键词怎么获得？
- 4、长尾关键词怎么系统优化？
- 5、还可以如何挖掘长尾关键词？

这就是咱们今晚课程要讲的，主题是：如何优化长尾关键词 —— 源源不断的流量之源。

今晚的课程，就是按以上 5 个问题展开。

### 1、长尾关键词是什么？

这几天看大家的作业，大家对长尾关键词的理解，一般是认为，长尾关键词就是目标关键词的相关关键词。

比如：

咱们一些同学举的例子，

当目标关键词是“养生茶”时，那么长尾关键词可以是“养生茶做法”，“养生茶大全”。

当目标关键词是“旗袍”，那么长尾关键词可以是“旗袍美女”，“陈好旗袍”。

当目标关键词是“法律”，那么长尾关键词可以是“法律咨询”，“法律讲堂”“企业法律顾问”，“法律援助”。

当目标关键词是“nike”，那么长尾关键词可以是“nike air max 87”，“nike list”。

咱们可以发现，大家的这些回答中，都有一个规律是，长尾关键词中包含了目标关键词。

这是对长尾关键词理解的第一个层次，即：目标关键词的相关关键词就是网站的长尾关键词。

这样的理解并没有错误，但没有深入到长尾关键词的本质。

长尾关键词概念的核心是：通过网站内容页面带来目标用户的关键词称为长尾关键词。

这个概念里，包含了两个要点：

- 1、通过内容页面来优化的关键词；
- 2、这个关键词能给你带来目标用户。

比如：SEOWHY 的几万个内容页面，每天给 SEOWHY 带来上万个 IP。但这些 IP 对于 SEOWHY 的

服务和业务来讲并非都是有用的，论坛的一些娱乐性帖子带来的流量就毫无意义，他们的跳出率往往 100%。

我们在算 SEOWHY 的长尾关键词时，算的是，内容页面带来对 SEO 感兴趣的用户算长尾关

键

词。而内容页面的关键词可以有千千万万种，并非每个关键词都包含目标关键词或与目标关键词相关。比如：SEOWHY 的长尾关键词有，反向链接、什么是错误链接、什么是目标关键词，这些词都不包含 seo 这个词，但他们都带来了 SEOWHY 的目标用户——可能对 SEO 感兴趣的用户。

总结长尾关键词的核心：通过网站内容页面带来目标用户的关键词称为长尾关键词。

## 2、长尾关键词有什么用？

长尾关键词的作用根本上讲，就是能够给网站带来源源不断的流量。

特别是对于目标关键词暂无排名或排名不稳定的新站，长尾关键词是新站发展初期生机的来源。

总结长尾关键词的作用主要有以下三点：

### 1、长尾是搜索引擎留给新站的机会。

长尾关键词往往竞争性不强，当前情况下，绝大部分长尾关键词的排名依靠的是主站的权重，和内容页面的标题上出现了那个关键词。很少长尾关键词的排名，是依靠咱们说的“锚文本”做上来的。所以，要做长尾关键词的排名，只要咱们做少量的锚文本，就可以实现。这个现实给新站去系统优化大量的长尾关键词留下了机会。

### 2、长尾关键词可以给新站带来目标用户。

咱们回忆我第一次上课时，讲到的 SEOWHY 的发展历程，SEO 这个关键词获得好的排名，是

在 SEOWHY 上线之后的五六个月论坛上线之后。而论坛刚上线时，我们就有大量的会员，这些会员就是 SEOWHY 上每篇文章的长尾关键词带来的。因为这些长尾关键词每天带来几百个对 SEO 感兴趣的用户，他们又参与了论坛的交流，于是壮大了 SEOWHY 的内容量，论坛

的更新机制又非常迎合搜索引擎的喜欢，从而这一切促进了 SEOWHY 目标关键词 SEO 的排名

。

同样的，对于任何一个新站，在最初的几个月都应该把目光放在长尾关键词上，他们带来的用户往往是非常专业和有针对性的。

### 3、长尾关键词的排名往往很稳定。

长尾关键词排名稳定的根本原因是，目前的 SEO 普及程度下，很少人知道非常系统的去优化长尾关键词。具体到你所处的行业，能直接与你竞争的懂 SEO 的人就更少。即使有数个竞争对手，你的长尾关键词仍然也会排名在第一页。不像目标关键词，那样每日都会出现很多新的网站目光标准了这块大蛋糕。

这是长尾关键词的作用：

A、长尾是搜索引擎留给新站的发展机会。

B、长尾关键词可以给新站带来目标用户。

C、长尾关键词的排名往往很稳定。

## 3、长尾关键词怎么获得？

这里，我们提供三个获得长尾关键词的思路：

A、通过在百度搜索目标关键词，然后查看“相关搜索”，获得长尾关键词。如：搜索“快速减肥”；

然后再用这些相关搜索再次搜索，获得更多相关关键词。

B、通过在百度知道，搜索你已经获得的长尾关键词，去获得更多相关的长尾关键词。比如：你点击这里可以获得很多长尾关键词：<http://zhidao.baidu.com/q?word=%B1%A6%B1%A6%B5%C4%D4%E7%C6%DA%BD%CC%D3%FD&ct=17&pn=0&tn=ikaslist&rn=10&lm=0&fr=search>

C、通过研究同行的网站或论坛内容标题获得长尾关键词。

这里的三个思路是告诉你如何获得长尾关键词，你可以发挥你自己的聪明才智获取更多的思路。

长尾关键词流量可以很低，甚至一个礼拜才一个 IP，但你可以做无数个这样的长尾关键词，只要你执着得坚持下来。

#### 4、长尾关键词怎么系统优化？

——这里，我们比较详细得归纳了五步。

第一步：准备网站信息

你或许无法一次性准备网站所有信息，一次性准备也不现实。但你要先想好，你的网站信息怎么来？

原创是最好的，如果可以原创，只要一天一篇，90 天内就可以让你的网站足够让搜索引擎信任。

原创可以让你的网站非常受信任，并能让绝大部分长尾词排上第一。但只有 90 篇文章还不够，你还得为丰富内容想办法。

网站内容的来源，我们建议以下三个途径：

A、来自书本和杂志，但要先搜索下，确定这本书在网上还没有。不少同学都购买扫描仪专门做这个事情。

B、组合信息，可以在不同的网站收集不同属性的信息，然后组合成一个新的内容。比如：故宫的景点介绍这个内容，你可以到不同的网站分别采集游记、介绍、攻略等。

C、添加评论，产品的内容往往不多，可以考虑到点评网站等去采集评论来组织信息。

准备网站内容的时候，应该把长尾关键词分为两类：

A、目标性长尾关键词；

目标性长尾关键词，指的是网站的主要产品或服务延伸的长尾关键词。

这类信息是长尾关键词的主体，每个网站最初优化长尾关键词都是考虑优化自己网站上已有的产品或服务的关键词排名。这类长尾关键词，我们称为目标性长尾关键词，即优化上来后，带来的客户是直接需求这类产品或服务的。

B、营销性长尾关键词：

营销性长尾关键词，指的是，这类长尾关键词带来的用户不是直接要购买网站的产品或服务，但带来了你网站的准用户。比如：销售母婴用户的网站，可以去做母婴相关资讯，这类长尾关键词如：宝宝睡觉的时候哭，宝宝喜欢咬手指，宝宝爱哭是为什么等。销售减肥产品的网站，可以去优化健康相关的资讯，这里长尾关键词如：我太胖了怎么办，吃什么水果可以减肥，吃什么可以减肥最快等。

这些长尾关键词给你带来目标用户之后，通过你相关信息的引导和介绍，推荐他们购买你的产品或服务。这类长尾关键词，我们称之为营销型长尾关键词。

我们可以发现，营销型长尾关键词，可以认为是与自己产品相关的某某知识的十万个为什么，如：卖减肥产品的，有一个“减肥十万个为什么”、卖母婴用想过有一个“育婴十万个为什么”、卖户外用品的有一个“户外十万个为什么”、卖礼品的有一个“礼品十万个为什么”等。经典模仿案例：<http://www.liyi99.com/giftculture/>



这是第一步：准备网站信息

第二步：认真对待每一次更新

内容，我们要的不是多，而是精。务必认真对待每一次更新。

长尾关键词，也就是当前网页的目标关键词，优化的要点是“四处一词”。

这是一个非常重要的概念，请务必深刻理解。

“四处一词”的详细解释是：

假设你已经确定了某个内容页面要优化的长尾关键词。

那么你要在这个页面的这四个地方出现这个长尾关键词：

第一处：当前页面的标题上出现这个关键词；

第二处：当前页面关键词标签、描述标签里出现这个关键词（如果是英文关键词，请在 URL 里也出现）；

第三处：当前页面的内容里，多次出现这个关键词，并在第一次出现时，加粗；

第四处：其他页面的锚文本里，出现这个关键词。

比较详细的案例是 SEOWHY 的基础指南部分：[www.seowhy.com](http://www.seowhy.com)

观察 SEOWHY，你可以看到，我们每一篇文章都充分考虑四处一词，都会有意无意提到其他文章的关键词，并打上锚文本。同时，请观察每篇文章最后一般会有一句话：您或许还感兴趣等等，通过这句话把其他文章的链接锚文本做进来。认真观察这个页面，可以很好理解这个思路：[http://www.seowhy.com/3\\_77\\_zh.html](http://www.seowhy.com/3_77_zh.html)。

这是第二步：认真对待每一次更新

第三步：准备一个长尾关键词记录单

通过百度相关搜索，获得网站的大量长尾关键词。然后采用记事本的形式把它们以及它们所在的 URL 记录下来。这就是一个长尾关键词记录单。

做长尾关键词记录单，注意点：

在头脑中，要有 2 个清晰的概念：

1、某一个关键词，我是用哪一个 URL（页面）来优化的。

比如：SEOWHY 上，

“SEO”这个关键词，是要用 <http://www.seowhy.com/> 这个链接来优化的。

“SEO 论坛”这个关键词，是要用 <http://www.seowhy.com/bbs/> 这个链接来优化的。

对于一个关键词，往往只用一个 URL 来集中优化它。

2、某一个 URL（页面），我要优化的是哪一个或几个关键词。

比如：SEOWHY 上，

[http://www.seowhy.com/3\\_77\\_zh.html](http://www.seowhy.com/3_77_zh.html) 这个 URL 要优化的是这两个关键词：什么是死链接、死链接

[http://www.seowhy.com/2\\_76\\_zh.html](http://www.seowhy.com/2_76_zh.html) 这个 URL 要优化的是这两个关键词：长尾关键词、什么是长尾关键词

当然，一个 URL 可以优化几个关键词。

明白了以上 2 个概念后，接下来在每次发站内文章或站外文章时，出现了以上的关键词，都打上锚文本指向到它所对应的 URL 上，注意不是都指向首页。

为了避免过度优化等可能\*，每篇文章要锚文本向其他文章时，这篇文章里只要做一次链接即可，而不要做很多次。

对于长期的 SEO 工作，我们提出制作长尾关键词记录单的建议。

制作长尾关键词记录单，即把网站上有计划的长尾关键词以及其所对应的 URL 记录下，形成一个条理化的记录表。

这里展示一下 SEOWHY 的简易长尾关键词记录单，请点击

<http://www.seowhy.com/tupian/long.txt>

长尾关键词记录单的内容可以很简单，包含关键词和 URL 即可。当然，你可以结合你自己的喜好发挥和创造更实用的。对于大型网站，则需要开发程序，自动在网站每篇文章相应关键词加上猫文本。现在基本各大门户网站都这么操作了。主要要点是：当一个页面出现多次关键词时，只要加一次就可以了，不要加多次影响用户体验。

这是第三步：准备一个长尾关键词记录单。

第四步：不定期为长尾关键词作外部锚文本

我们建议建立 2-3 个博客，这些博客是可以长期使用的，可以为你的大量关键词服务，而不只是你的目标关键词。

不定期地，请把你的长尾关键词以及他们的链接整理出来，稍微组织成一篇像样或不像样的文章，发布到你的各个博客上。

关于自建博客，咱们会有以下 9 个疑问：

1、发的内容要注意什么？

尽量发的内容和你网站的内容属于同类。比如：IT 类、旅游类等  
文章尽可能不是来自自己网站。或者是，自己网站上非常不重要的内容，如：没希望排名的、被复制多次的、或其他说明性文字。

碰过这样的情况：把自己网站上的文章发到自建博客上，后来居然发现那篇文章的排名比自己网站还高。防止这种情况的办法是，尽量不发自己网站的文章，发的话，一定要修改文章标题。

2、文章内可以带多少个锚文本？

根据文章长度，文章内可以带十几个锚文本也没问题，这些锚文本应该是目标关键词或长尾关键词。

3、我需要把每个目标关键词都指向首页吗？

一样的关键词出现多次时，只要加一次即可。尽量是第一次出现时。

可以多个关键词指向同一个页面。但如果该关键词不是那个页面的目标关键词，则指向没有实际意义。

4、我可以把自建博客上的这篇文章发到别的博客上吗？

可以！如果一样的，同时间发非常多，比如 100 篇以上，这样就和博客群建很类似了。（博客群建存在被惩罚隐患）

5、这篇文章如果没有人访问，没有人点击，可以吗？

可以！因为咱们的目的是为了搜索引擎收录，为你的网站添加外部锚文本而已。

6、自建博客是否一定要被收录？

是的。但无法控制其收录情况，建好后，提交一下搜索引擎即可。

7、我是建多个博客，还是不断丰富几个博客？

不断丰富几个博客。因为博客也有权重之说，不断丰富起来，将来这些博客可以成为你的资源。博客的友情链接位置，可以用来和其他博客交换连接。

如：你的博客链接对方的网站 A，对方的博客友联你的网站 B。

8、推荐几个收录比较好的博客？

百度空间、和讯博客、阿里巴巴等。

其他推荐的博客系统：<http://www.seowhy.com/bbs/thread-12564-1-1.html>

9、自建博客一方面是在免费博客系统上建，另一个是自己建立独立博客，哪一个比较好呢？

在类似新浪这样的免费博客系统上建博客的最佳好处是，免费，可以建多个。

算好处，当然是建立独立博客好。如果你有原创的内容，则发在独立博客，或自己网站上建一个二级目录的独立博客。如果是伪原创或采集的内容，则可以采用免费博客系统。

上面是做自建博客时，会碰到的 9 个问题。那么对于要获得较大成功的同学，需要合理安排时间和人员做外链。一般要准备大概 10 个博客，每天为网站做 30 个左右的外链，如果人员足够则可以做上百个，低于 200 个为佳。

这是第四步：不定期为长尾关键词作外部锚文本。

第五步：通过 GG 分析了解长尾关键词的排名和流量

看到自己的长尾关键词带来了丰厚的流量，这是对自己的一个非常大的鼓励，激励自己继续坚持往前做。

看到带来流量的长尾关键词，你可以到搜索引擎上去搜索下，看他的排名在哪里？如果已经在第一页或第二页，那么继续为这些关键词重点加一些锚文本，就有助于他们尽快排名提升。

以上五步讲的是，如何优化长尾关键词，总结起来是咱们教研室里提到的一个概念叫“四处一词”。

大家的大量实践证明，以上方法的效果立竿见影，只要你勤快，你的网站流量可以源源不断增加。

以上这五步，就是解答：长尾关键词怎么系统优化？部分还不够清晰的同学，请课后复习下。

5、还可以如何挖掘长尾关键词？

这里咱们引用高级区谈到“挖掘用户的力量”第三大作用：让长尾无限膨胀

一个成功的网站，一定是长尾关键词非常多的。

长尾关键词非常多，那一定会是一个非常成功的网站。

这里的逻辑是：

1、成功的网站一定是利用用户给网站创造长尾的。只有用户自己来创造长尾，网站的长尾才会非常多，源源不断。

“百度知道”，如果把它当作一个网站，而排除它和百度本身的关系，那是一个最大程度挖掘了用户的力量力的网站。

我们在百度甚至 Google 搜索生活中的任何“在哪里”、“怎么弄”、“为什么”，“帮帮我”，都会马上被告知“百度知道”。

这本质上不是“百度知道”的 SEO 多么牛，不是的，而是你搜索的内容（关键词），刚好“百度知道”上有一样的内容（在标题上）。

因为“百度知道”的内容全部来自各式各样的用户，同样一个问题，可能有上千种问法，这上千种问法，百度知道上都有，还有哪一个网站能这样的平台有更全面的长尾关键词？

还有：西祠胡同、豆瓣、寻医问药、阿里巴巴，如果你经常使用百度，你不会对他们陌生的。因为太经常在某个长尾词上看到他们。

我们现在在百度或 google 上搜索大量与 seo 相关的问题，基本上都会看到 seowhy 论坛，因

为 seowhy 论坛的用户已经创造了大量这样的“个性化长尾关键词”。

2、长尾词非常多，这个网站一定会成功。因为长尾词源源不断给你带来新的用户，给你的网站注入新的生命力，这些新的力量，又参与到你的长尾词建设中。。

挖掘用户的力量，让你的网站长尾词膨胀。

1、建立行业论坛，让用户来发展壮大你的网站长尾词数据单。seowhy 论坛采用这个方式。

2、建立行业博客群，让喜欢你网站的用户拥有你网站的一个博客，博客的内容壮大了你的长尾数据库。

记住：这些，请都放在你主域名的一级目录下，这样让你的网站不断膨胀和富有活力。

在长尾膨胀的同时，目标关键词第一则指日可待。

我希望你能理解我的思维方式，不只是考虑我行业论坛怎么建，行业博客群怎么建。这是具体的技术问题了。

让用户创造内容，内容就是长尾，哪怕多么低的流量，但，星星之火可以燎原！

以上是我们建议的挖掘用户的力量挖掘长尾关键词的思路。

我们说 SEO 人才三个层次，三流的 SEO 人才只知道做外链、二流的 SEO 人才考虑做内容，一

流的 SEO 人才探索挖掘用户的力量，让网站形成自发展的生态系统。

这就是今晚的全部课程。

现在休息 5 分钟。

今晚的问题提交地址：<http://www.seowhy.com/edu/thread-9548-1-1.html>

今晚回答 12 个问题。来不及的，可以明天或后台来到你提交的地方看答案，或给我私聊消息。