

## 价值百万的两年黑帽 seo 技术手稿

权重 3 就可以卖 50 万是什么样的网站股票配资网站 SEO 案例 站群 SEO 优化案例

#### 起因

百度权重权重 3 就可以卖 50 万

上证指数从 2660 到 3450 飞速拉升

#### 域名信息

11 年的老域名

1、域名从 2004 年建站，一直稳定到 2017 年，2019 年开始做配资站，没有出现违规信息

2、域名近 5 年建站记录稳定，据说域名长期不能访问会丢失之前积累的权重

3、目前外链数据非常好看，但大部分锚文本都是“股票配资公司”，应该是近期建设起来的;具体做法放到后面讨论

总结：选择近期有建站历史，没有违规建站记录，有外链资源的。

#### 内容来源

1、目前网站总内容量\总页面数都是 2 万+， 总收录：2 万，收录率 90%多，高于平均水平

2、通过抽查，发现全部内容都是直接采集,没有任何伪原创手段

3、采集的速度比较快，原创出现 24 小时内就采集到自己网站了，分析时，好几篇文章的标题就搜不到几篇文章

总结：只要采集的速度足够快，百度就发现不了我是采集的。这让我想到一个策略，挖掘一批原创内容的来源，比如自媒体账号，定时采集，只要发现新文章，就立刻采集，立刻推送给百度

#### 网站程序

1、通过网站的 robots.txt 可以看到一些 dedecms 的痕迹，判断使用的是 dedecms，网站模版非常相似，估计是一个模版套出来的

2、按说 dede 的安全性问题很多，估计已经做了动静态分离

3、页面优化，网站对访问速度做了优化，页面体积小、图片只有 1 张;页面打开速度控制在 500ms 以内;

#### 词库

1、网站关键词总数在上半年一直稳定在 200 左右，6 月随着股票进入牛市，有了一波大的上涨到了 800 左右(如下图)

2、前 5 页关键词总数量一直是 top10 关键词总数的一半，超过平均水平，很多关键词与排名页面的内容的匹配度不高，应该是通过刷整站快排实现的

3、很多关键词与排名页面的内容的匹配度不高也可以看出站长没有规划长尾词库，内容采集后排名随缘(如下图)

4、关键词布局是通过【关键词】文章标题这种组合形式实现的，简单粗暴，效果一般

总结：首页关键词定好，上快排，其他页面有排名就刷，没排名不管

#### 外链

1、老域名带来的外链不多，从最早发现的外链数据、和锚文本数据可以看出

2、97.3%的锚文本都是“股票配资公司” 总数有 404822、来自 917 个域名，买外链了?我们继续查一下

3、通过爱站的外链监测，只发行了 13 个外链;没有发现大量采购外链的痕迹，外链那里来的呢?

4、再通过深入挖掘外链、同 ip 下网站的方法，发现了这个站长的操作逻辑

### 批量建站原理

- 1、大量建站，选用有一定外链资源有稳定建站历史的老域名，都是用的一套系统和内容逻辑减少维护成本
- 2、采集财经网站，发现新内容后快速采集并发布，每个网站的内容都不一样，就是说，每篇内容只发一个网站
- 3、整站快排，给所有有排名的词刷快排，提升网站整体排名数据
- 4、站群内链，网站底部做全站外链导向主要排名网站

### 团队的内部调研方法论，研究透

#### 流量相关

- a.平台/素材/文案/素材重点/投放周期/成本/流量大小
- b.着陆页/转化率/加载速度/页面重点/页面风格
- c.对抗策略/点击率/用户群体/cloak/防封策略

#### 转化率策略

- a.logo/应用市场截图/演示视频/标题/副标题/短描述/评论/评分/分类排名/内购推广
- b.版本更新文案/长描述/官推评论/安装包大小/顶部 banner/开发商
- c.可信度/品牌/风格化
- d.搜索联想词/关键词指数/官方推荐

#### 产品相关

- a.闪屏/引导页/新手引导/核心路径/页面重点/获取授权/异常处理/裂变机制
- b.技术实现/核心壁垒/商业解决方案/相关论文/成本/迭代周期
- c.交互/差异化/亮点/aha 时刻/引导评分评论/push
- d.研发周期/mvp 版本

#### 变现方案

- a.定价策略/付费点曝光/召回机制/付费时间点
- b.收入预估/ARPU 值/回本周期/投放 ROI 预估
- c.可持续性/营销活动
- d. 广告策略/广告平台/广告曝光点

#### 关联

- a.官网/同主体产品/团队背景/团队配比/目前重心
- b.蒲公英平台/招聘广告/域名/邮箱/电话/用户名/google/facebook/youtube/twitter
- c.马甲包/同类产品/分类排名/top10

### 一个月入十万的案例游戏与思维拓展网赚

#### 五福

##### 游戏碎片

#### 实操

- 1.自己做二道贩子，淘宝开个店，在游戏里面收购，淘宝上卖
- 2.做公众号，用这些稀有道具吸粉，后期用其它方式营销变现
- 3.自己刷道具放淘宝卖，这个东西其实特别适合游戏工作室

## 模拟器和群控

### 一篇日赚 1000 美元的案例与实操

核心: 网站-流量转化-销售

1. 尽可能多地去回答有关于保险内容的问题
2. 投放推广自己的文章
3. 尝试和阅读过保险相关内容的读者建立链接

实操: 买域名, 大量的写稿, 全网铺文

经验和教训

1. 找对圈子, 加速成长

圈子使快速和同领域的人建立链接, 里面有记者、博客作者、注册会计师, 以及个人理财领域的几乎所有人

2. 添加多条产品线的好与坏

拓宽原有单一的人寿保险, 为网站添加了超过 10 个其他保险产品

3. 想要获得流量, 必须不断地分发大量内容
4. 买域名很贵, 但很值得
5. never give up, 不要轻易放弃

### 一篇外贸独立站 youtube 赚美元的案例半年 30 万刀

做了一个外贸独立站, 接着全面优化网站 SEO, 制作 YouTube 视频, 加上 Google 广告 +Facebook 广告获取大量用户询盘

想什么

想一想外贸是不是适合你? 想一想是做外贸还是

做跨境电商? 是 To B 还是 To C? 是做平台还是做独立站? 想一想这种商业模式是不是适合你? 想一想到底怎么能赚到钱(客户怎么付钱和为什么付钱给你)? 想一想这种模式是短期的还是长期的? 想一想你目前的客户的用户画像, 想想你的产品会不会被轻易取代, 想一想你的行业是否会被东南亚国家的工厂取代, 你的核心价值是什么, 为什么客户要与你做生意?

为什么选这款产品?

产品的 Google 排名, 阿里国际站, 竞价的网站数量

第一, 竞争不大, 非常小众。第二, 友商不专业。第三, 我能在 3 个月内做到

Google 首页

阿里巴巴、速卖通和中国制造网

最关键的问题是什么

霸占 Google 首页排名+视频营销+解决客户的售后痛点+完美的服务

1. 霸占 Google 首页

小产品或者 B2B 产品

YouTube 和其他视频和短视频渠道, Facebook, ins 以及 Tiktok

用户在 Google 里搜索

用户在阿里巴巴国际站里搜索

其他本地的线上商城

容易被忽视的关键词

核心关键词

以结果为导向

银行转账付钱

邮件和 WhatsApp

网站，做 SEO 自然排名。

-网站，做 Google 付费广告。

-YouTube，做 Google 付费广告。

-Facebook，做广告和公共主页。

-YouTube，做搜索排名和推荐流量

Reddit, Quora 问答

## 2. 视频营销

YouTube 和 Facebook、Tiktok

建议

视频的时长控制在 20 分钟以上，越长的视频效果越好

有趣有范有特性

标题选择长尾关键词

引流至官网

## 3. 解决用户的痛点

了解产品

自家

同行

解决方案

报价体系

## 4. 完美的服务

回复要及时，全面

视频演示

盈利

获得客户之后，面临的就是转化，购买

一个不起眼的赚钱案例

核心

重装 windows 系统

为什么这类型提供系统下载的网站要做广告投放呢？花钱做广告来提供免费的系统下载

为什么愿意投放广告来提供免费的系统下载，原因就是在这个 ghost 系统里面有大量的预装 app，有做过 CPA 的应该都懂，安装这些 APP 可以赚钱，一个系统

大概可以安装几个影音娱乐类的 app, 起码有几十块

5000 字长文告诉你, SEO 每日流量如何从 0 到 10000+

#### SEO 内容堆砌时代

TF-IDF(词频-逆文档频率)算法是一种统计方法, 用以评估一字词对于一个文件集或一个语料库中的其中一份文件的重要程度。字词的重要性随着它在文件中出现的次数成正比增加, 但同时会随着它在语料库中出现的频率成反比下降。该算法在数据挖掘、文本处理和信息检索等领域得到了广泛的应用, 如从一篇文章中找到它的关键词。

如果包含某个词 Word 的文档越少, 则这个词的区分度就越大, 也就是 IDF 越大。对于如何获取一篇文章的关键词, 我们可以计算这篇文章出现的所有名词的 TF-IDF, TF-IDF 越大, 则说明这个名词对这篇文章的区分度就越高, 取 TF-IDF 值较大的几个词, 就可以当做这篇文章的关键词。

基于 TF-IDF 算法衍生出来的内容堆砌时代, 在这个时期盛行各种伪原创工具, 堆积关键词密度, 站长之家的密度建议 2%至 8%被誉为行业标准, 还有四处一词(标题 title、关键词 keywords 和描述 description、内容、锚文本)的运用, 让 SEOer 们在搜索引擎中如鱼得水。

#### SEO 外链时代

PageRank, 网页排名, 又称网页级别、Google 左侧排名或佩奇排名, 是一种由根据网页之间相互的超链接计算的技术

基于 PageRank 算法衍生出来的外链时代, 那时候多浏览器多窗口同时运行, CtrlC 加 CtrlV 无限循环, 我们被亲切地称为 CV 工程师;而后黑马博客群发、虫虫营销助手, 又如剑客手中的剑摄取着搜索引擎这个大流量池;当然还有大量的各式各样友情链接交换手法以及链轮手法。

#### SEO 点击时代

随着搜索引擎的算法机制越来越完善, 渐渐减弱对内容密度、外链的比重, 倡导用户体验优先, 那么点击算法孕育而生, 由用户点击次数跟用户停留时间构成。

用户点击次数:

尽量控制点击次数, 要和人为的点击比较接近(每个关键词点击在 2-5 次左右), 从百度页面点击进去关键词网站页面, 待 2-10 秒(页面不要关闭, 时间待调整), 再次从百度搜索进入, 点击关键词页面进入网站, 待 10 秒左右, 并且最好可以再点击几次页面内的其他链接。确保整个过程用户停留在网站的时间大于 1 分钟以上。

用户停留时间:

论坛最佳时间在 3 分钟左右, 门户资讯网站一般在 1 分钟-3 分钟左右。

SEO 流量  $\approx$  搜索需求覆盖率 \* 收录量 \* 排名 \* 点击率

#### 实践篇

##### 1. 搜索需求覆盖率

搜索需求覆盖率简单可以理解为词库, 也就是说针对于自身行业建立词库需求表

- 1) 百度相关搜索
- 2) 百度下拉框
- 3) 关键词规划师(<http://www2.baidu.com/>)
- 4) 5118(<http://www.5118.com/>)
- 5) 词库网(<http://www.ciku5.com/>)
- 6) 爱站词库(<https://ci.aizhan.com/>)

7)搜狗输入法词库(<https://pinyin.sogou.com/dict/>)

8)对手网站建立标签词库

建立词库需求表有两个作用

- 1) 针对词库关键词去创造(采集)内容
- 2) 相近属性(词义)的关键词组成聚合(TAG)页

## 2. 收录量

收录量 $\approx$ 内容数量\*内容质量

1)内容数量

a.采集法: 采集法采集的内容质量相对较低,但是可以量取胜,把之前整理好的词库按照词性相近的原则,生成聚合页

2)内容质量

怎么样构建质量高的内容,高质量内容需要满足用户需求

打开百度指数的需求图谱,大体可以看到搜索“刘亦菲”的人,可能会关注刘亦菲微博、刘亦菲电影、刘亦菲宋承宪、刘亦菲结婚照等等,那么就可以根据这些需求点去撰写内容

打开百度知道,就会发现网友比较关注刘亦菲的哪些问题,针对这些问题,也可以去撰写内容。

## 3. 排名

当做好搜索需求覆盖率跟收录量之后,接下来就到排名排名环节,虽说现在搜索引擎对于外链的比重减低,但对于高质量的链接还是非常倚重的,就目前而言可操作外链平台越来越少,很多论坛都不可带链接,只剩下少量的台可以带链接,像新浪博客、网易博客,期待你更多的挖掘。除了自己发外链

1)做内链

2)换友情链接,不局限于首页,还有列表页、内容页等,如果你的是大站的话,还可以按各种类别、城市去换(友情链接代交换代维护)。

3)买链接,在资金充裕的情况下不妨可以去购买链接。

4)扫漏洞、加黑链(慎用,犯法)。有部分的人利用一些开源 CMS 的漏洞,通过工具扫描出网站后台以及账号密码去加黑链。

## 4. 点击率

1)标题优化

2)图文并茂,图片像素在 800px\*800px 以上,能够有效的提高出图率。

3)对于有实力的品牌,建议去做个官网认证。

SEO 排名,为什么需要一个 HTML 版本的地图?

### 1、百度索引

通常来讲 HTML 版本的网站地图,它就像一个网站的列表集合,它有利于百度蜘蛛快速的爬行每一个 URL 地址,从而推动网站被百度快速收录。

一般来讲,如果你的网站数据量相对比较多,我们通常会利用组合式的 HTML 版本地图来讲解决这个问题,通过合理的链接关联形成有必要的关联。

### 2、目录层级

如果你的网站数据量相对比较多,在某种程度上,有很多深层次的页面,很难被搜索引擎发现,特别是对于电商网站而言,这样的网站类目众多,我们很难清晰的了解网站整个结构。

合理的利用 HTML 版本的地图，就可以相对容易的一目了然，可以让用户与搜索引擎快速的发现重要页面。

### 3、提高排名

们知道 HTML 的地图，通常都是锚文本链接的展现形式，它强化了目标页面的关键词，通常我们也是这么做的，用页面核心关键词进行标注。

一个是增加搜索引擎识别页面核心关键词的强度，另外一个如果用户透过页面合理的进行点击，也会对目标页面起到积极的作用。

### 4、页面活跃

当你在做 SEO 工作的时候，如果你经常审查网站日志，你就会发现一个问题，那就是当你某一个页面成功发布之后，过了一段时间周期，这个页面的抓取频率就会下降，也经常会有站长讨论，百度快照不更新的相关问题。

但对于 HTML 版本的地图而言，这样的页面，每天都会产生大量的 URL 地址，所以这个时候，页面的活跃度还是相对比较高的。

特别是对于一些新页面的爬行与抓取非常有利。

## SEO 是什么意思：SEO 基础知识大全！

### SEO 是什么意思

SEO 实际上是指搜索引擎优化，主要的目的是基于 SERP（搜索结果），通过更加符合搜索引擎抓取、索引、排名的方法，有针对性的调整自有网站的相关数据指标，从而提高目标网站相关关键词的排名

- ① 它是基于 SEO 基础知识深刻理解的一门艺术。
- ② SEO 是资源整合，它需求撬动多方人际关系与站点资源。
- ③ SEO 是利刃出鞘，只有这样，才能在众多竞争者中，脱颖而出

### 为何选择 SEO？

- ① 它有利于提高自然排名，增加网站目标精准流量。
- ② 它有利于提高品牌曝光度，提升企业品牌影响力。
- ③ 它是低成本的营销的首选渠道，长期稳定，先难后易。

### SEO 基础知识，有哪些？

#### 1、原理

- ① 搜索引擎抓取目标网站内容。
- ② 针对所抓取的内容，进行质量评估，质量高的放在高质量索引库，反之放在低质量索引库。
- ③ 在有相关检索的时候，优先给予高质量索引库的内容，进行排名。

#### 2、架构

##### 漂亮的外观

- ① 它引导百度爬虫合理的抓取网站内容。
- ② 它有效的控制页面权重，内部有针对性的传递。

#### 3、内容

对于新上线的站点，一般情况下，它会有一个网站沙盒期，主要是针对站点内容的考量，如果你的内容质量不高，那么这个周期相对较长，这是为什么，新站百度不收录的主要原因。

- ① 合理的文章长度，可以有效的阐明观点。
- ② 保持行业垂直性，不要顾左右而又言它。
- ③ 基于搜索需求撰写内容，而不是日记形式的流水账，并保持更新频率。



#### 4、链接

① 适当增加行业权威性外链，有利于提高搜索引擎的信任度，它有的时候相对于一种推荐信，如果基于搜索引擎的角度，你被推荐的次数很多，并且很权威，那么它会认定这个站点具有很高的价值。

② 网站的内部链接，基于用户体验的角度，它可以有效的引导用户查看更多相关性的内容，增强页面停留时间，以及用户粘性，从而强化品牌的影响力。

#### SEO 基础知识

SEO 术语 网站权重 百度蜘蛛 百度指数 百度索引量 百度快照 自然排名

RobotssitemaptitleDescriptionkeywordH 标签 alt 标签 strong

域名注册 域名选择 域名历史 老域名 权重域名 抢注域名 网站 ICP 备案

#### 站内优化

##### 站内优化

关键词密度 长尾关键词 品牌词 关键词库 关键字指数 关键词热度 热门关键词

关键词挖掘 关键词分析 关键词策略 关键词竞价排名 百度相关关键词 关键词规划师

网站结构设计 网站导航 锚文本 内链 超链接 标题优化 调整图片大小 SEO 代码优化

相关性 SEO 写作 UGC 洗稿 文章采集 伪原创 代写 网站内容更新 网站内容优化

#### 外链建设

##### 外链建设

反向链接 超级外链 发外链 手工外链 高质量外链 免费外链 买卖链接

论坛外链 视频外链 博客外链 图片外链 网盘外链 软文外链 友情链接

#### SEO 数据

##### SEO 数据

SEO 数据监控 SEO 网站诊断 网络流量统计 死链接 转化率 点击率

搜索引擎排名 提高百度排名 提升网站排名 新站排名 SEO 排名优化 网站推广排名

#### SEO 策略

白帽 SEO 黑帽 SEO 灰帽 SEO 蓝帽 SEO 站群霸屏 黑链 SEO 优化方案

#### 网站 SEO

##### 网站 SEO

电商 SEO B2C SEO 新网站 SEO 医疗 SEO 跨境电商 网店 SEO 旅游 seo

#### SEO 算法

##### SEO 算法

细雨算法 绿萝算法 石榴算法 星火计划 冰桶算法 白杨算法 天网算法

蓝天算法 烽火算法 闪电算法 清风算法

#### SEO 养日收网站的一些经验分享

##### 日收

指网站天级收录释放内容的一种结果。简单来说，就是当天发的文章在 24 小时内被放出来收录并且建立有效索引

##### 日收的好处

- 1、稳定日收的网站可以考验出搜索引擎蜘蛛对站点的喜欢程度;
- 2、稳定的日收可以帮助网站稳定的词库和流量增长;

3、如果是做大站，日收是必不可少的一个工序(相对而言)。

发时效性文章(今日、实时新闻、天气预报)

核心

1、新站前期少量更新(一定是原创，不管是自己写还是 AI)，这个阶段最少要持续性 1-2 个月。

2、不要频繁调整更新量级(一般一个月调整一次最佳)

3、前面 3 个月内容更新量不要超过 20 篇每天(日更)，因为量大比如一天更新 100 篇，但是一个月累计起来就是 3k 内容，3 个月就将近 1 万内容，很容易造成后面日收不稳定，或者就是变成了周收。

4、一般网站 3 个月以后，可以大幅度增加内容更新量，但是也不要超过 100 篇(目前百度推送额度最多 100 篇[多数站都是])。

5、网站词库有 1000 词库以上(爱站为主)，可以考虑更新 200 篇 或者 300 篇之类的，一般网站到这个阶段基本上都是半年或者以上了。

百度“打击”权重站，批量网站降权，源于 AI 与采集吗？

答案

核心要素应该还是流量分发的逻辑，而并非 AI 采集内容本身，特别是 AI 原创内容的输出

大量的百科站点和分类信息权重网站被打击的，原因更多的是整站的体验

百科站：商业属性太明显，很多词条是可以付费编辑的，有失客观性。

分类信息站：这个就无须多说，特别是非品牌站，流量下降，早已经是趋势，你可以去看看 58 同城，还剩多少自然流量。

这种类型的网站，都在买量

解决方案

做权重卖高价，基本是不可能了，也在无非知名权重站。如果有的话，它的商业属性一定不强。（这块需要细品）

所以，如果你是中小企业站：网站在后续能做到权重 1-2，已经很成功

AI 内容可用吗，能识别吗

AIGC 是一定可用的 是可以识别的

百度搜索一直以来，都是希望找到最相关性，最有效的解决方案，而对内容来源本身来讲，貌似并不重要。

网站 SEO 还是常态化，更新高质量内容，发外链，利用站内结构引导做排名，

百度 AI 对话工具，提前布局 SEO 精准流量

文心一言注册

1、你需要有百度账号

2、你需要用你百度账号申请百度文心一言体验并且已经开通，具体怎么开通有没有更快捷看下面哈。

百度 AI 对话怎么获得测试体验

如果你是个人用的话，你可以去百度上搜【文心一言】，地址：  
<https://yiyan.baidu.com/welcome>，然后可以申请，据说要排队哈，有的一个月还没下来

如果你有企业，走企业通道更快。怎么弄呢，可以通过百度智能云：  
<https://cloud.baidu.com/wenxin.html> 这里去申请，这个快很多。

#### 具体实操流程

第一步，你要确定你想推的品牌或产品名字

第二步，生成内容。这个生成内容，你可以用国际 GPT，也可以用文心一言

第三步，布局搜索关键词，写好文章标题，关于写标题

第四步，注册好百度上权重高的自媒体平台，如果你有权重高的网站也可以。

第五步，各平台发布文章，标题用你写好的。发布内容即可。

第六步，等待被百度收录即可。

第七步，再去搜索你的关键词试试，有了就即完成了。一般如果是你的品牌+业务词基本没啥问题，如果是通用词，这个很难哈。

百家号推荐机制大揭秘是真的吗，百家号怎么会被推荐？

#### 百家号推荐机制

##### 1、第一轮机器推荐

我们在发布作品后，机器会先自动进行一次算法识别，只要作品里面没有敏感词审核一般都是很快就通过发布了，如果出现长时间处于审核中，一般超过 2 小时还在审核多少就是有问题了，大几率就是创作的作品中存在敏感词汇，被机器移交到人工那里审核了，人工审核时间越长获得高推荐的几率就越低，所以提醒大家尽量避免敏感词汇。

##### 2、第二轮多维度评估

作品审核通过后，第 2 轮推荐算法就会根据作品的播放阅读、点赞、评论、分享、收藏等多方面多维度进行综合评估该作品是否值得进入第三轮推荐。

##### 3、第三轮循环推荐

第三轮会在第二轮的基础上以 2-30 的频率重推一轮，然后第三轮的维度数据与第二轮的维度数据进行比对，会根据比对的结果值绝对推荐的力度，简单一点说就是第三轮的数据比第二轮的数据有明显提升，那么推荐的力度就会加大，如果和第二轮的数据区别不大，那么推荐的力度就会减小，直至停止推荐

#### 百家号会推荐什么样的内容

##### 稀缺又高质量的内容

1、找稀缺一点的内容进行创作作品，如果对这一点把控不好，就看平台里面的热点题材，根据热点题材挖掘用户的需求进行创作，这样也会瓜分一些流量，运气好说不定能出爆文；

2、切记一点不要为了原创而原创，用户需求大于原创，也就是用户的看点在哪儿、痛点在哪儿，我们就应该去创作这一类型的作品，满足了用户的需求，就不愁用户不阅读，有了阅读推荐不就提升了；

3、作品发布成功后，马上找到自己的作品进行点赞、分享、收藏，做好第一条评论的维护，这个时候也可以进行外推引流，或者叫朋友帮忙。

#### 百家号推荐量低，甚至 0 推荐是什么原因呢

##### 1、账号问题

历史发布过广告、信用分低、活力值低、长期不活跃等都有几率造成百家号账

号权重低,这里特别是要注意部分运营百家号的作者接软文的时候,最好是和当前账号领域相符或相近,跨领域容易影响账号的垂直度。至于大家说得多的限流问题,只能给你说大部分账号都不是因为限流原因导致推荐低的。

## 2、内容问题

### ①标题原因

很多新手创作的标题没有新颖,让读者看了标题就没有点击的想法,冬镜个人的建议是标题的写法自媒体逻辑为主,SEO 关键词优化为辅,有经验的创作者可以结合创作,这样一方面我们符合了自媒体平台的算法,另一方面我们还可以在搜索引擎端获取部分流量来弥补我们与平台内的大 V 之间的差距。

另外就是标题不能写得太长或太短,两段式标题、三段式标题即可(建议 15-25 个字),这里提醒一些 SEO 优化人员不要为了 SEO 而 SEO,自媒体平台的逻辑和网站优化的逻辑还是有一定区别的,主要是在用户的需求不同,规则算法也不尽相同。

### ②内容原因

大部分创作者都是在这一步受到了影响,既创作者的内容不稀缺,属于被写烂的内容,一般是搬运洗稿的创造者更易受到影响,所以导致推荐不高或 0 推荐。

## 3、敏感词汇

百家号无推荐有什么解决办法?

### 1、善用黄金 30 分钟

百家号原创内容发布后的 30 分钟内,如果无推荐,建议撤回、删除,然后修改标题,重新发布

### 2、做好数据优化

内容发布后有推荐标签,但推荐量较少。建议进入百度 APP 搜索自己的百家号账号,找到刚发布的图文或视频,图文拉到文章末尾有点赞、分享等,自己给自己点赞分享,以及下方评论中带热点话题评论转发到动态。这样做的原因在于,百家号系统机制判定一篇好文与否,便是从这篇内容的转发量、评论量、收藏量等多维度来进行综合判定。

### 3、流量包投放

在新手号 30 天内的新手任务可以领取,MCN 机构也会有流量包分配,另外一个大家不多见的就是区域创作者,也可以找到对应区域的负责人进行流量包的投放,投放流量包后,除非内容太差,不然都会有大大的提升。

百万伪原创数据,如何提升收录量?

### 1、网站诊断

影响页面收录的一些核心因素

内容、结构、速度

过伪原创工具,进行批量伪原创整理的内容,甚至有些页面内容结构,都没有得到合理的调整

结构

- ①整站结构呈现多目录的情况,一级目录多达 84 个。
- ②网站内容百科主体页面,不存在任何内部链接。
- ③网站列表页面存在侧栏调用缺失的情况。
- ④网站新增内容,部分页面并没有明显的时间因子。
- ⑤网站页面标题,多级分类名称展现,使得标题文字展现超长。
- ⑥每日新增内容,很难在首页与站内非相关页面展现。
- ⑦页面访问速度 3-4 秒 PC 端。

⑧没有 HTML 网站地图。

⑨网站改版过，存在大量的链接，数据量在 1 万左右。

## 2、解决方案

### ①标准化页面标题

采用：内容、列表、tag 名称+品牌词的形式，比如：SEO 标题-品牌词

将整站所有页面标题统一调整成简短的形式，这个时候有的小伙伴会担心大量调整标题出现降权的情况，我们不能完全保证这个情况不发生，但我们基于有限时间周期内，就需要强势推进调整。

### ②调用词库搜索结果

前期为提升页面收录量做辅助，后期为提升整站权重打伏笔，整合行业词库之后，我们选择调用与生成 30 万个长尾词的搜索结果页。（采用同一目录）

由于对方网站前期分类目录众多，这给我们创建搜索结果页面，提供了一定的页面结构做支撑，使得搜索结果页面看起来相对丰富。

每个搜索结果页面匹配的目录调用当下相关性结果。

同时，确保搜索结果页面是动态变化的，我们在搜索结果页面中，增加调用当天最新内容，随机性内容，随机性搜索结果页面。

新增页面内容列表确保时间因子展现。

### ③建立 HTML 版本地图

创建了 5 个 HTML 版本的网站地图。

每个页面平均展现 20 个分类，每个小分类调用最新与随机性内容，进行合理的展现。

单页面顶部导航展现 5 个 HTML 版本的链接入口，提供搜索引擎蜘蛛进行爬行

### ④搭建网站内链结构

一部分就是现有站内核心排名关键词需要的栏目与内容页的关联，其次，一个策略主要是在 15 万个页面中，识别长尾关键词新增页面，将这部分页面导入到现有页面中。

这样我们在站内基本形成一个相对性的循环状态，单页->搜索结果聚合页->展现的每一个单页，然后再次循环下去。

采用这个策略的核心目的就是希望站内的每一个页面都存在多次被爬行与抓取的几率，从而提升页面的收录量。

### ⑤制定输出频率

网站原因 API 自动提交的时间周期相对的集中，调整之后，我们采取两个策略，白天提交日均新增的 1 万个页面，进行每个一个小时平均分配，而晚上时间我们同样提交一万个长尾词的搜索结果页，采用的策略同样是平均分配。

### ⑥调整网站速度

深入和对方运营的技术沟通，合理的优化了数据库维护的策略，同时，升级网站配置和带宽，本打算启用百度云加速，后来我们实测页面打开速度可以有效的控制在 1.5 秒-2 秒 PC 端。

本地生活 SEO 搜索商业流量，美团、抖音、高德与百度地图

本地生活有 SEO 吗？

### 1、有搜索框的地方就有 SEO，不局限于呈现形式

做网页（网站）在百度、谷歌或其它搜索引擎上的排名，目的是获取用户主动搜索流量。后面这个流量也到了电商，应用商店，某个 APP 上，甚至某个 APP 内的某个产品上

## 2、从 PC 互联网到移动互联网，本地生活 SEO 从没有停过

58 同城，赶集，准确说现在叫 58 赶集（58 同城把赶集网合并了）他们当年存在价值，简单可以理解是百度的中间页（充当传统行业和互联网嫁接人，从百度低成本搞流量再卖给广告主，去哪儿，齐家网之类都属于），低成本搞流量的手段，SEO 就是最重要的手段之一！

到了移动互联网时代，各类垂直 APP 流量分散，同时以社交为主的微信和以短视频一哥的抖音吸走了大多的用户流量，所以移动端的本地生活 SEO 搜索流量一直都存在。

商业流量是什么意思？

有直接商业价值的搜索流量，再白话一点，比如淘宝、美团里的关键词搜索产生的流量就是。再比如，我在高德或者百度地图搜索【洗车】这个关键词也算是商业流量，本地生活业务里的搜索，大部分流量都是商业流量，吃穿住行娱都是！

美团、抖音、高德与百度地图本地生活业务

### 1、美团

本地生活一哥

### 2、抖音

一个是本地团购，另一个就是本地商家蓝 V 抖音账号认证

### 3、高德

高德认证店铺

### 4、百度地图

作为百度直系产品，百度地图不管是搜索来的流量，还是自有流量都是非常大的。地图做为本地生活的导航

本地生活付费流量结合 SEO 怎么做？

1、SEO 关键词思维，即不管是从入驻店铺名字本身，还是服务或产品本身，都要包含用户搜索的核心流量关键词。比如 XXX 口腔，XXX 理发，XXX 汽车维修，而不是好面子放公司名字全称之类。

既然是花了钱认证账号或者入驻店铺，那么尽量想办法让这个名字本身带有关键词，因为你是付费商家，所以在搜索排名会靠前一些，但你没有这个关键词，可能会少很多商业流量。

## 2、要有 SEO 里研究规则与平台共赢思维

如果你是做本地生活，不管是美团还是抖音，还是高德百度，你如果花钱进了，也要去了解他们的排名规则，是按单量为主，还是好评度排序为主，研究方法很简单，自己搜索你的业务词多看看就找到规律了。

找到规律后，可以合理利用规则做销量或者评价。

## 3、商家本地生活运营负责人，要有 SEO 用户思维。

SEO 用户思维是什么？简单理解就是去了解用户需求是什么，然后给他提供相应的解决方案，最终满足他，从而获得流量和商业价值。

那在商家本地生活这个运营负责人，就要去研究自己的服务或产品的销量，好评度，以及退款订单等等，去了解用户为什么选这个款，为什么会退款，找到原因改正或继续扩大，流量肯定会多，而且好感度也会越多。

纯干货！5 分钟教你写出爆款知识类短视频脚本文案！

### 短视频脚本

确定整个视频的选题方向、主要内容和拍摄细节，从而为出镜人、摄影师、剪辑师等提供流程指导和参考，从而提高短视频的拍摄效率，保证短视频的拍摄质量

#### 01、脚本的构成元素

画面：

确定拍摄场景、拍摄人物以及取景内各物体之间的位置关系。

景别：

根据视频内容，选择远景、全景、中景、近景、特写来使用。

道具：

道具种类选择多种多样，最好是根据视频内容选择合适的道具，起到画龙点睛的作用。

运镜：

运镜包括推、拉、摇、移、跟等多种形式，根据所需视频效果选择不同的运镜手法。

时长：

确定短视频的总时长，同时标注好每个镜头的分时长，便于在拍摄和剪辑的时候找到重点。

字幕：

台词字幕，或者旁白、注释等文字内容。

音效：

根据视频整体内容配上合适的背景音乐，或者是在某些节点上添加合适的音效，以此来提升短视频的趣味性。

#### 02、脚本撰写步骤

##### （1）明确视频主题

基于账号的定位，脚本撰写首先要确定短视频内容的主题。尤其是刚开始接触短视频制作时，可以先选取对标账号进行学习，总结选题，拆解内容，总结技巧。例如你是一个分享短视频运营的老师，那么你的选题内容都要以“短视频运营”为大方向来做。

##### （2）搭建内容框架

确定好视频主题之后，就需要完善脚本的内容框架。首先整理视频文案内容，再按照视频构成要素“画面、景别、道具、运镜、时长、字幕、音效”逐个完善，形成一个内容框架表格，便于查看和拍摄。

##### （3）选取拍摄场景

知识类短视频的拍摄场景通常比较生活化，比较注重画面的美观性和舒适度。为了让用户看着舒服，一般都会对场景进行适当的布置，比如口播类视频常见的书房、办公室，实操技术类的专业操作场地，尤其是剧情类短视频需要多个场景，还需要提前踩点、布景，在脚本撰写阶段，就要对整个视频场景或者是分镜头场景，都进行具体的规划。

##### （4）脚本文案引导

很多人在做短视频的时候，常常会忽略开头或结尾的文案引导，例如在视频开头引导用户点赞、收藏，在视频结尾引导用户评论区留言互动，或者是预告下一期的视频内容，提高与用户之间的互动，往往能达到不错的数据效果。

#### 03、脚本公式总结

### (1) 口播类

脚本公式: 提出问题+解决方案+知识总结

创作技巧: 视频选题和脚本内容很重要! 尽量讲干货, 表达核心内容, 不要铺垫太多, 不要讲与主题无关的内容!

这是最常见也最简单的一类知识类短视频。通常是有老师单人出镜, 场景比较固定, 以口述的形式进行知识讲解, 主要是以老师个人 IP 或者视频内容来取胜。虽然拍摄比较简单, 但是形式上的单一性也容易让用户产生疲倦, 想要吸引用户需要在视频选题和脚本内容上不断改进。

### (2) 教程类

脚本公式: 分享主题+实操分享+成果展示

创作技巧: 具体实操画面为主, 脚本讲解旁白为辅, 结合具体的剪辑手法!

教程类知识视频的重点集中在画面上, 旁白文案需要尽量口语化, 用户学习起来容易理解, 没有太大压力, 同时也更容易传播。

### (3) 剧情类

脚本公式: 故事情景+知识内容+总结概括

创作技巧: 注重“黄金三秒”原则, 开头引入主题, 利用反转、夸大等方式, 充分调动用户好奇心, 在情节文案上多设计一些反转或者包袱, 避免视频的单调乏味。

一个视频就是一个小故事, 对于剧情知识类视频来说, 最重要的是故事要有起伏转折, 不能太平淡, 因为用户的注意力本来就分散, 如果没办法一直抓住用户的注意力, 用户很难继续看下去。

## 抖音 seo 优化怎么做? 抖音 seo 流程详解

通过提高在抖音平台的关键词排名, 来达到获取流量、获取客户的目的

为什么做抖音 seo?

### 1、抖音的用户基数大

抖音日活用户已达 6 亿, 搜索月活用户达 5.5 亿, 这个数量级足以覆盖各行各业的用户, 所以作为企业的负责人, 有必要在抖音平台进行 seo 业务的布局。

### 2、短视频的搜索体验更好

与传统搜索引擎相比, 短视频的搜索结果对于用户的搜索需求满足更加到位, 体验感更好, 其实这归因于短视频提升了内容的效率。

### 3、转化更加便捷

抖音有自己的店铺功能, 企业完全可以开通自己的抖音店铺, 用户如有购买需求, 直接通过抖音就可以购买, 企业变现转化更加便利。

抖音的排名规则

### 1、账号维度

#### 1) 账号的垂直度

所谓账号的垂直度是指账号的定位是否准确, 是否专一, 输出的内容是否专注于某个领域。在其他条件相同的前提下, 抖音平台肯定愿意把一个专一的账号排到前面, 这样有利于用户的整个搜索体验。

#### 2) 账号的粉丝数量

账号的粉丝数量反映了账号的受欢迎程度, 同时也反映了账号的粘性, 粉



丝数量从侧面帮助平台判断了这个账号的质量。

### 3)账号的作品质量

账号的整体质量受其整体的作品质量影响，作品质量越好，其账号的权重也就越高。

### 4)账号的优质作品数量

优质作品数量影响了账号对于用户需求的满足度，同时，抖音是一个内容平台，你能够提供越多优质的内容，平台就更加愿意将流量给到你。

### 5)账号的获赞数量

账号的获赞数量是所有作品的获赞总和，在一定程度上反映了账号受用户喜爱的程度，是账号权重高低的一个体现。

### 6)账号的直播动态

直播是抖音推出的一个功能，能不能把这个功能利用好，也是平台评判你账号质量的一个维度。

## 2、内容维度

### 1)内容的需求满足度

这里说的需求是指用户的搜索需求，如果你的视频内容不仅满足了用户的搜索需求，而且还有其它方面的增益，那就大大提升了搜索排名排上来的可能性。

### 2)内容与目标关键词的相关性

抖音的爬虫一般会通过以下几个方面来识别视频的主题，然后再看主题是否与搜索关键词匹配以及匹配程度。

封面：封面是否有目标关键词

标题：标题里是否有目标关键词

视频是否有文字说明，说明的文字里是否有目标关键词

标签：视频的标签里是否包含了目标关键词

### 3)互动数据

互动数据一般包括点赞，评论、转发等数据，这些维度的数据好坏也反映了内容的质量高低

## 操作流程

### 1、分析竞争对手

想要做抖音的关键词排名，首先要搜索你的目标关键词，看看排在前面的竞争对手是怎么做的，一般可以从排名前 10 的几个搜索结果进行分析，分析的维度可以包括以下几个方面：

#### 1)账号的定位

#### 2)视频的封面、标题、标签使用

#### 3)视频的内容(开始、中间、结尾是如何一步步满足用户的需求的)

### 2、账号定位

你要为你的目标用户提供什么内容，如何提供优于竞争对手具有差异化的视频内容，除此之外，在做账号定位的时候，要注意垂直化。内容领域不能分散。

### 3、围绕关键词进行内容输出

首先找到你行业的关键词词根 然后在抖音搜索框搜一下，可以看到下拉，以及相关搜索，这些都是用户的搜索需求，围绕这些关键词进行内容创作。

### 4、布局关键词

#### 1)账号名称

账号名称里可以包含关键词，例如麒麟老师的抖音账号名称就叫“麒麟老

师聊运营”，包含了核心关键词“运营”

## 2)账号简介

账号简介是对账号定位的一个大致介绍，让用户知道你是做什么的?能为他提供什么价值。这里面就可以布局关键词。

## 3)专辑名称

专辑功能需要粉丝数量达到 1w 以上才可以开通，如果你的粉丝数量满足这个条件，可以开通，并将你的目标关键词布局进去。

## 4)作品标题

作品标题指的是每次发布作品时，提示你加的一段文字介绍，这里面便可以布局关键词

## 5)作品封面

作品封面同样可以将你的关键词布局进去，如果系统截出来图片的没有关键词，可以自己制作一个好的封面，然后上传上去。

## 6)作品里的文本内容

作品里的文本内容关键词布局一方面可以使用抖音的添加文本功能进行布局，另一方面可以通过自动识别字幕进行布局，所以这就要求视频的内容里出现目标关键词。

## 7)话题

话题是在发布作品最后出现的一个功能

## 5、经常直播

不仅可以拉近与粉丝的距离，还可以活跃账号的数据，有利于排名

## 6、数据监控

## 7、数据优化

1)内容：提升内容的质量;可以换个内容的角度

2)直播：时长加长;直播内容换一下

3)粉丝量：采用各种方式提升粉丝量，注意操作的自然性。

4)互动数据：人为地提升互动数据，创建操作流程，同样注意操作的自然性。

5)其他抖音平台的功能尽量使用起来

抖音运营一些注意的事项（抖音运营要点）

### 一、抖音入门

#### 1、注册与资料编辑

一个手机号只能绑定一个抖音号，因此注册时要慎重。

抖音注册以后记得一定要先填写账号信息，即资料编辑要完整。

其次要绑定相关的信息，比如有头条号，绑定头条号以后会显示头条+抖音的总粉丝，这样显示的粉丝数会高一些。

#### 维护信息

1)昵称：也就是姓名，比如：比如某医美大号写的是周传波开运美容

2)抖音号：可以留自己的微信号，只能改一次（多次更改，可能会被限流搜索，这是经验之谈）。

3)签名：可以写引流的一句话，留下自己的微信号。

4)学校：可以是你的真实毕业院校，也可以写附近学校。

5)年龄：尽量真实。

6) 地区: 你的资料地区。比如: 你在北京, 就写北京。

7) 定位: 可以自动定位, 也可以做切换, 比如: 你去三亚, 他会推荐给三亚的人。

8) 背景墙: 可以打广告, 和朋友圈一样。

9) 绑定头条: 因为头条里面包含火山、西瓜、问答。

## 2.注册以后要先养号

### 养号 10 个机制

1) 一机一卡一号

2) 基础信息要健康、干净

头像要清晰明了、性别及个人信息要完善(粉丝过万之前最好个性签名别放引流信息, 例如加微信加 QQ 之类的敏感信息。)

3) 实名认证很重要, 影响抖音账号权重, 这一点企业号不用担心!

4) 账号注册时间越长, 权重越高!(这一点很多平台通用!)

5) 每天稳定登陆。

6) 刷首页推荐, 刷同城推荐, 每天各 30 分钟以上, 时间长的抖音用户可以忽略这一条, 因为你们一定能做到!

7) 看直播、看视频时点赞评论互动也是必要的, 一天 10 个 8 个的是基础。

8) 没事儿看看抖音热搜榜单和挑战什么的, 对于取材也有好处。

9) 多关注一些喜欢的账号, 对你养号只会有帮助, 不会有害处。关注别人有利自己, 为啥不做呢?

## 3.做好内容定位

### 姓名(昵称)、头像、签名

秘诀:1.就是让别人好奇, 给别人抛出一个他当下最想解决的问题, 最后让他去寻找这个答案。

秘诀:2.如果你没有 IP, 就借用明星, 名人的 IP, 改编以后让粉丝第一时间记住你。

切记:你的定位直接决定了你如何变现, 如何快速变现。

### 内容定位矩阵

#### 影视作品大类

帐号 1:影单推荐类

帐号 2:电影解说类

帐号 3:电视剧点评类

帐号 4:镜头头剪辑类

#### 知识大类

帐号 1:人生格言

帐号 2:诗词歌赋

帐号 3:日常生活

帐号 5:烹饪

帐号 6:书单推荐

帐号 7:名人讲话视频

帐号 8:劝引人生少走弯路

帐号 9:各种网络技巧教程

帐号 10:歌单推荐

#### 医美企业运营抖音

### 情感大类

帐号 1:男女情感情侣夫妻聊天、分手扎心、伤感分手、失落离婚、恩爱晒幸福

帐号 2:女名人讲幸福女人

### 专业知识大类

帐号 1:名医在线讲人脸美学、人相风水、专业知识、高品质手术、术后护理

帐号 2:美丽案例真人真事化妆美甲美发等拍成真实短视频

帐号 3:院内才艺型网红跳舞表演唱歌表演拿手才艺表演

帐号 4:名品介绍名表名香水名衣服

帐号 5:气质女人知识搬运别的视频

## 二、抖音运营

做好抖音养号与定位以后,就要开始创作作品。每周至少上传 3-4 个作品,每天上传不超过两个,太多同质内容刷屏会引起反感。

1. 要学会运用抖音的基础功能:选择热门音乐、直接拍摄或者上传已拍好视频、美化视频、运用倒计时,道具等拍出特效。

2.制作视频注意要统一风格:

只有风格统一的作品才会有更多的推荐,比如下面这个关于商道的抖音号。

如果有专业设备和专业人才可以自己拍摄短剧等。如果不是专业团队运作,建议考虑以下几种简单的类型:

影片+字幕型、人声配合字说型、图片滑动型、真人出镜+字幕型。

这些类型都比较热门并且操作都不难,借助软件都可以操作。(比如美册)

## 公司网站被 K, 验证暗箱 K 站漏洞

### 主题

如何被 K 全过程,使用的是商标举报 K 站,而且该公司花钱再百度做了付费的官网认证(实名实网认证 600 元/年、资信认证 6288 元/年、官网认证 3000 元/年、商标认证 2000 元/年)这些还是被 K 了,直接百度搜索不到该网站的主页、不排除暗箱操作人工封禁降权

商标举报 K 站,为了证明我们没有侵权,我们立刻就去查询该商标的申请日期和注册日期,发现这个商标是 2015 年 5 月 26 号申请的,2016 年 9 月 7 号注册成功的,也就是说这个商标最早的日期是 2015 年 5 月 26 号,而我们唯一比这个商标早的就是代表公司名称的 7 声母域名 XXXXX.com,我们拿着这个唯一的权利同时给百度、搜狗、360 寄了相同的反通知函,搜狗、360 均以认可并恢复,唯独百度却迟迟不予恢复,直到现在我们给百度邮寄了三次反通知函,仍然没有回音。

至今被百度 K 站已经长达两个月,这就是做了百度的各项付费认证得到的回报。

### K 站方法

- 1、百度搜索网站标题,搜索结果出现后点举报,举报选项为商标侵权或著作权侵权。
- 2、商标网找到类似商标(已注册的,可以看到公司,法人信息)网站标题中含有的文字,举例:(XXX 家教网,那我就在商标网搜索家教类商标,关键词家教,传奇游戏,

那就搜传奇类商标)

3、自己找个办 JIA 证的, 自己找他办一套, 提供你查出来的信息就行了。这类人什么模板都有, 章到证一系列的给你搞定, 改几个字而已。成本 1000 内

4、这个时候自己手里已经有了一套别人公司的章啊信息啊, 搜索关键词, 在结果中选择举报, 选择商标侵权分类直接举报。你上传的都是真实存在的信息。百度不会去审核你是不是造 jia, 因为你上传的是图片 OK? 百度并不能从图片就能看出来你的到底是真是假, 到网上一查, 该商标和公司和著作权全都是真实存在的, 所以, 就认定了他的真实性。

题外话, 为什么百度在收到这种投诉不确认一下对方公司就直接处理? 也不给站长一个信息直接就删除, 很好奇, 这种武断的判断, 对站长没有任何保障, 滋生一起毒瘤暗箱操作, 还有意义?

5、一些个人站长我们就不谈了。一个正规合法注册的公司, 如果有人举报, 百度只是作为收录方, 在免责方面写的很清楚。完全可以让他以权利人身份直接来告我们这些公司啊。自己就直接处理, 根本不给站长解释的机会。很强势哦, 所以这群毒瘤就可以为所欲为

6、需要注意的是, 不要找各种理由来解释这群人渣利用百度机制漏洞人工封禁网站首页的说法, 一些带节奏的人你心里有没有鬼你心知肚明, 什么被黑什么挂马全是扯淡, 我自然有实锤的东西。来源不便透漏但绝对官方绝对真实, 谢绝追问。

## 谷歌广告信息中心的 3 项新变化 更改

新的导航菜单  
重新组织的界面  
焕然一新的外观和感觉

### 1. 新的导航菜单

简化定位您需要去的地方的过程, 并使您能够更轻松地在界面中跟踪您的位置。此外, 现在还有一个“创建”按钮, 通过单击位于一个方便位置的“加号”按钮, 可以更轻松地建立广告系列和广告组

### 2. 重新组织界面

工具和功能已经过重新组织, 通过将相关任务分组在一起, 使其更易于定位, 这可能需要一些时间来适应。特别是, 引入了两个新类别, 以突出对竞选成功至关重要的关键要素。值得注意的是, 这些调整并未影响所涵盖的工具和功能, 并且没有从平台中删除任何功能

目标。 导航中强调了目标, 以强调其重要性。新的菜单类别将目标和转化衡量指标合并到一个位置。

受众群体、关键字和内容。 最近推出的菜单类别“受众、关键字和内容”结合了用于确定要覆盖的用户以及覆盖他们的方法的工具, 包括搜索关键字、受众、地理位置和内容。

### 3. 焕然一新的外观和感觉 (谷歌的话, 不是我们的话)

重新设计的界面现在包含更多空白区域, 旨在为完成任务提供较少分散注意力的环境。此外, 字体已从 Roboto 更改为 Google Sans, 后者更大, 从而提高了可读性。此外, 导

航已使用时尚的新图标进行了更新,并添加了蓝色突出显示以强调用户体验中的当前位置。

深入挖掘。您可以在此处阅读 Google 的公告。

我们为什么关心。重新设计应提供更直观和用户友好的界面,以满足广告商的需求。谷歌表示,新设计组织得更好,具有更容易定位的分组工具和功能,并且提供了更一致和可预测的导航体验。

## 关键词堆砌的后果是什么

### 1.关键词堆砌会导致网站降权

关键词需要体现在标题、关键词、描述以及首页内容中,但是需要合理的展示,不要过多。有些站长为了让搜索引擎快速识别,还会在 alt 标签以及公司介绍中添加,但是关键词一旦超标就是引发恶意优化,导致网站降权。

### 2.关键词堆砌会导致收录降低

关键词堆砌之后引发网站降权,还受影响的就是网站的收录情况。对于新站来说这是可怕的,新站的内容收录本来就少,再减少收录很有可能会导致域名不收录,老站的话收录的内容也会降低

### 3.关键词堆砌会导致用户体验降低

如果页面大量的关键词堆砌了,那么布局肯定是不合理的,有些站长喜欢强行把关键词融入句子中,当用户浏览网站的时候,在句子中强行假如的关键词阅读起来会比较吃力,引发用户关闭网站,网站失去价值。

## 借助微信 SEO,新手也可以轻松引流快速增粉

做微信公众号涨粉比较难了,吸粉成本也越来越高,同时微信公众号的阅读率不到 10%。如果你想抓住新媒体的红利期,通过微信赚钱,做好微信 SEO,那么你就不会缺流量

### 什么是微信 SEO?

微信 SEO 就是在微信搜一搜,看一看,搜索展示中获得比较靠前的自然排名的技巧和策略

#### 高质量的微信公众号和文章

用户需要和有信任度的是高质量的,所以只要做好用户需求和信任度,那么你的文章,就比较容易排到前面。

### 影响公众号、文章排名的 6 大因素

#### 第一个: 公众号认证因素认证

认证过的公众号比不认证的公众号更有排名优势,认证过的公众号优化周期比较短。可以去淘宝或者找身边的朋友帮忙。如果实在搞不到,那么只能够用个人的,不过个人的优化周期会比较长。

#### 第二个: 公众号以及文章名称关键词因素

你的文章标题一定要有用户会搜索的关键词,例如你是做微信返利机器人这一块,那么你的精准用户肯定会搜跟“微信返利机器人”相关的关键词,而且是要有搜索指数的关键词,那么如何判断关键词是否有搜索指数呢?

关键词+诱惑力。

#### 第三个: 公众号描述和文章描述因素

如果你的公众号或者文章的描述没有关键词,那么系统可能认为你这个公众号或者是文章不专业,所以你一定要在公众号文章的描述中出现两次左右的关键词,最好最少也要一次。

文章标题或者是公众号的名称,有关键词,同时在公众号描述和文章描述也出现了关键词,那么系统就会认为你这个文章或者公众号非常专业,自然会对你这个公众号给予好的排名。

#### 第四个: 文章中的关键词布局

你还要注意这个文章这个关键词布局,要布局要均匀,不要大量堆砌。

你文章开头中间末尾都要均匀分布,不要啊这些关键词在只在文章前面或者只在这个后面出现。

#### 第五个: 文章阅读、转发, 评论量因素

文章阅读量评论转发,越多对排名也就越有利,但是如果你做好以上四点的话,一些竞争不大的词,即便你的阅读量不多,也很容易获得排名。

你前期,我这个粉丝基数少的话,你可以多加一些微信群,把文章链接发到群里面。当你的粉丝数量过万的话,那这些那个就完全没必要了。

#### 第六个: 公众号粉丝数量因素

### 老域名不收录是什么原因

#### 1、域名备案

网站备案,从目前来看,是否成功收录的一个前提,在百度搜索引擎排行前期,难以取得合理的爬取与收录,已经收录首页的域名,通过进行快照更新,来调整让首页快速收录。

#### 2、网站历史

老域名是具有一定网站历史的,检查域名的历史信息,简单分析网站有没有作弊的可能性。

老域名如果没有运营历史,实则是跟新域名一样的,也会有不收录的现象的。

老域名的历史仅有一段比较有限的时间点,并都没有充足长时间在运营,也并没有十分有益于自然排名

#### 3、网站内容

网站内容重复是都会有的,但是如果网站内容重复率过高,则有可能被判断为作弊,这个问题是很普遍的导致网站不收录的原因。

### 没有代码基础的小白怎么用 WordPress 从 0-1 搭建一个外贸网站? 独立站建站流程基础教程

#### 域名小技巧

简短

阅读顺口

优先.com

避免使用特殊符号和连字符

与品牌或者产品有相关性

购买服务器

wp 官网推荐的服务器有三家, 分别为 Bluehost、DreamHost、SiteGround

购买服务器小知识: 服务器分为共享服务器 wp 托管配置以及云主机配置。他们最大的区别在于前者只能用在 wp, 并且配置较低, 后者可用于其他的建站平台以及配置可选更高。前者便宜后者更贵, 建站新手建议选择前者。

#### 域名解析

购买好域名和服务器之后, 我们需要把两者相连, 如果你是在同一个机构买的服务器和域名, 则不需要此步骤。

以阿里云购买域名, siteground 的服务器为例, 先进入服务器后台, 找到 siteground 的 DNS, 再进入到阿里云的后台, 找到 DNS 修改处, 把对应域名的 DNS 修改至 siteground 的 DNS 即可

#### 安装 wp 后台

进入 siteground 后台, 找到添加网站, 这里有三个选择, 分别为注册域名再绑定、添加已有域名和使用临时域名。

如果我们还没有注册域名, 也可以使用第三个使用临时域名, 网站上线之后再做替换。请注意, 在这个步骤中, 可以选择不同的国家节点, 我们可以选择部署在客户目标所在地。

开始新的网站, 选择 wp, 设置邮箱和密码。

在此步骤中, 它会询问你是否需要购买托管、SSL 等其他服务, 这里一概不需要购买, 点击跳过后静等两分钟安装即可。

#### 进行 wp 的基础设置

在服务器中设置 ssl 安全认证 (免费的)

在设置中修改后台语言

在设置中修改主副标题

在设置中修改时间

在设置中修改首页和文章页

在设置中修改固定链接为 post

在设置中把 url 改为 https

在账户中添加子账号

在设置中把勾选不索引本站点

在设置中把 feed 改为摘要

#### 安装网站主题

Astra、OceanWP

购买后之后他会给你网站密钥, 一个密钥只能安装一个网站, 价格基本在 38-60 美金之间, 并且内置编辑器, 非常适合新手。

#### wp 插件的推荐

WooCommerce 免费 一款电子商务插件, 做 B2C 必装

Starter Templates 免费 一款模板主题插件, 可用免费版

yoast seo 免费 一款 SEO 插件, 可用免费版

elementor 免费 一个免费页面编辑器

elementor pro 付费 上面这个页面编辑器的升级版, 推荐购买安装

gtranslate 免费 一个小语种插件, 建议使用付费版

WP Rocket 付费 一款速度插件, 付费

#### 插件小技巧

1、够用即可, 无需安装过多



2、发现插件功能失效，可检查是否安装了同功能属性插件，特别是网站速度处理，很多朋友吃过亏

3、最好不要过分依赖插件，比如 SEO 插件，它给出的那些指标，自己用于参考即可

4、该付费的时候花点小钱未尝不可，否则会给你造成很大的困扰  
如何安装插件

点击插件-添加插件-搜索名称-找到对应插件-点击安装即可

网站登入方式

只需要替换相应的内容页面

1、默认状态下，在域名后面输入：**wp-admin**（可自行修改登入链接）

2、在服务器后台点击按钮进入网站后台

其他后台常用操作

上传文章

创建文章分类

制作页面

制作菜单

上传 logo

添加产品

为页面添加 SEO 标签

添加 GTM 或者 GA4、GSC 代码，创建数据分析账户

网站自动备份

检查网站速度等

免费白嫖域名和服务器

免费主机

<https://www.freehosting.com/>

<https://www.infinityfree.com/>

<https://www.swb.cc/>

<https://byet.host/>

域名

<https://www.dynadot.com/>

.link 域名

内容页图片，是网站排名因子吗？

搜索结果出图

页面中的内容图像，通常它都属于页面质量评估的范畴中

提升内容页质量，该如何配图

1、图片相关性

①强相关

①高质量且具有较高的视觉体验, 色彩鲜明, 眼前一亮。

②紧扣页面标题。

③调整图片大小, 有利于 SERP 出图, 比如: 3: 2。

②弱相关

行业概况图片, 并不是针对当前页面主题的描述, 比如: 本文中上面的图

片

③不相关

通常是随机性的图片。

首推强相关>弱相关>不相关。

## 2、图片的数量

内容页中图片是会影响到页面的搜索排序, 这个时候就会有小伙伴思考, 那我是否可以在网页中插入大量的图片。

如果你的页面插入大量图片, 势必影响到页面加载速度, 如果因为图片顾此失彼, 我们认为略有得不偿失。

在满足能够完美辅助用户解决搜索需求且不影响页面加载速度的前提下, 我们认为并不需要刻意的强调图片数量。 一张或三张

## 3、图片的版权

## 4、图片的设计

每个网站都在展现相同类型的产品, 如果条件允许的话我们建议还是找一个设计师做几个 psd, 我们针对不同类型的产品自我生成原创图片即可

## 5、图片的批量

有的小伙伴说我可能是做流量站的, 我每天可能有发布大量的文章需求, 而自己独立制作图片很显然不现实, 目前其实大部分的 CMS 系统, 都存在一些 SEO 插件, 可以根据文章标题, 自动生成原创图片, 并且随着网站内容更新自动发布。

你只需要设计一个固定的图片背景模板就可以生成海量的图片

批量建站 SEO, 站群思维还可行吗?

案例

IDC 服务商

手中资源最多的就是域名, 随机启用几百个域名做批量建站

批量采集行业内容, 利用跳转引流到自己的主站平台

蜘蛛池

它可能会吸引大量的蜘蛛来访, 即使有爬行, 也不会得到有效的搜索展现。

需要有可操作模板的管理权限, 才可以给你的目标站点引蜘蛛

企业操作

①小微企业, 3-5 个人, 就做品牌站。

②大企业, 人员多, 预算多, 就做垂直行业站, 重内容体量。

策略

①整理品牌词相关搜索量

②对品牌词, 相关关键词, 进行合理分类, 建立专题页面。

③在专题页面, 布局目标业务相关关键词。

④品牌词访问量高, 搜索量高的专题, 布局业务核心关键词, 同样, 量少的布局量少的业务关键词。

## 权重站

### ①垃圾权重站

基于站群而搭建, 通常是泛目录形式的权重网站

存在诸多的瑕疵

①页面内容是随机组成, 而并没有任何有价值的内容。

②页面的链接策略, 往往是垃圾站群的链轮。

③可能存在一定的刷点击的行为。

### ②常规权重站

一个短周期的情况下, 你可能需要具备如下基本 SEO 资源

①足够的优质内容资源, 你可能需要一个 SEO 文案团队。

②高质量的友情链接与外部链接资源。

③每天保持较高的更新频率, 对于试图打造权 4-5 的站, 可能每天的输出优质内容质量在 100-300 篇的内容, 并且持续一定时间周期。

④高效的服务器性能, 如果你的数据量级别是百万级别的, 你的硬件配置资源可能也需要较高的费用, 甚至超百万。

## 如何来优化网站 url?

### 一、网站 url 的长度

网站的 url 最好不要超过四级

有利于用户的记忆和搜索引擎的抓取

### 二、url 中包含关键词

包含关键词既可以让用户知道此页面是什么内容, 也方便告诉爬虫这个页面是哪些内容, url 中包含关键词也可以增加页面的相关性, 有助于网站关键词的排名提高, 但是要注意网站 url 在设置的时候尽量避免关键词堆积

### 三、静态 url

搜索引擎对于动态路径和静态路径的抓取都已经相对比较成熟, 但是与动态 url 相比静态 url 更容易被搜索引擎抓取, 所以建议大家可以使用伪静态, 但如果部分空间不支持伪静态页面时, 也可以使用动态路径

### 四、url 坐 301 跳转

在网站优化的过程中, 有可能会出现重置 url 的情况, 这时候就需要将旧的 url 做 301 跳转到新的 url 上, 这样既可以使爬虫抓取新 url, 也可以增加用户体验度, 不会在用户访问旧 url 的时候出现 404 页面的情况。

### 五、url 字母尽量使用一致

在 url 中, 关键词一般是以拼音或是英文的形式出现在里面, 那么在意 url 中如果拼音的如果字母的, 大小写不一致会影响美观性, 并且用户手动输入 url 的时候容易出错, 所以在设置 url 的时候尽量让字母的大小写一致

## 上市公司网站 SEO 排名怎么做？

### 问题

上市公司网站，它的基础框架，没有太大内容，也不能随意调整，我们在接这类项目的时候，经常会围绕是否可以页面结构调整或者新增，花费大量的时间沟通与协商，以及法律风险规避的问题

若非这样：针对几个页面，试图做海量非特别相关的词库时，是很难基于页面相关性排名几百个关键词。

### 什么是隐藏目录？

站内新目录，而这个新目录，并不在企业网站的前台页面展现。

并非是真正的利用代码将其隐藏在目标网页中，而仅仅是不在明显的位置，将其进行合理关联。

### 配置

#### ①折叠友情链接位置

一般上市公司站点，同样是不允许存在直显友情链接的，只能在网站做底部，添加一个折叠的友情链接位置，如果被允许，我们通常会放在这个位置。

#### ②专题页面中某个词

第二个选择就是匹配在用户专题或者产品页面中，某个不起眼的关键词中，这样可以起到链接传递的作用。

#### ③页面图标元素链接

有的时候，我们实在没有能够匹配的链接载体的时候，我们也会选择一些图片元素，做图片链接引导目录爬行。

#### ④放弃目录链接引导

如果实在没有链接入口在前端页面添加，我们就只能通过 API 提交相关性目录主页地址给百度，一般在百度搜索资源平台后台选择手动提交和自动提交即可。

### 作用

#### 1、词库排名

通常我们拿到 SEO 项目需求的时候，一般规模网站，给的需求都是几百个词库起，很显然，现有站点的页面，基本很难匹配上百个关键词。

如果甲方同意，在站内隐藏目录，匹配一些长尾关键词的话，在这里我们可以布局一些长尾词的。

比如：某某品牌怎么样，某某地区品牌，某某品牌系统 vs 竞争对手等等。

#### 2、内容增量

我们知道，从目前来看，百度 SEO 排名，更多的是亲来内容增量持续稳定，相对比较多的站点，因此，提升整站权重的一个环节就是想办法提升目标站点相关性内容的增量。

#### 3、内链投票

同时，在做内容增量的过程中，我们同样可以合理的利用内容增量页面做内部链接投票。

如果我们的关键词定位是精准的，并且词库的总量幅度比较小，这个时候，是可以利用技术策略，批量自动增加内链的。

采用哪几种策略提升百度权重

### 1、产品页面聚合排名

利用现有的产品与服务页面，建立批量聚合的页面，可以是专题页面，可以是列表页面，一般列表页面甲方审核通过的概率比较大。

这里面，有个小细节，通常这样的列表页面，我们是不能在前端页面展现一些关键词密度的策略，甚至标题的匹配。

我们通常需要利用：SEO 标题+页面描述标签，布局这些聚合页面的关键词，调整相关密度。

### 2、现有页面布词微调

所谓现有页面微调，我们只能是在获得相关页面调整权限之后，针对页面细节性的关键词去微调。

它包括：页面的 SEO 标题，页面相近的关键词替换，比如：仓储物流管理与 wms 的关系。

### 3、301 重定向相关页面

这是一个老生常谈的话题，就是利用高权重独立域名，重定向到目标相关性页面的策略，属于备选策略。

### 4、外部链接页面强化

外部链接的增长对于目标网站排名是一个必要元素，但我们尽量不要让 SEO 项目，完全独立于依托外链的增长，这样效果会打折扣，预算会拉升。

## 深度讲解如何发挥出 title 标题的作用

### title 标签的意思

#### 1.能帮助网站所做关键词更好获取排名

网站标题要包含网站的核心内容也就是网站所做的核心关键词，如标题中没有跟网站所做关键词匹配，那这个网站很难从搜索引擎中获得排名

#### 2.提高用户点击率和转化

网站 title 标题如设置的不合理或者张冠礼戴，那这个网站在优化过程中很少会有点击量，设置一个好的标题对网站的点击率和转化都有着很大的帮助

### 如何设置网站 title 标签

#### 1.关键词的融入

在标题中包换特定的关键词，这些关键字是内容页面的核心词，并且是基于搜索要求的词。

#### 2.title 标题字数控制在多少？

字数上控制在 80 字左右

#### 3.title 的字符设置

标题中肯定会存在字符来分解连词，网站标题中常存在的字符有：“”、“逗号”、“停顿”|“竖线”-“横线”和“\_”下划线“[”大括号等，而现在百度搜索引擎更倾向于没有连接符号的标题，我们在设置标题不可能不存在字符，所有我们尽可能保证网站标题的干净整洁美观，不用使用不同的符号就好。

#### 4.title 标题的写法

设置时可将网站的热门关键词放在最左方来展现网站的核心主题  
不同页面的标题写法

首页标题: 网站所做核心关键词-公司名称

栏目标题: 列表名称-公司名称

内容页面: 网页文章标题-公司名称

什么是 SEO 平台思维, 2-3 页排名策略?

核心因素

企业可持续性的发展空间

百度搜索算法的动态调整

原因

对于甲方企业, 一个是自身营销预算的缩减, 和对行业发展前景的不确定性, 信心不足, 另外一个就是目前百度首页排名, 大部分是平台“经济”

对于甲方企业, 一个是自身营销预算的缩减, 和对行业发展前景的不确定性, 信心不足, 另外一个就是目前百度首页排名, 大部分是平台“经济”

在短期内, 首页关键词排名的展现, 中小企业站点排名, 还是相对比较困难的, 因此甲乙双方更多的是围绕 2-3 页的排名协定合同。

什么是 SEO 平台思维?

指针对百度首页目前展现的策略, 大部分来自于知名媒体平台

1688 和知名黄页平台

知乎

腾讯企鹅号(网易号, 搜狐号次之)

企业百家号(附带好看视频)

百度经验

B 站(哔哩哔哩)

产品思维

企业口碑营销, 品牌声誉维护, 社交媒体优化(SMO), 附带百度首页的搜索排名布局

什么是 2-3 页排名策略?

首页排名虽然很难掌控, 自身网站营销预算投入相对比较高, 2-3 页的排名, 我们还是相对可控的, 毕竟 2-3 页的排名, 目前来看, 还是给予一定企业网站的展现空间。

筛选异常排名竞争度比较高的词, 留做首页排名。

选择竞争度适中的词, 作为 2-3 页关键词排名。

合理利用 TAG 页面, 做长尾关键词。

内容页面, 原则上, 可以不布局关键词或者布局长尾词。

外链资源丰富的旧页面应该怎样处理?

1、外链再核查

对于任页面具有较高的反向链接, 我们都会建议对方通过相关工具, 再进行第二次核查, 主要目的就是去核查这些外链的稳定性, 是否已经出现大面积的死链接。

同时还需要注意: 统计所有外部链接的锚文本类型, 是文本内容, 还是纯网址,

这样有利于我们接下来的后续工作, 是否需要进行页面内容替换, 亦或者采取域名重定向的策略。

## 2、替换旧内容

### 1. 替换相关性内容

理论上, 我们通常都会建议你去选择替换相关性内容, 这样的话, 我们在得到链接权重传递的过程中, 新内容的排名会响应的非常及时。

它如同启用相关性老域名的策略是一样的, 但这里面有一个小细节, 那就是我们在撰写新内容的时候, 一定要考虑, 如何尽量满足与外部链接描述内容的相关主题。

### 2. 替换非相关性内容

如果我们试图替换非相关性内容, 这里面需要明确一个事情, 那就是你的页面正式更新上线之后, 早前的一些关键词排名是仍然存在的。

对于新内容的识别与关键词排名, 可能需要等待百度快照更新之后, 才会陆续的展现相关性排名

## 3、重定向页面

般来讲, 针对旧页面链接非常丰富的 URL, 我们如果没有相关性内容做更新, 都会建议将其利用 301 进行跳转, 确保权重可以得到转移。

但在这个过程中, 我们针对跳转的目标 URL, 应该尽量的控制在同分类下的内容, 如果实在选择不清楚, 可以直接定向到当下分类的 URL 地址

网站备案是什么、重要性、对 SEO 有什么影响、操作流程与所需资料

网站备案是什么? ICP 备案与公安备案介绍

网站备案是指根据国家法律法规需要网站的开办者向国家有关部门申请的备案

如果你的域名如果绑定指向到国内网站空间就要备案。如果你这个域名只是纯粹注册下来, 用作投资或者暂时不用, 是无需备案的。同时, 域名指向到大陆以外网站空间, 也是无需备案的, 比如很多人用香港服务器搭建网站就不用备案

网站备案具体又分为 ICP 备案和公安备案

### 1、ICP 备案

根据《互联网信息服务管理办法》指出, 互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。

国家对经营性互联网信息服务实行许可制度; 对非经营性互联网信息服务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的, 不得从事互联网信息服务。

《非经营性互联网信息服务备案管理办法》第五条规定指出, 在中华人民共和国境内提供非经营性互联网信息服务, 应当依法履行备案手续。未经国家机关单位许可备案, 不得在中华人民共和国境内从事非经营性互联网信息服务。

备案地址: <https://beian.miit.gov.cn>

### 2、公安备案

《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》第十二条规定: 互联单位、接入单位、使用计算机信息网络国际联网的法人和其他组织(包括跨省、自治区、直辖市的联网单位和所属的分支机构), 应当自网络正式联通之日起 30 日内, 到所在地的省、自治区、直辖市人民政府公安机关指定的受理机关办理备案手续。目前, 公安机关实行网上备案制度。

公安备案地址：<http://www.beian.gov.cn>

根据相关法律法规规定，凡是接入互联网的单位：包括互联网接入服务单位（ISP）、互联网数据中心（IDC）、互联网信息服务单位（ICP）和国际联网使用单位，都需要到公安机关办理备案手续。

网站备案为什么重要？

因为网站备案一般需要 7-20 天，要看提交审核时间

1、收录更快。虽然很多人说不备案也可以，同等条件下，备案明显收录会大于未备案的。

2、信任度更高。一般用户对于网站备案更放心，没有备案的网站信任度不够。

3、可搭建小程序。不管你是想做百度小程序还是微信小程序，都需要网站要有备案，没有备案做不了。

4、可付费投放。不管你是做百度还是 360 还是其它平台竞价投放，如果你要用你自己的域名投放，一定要备案，不备案开不了户。当然你说我可以找别人拼户或者官方的自带网页，这个看你自己的了。

网站备案对 SEO 有什么影响？

1、备案网站国内用户访问速度更快。备案网站服务器都在国内，所以用户在国内访问更快。如果在香港或国外其它地方，网站服务器访问速度相对较慢，用户体验不好，就有可能间接增加跳出率，从而影响搜索引擎对于网站判断，对 SEO 就不太友好了。

2、用户信任度高，降低跳出率。网站备案最直接就是增加用户信任度，虽然用户不懂什么 ICP 备案，公安备案，但看到下面有一大串，天然觉得更安全。

3、更利于百度搜索引擎收录。以前百度出了一个新站保护功能（已下线），可以对备案网站优先提交收录。现在即使没有这个功能，百度也能轻松查到备案网站，优先索引。

4、网站更稳定。这个主要是指各种变化，当然空间稳定是其中一方面。最重要的是，备案网站以后会要求越来越严。如果你没有备案，万一以后全部要求备案或者域名实名，你没备案，你做经营的网站可能就关了。

网站备案操作流程及准备准备（个人与企业）

网站备案具体流程

#### 1、注册域名

选择一家服务区域涵盖的域名服务商，注册网站所需域名。一般选择阿里云万网的人多。

#### 2、域名实名认证

注册域名后，需要对域名进行实名认证。（注：域名的实名认证主体需与网站备案主体一致，如某某公司网站备案，那么域名实名认证也需要用某某公司的名义）。

#### 3、获取备案码

在域名服务商处，租赁服务器，获取网站备案码。

#### 4、填写备案信息

根据页面提示，填写主体信息（公司名称、营业执照、联系人等）、备案网站信息（网站域名、服务器 IP 地址、备案码、网站简介等），管局审核时间一般为 3-15 个工作日。

#### 5.完成工信部短信核验

提交备案信息后，会收到来自工信部的核验短信，需完成短信核验后，该网站备案申请才会提交成功。

#### 6.备案完成



网站备案成功后,会通过短信、邮箱等方式将备案号发送给您。当网站上线时,需要将网站备案号放置于网站底部。(而且要链接到工信部官网)

#### 企业网站备案准备资料

- 1、主办单位名称:企业网站的,就填公司名称。
- 2、主办单位有效证件号码:企业营业执照号码。
- 3、主办单位性质:填写企业、个人、事业单位、政府机关或者军队。
- 4、主办单位通信地址:一定要写清楚哪个省、市、街、号地址一定要详细。
- 5、有效证件类型:填写身份证、护照、军官证或台胞证。
- 6、网站负责人姓名
- 7、网站负责人办公电话:办公电话可填多个用“;”隔开;办公电话填写标准格式:国家代码-区号-号码。
- 8、负责人有效证件号码
- 9、负责人手机号码
- 10、电子邮箱
- 11、网站名称
- 12、网站域名

#### 个人网站备案准备资料

- 1、个人网站备案信息真实性核验单注:需要填写网站主办者名称、网站类型、网站域名、签名及日期,其他由接入商填写。
- 2、个人身份证正反面扫描件
- 3、域名证书(所在注册商那里都有)
- 4、接入商幕布前的真实实拍照片
- 5、签署好的信息安全管理协议书

网站的快照为什么长时间不更新?

#### 1、内容质量差

网站想要有排名,优质的内容是离不开的。高质量或者原创的内容才能吸引蜘蛛来网站爬取,同时也能为用户提供良好的体验感,如果内容质量过低,那么也就无法吸引蜘蛛的抓取,导致快照无法更新

#### 2、内容发布频率低

如果你没有规律的发布文章,或者好几天只发布一条,那么在蜘蛛前几次抓取你网站的时候,就会养成一个不规则的规律,蜘蛛也就不会来抓取网站内容了,导致快照无法更新

#### 3、服务器稳定性差

一个好的服务器是优化的基础,如果服务器不稳定,导致网站打开速度慢,或者打不开的情况,那么也会导致蜘蛛无法抓取到你的网站,导致快照无法更新,更严重导致网站无法被搜索引擎收录

#### 4、外链/友情链接质量差

高质量友情链接不仅能够提升网站权重,同时也能带来一定的流量,提升网站排名。但是如果友情链接质量太低,不仅起不到任何作用,同时也会影响到百度快照的更新

#### 5、网站改版

当网站进行改版的时候,百度快照也不会进行正常更新的。当网站改版完成后,需  
要从新让搜索引擎收录,等一段时间后,百度快照更新也就会正常了

## 6、投诉快照更新

反馈

举报

网站分类,没有 SEO 标题,怎么办?

### 1、词库布局

#### ①长尾变热词

通常来讲,我们知道在做整站 SEO 布局的时候,我们习惯性的 SEO 布局策略  
是:

首页:匹配核心关键词,热门关键词。

分类:匹配竞争度适中的关键词,或者长尾关键词。

文章:匹配个性化长尾内容,问答口碑相关性关键词。

TAG:专题页面布局热度相对高一点的词。

#### ②文章页新增

具有一定的段落层级

图文并茂

匹配相关性内部链接文章

用来弥补栏目页面没有 SEO 标题的损失

### 2、链接策略

需要做站内内链策略,外加友情链接版块,批量换内页策略,就可以快速的拉高关  
键词排名

外链建设

①新闻源站:锚文本链接

②网址导航链接

③单向友情链接购买

### 3、排名策略

长尾词>热度适中的词>核心词

文章页>分类页>首页

新站排名,HTTP 突然变 HTTPS,该怎么办?

### 1、排名没波动

①新网站,新域名,相关的信任度非常低,301 重定向的周期非常长。

②域名重定向,在转移的过程中,实际上权重是存在一定损耗的。(但我们本身就  
没什么权重)

③这个时候的重定向,影响搜索引擎对目标页面,特定关键词权益的匹配识别。

④非常容易导致,现有的关键词掉排名的情况,而是否能够完全平移到 HTTPS 很

难说。

⑤让搜索引擎处于 HTTP 与 HTTPS 权益的判定中，耗费时间与资源的成本。

整站重定向调整

①大量核心关键词排名在预期范围内。

②网站大部分页面得到有效的索引建库并且展现。

③网站搜索引擎蜘蛛抓取频率相对平稳且稳定，比如：大于 50。

## 2、排名有波动

①核心关键词的排名相对稳定

②相关关键词的排名，都出现“丢失”的情况（权重转移过程中...）

操作

①调整百度搜索资源平台的改版策略，HTTP 变 HTTPS。

②审查网站内部结构，确保站内所有链接，完全替换 HTTPS。

③保留旧 HTTP 外部链接，避免进行变更 HTTPS，导致外链丢失，双重打击排

名。

④新增外链，调整成 HTTPS。

怎么诊断网站的代码？

### 1.301 重定向

301 便是没有带 www 的域名都跳转到带 www 的域名上，是避免域名分权重值

### 2.404 页面

是针对网址早已遗失的路径或是找不到的路径，用户在浏览下，出现 404 页面，正确引导用户返回首页，对搜索引擎是十分友好的，

### 3.nofollow

nofollow 标识是告知搜索引擎不必跟踪此网页页面上的连接

### 4.sitemap

sitemap 是指出网站构造、频道和内容表明等基本信息的页面，都依靠着 sitemap 来对全部网址的构架开展整理，可以迅速的掌握网站内容。

### 5.robots 文件

引擎蜘蛛来抓取网址的情况下首先看的是 robots.txt 文件，是告诉搜索引擎什么页面是可以抓取的，在确诊百度收录的情况下，我们可以首先看下 robots 文件，是不是屏蔽掉什么网页页面的抓取。

单页面优化

### 1.单页面对网站排名的作用

对排名页面的支撑

直接参与排名

整站权重提升

搜索引擎对单页面识别原理

TDK、URL、导航、标签 数据分析需求 更新频率 外链

标题

一个页面一个需求点

分词角度

内容优化

1.标签优化（锚点、H 标签、数据分析、内链（首页、栏目不要））

2.内容来源（同行网站、行业网站、百度、谷歌、论文）

采集内容如何做

采集、过路、编辑

## B2B

关键词

大多数人发的是一些核心关键词或短的长尾关键词，而没有发比较长的、精准的长尾关键词

解决方法就是：尽量去发长尾关键词，并且是最精确的长尾关键词，让客户从不同的角度都可以搜索到你们的关键词信息,就是在信息标题里面设置长尾关键词

修饰词批发，价格，市场，厂家，求购，采购，求购，供应，地域，型号，品牌，颜色，款式

关键词的正确布局是：一篇信息里，在开头和结尾都尽量包含跟标题上的关键词一致的关键词

关键词前后要呼应，并且要与标题相一致 还有，内容信息里的长尾关键词，如果能够加粗，就要去加粗，让搜索蜘蛛能更好地识别这些关键词

排名

很多关键词会比较快的在百度上有好的排名。但是有了排名后，为什么客户没有来找你？有没有想过原因？

第一个思路：要写上详细的客户问答

一定要在你的每条信息的内容描述里，把客户问答写上去，很多客户即使看了你的问答，他也会来问你

客户问答，极大地省去了客户反复咨询你常见问题的时间，提高了效率。

为什么选择你

第一，你是做什么产品的？

第二，你的产品能为我带来什么好处？1234 一一列举第三，我为什么要信任你？

第四，为什么我要到你这里购买，而不是到别人那里购买？可以给我几个必须到你这里购买的理由吗？第五，为什么我必须现在就在你这里购买？为什么我不可以拖到以后再购买？

如何去巧妙地避开价格战呢

用你的个人魅力和情感去征服他

留下博客地址，引导客户 去看你的博客或者你的公众号或者你的个人网站  
如果你想更多地了解我，请搜索我的网站，或者微信公众号或者个人品牌  
操盘

同样的 50 个关键词，在 3 个不同的行业网站上分别发一次，这样就会形成关键词靠前的规模效应。

## 关键词拓展

### 关键词工具

1.google adwords 2.百度推广关键词工具 3.熊猫关键词 4.5118 关键词

### 搜索建议

1.搜索下拉 2.相关搜索

### 关键词变体与组合

- 1.同义词 网站推广 网络推广 网络营销
  - 2.相关词
  - 3.简写 北京影视 北影
  - 4.错别字 艾滋病 与爱滋病 注意：错别字出现在页面中会带来负面观感
- 修饰词
- 5.限定 地名：北京护栏 品牌：小米电视 其他限定：价格、促销、厂家
  - 6.以上变化形式交叉组合

### 关键词分布

将关键词有逻辑的分组，每一组关键词针对一个分类

#### 浙江旅游

##### 宁波旅游

文章页面  
宁波旅游景点  
宁波旅游地图  
宁波旅游攻略  
宁波旅游交通  
宁波旅游自由行

##### 杭州旅游

##### 绍兴旅游

### 分布方案

每个页面关键词不可过多

与页面内容相匹配，更有针对性

避免内部竞争

同一关键词不要重复网站多个页面，否则内页权重分散

关键词内容策划

每一版块针对一组明确的关键词进行内容组织，关键词做的详细，内容策

划就顺利

### 正文关键词

词频和密度

2%-8%自然写作，切忌关键词堆砌

正文前半部分出现的关键词权重比较高，结尾再次点题  
关键词组的临近度和拆分

关键点

自然创作  
原创  
意识融入  
排版清晰  
对用户有帮助

贴吧推广

如何找贴吧

关键词搜索

根据眼睛部位

双眼皮

眼袋

眼角

黑眼圈

根据意图

单变双

无痕

根据产品

双眼皮贴

根据手术方式

全切

无痕

埋线

韩式定位

眼部医院

眼部医生

根据地区

需求搜索

需求萌芽期

眼部整形知识储备

从不同的信息点获得眼部整形相关知识

需求成长期

查找医院医生，观察案例，准备面诊

眼部医生

刘风卓，王振军

眼部医院

新星靓，来美安

需求解决期

衡量经济条件，面诊设计方案等

例如，30 年眼修复专家的价目表

北京自然风双眼皮哪家好

聚集地搜索

兴趣分类

芭比风

童颜风

网红风

COSplay

职业分类

白领党

学生党

如何找内容

基础整形知识

三方平台

爱问医生

知乎

进阶知识

三方平台医生访谈

丁香园

其他内容

[weixin.souogou.com](http://weixin.souogou.com)

今日头条定向搜索

搜索引擎

原创内容

如何发布内容

基础篇

时间线搬用

用老热帖加新内容发布到其他地方

跨平台搬用

贴吧热帖发到豆瓣天涯等

进阶篇

内容的多样性

参考新氧、美呗微信公众号

技巧篇

防删二维码技术

ps

拼图

干扰码

图层 1.白板或者截图 2.文字图层 3.二维码广告 4.透明图层

艺术二维码

二维码梦工厂

第九工厂

内容

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

## 原创内容

### 工具

录音啦

配音阁

美图秀秀

camstasia studio

### 内容方法

真人录制视频

图片+文字+配音

翻录

## 伪原创内容

### 搬运

#### 视频

快手

火山

抖音

B 站

腾讯视频

爱奇艺

搜狐

youtube

Vimeo

Netflix

Yahoo! Screen

Dailymotion

#### 文字图片

##### 文字

头条

央视新闻

腾讯新闻

网易新闻

##### 图片

花瓣

500px

昵图

百度图片

### 处理方案

视频切割、加入片头片尾处理 md5 去重

图片处理 md5、修改尺寸加边框

文字伪原创处理

## 内容套路

### 成长经历贴

受众范围较大，切用户整个学习周期

时间线发布



内容埋点

用户术前环节全覆盖

可形成小范围的 KOL

案例分享帖

受众范围少，切用户面诊设计环节

时间线发布

每日更新图片，恢复方法介绍

可吸引同一类型眼型的用户

医生点评帖

受众较少，精准强，切用户购买环节

内容要中肯，有图片、资料辅助

可形成小范围的 KOL

水军引导提问，解答通过私信到微信

抱团贴

消除恐惧

直播咨询帖

塑造现场感和体验感

回帖套路

品牌劫持

以咨询师角度回答问题，通俗易懂为佳

私信引导微信，咨询师铺垫

解决疑问引导问题

切用户急切心理

帮用户解决问题

给用户你的资料

带用户找医院

占楼留广告

无技术水平

内容资源收集

普及知识类

初级知识点

收集案例解决方案

案例类

冒充用户

主题帖利用

视频类

作为稀缺内容套住用户

名医类

基本情况

主诉特点

如何评价贴吧

看精品贴

判断精品的内容主线

观察回帖用户数量及质量

挖掘用户兴趣点

看日贴产出

观察一周，确定发帖高频期

删帖率

与活跃贴吧的人聊天

发帖技巧

1、发帖前的准备

(1)、首先准备一个贴吧的账号(可以自己申请)。

(2)、账号的设置：账号的名称可以用自己的微信/QQ 号，能让别人更方便联系到你，也可以取个引人注目的名字，然后把微信/QQ 二维码作为头像，亦或者用美女头像上加个水印写上自己的联系方式。

(3)、选一个合适的贴吧：人气不能太低，太低的话就算你发的帖子每天都置顶也不会有人看到，人气不能太高，人气太高刚发的帖子第一页就看不到了。

(4)、要选择跟你目标人群相关的贴吧，另外最好关注一下贴吧，这样以后发帖会更方便，不用每次都去找。

(5)、帖子的标题一定要能吸引人，这样帖子的点击率才会高，标题可以从利用好人的好奇心和贪婪心着手。

(6)、帖子的内容要有价值，要发一些目标人群最感兴趣的东西，最好是看过之后有想要联系你的冲动。

2、选择贴吧要有侧重点

发相关性和冷门的贴吧，冷门的贴吧

留链接和联系方式

冷门和链接变异

3、寻找具有吸引力的标题

好奇心和贪婪心

4、要学会利用时事热点

5、帖子的内容要有讲究

细心写一篇内容详实的软文，然后用马甲号抢占沙发发个外链，之后没事就拿各种小号上去顶一下

6、发帖要有技巧

同样的帖子不要在不同的贴吧中重复发帖，要在多个贴吧发，最少改一些标题和内容 在同一个百度贴吧推广的帖子数不要太多，1-3 个就行了，有时间多坐坐沙发，带上链接也是一样的。

如果你发的帖子没有顶很快就会被沉下去，你要顶自己的帖，不过不要太频繁，最好多注册几个马甲帮着顶。

7、贴吧回复的技巧

回复问题的账号最好将名称改成你的行业名称和业务名称，每一个业务对应一个账号，固定回复账号有一个好处就是可以养账号，你的账号高级了是有一些特权的，回复

问题通过率都高一点。

回复账号最好设置一下你擅长回答什么，这个可以根据你的业务来确定。比如营销、互联网、IT、电商等等一些类目，这样可以减少你回答问题被删的几率。

#### 8、随时更换 IP 地址

ip 地址要更换，不要用一个 ip 一直发，百度会封你的 ip，即使发的不是广告，也会被秒删。

Cookies 也同样要清理，也就是你的网络足迹，即使你换 ip 了，没删 Cookies 百度也一样知道是一个人在操作，所以还是秒删。

手机端改变 IP 地址：手机处于 4G 非 WIFI 状态下，首先把自己的手机调成飞行模式，然后再把飞行模式关闭打开 4G 网，请按步骤进行哦。观察你的 IP 地址就会改变。

#### 9、一些发帖实际操作技巧

(1)、把所要发送的网址通过缩短功能进行网址缩短，网址缩短功能很多网站都有提供的，百度一下能够出来很多。

(2)、在已经缩短后的网址后面加上一个问号，之后再加上一个空格，再加上 tieba.baidu.com 就 ok，这样系统就会模糊，不会被系统删帖，而且不影响网址访问。

(3)、注重内容，天衣无缝的好文章不仅会赢得网友的赞赏还会让管理员对你产生好感，将你的文章或帖子推荐到首页。

(4)、选择重点，单纯为了留外链，最好选择一些冷门的贴吧;如果是为了提高网站流量，就要选择一些热门的贴吧。

(5)、发帖技巧，同样的帖子不要在不同的贴吧中重复发，至少要改一些标题和内容，不然你发几个就发不出去了，而且这样也很容易引起百度管理员的注意。

另外，发帖之后要经常去维护，有人回帖就去回答，没人回帖就自己回帖偶尔去顶一下，因为除了被吧主或版主置顶的帖子，其他的帖子都是按照更新时间排序的，帖子一有回复就会被置顶。

### 微信

#### 如何不被封号

1、通讯录导入加人：根据微信号综合评分，也就是还得看之前号有没有被封过，24 小时内只能加 15-25 个好友。一般情况下，即使超出了 25 个，添加对方显示发送验证成功，对方也收不到验证信息。所以，你手上就算有千万个老客户的手机号也没有用

2、查找添加：24 个小时只能查找 15 人，超过这个次数，系统提示“操作过于频繁查找失败”。还得分时间段，不能集中时间进行操作。如果是新号，也就是 15 天之内的新号，第一天这样操作，很容易被封号。

3、面对面建群：现场能建 100 人群，超过 100 人，对方需要通过实名验证才能接受邀请，需要绑定银行卡进行验证。发起群的人，会成为群主。当然，会有一些活码工具，可以自己去找一下。

4、摇一摇加人：一次只能摇 10 个人左右，粉丝也不够精准，不建议再采用这种获客方式。

5、扫一扫加人：一次只能添加 15 个人，如果超出次数，同样会显示查找失败。过分使用这个功能，会受到局限。

6、被动加人：一般质量比较好的微信老号，微信每天被动加人不能超过 320 人，加人数量在 200 人左右是比较保险的，否则有封号危险。之前被封过的号，可能会受到局限。有过这样的封号提示。

7、主动添加：每天主动加别人的上限是 30 人，加到 20 人比较保险，当然还得看号的质量，尤其是核心的群内加人的这种方式，超过对方可能收到不信息。受到通过率的影响，而且一旦发生投诉行为，这个功能同样会受到限制。

8、微信一个号的总好友数量上限是 5000 人。企业微信是没有限制的。

如何养号

#### 一、微信权重加分因素

- 1、头像，性别，签名等个人信息是否完善，以及是否设置微信号。
- 2、是否有绑定手机号，是否唯一，这个手机号之前是否绑定过微信号。
- 3、是否有绑定 QQ 号，是否唯一，这个 QQ 号之前是否绑定过微信号。
- 4、注册时间越长，分数越高。所以越早注册，效果越好。
- 5、是否经常跟好友聊天，形式包括：文字，表情和语音等。
- 6、是否与好友经常联系，数量有几个，数量越多越好，而且是双向的沟通。
- 7、发朋友圈，点赞留言，并经常在朋友圈与好友互动，肯定是有好处的。
- 8、是否有阅读腾讯新闻。
- 9、是否有订阅号，订阅数量及是否有日常阅读。
- 10、微信钱包是否绑定个人银行卡，是否有微信支付，是否有买理财，是否有充话费。
- 11、是否有抢和发红包。
- 12、是否使用 wifi 的流量和电话卡的流量，是否有多个 wifi 流量，并在多个基站登陆。
- 13、平均打开微信的次数。使用摇一摇、附近的人，只是开启定位，会有帮助，但影响不大。

#### 二、微信权重减分因素

- 1、个人信息改动太频繁。尤其是 ID 修改频繁，大忌。
- 2、聊天内容，包括违法关键词及敏感信息，涉及欺诈、色情、政治等，类似发票、原油、期货、支付宝、银行账号等。如果一定要用的话，最好用图片代替。
- 3、一直重复一个操作行为。中间没有穿插其他的操作，比如说外挂软件群发，肯定是会降分的。再比如说，发朋友圈，发一条是加分的，连续发十条中间没有穿插其他操作，就是扣分的，那一定会被判定是程序营销的
- 4、操作速度太快，快的不像真人操作，速度过快过频。所以很多外挂软件都会设置一个间隔时间，就是模仿真人操作。但这种方式明显不可取。
- 5、无论用那种方式，存在大量加人的行为，但是所加的人很少通过。对号肯定有负面的影响
- 6、新加好友不够互动，跟进着，又很大比例被删除。明显的营销号属性。

- 7、被人举报投诉骚扰。这个是微信最近严打的，一定要切记。
- 8、添加附近的人频率过高，刷新位置太多次数。
- 9、同一个 wifi 环境下大量微信号产生类似操作，比如说大量加人等。

## 精准养号

### 一、手机号准备注意事项

- 1、手机号码最好不要选 170、171 这些虚拟号段，尽可能的选择传统的 130、137 这些，手机号码最好不要连号，当然如果非要连号，也没有关系。
- 2、尽可能的不要在市面上买什么免实名卡、0 月租卡、注册卡，存在一定的风险，如果你生意非常重要，还是不要节约这点钱，因为一旦一个号养成了，这个风险是巨大的。
- 3、手机号目前是需要实名办理的，各地政策不同，一般情况下，每个人最多到营业厅只能 1-5 个卡，不过可以用企业身份去办理，应该能办理的卡量会大一些。各地收费标准不同，选择月租低的套餐的就好，最好是有一点流量套餐，还是建议用手机号的移动流量，不要使用 wifi。
- 4、关于手机这块，尽可能的一个微信号对应一台手机。不要輕易的更换。也尽可能的不要多开这种。选择几百块的手机就好了，最好是安卓的，老手机也要刷一下，再使用。

### 二、新号注册及如何养号。

- 1、注册的时候，尽量做到一个手机对应一个手机号、对应一个微信号，否则一旦营销行为过多，两个号或者是更多的号都可能被封。
- 2、注册全程使用手机流量，尽量不使用 wifi。
- 3、不能所有的手机陆续开号，一定要分开时间段和地点，建议把手机带回家注册几个号，次日再注册几个号，最好是分 3-5 天内完成。
- 4、注册微信号的时候，尽可能手机通讯录不是空的，必须先存 3-5 个自己的手机号进去，这样注册成功后可以直接添加微信好友。
- 5、新号注册，密码尽可能不一样。
- 6、微信 id 别一样，也别重复，最好不要有规律这种。如果一定需要，尽可能的使用中文名称，会比较好一点。
- 7、个人资料不一定要填写，也不需要一次性填完，建议每天填一点，分批填写，可以增加账号的活跃权重。
- 8、头像设置，多个微信号的话，必须每张都不一样，如果非得一样的话，也可以稍微处理一下大小、亮度之类的，另存成为不同的图片，就得看能够绕过一定的检测风险。所以推荐大家还是尽可能的不一样，尤其是新注册的一批号的话。
- 9、新号要添加 3-5 个可以控制的老号，也就是能通过的好友，第一天先聊天 5-10 句。
- 10、新号第一天不要添加你不能控制的好友，添加的人最好不要屏蔽你，一旦通过率低，就很麻烦。
- 11、让老号给自己的新号进行备注，添加标签，备注电话号码等。
- 12、打开腾讯新闻，点开最新一条，看 2-4 篇新闻。每天保持这个操作，会有好处。
- 13、发一条朋友圈，手工发，图片文案各不一样。千万别复制，每个号也尽可能的不一样。
- 14、让老号到新号的朋友圈进行点赞、评论。

15、老号邀请新号进入一个微信群中,最好是非广告的活跃群,群里大部分都是老号,发言 3-5 句。

16、次日更新签名,每一个号都需要一个正能量的签名,不能相同,至少 20% 的文字不同,签名不要打广告,也不要公司、银行、账号、代理等关键字。

17、次日申请的新号,进行填写微信 ID,不能是有规律的这种。

18、新号不要用各种营销软件,一定不要使用多开,虚拟定位,抢红包,群广告等插件软件。

19、新号不要使用查看附近的人,也不要摇一摇。

20、挂机最少 24 小时不要退出,不要退出微信登陆,要保持后台运行。新号的养号周期是 15 天,这是最少的天数,最好是 30 天左右,所以,微信号要提早的注册。在养号期间内,不要做过度的营销,尤其是加人这种行为,很危险

#### 15 项操作提升微信权重

1、绑定银行卡。目前每个银行卡只能绑定一个微信号,如果有条件,多开几个银行卡去绑定不同的微信号,能绑定银行卡一定要绑定,对微信的权重提升很重要。

2、每天填写一条个人资料,陆续进行丰富,可以增加权重。

3、通讯录,第一天导入 30 人,以后每几天不定期导入 10-30 人,切记,只导入但是不要加人。不要有任何加人行为。

4、加入几个活跃的群,也可以用自己的老号组织一个群,增加活跃度。

5、每天让一个老号加你,你通过。

6、好友聊天,用老号和新号假聊 10 句左右,语音图片和文案、表情都需要,每个新号每天分三个时段,每个时段最少和 3 个老号这样互动聊天。

7、每天 1-3 条朋友圈,发朋友圈后组织老号进行点赞,发多条朋友圈一定要间隔一下时间,别憋着使劲发。

8、每天在 3-4 个活跃的微信群里发消息,每个群 1-3 条消息,文字图片表情随意,注意不要发广告和公众号链接。

9、每日模拟阅读腾讯新闻文章,打开最新的,模拟阅读到文末。

10、转发订阅号里边的文章到朋友圈,记得写分享语。

11、搜索公众号,关注几个,每天模拟阅读几篇文章,阅读的过程中一定要有停留,并把页面拉到最下边,关注公众号最好是一些知名的公众号,定期增加关注数量,也可以进行取消。

12、发红包,抢红包,在一个群里进行类似的操作就可以,间歇性的即可。

13、用老号给新号发 0.1 元红包,然后再用新号给老号发红包,循环起来,不要新号互发。

14、新号沟通中,一定不要涉及到钱、银行、支付宝、账号、期货这些关键词,如果一定要说,那就 15 天以后再说,或者尽可能的使用图片代替,不要这些敏感的关键词。

15、给自己的微信通讯录增加 3 个以上的好友分类标签。新号养号至少需要半个月,半个月以后才可以开始加人,每天先慢一点,不要用力过猛,其实三个月内这个号还都属于新号。这段期间内都需要低调,过了三个月才判定为老号,可以稍微多一点营销行为。

#### 9 条必作 16 条选做

##### 一、养号每天必做

1、每天和 5 个好友聊天,每天分三个时间段,每个好友来回聊天 5-10 句,要文字、表情、语音和图片等夹杂,不能是单项聊天,一定要有来有回。

2、加入 5 个以上活跃微信群,每天在每个群里发一个表情、一个文字和一条语音,正常聊天,拒绝广告。

3、新添加的好友,每个主动和他进行聊天,不是推荐业务,是为了稳定客户,给客户一个让你存在的理由,不要让客户把你删了,这样还能增加活跃度,具体话术自己进行设置。

4、打开腾讯新闻推送的新闻,打开文章,模拟阅读到最后,然后再随机再看三篇文章,保证有停留时间。

5、搜索公众号,关注 1-2 个,并取消一个公众号的关注。

6、打开公众号,随机打开 2-3 篇文章,模拟阅读并拉到最后,也得保证有停留时间。

7、发朋友圈,并用其他号来进行点赞和评论。

8、查看朋友圈,给好友点赞评论。

9、发一个红包给老友,用另外一个老号发一个红包给本号。这些操作就类似于获取积分和金币的那种活动形式,做了肯定会有加分,这些是日常养号一定要做的。

## 二、每日选做

1、公众号下文章留言评论,间歇性的就行。

2、公众号菜单互动,间歇性的就行。

3、打开发现-游戏,找个最小的游戏下载一下,不定期打开玩两分钟。

4、收藏一些热门文章。

5、下载最新的表情包。

6、自己的号之间,有条件的可以进行微信语言对讲,接通后 2 秒钟挂掉即可。

7、打开发现-购物,随便逛逛,或者是通过这里买东西。

8、买 1 元理财。

9、给自己的手机号充 1 元话费,用这个微信,存储一点金额,也有很大好处。

10、绑定邮箱地址,注册多个微信号不要绑定一个邮箱地址,邮箱地址不能有规律。

11、打开我-设置,新消息通知,修改设置后再退出,下次再修改回来。

12、同理,我-设置,其他项目可以偶尔做个改动设置。

13、个人签名每 10 天更换一次,不要太频繁。

14、增加你的收获地址。

15、为你的好友增加标签、备注信息及添加电话号码、添加名片等信息。

16、加入新的群聊,并修改自己的群名片,同时要发言 2-3 句。操作的时候注意,不要造成

多个号轰炸多个群的情况。另外发的文案尽可能的不一样,尽量模拟真人操作。

## 注意事项 20 条法则

1、手机号可以解绑微信号,但是解绑后如果没有新手机号进行绑定,也很危险,如果太频繁的绑定和解绑,这个手机号和绑定的微信号,都有可能会有问题。

2、无论做任何的批量操作,比如说修改头像、更换封面、修改签名,尽可能的把时间错开,同一个小时,同一个基站上不要类似的操作多个号。

3、微信号绑定 QQ 号是增加权重的,但绑定的 QQ 号密码和昵称不能都一样。

4、正常使用的微信号,每隔一段时间打开一下飞行模式,也就是说在基站换个 IP 登陆,长期在一个地方不更换 ip,也是很奇怪的,如果有条件,把手机带出去兜兜风,换个不同的地方登陆一下。

5、无论你做什么业务,如果添加好友的通过率太低,很容易被封,如果你添加的人大部分都通过你,那么你能越加越多。所以,这个微信头像包括申请语,是非常重要的。头像设置的好,申请语给力,通过率高一点,对微信肯定有好处。

6、一些违禁的关键词，相关色情、政治、淘宝、金融等这些，如果发的频率过高，很容易被屏蔽或者是被封号，如果一定要发，在不违法的情况下可以考虑用图片代替，还有支付宝、银行账号这些也尽量少发。

7、同一张图片，很容易被识别，所以多个微信营销中，如果需要使用相同的图片，建议利用制图软件稍微修改一下，尽可能的每个微信号的物料都不尽相同，风险会比较小。

8、持续加人的时候，需要及时和新加的人互动一下，这样展示不是在做持续加人的动作，否则会被系统抓住。新加的人，及时交互一下，否则容易删除你，如果被删除的多了，容易让系统判定你是营销号。

9、安卓系统比苹果系统开发的权限多，所以微信能拿到的信息更多，所以相比较而言，安卓系统的微信权重要高于苹果系统。

10、月初的时候，微信容易进行严查，这个时候用软件加人要低调一点。

11、晚上 11 点以后尽量不要进行营销行为，这属于休息时间，一来微信会判定你骚扰，另一方面用户反感引起反感，容易投诉。

12、尽量不要使用微信多开，有非常大的机会被干掉。有些多开，目前只是不管，但并不代表者不知道，一旦有营销行为，很有可能被封。如果一定要双开，最好是用小米手机。

13、不要相信什么爆粉软件，即使有也是短期的，也是利用微信代码和管理上的漏洞，一定会被微信抓住来干掉的。

14、站街营销忌讳主动加人，这个是目前微信严管的地方，只要能站街展示出来就可以了，还是选择让别人加你吧。

15、绑定银行卡，使用微信里边的业务，比如说滴滴、订餐、理财等等，有助于提升微信的权重。

16、多发红包，多收红包，是提升权重的好机会，不过用软件抢红包是目前微信严打的。

17、不要在多个设备上轮流登陆一个微信号，如果一个手机登陆多个微信号，一个微信号挂了其他的号也可能一块挂掉。

18、根据微信的运营日志分析，微信会收集收集的数据，未经证实，仅供参考。比如说手机的 MAC 地址，上次登陆时间，手机 imei，手机号码，手机机型，手机基带芯片序列号，手机系统用户是否 root，wifi 旅游地址 ip，地理位置，通讯录信息等。

19、微信对图片的判定技术，根据猜测不仅可以读取到图片的 md5 值和 exif 值，还可以识别人脸年龄段，性别，种族等，也就是多个微信号尽量别使用同一张图片进行营销。所以，别太 Copy 一下东西了，微信都知道你 Copy 的谁的。

20、新注册的号 3 天内未进行第二次登陆，可能会被收回，需要解封，尤其是批量注册更需要注意。说实在的，微信的规则一直在变，唯一不变的思路就是“用户满意度”，所以无论是新号还是老号，日常过程中一定要尽可能的模拟真实用户操作，真正深入的与用户进行沟通才可以。

## 8 类操作必封号

### 扣分

- 1、同一台手机批量注册微信号，所以，尽可能的一个手机对应一个微信号。
- 2、用一个 ip 地址批量注册的微信号，所以，千万别再用 wifi 注册了。
- 3、注册新用户立刻进行大量营销行为。
- 4、注册新号后，立刻切换其他微信号登陆。
- 5、绑定的 QQ 号码密码昵称雷同。
- 6、微信号个人资料中的头像、签名、照片等信息雷同，或密码雷同。



7、170 虚拟运营商的手机号注册的微信号, 容易被封。

8、大量微信号做雷同的营销行为, 比如说同一时间转发一条广告信息

微信号被封后的解禁注意事项

1、微信号被封了以后, 系统普遍会再次追封一次, 这个是正常现象。

2、解封前, 最好是将原来的客户端删除, 用最新的版本进行解封。清除一下数据最好了。

3、解封成功后, 不要添加好友、修改资料及各种营销行为, 好比假释期, 很容易被抓回去, 继续参考之前的养号教程进行养号。

4、解封的时候, 保持一个手机一个微信号一个 ip。

5、不要用软件解封, 不然容易永久封号。

6、解封回来的微信号, 基本上属于残废, 以后只能聊天发朋友圈, 营销业务基本上不用考虑了, 很尴尬, 但是微信的规则摆在这里, 基本上都没有好方法。

7、被永久封号, 应该放弃了, 可以在线提交问题这种, 但基本上营销性能就废了, 再继续运营的价值已经不大了。

8、QQ 注册的微信号被封了, 不影响 qq 的使用。

9、QQ 注册的微信号, 被封一年后, 可以再次绑定新的微信号

加人不封号

1.微信封号的四个底线: 频繁加人; 投诉; 外挂软件; 违法信息。

2.不推荐任何软件加人。

3.微信使用事项。

①尽可能的一个手机对应一个微信号, 不要多开, 也不要随意更换。

②尽可能的不要使用同一 wifi, 连坐效应是非常厉害的。

③微信号一般不推荐大家购买, 尤其是一些老号更别买。个人名义去办电话卡只能 5 张, 公司名义去, 可以办理更多一些, 有点流量的那种就行,

④老手机也尽可能的刷机之后再使用。新手机用最便宜的那种小米的就行, 五六百块钱的就好了。

⑤微信可以设置不需要验证就能通过。

4.微信新号

是模拟真人实操

5.微信如何加人

①群里怎么加人: 就直接超级诱饵的方式, 加我好友或者是进入你新建的群, 获取什么超级诱饵。用海报的形式, 附上二维码。常见的超级诱饵包括: 学习资料、秘方、在线课程、优惠券、试用装、伴手礼等等。

②电话销售怎么加人: 短信+超级诱饵的形式。电话中就直接跟客户说, 我这边不方便加您, 稍后我会给你一个短信, 里边有我的微信号, 麻烦加我一下, 后续有什么问题可以随时咨询我, 另外还为您准备了一点小礼物, 价值 XX 元的 XX。电话结束后, 立即短信跟进。

③批量加好友怎么加: 短信平台+超级诱饵的方式。比如说你有 1 万个手机号码, 用短信平台, 怎么写呢, 大概的意思就是: 我是谁, 之前有过 XX 联系, 可以加我微信, 有什么问题随时咨询我, 权当交个朋友, 另外为您准备了一点 XX 的见面礼, 加上微信号。每天发 2 千个, 别发错了, 5 天时间发完。没有发完的, 可以第二周二轮一次。剩下的, 就只能电话进行跟进沟通了。一定要用短信平台, 自己手动编辑的话, 会被封端口的。

如何正确解封微信号

个人账号被封?

## 1、干扰微信正常运营、侵犯其他用户或第三方合法权益。

a.发布、转送和传播违反国家法律法规禁止的内容，比如分裂国家、贩毒、枪支、涉黑涉暴、色情、非法彩赌、诈骗等违反法律法规的内容。

b.发布、转送、传播和存储侵害他人名誉权、肖像权、知识产权、商业利益。

c.利用微信账号或本软件及服务，从事任何违法犯罪活动的。

d.其他违反法律法规、政策、公序良俗、社会公德或干扰微信正常运营和侵犯其他用户利益的行为。

## 2、违反微信软件使用规范

a.删除本软件及其副本上关于著作权的信息。

b.对软件进行反向工程，反向汇编、反向编译，或者以其他方式尝试发现本软件的源代码。

c.对本软件或本软件运行过程中释放到任何终端内存中的数据、软件运行过程中客户端与服务器端的交互数据，以及本软件运行所必须的系统数据，进行复制、修改、增加、删除、挂接运行或任何衍生作品，形式包括但不限于使用插件、外挂或非腾讯授权的第三方工具接入本软件和相关系统。

d.通过修改或伪造软件运营中的指令、数据、增加、删除、变动软件的动能或运行效果，或者将用于上述用户的软件、方法进行运营或公众传播，无论这些行为是否为商业目的。

e.通过非腾讯开发、授权的第三方软件、插件、外挂、系统，登陆或使用腾讯软件及服务，或制作、发布、传播上述工具。

f.自行或授权他人、第三方软件对本软件及其组件、模块、数据进行干扰。

## 微信号如何解封

1、自助解封：根据被封账号违规的类型，自动匹配为短信解封或短信+好友/任意满足条件的微信号辅助解封。任意满足条件的微信号：

①绑定手机号，银行卡。

②超过 6 个月，能正常登陆使用。

③6 个月内没有为 2 个号辅助解封，1 年内没有为 3 个号辅助解封。

④当前没有被其他账号邀请辅助解封。

⑤一年内没有被封过

## 自主解封温馨提示：

①一个微信号每月只有 5 次解封机会。还得使用同一手机号。

②一个手机号一个月内只能为一个号解封。

③自主解封的手机号，可为绑定或非绑定微信号的手机号。14 天内的新号，需要绑定微信号的手机号

④不支持虚拟运营商号码进行解封。

## 永久封禁的微信号

①用未封号的搜索“腾讯客服”小程序。

②点击“微信解封”进行尝试解封。③提交问题-微信账号安全-微信封号复审-其他

③提交问题-微信账号安全-微信封号复审-其他资料填写，进行解封。

④在线咨询。或者是微信客服电话

## 企业微信营销说明，有营销不封号的优势？6 点实操经验分享

1、目前一个企业可以申请 5 个企业微信，未来什么样的监管机制不确定，很有可

能会缩减到一个企业对应一个企业微信, 现在有意向的可以多注册。但是这样做也有弊端, 因为抗风险能力是比较低的, 当然这个风险还是在于微信权重层面。

2、企业微信的朋友圈处于内测中, 申请即可, 还可以由管理员统一编辑内容, 发布到客户的朋友圈中, 这点算是很友好。企业微信好友量可以申请到 5 万人, 前提是企业认证并交纳 300 元的费用; 企业微信群聊也已经扩容, 但目前可以包含个人微信号的群聊上限是 100 人。并且支持 25 个人上限的音视频沟通, 也是突破性的功能。

3、企业微信能够与个人微信号绑定, 同样能够获取个人微信号的通讯录, 能够备份个人微信号的通讯录, 当个人微信出现功能异常的时候, 企业微信可以做托底防备。企业微信能添加个人微信, 能消息互通, 包括一些小程序、公众号等, 都可以实现互通。

4、企业微信的好友, 会在微信个人号通讯录“企业微信联系人”中, 目前不会出现在好友列表中, 也就是二级列表中, 会表示出企业简称; 企业微信是需要完成企业认证的, 没有认证的企业微信无法添加微信联系人, 当然完成认证之后也可以设置昵称, 这样就不会轻易的暴露自己的真实信息。

5、目前企业微信添加个人微信号的方式有几种, 类似于微信个人好友常用的方式: 手机号搜索添加, 扫码添加个人好友; 外部群中添加微信好友; 推荐好友名片进行添加; 但是在添加的过程中, 好友申请通知不会出现在通讯录那一列中, 而是类似于小程序的服务通知, 不是特别方便而且消息比较多的话还会容易忽视, 而且推过去的内容是你的企业微信号的二维码, 还需要用户添加, 其实对于通过率来说并没有什么特别的保障。

6、企业微信号也是需要积极养号的。而且还需要在企业和个人微信两个维度进行养号。最好是一个企业开通一个企业微信, 绑定一个个人微信, 最好不要多线操作, 有可能在添加微信好友时提示账号异常。企业微信必须有内部正常行为, 比如说内部成员讨论、群内沟通、上下班打卡之类的。同时与企业微信绑定的个人微信也需要养号, 如果个人微信号权重过低, 同样容易被风控。使用企业微信号频繁加人, 同样还是会提示账号异常, 无法继续添加人了。所以没有什么投机取巧可言, 还是得安稳的养号。只不过这块的监管力度和政策还没有明确, 可能存在一定程序上的宽松, 如果你现在遇到类似的问题, 微信个人好友和企业微信可以同步进行使用, 也许是契机, 也许什么都不是。

#### 微信收款异常怎么处理

##### 微信收款异常问题

1、微信账户资料不完整, 没有实名或者是个人资料存在违法信息, 包括一些敏感的关键词, 包括一些基础的信息都没有设置完整。

2、被投诉是核心因素, 包括加人频繁被投诉、销售违法产品、好友转账后被举报等等, 都可能导致支付功能受到限制。凡是投诉, 首先就是支付功能会受到限制。

3、微信聊天或者是微信群内, 有一些敏感的关键词, 比如博彩、金融敏感词之类的, 尽可能的不要呆在这样的群里。能用图片的尽可能使用图片进行代替。

4、一天之内交易量太大, 为降低资金风险, 导致收款功能受限制。虽然官方给的额度微信红包是 10 万/日; 微信转账 20 万/日; 但实际上, 在超出日常额度太高的情况下, 风险提示会提前介入。

##### 遇到微信收款风险提示, 如何来处理呢

1、实名制, 完善好个人信息。在微信支付, 点击右上角, 里边的所有选项都需要完善一下, 包括实名认证、绑定银行卡、修改密码、指纹密码等, 必须要填写的资料一定要填写完整。

2、微信搜索腾讯客服小程序, 有两步操作①解除支付限制。②在线提交问题。选择微信支付, 然后通过公众号进行问题提交。

3、使用微信进行支付, 这是通常非常好用的一招, 比如说充值花费、信用卡

还款、理财通、生活缴费、腾讯公益，或者用第三方服务进行消费，都能够快速的解决支付功能受限的问题，可以优先采用这种方式来进行。

4、如果说还不能解除封禁，那可以申请商家二维码或向银行卡、手机号转账即可。也可以直接发送支付宝账号的形式，也可以，尽可能的不要使用这个功能，起码 15 天内不要使用。等腾讯客服的反馈情况再说

## 搜索术

### 总纲

解决搜索知识的问题，提供搜索渠道和工具

### 搜索心法

#### 找什么

准确描述自己想要的搜索目标

#### 哪里找

准确找到垂直搜索渠道发现更多同类型网站

医院

#### 怎么找

掌握高级搜索指令

特定时间内的关键词信息（关键词 20XX）

不包含某关键词（减号-）

将关键词限定在标题中 intitle

口语化搜索转化为关键词搜索

限定在特定网站中 site

限定文件类型 filetype

ppt txt doc xls xmind png jpg

搜索引擎

过滤同行直接去相关论坛找到客户联系方式 allinurl: contact us

行业导航

大数据导航 hao.199it.com

学术资源：百度学术、bing 学术、谷歌学术、sciencedirect、open access

library、知网 cnki、万方数据库、网盘搜索、万门大学、唯库、网易云课堂、腾讯云课堂、淘宝、知乎

案例：高考志愿

百度搜索/百度指数/百度排行榜

前景行业网站：大学就业网、知乎

贴吧、知乎、旅游看学生的体验观感

官方：志愿指导书

高考网

分数线

就业前景（大数据导航找到毕业生薪酬排名）

教育部高等学校名单

根据考生情况，综合选择

完美录取，斩获前途

高级信息搜索步骤

- 1.分析问题
- 2.选择合适的搜索工具
- 3.提取检索词
- 4.构造检索式
- 5.进行检索
- 6.筛选检索结果
- 7.调整检索策略
- 8.反思总结

资源搜索

百度

淘宝

知乎

网盘

- 1、盘多多：<http://www.panduoduo.net>

- 2、Bdsola：<http://www.3134.cc/>

- 3、探索云盘搜索：<http://tansuo233.com>

- 4、BDY 搜：<http://www.bdyso.com>

- 5、盘窝窝：<http://www.panww.com>

- 6、百度网盘搜索：<http://uzi8.cn>

- 7、网盘 007：<https://wangpan007.com>

- 8、胖次：<http://www.panc.cc>

- 9、盘搜搜：<http://www.pansoso.com>

- 10、去转盘网：<http://www.quzhuanshipan.com>

- 11、番茄搜索：<https://www.fqsousou.com>

- 12、微友搜索：<http://www.weiyoo.com>

- 13、西林街：<http://www.xilinjie.com>

- 14、凌风云：<https://www.lingfengyun.com>

- 15、盘优搜：<http://www.panuso.com>

16、soso 云盘: <http://www.sosoyunpan.com>

17、特百度: <http://www.tebaidu.com>

18、搜百度盘: <http://www.sobaidupan.com>

19、pan115: <http://www.pan115.com>

20、鸵鸟搜索: <http://www.tuoniao.me>

21、我的盘: <http://www.wodepan.com>

22、搜网盘: <http://www.swangpan.com>

23、51 菜场: <http://wx01.51caichang.com>

24、网盘之家: <http://www.wangpanzhijia.net>

25、及搜盘: <http://www.jisoupan.com>

26、众人搜索

<http://wangpan.renrensousuo.com>

27、行笑网: <http://www.walksmile.com>

28、史莱姆搜索: <http://www.slimego.cn>

29、百度云盘: <http://www.baiduyunpan.com>

30、3 百搜: <http://www.3bsou.com>

31、58 网盘搜索

<http://www.58wangpan.com>

32、56 网盘搜索

<http://www.56wangpan.com>

33、我搜云: <http://www.wosouyun.com>

34、91 百度盘: <http://www.91baidupan.com>

35、坑搜: <http://www.kengso.com>

36、搜盘吧: <http://www.sopanba.com>

37、搜盘侠: <http://www.sopanxia.com>

学术文献搜索

百度学术搜索

[xueshu.baidu.com](http://xueshu.baidu.com)

base 搜索

[base-search.net](http://base-search.net)

读秀学术搜索

[edu.duxiu.com](http://edu.duxiu.com)

find articles

[findarticle.com](http://findarticle.com)

sciseek

[sciseek.com](http://sciseek.com)

socolar

[socolar.com](http://socolar.com)

镜像 cnki <https://www.cn-ki.net/>

行业论坛

搜索技巧解析

site: 搜索

贴吧搜索

网盘搜索

云盘搜索助手 [yunpanjingling.com](http://yunpanjingling.com)

<https://www.sobaidupan.com/>

<https://www.pansoso.com/>

<http://www.kengso.com/>

<http://www.pansou.com/>

<http://www.daysou.com/>

微盘搜索 <https://vdisk.weibo.com/>

专业资源网站搜索

图片资源搜索

pexels

500px

PPT 模板搜索

officeplus

比格 ppt

wps 稻草

专业资源网站

verycd 电驴大全

硕鼠下载中心

虫部落快搜 [chongbuluo.com](http://chongbuluo.com)

猎手导航 <https://www.lsdhss.com/>

## 人脉搜索

### 人脉搜索的四大问题

#### 要找谁

企业家、管理者、产品经理、技术大牛、学者、教授、艺人、明星、体坛名将、投资人、外国高官

#### 哪里找

哪些平台能找到人脉线索

哪些工具可以获取人脉的便捷度

#### 怎么找

什么样关键词组合可以帮助你找到人脉线索

不同类型的人脉需要怎样不同的搜索方式

#### 怎么撩

哪些沟通原则可以帮助你结识陌生贵人

什么是最好的人脉敲门砖

1.利益交换 2.提前帮助别人 3.人脉质量优先于数量 4.为结识新的朋友组织聚餐 5.过滤掉无效人脉 6.提高自己被利用的价值 7.真诚的与人交往

怎样做可以让人脉主动找你

### 人脉搜索大前提

#### 一定是要有正式才找人

在生活节奏逐渐加速的大背景下,大家都很忙,越是身居高位的人,每一分钟都很宝贵,在没有足够分量的诉求,请尽量不要打扰

只要找到一条能将诉求有效达到人脉的信息渠道

不一定要拿到手机号或者微信号才算找到人脉

能电脑前解决的人脉搜索问题就不要委托中间人

人情经不起用,更不可能频繁使用、无休止的用,尽管对于找人的看来是举手之劳,但对于中间人来说承担巨大的风险,一不小心可能两头得罪,左右为难。中间人愿意帮忙是恩情,不愿意帮忙也是实属清理之中

### 准备工作中需要了解

我有哪几个亟待解决问题

能解决的人掌握什么资源和能力

他供职于什么机构,有什么职权

他有哪些性格禀赋,兴趣爱好,过往成绩

### 核心逻辑

1.名人、大 v 每天收到的私信一般都可以看到

2.很多事不是老大应该躬身执行的,他指定你该找谁,是在帮你提高效率、节约时间

3.某一网络平台上所留下的 id,可能与常用联系方式有关,例如邮箱的前缀可能是微信号,手机号,qq 号

### 个人信用

1.中国执行信息公开网

访问网址: [http://zxgk.court.gov.cn/?dt\\_dapp=1](http://zxgk.court.gov.cn/?dt_dapp=1)

注释: 输入姓名或 shen/份证号就可以查到一个人的失信记录,借钱之前查看是否是老赖!

2.国家标准信息公共服务平台



黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：<https://space.bili.com/49294801>

访问网址：<http://www.std.gov.cn>

注释：我们生活中各行各业的行业标准，包括行业标准、团体标准、国外标准，已废止的、现行的、即将实施的都能查到。

3.征信中心（银行一般规定：一个月不要查询超过三次）

访问网址：<https://ipcrs.pbccrc.org.cn/>

注释：这个是用来查询自己的个人信用记录，违约、延迟还款和查询是否存在不良记录，信用不足会影响银行贷款等行为！

4.中国裁判文书网

访问网址：<http://wenshu.court.gov.cn>

注释：输入你要查询的人物姓名，检索对方的名字，刑事案件，个人经济纠纷，债权债务信息一目了然！

5.国家药品监督管理局

访问网址：<http://www.nmpa.gov.cn/WS04/CL2042/>

注释：输入检索项目搜索，凡是没有通过国家药监局备案的产品都是三无产品！

6.商务部直销行业管理

访问网址：<http://zxgl.mofcom.gov.cn>

注释：可以查询所处单位是传销还是直销！

7.全国企业信用信息公示系统

访问网址：<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>

注释：毕业生找工作不知道公司靠不靠谱，可以上这里查询面试公司是不是正规公司。

8.滚蛋吧！莆田系

访问网址：<https://putianxi.github.io/index.html>

注释：可以查询全国各地的莆田系医院！

9.支付宝查个人婚姻状况

查询方法：<https://www.douban.com/group/topic/142322388/>

渠道

微博

私信

主页资料里留的邮箱和联系方式

搜索名称推测微信号、邮箱号、facebook、linkedin 账号

输入关键词

在线文档分享平台

百度文档、豆丁网、道客巴巴、新浪爱问、搜索通讯录泄露的大公司

知乎

私信

向他提问一个有价值的问题

签名有微信号、公众号、邮箱等联系方式

搜索引擎

关键词：目标人名

+tel/wechat/contact/email/weibo/event/speech/schedule/activity

搜狗微信搜索

qq 群搜索

目标机构、组织所含的关键词，通过 q 群找到相关群，找到相关人 qq 号或者历史信息

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

邮件

关键词在搜索引擎中找

群发邮件测试

天眼查/企查查

企业法人、企业核心人员（区域+公司+联系方式筛选）

IT 桔子 https://www.itjuzi.com/

资本接入的创业领域

直接发个准备好的商业计划书至邮箱

facebook

艺人明星、大 v 微信号

脉脉

人脉拓展+实名社交+职业认证

linkedin

适合搜索外企员工、海外学子、海归学者、老外

搜索信息管理

信息如何记录

全能扫描王 https://www.camscanner.com/ 将核心功能文档转化为 pdf 存云盘

或者印象笔记

jobplus+管理人脉

名片制作与分享、扫描管理

https://www.camcard.com/

坚果云整理分享文档媲美金山快盘 https://www.jianguoyun.com/

本地同步、增量同步、版本回复、链接分享、协调办公

PICSEW 完美拼图

xmind 整理逻辑

网址

大学资源网：http://www.dxzy163.com/

简答题：http://www.jiandati.com/

网易公开课：https://open.163.com/ted/

网易云课堂：https://study.163.com/

中国大学 MOOC：http://www.icourse163.org

网易云课堂：study.163.com

哔哩哔哩弹幕网：http://www.bilibili.com

我要自学网：http://www.51zxw.net

学堂在线：http://www.xuetangx.com

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

爱课程：http://www.icourses.cn

猫口米论文：https://lunwen.im/

iData（论文搜索）：http://www.cn-ki.net

文泉考试：https://www.wqkaoshi.com

码农之家（计算机电子书下载）：http://www.xz577.com

鸠摩搜书：http://www.jiumodiary.com

云海电子图书馆：http://www.pdfbook.cn

周读（书籍搜索）：ireadweek.com

知轩藏书：http://www.zxcs.me/

脚本之家电子书下载：https://www.jb51.net/books/

搜书 VIP-电子书搜索：http://www.soshuvip.com/all.html

书格（在线古籍图书馆）：https://new.shuge.org/

术语在线：http://www.termonline.cn/

必看网（人生必看的书籍）：https://www.biikan.com/

冷知识 / 黑科技

上班摸鱼必备（假装电脑系统升级）：http://fakeupdate.net/

创意光线绘画：http://weavesilk.com/

星系观察：https://stellarium-web.org/

煎蛋：http://jandan.net/

渣男-说话的艺术：https://lovelive.tools/

全历史：https://www.allhistory.com/

iData：https://www.cn-ki.net/

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

caj 云阅读：http://cajviewer.cnki.net/cajcloud/

资源搜索

DogeDoge 搜索引擎：http://www.dogedoge.com

秘迹搜索：https://mijisou.com/

小白盘：https://www.xiaobaipan.com/

云盘精灵（资源搜索）：http://www.yunpanjingling.com

虫部落（资源搜索）：http://www.chongbuluo.com

如风搜（资源搜索）：http://www.rufengso.net/

爱扒：https://www.zyboe.com/

小工具

云端超级应用空间（PS，PPT，Excel，Ai）：https://uzer.me/

在线接口测试（Getman）：https://getman.cn/

香当网（年终总结，个人简历，事迹材料，租赁合同，演讲稿）：https://www.xiangdang.net/

二维码生成：https://cli.im/

搜狗翻译：fanyi.sogou.com

熵数（图表制作，数据可视化）：https://dydata.io/appv2/#/pages/index/home

拷贝兔：https://cp.anyknew.com/

图片无限变放大：http://bigjpg.com/zh

幕布（在线大纲笔记工具）：mubu.com

奶牛快传（在线传输文件利器）：cowtransfer.com

在线转换器（在线转换器转换任何测量单位）：https://zh.justcnw.com/

调查问卷制作：https://www.wenjuan.com/

果核剥壳（软件下载）：https://www.ghpym.com/

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

软件下载: <https://www.unyoo.com/>

MSDN 我告诉你 (windows10 系统镜像下载): <https://msdn.itellyou.cn/>

导航页 (工具集)

NiceTool.net 好工具网: <http://www.nicetool.net/>

现实君工具箱 (综合型在线工具集成网站): <http://tool.uixsj.cn/>

蓝调网站: <http://lcoc.top/>

偷渡鱼: <https://touduyu.com/>

牛导航: <http://www.ziliao6.com/>

小呆导航: <https://www.webjike.com/index.html>

简法主页: <http://www.jianfast.com/>

KIM 主页: <https://kim.plopco.com/>

聚 BT: <https://jubt.net/cn/index.html>

精准云工具合集: <https://jingzhunyun.com/>

兔 2 工具合集: <https://www.tool2.cn/>

爱资料工具 (在线实用工具集合): <http://www.toolnb.com>

工具导航: <https://hao.logosc.cn/>

看视频

电影推荐 (分类别致): <http://www.mvcat.com>

去看 TV: <https://www.qukantv.net/>

动漫视频网: <http://www.zzzfun.com/>

94 神马电影网: <http://www.9rmb.com/>

NO 视频官网: <http://www.novipnoad.com/>

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

蓝光画质电影：<http://www.languang.co/>

在线看剧：<http://dy.27234.cn/>

大数据导航：<http://hao.199it.com/>

多功能图片网站：<https://www.logosc.cn/so/>

牛牛 TV：<http://www.ziliao6.com/tv/>

VideoFk 解析视频：<http://www.videofk.com/>

蓝调网站：<http://lcoc.top/vip2.3/>

学设计

免费音频素材：<https://icons8.cn/music>

新 CG 儿（视频素材模板，无水印+免费下载）：<https://www.newcger.com/>

小图标下载：<https://www.easyicon.net/>

第一字体转换器：<http://www.diyiziti.com/>

doyoudosh（平面设计）：<http://www.doyoudo.com>

企业宣传视频在线制作：<https://duomu.tv/>

MAKE 海报设计官网：<http://maka.im/>

一键海报神器：<https://www.logosc.cn/photo/?utm>

字由（字体设计）：<http://www.hellofont.cn/>

查字体网站：<https://fonts.safe.360.cn/>

爱给网（免费素材下载的网站，包括音效、配乐，3D、视频、游戏，平面、教程）：  
<http://www.aigei.com/>

在线视频剪辑：<https://bilibili.clipchamp.com/editor>

搞文档

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

即书（在线制作 PPT）：<https://www.keysuper.com/>

PDF 处理：<https://smallpdf.com/cn>

PDF 处理：<https://www.ilovepdf.com/zh-cn>

PDF 处理：<https://www.pdfpai.com/>

PDF 处理：<https://www.hipdf.cn/>

腾讯文档（在线协作编辑和管理文档）：[docs.qq.com](https://docs.qq.com)

ProcessOn（在线协作制作结构图）：<http://www.processon.com>

iLovePDF（在线转换 PDF 利器）：<http://www.ilovepdf.com>

PPT 在线制作：<https://www.woodo.cn/>

PDF24 工具（pdf 处理工具）：<https://tools.pdf24.org/en>

IMGBOT（在线图片处理）：<http://www.imgbot.ai>

福昕云编辑（在线编辑 PDF）：[edit.foxitcloud.cn](https://edit.foxitcloud.cn)

TinyPNG（在线压缩图片）：[tinypng.com](https://tinypng.com)

UZER.ME（在线使用各种大应用，在线使用 CAD，MATLAB，Office 三件套）：[uзер.me](https://uзер.me)

优品 PPT（模板下载）：<http://www.ypppt.com/>

第一 PPT（模板下载）：<http://www.1ppt.com/xiazai/>

三顿 PPT 导航：[sandunppt.com](https://sandunppt.com)

找图片

电脑壁纸：

<http://lcoc.top/bizhi/>

<https://unsplash.com/>

<https://pixabay.com/>

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

<https://www.pexels.com/>

<https://visualhunt.com/>

<https://www.ssyer.com/>

彼岸图网：<http://pic.netbian.com/>

极像素（超高清大图）：<https://www.sigoo.com/>

免费版权图片搜索：<https://www.logosc.cn/so/>

信息如何整理

删（囤积收藏没有信息删了） 转（信息、资源、人脉转化）存（分类保存）

信息如何归纳

印象笔记

标题、标签三端同步

论文管理

mendeley 或者 zotero

吸收应用

怎么让学习成为社会竞争力

1.目标带动 2.兴趣驱动 3.实际应用

笔记法：

黄金三分法 1.左右两页作为一页 2.左侧板数记录老师内容 3.右侧左半部分

发现点：点评和疑问 4.右侧右半部分总结：思考区域，核心价值所在 特点：清晰有逻辑 学生或者备考群体

康奈尔笔记法

1.板书：记录关键信息和内容 2.发现点：记录要点 3.总结思考区域

主动搜索代替被动学习

1.这是什么 2.为什么这样 3.怎么解决我的困惑

学会知识联想和分类

知识如何吸收

1.主动提问 2.模块化 3.联想和分类 4.体系化

以始为终

用于解决问题！用知识服务现实！输出倒逼输入

知识地图

关键：明确划分知识归属，区分已知与未知 2.已知：经常复盘，不断思考深化莉姐 3.未知：补充已知知识，与已知相互联系

整理方案

1.360 桌面助手 一键整理：划分区块 2.音速启动或者 rolan 分类分栏：链接一切 3.坚果云：本地同步，协同办公 4.xmind5.clover 文件夹管理

搜索底层逻辑（从搜索方法到问题思维）

问题驱动思维

学会提问（非线性思维方式），真实的世界不是考试，没有标准答案

问题价值，能否解决实际问题

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300



分解问题

问题思维的哲学价值

行动思维模型

多角度观察者

学会联想与联系,让信息链接起来,打造固有思维,突破原有惯性,寻找新的

解决思路

搜索行动框架

说服用数据

兴趣靠故事

结论靠实操

职场报告

1.模板(目的)

网盘搜索

2.参考(同行、往年)

权威资料参考

国家、国务院、智库、知乎

3.数据

指数

百度、360、搜狗、微博、阿里

黑帽行业

黑帽行业网站

暴风 seo <https://www.bfseo.com/>

966seo <https://www.966seo.com/>

落月 <https://www.heimaoseo.tv/>

<http://www.52blackhat.com/>

迅搜 <http://www.xunsos.net/>

曹操博客 <http://www.ccooc.cn/>

资源楼 <http://www.zylou.cn/>

玩站 <http://www.testyuming.cn/>

seo 学习 <https://www.heimaouxuexi.net/>

陶水水 <https://www.seo5g.com/>

SEO 行业工具

站群

克隆侠 <http://www.kelongxia.com/>

小旋风 <https://www.xxfseo.com/>

城市站群 <http://www.jsuweb.com/>

霸屏王 <http://www.bapingwang.com/>

万站群 <https://www.wanzhanqun.com/>

镜像站群 <http://jerryseo.com/>

蚂蚁站群 <https://www.mayisoft.com/>

克隆站群 <http://yesjz.cn/>

原子核蜘蛛池 <https://www.yuanzihe.net/>

mipcms 站群管理 <https://www.mipcms.com/>

站群 <https://www.douxia.win/>

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

繁殖侠 <http://www.fanzhixia.com/>

d58 <http://www.d58d58.com/>

芭奇站群管理 <http://www.bakii.cn/>

暴风站群 <http://jx.bfseo.com/>

镜像站群 <http://www.00-9.net/>

零距离站群

蜘蛛池 <https://www.zhizhudashi.com/>

站长工具

<http://www.juziseo.com/>

<https://www.aizhan.com/>

<http://tool.chinaz.com/>

<https://ziyuan.baidu.com/>

外推

百度站长

熊掌号

百家号

好看视频

贴吧

百科

知道

经验

站长

360 站长

问答

百科

站长

神马站长

站长

搜狗站长

问答

百科

站长

bing 站长

站长

头条站长

站长

抖音

头条

西瓜视频

悟空问答

内涵段子

火山小视频

简书

知乎

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

lofter

csdn

黑帽行业交易平台

互站 <https://www.huzhan.com/>

一团 <https://www.etuan.com/>

闲鱼

网站交易

<https://www.a5.net/>

<https://wz.yuzhua.com/>

<https://zj.aizhan.com/>

<https://www.huzhan.com/>

域名交易

<http://www.juming.com/>

<http://www.laoyuming.com/>

行业群

qq 群

telegram 群

Potato Chat

Messenger

微信群

千牛

行业词

蜘蛛池 泛目录 镜像 站群 黑帽 seo

外推 寄生虫 [xss/qp/bc/ylc/ssc/cp/seo/zc](https://xss/qp/bc/ylc/ssc/cp/seo/zc)

打码平台

短信验证码平台:

神话: <http://115.28.184.182:8000/>

短租: <http://121.41.61.159:8888/help.jsp>

海码: <http://www.haima668.com:8008/download.html>

悠码: <http://www.6tudou.com:9000/download.html>

解忧: <http://www.jieyouma.com/>

收码: <http://www.shou-ma.com/>

迅码: <http://www.xunma.net/>

60 码: <http://www.60ma.net/>

易码: <http://www.51ym.me/>

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

商码: <http://ma.d4z.cn/>

来码: <http://w6888.cn/>

集码: <http://www.jima99.com/>

极码: <http://jsjmpt.com/>

一码: <http://yima998.com/>

云码: <http://www.yzm7.com/>

七年: <http://47.52.114.154/>

万码: <http://www.yzm8888.cn/>

快码: <http://www.51kmf.com/>

蚂蚁: <http://www.66yzm.com/>

赞码: <http://www.mg12588.com/>

星光: <http://www.20982098.com/>

风火云: <http://www.sfoxer.com/>

千万卡: <http://www.yika66.com/>

科技虫: <http://abc.aiputime.com/>

百万码: <http://www.baiwanma.com/>

吸码皇: <http://www.ximahuang.com>

芒果云: <http://www.mangopt.com:9000/soft.html>

柚子码: <http://www.yzm9.com/homepage.html>

蜜蜂平台: <http://mf-yzm.cn:9000/>

共享国际: <http://www.gx-gj.com/>

外推平台

cocoachina 发文章版

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：<https://space.bili.com/49294801>

colg 沃特碧论坛版

cookies 提取器

eventbrite

gfyca 主页版【搜狗收录平台】

giphy

ic 中国电子网论坛版

picsart

px 主页

sleazyfork

TGFC 论坛版

tgfc 主题 ID 设置

ts 问答

TX 游戏论坛

udemy 主页版

vps 补丁

WEEBLY

wikidot 说明

youkubo 单

百度开发者论坛

百度收录查询

百度小程序社区

百姓网

宝宝地带社区

宝宝知道

编织人生论坛

博客园

财税网问答版

禅道论坛版

地铁族论坛

帝国主页(搜狗收录)

电玩部落论坛版

电子世界论坛版

动态转发购买

豆瓣

恩山无线论坛版

简书

经管之家论坛

开淘问答版

酷播单版

旅游网问答

美食天下版

梦幻西游论坛版

前瞻经济学人问答版

少年创客作品版

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：<https://space.bili.com/49294801>

搜索留痕辅助工具

讨教网发文章

听蛙日志

外贸圈问答版

万维文苑

微博头条

新浪微博头条文章版

雨后池塘论坛版

云代码版

择校问答版

知乎

抖音直播间为什么被限流、被封号，抖音直播间怎么提升权重  
限流

直播间硬广引流

抖音平台与微信平台是不兼容的，不能在短视频中添加微信二维码，除此之外，也不能添加手机号、qq 等于平台不相关的引流信息

违反未成年人相关规定

抖音直播间部分高风险行业是禁止关联未成年人的，例如美妆、游戏、医疗等，如果关联未成年，则会被抖音平台限流或禁播。

有未成年人出境的短视频也不要挂购物车，即便你发布短视频时通过审核，也很快会被下架

直播间有负面内容传播

抖音直播间的负面信息传播，包括但不限于消极言论、负面导向，诱导未成年人打赏，诋毁等不良信息。平台检测到就会对直播账号采取限流或者禁播的处罚。

直播间封面低俗

高质量的直播间封面有助于吸引更多观众进入直播间。

而如果你的直播间封面使用了着装过于暴露或者动作低俗，或者广告宣传等内容，如抽烟喝酒，二维码，推广信息等，直播间就会有限流的可能。

多平台，多账号同时开播

为了获得更多的礼物，提升直播间转化。

但是，这种做法有宣传其他平台内容的营销嫌疑，而这种导流到其他平台的行为在抖音是被严令禁止的，所以，如果你在多平台，使用多个账号进行直播，就很可能被平台限流甚至禁播

直播间有禁售商品

防身喷雾、激光笔等管制刀具；烟花、爆竹、鞭炮等易燃易爆物品；含有情色、暴力、低俗内容的商品；含保健食品/药品/化妆品/用品等商品。

考试作弊根据、一卡多号，有蹭网功能的无限卡、群发设备、软件及服务，秒杀器以及提高秒杀概率的软件；比特币、莱特币、贷款推广等互联网虚假货币，网络游戏、游戏点卡、外挂、视频类网站账号等商品等等。

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

## 权重

直播间权重影响因素主要包括: 直播时长、互动率、音浪、驻留时长、粉丝转粉率、转化率

### 1、保证直播时长和频次

对新手主播来说, 一般建议能做到每天直播, 每次直播至少 2 个小时。如果无法做到每天直播, 那么至少要做到每周直播 2-3 次

计划每周二、周四、周六三天直播, 就保证这三天直播时间的规律性。每天晚上 8 点到 11 点直播, 或者每天白天固定时间段直播。

这样做有利于积累直播时长, 提升直播间权重, 规律的直播时间也能让粉丝养成定时定点进入直播间的习惯。

### 2、互动要比卖货多

连麦 PK 的好处就是能给自己的直播间导流, 如果你能够连到一些大主播, 或者连到比自己直播间人数多的, 哪怕 PK 输了, 也能给自己的直播间导入一部分流量。

还可以和自己的粉丝或者好友连麦直播, 这样做能让粉丝更有参与感, 形成二次宣传, 吸引更多进入直播间, 提升直播间人气。

### 4、投放 DOU+增加直播间流量

抖音直播间是可以投 DOU+付费购买流量的。特别是前期直播间人数较少时, 可以直接投 DOU+增加直播间人流量, 积累经验。

如果主播很有经验, 成交能力也不错, 但直播间没有流量, 也可以投放 DOU+买流量。一场直播下来, DOU+付费 5000 元, 最后的转化卖货能够净赚一万, 佣金达八千到一万, 那么每一场直播都可以投 DOU+。

现在直播间的 DOU+功能也比较强大, 且还在不断在升级, 可以选择标签, 也可以直接投放给粉丝。因为直播间开播并不会通知到所有粉丝, 所以直接投放给粉丝, 就相当于更精准的流量进入到直播间, 有利于提升转化。

当然, 也可以选择不同的标签, 例如美妆、服装等, 还可以选择地域投放。

## 短视频利用百度做精准引流的思路玩法

### 模块一: 选择、测试、确定要做的视频平台

第一步很重要, 目前视频平台有: 优酷、爱奇艺、好看视频、B 站、微博视频、搜狐号、头条号、大风号等。

### 模块二: 获取账号的技巧

自己注册, 但是需要手机号

走渠道, 现在很多渠道都有的, 比如某宝上可以搜搜看, 再比如通过注册卡、流量卡去注册

### 模块三: 撰写文案的技巧

文案写好了, 就得去录音了, 这个真人录音就行, 强烈建议真人录音, 找个耳机配个手机然后打开录音软件就可以录音, 然后倒入到你的电脑上就行了。

### 模块四: 制作视频的技巧

把同行业的视频混剪到一起, 比如我是做室内装修的, 那么我要混剪视频, 我就得去找装修过房子的视频素材, 搜集的越多越好, 然后通过绘声绘影或者 PR 随机剪视频拼成

一起,配上文案录音视频就做成一半了

#### 模块五:发布视频的技巧

发布视频技巧在于标题、描述以及标签上的长尾词。因为我们做视频引流主要通过长尾词引流。所以你首先手里要挖掘大量的长尾词,而长尾词就是标题。

标题和描述和标签都是长尾词,要部署在发布页面上

#### 模块六:批量放大,坚持就是胜利

批量放大了,以我们的执行力最少每天发 200 个视频,可能你会问,一天怎么做这么多视频的。是可以的,我们只需要对视频消重就可以了。比如换背景、声音加速

### 黑帽 seo 解说企业微信赚钱三大技巧揭秘

巧妙设置名片、欢迎语 获取用户信任并转化

企业微信的员工号都有企业官方认证标识

员工号有两个基本的变现入口:名片和欢迎语

设置名片的自定义对外展示信息,自定义展示信息中可以添加文字、网页(H5)链接、小程序

第一步,在企业微信的管理后台通讯录管理中,找到“成员对外信息展示”,点击添加自定义信息。

第二步,添加自定义信息名称(最多不超过 4 个字),比如我设置了一个名为“学技能”项目,可跳转网页链接,还有一个“技能地图”项目,可跳转小程序。

第三步,修改“学技能”项目中的展示信息,在这一步,我们需要填写网页名称以及跳转后的网页地址。

#### 2)设置高转化欢迎语的 4 个技巧

① 交代产品信息,让用户快速了解

在欢迎语中添加相关优惠或者福利信息,吸引用户的注意力+限量促销

② 设置调查问卷,给用户打标签

通过“文字+网页链接”的形式给新用户发送调查问卷,根据用户填写的问卷结果打标签,然后再根据不同的标签,做用户的精细化管理

③ 交代服务信息,配合变现入口转化

将文字和图片或者小程序结合起来,强强联合。在给用户提供相关的服务信息的同时,配合发送一系列的变现入口

④ 引导用户加群,集中到社群统一管理

利用标签、群发精细化运营 为用户创造价值感

1)标签功能:完善用户画像,做精细化运营

2)群发助手:每天都能推送的“服务号”

高转化的技巧

① 给用户免费送福利,获取用户好感

② 干货夹杂“私货”,转化于无形之中

文案起码要包含 3 个基本信息,时间、优惠价格、优惠名额剩余数量,用限时限量的方法,让用户在短时间内完成下单的动作

③ 发送活动预告,开课提醒

活动预告文案起码要包含以下 3 点:第一,活动时间;第二,活动对用户



的价值;第三, 让用户产生行动

- ④ 发送优惠活动, 引导下单
- ⑤ 推荐新品, 提升复购率

聊天工具栏必备 3 大板块

快捷回复 Q&A

- ① 产品的基本信息
- ② 产品的卖点以及功效
- ③ 产品的价格以及优惠信息
- ④ 不同业务方向人员的联系方式

客户信息做转化

转化入口

商城页面、优惠券页面

## 2020Google 核心算法

内容和质量问题

内容是否提供了原创信息、报道、研究或分析?

内容是否提供了大量、完整或全面的主题描述?

内容是否提供了深入浅出的分析或有趣的信息?

如果内容借鉴了其他来源, 是否避免了简单地复制或改写这些来源, 而是提供了实质性的额外价值和原创性?

标题和/或页面标题是否提供了一个描述性的、有用的内容总结?

标题和/或页面标题是否避免了夸张或令人震惊的性质?

这是否是你想收藏、与朋友分享或推荐的页面?

你是否希望在印刷杂志、百科全书或书籍中看到这些内容或被引用?

专业知识问题

内容是否以一种让你想信任的方式呈现信息, 如明确的来源、专业性的证据、作者或发布网站的背景, 如通过链接到作者页面或网站的 "关于" 页面?

如果你研究了生产这些内容的网站, 你会不会觉得这个网站是值得信赖的, 或者是被广泛认可的权威网站?

这些内容是由专家或爱好者撰写的, 他们对该主题有很好的了解吗?

内容中是否没有容易被证实的事实错误?

在与您的金钱或生活相关的问题上, 您是否会放心地信任这些内容?

演示和制作问题

内容是否没有拼写或文体问题?

内容是否制作得很好, 还是看起来很马虎或匆忙?

内容是否由大量的创作者制作, 或外包给大量的创作者, 或分散在众多的网站网络中, 使单个页面或网站得不到足够的关注和重视?

内容是否有过多的广告, 会分散或干扰主要内容的注意力?

内容在移动设备上浏览时, 是否能很好地显示内容?

对比问题

与搜索结果中的其他页面相比, 内容是否提供了实质性的价值?

内容似乎是为网站访问者的真正利益服务的,还是只是有人试图猜测可能在搜索引擎中排名靠前的内容?

Google 有一个搜索质量评估员的工作指南,评估员基于这个指南来工作,来评估网页的质量。特别是有关 E-A-T,就是专业性,权威性和可信度这三方面有关的网站。

## 私域流量池

1. 高权重平台  
知乎、豆瓣、简书
2. 自媒体平台  
百家号、头条号,搜狐号和小红书
3. 视频平台  
爱奇艺、腾讯、优酷、B 站  
抖音、快手、微视、西瓜视频、好看视频
4. 音频平台  
喜马拉雅 FM、蜻蜓 FM、荔枝 FM

## 如何通过 SEO 思维做各大平台的流量

### 1. 如何通过百度免费做流量

可以通过第三方高权重站来做百度 SEO,做到借力使力不费力,若你自建一网站,养起来费时费力,周期太长,而通过本身权重高的站,如:知乎,豆瓣,天涯社区  
借助第三方平台做排名分为 3 步

- 1.长尾流量词整理。(百度下拉, 百度推广助手)
- 2.创作内容或问题。(标题包含搜索流量词)
- 3.大量执行+多平台开展。(知乎, 豆瓣, 贴吧.....)

### 2. 三大策略全面布局短视频流量

#### 二, 抖音 SEO

- 1.明星效应
- 2.搜索引流
- 3.话题引流

在发视频之前,可以贴几个关键词标签,发布后就会出现在相关话题里,一般我们的操作都会选几千万,上亿流量的话题,特别是加明星话题,可以帮助作品的流量上升的更快,引流效果更好。

#### 总结

当你作品越优质,利于排名靠前,其他的看综合数据,比如抖音,根据点赞,评论,收藏,转发量这几个维度来给予不同的曝光程度

## 一篇讲透百度霸屏引流细节思路与操作玩法

### 第一点: 选择高权重平台并注册

B2B 类型的、分类信息网类型的、新媒体类型的, 博客类型

百姓网、新浪博客、简书网、贴吧、知乎、搜狐号

第二点：挖掘大量长尾词

5118

第三点：准备原创或伪原创诱饵文章

一般做百度霸屏培训的，都会让你拼凑行业文章，然后加上客户反馈图、购买图、好评图

小红书上的笔记大部分都是经验心得类型的笔记，都是写的客户从对你不了解、到买、到用，最后有效果，这种可以产生共鸣的文案效果很 OK 的

第四点：组合标题、组合文章，发平台

把挖掘来的长尾词都整理下，可以用关键词分词工具去分下词，把带价格的，带功效的，带效果的，这类的字眼的长尾词都整合到一个表格里，下次拿出来当标题

内容这块，就用经验心得类型的软文，文章里也适当搭配着出单图、好评图等等内容，因为是客户写的反馈笔记，所以别人看完都是很相信的。说下加联系方式这块

第五点：查询是否有收录，然后大批量作业

文章链接复制下来放百度搜索框里搜索下，就能看到是否被收录

知乎圈子一周涨粉 2000+完整复盘

一、知乎圈子有哪些曝光位置？

1.问题描述后

2.底部导航栏中间

二、建知乎圈子注意事项

建圈子需要你的知乎账号盐值大于 450，并且填写创建申请。

1.快速提升你的盐值

2.圈子申请表填写

圈子名称、圈子简介、圈子公告、圈子头像、圈子背景图、圈子分类、进圈门槛、简单讲讲你的冷启动想法

三、知乎圈子一周涨粉 2000+复盘流程

1.圈子通过第一天破冰

0~2 级是破冰期

第一件事完善圈子的主题，精华

第二件事找朋友和粉丝让他们进你的圈子，要满 50 人，就通过破冰期获得第一波推荐位

2.圈子通过第二天开始冲榜

圈子广场的榜单是根据，以下 4 个标准来衡量：

发帖量

互动量(表情数+评论回复数)

圈子总加入人数

签到人数

总帖数  
日均发帖  
签到人数

## 教你如何批量生产文章

### 1、自己生产内容

将自己的经验写成你网站的原创内容

### 2、伪原创

AI 智能伪原创

### 3、爬虫索引不到的内容

在网络上，爬虫索引不到的内容有很多，常见的有技术类的知识、纸张资料、语音资料、视频资料、非 html 格式的资料、需要登录才能查看的资料、外文和繁体等等，这些东西都可以通过翻译从而成为你网站的原创内容

### 4、自媒体平台

微信公众号、知乎、头条号、搜狐号等等，你可以将其中摘取一些精华段落聚合重组，从而成为你的原创文章

## 教你如何玩转微博热点，实现 aBCP 有效引流

### 热点

只需要在热点内部隐藏 aBCP 信息即可，当众多粉丝关注热点信息的时候，就可以被动接受我们的 aBCP 广告了。不过，每个平台的运营规则都不同，我们还需要掌握微博本身的规则。

### 热搜榜单以及实时榜单

一条微博短时间内的点赞数，关注度以及转发度都是影响它是否可以上热门榜单的关键因素。这些条条框框的综合数据都是影响热度占比的条件，热度值就是根据这些内容计算出来的。用户的转发点赞以及微博的发布时间都是很重要的考量数值。不过，增加阅读量最有效的方法就是提升微博的转发率

### 话题

根据一定时间内阅读人数排行榜进行计算的

aBCP 广告可以带上一些热门话题，这样就可以被扩散到更多人的微博当中。虽然，热门话题排行榜是不断变动的，但是，短时间内却能够为我们带来良好的效果。微博的数据真实性还是比较高的，在单位小时当中，同一个账号阅读同一个微博，只计算一次阅读量。所以，aBCP 主们可以清晰的知道自己的微博推广效果到底如何，如果是自己做推广的话，很少会出现假量的问题

### 超话

尽量多用#话题词#的微博，这种微博更加容易被机制推荐，机器转播的可能性也会比较高，看到的人自然就会更多。虽然，aBCP 主们发布微博主要是为了推广菠菜网站。但是，还是建议各位 aBCP 主能够提升一下微博内容，减少不必要的垃圾信息，将 aBCP 广告做的隐蔽一些，这都是能够提升浏览量，让更多客户看到的方法。

### 禁忌

首先，找人刷粉丝是不可取的，即使刷粉也尽量找那种刷票的平台，发布微任务之

类的。其次，不要随便转发版权类型的东西，带有水印的照片一定要处理以后再用。如果 aBCP 主们真的想要依靠微博营销获得大量粉丝，建议各位 aBCP 主们先不要着急做出收益，可以试试看养号。要知道微博的实时账号和普通账号是不同的，在搜索的时候实时账号的信息会优先获得显示，是营销当中的利器。如果觉得自己养号太麻烦的话，购买此类账号也可以。

网站怎么发高质量的外链来进行引蜘蛛

第一：重要了解外链来源

1、友情链接

交换网站链接之前一定要查清对方网站是否被搜索引擎收录，切勿与被 K 过的交换网站链接

2、论坛

论坛或贴吧

3、软文

高质量的软文

第二：网站图片优化注意事项

1、网站重要内容，切忌使用图片

2、alt 标签的利用

使用 alt 标签时要注意对图片的描述要简洁明了，切勿堆积关键词

3、图片的质量

图片的质量，高清的图片更受人们喜爱，但是图片越清楚越占空间，会导致网站打开速度变慢，影响用户体验，建议大家在上传图片时，先进行压缩，保证在 200k 以内最佳

第三：怎么做网站 SEO 原创内容

1、好的标题是成功的一半

好的标题首先要紧扣中心，突出主题;要口语化，不能过于书面，容易让人看不懂;还要能够引起用户共鸣，或者使其产生好奇心。

2、文章段落分明层次清晰

3、要有幽默感图文并茂

我们一直强调内容的可读性，就是为了能够吸引读者阅读，文章的可读性除了要保证内容的质量外，还要注意语句的幽默感，亲和力，另外要记得配上图片，图文并茂，使读者在浏览过程中不觉得枯燥

第四：发完外链后怎么办?

先把外链整理好，查看外链数量，按照数量多少来租用蜘蛛池，蜘蛛池租用的条数价值价格可以咨询将蒙蜘蛛池客服人员，放入蜘蛛池后的外链会加速收录速度!

发包快排、快速排名分享

一、发包程序真的有的吗?如果有的话、发包快排效果好吗?发包快排有没有缺点呢?

用浏览器操作点击这种是模拟、易语言包括 python 都有、其实模拟的本质是发送

一些数据、直接通过浏览器抓包、找到发送的数据、直接发送数据

在整站优化的套路里、当一个网站点击量越高、曲线就越美丽!效率高、成本相对来讲降低、但是发包是以排名为目的、我们准备测试!缺点也明显: 百度如果更新参数、就需要重新写或是研究新参数、还有发包相对模拟点击、被百度发现的机率高、降权机率比较大!

二、没有排名也能做排名的是发包程序吗?2--3 天就能上排名的是发包程序吗?

从没有排名直接刷到首页的、并不一定是发包程序、更多的是用参数+模拟、比如 SI 参数、就可以直接刷没排名的词!2---3 天能上排名、一是看站、二是看参数, 参数比较好的话可以 2--3 天上排名、也不见得是发包!

三、快速排名上词率 90%左右?快速排名程序几百、几千就能买到?

90%基本来讲算是天文数字、上词率能达到 70%的快排就已经很不错

真正效果好的快排、没有人愿意卖程序出来。卖程序就等于暴漏算法、暴漏流程

四、百度站长工具平台和真实点击量差距比较大?排名显示也不准确原因在哪里?

两点: 1、地区排名 2、在标题、URL 匹配方面有误(此种情况居多)、希望大家认真看视频、不要搞错、提权的匹配方式只能是网址匹配!

这里排名是一个平均值、而且如果使用参数的话、排名不准是很正常的、正是因为调用了一些特定的参数、才导致排名有所变化

五、快速排名百度统计可以统计到吗?统计不到的快排是发包吗?统计到的好还是统计不到的好?

如果使用快速排名、尽量不要装统计

快速排名都是可以统计到点击的、没有统计到点击的方法有很多、而发包是不过站的、更不会触发 JS、所以不会统计到点击、但不能说统计不到点击的就是发包了

无论是能不能统计到排名、一切以上词率以及稳定性为主

## 揭秘一个电话套现的暴利项目

### 1.三大营运商有内部人脉资源

电信运营商为大客户和内部员工定制的特殊卡

工作室一般以 30 元买进,预存话费 50 的话费卡。那些卡还没开出去前是叫“生卡”, 需要给这些卡实名制。

通过找到身份贩子,买来身份材料,正反面身份证 2 元搞定。一份资料可以实名 5 张卡(上游黑客,盗取的网贷平台资料

网贷平台内部人员趁职业之便捞一把

被不法平台套取的个人资料,如兼职,薅羊毛等)

### 2.变现

话费宝

利用内部卡话费购买 QQ 币或者京东 E 卡,再转卖给中介,来争取一定的差价

以前话费与京东 E 卡汇率是 4:3,与 Q 币的汇率是 15:10,现在 Q 币通道已经被封停了。

现在与京东 E 卡是 1: 1。50 话费兑付 50 京东 E 卡。因为京东 E 卡能直充京东账户作为消费抵用金,所以中介贩子们常以 9 折高价回收。

于是,一张成本 30 元,含 50 元话费的内部卡兑换 50 元京东 E 卡,再 9 折卖给中介贩子,

即可从中套现 45 元, 直接赚 15 元差价。而中介贩子将回收的京东 E 卡, 再转售卡密赚差价。以前, 运营商的内部卡是充值送话费的, 一般冲多少送多少。一张成本 30 元内含 50 元话费的内部卡, 冲 20 送 20, 成本 50 元, 实际话费是 50+20+20=90 元, 利用这 90 元。工作室能刷出一张面值 49 元的京东 E 卡与 40 个 Q 币, 转化为人民币约 80 元, 利润空间大, 以前每天套 200 张卡, 据说一个月挣小二十万, 现在“赠送的话费”无法套现 Q 币, 漏洞被运营商与腾讯联合封堵, 导致收入下降不少。

#### 注册账号

注册微信号, QQ 号, 微信公众号, 百家号, 头条号

利用这些身份信息信息和手机卡薅羊毛

做卡商, 一些接码平台给需要接码的人做接码

一张卡最后的价值, 话费套现工作室会将用完的废卡以每张 3 元低价再次转卖给“专门刷 QQ 会员与红橙黄绿青蓝紫钻”的刷钻工作室。

刷钻工作室利用“腾讯与运营商收费系统不同步”的规则漏洞, 给仅剩几毛钱话费的废卡开通 3-4 个腾讯业务, 然后挂到专卖腾讯钻石业务, 价格不到官方价的 50% 的卡盟平台上出售。因为卡盟的刷钻价格不到官方的 50%, 所以非常受年轻人欢迎, 目前市场前景还是不错的。我们算笔账, 一张成本 3 元的废卡, 刷 3 个价值 30 元的腾讯钻石, 以 50% 的价格出售, 利润是  $30 \times 50\% - 3 = 12$  元, 每张废卡还能继续压榨出 12 元!

#### 百度搜索信风算法即将上线

##### 核心

部分网站存在利用翻页键诱导用户的行为, 极大的损害了用户的浏览体验。针对此类问题, 信风算法即将上线, 对于存在问题的站点将会进行严厉打击。

1. 用户点击翻页键或者下一页时, 跳转至网站的其他页面(如目录页、站外广告页等)

也是为了提高用户体验, 记得之前百度也发布了一次改进的消息, 主要是针对内容隐藏, 如: 需要下载 APP 才能看全部内容、付费看全部内容

百度算法的每一次更新、都在在告诉我们搜索引擎在不断调整, 完善, 并且越来越重视用户体验, 因此当我们的网站有以上情况的, 一定要重视并提前更改, 避免信风算法上线后对网站进行惩罚

#### 网站建设问题要怎么解决? 宁波网站如何维护?

##### 1、企业了解基本情况

企业网站本身要了解一些常规建站事宜, 如网站资料要整理, 域名, 服务器需要购买, 备案等。

##### 2、网站的策划或者说解决方案

建网站不是简单的事情, 前期要做好规划, 规划就是用解决网站问题, 办网站的时候, 网站会涉及到各种各样的问题, 网站如何设计, 用哪些技术, 风格有哪些, 内容如何布局, 用户喜好有哪些等等, 一系列问题都要梳理好, 这是网站策划的价值所在。

为什么说网站一定要规划, 要策划好, 当下很多企业开展网站建设的时候, 基本上都会精心策划好再执行, 大中小企业对此方面都很重视。同时, 网站后期运营也需要网站的策划, 策划对网站后期起到的作用会很大。

### 3、网站建设要如何维护

#### 1、企业自己维护

企业安排人员定期更新网站, 异常维护, 安全检测等等, 这部分企业有自己站长或技术人员配合着完成, 也可以说企业有自己的专职人员, 因此维护这一块, 只要我们将网站后台以及操作流程都熟悉之后, 网站维护起来就方便很多了。

#### 2、委托网站建设公司维护

网站公司有网站建设维护服务, 但强调一点, 网站公司维护网站会更为专业, 不仅是内容的处理, 更是网站安全检测, 网站加固等技术型维护。网站可能会出现被黑, 数据丢失, 异常打不开等多种情况, 这时候网站维护就显得非常重要了。当下大多数企业都会委托网站公司完成。

### 原生 APP 开发的完整流程和周期

#### 1、需求分析阶段

APP 开发前需要准备的重要工作, 根据前期做好的用户分析和竞品分析, 结合业务流程, 确定项目的整体规划、系统功能模块等, 经过产品经理、开发和 QA 的反复确认后, 形成产品思维导图和详细的开发需求文档。此阶段至少需要 2 周时间

#### 2、UI 设计阶段

在确认项目开发需求文档后, 设计师们会进入界面 UI、UE 设计阶段, 并根据收集的 APP 素材进行反复加工设计, 以满足 APP 功能和用户视觉需求, 并形成产品效果图。该阶段一般需要一至两周时间

#### 3、应用开发阶段

开发人员会根据需求进行拆分和程序设计, 评估功能实现的复杂度, 之后进入各个功能模块代码编码阶段, 同时做好数据接口对接和功能联调。根据 APP 功能的复杂度和难易度, 相应的开发时间也就不同。此阶段的开发周期一般有 4 周以上的时间

#### 4、系统测试阶段

开发工程师提交 APP 程序后, 测试工程师会进行 APP 的 demo 的功能测试和压力测试, 根据实际情况进行 bug 修复, 并尝试寻找 beta 用户, 根据测试用户的反馈, 改进并反复测试。在产品确认无任何修改后, 与项目经理确定上线时间。一般测试时间为需要 2 至 3 周以上时间, 根据项目情况及版本质量可适当调整。

#### 5、试运行阶段

在 APP 产品完成测试并修复后, 程序会部署在实际环境中试运行, 同时开发编写整理程序编码规范和使用手册, 并对用户进行使用培训。此阶段周期为 1 至 2 周

#### 6、产品上线

iOS App 和安卓 App 开发耗时基本相同, 但苹果 App Store 应用市场和 Google Play 应用市场对移动应用的审核时间是完全不一样的, Google Play 只需短短的几小时, 而 App Store 的审核时间却需要数周甚至数月

#### 7、迭代更新

当产品正式投放市场时, 会得到大量的市场反馈, 了解如何修正或调整业务策略, 如果当前系统功能不能满足项目需要, 需要对新版本的功能进行迭代规划

#### 8、日常维护

当项目运行正常时, 即使已经达到相对稳定水平, 也有可能出现一些小问题, 或者隐藏的较深的错误, 此时需要相关营销人员对问题手机和技术人员进行及时修复。



设计制作的基本步骤是什么(网站设计制作流程包括什么)?

#### 1、网站设计制作需求整理

需求整理是个非常重要的步骤,需要将公司要做的网站大致方向确立。如果有详细的需求文档那是再好不过,不知道如何将需求细分的话,可以梳理网站遇到的问题和要解决的问题。

#### 2、网站设计制作需求提交

将整理好的需求交给网页设计师,不会整理需求该怎么办?

1)收集同行中的优先站点。

2)与网页设计师电话进行沟通或者使用微信。

3)与网页设计师进行面对面沟通,让设计师与技术人员来帮你整理网站需求。

#### 3、网页设计

页面设计先出网站首页页面稿,每个网站重点都在首页,如果首页都看不到公司的重点内容说明这个首页设计非常失败,首页设计的好,用户才会点击内容页进行浏览,也只有确定好首页后再谈栏目页以及内容页面的设计。

#### 4、首页确认

网站的重点都在首页,首页确定下来后其他页面以及网站风格大致已定。首页初稿出来后大部分的情况下都需要进行多方位的修改,这也是确认的重要目的。

#### 5、静态页面制作

首页稿确认后,其他栏目页只要布局上没有太大的问题就能通过。

#### 6、程序开发

程序开发需求将制作好的静态页面进行功能的实现,比如我需要一个用户留言,这个需求就是通过程序的开发后实现的。网页设计和前端制作之后,剩余的工程就是程序开发来解决了。包括网站需要实现哪些功能,都是程序开发来实现的。

#### 7、测试阶段

程序员需要经过多方面测试来完成功能实现上出现的各种问题,专业术语叫 bug。这也是网站建设中最为重要的一个不可缺少的步骤。

网站建设好之后,将网站放入服务器进行测试,需要选择一个服务器来承载网站的内容。可根据网站的实际情况来选择。

#### 9、网站上线

网站测试后没有问题,与客户确认过即可发布上线。

### iOS APP 开发详细入门教程

软件,硬件准备

学习 iOS 开发需要一台 mac 电脑,安装 Xcode 开发软件。至于苹果手机,如果有的话更好,使用模拟器也可以完成大部分的开发工作,除了推送,扫码等依赖真机的情况

计算机基础知识

至少需要熟悉或者了解一门编程,比如 C++, java 等。在学习技术的过程中,无论是前端,移动端,还是服务端,编程语言是基础。比较流行的编程语言 C++或者 java 是要学

习的, 当你有编程语言基础的时候, 再学习 Objective-C 或者 Swift 会很容易上手。不建议你的第一门编程语言是 Objective-C 或者 Swift, 因为很多资料是比较老的, 容易误导新手。当然, 除了编程语言基础, 你还可以了解网络相关知识, 图片、音视频相关知识等。

#### Objective-C 和 Swift 如何选

如果是个人开发者, 想学习 iOS 开发或者自己做一个 app 上架, 建议学习使用 Swift, 毕竟 Swift 是苹果力推的编程语言, 今后也是 iOS 开发的趋势。如果你是为了求职而学习 iOS 开发, 学习使用 Objective-C 依然是可取的, 现在很多互联网大厂的 app 依然是 Objective-C 开发或者混合开发。先选择一门编程语言, 学习它的基础知识, 进行 iOS 开发入门, 等到了了解 iOS 开发之后, 然后再学另外一门编程语言, 这时的学习效率是很高的, 因为不管是 Objective-C 还是 Swift, 他们都使用的同样的 iOS 的 api, 只不过语法不同而已

#### iOS 开发环境搭建

#### iOS 开发需要学习什么

##### a. 了解 MVC 模型

认识 Model, View, Controller 他们的作用, 这点很重要, 在写任何一个页面的时候, 你可能都会用到它

##### b.View 相关的控件

也就是 UIKit 里面的各种 UI 组件, 可以先学一些最常见的, UILabel, UIButton, UIImageView, UITableView, UIScrollView, UIAlertController, UISwitch 等。认识这些控件后, 需要学习 iOS 的 UI 布局, frame 布局, autolayout 布局等, 学会把这些控件组合起来形成自己想要的 UI 样式

c.ViewController 的生命周期  
viewDidLoad, viewWillAppear, viewDidAppear, viewWillDisappear, viewDidDisappear 等, 了解他们的调用时机, 以及他们执行的工作

##### d. 事件响应机制

iOS 的事件采用事件链, 了解事件是如何传递和响应的, 这有助于你写好页面的交互用于响应用户点击、长按、拖动等。

##### e.JSON 数据格式

了解 JSON 数据是如何构造的, 它有哪些规范, 然后是要会把 JSON 反序列化为一个实例对象, 或者反过来, 把一个实例对象序列化为 JSON

##### f. 数据持久化

需要掌握 NSUserDefaults 的用法, 用来存储和读取数据, 如果数据量比较大的情况, 可以学习 iOS 的数据库相关的第三方库, 比如 FMD, Realm 等

##### g. 多媒体

在 iOS 开发中, 可能需要用到图片, 音频, 视频等相关功能, 如何下载和显示图片, 可以学习 SDWebImage 的使用, 音视频相关如果有用到, 也可以在网上找一些开源库学习

##### h. 网络

一些 app 可能仅仅在本机运行, 不需要和远端的服务器交互, 但是大多 app 还是需要服务端参与, 所以网络请求相关的知识也是必备的。需要学习 NSURLSession 发送网络请求, 解析 JSON 数据, 然后反序列化。也可以学习第三方库 AFNetworking, 它封装了系统的 API, 使用它发送网络请求, 解析网络数据是非常方便的。

##### i. 动画

动画让 APP 的交互更加炫酷, 需要学习 UIView 所支持的各种动画, 比如 frame 动画等

#### j.多线程

在较为复杂的 app 中,多线程是必备的操作,比如在网络请求中需要开启子线程来发送网络请求或者解析数据,然后回到主线程渲染 UI,多线程相关的知识可以学习 GCD

#### k.调试

在开发 app 的过程中,不可避免会出现一些 bug,基本的 Xcode 调试功能就派上用场了,借助于 Xcode 提供的调试工具,可以完成 bug 修复

#### l.开发者账号

如果你的 APP 想上架 app store,那么你需要购买苹果的开发者账号,用于上传你 app 应用

#### m. 网络抓包

在和服务端交互时,我们需要查看数据是否正确,这时需要使用 charles 工具,可以在官网下载,具体使用方法可以参考这篇文章

#### charle 抓包配置

#### n.CocoaPods

它是 iOS 开发的依赖管理工具,在开发 app 的过程中,会用到很多成熟的第三方库,比如上面提到的 AFNetworking, SDWebImage 等,这些库可以通过 CocoaPods 管理

#### o.webView

当前比较流行的 h5 渲染组件是 WKWebview,了解 iOS 开发中如何使用 h5 页面,并且和 h5 进行交互,许多 app 采用的是原生 Native 开发和 h5 混合的模式

### APP 上架主流应用市场都需要哪些条件?

上架前需要准备的材料

#### 1、 医疗 App

1、就医服务:市级卫生和计划委员会批文 2、医疗保健信息服务:《增值电信业务经营许可证》或《电信与信息服务业务经营许可证》 3、公立医疗机构:《医疗机构执业许可证》 4、私立医疗机构:《增值电信业务经营许可证》及《医疗机构执业许可证》 5、医疗器械信息展示:《互联网药品信息服务资格证》 6、医疗器械生产企业:《医疗器械生产许可证》 7、医疗器械经营、销售:《医疗器械经营许可证》

#### 2、游戏 App

游戏类 app、或者是文化活动类的 app 都需要办理《文网文(网络文化经营许可证)》、《ICP》、《软件著作权》、《游戏运营备案》、《游戏版号》等,目前游戏版号不是很容易办理。

《网络文化经营许可证》流程:对申请设立经营性互联网文化单位的,省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门应当自受理申请之日起 20 个工作日内提出初审意见上报文化部,文化部自收到初审意见之日起 20 个工作日内做出批准或者不批准的决定,批准的,发给《网络文化经营许可证》;不批准的,应当说明理由。游戏版号备案流程:申请材料符合条件→符合条件提交材料→审核→通过/不通过。

#### 3、其他分类

- 1、打车、租车:《网络预约出租汽车经营许可证》、《汽车租赁经营许可证》
- 2、音乐:《网络文化经营许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》

3、小说:《互联网出版许可证》  
4、时政新闻信息:《互联网新闻信息服务许可》  
5、FM/电台:《信息网络传播视听节目许可证》或《广播电视节目制作经营  
许可证》

6、有声读物:《网络文化经营许可证》和《信息网络传播视听节目许可证》  
7、动漫:《互联网出版许可证》和《网络文化经营许可证》  
8、电商:《增值电信业务经营许可证》或《电信与信息服务业务经营许可证》  
9、食品百货:《食品经营许可证》和《酒类零售许可证》《食盐零售许可证》  
10、社交聊天:《增值电信业务经营许可证》或《电信与信息服务业务经营  
许可证》

11、直播业务:《信息网络传播视听节目许可证》、《网络文化经营许可证》  
《营业执照》(经营范围需包括当前应用功能范围)、《公安机关互联网备案信息》(域名  
备案)

12、婚恋:《增值电信业务经营许可证》或《电信与信息服务业务经营许可证》

13、问答:《增值电信业务经营许可证》或《电信与信息服务业务经营许可证》

另外,如果 app 是做视频方面的,需要办理《网络视听许可证》,申请难度较大,必须要有内资控股 51%以上才能办理,而除了这个资质之外还需要申请《广播电视节目  
制作经营许可证》(广播电视经营许可证)。

如果 app 有接受短信服务,比如短信接受验证码,或者是短信修改密码,短信  
登录等涉及短信业务的,需要办理的是《SP 许可证》。这里需要注意的是,SP 许可证可分  
为全网和地网,简单地说,省内业务办地网,全国业务办全网。

App 上架各大应用市场需要哪些资质?

国内安卓市场

第三方市场

应用宝, 360 手机助手, 百度, 豌豆荚

手机厂商市场

华为, 小米, VIVO, OPPO, 魅族, 三星

腾讯应用宝

2017 年 9 月 18 日以后应用上架要提交软件著作权证明(原件扫描)或者该应  
用 PC 官网 ICP 备案截图+官网地址+2 个以上的应用宝以外市场上线后台状态截图代替, 软  
著后续补上。

需要注意的是开发者 QQ 号码一旦注册不能变更, 因此建议使用法人的 QQ 号  
码, 以免遇到员工离职等情况造成不必要的麻烦。参考地址: <http://wiki.open.qq.com/wiki/>

360 手机助手

企业操作人要进行实名认证, 要提供身份证号, 银行卡号及预留的手机验证码  
验证。不同行业有不同的资质要求, 但是以下这三个文件是所有应用都必须具备的:《软件  
著作权文件》、《ICP 证》、《ICP 备案证明》。

应用上架必须要提交 360 的保证函。同样, 开发者帐号, 建议使用法人的邮箱  
或手机, 以免遇到员工离职等情况造成不必要的麻烦。参考地址:  
<http://dev.360.cn/wiki/index/id/18>

百度手机助手

百度手机助手是几个主流应用市场中管理较为宽松的应用市场, 不是所有类型  
的应用都需要提供软件著作权证明。敏感行业的 app 比如金融、理财等则需要提供《金融许  
可证》和《软件著作权文件》。

需要注意的是百度的个人开发者账号不能上传带有支付类 sdk 的应用。审核周期在 2 周左右, 顺利的话 1 周左右就能上架。参考地址: <http://app.baidu.com/>

#### 手机商家应用市场

以下市场是上架时需要提供软件著作权证书的: vivo 应用商店、OPPO 软件商店、华为应用市场、锤子应用商店。这些市场有的是上架前就说明需要提供软著证书, 有的是提交审核后不通过要求提交证书的。如果你的 App 涉及新闻、金融等领域, 还需要提供其他的证明文件。

参考地址: vivo 开放平台: <https://dev.vivo.com.cnoppo> 开放平台: <https://open.oppomobile.com/> 华为: <http://developer.huawei.com/consumer/cn> 小米: <https://dev.mi.com> 国内应用市场繁多, 无法一一覆盖到位, 就部分应用市场举例说明, 作为开发者, 应当着重维护一部分渠道。

### app 上线所需资料与注意事项尤其是 appstore

#### 申请成为开发者

1. 公司开发者上传营业执照扫描件 (已年检)
2. 个人开发者上传个人有效身份证的正反面扫描件
3. 所有上传证明材料必须真实有效;
4. 开发者提供的联系人, 联系电话将作为手机应用市场与开发者联系的渠道, 需真实有效

#### 上传软件资料注意事项

1. 软件名称、文字介绍及截图不能违反国家相关规则;
2. 软件介绍里有网址的, 必须与软件开发者或者内容相关, 不得有其他无关内容
3. 软件图标、截图必须来源于上传软件且内容清晰, 与当前版本对应

#### app 发布流程中需注意

1. 确保软件能正常安装、使用、卸载, 保证良好的用户体验
2. 不得抄袭, 如有侵权行为则不会通过审核、已经上线软件将立即下架
3. 不违反国家相关规则;
4. 如软件有收费内容, 必须给用户以明确的提示
5. 如软件含有内置 SDK(软件开发工具包), 须不含违反国家相关法律的信息;

### iOS APP 开发各种证书介绍

#### 数字证书的概念

数字证书就是互联网通讯中标志通讯各方身份信息的一串数字, 提供了一种在 Internet 上验证通讯实体身份的方式, 其作用类似于司机的驾照执照或日常生活中的身份证。它是由一个权威机构——CA 机构 (Certificate Authority), 由称为数字证书授权中心 (数字证书认证机构) 颁发 (发行) 的, 人们可以在网上用它来识别对方的身份。数字证书是一个经 CA 数字签名的包含公开密钥拥有者信息以及公开密钥的文件。最简单的证书包含一个公开的密钥、名称以及 CA 的数字签名。

数字证书的一个重要特性就是时效性: 只在特定的时间段内有效。

数字证书中的公开密钥 (公钥) 相当于公章。

证书的信任链条是环环相扣的，根证书就是一开始就被信任的证书，是信任链的起始点。

#### 根证书的概念

根证书是被严格限制和确认的，根证书的颁发者被称只为 **Root Certificate Authority (Root CA)**。

某一认证领域内的根证书是 **CA 认证中心**给自己颁发的证书（自行签名），安装根证书意味着对这个 **CA 认证中心**的信任。

现代网络操作系统都会内置一份可信的根证书列表也确保信任链起点是安全的。

所谓的“可信的根证书列表”是指操作系统开发商通过严格的审核，将安全可靠、可被信任的 **CA 机构**纳入白名单，并将这些权威可信的 **CA 根证书**预安装到操作系统中。

在 **macOS Keychain Access** 中，可查看系统根证书（或系统根证书）。

#### iOS（开发）证书

**iOS 证书**是用来证明 **iOS App** 内容的合法性和完整性的数字证书。对于想安装到真机或者发布到 **App Store** 的应用程序（**App**），只有通过签名验证（**Signature Validated**）才能确保来源可信，并且保证 **App** 内容是完整、未经篡改的。

**iOS 证书**分为两类：**Development** 和 **Production (Distribution)**。

**Development 证书**用来开发和调试应用程序；

**Production** 主要用来分发应用程序（根据根证书类型有不同的作用）；

普通的个人开发账号最多可注册 **iOS Development / Distribution 证书**各 2 个，用户可以在网站上删除（**Revoke**）已注册的 **Certificate**。

#### iOS 应用的证书选择

##### 1、Ad-hoc

内测版，需要把设备的 **UDID** 添加到证书才可以安装

##### 2、In-house

企业版，任何 **iOS** 设备均可安装

##### 3、App-Store

只能通过 **App Store** 安装

取决于开发者拥有苹果开发者账号的类型。例如，如果开发者拥有的是苹果个人开发者账号，则可以使用 **Ad-hoc** 方式；如果拥有的是苹果企业开发者账号，则可以使用 **Ad-house** 方式；

## Android App 打包流程

#### 核心

一个完整的 **Android** 项目可能包含多个 **module**，而从宏观上看每一个 **module** 中的内容可以分为 2 部分：**Resources** 资源文件、**Java** 或者 **Kotlin** 源代码。因此整个项目的编译打包过程也是针对这 2 部分来完成

#### 编译阶段

##### Resources 资源文件

资源文件包括项目中 **res** 目录下的各种 **XML** 文件、动画、**drawable** 图片、音视频等。**AAPT** 工具负责编译项目中的这些资源文件，所有资源文件会被编译处理，**XML** 文件（**drawable** 图片除外）会被编译成二进制文件，所以解压 **apk** 之后无法直接打开 **XML** 文件。但是 **assets** 和 **raw** 目录下的资源并不会被编译，会被原封不动的打包到 **apk** 压缩包中。

资源文件编译之后的产物包括两部分：**resources.arsc** 文件和一个 **R.java**。前者保存的是一个资源索引表，后者定义了各个资源 ID 常量。这两者结合就可以在代码中找到对应的资源引用。

#### 源码部分

项目中的源代码首先会通过 **javac** 编译为 **.class** 字节码文件，然后这些 **.class** 文件连同依赖的三方库中的 **.class** 文件一同被 **dx** 工具优化为 **.dex** 文件。如果有分包，那么也可能会生成多个 **.dex** 文件。

实际上源代码文件也包括 **AIDL** 接口文件编译之后生成的 **.java** 文件，**Android** 项目中如果包含 **.aidl** 接口文件，这些 **.aidl** 文件会被编译成 **.java** 文件。

#### 打包阶段

最后使用工具 **APK Builder** 将经过编译之后的 **resource** 和 **.dex** 文件一起打包到 **apk** 中，实际上被打包到 **apk** 中的还有一些其他资源，比如 **AndroidManifest.xml** 清单文件和三方库中使用的动态库 **.so** 文件。

**apk** 创建好之后，还不能直接使用。需要使用工具 **jarsigner** 对其进行签名，因为 **Android** 系统不会安装没有进行签名的程序。签名之后会生成 **META-INF** 文件夹，此文件夹中保存着跟签名相关的各个文件。

**CERT.SF**：生成每个文件相对的密钥

**MANIFEST.MF**：数字签名信息

**xxx.SF**：这是 **JAR** 文件的签名文件

**xxx.DSA**：对输出文件的签名和公钥。

**PMS** 在安装过程中会检查 **apk** 中的签名证书的合法性，具体内容稍后介绍。

常理来说，签名之后的 **apk** 应该是可以正常安装使用了，但是实际打包过程还会多一步 **apk** 优化操作。就是使用工具 **zipalign** 对 **apk** 中的未压缩资源（图片、视频等）进行对齐操作，让资源按照 4 字节的边界进行对齐。这种思想同 **Java** 对象内存布局中的对齐空间非常类似，主要是为了加快资源的访问速度。如果每个资源的开始位置都是上一个资源之后的 4n 字节，那么访问下一个资源就不用遍历，直接跳到 4n 字节处判断是不是一个新的资源即可。

至此一个完整的 **apk** 安装包就创建成功。

## 怎样反编译 APK？反编译 APK 教程

### 三个工具

**apktool**：获取资源文件，提取图片文件，布局文件，还有一些 **XML** 的资源文件

**dex2jar**：将 **APK** 反编译成 **Java** 源码(将 **classes.dex** 转化为 **jar** 文件)

**jd-gui**：查看 2 中转换后的 **jar** 文件，即查看 **Java** 文件 为了方便各位读者，这里将三个打包到一起放到云盘中，又需要的可以进行下载：反编译相关的三个工具.zip

使用 **apktool** 反编译 **APK** 获得图片与 **XML** 资源

把下载好的 **apktool** 解压后，我们可以看到下述文件(忽略那两个 **csdn**，一个是反编译的 **apk**，一个是反编译后文件)：

接下来，双击 **cmd.exe**，来到命令行，键入：**apktool.bat d csdn.apk** 即可，Enter 回车：

然后就可以看到生成的 **csdn** 文件夹，里面就有我们想要资源

**XML** 资源到手了是吧！图片素材也到手了

使用 **dex2jar** 将 **classes.dex** 转换成 **jar** 文件

把下载好的 dex2jar 文件夹解压, apk 解压后中的 classes.dex 复制到 dex2jar.bat 所在的目录

打开 cmd, 来到这个目录下: 键入: d2j-dex2jar.bat classes.dex

使用 jd-gui 查看 jar 包中的 Java 代码

打开后, 打开我们 3 中转换后的 jar 包, 我们可以看见里面的代码:

csdn 的客户端竟然不混淆代码...可能是本着开源的精神吧, 给我们学习代码吧! 一般的话, apk 发布都会 进行混淆, 然后进行一些加密, 或者使用第三方的加密平台, 用的比较多的"爱加密", 有兴趣的也自行百度查看更加详细的介绍!

## 安卓 res 资源文件夹详解

### 图片资源

**drawable:** 存放各种位图文件, (.png, .jpg, .9png, .gif 等)除此之外可能是一些其他的 drawable 类型的 XML 文件

**mipmap-hdpi:** 高分辨率, 一般我们把图片丢这里

**mipmap-mdpi:** 中等分辨率, 很少, 除非兼容的手机很旧

**mipmap-xhdpi:** 超高分辨率, 手机屏幕材质越来越好, 以后估计会慢慢往这里过渡

**mipmap-xxhdpi:** 超超高分辨率, 这个在高端机上有所体现

### 布局资源

**layout:** 该目录下存放的就是我们的布局文件, 另外在一些特定的机型上, 我们做屏幕适配, 比如 480\*320 这样的手机, 我们会另外创建一套布局, 就行: layout-480x320 这样的文件夹!

### 菜单资源

**menu:** 在以前有物理菜单按钮, 即 menu 键的手机上, 用的较多, 现在用的并不多, 菜单项相关的资源 xml 可在这里编写, 不知道谷歌会不会出新的东西来替代菜单了

### values 目录

**demens.xml:** 定义尺寸资源

**string.xml:** 定义字符串资源

**styles.xml:** 定义样式资源

**colors.xml:** 定义颜色资源

**arrays.xml:** 定义数组资源

**attrs.xml:** 自定义控件时用的较多, 自定义控件的属性!

**theme** 主题文件, 和 styles 很相似, 但是会对整个应用中的 Activity 或指定 Activity 起作用, 一般是改变窗口外观的! 可在 Java 代码中通过 `setTheme` 使用, 或者在 `AndroidManifest.xml` 中为 `<application...>` 添加 theme 的属性! PS:你可能看到过这样的 values 目录: values-w820dp, values-v11 等, 前者 w 代表平板设备, 820dp 代表屏幕宽度; 而 v11 这样代表在 API(11), 即 android 3.0 后才会用到的!

### raw 目录

用于存放各种原生资源(音频, 视频, 一些 XML 文件等), 我们可以通过 `openRawResource(int id)` 来获得资源的二进制流! 其实和 Assets 差不多, 不过这里面的资源会在 R 文件那里生成一个资源 id 而已

### 动画

**animator:** 存放属性动画的 XML 文件



anim: 存放补间动画的 XML 文件

## android app 开发相关术语的解析

Dalvik: Android 特有的虚拟机,和 JVM 不同,Dalvik 虚拟机非常适合在移动终端上使用!

AVD: (android virtual machine):安卓虚拟设备,就是安卓的模拟器

ADT: (android development tools)安卓开发工具

SDK: (software development kit)软件开发工具包,就是安卓系统,平台架构等的工具集合,  
如 adb.exe

DDMS: (dalvik debug monitor service)安卓调试工具

adb: 安卓调试桥,在 sdk 的 platform-tools 目录下,功能很多,命令行必备

DX 工具: 将.class 转换成.dex 文件

AAPT: (android asset packing tool),安卓资源打包工具

R.java 文件: 由 aapt 工具根据 App 中的资源文件自动生成,可以理解为资源字典

AndroidManifest.xml: app 包名 + 组件声明 + 程序兼容的最低版本 + 所需权限等程序的配置文件

## web 前端之 JavaScript 进阶

### 包管理器

如果你要用到一些如插件或外部的桌面小部件这类外部库的话,这会是极其麻烦的一件事情。包管理器可以通过命令行,帮助你把外部库和插件放到你的项目里面并在之后进行版本升级,这样就不用手工复制和更新库。现在有的包管理器主要是 yarn 和 npm。这两个中 npm 先于 yarn 的出现,但 yarn 在包的版本管理强于 npm。

### CSS 框架

CSS 框架推荐 Materialize、Bootstrap 和 Bulma。如果站在市场角度则可以选择 Bootstrap。

### CSS 预处理器

可选的 css 预处理语言包括 Sass、Less、Stylus 等等。

### CSS 组织

随着你的应用不断膨胀,CSS 也开始变得很难维系。有多种手段可以对 CSS 进行组织,让它更好地应对应用的膨胀,比如 OOCSS、SMACSS、SUITCSS、Atomic 以及 BEM,都是很好的 css 代码组织管理的指导实践。CSS 组织是对于复杂庞大的 css 开发的一个统一固定的 CSS 代码组织和管理规范。

### 构建工具

bundler (打包工具),不同的种类包括 Parcel、Webpack、Rollup、Browserify 等。  
app 可以 webpack 为主,Webpack 是目前使用率比较高的,Rollup 建议主要用到库上面。

linter (代码检查),是指对代码进行静态检查,如定义变量是否使用,变量命名,方法回调次数,注释是否规范等,主要对代码书写是否规范进行检查。

task runner (自动构建),即是对项目代码进行自动构建编译为浏览器能够执行的东西,如对 typescript 和 Sass 进行编译,使用自动化构建工具则不需要程序员手动进行操作。

怎么去挖掘搜索引擎里的蓝海行业呢

- 1、绝对的 2B 行业：公司对公司的采购、需求。比如：公司采购一台几十万甚至上百万的工程车等；
- 2、其他自媒体很少有相关的信息，如抖音上很少出现这类信息；
- 3、搜索引擎竞价推广：在搜索引擎上投放竞价比较多的行业；
- 4、一些传统行业：比如抖音、头条很难找到，必须依靠搜索引擎才能找到的信息。

网站如何盈利

- 1、租站：网站关键词排名比较不错、流量也还不错，可以租给一家公司，全站推广他们的产品；
- 2、卖站：很多有价值的网站，很多公司会自己找上门来；
- 3、广告：这里指的广告不是广告联盟这些，广告联盟这些收入太低，直接跟品牌方谈，广告位一年多少钱；
- 4、佣金：通过网站过来的询盘，提供给品牌方，成交一个给多少佣金；

网站赚钱案例

- 1.明星粉丝后援网 <https://www.babylyf.com> 捐助及周边产品
- 2.单品淘宝客 <https://www.baiselyw.com> 淘宝客（CPS）
- 3.聚合淘宝客 <https://www.10besty.com/2> 种类型
- 4.暴利产品系列 <https://www.daokings.com/>  
<https://ty163.cn/>
- 5.品牌广告 <https://www.phb123.com/pinpai/top16857.html>
- 6.单品加盟 <https://www.qinzuichang.com/> 加盟费、材料、装修
- 7.聚合加盟 <https://www.1616n.com/> 广告费
- 8.分类信息 <http://waaku.com/> 会员费
- 9.B2B <https://cn.china.cn/> 会员费
- 10.SEO 服务、网站建设 <http://www.martdee.cn/> 服务赚钱 垂直类目/重复信息
- 21.海淘返利网 <https://www.55haitao.com/> 品牌 CPS
- 22.代购 <https://www.uuch.com/> 帮别人代购商品，收代理
- 23.伪官网 <http://www.1688020.cn/> 直接销售品牌产品
- 24.账号出售 <http://www.facebookblogfb.com/> QQ 群搞账号渠道
- 25.影视 VIP 账号充值 <http://m.laoshuka.com/> QQ 群搞 VIP 充值
- 26.源码论坛 <https://bbs.52jscn.com/> 论坛 VIP 会员
- 27.系统重装、盗版 key <http://www.xiaobaixitong.com/> 内容量庞大
- 28.cpa <https://youqian.360.cn/>
- 29.广告联盟 <http://www.ttunion.com/cpa/cpl/cps> 任务都有中介联盟 EMU 做法发款周期：  
net30 [cj.com/linkshare.com](http://cj.com/linkshare.com)
- 30.主机侦探 <https://www.idcspy.com/>
- 31.手工活 <http://www.yn288.com/> 变现这个环节
- 32.写真站 <https://www.liuci yuan.com/> 销售套图 1.寻找那些没有屏蔽的（拍写真的妹子的名称） 2.主力流量来源不一定是百度 3.内容的问题
- 33.游戏 <http://www.4399.com/flash> 游戏广告
- 34.辅助 <https://www.52ghai.com/> 广告收益、VIP 会员

- 35.游戏赚钱 <https://www.nbegame.net/>广告、培训网上赚钱的垂直类目学习成本(时间、金钱)
- 36.羊毛线报 <http://www.taolu5.com/cps>
- 37.卡密回收 <http://www.9eka.com/>赚中间差价 38.明星截流, 例如: 李佳琦推荐的商品大全、薇娅(CPS, 淘客, 自己销售)
- 39.友情链接出售(站群) 出售网站系微
- 40.交易网 <https://www.a5.net/>中介费、担保费

#### 网站赚钱案例

- 41.网游账号雷租、出售 <https://www.taoshouyou.com/>中介费
- 42.伴游 <http://www.rxhggx.com/>会员费、抽成暴利的行业
- 43.google adsense <http://www.3--1.com/>日 IP 几万 pv 几十万平均收入 7000 刀/月 affiliate marketing emu
- 44.复刻表 <http://www.wxbrite.com/>奢侈品网站广告变现
- 45.毕业设计 <http://www.biyezuopin.cc/>机械行业毕业设计
- 46.交友 cpa [http://www.fengtongb.com](http://www.fengtongb.com/) 佣金是很高的 cpatcps 广告联盟来获取
- 47.工具类 <https://www.dianchacha.com/>接口用户 pv+粘性收费的工具
- 48.生意参谋出租 <http://www.3391a.com/>
- 49.垂直行业论坛 [bbs.paidai.com](http://bbs.paidai.com) 做培训, 做服务, 卖产品, 感南
- 50.地方人才网 <http://www.shaooyo.com/>叠加收益, 广告+服务
- 51.软件下载站 <https://www.qqtn.com/>广告、cpa
- 52.抢票神器 [www.bypass.cn](http://www.bypass.cn) 卖软件会员 OEM
- 53.垂直行业教程 [www.kaitao.cn](http://www.kaitao.cn) 广告、培训慢工出细活
- 54.街拍 <http://www.jp569.com/>VIP 或者套图
- 55.签证 <http://www.shxiqian.cn/>服务
- 56.留学 <http://www.weliuxue8.com/>服务
- 57.影视站截流品牌词 <https://www.qirewang.com/>广告
- 58.小说站截流品牌词 <http://www.biquger.net/>  
各个影视站、小说站的品牌词去布局到首页、栏目页
- 59.情感挽回 <http://www.xyqinggan.com/>服务、卖粉
- 60.送礼 <http://www.liwuyou.com/>销售礼物、社群、培训在互联网上, 谁掌控了流量, 谁就有话语权
- 61.语言考级 <http://www.kekenet.com/>培训
- 62.塔罗 <http://www.jnbyzcp.com/>广告、服务、产品年龄都比较低
- 63.戒赌 <https://www.paoluma.com/>社群、赚钱项目(SEO 写作课)
- 64.变声软件 <https://www.bianshengzhuanjia.com/>
- 65.数据恢复 <http://www.trgj.com/>付费意愿强烈、客单价高数据恢复的软件(英国卫裤)
- 66.引流脚本 <http://www.58jst.com/>卖软件
- 67.老照片修复 [www.1zpxf.com](http://www.1zpxf.com) 服务定价策略(三个档次)
- 68.免费网(例: 免费建站 <https://www.jiangezhan.com/>)  
免费是一个策略(前端免费获取客户, 后端开发收费产品)

- 69.打字赚钱 <https://www.17renwuba.com/>打码赚钱
- 70.代写文章/文案/软文 <https://rugux.cn/>
- 81.虚拟币开发 <https://www.skpseo.com/>服务
- 82.减压网（压力、焦虑）产品、培训、社群、顾问服务（解决方案）
- 83.育儿 <http://www.ci123.com/>背后是宝妈群体变现能力强本质：帮助宝妈解决育儿的问题
- 84.文库下载 <http://www.ebuymed.cn/>卖软件、广告、文库下载
- 85.生发 <https://www.1rtr6fa.85m/>产品、线下植发服务（暴利产品的范畴）
- 86.灵符网 <https://www.lingfu.cc/>产品
- 87.落户 <http://www.ruhugz.net/>服务网站矩阵
- 88.小众软件 <http://www.fcbu.com/soft/downximalaya.html> 销售软件
- 89.破解游戏 <http://www.dwnxy.com/>广告、VIP 会员
- 90.夜场招聘 <https://www.nanjingyczp.com/>（招聘、夜场介绍）招聘信息发布、收提成
- 91.砂舞 <http://www.705705.com/>（网站+公众号）流量主砂舞之家
- 92.网盘赚钱 <https://union.ctfile.com/>（电子书）
- 93.礼品代发 <http://www.ybamq.cn/>
- 94.商标注册 <http://www.yuanzhijb.com/>
- 95.密码扑克 <http://www.58paiju.com/>教学、产品、VIP 会员
- 96.训练营（很多教育类的都可以用训练营的模式做一遍，说话技巧、记忆力提升、性能力提升、执行力提升等）
- 97.品牌旗舰店聚合网站（淘宝客）801r.com
- 98.泰国游、定制游（旅游领域垂直细分）<https://www.youqio.com/>服务、产品
- 99.电子书在线阅读厚黑学 [http://www.houheixue.org/google\\_adsense](http://www.houheixue.org/google_adsense)
- 100.工业产品矩阵（例：静电地板）

## 物流运输 APP 开发的 3 大核心功能

### 后台管理功能

服务——您可以根据市场需求管理您的服务并制定本地和全球目标。

订单 - 管理员可以利用内置的订单管理系统管理所有规则，以确保按时处理订单。

用户——通过易于使用的 CMS，您可以快速管理客户的信息，例如订单历史记录、付款历史记录等。

司机——交付 APP 提供了一个综合平台，可以有效地管理和修改司机的数据库。

代理机构- 使用此功能，您只需单击一下即可有效管理有关您的战略合作伙伴和代理机构的重要信息。

车队管理——交付 APP 还提供了一个多方面的车队管理系统来管理交付车辆并在 GPS 上跟踪它们。

计费 and 付款-您还可以管理所有付款，并可以使用此 APP 生成发票和账单。

### 用户端 APP 开发功能

预订货件——用户可以通过在送货 APP 上输入收件人的详细信息来轻松跟踪他们的货件。

下车地点-用户可以输入下车地点或简单地将其指向 GPS 地图，以便向司机提供送

货详细信息。

追踪货件 - 使用唯一的识别码, 用户可以轻松地地图上实时追踪他们的货件。

安排取件 - 用户还可以根据自己的方便输入合适的时间, 从他们的位置取件。

关税计算器——用户还可以根据他们的服务类型和目的地估算交货时间和成本。

支付 - 该 APP 还为用户提供安全可靠的支付选项, 同时促进数字支付选项。

评分和评论——除了上面提到的所有要点, 用户还可以对他们过去的交付体验进行评分和评论。

配送端 APP 开发功能

登录- 该 APP 为其所有用户提供安全的登录/注册设施。他们必须使用他们的手机号码或电子邮件 ID 进行注册。

收件人详细信息 - 调度员还可以获得收件人的所有相关详细信息, 以便产品可以按时交付。

通知 - 司机会获得有关需要挑选或交付的任何产品的必要信息。

导航- 此功能提供到客户地址的实时导航, 以促进准时交货。

标记交付- 使用此功能, 调度员可以向双方发送有关产品交付的警报。

客户支持——您可以在为您的业务使用按需交付 APP 的同时获得对所有查询的全天候支持。

病例制作 APP

1、病例网上 APP 咨询

互联网医疗 APP 手机软件有二十四小时网上服, 客户状况;及单就诊, 防止出现耽搁病况的局势。

2、网上预约挂号

开启手机运用, 只需上点一下就可以轻松预约挂号, 已不排若大很长的队伍去等候, 立即合理的运用了网上资源, 完成了互联网技术+诊疗的方便快捷作用

3.电子病例

电子病例不会丢失, 也不会担心看不懂医生字体。

4.在线支付

互联网医疗 APP 制作结合当今客户的在线支付要求, 给客户设定有关的在线支付方式:大客户付款习惯性, 进而提高她们的应用感受

5.与一流专业的三甲级医院协作

网上的全部名中医均来源于三甲级医院, 这不但是能够 合理的运用医生资源, 另外也可以让用户线上享有到平常都预约不上的名中医就医, 给客户的生命安全出示了一份确保。

直播 app 开发

1.需求沟通: 产品经理会与客户深入了解开发直播 app 的详细功能需求, 双系统开发还是单系统开发, 项目开发周期, 项目开发报价方案等;

2.功能文档: 产品经理开始根据客户所说具体功能进行需求文档的编写, 把每个端、每个功能, 都用文字的方式记录下来, 同时画出思维导图, 从首页开始对每个功能进行细分, 画出思维导图;

- 3.确定功能: 完成需求文档和思维导图后客户进行核实, 确定无误后进入下一阶段;
- 4.UI 设计: 客户确定需求后 UI 设计师根据需求内容将视频直播 APP 每一个页面都以图片的方式进行呈现, 并将做好的 UI 发与客户确认, 客户提出修改, 修改后确定 UI;
- 5.功能交接: 需求、导图、UI 确定后将任务分配给技术, 并开会讨论具体功能, 流程等都熟悉了解后进入开发阶段, 技术开始对 APP 进行搭建;
- 6.申请第三方: 产品经理根据技术提供所需第三方进行第三方的申请;
- 7.购买服务器: 手机视频直播 APP 开发到一定阶段可以进行服务器的购买, 购买后直接将视频直播 APP 部署到服务器, 服务器开发人员开始搭建;
- 8.出测试包: 视频 APP 开发基本完成后会出一个测试包, 功能基本都实现, 测试组人员通过不同机型不同方式对视频 APP 进行兼容性测试、压力测试、流畅度测试、逻辑测试、流程测试等, 把测试结果反馈技术;
- 9.完善修改: 测试组提交出 APP 存在的问题技术进行修改完善, 完成后出包交给测试组二次测试;
- 10.二次测试: 测试组根据以前遇到的问题进行二次测试, 功能完善无误后即可打包上架;
- 11.上架: 上架 App Store、上架安卓应用市场。

## 抖音 seo

### 官方

巨量算数

### 账号基础

重点关心

同行粉丝推荐

排名基础

标题

描述

认证

更新频率

质量

### 视频排名因素

内容

前三秒

内容质量

话题

封面

视频合集

## Google 网站管理员工具推出新的抓取错误提示

### 传统

HTTP 错误响应代码的失效页面(比如 404 文件未找到、403 禁入、503 服务不可用等等)

### 新式

网站错误

您的 DNS 服务器关闭或配置错误。

您的 Web 服务器本身防火墙关闭。

您的 Web 服务器拒绝来自 Googlebot 的连接。

您的 Web 服务器超载, 或崩溃。

您的网站的 robots.txt 无法访问。

逻辑: 网站错误显示无法连接到您的网站, 代表的是系统性问题, 而不是与特定网页相关的问题

Googlebot 在抓取您的网站时遇到的错误数量, 您的网站的总体抓取错误连接比率, 一个指向网络管理员工具相应版块、用来更加仔细地检查数据的链接地址, 以及如何解决该问题的建议。

#### URL 错误

逻辑: 大部分的网站错误表明您的网站可能有配置错误、超载或停止运行的问题, 但是, URL 错误(返回非 200 HTTP 代码的页面, 或在出现软 404 错误的情况误返回 HTTP 200 代码的页面)则可能会发生在任何一个配置良好的网站。因为不同的网站拥有不同的网页数量和外部 链接数量, 所以有些能引起小网站严重问题的错误数量对于大型网站来说, 可能就是完全正常的。

服务器错误, 软 404 错误, 拒绝访问错误, 未发现或未遵循错误

### 百度小程序内页 SEO 基础信息设置标准!

#### 1、标题

①站点和小程序的页面标题应与正文内容的真实标题保持一致, 且可通过标题判断内容来源主体。

②站点页面标题同样应符合《百度搜索网页标题规范》文档的标准

#### 2、摘要

站点页面内容的摘要与上述首页摘要的标准保持一致, 应该是对该页面正文核心内容的概述, 表达清晰, 无阅读障碍, 避免出现乱码、广告营销信息以及其他无关内容, 且摘要字数在 50 字左右。

#### 3、内容

(1) 页面中的重要内容信息尽量用文字形式呈现, 不建议仅以图片形式呈现, 易影响搜索对落地页内容的准确判断

(2) 页面中如果有多个主题, 建议分别建立页面, 避免同一页面堆砌多个不同主题的内容; 或者开发者们可以在该页面增加目录和锚点帮助用户快速定位到用户需求的内容。

#### 4、正文配图

(1) 配图应该保证与文字内容或者视频内容之间是高度相关的, 避免图文不符的情况出现。

(2) 同一页面内图片的类型、格式、大小应保持统一, 主题风格前后一致, 给用户以一体的感觉, 不能存在重复、无效的图片。

(3) 配图尺寸满足 200\*133 以上, 画质清晰, 不存在明显边缘、拉伸或者压缩的情况。

(4) 配图中的人物或其他主体元素无截断问题, 配图不存在马赛克、水印、色块、无关表情、logo 等杂质信息。

(5) 若配图为文字类、拼接类、标注类、内容型截图等特殊图片, 则应保证图片

内容完整,无明显影响体验的问题。

(6) 配图应合法合规,不允许出现纯广告图、色情低俗图或其他令人不适的图片。

## 5、时间因子设置

除了首页之外,内页的时间因子设置也十分重要。内页的时间因子设置分为列表页和详情页,开发者们需要根据不同的页面类型,优先提交不同的更新时间。

## 6、避免不规范的信息设置

部分开发者利用不规范设置标题、摘要、时间因子等信息,扰乱搜索秩序,侵害其他优质开发者的权益的现象。百度搜索团队将会持续针对这类作弊违规行为进行识别和控制,限制违规站点的搜索展现,维护搜索的公平公正,保护优质开发者的权益。

百度蜘蛛如何解除封禁?

常见的封禁行为包括 robots 封禁、封禁百度 UA、封禁百度 IP 等。

如何验证网站和智能小程序是否存在封禁百度蜘蛛的情况?

1、首先, 查看 robots.txt 文件,是否存在封禁记录。(一般 robots.txt 文件放置在网站根目录下。)

【建议方案】解除 robots 封禁: robots 封禁情况,请检查 robots.txt 文件,及时修改。

2、robots 文件无异常,进一步排查是否存在封禁百度 UA 情况;

方案一: 执行 `curl - head - user-agent 'Mozilla/5.0 (compatible; Baiduspider/2.0; +http://www.baidu.com/search/spider.html)' - request GET 'xxxxxxx'`

注: 正常返回码是 200,其他情况为异常。

xxxxxxx 为网站域名,如: `http://abc.com.cn`。

方案二: 变更浏览器 UA 验证;

【建议方案】解除百度 UA 封禁: 查看网站反爬虫策略,进行策略调整。或针对百度 UA 添加策略白名单。

3、以上验证均无异常,最后进一步排查是否存在 IP 级别的封禁

常见的 IP 封禁,源自网站的防火墙系统配置,需要查看防火墙配置系统后台,检查是否存在百度蜘蛛的 IP 级别封禁措施。

【建议方案】解除百度 IP 封禁: 查看网站反爬虫策略,进行策略调整。

大量死链接对搜索引擎有什么影响? 网站中的死链接如何发现?

一、大量死链对搜索引擎来讲,有什么影响?

1、死链率过高,会影响搜索引擎对网站的评分。

2、搜索引擎对每个网站每天抓取的频次是限额的,若网站存在大量死链,会浪费掉抓取配额并影响其他正常页面的抓取。

3、过多死链对网站用户来讲也是体验不好的表现

二、死链接是如何产生的?

1、网站内部添加了错误的内部链接

编辑失误或者程序员大意让页面产生了不存在的页面。

2、网站短暂无法访问



因为服务器、空间或程序问题导致网站短暂无法访问，产生大量返回码为 5 开头的服务器错误页面。

### 3、外部链接错误

用户或者站长在站外发布了错误 URL；别的网站复制或采集了你们含有错误链接的页面。

### 4、爬虫提取了不完整的 URL

个别爬虫在提取页面 URL 的时候，因为 URL 中有不规则字符或者 URL 与后边的文字链接起来，导致 URL 失效。

### 5、网站改版

如果你的网站已经改版或者将要改版，一定要注意死链问题，很多网站改版后，之前的老页面直接删除，导致了大量的死链接。

### 6、管理员删除页面

网站管理员删除被黑、广告、过时、被灌水页面导致很多死链接

## 三、如何发现网站中存在的死链接？

1、百度站长工具中的抓取异常工具可以查看最近一个月产生的各种死链，并支持导出功能。

2、使用相关爬虫软件，比如 Xenu，此类工具可以爬取全站所有链接并分析页面状态，分析完成后，支持导出功能，提取死链接即可。

3、在网站运营中，特别是论坛，经常需要删除某些页面，在删除页面时一定要记录对应的 Url 以便后期提交死链。

通过上述两种办法提取的死链列表，一定要经过删重和验证，比如用 wps 表格进行删除重复链接，然后再使用 Http 状态批量查询工具验证下是否确实是死链接。

## 四、如何避免和处理死链接？

### 1、网站改版最容易产生死链的

改版之前的页面如果有价值尽量不要删除和修改 Url，若需要更换域名或 Url 分配规则，那一定要将之前的 url 进行 301 跳转到对应的 Url；若老的数据必须删除，那删除的所有页面 Url 要进行整理和提交死链。

### 2、对发现的死链接如何处理

将收集好的所有死链接粘贴到网站根目录的一个文档中，再把文档地址提交到百度资源平台-搜索服务-资源提交-死链提交-添加新数据-填写死链文件地址；若大量死链具有一定的规则，如某个目录下全部为死链接，可提交规则死链。

## 相关注意事项

1、在百度站长工具中提交死链前，一定要确保提交的死链数据不存在活链接。一旦存在活链，会显示提交失败导致无法删除。

2、由于很多网站程序问题，很多打不开的页面返回码并非 404，这是一个大问题，比如明明是打不开的页面返回码是 301、200、500，如果是 200 的话，会导致网站中出现不同 URL 获取相同内容。比如我的一个站，社区的帖子删除后，返回码却是 500，后期发现了，立马进行了处理。大家尽量找出所有错误 URL 格式，并设置 HTTP 状态码为 404。

3、把所有的错误页面找到后，一定要寻找此类页面 URL 相同特征，并且和正常页面的特征有区分，写对应规则到 robots 文件中，禁止蜘蛛抓取，就算你已经在站长工具中提交了死链，也建议 robots 封禁抓取。

4、robots 只能解决蜘蛛不再抓取此类页面，但解决不了已经收录页面的快照删除问题，若你的网站被黑，删除了被黑页面，除了 robots 封禁被黑页面外，还应该将这些页面提交死链。提交死链是删除被黑页面快照的最快办法

## 百度搜索是如何衡量 SEO 优质内容的

### 百度搜索衡量优质内容的维度

#### 1. “出身”——生产者的权威可信度：

生产者有专业的认证，发布的内容领域专注，被公众认可并有一定的影响力。

#### 2. “颜值”——浏览体验的轻松愉悦度：

页面加载迅速，内容排版精美，图像画质高清。

#### 3. “内涵”——内容的丰富度和专业度：

文章主题前后一致，逻辑清晰，可以给用户提供丰富全面的信息，在领域内有一定的专业性。

#### 4. “口碑”——用户的喜爱度：

内容被大量的用户喜爱，用户有强烈的分享和互动意愿。

### 优质内容生产者的资质说明

内容创作者指以个人或组织账号来发布内容的生产者

#### “内容创作者”的优质资质

- 1、创作者的账号应该是真实可信的，不能是随机或者无意义的名称；
- 2、创作者在自己所擅长的领域内专注地创作内容，内容的领域不能过于分散；
- 3、创作者在创作的领域上拥有相关认证，确保内容的可信度和专业度；
- 4、创作者具有一定的活跃度，可以保持一定的内容更新频率。

#### “智能小程序开发者/站点级内容生产者”的资质

- 1、智能小程序开发者/站点级内容生产者有注册备案信息；
- 2、智能小程序开发者/站点级内容生产者对发布的内容具有官方解释权，或在领域内持续深耕优质的内容，累积了良好的知名度和影响力，被公众认可并具有一定的权威度；
- 3、智能小程序开发者/站点级内容生产者有一定的活跃度，可以保持一定的内容更新频率

### 页面质量标准

#### 提供内容的页面

此类页面是指以文字、图片、视频为主要内容，让用户进行浏览的页面。

作为提供内容的优质页面，首先应该保证内容中的文字、图片、视频之间是高度相关的，不能有文不对题、图文不符的情况出现。这也是用户和百度搜索判断优质内容的基础。

#### 文字内容的优质标准

##### 1、表述清晰

(1) 文章标题通顺，一目了然，标题在准确概括文章主要内容的基础上，可以做到新颖生动；

(2) 文章内容完整，表达明确，前后逻辑保持一致，没有错字、漏字的情况出现，使用户在浏览时可以准确获取信息。

##### 2、内容丰富

(1) 文章信息丰富，可以满足：①文字优美，提升用户浏览的愉悦感 ②可以给用户一定的指导和参考 ③内容引人深思；

(2) 内容具有一定的专业深度，讲解透彻，深度聚焦，可以给用户全面的分析和阐述。

##### 3、排版精美

文章段落清晰, 分页明确, 序号正确连贯, 为用户带来轻松愉悦的浏览体验。

#### 图片内容的优质标准

##### 1、信息全面

当主体内容对图片的依赖较高时(如菜谱、手工制作、急救手法等), 需要保证每一个步骤都有相应的配图, 避免用户出现操作失误的情况。

##### 2、极佳视效

(1) 图片画质高清, 配色美观, 为用户带来极佳的视觉享受;

(2) 图片的 logo、马赛克等杂质的占比不能过大; 图片水印可清晰分辨, 但不能影响用户对主体内容的浏览;

(3) 图片的类型、格式、大小应保持统一, 主题风格前后一致, 给用户以一体的感觉, 不能存在重复、无效的图片。

#### 视频内容的优质标准

##### 1、可看性强

在播放时, 字幕与视频内容及播放进度应该保持同步, 没有错字、漏字等情况出现; 如果是外文视频, 则必须配有字幕辅助用户观看。

##### 2、愉悦浏览

(1) 视频画质高清, 内容完整连贯易于理解; 播放流畅, 在播放中没有噪音、卡顿、水印等质量问题;

(2) 在制作时有专业口播和包装剪辑, 转场效果流畅, 生动有趣, 可以吸引用户眼球, 给予用户极大程度的视听享受体验。

##### 3、拓展升华

(1) 内容充实有深度, 可以给用户一定程度上的认知思考, 提升用户的愉悦感, 或带给用户一定参考、指导意义;

(2) 视频有配文、注释、弹幕、评分、点赞、评论区等多个增益功能或信息, 为用户提供参考。

#### 提供服务的页面

##### 1、可读性强

(1) 页面的主要信息详细完整, 表达明确, 主题突出;

(2) 页面中的配图、视频画质高清, 浏览顺畅;

(3) 内容排版整齐, 段落分明, 阅读时通顺流畅, 没有错字、漏字等给用户造成误解的情况, 配文可以为用户提供一定的解释说明。

##### 2、信息丰富

(1) 在满足用户主要需求的基础上, 有其他与主题相关的增益内容;

如: 天气查询页面中, 额外增加穿衣搭配建议、出行建议;

下载页提供下载文档的使用说明;

电商页提供商品的历史售价, 店铺热卖榜单。

(2) 页面有趋势图、动态效果等多元的方式来呈现内容, 使用户可以直观地获取所需信息;

(3) 评论区内容丰富, 有大量真实用户的反馈, 言语中肯有参考价值。

必应搜索引擎排名规则与 SEO 优化怎么做?

1、相关性：相关性是指着陆页上的内容与搜索查询背后的意图相匹配的程度。这包括直接在页面上匹配的术语以及引用该页面的链接中使用的术语。

Bing 必应还考虑语义等价物，包括同义词或缩写词，它们可能不是查询术语的完全匹配，但被理解为具有相同的含义

2、质量和可信度：确定一个网站的质量和可信度包括对页面本身的评估，包括作者或网站的声誉、话语水平。例如，一篇有引用和引用数据源的文章被认为更高)质量比不解释引用数据来源的质量高!Bing 可能会降低包括辱骂、攻击性陈述或使用贬损性语言表达观点的内容、内容的完整性和作者身份的透明度。

3、用户参与度：Bing 还考虑用户如何与搜索结果交互。为确定用户参与度，Bing 会提出以下问题：用户是否点击了给定查询的搜索结果，如果是，则是哪些结果？

用户是在他们点击的这些搜索结果上花时间，还是很快又回到了必应?用户是否调整或重新制定了他们的查询?Bing 网站管理员仪表板将提供有关用户如何与您的网页交互的数据。

4、新鲜度：通常 Bing 更喜欢“新鲜”的内容——这意味着页面始终如一地提供最新信息。在许多情况下，今天制作的内容在多年后仍然具有相关性。然而，在某些情况下，今天制作的内容很快就会过时

5、位置：在排名结果中，Bing 会考虑用户所在的位置(国家和城市)、页面托管的位置、文档的语言或页面其他访问者的位置。

6、页面加载时间：缓慢的页面加载时间可能会导致访问者离开您的网站，甚至可能在内容加载之前，去其他地方寻找信息。

工业品获取流量的渠道有哪些

百度 SEO(百度关键词排名优化)

如果要做关键词排名优化，我建议企业集中精力优化 1-3 个词，每天要写一篇原创的营销文章更新，大约 1~3 个月，你的词就有可能上百度 PC 端首页，而百度 App 在后面一个月左右也会上去，有时也会先上去

百度 SEM(百度竞价广告投放)

竞价投放与关键词 SEO 优化并重。同时，现在除了百度常规竞价投放，像百度的爱采购也要开户投放起来

免费 B2B 平台、分类信息网

现在免费的国内 B2B 平台也是越来越少，因为免费 B2B 平台自身盈利不好，而且流量也不太行了，建议在网上搜索集中做 20 个左右即可，让业务员手工发布高质量的供应信息合计 3000-10000 条即可，可以重发以前发过的。

付费 B2B 平台

以阿里 1688 为代表的付费 B2B 平台，直接投放阿里网销宝或标王，每个月控制在 1000~2000 元，集中投放你的业务核心关键词。其实，这个就是获取 1688 这个作为批发平台的内部搜索流量

自建博客或第三方博客专栏

你是 2B 工业品企业，还是可以自建一个博客网站，或在第三方平台撰写博客。

企业自建独立域名或二级域名的博客，核心目的是做在网络上的信任度、企业网络品牌及关键词、长尾关键词的百度排名。你也可以理解为，它是你的第二官网，非常有杀伤力和冲击力的。

拿我来说，其实，我主要是给企业做 SEO、流量顾问的，所以我有一个自己的独立

博客,也就是做个人品牌用的。

如果你觉得自己建立博客还需要人手或资源话,你完全可以考虑去开一个企业百家号(我建议蓝 V 认证最好,白杨有合作渠道)或者在知乎开一个专栏,哪怕用搜狐自媒体做一个博客也行。

为什么,因为在百度上,百度号,知乎,搜狐号他们排名都还可以

社交平台微信、头条、抖音

一、只要有搜索框的地方,就有潜在的搜索用户,不分什么 2B 还是 2C;

二、社交平台接触用户更直接,也更好了解用户需求

公众号账号本身可以获取搜索流量,公众号文章也可以

头条号,类似公众号,头条上的产品。头条上的用户年龄偏大,虽然主要是娱乐之类为主,但还是有 2B 企业上面做营销,所以工业品企业可以尝试

抖音,不得不推荐的一个渠道!虽然 2B 业务不是在直播讲一下就下单了,但是抖音上的视频形式传播速度更快

参加所在行业国内线下专业展会

参加国内的各种专业展会,当然与你行业相关最好。建议一年 2 次左右即可,不要跑太多。你的重心应该是精心准备你的广告语,在你展会的门头上挂起来,吸引过来参观走过、路过的客户

## Google Analytics 4 的优缺点

优点

以隐私为中心的设计

IP 匿名化: GA4 默认是隐匿 IP 的,不存储和记录 IP 地址。它是在欧盟的服务器(估计欧盟在这个环节是可以做监管的)IP 查询,然后将地理信息转发给 GA4,欧盟的服务器就删除 IP,在这个过程中,GA4 是不会记录或存储单个 IP 地址

混合数据:当用户拒绝跟踪的时候,GA4 会发送不使用 Cookie 的 ping,收集非个人信息,这些区分不了用户,比如发送 10 个页面,你是不知道这是 1 个用户产生的,还是 10 个用户产生的,谷歌用于数据建模,补充数据,根据谷歌的 PR 介绍,这种方式可以找回 70%的数据,但需要达到一定的数据规模才会启用这个功能

数据存储:超过数据存储时限的数据,会被清除,探索里就使用不了,但报告中不受限制

精细位置和设备数据收集:可以禁止收集用户地理位置和用户设备信息

停止个性化广告:开启停止个性化广告后,GA4 的数据不能同步到 Ads 用于再营销

资料删除:Google Analytics 4 提供多种删除用户数据的方式,用户可以要求网站所有者删除自己的资料,详细请看 分析工具对用户删除个人信息权利的要求

数据限额(阈值):如果用户数据太少,没有超过数据限额(阈值),为了防止查看报告或探索的人根据受众特征、兴趣或数据中存在的其他信号推断出具体用户的身份,就不显示

基于 AI 的智能辅助功能

搜索:Google Analytics 4 里的搜索,你可以智能提问,可以快速获得解答

数据分析:Google Analytics 4 里的数据分析其实就是 UA 里的自定义提醒,用于检测数据的异常变化。它分为自动数据分析和自定义数据分析,具体可以看 Google Analytics 4 中对数据做自动异常监控

异常监测:监测所选时间范围内的数据是否异常,它是基于贝叶斯状态时空序

列模型应用于历史数据，具体可以看 Google Analytics 4 中通过 Free form 做异常检测分析

贡献分析：识别数据异常的原因是什么细分造成的

预测功能：基于机器学习，Google Analytics 4 内置提供了一些预测性指标和预测性受众群体

全终端汇总数据

可以将 APP (IOS/Android) 和 Web (PC/WAP/H5) 的数据都收集到同一个媒体资料，可以在一个报告看到所有终端的数据，每个媒体资源最多可以创建 20 个网页数据流和 30 个应用数据流

更强的可视化分析功能：探索

Google Analytics 4 的报告 UI 做的大幅的调整，减少了内置报告，增强可视化分析功能，给用户提供更强大的自定义分析功能，托拉拽就实现多种数据可视化分析功能

基于事件的数据模型

Universal Analytics 数据是基于会话的，是 Users-Session-Hits 层级结构

而 Google Analytics 4 使用从 Firebase 采用的基于事件驱动，基于 Users-Session-Event 层级结构

GA4 更灵活，更是适合移动时代对 APP 的跟踪，但基于事件的模型导致你在布署的时候需要思考更多，数据的收集需要通过事件来实现，每个事件都通过 event\_name 参数进行区分，并带有用于描述事件的附加参数。

数据收集没限制

数据规模没限制，你收集的数据可以超过 1 千万，10 亿都行，没限制。

更高的有效负荷

有效负荷是指发送给 GA 的数据规模，也就是一个请求能发送多少数据，在 UA 里，最多是 8K，在 GA4 里，最多是 16K。

与 BigQuery 集成获取原始数据

Google Analytics 4 可以与 BigQuery 集成，可以将原始数据从 GA 到处到 BigQuery，如果你会 SQL，这会是一个不错方向。

按流量付费

付费版的定价方式是按流量付费，有一个固定价格，随着事件数增加，价格增加

无代码事件跟踪

GA4 可以实现无代码事件跟踪，可以在 GA4 的设置事件跟踪，这个功能有点类似 Adobe Analytics 的处理规则

缺点

数据保留

Google Analytics 4 里的数据保留，就是数据保留时间，默认是 2 个月，最长是 14 个月，超过 14 个月，数据会自动清除，在探索里不能使用，你在探索里能选择的最长时间范围就是 14 个月，如果你要在探索里深入分析今年和去年的数据，抱歉，实现不了，因为超过了 14 个月的范围。

这是为了满足个人信息的保存期限应当为实现处理目的所必要的最短时间的要求，国内的百度统计也做了限制。

但 Google Analytics 4 提供了 BQ 去获取所有原始数据，对于不懂代码，习惯通过报告 UI 获取数据的人来说是个问题。

数据抽样

GA4 还是逃不了抽样的命运，虽然 GA4 收集数据不限制，但在探索里看数据，

事件超过 1000 万而且所选维度和指标不是固定报告结构的时候就抽样。

没有过滤器

GA4 目前没有像 UA 里的过滤器, 所以过滤不了这其他域名的流量, 只要别人知道你的衡量 ID, 将这个衡量 ID 部署到其他网站上去, 就可以向你的 GA4 发送数据, 会导致:

网站数据受影响: GA4 里的数据包含其他域名的数据, 影响了原有数据的真实性, 要看数据只能使用条件和细分去过滤, 但这些都是临时性, 不太方便。

影响 BigQuery: 免费版的每天可以导入的事件数量是限额 100 万, 其他域名发太多数据会影响我的数据的导入; 另外 BigQuery 的存储和查询都是需要付费, 会增加花费。

电商模块不支持站内归因

不支持站内归因, 从而导致 checkout purchases 在站内归因会划分到 not set API 限额

通过 API 或 Looker Studio 去拿数据的时候, 都会受到这个限制。

限制是基于核心令牌书, 令牌会随着每个请求的计算完成, 具体取决于请求的完成情况, 所请求的数据越复杂, 所需令牌数就越多, 大多数请求最多会收取 10 个令牌。

可以理解为拉一个数据表(报告), 最多消耗 10 个令牌数。

那么对于一个项目来说, 免费版每小时的限额是 1250 个, 可以理解为最少是 125 个请求或报告, 你一个页面多几个请求, 刷新多几次, 一个小时很容易用完限额。

这限额, 是把用户往 BigQuery 赶。

UI 交互

Google Analytics 4 是全新的, 它的 UI、交互、维度、指标都有很大的改变, 目前 Google Analytics 4 的 UI 和交互体验一言难尽。

转移到 Google Analytics 4, 意味着你需要重新去学习和适应它, 它有一定的学习曲线, 这对不少人来说会是一个很大的挑战。

将会推出的功能(TBD)

自定义渠道分组, 所以 UTM 参数需要按照 GA4 的默认渠道分组规则去设置, 不然会划分不准确

过滤器, 目前只是支持 IP 维度, 将会拓展支持其他维度

与 Salesforce 的关联

不再支持的功能

免费版 GA4 没有数据视图功能, 付费版 GA4 才有子媒体实现类似数据视图的作用

不支持计算指标

旧版的实时功能, 能立刻看到用户的数据。

自定义仪表盘

电商类目页优化完整指南 - 11 个优化点分享

为什么类目页如此重要

一般会覆盖热门关键词和中等关键词的区域

类目页可以通过内链, 有效地将 PR 值分发到重要的子类目和产品页

用户和搜索引擎可以通过类目页了解到网站的信息架构（IA）

正常引导用户访问下层的更多子类目和产品

类目页的 2 个类型

类目列表页（CLP，Category listing pages） - 主要列出下层类目，一般是一级类目页

CLP 针对非常宽泛的主题。例如在 ASOS 的男装 CLP 上，他不知道用户想要的具体男装类型，因此并没有放上几款具体的产品，而是放上了下层的导航，帮助用户导航到更具体的子类目页

产品列表页（PLP，Product listing pages） - 主要列出下层的产品，一般是叶子类目

而 PLP 页面很具体，可以确定用户的需求，所以只要展示具体的产品即可  
类目页的关键元素

一个 H1 标签

H1 下方一段文案描述

产品列表模块，可能还有分页

属性筛选功能，帮助用户细分产品

用户和搜索引擎都喜欢的包含关键元素的类目页

添加有价值的内容

有价值的内容，就是能帮助用户做出购买决策的内容

下方的详描部分、常见问答部分用更多篇幅来说明

不要刻意填充太多内容

细分类目层级

父类目和子类目的结构

类目结构一般会用在面包屑导航

内部链接结构

在 CLP 和 PLP 页面上，你需要保证链接到其他相关页面上。在链接实现上，我建议用自动 + 手动的方式。

自动链接到父/子类目

实现了所有链接的遍历展示，并不会有孤岛链接

如果后续有新增类目，并且挂靠了父类目，就会自动在页面上呈现

内链可以始终展示出完整的网站结构

实现了一个金字塔结构的内链架构，可以使权重从顶层往下层逐层传递

自动链接到相似类目

同一个父类目的子类目会跟当前页面有很高的相关性，这将帮助用户找到其他相关类目，也可以再传递 PR 来帮助 SEO。

手动链接热门类目

有了上面的自动链接，你基本上可以实现一个友好又完整的链接框架。但是，实现链接的手动配置也很重要，尤其是 CLP 页面上

添加评论内容

把评价放在产品详情页上，不过也可以放在首页和类目页上

这会给类目增加独特的内容，并帮助用户找到好评游戏。更重要的是，有高评价的游戏会有更多 PR 和排名，以及更好的转化。

分页和链接到产品

链接到热门产品



对于大型电商，优先链接到热门产品通常比所有产品更好  
这对用户很有帮助，还可以将 PR 传递到热门产品页面上，进一步提升其排名

这样做比链接到更多普通产品页要好得多，这会导致页面获得更少的 PR，从而有一般的排名

考虑「查看所有页面」

虽然类目页应该放上一些热门产品页，不过随着用户深入浏览，会更希望看到尽可能多的产品

不要过度分页

如果能链接到筛选项或 TAG 会更好，尤其是可以跟搜索需求结合起来

每次在页面上展示分页链接，PR 就会被稀释到一些可能不会参与排名的分页页面上。

所以建议是，并不是不用分页，而是加入属性筛选和 TAG，帮助用户更快找到所需产品，也使 PR 传递到有搜索价值的页面上。

创建长尾类目

改进类目还有个众所周知的策略是用更具体、长尾的类目

通过覆盖这个关键词的扩展需求，还可以进一步提升原来关键词「engagement rings」的排名。

创建筛选项链接

类目页上还有一个关键元素就是筛选项。

限制抓取 - 请确保组织 Google 抓取所有的筛选链接（属性组合可能产生数百万链接，会浪费抓取配额）

避免低价值网页进入索引 - 否则 Google 会索引到数万~数百万对搜索没有价值的页面

有一个理想的处理方案：

在用户端使用 AJAX，而不是 <a href>

只对需要抓取的筛选项提供可供抓取的链接

有帮助的指南和工具

帮助用户做出决策决定的内容和工具。

设置好 URL 结构

选择一种可长期使用、不用再改变的 URL

最好不要更改网址，除非一些特殊情况，比如换域名、重塑品牌等。

避免网址更改的方法就是：保持简单、提前规划。

H1 和 Title

模版优化

不停的测试

分隔符的使用，是短横线 (-) 还是中竖线 (|)

加入价格，比如 [H1] From \$5 -

在标题开头增加「Buy」，比如 Buy [H1] -

增加次要关键词，比如[H1] - [次要关键词] -

结构化数据

面包屑导航

常见问题 FAQ

CollectionPage - 指明了网页类型

ItemList - 告诉 Google 网页上有一个列表数据

## GOOGLE 多图结果的分析和建议

Google 搜索结果中的缩略图结果越来越多, 根据 Rank Ranger 的数据, 缩略图结果出现在 40% 的桌面 SERP 和 65% 的移动 SERP 中

### 第一层条件 - 排名问题

Google 一次最多只展示 4 个多图结果。所以, 当网页出现在前 4 个多图排名中, 才有机会展示多图结果; 反之, 当前面已经有 4 个多图结果时, 即便其他条件符合, 也无法有多图展示。

### 第二层条件 - 预览问题

预览问题, 主要就是通过特殊搜索命令, 查看网页在这个关键词下是否获得了多图展示的资格。

注: 这个资格主要是 Google 进行判断后授予, 只能通过这种指令来判断。

通过「site 指令+ 目标关键词」, 就可以查看某网页在这个关键词下是否具备多图展示的资格。

### 第三层条件 - 图片收录

如果这一层条件没满足, 前面两层就不用谈了, 那就是网页上是否有足够的图片被收录。

其实也比较容易理解, 就是这个网页如果要展示多图, 那网页上多张图片必须要被收录

出现在单个网页, 还是整站。如果是单个网页那还算正常, 如果整站都有图片收录的问题, 那问题就比较严重了, 因为会严重影响图片流量, 以及整站网页的图片展示。

### 影响因素和建议

JavaScript 是否影响图片抓取。虽然 Google 现在能识别 JS 中的内容, 但有些网站的图片展示会依赖一些动作条件, 比如鼠标滚动, 这就会导致 Google 爬虫在抓取图片时无法识别。所以建议一定要用 GSC 的网址审查来查看爬虫环境下是否能抓取到图片。

图片相关性。如果有足够图片被收录, 那图片相关性就很关键。跟网页主题更相关的图片, 就会通过第二层条件, 获取多图展示的资格。

图片质量。图片质量越高, 其被收录的概率越大, 就能满足条件三的收录基础。

ALT 文本。这是 SEO 的基础了, 仍有一些网站有丢失。ALT 文本会帮助 Google 了解图片内容, 对第二和第三个条件都有帮助。

商品名称。就是图片周围的文案描述, 也可以帮助 Google 了解网页和图片的内容, 并确定主题。

最好有超过 8 张图片。考虑到图片也有收录率问题, 如果有超过 8 张图片, 那按照 50% 收录率计算就有 4 张图片被收录, 然后通过第三层条件。

图片顺序。将最相关、展示效果最佳的图片放在网页靠前位置可能是个因素。如果有多个图片跟产品不相关, 也将失去展示的机会。

透明背景。当图片是透明背景时, 在 Google 会变成黑色背景展示, 对比度不佳, 也会影响多图时的展示效果。

## 百度快照功能下线

快照下线的直接原因是日常投诉过多，比如隐私信息，数据不更新等

如果想看网页的历史信息，建议用 Google 快照来替代；或者用这个网页历史博物馆 [web.archive.org](http://web.archive.org)，也有部分的中文网站历史信息。

## SEO 友好的无限滚动加载方案推荐

「带有翻页的下拉加载」（或者说可以滚动加载的翻页）！

说白了，这种方式就是既有翻页，也能实现滚动加载。

具体可以看下这个 demo: <http://scrollsample.appspot.com/items>

## Google 需要多长时间才能将我的新网页编入索引（以及为何如此）？

索引需要多长时间

并非其抓取工具处理的每个网页都会被编入索引

Google 不会限制网站上可以编入索引的网页数量。虽然某些网页在索引编制队列中可能具有优先级，但网页通常不必争用索引。

热门网站上有价值和可索引的页面中有 16%从未被索引过。

是否保证您的网页将被编入索引？

83%的页面在出版的第一周内被编入索引。

有些网页需要等待长达八周才能被编入索引

爬网需求和爬网预算

要发现博客上的新页面并将其编入索引，Googlebot 必须重新抓取该博客。

Googlebot 重新抓取您网站的频率肯定会影响您的新网页被编入索引的速度，这取决于内容的性质及其更新的频率。

发布新内容的新闻网站通常需要经常重新编辑。我们可以说它们是具有高爬行需求的网站。

低抓取需求网站的一个例子是关于铁匠历史的网站，因为其内容不太可能经常更新。

在将网页编入索引之前，需要做些什么？

内容发现

按照您在博客的其他页面上提供的内部链接进行操作。

关注由发现您的新内容有用的人创建的外部链接。

浏览您上传到谷歌搜索控制台的 XML 站点地图。

爬行

在抓取时，Googlebot 会收集有关给定网页的主要主题、此页面包含哪些文件、网页上显示哪些关键字等信息。

在页面上找到链接后，抓取工具会跟随它们进入下一页，并且循环继续。

请务必记住，Googlebot 遵循机器人设置的规则.txt 这样它就不会抓取被您在该文件中提供的指令阻止的网页

渲染

需要进行渲染，以便谷歌机器人同时理解 JavaScript 内容和图像、音频和视频文件。

您能更快地将网页编入索引吗？

要使网页保持可编入索引，需要遵循两条重要规则

您应该避免被机器人.txt 或 noindex 指令阻止它们。

您应使用规范标记标记给定内容的规范版本。

## 提交站点地图

站点地图会列出您希望编入索引的网站的每个网址（最多 50,000 个）。

您可以将其提交到谷歌搜索控制台，以帮助谷歌更快地发现站点地图。

借助站点地图，您可以让 Googlebot 更轻松地发现您的网页，并增加在跟踪内部链接时抓取未找到的网页的机会。

最好在机器人.txt 文件中引用站点地图。

## 让谷歌重新抓取您的网页

您可以使用 Google 搜索控制台中提供的网址检查工具请求抓取各个网址。

它仍然不能保证索引，你需要一些耐心，但这是确保谷歌知道你的页面存在的另一种方法。

## 如果相关，请使用谷歌的索引 API

索引 API 是一种工具，可让您通知 Google 有关新添加的网页的信息。

借助此工具，Google 可以更有效地安排时间敏感型内容的索引。

不幸的是，您不能将其用于博客文章，因为目前，此工具仅适用于具有工作机会和实时视频的页面。

## 防止站点上的服务器过载

请记住确保服务器具有良好的带宽，以便 Googlebot 不会降低您网站的抓取率。

避免使用共享主机提供商，并记得定期对服务器进行压力测试，以确保它可以处理这项工作。

## 总结

无法准确预测您的网页需要多长时间才能被编入索引（或者是否会被编入索引），因为 Google 不会将其处理的所有内容编入索引。

通常，索引编制在发布后数小时到数周进行。

编制索引的最大瓶颈是被及时抓取。

如果您的内容符合质量要求，并且在编入索引方面没有技术障碍，则应主要查看 Googlebot 如何抓取您的网站，以便快速将新鲜内容编入索引。

在将网页重定向到索引管道之前，Googlebot 会抓取该网页，并在很多情况下呈现嵌入图片、视频和 JavaScript 元素。

更改频率更高，因此抓取需求较高的网站会更频繁地被重新抓取。

当 Googlebot 访问您的网站时，它会根据它可以发送到您的服务器的查询数来匹配抓取率，而不会使其过载。

因此，值得照顾良好的服务器带宽。

不要在机器人中屏蔽 Googlebot.txt 因为那样它就不会抓取您的网页。

请注意，Google 还尊重 noindex 漫游器元标记，并且通常仅将网址的规范版本编入索引。

## douyin 养号

### 为什么要养号

因为抖音其实就是一个庞大的数据库，因为 用户人太多，并不能很精准达到用户的需求和满意，那我们就需要快 速主动让抖音识别出我们是谁?我们要做什么?我们是创作

者,我们不是僵尸号?等一系列信号通过数据反传给抖音,让抖音快速判断精准推流,因为抖音的推流机制是初始流量 100-300,根据完播率,进入下个流量池,下个流量池会根据点赞进入等等,那如果没有经过养号环节,抖音无法识别你是做什么的,运气不好的话 100 个流量推给大爷大妈,那你作品也不会有流量,更不会热门,这就是养号的重要性  
如何养号

新号的话第一个步骤注册当日静放就行,第二日开始打开浏览页面搜索“图文”然后每日关注 3-5 名作者,并浏览时随机点赞评论转发,每日间断操作 2 小时,共计操作 5-7 日,5-7 日后打开搜索页面看下是否 80%作者为同类作者,如是的话再修改 4 件套(头像、背景、简介、名称),次日准备发布;老号的话根据情况再定,因为程度不同,如果没违规账号,除了上诉养号方法,先把所有关注取关,把作品全部隐藏,根据情况养账号,每日在私密里删除原始作品 1-2 个,养号周期参考上诉情况。

注:生活账号与商业号分开,商业账号不要去随意浏览其他无关紧要作品,只做数据!

百度搜索后面的“名企”、“官网”、“保障”等等哪个有利于网站优化?

具有上述标识:百度,官网,名气,保障的网站,整体的收录与排名是相对不错的

一个网站关键词点击率的不断累积的同时,实际上也是在不断增加这个页面所对应相关关键词在搜索引擎中的权威度

百度保障和官网认证,应该是我们的首选,名企次之

百度保障和官网认证:适用于各大中小企业,操作流程简单便捷。

名企:不是每个企业都具备名企资格。

百度搜索结果大词轮替展现,该怎么做 SEO?

一.什么是热门关键词大词轮展

热门关键词大词轮展其实就可以理解为不同网站的热门关键词搜索结果轮番在百度首页出现排名,有时是按照天为单位,也有的是以分钟为单位,甚至会在刷新一次搜索结果就产生变化

二.热门关键词轮展的原因分析

1.算法

搜索结果呈现虽然很简单,但排序规则却不是随便给予的,需要根据各种算法来综合判断,最后给出结果

①网站公平性

如果是常规关键词,也就是没有时间属性的关键词,相信排名靠前还是需要网站具备一定的真实实力,比如权重、内容质量、垂直度等等,但我们讨论的是热门关键词,说不定几天甚至几小时,热度就会降低,所以为了公平性的体现,搜索引擎会利用轮展策略,给不同形式的搜索结果一定量的展现机会,所以会导致轮展的出现

②满足用户需求

当然所有算法服务的是搜索用户,热门关键词不具备样本采集时间,搜索引擎没有判断具体内容质量的标准,况且,既然是热点,肯定是热议话题,一般都有两个以上的观点,搜索引擎所抓取的内容也有各种不同的观点,因此让内容轮展,是可以满足更多

用户需求的。

## 2.竞争

### ①网站类别

不同类型网站有不同的优势，内容虽然都是热门关键词为标题，但网站类别有差别，比如论坛类网站的热门关键词排名就相对来说要高一些，但如果是 SEO 论坛，讨论娱乐热点，搜索引擎就需要判断一下，娱乐类型的文章类网站与这个论坛之间哪个更适合排名靠前

### ②权重变化

如果从细节处着想，还有网站权重变化也影响这关键词轮展的问题，试想网站排名大量下降，排名靠前的热门关键词排名也会受影响，相反如果网站正处于排名大涨阶段，热门关键词排名也会提升

## 3.其他

关键词在不同地区有不同的展现也就是千人千面，这个机制搜索引擎早就有了，如果我们使用的是电脑，并且宽带是动态分配的 ip，出现路由重启、断网而恢复都会导致 ip 产生变化，如果是这样不仅热词会轮展，其他关键词也会有变化

## 三.企业如何应对热门大词轮展

### 1.不同网站的选择

#### ①高权重企业网站

如果是权重比较高的企业网站，我们认为单站在爱站权重 4 以上的网站可以思考在网站内开辟一个单独的追求热门关键词的栏目，保持这个栏目的更新频率，利用网站本身的权重优势，通过网站新闻页面来做排名，这样可以排名页面更好的做用户落地，进入网站中可以进一步做转化

#### ②中小型企业网站

而中小型企业网站，也就是权重不高的网站，现在大部分企业网站都应该都是这个范畴，其实我们是不建议在网站开辟热门新闻栏目，就算你开辟了，因为蜘蛛抓取量少、权重低等问题，也会导致即使你发布了优质的热门关键词内容，也不会获取排名的问题，建议可以通过站外 SEO 来做排名。

### 2.布局媒体号

可以看到现在各种媒体号排名都是不错的，比如知乎、百家号、搜狐号等，并且这些媒体号天生就具备热门属性，用户对这些品牌媒体号的内容也更信任，所以通常有热门关键词，这类媒体号普遍排名不错，中小型网站可以将撰写的文章发布在这些媒体号上，借助媒体号的排名优势获取品牌词曝光，虽然没有直接曝光网站页面来的流量精准，但因为热门关键词的属性，能排名就会有流量，其实也是不错的选择。

当然高权重网站也可以这么做，毕竟热门关键词流量持续时间不固定，发现了尽快获取流量才是王道，但要注意，如果有长期获取热门关键词流量的企业，最好多在一些权重高的媒体号中建立账号，因为这些账号之间也存在轮展，我们要争取获得轮展中流量最大化，就需要多布局账号，才能多获取流量。

百度搜索排名：三板斧，有哪些？

### 1、网站首页排名

收录一个网站的首页，还是相对比较快的，并且网站首页给排名，也是相对有倾向性的扶持。

## 2、企业百家号占位

百度搜索在这方面还是给予一定权重扶持，特别是一些长尾关键词，我们实操一般都是当天就可以上首页，而无需等待时间周期

## 3、竞价品牌广告推广

百度搜索符合预期，但涉及外链黑帽策略，什么原因？

原因

外部链接的形态过于单一，比如：锚文本链接占比异常高。

外链主域相对比较集中，只是在几个网站中。

违规链接占比比较多，比如：黑链，早期的视频标题链接等。

友情链接的关联性，如果你的友链大幅度有问题，可能也会出现相关性问题的。

目的

深度的挖掘一些高质量网站，提升高质量外链矩阵的权值，从而提升相关网站的权重与特定关键词排名。

尝试平衡当下的搜索结果的排序展现。

查询

Moz 和 Ahref

泛目录秒收录，又可以促进收录了吗？

## 1、快照强制更新

快照有一个投诉更新功能，当你去投诉某一个 URL 地址强制更新的时候，在返回数据的时候，替换成自己的目标 URL

达到了促进收录快速索引的目的

## 2、泛目录 301 重定向

页面内容的原创度

满足用户搜索需求的能力

页面内容展现的阅读体验

主要是解决一个旧页面，变更到一个新页面的问题，并且希望在新页面中，叠加这个旧页面的权值

对于一些做好备案的目标页面，就相对的容易促进收录，而忽略了目标页面本身的页面质量

①最好泛目录的页面有一定质量

②泛目录的 301 页面本身和目标页面具有一定的相关性

百度工程师针对建站过程中都谈论哪些问题？

## 一、网站抓取建设

Q1：百度搜索会对新网站给予更高的抓取频次吗？

A1：百度搜索会先识别网站内容的优质度，对内容优质的新站点在抓取频次

上会有一些的倾斜,帮助内容得到更好的展现。

#### 内容的丰富度

①确保每个栏目下面,都拥有丰富的内容,而并非是一条两条数据,显得整站结构内容相对单薄。

②尽量丰富页面的质量度,比如:配上高质量相关性的图片,甚至是音频解读等。

③合理的注意内部网站结构设计以及内链的布局。(有利于百度蜘蛛爬行)

**Q2:** 如何让百度搜索知道我的网站是一个新站点呢?

1、通过百度搜索资源平台——资源提交工具来提交内容;

2、在工信部进行网站 ICP 备案。

①建立 **sitemap** 地图,提交给百度搜索资源平台。

②新闻源网站发布相关性行业资讯,附带自己的网址或者超链接。

③做百度官网认证。(快速收录)

**Q3:** 百度搜索会调整对网站的抓取频次吗?

**A3:** 会的。百度搜索会基于网站的内容质量、内容更新频率及网站规模的变化等维度进行综合的计算,如果内容质量或内容更新频率有下降,百度搜索可能会降低对网站的抓取频次。

但抓取频次和收录量没有必然联系,例如降低对历史资源的抓取频次并不会影响新资源的收录效果

#### ①新站

如果你是新网站全新域名,在启用网站之初,如果你的内容相对丰富,页面内容量级比较高,在前一周内,通常百度会给予较高的搜索抓取,一般来讲对方会尽最大可能的爬完整站的可抓取页面

而当整站页面抓取最大化之后,搜索引擎便会依照上述的内容质量评估与更新频率策略调整抓取频率,一般后期新站内容增量不高的话,抓取频率是会逐渐下降的。

当然,过了质量评估期,你的新网站符合规定的质量页面被放出后,相关页面得到稳定搜索访问之后,抓取频率会适当的有所提升

#### ②老站

如果你是老网站,长周期运营的站点,亦或是你刚启用的老域名建站,通常来讲,搜索引擎都会保持一定较高的抓取频率

基于早期的信任度而言,搜索引擎更加倾向于深度抓取这个网站新增页面,但如果你的内容质量度非常低,即使百度给予早期的收录甚至关键词排名的展现,在后期同样会逐渐降低抓取与收录频率,同时,较前已经收录参与排名的页面也可能被召回

**Q4:** 为什么百度 pc 端的蜘蛛会抓取移动端的页面呢?

**A4:** 百度搜索会尽可能使用移动 UA 抓取移动端的页面,但当蜘蛛不能准确判断它是 PC 端还是移动端的页面时,就会使用 PCUA 进行抓取。不论哪种方式,只要能正常抓取网站页面,就不会影响网站内容的收录

### 二、网站数据生产

**Q5:** 网站上线前要发布多少篇内容呢?是越多越好,还是打造优质的内容,数量少而精呢?

**A5:** 百度搜索提倡开发者生产优质的、能满足用户需求的内容,要关注内容的质量而不是数量。如果内容优质,即使网站的内容不多,也仍会获得百度搜索的青睐



①少量精致页面之间的关系（内链策略）。

②内容质量预估排名的情况（内容质量与结构性布局，比如：零位置的展现）。

③页面持续获取自然点击情况（少量页面是否可以在长周期获取稳定访问）

Q6：已经被收录的页面还可以进行内容上的修改吗？是否会影响百度搜索对页面的评价？

A6：如果内容需要修改，且修改后的内容仍是优质的，就不会影响百度搜索对页面的评价。

①尽量避免调整页面标题中的关键词布局，特别是删减。

②确保页面内容的页面展现结构不要改变，尽量避免调整 H1-H3 标签，段落内容展现顺序等。

③确保页面的主题定位相对统一，之前排名关键词 A，调整之后尽量避免出现 A1,A2,A3 情况。

④理论上，我们不建议去调整页面的内部链接。

⑤避免目标页面在调整完毕之后，短期出现大量的反向链接，以及突发的高频次访问情况。

### 三、网站死链处理

Q7：已发布的文章内容质量不高，想进行修改，需要将原来的内容设置成死链再重新发布一篇文章吗？

A7：若修改后的内容和原内容相关度高，可以在原内容的基础上直接进行修改，不必提交死链；若修改后的内容和原内容相关度低，建议将原内容设置成死链，将新生产的内容通过资源提交工具进行提交。

如果你的网站权重相对比较高，日均抓取频率在 2000+ 以上，相关页面都是秒排名，我们建议可以在原有的基础上进行合理的修正

Q8：网站内存在大量的死链，通过死链工具进行死链提交后会降低百度搜索对网站的评价吗？

A8：不会的。如果网站内存在大量死链，但未进行死链提交，则会影响百度搜索对网站的评价。

如果你的网站中某一个目录出现大量的低质采集页面，被搜索引擎短期的降权，这个时候，通常我们建议解决降权问题就是删除整站相关性目录，并提交死链接，等待搜索引擎从新评估。

但我们知道：死链接的删除与处理速度，从目前来看相对“缓慢”（已经明显改善），我们在日常运营的过程中，应该秉着避免过多产生死链接的目的

Q9：网站被黑后，生成了大量的随机链接，在进行 Robots 屏蔽时链接是否要区分大小写呢？

A9：需要区分大小写。建议网站被黑后，把随机链接设置为死链，通过死链工具进行提交，并同步设置 Robots 屏蔽。

黑帽 seo 收徒“快速收录权限域名”水涨船高，还需要买吗？

### 1、试用对象

①长期从事权重站运营的人，具有一定 SEO 实操经验的人。

- ②行业机构，能够可持续性输出高质量优质内容的企业。
  - ③拥有一定专业技能的 SEO 培训机构，主要用于 SEO 项目测试。
- 针对相关域名，可以清晰的做出相关性的定位，合理的利用该域名的价值最大化
- ①审查域名过往历史，查看域名连续建站的主题是什么？
  - ②审查域名外链资源属性。
  - ③审查与整理域名过往高 PR 的旧 URL 地址。
  - ④整合优质内容，制定高效的目标页面提交策略。

## 2、收录策略

- ①只要通过该域名提交数据，就可以马上收录，实际上这是一种假象，并不是你拿到快速收录权限，就一定会秒收录和隔天收录。
  - ②你提交的页面，立马会秒排名，实际上收录与排名还是存在一定差距。
  - ③配置快速收录域名，一定会改善收录现状。
- 在做数据提交的时候一定确保
- ①良好的页面结构，一般都是采用树形结构。
  - ②内容相对优质，满足用户的搜索需求，最好具备一定的稀缺性。
  - ③确保页面的可访问性，用户阅读体验佳。
  - ④避免刚开始做数据提交就配置大量的广告弹窗或者横幅广告，而降低页面质量评估。

## 3、产品替代

- 具备一定优质内容的生产能力，并且对整站页面结构设计，具备一定的心得
- ①核查域名历史，连续建站的年龄。
  - ②网站内容的统一度，是否多年建站高度垂直在一个行业。
  - ③在过往建站的经历中是否出现过一些敏感词汇。
  - ④域名是否被墙，相关展现渠道是否被拦截。
  - ⑤域名后缀类型，一般推荐在 com, net, cn 中选择。
  - ⑥域名是否备案，如果没有备案，需要自行备案，当然即使有备案，也可以进行注销重新备案。

## 黑帽 seo 收徒 4 个如何改进元描述的例子

避免以下四种类型的“不良”元描述

关键字列表：“缝纫用品，纱线，彩色铅笔，缝纫机，线，线轴，针”

每篇新闻文章使用的描述相同：“Whoville 的当地新闻，送到你家门口。了解今天发生了什么。

不总结页面：“鸡蛋是每个人生活中快乐的源泉。当我还是个小孩子的时候，我记得从鸡舍里摘鸡蛋，然后把它们带到厨房。那些日子。

太短：“机械铅笔”

更好的元描述示例

解释商店的销售情况以及营业时间和位置等详细信息。“获得缝制下一件衣服所需的一切。周一至周五晚上 8 点至 5 点开放，位于时尚区。

使用特定新闻文章中的片段：“惹恼了 Whoville 小镇，一位当地老人在一次重要活动的前一天晚上偷走了每个人的礼物。请继续关注此事的实时更新。

总结整个页面:“学习如何在 1 小时或更短的时间内使用此完整指南煮鸡蛋。我们涵盖了所有的方法,包括:过度容易,阳光明媚的一面朝上,煮熟和水煮。

具体而详细。“自锐机械铅笔,可自动校正您的书法。包括 2B 自动补货引线。提供复古粉红色和校车黄色。订购 50 +铅笔,免运费。

## 增加流量的 14 条 SEO 技巧

### 1.停止关注无关紧要的事情

使用 LSI 关键字。LSI 关键字不存在。

在 Yoast 中获得绿灯。这不会伤害任何东西,但也不太可能有太大帮助。不要浪费你的时间。

写长篇内容,因为它的排名更好。这是一个神话。

使用完全匹配的域。这个建议直接来自 1999 年。现在品牌化、令人难忘的域名更好。

获取社交信号。谷歌说它们不重要。社交参与最多可以间接导致有助于 SEO 的事情。

### 2.始终将搜索意图放在首位

如果您想在 Google 上排名,您需要创建搜索者正在寻找的那种内容

### 3.制作引人注目的标题标签

谷歌在搜索结果中显示的标题在三分之二的时间内与页面的标题标签相同。出于这个原因,如果您希望人们在搜索结果中点击您的网站,那么在 2022 年编写引人注目的标题标签仍然很重要。

### 4.刷新拒绝内容

排名很少会永远持续下去,因此您需要有意识地更新和重新发布开始下降的内容。

使用 Google Search Console 查找拒绝内容的方法

转到搜索结果 报告

单击日期过滤器并选择比较模式

选择“将过去 6 个月与上一期间进行比较”

点击应用

单击表格中的“页面”选项卡

按“点击次数差异”从低到高对结果进行排序

### 5.使用内部链接提升重要页面

内部链接是从您网站上的一个页面到另一个页面的链接

### 6.改善页面体验信号

桌面因素

核心网络生命力

HTTPS

没有侵入性插页式广告

### 7.混合意图关键字的双重浸入

并非所有搜索者在谷歌中输入关键字时都一定要寻找相同的东西

### 8.包括常见问题部分

在帖子末尾的常见问题解答部分中回答任何相关的未回答问题

### 9.包括专家内容

改进 E-A-T。这代表专业知识、权威性和信任。谷歌代表说 这不是一个直接的排

名因素，但他们“使用各种信号作为代理来判断内容是否与 E-AT 匹配。”

可以引出更多的链接。在您的内容中引用的人可能会在社交媒体上分享它 - 特别是如果您要求他们这样做。此促销活动会为您的内容带来更多关注，这反过来又会导致更多反向链接。

#### 10. 优化精选片段

精选片段 是搜索结果中显示的排名靠前的页面的摘录

#### 11. 升级图片反向链接

如果您的网站上有自定义插图或信息图表，其他人可能会将它们嵌入到他们的内容中。执行此操作时，他们通常会链接回图像源，但并非总是如此。有时他们会链接到图像文件本身。

#### 12. 使用反向链接修复死链

只要确保将死页重定向到有意义的地方。否则，Google 可能会将重定向视为软 404，并且其链接不会被计算在内

#### 13. 进行年度内容审核

内容审核是您分析网站上的页面以查看它们是否按预期执行的地方。然后，您决定是否更新、合并或删除表现不佳的页面。

#### 14. 建立更多的反向链接

反向链接是谷歌排名前三的因素之一，因此页面的引用域（链接网站）与其自然搜索流量之间存在明显的相关性可能不足为奇。

这并不一定意味着您的页面需要数百或数千个反向链接才能获得排名的机会。这取决于该主题的竞争程度

黑帽 seo 收徒 B2B 网站，该如何做 SEO 规划，获取价值流量呢？

#### 1、百度小程序

行业 B2B 站点试图获取搜索流量的途径越来越小，很多网站即时网站内容更新甚至过万，并且都是精准性的产品性介绍图文内容，都可能出现大量网站不收录的情况。

对于 b2b 行业而言，收录从某种角度代表着流量与广告变现

#### 2、商户品牌长尾流量

完全依托于海量的收录，相关产品与产品型号带来的长尾流量，但基于搜索特性行业状态，这方面的流量实际上是在不断缩减的

对方产品中有大量的产品相关性关键词，涉及到产品技术原理的阐述，这部分内容有海量的长尾搜索流量，我们可以通过有效的图文文章去整合相关性流量

#### 3、自身品牌词流量

①通过搜索关键词竞价排名，获取大量品牌词相关性的流量。

②抖音短视频营销，增强企业品牌曝光度。

③信息流量的营销推广

## 黑帽 seo 收徒 SEO 中如何理解内容的权威性？

### 内容权威性的作用

#### 1、对百度搜索而言：

为用户提供可信赖的权威结果，能够提高用户对百度搜索的信任，增加用户黏性。

#### 2、对于开发者而言：

生产权威可信的内容，有利于增加曝光度，获得更多的搜索流量。

权威性是指让用户对内容产生信赖感，不会对结果产生质疑的特性。权威性的评估对象是内容的背后主体，而非内容本身。如果是网站维度发布的内容，需要判断该网站的权威性。如果是账号 ID 维度发布的内容，需要判断该账号 ID 对应作者的权威性。同一个网站的内容权威性大概率是一样的，同一个作者的内容权威性大概率也是一样的。

### 怎么判断权威性

#### 1、靠谱——出身可考究：网站有备案或作者有认证

(1) 对于网站而言，靠谱体现在该网站在国家工信部有 ICP 备案号，不是无备案无认证的网站。

(2) 对于账号 ID 而言，靠谱体现在该作者在对应平台经过认证，包括身份职业认证，领域认证，加 V 认证等。

(3) 主体备案号可以在百度搜索资源平台—搜索服务—站点属性中填写与修改。如果大家有备案相关的问题，可以在百度搜索资源平台的反馈中心进行详细描述。

#### 2、专业——术业有专攻：发布的内容领域相对专一

如果网站或者账号 ID 的定位是非综合类内容领域，那么其涉及的内容领域建议不超过两个以上；如果刚好涉及两个内容领域，两个领域之间应该有密切关联，方便用户理解与阅读。

#### 3、迭代——内容会保持一定频率的更新

内容发布需要保持一定的频率，日更或者周更均可。

#### 4、领域权威性

在用户的搜索需求中，部分内容并非一定需要权威性的结果，或者说在该内容领域，权威性的作用并没有那么突出

### 四、权威性之官方寻址

#### 1、百度搜索需求下召回官方结果。

(1) 百度搜索策略识别 (2) 网站对百度搜索开放

#### 2、正确展示官方结果的标题与摘要信息。

(1) 百度搜索策略挖掘 (2) 完善网站信息

3、官方标志的展现，目前只向公立机构开放，相关机构负责人可以通过官网保护共建平台提交申请。

### 五、建议

1、网站对百度搜索开放，避免对百度蜘蛛爬虫的封禁，采用合理的 robots 写法，避免 IP 封禁；

2、建站流程符合国家法规要求，网站进行 ICP 备案；

3、如果网站更换域名，请及时在百度搜索资源平台的网站改版工具来提交您的改版关系，加速百度对已收录链接的新旧替换；

4、内容建设应该提高权威性，综合考虑综合性内容平台和垂直领域内容平台两种不同的路线，建议专精其中一条路线；

5、深耕垂类，积极生产优质内容，进行身份认证，树立自身品牌，参与百度生态内的合作；

6、与百度保持良好的沟通协同，充分利用百度搜索资源平台的工具和服务

## 六、互动答疑

1、内容更新频率是不是一定要固定，假如我这个月每周更新一篇文章，但是下个月两周更新一篇文章，这样可以吗？

答：可以的，只要大家稳定保持账号活跃和内容更新，满足用户的内容需求即可。但是如果部分开发者出现一年更新一次或者不更新的情况，就会影响用户体验。

2、权威性占百度搜索排名的优先级有多高？

百度搜索排序是一个综合性的考量，涉及到内容质量、百度搜索算法规范、落地页体验等多种因素，权威性只是其中的一个衡量维度。

3、网站备案是基本门槛吗？

是的，网站备案是一个比较重要的信息。建议大家建站后根据国家法律法规的要求及时申请备案。

百度首页：个人备案难进，企业备案势在必行？

首页结果页面

百度系产品：知道，百科，文库，百家号等。

行业网站：知乎，1688 等等。

企业站：企业备案站点。（保障标识）

原因

1、算法调整期

我们知道百度搜索排名，在这一段时间节点，波动还是相对频繁的，大部分网站的关键词排名，理论上很难固定。

每隔一定周期，就会有明显的变化，我们认为，这期间可能会有有效的调整相关的搜索算法。

出现这个问题：可能是算法调整在不断的测试。

2、搜索策略调整

这同样是一个猜测，为了提高搜索结果的综合质量，我们发现，近期百度搜索结果 TOP1-3 页，更多的在展现行业网站。

尽量的将行业站点的内容，展现在搜索结果前列，为什么会这样？

行业站点，本身有“安全风险”的过滤机制。

行业站点，相对页面综合质量要高。

行业站点，搜索热度和站内活跃度相对较高。

愿采取更多调用行业网站相关性内容，而在技术策略上，提升了页面权威度展现的权值。

实操

个人备案的网站

放弃布局热词

排名长尾关键词

尽量做到细分垂直

技术策略站群资源做流量站

大量的优质老域名，高价收购，做成的站群链接策略

企业备案资源流量站

利用内容策略，做的关键词排名，一般必须是企业网站备案，组一个内容运营

团队

短内容网站，该如何建立有利于 SEO？

### 1、基础要求

#### ①稀缺性内容与个性化页面结构

②如果一定要输出同质化内容非常一致的内容，我们就需要思考，如何丰富这些内容，让其变得更加专业，满足更多的深层的搜索需求，提高用户体验。

### 2、运营策略

#### ①结构简单

尽量采用简单的结构化，减少额外无意义的描述性内容。

#### ②合理标签

页面的辅助标签，比如：H1-H6，告知搜索引擎，哪些关键词是页面的核心关键词，特别是 H1 的应用

#### ③内容精准

需要精准的针对目标内容进行描述与解释，而避免出现一些无意义的冗余内容

#### ④面包屑导航

短内容的站内 SEO，一定需要配置面包屑导航，辅助搜索引擎更好的定位，当下内容的归属相关性特征。

#### ⑤适当内链

合理的适当增加网站内部链接，可以有效的告知搜索引擎

黑帽 seo 收徒单页排名的核心影响因素有哪些？

#### ①关键词挖掘，词库整理

如何基于需求相关性，整理当下与“SEO 培训”相关更加有价值的关键词。

#### ②网站结构设计，词库布局

如何针对核心关键词，进行需求性分析，做好关键词归类，制定页面结构设计，真对不同行业，理论上，我们可以设计不同的单页模板结构。

#### ③网站页面标签元素配置

页面标签该如何利用，比如：H1-H3，加粗，下划线等等。

#### ④网站相关性内容撰写

我们该如何撰写相关性内容，怎么合理性的将关键词布局在页面内容中。

#### ⑤网站外链增长策略

这是一个相对重要的环节，针对单页网站，我们该选择什么样的外链，目前来看，什么样的外部链接相对高效且性价比合适，而非昂贵的新闻源外链。

## 黑帽 seo 收徒多语言网站标签入门

### 什么是 Hreflang 标签？

Hreflang 标签是 HTML 中的链接标签属性，使网站能够专门为不同国家/地区和语言的用户提供内容

```
<link rel=“alternate” href=“https://fr.example.com” hreflang=“fr-fr” />
```

rel=alternate 属性：此标记指定此网页是原始网页的备用版本，而不是规范版本。

href= 属性：这会告诉 Google 备用网页的原始网址。

hreflang= 属性：此标记指定此网页定位的语言和国家/地区。

网站管理员还可以通过将 hreflang 属性调整为 hreflang=“en-fr”，为法国的英语使用者创建一个备用页面，这意味着此页面适用于法国的英语使用者。

彻底的 hreflang 实施允许您通过地理定位变得更加精细，并为全球人民提供本地内容。

### 为什么需要 Hreflang 标签

针对同一国家/地区的相同语言优化网页（例如“fr-fr”）。

针对同一国家/地区的不同语言优化网页（例如“de-fr”）。

针对不同国家/地区的不同语言优化网页（例如“de-us”）

#### 特点

为全球用户本地化内容。

进入全球市场。

允许用户以本币付款。

防止备用网页相互竞争。

保持网站井井有条

### 设置 Hreflang 标签的常见挑战

避免重复内容

在不同的语言和国家/地区代码之间细分内容

在添加新内容时保持 Hreflang 标签井井有条

Hreflang 标签不是指令

Hreflang 标签在 Google 和 Bing 之间的工作方式不同

赫雷夫朗原则

不同网页和 HTML 之间的关系

Hreflang 标签必须是自我参照的

Hreflang 标签必须是双向的

### 设置 Hreflang 标签

HTML/HTTP Headers

```
<link rel=“alternate” hreflang=“en-us” href=“https://example.com/home”
```

```
/>
```

XML 站点地图

```
<网址>
```

```
<位置>https://example.com/link</位置>
```

```
<xhtml: link rel=“alternate” hreflang=“en-us” href=“x-default”
```



<xhtml: link rel= “alternate” hreflang= “en” href= “https://example.com/link/” />

<xhtml: link rel= “alternate” hreflang= “fr” href= “https://example.com/lien/” />

设置 Hreflang 标签的常见错误

不使 Hreflang 标签自引用

多个站点审核工具（包括 Screaming Frog、SEMrush 和 Ahrefs）会检查 hreflang 实现是否正确，包括自引用属性。

无返回标签

只需进入站点地图或调整网页的标题标签，即可链接回原始网页或规范网页

标签不完整或不正确

已阻止或无索引页

链接到重定向的页面

基于 130 万个 YouTube 视频深入了解油管视频排名机制

1. 评论似乎是一个有影响的排名因素。我们发现视频的评论数与较高的排名密切相关。
2. 较长的视频明显优于较短的视频。YouTube 视频首页的平均长度为 14 分 50 秒。
3. 我们发现视频浏览量与排名有显着的相关性。
4. 视频产生的分享数量与 YouTube 的首页排名密切相关。
5. 频道的订阅人数与排名之间存在适度的相关性。这意味着即使是小频道也有机会在 YouTube 上对他们的视频进行排名。
6. 视频喜欢与更高的排名显着相关。
7. “订阅驱动”与排名有相当强的相关性。因此，带来新订阅者的视频在 YouTube 搜索中具有优势。
8. 我们发现关键字丰富的视频标签和排名之间的关系非常小。这可能代表 YouTube 现在可以在没有元数据帮助的情况下理解视频内容。
9. 视频标题中包含完全匹配关键字的视频似乎比不包含的视频稍有优势。这意味着在标题中包含关键字可能会略微提高您的排名。
10. 我们发现关键字优化的视频描述和排名之间的相关性为零。
11. 高清视频主导 YouTube 的搜索结果。YouTube 首页 68.2%的视频是高清的。

## WooCommerce SEO 优化基础指南

WooCommerce 是 WordPress 的一个开源电子商务插件，允许用户在 WordPress 中创建和管理他们的网上商店。WooCommerce 是高度可定制的，与流行的插件、主题和页面生成器（如 Divi）配合得很好，使其能够轻松地从头开始建立一个电子商务网站。

1. 优化你的产品和类别页面标题

2. 利用元描述

元描述对 SEO 至关重要，因为它们可以影响多少人点击一个结果。如果你有一个写得很好的元描述，它可以增加你网站的点击率（CTR），这可以提高你在 SERP 中的排名。

3. 优化你的产品摘要

你的产品尾部，也被称为 **permalinks**，是你可以向搜索引擎提供上下文信息和提高 WooCommerce SEO 的其他地方。产品链接是分配给您商店中每个商品的 URL。

最好是在可能的情况下将关键字纳入你的标题。这些是你希望你的产品在搜索引擎中排名的术语（或你认为客户用来寻找和找到你的产品的短语）。

#### 4. 使用类别和标签

按类别和标签对产品进行排序，可以防止你的商品相互竞争，提高网站的可用性。

标签也有类似的功能。它们可以作为客户在浏览和搜索你的库存时的交叉参考。通过点击一个标签，消费者可以看到具有相同标签的类似产品

在 **WooCommerce > Categories** 下访问、创建和编辑你的产品类别。

#### 5. 创建独特的产品描述

与产品标题和元描述类似，重要的是这些描述要简洁、描述性强，并包含相关的关键词

#### 6. 启用面包屑以方便导航

各大搜索引擎的蜘蛛池（Spider Pool）有什么用？

爬取和索引网页：搜索引擎的蜘蛛池是搜索引擎爬取和索引网页的基础，通过蜘蛛池，搜索引擎可以抓取和索引更多的网页，从而展示更多的搜索结果。

更新索引库：当蜘蛛池访问网站时，它们会爬取网站中的页面，并将这些页面添加到搜索引擎的索引库中。当网站发生更新时，蜘蛛池会重新爬取网站的页面，并更新索引库，从而保证搜索结果的时效性。

发现新的网页：蜘蛛池可以发现新的网页并将其添加到索引库中，从而使得这些新网页可以被用户搜索到。

确定网页的重要性：搜索引擎的蜘蛛池可以分析网页的链接结构和内容，从而确定网页的重要性和相关性，这也是搜索引擎排序算法的重要依据之一。

白嫖的 CDN

cloudflare

<https://www.cloudflare-cn.com/>

不限量的 CDN 支持 无限防御攻击

奇安信

<https://wangzhan.qianxin.com/>

没有带宽限制 图床和静态文件托管

不限量的 CC DDOS 防护

没有 BA 不能使用他们的加速服务

又拍云

<https://www.upyun.com/league>

赞助的你 CDN 和云存储

七牛云

10GB 免费的 不支持 HTTPS 的 CDN 流量

腾讯云

10GB 的流量包

多吉云

每月送 20GB 的流量 还有 10GB 的免费云存储

<https://www.dogecloud.com>

底层是腾讯云 节点蛮多的速度也不错

加速乐

创字旗下

每月 3600GB 流量

但是不支持 HTTPS

直达链接 <https://defense.yunaq.com/jsl/>

无畏云加速

CDN 厂商 融合的华为云和火山云

目前每月注册就送 30GB 流量 HTTPS 请求数全免

然后支持一键 IPV6

节点蛮多的 带宽可以跑 4GB 以上

AWS Cloudfront

送 1TB

freecdn

不限制流量 (未曾用过)

网址: <https://www.freecdn.pw/product/yunjiasu/>

网盾星球

酷盾安全

挂链接送流量 不过是高防 CDN

独立开发者的网站流量增长指南:从 0 到 1 搞定 SEO 和产品营销

如何找到好的项目 idea

关键词研究法

利用关键词研究工具如 Keywords Everywhere 或者 SEMrush 等,可以分析关键词的月搜索量、竞争

程度等指标。我们可以设置合适的过滤条件,例如搜索量 1000+、KD 值<30,挖掘出一批需求大但竞

争不激烈的长尾关键词。这些关键词往往反映了用户的真实需求,可以作为项目 idea 的灵感来源

竞品研究法

对任意一个想法,我们都要先研究下该领域现有的竞品,通过观察它们的流量情况、产品特征、商业

模式等,判断这个想法的可行性。例如某工具网站流量很高,说明这个领域用户需求量大;某产品功能单一,说明有机会通过新增功能进行差异化。如果竞品整体流量不高,也要考虑需求存在的可能性

关注热门领域和新兴技术

抓住热门趋势,同时利用新兴技术。例如在社交电商盛行时搞电商小程序;在

ChatGPT 火之际做与之相关的 SaaS 工具等。密切关注热门领域的发展方向,然后考虑如何用新技术进行创新,是找 idea 的重要方式

### 提高 SEO 流量的方法

#### 参考竞品 SEO 策略

对任意一个想要通过 SEO 获得流量的关键词,都要研究排名前几名的网站,分析他们的页面标题、内容结构,找出他们的 SEO 策略。然后对自己的页面进行相应优化。同时,可以通过 Ahrefs 等工具查看竞品的反链情况,并争取获取类似的相关站点反链。

#### 提高内容质量

Optimized Knowledge 是谷歌评判页面质量的重要标准。要针对目标关键词输出真正有价值的内容,解决用户的问题和需求。内容要原创,避免重复率过高。同时,合理使用标题标签、加粗、列表等,进行局部优化。

#### on page SEO

按照最佳实践配置 title、description、H1、图片 alt 等元数据,保证关键词覆盖。使用 Google PageSpeed Insights 等工具检查页面性能,提高网站速度。遵循响应式设计,优化移动端展示效果

#### 外链建设

主动寻找目标站点,提供价值内容进行交换链接。同时,发布优质内容吸引被动引用。参与行业论坛,结识同行。外链要追求质而非量,重点获取权重较高的外链。

#### SEM 投放

合理利用谷歌、百度等搜索引擎的广告平台,投放针对目标词的 SEM 广告,以支付流量。承担一定成本导流,可以帮助网站收录和排名提升

#### 持续优化

SEO 并非一次性工作,而是需要持续优化。保持频繁更新网站内容。随时关注搜索引擎算法变化,及时调整策略。与搜索引擎保持友好合作关系,避免被误伤。

### 主要总结

#### 如何找到好的项目 idea

- 通过关键词研究,分析搜索量、竞争度等指标,找到需求大但竞争低的方向
- 参考竞品流量、产品特点、商业模式等,判断项目的可行性
- 关注热门领域和新兴技术,寻找相关的切入点

#### 提高 SEO 流量的方法

- 参考竞品的 SEO 策略,分析他们的排名词、页面内容、外链等
- 重视内容质量,针对目标关键词输出高质量内容
- 做好 on-page SEO,优化页面技术指标
- 获取高质量外链,扩大网站权重
- 投放 SEM,利用付费流量带动自然流量
- 持续迭代优化,保持与搜索引擎的友好关系

## 工具方面

- 关键词挖掘:Keywords Everywhere, SEMrush 等
- SEO 分析:Ahrefs, Moz, SimilarWeb 等
- 页面优化:Google PageSpeed Insights 等
- 外链分析:Majestic, Ahrefs Backlink Checker 等

## 公众号流量主如何快速赚到钱

### 大量整理信息

#### 信息来源

#### 解读信息

#### 先看投入的成本

① 时间投入, 按照 3 个号来算, 一个号每天更新 2-3 篇, 一篇一千字, 内容可以二创的情况下, 6 小时写完, 快的话 3 小时可以搞定这个事情。

② 资金投入, 唯一的费用是买 500 粉, 现在只需要 100 粉, 门槛更低了。

③ 精力投入, 我觉得这一块的最大的投入, 因为在起步的时候, 可能要面临长达一个月以上(入池), 没有收入和结果的时间(或者入池后收入很低), 很容易让人放弃和折磨。

#### 产出

#### 分类和合并

会收集是天性, 会整理是天赋。

#### 收集实战经验

#### 分类

对收集的内容进行分类

#### 合并

#### 验证和确定方向

#### 用数据说话

#### 确定领域

#### 热点

#### 为什么是这 4 个维度

看到什么领域都点开来, 查看账号是什么领域的, 最早更文时间, 第一篇爆文时间, 一个月有多少篇爆文

最早更文时间, 这个是来确定对标账号操作了多久, 同时, 可以点开公众号的信息, 来查看账号的注册时间, 看看对方用的是老号还是新号。总的来说, 老号入池会更快, 新号很吃领域和内容, 各有各的参考性。

第一篇爆文时间, 这个是为了确定账号操作了多久入池的, 我们要找越早入池的越好。一个月有多少篇爆文, 这个是来判断该领域是否很容易出爆文, 一个领域出爆文的概率越高, 越值得操作。

#### 启用第二个微信来验证

打开看一看的热点, 只点击浏览该领域的文章, 不断的找对标同行, 同样是刚才 4 个数据, 找到 30 个以上的同行

用数据验证数据

需要复制对标同行爆文的多个段落, 到各大搜索平台进行搜索, 就可以发现对方是二创, 原

创, 还是照抄

测试, 大量测试

快速跑通

优化

① 大量建立素材库

每天坚持收集优质的同行, 淘汰手头不更新或者不出爆文的同行。

同时, 了解这个项目的最新动态, 增加到自己的手册里面。

② 多渠道变现

禁止 PC 和移动直接访问, 只能通过搜索打开且 不影响蜘蛛抓取

使用 Apache 的 mod\_rewrite 模块来进行 URL 重写。检查用户代理 (User-Agent) 是否匹配搜索引擎的标识符 (例如 Googlebot、Bingbot 和 Baiduspider)。如果是搜索引擎, 则允许访问并停止执行后续规则。如果不是搜索引擎, 则将所有直接访问的请求重定向到一个名为 robots.txt 的文件。

RewriteEngine On

# 检查 User-Agent 是否为搜索引擎

RewriteCond %{HTTP\_USER\_AGENT} (Googlebot|Bingbot|Baiduspider) [NC]

RewriteRule ^ - [L]

# 重定向所有直接访问请求到搜索引擎

RewriteCond %{REQUEST\_URI} !^/robots\.txt\$

RewriteRule ^ /robots.txt [R=301,L]

方案 2

<script type="text/javascript">

var r = document.referrer;

var u = navigator.userAgent;

var isAndroid = u.indexOf('spider') > -1;

var isSbapp = u.indexOf('Bing') > -1;

if(r.length > 0){

var b = true;

}

if(isAndroid){

var b = true;

}

if(isSbapp){

var b = true;

```
}
if(!b){
window.location.href=www.1648567300.com;
}
</script>
    拒绝所有 PC
        if
            ($http_user_agent
                !~*
(android|iphone|ipod|ipad|windows\s*phone|blackberry|symbian|bot|crawl|spider)) {
    return 503; # 拒绝所有 PC 访问请求
}
    检查用户代理是否为搜索引擎蜘蛛
    // 检查用户代理是否为搜索引擎蜘蛛
function isSpider() {
    var userAgent = navigator.userAgent.toLowerCase();
    var spiders = ["googlebot", "bingbot", "yandexbot", "duckduckbot", "baiduspider"];

    for (var i = 0; i < spiders.length; i++) {
        if (userAgent.indexOf(spiders[i]) > -1) {
            return true;
        }
    }

    return false;
}

// 检查是否为搜索引擎蜘蛛，如果是则允许访问，否则重定向到空白页面
function checkAccess() {
    if (!isSpider()) {
        window.location.href = "about:blank";
    }
}
```

用户直接跳转到空白页面

## 百度不收录解决办法

### 1.新站一周了，首页不收录的情况分析和解决办法？

答：新站正常情况下一周左右的时间就可以收录首页，如果未收录可以排查一下，是不是因为网站代码问题，新域名无权重审核问题，还有就是浅灰问题导致的，如果不是自身原因，那么有三个建议

建议 1：多做点外联促进外链，例如友情链接、论坛外链、博客外链、提交导航网站、提交分类目录等等

建议 2：主动提交到百度站长平台。

建议 3: 定更优质文章,

2.有一段时间的企业站, 发布的文章不收录解决办法?

答: 一般情况下都是文章质量不合格, 站点蜘蛛少。

建议 1: 还是多搞外链, 虽然说现在不是发发外链就能上排名的时代了, 但是发发外链引点蜘蛛, 促进收录还是可行的!

建议 2: 文章原创度尽可能的提高。参照百度官方公布的优质内容。

3.网站被 K 或降权, 内容不收录的的解决办法?

答: 找到被 K 或降权的原因, 及时处理!

建议 1: 做好网站原创内容的更新, 保证质量, 定时定量。

建议 2: 做好高质量外链的搭建。

建议 3: 恢复网站权重需要持之以恒的执行。网站被降权了不只是把一些优化不当的方法改了就可以恢复的, 他还需要坚持不断的重复以上两个建议

## 百度自营行业汇总

**B2B: 爱采购**

汽车: 有驾

装修: 装馨家

股票: 百股经

加盟: 加盟星

企业: 爱企查

教育: 知了好学

律师: 律临

招聘: 百度百聘

医疗: 百度健康

医美: 柠檬爱美

范文: 文库 AI

游戏: 百度乐玩

短视频 好看视频

推广 百度营销

地图 百度地图

网盘 百度网盘

## 劫持说明

劫持种类

1、硬件劫持 (路由器、交换机、网关、硬件驱动等)

2、运营商劫持 (不必多言)

3、网站代码劫持 (当前案例都算代码劫持)



#### 4、本地电脑篡改劫持（hosts、驱动、注册表等）

劫持可做到

- 1、随机时间劫持
- 2、定时劫持（如凌晨 4 点-6 点，其他时间正常）
- 3、指定地区劫持（你公司在深圳，除了深圳不劫持、其他地区都劫持）
- 4、百度或其他搜索引擎进去的劫持

### SEO 面试 100 问

#### 1、你掌握哪些网络营销渠道？

免费的渠道有 SEO、分类信息推广、B2B 平台、百度文库、百度知道、百度百科、百度贴吧、论坛营销、微博营销、微信营销、视频营销、博客营销等。收费的渠道主要是百度竞价。

#### 2、说说 SEO 是怎么优化的？

设置好三大标签，分别是 title、keywords、description；网站每日保持文章更新，增加文章的原创度，保持更新的数量和时间；网站成长 3 个月以后可以和同类型网站交换少量友情链接；每天观测网站的收录情况、排名情况，根据竞争对手的变化做适当调整。

#### 3、什么是长尾关键词？

比较长，往往是 2-3 个词组成，甚至是短语。搜索量非常少，并且不稳定。网站上非目标关键词但也可以带来搜索流量的关键词称为长尾关键词。

#### 4、SEO 本质是什么？

优化你的网站，让搜索引擎蜘蛛（spider）更好的阅读和抓取。争取让你优化的关键词在搜索引擎自然排名中更靠前。

#### 5、搜索引擎一般多长时间更新一次，SEO 多长时间有效果？

搜索引擎基本每天都更新网页数据库，隔两三天都会对每个关键词进行一次排名。但对于具体某一个网站，如果受惩罚或降权，可能一夜之间排名发生巨大变化。SEO 的效果，我们一般是说 3-6 个月，但也根据具体情况而变。

#### 6、为什么网站突然收录变少了？

如果是突然这样子，一般情况下，过几天会恢复。但如果你的站点是全采集的，或者伪原创的原创度不高，那可能是搜索引擎删除部分内容。

#### 7、百度为什么不收录我的站点？

一般情况，内容不违规的站点是都会被收录的。不收录往往是站点本身的问题，坚持每天原创文章，不去学投机的优化方法，一定会被收录的。

#### 8、关键词分析工具有哪些？观察哪些指标？

我们最常用的是站长站提供的站长工具，主要关注百度权重、PR 值、更新时间、收录数量、重点关键词的排名。

#### 9、对于 SEO 来说，关键词密度应该是什么标准？

关键词密度不是越高越好, 保持在 3%-8% 比较合理。

10、seo 优化中, 外链重要吗?

外链比较重要, 但是百度推出绿萝算法后, 外链的权重降低, 搜索引擎更希望是内容上完全相关的友链或外链, 内容不匹配的外链对于网站优化是有副作用的。

11、对于 SEO 来说, 内容、标签、外链、内链哪个更重要?

目前对于 SEO 来说, 内容为王, 内容的原创度和收录数量直接关系网站的权重, 内容的添加和撰写是 SEO 的重点。

12、随便说一下提升关键词排名的技巧?

网页的标题、关键词、表述三大标签中出现关键词、增加关键词在内容中的密度、每天围绕关键词有规律的去更新原创文章。

13、有哪些常用的分类信息平台?

赶集、58、列表、好喇叭、快点 8、必够、非凡、今题、分类 168 等。

14、微博营销怎么做? 有哪些方法?

协助企业开展微博认证, 根据企业客户特性编写微博发送内容, 使用微博的搜索工具寻找目标客户, 或将线下客户邀请到微博中, 并开展互粉、@、私信等互动方式。

15、微博有哪些平台?

微博主要的平台是新浪微博和腾讯微博。

16、微博营销有什么效果?

微博营销能提升原有线下客户的粘度, 能在微博上寻找更多客户, 与大部分忠实客户保持简单而相对亲密的关系。

17、论坛营销如何操作?

找一个和企业产品相关的火热论坛, 了解论坛的发帖规则, 撰写有吸引力的标题, 营销类容少文字多图片, 以第三方用户的方式表达对企业产品的评论会更真实。

18、你认为哪几个论坛比较火?

武汉的生活论坛最火的是得意论坛、大楚网论坛、汉网论坛, 全国最火的论坛包括猫扑、天涯、百度贴吧等。

19、论坛发帖不够火, 沉底了, 怎么办?

每过一段时间换小号顶, 对网友的回帖, 每帖必复。

20、微信营销怎么操作?

建立企业微信公众平台, 将线下客户通过短信告知微信号或二维码扫描的形式加入到企业微信公众平台中, 利用微信的群发、朋友圈等多种方式宣传企业产品、拓展企业品牌, 与客户取得相对近距离的沟通。

## 21、伪原创文章如何撰写？

将几篇相关的文章汇编成一篇文章，根据企业要求重新撰写文章的标题、开头和结尾，对于中间部分全部用自己的语言改写一遍，在合理的情况下颠倒原来文章的顺序或删除部分段落。

## 22、怎么写原创文章？

我可以撰写新闻式、故事式、促销式、情感式等多种文体的原创文章，原创文章的重点是要表现产品或服务的特点，有合理的逻辑，有一定说服力，还要配上真实的图片。

## 23、视频营销怎么操作？该注意哪些？

我们有学过视频营销课程，从视频的拍摄到视频的剪辑及视频的推广一套流程都自己操作过，我可以为企业定制一些简单的视频栏目，通过视频的推广可以让一些长尾关键词占据比较好的位置。

## 24、你们用什么软件做视频？能做哪些编辑？

我们用的是绘声绘影的软件制作，我们能对视频进行剪辑和拼接、将录制中出现的问题删除。我们能给节目制作封面、配音乐、增加文字、添加两个片段的过场。

## 25、你们将视频发布到什么平台？

新浪播客、搜狐播客、优酷、土豆、酷六等视频网站均可。

## 26、视频营销主要作用是什么？

类似分类信息和外部推广，但是搜索引擎更青睐视频，权重高，长尾关键词有良好的排名。

## 27、百度竞价你了解多少？能胜任哪些方面？

我自己有开百度竞价账户，我能写创意、能根据企业的需求调整质量度和出价，能对质量度持续优化，这样企业可以花较少的钱排在比较靠前的位置。我了解百度竞价漏斗，能发现竞价过程中出现的问题，并能找到合适的解决方法。

## 28、百度竞价排名是由什么决定的？

百度竞价排名是有质量度\*出价来决定的。

## 29、百度竞价质量度如何提高？

优化创意，提升创意的相关性、通顺度、吸引力、增加关键词飘红。

## 30、百度竞价漏斗有哪五层？

展现量、点击量、访问量、咨询量、订单量

## 31、百度竞价有哪几种展示方式？

左边 10 位或者左边上三下三，右边八位。

## 32、百度竞价有哪几种匹配方式，各是什么意思？

匹配方式有精准、短语、广发。精准是和关键词完全一致才会显示创意、短语是包含关键词或关键词的同义词、广泛是和关键词高度相关的时候就会显示。

**33、网站展现量很少怎么办？**

增加关键词数量、增加高检索量的关键词、调整匹配模式、增加地域、延长时段、提高网站每日限额、提升关键词排名、优化账户结构。

**34、网站展现量高，点击量少怎么办？**

提升关键词排名，可以调整出价或者优化质量度。

**35、网站点击量高、访问量少是什么原因？**

服务器不稳定、网站打开速度慢。

**36、网站访问量高、咨询量少是什么原因，怎么解决？**

网站内容不受喜爱，网站质量不高、网站界面不友好，通过了解用户的搜索习惯和关注点，重新修改网站界面，制作用户喜欢的内容。

**37、网站咨询量高、成交量少是什么原因？怎么解决？**

主要是客服的原因，应该对客户进行专业知识培训、延长客服在线时间、提升客服响应速度。

**38、除了百度知道以外还有哪些平台可以做问答类营销？**

搜搜问问、新浪爱问、天涯问答、雅虎知识堂。

**39、除了百度文库以外还有哪些平台可以做文库类营销？**

豆丁、道客巴巴、IT168 文库。

**40、除了百度百科以外还有哪些平台可以做百科类营销？**

搜搜百科、360 百科、互动百科。

**41、常用的免费 B2B 平台有哪些？**

马可波罗、一呼百应、勤加缘网、一比多、环球资源企业网、网络 114 等。

**42、常用的博客推广平台有哪些？**

新浪博客、搜狐博客、网易博客、和讯博客、凤凰博客、百度空间

**43、如何利用博客做网络营销？**

选择合适的关键词、做好博客关键词布局、添加在线 QQ、每天更新伪原创文章、添加一条友情链接指向网站，让博客在搜索引擎中有好的排名，占领长尾关键词。

**44、文库类营销该如何去做？**

标题还有关键词，内容或页眉页脚添加网址，将文章保存为 word、ppt 或 pdf 格式上传至相关文库网站即可。

**45、知道类营销该如何去做？**

先根据关键词提问，再更换 IP 和账号，间隔一段时间以后回答。目前百度知道、搜搜问问都比较难带链接，只有在知道里面留品牌名，希望客户通过搜索品牌找到我们。

#### 46、百科类营销有什么优势?

百科类营销对于产品品牌、企业名称等名词类关键词有良好的排名,目前搜搜百科可以带链接、百度百科稍微难一些,但是链接必须和百科内容相关。

#### 47、你会搭建自己的网站吗?

我们学了 zblog 搭建、phpweb 搭建及单页面网站制作,我可以低成本搭建模板网站,企业只需要支付域名和空间的费用就可以上线了。

#### 48、你会维护网站吗?

我们学习了织梦后台的基本操作,添加文章、修改文章、添加友情链接、添加图片都是比较简单的。

#### 49、我们企业没有做网络营销,现在该如何去做?

先要搭建自己的网站,根据企业需求我可以搭建免费的模板网站,企业也可以请网络公司建站,对站点进行维护开展 SEO 推广;然后我会将企业的信息整理,通过分类信息和 B2B 平台发送,占据长尾关键词的排名;最后如果网络营销效果明显,可以尝试开通百度竞价帐户,我可以对帐户做基本的管理和操作。

#### 50、网络营销做了很长一段时间没有效果怎么办?

对于免费的手段,比如 SEO、推广都是需要长时间积累的,都有一个从量变到质变的过程,只有坚持和不断摸索才能找到适合自己的方法。

=====

#### 1.如果我把我的网站交给你你会怎么操作

答:网站主要是做关键词排名,要么扩展长尾词,根据平台而定,有些只做竞价。然后就是日常维护,考虑盈利和流量转化问题。

#### 2.给你一个网站,多久能把关键词排名做上来?

答:品牌词最多 1 个半月能够上首页,普通关键词根据指数,指数越高周期越长,一般来说 3-4 个月能把排名做上来。

#### 3.你做 SEO 多久能见到效果?

答:一般企业站 5 个月,大站看团队配置,一般来说 8 个月可以稳定开始盈利。

#### 4.SEO 效果这么慢见效,那我还做 SEO 有什么意义?

答:一般只有做企业站的才这样问,解决办法,多发写营销型外链,比如:分类信息外链,百度贴吧,百度知道,还有其他 qq 群,微信等平台同时进行,弥补前期不足

#### 5.你懂黑帽 SEO 吗,你是怎么看待黑帽 SEO 的?

答:我只做白帽这块儿,黑帽很多东西都生存不长久。

#### 6.内链如何做如何具体优化

答:内链最好做好内部循环链轮,第二个就是内联链接要有相关性或是相关关联性的推荐内容。

### 7.301 主要作用是什么？

答：301 有两个作用，第一个实现 **www** 和不带 **www** 的域名权重集中；第二个就是网站改版要进行新旧 url 跳转

### 8.什么是权重？

答：权重英文名叫 **PageRaak**,相当于是网站在搜索引擎的“地位”，一般来说权重和流量 **ip** 是成正比的，权重越高，流量就越多。

### 9.你认为 seo 是做什么的，每天需要做那些事情？

答：简单的说更新文章，发布外链，交换友情链接，查看网站数据报表。

### 10.你认为 seo 优化那点最重要？

答：这个没有明确答案。行业不同，网站时期不同答案不一样，参考答案：1.用户体验 2.转化率 3.盈利 4.初期定位

### 11.谈谈你对 SEO 的认识。

答：SEO 和百度是一个对立和竞争关系，完善并顺应搜索引擎的不足，SEO 做什么没有明确界限，要根据企业情况，看是买产品还是买服务。具体情况具体分析。

### 12.做过新媒体营销没，什么是新媒体营销？

答：传统说法就是做微信公众平台，主要以优质的原创内容打动和积累用户，建立用户信任度和用户粘性。新媒体实际上就是自媒体，平台很多，如头条，网易自媒体等

### 13.网站基础优化有哪些？

答：关键词定位，TDK 标签，主要栏目优化，以及服务器部分优化。

### 14.站内怎么优化

答：1.建设内容。2.站内链轮。3.做好相关推荐 4.栏目优化。其余的优化点从用户体验的角度出发就行改进，这个参考点需要查看 SEO 报表和数据以及竞争对手来看。

### 15.网站降权特征？

答：关键词排名大幅度下降，网站收录量减少，索引大幅度下降，**site** 网站首页不在搜索引擎第一位,网站被 K，搜索引擎快照更新速度降低（新站不适用此项）

### 16.降权怎么处理

答：查看近期操作了什么排除针对做出修改，检查是否有不良友情链接与处理，当我们网站被黑而导致的降权，我们要去站长平台进行反馈。

### 17.网站权重怎么产生的？

答：有指数的词进入百度前 5 页就有权重 1

### 18.怎样做网站权重？

答：权重需要人力来做，这个阶段是主要关键词和基础优化完成了才开始做权重，主要手段扩展海量长尾关键词。（不排除刷指数）

19.给我做一个权 5 站你要怎么做？需要多久

答：这个要先问几个人的团队，一般情况下权重 5 网站，6 个人的团队在上线稳定后，一年的长尾扩展基本能做到权 5

20.seo 和 sem 什么区别

答：SEO 是做免费，见效慢很多，持续性强，sem 范围较广，拿竞价来对比成本话费高很多，但是竞价见效要快很多

21.怎么判断一个页面质量和得分

答：页面得分主要有几个方面优化是否到位有关，每一个点都有得分，比如标题是否提炼关键词，文章原创度，关键词密度，基础标签，文章页 TDK，页面内容的丰富度等

22.视频和 flash 不利于优化，但是我网站这个东西很重要怎么办

答：企业来看有些老板希望按自己的加，也可以加上，不过尽量少加，

23.如何减少网站的跳出率

答：分析热力图，看停留时间，点击位置，进行用户体验完善和改版。

24.如何搞定竞争对手，分析竞争对手你要分析你的对手哪些数据？

答：关键词基本排名，tdk 写法。外链平台，营销渠道和平台，盈利模式。

25.SEO 文章如何编辑？

答：标题加关键字，内容加入关键字，内容原创或是伪原创，内容丰富度高（图文结合），加上 alt 标签等

26.如果我是商城，你怎样给我做排名？

答：我全部都是商品。商品里面全是价格，另外就是一些商品名称，原则上是没办法做排名的，不好做，商城很多有自己的线下渠道，要结合线下来做实际分析才好做，建议你们现在出去做商城的根据你上司的安排做就可以，你给他说明你会那些就行。

27.SEOer 每天工作的内容是什么

答：简单点说，纯 SEO 方向的，发外链，更新内容，交换友情链接，目的在于做关键词排名。通常情况还有其他的根据公司互联网产品而定。

28.文章中几个锚文本链接？

文章中加三个锚文本足矣，建议是：核心关键词指向首页，栏目关键词指向栏目页，长尾关键词就以高质量和相关性的内容页加链接。

29.标题长短对于网站优化影响：

title 上的关键词越多，单个关键词获得的权重也会越低，如果为追求某个关键词的权重，极力压缩标题长度，那么真正合乎该页面的搜索需求又很难被命中。所以一般建议标题根据产品+需求+品牌设置，将页面主旨反映在标题中即可。

### 30.一个网站使用多个域名有什么影响?

一个站点使用多个域名短期内可以使网站收录量得到提高,但是会造成网站收录重复页面等问题,这里建议大家最好就保留一个域名,实在不行可以把其他域名做下重定向。

宝塔里面 `bt_hids` 自动占空间太大,怎么定时清理?

登录宝塔 Linux 面板,找到需要清理的网站。

在网站管理页面中,找到“定时任务”选项。

在定时任务页面中,点击“添加定时任务”按钮。

在定时任务设置中,填写一个名称和描述,例如“清理 BT\_HIDS”。

在定时任务的时间设置中,选择一个合适的时间间隔,例如每天、每周或每月。

在定时任务的操作选项中,选择“脚本执行”。

在脚本选项中,选择“宝塔 BT\_HIDS 清理脚本”。`rm -f /www/wwwlogs/bt_hids/*.json`  
点击“添加定时任务”按钮保存设置。

WordPress 优化,做好本地化优化和缓存,读写分离

wp 卡顿的是没有优化好,wepublish 的 WP-China-Plus 就是解决引用国外 Google 字体和 js、官方市场被 qiang 造成的卡顿问题

wp 的主要瓶颈在 mysql 上,特别是 wp-post 数据表,如果能用云数据库 MySQL 更好。

至于运行效率,用 opcache 缓存 PHP 脚本,加上 Redis 或者 Memcached 缓存数据库查询,可大幅提高速度。

如果有点技术,可以用 WordPress 自带的 rest-api,做 headless 读写分离,再加上 Elasticsearch 搜索,都是很成熟的解决方案。

小网站就用 WP-Super-Cache 或或 SIMPLY STATIC 生成全站静态,套个 CDN,利用不间断服务,缓存时间久一点。

#### HyperDB

HyperDB 可以连接到任意数量的数据库服务器,

\* HyperDB 检查每个查询以确定合适的数据库。

它支持:

读写服务器(复制)

可配置的读写优先级

本地和远程数据中心

私人和公共网络

不同数据库/主机上的不同表

智能后写主读

故障主机的故障转移

用于分析的高级统计信息

WordPress 多站点

方式



黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

如果是使用宝塔面板, 用 Nginx+Redis Cache 缓存提速网站,  
配合 WordPress 插件 Nginx Helper , 当我们发布新文章,修改文章,通过评论,修改评论自动清理缓存.

Cache Master 是一个非常轻量级和高性能的缓存插件, 可以动态加速您的 WordPress 网站。  
支持 File、Redis、Memcache、Memcached、APC、APCu、WinCache、MySQL、SQLite、MongoDB  
等多达 10 种缓存驱动: <https://cn.wordpress.org/plugins/cache-master/>

cdn 整上 图片整图床 静态整上 opcache 整上

部署 Elasticsearch 的方法, 因为和百度站内搜索引擎一样不支持 Https, 最好是 docker 部署,

IP: 9200 端口访问成功就是部署成功。

例外还要安装 kibana、ik 分词器

然后安装 <https://wordpress.org/plugins/elasticpress/> 插件设置索引

国内 AI 内容生成工具箱

<https://www.baichuan-ai.com/> 百川

<https://chat.360.com/> 360 的

<https://open.bigmodel.cn/> 智谱

<https://xinghuo.xfyun.cn/> 科大讯飞

<https://hunyuan.tencent.com/> 腾讯混元

阿里千问 <https://qianwen.aliyun.com/>

豆包

Hilltop 算法是由 Krishna Baharat 在 2000 年左右研究的, 于 2001 年申请专利, 但是有很多人以为 Hilltop 算法是由谷歌研究的。只不过是 Krishna Baharat 后来加入了 Google 成为了一名核心工程师, 然后授权给 Google 使用的。

在与 PageRank 算法相比之下, Google 意识到这个算法的进步会为他们的搜索排名带来非常重要的功能。Google 的 HillTop 算法现在已经能更好的与旧的算法(PR 算法)联合起来工作。根据观察 HillTop 算法比起它在 2000 年刚设计的时候已经有了很大的进步。显然这也是 2003 年 11 月 16 日“佛罗里达”更新中影响的一个最主要的算法。

## 1. Hilltop 算法基本思想

Hilltop 融合了 HITS 和 PageRank 两个算法的基本思想:

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

一方面，Hilltop 是与用户查询请求相关的链接分析算法，吸收了 HITS 算法根据用户查询获得高质量相关网页子集的思想，即主题相关网页之间的链接对于权重计算的贡献比主题不相关的链接价值要更高。符合“子集传播模型”，是该模型的一个具体实例；

另一方面，在权值传播过程中，Hilltop 也采纳了 PageRank 的基本指导思想，即通过页面入链的数量和质量来确定搜索结果的排序权重。

## 2. Hilltop 算法的一些基本定义

非从属组织页面：

“非从属组织页面”（Non-affiliated Pages）是 Hilltop 算法的一个很重要的定义。要了解什么是非从属组织页面，先要搞明白什么是“从属组织网站”，所谓“从属组织网站”，即不同的网站属于同一机构或者其拥有者有密切关联。具体而言，满足如下任意一条判断规则的网站会被认为是从属网站：

条件 1：主机 IP 地址的前三个子网段相同，比如：IP 地址分别为 159.226.138.127 和 159.226.138.234 的两个网站会被认为是从属网站。

条件 2：如果网站域名中的主域名相同，比如：www.ibm.com 和 www.ibm.com.cn 会被认为是从属组织网站。

“非从属组织页面”的含义是：如果两个页面不属于从属网站，则为非从属组织页面。图 6-22 是相关示意图，从图中可以看出，页面 2 和页面 3 同属于 IBM 的网页，所以是“从属组织页面”，而页面 1 和页面 5、页面 3 和页面 6 都是“非从属组织页面”。由此也可看出，“非从属组织页面”代表的是页面的一种关系，单个一个页面是无所谓从属或者非从属组织页面的。

图 6-22 “从属组织页面”与“非从属组织页面”

专家页面：

“专家页面”（Expert Sources）是 Hilltop 算法的另外一个重要定义。所谓“专家页面”，即与某个主题相关的高质量页面，同时需要满足以下要求：这些页面的链接所指向的页面相互之间都是“非从属组织页面”，且这些被指向的页面大多数是与“专家页面”主题相近的。

目标页面集合：

Hilltop 算法将互联网页面划分为两类子集合，最重要的子集合是由专家页面构成的互联网页面子集，不在这个子集里的剩下的互联网页面作为另外一个集合，这个集合称作“目标

页面集合” (Target Web Servers)。

### 3. Hilltop 算法

图 6-23 是 Hilltop 算法的整体流程示意。

1) 建立专家页面索引: 首先从海量的互联网网页中通过一定规则筛选出“专家页面”子集合, 并单独为这个页面集合建立索引。

2) 用户查询: Hilltop 在接收到用户发出的某个查询请求时:

首先) 根据用户查询的主题, 从“专家页面”子集合中找出部分相关性最强的“专家页面”, 并对每个专家页面计算相关性得分,

然后) 根据“目标页面”和这些“专家页面”的链接关系来对目标页面进行排序。基本思路遵循 PageRank 算法的链接数量假设和质量原则, 将专家页面的得分通过链接关系传递给目标页面, 并以此分数作为目标页面与用户查询相关性的排序得分。

最后) 系统整合相关专家页面和得分较高的目标页面作为搜索结果返回给用户。

图 6-23 Hilltop 算法流程

若在上述过程中, Hilltop 无法得到一个足够大的专家页面集合, 则返回搜索结果为空。由此可以看出, Hilltop 算法更注重搜索结果的精度和准确性, 不太考虑搜索结果是否足够多或者对大多数用户查询是否都有相应的搜索结果, 所以很多用户发出的查询的搜索结果为空。这意味着 Hilltop 可以与某个排序算法相结合, 以提高排序准确性, 但并不适合作为一个独立的网页排序算法来使用。

### 4. Hilltop 算法流程

从上述整体流程描述可看出, Hilltop 算法主要包含两个步骤: 专家页面搜索及目标页面排序。

步骤一: 专家页面搜索

Hilltop 算法从 1 亿 4 千万网页中, 通过计算筛选出 250 万规模的互联网页面作为“专家页面”集合。“专家页面”的选择标准相对宽松, 同时满足以下两个条件的页面即可进入“专家页面”集合:

条件 1: 页面至少包含  $k$  个出链, 这里的数量  $k$  可人为指定;

条件 2:  $k$  个出链指向的所有页面相互之间的关系都符合“非从属组织页面”的要求;

当然，在此基础上，可以设定更严格的筛选条件，比如要求这些“专家页面”所包含链接指向的页面中，大部分所涉及的主题和专家页面的主题必须是一致或近似的。

根据以上条件筛选出“专家页面”后，即可对“专家页面”单独建索引，在此过程中，索引系统只对页面中的“关键片段”（Key Phrase）进行索引。所谓“关键片段”，在 Hilltop 算法里包含了网页的三类信息：网页标题、H1 标签内文字和 URL 锚文字。

网页的“关键片段”可以支配（Qualify）某个区域内包含的所有链接，“支配”关系代表了一种管辖范围，不同的“关键片段”支配链接的区域范围不同，具体而言：

页面标题可以支配页面内所有出现的链接，

H1 标签可以支配包围在<H1>和</H1>内的所有链接，

URL 锚文字只能支配本身唯一的链接。

图 6-24 给出了“关键片段”对链接支配关系的示意图，在以“奥巴马访问中国”为标题的网页页面中，标题支配了所有这个页面出现的链接，而 H1 标签的管辖范围仅限于标签范围内出现的 2 个链接，对于锚文字“中国领导人”来说，其唯一能够支配的就是本身的这个链接。之所以定义这种支配关系，对于第二阶段将“专家页面”的分值传递到“目标页面”时候会起作用。

图 6-24 “关键片段”链接支配关系

系统接收到用户查询 Q，假设用户查询包含了多个单词，Hilltop 如何对“专家页面”进行打分呢？对“专家页面”进行打分主要参考以下三类信息：

1) “关键片段”包含了多少查询词，包含查询词越多，则分值越高，如果不包含任何查询词，则该“关键片段”不计分；

2) “关键片段”本身的类型信息，网页标题权值最高，H1 标签次之，再次是链接锚文字；

3) 用户查询和“关键片段”的失配率，即“关键片段”中不属于查询词的单词个数占“关键片段”总单词个数，这个值越小越好，越大则得分衰减越多；

Hilltop 综合考虑以上三类因素，拟合出打分函数来对“专家页面”是否与用户查询相关进行打分，选出相关性分值足够高的“专家页面”，以进行下一步骤操作，即对“目标页面”进行相关性计算。

步骤二：目标页面排序

Hilltop 算法包含一个基本假设,即认为一个“目标页面”如果是满足用户查询的高质量搜索结果,其充分必要条件是“目标页面”有高质量“专家页面”链接指向。然而,这个假设并不总是成立,比如有的“专家页面”的链接所指向的“目标页面”可能与用户查询并非密切相关。所以,Hilltop 算法在这个阶段需要对“专家页面”的出链仔细进行甄别,以保证选出那些和查询密切相关的目标页面。

Hilltop 在本阶段是基于“专家页面”和“目标页面”之间的链接关系来进行的,在此基础上,将“专家页面”的得分传递给有链接关系的“目标页面”。传递分值之前,首先需要对链接关系进行整理,能够获得“专家页面”分值的“目标页面”需要满足以下两点要求:

条件 1: 至少需要两个“专家页面”有链接指向“目标页面”,而且这两个专家页面不能是“从属组织页面”,即不能来自同一网站或相关网站。如果是“从属组织页面”,则只能保留一个链接,抛弃权值低的那个链接;

条件 2: “专家页面”和所指向的“目标页面”也需要符合一定要求,即这两个页面也不能是“从属组织页面”;

在步骤一,给定用户查询,Hilltop 算法已经获得相关的“专家页面”及其与查询的相关度得分,在此基础上,如何对“目标页面”的相关性打分?上面列出的条件 1 指出,能够获得传递分值的“目标页面”一定有多个“专家页面”链接指向,所以“目标页面”所获得的总传播分值是每个有链接指向的“专家页面”所传递分值之和。而计算其中某个“专家页面”传递给“目标页面”权值的时候是这么计算的:

- a. 找到“专家页面”中那些能够支配目标页面的“关键片段”集合 S;
- b. 统计 S 中包含用户查询词的“关键片段”个数 T, T 越大传递的权值越大;
- c. “专家页面”传递给“目标页面”的分值为:  $E \cdot T$ , E 为专家页面本身在第一阶段计算得到的相关得分, T 为 b 步骤计算的分值,

我们以图 6-25 的具体例子来说明。假设“专家页面”集合内存在一个网页 P,其标题为:“奥巴马访问中国”,网页内容由一段<H1>标签文字和另外一个单独的链接锚文字组成。该页面包含三个出链,其中两个指向“目标页面集合”中的网页 [www.china.org](http://www.china.org),另外一个指向网页 [www.obama.org](http://www.obama.org)。出链对应的锚文字分别为:“奥巴马”,“中国”和“中国领导人”。

图 6-25 Hilltop 算法分值传递

从图示的链接关系可以看出,网页 P 中能够支配 [www.china.org](http://www.china.org) 这个目标页面的“关键片段”集合包括: {中国领导人,中国,<H1>奥巴马访问中国</H1>,标题:奥巴马访问中国}。

而能够支配 [www.obamba.org](http://www.obamba.org) 目标页面的“关键片段”集合包括: {奥巴马, <H1>奥巴马访问中国</H1>, 标题: 奥巴马访问中国}。

接下来我们分析“专家页面”P 在接收到查询时,是怎样将分值传递给与其有链接关系的“目标页面”的。假设系统接收到的查询请求为“奥巴马”,在接收到查询后,系统首先根据上述章节所述,找出“专家页面”并给予分值,而网页 P 是作为“专家页面”其中一个页面,并获得了相应的分值 S,我们重点关注分值传播步骤。

对于查询“奥巴马”来说,网页 P 中包含这个查询词的“关键片段”集合为: {奥巴马, <H1>奥巴马访问中国</H1>, 标题: 奥巴马访问中国}, 如上所述,这三个“关键片段”都能够支配 [www.obamba.org](http://www.obamba.org) 页面,所以网页 P 传递给 [www.obamba.org](http://www.obamba.org) 的分值为  $S*3$ 。而对于目标页面 [www.china.org](http://www.china.org) 来说,这三个“关键片段”中只有{<H1>奥巴马访问中国</H1>, 标题: 奥巴马访问中国}这两个能够支配目标页面,所以网页 P 传递给 [www.china.org](http://www.china.org) 的分值为  $S*2$ 。

对于包含多个查询词的用户请求,则每个查询词单独如上计算,将多个查询词的传递分值累加即可。

## 5. Hilltop 在应用中不足

专家页面的搜索和确定对算法起关键作用,专家页面的质量决定了算法的准确性;而专家页面的质量和公平性在一定程度上难以保证。Hilltop 忽略了大多数非专家页面的影响。

在 Hilltop 的原型系统中,专家页面只占到整个页面的 1.79%,不能全面反映民意。

Hilltop 算法在无法得到足够的专家页面子集时(少于两个专家页面),返回为空,即 Hilltop 适合于对查询排序进行求精,而不能覆盖。这意味着 Hilltop 可以与某个页面排序算法结合,提高精度,而不适合作为一个独立的页面排序算法。

Hilltop 存在与 HITS 算法类似的计算效率问题,因为根据查询主题从“专家页面”集合中选取主题相关的页面子集也是在线运行的,这与前面提到的 HITS 算法一样会影响查询响应时间。随着“专家页面”集合的增大,算法的可扩展性存在不足之处。

HITS(Hyperlink-Induced Topic Search)是由 Kleinberg 在 90 年代末提出的基于链接分析的网页排名算法。该算法与查询相关。

用 HITS 算法评估网页质量,可得到内容权威度(Authority)和链接权威度(Hub)。内容权威度与网页自身直接提供内容信息的质量相关,网页被引用得越多,其内容权威度越高;而链接权威度与网页提供的超链接的质量相关,引用内容质量高的网页越多,网页的链接权威度越高。

一个好中心网页应该指向很多权威性网页,而一个好的权威性网页则应该被很多好的中心性网页所指向。对整个 Web 集合而言,Authority 和 Hub 是相互依赖、相互加强、相互优化的关系,这是 HITS 算法的基础。

HITS 算法的施行是“迭代—收敛”的过程,即网页 A 链接权威度的数值是通过其链向的网页的内容权威度决定的,而网页 A 的内容权威度的数值则是由链向其的网页的链接权威度决定的。**Authority** 和 **hub** 的值相互递归定义,即 **authority** 的值是指向给页面的 **hub** 值之和,而 **hub** 的值则是该页面指向的页面的 **authority** 值之和。

每个节点的 **Hub** 和 **Authority** 的值用下述算法计算:

赋予每个节点的 **hub** 值和 **authority** 值都为 1。运行 **Authority** 更新规则。运行 **Hub** 更新规则。**Normalize** 数值,即每个节点的 **Hub** 值除所有 **Hub** 值之和,每个 **Authority** 值除所有 **Authority** 值之和。必要时从第二步开始重复。

在实施中还要考虑被链接页面的相关性。该算法要完成一系列迭代过程,每个迭代过程包含两个基本步骤:

**Authority 值更新:** 更新每个节点的 **Authority** 值,为该节点指向的 **Hub** 的数值之和。即由信息 **Hubs** 链接的节点被赋予了高 **authority** 值。**Hub 值更新:** 更新每个节点的 **Hub** 值,使之等于它指向的每个节点的 **Authority** 值之和。即通过链接到同一主题的 **authorities** 节点的节点被赋予了高 **hub** 值。

因在上述伪代码中, **hub** 和 **authority** 的值不收敛,有必要限制该算法的迭代步数。方法之一是,在每步之后规范化 **hub** 和 **authority** 的值,即通过: **dividing each authority value by the sum of all authority values, and dividing each hub value by the sum of all hub values.**

与 **PageRank** 相似, **HITS** 也是基于 **Web** 文档链接的迭代算法,然而也有一些重要差别:

它是在查询时执行,而不是在建立索引时执行,与查询性能如时间等相关。因此,赋予页面的 **hub** 和 **authority** 权值也是 **query-specific**。它不是搜索引擎通用的技术(虽然据说 **Ask.com** 使用了相似的算法)。它计算了文档的两种权重即 **hub** 和 **authority**,而非一种权重。它只处理相关文档的很小子集,而 **PageRank** 针对文档全集。

一个网页的重要性分析的算法,是根据一个网页的入度(指向此网页的超链接)和出度(从此网页指向别的网页)来衡量网页的重要性。其最直观的意义是如果一个网页的重要性很高,则他所指向的网页的重要性也高。一个重要的网页被另一个网页所指,则表明指向它的网页重要性也会高。指向别的网页定义为 **Hub** 值,被指向定义为 **Authority** 值。

通常 **HITS** 算法是作用在一定范围的,比如一个以程序开发为主题网页,指向另一个以程序开发为主题的网页,则另一个网页的重要性就可能比较高,但是指向另一个购物类的网页则不一定。

在限定范围之后根据网页的出度和入度建立一个矩阵,通过矩阵的迭代运算和定义收敛的阈值不断对两个向量 **Authority** 和 **Hub** 值进行更新直至收敛。**HITS** 算法也可推广至别的类似的排序系统。

## HITS 的变种

HITS 算法遇到的问题，大多是因为 HITS 是纯粹的基于链接分析的算法，没有考虑文本内容，继 J. Kleinberg 提出 HITS 算法以后，很多研究者对 HITS 进行了改进，提出了许多 HITS 的变种算法，主要有：

### Monika R. Henzinger 和 Krishna Bharat 对 HITS 的改进

对于上述提到的 HITS 遇到的第 2 个问题，Monika R. Henzinger 和 Krishna Bharat 在[7]中进行了改进。假定主机 A 上有 k 个网页指向主机 B 上的某个文档 d，则 A 上的 k 个文档对 B 的 Authority 贡献值总共为 1,每个文档贡献  $1/k$ ，而不是 HITS 中的每个文档贡献 1，总共贡献 k。类似的，对于 Hub 值，假定主机 A 上某个文档 t 指向主机 B 上的 m 个文档，则 B 上 m 个文档对 t 的 Hub 值总共贡献 1，每个文档贡献  $1/m$ 。

## ARC 算法

IBM Almaden 研究中心的 Clever 工程组提出了 ARC(Automatic Resource Compilation)算法，对原始的 HITS 做了改进，赋予网页集对应的连结矩阵初值时结合了链接的锚(anchor)文本，适应了不同的链接具有不同的权值的情况。

ARC 算法与 HITS 的不同主要有以下 3 点：

1.由根集 S 扩展为 T 时，HITS 只扩展与根集中网页链接路径长度为 1 的网页，也就是只扩展直接与 S 相邻的网页，而 ARC 中把扩展的链接长度增加到 2，扩展后的网页集称为增集 (Augment Set)。

2.HITS 算法中，每个链接对应的矩阵值设为 1，实际上每个链接的重要性是不同的，ARC 算法考虑了链接周围的文本来确定链接的重要性。考虑链接  $p \rightarrow q$ ，p 中有若干链接标记，文本 1 锚文本 2，设查询项 t 在文本 1，锚文本，文本 2，出现的次数为  $n(t)$ ，则  $w(p, q) = 1 + n(t)$ 。文本 1 和文本 2 的长度经过试验设为 50 字节[10]。构造矩阵 W，如果有网页  $i \rightarrow j$ ， $W_{i,j} = w(i, j)$ ，否则  $W_{i,j} = 0$ ，H 值设为 1，Z 为 W 的转置矩阵，迭代执行下面 3 个的操作：

(1) $A = WH$  (2) $H = ZA$  (3)规范化 A，H

3.ARC 算法的目标是找到前 15 个最重要的网页，只需要 A/H 的前 15 个值相对大小保持稳定即可，不需要 A/H 整个收敛，这样 2 中迭代次数很小就能满足，[10]中指出迭代 5 次

## Hub 平均( Hub-Averaging-Kleinberg)算法

Allan Borodin 等在[11]指出了一种现象，设有 M+1 个 Hub 网页，M+1 个权威网页，前 M 个 Hub 指向第一个权威网页，第 M+1 个 Hub 网页指向了所有 M+1 个权威网页。显然根据 HITS 算法，第一个权威网页最重要，有最高的 Authority 值，这是希望的。但是，根据 HITS，第 M+1 个 Hub 网页有最高的 Hub 值，事实上，第 M+1 个 Hub 网页既指向了权威值



很高的第一个权威网页，同时也指向了其它权威值不高的网页，它的 Hub 值不应该比前 M 个网页的 Hub 值高。因此，Allan Borodin 修改了 HITS 的 O 操作：

O 操作：，n 是(v,u)的个数

调整以后，仅指向权威值高的网页的 Hub 值比既指向权威值高又指向权威值低的网页的 Hub 值高，此算法称为 Hub 平均(Hub-Averaging-Kleinberg)算法。

## ARC 算法

IBM Almaden 研究中心的 Clever 工程组提出了 ARC(Automatic Resource Compilation)算法，对原始的 HITS 做了改进，赋予网页集对应的连结矩阵初值时结合了链接的锚(anchor)文本，适应了不同的链接具有不同的权值的情况。

ARC 算法与 HITS 的不同主要有以下 3 点：

1.由根集 S 扩展为 T 时，HITS 只扩展与根集中网页链接路径长度为 1 的网页，也就是只扩展直接与 S 相邻的网页，而 ARC 中把扩展的链接长度增加到 2，扩展后的网页集称为增集 (Augment Set)。

2.HITS 算法中，每个链接对应的矩阵值设为 1，实际上每个链接的重要性是不同的，ARC 算法考虑了链接周围的文本来确定链接的重要性。考虑链接  $p \rightarrow q$ ，p 中有若干链接标记，文本 1 锚文本 2，设查询项 t 在文本 1，锚文本，文本 2，出现的次数为  $n(t)$ ，则  $w(p, q) = 1 + n(t)$ 。文本 1 和文本 2 的长度经过试验设为 50 字节[10]。构造矩阵 W，如果有网页  $i \rightarrow j$ ， $W_{i,j} = w(i, j)$ ，否则  $W_{i,j} = 0$ ，H 值设为 1，Z 为 W 的转置矩阵，迭代执行下面 3 个的操作：

(1) $A = WH$  (2) $H = ZA$  (3)规范化 A，H3.ARC 算法的目标是找到前 15 个最重要的网页，只需要 A/H 的前 15 个值相对大小保持稳定即可，不需要 A/H 整个收敛，这样 2 中迭代次数很小就能满足，[10]中指出迭代 5 次就可以，所以 ARC 算法有很高的计算效率，开销主要是在扩展根集上。

## Hub 平均( Hub-Averaging-Kleinberg)算法

Allan Borodin 等在[11]指出了一种现象，设有 M+1 个 Hub 网页，M+1 个权威网页，前 M 个 Hub 指向第一个权威网页，第 M+1 个 Hub 网页指向了所有 M+1 个权威网页。显然根据 HITS 算法，第一个权威网页最重要，有最高的 Authority 值，这是希望的。但是，根据 HITS，第 M+1 个 Hub 网页有最高的 Hub 值，事实上，第 M+1 个 Hub 网页既指向了权威值很高的第一个权威网页，同时也指向了其它权威值不高的网页，它的 Hub 值不应该比前 M 个网页的 Hub 值高。因此，Allan Borodin 修改了 HITS 的 O 操作：

O 操作：，n 是(v,u)的个数 调整以后，仅指向权威值高的网页的 Hub 值比既指向权威值高又指向权威值低的网页的 Hub 值高，此算法称为 Hub 平均(Hub-Averaging-Kleinberg)算法。

## 阈值(Threshold—Kleinberg)算法

Allan Borodin 等在[11]中同时提出了 3 种阈值控制的算法, 分别是 Hub 阈值算法, Authority 阈值算法, 以及结合 2 者的全阈值算法。

计算网页 p 的 Authority 时候, 不考虑指向它的所有网页 Hub 值对它的贡献, 只考虑 Hub 值超过平均值的网页的贡献, 这就是 Hub 阈值方法。

Authority 阈值算法和 Hub 阈值方法类似, 不考虑所有 p 指向的网页的 Authority 对 p 的 Hub 值贡献, 只计算前 K 个权威网页对它 Hub 值的贡献, 这是基于算法的目标是查找最重要的 K 个权威网页的前提。

同时使用 Authority 阈值算法和 Hub 阈值方法的算法, 就是全阈值算法。

## 一. Pagerank 介绍

PageRank 算法以前就是 Google 的网页排序算法。PageRank 算法, 对每个目标网页进行附上权值, 权值大的就靠前显示, 权值小的就靠后显示。PageRank 算法就是给每个网页附加权值的。PageRank 算法借鉴学术界论文重要性的评估方法: 谁被引用的次数多, 谁就越重要。

注: PageRank 算法不单单是按照“被索引数”来给网页付权值的, 用 PR 值表示每个网页被 PageRank 算法附加的权值。

## 二. PageRank 算法的核心思想

(1) 如果一个网页被很多其他网页链接到的话, 说明这个网页比较重要, 也就是 PageRank 值会相对较高

(2) 如果一个 PageRank 值很高的网页链接到一个其他的网页, 那么被链接到的网页的 PageRank 值会相应地因此而提高

## 三. 基本概念

### (1) 出链

如果在网页 A 中附加了网页 B 的超链接 B-Link, 用户浏览网页 A 时可以点击 B-Link 然后进入网页 B。上面这种 A 附有 B-Link 这种情况表示 A 出链 B。可知, 网页 A 也可以出链 C, 如果 A 中也附件了网页 C 的超链接 C-Link。

### (2) 入链

上面通过点击网页 A 中 B-Link 进入 B, 表示由 A 入链 B。如果用户自己在浏览器输入栏输入网页 B 的 URL, 然后进入 B, 表示用户通过输入 URL 入链 B

### (3) 无出链

如果网页 A 中没有附加其他网页的超链接, 则表示 A 无出链

### (4) 只对自己出链

如果网页 A 中没有附件其他网页的超链接, 而只有他自己的超链接 A-Link, 则表示 A 只对自己出链

### (5) PR 值

一个网页的 PR 值, 概率上理解就是此网页被访问的概率, PR 值越高其排名越高。

## 四. 几种网页出入链关系

case1: 网页都有出入链

#### case1

此种情况下的网页 A 的 PR 值计算公式为：

case2: 存在没有出链的网页

#### case2

网页 C 是没有出链。因为 C 没有出链，所以对 A,B,D 网页没有 PR 值的贡献。PageRank 算法的策略：从数学上考虑，为了满足 Markov 链，设定 C 对 A,B,C,D 都有出链（也对他自己也出链~）。你也可以理解为：没有出链的网页，我们强制让他对所有的网页都有出链，即让他对所有网页都有 PR 值贡献。

此种情况  $PR(A)$  的计算公式：

case3: 存在只对自己出链的网页

#### case3

C 是只对自己出链的网页。

此时访问 C 时，不会傻乎乎的停留在 C 页面，一直点击 C-Link 循环进入 C，即 C 网页只对自己的网页 PR 值有贡献。正常的做法是，进入 C 后，存在这种情况：在地址输入栏输入 A/B/C/D 的 URL 地址，然后跳转到 A/B/C/D 进行浏览，这就是 PageRank 算法解决这种情况的策略：设定存在一定概率为  $\alpha$ ，用户在地址栏输入 A/B/C/D 地址，然后从 C 跳转到 A/B/C/D 进行浏览。

此时  $PR(A)$  的计算公式为：

### 五. 算法公式

一般情况下，一个网页的 PR 值计算公式为：

注： $M_{pi}$  是有出链到  $p_i$  的所有网页集合， $L(p_j)$  是有网页  $p_j$  的出链总数， $N$  是网页总数， $\alpha$  一般取值为 0.85

所有网页 PR 值一直迭代计算，停止直到下面两种情况之一发生：每个网页的 PR 值前后误差小于自定义误差阈值，或者迭代次数超过了自定义的迭代次数阈值

### 六. PageRank 算法的缺点

这是一个天才的算法，原理简单但效果惊人。然而，PageRank 算法还是有一些弊端。

第一，没有区分站内导航链接。很多网站的首页都有很多对站内其他页面的链接，称为站内导航链接。这些链接与不同网站之间的链接相比，肯定是后者更能体现 PageRank 值的传递关系。

第二, 没有过滤广告链接和功能链接(例如常见的“分享到微博”)。这些链接通常没有什么实际价值, 前者链接到广告页面, 后者常常链接到某个社交网站首页。

第三, 对新网页不友好。一个新网页的一般入链相对较少, 即使它的内容的质量很高, 要成为一个高 PR 值的页面仍需要很长时间的推广。

针对 PageRank 算法的缺点, 有人提出了 TrustRank 算法。其最初来自于 2004 年斯坦福大学和雅虎的一项联合研究, 用来检测垃圾网站。TrustRank 算法的工作原理: 先人工去识别高质量的页面(即“种子”页面), 那么由“种子”页面指向的页面也可能是高质量页面, 即其 TR 值也高, 与“种子”页面的链接越远, 页面的 TR 值越低。“种子”页面可选出链数较多的网页, 也可选 PR 值较高的网站。

TrustRank 算法给出每个网页的 TR 值。将 PR 值与 TR 值结合起来, 可以更准确地判断网页的重要性。

补充:

谷歌用 PR 值来划分网页的等级, 有 0~10 级, 一般 4 级以上的都是比较好的网页了。谷歌自己 PR 值为 9, 百度也是 9, 博客园的 PR 值则为 6。

如今 PR 值虽不如以前重要了(没有区分页面内的导航链接、广告链接和功能链接导致 PR 值本身能够反映出的网页价值不精确, 并且对新网页不友好), 但是流量交易里 PR 值还是个很重要的参考因素。

SALSA 算法的初衷希望能够结合 PageRank 和 HITS 算法两者的主要特点, 既可以利用 HITS 算法与查询相关的特点, 也可以采纳 PageRank 的“随机游走模型”, 这是 SALSA 算法提出的背景。由此可见, SALSA 算法融合了 PageRank 和 HITS 算法的基本思想, 从实际效果来说, 很多实验数据表明, SALSA 的搜索效果也都优于前两个算法, 是目前效果最好的链接分析算法之一。

从整体计算流程来说, 可以将 SALSA 划分为两个大的阶段: 首先是确定计算对象集合的阶段, 这一阶段与 HITS 算法基本相同; 第二个阶段是链接关系传播过程, 在这一阶段则采纳了“随机游走模型”。

### 6.5.1 确定计算对象集合

PageRank 的计算对象是互联网所有网页, SALSA 算法与此不同, 在本阶段, 其与 HITS 算法思路大致相同, 也是先得到“扩充网页集合”, 之后将网页关系转换为二分图形式。

#### 扩充网页集合

SALSA 算法在接收到用户查询请求后, 利用现有搜索引擎或者检索系统, 获得一批与用户查询在内容上高度相关的网页, 以此作为“根集”。并在此基础上, 将与“根集”内网页有直接链接关系的网页纳入, 形成“扩充网页集合”(参考图 6.4.3-1)。之后会在“扩充网页集合”内根据一定链接分析方法获得最终搜索结果排名。

#### 转换为无向二分图

在获得了“扩充网页集合”之后, SALSA 根据集合内的网页链接关系, 将网页集合转换

为一个二分图。即将网页划分到两个子集合中，一个子集合是 **Hub** 集合，另外一个子集合是 **Authority** 集合。划分网页节点属于哪个集合，则根据如下规则：

如果一个网页包含出链，这些出链指向“扩充网页集合”内其它节点，则这个网页可被归入 **Hub** 集合；

如果一个网页包含“扩充网页集合”内其它节点指向的入链，则可被归入 **Authority** 集合。

由以上规则可以看出，如果某个网页同时包含入链和出链，则可以同时归入两个集合。同时，**Hub** 集合内网页的出链组成了二分图内的边，根据以上法则，将“扩充网页集合”转换为二分图。

图 6-15 和图 6-16 给出了一个示例，说明了这个转换过程。假设“扩充网页集合”如图 6-15 所示，由 6 个网页构成，其链接关系如图所示，同时为便于说明，每个网页给予一个唯一编号。图 6-16 则是将图 6-15 中的网页集合转换为二分图的结果。以网页 6 为例，因为其有出链指向网页节点 3 和网页节点 5，所以可以放入 **Hub** 集合，也因为编号为 1、3、10 的网页节点有链接指向网页节点 6，所以也可以放入 **Authority** 集合中。网页节点 6 的两个出链保留，作为二分图的边，

图 6-15 扩充网页集合示例

但是这里需要注意的是，在转换为二分图后，原先的有向边不再保留方向，转换为无向边，而 **HITS** 算法仍然保留为有向边，这点与 **SALSA** 略有不同。

图 6-16 二分图

到这一步骤为止，除了 **SALSA** 将“扩充网页集合”转换为无向二分图，而 **HITS** 仍然是有向二分图外，其它步骤和流程，**SALSA** 算法与 **HITS** 算法完全相同，正因此，**SALSA** 保证了是与用户查询相关的链接分析算法。

### 6.5.2 链接关系传播

在链接关系传播阶段，**SALSA** 放弃了 **HITS** 算法的 **Hub** 节点和 **Authority** 节点相互增强的假设，转而采纳 **PageRank** 的“随机游走模型”。

## 链接关系传播概念模型

如图 6-16 所示，假设存在某个浏览者，从某个子集合中随机选择一个节点出发（为方便说明，图中所示为从 Hub 子集的节点 1 出发，实际计算往往是从 Authority 子集出发），如果节点包含多条边，则以相等概率随机选择一条边，从 Hub 子集跳跃到 Authority 集合内节点，图中所示为由节点 1 转移到节点 3，之后从 Authority 子集再次跳回 Hub 子集，即由节点 3 跳到节点 6。如此不断在两个子集之间转移，形成了 SALSA 自身的链接关系传播模式。

尽管看上去与 PageRank 的链接传播模式不同，其实两者是一样的，关键点在于：其从某个节点跳跃到另外一个节点的时候，如果包含多个可供选择的链接，则以等概率随机选择一条路径，即在权值传播过程中，权值是被所有链接平均分配的。而 HITS 算法不同，HITS 算法属于权值广播模式，即将节点本身的权值完全传播给有链接指向的节点，并不根据链接多少进行分配。

SALSA 的上述权值传播模型与 HITS 模型关注重点不同，HITS 模型关注的是 Hub 和 Authority 之间的节点相互增强关系，而 SALSA 实际上关注的是 Hub-Hub 以及 Authority-Authority 之间的节点关系，而另外一个子集合节点只是充当中转桥梁的作用。所以，上述权值传播模型可以转化为两个相似的子模型，即 Hub 节点关系图和 Authority 节点关系图。

## Authority 节点关系图

图 6-17 是由 6-16 的二分图转化成的“Authority 节点关系图”，“Hub 节点关系图”与此类似，两者转化过程是相似的，我们以“Authority 节点关系图”为例来看如何从二分图转化为节点关系图。

图 6-17 Authority 节点关系图

这里需要注意的是：Authority 集合内从某个节点  $i$  转移到另外一个节点  $j$  的概率，与从节点  $j$  转移到节点  $i$  的概率是不同的，即非对称的，所以转换后的 Authority 节点关系图是个有向图，以此来表示其转移概率之间的差异。

对于图 6-17 这个“Authority 节点关系图”来说，图中包含的节点就是二分图中属于 Authority 子集的节点，关键在于节点之间的边如何建立以及节点之间转移概率如何计算。

### 节点关系图中边的建立

之所以在“Authority 节点图”中,节点 3 有边指向节点 5,是因为在二分图中,由节点 3 通过 Hub 子集的节点 6 中转,可以通达节点 5,所以两者之间有边建立。

这里需要注意的是:在二分图中,对于 Authority 集合内某个节点来说,一定可以通过 Hub 子集的节点中转后再次返回本身,所以一定包含一条指向自身的有向边。节点 1 因为只有中转节点 2 使得其返回 Authority 子集中自身节点,所以只有指向自身的一条边,和其它节点没有边联系,所以例子中的“Authority 节点关系图”由两个连通子图构成,一个只有节点 1,另外一个连通子图由剩余几个节点构成。

### 节点之间的转移概率

至于为何“Authority 节点关系图”中,节点 3 到节点 5 的转移概率为 0.25,是因为前面介绍过,SALSA 的权值传播模型遵循“随机游走模型”。在图 6-16 的二分图中,从节点 3 转移到节点 5 的过程中,节点 3 有两条边可做选择来跳转到 Hub 子集,所以每条边的选择概率为  $1/2$ ,可以选择其中一条边到达节点 6,同样,从节点 6 跳回到 Authority 子集时,节点 6 也有两条边可选,选中每条边的概率为  $1/2$ 。所以从节点 3 出发,经由节点 6 跳转到节点 5 的概率为两条边权值的乘积,即为  $1/4$ 。

对于指向自身的有向边,其权重计算过程是类似的,我们仍然以节点 3 为例,指向自身的有向边代表从 Authority 子集中节点 3 出发,经由 Hub 子集的节点再次返回节点 3 的概率。从 6-16 的二分图可以看出,完成这个过程有两条路径可走,一条是从节点 3 到节点 1 返回;另外一条是从节点 3 经由节点 6 后返回;每一条路径的概率与上面所述计算方法一样,因为两条路径各自的概率为 0.25,所以节点 3 返回自身的概率为两条路径概率之和,即为 0.5。图中其它边的转移概率计算方式也是类此。

建立好“Authority 节点关系图”后,即可在图上利用“随机游走模型”来计算每个节点的 Authority 权值。在实际计算过程中,SALSA 将搜索结果排序问题进一步转换为求 Authority 节点矩阵的主秩问题,矩阵的主秩即为每个节点的相应 Authority 得分,按照 Authority 得分由高到低排列,即可得到最终的搜索排序结果。

### 6.5.3 Authority 权值计算

图 6-18 SALSA 节点权值计算公式

经过数学推导,可以得出 SALSA 与求矩阵主秩等价的 Authority 权值计算公式。图 6-18

示意图表明了 SALSA 算法中某个网页节点的 Authority 权值是如何计算的。如图右上角公式所示，决定某个网页  $i$  的 Authority 权值涉及到 4 个因子：

Authority 子集中包含的节点总数  $|A|$ 。其实这个因子对于 Authority 集合中任意节点来说都是相同的，所以对于最终的根据节点 Authority 权值进行排序没有影响，只是起到保证权值得分在 0 到 1 之间，能够以概率形式表示权值的作用：

网页  $i$  所在连通图中包含的节点个数  $|A_i|$ 。网页所在的连通图包含的节点个数越多，则网页的 Authority 权值越大：

网页  $i$  所在连通图中包含的入链总数  $|E_i|$ 。网页所在的连通图包含的入链总数越少，则网页的 Authority 权值越大：

网页  $i$  的入链个数  $|B_i|$ 。节点入链越多，则 Authority 权值越大，这个因子是唯一一个和节点本身属性相关的。由此可见，SALSA 权值计算和节点入链个数成正比。

之前图 6-17 的“Authority 节点关系图”由两个连通子图组成，一个由唯一的节点 1 构成，另外一个由节点 3、5、6 三个节点构成，两个连通子图在图 6-18 中也被分别圈出。

我们以节点 3 为例，看其对应的四个计算因素取值：

Authority 子集共包括 4 个节点：

节点 3 所在连通图包含 3 个节点：

节点 3 所在连通图共有 6 个入链：

节点 3 的入链个数为 2：

所以，节点 3 的 Authority 权值为： $(3/4) * (2/6) = 0.25$ 。其它节点权值的计算过程与此类似。SALSA 根据节点的 Authority 权值由高到低排序输出，即为搜索结果。

由上述权值计算公式可以推论出：如果整个 Authority 子集所有节点形成一个完整的连通图，那么在计算 authority 权值过程中，对于任意两个节点，4 个因子中除了节点入链个数外，其它三个因子总是相同，即只有入链个数起作用，此时，SALSA 算法退化为根据节点入链个数决定排序顺序的算法。

从 SALSA 计算 Authority 得分过程中可看出，SALSA 算法不需像 HITS 算法一样进行不断迭代计算，所以从计算效率角度看要快于 HITS 算法。另外，SALSA 算法解决了 HITS 算法的计算结果主题漂移的问题，所以搜索质量也优于 HITS 算法。SALSA 算法是目前效果最好的链接算法之一。

TF-IDF(term frequency - inverse document frequency)是一种用于资讯检索与资讯探勘的



常用加权技术。TF-IDF 是一种统计方法，用以评估一字词对于一个文件集或一个语料库中的其中一份文件的重要程度。字词的重要性随著它在文件中出现的次数成正比增加，但同时会随著它在语料库中出现的频率成反比下降。TF-IDF 加权的各种形式常被搜寻引擎应用，作为文件与用户查询之间相关程度的度量或评级。除了 TF-IDF 以外，因特网上的搜寻引擎还会使用基于连结分析的评级方法，以确定文件在搜寻结果中出现的顺序。

TFIDF 的主要思想是：如果某个词或短语在一篇文章中出现的频率 TF 高，并且在其他文章中很少出现，则认为此词或者短语具有很好的类别区分能力，适合用来分类。TFIDF 实际上是： $TF * IDF$ ，TF 词频(Term Frequency)，IDF 反文档频率(Inverse Document Frequency)。TF 表示词条，在文档 d 中出现的频率。IDF 的主要思想是：如果包含词条 t 的文档越少，也就是 n 越小，IDF 越大，则说明词条 t 具有很好的类别区分能力。如果某一类 C 中包含词条 t 的文档数为 m，而其它类包含 t 的文档总数为 k，显然所有包含 t 的文档数  $n=m+k$ ，当 gfl 大的时候，n 也大，按照 IDF 公式得到的 IDF 的值会小，就说明该词条 t 类别区分能力不强。但是实际上，如果一个词条在一个类的文档中频繁出现，则说明该词条能够很好代表这个类的文本的特征，这样的词条应该给它们赋予较高的权重，并选来作为该类文本的特征词以区别与其它类文档。这就是 IDF 的不足之处。

## 原理

在一份给定的文件里，词频 (term frequency, TF) 指的是某一个给定的词语在该文件中出现的次数。这个数字通常会被正规化，以防止它偏向长的文件。(同一个词语在长文件里可能会比短文件有更高的词频，而不管该词语重要与否。)

逆向文件频率 (inverse document frequency, IDF) 是一个词语普遍重要性的度量。某一特定词语的 IDF，可以由总文件数目除以包含该词语之文件的数目，再将得到的商取对数得到。

某一特定文件内的高词语频率，以及该词语在整个文件集合中的低文件频率，可以产生出高权重的 TF-IDF。因此，TF-IDF 倾向於过滤掉常见的词语，保留重要的词语。

## 例子

有很多不同的数学公式可以用来计算 TF-IDF。词频 (TF) 是一词语出现的次数除以该文件的总词语数。假如一篇文件的总词语数是 100 个，而词语「母牛」出现了 3 次，那麼「母牛」一词在该文件中的词频就是 0.03 (3/100)。一个计算文件频率 (DF) 的方法是测定有多少份文件出现过「母牛」一词，然後除以文件集里包含的文件总数。所以，如果「母牛」一词在 1,000 份文件出现过，而文件总数是 10,000,000 份的话，其文件频率就是 0.0001 (1000/10,000,000)。最後，TF-IDF 分数就可以由计算词频除以文件频率而得到。以上面的例子来说，「母牛」一词在该文件集的 TF-IDF 分数会是 300 (0.03/0.0001)。这条公式的另一个形式是将文件频率取对数。

## 在向量空间模型里的应用

TF-IDF 权重计算方法经常会和余弦相似度(cosine similarity)一同使用於向量空间模

型中,用以判断两份文件之间的相似性。

改进排名的主流技术之一是借助于人工,专家能准确描述对网站的信任程度、轻易识别出垃圾。虽然人工可以很容易识别这些垃圾,但评估所有页面但代价很昂贵、是不可行的,所以就提出了一种半自动化技术方案。

TrustRank 便应势而生, TrustRank 是一种由斯坦福大学和雅虎研究人员提出的链接分析技术。TrustRank 算法基本思想是在为网页排名时,要考虑到该页面所在站点的信任指数和权威性。

TrustRank 算法应对轻易操纵 google 排名、提升搜索结果质量的作弊手段。实施这一方法极大地增加了短时间操作排名的难度,迅速改善了搜索结果的质量。所有要以 TrustRank 值作为网页排名的重要依据,页面的 TrustRank 用来评价其是否具有真正权威性。TrustRank 用以将来自 Spam 的链接与优质内容带来的真正意义上的好评区别开来。

TrustRank 的工作原理:先用人工去识别高质量的页面(即“种子”页面),那么由“种子”页面指向的页面也可能是高质量页面,即其 TrustRank 也高,与“种子”页面的链接越远,页面的 TrustRank 越低。

TrustRank 采用半自动的方法区分垃圾文件和高质量较文件。依靠专家去评估一系列“种子”页面的 TrustRank 值。一旦确定了“种子”页面,就容易区分好页面和垃圾页面,通过机器分析链接结构来确定其它页面的 TrustRank 值。

TrustRank 的主要概念是:

l 高质量页面一般不连接垃圾页面,而垃圾页面总试图连接到好页面以提高其声望;

l 种子页面的候选者是专业网站,它们只基于优点而链接其它页面,如政府网站、非谋利性网站和严格管理的网站(DMOZ、Yahoo 目录、Search Engine Watch 等),它们不会链接垃圾页面的。

l 最权威和可信的网页就是”种子”页面本身。

在处理上 TrustRank 分两个步骤,源目标的选定和评分的传递。

l 让专家手工识别出少量高质量网站,并赋予其信任值(trust value);

l TrustRank 值会随着页面的传递而降低,随着页面与“种子”页面的跨度增加,其 TrustRank 值就会越低;

与 PR 值原理类似,若网页获得了来自高 TrustRank 值网页的连接,则也就获得了高 TrustRank 值。通过分析这种链接结构,并以此比较其它页面,进而发现那些没有作弊可能性的页面。TrustRank 传递方式与 PageRank 相似,但 web 页面没有内在的 TrustRank 值,

因此使得通过链接模式去获取 TrustRank 值变得更加困难。

PageRank 不是 Google 用于决定页面相关性的唯一算法, TrustRank 已经被融入 PageRank 中以改善搜索相关性, 其重要性不言而喻, 甚至已经超过 PR 值的作用。

而随着时间的推移, Trustrank 引起的新问题开始渐渐凸显, 成为 google 的新麻烦:

l 搜索结果充斥着著名和权威站点的影子, 即使这些页面内容可能是 Spam。

l 用一些权重高的站点发布同样的内容页, 排名要明显高得多。

l 优秀的个人或企业站点, 尤其是新建的, 即使内容再好, 也难有排名优势。

这已严重影响了 Google 搜索结果的质量。因此, Trustrank 在给 Google 带来众多积极意义的同时, 其负面影响也凸显。Google 如何改进算法和弥补不足, 我们拭目以待。

SEO (搜索引擎优化) 是一种行之有效的高投资回报率策略, 尤其是对于 B2B (企业对企业) 公司而言。这主要是由于买方通常为整个公司购买产品或服务, 并且平均交易价值远高于平均 B2C (企业对消费者) 交易。因此, 与 B2C 相比, 优化网站以实现更好的转化对单笔 B2B 交易产生更大的影响。

谷歌 seo 优化: 5 种 B2BSEO 策略可在 2019 年推动您的转化

关于 SEO 在当今时代是否仍然有意义的争论一直在激烈。以下是一些统计数据, 可为您提供有关当今 SEO 的状态及其为何仍然很重要的背景信息:

1. 有机搜索引擎优化比付费搜索广告高出约 5.66 倍。
2. 57% 的 B2B 营销人员表示 SEO 产生的潜在客户比其他任何营销计划都多。
3. 每月有 45% 的企业在 SEO 上投资超过 20,000 美元。
4. 网站总流量的 51% 来自自然搜索, 10% 来自付费搜索, 5% 来自社交, 34% 来自所有其他来源。
5. 超过 40% 的收入来自自然流量。

6. 61% 的营销人员表示, 改善 SEO 并增加其有机存在是他们的首要入站营销重点。

关于 SEO 对于 B2C 网站的重要性已经进行了很多讨论, 但是, 相对而言, SEO 在 B2B 空中的相关性讨论较少。在本文中, 我们为您提供了对 B2BSEO 的全面研究, 提出了相关的统计数据和策略, 您可以使用它们来更好地了解空间, 然后在 2019 年进行转换!

#### 1. 内容

B2B (企业对企业) 营销人员如果拥有博客, 则潜在客户增加 67%。(BlueCorona)  
每月撰写 11 次以上博客的 B2B 公司的流量几乎是每月 0-1 次博客的流量的三倍。

(HubSpot)

47% 的购买者在与销售代表互动之前先观看了 3-5 条内容。(HubSpot)

43% 的 B2B 营销人员说, 博客是他们最重要的内容类型。(HubSpot)

最有效的 B2B 营销人员将 39% 的营销预算用于内容营销。(尼尔·帕特尔)

产生高质量, 相关内容的策略:

1. 在您的网站上发布常规的优质内容

听起来很基本, 上面的第二个统计数据表明, 创建大量内容以进行排名非常重要。

## 2.使用 BuzzSumo 之类的工具在您的细分市场中找到最新主题

BuzzSumo 的内容分析器工具可让您查看与您的利基市场相关的内容, 这些内容在上周甚至在过去 24 小时内一直很受欢迎。

由于主题非常新, 因此您可以使用所有这些信息从独特的角度来创建内容, 以便利用趋势并获得更多的社交共享/反向链接。

## 3.使用 GoogleAnalytics (分析) 数据细分受众群体, 建立读者资料

随着 GoogleAnalytics (分析) 的不断发展, 可以在多个视图中细分和了解您的受众群体。可以根据以下内容对受众进行分类:

人口特性 (年龄, 性别)

技术 (关于用于访问站点的浏览器, 操作系统, 网络的告诉)

行为 (新人与返回, 会话频率和参与度指标)

首次访问日期

流量来源 (移动设备, 台式机, 平板电脑)

地理 (语言和位置)

根据所有这些数据, 您可以更深入地了解您的受众, 从而创建量身定制的内容来迎合更高的参与度。

## 2.关键词分析-优化长尾关键词

长尾关键字占有网络搜索的 70%。(尼尔·帕特尔)

50%的搜索查询是四个单词或更长。(ImpactBND)

长尾关键字的转化率比主关键字高 2.5 倍。(尼尔·帕特尔)

长尾关键字的平均转化率为 36% (NeilPatel)

专为长尾关键词优化的页面每天平均增加 11 个。(尼尔·帕特尔)

# 一、传统搜索引擎排序算法概述

## 1.1 搜索引擎排序算法概述

搜索引擎查询的结果是按照一定的规则排序供用户查看, 这种规则就是搜索引擎排序算法. 目前几种比较通用的搜索引擎排序算法有 Direct Hit 排序算法、PageRank、排名竞价服务和词频位置加权排序算法.Direct Hit 排序算法是一种动态排序算法, 搜索引擎返回的排序结果根据用户的点击和网页被浏览的时间进行变化. PageRank 是著名搜索引擎 Google 使用的排序算法, 利用了网页的链接结构进行计算网页的 PR 值进行排序. 竞价排名服务是一些网站购买关键字排名, 搜索引擎按照点击(也有按照时间段)进行计费的一种服务. 词频位置加权排序算法是一种从关键字出现次数和位置考虑进行排序的算法. 文章主要讨论词频位置加权排序算法.

## 1.2 词频位置加权排序算法

词频位置加权排序算法是网页排序中基础的算法, 著名的开源全文检索包 Lucene 的基础排序算法思想就是词频位置加权排序, Lucene 在搜索引擎中得到了广泛的应用, 德国的网站检索系统 Ifinder 和开源搜索引擎 Nutch 等大量搜索引擎基于 Lucene 进行检索排序. 词频位置加权排序算法以一个关键词与网页的相关度大小作为排序标准, 而关键词在网页

中的相关度则由它在网页中出现的频数和位置两个方面加权计算得出. 该排序算法实现的基本步骤是: 采集网页、解析出网页的各个部分、过滤停用词、获得关键词、根据关键词的位置和频次加权得出查询词与网页的相关度、按照相关度排序展现给用户. 可以看出, 该方法获取的是整张网页的关键词在广告和导航信息大量存在的现实中相关度的计算受到了极大影响. 如果能对网页进行分块并按一定的算法尽可能的去除广告和导航等噪音信息, 将会有效提高相关度计算的准确度.

## 二、 网页分块算法介绍

目前对网页进行分块方法的研究已有很多, 其中比较有效的是由微软亚洲研究院提出的 VIPS( Vision based Page Segmentation ), 笔者只讨论 VIPS. VIPS 算法中 Web 页面的结构定义如下: 将网页看作一个三元组。

将网页看作一个三元组

### 算法 1

其中

### 算法 2

表示给定页面上的所有的语义块的集合, 这些语义块之间没有重叠覆盖, 而每一个语义块又可以被定义为前面所描述的三元组

### 算法 3

如此迭代循环.

### 算法 4

表示当前页面上的所有的分隔条的集合. 事实上, 一旦确定了一个页面上的两个语义块, 那么这两个语义块之间的分隔条也就被确定了. 当然, VIPS 中的分隔条并不是真正存在的分隔条, 而是虚拟. 分隔条包括水平分隔条, 包括垂直分隔条. 每一个分隔条都具有一定的宽度和高度.

### 算法 5

则描述了集合中两个语义块之间的关系, 这种关系可以描述为

### 算法 6

其中每个  $\delta$  都是一个形如  $(v_i, v_j)$  二元组, 其表示块  $v_i$  和  $v_j$  之间存在一个分割条.

VIPS 利用 Web 页面的视觉提示如背景颜色、字体颜色和大小、边框、逻辑块和逻辑块之间的间距等, 并结合 DOM 树进行页面分块. 它具有三个步骤: 页面块提取、分隔条提取以及语义块重构. 这三个步骤联合一起作为一次语义块检测的完整步骤. Web 页面首先被分割为几次比较大的语义块, 同时这几个语义块所组成的层次结构将被记录下来. 对于检测出来的每一个大的语义块分块过程又可以继续进行, 直到语义块的 Doc( Degree of

coherence) 值达到预先设定的  $P_{doc}$  (Permitted degree of coherence) 为止. VIPS 分割效果见图 1.

## 算法 7

### 三、搜索引擎排序算法改进

#### 3.1 网页净化规则

网页分出块以后, 如何判别语义块中的广告、导航条等噪声网页块是净化网页从而提高搜索引擎排序准确度的关键问题. 通过大量的统计和分析, 利用网页块的文字和链接数量、网页块的空相对间位置和网页块内容属性, 笔者总结出三条规则识别噪声语义块. 首先定义网页窗口原点坐标为网页的左上顶角, 网页块中心横坐标  $X$  为该块中心点在窗口中的横坐标, 还有网页块中心纵坐标  $Y$ , 网页宽度  $M$ , 网页高度  $N$ . 通过网页块的相对空间位置来定义网页空间位置, 其定义为

## 算法 8

(1) 网页分块在网页的上、下、左和右位置, 文字数量与链接数量的比小于  $F_1$ , 则该块为噪音分块.

(2) 网页块在中间位置, 文字数量与链接数量的比小于  $F_2$ , 则该块为噪音分块.

(3) 如果网页块整块内容为 Flash 文件, 判断该块为噪音块.

(4) 网页中含有行数超过 3 的 Text 控件, 判断该块为噪音块.

#### 3.2 改进的排序算法描述

本算法采用 VIPS 对网页进行分块, 并利用制定的规则净化网页, 从而达到优化排序算法的目的. 具体算法如下:

输入: 网页库  $P$  和查询  $Q$ , 阈值  $F_1, F_2, R_1, R_2, R_3, R_4$ .

输出: 排好序的页面集合  $Sp$ .

(1) 统一化网页, 规整网页中不规则的标签.

(2) 对网页  $P_i$  利用 VIPS 进行分块.

(3) 利用规则判断和去除网页中的噪音, 达到净化网页的目的.

(4) 过滤停用词.

(5) 获取关键词.

(6) 利用关键词的位置和频次加权计算出查询词  $Q$  与网页  $P_i$  的相关度.

(7) Return  $Sp$ .

从算法中可以看出, 所有文档都是经过净化再去参加相关度的计算, 而且是在用户进行检索时实时计算出来的. 式(1) 为词频位置加权算法的典型公式, 用于计算某文档对应于用户查询关键字的得分.

#### 算法 9

式中:  $s_j$  为文档  $j$  对应于用户查询词的得分;  $c_j$  为文档  $j$  中包含的所有可供查询的词条数量;  $t_{ij}$  为查询词  $i$  在文档  $j$  中出现的频率;  $f_i$  为查询词  $i$  在文档中出现的倒排词频;  $b$  为在索引过程中设置的字段参数, 通常为 1.0. 其中

#### 算法 10

和文档无关, 不会影响文档的排名. 式(2) 中  $l_j$  为文档  $j$  的长度, 可以看出经过网页分块并净化网页后, 对  $r$  的影响比较大, 而  $r$  为式(1) 中影响排序得分的重要因素. 假设有两篇文本内容如下:

a. txt: I am a student . Her e is an advert isement.

b. txt : I am a student.

根据式(2), 可算得  $r$  分别为 0.3125 和 0.5. b.txt 为 a.txt 去除了广告主题后的内容, 可以看出 b.txt 中内容的  $r$  得到了提高, 从而整个的排序得分提高. 经过网页分块、净化后, 改进算法用净化后的网页代替整张网页参与检索, 提高排序的正确性.

网站合理的内链结构布局。

目前来讲, 外链的地位已不再像之前那样是 SEO 优化的核心, 外链为皇的时代早就过去了, 如今更为重要的就是网站内容, 而内链就好比一张蜘蛛网一样, 起着连接和传递网站系统化内容的作用。所以, 内链设置必须注重合理、呼应, 避免重复、堆积, 这样更利于搜索引擎的抓取和收录。

从目前掌握的情况而言, 很多人都喜欢给首页做一个超链接, 做回链是需要掌握一个度的, 一般情况下, 一个独立页面做上 1-2 个内链就可以了, 导航以及面包屑导航就是最好的内链, 因此, 在做内链的时候千万别滥用, 否则会被百度惩罚, 认为你的网站是为了做排名而做排名, 不具备用户搜索的参考价值。优化建议: 做好具有引导性的内链, 大量的回链犹如“七伤拳”, 用得好利于排名, 用不好则属于自残, 在这里, 建议广大的 SEO 千万不要在底部或者文章中做太多的内链, 要做符合用户搜索的内容。

好的域名及稳定的服务器和打开速度。

对于优化而言, 好的域名主要是指域名中包含关键词或者企业名称, 最好简短易记。其

次，就是老域名和新域名的区分，当然老域名更利于优化。域名只是影响优化的一小部分，而网站服务器的稳定性和打开速度却是极为重要的一部分。数据调查显示，通常一个打开速度较慢的站点会减少 60% 的流量，而且网站一旦出现服务器异常，打不开，可能就会造成对搜索引擎的不友好现象，收录成为困难。

有规律的产生日常更新维护。

如今的搜索引擎更注重高质量的原创内容，而高质量的标准取决于可读性、稀缺性、价值性三个方面。所以，大家在更新网站内容的时候要把握好这几项，高质量的原创内容一直是网站用户和搜索引擎喜欢的，当然这里说的原创也并非原创，很多朋友都能理解这块，比如某个网站发布一篇类似文章，但由于对方排版不清晰该插入图片或视频的地方未进行操作密密麻麻的文章给人一种感觉都不是很友好，此时我们又需要这篇文章怎么办，解决对方未完成的细节问题再发布，搜索引擎依然会认为你的文章比你抄袭的文章更有价值意思。

美观、有逻辑性的排版布局。

因为现在的网民审美及网站功能各方面的要求提高，美观似乎已成为每个网站的基本要求，因为只有满足了用户的浏览及感官体验，才能达到所谓的用户体验和粘度。但是美观并不代表就一定有酷炫的功能和风格，因为 JS、FLASH 等特效方式的渲染力虽大于图片，但是搜索引擎是抓不到，对搜索引擎来说是不友好的。所以，在保证美观、逻辑性的排版布局的同时，JS 等特殊效果尽量少用。但目前从泽民了解的情况而言 JS 百度也是可以抓取的。

有些朋友每天更新文章，但排版乱七八糟，字体忽大忽小，要么就是文字过多，一张图片也没有，密密麻麻的文字，或者是文字小得可怜，正常情况下，14px-16px 的字体是最适合用户阅读的，建议大家在为网站更新文章的时候，最好用图文并茂的模式，排版干净整洁，赢得客户的第一印象，搜索引擎也会根据页面的整洁度给予好的评分。

合理利用优化标签。

你是否合理的运用了这些标签?很多人不会用，也有很多人会用但使用过度了，标签是优化常用的一个标签，在单页面优化中，它的存在也是对页面优化起到了很大的促进作用，在最能突出页面内容的地方加上 会让搜索引擎优先抓取，然后在一层一层往下面抓取，会让搜索引擎更好的了解该页面的核心内容，但一个页面只能有一对，至于 可以使用多次，但要使用合理。

三大标签 TDK 的正确写。

我想这个时候肯定有人会问我为什么把标题写法最主要的一点写在最后，正因为重要我才写到最好，判断一个合格的 SEO 人员首先是看你写的标题是否完美，常见的标题写法就是把公司做的产品词全部写在标题上，这是百分之 80 SEO 人员的通病，百度在之前对标题的写法做出的回应具体如下：

网站首页 title 的写法：网站标题 ? 或者 ? 网站标题\_服务词或者产品词;

网站频道页 title 的写法：频道名称\_网站名称;

网站文章页 title 的写法：文章标题\_频道名称\_网站名称;

这种写法符合重要的内容放在 title 前面，权重从左到右依次递减的规则。

这里在补充一点，在写标题的时候一定要考虑到百度的分词算法，很多人都不知道，分词的规则：a，在百度搜索一个三个以三个以下汉字的关键词，百度不会对关键词进行分割，百度显示的是所有匹配完整关键词的搜索结果;b，在百度搜索四个汉字以上的关键词，百度会对关键词进行分割，百度会显示完整关键词和组合关键词的搜索结果;分词后组合的方式有非常多种，对我们 SEO 来说，最有价值的还是分词的正向最大匹配法以及逆向匹配法。说白了，就是 title 在分词后，可以正向和反向的组合不同的关键词。

优质的内外链接：我们的内链如果做得好，让我们更加容易的找到自己想要的资料，让网民更好的阅读我们的文章，这样网民停留在我们网页的时间也变久了，对于权重的提升



很有帮助优质是外链要从友情链接做起,不求多但求精,质量重于数量,多寻找一些高质量的友情链接,不仅能提升网站权重,还能辅助相关的关键字提升。

搜索引擎方面的技术来了!今天和大家分享的是关于如何快速提高搜狗收录技巧提升!希望对大家在搜狗 SEO 方面有所帮助! 登录过搜狗站长平台都知道,搜狗站长平台改版了之后,也推出了一些工具。细心的朋友在搜狗学院里应该有注意到 **sitemap** 链接提交,但搜狗的 **Sitemap** 采用邀请制,也就是并不是所有的网站都可以使用 **sitemap** 权限。对于一些想做搜狗排名的朋友来说,没有 **sitemap** 提交方式,肯定会少很多收录和流量的机会。

是不是苦恼这样没权限

那么有没有办法做到没有 **sitemap** 权限也能强开 **sitemap** 权限提交 **sitemap** 地址呢? 当然有!下面就来具体说下没有 **sitemap** 权限怎么提交:

1、注册搜狗站长平台,添加需要提交 **sitemap** 的站点 搜狗站长平台地址:  
<http://zhazhang.sogou.com/> 具体怎么添加站点这里不细说,相信大家都懂。

2、登录搜狗站长平台,头部导航点击网站支持后鼠标右击查看源代码  
或者直接在浏览器打开:

`view-source:http://zhazhang.sogou.com/index.php/statistics/index`

一般代码再 90 行左右

找到这个 ID,然后打开以下地址:

<http://zhazhang.sogou.com/index.php/sitemap/create/id/>这儿填刚才获取的 ID

在下面的页面输入 **sitemap** 地址提交即可。温馨提示:在提交之前,建议大家先查看搜狗 **sitemap** 提交注意事项,避免错误提交或无效提交。

第二种办法:

搜狗抓取诊断抓取一周(7天)抓取地址:

<http://zhazhang.sogou.com/index.php/sitefb/addPressure>

网站改版时最容易出现什么问题?

网站改版最容易出现的问题就是排名大幅度降低,网站不收录,以至于直接降权,这是改版最容易出现的问题,其实这些问题只要我们合理的注意,是可以进行避免的,网站改版其实很简单,没有哪么难,只要把几个重心点给把握住,一般都不会有问题。

如果网站改版后出现了问题怎么办?

如果因为你的失误把网站改的,不收录了,排名大幅度下降等情况,你现在马上要做的是,把之前备份的程序恢复回去,过一段时间权重数据就会恢复过来,然后在重新改版,把以前的容易降权的细节给屏蔽掉就可以了,下面为大家进行分享网站改版的具体建议和思路!

网站改版具体建议和思路(核心重点)

1.不要修改三大标签(就算修改,框架不能变)

第一点,你网站可以改版,但是三大标签别轻易修改,这个是非常重要的,如果大家执意要修改,可以合理替换标签中的问题,不要一下子都给改掉,会容易直接导致降权风险,大家切记这一点,一定要注意,三大标签的整体框架,比如字数,段落,都要合理保留,修改幅度当然是越低越好了。

2.不能动 URL,不到万不得已不要去动(非常核心)

第二点,就是网站 URL,我们都知道,网站的权重都记录在 URL 上面,你只要一改掉,马上之前的权重全部都消失了,就算提交改版规则,也是需要一定时间才能恢复,这个时候网站必然会面临降权,合理的处理方式是,建立新的 URL 体系,老的不要删除,一直保留就行了。

3.千万记住页面内容轻易别删除(可以增加)

第三点是千万要记住页面,不要輕易的删除,比如有 100 个页面,已经被收录了,对我们公业务帮助不是太大,你决定删除,其实没有必要,一直保留对你们也不会有影响,不要为网站增加空连接或者死链接,这样对网站影响是很大的。

4.栏目可以隐藏,但是不要删除

另外就是网站栏目,不要輕易删除,比如你有 10 个栏目,这个时候需要建立一个新的,老栏目不想要了,你可以把老栏目隐藏掉,但是不要删除,如果删除,栏目下所有页面链接全部都成了死链接,不要这样操作,隐藏即可。

5.页面主体关键词布局,不要輕易改变

第五点,页面主体的布局,和关键词布局一般来说不要輕易动,当然了,你可以素以添加元素,但是不要随意的删除某些元素,当然了,修改板块元素,是可以的,但是基本文字,关键词要保留一些,总之就是板块能不删就别删,但你可以任意增加板块,这是没问题的。

最后给大家的建议!

网站改版你如果按照我上面的策略改,是没有什么事的,但是也有一些地方你动不了,就是无法改的那么彻底,所以你就要明白一点,网站初期建立是非常重要的,一定要考虑周全,也要保留一些扩展性,方便以后去整改,或者说方便以后扩展业务。

虽然改版有的时候是必须要进行的,但是大家一定要谨慎处理,能不动则不动,好了

网站 SEO 优化做一个有商业价值的关键词,一个有百度指数的关键词,都要经过深思熟虑,因为如果选到一个好的有定向流量的关键词,而竞争度又小的长尾关键词,那么给我们带来的利益是很不错的。一般我们做一个有指数的词的流量,是可以算出来的。假如我做一个百度指数有 1000 的关键词,你做到百度第一位,一般有 50%的流量,第二位有 30%的流量,第三位有 10%的流量,而首页最后一位,也就是第十位也有 10%的流量。如何你是卖产品的,那么结合你的转化率就可以算出你的大体利润。选择一个有定向流量而竞争度小的关键词,用 SEO 做到百度第一,提高转化率,这就是网络暴利产品的思路。

寻找相关联的关键词,一般也可以找同义词。

查找这个关键词的百度百科或百度词典。例如:图书馆是搜集、整理、收藏图书资料以供人阅览、参考的机构,图书馆的阅览室一般分为普通阅览室、专门阅览室和参考研究室 3 种类型。我们可以先把这些词给列出来,再去百度百科里找相关的词,得到的词语都是非常有价值的词语,都可以延伸。

找反义词,英文词。

有同义词就有反义词,例如喜欢-讨厌,丑陋-美丽,哭-笑等等,这样就可以挖掘出很多关键

词，英文词也是一样的道理。

去百度知道寻找。

百度知道本来就是一个聚集万千长尾关键词的地方，在里面查找是最好不过了，而且里面提问的人都是有需求的人，查找到的词都是非常符合产品需求的词，当然要排除里面有做广告的。

利用错别字，拼音，英语。

很多人的教育水平都不同，各地搜索习惯也不同，各种地方的叫法也不同，各个输入法也是不同的，我们要充分从用户角度出发。这次主要是针对产品关键词的一些搜索方式，具体的还是需要各位去领悟的。

长尾关键词在网站优化中的作用

分析网站的搜索流量和关键词，我们发现：对于一般小型网站，目标关键词带来的流量占网站总搜索流量的绝大部分。

存在于网站目录页、内容页的关键词也会带来流量，但为数不多。网站上非目标关键词但也可以带来搜索流量的关键词，称为长尾关键词。现实中的热门关键词只占到网上搜索词的 30% 左右，而剩下的 70% 都是长尾词。研究长尾关键词相关知识，对网站至关重要，长尾词也能给网站带来以下好处：

很多长尾都是以问答形式来呈现出来的词句，如果以问答形式来体现到网站里的话，搜索引擎对比较专业的回答也会给予加分，如果有用户系统存在的话还可以提高用户的质量，比如现在的百度知道、QQ 的问问、360 问答、医疗类也有很多问答类型网站都是做的比较成功的。

长尾词优化起来比其他主关键词要简单容易的多，有时候可能只要在稍微在内容页里面插一些长尾词以后，就能出一些排名，几乎不用费尽心思去对页面进行一系列的优化。

扩散一个品牌或者一种物品的词句，比如通过“SEO”，这些样词句，可以拉伸出“SEO 优化”等等一系列的长尾词从而可以扩大自己的浏览率，浏览率高了自然商品或者品牌的转化率就一起提高了。信任度的提高，可以把品牌词融进长尾词以后提高搜索引擎对网站的信任度。用户搜索一个问题的时候，他已经认为要找到这样的问题了，如果出来的答案与他的问题相匹配的话，肯定就是他想要的这个结果，所以对于转换率提高是肯定有提高作用的

教你回顾域名的前世今生，看网页历史快照。怎么查看老域名的历史网页快照，今天直接给大家两种办法。

第一种:国外版工具

这个工具需要翻墙，一般香港 IP 就能解决国内访问速度慢的问题，这个工具强大到你怀疑人生，只要网站在互联网有历史建站记录，那么只要网站每次大改版，或者网站小改动，工具就会记录下改动的快照，并进行归档缓存，堪称网站的时光机。

1

第二种方法：国内工具

国内其实也是调用国外那个工具的，只不过阉割了不少功能，比如历史缓存快照不全。也是各有利弊吧，这个工具就是橘子 SEO，进入橘子 SEO 然后注册账号，这个网站目前一天只能免费查询 2 个域名的快照，记得把域名输入对啊。不然浪费机会再想查询就要充值积分了，而国外的那个工具你随便查询，没有一点限制是不是很牛逼。下图为橘子 SEO 历史快照查

询工具，点击图片可放大。

习惯用国外的工具，非常方便，功能也强大，能看好多年的历史快照，对于一些选取老域名的站长来说，用这个工具直接能看出他的前世今生，是不是做过非法内容，用工具一下就能看出来。如果在使用中，有不明白的也可以咨询站长。

114 网站查询(建站时间): <http://www.link114.cn/whois/>

爱站网: <http://www.aizhan.com/>

站长工具域名查询: <http://whois.chinaz.com/> <https://www.semrush.com/info/> (建议使用 [www.arefs.com](http://www.arefs.com) 查询)

<http://tool.f9seo.com/snapshot/>

<https://web.archive.org>

最新微信域名防封技术，如何防屏蔽

微信屏蔽的原理

一：微信系统的两个检测手段：第一是系统的自动检测，第二是微信工作人员的人工检测。

二. 人工的检测很好理解，有用户投诉举报，在多少时间内积累多少次的举报量，就有工作人员介入，开始人工检测。——大站做防护解决

三. 自动检测系统是用户访问域名后跟踪域名内部非法违规的关键词——跳转代码解决 3.. 微信屏蔽域名后，出现如图。系统或人工拉黑处理，同时记录域名以及路径，进入 black list——更换域名解决

具体解决方法

一、老站和知名站点的域名

其实是跳板原理。建站时间久和行业内相对知名的域名最不容易被微信封杀，当跳转代码注入到上述网站再利用安防等我网址做跳转，指向落地页，被微信封杀的可能性微乎其微；也有同行用融合软件解决，这个问题我可以和大家单独讨论。

二、微信域名检测接口

微信域名检测接口，推荐使用一家的，快速而且稳定。

三、换域名和屏蔽微信右上角举报按钮

把 A 域名，作为分享域名；把 B 域名，作为落地域名（也就是用户访问看到的域名）；只有从 A 域名跳转到 B 域名，B 域名显示的才是我们想展示给用户的内容，如果直接复制 B 的网址，打开的只是一个错误页面或者不违规的内容，也就是说如果 TA 点击右上角举报，举报的和访问的虽然是同一个网址，可是显示的内容却不同。从而最大限度地防止域名被封杀。

通过技术，屏蔽微信右上角的举报按钮，直接让用户无法举报，直接屏蔽了微信的举报功能，效果很不错。

信息流线索有效率太低怎么办？

账户层级

流量版位选择

巨量引擎的穿山甲，像百度的白青藤、广点通的优量汇

像巨量引擎,它就是头条、抖音、火山、西瓜这就是站内流量;站外流量的话就是穿山甲

排除无效流量较多的地区

通过地区的筛选,很多地区留的电话,比如新疆无效线索特别多。那么你就要分析,哪些地区来的信息流线索有效率特别差,需要去排除这些地区。

除了无效流量比较多的地区,像竞争对手比较多,因为竞争比较多,所以存在很多的假量,所以建议这些竞争对手比较多的地区,尽量不要投放。

排除包

排除账户已转化的人群

需要把之前的已转化的,或者之前无效的线索做人群包上传,做排除包

创意层级

创意不要太标题党

创文案案、标题,不要为了体现一些“噱头”引导用户点击,而过于标题党。

比如:“学了这门信息流课程,能让你月入十万”、“马上来领取信息流干货资料”,这些就是标题党。

用户看了之后可能没想要了解课程,只是想要赚钱,或者知识冲着免费资料来的,想要白嫖,所以才进行点击的,对于这部分人来说,信息流线索有效率很定会低一些的,相反哪些看硬广有效率更高。

降低视频内容诱导性

如何提升信息流线索质量?当你的信息流线索有效率比较低的时候,不妨去看看是否有一条视频爆了,带来了转化,但是有效率特别低,进而拉低了我们账户整体的有效率。

爆款视频应该怎么去做?

可以在爆款视频片头加一个硬广,黑色为底的做一个旁白,把你的卖点还有你的内容、产品先通过片头筛选对用户进行下筛选。

去掉附加创意

巨量引擎这块,当我们用高级创意(创意层级右下角加一个电话拨打,加一个咨询按钮,加一个表单提交,不需要经过页面,在创意层级点击按钮就可以提交表单进行咨询,进行打电话)时,就会导致线索质量度比较差。

所以当你附加创意的来源特别多的话,就是你的附加创意导致信息流线索有效率特别差,带来一些低质量的流量,所以应该将这个去掉。

页面

表单加验证码

不加验证码和加上验证码线索有效率能差 30%多接近 40%的有效率。像巨量引擎、头条这块有默认智能验证,百度、广点通想要提升信息流线索有效率,就需要在表单添加时加上验证码。

多加表单选项

基本的表单选项有姓名电话,有的甚至是单电话加验证码。如果我们多加一些提高用户提交表单的难度,比如加上地区、加上预算、加上户型,其他类别的信息,性别、年龄等等,统计更多的信息,意向不高的用户在填写时,可能就会直接放弃,由此可以提高我们的有效率。

页面内容含有免费、领取噱头

当然这些噱头是很多优化师经常用的,比如领取资料,领取项目方案、领取XX代金券……

如果你需要量的话,可以用这些,但是如果你当前有量,但是想要提高质量那么换一种说法,比如“立即提交信息”,就是提交表单,硬广让它提交电话,提交完再弹个框,告诉他 24 小时内会有人联系你,请保持你的电话畅通,告诉用户有人会给他打电话

加咨询工具

咨询工具需要客服实时的去接待,而通过咨询工具去沟通完留下的线索意向是更高的,比表单直接提交的意向要更高一些

## 搜索词报告怎么分析?

规避

### 1、找到低意向搜索词

这需要我们对关键词购买阶段有更加深入的了解,增加高意向流量,规避低意向流量。

### 2、找到无效下拉搜索词

下拉词展现高点击率低,搜索意图较低,找到下拉词进行有效规避。

### 3、找到恶意点击流量

有时候看着搜索词很精确,意向也很强但就是没转化,这种情况可能就是遇到了恶意点击或者恶意刷量。

如何规避无效流量

第一步打开商盾,进入“屏蔽管理”后,选择“手动展现屏蔽”,点击“新增商盾 ID+IP 屏蔽”;

第二步打开实时访客,找到他的入口页面,找到“&sdckid”与“&bd\_vid”中间的一串符号,这就是他的商盾 ID;

最后一步将要屏蔽的商盾 ID 和 IP 地址添加上去即可

很多搜索词报告中,搜索词跟关键词一模一样,但就是没有咨询没有转化

## 怎样让素材利用率最大化?

计划

老计划衰退,新计划跑不起来怎么办?

重新继续建计划进行测试。信息流投放是老计划衰退和新计划起量不断交替的过程,不断在波动中实现整个的均衡,作为优化师我们能做的就是缩短波谷存在的时间。

这就要求在老计划衰退时提前判断,然后通过操作延长计划的生命周期,在操作的同时补充新计划来提前布局新的流量。

在进行新计划投放时,可以参考之前的标杆计划,但不要过度依赖,需要有部分全部不一样的计划维度来探索新的流量,这样账户才能更好的起量。

怎样让素材利用率最大化?

涉及到老素材的利用率的问题,虽然现在渠道特别是巨量引擎对于重复使用的老素材打压比较严重,但是大家可以通过下面 2 个方法来提高老账户的使用率。

1) 混剪:很多行业大部分的素材都是混剪出来的,混剪时,更换前 3 秒片头的效果最好,然后是更换 BGM 或者配音;

2) 多账户投放:因为一个素材不可能在多个账户中都爆量,多以哪个账户素材跑起来了,就重点去投放,每个账户每条素材都过一遍,跑不起来就轮替这个素材,哪个起量跑哪个

千川没单，成本很高怎么办？

没单”应该投放的巨量千川短视频图文带货，所以要想出单降低成本，首先要清楚爆款产品怎么选。选择爆品时需要注意这几个点：

- 1) 品类：对比同类产品的卖点、页面及客单价，你的产品是否具有竞争力；
- 2) SKU：套餐规格是否合理，能否满足大部分人的需求，是否具有吸引力；
- 3) 素材：现在巨量千川素材都在往种草方面过渡，所以之前鲁班的单纯的产品介绍、优惠打折等，已经不太好起量了；
- 4) 好评：在商品页面，一定要有几个带图片的好评，以此提高转化率。

头条信息流账户成本突然波动，是什么原因？

- 1、周六、周一、节假日等这种人群习惯有大的变动的时候，出现波动；
- 2、今天上午时段在昨天没有投放，所以计划需要探索上午新的流量；
- 3、大盘头条 60%-70%的计划生命周期只有一天；

为什么复制和实际加粉差距会这么大？

- 1、代码是否安装错误，重新安装代码；
- 2、微信账号被限制，或者被标记为非正常状态账号，可以用其他账号多做测试；
- 3、微信账号昵称对应页面、微信号，要简单不要太长、同时可以通过个性签名来吸引访客；
- 4、微信复制按钮过多，导致误点很多；
- 5、页面出现问题，及时更换页面；
- 6、账户流量质量差，新建计划重新跑模型，重新调整流量；
- 7、竞争对手恶意复制，去掉有效率低的城市。

为什么广点通账户活不过三天，就开始衰退？

因为广点通的话，广告生命周期短是很正常的，因为现在广点通学习期只有一天，起得快死的也快，因此需要保持充足的上新，才能在老计划死去之后及时补起来，实现整体的稳定。

广点通的素材其实是可以重复使用的，比如这个广告第一条效果好，第二天就变差了，可以直接将其复制出来重新去投放，如果是老计划的话，直接停掉即可。

素材同质化严重怎么办？

素材方向

- 1) 它是什么视频类型的，是情景剧口播还是产品介绍比较多
- 2) 视频的开场噱头，是以什么样的形式来展现的？是吵架、拍桌子，还是疑问，或者直接买点陈述？
- 3) 拍摄场地是以什么地方为背景的，是办公室、户外、还是以纯色的背景为主
- 4) 视频内容讲的是什么？怎么讲的、谁讲的？

素材起量

原创的素材要比搬运的素材更好起量，特别是巨量引擎，如果你的素材全是抄袭的，那么基本很难起量

爆过量的素材现在变差了，还可以尝试再次投放，还有大概率再次起量

如果一个账户正在有爆量的素材，那么新素材会被受到压制很难起量，可以换一个账户测试新素材试一下

视频素材要比图片素材更好起量

### 素材同质化

①素材分割,越细越好;②画面翻转,做镜像处理;③镜头变化,放大或缩小;④增加画中画;⑤声音和画面分离;⑥改变视频速度。

可以降低素材的同质化,但是只有重新拍摄,必须是重新拍摄的素材,才算是新的素材

### 素材数量

建议一条计划下的创意不宜过多,4条左右比较合适,最好不要超过6条,不同尺寸的素材可以分开搭建。

如果需要做项目精细化运营,建议一个视频素材搭配3-4条文案比较合适,当然如果遇到有限,搭建的计划较少具体还要看素材充足程度,可以两三个素材搭配两三条文案。

### 没有素材

- 1、纯文本展示,只需要将相应的文案输入进去,就可以生成相应的视频样式
- 2、图片拼接,利用图片加文案,加 bgm 的形式进行轮播
- 3、系统提供了3秒左右的真人场景,直接在后面插入我们的视频即可,没有视频的教你一招,可以选择录屏,录好直接插入即可。

账户结构,决定推广效果是否理想,sem 推广怎么做优质账户

### sem 推广怎么做优质账户

#### 合理的添加关键词

字数一致,词义相同,放在一个单元。

对于新手来说,每个单元内的关键词数量不要超过30个,控制在5-15个最好,这是因为新手还不能完全掌控关键词,如果是有经验的老手,只要关键词的词性和长度都差不多,也可以适当添加到50、60个

而且词性要保持一致,比如关注价格的词,就都放在一起,而且关键词的长度尽量保持一直,最好不要出现,有的词7个字,有的词14个字的情况。

#### 合理的账户设置

尤其是新账户,要设置合理的推广预算和推广地区

#### 合理建计划,账户扁平化

衡量账户结构是否合理,就看“能不能快速统计出各维度的效果”

不要在一个账户中只建一个计划,然后在计划里建很多个单元,要合理建计划,方便统计,当效果波动时,能快速锁定稳定

#### 合理布局创意

一个单元内至少添加2条创意,最好根据不同的特点针对性的撰写创意

## 挖掘英文老域名(教程)

### 准备工具

- 1、域名购买网站,国内可以到“聚名网”“阿里云”等可以直接购买的域名网站,国外可选“Godaddy”“Expired Domains”gname
- 2、域名历史查看 Wayback Machine, 聚查网(批量查域名历史)、时光机、桔子 seo



### 3、外链查看工具: Semrush

操作

1.找域名

2、将选择比较合适你的域名, 放到域名历史批量查询;

3、从以上域名中, 我们找出历史快照与我们需要建站的行业比较相关的关键词, 选择好后, 放到 semrush 查询数据情况。

4、域名放至 Semrush 中, 我们可以看到历史数据中该域名有关键词流量, 还需要查看 Backlink 有无一些垃圾外链等, 如果都是比较正常的描文本, 这个域名可以使用。

如何选择优质的老域名

freshdrop.com

老域名购买工具

选择好域名之后, 我们就需要判断下这个域名是否可以用于我们的产品。最好是选择之前就是做我们产品的域名, 我们就以 [foresightlighting.com](https://foresightlighting.com) 为例, 分析下这个域名是否可以用于做 Led 等的外贸网站。

我们利用 [web.archive.org](https://web.archive.org) 工具查看下这个网站的历史情况, 可以看到整个域名在 2004 年到 2018 年均有记录。我们可以点进去看看之前的网站长啥样, 这里 Lyle 就不截图, 进去看了下, 网站有做过 led 产品, 中间换个两三个网站, 从产品角度讲, 还是比较相关的。

判断老域名能否用于谷歌 SEO

找到和产品相关的的老域名之后, 先不要急着购买, 我们还要看下这个域名有没有被谷歌 K 过。这里我想以一个客户咨询的案例为例进行分析。最近有一个客户叫我帮他分析下他的老域名还能不能用于谷歌 SEO, 这个老域名做的网站被黑过好几次, 现在谷歌收录的都是一堆博彩的页面。这位客户在注册新域名还是使用老域名建站的选择中非常为难也很迷茫。

在分析之前, 先声明一点, 网站被黑最大的原因是主机不行, 好的主机商自带仿黑保护机制, 能抵御 80% 的黑客入侵, 出了问题也能很快的解决。英文网站建议使用国外老牌的英文主机, 比国内的主机好的多。这位客户的网站则使用的是国内比较小众的一个主机, 是被黑的主要原因之一。

1、域名是否被谷歌 K 了?

第一谷歌是否惩罚了, 通过 site 检查收录, 发现网站是有收录的, 虽然是收录一些垃圾页面, 但是还在收录, 证明谷歌是没有 noindex。

也可以利用一个简单的工具去判断域名是否被谷歌惩罚了: [www.bannedcheck.com](https://www.bannedcheck.com)。判断方法也很简单, 打开 Banned Check, 把页面拉到底部, 把域名输入进去, 系统就会自动显示该域名是否被谷歌 K 了。从下面结果可以看到, 该域名是可以正常使用, 没有被谷歌 K。

外链

做的外链是否被健康了, 对于大部分外贸人来说, 并不是专业的 SEO 人士, 没必要买死贵死贵的外链工具, 直接注册一个 MOZ 账号, 使用 MOZ 的免费查下即可。检查了下外链情况, 也是良好。

2、是用新域名还是继续用老域名?

用老域名。这个域名的权重很高, 首页的权重已经高达 31, 整站也到了 26, 新站能达到这样的数据一般都要认真搞个 2-3 年。此外, 网站的 Spam Score 系数也是低至 0, 这个系数也很重要, 这个系数太高的话, 网站就接近于被谷歌惩罚的边缘了。

如果老域名的权重高, 外链资源好, 就算这个域名有一些负面效果, 也可

继续使用。但是如果老域名本身就有一些负面效果,权重又比较低,外链又不咋地,那么还是果断弃用,使用新域名吧

### 三、怎样消除老域名的负面影响

首先利用谷歌站长工具把已经收录的垃圾页面给 **noindex** 掉,网站上线之后再重新提交 **sitemap**,同时利用谷歌站长工具的拒绝垃圾外链工具把垃圾外链也拒绝掉

网站 BA 避免关站 屏蔽杭州 ip 阿里云

```
<?php
$http = false;
$http1 = $_SERVER['HTTP_USER_AGENT'];
if(strpos($http1, 'Googlebot') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'Baiduspider') > 0){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'Yahoo! Slurp') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'sogou spider') > 0){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'msnbot') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'Sosospider') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'YodaoBot') !== false || strpos($http1, 'OutfoxBot') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'Sogou web spider') !== false || strpos($http1, 'Sogou Orion spider') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'fast-webcrawler') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'Gaisbot') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'ia_archiver') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'altavista') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'lycos_spider') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'Inktomi slurp') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'googlebot-mobile') !== false){
    $http = true;
```

```
} else if(strpos($http1, '360Spider ') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'haosouspider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'Sogou News Spider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'YoudaoBot') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'bingbot') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'YisouSpider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'ia_archiver') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'EasouSpider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'JikeSpider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'Sogou blog') !== false){
$http = true;
}
if($http == false){
header("Location: 用户访问地址");
exit();
}
?>
```

```
<body style="background:#fff;">
<script type="text/javascript">
document.title = '网站建设中';
document.writeln("<p style=\"text-align:center\">");
document.writeln("<img src=\"图片地址\" /><br />");
document.writeln("<strong><span style=\"font-size:16px\"> 网 站 内 容 整 改
中.....</span><</p>");
</script>
<div style="display:none;height:0px;">
```

什么的域名有信任度 gov org

gov org edu 政务 art mil firm int net.cn 中国网络服务机构域名

gov.cn 中国政府机构域名

org.cn 中国非盈利组织域名 mobi pro 都是有价格前缀

## 404 页面维护可以取悦搜索引擎

什么原因会导致 404 页面的出现

- 1、当访问网页 url 发生变化, 而没有同步前台时;
- 2、网页文件发生位置改变, 后台没有同步更新;
- 3、网站更新改版后, 某一模板没有更新, 且原有模板调用文件也被删除;
- 4、文件被删除;
- 5、访问页面 js 文件或 css 文件无效;

如何查看网站是否存在 404 页面

在网页 url 后方输入任意字符, 点击回车访问该页面, 就可以看到该网站是否有 404 页面。

404 错误对网站有什么样的影响

如果一个网站没有 404 页面, 当客户访问网站某个页面时, 出现了一个错误页面, 绝大部分用户就会关掉该网站。而当你的网站做了 404 页面时, 用户就可以点击“回到首页”来继续访问你的网站, 这样就可以保留住用户, 增加用户体验舒适度。再者就是对于搜索引擎蜘蛛来说, 当蜘蛛有意访问死链接时, 如果没有 404 页面, 那么蜘蛛就访问到了一个死胡同里, 随后蜘蛛就会从你的网站离开, 减少了网站的收录率。而蜘蛛访问的是 404 页面的话, 蜘蛛就会顺着链接回去, 继续访问你的网站, 也就进而提高了网站的收录率

注意事项

- 1、在设置 404 页面时请不要设置自动跳转首页, 如果设置自动跳转首页的话, 请把跳转时间设置成 60 秒以上, 否则搜索引擎会认为作弊。
- 2、在设置 404 页面时, 应当在页面中加上一个“回到首页”的链接, 这样当用户访问网站发生错误时, 就可以回到首页继续访问了

## 营销趋势

影响者营销(网红营销)将从趋势演变为常见的营销策略。

视频营销人员将保持内容简短。

虽然长视频可以为观众提供有关产品、品牌或服务的深度和更全面、丰富的信息, 但 B2C 和 B2B 营销人员都知道, 通过短视频切入正题实际上会更有效。

创建短视频不仅需要更少的带宽, 而且这种类型的格式非常适合各种在线观众的快节奏实际。这可能就是 抖音、微视和快手等平台获得快速增长和捕获营销兴趣的原因。

移动优化将变得更加重要。

每年在线网站流量的一半以上来自移动设备, 包括平板电脑  
永久性的社交媒体帖子可能会取代短暂的内容。

企业将优先考虑社会责任。

体验式营销可能会卷土重来。

在物理场所或通过 AR/VR 平台

更多的企业将使用 SEO 来获得搜索流量。

必须确保我们的网站和内容尽可能容易被发现——尤其是在搜索引擎上——这可

以提供兼顾长期和短期的流量回报

图像和视频优化+语音搜索策略

反向链接和链接构建

虚拟活动将继续, 但一些品牌将减少投资。

更多的消费者将听到企业的音频内容。

消费者越来越多地寻找相关和真实的内容——尤其是来自企业的内容, 实时视频流和音频使企业能够与这些受众建立更多联系, 同时讨论他们的品牌、产品、专业知识或使命。除了能够在更真实、更接地气的环境中看到专家之外, 实时音频或视频流还通常具有互动功能, 例如评论、参与或举手机会, 让观众可以直接与主持流的人进行互动

入站营销仍将是成长型品牌的最佳实践。

消费者将进入虚拟现实 (VR) 和增强现实 (AR) 体验。

ABM 将联合更多的销售和营销团队。

虽然 ABM (基于客户的营销) 并不新鲜, 无论是初创公司还是大公司, 都越来越多的意识, 并开始实施这一营销理论, ABM 是一种营销 (或销售和营销) 技术, 营销人员可以利用销售团队提供的有关潜在客户和客户的信息来满足他们的营销需求。

## Google 官方全新 WordPress 插件: Site Kit

直接通过 WordPress 帐号获取 Google AdSense、Google Analytics (分析)、Google Search Console 和 PageSpeed Insights 提供的统一指标和分析数据。

### AdSense

Site Kit 可将您的 WordPress 网站与 AdSense 帐号相关联, 并为您将 AdSense 代码放置在您的所有网页上。该插件会为您网站的非 AMP 版本和 AMP 版本执行上述操作

您还可以直接在 Site Kit 内查看 AdSense 收入

Site Kit 信息中心内包含的其他 Google 工具

Search Console: 衡量您的网站获得的 Google 搜索流量及网站表现

Google Analytics (分析): 显示用户如何查找和使用您的网站, 以及如何与之互动

PageSpeed Insights: 分析您的网站, 并提议相应方法来提高网站速度

### 如何设置 Site Kit

转到您的 WordPress 信息中心, 然后点击“插件”菜单下的添加新插件。

搜索“Site Kit by Google”, 找到该插件, 然后点击现在安装。

安装完该插件后, 点击启用。

点击开始设置, 然后按照相应步骤设置 Site Kit。

完成设置后, 点击“AdSense”下的关联服务。您可以在 Site Kit 信息中心或“设置”标签页中找到此选项。

按照插件中的说明操作。我们建议您允许 Site Kit 放置 AdSense 代码, 该插件会在您网站的非 AMP 版本和 AMP 版本中均放置 AdSense 代码。

或通过 WordPress 官网下载 Site Kit: <https://wordpress.org/plugins/google-site-kit/>

注意: 为保证广告能够投放, 请确保您已在您的 AdSense 帐号中启用 AdSense 广告。Site Kit 无权更改您的 AdSense 帐号设置。

## 黑帽 seo 收徒 SEO 基础知识

确保网站是可以被索引的

一些常见的页面不能被访问的原因

隐藏在需要提交的表格中的链接

不能解析的 JavaScript 脚本中的链接

Flash、Java 和其他插件中的链接

PowerPoint 和 PDF 文件中的链接

指向被 meta Robots 标签、rel="NoFollow"和 robots.txt 屏蔽的页面的链接

页面上有上百个链接

frame(框架结构)和 iframe 里的链接

动态生成内容

网站通过 WebSocket 的方法渲染内容

使用诸如 Mustache 之类的 JS 模板引擎

什么样的网页可以被索引

确保页面可以在没有 JavaScript 下能被渲染。对于现在 JavaScript 语言的使用越来越多的情况下, 在使用 JS 模板引擎的时候也应该注意这样的问题。

在用户禁用了 JavaScript 的情况下, 保证所有的链接和页面是可以访问的。

确保爬虫可以看到所有的内容。那些用 JS 动态加载出来的对于爬虫来说是不

友好的

使用描述性的锚文本的网页

限制的页面上的链接数量。除去一些分类网站、导航网站之类有固定流量, 要不容易被认为垃圾网站。

确保页面能被索引。有一指向它的 URL

URL 应该遵循最佳实践。如 blog/how-to-driver 有更好的可读性

在正确的地方使用正确的关键词

把关键词放 URL 中

关键词应该是页面的标签

带有 H1 标签

图片文件名、ALT 属性带有关键词。

页面文字

加粗文字

Description 标签

## SEO 内容输出有限怎么办?

核心

百度搜索引擎比较青睐于更新频繁的网站, 如果长期在优化网站期间, 一直稳定更新优质原创且具备价值的内容, 网站就会得到搜索引擎的认可并给你想要的排名

网站文章内容

- 1、文章主体内容
- 2、H 标签，含标题，副标题
- 3、网站文章评论功能
- 4、每日更新文章的日期—精确到秒
- 5、页面服务器的打开速度，访问速度
- 6、页面的停留时间，抵达率，搜索关键词数据
- 7、页面的推荐页，热门页，相关性，入口和出口的输送

## SEO 项目实例：金融工具类网站 CMS 页面 tkd 优化

### 一、资讯中心 tkd

**Title:** 投资理财信息中心-银率网

**Keywords:** 投资理财，投资理财网，理财，房屋贷款，车贷，理财产品

**Description:** 银率网投资理财信息中心提供最新投资理财信息，包括房屋贷款，车贷，理财产品，储蓄，国债，外汇，黄金，基金，保险等方面的投资理财实时信息，银率投资理财专家为您解答各类理财常见问题。

资讯中心>>房屋贷款

**Title:** 房屋贷款，房贷信息-银率网

**Keywords:** 房贷，房屋贷款，房贷还款方式，房贷计算器，住房公积金，房贷利率，

**Description:** 银率网房贷信息中心为您提供最全面、客观的房屋贷款信息和房屋贷款入门知识和技巧，涉及房屋贷款还款方式、房贷利率、住房公积金、房贷案例解说、房贷政策、银行房贷产品以及各种房贷工具和房贷计算器等等。

资讯中心>>车贷及其他贷款

**Title:** 车贷和各类消费贷款-银率网

**Keywords:** 车贷，汽车贷款，汽车贷款利率，消费贷款，贷款计算器

**Description:** 车贷消费贷款信息中心提供最全面、客观的汽车贷款信息介绍、各类贷款常见问题解答、各类贷款案例分析以及最新银行贷款动态和各类贷款计算器，包括汽车贷款，消费贷款，助学贷款，助业贷款，抵押贷款，委托贷款，信用贷款，个人贷款等等。

资讯中心>>银行卡

**Title:** 银行卡，信用卡信息-银率网

**Keywords:** 信用卡，银行卡，信用卡申请，信用卡滞纳金，信用卡手续费，信用卡信用额度，信用卡透支 **Description:** 银率网银行卡信息中心提供全面、客观的银行卡信用卡入门知识以及信用卡常见问题解答，包括信用卡的申请，信用卡分期付款，信用卡网上支付，信用卡滞纳金，信用卡利息计算等，银率网为你制定完美信用卡理财方式。

资讯中心>>理财产品

**Title:** 投资，理财产品-银率网

**Keywords:** 理财产品，投资理财，银行理财产品，个人理财产品，债券型理财产品，理财入门，理财计算器 **Description:** 银率网理财产品信息中心提供最全面、客观的理财产品信息以及理财产品常见问题解答，包括理财产品入门知识，最新理财产品展示，投

资理财风险分析, 理财专家答疑, 理财产品查询等。

资讯中心>>储蓄国债

**Title:** 银行储蓄, 国债投资-银率网

**Keywords:** 国债, 债券投资, 国债投资技巧, 债券发行, 国债价格, 债券计算器, 储蓄计算器

**Description:** 银率网储蓄国债信息中心提供最全面客观的银行储蓄和债券投资信息以及银行储蓄和债券投资常见问题解答, 主要包括, 储蓄入门知识, 储蓄技巧, 债券投资, 国债投资技巧, 债券发行公告, 债券政策, 储蓄和债券计算器等。

资讯中心>>外汇

**Title:** 外汇投资-银率网

**Keywords:** 外汇, 炒汇, 汇率, 外汇投资, 外汇入门, 外汇政策, 外汇行情, 外汇保证金交易, **Description:** 银率网外汇投资信息中心提供全面客观的外汇投资信息和最新外汇市场行情, 并对各种外汇常见问题进行全面的分析解答, 包括外汇入门知识, 外汇投资技巧, 汇市要闻, 汇市行情, 外汇政策, 并提供外汇投资理财工具和外汇计算器等。

资讯中心>>黄金基金保险

**Title:** 黄金, 基金, 保险投资理财-银率网

**Keywords:** 投资理财, 基金投资, 黄金投资, 基金产品, 股票型基金, 混合型基金, 基金类型, 投资保险, 纸黄金, 实物黄金, 利率

**Description:** 提供全面客观的黄金、基金、保险投资信息和最新市场行情, 银率网专家为您解答关于黄金、基金、保险投资各类疑难问题, 包括基金投资入门, 黄金投资入门, 保险投资入门, 黄金、基金、保险产品查询分析推荐, 并提供在线黄金、基金、保险产品的查询工具等

产品比较 tkd

**Title:** 投资理财产品比较-银率网

**Keywords:** 投资理财产品, 投资理财, 理财工具, 理财计算器, 理财产品, 房贷计算器

**Description:** 银率网投资理财产品比较中心为你提供最全面客观的投资理财产品比较, 主要包括银行还款比较, 人民币房贷比较, 分期付款, 理财产品, 国债, 外汇, 银行卡比较, 理财收益计算器, 各类贷款利率比较, 通货膨胀影响投资计算器, 投资理财市场分析等

产品比较>>房屋贷款

**Title:** 房贷计算, 房屋贷款比较-银率网

**Keywords:** 房贷, 房贷计算, 房屋贷款, 房贷工具, 按揭房贷, 气球贷

**Description:** 房屋贷款比较, 提供全面、客观的房贷信息和房贷产品比较, 包括房贷入门知识, 房贷政策, 各种类型房贷还款方式以及房贷利率比较, 银行房贷审核查询, 更为客户提供各种房贷计算机和房贷还款计算器等等。

产品比较>>车贷及其他贷款

**Title:** 车贷, 消费贷款比较-银率网

**Keywords:** 车贷, 消费贷款, 贷款种类, 贷款工具, 贷款计算器

**Description:** 银率网车贷消费贷款中心投资理财专家为您提供全面客观的车贷消费贷款产品查询和比较, 让你轻松选择贷款方式, 主要包括汽车贷款, 一般消费贷款, 助学贷款, 助业贷款, 抵押贷款, 委托贷款, 信用贷款, 贷款市场行情, 更有投资理财专家在线答疑。

产品比较>>银行卡



**Title:** 银行卡, 信用卡理财比较-银率网

**Keywords:** 信用卡, 银行卡, 信用卡年费, 信用卡分期付款, 信用卡还款, 信用卡透支, 信用卡理财

**Description:** 银率网银行卡产品比较中心提供最全面客观的银行卡信用卡信息和信用卡理财方法, 对各银行信用卡做最全面的分析比较, 让你选择更适用的信用卡理财方式, 包括信用卡申请, 信用卡使用入门, 信用卡还款, 信用卡取现, 信用卡年费, 信用卡购物, 信用卡计算器等

产品比较>>理财产品

**Title:** 投资, 理财产品比较-银率网

**Keywords:** 理财产品, 投资理财产品, 理财技巧, 理财收益, 理财收益计算器, 最新理财产品

**Description:** 银率网理财产品比较中心提供了全面客观的理财产品信息比较和理财产品查询工具, 包括最新理财产品展示比较, 理财产品收益计算, 理财产品种类, 理财入门, 理财技巧, 更有银率网投资理财专家在线提供理财知识讲解。

产品比较>>储蓄国债

**Title:** 债券, 储蓄国债产品比较-银率网

**Keywords:** 债券, 储蓄, 国债, 储蓄利息, 国债报价, 国债交易, 国债投资入门, 国债投资技巧, 储蓄入门, 储蓄技巧

**Description:** 银率网储蓄, 债券产品比较中心, 提供全面客观的储蓄债券产品投资理财信息和比较, 主要包括储蓄银行国债报价, 柜台交易国债利率, 债券收益率计算, 储蓄利息计算, 国债投资技巧, 储蓄技巧, 银率网投资理财专家在线咨询等。

产品比较>>外汇

**Title:** 外汇理财产品比较-银率网

**Keywords:** 外汇投资理财, 外汇产品, 汇率, 外汇交易, 外汇保证金交易, 外汇理财产品, 外汇计算器 **Description:** 银率网外汇理财产品比较中心, 提供最全面客观的外汇理财产品比较, 主要包括外汇购买价格, 外汇交易指导, 外汇理财产品比较, 外汇收益计算器, 外汇交易培训, 外汇交易机构介绍, 银率网投资理财专家在线提供外汇知识咨询等。

产品比较>>黄金基金保险

**Title:** 黄金, 基金, 保险产品比较-银率网

**Keywords:** 理财产品, 基金产品, 基金费率, 保险产品, 投资保险产品查询, 纸黄金

**Description:** 银率网黄金基金保险产品比较中心提供了最全面客观的黄金基金保险产品比较, 主要包括基金产品比较, 基金费率查询, 保险产品比较, 投资储蓄保险查询, 实物黄金, 纸黄金, 纸黄金点查询, 更有银率网理财专家在线提供各类理财产品比较咨询

工具箱 tkd

**Title:** 理财工具, 理财计算器-银率网

**Keywords:** 理财计算器, 理财工具, 房贷计算器, 理财收益计算器, 外汇计算器

**Description:** 银率网理财工具中心提供最简单便捷的在线投资理财工具和理财计算器, 主要包括房贷计算器, 消费贷款计算器, 银行卡计算器, 储蓄国债计算器, 外汇计算器, 还款计算器, 以及最新投资理财产品查询和理财收益计算器等。

工具箱>>房屋贷款

**Title:** 房屋贷款, 房贷计算器-银率网

**Keywords:** 房贷计算器, 房贷还款计算, 商业贷款计算器, 公积金贷款计算器, 房贷利率

**Description:** 银率网房贷计算器中心为您提供最简单易于使用的房贷计算器, 主要有商业贷款计算器, 公积金贷款计算器, 预期还款计算器, 组合贷款计算器, 按揭购房税费计算器, 还款比较计算器, 公积金贷款额度计算器, 以及房贷还款方式计算器和房贷的一些基本知识。

工具箱>>车贷及其他贷款

**Title:** 汽车贷款消费贷款计算器-银率网

**Keywords:** 车贷, 汽车贷款, 消费贷款, 助学贷款计算器, 贷款利率, 利率计算器

**Description:** 银率网汽车贷款消费贷款计算器中心, 提供最简单易使用的汽车贷款计算器和消费贷款计算器, 主要有汽车贷款计算器, 消费贷款计算器, 助学贷款计算, 贷款还款状况计算器等一系列贷款计算器。

工具箱>>银行卡

**Title:** 银行卡, 信用卡计算器-银率网

**Keywords:** 信用卡分期付款计算器, 借记卡取款手续费计算器, 信用卡滞纳金计算器, 信用卡超限费计算器, 借记卡银行转账计算器, 信用卡预借现金取款手续费计算器

**Description:** 银率网银卡计算器中心提供最全面的信用卡借记卡费用计算器, 主要包括信用卡分期付款计算器, 借记卡取款手续费计算器, 信用卡滞纳金计算器, 信用卡超限费计算器, 借记卡银行转账计算器, 信用卡预借现金取款手续费计算器等。

工具箱>>理财产品

**Title:** 理财产品计算器-银率网

**Keywords:** 理财产品, 理财产品收益计算器, 外币理财产品收益计算器, 理财产品查询, 理财产品费用计算器

**Description:** 银率网理财产品计算器中心提供全面的理财产品计算和查询工具, 主要有理财产品收益计算器, 外币理财产品收益计算器, 理财产品查询, 理财产品费用计算器, 基金专户理财工具等。

工具箱>>储蓄国债

**Title:** 国债收益, 储蓄利率计算器-银率网

**Keywords:** 国债收益计算器, 储蓄利率计算器, 定期投资计算器, 储蓄产品查询, 债券购买收益计算器, 通货膨胀影响投资计算器

**Description:** 银率网国债收益, 储蓄利率计算工具中心提供全面的国债储蓄产品计算和查询工具, 主要有国债收益计算器, 储蓄利率计算器, 定期投资计算器, 人民币汇款查询, 储蓄产品查询, 债券购买收益计算器, 通货膨胀影响投资计算器以及储蓄国债投资入门知识等。

工具箱>>外汇

**Title:** 外汇投资理财计算器-银率网

**Keywords:** 外汇理财费用计算器, 外汇兑换计算器, 外汇理财产品查询, 外汇投资技巧, 外汇投资

**Description:** 银率网外汇投资理财计算器中心提供全面的外汇投资计算器查询工具让你轻松掌握外汇投资入门和技巧, 主要包括外汇理财费用计算器, 外汇兑换计算器, 外汇理财产品查询, 外汇汇款查询等

工具箱>>黄金基金保险

**Title:** 黄金基金保险投资理财计算器-银率网

**Keywords:** 投资收益计算器, 基金查询, 保险产品查询, 黄金产品查询, 基金认购, 纸黄金点差查询

**Description:** 银率网黄金、基金、保险投资理财产品计算器中心提供全面的黄金基金保险产品查询和计算, 主要包括投资收益计算器, 基金查询, 保险产品查询, 黄金产品查询, 基金认购, 纸黄金点差查询, 以及详细基金黄金投资理财知识等

黑帽 seo 收徒 SEO 诊断: 百度站长平台检测提示抓取异常是什么原因呢

抓取异常的原因有哪些

#### 一、网站异常

##### 1、dns 异常

当 Baiduspider 无法解析您网站的 IP 时, 会出现 DNS 异常。可能是您的网站 IP 地址错误, 或者域名服务商把 Baiduspider 封禁。请使用 WHOIS 或者 host 查询自己网站 IP 地址是否正确且可解析, 如果不正确或无法解析, 请与域名注册商联系, 更新您的 IP 地址。

##### 2、连接超时

抓取请求连接超时, 可能原因服务器过载, 网络不稳定。可以再次测试抓取

##### 3、抓取超时

抓取请求连接建立后, 下载页面速度过慢, 导致超时, 可能原因服务器过载, 带宽不足

##### 4、连接错误

无法连接或者连接建立后对方服务器拒绝。

#### 二、链接异常

##### 1、访问被拒绝

爬虫发起抓取, httpcode 返回码是 403。

##### 2、找不到页面

爬虫发起抓取, httpcode 返回码是 404。

##### 3、服务器错误

爬虫发起抓取, httpcode 返回码是 5XX。

##### 4、其他错误

爬虫发起抓取, httpcode 返回码是 4XX, 不包括 403 和 404。

WordPress IndexNow 提交教程, 让搜索引擎快速收录

IndexNow 是一种协议, 允许网站所有者将其网站上的新内容或修改内容通知多个搜索引擎。目前有 Bing 和 Yandex 加入, 据说 Google 也正在尝试接入 IndexNow。你只需要在网站页面发生变更时去通过这个协议 Ping 一下搜索引擎, 这届加入 IndexNow 的搜索引擎就会被成功通知到, 有利于搜索引擎快速的发现新 URL, 实现网站的快速收录

把相关的 WordPress IndexNow 提交代码分享出来, 代码如下(放置在当前使用主题的 functions.php 文件中即可)

```
//WordPress IndexNow
```

```
add_action('save_post','fanly_indexnow',10,3);
function fanly_indexnow($post_id, $post, $update){
    if($post->post_status!='publish') return;
    $key = '4fe21022a6554c5ca88ee4beb621f9f4';
    $api = 'https://api.indexnow.org/indexnow';
    $url = get_permalink($post_id);
    wp_remote_post( add_query_arg( ['url'=>$url,'key'=>$key], $api ), [
        'headers' => ['Content-Type'=>'application/json; charset=utf-8'],
        'timeout' => 10,
        'sslverify' => false,
        'blocking' => true,
        'body'      => json_encode([
            'host'      => parse_url($url)['host'],
            'key'       => $key,
            'urlList'   => [$url]
        ])
    ]);
}
```

使用说明

**\$key:** 8 - 128 个十六进制字符。密钥只能包含以下字符: 小写字母 (a-z), 大写字母 (A-Z), 数字 (0-9), 以及短破折号 (-)。

**\$api:** <https://api.indexnow.org/indexnow> 或 <https://www.bing.com/indexnow> 或 <https://yandex.com/indexnow> 三选一, 推荐第一个或第二个。

以上代码中\$**key** 和\$**api** 的值是可以修改的,同时\$**key** 的值放置在当前网站根目录需要放置同名 txt 文件, 例如:\$**key** = ‘4fe21022a6554c5ca88ee4beb621f9f4’ ;那么需要建立一个 4fe21022a6554c5ca88ee4beb621f9f4.txt 文件, 且 txt 文件内容也为 4fe21022a6554c5ca88ee4beb621f9f4, 放置在网站根目录。

<https://www.bing.com/indexnow>  
[https://www.indexnow.org/zh\\_cn/documentation](https://www.indexnow.org/zh_cn/documentation)

## 百度的中文分词三点原理

**百度中文分词算法:** 是一种基于搜索引擎的中文分词算法,它能更好地识别用户的需要,并能迅速地向用户提供需要的信息

### 三种分法

(1)基于理解: 傻瓜式匹配, 小于等于 3 个中文字符百度是不进行切词的, 比如搜索“大学堂”。

(2)基于统计: 百度把一个词标红的原因: 标红的词一般是一个关键词, 你搜索“学”字的时候, 百度它自认的把“学习”也当成了一个关键词, 所以出现“学习”这个词标红, 这就是百度分词法: 基于统计分词。

(3)基于字符串匹配 (百度的分词法: 正向最大切词法)

最大值和最小值 (最大值: 始终匹配至无字可配; 例如: 百度上的“湖南书院

房顶”，百度有一种分词算法，我们将其看成是一个黑箱，我们在百度中输入了几个关键字，然后根据百度的输出结果判断百度的分词算法。

正向和逆向（正向：由前向后；逆向分法（湖南大学堂房顶）：湖南大学房顶（刘强）正向分法：刘强。

逆向分法：刘强的方法。

百度也有自己的专属词库（无法分离），例如：著名的毛泽东（刘德华）等名人（例如：“购票困难”）。

### 百度官方：助力收录！ETag 使用效果对比&经验分享

sitemap 是解决网站收录至关重要的途径之一，而通常 sitemap 的更新都不是很及时，并且体量都相对较大，此时也消耗了相应的网站流量及带宽。而 ETag 可以用来标示网页是否发生了变化，如果没有变化返回 304 状态码，就不用再重新传输整个网页了。

在我们的 sitemap 配置了 ETag 之后，对日志一段时间的监测发现，其 sitemap 响应时间以及耗时的平均时间均大幅度下降，爬虫访问 sitemap 文件的次数有所增加，对于收录而言，通过图表也能看出相对的增长曲线，我们的整体收录率大致提升范围在 2% - 5% 左右。所以在此，强烈建议大家设置 sitemap 的 ETag，简简单单的一个小动作就能看到相对明显的效果还是很不错的。

ETag 全称 EntityTags，HTTP 协议规格说明中定义“ETag”为“被请求变量的实体值”。我们也可以把 ETag 理解为是一个客户端与服务器关联的记号。这个记号告诉客户端，当前网页在上次请求之后是否有发生变化，当发生变化时，ETag 的值重新计算，并返回 200 状态码。如果没有变化，返回 304 状态码。从而不会重新加载整个页面信息

#### sitemap 启用 Etag

- 1、 百度可以更及时地响应 sitemap 的更新；
- 2、 页面没有更新的情况下，对流量的消耗极小；
- 3、 百度更加及时的抓取 sitemap，便于更好的收录；

ETag 会与 Last-Modified 一起使用，这样可利用客户端（例如浏览器）的缓存。因为服务器首先产生 Last-Modified/ETag 标记，服务器可在稍后使用它来判断页面是否已经被修改。本质上，客户端通过将该记号传回服务器要求服务器验证其（客户端）缓存。

### 百度快照不更新的解决办法

#### 方法一

1. 请先登录百度账号
2. 找到想要投诉的搜索结果点击 “ 百度快照 ”
3. 在打开的百度快照页面上方点击 “ 投诉快照 ”
4. 按照提示填写信息进行提交

#### 方法二

- 1.复制您要删除/更新的快照地址
2. 前往百度服务中心 -> 快照删除与更新发起投诉 , 填写相关信息并提交。

百度站内搜索怎么设置(百度站内搜索代码)

登录百度站长平台,找到相对应的站点后往下拖到底,在左侧菜单的【网站组件】中找到【站内搜索】并点击。

在出现的页面中点击【现在使用】,如果是第一次设置百度站内搜索,请参考《如何设置百度站内搜索?》。如果以前已经设置好站内搜索,请直接进入相对应网站的管理后台

在出现的页面中,点击顶部菜单【结果页管理】

在出现的页面中,点击左侧菜单【嵌入式搜索结果】,即可在右侧看到设置嵌入式百度站内搜索结果页所需要的代码

登录我们的 WordPress 站点,新建一个页面,把编辑模式切换到“文本”模式,然后将第 4 步所得到的代码粘贴这个新建的页面,然后直接发布

将我们主题中涉及到百度站内搜索的链接地址更改为第 5 步新建页面的链接地址。如 Unite 主题,就是修改主题文件夹内的 inc\ search-baidu.php 文件中的

<http://zhannei.baidu.com/cse/search> 为 <http://yigujin.wang/baidu>

百度自动推送 php 实现代码

```
<?php
header('Content-Type:text/html;charset=utf-8');
$xmldata=file_get_contents("https://自己网站/sitemap.xml");
$xmlstring = simplexml_load_string($xmldata,'SimpleXMLElement',LIBXML_NOCDATA);
$value_array = json_decode(json_encode($xmlstring),true);
$url = [];
for ($i =0;$i < count($value_array['url']);$i++){
echo $value_array['url'][$i]['loc']. "<br/>";
$url[] = $value_array['url'][$i]['loc'];
}
$api ='百度站长的推送接口';
$ch = curl_init();
$options = array(
CURLOPT_URL => $api,
CURLOPT_POST => true,
CURLOPT_POSTFIELDS => implode("\n",$url),
CURLOPT_HTTPHEADER => array('Content-Type:text/plain'),
);
curl_setopt_array($ch, $options);
$result =curl_exec($ch);
echo $result;
?>
```

## 百家号快速上首页方案

- 1.必须认证，最好企业认证
  - 2.稳定更新原创，最好一天一更，图文并茂
  - 3.标题打的好，曝光少不了
  - 4.尽量避免明显广告意图
  - 5.主页搭建完善，粉丝量刷一点，评论点赞，创作等级保持 S
  - 6.内容和视频要有合集（长尾词命名也可以）
  - 7.账号 ID 用关键词延伸
- 做好发文章基本就多频率首页了

## 宝塔负载状态 100%时怎么解决？优化服务器详细教程

### 一、宝塔是什么软件？

宝塔 Windows 面板是提升运维效率的服务器管理软件，支持一键 WNMP/WAMP/IIS/SQLServer/集群/监控/网站/FTP/数据库/JAVA/PM2 等 100 多项服务器管理功能。

### 二、宝塔负载状态 100%时怎么解决？

#### 1、查找占用过大的应用

当宝塔负载状态 100%，CPU 占满 100%的时候，我们首先需要找到问题的原因，是什么情况导致，程序性能、服务器负载能力、并发访问、木马病毒、被植入了挖矿程序等等，首先我们通过文件>终端>登录后输入 top，查询占用率，一般我们比较关注 php-fpm，mysqld，这两个应用，PHP 建议安装 7.4 版本。

#### 2、php-fpm 占用过大时如何解决？

##### 1、php-fpm：适当限制 php 并发：

软件商店 - 找到 PHP-7.4 - 设置，找到性能调整，我的服务器是 2 核 4G 内存，可以参考下我的设置。max\_children 这个是并发数设置。

##### 2、安装 OPcache 与 Memcached 插件：

软件商店 - 找到 PHP-7.4 - 设置，找到安装插件，选择安装 OPcache 与 Memcached 插件。

#### 3、Mysqld 占用过大时如何解决？

软件商店 - 找到 MySQL - 设置 - 找到性能调整。可以根据你主机的配置，选择宝塔提供的优化方案。

#### 4、删除多余的功能

4.1、再次我们找到软件商店，在应用分类选择已安装，我们只需要安装好必备的，其它都可以删除掉，有些用户也安装也不少 PHP 的版本，我们建议只是安装 7.4 即可（以 Wordpress 为例）。

4.2、关闭监控 > 所在位置 监控>系统监控 关闭即可。

### 三、Wordpress 的优化

1、在 PHP-7.4 管理> 设置> 安装插件 > 找到 redis，选择安装即可。

2、Wordpress 插件安装 “Redis Object Cache”，安装完成后，点击启用，即可。

#### 四、CDN 的配置优化

性能优化|压缩

html

CSS

Js

宝塔环境如何配置，让你的服务器安全无忧

##### 防篡改插件

开启防篡改后.html 类型的文件就无法进行新增、修改和删除。不过一般来说防篡改主要是防护一些程序文件，比如.php、.asp 等文件，因为 html 文件需要经常更新，所以为了方便起见这个文件就不进行防护

当【防篡改开关】状态为关闭时，则防篡改服务停止，所有站点将失去保护

当站点【备份状态】和【锁定状态】为关闭时，当前站点失去保护

使用【备份模式】将会消耗和源站点一样多的空间

使用【锁定模式】不会占用空间，推荐使用

我们为您默认配置了能有效防止常见篡改木马入侵的配置

您可以通过【排除】按钮来编辑不受保护的目录名称

您可以通过【保护】按钮来编辑受保护的文件类型

##### 系统加固插件

为了防止宝塔自身服务被关闭，导致的防护失效

##### Nginx 防火墙

CC 防御 防御 CC 攻击，具体防御参数请到站点配置中调整

恶意容忍度 封锁连续恶意请求，请到站点配置中调整容忍阈值

GET-URI 过滤 过滤 uri、uri 参数中常见 sql 注入、xss 等攻击

GET-参数过滤 过滤 uri、uri 参数中常见 sql 注入、xss 等攻击

POST 过滤 过滤 POST 参数中常见 sql 注入、xss 等攻击

User-Agent 过滤 通常用于过滤浏览器、蜘蛛及一些自动扫描器

Cookie 过滤 过滤利用 Cookie 发起的渗透攻击

禁止国外访问 禁止中国大陆以外的地区访问站点

常见扫描器 过滤常见扫描测试工具的渗透测试

IP 白名单 所有规则对 IP 白名单无效

IP 黑名单 禁止访问的 IP

蜘蛛池 从云端获取蜘蛛池列表

URL 白名单 大部分规则对 URL 白名单无效

URL 黑名单 禁止访问的 URL 地址

##### 单站点限制

###### 伪静态

当访问一些不在规则允许内的文件时，会返回 404 页面



常见的网站被诊断出的问题有哪些

### 1.TDK 不规范

许多网站都存在 tdk（标题、描述、关键词）不规范的情况，一般问题是关键词堆砌、出现违禁词、字符超标等情况。

### 2.内容采集抄袭

一些网站上的内容的从其它网站上采集抄袭来的，如果网站上这样做，是十分容易被搜索引擎关进小黑屋，造成网站降权，甚至被 K。

### 3.网站排版乱

有些网站从框架、布局、产品、图片等一系列内容都排布的十分杂乱无章，要合理的对网站页面进行排版、规划结构层次、设置字体大小颜色、设置段落间距等，这样才能是搜索引擎抓取便捷且顺利。

### 4.内容质量以及丰富度

网站的内容质量以及内容的丰富程度是十分重要的，如果网站上内容质量低下，内容单一，这样在搜索引擎抓取的时候是对它十分不友好的，并且当用户来到网站上进行访问的时候，会影响到用户的体验程度，极大程度上的提高了网站的跳出率。

### 5.外部链接质量

外链的质量是看交换的网站是否导出的链接过多、网站是否降权，如果这样的链接过多，也会导致网站出现排名下降以及网站降权现象。

### 6.网站打开速度

网站页面的打开速度过慢不行，打开速度要控制在 2 秒以内，如果需等待的时间过长，会让用户失去耐心等待，将页面关闭，另外还会造成搜索引擎抓取不到网站内容而降低网站的收录速度以及收录量。

### 7.url 规范

首先，网站的 url 链接尽量不要使用中文，这样不利于搜索引擎抓取，使用拼音或者拼音缩写加词的方式。

其次，网站内页的 URL 层级不要过深，最深不要超过三层，过深的话，不利于搜索引擎爬行抓取网站内容。

另外，静态链接比动态链接好抓取，最好将动态链接改为伪静态链接。

## 垂直电商 B2C 进化三步曲——SEO 搜索优化指南

### 市场分析

垂直电商在价格和渠道上跑不赢综合类的电商平台，平台电商体量大、渠道广、在议价方面更有优势，或者用户也不清楚自己的购物需求，可以利用大数据分析，人性化的内容去吸引他们，为他们提供最佳的购物方案，创造购物需求

#### 1. 购买频率与转化

PGC（Professional Generated Content）专业生产（视频网站）、专家生产（微博），用来泛指个性化、视角多元化、传播民主化、社会关系虚拟化，相对部份产品类目，用户生命周期非常短，即主要为一次性顾客，这意味着垂直 B2C 的营销费用很高，因为每次都是开拓新用户，而综合 B2C 发展到一定阶段，就侧重于老客户营销，投入低更容易量化；

从商品耐用性维度，像手机、数码、家具等属于持久用品，用户购买频率

低,对于购买频率低的垂直电商品类,用户一般是新用户,买一次选择一次商家,要让用户购买时想到你,还要从竞争对手那里夺用户,就得不不停地推广、加大营销力度。同时这类商品一般是大额的理性购买,用户倾向于比价,垂直电商因为供应链的规模限制,很难具备综合电商的低成本优势带来的价格竞争力,如(尚品宅配\索菲亚)全屋定制类品牌商。

## 2. 垂直平台招商

基于传统零售出身,认为基于已有的采购、仓储及行业经验,可以将零售渠道顺利扩展到线上;专业化经营,将会有更好的服务质量和运营效率,以及带给消费者更全的品类和更低的价格,寻找一个特定的用户群

## 3. 数据驱动,品牌化,全球化

帮助垂直电商真正完成与用户的深度接触,增强用户黏性,ROI: (访客量 X 转化率 X 客单价=销售额);转化率是极为重要的一环,而数据的介入,则可以对它有着极大的正面影响。比如通过分析 **Bounce Rate** (跳出率)与 **Exit Rate** (退出率),商家可以了解到用户为什么很快跳出和离开,再结合其他指标,商家能够通过优化网站架构及内容,提高用户的参与度,最终影响到转化率

## 4. 发展精细化运营

以品质和服务为重,进行差异化创新,产品的专业化是垂直电商的首要优势,为了吸引用户、提高用户粘性,企业应注重产品质量和服务水平的提升,重视品牌营销,构建与供货商、服务商共赢的产业链,打造核心竞争力,避免掉入短期化的同质、低价竞争陷阱,垂直电商在经历了初期的黄金发展期后,在电商巨头的挤压与自身缺陷双重因素之下,行业发展艰缓,面临巨大挑战,但机遇与挑战是共存的,顾客的需求不仅是看到某个品类的集中展示和更低的价格,同时还要更多专业的服务,产品安全独特,售后服务完善,才能在品牌营销上取得长远发展;

弹窗广告是什么意思,弹窗广告对于 seo 的坏处

### 目的

弹窗广告是指打开网站后自动弹出的广告,无论点击还是不点击都会出现在用户的面前。用户一般都对这种强迫式的广告形式很厌恶,影响了访问用户的上网速度,还带有大量的不安全因素,因大多数浏览器会提供一些插件来屏蔽弹出广告。一般弹窗广告之中都具有强制性,并且可能包含挂马病毒,木马病毒。

简单说弹窗广告就是网站为了盈利而设置的强迫性的弹出广告,通常这些弹窗广告会严重影响到用户体验。当然,网站通常会设置“关闭”按钮,用户点击这个按钮后会关闭。另外有些网站还会设置广告弹出的时间,比如说设置 5 分钟,就是用户在关闭弹窗广告,五分钟后又会弹出。

### 弹窗广告对于网站优化的坏处

#### 1、弹窗广告对用户体验不利

百度较近一直在强调用户体验四个字,而弹窗广告对用户体验只有损害而无益,我们打个比方,假如你正在看电影,而这个时候网站却弹出了一弹窗广告,将你的精彩一幕打断了,这个时候你的心情如何。如果你不是特别喜欢这个网站的话,我想你已经将这个网站关闭了,这就是弹窗广告的好处,对用户体验产生了极大的影响。

#### 2、弹窗广告对搜索引擎优化有影响

百度不是倡导“用户至上”吗,而弹窗广告却与用户至上这四个字形成了鲜明

的对比,可以说在百度眼里:一切以损害用户体验为目的的行为都是对百度耍流氓。因此弹窗广告对网站的优化有极大的不利影响,或许就因为弹窗广告你的网站排名就上不去。

如何降低弹窗广告对网站 seo 的影响

### 1、定时弹窗

所谓的定时弹窗,它通常是一个技术性的数据统计,简单理解就是根据自身站点长期平均页面停留时间的统计,在潜在用户,即将跳出之前,选择一个动态的合理时间周期,进行弹窗。而如果相对于页面停留时间较短,跳出率很高的页面,不进行弹窗。

### 2、替换弹窗

所谓的替换弹窗,也就是本着不影响用户体验的目的,在页面中原有的广告位,根据一定时间周期,或者页面浏览的移动,进行弹窗广告,替换原有位置的广告。它是一个相对有风险的策略。

### 3、点击弹窗

所谓的点击弹窗,简单理解,就是当目标用户来到网站后,如果在页面中相关的元素,比如:某个图片,进行点击与滑动。这个时候在进行页面弹窗,用于模拟用户点击行为的弹窗。

### 4、PC 端弹窗

如果由于技术实力有限,但仍然想要采用弹窗广告策略,那么,既然移动端的审查与监测机制非常严格,这里我们建议,在 PC 端,选择合理性的弹窗,比如:及时沟通窗口等。

抖音短视频 SEO 优化-抖音官方审核机制四步骤

- 1、查重(重复是否超过 80%);
- 2、违规(如是否过度营销、造谣等);
- 3、识别(如垂直定位、IP 等);
- 4、举荐(精准推荐或非精准 300-500 初始流量)

高权重外链 (实测可用) 高 DA SEO Backlinks

<https://www.youtube.com/> - 大名鼎鼎的 yotutbe 站点,操作步骤: 1. 创建频道,上传视频,视频上传完成后添加 20-30 字简要描述,在描述内容种插入网站的链接。添加完产品描述后,编辑下面的 tags,主要为关键词以及长尾关键词等客户会使用的搜索语句。视频标题中放入产品主关键词,越前面越好。

重复以上步骤到 Vimeo 视频站 <https://vimeo.com/> 和 Daily motion 视频站 <https://www.dailymotion.com/>

<https://www.facebook.com/> - Facebook 外链,来之 Facebook 的外链权重很高,操作也很方便,创建一个商业主页,编辑简介(Profile),添加你的网站网址即可。

<https://www.crunchbase.com/> - 添加你的公司信息,添加网站,复制网站的新闻页或者者新写一篇简要的新闻粘贴到该网站

<https://www.linkedin.com/> - Linkedin 外链也有很高的权重,步骤和创建 Facebook 商业主页的差不多,新建公司信息,添加你的网站,写一些新的博文介绍你的产品或者服务,

Google 收录 LinkedIn 信息的速度非常快。

<https://www.slideshare.net/> - Slideshare 为 LinkedIn 的服务之一, 提供免费的文档存储在线分享空间。创建一个 PDF 文件, 内容中包含你的网址, 然后上传到 slideshare 中。日常工作中也可以将公司的目录, 产品说明书等文件上传到该站点, 方便客户搜索及使用, 同时也给网站带来了高权重的流量。

<https://soundcloud.com/> - Soundcloud 是一个音频存储和分享网站, 上传一份简要的公司说明介绍音频到这个站点, 添加适当的标题和简要描述, 描述中插入公司的网址, 音频制作也很方便, 百度或者 Google 搜索文字转语言工具就能找到很多免费的在线工具。

<https://alternativeto.net/> - 这是一个对比网站, 流量及权重均比较高。添加你的网站, 同时把你的同行竞争对手也加上去。

以下两个为目录性质高权重站点

<http://www.lacartes.com/> - 创建公司信息, 添加网站。

<https://www.manta.com/> - 创建公司信息, 添加网站。

以下三个站点为信息查询类工具

<http://website.informer.com/> - 查询你的网址信息即可

<https://www.cutestat.com/> - 查询你的网址信息即可

<https://hypestat.com/> - 查询你的网址信息即可

给浙江点个赞了, BA 隔天下!

以前很标准 20 天, 今年第一次 BA, 腾讯傍晚提交, 第二天 10 点多过, 以为是偶然, 昨天又增加一个, 同样腾讯下午提交, 今天 10 点多过了! BA 提速了! 其他省小伙伴不知道提速没

谷歌 SEO 免费发文章网站 (50 个平台)

文章提交

1 个 谷歌协作平台 <https://sites.google.com/>

2 个 主页 <https://discover.hubpages.com/>

3 个 电子杂志文章 <https://ezinearticles.com/>

4 个 中等的 <https://medium.com/>

5 个 知乎 <http://quora.com/>

6 个 文章商务 <https://articlebiz.com/>

7 我的文章 <https://myarticles.io/>

8 个 博主 <https://www.blogger.com/>

9 豆瓣 <https://www.tumblr.com/>

10 领英 <https://www.linkedin.com/>

11 文章工厂 <http://www.articlesfactory.com/>

12 实时日志 <https://www.livejournal.com/>

13 空间 <https://dzone.com/>

14 索珀文章 <https://www.sooperarticles.com/>

- 15 无聊的熊猫 <https://www.boredpanda.com/>
- 16 杂志 <https://www.amazines.com/>
- 17 文章胡同 <http://www.articlealley.com/>
- 18 文章已读 <https://www.articleseen.com/>
- 19 寻找阿尔法 <https://seekingalpha.com/>
- 20 红迪网 <https://www.reddit.com/>
- 21 免费图书馆 <https://www.thefreelibrary.com/>
- 22 声乐媒体 <https://vocal.media/>
- 23 学术界 <https://www.academia.edu/>
- 24 笔记本电脑 <https://www.wattpad.com/>
- 25 你的故事 <https://yourstory.com/>

#### 免费文章

- <http://warticles.com>
- <http://articlepole.com>
- <http://webpronews.com>
- <http://jumparticles.com>
- <http://articlecatalog.com>
- <http://articleside.com>
- <http://articledoctor.com>
- <http://awebsitecity.com>
- <http://threadwatch.org>
- <http://articlebliss.com>
- <http://articlicious.com>
- <http://prolinkdirectory.com>
- <http://blog.giganticlist.com>
- <http://streetarticles.com>
- <http://howtoadvice.com>
- <http://upublish.info>
- <http://easyarticles.com>
- <http://selfgrowth.com>
- <http://apsense.com>
- <http://articleside.com>
- <http://weebly.com> (create your own article blog)
- <http://wordpress.com> (create your own site)
- <http://yola.com> (create your own article blog)
- <http://jimdo.com> (create your own site)
- <http://fiverr.com> (search for article submission gigs)

关于搜索引擎（适用百度）新手一些误区，快速起排名流量权重计算参考

百度有效权重计算方式

历史在本搜索规则表现良好信任度高域名《老域名》(占比 30%)+原创高度适应符合用户体验站点模板 (占比 10)+展现点击较低跳出率 (，历史用户回访比例占比 20%)《快排》+网站在工信部 BA (占比 30)+有效权重外部链接投票 (5%)《站群为代表》+其他 (原创文章等占比 5%)

原创内容是不是决定性排名收录因素

不是。甚至于几乎无关紧要，原因？搜索引擎对于一条原创信息会存储不同网站相同内容，因为网站内容动态变化，搜索引擎会存储很多相同内容！避免某站打不开或改变信息引起失效

原创内容只是有增益，很多采集站几个月就可以权重 56.典型以小说站。影视站等为代表！

蜘蛛量太少增加蜘蛛抓取量是不是就可以提高整体权重文章排名？

错！只要保证蜘蛛抓取站内大比例文章就是正常，抓取量不等于收录索引排名出词、反复抓取同一内容除了看着好看浪费服务器和蜘蛛抓取配额无任何意义

真正增加权重出词目前有效的是收录索引网站参与排序后的用户点击反馈，也就是百度打击的快排！

现在国内百度搜索 360 尤其百度为代表，降权快，出沙盒特别慢，而且会长期降权以年为单位，所以一个域名三个月没出词，趁早换吧，以天涯，19 楼凯迪等等都降权好几年了（他们降权主要是网站改功能改版）线上改版是百度打击大忌，实在要改版建议新解析个域名绑定两个域名等新域名收录大量后 301 到老站，为什么这么做因为百度对直接 301 反应太慢因为它很敏感 301

用户喜欢的模板确实占权重比很大（适合于本语言大部分人群习惯的模板）

发布外链地址单一发布一个平台，搜索引擎不会计算那么多，大概也就计算按月五条传递权重.链接的广泛度流行度最重要，多平台发布，现在外链传递权重也很慢大概收录外链后起码两个礼拜多能传递权重

百度蜘蛛为什么一直在抓取老链接？

1：一般情况下由于触发某搜索引擎限制规则引发沙盒（常见如线上大面积改动模板，站名称等），

2：常见于推送链接过多，百度对网站有当天抓取限制数量，超出数量新链接排队抓取。（所以新站点一定要大量填充内容再上线供给搜索引擎抓取，百度以第一次抓取数量为基础渐进增加抓取数量）

国外主流搜索引擎提交入口

谷歌网站登录入口

<http://www.google.com/addurl.html>

bing(必应)网页提交登录入口

<http://www.bing.com/toolbox/submit-site-url>

Yandex 网页提交登录入口

<https://webmaster.yandex.com/sites/add/>

Freewebsubmission.com 搜索引擎批量提交

<http://www.freewebsubmission.com>

Gigablast 登录入口:

<http://www.gigablast.com/addurl>

Infotiger 登录入口:

<http://www.infotiger.com/addurl.html>

Exactseek 登录入口:

<http://www.exactseek.com/add.html>

Scrubtheweb 登录入口:

<http://www.scrubtheweb.com/addurl.html>

FreePRWebDirectory 登录入口:

<http://www.freeprwebdirectory.com/submit.php>

Anoox 登录入口:

[http://www.anoox.com/add\\_for\\_indexing\\_free.php](http://www.anoox.com/add_for_indexing_free.php)

SonicRun 登录入口:

<http://search.sonicrun.com/freelisting>

NetSearch 登录入口:

[http://intelseek.com/add\\_url\\_form.asp](http://intelseek.com/add_url_form.asp)

黑帽 seo 收徒文章优化: 原创文章发布步骤及文章变形传播术

文章优化的过程

- 1、确保文章标题置于 H1 标签之内;
- 2、文件名中要出现关键词, 具体体现在文章标题和 url 中;
- 3、在首段落中要出现关键词;
- 4、要把文章首先发布到自己的站点;
- 5、查询搜索引擎是否索引了文章页面, 如果没有, 等待收录;
- 6、搜索引擎索引后, 将文章发布到新闻分发或文章分发站点

变形传播

增加或减少章节, 变成 PDF 或者 PPT 的格式, 加入品牌和网站信息;  
将文章做成漂亮的电子杂志页面, 发给你的电子邮件订阅客户;  
将文章中的好句子摘出来, 配上一张图片, 发布到社会化媒体  
制作成电子书在亚马逊上低价售卖

湖南企业 BA 新增网站建设方案书

每次只能 BA1 个网站/域名, 如 BA 主体之前 BA 成功的网站个数超过 1 个, 则需要提供网站建设方案书, 单位 BA 需盖公章后扫描为 PDF 文档  
细节

网站服务内容介绍（包含网站内容截图或设计图、网站栏目及内容介绍、多网站/域名用途和域名扩展使用情况）；

组网方案（包含设备配置、组网结构、使用技术及部署情况）；

网络安全与信息安全管理（包含网络安全防御措施、信息安全管理制度和应急处理方案）；

承诺如发现主体信息有误、网站实际开办内容与 BA 信息不一致、域名有交易行为、网站内容涉及九不准等违法违规问题，接受接入服务商关闭网站、主管部门注销 BA 并列入黑名单的处罚。

黑帽 seo 收徒链接交换时应该遵循哪些原则

- 1、权重高
- 2、网站的收录情况
- 3、网站内容更新频率
- 4、内容是否相关
- 5、友链数量适中

添加的友情链接数量控制在 30 个左右

- 6、关键词是否有排名
- 7、快照日期

常常更新快照的

黑帽 seo 收徒揭秘 JS 脚本与 SEO 优化的关系

搜索引擎怎样处理 JS

搜索引擎不一定执行 JS 脚本

做 SEO 的都知道，要有搜索流量，搜索引擎蜘蛛需要顺利爬行链接，抓取页面，解析并索引页面 html 代码中的内容，然后才谈得上排名和流量。在爬行、抓取、索引的过程中，如果 JS 造成障碍，就会导致问题。

浏览器执行 JS、渲染页面是肯定的，使用用户访问一切正常。但问题就在于，搜索引擎蜘蛛抓取页面 html 代码时，如果遇到 JS，不一定会去执行 JS 脚本，那么需要执行 JS 才能看到的内容，搜索引擎就不一定看得到。

Google 遇到页面 JS 时，会在有计算资源、且页面有比较高价值时，尝试执行脚本、渲染页面。百度则基本上不执行 JS 脚本。所以做中文网站，使用 JS 上就更要谨慎。

原则

重要链接不要用 JS

搜索引擎爬行、抓取页面是靠跟踪链接的。如果重要链接需要运行 JS 脚本才能调用或解析出来，那搜索引擎就可能无法跟踪。

不是说链接就不能用 JS 调用，但重要的、想被收录的页面至少还要有最普通的格式链接提供抓取入口。比如，调用一些相关文章、相关产品链接，可以用 JS，但这些链接在网站主导航中都已经列表页面提供了入口才行。

主导航、菜单系统、栏目/产品列表，不要用 JS，除非你确认有其它方法提供



了入口

想被收录的内容不要用 JS 调用

页面上的文字内容，凡是想被收录的，不要用 JS 调用，包括文章正文，产品说明，产品图片，评论等。

JS 倒是可以用来调用那些不想被收录的文字，比如广告、某些侧栏内容等。

我见过用 JS 调用内容的各种千奇百怪的用法，比如还有用 JS 调用页面标题标签的

慎用懒加载、瀑布流

图片懒加载，甚至文字内容懒加载，是现在网站经常使用的方法，在一定程度上有利于提高页面速度。但要注意，用 JS 实现懒加载时，是否需要用户互动才能加载，比如点击“更多”链接，或者向下拉页面，搜索引擎蜘蛛是不会做这些动作的，不会点击按钮，也不会下拉页面，所以就可能看不到懒加载后的内容。无论懒加载的是更多本页内容，还是更多其它页面列表，都可能造成爬行、索引问题。

列表页面使用瀑布流是社交媒体网站的主流方式，用户已经习惯，有的普通网站也学这种方式。同样，要考虑到社交媒体网站经常是主动屏蔽搜索引擎的，不想让搜索引擎索引，普通网站大概率是想被索引的，使用瀑布流时要想一想有没有提供搜索引擎可以跟踪链接的其它入口。

注意速度

一般来说，使用 JS 会拖慢页面打开和响应速度。

通常下载 JS 文件倒还不算大问题，除非用了几 MB 的 JS 文件。但浏览器执行 JS 有可能会很耗费设备资源，设计不周的 JS 可能会执行好几秒钟，浏览器在执行 JS 时不能处理其它事情，造成脚本阻塞，对用户来说就是个页面空白或卡死数秒钟的状态，这是非常急人的。

所以，尽量删除执行时间过长的 JS，执行超过 1-2 秒的脚本需要慎重考虑。尽量合并 JS 脚本，减少

解域名红白教程,域名 QQ 微信爆红拦截解除红白较新教程

要内容正规就不会影响速度

地址

1.安全联盟：https://www.anquan.org/

2.安全联盟人工微信：aqim01

3. 微 信 地 址 :

https://open.weixin.qq.com/connect/oauth2/authorize?appid=wx3ca60311ca881ff2&redirect\_uri=https%3A%2F%2Ftxwz.qq.com%2Fwechat%2Furlcomplain%3Fsrc%3D2%26code%3D0210DkAi04qkkm1ZpZwi06mJiAi00DkA5%26state%3DSTATE&response\_type=code&scope=snsapi\_base&state=STATE&connect\_redirect=1#wechat\_redirect

4.地址：https://urlsec.qq.com/complain.html

5.腾讯品牌管家：https://guanjia.qq.com/online\_server/complain\_url.html

6. 微 信 社 区 解 封 :

https://developers.weixin.qq.com/community/develop/doc/0002062c200418435c8aabdf652000?

highLine=%25E7%25BD%2591%25E7%25AB%2599%2520%25E8%25A7%25A3%25E5%25B0%2581

7.邮箱（解封）地址: [moment@tencent.com](mailto:moment@tencent.com)

8.腾讯安全: <https://urlsec.qq.com/complain.html>

把要解白的域名解析到一个单页或者别的正规站，申诉原因就写:正规网站无任何违规内容，却在 qq/微信打开显示停止访问该页/非官方网站，申请解除

## 精细化建设网站外链(SEO 外链建设新方向)

### 友情链接

网站内容的相关性

对方网站的潜力和优化手法

b2b 平台、分类网站、论坛签名、论坛灌水区发帖、博客、友情链接交换平台

要注意内容标题和 url 嵌入模式。内容标题要使用长尾词，这样在这些高权重的平台上是可以获得较好的排名的，然后是 url 的写入模式，宗旨只有一个：让看这篇内容的访客相信这个网站，会通过这个 url 或是品牌词访问我们的网站，发生有效流量。

## 竞价推广成本太高怎么调整？7 种优化成本的技巧

### 难点

受到同行恶点，成本突然就升高了，应该怎么处理？

首先要判断同行的恶点方式，是人工点击还是机器刷量？

人工点击的特点是短时间、同 IP、多次点击、不同关键词。

如何规避

第一步打开商盾，进入“屏蔽管理”后，选择“手动展现屏蔽”，点击“新增商盾 ID+IP 屏蔽”；

第二步打开实时访客，找到他的入口页面，找到“&sdckid”与“&bd\_vid”中间的一串符号，这就是他的商盾 ID；

最后一步将要屏蔽的商盾 ID 和 IP 地址添加上去即可。

账户消耗突然飙升是因为什么？

原因

自己操作导致消费增加

大盘流量变化导致搜索量增加

竞争对手调整导致消费增加

首先确定是哪个原因，确定自己有没有调整账户，如果确定是自身操作导致，比较好办，可以总结之前做的操作，如果效果也提升了，不用管，如果效果下降了，则要考虑进行调整。

另外看账户变化的时候，要从大到小去看，消耗飙升，首先要确定，是哪个时段消费飙升，

哪个地区消费飙升, 哪个计划消费飙升, 哪个单元消费飙升, 逐渐往下细分到关键词, 然后找到消费异常的关键词, 判断是正常的市场变化, 还是一个被刷的情况。

跑 **ocpc** 进了二阶之后成本就突然拉不住了, 怎么调整?

二阶之后消费速度变快, 这是一个正常现象, 毕竟 **OCPC** 就是一个放量工具, 就是让你更快的花钱。

**ocpc** 进入二阶后前一周成本可能会有波动, 这个波动幅度从大到小是: 零门槛 > 低门槛 > 正常门槛。

第一周成本高一点, 只要还可以接受, 尽量少做负向调整 (负向操作包括且不限于降低目标出价, 否词, 暂停关键词, 暂停创意等), 另外成本较高, 更多的可能是因为流量探索方向出现了偏差。

预算只有 300 多, 均价很高, 导致现在账户及没量成本还高, 怎么办?

300 元预算对于竞价推广来说是一个比较小的预算, 一般建议根据常见计划划分维度, 比如产品, 地区, 时段, 设备, 需求阶段, 一般就选择一个维度或者最多两个维度搭建账户结构, 可以选择产品维度, 或者产品+设备维度。

另外需要强调的是, 300 元预算就不要一上来就推广很多产品了, 推广产品尽量的要超过 2 个, 不然预算分配起来每个产品都获得不了多少流量, 效果很难有起色。

要先确定账户搭建维度, 然后把 300 元预算的花费方向大致的定出来, 最后再去针对性的确定计划数量、拓词、分组、创意撰写等操作。另外还需要注意的是, 由于预算较小, 如果有品牌词, 优先给品牌词多分配预算, 如果没有品牌知名度的话, 就尽量把预算用在高意向的词上。

跑的 **ocpc**, 成本高, 还没有流量怎么办?

现在 **ocpc** 账户越来越多, 导致竞争比较大, 中小预算账户如果跑 **cpc** 的话, 市场竞争激烈, 导致均价越来越高, 那么当成本越来越高, 流量越来越少时, 我们可以选择低价精准买量。

我们可以新建计划, 专门跑高意向, 有转化的词, 但是出价要低, 起码要低于你目前的账户均价, 然后配合宽泛的匹配模式, 前期可能流量质量有些杂乱, 但是可以通过后期的调整不断矫正流量方向, 实现低价引流的目的

如何低价引流, 降低推广成本?

低价引流, 首先强调的是低价, 现在 **ocpc** 账户越来越多, 导致竞争比较大, 中小预算账户如果跑 **cpc** 的话, 市场竞争激烈, 导致均价越来越高, 账户需要用较低的价格引入更多的相关流量。

我们可以新建计划, 专门跑高意向, 有转化的词, 但是出价要低, 起码要低于你目前的账户均价, 然后配合宽泛的匹配模式, 前期可能流量质量有些杂乱, 但是可以通过后期的调整不断矫正流量方向, 实现低价引流的目的。

**Ocpc** 越跑效果越不好, 成本变高线索量少怎么优化?

**Ocpc** 效果越来越差, 成本升高, 首先要看两个数据, 一个是展现, 一个是均价。

如果展现逐渐变少, 均价一直在升高, 说明你 **Ocpc** 探索的流量池越来越窄, 不能满足你线索量的需求了, 就会导致成本升高, 线索变少。

这个时候, 如果成本可以接受, 或者稍高于心理成本, 先尝试一些放量操作, 比如加词, 删除一些否词, 提高目标出价, 优化创意等操作。

如果这个时候成本已经不可接受, 并且已经进行了一些加词, 提目标出价等操作, 还是展现量提升不起来, 那么可以尝试删包重建。

竞价推广如何凭页面逆风翻盘? 高转化率落地页如何打造?

首屏

降低页面跳出率, 吸引客户继续浏览

文案

直白卖点

图片 3-4 张切换

卖点

资质

本月优惠 促销活动

按钮

免费获取报价

免费咨询

内容策略

1) 文案: 罗列好处, 直接卖点, 不要写

比如: 帮你省多少钱, 免费装修、送什么……不要写过于虚的内容

2) 图片: 一般会使用轮播图进行切换, 一般放 3-4 张, 自动切换

第 1-2 张, 罗列出具体的卖点, 产品怎么好(第二张也可以做不同的产品展示)

第 3 张, 罗列出让可以让人信服的东西, 如你的资质、能力水平等

第 4 张, 目前优惠, 或者正在进行的促销活动

3) 按钮: 配以引导文案, 如免费获得报价、免费咨询等, 引导用户点击

需要注意的是: 设计风格不要夸张, 要符合行业特点与消费人群习惯。

具体内容

第一模块内容, 用来介绍自己, 告诉用户他来的地方, 能够帮助用户解决哪些问题。

第二模块: 贩卖焦虑, 告诉用户不买不行, 你需要去装修了

第三模块, 卖点罗列, 告诉用户为什么选择我们

第四模块, 市场同行对比

第五模块, 客户好评, 装修协会认证……

访客进入这个板块, 可能已经产生信任了, 决定了要去购买, 但是正在犹豫

第六模块, 行动号召, 现在装修, 免费设计图纸, 现在咨询免费送 2000 块钱代金券……

页面逻辑

网民浏览逻辑: 从上到下

页面设计逻辑: 从不知道——怀疑——信任——留线索

竞价账户消费太慢怎么办?

提价

要先确保重点计划里面的重点关键词排名是否在我们想要的地方, 如果你的策略是

一个为主，其余为辅，但实际排名不高，就可以提价

查看 ip

如果出价没问题，可以去一下有没有屏蔽的 ip，看被屏蔽掉的 ip 中，是否有低于 3 次访问的，建议把范围频率少的 ip 清除掉，然后再看能否消费出去

否词

否词是竞价员使用最多的控流量技巧，但是如果后台副词过多，一方面会收紧流量入口，导致展现就很少，所以会西奥菲不出去。

另一方面，否词过多也会被系统判定为：负面操作。系统会减少给你的流量分配。

一般我们在加否词的时候，可以一边加否词，一边扩充引流词，因为加词是正向操作，这种操作可以纠正流量趋势，也不会让流量减少。所以可以将一些可能会造成账户消费问题的词从否词里面清理掉，提升消费。

时段和地域

太长太偏的长尾词，搜索的人少，广告费就不容易花出去，或是设置的地段过于狭窄，或投放的时间不足以体现点击和转化，以及预算设置不合理都可以成为竞价账户钱花不出去的原因。

可以尝试放开推广时段，及增加部分地域，看看能否达到预期的消费，以及分析该时段和地域有无意向线索，是否适合投放。

链接方面的知识您了解多少呢？

1、反向链接数量；

数量越大，投票越多，对网站的排名越好；

2、反链页面自身的重要性；

不是所有的链接都有相同的投票能力，高权重的页面链接对排名影响更大；网页的质量比数量更重要；

3、反链增加速度注意事项；

反向链接在增加的过程中应该保持一个平衡的速度，如果增加的速度过快将会被百度认为有作弊的嫌疑，导致网站进入沙盒；

4、反链所在页面的内容是否相关；

添加的反向链接，来自相同主题页面的链接效果更佳。

5、反链链接文字；

这里所说的文字就是锚文字，也是影响网站排名的因素之一。

6、锚文字前后临近的文字；

有时候链接的问题意义并不是那么的大，链接文字的前后内容能判断目标页的内容。这里的“前后”指的是 HTML 代码中的距离，而不一定是页面显示出来的视觉距离。

7、链接处在页面的位置；

搜索引擎通过算法可以辨别导航、广告区、页面底部等区块。链接的位置不同它的意义也不同。通常出现在正文中的链接才最有意义。

8、外部链接所在域名年龄；

域名的年龄越久被信任的指数越高，老域名的链接被信任的几率最大。

9、外部链接所在域名是否有转手的记录；

域名未被转手，说明网站一直处于经营的状态。如果域名转手过，原有的信誉也将受到影响。

10、反向链接在页面第一次收录的日期；

使用的反向链接页面越老，收录的时间越早，越容易被信任。如果这个页面存在 10 多年，上面的链接显示没有操纵排名的意图，很可能被高度重视。

11、反向链接所在页面内容是否发生变化？

如果页面内容发生过主题方面的变化，页面链接的投票率也会发生变化。

12、反向链接是否发生变化？

锚文字或链接的 URL 是否修改？有时候搜索引擎会把这种修改判为刻意优化，将会降低网站的信誉度。

13、外部链接是否有垃圾链接的嫌疑；

查看一些网站的外部链接你会发现网站的外部链接都是一些垃圾链，例如论坛签名、博客评论等，这绝对不是一个健康的外部链接。

14、链接的点击量；

搜索引擎能监控用户的行为，链接的点击量说明链接的重要性和投票能力。用户点击量越高说明对用户帮助越大。

15、用户点击进去停留时间的长短；

目标用户点击进入网页，通过用户在网站的停留时间来判断网站的质量。

## 链接建设初学者入门指南「google SEO」

### 1. 链接建设基础

使其他网站链接到你网站上的页面，以帮助你的页面在谷歌搜索结果中获得更高的排名。

创建一些有价值的内容（值得获取链接）；

向拥有网站的人展示（因此其他人可以链接到它）。

链接是谷歌的三个主要排名因素之一

谷歌（以及其他搜索引擎）将来自其他站点的链接视为“投票”。这些票可以帮助搜索引擎确定，与当前话题相关的哪些页面可以获得较高的排名

链接越多的页面不一定是最好的页面有两个主要原因

1. SEO 的恶性循环

2. 你的竞争对手可能正在建立链接

链接并不能解决所有问题

### 2. 如何建立链接

添加链接

商业目录网站提交；

社交媒体个人资料；

Twitter、YouTube、SlideShare、Instargam

博客评论；

论坛社区、问答网站的帖子；

招聘发布；

请求链接

作客博客 — 为他们的网站制作有价值的内容；

摩天楼策略 — 向他们展示你有比他们所链接的资源更好的资源;  
链接插入 — 向他们展示你的资源, 其中具有更丰富的信息;  
自我诱饵- 向他们展示你已经在自己的内容中提及他们或他们的工作;  
感言和案例研究- 对他们的产品或服务给予积极的反馈;  
链接交换 — 向他们提议, 如果它们同意链接到你, 则提供链接回他们;  
资源页面链接建设- 向他们展示适合他们的资源;  
失效链接建设- 帮助他们修复页面上的 “失效” 链接;  
图片链接建设- 要求使用你图片的网站给予链接;  
未链接的品牌提及- 要求它们提及你品牌时给与链接;  
链接变更 — 要求对现有链接进行更改;  
HARO (& 记者请求) — 给他们的文章提供 “专家信息” ;  
PR- 给它们一个爆料;

#### 购买链接

私人博客网络

从 PBN 购买链接

Fiverr

为你提供 “自然的、可编辑的、上下文通顺的、高权威性的、白帽” 链接。它们为你提供各种保证, 以确保这些链接合法, 并会立即将你的网站推到谷歌的顶部

链接买卖垃圾邮件

#### 赚取链接

接诱饵 (或者叫做 可链接资源);

数据研究, 数据图, 地图, 调研, 奖项;

许多专有数据, 我们可以将其用于研究;

一支技术熟练的专业团队, 可以帮助我们创造宝贵的资源;

值得信赖的品牌, 可自动为我们的所有工作赢得声誉;

相当大的受众群体来推广我们的内容 (并口口相传)。

播客/访谈/专家综述;

内容推广;

#### 链接留存

链接找回;

链接并不会永远存在。链接到你的页面可能会被更新、删除索引或被删除  
修复具有链接的 404 页面。

要查找带有链接的 404 页面, 请在 Site Explorer (网站分析) 中打开 Best by links (按反链数量排序) 报告, 然后应用过滤器查找 404 页面:

### 3. 什么是优质链接?

#### 权重

Ahrefs 首页的 UR 和 DR 的数据, 数据来源 Site Explorer (网站分析)

我们首页的网址评分 (UR) 为 87 分, 这意味着它是一个高权重的页面。域名评分 (DR) 是 90 分, 这也是非常高的 ( nytimes.com 的 DR 是 94 分)。

#### 相关性

如果该主题上的其他著名网站都链接到了该页面, 则表明该页面中的信息是高质量的。

这意味着, 相比于广撒网, 你更应该努力从与你的网站相关的网站上获取链接  
锚文本

## Nofollow vs follow

### 位置

内容、侧边栏、页脚

### 终点

首页；

可链接资源；

需要参与排名的页面。

## 4. 最佳链接策略

### 跟踪对手链接

只需将你要排名的关键词放入 **Keywords Explorer**（关键词分析）中，然后向下滚动到 **SERP Overview**（SERP 概述）。它将显示每个排名靠前的页面有多少个外链（和外链域名）

尝试从链接到竞争对手的页面获取链接；

研究如何获得这些链接，并使用你学到的知识来查找其他页面以获取类似的链接。

### 建立可链接资源

在线工具 & 计算器；

数据图、动态数据图、地理图

奖项 & 排行榜；

研究 & 调研；

“How-to” 指南 & 教程；

定义 & 术语；

长尾关键词的定义，长尾词不是由它们的长度决定，而是由它们的受欢迎程度决定；

我们通过内部研究得出的统计数据。

### 内容推广

#### 广告；

获得潜在客户并扩大受众；

赢得客户并进行销售；

提升品牌知名度并提高客户忠诚度。

#### 拓展；

#### 社区。

在 **Twitter** 上关注我们；

加入我们的邮件订阅；

加入我们的私人 **Facebook** 群组。

### 作客博客

#### 1. 建立自己的方式

搜索你的行业博客中可能在文章标题中提及的单词或短语；

将“域名评分”过滤器设置为 30 - 40 的范围；

选择“**One page per domain**（每域一页）”查看包含指定文章的有哪些博客。

#### 2. 提出不可抗的条件

将 **Brian** 的网站放入 **Site Explorer**（网站分析）；

进入 **Content Gap**（内容差距机会）工具；



对手栏输入 Ahrefs 博客地址；  
点击 “Show keywords（显示关键词）”；  
寻找引起你兴趣的关键词；  
点击插入符号以查看自然搜索流量。

#### 5. 链接建设工具

外链调研工具；

Ahrefs Site Explorer（网站分析）

内容调研工具；

Ahrefs Site Explorer（网站分析）

Buzzsumo

网站监控工具；

Ahrefs Site Explorer（网站分析）

Google Alerts、Mention、和 Brand24

邮件拓展工具。

内容的索引可能需要数小时到数周的时间

索引并不意味着排名。你可以被编入索引，同时你的索引页面不一定排名。搜索引擎发布了一份免责声明，称强制将某些内容编入索引并不意味着该页面将在搜索引擎搜索中突出显示。

不保证索引。也不能保证搜索引擎会为你的内容或网上的所有内容编制索引。事实上，搜索引擎没有索引互联网上的很多内容，没有搜索引擎这样做。搜索引擎尽量不索引重复的内容，镜像相同内容的图像，并避免索引无用的内容，网址有许多网址参数，可能无法增加足够的价值等等。

加速索引

通过加快服务器和站点的速度来防止服务器过载。

链接到你的网站内的新网页突出，也许从你的主页链接这些网页。

避免在站点上使用不必要的 URL，例如无限日历 URL 和类别页面过滤器。

用户 URL 提交方法，如 sitemap 文件，用于单个 URL 的 URL 检查工具。

质量很重要

企业 400 电话到哪申请

核心

400 电话只能企业或者个体工商户办理

1.提供企业营业执照或者个体户营业执照，加盖公章。

2.提供企业负责人身份证复印件正反两面，加盖公章。

3.选择一个没有被使用的号码申报。

4.预存话费开通。

免开户费，免月租，不需要安装任何硬件设备

办理 400 电话需提供两样证件

(1)经办人身份证复印件

(2)企业营业执照复印件

400 电话办理步骤

第一: 先找一家服务好, 资质好的公司, 最好是属于一级代理, 这样 400 电话的收费会比较便宜、也比较放心。

第二: 选择一个 400 号码, 最好是进入公司的选号平台进行选择, 这样选择的号码可用性比较高。

第三: 提交相应的证件(营业执照复印件、经办人身份证复印件)电子文稿, 传真形式都可以。

第四: 交付相应的费用(银行、支付宝形式都行)。

第五: 等待开通(一般情况下半个工作日就能开通, 也有可能审核时间稍长, 最多三个工作日之内能够开通)。

企业抖音号被限流的坑你有没有踩过吗

1、账号刷赞、买粉

2、发布营销广告内容

抖音官方明确禁止的第三方信息以及第三方平台链接

3、发布违规商品链接

虽说抖音允许商品橱窗挂售链接和直播带货, 但有些违规商品同样是不可以进行售卖的。具体的大家可以自行参考《抖音平台禁止分享商品目录》中所标注的商品详情。

4、发布严重违规内容

大肆宣扬负面情绪、宣扬不正当行为、发布低俗以及其他法律法规明确禁止的内容

黑帽 seo 收徒企业网站优化导航栏应该怎样设置?

一、导航的视觉效果

简洁、简单、大方

JS、flash 等文件也会影响搜索引擎的抓取

二、导航栏目的名字

长尾词

三、面包屑导航的作用

内链

四、底部导航的优化

底部导航增加 nofollow

堆积关键词

## 企业需要开通哪些对外营销宣传的工具

### 企业必备

营业执照、税务登记证、银行账号，以及社保开户

### 对外营销宣传的工具

商标

域名

企业域名最好与企业商标是息息相关的

官网

宣传册

销售员

邮箱

固话

400

公众号、视频号、企业微信

微博

客服 IM

QQ、微信、企业微信、淘宝旺旺

## 前端 SEO 注意事项

### 1、网站结构布局优化：尽量简单、开门见山，提倡扁平化结构

建立的网站结构层次越少，越容易被“蜘蛛”抓取，也就容易被收录。一般中小型网站目录结构超过三级，“蜘蛛”便不愿意往下爬了。并且根据相关数据调查：如果访客经过跳转 3 次还没找到需要的信息，很可能离开

#### （1）控制首页链接数量

网站首页是权重最高的地方，如果首页链接太少，没有“桥”，“蜘蛛”不能继续往下爬到内页，直接影响网站收录数量。但是首页链接也不能太多，一旦太多，没有实质性的链接，很容易影响用户体验，也会降低网站首页的权重，收录效果也不好。

#### （2）扁平化的目录层次

尽量让“蜘蛛”只要跳转 3 次，就能到达网站内的任何一个内页。

#### （3）导航优化

导航应该尽量采用文字方式，也可以搭配图片导航，但是图片代码一定要进行优化，标签必须添加“alt”和“title”属性，告诉搜索引擎导航的定位，做到即使图片未能正常显示时，用户也能看到提示文字。

其次，在每一个网页上应该加上面包屑导航，好处：从用户体验方面来说，可以让用户了解当前所处的位置以及当前页面在整个网站中的位置，帮助用户很快了解网站组织形式，从而形成更好的位置感，同时提供了返回各个页面的接口，方便用户操作；对“蜘蛛”而言，能够清楚的了解网站结构，同时还增加了大量的内部链接，方便抓取，降低跳出率。

#### （4）网站的结构布局---不可忽略的细节

页面头部: logo 及主导航, 以及用户的信息。

页面主体: 左边正文, 包括面包屑导航及正文; 右边放热门文章及相关文章, 好处: 留住访客, 让访客多停留, 对“蜘蛛”而言, 这些文章属于相关链接, 增强了页面相关性, 也能增强页面的权重。

页面底部: 版权信息和友情链接。

特别注意: 分页导航写法, 推荐写法: “首页 1 2 3 4 5 6 7 8 9 下拉框”, 这样“蜘蛛”能够根据相应页码直接跳转, 下拉框直接选择页面跳转。而下面的写法是不推荐的, “首页 下一页 尾页”, 特别是当分页数量特别多时, “蜘蛛”需要经过很多次往下爬, 才能抓取, 会很累、会容易放弃。

(5) 利用布局, 把重要内容 HTML 代码放在最前

搜索引擎抓取 HTML 内容是从上到下, 利用这一特点, 可以让主要代码优先读取, 广告等不重要代码放在下边。例如, 在左栏和右栏的代码不变的情况下, 只需改一下样式, 利用 float:left; 和 float:right; 就可以随意让两栏在展现上位置互换, 这样就可以保证重要代码在最前, 让爬虫最先抓取。同样也适用于多栏的情况。

(6) 控制页面的大小, 减少 http 请求, 提高网站的加载速度。

一个页面最好不要超过 100k, 太大, 页面加载速度慢。当速度很慢时, 用户体验不好, 留不住访客, 并且一旦超时, “蜘蛛”也会离开。

## 2、网页代码优化

(1) 突出重要内容---合理的设计 title、description 和 keywords

标题: 只强调重点即可, 尽量把重要的关键词放在前面, 关键词不要重复出现, 尽量做到每个页面的<title>标题中不要设置相同的内容。

标签: 关键词, 列举出几个页面的重要关键字即可, 切记过分堆砌。

标签: 网页描述, 需要高度概括网页内容, 切记不能太长, 过分堆砌关键词, 每个页面也要有所不同。

(2) 语义化书写 HTML 代码, 符合 W3C 标准

尽量让代码语义化, 在适当的位置使用适当的标签, 用正确的标签做正确的事。让阅读源码者和“蜘蛛”都一目了然。比如: h1-h6 是用于标题类的, 标签是用来设置页面主导航, 列表形式的代码使用 ul 或 ol, 重要的文字使用 strong 等。

(3) 标签: 页内链接, 要加 “title” 属性加以说明, 让访客和“蜘蛛”知道。而外部链接, 链接到其他网站的, 则需要加上 el="nofollow" 属性, 告诉“蜘蛛”不要爬, 因为一旦“蜘蛛”爬了外部链接之后, 就不会再回来了。

```
<a href="https://www.360.cn" title="360 安全中心" class="logo"></a>
```

复制代码

(4) 正文标题要用标签: h1 标签自带权重“蜘蛛”认为它最重要, 一个页面有且最多只能有一个 H1 标签, 放在该页面最重要的标题上面, 如首页的 logo 上可以加 H1 标签。副标题用标签, 而其它地方不应该随便乱用 h 标题标签。

(5) 应使用 "alt" 属性加以说明

```

```

复制代码

当网络速度很慢, 或者图片地址失效的时候, 就可以体现出 alt 属性的作用, 他可以让用户在图片没有显示的时候知道这个图片的作用。同时为图片设置高度和宽度, 可提高页面的加载速度。

(6) 表格应该使用表格标题标签

caption 元素定义表格标题。caption 标签必须紧随 table 标签之后, 您只能

对每个表格定义一

```
<table border='1'>
  <caption>表格标题</caption>
  <tbody>
    <tr>
      <td>apple</td>
      <td>100</td>
    </tr>
    <tr>
      <td>banana</td>
      <td>200</td>
    </tr>
  </tbody>
</table>
```

复制代码

(7) 标签：只用于文本内容的换行，比如：

```
<p>
  第一行文字内容<br/>
  第二行文字内容<br/>
  第三行文字内容
</p>
```

复制代码

(8)、标签：需要强调时使用。标签在搜索引擎中能够得到高度的重视，它能突出关键词，表现重要的内容，标签强调效果仅次于标签；、标签：只是用于显示效果时使用，在 SEO 中不会起任何效果。

(9) 文本缩进不要使用特殊符号 应当使用 CSS 进行设置。版权符号不要使用特殊符号 © 可以直接使用输入法打出版权符号©。

(10) 重要内容不要用 JS 输出，因为“蜘蛛”不会读取 JS 里的内容，所以重要内容必须放在 HTML 里。

(11) 尽量少使用 iframe 框架,因为“蜘蛛”一般不会读取其中的内容。

(12) 谨慎使用 display: none：对于不想显示的文字内容，应当设置 z-index 或缩进设置成足够大的负数偏离出浏览器之外。因为搜索引擎会过滤掉 display:none 其中的内容。

### 3、前端网站性能优化

#### (1) 减少 http 请求数量

在浏览器与服务器进行通信时，主要是通过 HTTP 进行通信。浏览器与服务器需要经过三次握手，每次握手需要花费大量时间。而且不同浏览器对资源文件并发请求数量有限（不同浏览器允许并发数），一旦 HTTP 请求数量达到一定数量，资源请求就存在等待状态，这是很致命的，因此减少 HTTP 的请求数量可以很大程度上对网站性能进行优化。

#### CSS Sprites

国内俗称 CSS 精灵，这是将多张图片合并成一张图片达到减少 HTTP 请求的一种解决方案，可以通过 CSS 的 background 属性来访问图片内容。这种方案同时还可以减少图片总字节数。

### 合并 CSS 和 JS 文件

现在前端有很多工程化打包工具, 如: `grunt`、`gulp`、`webpack` 等。为了减少 HTTP 请求数量, 可以通过这些工具再发布前将多个 CSS 或者多个 JS 合并成一个文件。

### 采用 lazyload

俗称懒加载, 可以控制网页上的内容在一开始无需加载, 不需要发请求, 等到用户操作真正需要的时候立即加载出内容。这样就控制了网页资源一次性请求数量。

### (2) 控制资源文件加载优先级

浏览器在加载 HTML 内容时, 是将 HTML 内容从上至下依次解析, 解析到 `link` 或者 `script` 标签就会加载 `href` 或者 `src` 对应链接内容, 为了第一时间展示页面给用户, 就需要将 CSS 提前加载, 不要受 JS 加载影响。

一般情况下都是 CSS 在头部, JS 在底部。

(3) 尽量外链 CSS 和 JS (结构、表现和行为的分离), 保证网页代码的整洁, 也有利于日后维护

```
<link rel="stylesheet" href="assets/css/style.css" />
```

```
<script src="assets/js/main.js"></script>
```

复制代码

### (4) 利用浏览器缓存

浏览器缓存是将网络资源存储在本地, 等待下次请求该资源时, 如果资源已经存在就不需要到服务器重新请求该资源, 直接在本地读取该资源。

### (5) 减少重排 (Reflow)

基本原理: 重排是 DOM 的变化影响到了元素的几何属性 (宽和高), 浏览器会重新计算元素的几何属性, 会使渲染树中受到影响的部分失效, 浏览器会验证 DOM 树上的所有其它结点的 `visibility` 属性, 这也是 Reflow 低效的原因。如果 Reflow 的过于频繁, CPU 使用率就会急剧上升。

减少 Reflow, 如果需要在 DOM 操作时添加样式, 尽量使用 增加 `class` 属性, 而不是通过 `style` 操作样式。

### (6) 减少 DOM 操作

### (7) 图标使用 IconFont 替换

### (8) 不使用 CSS 表达式, 会影响效率

### (9) 使用 CDN 网络缓存, 加快用户访问速度, 减轻服务器压力

### (10) 启用 GZIP 压缩, 浏览速度变快, 搜索引擎的蜘蛛抓取信息量也会增大

### (11) 伪静态设置

如果是动态网页, 可以开启伪静态功能, 让蜘蛛“误以为”这是静态网页, 因为静态网页比较合蜘蛛的胃口, 如果 url 中带有关键词效果更好。

动态地址: [www.360.cn/index.php](http://www.360.cn/index.php)

伪静态地址: [www.360.cn/index.html](http://www.360.cn/index.html)

让外贸网站流量提升 10 倍的 Google SEO 操作技巧, 小白也 ...

### 1、合理布局网站结构

关键字策略

域名政策

网页文件目录策略

文件存储策略

URL 框架策略

图片策略

视频策略

## 2、持续发布优质内容

符合用户需求的独一无二的内容，由于互联网每天都会产生大量内容，而且还有很多重复内容，而搜索引擎首页能够展现的内容又有限，只有 10 个位置，所以搜索引擎就更偏爱“优质原创”内容，给用户提供良好的体验。所以我们需要尽可能的生产“优质”“原创内容”。

## 3 适度建设高质量外链

让我白嫖 6W,手动操作 偶然发现百度 SEO 漏洞

个文章老站被攻击了，当时换个新高防服务器，老服务器文章老数据也没有删除，换一个新的闲置老域名放在老服务器老站上了，就在没有管理，我也没有在意，大约有半年时间吧，那天我正在打游戏，邮箱弹出一个新邮件。说交换友情链接，我点开一看，要和我一个网站交换友情链接，我也没有太在意了，但是打开我网站发现已经权重 4，问题这个站我从来没有管理过。这个站就是我开头讲到的，搬家到新服务器，剩下老数据随便挂一老域名的文章站，就没有管理和任何优化过的站，都是以前老数据，当时第一感觉有点懵了，第二天就被我挂 A5 卖 6W.交易很顺利。

如何更好地将投放、SDR、销售三端联动起来服务与整个客户生命周期

### 1.线索清洗问题

线索清洗需要从元数据中找到依据，也就是需要明确三个节点的数据组成，官网层、内容层、活动层。

官网层：主要表现 4 个触点沟通留资，预约表单、电话直接沟通、企微扫码联系、注册表单。

内容层：同理，官网文章活码、微信。

活动：同理，渠道自定义链接、直播活动。

将三个节点的所有线索进行数据清洗。

### 2.线索-MQL 录入与反馈（线索监控问题）

1、针对市场部所有端口的线索记录问题，明确来路；

2、线索跟进状态更新，需要与销售进行定期对接；

保留 SDR 的团队业务流程

#### 方案 1

围绕销售助理岗位，以“角色 E”进行搭建，将角色 E 赋予线索下游整体录入与反馈工作，其他的销售本职工作不变；

角色 D 可以是市场部质检人员（一般是部门老大来），各端口负责人（A、B、C）完成各板块的线索清洗与录入反馈，但由于活动板块是一个例外，因为活动具有时效性，

所以可已将清洗的工作第一时间有销售完成。

## 方案 2

同样销售端需要出具一名业务助理（角色 E）进行与市场部（角色 F）平行对接，市场端人员需要独立出具一名类似助理角色（角色 F）这个是可以从社群人原来出的，负责将市场部所有拉新的节点线索统一录入与管控，经流转后给到下游销售助理角色，后续的基本业务流程不变。

不保留 SDR 的团队业务流程情况

不保留所有的就是从线索直接给到销售，那同样面临线索录入与清洗及反馈问题。

建议方案：线索层就直接由各个端口的负责人记录好直接同步输出给销售端，业务助力需要监管所有经清洗后的数据是否同步反馈完整，无误后同步给到市场部同事，完成后续流程业务。

如何让网址在百度搜索结果显示网站名称（品牌词）

网站中的品牌词设置

百度搜索引擎会分析网站的品牌词是哪个，并把网站的品牌词展现在搜索结果中。

我们在做网站时，网站页面标题都要加上品牌词，网站中要有网站的 brand 信息。

标题格式：网站标题-brand 词

网站的 brand 信息

百度搜索结果中网址显示名字来自于网站的 brand，我们可以在网站中增加公司 brand 信息，这样百度就知道网站的名称 brand 是什么了

站点属性设置

在百度搜索资源平台，在站点属性中，可以设置网站的 brand 信息。

但是这个需要做百度小程序并提交适配规则

如何提高网站展示 logo 图片的几率

一、什么是 logo 图像

网站缩略图是搜索引擎随机抓取的一张图片展现出来的，极大的几率就是网站的 logo。

二、网站 logo 的重要性

如果能够在搜索结果中，可以带缩略图一起显示，那么这样可以从图中直观的展示给用户的形式，是效率很高的，因为图片比起文字更加容易吸引到用户关注，可以在一定程度上提高点击的概率，增加网站的流量

三、如何提高网站 logo 的展现率

1. 注意图像的比例

首先，注意网站 logo 的图像尺寸，因为想要在快照中展示图片，尺寸是有一定要求的，尺寸是 128\*85，所以调整网站上 logo 的尺寸大小比例可以获得更高的概率。当



然，并不是这个尺寸的图像都可以被展示到首页，其他的尺寸也有几率展示，但是没有这个展示的几率更高。如果图片的尺寸不合适，搜索引擎抓取的时候，图片就会变形，造成用户体验差。

## 2.添加 logo 的 alt 标签

搜索引擎只能识别文字，它识别不了图片，所以我们需要为网站的 logo 添加 alt 标签，让搜索引擎知道这个位置的重要性，alt 标签的使用要与网站的内容一致。如果 alt 标签与网站内容无关的话，那么将会浪费掉 logo 这个搜索引擎第一时间抓取目标的结果。

如何与用户建立信任？做好 3 点，让成交水到渠成

### 隐形赋值

做营销的时候为了让我们的产品更有说服力，在沟通的时候，我们就不能只围绕产品的本身的自有价值和用户沟通，要重点去挖掘产品的隐形价值。

### 创造需求

消费者并不知道需要什么，直到我们拿出自己的产品，他们就发现，这是我要的东西”一样，这就是创造需求

### 制造落差

(1) 选择适合的对比对象；

(2) 寻找自己的长处对标打击对方的短处；

怎么找长处？对标对方的弱点，找自己的长处或者创造自己的长处。简单来说，就是用自己的长处去挑别人的短处。

(3) 反复强调你挑出来的这个长处。

反复给用户洗脑，直到用户产生“具备这样功能的产品才是好的产品”这样的想法之后，你就成功了。

### 同理心

带入用户的视角去思考、去策划，不管是做产品还是营销，亦或者是出事之后的危机公关，非常有必要相关人员具备同理心，如果这样还会翻车的话，也就不需要品牌如何维护和用户的关系了，而是要考虑如何提升自身产品的品质了

如何掌握百度智能摘要获得免费流量翻番？（教你如何创建百度精选摘要）

### 一、定义：何谓百度精选摘要（智能摘要）

百度选择的摘要来自您的网页内容的片段，这与搜索内容非常相关。目的是为搜索者提供快速的解决方案。目前支持的主要形式是基于文本，不排除图片和短视频的可能性

### 二、怎么制作：制作智能摘要/精选摘要创作教程

完全依赖于算法的自动分析和捕获，并显示它们。但百度不会排除未来与知名机构建立联系的可能性，以提供更高质量的内容答案

### 内容要求

#### 有效性

### 完整性

#### 格式要求

开门见山的回答

给出明确的答案，之后再展开详细的描述

#### 文字数量

尽量在 200 字之内予以完整解决，不要拖拉，追求文字的数量，几句话就可以把答案写完的，就不要搞成长篇大论

优化段落结构，合理使用有序列表

#### 广告要求

从标题的正文开始到内容的结束，禁止在内容中以任何图片或者文字的形式穿插收益信息，如：手机号、微信号、公众号引流等

出现的引流也好，广告也好，必须在主体内容结束后在‘文章’主体模块下新建模块增加的，不可以放到同一模块之内！

#### 网站要求，移动体验和 HTTPS 配置

网站启用 HTTPS 协议，百度精选更倾向于这些信息安全有一定保障力的站点！

具有移动端或者小程序，网站没有移动端（包含自适应）或者小程序，那么很难获取百度精选的推荐。

网站在所属行业有一定影响力，这个影响力的判定比如：高质量的友链、链接在一些优质媒体中的覆盖量、品牌官网认证，是否有 LOGO 权限等。

站点的稳定性，稳定性包含“服务器稳定性”、“结构稳定性”、“栏目稳定性”，其中后面两条，不宜轻易变更。

注：网站满足上述条件后，有两种选择：第一种，等待搜索引擎自动识别，对于符合标准的网站百度并不会吝啬排序推荐。第二种，百度资源平台上“专业问答”的申请入口，不过权重较低的网站，通常不会被赋予权限

### 三、百度智能摘要对 SEO 有什么影响？

- 1.为了增加品牌词的搜索量，曝光了更多的品牌词。
- 2.通过用户行为提高用户点击率和关键词排名。
- 3.推动 seo 完善网站内容，提高原创内容质量

## 黑帽 seo 收徒入站营销 VS 内容营销：你需要知道的一切

### 区别

#### 什么是内容营销

内容营销是对基于内容资源的收集和使用，旨在为最终用户或客户提供基于需求的、增值的和其他相关的信息。简而言之，这是一种营销技巧，不仅通过产品或服务而且通过内容来吸引潜在客户，内容类型可以是博客帖子、电子邮件营销、电子书、社交媒体帖子、登录页面等。

虽然也存在离线内容类型（小册子、书籍、海报等），但本文将主要关注在线营销。

#### 什么是入站营销

入站营销是一种优化技术，可将促进转化的元素插入到您的内容中，以吸引和推动客户使用最终产品或服务，然后进行转化

入站营销可以像添加“点击注册”等号召性用语一样简单,也可以像创建整个转化友好的着陆页一样复杂

#### 转化组件

- 广告、横幅
- 号召性用语或按钮
- 用户表单
- 登陆页面
- 搜索引擎优化
- 电子邮件营销序列
- 社交聆听工具
- 网络研讨会
- 电子书
- 聊天机器人
- 论坛
- 试用
- 免费或免费增值工具

#### 观众参与

##### 入站营销

入站营销通过了解观众的痛点并提供解决方案来与观众互动。通过入站营销,您可以通过创建营销角色,并为其提供相关的、量身定制的内容来进一步缩小您的参与策略

##### 内容营销

个性化和通用化的内容可以同时存在:针对受众优化的着陆页将吸引更多合格的潜在客户,而一般着陆页可能会激起更广泛的受众群体的兴趣,您可以在您的网站上提供这两种选择以吸引更多的客户

#### 营销策略

##### 入站营销

内容营销为支柱,涵盖了广泛的营销和销售策略。它包括 SEO、数字广告、转换优化、社交媒体、潜在客户管理、电子邮件营销等

##### 操作

带有 CMS (内容管理系统) 的移动优化网站

包括人工智能、自动化、品牌、视频营销、再营销或高级内容产品,例如电子书、网络研讨会或播客

一个博客

社交媒体存在

电子邮件营销

定义的多渠道计划

##### 内容营销

单独运行内容营销策略也是可能的。然而,这种技术通常绕过更协调的多通道方法,并专注于每个内容片段本身的性能

宣传即将举行的网络研讨会

通过免费赠品吸引更广泛的受众

通过民意调查吸引用户

通过呼吁进行评论来吸引用户

#### 消息传递

## 入站营销

入站营销采用更广泛的定位策略。这种方法在使用所有活动渠道进行分发的同时，为多个主题的思想创意留出了空间

## 内容营销

内容营销不太可能采用为每个受众群体定制内容的大规模消息传递策略。相反，它可能会专注于一个受众的几个主题。

为了获得包罗万象的入站体验，需要为适当的受众创建相关内容并大规模分发。由于此策略涉及到很多移动部分，因此最好在组合中添加一些跨渠道分析，定期评估可确保您将资金和资源投入在正确的内容和渠道上

## 目标

### 入站营销

站营销几乎是转化营销的代名词。最终目标很明确：增加流量、销售产品和转化潜在客户。

入站营销可能产生两种类型的转化：宏观转化和微观转化

#### 宏观转化

- 购买产品或支付服务费用
- 创建帐户
- 订阅时事通讯
- 请求演示

#### 微观转化

- 访问网站
- 在网站上搜索
- 与品牌的内容互动（点击、喜欢、收藏、加入购物车等）

## 内容营销

依赖于多方面的目标，更侧重于关系管理和客户参与。这意味着使用销售心理学逐项优化内容

- 参与度（喜欢、评论、分享、点击）
- 网站流量
- 社区成长
- 行业合作增长
- 正面评价和评论
- 线索
- 销售量

## 过程

### 入站营销

- 创建完美的以客户为中心的环境，作为回报，该环境将产生优质的潜在客户
- 研究竞争对手
- 创建销售角色
- 针对搜索引擎优化网站
- 制定潜在客户生成策略
- 制作优质内容
- 建立电子邮件序列策略
- 构建社交媒体日历和营销计划
- 微调转换元素，例如 CTA 按钮、网页设计或表单

制定协调一致的多渠道营销策略

一是在创建广告系列时，二是在创建整体品牌战略时。

您的竞争对手或销售角色可能不会因活动而异。在这种情况下，需要不定期研究和生成新的 SEO 关键字、新内容和其他新创意。

内容营销

内容营销的过程将重点放在内容创建上。人物角色和研究也是这个过程的一部分，但是，潜在客户生成是次要的重点。

取消以前门控的内容

将 CTA 或链接从主要内容移至评论部分

使用驱动参与的内容片段

该流程本身致力于提供相关的优质内容并将其分发给合适的受众。要简化该项工作，可以为临时社交内容创建（例如评论和回复）设置社交反馈机制，并使用内容日历模板概述您的其他计划内容

什么是网站的无效页面呢？

什么被称为无效页面？

- 1、无实质内容，像是登录页、注册页等
- 2、空页无内容的页面，这些页面可能是网站上线前期没有进行处理的页面或者是未添加内容的页面
- 3、大量重复内容
- 4、页面所展示的内容用户可要可不要或者是根本不需要
- 5、页面中有太多的广告

怎样处理？

1、处理无效页面入口。针对于无效页面，要及时的去掉该页面的入口，等我们在这个页面填充了相关的内容以后，再给予该页面的入口供用户浏览。

2、制作 404 页面。如果是死链接这样的无效页面，只需要建设 404 页面，并且在该页面上提供一些内容，让用户觉得有亲和性，也会让百度认为这个页面不是简单的一个 404 页面链接，所以网站也会给百度蜘蛛带来好印象。

3、用 robots 屏蔽。针对用户需要，但对搜索引擎没有索引价值的页面。这些页面包括咨询页面、注册页面、登录页等，这些信不需要被搜索引擎抓取，也对排名没有任何价值。这些页面虽然是被用户或网站本身业务所需要，但用户的信息是不能被抓取的，而且索引价值也非常低。最好的方法是用 robots.txt 文件进行屏蔽，屏蔽代码为 Disallow:/member.php。

什么是营销自动化？国内外 25 家营销自动化软件盘点

一、什么是营销自动化？

营销自动化是一种帮助企业管理和自动化完成营销任务的软件系统

营销自动化不仅能够帮助企业使用它收集的客户端数据和运营数据来设计更有效的活动和客户培育工作，也可帮助营销人员节省时间、减少人为错误，并最终提高营销效率和投资回报率，甚至还能让客户在营销活动中获得更满意的体验。

## 如何应用

一类是外部渠道如电子邮件、短信、社交媒体（如微信、微博、抖音）等，另外一类是内部渠道如弹窗、Push、Webhook 通知等。

## 核心功能

1、客户数据平台（CDP）：这里存储着所有营销数据，例如客户的一些信息、行为、互动记录等全生命周期数据，帮助企业创建更精准的客户画像，实现千人千面的个性化内容和服务，提升客户活跃度与转化率。

2、营销流程自动化：是一个用于创建、管理、自动化跨渠道的营销任务系统，像一个乐队的指挥家，提升营销效率、降低人为错误。

3、预测分析：是一个测试、衡量和优化营销投资回报率和提高收入的数据分析系统。让你知道哪些营销活动更有效、哪些无效、哪些需要改进，甚至可以通过智能化评分系统，告诉您用户购买的几率。

4、营销技术：包括所有辅助实现营销自动化的一些技术，例如落地页搭建、小程序搭建、表单创建等。

因为营销自动化可作用于客户全生命周期，所以说营销自动化软件有点像连接营销和销售渠道的润滑剂。它既有助于寻找新客户，又有助于在漏斗中培养这些客户。

## 二、营销自动化软件能帮助企业解决什么问题？

1、营销自动化的最大特点便是可消除繁琐营销流程。它可消除手动和重复性任务，帮助节省大量时间，能够自动化处理战术性工作，助力营销人员投入更多资源来制定战略、设计内容和创造性地解决问题。

2、跨渠道的行为监测支撑客户旅程搭建完善场景营销。可监测丰富的用户行为事件或其他类型事件，通过对事件进行分析判断，可完成场景化的营销以及支撑客户旅程的搭建；

3、精准的客户分群，识别出高价值客户，个性化营销：可基于用户资料、行为和消费数据等，进行用户分群和分层，准确识别出企业需要的特定营销对象；

4、多渠道触达客户的能力：可提供包括消息触达在内等一些营销动作能力，比如除了能发送召回消息给流失的用户，也需要能够在线索进行价值评估、并将完成线索的分配；

5、通过精细化营销和 AB 测试可以提高营销活动成效。适时通过适当渠道提供个性化内容，通过 AB 测试不断优化活动效果。

6、提高客户保留率。营销是一项持续性工作，获取客户并不是终点，客户保留也一样重要。营销自动化可支持忠诚度计划，创造追加销售和交叉销售机会，以及创建其他有助于构建牢固、持久客户关系的营销计划。

## 三、什么是最好的营销自动化软件？国内外前 10 名榜单

ActiveCampaign、HubSpot、Salesforce Pardot、Oracle Eloqua、Marketo、Infusionsoft by Keap、Sendinblue、Autopilot、GetResponse、Ontraport

1、主打 B2B CRM+营销自动化的厂商：纷享销客、销售易

2、主打社交媒体营销自动化的 SCRM 厂商：尘峰科技、探马、微伴助手、加推、微盛

3、主打内容和活动营销的厂商：致趣百川、Covertlab 荟聚、Focussend

4、主打数据库营销的厂商，火眼云、思卓、赛诺贝斯

5、主打行为数据分析为主的厂商：神策数据、GrowingIO

## 世界杯里的内容营销

内容消费的变化：由重变轻

想做好赛事营销，先不要沉浸在媒体纷繁复杂的商业资源包里，我们先要搞明白用户是怎么“消费”世界杯的。只有先理解透用户的内容消费逻辑

赛事本身：赛事直播、赛事集锦、赛事衍生节目；

比分输赢：赛前中后预测比分输赢、猜冠军；

球星新闻：球星故事、球星比赛表现、球星绯闻。

赛事花边：卡塔尔小王子表情包、世界杯半决赛现场放《孤勇者》。

赛事本身、比分输赢、球星新闻、赛事花边，流量的广度是由低到高的，而流量的精度是由高到低的

对于品牌而言，你想赢得世界杯的流量，不能只盯着世界杯赛事本身，你得看到世界杯里所有可能性的流量。对于赛事营销而言，你追求什么样的营销效果，就要瞄准什么样的内容。

赢得体育直男心智——赛事本身；

想跟用户产生互动——比分输赢；

借球星代言人营销——球星新闻；

只需要承接大流量——赛事花边；

内容消费行为的变化：从异步到同步

世界杯内容消费的变化，背后折射的是世界杯消费行为的变化

看、玩、评、买

“多变的酬赏”在起作用。当人们在不确定自己会得到多少奖励时，会更疯狂地行动。

从浅浅地“评”，到创造性地“评”，是世界杯消费的趋势之一。无论世界杯的转播平台，还是想借助赛事营销的客户，都应该尽量地让用户创造性地“评”，更深入地参与其中。因为用户参与得越深，就会越加喜欢你。

边看边买：创造“即刻购买”的氛围

如果有品牌想在世界杯期间带货，你一定要创造即刻购买的氛围，让转化可以即时发生。

世界杯内容消费的变化，背后折射的是世界杯消费行为的变化。当下的世界杯内容消费行为特点是：边看边玩、边看边评、边看边买。搞明白平台商业产品和营销玩法背后的原理，才能做好赛事营销。

内容营销的变化：从流量买断，到全链路贯通

1.0 时代，叫“流量买断”。大客户通过世界杯的直播冠名、包括中插广告位的方式，霸占世界杯的流量。这种方法可以短时间取得爆炸性的效果，但往往只有曝光、没有转化。而且没有钱做不起，门槛太高了。

2.0 时代，叫“品牌借势”。一些品牌有很牛的创意，他们把品牌传达的理念，和世界杯的热点做结合，企业用小成本撬动大流量。这种营销方法花不了太多钱，但是创意的走红三分靠智力、七分靠天命，不确定性太高了。

3.0 时代，叫“链路贯通”。因为大数据和智能推荐的成熟，世界杯的广告打通了看、评、玩、买的链路，广告不仅带动品牌效应，还带来生意上的转化。

营销链路

人群蓄水（达人种草）

人群拦截 (搜索品专、世界杯商城广告)  
关系深入 (竞猜互动、挑战赛、全民任务)  
引导转化 (直播推流)  
二次追投 (信息流-优选成单)

## 手机关机拔卡仍可定位

依赖于手机的定位功能, 靠对手机进行定位, 从而确定机主本人的行动轨迹

大数据通信行程卡

1. 基站定位

2. 无线网定位

WIFI 每一个路由器都有一个独一无二的 MAC 地址

卫星定位

误差一般不超过 15 米

手机漫游地查询依赖的也就是卫星定位功能

手机内置定位

IMEI 识别码, 识别码主要由 IMEI、MEID 或者 S/N 构成

## 搜狗搜索移动体验白皮书

面向对象

适用于对搜索用户有明确检索价值的页面。对用户没有检索价值的页面, 如色情、违法、作弊页面, 低质页面、查看页面内容时强制用户下载 APP 或不合理登录等限制行为属于搜索算法严厉打击的低质作弊问题

术语解释

详情页: 用户点击某条搜索结果后进入的页面, 展示和该链接相关的扩展内容, 类型通常包括文章内容页、商品详情页、问答详情页等。

主体内容: 可以认为是页面最想表达的内容总和。对于内容详情页来说, 文章标题至正文内容结尾的部分, 文章翻页都属于主体内容, 但不包括文章后的用户评论、分享、推荐等。

首屏: 用户点击搜索结果后进入的移动页面, 不滑动屏幕所看到的所有内容称为首屏。

一屏: 用户滑动屏幕, 在页面任意位置停留时看到的所有展示内容称为一屏。

移动适配: 是指 PC 网页在移动设备上能正常展现的手段, 保证用户可以直接看清内容, 不需要额外做放大、缩小、左右滑动等操作。

广告: 指为了某种特定的需要, 通过一定形式的媒体, 公开且广泛地向公众传递信息的宣传手段; 泛指所有在落地页中出现的面向用户的传播行为, 包括站外商业广告, 站内的 app 推广、二维码、运营活动、广告专题页面。内容详情、图片、评论及内容推荐, 不算作广告。

APP 引导: 通过悬浮窗、弹窗、文字、图片等方式引导用户下载安装或激活调起 APP 的行为。为了降低用户获取内容的成本, 要求凡可在网页或者小程序内观看、操作的内容及功能, 均不可引导甚至强制用户下载 APP 来解决。



一跳页面：从 QQ 浏览器搜索结果点击进入落地页时到达的页面。

多跳页面：从 QQ 浏览器搜索结果点击进入落地页后，进行再次点击跳转或多次跳转所到达的页面。

#### 搜索落地页规范标准

##### 可访问便捷性

是否能打开、打开成本和访问速度

##### 加载时间

首屏内容加载时间应尽量缩短，页面首屏的加载时间越短的网页或小程序，用户的留存率会越高，更符合用户对快捷搜索体验的期待

##### 信息获取权限规范

为了提升信息获取效率，用户能快速便捷地从搜索中获取所需的信息和服务，不需要额外付出权限成本。禁止任何打乱用户搜索路径，在用户查看页面主体内容或进行功能操作时对用户进行权限约束的行为。

如用户在达到某一行为目的之前，必须得先进行另一行为，并且设置一定的权限，不能直接获取到所需的信息和服务。

##### 页面浏览规范

###### 排版布局

###### 首屏主体内容问题

###### 页面结构问题

###### 展开收缩功能问题

###### 移动适配

###### 广告规范

###### 广告内容

###### 广告位置以及面积

###### 广告样式

##### 交互操作规范

###### 滑动顺畅

###### 功能友好

###### 功能按钮位置

###### 功能按钮可用性

###### 咨询类功能按钮使用规范

###### 咨询类功能按钮面积规范

###### 咨询类功能按钮数量规范

###### 操作便捷化

###### 图片资源

###### 视频资源

###### 音频资源

###### 文本资源

###### 链接可直达

##### 服务闭环标准

###### 登录简便标准

###### 定位服务标准

###### 支付快捷标准

###### 服务交互标准

信息查询标准  
播放顺畅标准  
互动分享标准  
信息识别标准

### 搜狗新算法-【石破算法】网站恶劣采集问题

1. 内容逻辑混乱：采集不同文章进行拼凑或相同文章的重复片段堆叠成一篇文章，文章前后无逻辑关系，致使用户理解困难；
2. 内容结构混乱：采集后未进行编辑导致的文章排版混乱、无关信息冗杂、功能丢失等问题，难以为用户提供有效信息；
3. 网站由大量采集内容构成：网站缺少原创/独有内容，即多为批量采集并未进行编辑整理的内容，整体内容质量较低；
4. 跨领域采集：网站采集大量与主要经营领域无关内容用以获取流量的行为也会被判定为恶劣采集；

### 停站恢复法

相信大部分站长都遇到过当网站无法上权时，蜘蛛也没爬取过，但是你一旦关站，清空数据后重新搭建，蜘蛛会抓取以前的 URL。而在记忆里以前的 URL 都没被抓取，它是咋知道的？这就是隐藏式蜘蛛抓取的

什么叫做隐藏式蜘蛛？

这种蜘蛛没有百度蜘蛛标识，只能通过宝塔或某些插件底层 HTTP 协议日记查看。所以，不能被插件识别为蜘蛛的，因此我把它成为“隐藏式蜘蛛”

如何恢复权重呢？

网站认证至百度资源中心后，同时生成 sitemap.xml 文件提交；之后立马备份网站，把网站彻底清空，以致打开访问显示 404 页面。但此时的 sitemap.xml 文件千万别删除，其他可以删完。十天半个月之后，把网站还原恢复如初，此时百度会依照以往的 sitemap.xml 里的 URL 进行抓取，以恢复你的网站收录和权重

关站期间的症状可能会有

百度突然大量展现以前没有收录的内容，这时候你就可以开放恢复网站了；

此前大量已收录内容忽然全部不见了，这时你也可以恢复网站了；

网站收录也有可能没有变化，但有可能会突然恢复权重和某些文章的排名了；

也要密切关注资源中心有没有关键词展示，如果有的话，也可以恢复网站了；以上几个注意事项，各位每日自行检查

## 外链优化: 怎样合理的处理垃圾链接

1. 链接锚文本与目标内容的标题不相关, 这样的内链对搜索引擎非常不友好的, 影响用户体验, 且无法传递权重

处理方式: 在网站之中添加搜索功能, 每一次做内链时, 在网站之中搜索相关内容, 将搜索出的内容地址定为链接指向

2. 死链接同样是网站内部的垃圾链接, 在搜索引擎的蜘蛛爬取页面时, 爬取到死链接则会导致无法爬取, 影响蜘蛛体验而提前跳出爬取过程, 同样也会导致网站信任度下降。

处理方式: 在不删除这些链接的情况下, 制作 404 页面可以降低死链接的影响, 是将这些死链接删除。

3. 强行增加的一些关键词锚文本链接, 导致文章都不能够通顺朗读, 这样的链接同样是垃圾链接, 存在于内链和外链之中。如果过多这样的链接会有关键词堆砌的嫌疑, 导致网站被 K。

处理方式: 增加写作能力, 减少这种链接的数量

## 网站 SEO 手段存在黑帽嫌疑指定是什么? 怎么解决

如果近期没有大量发布外链, 那肯定是友情链接了, 建议下掉友情链接, 然后观望。我的是双标题, 目前停更两天后, 突然就出词出排名了, 流量也有了

网站已经降权怎么实操与解决?

### 1、算法周期

百度算法调整频繁, 不乏一些时候是误伤或者对判断页面链接的标准做调整, 如果没有其他比较理想的策略, 可以等待算法周期调整, 一般 40-90 天为一个周期, 可能会跟随算法调整, 自动恢复。

### 2、降权特征

如果一个算法周期过后, 没有恢复迹象, 或者明知道自己的优化策略过于激进, 对于网站恢复没有信心。

可以采用主动策略, 将网站降权的 url 做统计, 一般可能是某一个时期建立的页面或某一个目录出现降权问题, 可以将这些 url 进行统计, 有选择性的进行 url 目录变更, 合理调整 TDK, 并重新提交搜索引擎, 让搜索引擎对这些 url 重新进行评估。

这样就绕开了大量发外链导致目标目录降权的 URL。

### 3、建立聚合

根据网站内部结构的不同, 做其他策略, 比如: 可以将这些页面重新规划, 利用 tag 标签来重新建立聚合页面, 对于搜索引擎来说, 这是一个新的页面, 需要重新评估, 页面合乎标准, 那么, 网站将重新获相关关键词排名。

### 4、链接去除

如果确定是外链优化中出现了问题, 并且这些外链是网站自己通过第三方平台账号建立的, 可以登录账号修改外链属性, 比如: 将外链的关键词锚文本调整成该页面的长尾词, 规避优化过度问题, 或者直接删除这些外链, 待网站恢复后, 再思考如何重新布局外链

黑帽 seo 收徒网站 SEO 优化: 创新需要注意的三点要素

1:网站外链建设应该改变固有的以数取胜,取而代之的是以质取胜

2:网站内容建设往往走两个极端,应该灵活做用户喜欢做的事

以人为本,以用户为导向,创造网站的内容。当然,内容的编写也要符合搜索引擎蜘蛛的爬行习惯,而且要保证内容的相关性,适当的转载和适当的伪原创都可以,原创的写作也要满足用户的需求

3: seo 技术要创新,模板程序要创新

网站备案基本流程您了解多少呢?

为了防止在网上从事非法的网站经营活动,打击不良互联网信息的传播,如果网站不备案的话,很有可能被查处以后关停

1、申请“闭站保护”

在百度站长后台完成的,在后台的左侧栏目有一个“闭站保护”的功能,在点击申请的时候首先要把网站关掉,也就是网站要处于关闭打不开的状态,这样做的目的是让百度搜索引擎会暂时保留索引、暂停抓取站点、暂停其在搜索结果中的展现。这样以来网站就不会因为打不开而被百度蜘蛛判断为死链而导致网站降权对其产生负面影响。待网站审核通过以后,我们申请恢复,这样网站就能恢复到备案前的正常状态了。

网站在闭站保护的过程中会出现收录和关键词归零的情况,也就是网站之前的收录和关键词排名全部消失,如果一旦遇到这样的情况千万不要担心,这属于正常情况

2、提交初审

身份证扫描件正反面

备案系统填写一些资料

网站备案信息真实性核验单

打印四五份,其中三份要邮寄到有关部门,剩下的两份供填写拍照使用

如果你的网站在提交初审的时候有什么问题,会有人给你打电话过来询问,提醒大家网站名称填写的时候不能出现行业、人名、地域等词,这些名称是通过不了的,我也搞不清楚为什么,反正我们只有服从上面安排按照要求做就对了。还有一点就是我在填写网站备案信息真实性核验单的时候也出现了一点问题,就是勾选了本该初审人员做的事情,不过工作人员也没多说什么,就是让我在填写需要寄过去的那三份核验单的时候不要出错就行了。就这样我的初审就这么过了

3、办理拍照

阿里云的幕布是深蓝色的,上面有“阿里云计算有限公司”的水印字样。阿里云在一些城市设有“阿里云拍照核验点”,如果没有我们就只能自己申请幕布了,关于申请幕布,阿里云备案系统有专门申请的地方,我们只要填写一下可以寄送地址就可以了,申请之后他们就会给你把幕布寄过来,物流费用是他们承担,我们不需要出钱。我申请的幕布差不多三天就到了,收到幕布之后我就立刻按照拍照要求拍了一张然后上传

4、等待管局审核

前面三步所做的主要是针对阿里云公司的,我们提交相关资料给他们,然后他们通过整理归档,然后把它提交给管局审核,只要提交给管局审核之后,我们要做的就是等待了,这个大概需要一个星期左右的时间,我其实差不多也就等了这么久。

5、备案完成

管理局审核通过以后,会以手机短信和邮件的形式通知你备案完成

网站打开速度优化的几种方式

- 1、网站服务器、程序代码自身优化
  - 网站图片压缩优化
    - 图片在线压缩工具 [tinyPNG](#)
  - 网站代码优化
    - [pagespeed](#) 工具
  - 服务器端
    - 开启 GZIP 压缩
- 2、借助外部力量优化,CDN 加速、云存储等
  - CDN 加速
    - 百度云、360
  - 云存储
    - 七牛云存储
  - 百度 MIP
    - 移动网站页面速度提升 30%-80%

网站发布文章同时发布到百家号,网站还会收录有排名吗?

文章同时发百家号和网站会对网站权重产生影响吗?

### 1: 网站和自媒体的区别

网站和自媒体的区别主要在于内容的发布方式不同,网站是通过网页的形式发布内容的,而自媒体是通过社交媒体平台发布内容的。网站内容主要依靠网站优化来进行推广,而自媒体内容主要依靠社交媒体平台的推广。

### 2: 网站权重的影响因素

1. 网站内容: 网站内容是搜索引擎评估网站权重的主要因素,因此网站内容质量越高,网站权重越高。
2. 网站结构: 网站结构良好,便于搜索引擎抓取和索引,有利于提高网站权重。
3. 网站外链: 网站的外链质量越高,网站权重越高。
4. 网站流量: 网站流量越大,网站权重越高。

### 3: 如何增加网站权重

通过多种途径得到提升,包括内容、链接、流量、用户体验、技术等

1.内容:网站的内容是网站权重的基础,如果网站的内容不好,不能吸引访客,也不会获得搜索引擎的收录,因此,要想增加网站权重,首先要做好网站的内容。

2.链接:网站的链接结构也是提升网站权重的一个重要因素,如果网站的链接结构不合理,不能有效地帮助网站提升权重。

3.流量:网站的流量也是影响网站权重的一个重要因素,如果网站的流量较低,不能有效地帮助网站提升权重。

4.用户体验:网站的用户体验也是影响网站权重的一个重要因素,如果网站的用户体验不佳,不能有效地帮助网站提升权重。

一篇原创文章同时发百家号和网站,会对网站有一定的帮助,但是并不会像自媒体那样

大幅度提升网站权重。如果想要提高网站权重，还是要从网站本身来考虑，比如说内容、链接、速度等方面。

网站视频优化怎么做-谷歌建议将视频放在专用页面上

视频位置

将视频放在自己的专用页面上，还应该将其作为“页面上突出的主题”放置。谷歌甚至在下图中说明了视频在页面上的位置，在页面顶部显示视频位置

丰富的结果可能需要它

一些谷歌搜索功能，如关键时刻、实时徽章和一些丰富的结果，要求视频有自己的专用页面

视频放在多个位置

在专用页面及其原始页面上，以及其他信息（如新闻文章或产品详细信息页面）上都包含相同的视频是可以的

核心

视频标题、描述甚至视频的转录本

网站死链接过多怎么处理,处理方法

方法 1、网站改版和程序修改会导致大量的死链接，把这些死链接整理出来，写入 robots 中，让搜索引擎爬虫明白这些链接是禁止抓取的。

方法 2、如果网站中的死链已被收录，则此时需要使用站长平台，将这些死链接提交给站长平台，直到不收录为止。

方法 3、可以用一些工具，然后抓取页面，查询死链的具体位置，然后删除它们，较后将这些死链提交给搜索引擎。

黑帽 seo 收徒网站搜索引擎优化的 3 个技巧

技巧 1：关注投资回报率，而不是流量

流量可能会让你和你的客户感觉良好，但它往往只是一个虚荣的指标。最终目标是吸引为您的业务提供价值的访问者，而不是吸引大量未转换的访问者

重点是什么？关注投资回报率。这意味着专注于行为分析，以确保吸引“正确”的流量。

为了做到这一点，你必须使用行为分析（提供在线消费者行为洞察的数据）来逆向工程你客户的 SEO。

首先，检查高价值访问者正在搜索什么，并将其反馈到您今后制作的内容中。通过关注 ROI，您能够磨练高价值的 SEO 策略。

提示 2：用第一方数据替换关键词研究

关键词在展示主题专业知识和建立主题权威方面发挥着无价的作用

关键词不应该是吸引高质量、有价值流量的主要手段

提示 3：优先考虑保留

获得一个新客户的成本是留住一个客户的五倍

他们不仅将增强 SEO 游戏的动力, 而且还将大幅提高他们的保留率。

但是你怎么知道从哪里开始呢? 你和你的客户都不能简单地按一下按钮, 奇迹般地

重新设计他们的网站, 以确定保留的优先级。这需要很多努力, 最重要的是, 这意味着你的客户必须倾听他们的客户。

他们需要了解是什么驱使他们首先进入他们的网站。

他们需要找出客户不喜欢他们网站的现状: 他们正在努力解决的问题, 让他们感到沮丧的问题, 以及他们在哪里努力获取帮助他们解决特定痛点的关键信息, 即使他们已经转换了网站。

客户购买了客户的产品并不意味着他们已经解决了所有的问题。这也不意味着你的客户已经尽了他们所能长期留住这个客户。

最成功的公司也同样关注(如果不是更关注的话)留住现有客户, 而不仅仅是吸引新客户。

## 网站优化 Preload 进行预加载的使用方法

<link>元素的 rel 属性的属性值 preload 能够让 HTML 页面中 <head>元素内部书写一些声明式的资源获取请求, 使得资源可以更早的得到加载。

先加载 style1.css 和 main1.js 文件(但不会生效), 在随后的页面渲染中, 一旦需要使用它们, 它们就会立即可用。

哪些类型的内容可以被预加载?

audio: 音频文件。

document: 一个将要被嵌入到<frame>或<iframe>内部的 HTML 文档。

embed: 一个将要被嵌入到<embed>元素内部的资源。

fetch: 那些将要通过 fetch 和 XHR 请求来获取的资源, 比如一个 ArrayBuffer 或 JSON 文件。

font: 字体文件。

image: 图片文件。

object: 一个将会被嵌入到<embed>元素内的文件。

script: JavaScript 文件。

style: 样式表。

track: WebVTT 文件。

worker: 一个 JavaScript 的 web worker 或 shared worker。

video: 视频文件。

<link>元素有一个很棒的特性是它们能够接受一个 media 作为属性值, 这将令你能够使用响应式的预加载

媒体查询

跨域获取

通过添加 crossorigin="anonymous"支持跨域,对于字体文件是个特例,无论何时,字体文件都需要添加该属性

<link rel="prefetch"> 已经被许多浏览器支持了相当长的时间,它是意图预获取一些资源,以备下一个导航/页面使用。这很好,但对当前的页面并没有什么助益。此外,浏览

器会给使用 prefetch 的资源一个相对较低的优先级——与使用 preload 的资源相比。

## 网站优化的误区和纯文本链接的功能介绍

### 网站优化误区

1、关键词堆积，这是大多数 SEO 都会犯的错误，比如插入关键词需要标题，但是如果关键词太多，会分散关键词的权重，那么搜索引擎就无法判断哪个才是 SEO 是真正的关键词。

2、选择错误的网站关键词，即使关键字排名已经到达了首页，但是流量仍然非常少，大部分是由网站的初始关键词选择造成的，虽然关键字的列表，但是关键词的选择网站优化也是无用的。

3、文章的原创性，网站文章的收集使得网站失去了原创性，失去了新鲜事物，很难提高排名和权重。

4、网站更新是不规则的，网站的更新必须有一定的规则，特别是 SEO 优化当网站的内容和链接被发布的时候

### 纯文本外链对排名的作用

1、纯文本链接会增加网站的 domain 值，一个网站在互联网上留下的痕迹越多，整站优化是越能帮助搜索引擎理解我们网站的，这其实也算作是一种投票。

2、这种外链也能为我们网站吸引来蜘蛛，可以帮助蜘蛛来抓取网站的内容，只要我们外链的形式足够广泛，对搜索引擎认识我们网站帮助其实是非常大的，能非常有利于我们网站的收录。

3、它也能增加我们网站关键词排名的相关性，只要在这种外链周围部署一些网站的关键词，间接地也能给我们网站的关键词起到加分的作用。

## 网站优化过程中图片优化的技巧有哪些？

### 一、图片的 ALT 属性

描述图片内容的关键词

### 二、图片的宽高属性

图片的显示尺寸和实际的尺寸最好一致

### 三、图片是否清晰

既清晰又大小合适的图片

### 四、图片要本地化

图片上传时尽量是自己原创和拍摄的照片，或者从网上找的图片也要先下载再进行上传

### 五、图片原创度

## 网站优化中权重以及流量如何提升

1.网站需要有足够的关键词，无论初始的关键词有没有排名，网站上一定要匹配出来的词多一些，这样才有足够的词来提升网站权重流量。

2.网站的收录不能太少，收录的页面少了，网站没有那么多地页面可以匹配出更多的关键词，词少也就代表了网站的关键词即使全部在搜索引擎首页，也不会为网站带来多少的流



量，所以需要把网站的收录数量提高上去。

3.关键词中需要有些关键词指数要到一定的数值，如果出现的关键词都没有指数，那也没什么意思，即使上去了几个没有指数的关键词，对网站的权重流量并不会有什么提升。

4.要有高质量的友情链接资源，为网站有规律的添加友情链接，友情链接最好是与网站的行业相关，流量稍微高一点，不需要高太多，这样的友情链接就是非常不错的资源。

5.网站上内容的更新，切忌不要使用采集文章内容的方式，网站上最次也要使用伪原创的方式，最佳的做法是对网站更新高质量原创的内容。

6.网站上的死链以及单链不能存在，有的话进行删除或者加上 **nofollow** 标签，使网站流量不要外泄。

7.选词方面一定要选择好，通过 5118 或爱站等第三方工具对网站关键词进行一个筛选，选择出有价值的词进行优化，关键词到达首页之后自然会为网站带来流量。

8.Site 出网站收录的页面，将有相关性的内容做上内链，增加页面之间的粘度。

黑帽 seo 收徒网站优化中如何使用 canonical 标签呢

功能

第一，使用 Canonical 标签使网址规范化。

第二，避免内容重复页面，搜索引擎收录更准确。

第三，集中传递页面权重

跨站

301 重定向

如何更好的使用

第一，该链接标签可用于定义相对地址，也可用于定义绝对地址。但为了保险起见，建议使用绝对地址。

第二，如果使用了 canonical 链接标签的页面在整个网站中并无重复内容的页面，也无需担心，该标签暂时会被搜索引擎“束之高阁”。

第三，该链接具有可传递性。假如你在网址 A 中将网址 B 指定为首选地址，而在网址 B 中又将网址 C 指定为首选地址，那么搜索引擎会认为网址 C 才是 A 和 B 的首选页面。这种情况有时候在网址重定向中会发生。

第四，一个网页链向了有 canonical 标签的页面，会被当作像 301 转向到这一页的 canonical 页。

第五，一个页面可以用 rel=canonical 指向自己，一个网站的所有页面可以都有 rel=canonical。在使用 rel=canonical 完全不用担心，只在使用时指对了页面。

网站有收录但是权重一直上不去是怎么回事？

各大站长平台的那些权重值都不被百度认可，或者说百度从来没有认可过这些第三方站长平台的权重，谷歌搜索是官方公开了 pr 值，百度他们内部也有这个权重，这么玩意儿，但是计算方式不一定和第三方工具一样。说白了，他们上面的权重值都是自己计算的，根据你的收录量，然后自然流量（就是百度搜索进入你网站的流量）还有你网站出来的一些搜索词，然后进行计算权重的，也就是说，网站行不行并不能看权重，但是咱们大多数站长都是看的权重，并且这个东西都快成统一的了，别人都是看权重，所以我们也只能这么照着优化

了。

### 内容

内容就是不好,虽然是原创的,也被百度收录了(原创内容百度爱收录)但是到较后也是没有排名,或者说也没有什么自然流量,那么,那些站长平台计算的权重也就很低。

### 排名

和你的内容问题有点相关,还和你的网站质量,网站建站时间,权威性什么的有关,比如一些比较老的网站,他们一般排名都比较高,还有一些政府网站,一些比较强的企业网站,排名就是比较高

网站被降权,或者被 k,被降权的话,有可能是你的网站有一些问题(比如违规呀,或者说稳定性有问题,这些问题大家可以自己排查)降权就是说本来你的收录应该排在前面,但是他愣是排到后面,甚至说都找不到。

被 k 问题就大了,有些网站被 k 之后收录排名全部没,这肯定权重也就上不去

### 解决

网站建站时间短,很多新站收录非常正常,收录一直在持续增加,但是由于你的建站时间短,那么注定排名就不会给你上去,然后就会导致搜索的人不进你网站(我们一般习惯进第一页的网站,不喜欢再翻几页去找)所以很多站长都选择买老域名,那些域名更容易排名上去。这个问题比较好解决,只要坚持更新,然后时间长了就好了。

网站的内容不是很吸引人,或者说搜索的人就是比较少,一般比较吸引人的,或者说标题搜索量比较多的更容易获得自然流量这个问题呢,大家只能自己解决,实在不行把标题弄的好一点

有些专业领域的网站权重很低,比如我原来认识的一个站长,他们网站发的全是对 linux 系统的一些研究和各种 linux 相关的教程,他的收录很多,文章也很多,而且都是原创文章,但是由于他的这个领域太过于专业,我在那看半天,我看不懂点多少,那么,搜索的人也比较少,较后导致权重很低。

## 网站在线客服系统免费推荐(国外独立站常用)

### 在线客服系统有什么好处?

1、在线客服系统在接收到客户的消息和沟通之后就会对客户进行一个简单的“画像”,结合用户的标签体系。

2、在线客服系统根据客户的各种信息和问题对客户分析,通过分析找到他们的高频关键词,然后再进行关联,这样会让客户更好的体验。

3、精准分配其实是在在线客服系统很重要的功能之一,系统会根据客户的需求和问题将客户进行精准的筛选和分配。

4、全站统计也是在线客服系统会做的重要环节之一,通过对客户来源的分析,把握他们的整体情况和方向,然后再对客户进行主动地营销和推荐,这样也能够有效增加企业的盈利机会。

### 免费推荐

#### 1、Tidio

网址: <https://www.tidio.com/>

Tidio 是一个集多功能于一体的客户服务平台,通过聊天机器人提供实时聊天。它与 Shopify 有一个专用的聊天机器人集成,使您能够轻松跟踪聊天机器人对话如何影响您

的销售,根据客户正在浏览的产品触发聊天机器人,并在聊天机器人消息中添加产品卡推荐。

## 2、Purechat

网址: <https://purechat.com/>

**purechat** 这款工具也有免费和付费两种版本,但是没有手机端,不能随时随地使用。如果你希望工作和生活分开,这款工具可以帮到你,不怕在业余时间被打扰。

对于新建的独立站商家来说免费版本已经够用,这些功能包括:无限制在线聊天 - 无限用户 - 完全定制 - 互动中心 - 成绩单 - 所有集成 - 最多可以使用 3 个网站。

## 3、Zendesk

网址: <https://www.zendesk.com>

一个完善的基于云的客户解决方案,受到全球超过 160,000 名客户的信赖。其一体化平台包括帮助台软件、在线知识管理、团队协作和客户关系管理 (CRM) 工具。

## 4、Tawk.to

网址: <https://www.tawk.to/>

**Tawk.to** 另外一款也很受欢迎的在线客服工具是 **Tawk**。它除了具有监控访客、支持移动端的功能外,还可以自定义访问者小部件以适应我们的独立站,本地化语言中的问候语和消息。

网站制作应该注意的关键点

- 1、适用行业: 一个有能力的网站制作公司无所不能,所有行业的网站或者功能都可以做,如果功能复杂只在于制作成本。
- 2、网站策划: 品牌网站不是一个没有灵魂的模板站,我们将通过多年建站经验对您的 VI 系统、文案、品牌定位进行梳理,策划出适合您品牌的一套网站建设方案。
- 3、网页设计: 美术创意设计、形象界面设计直接影响网页美观程度,而结合移动端还需要通过 CSS+DIV 前台自适应结构设计。
- 4、多端兼容: 兼容 PC 端、pad 端、手机端等多种不同尺寸设备。
- 5、实现技术: PHP 语言程序开发,前端使用 JS、JQ、Ajax、Html5 等技术,是现在主流技术完全符合当代浏览器及不同设备的兼容。
- 6、强化 SEO: 网站建立初期我们会将各项利于 SEO 优化的技术与代码进行优化,使网站上线后能够快速收录并且拥有较好的排名。
- 7、网站建议: 明确需求,建站的满意度与成功率会更高。

微博黄 V 博主认证教程

- 1.使用抖音采集软件,采集一些无水印,视频长度 60s 以上的,无广告的!
- 2.每天最少发 3-5 个小视频微博,坚持发到播放量能稳定在每天 1500+
- 3.当视频播放量≥10000,尝试申请认证,多弄几次,就会收到新浪微博官方认证服务

管家发来的邀请认证，

按照流程申请即可。48 小时内就可以认证通过！

微信私域朋友圈引流裂变玩法

### 1.投放到各大平台

免费送来的引流的，或者付邮费免费送，但是前提要先加微信，这样也是可以达到引流的效果，如果是做团购产品的想要快速的加人可以尝试。

### 2.裂变引流

经常能在朋友圈看到很多商家免费送产品，我们有了引流品之后就可以操作了

需要准备多张海报，海报里面有你的微信号或者二维码，再加上一套裂变话术，就可以实现无限的引流裂变了。

首先要有基础的粉丝转发朋友圈，也就是所谓的种子裂变用户，获取可以通过朋友圈预热或者群发。

预热

做裂变活动之前可以提前一天在朋友圈做点赞抽奖活动（这里可以免费先送几个获取方便预热截图体现活动的真实），或者发布免费送产品互动性文案（比如说明天朋友圈免费送产品本条朋友圈点赞即可参与，为的是我们在发布完活动之后在评论发一条消息他们每个人都能收到）

预热完之后就可以公布活动了

设置一天话术，讲清楚活动规则

这里规则有两个方向

一个是转发朋友圈保留 1 个小时攒 5 个赞就可以免费领取

一个是推荐 3 名女性好友并且转发朋友圈就可以免费领取

可以把活动方式的关键词放在海报里，制作海报的工具具有：简拼，创客贴

邮费可以写在文案

邮费也可以不写再文案等好友转发完毕截图来了在告诉对方需要付邮费

流程

先在朋友圈公布内容点赞免费送抽奖预热

然后隔天发布活动期间可以晒产品图晒产品亮点文案例如 298 福利今天免费送，只需要付邮费即可，仅限今天，等等的文案内容。

接着用户进来主动咨询是否领取福利

告知活动规则对方操作

对方反馈截图让对方付邮费

循环操作一天能裂变出很多人

当然通过微信群裂变也是可以的

话术投放到各大微信群，然后吸引用户裂变，之前有写过类似的方法可直接参考微信群裂变法

售后裂变

当顾客买了你的产品之后可以让顾客帮忙转发你提前准备好的海报二维码和文案让对方帮忙转发朋友圈达到裂变的效果

其实只要合理的利用是可以带来丰厚的回报的

比如维护老顾客可以采取直接赠送

做活动的方式今天购买一件产品就可以参与抽奖，抽奖产品就是包邮的引流品

而且成本又不高，又可以刺激用户购买

文章怎么伪原创，新手如何一天 30 篇伪原创？

## 一、文章怎么伪原创

### 1、伪原创文章标题修改

1) 标题的修改，在于降低搜索引擎中的重复度，但一定要符合文章内容主旨，注意，第一要忠于原文标题的本意；第二要加入更加符合浏览者需求的特色。

2) 标题中一定要包含关键词，关键词密度以 1-2 个为宜，关键词的选取以用户需求习惯为主，标题长度不超过 30 个字符

### 2、伪原创文章摘要部分

1) 描述旨在概括文章主旨，从文章内容里总结即可，具概括性，同时能引导用户点击的文字来做页面描述。

2) 描述字数控制在 200 字以内，含关键词，以 2-3 为宜，关键词要求顺应语境，切勿生硬。

### 3、伪原创文章正文

关于正文的修改，很多人认为只要处理文章前 100 个字就行了。其实现在是不妥的，因为百度和谷歌都改了算法，能比较精准的比较出一篇文章的出处，因此最好是改文章的大多数，也就是处理一篇文章的 70%就行了。

#### 1 首段自己总结：

快速阅览文章，了解文章主旨，就像写引言一样，自己编写，融入自己网站及文章关键词

#### 2 文章中处理

段落替换法：即在不影响原文主旨，阅读的情况下调整内容顺序，需保证逻辑通顺，另外还可以多参考几篇文章，融合拆分，记得插入链接锚文本：锚文本有助于提高相关的关键词排名，也可以他人采集你的资料的时候，把锚文本链接一并采集去，这样就相当于给你增加一条外链：（不过一般编辑都会过滤，这里提醒大家在复制别人文章时一定要注意别人的链接，推荐大家用排版助手），锚文本链接以 2-3 个为宜，增加新的图片：所谓一图胜千言的道理。图片的优化参考：SEO 干货分享 站内优化之图片优化。

### 4、伪原创文章文章结尾

结尾一般多种多样，可自己编辑，可用近义词替换、等价替换、数字替换（其实这三种方法所有伪原创的文章都适合）等等，但是建议各编辑增加相关文章推荐，即选择相关的 3-5 篇文章加上链接进行推荐，这样可引导用户继续阅读，增加用户黏度。

## 二、新手一天 30 篇伪原创可以做到吗

新手在编辑伪原创文章方面会经验不足，这样产出的量会相对少些。但是这些技巧是可以学习的，通过学习培训新手也能很快信任伪原创工作。

通常不熟练的新手，经过简单的培训后大概 30 分钟可以出一篇伪原创的文章；在熟练掌握伪原创文章的编辑技巧后，以每 15 分钟出一篇伪原创的文章来计算，一天大概可以出 30 篇高质量的图文并茂的伪原创文章。总结而言，新手编辑人员在经过专业的培训之后，是能够在一天编辑出 30 篇伪原创文章的

## 黑帽 seo 收徒小程序流量入口和排名

### 入口

- 1: 【被动型】搜索, 附近的小程序, 用户共享
- 2: 【主动型】微信官方账号关联, 店铺二维码, 文章群发, 小程序跳转
- 3: 【推广付费】推广付费竞价排名、区域投放、公众号腾讯广告解决方案

### 排名

- 1: 第一个优先: 使用过的小程序
- 2: 第二个优先: 上线时间早的小程序
- 3: 小程序的名字
- 4: 小程序关键词被搜索的频率
- 5: 小程序的使用次数

## 移动端 SEO 网站优化必须要加的代码

- 1.<meta name=" applicable-device" content=" pc,mobile ">?

<meta name=" applicable-device" content=" pc "> 这行代码说明这个页面适合 PC 端浏览, 用于 PC 网站。

<meta name=" applicable-device" content=" mobile "> 这行代码说明这个页面适合移动端浏览, 用于移动网站。

- 2.<meta http-equiv=" Cache-Control" content=" no-transform ">

禁止百度转码的, 如果你的网站没有针对的移动端进行优化, 那么当用户在移动设备上搜索进入百度就会自动的对页面进行转码, 当然, 里面也会加上百度的广告, 这样的体验很不好。如果是自适应的网站话不需要百度进行转码, 所以这行代码是必须要加的。

- 3.<meta name=" location " content=" province= 北 京 ;city= 北 京 ; coord=116.306522891,40.0555055968 ">

百度针对移动端搜索地域化服务而出现的, 你的网站在哪个省份, 哪座城市提供服务, 那么就填写哪里的坐标, 这样一来, 就更加快捷方便用户寻找本地服务, 比如用户搜索北京保洁公司。为什么要加请看: 百度移动搜索地域化服务说明。

- 4.在百度搜索资源平台, 站点属性里面选择, 站点类型, 你的网站是什么类型的就选择什么类型的。

meta 标签一定要加载 head 标签中间

## 已停止访问该网页怎么解决(停止访问网页恢复网站域名的方法教程)

网站在微信里打不开了怎么办? 页面显示“已停止访问该网页”, 遇到这种情况怎么解除风险? 网站链接以及在 qq 上被提示危险网站。

在线申请

- 1、域名提示已停止访问时，点击网页下方的“申请恢复访问”。
- 2、不过要真的没有违规或者已经清理完成违规内容之后才可以申请恢复访问。
- 3、申请恢复过程中，有三道风险测试题，答错也没关系，重新进行回答就行了。
- 4、根据提示填写申请人信息，都是一些站长的相关信息。

申请信息提交页面中的内容

- 1、违规链接已清理完成

相关违规链接内容已删除，域名不存在违规内容，申请解封。

- 2、新注册域名

x 年 x 月 x 日新注册域名，用于新建 xx 网站，不存在违规内容，申请解封。

在线申请提交后一般在 3 个工作日内会有处理结果，结果会通过微信团队公众  
号通知。

如果 3 个工作日后没有收到处理结果或者是提示申请解封失败的话，可以重新  
提交或者选择“邮件申请”提交解封申请。

黑帽 seo 收徒谷歌 google 用户个性化定制及搜索引擎优化排名

Co:国家

用户可以看到与所在国家相关的结果

考虑到一个地区的地理、语言和文化将有助于确保您的内容能够与您服务的地区  
的用户交流。如果你的网站被认为与某个国家不相关，那么当国家个性化发生时，你出现  
的机会就会减少。如果你觉得你应该是相关的，那么你可能要在你的国际搜索引擎优化工作

如果您有多种语言的内容，最好使用不同的 url 来替代页面的语言版本。然后，  
您可以使用 rel=“alternate” hreflang 标记通知 Google 有关语言和区域变体的信息。这样做  
将有助于搜索引擎了解你的页面之间的关系，以便他们可以更准确地抓取和索引。

Lo:地点

如果你曾经搜索过“XYZ near me”或者甚至只是搜索“local news”，你可能会注  
意到搜索引擎提供的搜索结果是根据你的目前所在的城镇或大都市地区量身定制的。

如果你想特定城市的结果中出现，你需要使你的网站与你所服务的地区相关。在  
你进行网站优化时把你的网站配置成一个很好的开始。在 Yelp 或 TripAdvisor 等行业特定的  
垂直领域建立业务也会有所帮助。如果你的品牌有多个地点，最好在你的网站上提到那些社  
区或城市。

频道：本地

搜索引擎优化：本地

Hs: 历史

除了位置信号，谷歌还可以根据最近搜索的即时上下文对结果进行个性化设置

至于历史作为一个搜索引擎优化因素，这意味着没有低悬挂的水果优化。相反，  
改善你的内容和用户体验，创造一个有意义的第一印象，培养品牌忠诚度。随着时间的推移，  
这可能会鼓励用户在搜索结果中查找您的域，即使它不是最热门的结果。

用户体验

搜索引擎不只是想引导用户找到最相关的结果，他们还想把它们发送到能给他们带  
来积极体验的页面。毕竟，如果用户被广告轰炸或在完成交易时遇到困难，那么相关页面有

多有用?

用户体验 (UX) 包括从站点导航到内容质量到站点速度等所有方面的内容。从结构的角度来看,你要让你的访问者直观地找到他们想要的东西。

这意味着容易访问的导航、清晰的页面层次结构和易于遵循的内容结构,无论是在桌面还是移动设备上。满足用户的搜索意图也会给用户体验带来奇迹。这是第一印象很重要的地方-不要让网站访问者做猜测。访问者应该能够快速识别你是否提供了他们想要的东西。

域名价值评估最基础的判断方式有哪些

#### 1、域名价值评估

①、域名长度(Characters),短的域名不仅方便用户记忆,同时输入的正确率要高很多,所以域名长度越短越好;

②、商业价值(Commerce),商业价值其实也指域名所包含的意义,假如你是银行,那你的中间域名如果是英文 bank,这样人们一看到你的域名就知道你这个网站是和银行相关的,当然如果你只是做国内市场,你的中间域名也可以是你公司名字拼音首字母缩写或者品牌名的中文拼音,简而言之,就是域名用简单有意义的英文或者中文拼音更有价值。

③、域名后缀(.com),被人们所熟知的域名后缀当然就属.com 了,除了.com,还有.cn、.net 等,被熟知其实也就是被认可的意思,认知度越高的域名越有价值,一如那些品牌产品。

域名年龄越老相对来说也越有价值

#### 2、网站权重评估

网站权重越高你的网站价值越大,现在有很多工具只要你输入网站网址它就会给你网站给出一个大概的权重值,我们不能片面就相信这个权重值了,因为行业不同,高权重的网站不一定比那些精准流量的低权重网站价值大,毕竟不同行业流量价值不一。举个例子,人家是做大型机械设备的,你是做袜子生意的,虽然你的网站点击量大,成交量也多,但可能你几千几万的点击量还不如别人成交一笔的收益,当然同行业网站权重越高价值肯定是越大的。

#### 4、网站品牌溢价评估

在网站优化中网站地图的作用

##### 一、网站地图能够给其他页面增加入度

网站地图就是一个枢纽页

##### 二、网站地图给蜘蛛爬行构造了良好的通路

爬虫访问网站首先访问 robots,我们在 robots 里写上网站地图的地址,等于告诉爬虫先爬地图,网站地图里就会有其他页面

##### 三、网站地图能够有效提升整站的收录率

把那些暗藏的页面都提取出来,搜索引擎爬虫顺着网站地图上的链接进行一个个的抓取就会提升整站的收录量。而收录量和总页面数的比率就是收录率,两个网站在总页面数相同的情况下,建立网站地图的网站收录率明显比没有建立网站地图的网站高的多



## 域名劫持是什么意思, 域名劫持解决方法

### 一、域名劫持是什么意思

域名劫持,指的是通过攻击域名解析服务器,或伪造域名解析服务器的方法,把目标网站域名解析到错误的地址从而实现用户无法访问目标网站或者网站打开速度慢。

域名劫持危害非常大。一方面影响用户的上网体验,用户被引到假冒的网站进而无法正常浏览网页,尤其是用户量较大的网站域名被劫持后恶劣影响会不断扩大;另一方面用户可能被诱骗到冒牌网站进行登录等操作导致隐私数据泄漏。

### 二、域名劫持怎么做到的

#### 步骤

攻击者在范围内封锁正常 DNS 的 IP 地址,使用域名劫持技术,通过冒充原域名以 E-MAIL 方式修改公司的注册域名记录,或将域名转让到其他组织,通过修改注册信息后在所指定的 DNS 服务器加进该域名记录,让原域名指向另一 IP 的服务器,让多数网名无法正确访问,从而使得某些用户直接访问到了恶意用户所指定的域名地址

1、获取劫持域名注册信息:首先攻击者会访问域名查询站点,通过 MAKECHANGES 功能,输入要查询的域名以取得该域名注册信息。

2、控制该域名的 E-MAIL 帐号:此时攻击者会利用社会工程学或暴力破解学进行该 E-MAIL 密码破解,有能力的攻击者将直接对该 E-MAIL 进行入侵行为,以获取所需信息。

3、修改注册信息:当攻击者破获了 E-MAIL 后,会利用相关的 MAKECHANGES 功能修改该域名的注册信息,包括拥有者信息, DNS 服务器信息等。

4、使用 E-MAIL 收发确认函:此时的攻击者会在信件帐号的真正拥有者之前,截获网络公司回溃的网络确认注册信息更改件,并进行回件确认,随后网络公司将再次回溃成攻修改信件,此时攻击者成功劫持域名。

### 三、域名劫持解决方法

- 1、立即修改域名服务商和邮箱密码,使用复杂度高的密码且经常更换;
- 2、删除不属于你的 DNS 解析,恢复 DNS 设置;
- 3、关闭域名的泛解析,进入域名管理后台就可以点击域名找到带\*号的域名解析,删除掉;
- 4、如果使用的是第三方 DNS 服务,应立即修改第三方 DNS 服务端帐户密码,锁定帐户信息,开启帐户短信邮箱类提醒;
- 5、看网站整体代码是否被篡改。这是解决域名劫持问题之后对自己的网站进行全面排查,从而做到完美的清除垃圾页面,保证网站的安全性;
- 6、收集全部被非法添加的页面并设置 404,使用百度站长平台工具提交死链。因为那些网站的死链就是我们的垃圾页面,所以我们要把这些死链都解决。我们在页面举报内容处写上网站被恶意攻击就可以了;
- 7、如果该服务商下域名经常出现被劫持事件,可考虑更换更安全稳定服务商。有能力的网站可自建 DNS 服务自主运营。

### 四、如何预防域名劫持

- 1、为域名注册商和注册用邮箱设置复杂密码,且经常更换。使用单独的 DNS 服务,也需要对密码进行上述设置。同时注意不要在多个重要注册地使用相同的用户名和密码。
- 2、将域名更新设置为锁定状态,不允许通过 DNS 服务商网站修改记录(\*使用此方法后,需要做域名解析都要通过服务商来完成,时效性较差)
- 3、定期检查域名帐户信息、域名 whois 信息,每天 site 网站检查是否有预期外网

页, 或使用百度云观测进行监控——当域名被解析到恶意站点时可以第一时间收到报警。

4、网站运营和优化人员经常详细检查网站索引和外链信息, 有异常一定要检查清楚。

怎么做友情链接? 高质量友情链接要怎么判断?

友情链接其实不难理解, 就是网站之间的相互链接。比如你的站点是 A, 对方是 B, 双方在各自网站的首页加上对方锚文本链接, 当然也有的也会要求互换全站链接

要如何判断对方是高质量的链接

一、链接的网站要有相关性

我们交换链接的网站有相关性是链接质量评判的标准之一, 比如你的网站是茶叶站点, 那么你可以交换与茶叶相关的网站, 并且在链接文字上体现出相关性。实战中我们发现, 如果友链的很多网站相关性高、站点运营时间长、有权重无不良信息, 可以提升我们网站的信任度, 排名更加稳定。

二、对方的网站权重相等或更高

链接可以传递权重, 让所做的关键词排名提升。我们想从交换的链接中获得更多收益, 一般要选择与我们网站权重相等, 或某些方面优势略高于自己的站点, 这样对权重的传递更有帮助。

三、交换经常有内容更新的网站

经常更新优质内容的网站, 更容易吸引优质蜘蛛到访, 网站抓取的频度也更大, 那么蜘蛛通过这样的网站来到我们的站点频率也会更大, 可以促进网站内容的收录和权重的提升。

四、交换链接的网站无降权情况

如果你和一个严重降权或者被 K 的网站交换友链, 那么根据你网站权重情况而定, 理论上多数站点受牵连的概率更大, 不排除有些高权重站有这样的链接而不会受其影响, 这种情况目前也是客观存在的。

五、经常查询对方友链的情况

交换链接的站多了之后, 很可能会出现没多久对方把链接删掉, 或者加了 nofollow 标签, 所以经常查询下是有必要的, 有些网站后台有自动管理链接的功能会省心得多。另外我们有时也要检查下对方网站及友链的情况, 看是否挂了很多单链、排名出问题等, 及时发现降权迹象也很有必要。

长尾词快速排名技巧, 快速上首页的五个技巧

一、进入百度首页需要哪些条件?

1、要有稳定的内容收录

一个网站收录几条或者是几十条, 那么想要抢占第一那是比较难的。一般新站过了 1 个月之后收录要达到 300 篇文章, 你的网站才算不错。

2.稳定的搜索流量以及稳定的用户点击

流量比较稳定, 用户站内点击量一停留时间又比较高, 那么百度就会认为你的网站质量比较高, 就会给网站加分, 然后会给很好的排名。相反, 排名靠前, 但是用户点击

较少,或者是点击量多但是跳出率比较高,那么排名掉下去是必然的。

### 3、网站的打开速度稳定性

互联网 50%的网站访问速度是非常慢的,打开网页速度如果大于 3 秒,你的用户就会离开。网站速度对于用户体验是第一要素,这个应该大家都懂,都体验过

### 4、网站有没有作弊降权

没有作弊你就有机会进入首页,如果作弊的话,就没有机会进入首页了。

## 二、快速排名如何操作?

### 1、关键词竞争难度

A 同学和 B 同学都是做网站建设的, A 同学做网站建设(行业主词,竞争性很大), B 同学做湘潭网站建设(地区性行业词竞争度一般),那么肯定是 B 同学优化速度会更快。所以排名速度是根据关键词难度大小来决定。

关键词竞争难度大小: 热门关键词 > 一般关键词 > 冷门关键词

### 2、竞争行业的多少

烟气废气处理设备, 首页全是顶级域名主网站在竞争并且竞价推广网站较多,那么竞争难度就非常难,说明这个是竞争度很高的词,不好做,优化周期会很长。

如果一定要做竞争难度很大的热词,那么你必须具备以下 4 个条件

- ①有没有大网站带你
- ②你有没有流量推广渠道
- ③你没有广告投放
- ④你背后有没有人支撑你。

### 3、网站的得分高低

网站加分项包括: 打开速度、IP、PV、跳出率、内容质量、友情链接。

## 三、网站排名规律

### 1、新站与老站

新站的话,排名就会要慢一些,毕竟资源少。老站的话,有一定基础,资源比较多,关键词排名速度就要快一些。

### 2、排名周期

优化操作都有一个过程,有可能是 1 周、有可能是 4 周、有可能是 6 周。如果优化词是一个冷门词,可能 1 周就可以做上首页。

### 3、新站的不稳定性

新站排名 1-3 个月是不稳定期,排名上上下下很正常,只要保持正常的内容更新就可以了。例如你找女朋友,在交往前期闹矛盾分手的几率会很大,但是如果交往时间久了,互相都很了解了,那么你们的感情就会稳定了。

## 四、基础优化分析

### 1、行业定位

关键词定位要准确,如果你是做呼吸机的,关键词又设置成制氧机,这样做就是不对的。

### 2、需求满足程度

用户需求我们可以通过百度下拉与百度相关来挖掘。如果是推广产品的话,可以在产品页放上型号、用途、规格和视频等,资料越细越好。

### 3、基础内容建设

全部是图片或者视频肯定不行,一定要有文字内容,图文搭配较完美,视频要配上文字介绍。

## 五、中后期稳定排名优化方法

### 1、流量的获取与引导

只要流量稳定,跳出率低,PV 时间比较多,那么排名就会稳定。我们这里要做的就是做好内容建设提高 PV,增加用户的黏性。如果你现在排名在第二位,那么你必须 IP 与 PV 都超过第一名才能把对方给挤下去。

### 2、数据优化,解决跳出率问题

通过百度统计工具做数据分析,查看跳出率比较高的页面进行调整。

### 3、长尾关键词布局

要不断的挖掘长尾关键词,补充优质网站内容。长尾关键词会是你网站提高 IP 与 PV 关键点。

蜘蛛池优化技巧(介绍如果做到百万蜘蛛池)

#### 1.蜘蛛池域名的选择

以百度/搜狗蜘蛛为例,域名去选择到期抢注或者未注册的搜狗收录站,无论收录多少全都买回来扔池子。为什么要买有收录的?可能有同行发现了搜狗死活不收录,因为搜狗的惩罚库清空时间特别长,有些域名看着外链都不错,搜狗死活不收就是这个原因。有收录的域名证明没有在惩罚库就可以了。

域名单一要素最大化:基础无灰黑 1.连续建站 年龄长 2.备案 事业单位大于企业大于个人 3.外链 权重 当然有时候有灰黑是正常,单一要素最大的情况也可以启站。

影响蜘蛛池的三个库

a.内容库/句子库要足够大,越大越好,蜘蛛池句子库有 3G 的文本,越大文章重复的几率才能越小,给蜘蛛伪造出新鲜的文章。

视频库:建议采集抖音、快手等新媒体视频也是快速上权重的方式,仅仅靠 tag 聚合就能上到权重 45

b.标题库 不仅要大 还要组合出现 玩出不同的标题花样。可以定时采集 top100 热点

c.url 规则 建议以日期做一层结构、后面随机这样就算随机的重复也只是跟当天的 url 重复。也可以用城市或关键词或有指数词的拼音做 url 规则

模板的动态和静态分离

标题、内容这些如果刷新就变,肯定会影响到排名甚至 K 站。所以标题和文章内容要固定,刷新不能变。文章页面的相关列表等倒向其他页面的链接要保证刷新就变,这样蜘蛛每次来的时候都会有新的 url 给他爬。

页面 url 数量

经过长期的测试发现,内链越多的模板收录越好,甚至是刻意去加的一些内链也是有效果的,有一个模板我追加了 1300 条随机内链,测试结果的确是那套模板收录最多,高达 2000W 搜狗收录, 500w 谷歌收录!

推送

百度资源站长 同一个账号下的 token 是一致的,变得的是域名

A.二级域名验证越多越好 同时用 token 和 sitemap 建议用小旋风后台直接批量放推送 token, sitemap 在验证是就可以直接放 sitemap.xml 和 sitemap.txt 以及宝塔面板下定时任务 访问 url 也可

B.反馈和刷虚拟链接 可产生大量外链有利于权重和引蜘蛛

谷歌只剩下 sitemap 的提交, 搜狗只剩手工提交

### C. ping 提交

做好信息流的逻辑变了：从打造内容工厂，到创造内容体验

用户越来越熟悉广告的“套路”，练就了一眼就在信息流中分辨出广告的技能。

为了抓住用户，广告主们不断在内容素材上下功夫。比如，提高内容生产效率，靠生产更多的素材来抵抗转化率的下降。比如，捕捉平台上的热点，机动性地产出素材。但其实，这种“内容工厂”式的方法，核心拼的是人效，很难带来用户行为改变。

做好信息流的逻辑发生了些许变化，已经从打造“内容工厂”变成创造“内容体验”。也就是说：内容本身不变，观看内容的体验变了，用户行为就会有明显的变化。

超越预期：内容不变，从形式上做创意突破

人不是根据事实做判断的，而是根据自己对事物的预期做判断。应用到广告领域，如果你想改变用户行为，你要超越用户的预期

内容不变，内容形式发生变化，就能超越用户的预期，从而改变用户的观感和行为。

改变内容形式虽然看起来不难，但它的能量是巨大的。人们对事物的预期一旦发生变化，就会产生惊奇情绪，进而主动关注、尝试。

在场感受：内容不变，把用户从旁观者变成当事人

如果把这个原理应用到信息流上，我们可以利用一些简单的交互手段，去营造这种“在场感”。

时间同频，带来的是心理上的“在场感”。即使你跟用户在不同的空间，用户依旧会觉得正在跟你同行。

深化关系：内容不变，层层递进地释放内容

人与人从陌生到亲密，是从浅入深的。如果你“交浅言深”，跨过某个人际阶段和别人相处，就会遭人白眼。

这个道理落实到广告层面也一样适用。一个用户从陌生到购买你的产品，也要历经不同的关系阶段。如果企业急功近利地求转化，就会遭到消费者的白眼。

在内容不变的情况下，无节奏地释放广告素材，只是增加了广告曝光频次，只能强化用户对品牌的记忆，并不能深化品牌和用户之间的关系。只有层层递进地释放广告内容，才能最快实现转化

环境干预：内容不变，改变内容所处的环境

做资源站的一些建议

非必要不要备案

非必要不要用国内主机

非必要不要用国内域名注册商

一定要以平台的形式存在，不管你是不是真平台

所有资源都是用户投稿，不管你是不是真的用户投稿

做好投稿者认证的面子工程，包括但不限于：签署授权书、签署免责声明、签署保证书等

## “攻心”竞价创意文案撰写技巧 写优质创意必须掌握这几点

### 创意文案要求

相关：保证创意和产品是相关的

通顺：文案文字要通顺

吸引：配图要突出，文案要吸引人

规避：突出优势，排除无效人群

### 如何写创意优质文案

确定用户需求：首先要明确你的用户对什么感兴趣，你的用户想要什么样的产品

解决用户顾虑：在创意上直接回应用户疑问，解决用户焦虑，给出用户解决的具体

### 方案

补全句子 精炼内容：把用户的顾虑点补全，突出优势，对长句进行精简

### 优质竞价创意文案撰写技巧

要站在访客的角度

要考虑他能获得什么好处?他能解决什么问题?

有画面感的文字

激起用户兴趣，提前感知使用幸福感

优惠打折列数字

用具体的优化金额或者折扣可以吸引用户注意力

洞察需求缓解用户焦虑

分析用户需求点，针对性的写标题、内容，针对用户顾虑，进行承诺

### 竞价创意文案撰写的常见误区

过分追求高点击率

点击率的高低没有一个明确的标准，跟账户策略有关，有些单元点击率高反而不好，比如跑量的计划、意向度不高的计划和通用词计划，点击率高，就会导致很多意向低的流量引入到账户，我们反而要控制这些单元的点击。

没有按照需求写创意

拒绝标题党，可以稍微夸张，但是要根据事实，要为后续的转化效果负责

照搬同行创意

我们可以理清创意逻辑，学习对方的写法、词，但是不能照搬照抄，我们理清逻辑后学习是借鉴，如果没有理清逻辑进行复制粘贴那么这就是照搬照抄，适合的创意，我们不一定适用

常年不更新

创意优化是一个持续的过程，创意是需要定期维护，删除暂停掉展现量少，点击率差的创意，对展现量还可以，但点击率差的创意进行修改，优化创意，而不是一成不变的。

## “竞品分析报告”要怎么做？分析报告模板 4 步到位，可直接套用

### 了解背景

了解这个品牌背后整体市场的发展情况、竞争情况以及这个品牌现阶段的目标

分析它的产品或者服务：分析和对比它们的主打产品和服务，将优势和劣势罗列清楚，方便后期进行对比。

观察它们主要的用户画像以及相应的用户运营方式，看看它们的用户有什么特点，

后期和我们的目标用户进行对比分析

了解策略

品牌理念: 品牌有什么样的特征?它拥有什么样的品牌理念?能带给用户什么样的品牌价值?

品牌受众: 在上一环节我们已经初步分析了目标用户的人群画像,这个环节进行更加深入的研究,比如消费特征、购买反馈、具体的需求等。

营销/运营策略: 这个部分我们去研究它们的品牌推广的逻辑、路径和品牌推广的关键点和引爆点,也就是已经触动目标用户痛点的地方

了解效果

善用工具思维,不同的宣传渠道有不同的数据监控平台,比如短视频和直播电商就有蝉妈妈、飞瓜数据,公众号就有壹伴、有赞等等,百度上有百度指数,微博也有微博指数,传统电商也有专门的数据监控的平台……

为什么要看对方的用户评价

了解对方用户的好评和差评,能帮助我们在后面的总结环节进行取长补短,他们的用户需要什么我们也提供什么,用户的某些需求没有被满足且数量比较大,我们就可以从这些需求入手,执行更有效的营销策略。

## 【网站排名】删除旧目录与内容,新页面不收录怎么办?

原因

网站被大量恶意挂马,进行相关性页面删除。

网站内容更新,一些陈旧性的页面,需要大量删除。

电商网站过期产品页面大量的删除等

解决方案

### 1、收录占比

死链接提交

A 目录中,早期更新的内容数量与百度收录量的占比相对比较高,进行删除后,导致搜索引擎信任度下降,BCD 目录中,早期更新频率相对较弱,并没有较高的抓取频次

提高 BCD 新增内容的输出频率,如果没有办法保证,就可以优先更新一个目录,比如: B 目录。

尝试重新建立 A 目录,仍然在 A 目录下发新内容。

适当的增加新发内容目录的外部链接,比如: 单向友情链接。

尽量统一化 URL 地址,而在参数中进行不同目录的标注,比如:

我们建议 URL 路径: /a/b123.html, /a/c123.html, /a/d123.html

我们不建议 URL 路径: /b/123.html, /c/123.html, /d/123.html

404 页面的配置

### 2、流量占比

一个网站的流量来源,通常是来自于页面持续稳定的点击,但对于大量实战经验告诉我们,所有的网站流量组成,并不都是平均分配的,而有的时候可能一个网站核心流量来源,就只是几个重要的组成页面

遇到这样的情况,我们建议只是清空相对应的 URL 内容,而保留 URL 地址,哪怕是你更换新的内容进行有效替代

### 3、内部链接

很多人习惯性的使用 CMS 系统自带的内链自动添加的功能,使得整站内部结构更加的丰富,有利于百度蜘蛛的爬行

做栏目删除的过程中,很难去控制不丢失内链,如果你大量的丢失内容页面中的内链,实际上整站的结构,就已经发生巨大的改变。

搜索引擎在识别整站主题内容的时候,相关页面的权重值就产生改变

### 4、主题垂直

当你配置百度搜索资源平台之后,选定的行业类型,我们认为你就应该围绕这个行业进行内容拓展,当然,整站的栏目可能有的是强相关,有的是弱相关

尝试大量的去恢复与新增强相关内容的占比

【网站排名】同一内容,采集站比你原创站排名高,为什么?

页面相关性

解读

①页面的导航与侧栏的标签内容,是否与页面内容展现相关,你的内容是 SEO,而栏目名称相关的却是一些新闻门户的元素,从整体页面的相关性来讲可能就不是特别相关。

②页面中的链接结构,很多时候即使你的页面内容相同,但是一个有内链,一个没内链,前者推荐的相关性链接,可以辅助访客更好的解读内容,那么,前者的排序可能就会更相关。

③外部链接认可度,如果一个采集站,将你的页面发布,而对方却引来大量相关性链接的指向,由于众多链接的参与,搜索引擎可能也会认为这个页面更加相关。

核心

基于内容考量

相关性很高的页面展现在 SERP 的头部

页面结构化

①首页到采集页面的点击距离是多少次,假设你的页面本站是 3 次,而采集站是 2 次,可能从距离的角度上去判断,采集页,更加容易被前者认可。

②高权重页面到采集页的距离,如果是 0-1 之间的距离,那么这种采集页,也非常容易获得高权重。

③站内持续获得用户访问页面到你目标采集页面的距离,如果是 0 距离的话,由于持续得到用户的访问与点击,这个页面上的链接,同样会得到较高的重视度。

页面时效性

任何一个搜索引擎而言都希望页面的内容是具有一定时效性的,即使陈旧性的内容,如果在一个特定的时间周期内,没有被大量的转载与传播

采集站将其再次重新发布,基于时效性的因素,这个页面同样会得到相关性不错的排名

主体权威度

从熊掌号时代就一直强调领域垂直,主体权威度的重要性,对于搜索引擎自然排名特别是你的页面内容被一些行业垂直并且是知名的网站合理的转载,而没有带任何链接,只是保留品牌名称,实际上你的内容也是非常容易排名在前面

基于搜索排序的良性循环,这种整站权威度优先策略,很可能在后期逐渐通过算法调整为基于页面权威度的级别,进行搜索展现



## 用户行为化

### 参考页面的用户行为指标

最为明显的一个指标可能就是页面的活跃度,也就是页面产生变化的频率,它可能是评论性内容的增长,也可能是内容页本身的更新,比如:主体内容之外的相关元素变更

## 【游戏工作室】策划,一个月赚 20 万复盘

### 第一步:开工作室

选技校、三流大学附近,租 100-200 平米的场地,可以写字楼,可以偏僻的商铺,租金低就行。

这些学校的学生都很贪玩,所以客服就非常的好找,以及王者荣耀很普及,多少都有些基础,培训成本就降低了。

### 第二步:购买素材

从全网扒一些打王者荣耀的视频素材,写好文案,之后用女客服进行配音,每条配音给 20 元,一天能配音 10-20 个。

由于都是女学生,为了钱也是超努力,刚开始照着文案,录制一个星期以后,基本就不需要文案了,拿到视频张嘴就来,最关键是一些女学生带一些社会风气,不是文绉绉的那种死板,视频效果就特别的好。

### 第三步:工作室管理

抖音、快手、视频号、B 站等去发布,视频 16:9,还能赚到自媒体流量广告的钱,比如:中视频计划,其中抖音和快手,做为同城定位主要平台。

起初 10 个女学生,2 个剪辑师,就是基本团队框架,之后这些学生都不用天天来工作室,一个星期收一次任务,之后下个星期素材就够了。

工作室不停的招人,采用老带新模式,不怕人员流失,对于自媒体视频搞钱,她们完全不懂,其实这部分收入,负担她们工资绰绰有余。

关于陪玩业务,这个利润很高,也是主要收入来源

### 第四步:项目细节

工作室的装修,不是那种一排排冷冰冰的办公桌,而是像家一样的温度,像轰趴馆一样热闹。

很随意的办公场景,有吧台,有桌游,有大沙发,有冰激凌机,有毛绒玩具。。

陪玩的服务刚开始基本都是本地人,因为视频发布之后,最容易获取流量的方式一定是同城,付费投流效果更强(重点),起号之后就慢慢影响全国;一次服务之后,基本都加入私域微信,复购率非常高,把不同年龄段的人进行区分,精细化管理,私域运营问题

### 实操

- 1、预备金 1 万块,租 3 个月公寓,就有了办公场地。
- 2、去校园招兼职,到你的公寓教她们方法,之后微信管理。
- 3、前期微信每天做几张,为兼职结算的图片,招聘信服力就会高一些,为了吸引留人。
- 4、之后慢慢开展就能起来,3 个月全身心投入,绝对是能够拿到结果的。
- 5、千万别 AI 女生配音,太死板了,不鲜活;但是测试中视频还是可以。
- 6、其实没什么文案,游戏视频就是娱乐属性,你打游戏说话的状态就是文案,只不过女生更多人愿意看。
- 7、开干之前把中视频计划跑通,这样至少投资 1 万的时候有保障,其实不投资 1 万也可以,完全微信交流,看你能力了。

## 0 成本引流，赚钱从引流开始，运用好了能轻松获取流量

### 1. 唯快不破

利用热点汇集流量

截流对象是自带流量的人或者物

快速抢注选秀明星的账号

### 2. 好评才是技术

微博截流

评论

通过话题直接找到精准用户推销商品

引起用户共鸣的优质评论

用户女粉和 se 粉

贴吧

### 3. 小程序最后的红利期

投票小程序

投票活动是以公司和孩子为对象，那以公司和家庭为单位就会产生更强的裂变

的效果

小程序答题

一是有礼物大奖的刺激，二是可以满足大部分用户的虚荣心

## 3 分钟教你学会如何投放微信朋友圈广告

微信朋友圈广告渠道特点

1、广告平台：朋友圈、公众号、微信小程序

2、优势：海量的用户资源，精准的人群定向，公众号微信闭环营销

3、缺点：限制多，素材要求高，价格高

4、投放建议：服饰类、日化类、当地服务类。装修、婚纱摄影、小说，白酒、品

牌宣传等

朋友圈广告账户搭建实操

### 1、如何投放微信朋友圈广告——创建计划

进入公众号后台，找到【广告主】投放，点击【投放管理】

因为“创意”是和页面绑定到一起的，所以只有“计划”和“广告”两个板块。

点击【投放计划】下的【创建投放计划】

选择【推广目标】

推广品牌活动、推广门店、收集销售线索、推广商品、推广应用、派发优

惠券、推广公众号、推广小游戏

确定【投放位置】

朋友圈信息流：向浏览发信朋友圈的用户，精准展现广告

公众平台流量：向公众号、小程序、小游戏等微信公众平台流量场景下的

用户展示广告

选择【购买方式】

合约购买更适合品牌宣传，需要大的预算，所以一般选择竞价购买

## 2、如何投放微信朋友圈广告——广告创建

确定【投放时间】

择优投放、关注公众号

选择【出价方式】

CPM 和智能优化(oCPM)两种, 一般选择投放 oCPM

投放模式: 优先选择【优先跑量】

优化目标: 因为我们以“推广公众号”为例, 所以选择“关注”

深度优化目标有: 公众号阅读、公众号注册、公众号内发消息、表单预约、  
下单、加企业微信客服

深度出价: 就是深度转化一次的出价

【定向设置】

地域、年龄、性别、婚恋育儿状态、兴趣行为(只有【行为】和【兴趣】,  
没有【意向】)、更多人群信息

设置【预算花费】

“每日预算”和“出价”

## 3、如何投放微信朋友圈广告——创意设置

广告样式有: 常规广告、卡片式广告

常规广告: 上面文案, 下面了解更多, 中间一个图片

更加类似我们的朋友圈, 更加原生一些

卡片式广告: 就是沉浸式的, 都可以去投放

广告样式

外层文案: 想要进行推广的文案

外层素材跳转: 选择要跳转的页面

文字链文案: 因为开始选择的是“关注公众号”, 所以这里可以直接选择  
“关注公众号”

文字链跳转: 点击文字链后跳转的页面

数据显示: 显示已有多少人关注

## 5 大竞价推广渠道分析, 你的行业选择了适合的渠道吗

竞价推广渠道特点

竞价推广渠道分析——百度

流量最多, 市场份额大, 用户习惯搜索, 用的人多, 采用图文结合, 用户收集  
信息为主, 算法、后台功能, 最全面

适合行业: 只要你的行业可以开户, 就首选百度

竞价推广渠道分析——360

安全优势, 主要是 pc 端, 主要靠浏览器, 依托浏览器和杀毒软件

适合行业: 比较适合传统行业, 比如建材、医疗、招商加盟等产品

竞价推广渠道分析——神马

只针对移动端, 背靠阿里集团, 有 uc 浏览器引导流量, 年轻用户较多, 一二  
线城市居多, 适合小高端教育培训

适合行业: 英语培训, 小语种培训, 游戏下载或小说 app

竞价推广渠道分析——搜狗

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

支持微信公众号和文章搜索, 已被腾讯全资收购, 量少, 更多的再 pc 端

适合行业: 婚纱, 职业培训等

竞价推广渠道分析——头条

站内资源比较丰富, 用户搜索习惯不强, 用户不习惯搜索, 展现量少, 消费不出去, 拓展小渠道

适合行业: 大受众需求较多的行业, 如房产

7 个掏心窝的谷歌 SEO 建议, 错过损失至少 3000 刀

高点击魔法词

核心

高点击→高排名→高流量→高转化→高收入

7 个词出现频率最高

Today

Right now

Fast

Works quickly

Easy

Simple

Quick

Step-By-Step

New

通过谷歌找长尾词

Search related to

与你搜索的主关键词相关, 需要高度重视

关键词填充

研究 Google Ads 提升点击率

只有高点击、高转化效果的标题才值得继续投放

资源页链接

优秀有价值的内容整理汇总在一起

页面的流量和权重也相对较高

核心

“关键词” + “resource page”

“关键词” + “resources”

“关键词” + “recommended sites”

“关键词” + “links”

发布优质内容

丰富的内容形式

视频、图片、动图、文字...

7 月最新收录方案

核心: mip 推送接口

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

重点: Mip 域名

批量推送 mip-token

案例

[ejinqiao.com](http://ejinqiao.com)

[siwenzaizi.cn](http://siwenzaizi.cn)

## 9 月最新百度收录方法

主旨

百度上线 API 主动推送功能

解读

网站普通收录提交的一种方式,只不过,使用 API 主动推送之后,网站可以不用在人工提交网站新内容,系统自动向百度站长平台提交网站前一天更新的网站文章,产品,栏目等网站新数据,如果有之前没有收录的网站内容也可以使用 Sitemap 功能一次性向百度提交。

使用百度 API 主动推送可以缩短百度蜘蛛爬取网站最新发布内容的时间,提高网站收录速度!

百度 API 主动推送功能设置步骤

第一步:注册百度站长帐号注册地址: <https://ziyuan.baidu.com/>

第二步: 添加站点: 百度站长 -> 用户中心 -> 添加站点

第三步: 获取网站 token

第四步: 设置网站域名和 token

第五步: 查看每天的推送记录

## 10 招让你网站快速被百度收录

### 1、URL 中出现关键词

url 链接中包含页面的关键字可以使搜索引擎增加对链接页面以及本页面的关注度,有利于在百度的收录;

### 2、网页 Title 中出现关键词

毫无疑问,所有的 seo 们都认可 Title 中出现关键词对于网页排名的好处;

### 3、常规内容中出现关键词

适当的关键词密度有利于页面在搜索引擎索引中获得好的名次。

### 4、在页面的第一段中出现关键词

搜索引擎似乎特别关注页面的开头以及页面的底部,似乎在文章开头或者结尾出现关键词有强调关键词的作用,尤其是在文章的第一段,似乎搜索引擎还在沿用截取的方法获得文章的描述,如果页面没有设定描述的话;

### 5、在页面的最后一段中出现关键词

页面的最后一段明显有助于搜索引擎的索引 spider 索引,毕竟大部分的站点友情链接是在那个地方,况且 copyright 范围也能够加深搜索引擎的影响;

### 6、Heading 标签比如 h1,h2 中出现关键词

不用多余的解释, h1、h2 标签似乎专为搜索引擎设计;

7、站内的链接中出现关键词

和站外的链接中出现关键词没有任何区别。

8、导向相关内容的导出链接

不要怀疑，页面中的任何链接都会得到搜索引擎的关注；

9、导出链接中出现关键词

带链接的关键词由于链接的存在而被加强

10、图片文件名中出现关键词

文件名是浏览网址的一部分，这似乎和域名中包含关键词有异曲同工之妙；

20 条生意经，收获岂止百万，学到就是血赚

001 你的文章不是写给所有人看的，你想吸引谁，你就写给谁看。弱水三千，只取一瓢饮，这个句子很美，也很有道理。

002 别做阻力太大的事儿，比如，试图改变一个并不渴望改变的人。

003 要想做成一件事，多找有成功经验的人聊，若是跟失败的人聊多了，你很可能就放弃了。

004 我们要坦然接受一个真相——这个世界就是看结果的，要想成为大家心目中的牛人，要靠结果说话，如果结果不行，你平时讲的话再有道理，也很难服众。

如果你搜寻很久，都找不到几个有成功经验的人，那你也得小心了，你得认真思考这件事的可行性。

005 很多人急于去成交别人，但却忽略了一个前提：充分建立信任。

尤其是不要习惯于跟人争辩，要直接拿出结果来，结果不行，你怎么辩都是扯。

006 你讲的东西到底值不值钱，取决于听你讲话的人缺不缺你讲的东西。

007 能把一群牛人聚在一起，让大家能够很好地连接，这是很有用，也是很值钱的本事。

如果不缺，你讲得再好，也就那样。

008 有些人明明开了个很小的公司，但却一直琢磨超级大公司们的各种方法论，并不断践行这些公司的方法论，硬是把公司给开垮了。

009 写作，重要的不是写作技巧，而是你的脑子，如果你自己都想不明白，也没什么储备，再好的技巧，也是白搭。

其实吧，方法论这东西，适合自己的才是最好的。

大公司，肯定有很多值得我们学习的地方。

不过呢，别忘了跟活得好的小公司多学学。

010 绝大多数情况下，人们骨子里，还是想要贵的，虽然，他们会说 xxx 性价比不高。

011 我为什么写生意经，而且还要多写一些生意经？其实是做筛选，对这些内容感兴趣的人，才有可能是我想要的读者老板。

012 朋友圈营销比较火，嗯，我们是该经营好自己的朋友圈。

013 你若想往上走，想要服务更高端的用户群体，那就想办法多跟这些用户接触，了解他们的需求。

014 你经常看谁的东西，你经常跟谁交流，你就会经常被谁“洗脑”。

所以，请无论如何，努力自强，让自己更有说服力，并通过分享适当展示你的实力。

你是谁？在别人眼里你是谁？

015 想提高收入？有一件事你必须做，那就是，梳理一下，你平时经常跟哪些人交流，如果他们的平均收入水平不如你，或者跟你差不多，你是不是该走出去看看了。

一开始，哪怕不赚钱，先把成功案例打造出来，口碑传开了，业务就会多起来。

最好是“拿下”关键人物，比如说，某个圈子里的 KOL，服务好他们，事情就会顺很多。

016 有人问我，他的课很有价值，但为什么卖不起价钱。

一是你的个人影响力。有名的人和没什么名的人，出场价格自然会有区别。

二是不要只教干货，还要想办法去帮助别人改变观念，若是一个人在你的课堂上实现某些点上的醒悟，破了某些心中阻碍，那你对他的帮助肯定是很大的。

三是重点吸引付费意愿和付费能力都强的用户，如果你平时吸引来的学员光有付费意愿，但是付费能力不足，你卖贵了，他们也买不起。还有，如果来的人都很厉害，你想办法把大家好好聚起来，这个圈子本身就很值钱。

017 有人写公号文章，但因为公号被某些高水平的大咖关注了，而不太敢写了，理由竟是怕大咖觉得自己写得不好，被笑话。

我觉得这才是笑话，你写文章，不是写给大咖看的，而大咖，估计也不太会把你的文章当回事，他们根本不是你的目标读者。

018 在你还不太行的时候，还是少谈自己的失败经历，因为很少有人愿意经常跟一个 loser 打交道。

若你很行了，偶尔讲讲自己的失败案例，还是挺好的，因为很多人会因此感到高兴——看，他也有很糟糕的时候。

019 大多数情况下，女性更愿意去分享/传播自己喜欢的东西，而男性在这方面的表现则远不如女性。

如果你发现有男性用户特别喜欢推荐你家的东西，对你家的销量贡献很大，那一定要倍加珍惜，因为这种人是“稀有动物”。

这条生意经，我想说的是，一定要研究，谁对你的贡献大，要重点关注这些用户，对他们更好。

不要对用户搞什么平等待遇，有时候，越是平等，越是不公平。

020 紧盯成功率高的用户，把大量时间精力用在他们身上，打造出更多成功案例，宣传出去，吸引更多

## 30 个 英文 SEO 内容推广平台整理

### 1. Twitter

<https://twitter.com/>

发布链接、内容和图片

### 2. Pinterest

<https://www.pinterest.com/>

图片类社交网站

### 3. Facebook

<https://www.facebook.com/>

### 4. Mix

<https://mix.com/>

5. Medium

<https://medium.com/>

6. Quora

<https://www.quora.com/>

7. Reddit

<https://www.reddit.com/>

8. Google Plus

<https://plus.google.com>

9. Pocket

<https://getpocket.com/>

10. LinkedIn

<https://www.linkedin.com/>

11. Tumblr

<https://www.tumblr.com/>

12. Fark

<https://www.fark.com/>

13. Bizsugar

<http://www.bizsugar.com>

14. Slashdot

<https://slashdot.org/>

15. We Heart It

<https://weheartit.com>

16. Trendiee

<https://www.trendiee.com>

30. AixinDashi

<http://aixindashi.org/>

29. Listly

<https://list.ly/>

28. DZone



黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

<https://dzone.com/>

27. BibSonomy

<https://www.bibsonomy.org/>

26. Digg

<http://digg.com/>

25. Dribbble

<https://dribbble.com/>

24. TechDirt

<https://www.techdirt.com/>

23. Kirtsy

<http://kirtsy.com/>

22. Instapaper

<https://www.instapaper.com>

21. Feedly

<https://feedly.com/>

20. Flipboard

<https://flipboard.com/>

19. SlideShare

<https://www.slideshare.net/>

18. CiteULike

<http://www.citeulike.org/>

17. Diigo

<https://www.diigo.com/>

### 36 招迅速加满 5000 好友

主导出击

交换友情互推法

公众平台聚合网站推广

视频源 flash 推广

图片打水印推广

品牌名+真实姓名

免费查找号码

昵称推广

付费购买号码

视频推广

妈妈论坛

宝宝树、妈妈帮

论坛网站推广

每个论坛注册几十个帐号，把签名设为自己的微信号。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

微信群加好友

网摘新闻源推广

提交优质网页、图片、帖子到网摘站和聚合类网站

手机 APP 推广

博客网站推广

店铺推广

宣传推广

微信推广同盟推广（互推）

内容传播

建群送礼

妈妈圈

产品包装

分类信息网

陌陌吧

网站发布信息

QQ 提醒功能

附近的人

熟人转化

邮件列表网站推广

促销软件

限制内容下载推广

搜索引擎网站推广

微信推荐推广法

公众号互推

电驴资源网站推广

## 45 个思维模型

一分法: 第一性原理 (道、上帝)

二分法: 阴阳太极图 (矛盾对立统一: 主要矛盾-次要矛盾; 矛盾的主要方面-矛盾的次要方面)

三分法: why-how-what (黄金圈法则)

三分法: 父-子-孙 (话题树)

三分法: 大-中-小 (形状、质量)

三分法: 昨天-今天-明天 (时间轴)

三分法: 世界观-人生观-价值观 (三观)

三分法: 圣父-圣子-圣灵 (基督教三位一体)

三分法: 佛-法-僧/老师-课程-同学 (佛教三宝)

三分法: 石头-剪刀-布 (博弈论)

三分法: 要素-关系-功能 (系统思维)

三分法: one-two-three (三步走)

四分法: 四象限 (矩阵)

四分法: 道-术-器-用/原则-方法-工具-实例 (认知层次)

四分法: 点-线-面-体 (维度, 参考梁宁的产品课)

四分法: 加-减-乘-除/ $\div$  (基本四则运算)

四分法: 春-夏-秋-冬 (四季)

四分法: 填空-选择-判断-问答 (题型、互动方式)

四分法: D-I-S-C (内心与行为倾向类型)

五分法: 金-木-水-火-土 (五行)

五分法: 东-西-南-北-中 (方位)

五分法: 五项指标雷达图

六分法: 黑-白-黄-红-绿-蓝 (六顶思考帽)

六分法: 黑-白-黄-红-绿-蓝 (六顶思考帽)

六分法: 环境-行为-能力-信念-身份-精神 (NLP 逻辑六层次)

六分法: 唵-嘛-呢-叭-美-哄/OmManiPadmeHum (藏传佛教六字真言)

六分法: 大卫王之星

七分法: 七巧板/A 口 o (拼图)

七分法: 七种武器 (来自古龙小说《七种武器》)

七分法: 柴-米-油盐-酱-醋-茶

八分法: 乾坤-震-巽-坎-离-艮-兑 (八卦)

八分法: 诸葛亮八阵图

九分法: 九宫格 (河图洛书)

九分法: 商业模式画布 (九宫格变体)

九分法: 九型人格

十分法: 十佳/十诫/十词/十问/十句 (十条清单体)

十分法: 7W2H1D (V 先生的元模型)

12 分法: 十二星座

24 分法: 二十四节气

26 分法: 从 A~Z 的 26 个英文字母 (首字母缩略指代某些具体含义)

36 分法：中国智谋三十六计

48 分法：江户四十八手

72 分法：孙悟空七十二变

81 分法：九九乘法表

百分法：100 个基本概念/人/事/物（Top100 排行榜）

360 分法：奥美 360 度传播罗盘（风水罗盘、钟表盘）

361 分法：19 线×19 线=361 交叉点（围棋）

## 51 统计为了挣钱帮那些菠菜公司引流

开始我访问移动端会跳转赌博界面

以为是自己网站的漏洞然后挨着去查看漏洞的原因，直到我喊我程序员他们都来看反复测试自己网站都没有漏洞 bug，

直到前几天一个热心网友给我说有可能是 51 统计搞的鬼，我当天就不用 51 统计了，只到现在这几天我们网站都没有出现跳转赌博网站的界面

## 404 NOT FOUND 错误出现的原因及解决办法

情况

404

404 错误

404 未找到

错误 404

404 页面不存在

未找到错误 404

找不到 HTTP 404

404 NOT FOUND

是什么原因导致 404 错误？

网页已从网站上删除

用户输入的 URL 地址不正确

页面已移动，重定向配置不正确

服务器出现故障

网站拥有大量的页面这是无法避免的

当一个网页被绕过时，搜索引擎机器人会报告几十个错误，但如果这个数字增加了几百甚至几千呢？如果 404 错误的数量超过网站总页数的 10%，则应启动快速干预和解决方案。出现大量 404 错误可能有很多原因，但大多数都与代码，链接，服务器配置问题有关。

另一个原因是病毒攻击（例如，在网站上放置木马）。即使在预防和删除之后，机器人将在一段时间后继续绕过创建的页面，这也可能导致出现大量 404 错误

如何追踪损坏的链接及其重定向

### 1.Yandex.Metrica

在 Yandex.Metrica 中跟踪损坏的链接和重定向，转到“访问者设置”。只需将

此字符串放在计数器代码中:

```
params:window.yaParams||{}));
```

此外, 再将此 JS 代码放在 404 页面上的某个位置:

```
<script>
```

```
var url = document.location.pathname + document.location.search
```

```
var url_referrer = document.referrer;
```

```
var yaParams = {error404: {page: url, from: url_referrer}};
```

```
</script>
```

这里 url - 是 404 页面的当前地址, url referrer 是访问它的地址。这样, 您不仅可以跟踪所有损坏的链接, 还可以跟踪它们所在的页面。

## 2.Google Analytics

将此代码放在 404 页面上, 跟踪重定向

```
<script>
```

```
ga( ' send ' , ' pageview ' , ' 404.html?page= ' + document.location.pathname +  
document.location.search + ' &from= ' + document.referrer);
```

```
</script>
```

其中 document.location.pathname + document.location.search - 是网站上找不到的网页网址;

document.referrer - 用户重定向的页面的 URL。

## 3.百度站长

在百度站长管理平台查看抓取异常选项, 并下载对应的数据进行查看

## 4.Google Search Console

在 Google 网站站长中使用“抓取” - “抓取错误” - “错误 404”查找错误。

404 错误对 SEO 有什么影响?

因为它不再具有信息性和实用性, 但是你需要记住 SOFT 错误的存在。SOFT 404 不是来自服务器的官方响应, 而是标记, 在爬行后由搜索引擎分配给页面。

选择 301 还是 404?

## 301 重定向

页面的地址已更改 (例如, 由于结构更改);

页面与用户的请求相关;

可以重定向到具有类似内容的另一个页面 (具有相同的主题)

#### 404 错误和行为因素

在用户搜索某些内容出现 404 错误页面时。在这种情况下, 用户通常会做什么? 关闭选项卡并搜索新网站。404 服务器响应的页面越多, 用户遇到此错误的时间越多, 他们在网站上花费的时间就越少, 并且会很快离开。搜索引擎算法以一种特别关注行为因素的方式运作, 因为它们在排名过程中起着非常重要的作用。为避免恶化行为因素, 您应该激励用户留在网站上。要做到这一点, 您应该以有趣和创造性的方式解决创建 404 页面的问题。

#### 2020 百度站长大事件

##### 搜索资源平台自动推送暂停使用通知 2020-03-10

尊敬的搜索合作伙伴:

您好! 由于升级维护, 搜索资源平台链接提交-自动提交-自动推送(JS 代码推送)功能暂时停止使用。

给您带来的不便敬请谅解, 我们将在恢复使用时再次通知。

##### 搜索资源平台服务升级公告 2020-03-20

尊敬的搜索合作伙伴:

您好, 搜索资源平台即将迎来一次升级改版, 具体升级内容包括:

原“网站支持”tab 将更名为“搜索服务”, 新增小程序资源提交和数据反馈类目; 原“移动专区”tab 调整到新的“搜索服务”tab 下; “搜索服务”内增新增智能小程序相关提交与统计信息。

详细内容参见: <https://ziyuan.baidu.com/wiki/2932>, 如有疑问请通过搜索资源平台-反馈中心进行反馈。

##### 链接提交配额调整公告 2020-03-21

尊敬的搜索合作伙伴:

您好! 为了提升 PC&H5 的资源提交效果, 即日起搜索资源平台将对链接提交-api 提交功能进行优化升级, 提交配额将根据网站资源质量与资质情况进行调整。请您完善网站资质, 持续提升网站内容质量, 提交优质资源, 以获取更高配额。

##### 搜索资源平台死链及新站保护功能调整通知 2020-04-01

尊敬的搜索合作伙伴:

您好! 搜索资源平台死链提交-规则提交模块及链接提交-新站保护入口, 将于即日起进行下线升级, 我们将在恢复使用时另行通知, 给您带来的不便敬请谅解。

##### MIP Cache 服务下线通知 2020-04-24

尊敬的搜索合作伙伴:

您好! 由于业务调整, MIP Cache 服务将在近期下线, 下线内容包括:

- 1、关闭百度搜索资源平台([ziyuan.baidu.com](https://ziyuan.baidu.com))的 MIP 入口;
- 2、逐步清退下线 MIP Cache 服务。

完成下线后从百度搜索结果页点击跳转至符合 MIP 标准的网页时, 将直接显示原网页而非经由 MIP Cache 服务抓取缓存之后的页面。MIP 核心、组件等前端静态资源仍然会正常维护与使用, 因此不会影响到已改造为 MIP 标准的站点的正常访问, 也不会影响到站点的正常收录与排序。

详细下线说明见: <https://ziyuan.baidu.com/wiki/2968>

给您带来的不便, 敬请谅解。

#### 快速收录上线通告 2020-05-14

尊敬的搜索合作伙伴:

您好!

由于搜索资源平台移动专区天级提交将于 5 月 18 日暂停使用, 为继续支持移动站点提交优质资源, 新增站点快速收录功能, 即日起上线。

1. 工具说明: 快速收录可用于提交站点新增的时效性资源进搜索, 收录时间约 48 小时。
2. 开通范围: 4 月 15 日前在搜索资源平台完成熊掌 ID 站点绑定, 且当前仍处于绑定状态的站点。
3. 开通方式: 您可在原熊掌 ID 绑定的站点中选择一个继承提交权益, 默认提交配额为 10。请在规定时间(5 月 13 日-5 月 25 日)内完成继承设置, 逾期未设置系统将收回该权益。
4. 提交方式: 快速收录包含手动提交和 API 提交两种方式, 使用 API 提交方式请使用平台提供的最新接口进行推送。

详细权益继承方式参考: <https://ziyuan.baidu.com/wiki/2977>

感谢您长久以来对搜索资源平台的支持!

#### 站点品牌展现上线公告 2020-05-27

尊敬的搜索合作伙伴:

您好!

搜索资源平台站点品牌展现功能即日起上线。有对应小程序的站点可直接获得品牌展现权益(包含 icon 及名称); 没有对应小程序的站点, 我们仅对部分优质站点开放品牌展现权益(仅含名称)。详细设置方式及审核标准见: <https://ziyuan.baidu.com/college/articleinfo?id=2986>。

#### 搜索资源平台链接分析和批量添加子站功能下线公告 2020-06-02

尊敬的搜索合作伙伴:

您好! 因业务调整, “站点优化与维护-链接分析”功能、“站点管理-批量添加子站”功能将于即日起下线, 给您带来的不便敬请谅解。

#### 【重要提醒】快速收录申请截止时间通知 2020-06-03

尊敬的搜索合作伙伴:

您好! 近期收到较多快速收录继承延期申请, 为了更好地满足站点需求, 特将原定于 5 月 25 号截止的权益继承时间延长至 6 月 8 号, 请参考《快速收录上线公告》, 及时完成继承, 逾期未继承将视为放弃该权益。感谢您长久以来对搜索资源平台的支持!

#### 搜索资源平台 MIP 入口下线通知 2020-06-04

尊敬的搜索合作伙伴:

您好! 因业务调整, 搜索资源平台的“资源提交-MIP”入口即日起下线。MIP 核心、组件等前端静态资源仍正常维护与使用, 不影响已改造为 MIP 标准的站点的正常访问、收录、排序, 详情可参考《MIP Cache 服务下线通知》。感谢您长久以来对搜索资源平台的支持!

#### 搜索资源平台死链提交升级公告 2020-06-05

尊敬的搜索合作伙伴:

您好! 为提升死链工具处理效率, 搜索资源平台死链提交功能进行了优化升级, 主要为以下两点:

1. 根据站点质量与资质, 新增了死链配额, 死链文件地址提交界面会提示具体额度; 若死链文件状态为“已删除”, 说明已处理完毕, 可删除该文件以释放配额;
2. 针对已处理完成的死链和实际为活链的数据, 统一进行清理, 如有误伤, 请重新提交死链。

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bilibili.com/49294801

详情可参考《死链提交》。感谢您长久以来对搜索资源平台的支持！

站点 Logo、品牌展现、快速收录权益开放申请通知 2020-07-07

尊敬的搜索合作伙伴：

很高兴地通知您，即日起搜索资源平台的站点 Logo、品牌展现、快速收录权益开放申请，具体获取及使用方法详见站点 Logo、品牌展现、快速收录。感谢您的关注与支持！

sitemap 提交方式优化公告 2020-07-08

尊敬的搜索合作伙伴：

为了提升 sitemap 文件的处理效率，即日起搜索资源平台的普通收录和死链提交工具均不再支持索引型 sitemap 文件（即 xml 文档嵌套 xml 文档）。已提交的索引型文件不予处理，且子文件会占用相应工具的配额，请及时删除已提交的索引型 sitemap 文件。感谢您的关注与支持！

抓取诊断工具使用次数调整通知 2020-07-10

尊敬的搜索合作伙伴：

近期发现部分站点恶意使用抓取诊断工具，严重影响工具稳定性，为了保证站点均能正常使用该工具，即日起抓取诊断次数由每周 200 次下调为每周 70 次。特别提醒，抓取诊断工具主要用于测试站点抓取效果，不会影响资源收录。感谢您的关注与支持！

黑帽 seo 技术总结

3 月-5 月

逆推

挂

6 月-8 月

ping

404

限额

sitemap

限额

push js

下线

mip

限额

链接

限额

8 月-12 月

引蜘蛛



牛逼站群都有哪些功能

第一、性能的调整

内存优化

redis 链接的方式和频率

第二、TDKH 控制脚本扩充了功能

第三、支持超链接自动更新

主页 内页 泛内页 可单独控制超链接生成开关, 用户可自己设置超链接插入的文

本

第四、用户可控制随机泛内页的后缀

html、xls、xml、doc

第五、程序突破了跳层内页样式不能显示问题

CSS js

第六、超级链轮

一键控制所有站群页面插入链轮, 并可设置当前域名的二级域名互链, 或, 站群域

名文本资源内的域名全局链轮

第七、蜘蛛池模块

做单站, 可以做端口。可以做 cms, 可以做泛目录, 还可以用来搭建权重蜘蛛池

第八、服务端跳转

把排名获得的流量转入落地页

第九、快照防爆红

第十、独家智能的 TDKHA 标签替换算法模块

title、keywords、description、h 标签、a 标签

第十一、蜘蛛防火墙

开放指定蜘蛛访问站群内容, 抓取快照, 垃圾蜘蛛只会白白消耗服务器 CPU 内存, 关掉即可

第十二、一键转繁体伪原创功能

大小写字母, 简繁体中文, 在 ASCII 码中位置先后顺序不同, 文字转繁体, 干扰码

第十三、秒级别的高速百万级关键词 UNICODE 转码

部分行业关键字转化成 UNICODE 码, 会提高收录和页面权重, 而且能防止别人采集你的词

第十四、全自动识别文本编码

GBK 或 UTF-8 编码

第十五、可控制内页标题关键词插入模式

第十六、XML 地图模块全自动插入

是否在页面地图插入蜘蛛链接, 同时 XML 地图支持当前域名二级域名链轮, 或站群域名全局链轮

第十七、百万级新闻标题内容采集软件

专供给泛内页文章资源调用

第十八、引蜘蛛方式

主动推送

批量外链留痕

第十九、增加了强悍的底部堆积码功能

一键设置底部堆积随机关键字 参加当前网站标题相关性

## 第二十 百度智能识别码突破

### 2021 高效营销工具推荐节约时间提高效率神器必备

#### 一、数据分析工具

##### 1、行业报告

- a、企鹅智库
- b、CBNDATA
- c、艾瑞咨询
- d、移动观象台
- e、猎豹大数据
- f、易观

##### 2、百度关键词规划师

因为喜欢什么,多半会上网搜什么。所以用百度关键词规划师分析联想缝隙用,分析品类相关关键词的周均搜索量与竞争度,周均搜索量高需求越多,竞争度低对手越少

#### 二、拆解分析工具

##### 1、百度指数/微信指数/微信指数

核心: 先是用三大指数来分析竞品的动态和轨迹。对波动的原因进行分析,从对方的百度新闻、官方微博、官方微信、相关微博,找到原因

- (1) 百度—新闻—按日期查看
- (2) 微博—搜索—高级搜索(筛选时间)
- (3) 搜狗微信—高级筛选(渠道)

##### 2、5118

5118—用户需求分析——分析流量入口

5118—网站挖掘—优质网站挖掘

##### 3、如果对方有公众号

新榜

分析近期阅读数最高的文章,总结同类型的读者喜好

##### 4、如果对方有 APP

APP Annie

看对方能从应用商店哪些词,获得前排展示。然后用 AARRR 模型来分析整个闭环。最好是可以细节到 BANNER 的位置,颜色的选择等,然后全部串起来看看能不能理得通逻辑

#### 三、效率工具

##### 1、百度脑图-Xmind-MindManager

##### 2、草料二维码

一个二维码在线服务网站。你可以使用它制作文本,网址,图片,微信等二维码,还可以自定义,logo,颜色和各种样式

##### 3、SmartPDF

压缩,合并,旋转,分割 PDF,还可以解密加密 PDF

将 Word, Excel, 图片和 PDF 相互之间转换

##### 4、幕布

思维导图整理工具

##### 5、简媒

绑定公众号,就能一键同步到其他十几个自媒体平台

## 6、易撰

多个自媒体平台的内容监测,还提供自媒体爆文灵感,也能自动生成热门标题,原创检测,数据分析

## 7、六度短网址

带实时统计的短视频链接,可以直观看到进入链接的人数,不管是活动还是复盘,都能提供精准的数据支持

## 8、135 编辑器

全最多的样式模板,而且大部分功能免费、、云端草稿、一键秒刷(排版)、独特的邀请制、文章导入

# 2021 年,网站 seo 优化运营之“博客”篇

## 1、长尾词覆盖

需要一个长期周期的运营,才可以积累搜索引擎的信任度,从而获得搜索流量  
博客

①新媒体的流量更加基于个性化,而偏即时流量,推荐期过后,流量在逐渐降低,需要不断的持续发新内容。

②博客的流量,基于搜索引擎自然排名,而流量具有一定的持续稳定。

### 策略

①它可以基于搜索策略,自定义精准性的关键词排名。

②新媒体热度过后,可能产生相关性问题的自然搜索,通常我们建议先布局博客的长尾词内容,用于解释说明,新媒体传播过程中,用户潜在的问题

## 2、结构化梳理

①相关性内容聚合,建立主题页面

②增强页面互动性,提高相关流量

③要素

### 1、权重

①海量数据长尾词

②垂直优质核心词

### 2、排名

① 站内关键词总搜索量占行业词总搜索量的比重。

② 站内关键词排名 TOP10、TOP50、TOP100 词的个数占行业总词数的百分比。

### 3、品牌

① 品牌词日均搜索量。

② 网站首页站外单向链接总量。

③ 社交媒体中的曝光度,是否被大量行业专家所转发与推荐

### 4、体系

① 网站结构设计:清晰、简洁、具有逻辑结构。

② 较高的用户粘性以及页面停留时间。

③ 广泛热议与讨论,每个帖子与话题,都得到积极的评论

## 3、问答库留存

针对评论性内容有效的回复

#### 4、页面 AB 测试

- ①什么样的内容有利于基于搜索引擎排名而产生转化。
- ②什么样的标题设计有利于博客推广，进行新媒体平台的传播。
- ③什么样的内容结构，可以快速累积用户的关注。

#### 5、博客技巧

##### 1、思考下你的目标

##### 2、设定个人博客结构

- ①一篇文章几张图片，是否带品牌图。
- ②段落格式是怎麼样的，确保每个段落都有意义。
- ③小标题用什么符号。
- ④博客模板

##### 程序的选择

- ① WordPress 博客程序
- ② Zblog 博客系统
- ③ CMS

##### 注意事项

- ① 网站标题：确保每个页面都具有独立标题，而非统一的首页标题。
- ② H1-H3 标签：确保每个页面都包含 H1-H3 标签，并且合理的出现在相应的位置。
- ③ CSS 样式与 JS：减少 CSS 样式的调用，合并 Js，提高网页加载时间。
- ④ 确保超链接字体颜色鲜明，且不影响用户体验。
- ⑤ 网站结构设计：避免在博客模板中出现不同 URL 展现形式，统一相对路径与绝对路径。

##### 3、文章标题与文章

- ① 专题研究：确定写作方向  
基于关键词研究与竞争对手研究

- ② 移动关键词与语义相关

移动端关键词搜索量相对较大的文章标题，并且在文章内容，考虑搜索意图，适当采用语义相关的词，代替某一个独立关键词，并确保文章通顺

- ③ 提供结构化精选答案
- ④ 适当的引用专家内容

引用行业大咖的观点，有利于提高博文的基调，增强用户的信任度，如果可以的话，在撰写博客文章的时候，可以适当引用一些行业案例

##### 4、优先阅读

做关键词的提取与分析，看看文字内容是否和标题核心关键词相关

##### 5、控制文章字数

##### 6、多推荐以前的文章

- ①有利于搜索引擎爬行抓取，提高权重
- ②有利于增加用户粘性

##### 博客外链

新浪、搜狐、网易、天涯、博客园、csdn、博客中国、开源中国、techweb 等博客

##### 博客外链的类型

- ① 文本链接与超级链接
- ② 博客图片链接
- ③ 博客友情链接

#### 批量发布

当你在批量操作博客外链的时候，需要注意每个独立博客，每天发文数量控制在 1-10 篇，一个独立 IP 发布同类账号，比如：新浪博客的不同账号，数量尽量控制在 100 篇以内。并且需要注意发布间隔，一般建议在 300 秒-450 秒之间随机

#### 7、定期对老文章更新

早期，你可以大量堆积关键词就可以有很好排名。

现状，如果你在做这样，必然会被搜索引擎惩罚。

你需要定期更新与维护你的观点，你也可以多鼓励让访客来评论，保持页面的活跃度。

#### 8、提升页面访问量的博客技巧

保持更新频率

分发博客内容

微博、微信、QQ 群、豆瓣、知乎

当你分发这些内容的时候，尽量缩减内容，只发布相关的内容框架与摘要，然后通过短链接的形式引流到自有博客

广告联盟生态

利用 360 与搜狗的竞价，一些信息流量的推广，低成本获取流量，然后在透过联盟广告获取收益，只要单次访问成本小于单次点击收益就可以的

提升博客权重

老域名的权重，重定向到新域名

利用优质内容

### 2021 年，网站 seo 优化运营之“关键词”篇

#### 1、基础内容

①热门关键词：通常主要是指某一个行业当下热点话题的关键词，也可以理解为一个企业网站的核心关键词。

②长尾关键词：主要是指和企业核心业务主关键词，相关的关键词，通常竞争度相对较低。

③最新关键词：一般来只某一个行业的最新关键词，可能是当下最流行的新趋势也可以是新技术。

④行业关键词：一般泛指某个行业中的关键词。

⑤关键词密度：主要是指一个页面的关键词的频率，通常被认为是一个页面的核心关键词，但由于主义相关性的问题，这个不是特别精准。

⑥关键词热度：同关键字指数差不多，它更多的是强调一个关键词的影响力，特别是即时性的热度。

⑦关键词价格：一般主要是指竞价排名的出价价格，也指自然排名优化的关键词报价。

⑧关键词词库：在任何一个网站建立的时候，都需要进行关键词的拓展与整理，它是一个垂直行业的相关关键词列表。

#### 2、关键词布局

①关键词挖掘: 通常会借助关键词挖掘工具, 进行百度相关关键词的拓展, 整理自己的关键词列表, 用于布局在网站中。

②关键词规划师: 百度关键词竞价排名中的一款软件, 可以查询相对精准的一些商业价值比较高的词的相关信息, 比如: 竞争度与搜索量等。

③关键词怎么写: 如何撰写关键词在网站的每个栏目中, 需要注意哪些细节。

④关键词策略: 对于任何一个网站, 我们在做 SEO 的过程中, 都可能需要合理的制定优化策略, 它知道我们搜索优化的流程。

⑤百度关键词搜索: 在做关键词的时候我们针对不同的网站, 应该采取什么样不同的策略, 为什么关键词排名第一会是你。

### 3、关键词工具

①刷关键词下拉框: 这是一个刷关键词搜索框的一个技术, 通常为了提高品牌知名度, 一些 SEO 从业者, 针对某个行业关键词, 进行相关词的刷量。

②关键词分析工具: 一般主要用于分析一个关键词的竞争度情况, 包括: 收录量, 百度指数, 竞价排名情况, 相关热度等。

③关键词查询工具: 主要是用于查询关键词排名, 定期做关键词排名监控的一种软件。

④关键词排名提升工具: 它是一种短期内, 可以快速提升网站排名的一种工具, 类似于快速排名系统, 如果你做的是企业站, 并且长期运营, 我们并不这么建议。

## 2021 年, 网站 seo 优化运营之“内容”篇

### 1、写作

①seo 文案: 在考量 SEO 内容必备的一些基础要素的同时, 需要对页面内容进行“美化”创建好的文案内容可以更大化的发挥 SEO 价值。

②ugc 内容: 经常需要关注的一个事情, 特别是对于网站而言, 有的时候需要定期调查读者的兴趣偏好, 从 UGC 内容中提炼对方的需求。

③伪原创代写: 是目前很多中小企业网站, 经常会采用的一种需求, 但通常来讲, 对于新站而言, 我们并不建议网站采用这个策略。

④采集工具: 我们经常会听说 SEOer 人员开始讨论, 那个采集工具好, 可以便捷的采集内容, 个人觉得采集实际上是一个完全没有必要的工作。

⑤写博客工具: 通常它可能是伪原创和采集的一个集合版本, 会集成一些便携式工具, 比如: 批量获取某个关键词内容的海量段落等等, 这样的工具虽然短期可以给我们提供写作思路的便利性, 但很难让我们自己在长期写作的过程中, 形成自己的逻辑思维。

⑥seo 电子书: 在写作过程中, 偶尔我们也会做出电子书, 用于快速查询某个知识点, 比如: 关键词该如何选择与布局。

### 2、结构

①TDK: 通常来讲主要是指网站的标题、描述、关键词。

②title: 在 SEO 中, 起到至关重要的作用, 特别是一个页面核心关键词的定位。

③Description: 根据长周期的测试, 描述标签对于页面出长尾词排名有着一定的影响, 同时还利于提高页面的点击率。

④锚文本链接: 锚文本是我们在内容创作中, 不可或缺的一个部分, 它更好的解释了页面内容中的某一个段落知识。

⑤标题优化: 通常来讲, 我们需要思考, 如何合理的布局页面核心词在标题中, 是

否权重采用从左到右的排版。

⑥标题设计: 我们更多的是在标题优化的基础上, 思考如何提高用户点击。

### 3、调整

①网站内容维护: 每隔一段时间, 我们就需要对站内内容进行优化, 用于满足现阶段搜索用户的最新需求。

②新闻投稿: 是我们利用内容快速提升品牌曝光度的一个有效途径。

③网站策略: 从内容创建的角度来讲, 理论上我们应该长期保持一种写作风格, 利于用户更好的了解自己, 而实际上有的时候, 也可以尝试打破常规。

④评论文章: 这是我们经常会采用的一个策略, 主要是利用用户的评论性内容, 提高页面的主题相关性。

⑤负面信息优化: 有的时候我们在运营的过程中, 偶尔会遭遇负面竞争的问题, 这就需要我们合理的撰写相关文章进行有效的回击。

⑥网站推广文章: 偶尔也是需要定期写新闻稿, 用于品牌口碑的增加

### 4、素材

①图表设计: 在内容布局的过程中, 我们经常需要丰富页面的相关性元素, 如果可以合理的使用图表设计, 是一个不错增加用户粘性的策略。

②白皮书: 是我们在撰写页面文案时, 经常会参考的一种内部工作手册, 更多的时候, 更像是一个某一个企业的写作模板。

③调整图片大小: 文章中的图片大小, 合理的修改, 可以达到搜索引擎的标准, 这样在内容发布之后, 在 SERP 中很可能出现搜索结果出图, 增加点击率。

## SEO 行业发展趋

势、变革、挑战有哪些

运营压力

①企业营销需求锐减

②短视频行业的竞争

机遇

①图片搜索

索引海量高质量图片

相关性免费图片的搜索需求量

图片站的搜索优化

②结构化搜索

可以在搜索结果中快速展现内容, 而无须用户进一步的点击相关性网站

百度精选摘要, 在搜索结果零位置直接展现相关性内容。

③本地搜索

搜索排名更多是倾向于个性化的搜索结果展现, 千人千面可能是未来发展重点关注的方向

挑战

搜一搜

抖音

企业百家号

小红书

知乎

网站自动化

自动化的发布网站内容，比如：即时新闻，天气预报等

## 黑帽 seo 收徒 2022 年创建自己网站教程-个人网站制作流程攻略

搭建网站前的准备工作

注册一个属于自己的域名

购买虚拟主机或云服务器

掌握基础建站工具和软件

下载网站管理程序和源码

搭建流程概括：挑选心意的域名 > 购买网站空间主机 > 配置各种环境 > 安装后台程序 > 风格装修美化，填充内容

使用云虚拟主机建设网站

购买云虚拟主机

万网、名网、西部数码

共享版云虚拟主机：资源共享，空间较大，固定流量，经济实惠，满足基

本建站

独享版云虚拟主机：独享资源，空间超大，不限流量，更高配置，适合企

业建站

查看主机信息，重置主机相关密码

在主机管理平台首页，您可查看网页信息和主机账号信息，且可重置主机的管理控制台密码、FTP 登录密码、数据库管理密码

临时域名：用于网页调试。

主机管理控制台用户名和密码：用于备案产品验证。

FTP 登录用户名、密码和 FTP 登录主机地址：用于上传网站程序。

数据库信息：用于数据库管理和使用。

绑定域名

主机自带的临时域名仅作为调试网站使用。正式开通网站访问前，需在云虚拟主机管理控制台 域名绑定 页面，绑定您自己的域名

如果您还没有购买域名，可在 阿里云域名注册（万网） 页面注册域名，也可通过其他域名服务商注册域名。

注意：请注册可以实名认证的域名。因为网站域名必须完成工信部备案，备案域名核验时，要求域名已完成实名认证，且实名认证信息和备案主办单位或备案主体信息一致。

解析域名

将您的域名解析添加 A 记录指向您的云虚拟主机 IP 地址

解析到主机的 IP 地址

上传网站程序

云虚拟主机 FTP 连接之后可以看到多个文件夹，每个文件夹都有不同的功能，Linux 系统与 Windows 系统虚拟主机 FTP 配置方法的不同以及功能的区别



### 调试网站程序

上传完程序网站或者是自己设计好的 HTML 网页之后,就可以通过访问域名域名打开浏览网站了。动态网站程序需要进行更进多的功能设置,静态网页直接放到 FTP 中就可以打开访问到

### 使用云服务器 VPS 搭建网站流程

#### 云服务器 ECS

使用 Linux(Centos)服务器搭建,一个是因为 Linux 服务器便宜,而且资源占用少,二是宝塔对 Linux 的支持要好一些, windows 中可能会出现其他的问题,安装之前,保证服务器没有其他的 web 软件,比如 php、Mysql 之类的,如果没有其他重要的东西,建议重装系统之后安装。

#### Centos 安装命令:

```
yum install -y wget && wget -O install.sh  
http://download.bt.cn/install/install_6.0.sh && sh install.sh
```

#### Ubuntu/Deepin 安装命令:

```
wget -O install.sh http://download.bt.cn/install/install-ubuntu_6.0.sh  
&& sudo bash install.sh
```

#### 安装 Apache 环境

http://服务器 IP 地址:8888

等网站环境安装完成后便可以创建网站

第一种直接在选择网站,选择添加站点,进行创建网站。

第二种在软件管理中的宝塔插件中安装宝塔一键部署源码插件  
进行创建网站

## 2022 最新百度快速收录方法

### 核心

用收录率不是 100% 主要看网站内容以及域名是否备案  
必须用正规站来操作 收录以首页为主

#### 1.反馈 投诉操作流程

1. 用百度账号,注意有些账号不可以用 登陆百度
- 2.用 360 浏览器打开百度  
任意搜索一个关键词 建议给你网站的关键词相关的

3

按键 F12 查看元素

随便找到一个网址 修改成自己的网址

然后下拉点击 最下面的 用户反馈

- 4.选择我们修改过的网址区域 填写反馈内容  
点击提交反馈

然后在点击用户反馈 点击 我的反馈

查看自己反馈的记录 如果你的账号 有问题就不显示反馈记录

每个账号一天只可以反馈 5 次

反馈以后看记录上面等百度处理 正常是 24 小时 最长 48 小时 如果么有收录的网

站 一般 80%都可以收录

尽量配合下引导蜘蛛 有的可以自然收录

可以直接在反馈中心这里直接反馈 记住带上域名和截图

## 2.利用百度站长平台投诉

<https://ziyuan.baidu.com/>

登陆自己的账号 点击 互动交流 点击反馈中心

点击 整站收录 未解决

选择自己的网站（前提绑定域名） 点击网站收录 新站未收录

点击未解决，反馈

选择站点 这里是自己添加百度站长平台的域名

提交进去

## 2023 年不同百度蜘蛛 ip 什么意思？权重百度蜘蛛 ip 段大全分析

优质段

**116.179.32.\***：新版百度蜘蛛，高权重段，一般抓取文章页。IP 段位于山西阳泉联通。百度云计算阳泉中心位于世界大中文搜索引擎百度公司创始人李彦宏的家乡山西省阳泉经济开发区东区。

**220.181.108.75**：重点抓取更新文章的内页达到 90%，8%抓取首页，2%其他。权重 IP 段，爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。**220.181.108.77**：专用抓首页 IP 权重段，一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

**220.181.108.80**：专用抓取首页 IP 权重段，一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

**220.181.108.82**：抓取 tag 页面。

**220.181.108.83**：专用抓取首页 IP 权重段，一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

**220.181.108.86**：专用抓取首页 IP 权重段，一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

**220.181.108.89**：专用抓取首页 IP 权重段，一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

**220.181.108.91**：属于综合的，主要抓取首页和内页或其他，属于权重 IP 段，爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

**220.181.108.92**：同上 98%抓取首页，可能还会抓取其他 (不是指内页)，属于权重 IP 段此段爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

**220.181.108.94**：专用抓取首页 IP 权重段，一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

**220.181.108.93**：重点抓取内页，爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

**220.181.108.95**：这个是百度抓取首页的专用 IP，如是 220.181.108 段的话，基本来说你的网站会天天隔夜快照，错不了的。

**220.181.108.97**：专用抓取首页 IP 权重段，一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

**220.181.108.115**：重点抓取内页，爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

**220.181.108.119**：专用抓取首页 IP 权重段，一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

**220.181.108.156** 重点抓取内页，爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

**220.181.108.158**：重点抓取内页，爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

**220.181.108.184**：重点抓取内页，爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

**220.181.108.180**：重点抓取内页，爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

**220.181.108.\***：主要是抓取首页占 80%，内页占 30%，这此爬过的文章或首页，24 小时内放出来和隔夜快照的！一般成功抓取返回代码都是 200 0 0 返回 304 0 0 代表网站没

更新, 蜘蛛来过, 如果是 200 0 64 别担心这不是 K 站, 可能是网站是动态的, 所以返回是这个代码。

#### 普通段

60.172.229.61: 代表百度蜘蛛 IP 造访, 准备抓取你东西, 抓取网页的百度蜘蛛。

61.129.45.72: 代表百度蜘蛛 IP 造访, 准备抓取你东西, 抓取网页的百度蜘蛛。

61.135.162.\*: 代表百度蜘蛛 IP 造访, 准备抓取你东西, 抓取网页的百度蜘蛛。

61.135.168.\*: 抓取图片的百度蜘蛛。

121.14.89.\* : 这个 ip 段作为度过新站考察期, 很少。通常有它光顾的时候, 网站基本上是没有排名的。

123.15.\*\*.\*: 百度图片爬虫。

123.125.66.\*: 代表百度蜘蛛 IP 造访, 准备抓取你东西, 抓取网页的百度蜘蛛。

123.125.71.\* 抓取内页收录的, 权重较低, 爬过此段的内页文章暂时被收录但不放出来, 因不是原创或采集文章。

124.166.232.\*: 可能为新版新站专属百度蜘蛛。

125.90.88.\*: 广东茂名市电信也属于百度蜘蛛 IP 主要造成成分, 是新上线站较多, 还有使用过站长工具, 或 SEO 综合检测造成的, 没有多大用。

159.226.50.\* : 百度蜘蛛。

180.76.5.\*: 百度蜘蛛北京联通。

180.76.5.87: 百度蜘蛛北京电信。

210.72.225.\*: 这个 ip 段不间断巡逻各站, 是路过一下。

220.181.7.\*: 代表百度蜘蛛 IP 造访, 准备抓取你东西, 抓取网页的百度蜘蛛。

#### 垃圾段: 百度自家

61.135.186.\* : 百度联盟爬虫, 百度统计。

61.135.165.134: 百度竞价蜘蛛北京联通。

61.135.169.\*: 百度公司内部专用 IP;

111.206.198.\*: 百度渲染蜘蛛, 专门抓取 js、css 和图片用的, 百度站长工具落地着陆页检测 IP。

111.206.221.\*: 百度渲染蜘蛛, 专门抓取 js、css 和图片用的, 百度站长工具落地着陆页检测 IP。

117.34.74.66: 百度竞价蜘蛛西安市电信。

118.122.188.194: 百度竞价蜘蛛。

119.63.196.9: 百度竞价蜘蛛。

123.125.67.\* : 百度站长工具的 IP sitep。

125.39.78.185: 百度竞价蜘蛛天津联通。

203.119.241.\*: 百度主动推送的 IP。

220.181.51.\*: 百度站长工具的 IP sitep。

220.181.108.120: 抓取/robots.txt。

220.181.108.146: 抓取/robots.txt。

#### 沙盒

123.125.68.\*: 这个蜘蛛经常来, 别的来的少, 表示网站可能要进入沙盒了, 或被降权。

180.76.15.\*: 降权蜘蛛, 有这个 ip 说明网站不会在收录了, 一直到这个 ip 段消失。

220.181.68.\*: 每天这个 IP 段只增不减很有可能进沙盒或 K 站。

## 2024 百度 SEO

- 1、非大陆 IP，百度不收录
- 2、有违规信息的百度不收录
- 3、百度识别为采集和 ai 生成的百度不收录
- 4、即使收录了，过一段时间就会释放或者降权
- 5、内容有视频的排名靠前
- 6、网站（或域名）之前的底子比较好，优质内容也会收录，但是日收基本上很难

## 黑帽 seo 收徒 3000 字干货好文，教你如何引流

### 为什么要引流

流量是互联网一切项目的根本，任何项目做到最后其实就是搞流量

### 引流的本质是什么

公域流量平台吸引别人去加你

### 承接流量的方式

微信个人号、微信企业号、公众号、QQ 群

### 怎么去引流

#### 一、选平台

短视频：抖音、快手、视频号、微视等等

中长视频：B 站、爱奇艺、优酷、腾讯视频等等

音频：喜马拉雅、荔枝 FM、蜻蜓 FM 等等

文字：知乎、百家号、百度贴吧、豆瓣等等

#### 二、账号

##### 账号权重和内容权重

权重高的账号往往被平台的重视程度要强，自然推荐量就很高，曝光程度

就多

##### 怎么去提升账号的权重

1.多使用平台，像个正常人去使用

至少有 1-2 小时去使用平台

2.固定的发内容频率，持续更新

活跃度高、持续更新内容的账号

3.固定环境登录

1IP1 设备 1 账号

4.购买平台的产品

付费用户肯定比免费用户更能得到平台的重视

5.确保内容的安全性，不违反平台规则

##### 内容

按照点赞、评论、转发、完播率等这些数据来判定内容选不选优质

有趣、有用和有共鸣

##### 转化

看具体的行业 and 用户。比如说做抖音培训的，他们的诱饵可以是免费的抖音课程，也可以是实用的抖音营销软件。这个诱饵在互联网上，一般都是资料、软件和课程

等等这些对用户来说有用的东西

## App 如何 SEO

1.必须是先上 app store，再上其他应用市场

2.社交类的 app，都需要有举报功能

3.app 的 seo

(1) 应用的名字和描述中要有你希望能帮你提升 app 排名的关键词。

(2) 应用的排名和下载量紧密相关，越多下载量意味着应用的质量越好，应用商店也会给你靠前的排名。所以充分利用社交红利，在社交网络中推广，先引流到你的推广页面，再引导用户通过应用商店进行下载或购买。

(3) 蹭热门，获取流量

## App 小程序，垃圾分类知识普及

相关游戏，边学边玩游戏，轻松学会垃圾分类

抖音，快手等，制作教学垃圾分类的视频，垃圾分类故事的视频

垃圾分类的文章，蹭热点

垃圾分类相关内容的公众号，头条号，微博

通过宣传垃圾分类的知识，引流卖相关产品，如家庭用的垃圾分类垃圾桶。

代扔垃圾，同时与废品回收站合作

## B2B 官网 SEO 优化指南（上）

### SEO 基础

#### 设置站长工具

将百度/谷歌较为常用的站长工具配置在你的网站中，国内 SEO 优化一般是以百度为主，海外或者 Google SEO 可以考虑 Google Webmaster Tool，也就是 Google Search Console。

#### Google 站长|百度站长工具验证

方法一：通过域名解析实现

方法二：提交网站前缀资源文件上传根目录

#### 百度统计+Google Analytics 工具

将异步代码安装到网站首页</head>标签

#### 集成 SEO 功能

通过开源程序制作的，比如：wp、dede、z-blog、dzx 等，那可以通过第三方插件库进行插件下载安装，以 WP 为例，比较好用的是 Yoast SEO 插件，该插件功能比较强大，常见的能修改 TDK 及创建相关推荐等内链结构设置

#### 创建 Robots.txt 文件

User-agent: \*

Disallow: /wp-admin/

Disallow: /wp-content/

Disallow: /wp-includes/

Disallow: /wp-json/

Disallow: /\*\*

Disallow: /admin/

Disallow: /date/

Disallow: /css/

Disallow: /Ueditor/

Sitemap: <https://域名/sitemap.xml>

Sitemap: <https://域名/sitemap.html>

**Robots** 文件在很大程度上都不会被待见，尤其是在开发者眼里，他们觉得没什么作用，相反还会带来负面，为什么？因为容易被黑客盯上，通过禁止访问的文件夹和信息，黑客会找出程序 **bug** 攻击（尤其是开源程序，因为代码是公开的，很容易找出漏洞），这样会导致你的站点损失惨重，以上图为例，不难发现该网站是用 **wordpress** 搭建，通过 **Disallow** 信息可以看出禁止爬虫访问后台，插件目录，动态链接、**astra** 钩子（这可能是主题下的目录）、重定向链接地址目录，假如别有用心的人看上了会根据这些提示信息一步步测试找出漏洞，最后实现攻击目的。

**Robots** 协议如何创建？

**User-agent** //代表搜索引擎类型；

**\*** //代表所有搜索引擎类别；

**Disallow** //禁止访问指令；

**Allow** //允许访问指令；

**/** //代表根目录。

创建 **sitemap** 文件

告诉搜索引擎关于你的站点中的网页、视频或者其他文件的相关信息，帮助搜索引擎更好的认识和理解你的站点。

**Sitemap** 的编写格式与要求

以 **sitemap.txt** 和 **sitemap.xml**

技术性 **SEO**

网站架构设计与规划

网站的结构与网站的转化有一定的直接联系，一个高转化的网站必定会有清晰的网站结构脉络，最直观的感受就是前端展现的每一个结构都具有层次感及结构化

都取决于你前期方案与规划包括哪些方面，技术开发方案选型

确定项目的基本目标

品牌升级

品牌升级的改版通常伴随着是对网页设计及视觉要求比较高，更多是强调行业的权威性 & 设计感官体验上的个性化，苹果官网是最好的诠释，针对这类型的官网改版实则对 **SEO** 没有多大用途，因为弱化了 **SEO** 功能

提升流量获取增长

当一个站点遇到了流量瓶颈期，导致增长变缓，业绩面临双重压力时，我们可以考虑改版了，改版需要遵从数据先行原则，通过数据端找出问题所在，全面筛查网站的哪个环节导致，从数据中找到不确定性，从不确定性中找到方法。这里就可以利用前面所提及的通过统计工具监控站点找到一些蛛丝马迹，发现问题的症结所在以便更好的指导改版规划，比如：通过分析整站中首页流向其他页面或导流的数据比重和整站访问最高的页面

UV/PV、上下游页面之间的关系等等,通过细微的数据变化溯源找出哪些页面及栏目如何调整,为便于后面给出方案我建议大家可以按照以下模板拉取具体数据表来进行分析及总结  
通过这些细节步骤,再结合整体的日均流量数据、线索反馈数据  
再看前端的网站表现层,具体查看注册/登录/预约等留资页面体验设计,这直接关系到页面的留资的多少

#### 解决方案

##### 解决产品聚焦度单一问题

建议:设置层级分类架构,层级分类架构更简单明了,缩短访客访问路径,让优者更优。

##### 解决部分页面浏览量偏低问题

建议:可采取优化形式通过优化展现形式,可以布局在首页入口更直观

##### 站内检索弱

建议:新建检索功能,加强信息检索能力,合理分类搜索结果及优先级排序。

网站的栏目架构是可以随时调整的,但是需从网站定位出发,因此栏目归类非常需要满足逻辑和相关性。以资讯中心为例,这属于一级目录(父类栏目),可以设置很多子类,因此有些 ToB 的企业喜欢把这个栏目定义为 Blog,然后将很多子类归在父类之下,子类包含一些常见的行业资讯、文章干货、白皮书、活动频道板块等,无所谓对错,但是根据我的经验判断,这是采用了海外站点的栏目归类法

#### 设计环节

原型设计好后可以安排 UI/网页设计师进行静态页面设计,该工作是一个细致活儿,说具体点,你前期可能需要更多次的同频,需要与 UI 设计及前端开发人员讲述页面布局与设计的逻辑原理,尽可能多还原项目的背景,不然从他们的角度出发,后期输出的东西可能和你表达的完全不一样,因此需要不断地沟通达成共识,消化掉每个疑虑。期间肯定是少不了磕碰的,比如设计追求的美感需求牺牲部分的体验甚至直接忽略掉 SEO 的布局设计等等,这些等都需要沟通,除此之外也要灵活多变,平时也多与设计人员 social,这样在一定程度上也有助于项目顺利进行

#### 开发-交付-测试-上线环节

格外需要叮嘱开发者们务必按照 SEO 方案进行建站,交付及测试环节可以直接查看网站的代码进行检验,比如:伪静态或纯静态链接设置、301 重定向、404 自定义错误页面设置、sitemap/robots 协议、链接层级、面包屑导航、nofollow/noindex 标签运用、页面 H1-H6 设置、文章标题采用 H1 与否、logo title 标签添加关键词、文章图片 ALT 标签、网站有无 JS/iframe、图片有无压缩(gzip 的配置)、网站的响应速度等等系列,都需要仔细测试,通过源代码和其他的站长工具进行审计,不符合规范的就写一个走查报告给到开发处理

若是改版将原有的目录结构全部替换了,那就需要在百度后台提交改版规则,这个目的就是为了减少前端已收录页面出现死链,提交改版规则能有效解决并继承原有的排名。不懂的不要随便操作,请将它留给开发人员。

#### 收录和索引的关系?

##### 先收录才可以建索引,收录量大于索引量

爬虫爬行>抓取>收录>索引。而大部分理解的收录就等同于索引了,举个之前优化的 case: site 指令下的收录量 1000+,但是百度站长后台的索引量数据是 7000+,造成数据为什么不一致?

按照官方解释,site 语法下的数据只是预估数据,不太准确。因此参考意

义不大。那具体什么原因导致？

我们后来经测试发现，原来 **site** 出来的是缓存数据，并不是所有的收录页面数。换句话说 **site** 出来的结果就是用户经常搜索看到的结果，而索引库的数据是你全部的数据。索引里还包含上层索引和下层索引，具体可以理解为上层索引是较为优质的，下层索引一般甚至低质的。

以搜索需求为例

从显性角度看：人-搜索引擎-返回结果，完成整个搜索需求的过程；

但是，从隐性的角度（搜索引擎）看：完成搜索指令需要将爬虫、索引、Query、召回、排序等 5 个过程协同，当用户在屏幕前开始搜索动作时，系统已经开始飞速运转，爬虫先完成从 A-D 的抓取-收录-索引的过程，提前为 Query 模块做准备，以查询语句为开端经过流程 1-7 的运作，最后找出相关性较高的页面展现在用户面前。展现在用户面前的也就是我们目前的上层索引，能满足用户的需求的页面。

索引

如果你的网页被收录了，但是搜索全标题，却没有或者排名不在首页，大概率可以评为下层索引，如果你搜索标题中的长尾词，然而排名在首页。那大概率可以评为上层索引。

你只需要将目标的网页进行输入搜索:目标 URL 地址，看到这样的返回结果，找不到应有的链接就说明是下层索引

收录|索引意义

收录意义 1：收录是索引的前提，站点需要保持服务器稳定（参考抓取诊断工具、抓取异常工具）、robots 正确（《robots 写法和需求用法对应表》），为 Baiduspider 抓取铺平道路；

收录意义 2：Baiduspider 只能处理已分析过的页面，面对新旧页 301 和移动适配，可为已收录页面完成权值评分以及流量切换；

索引意义 1：只有被建入索引库的网页才有获得流量的机会（网页虽然被建入索引库，但获得流量的机会并不同，无效索引很难获得流量）；

索引意义 2：新闻源站点（新闻源目录）内的链接，必须先被网页库建索引，才有机会出现在新闻检索中

确保网站使用 HTTPS

确保网站唯一域访问

不要分散权重，确保打开链接域名是具有唯一性的

确保网站加载速度快

确保网站移动端友好

移动端适配

处理图片压缩问题

通过 **tinyPNG** 在线工具压缩所有图片进行上传，图片输出控制在 10Kb 以内，有助于网页加载。

第二种就是针对第三方博客安装插件解决，如 WP 的 ShortPixel。

第三种进行 OSS 上传，将所有图片及视频等文件搬到云存储盘，同样也需要保持图片的输出大小，然后挂上全站 CDN，这样便于快速访问。

清除和优化无效链接

无效的链接包括 404 页面打不开及死链等情况，包括站内与站外

站内：可以通过 **site** 指令输出所有的收录链接，手动一条条测试，找到那些死链和无效链接，并记录 URL 地址，这种做法只适合收录比较少的网站，一旦是收录超



1000 的这个可能就有有点崩溃了,那针对这一情形,我推荐你用 360 浏览器扩展 404 link 检测, 安装后,输入地址点击按钮即可自动查找,有问题的链接会用“X”表示,非常省事。

站外:主要是针对外链平台发布内容后直接删掉资源及自身站点的原因导致链接失效,那因此你需要重新补充恢复,用正确的链接替换。按照现在的做法,这种已经 不流行了,因为大部分的平台都不允许私带链接。

#### 去掉重复内容

查看单篇文章是否重复,可用{title+文章标题}进行查询;

查询某篇文章是不是被 copy,可从文章首段复制一段文字,在百度搜索框进行搜索,前提是 该文章被收录了。如果发现大量飘红文字,则说明这篇文章重复性过高;

可通过站内搜索文章标题,可查询出重复的内容(前提是有站内检索功能);

利用 SEO 站长工具页面相似度检测工具,判断一些相邻页面的相似度,80%以上相似度就需要对一些固定栏目进行调整。

## B2B 官网 SEO 优化指南(下)

### 关键词研究

#### 1.寻找核心目标词

寻找关键词首先要明确公司的业务情况,要知道公司具体做什么业务,产品与服务、竞对研究等其他,先了解自己企业的业务形态有哪些,尔后再开始结合所了解的开展关键词布局。

#### 搜索目标关键词

通过搜索关键词触发出来的,一般而言这个属于强相关,属于飘红的大概率上说明此网页内容是具有一定质量度的

#### SEO 标题写法

核心关键词+广告语+品牌词

利用百度指数工具查询关键词

仔细查询下相关关键词的搜索流量,为什么要查看搜索流量,因为搜索流量代表着用户的相关需求,指数越高那么需求越旺盛

#### 2.分析搜索意图

通用词,但是它不足以代表整体网民的需求

优先布局核心词

主词+公司/价格等等这些都是需求词频,也就是主关键词的扩展需求词,这也是最影响到转化率的词(知识点,请记住)

下拉词中依然是对公司、服务、价格等词高频出现,这背后就代表着网民对了解外包公司背景、服务标准、价格等内容刚需,那作为 SEOer 你需要洞察用户的需求心理,因此大体上了解背后的规律后在通过其他工具扩展长尾词,布局相应内容即可

想要做好关键词布局,其深层用意在于对用户搜索关键词的意图管理

#### 3.评估排名机会

查看排名机会最加办法就是通过第三方工具 5118 或者站长工具或者爱站工具进行查看,海外的可以通过 SEMrush 等查看

#### 4.调研用户想了解的信息

通过百度下拉框、相关搜索等方式挖掘下用户的基本诉求,此方法已经在分析搜索意图中有讲到,方法类似,当然也可以利用站长工具进行挖掘,将挖掘出来的关键词手动分类整理,所谓词根也就是用户二次需求

## 站内优化

站内优化实则是一个持续性的任务，需要根据每天书写的文章进行配合，最常见的比如：URL 地址确定（是否有伪静态设置或者纯静态设置），URL 地址的长短及命名规则，标签设置，描述撰写，内链设置，ALT 标签设置，图片优化处理等等

### 使用简短有描述性的 URL

URL 地址能够直接表达意思之外还需要尽可能短，字符控制在 20 个以内

### 撰写吸引人的标题标签

标题标签分为首页、栏目页、内容详情页、单页面等，每种都可以独立设置符合自身业务的 TDK，关于标题怎么撰写还是得通过分析用户需求及结合自身的业务特点来撰写，没有把握的，可以搜索竞对品牌词或者行业词查询下对方的网站 TDK 是怎么设置的

### 撰写吸引人的描述标签

关于描述标签，在搜索引擎内容质量白皮书上有规定，适当将你的核心关键词布局于此，字数控制在 150 字以内，因为搜索引擎算法现在已经能直接获取到描述的内容，最常见的就是关键词飘红，有时候在 title 上不能出现的则可以在描述标签上获取

### 链接到相关资源

#### 解决用户需求

我们以用户视角来思考下，当你看到一篇文章内容后，觉得这个是对你非常有帮助的，里面涉及到的问题解决方案正是你后面需要采用的，恰巧，文中有相关的策略文档或者资源进行推荐，这种举手投足的温暖是不是恰到好处，因为他直接可以按照你给的链接进行下载或者收藏。

#### 提高关键词排名

为什么会提高关键词排名呢？因为通过锚文本的作用，文章能解决用户的需求说明质量高，自然会提升关键词的点击量，搜索引擎通过用户的行为数据及结合综合数据会判定这是一个优质页面，自然会赋予相关的关键词一定的排名。这与搜索引擎原理有很大关系

### ALT 标签设置

ALT 标签就是对图片的解释说明，主要的应用场景在文章详情页中，你需要告诉搜索引擎这张图的具体涵义

### 优化图片

图片优化主要是体现在大小，尽量维持在 100kb 以内，建议使用 webp 格式

### 添加结构标记

可以让搜索引擎更好的理解你的内容，并在搜索结果中更好的展示你的信息。在百度中是不开放给站长的，简单理解其实就是一种高级样式，这种对 SEO 的作用是可以加强富媒体摘要，相比与普通的搜索结果，它会获得更高的点击率。

### 添加内部链接

#### 内部链接及锚文本

### 内容建设与优化

内容建设与优化是 SEOer 的核心工作，网站的转化率高高低直接与内容有关，那作为 SEOer 怎么布局内容呢？布局内容最为核心的就是长尾关键词，在前面已经讲过我们布局关键词的核心是需要先了解网民的需求，搜索行为目前已经成为了每个上网的基本需求，也是搜索引擎所研究的重点。那么用户的搜索行为是怎么样一个过程呢？隐藏在用户查询背后的搜索意图是什么？这都是需要仔细研究的领域，只有这样才能更好的适应用户体验度。通过搜索关键词揣摩其背后的意图，因此我们以这个作为原则来布局词是有利于网站转化的。

### 解决用户搜索需求意图

用户所发出的每个搜索请求背后都隐含着潜在的搜索意图,如果搜索引擎能够根据查询词汇自动找出背后的用户搜索意图,然后针对不同的搜索意图,提供不同的检查方法,将更符合用意图的结果排在前列,那么会增加用户的搜索体验。目前各大搜索引擎都在实现这种搜索引擎而努力。

### 1、导航型搜索

这种搜索请求的目的是查找具体的某个网站地址,往往这种搜索是已经知道了某个企业或品牌的网址或主页,为了免于输入 URL 或者不知道 URL 所以用搜索引擎来查找,其特点就是想要去某个特定的网页

### 2、信息型搜索

直接型:用户想知道关于一个话题或者某个方面明确的信息“如星星为何会发光?”“河南到北京火车票多少钱?”

间接型:用户想了解关于某个话题的任意方向信息,比如粉丝搜索“刘德华”,等。2013 年改变后的百度给出的结果也是不一样的。给出非常的全面。

建议型:用户希望搜索到一些建议、意见或者某方面的指导。如“如何才能做好 SEO”

定位型:用户希望了解现实生活中哪里可以找到某些产品或服务,如“学双节棍”“买电话卡”等。

列表型:用户希望找到一批能够满足需求的信息如“北京清河哪家 SEO 公司最好?”“北京哪家优化公司做的服务更好?”

### 3、事务型搜索

对于用户的意图和行为进行分析,可以帮助我们更好的去做我们的网站。我们可以换一种角度出发和考虑

给搜索引擎提供最好的资源的场所,我们在帮助搜索引擎完成这次搜索,来提升搜索引擎的用户体验度,同时如果我们的网站出现在搜索引擎的结果中,并且被点击了,是不是我们的网站用户体验可以得以提升呢?提升搜索引擎的用户体验度,其实更多的时候,还是应该提升我们的网站品质。搜索引擎的每次算法更新,都是为了有一个更好的用户体验度而进行的。所以深层次的了解其背后意图有利于你将网站的转化

#### 使用副标题创建层级

将内容结构化,按照标题分类进行结构化阐述,这样做有利于提高用户阅读体验,能够做到聚焦核心关注点

#### 使用图片分割内容

图片分割内容也很好理解,主要是侧重用用户体验及文章的层次,利用图片可以有效缓解阅读疲惫感,好的文章配图也是有技巧的,比如,高清无码大图,图片做注解,图片色调唯美不夸张,当然最重要的一点是与内容要有关联性等等

#### 添加文章简易目录

在文章中添加目录结构,也是一种结构化内容的呈现方式,主要是以锚点的方式实现,这样的好处就是方便用户体验,用户体验也是 SEO 的一种考核指标

## Baiduspider 对待 http 和 https 的态度

对于 http 和 https, Baiduspider 会不会区别对待?

不会区别对待。说得再全整专业一些: Baiduspider 在对于 http 和 https 站点的调度和解析方面没有任何区别。至于建索引库,年初的时候百度进行过升级,目前对 https 站点

也是全力支持的。

Baiduspider 可以抓取 https 网站吗? 站点 https 以后应该做些什么?

在抓取方面, Baiduspider 完全支持 https 链接的抓取。站长需要注意的一点是要保证 http 链接到 https 链接良好的重定向(使用 301 或 302), 这样百度可以做到无缝切换。另外可以使用链接提交工具提交 https 链接, 尽快通知百度。

站点切换 https 以后, 新产生的 https 页面, 百度会将其视为新页面重新收录? 重新计算排名?

不是的, 不涉及重新收录的问题。

https 以后可以使用改版工具向百度提交 http 与 https 的对应关系吗?

http 站和 https 站会被百度视为同一个站点, 不属于改版, 不适用改版工具。

https 以后, 排序有可能发生什么变化?

在 rank 方面, 现在对两种链接无区别对待, 从安全性考虑, 以后可能会优待 https 的链接。

## BC 平台定制打火机或鼠标垫引流思路

1. 脱发?
2. 肥胖?
3. 游戏?
4. cp?
5. 贷款?
6. 赚钱?
7. 电子烟?
8. 交友?
9. 牙齿美白?
10. 茶叶?
11. 壮阳?
12. 两性?

## 黑帽 seo 收徒 B 站推广

B 站创作推广, b 站新人视频怎么推广?

① 选题, 选题需要在你需要推广的大范围下找到热点, 没有关注度的题材, 拍出视频, 关注度也不会高。

② 封面, 最好是美美的, 当然丑也要有个性。

③ 评论, 主动请求三连, 积极参与评论等等。

B 站如何推广, b 站怎么推广自己的视频?

① 热点, 通过即时热点信息蹭流量。

② up 主, 与大流量 up 主进行合作或付费推广。

③ mcn, 参与专业团队, 利用对方资源进行引流。

④ seo, 利用搜索引擎流量做推广, 本身 b 站搜索引擎也是收录的, 可以结合在一起。

### B 站推广有用吗,b 站推广机制是怎样的?

播完率<弹幕<三连<分享<点击率,我们可以看到点击率是至关重要的,因此我们在做 b 站推广时,写推荐文案时,其中的运营思维需要着重思考,当然图片也至关重要,你可以参考播放量高视频的图片。

### B 站营销号, b 站 up 主推广报价一般是多少?

其实不论哪个平台,到最后都是流量为王, b 站中存在大量手握流量的 up 主,付出了大量精力和资源获得的粉丝,肯定是需要变现的,因此就会出现 b 站营销号,通过 up 主账号做推广,其实这已经常态化,很多第三方平台都会做 b 站流量变现的渠道,你可以通过这些平台来了解不同 up 主的报价,同时有第三方做担保,也可以让做 b 站推广更可靠。

### B 站可以买推广吗, b 站推广费用一般多少?

① b 站信息流,目前 b 站只支持图片形式的信息流推广,因此对于图片的创意要求比较高。

② b 站商单,也就是与 up 主进行合作,需要的是 up 主与产品有相关性。

③ b 站起飞,与商单类似,但其推广的范围更多大,可以以用户群体特征来进行推广。

### B 站怎么付费推广,b 站广告投放平台投放流程!

① 准备营业执照,与 b 站经理洽谈细节问题。

② 签订合同,上门或邮寄可选择,之后进行打款等待开户成功。

③ 业务对接,与创意团队沟通,结合推广产品进行推广方式协调。

④ 选择受众群体、设定预算、跟踪投放效果、分析数据,进行投放效果分析,调整再次投放。

## canonical 及 canonical 标签使用方法

### canonical 标签的使用方法

在<meta>和</meta>之间加入<link rel=" canonical" href=" 网页权威链接" />即可

### canonical 标签的使用技巧

当有多个不同的 URL 指向同一页面时候需要使用 canonical

#### 1.站内链接加参数

比如说某个专题页面,为了方便统计转化,运营人员往往在外部的入口链接加上特定的参数,这样就会导致出现多个 url。这种情况很常见,大家务必记得使用 canonical 标签来规范网址。

#### 2.外部广告链接

比如说在别的网站投放了广告,又或者是做了 SEM 推广等,同样为了统计,也会加入很多参数,这种情况下也得在目标页面使用 canonical 标签。

## ChatGPT 共享账号(4 个可用帐号)+ChatGPT 镜像站(无需登录即可体验)

### 账号密码

ChatGPT 登录网址(需要科学上网): <https://chat.openai.com>

账号: m.aguabao@gmail.com

密码: 1PHNoYiX9I

账号: ma.guabao@gmail.com

密码: wGTfsvloR8

账号: magu.abao@gmail.com

密码: KMgHVPdvaW

账号: magua.bao@gmail.com

密码: uPxf7DwDsa

镜像

<https://chat.forchange.cn>

<http://wenzhang.zhuluan.com/zh-cn>

<http://chat.h2ai.cn>

<https://yy.yy.sbs>

替代品

<https://you.com/>

<https://www.notion.so/product/ai>

<https://gpt3demo.com/>

<https://www.jasper.ai/chat>

<https://poe.com>

Etags

## dytt 电影网站优化初学者指南

### 1. 电影名称 SEO 关键字

大多数用户搜索会倾向于, 印度暴徒百度云下载, 印度暴徒 BT 下载, 印度暴徒迅雷种子, 对于电影资源分享网站而言, 多数会在电影资源前面加上种子, 资源, 百度网盘, 迅雷等词, 以提升关键词与用户搜索的相关性。

如果你想要将相关的电影资源展现在搜索者面前, 则必须使用关键字。

### 2. 优化元数据: 标签, 文件名和描述

标签是分配给电影的关键词, 将它们视为总结电影内容的词汇。对于那些还不了解的人, 标签, 文件名和描述在视频搜索引擎优化中扮演着不可或缺的角色。

由于您已经选择了关键词, 请继续在电影标签中使用该关键词。这是您要关注并优化电影的标记。请记住, 只要与电影的内容相关, 您就可以使用多个标记。

### 3. 添加电影脚本

电影脚本是视频中所用内容的完整文本表示。元数据和视频标签不像转录那样为搜索引擎提供视频内容的详细信息。搜索引擎机器人抓取文本并将其用于索引。因此, 视频记录可以帮助搜索引擎更好地理解视频的内容并提高其排名。

### 4. 将一个电影发布到一个页面

在您的网站上为每个电影提供自己的专用页面, 而不是将多个视频发布到单个页面。百度优先考虑它在网页上找到的第一个视频, 并忽略它在同一页面上找到的任何其他视频内容。要按照百度的视频排名首选项进行操作, 请以某种方式整理您的网页, 以便在页面(或帖子)上显示单个视频。

您可能也想尝试将相同的视频发布到您网站上的不同网页, 以提高其可见度; 例如, 如果您的视频是关于漫威的, 那么您可能希望将其发布在您撰写的有关漫威的博文中, 并且您可能还希望将其显示给登陆“项目”页面以展示的访问者你的能力。

这样做是因为它为您发布的每个视频实例在您的网站上创建了内部竞争。可以这样

想,当有人在百度上搜索漫威电影时,百度的算法必须决定在搜索结果中显示哪个页面。如果您的所有视频观看次数分成三个不同的网页,那么您在搜索结果中显示的可能性就会非常低。但是,如果您已将其发布在一个页面上,并且该页面正在查看所有视图,评论和展示次数,那么您将有更好的机会在搜索结果中显示。

### 5.创建视频站点地图

视频站点地图为搜索引擎提供有关网站上视频内容的元数据,并且是您网站现有站点地图的扩展。

您可以使用站点地图告知搜索引擎您在网站上嵌入的每个视频的类别,标题,说明,长度和目标受众群体。除此之外,您还可以使用它为搜索引擎提供有关视频的更多信息,例如播放页面 URL,截止日期,限制和平台。

## FTP 工具哪个好用

FileZilla

LeapFtp

CuteFTP

自带

## Godaddy 域名解析教程

Godaddy 官网地址: <https://www.godaddy.com/zh-sg>

### 一、Godaddy 域名解析教程详解

- 1、登录 GoDaddy 账户, 右上角账号中心下, 选择我的产品, 找到域名。
- 2、在域名中找到你需要解析的域名, 在右上角选择“管理 DNS”。
- 3、在 DNS 记录中可以看到你已解析的记录, 如果需要添加新记录, 点击“添加”。
- 4、选择想要解析的记录类型。
- 5、设置主机名, 指向 IP, 以及 TTL 值, 然后点击“保存”。

以上是 godaddy 域名解析教程, 一条域名解析记录就成功了, 等待生效即可。如果要修改或者删除 GoDaddy 域名的解析, 找到想要修改的记录, 点击后面笔的图案进行修改或者删除。或者使用 PING: 域名, 查看是否解析成功。

### 二、Godaddy 域名解析操作流程

- 1、登录 GoDaddy 账户, 右上角账号中心下, 选择我的产品, 找到域名。
- 2、在域名中找到你需要解析的域名, 在右上角选择“管理 DNS”。
- 3、在 DNS 记录中可以看到你已解析的记录, 如果需要添加新记录, 点击“添加”。
- 4、选择想要解析的记录类型。
- 5、设置主机名, 指向 IP, 以及 TTL 值, 然后点击“保存”。

### 三、查看是否解析成功

- 1、使用 Ping 看是否与域名解析一致

我们使用快捷键, win+r , 调出运行, 输入” CDM”, 弹出指令界面, 然后输入 ping www.lishaowei.cn 回车; 根据返回的值是否与你解析 IP 一致, 说明解析成功, 但如果使用 CDN, 建议查看该站的解析说明。

- 2、使用第三方网站查看。

打开 [www.ip138.com](http://www.ip138.com), 输入域名, 查看返回 IP 是否与你解析的一致。

注: 本教程展示的是 A 记录解析, 如果是需要使用 CDN 做别名解析, 请根据以上流程, 参照 CDN 供应商提供的设置方法即可。

## Google Search Console 移动端优质网址优化技巧

### Google 移动优先索引

2016 年 11 月 — 移动优先索引已发布, 并已在某些网站上进行测试。

2018 年 3 月 — 推出移动优先索引。

2018 年 12 月 — 现在, 超过 50% 的已抓取网站都采用了移动优先索引技术。

2019 年 7 月 — 新网站默认采用移动优先索引。

2020 年 3 月 — 现在, 超过 70% 的已抓取网站都采用了移动优先索引。他们还宣布, 到 2020 年 9 月, 将在 100% 的网站上使用移动优先索引。

2020 年 5 月 — 我们将推出一项新的衡量因素, 将核心网页指标与现有的网页体验衡量因素结合在一起。排名规则变更在明年之前不会生效, 并且我们会在推出这些变更前至少提前 6 个月发出通知。我们现在提供相关工具是为了帮助您轻松上手(另一个原因是, 网站所有者一直都要求尽可能提前了解排名规则方面的变更), 但您无需立即采取措施。

2020 年 7 月 — 冠状病毒将 100% 移动优先索引推迟到 2021 年 3 月。

2020 年 11 月 — 从 2021 年 5 月起, 网页体验将成为一项排名因素。此外, 另一项变化也将于 2021 年 5 月生效, 即非 AMP 内容将能够通过移动设备在焦点新闻功能中显示。我们还发布了一些新工具, 旨在帮助发布商改善网页体验。

2021 年 3 月 — 暂定推出 100% 移动优先索引。

2021 年 4 月 — 我们将从 2021 年 6 月中旬开始将网页体验纳入排名系统中。我们还宣布了有关更新涉及因素的详细信息、Search Console 中新推出的网页体验报告, 以及针对 Google 搜索中显示的所有内容提供 Signed Exchange 支持。

2021 年 6 月 — 网页体验更新现已逐步推出(焦点新闻将于 2021 年 6 月 17 日起开始使用此新衡量因素), 并于 2021 年 8 月底之前完全推出。

2021 年 8 月 — 我们对网页体验报告做了几项改进, 包括从该报告中移除了多余的安全浏览和广告体验微件。我们还说明了“安全浏览”功能不属于排名衡量因素。安全浏览系统将继续发挥重要作用, 确保 Google 搜索用户的安全性得到保障, 并且所有标记会继续在 Search Console 中的网页体验报告之外显示。

根据我们在 2020 年 3 月从谷歌获得的最新信息, 已有 70% 的网站已切换到移动优先索引。

### 支持移动端的优势

1. 可以加速节省时间, 提升用户友好性
2. 对设备的匹配性更佳, 每个设备都能得到正确的设计, 总的开发成本下降
3. 兼容性更佳, 减少了未来不可见风险
4. 更利于 Google 对网页内容的抓取

### 如何优化移动端

#### Google 搜索结果中的网页体验

网页体验是一组因素和指标, 用于衡量用户对于网页互动的体验(不考虑网页本身的信息价值)。它包含核心网页指标, 这是一组衡量真实用户体验的指标, 包括网页的加载性能、互动性和视觉稳定性。它还包含现有的搜索衡量因素: 移动设备适合性、HTTPS 和干扰性插页式广告指南。

#### 网页体验会如何影响排名

如果网页加载时间从 1 秒增加到 3 秒, 跳出率就会提高 32%

如果网页加载时间从 1 秒增加到 6 秒, 跳出率就会上升 106%



### 网页体验衡量因素

良好的用户体验，侧重于加载速度、互动性和视觉稳定性方面的性能：

#### 适合移动设备

网页适合移动设备。通过移动设备适合性测试检查您的网页是否适合移动设备。

### HTTPS

网页采用 HTTPS 协议。检查您的网站连接是否安全。如果网页没有采用 HTTPS 协议，请了解如何使用 HTTPS 确保网站安全。

#### 无干扰性插页式广告

用户可以轻松访问网页上的内容。了解插页式广告如何导致内容不易访问。

### 核心网页指标

**Largest Contentful Paint (LCP):** 衡量加载性能。为了提供良好的用户体验，请尽力在网页开始加载的 2.5 秒内完成 LCP。

**First Input Delay (FID):** 衡量互动性。为了提供良好的用户体验，请尽力将 FID 控制在 100 毫秒以内。

**Cumulative Layout Shift (CLS):** 衡量视觉稳定性。为了提供良好的用户体验，请尽力使 CLS 得分低于 0.1。

### 如何优化网页体验

核心网页指标：LCP(2.5 秒内)、FID(100 毫秒)、CLS (低于 0.1)，可以通过 PageSpeed Insights 建议优化

LCD 优化：（影响 LCD 的主要几点）

#### 服务器响应速度慢

解决方法：升级服务器配置；使用 CDN 使用服务器缓存

#### 建立第三方连接

对第三方源的服务器请求也会影响 LCP，尤其是当需要它们在页面上显示关键内容时。使用 rel="preconnect" 或 rel="dns-prefetch" 通知你的页面打算建立尽快连接的浏览器

渲染阻塞 JavaScript 和 CSS，使用 rel="preload" 延迟；

#### 减少 CSS 阻塞时间

解决方法：删掉没有使用的 CSS，减少 CSS 体积，延迟加载 CSS。

#### 减少 JavaScript 阻塞时间

解决方法：删掉没有使用的 JS，减少 JS 体积，延迟加载 JS。

通过移动设备适合性测试检查您的网页是否适合移动设备

网页采用 HTTPS 协议。检查您的网站连接是否安全。

用户可以轻松访问网页上的内容。了解插页式广告如何导致内容不易访问

### Google 算法更新：针对付费外链与垃圾链接打击

Link Spam Update 更新的特点：更有效的识别出垃圾外链、更广泛的消除垃圾外链的影响

### 垃圾链接

Affiliate links，即参与联盟营销获得的链接，类似国内通过淘客推广获得的链接。

Sponsored and guest posts，即赞助和访客的文章链接

### Affiliate links 联盟链接：

#### 操作

低质量的赞助商和嘉宾帖子的活动主要是为了获得链接，建议增加上 rel= "sponsored" 和 rel=" nofollow"

#### 针对方案

- 1、针对网站有以上 2 个问题的，按建议修改。
- 2、谷歌称：专注制作高质量内容与改善用户体验，使用适当的链接提高网站知名度。

## google 谷歌 seo 技术 9 种 SEO “读心术” 帮你了解人们在搜索什么

### 1. Google Trends

不同国家和地区的热门新闻以及搜索信息  
特定的关键词历史搜索数据并对未来趋势做预判

### 2. Google Autocomplete

搜索的自动填充功能  
类似于百度下拉

### 3. People Also Ask

仔细分析问题下的答案页面，研究他的内容套路，然后以这个问题为标题，创作一篇更好的内容，争取替代它的位置

### 4. Searches Related To

衍生词  
类似于百度首页下面

### 5. Google News

谷歌新闻从世界各地的新闻站点获取标题，当热门新闻事件发生时，搜索量陡增，抓热点也是快速获得流量的方式之一

### 6. Google Search Console

查询数分析功能  
找到人们通过搜索哪些关键词访问你的网站，而那些还没添加到内容里的关键词要重点优化

### 7. YouTube

当下的流行内容  
与这些趋势相关

### 8. Buzzsumo

Buzzsumo 是做英文内容不可或缺的工具之一，不仅可以查找当下社交媒体流行的内容，还可以跟踪分析竞争对手发布的内容，功能强大

### 9. Answer the Public

问题覆盖全面，UI 设计很有特色，免费，还能直接导出数据方便分析筛选。主要数据来自 Google 和 Bing，可靠，推荐大家好好利用

#### 工具

SEMrush, Ahrefs, Facebook, Twitter, Instagram's Explore, Snapchat Discover, Pinterest, Reddit, Digg, Hacker News, Product Hunt, Quora, Medium, Wikipedia

## Google 实用内容算法更新

独立站去除了无用的内容，需要多长时间才能有较好表现？

此次算法更新击中的独立站可能会发现消极影响将持续应用于网站。Google 的分类机制会持续运行，以便监控新发布的网页和现有网页。直至系统认为网站在较长一段时间内未再次出现无用内容，则不再对其应用无用内容分类机制，预估基本会持续几个月或以上的影响。

被实用内容算法更新击中，会受到人工处置处罚吗？

谷歌实用内容系统的分类流程完全使用机器学习模型进行自动化处理，而非采用人工处置措施或针对网络垃圾的手动操作机制。通过分类器检测到含有较多无用内容的独立站，录入谷歌自动化排名系统，从而对你的独立站排名产生影响，而非人工手动处罚。

独立站如何应对？

①首先去除独立站中的无用内容，争取实用算法系统可以更快地识别到的你的独立站已将无用内容删除。

②自行评估目前内容存在的问题，对内容进行优化改进，转变成“有用的内容”，包括但不限于增加产品使用的图文或是视频教程、产品介绍增加同系列不同型号产品的参数对比、产品成分图表、非原创的行业信息报告中插入原创观点、研究分析文章中加入可视化图表分析等等。

③创建实用、可靠、以用户为中心的内容。从专业性、权威性和可信度三个角度出发创建内容，而不是用无意义地文字填充字数

## Google Spam 算法更新

更新内容：提高了检测垃圾链接的覆盖范围，除了检测垃圾外链外，现在还可以检测购买链接的站点和用于传递传出链接的站点。

目的：利用 SpamBrain 的强大功能来抵消非自然链接对搜索结果的影响，并大规模消除这些人为操纵搜索排名而获得的垃圾链接。

本次被命中的独立站数量较多，特别是短时间内购买了大量低质量链接的独立站基本都受到影响。

## Google 优化推广

域名因素

域名 2 年

老域名建站做排名占有非常大的优势

语言选择

104 种语言

内容长度

google 排名前三的站点，比排名第 30 的站点的内容要长了 45%。建议的是：网站页面建设尽量“饱满”文章内容方面也建议 600+的单词，甚至有条件的的话：1000+单词的内容页是更为理想的。

HTTPS 使用

高查询量的关键词，80%的网站已经使用了 HTTPS

CDN 加速

CDN 加速可以让不同区域的访客，以最近的节点迅速的访问网站

移动建设

使用符合 AMP 规范的移动端建设(等于百度的 MIP)

谷歌极为重视页面的“速度”，可以理解为 AMP 就是移动网页加速器

用户体验

谷歌比百度更重视用户，甚至做排名不需要这个页面的 TITLE 一定存在对应的关键词，它重视的是这个页面是否是用户所需求的页面？

如何评判一个网站用户体验的高低？用户停留的时长如何？是否会高于同类型的站点，用户的点击数量有多少？可以提供多少用户所需求的信息

hits 算法实战应用

hub

枢纽页面

建站年龄

关键词

内容

Authority

权威

合作伙伴 同行最牛的站

友情链接

优化排名

IIS URL Rewrite 模块（URL 重写）

如果 IIS 上默认有安装 Web 平台安装程序，我们可以使用平台自动安装 URL Rewrite 重写工具，打开 IIS(Internet 信息服务管理器)，在管理器主页中找到管理项，打开 Web 平台安装程序。

概述

IIS URL Rewrite 2.1 使 Web 管理员能够创建强大的规则来实现用户更容易记住和搜索引擎更容易找到的 URL。通过使用规则模板、重写映射、.NET 提供程序和其他集成到 IIS 管理器中的功能，Web 管理员可以轻松设置规则来定义基于 HTTP 标头、HTTP 响应或请求标头、IIS 服务器变量甚至复杂的 URL 重写行为程序化规则。此外，Web 管理员可以根据重写规则中表达的逻辑执行重定向、发送自定义响应或停止 HTTP 请求

定义强大的规则，将复杂的 URL 转换为简单一致的 Web 地址

URL 重写允许 Web 管理员使用以 .NET 编写的重写提供程序、正则表达式模式匹配和通配符映射轻松构建强大的规则，以检查 URL 和其他 HTTP 标头和 IIS 服务器变量中的信息。可以编写规则来生成用户更容易记住、搜索引擎索引更简单的 URL，并允许 URL 遵循一致和规范的主机名格式。URL 重写进一步简化了规则创建过程，支持内容重写、规则

模板、重写映射、规则验证和现有 `mod_rewrite` 规则的导入。

替换 Web 应用程序 URL 以生成用户和搜索引擎友好的结果

URL 重写允许 Web 管理员轻松地将响应 HTML 中由 Web 应用程序生成的 URL 替换为对用户更友好且对搜索引擎更友好的等效项。可以在反向代理后面的 Web 应用程序生成的 HTML 标记中修改链接。URL Rewrite 使用适用于 HTTP 请求和响应标头以及 IIS 服务器变量的出站重写规则使出站响应内容和标头重写变得更容易。

特征

- 基于规则的 URL 重写引擎
- 基于规则的响应重写引擎
- 支持自定义 .NET 重写提供程序
- 正则表达式模式匹配
- 通配符模式匹配
- 全局和分布式重写规则
- 在特定 HTML 标签的内容内重写
- 出站规则的前提条件
- 访问服务器变量和 HTTP 标头
- 重写服务器变量和 HTTP 请求头
- 重写 HTTP 响应头
- 允许服务器变量列表
- HtmlEncode 函数
- 内置规则模板
- 反向代理规则模板
- 搜索引擎优化的规则模板
- 各种规则操作，包括重定向和请求中止
- 跨规则条件跟踪捕获组
- 记录重写的 URL
- 更新了 IIS 管理器中的用户界面
- 用于管理重写规则和重写映射的集成用户界面
- 用于导入 Apache `mod_rewrite` 规则的集成用户界面
- 用于测试正则表达式和通配符模式的集成用户界面
- 支持 IIS 内核模式和用户模式输出缓存
- 小写转换函数
- 重写映射以在重写期间生成替换 URL
- 失败的请求跟踪支持

与可改进管理、性能和故障排除的现有 IIS 功能无缝集成

URL 重写与 IIS 管理器紧密集成，以实现更好的管理。此外，URL Rewrite 支持用户模式和内核模式缓存以提高性能。URL 重写还支持失败请求跟踪，以增强应用程序逻辑执行的故障排除。

K 站

K 站步骤：1. 拥有大量的百度账号。2. 手机矩阵，可以是虚拟手机或实体手机进行举报，达到一定阈值后 AI 机器人自动处理

## 黑帽 seo 收徒 K 站方法

### 白帽

让竞争对手站优化过度或者是严重违反搜索引擎算法规则

### 黑帽

不稳定的流量进入（恶意刷流量在一定程度上不能成为 K 站的目的，但是不稳定的刷取流量还是有一定效果的）

短时间内大量外链增加和增加的外链剧减（一般是用外链宣传工具刷的恶意外链）

服务器不稳定

网站打开速度过慢（可能由于 DDOS 攻击，或者是带宽被占用）

非法外链（黑链，这种链接多以 iframe 和 display: none 实现，搜索引擎直接默认是作弊）

网站被举报（百度搜索引擎有举报功能，这个可以被用来打击竞争对手，刷一定量的举报，可以在某种程度上进行网站降权）

入侵网站挂非法内容（可以很快降权）

在被降权网站中刷链接（借用连带惩罚）

大量刷取百度指数（不稳定刷取，会让竞争对手网站出现回光返照，降权的前奏）

给竞争对手挂闪链接（批量挂上去一堆外链，最后再快速去掉）

## keep 上十万粉丝，变现方式有哪些

建立 IP，做社群变现，健身打卡团

卖器械

找健身器械商家 OEM，做个小品牌出来

卖课程

卖培训

卖私教

卖营养品

## 黑帽 seo 收徒 Nofollow 标签是什么意思？nofollow 使用方法？

Nofollow 是一个用于指示某些搜索引擎的超链接不应影响搜索引擎的索引中的链接目标的排名的 HTML 属性值。目的是尽量减少垃圾链接对搜索引擎的影响

nofollow 标签适用于哪些地方

1、可以在网站交互功能时候的所有链接都标记号 nofollow。

这些链接不是作为网站管理员的你愿意添加的。根据 pr 理论，我们假设每个页面的 pr 是一定的，当你的导出链接越多，你本页的 pr 等级被稀释的也就多。但加上 nofollow 后，百度，Google 会忽略掉这个链接的影响。譬如博客，论坛上的留言

2、在广告链接上加 nofollow

网站上的广告，是因为对方给了我们钱，我们才加上去的，目的也只是让我们网

站的浏览人群能看到广告, 进去对方网站, 但链接的 pr 传递并不是管理员的我们愿意看到的。在没有理解 nofollow 之前, star 的做法是把广告链接写在 js 里, 或者 iframe 处理, 现在看来挺傻, 使网站复杂, 代码复杂, 完全背离 seo 的原理, 最简单的做法就是在链接上加上 nofollow 标签。

### 3、控制自己网站的 pr 传递

这个是大家最容易忽略掉的一点。同一个网站的每一个页面的 pr 都是不一样的。譬如, 我们的很多关键词都在首页优化, 但首页上的链接往往许多, 也许有一些类似“法律声明, 版权申明”类的页面, 对整个网站的内容没有任何建设性作用。

这样的页面我们可以加上 nofollow 标签, 整个网站的 pr 将不会传递到这种无用的页面上。

## ocpc 的出价方式该如何选择

### 出价方式

1、Ocpa 目标转化成本出价: 适合大预算账户, 每天转化量较多, 帮助我们达到拓星效果。

2、Ocpa 正常门槛: 连续 3 天以上, 每天 10 以上转化, 适合预算较多, 每天转化量稳定的账户。

3、Ocpa 数据累计转化出价: 连续 3 天以上, 每天 10 以上转化, 适合账户结构合理, 数据积累阶段效果比较满意且成本较低。

4、Ocpa0 门槛: 适合急需进二阶和预算较大的账户。

5、Ecpc: 专业点叫做“点击系数控制”, 适合中小预算账户, 每天转化量不多, 帮助我们规避精准陷阱。

### ocpc 的出价方式该如何选择

#### 01. 目标出价

适合: 预算较多, 转化量足够

建议: 如果想跑 OCPA 不知道选择 OCPA 还是 ECPC 点击系数, 要看你的账户预算是否充足, 如果你的账户预算很多, 包括转化量也足够, 那么首选投放目标转化出价。

#### 02. 数据累计出价

适合: 之前 CPC 跑的比较久, 效果好, 成本比较合适

建议: 当我们账户第一阶段跑的特别好, 成本很低, 转化量很好, 转化统计数据也很准确的时候, 就可以选择按照数据积累来进行出价。

#### 03. 0 门槛

适合急需进二阶, 账户预算充足的账户, 小预算账户, 除非 cpc 实在没量, 否则不建议用 0 门槛。

#### 04. ECPC

适合: 预算少, 想要控制均价, 想提升转化率的账户, 可以理解为半托管。

建议: 之前很多学员来问能不能跑 ECPC, 小预算账户一般是劝退的。但是前段时间跟百度 OCPA 产品经理沟通了, 说其现在在百度做了很多优化, 对小预算账户其实很友好的, 可以尝试。

## PayPal 收款方案

### 分支主题 1

1.大陆 PayPal 个人账号是可以作为商家收款,不需要企业资质。提现的时候,只可以提现到该户主大陆银行卡,受 5 万美金的外汇限制。注意不能提现到其他非本人银行卡。美金提现到银行卡,如果金额有 1 万美金左右,就需要申报,具体也看银行,这个不是非常一定的,第一次需要到你银行卡发卡当地网点申报,告诉工作人员你这个钱是怎么来的,最好给他看一下你 PayPal 的流水和记录,带上电脑。

后续可以在手机银行进行申报。申报完成后,即可结汇,把美金变成人民币。这里美金是从新加坡 PayPa 汇过来的。完成这些操作,最好先咨询 PayPal 客服和银行客服。

2.当用大陆 PayPal 个人账号作为商家收款,用户支付的时候,可以登录 PayPal 支付,也可以不登录 PayPal 支付,直接采用信用卡支付。这里需要工程师在技术端实现一下。但是 PayPal 的信用卡支付成功率和用户体验,并不是最好的。如果是全球市场,用户支付的时候,对于主流语种和地区,PayPal 是会自动显示当地语言,采用当地货币支付。

3.大陆 PayPa 账号,对于虚拟产品没有卖家保障。但是香港 PayPal 或者美国 PayPa 对于虚拟产品商家是有保障的。

比如你是卖软件的,那么用户如果投诉说盗刷,未收到货,那么你很很可能不能赢得 PayPal 争议。如果失败了,你和 PayPal 客服打电话,他说一句没有卖家保障,然后就不用你说什么后话了。

对于实体产品商家,如果你发货了,对方说没收到货,如果 PayPal 通过你提供的一些信息发现卖家确实发货了,但是对方确实没有收到货,那么 PayPal 会赔偿买卖双方。对于虚拟产品商家,则需要具体问题具体分析。如果你发货了,比如发了注册码给对方邮箱,那么 PayPal 会审核,如果确实发货了,是会赔偿,或者判定卖家赢得争议。

4.大陆 PayPal 账号之前不能互相转账。同样,也不能大陆 PayPa 账号购买大陆 PayPal 商家的产品,支付不了

5.大陆 PayPa 账号里面的美金可以提现到香港银行卡。到卡后会强制变成港币,如果想转到国内,则需要再一次结汇,这里会有两次汇率损失。但是可以避开 5 万美金的限制,因为你可以把香港银行卡里面的钱转到其他朋友卡上,然后转进来。稀缺资源

6.刚刚说到香港 PayPal 对于虚拟产品商家是有保障的,那申请香港 PayPal 需要有港澳通行证或者护照,香港银行卡,手机号。对于手机好,听朋友说可以淘宝上买一个,或者借用一下香港朋友的收一下验证码,这里暂时没有操作,待核实。暂时还不需要实名认证,后续可能需要可能不需要。我打算去申请香港 PayPal 但是据 PayPal 客服说,香港 PayPal 有更多的 limitation,可能中途需要提供各种信息资料。这个暂时没经历。

7.做海外市场,大家除了 PayPa 支付,其实更多可能都是用信用卡支付。对于个人而言,经多方调查和咨询朋友,Stripe 最合适,支付成功率高,体验流程,支持个人卖家,对全球多个国家和语种货币都支持。具体数目可以去官网看。注册 stripe 香港账号,提供一下手机号,香港银行卡,护照信息就行。stripe 没有集成 PayPal 在内,所以如果你网站提供支付方式,需要有两个购买按钮,一个是 PayPal,另一个是信用卡支付。

如果是企业,其实有其他支付方式集成了信用卡+PayPal,这样只需要一个购买按钮即可。用户在 checkout 页面去选他想要的支付方式。目前打算采用 stripe 收款,程序员正在对接接口等,后续里面还不知道有哪些坑,希望有大神能补充。

8.对于海外市场虚拟产品,目前自动续费是主流。这也是很大一笔收入来源,因为肯定有一些用户忘了取消续费。如果用 PayPal 收款,对于登录了 PayPal 账号支付的用户,



可以实现续费。但是如果用户没有登录 PayPal，采用 PayPal 集成的信用卡方式支付，则不能实现续费。stripe 是可以支持续费功能的。

9.很多做 affiliate marketing 的采用 P 卡收款，这个没啥好说的，大家都知道。

10.如果 PayPal 月收款超过 2 万，是可以申请手续费优惠的。

11.对于 5 万美金的外汇限制，可以通过直系亲属拓展一下。提供一下亲子关系证明，对方身份证，银行卡。可以把美金转到对方银行卡账户，然后结汇。这个不同银行操作细节略有不同，可以问银行客服。具体还没操作过。

PBN 是什么

是什么

PBN 是英文 Private Blog Network 的缩写，中文意思大致是“秘密博客网络”，也就是用 WordPress 之类的开源博客系统搭建多个网站，形成一个网络 而且号称是秘密的，或者说是搜索引擎检测不出来的网络，然后用这个网络给目标网站建立外链

特点

都是用博客系统搭建的，做成博客的形式，所以名字有 blog 这个词。

必须保持秘密状态，也就是搜索引擎不能检测出网络里这些网站的关系，所以名字第一个词是 private。

不能留下网络内网站有关联的蛛丝马迹，所以 PBN 内的所有网站是不能互相链接的，任何两个网站之间都不能链接。这样，所有网站都是看似无关的，给出的链接就变成了自然外链

网络里每个博客都有基本的权重。

PBN 网络是怎样做到秘密的

从链接上检测不到相互之间的联系

使用不同域名注册商

使用不同域名所有人信息

使用不同主机服务商

域名注册日期随机分散

使用不同流量分析账号

使用不同 Google Search Console 账号

使用不同电脑和 ISP 登录 GA 和 GSC 账号

网络内行业主题适当分散

各个网站内容不同

网站使用不同模版

PBN 来建设外链

1、如果是给自己网站做 SEO，就不建议自建 PBN 了。

网站数量至少数百，不计时间、人员、管理成本，仅域名注册、服务器

2、如果是为了卖 PBN 链接，可以考虑，甚至是个不错的生意，未来数年还是会有客户的

优点是一旦建成 PBN，分摊下来的成本大大降低，收入可持续，直到被发现。缺点也很明显，时刻得准备着被检测出来，失去所有客户。所以靠 PBN 做客户生意，需要很多技巧，隐藏自己，降低风险。

3、如果是给自己网站做 SEO，从第三方那里买 PBN 链接，个人网站可行。

4、如果是公司网站，尤其是有一定品牌知名度、因此不能换域名的网站，要非常非常慎重。

PHP 获取指定 URL 页面中的所有链接

```
$html = file_get_contents('http://www.example.com');

$dom = new DOMDocument();
@$dom->loadHTML($html);

$xpath = new DOMXPath($dom);
$hrefs = $xpath->evaluate('/html/body//a');

for ($i = 0; $i < $hrefs->length; $i++) {
    $href = $hrefs->item($i);
    $url = $href->getAttribute('href');
    echo $url.'<br />';
}

// 获取到所有 a 标签的 href 属性，但是 href 属性值不一定是链接，我们可以在做个过滤，只保留 http 开头的链接地址
// 获取链接的 HTML 代码
$html = file_get_contents('http://www.example.com');
$dom = new DOMDocument();
@$dom->loadHTML($html);

$xpath = new DOMXPath($dom);
$hrefs = $xpath->evaluate('/html/body//a');

for ($i = 0; $i < $hrefs->length; $i++) {
    $href = $hrefs->item($i);
    $url = $href->getAttribute('href');

    // 保留以 http 开头的链接
    if(substr($url, 0, 4) == 'http')
        echo $url.'<br />';
}
```

PHP 判断用户 UA 给搜索引擎和用户展示不同页面

```
<?php
$http = false;
$http1 = $_SERVER['HTTP_USER_AGENT'];
if(strpos($http1, 'Googlebot') !== false){
    $http = true;
} else if(strpos($http1, 'Baiduspider') > 0){
```

```
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'Yahoo! Slurp') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'msnbot') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'Sosospider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'YodaoBot') !== false || strpos($http1, 'OutfoxBot') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'Sogou web spider') !== false || strpos($http1, 'Sogou Orion spider') !==
false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'fast-webcrawler') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'Gaisbot') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'ia_archiver') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'altavista') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'lycos_spider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'Inktomi slurp') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'googlebot-mobile') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, '360Spider ') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'haosouspider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'Sogou News Spider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'YoudaoBot') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'bingbot') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'YisouSpider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'ia_archiver') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'EasouSpider') !== false){
$http = true;
} else if(strpos($http1, 'JikeSpider') !== false){
$http = true;
```

```
} else if(strpos($http1, 'Sogou blog') !== false){
$http = true;
}
if($http == false){
header("Location: http://www.qq1648567300.com/");
exit();
}
?>
```

php 文本 UTF-8 编码转换-php 自动扫描文件夹下的所有文本进行批量文字转 htmlUTF-8 编码  
分支主题 1

```
<?php
$path=$_GET['path'];// 扫描的目录路径
define("ROOT",str_replace("\\','",__DIR__).$path);
$arr=[];
foreach(glob(ROOT.'/*.txt') as $name)
{
$name_s[] = basename($name);
}
foreach ($name_s as $k){
    zhuanhuan($k);
    echo ROOT.'/'.$k.'转换编码成功';
    echo '<br>';
}
exit;
//转码函数
function zhuanhuan($txt){
$name_file = file(ROOT.'/'.$txt);
foreach ($name_file as $k=>$v){
    $arr[$k]=strtoascii($v);
}
file_put_contents(ROOT.'/'.$txt,$arr);
}
```

```
function strtoascii($string, $hex = true, $encoding = 'UTF-8') {

    return preg_replace_callback('/[\\x{80}-\\x{10FFFF}]/u', function ($match) use ($hex) {

        return sprintf($hex ? '%x' : '%d', mb_ord($match[0]));

    }, $string);
}
```

```
}  
function mb_ord($char, $encoding = 'UTF-8') {  
  
    if ($encoding === 'UCS-4BE') {  
  
        list($ord) = (strlen($char) === 4) ? @unpack('N', $char) : @unpack('n', $char);  
  
        return $ord;  
  
    } else {  
  
        return mb_ord(mb_convert_encoding($char, 'UCS-4BE', $encoding), 'UCS-4BE');  
  
    }  
  
}
```

复制代码保存到根目录命名 zhuanma.php 访问你的域名/zhuanma.php? path=你需要扫描根目录下的文件夹名 。

比如：

1.http://www.xxx.com/zhuanma.php?path=/juzi/ 代表的是根目录下的 juzi 文件夹下的所有 txt 都进行自动转码

2. http://www.xxx.com/zhuanma.php?path=/q1648567300/juzi/ 代表的是根目录下的 q1648567300 文件夹下的 juzi 文件夹下的所有 txt 都进行自动转码

php 文本加干扰字符

```
<?php  
$path=$_GET['path'];// 扫描的目录路径  
define("ROOT",str_replace("\\','/_",__DIR__).$path);  
$arr=[];  
foreach(glob(ROOT.'/*.txt') as $name)  
{  
$name_s[] = basename($name);  
}  
foreach ($name_s as $k){  
    zhuanhuan($k);  
    echo ROOT.'/'.$k.'干扰成功';  
    echo '<hr>';  
}
```

```
}
exit;
//转码函数
function zhuanhuan($txt){
$name_file = file(ROOT.'/'.$txt);
foreach ($name_file as $k=>$v){
    $arr[$k]=geshi($v);
}
file_put_contents(ROOT.'/'.$txt,$arr);

}
function getKey2($digits)
{
    $char_array = array("","_x0007_","","");
    $ccar = count($char_array)-1;
    $output="";
    for($i=0;$i<$digits;$i++)
    {
        $output.=$char_array[mt_rand(0,$ccar)];
    }
    return $output;
}

function geshi($str){
    $charset = 'utf-8';
    $len = mb_strlen($str,$charset);
    $start = '0';
    $out = "";
    $rad1 = mt_rand(4,12);
    $pdsy = $len - $rad1;
    while($pdsy>0){
        $out .= mb_substr($str,$start,$rad1,$charset).$this->getKey2(mt_rand(2,6));
        $start = $start + $rad1;
        $len = $len - $rad1;
        $pdsy = $len - $rad1;
        $rad1 = mt_rand(4,12);
    }
    $out .= mb_substr($str,$start,$rad1,$charset);
    return $out;
}

调用方式 www.xxx.com/命名的 php?path=你的文件夹
```

## QQ 频道怎么引流 1500 人私域？核心在找对“词”

找到一个有流量的频道作为对标，  
选择的词频道不能太过热门，确保搜索首页马上显示  
同城

招聘，属于违规词，通过搜索招聘，什么也不能搜到，一个正常的词会违规，主要在于很多很多骗人招人干坏事。

### 创建频道的条件

- QQ 频道一个 QQ 可以创建 3 个频道
- 一个手机号可以申请 5 个 QQ
- 一个个人信息认证 2 个 QQ

自己申请 10 个 QQ 就可以做测试频道词了，自己的 10 个小号，全部进自己所创建的频道。

新号基本都可以开通 QQ 频道，新注册账号是默认开通 QQ 拼道的。

### 大学

专科大学频道数量不多，很容易依托大学名字吃学生搜索流量，引流私域做学生需求业务。

新生流量，考研，家教，专门本，已经有比较成熟的变现方式。

具体变现方式，可以加需要做业务的频道，观察频道主如何变现，还有就是生财找关于大学生变现

的案例做模仿，先模仿成功的商业模式，他们的模式是经过市场的检验，有的学校频道少，就可以

提前布局下，引流搜索流量这一块。

本项目操作流程比较简单，不用写文章，做视频，拍图片，唯一的缺点，在于自己能不能坚持选

词，刚开始自己选择的词长期没有人员进频道，是否每天都在创建新频道做测试。

## SEM 竞价推广账户调整优化思路

### 第一、统计前一天账户效果报表

报表包括展现量、点击量、点击率、平均点击价格等，整个账户的咨询量，咨询成本。做这个报表的目的与前一天（之前的任何一天）的报表进行对比分析，找出存在的问题，看展现点击各方面有没有比较明显的增长或降低，给自己一个比较明确的账户整体推广效果。关注账户（项目计划）下线时间，每天账户的预算要控制好，防止提前下线带来不必要的损失

### 第二、统计前一天账户推广计划报表

负责不同项目（科室）可以根据自己管理的计划进行统计。推广计划报表包括以下数据：各计划的展现量、点击、点击率、平均点击价格、咨询、咨询成本

计划报表可以很明确的看出推广计划的推广效果，每个计划对话量有多少（结合商务通数据），计划消费了多少钱，咨询成本是否在自己的控制范围内，每日报表做对比分析，消费，展现点击等一目了然

可以针对新增的临时推广活动有一个参考分析

各计划对整个账户是有密切关系的, 各个计划的变化导致整个 账户的展现点击咨询的增加或降低, 进而推论到整体账户的推广效果

### 第三、统计前一天关键词报表

从百度后台导出关键词统计报表, 搜索词统计报表, 结合商务通对话数据, 得出每个关键词的展现点击情况以及每个关键词的转化情况。关键词报表可以包括以下几个方面: 展现量、点击量、点击率、每个关键词对应对话量、预约量、对话成本等

#### 1、高展现 高点击 无咨询

说明创意排名方面应该是没什么问题, 问题在于用户点击之后的遇到了什么状况。一种情况就是点击了, 没有访问。关键词所链接的着陆页打不开或打开速度慢, 关键词链接错误, 搜户在搜索过程中的误点, 竞争对手的恶性点击这些都是导致有点点击没有咨询的方面。如果是进入到着陆页面看了一段时间而没有咨询, 那说明搜户没有找到他(她)想要的东西或者没有很好的内容引导咨询, 这就是网页的用户体验度不好。解决网站结构内容等方面还是没有带来有效咨询的话, 可以降低价格, 降低排名(更改匹配模式)或暂停(删除)关键词。

#### 2、高展现 低点击 无咨询

关键词是流量词, 致使高展现。另一种是情况展现量足够的情况下, 点击低, 很大可能就是排名问题。提高关键词质量度 提高价格; 提高创意的吸引力, 引导性; 关键词跟踪不及时, 导致排位不稳定。匹配模式过于广泛, 匹配不相关的广告。提高关键词质量度, 提高排名, 提高有效咨询(网站因素暂不考虑, 可作另行分析)

#### 3、低展现 低点击 无咨询

关键词检索量相对较低, 热度不大, 导致展现过低, 最终导致点击率也会相对低。针对这种问题, 可以暂停或者删除关键词, 拓展一批新关键词, 从而提高展现点击, 提高咨询。

#### 4、实时监控账户消费前 50 重点关键词

重点关键词排名情况的检查根据不同行业, 消费的重点关键词数量可以多或少, 20%的关键词消费整个账户的 80%的费用, 同时这 20%关键词带来 80%的转化, 这就是竞价推广的二八定律。时刻关注这些重点词的展现点击转化情况, 关键词的质量度, 排名的稳定性等。

#### 5、品牌词的保护

竞争对手竞价品牌词是再正常不过的, 所以每天抽出一小部分时间进行品牌词的维护, 一经发现竞争对手做自己的品牌词, 可以和竞争对手沟通解决或直接向百度公司投诉, 要求有关品牌关键词下线, 如果对手还是不肯罢休, 那只能以其人之道还治其人之身。

#### 6、根据统计工具进行无效搜索词的否定

导出搜索词报告否词。不同的匹配模式会带来不同的搜索词, 尤其是广泛匹配模式的关键词, 针对的是广泛受众群体, 带来的是比较泛的流量, 点击访问的针对性不足, 转化率不如精确匹配和短语匹配。所以无效的搜索词必然会比较, 尤其是出现较多的无效词, 我们可以否定。

#### 7、挖掘拓展新词

搜索词报告与有效咨询词相结合, 找出转化好的关键词, 百度下拉单, 百度指数等从中挖掘出一些符合搜户习惯的词。这个根据实际情况不同行业具体问题具体分析, 看数据量的大小, 医疗行业可以 1-2 星期做一次拓展, 其他竞争没有那么激烈的可以半个月或一个月做一次!

#### 8、分时段关注账户的消费情况



每个项目的推广每天都有高峰期,实时关注账户的消费情况避免短时间过多消费或者不能消费。与之前同时段的数据作对比,找出消费过高(过低)的计划对应的单元关键词,检查匹配、排位等有没有问题。一个热门炒作的关键词出现可能会在短时间触及投放的关键词(或广告创意)带来大流量的冲击,消费过多。在管理账户过程中不小心的操作导致暂停或删除计划、单元及关键词导致消费不出去。关键词(高消费关键词)排位不稳定导致消费问题等

#### 9、关键词质量度优化

优化创意以最低的成本带来最高的投资回报率(ROI),关键词质量度好,出价就可以相对少点,质量度很大的决定因素就是创意的好坏,好的创意可以带来好的质量度。每天可以设定自己的一个目标,优化多少个计划或单元,首先重点优化消费高的重点词,后期一步步优化其他。

#### 10、分析关键词的周报表和月报表

分析账户计划关键词周(月)报表一段时间的推广最能表现出推广效果,周月报表是非常有必要做的,做完之后要用心去分析,为一周或一个月的时间里推广作一个总结,找出不足,保持推广效果好的方面。

### sem 竞价推广账户如何诊断分析

优化账户就是通过控制某个数据提升效果,这就要求竞价员必须掌握数据分析和账户诊断的能力

#### 倒推法

成单的上一个环节是:线索,通过查看营销流程表,可以发现如果线索量很多,但成单少,则可以判断为成单率低。

如果线索量很少,则再倒推线索量的上一个环节:对话。对话量很多,但是线索量少,就可以判断为:线索率低。

若对话基数少,则需要观察访客数据,访客量很多,但是对话很少,则可以判断为页面转化率低。

若是因为访客少,导致对话少,则需要继续倒退,访客量的上一个环节:点击。点击量很多,但是访客少,则判断为抵达率出现问题。

如果点击量很少,则需要再倒退上一个环节:展现量。展现量少就重点优化展现量,展现量多点击少,则需要重点优化点击率。

### Sem 怎么提升关键词质量度? 为什么关键词质量一直提不上去?

#### 什么是关键词质量度?

关键词质量度,是百度商家与客户的第三方体验系统综合给出的分值(5星10分制)。质量度决定了创意的排名和点击价格,它的推出是为了约束商户更好地去写创意。其他因素相同的情况下,质量度越高,排名越靠前,点击价格越低

#### 为什么关键词质量度一直提不上去?

- 1、创意点击率不高;
- 2、关键词与创意、落地页相关性不高;
- 3、账户综合表现不好;

## Sem 怎么提升关键词质量度?

### 提升创意吸引力

点击率是影响关键词质量度最主要的因素,正常情况下点击率越高,质量度就越好,点击率上去了,质量度自然也就跟着就上去了

### 提升点击率

- ①加闪投、加配图;
- ②移动端、PC 端分开去写,移动端写得可以适当短一些;
- ③创意撰写时,围绕着产品特点去写,找到用户最关心的内容,直戳用户

痛点。

### 提升关键词/创意/页面相关性

- ①关键词与创意的相关性: 关键词与创意一定要高度匹配。
- ②关键词与落地页的相关性: 创意要贴合落地页来描写,比如关键词带有“免费试学 20 天”,那么落地页上也要有相关的信息,要保证用户点击之后,能找到相应的内容

## SEM 专业术语解析

### SEM 专业术语之账户数据

展现量: 是指广告在一定时间、一定范围内的展现次数。反映广告对潜在客户的覆盖程度

点击量: 展现出来的广告被点击的数量

平均点击价格: 在一段时间内,广告主向点击广告访问付的钱

消费金额: 推广账户消耗的广告费用

### SEM 专业术语之页面数据

IP:指一天内多少个独立 IP 浏览页面,即统计不同的 IP 浏览用户的数量

UV:统计一天内访问某站点的用户数,访问网站的一台电脑客户端为一个访客

PV:一定周期内用户每打开或刷新一个页面就记录一次,多次打开或刷新会进行累计

访问时长:是指访客每次在网站访问停留的时间长短,从进入页面开始到离开网站结束

### SEM 专业术语之转化数据

对话/表单/加粉: 访客通过着陆页上的咨询工具与客服进行对话,或提交表单

有效对话/表单: 有价值,有相关性的对话,或者提交表单

线索量: 表单提交获得有效线索,或者在客服的引导下加微信、留电话

成本: 线索成本的高低,一定程度上影响到最后的投入产出比

### SEM 专业术语之计算方式

点击率:  $\text{点击量} \div \text{展现量} = \text{点击率}$

抵达率:  $\text{抵达量} \div \text{点击量} = \text{抵达率}$

咨询率:  $\text{咨询数} \div \text{抵达量} = \text{咨询率}$

有效咨询率:  $\text{有效咨询量} \div \text{咨询量} = \text{有效咨询率}$

线索率:  $\text{线索量} \div \text{咨询量} = \text{线索率}$

成交率(转化率):  $\text{成交量} \div \text{线索量} = \text{成交率(转化率)}$

## SEO+Dropshipping 的思路

### 思路

1. 有比较强的选品思路和有较好的产品的，可以走单品站点的模式。

优点：SEO 容易快速出效果

缺点：一旦选错品，难出订单而且要拓展也会受到局限

2. 不懂选品，但是对 SEO 比较有深层了解，有足够多的链接资源的，可以考虑不选品，直接就是做一个行业的 Niche 站点，有什么产品流量好做的就上什么，等流量做起来之后，以后哪里有爆品就直接上架就行。

优点：容错率低，可随时调整不同的品类来进行推广，SEO 可发挥的空间足够大；

缺点：SEO 出效果的周期会拉长，需要投入的资源也会更多

### 工具

1. processon - 规划品类，SEO 的架构
2. wordpress+elementor - 搭建电商网站
3. 主题直接用 themeforest 的模版（不推荐新手这样弄，会很卡，但是我是比较懒的自己设计了，所以直接买来用了）
4. 文章 - upwork 上找写手外包
5. 链接 - APL+Guest Post
6. SEO 插件 - Rankmath 或者 Yoast SEO
7. 图片来源 - 厂家图，自己拍摄以及 shutterstock
8. Logo 设计 - 自己团队设计
9. dropshipping 插件 - Dsers
10. 货源网站 - Aliexpress （CJ 货还是太少了点）
11. SEO 调研工具 - Ahrefs.com
12. 物流 - Aliexpress Standard 或者自发货用云途物流

## 大型网站优化课程

### 准备篇

- 1、大型网站优化思路介绍
- 2、老域名选择与网站备案（附老域名快速挖掘方案）
- 3、网站程序、域名、服务器配置与选择（附安装使用）
- 4、流量站行业帅选技巧（附 SEO 流量站点变现思维）

### 专业篇

- 1、词库系统设计（定词、挖词、筛词，组词）
- 2、SEO 网页质量评分与页面规范标准制定（共计 25 个细节纬度）
- 3、SEO 编辑培训（大型网站 27 个内容输出细节纬度）
- 4、内容增益的三个技巧（搜索引擎原创内容识别）
- 5、TAG 页面内容聚合技巧（组合策略+实战运用）
- 6、快速建立索引的横向坐标法则（网页建库）
- 7、内链系统架构与网页提权的奥秘（附三套内链架构实战方案）

### 算法篇

- 1、TF-IDF 算法高级运用（实战）
- 2、搜索引擎指纹算法高级运用（实战）
- 3、网页结构化数据高级运用（实战）

#### 工具篇

- 1、利用网站日志工具分析网页质量与蜘蛛轨迹
- 2、百度站长平台深度分析与运用
- 3、百度流量统计工具的数据分析技巧

#### 运营篇

- 1、关键词排名数据分析（附 EXCEL 数据分析模型表）
- 2、站内营销转化的金字塔模型（附实战运用方案）
- 3、网站转化率解决方案（附子将根据不同学员的站点进行针对性分析）

### SEO 干货提纯版

#### 1. 域名选择:

企业备案老域名，政府的更好，有没有收录无所谓。  
不能有灰色记录，不能被百度列为危险网站。（可以申诉）

#### 2. 主机选择

首选国内，首页 4-5 秒内打开。独立 IP。

#### 3. 程序

随意，模板必须简洁（既是为了打开速度，也是为了用户体验）

#### 4. 必须伪静态

#### 5. 不建议带隐藏回复可看

#### 6. 必须新窗口打开

#### 7. 关键词选热门大词中的冷门长尾，见效快，中后期可加大词。

#### 8. 外链随便发

9. 关键词百度一下，看看第一页同类型的网站都是什么类型的，做个参考，但不是唯一标准。

#### 10. 全网采集，不要逮着一个站撸。（照做就好了）

11. 做百度排名就多采集点 360 搜狗的（但不是全部，占采集的 70%就可以），反之亦然。

#### 12. 伪原创是神马？建议不要 24 小时更新。

#### 13. 全站稍微聚合，不要关键词堆砌。

#### 14. 广告屏蔽掉蜘蛛。PC 端不要带弹窗广告和菠菜广告。

#### 15. 自己在一些小的站长工具上做一下互点小快排，要坚持。

#### 16. 网站更新前 2 个星期不要用力过猛。放那里不怎么管他最好。

### SEO 高手的经验分享

做 SEO 不需要技术是扯淡，说全部靠技术的是混蛋

学习 SEO 不需要懂技术的人都是扯淡,最起码你也要能看得懂 HTML 代码。但是如果全部以一个技术的角度去思考 SEO 必定造成与搜索引擎对立,而 SEO 的初衷是让网站与搜索引擎和谐相处,如果你认为是敌对关系,SEO 是在钻搜索引擎的漏洞,那你必定失败。

基本概念不可少,基础知识最重要

域名是什么,怎么划分;什么是内外链、什么是锚文本、什么是蜘蛛,蜘蛛怎么抓取等

执行力决定你的一切,想到就要做到

1、坚定不移的执行

2、高压下继续执行

没有实践就没有发言权

任何思想一切都是理论,没有放到实践中去使用永远不能总结出属于自己的东西,靠死记硬背刻在脑子里面的东西,无论多么熟练都不可能达到活学活用

不会思想的站长=会吃饭的群发软件

站长=思考+链接+伪原创+吃饭

站长-思考=链接+伪原创

软件=链接+伪原创

代入等式: 站长-思考=软件+吃饭

## seo 工具大全

综合 SEO 工具 (解决收录)

百度站长平台

<http://zhazhang.baidu.com/>

360 搜索站长平台

<http://zhazhang.so.com/>

(新) 搜狗站长平台

<http://zhazhang.sogou.com/>

Bing 网站管理工具

<http://www.bing.com/toolbox/webmaster/>

lynx

<http://www.seoqx.com/lynx>

robots.txt 检测工具

<https://tools.aizhan.com/robots/>

解决排名的 SEO 工具

关键词挖掘

百度推广

<http://e.baidu.com/>

百度指数

<http://index.baidu.com/>

百度商情

<http://shangqing.baidu.com/>

好搜指数

<http://index.haosou.com/>

战神关键词工具

<http://www.zhanshensoft.com/>

google 趋势

<http://www.google.com/trends/>

词库

<http://www.ciku5.com/>

追词

<http://www.zhuici.com/>

内容建设

网络编辑超级工具箱

<http://baoku.360.cn/soft/show/appid/102022168/>

影响排名

HTML 检测工具

<https://tools.aizhan.com/pagestatus/>

友情链接检查工具

<https://linkche.aizhan.com/>

检测 nofollow 插件

<http://www.yuzcw.com/jc/117.html>

SEO 监控分析工具

SEO 流量监控工具

百度统计

<http://tongji.baidu.com/>

CNZZ 统计

<http://www.cnzz.com/>

51 拉

<http://www.51.la/>

Alexa

<http://www.alexa.com/>

爱站

<https://www.aizhan.com/>

站长之家工具

<http://seo.chinaz.com/>

百度指数

<http://index.baidu.com/>

好搜指数

<http://index.haosou.com/>

SEO 收录监控工具

斗牛 URL 收录批量查询工具

<http://www.douniu.la/>

114 链批量查询收录

<http://www.link114.cn/>

速度查

<http://www.suducha.com/>

奏鸣网

<http://www.zouming.cc/baidu/>

第一排

<http://www.diyipai.com.cn/>

百度站长平台

<http://zhazhang.baidu.com/>

(新) 搜狗站长平台

<http://zhazhang.sogou.com/>

360 搜索站长平台

<http://zhazhang.so.com/>

Bing 网站管理员工具

<http://www.bing.com/toolbox/webmaster/>

光年日志分析工具

<http://www.duote.com/soft/52686.html>

360 星图

<http://wangzhan.360.cn/xingtu>

360 网站监控

<http://jk.cloud.360.cn/>

监控宝

<http://www.jiankongbao.com/>

HTTP 状态查询工具

<https://tools.aizhan.com/pagestatus/>

Notepad Plus 6.7.4

<http://baoku.360.cn/soft/show/appid/342>

SEO 排名监控工具

金花站长工具

<http://www.1n11.com/>

5118

<http://www.5118.com/>

爱站

<https://www.aizhan.com/>

网销客

<http://www.wxker.com/>

火车头

<http://www.locoy.com/>

rank tracker

<http://www.link-assistant.com/rank-tracker>

速度查

<http://www.suducha.cn/>

SEO 点击率监控工具

Google Analytics

<http://www.google.com/analytics/>

百度统计

<http://tongji.baidu.com/>

CNZZ 统计

<http://www.cnzz.com/>

51 拉

<http://www.51.la/>

百度站长平台

<http://zhazhang.baidu.com/>

360 搜索站长平台

<http://zhazhang.so.com/>

Google 网站管理员工具

<http://www.google.com/webmasters/>

网站地图生成工具

[xml-sitemaps.com](http://xml-sitemaps.com)

<http://www.xml-sitemaps.com/>

小爬虫

<http://www.sitemap-xml.org/>

WEB 视界 sitemap 网站地图生成工具

<https://sitemap.webkk.net/>

网站安全监控工具

安全联盟

<http://www.anquan.org/>

360 网站安全检测

<http://webscan.360.cn/>

360 网站卫士

<http://wangzhan.360.com/>

百度网站安全检测工具

<http://zhazhang.baidu.com/safe>

腾讯电脑管家安全检测

[http://guanjia.qq.com/online\\_server/webindex.html](http://guanjia.qq.com/online_server/webindex.html)

瑞星网站密码安全检测系统

<http://union.rising.com.cn/index/index.aspx>

诺顿在线网站安全检测

<http://secure.supfree.net/>

安全宝

<http://www.anquanbao.com/>

SCANV 安全中心

<http://www.scanv.com/>

网站提速工具 CDN

DnsPod

<https://www.dnspod.cn/>

DnsPod 国际版

<https://www.dnspod.com/ncr>

Webluker

<http://www.webluker.com/>



黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

360 网站卫士

<http://wangzhan.360.cn/>

安全宝 Mini CDN

<http://www.anquanbao.com/>

加速乐

<http://www.jiasule.com/>

CloudFlare

<https://www.cloudflare.com/>

云盾

<https://www.yundun.com/>

Nimsoft

<http://www.nimsoft.com/zh/index.html>

黑帽 seo 收徒 seo 国内外工具

引流工具

关键词查询

网页版

关键词规划师: [yingxiao.baidu.com](http://yingxiao.baidu.com)

5118: [www.5118.com](http://www.5118.com)

爱站网: [ci.aizhan.com](http://ci.aizhan.com)

站长工具:

[s.tool.chinaz.com/baiduwords.aspx](http://s.tool.chinaz.com/baiduwords.aspx)

词库网: [www.ciku5.com](http://www.ciku5.com)

熊猫工具: [www.5guanjianci.com/ciku](http://www.5guanjianci.com/ciku)

下载版

金花工具: [tool.1n11.com](http://tool.1n11.com)

战神工具: [www.zhanshensoft.com](http://www.zhanshensoft.com)

斗牛 seo 工具: [www.douniu.la](http://www.douniu.la)

分析牛 SEO: [www.fenxiniu.cn](http://www.fenxiniu.cn)

爱站工具包: [gongju.aizhan.com](http://gongju.aizhan.com)

站长工具包: [tool.chinaz.com/soft](http://tool.chinaz.com/soft)

内容创作

自动采集

• 火车头采集: [www.locoy.com](http://www.locoy.com)

• 八爪鱼采集: [www.bazhuayu.com](http://www.bazhuayu.com)

• 集搜客: [www.jisouke.com](http://www.jisouke.com)

AI/伪原创

智搜: [www.giso.com](http://www.giso.com)

5118 智能原创: [wyc.5118.com](http://wyc.5118.com)

爱写稿: [www.aixiegao.com](http://www.aixiegao.com)

痕夕软件: [www.henxisoft.com](http://www.henxisoft.com)

奶盘: [www.naipan.com](http://www.naipan.com)

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

## 外链工具

### 反链

爱站查反链: [link.aizhan.com](http://link.aizhan.com)

Backlinkwatch: [backlinkwatch.com](http://backlinkwatch.com)

爱站查友链: [linkche.aizhan.com](http://linkche.aizhan.com)

### 友链

2898: [2898.com/friendchange.htm](http://2898.com/friendchange.htm)

51 链: [www.51link.com](http://www.51link.com)

滴滴友链 [mdidi.seowhy.com](http://mdidi.seowhy.com)

## 提交入口

### 提交

百度: [ziyuan.baidu.com/linksubmit/url](http://ziyuan.baidu.com/linksubmit/url)

搜狗: [fankui.help.sogou.com](http://fankui.help.sogou.com)

360: [info.so.com/submit.html](http://info.so.com/submit.html)

百度 Ping: [ping.baidu.com/ping.html](http://ping.baidu.com/ping.html)

## 建站工具

### CMS 系统

#### 国内

zblog

云优

#### 国外

wordpress

weebly

## 域名主机

### 国内

阿里云

华为云

腾讯云

聚名

### 国外

bluehost

godaddy

## 图片优化

### 无损压缩

压缩图: [www.yasuotu.com](http://www.yasuotu.com)

Image Compressor:

[imagecompressor.com](http://imagecompressor.com)

Tinypng: [tinypng.com](http://tinypng.com)

### 在线作图

鹿班: [luban.aliyun.com](http://luban.aliyun.com)

小智 logo: [www.xzlogo.com](http://www.xzlogo.com)

Logo 设计神器: [www.logosc.cn](http://www.logosc.cn)

创客贴: [www.chuangkit.com](http://www.chuangkit.com)

favicon.ico 图标: [www.bitbug.net](http://www.bitbug.net)

## 上网工具

shadowsocks

clash

## 客服系统

百度商桥: [qiao.baidu.com](http://qiao.baidu.com)

商务通: [zoosnet.net](http://zoosnet.net)

企业 QQ:[qidian.qq.com](http://qidian.qq.com)

乐语: [www.looyu.com](http://www.looyu.com)

## 诊断工具

### 诊断

#### 国内

爱站: [aizhan.com](http://aizhan.com)

站长: [tool.chinaz.com](http://tool.chinaz.com)

百度资源: [ziyuan.baidu.com](http://ziyuan.baidu.com)

站长之家: [www.iis7.com](http://www.iis7.com)

#### 国外

SEMrush:[www.semrush.com](http://www.semrush.com)

Webconfs:[www.webconfs.com](http://www.webconfs.com)

## 管理工具

### 流量统计

#### 国内

百度统计

cnzz

51la

#### 国外

GA:[analytics.google.com](http://analytics.google.com)

Clicky:[clicky.com](http://clicky.com)

## SEO 技巧亮点: 反思做 SEO 什么才是关键

### 1 平台自带流量是 SEO 的起源

自身烧钱以及各种渠道的铺设、为网站带来了无数精准、自然流量

流量、提高了网站本身的信任度、才有所谓的关键词布局、需求覆盖、页面聚合

### 2 网站内容来源于用户或其他渠道(解决本质问题)

面对不同类型的网站、优化策略自然是不同

如果我们优化的是企业站、其实重点是如何提高首页的页面质量、如何提高某几个关键词的排名, 因此内容其实并非网站优化的重点。

在解决内容方面、让大量的用户去生产内容、既省了编辑成本、体量又能上来, 而且成本极低

### 3 网站聚合页面(列表页)解决原创度问题

用户自主发帖或邀请入驻、收集大量精准企业信息

TAG 页算法 (列表页)

列表页聚合

既解决了页面原创度的问题、又解决了用户需求

#### 4 轮链策略与内页友链策略、解决链接问题

外链的作用远大于内链

注重内链与二级轮链

单个 PAGE 权重较高【排名较好】、故而内链效果明显

小网站单个页面的权重过低、就算内链做到极致、所传递的权重也微乎其微!不如多做外链、效果更加明显

不仅有内链、在每个页面都有友情链接、而且是相关友情链接、以几十万级页面

#### 5 覆盖长尾关键词、流量再度回源

当网站整体质量提高后、再谈谈覆盖长尾关键词、所覆盖的关键词精度、广度是多个 SEO、共同努力多年的结果,长尾所能带来的流量基本没有瓶颈。

### SEO 实战,新站上线,网站内容为空好吗?

#### 频率

可持续的内容输出总会吸引高频的抓取,这是毋庸置疑的事情。长期以来,每个搜索引擎优化器都采用这种策略来保持高频率的网站访问,从而提高网站页面的包含率。

但是有一个微妙的细节,就是抓取频率的数量级:我们认为每个网站页面的抓取都有一个数量级。一个新的网站,已经有 10-100 页了,一定要有一个初始的抓取量级。

初始内容 200 篇文章

#### 结构

页面随机内容

一般来说,除了链接提交的策略,我们希望整个网站页面显示更多的整个网站的内容。所以有时候,我们可能需要充分利用随机内容,大大填充页面的主要内容和相关侧边栏

不断提高页面呈现的概率

保持页面不断变化,从而吸引搜索引擎频繁访问,发现新的页面

#### 页面目录结构

有时间的时候就在思考如何利用单个域名最大限度的得到高频抓取。我们发现常规 URL 地址往往是最容易抓取的主要特征,包括:页面 URL 的 ID,页面 URL 的目录。

如果你的 ID 是按照逻辑顺序生成的,它特别容易吸引搜索引擎按顺序爬行,比如: /a/1.html, /a/2.html, /a/3.html, /a/\*.html。

如果你的目录是简洁的比如: /a/1.html, /b/2.html, /c/3.html, 同样会吸引对方高频次的抓取。

良好的目录结构,有效的页面展现策略,往往是获得搜索引擎爬虫偏爱的特质

#### 主题

对所有页面内容进行中文分词后,对特定的关键词标签进行分类,进行数据分析。如果你在某个行业的话题标签比例比较高,整个网站的属性可能会更清晰

新站的丰富内容是决定整个站垂直度的重要因素

新网站尽量在丰富了整个网站的内容之后再提交,可能会比较空洞,然后按照一定的输出频率提交比较有效

## SEO 收录异常诊断: 负载均衡架构导致的 SEO 问题及解决方案

### 一、收录异常的发现

服务器日志有些参数没有排除注意

1.1、站长平台模拟爬虫抓取, 正常。

1.2、搜索引擎爬虫抓取数量在提升, 偏向正常。这里有异常, 排查伪蜘蛛爬虫在抓数据, 真实百度爬虫确实也在增长。

1.3、核心关键词排名浮动, 但偏向且上升趋势靠前, 目前核心大词处于前 5 名, 正常。

1.4、服务器日志分析, 爬虫对应的 request\_uri 值(相对地址), 暂属正常, 请看下文。

1.5、服务器日志是阿里云的日志, http 请求, 7.18 日、7.19 日、7.20 日以及 7.26 日出现小面积服务器 500 访问错误;但最多只出现有限的时间收录异常, 不至于大范围不收录。

### 原因

百度根本没有抓取到真实的页面 URL, 实际上抓取的是 API 域名+request\_uri, 即假设数据库服务器 API 给前端渲染的数据路径是 api.name.com, 走内网 IP, 抓取到的页面 URL 为: <https://api.name.com/post/1.html>

真实应该是外网 IP 的 URL: <https://www.name.com/post/1.html>

### 数据

1、翻开发日志记录

2、4 月前后的服务器日志整理对比

从 1 中发觉, 4.13 号负载均衡的数据服务器 api 取消代理, 这样造成的后果是前端直接抓取了 host 主机值为 api 域名下的数据在前端渲染, 因为是直接使用内网 IP 没经过代理, 同时 api 二级域名为 host 主机值。

从 2 中发觉, 4 月前后日志的 host 主机值出现了改变, 由 www.name.com 变成了 api.name.com。

最终, 问题就出现在 host 主机为 api 的站点, 没有使用代理, 也就是说只要 api 站点通过代理变成 www 的二级站点渲染即可。如果没有使用代理, 百度 GET 返回的页面是内网 IP, 抓取到的也就是 <https://api.name.com/post/1.html> 这个 URL。

## SEO 术语中长尾词理论

### 长尾理论的名词解释

商品储存、流通、展示的场地和渠道足够宽广,商品生产成本

### 意义

长尾理论主要是指指的较长的、比较具体的、搜索指数相对较低的关键词,也就是通常所说的长尾关键词.长尾理论下的关键词相对来说搜索指数会少很多,但是却可以给网站带来非常精准的浏览用户.在长尾理论的作用下,同时伴随着关键词库的建立,从而形成了数量巨大的长尾关键词词库。

海量长尾词排名代表着用户需求

长尾理论的作用下所带来的关键词库成为网站最重要的精准流量的依靠,也就是说在 seo 关键词搜索领域,长尾理论成为最明显的体现方式,因为渠道足够的宽广,每个搜索用户

的电脑和移动端产品都是一个具体的搜索渠道,而搜索引擎返回每一个搜索结果的成本几乎可以忽略不计,并且用户需求还达到的充分的多元化,简直可以成为海量长尾关键词

相对于核心关键词

搜索引擎排名算法的日益更新,使得每一个从事 seo 的朋友都特别的关注长尾理论下的关键词挖掘,这其中的原因也是因为长尾关键词竞争度相对较小,流量更加精准,可以很好的提升网站产品转化率,并且更加容易获得关键词的排名机会,更大程度的快速达到网站优化效果的关键点之一.

价值

长尾理论在内容量小的网站或者网站初期,很难发挥出其效果.因为长尾理论的基础是需要网站有足够多的页面支撑才可以的,也就是说通过网站收录量的不断增加,网站页面关键词的布局优化慢慢出现效果,并且获得排名的关键词数量也多了起来,在这样的前提下长尾理论才可以达到应有的作用.

seo 就是做关键词排名,关键词可以大致分为两大类,一类是核心关键词,另外一类是长尾关键词

## SEO 推广日均 1000 流量秘籍

核心

流量比较大的垂直频道: 新闻、军事、娱乐、女性、视频、图片, 常见内容形式: 短视频、图片、视频、文章、音频 (按传播效果递减)

色情类

陌陌、soul、B 站、9158 美女主播, 社区类的贴吧、猫扑, 轻阅读类的糗百、暴走猎奇类

UFO、鬼魂、异形、奇异风俗、军事奥秘、古代生物、木乃伊

事件类

车祸、地震、沉船、城管、暴动、娱乐大事件、活动大事件

一方面只要不是特别严重的事情 (比如死亡人数过多) 有些部门不会太查你, 另一方面比较容易推送到网站首页

小清新类

卖萌和逗比, 文艺青年聚集的社区网站豆瓣, 韩寒的 ONE, 陈安妮的快看漫画、B 站代表 bilibili, 逗比、卖萌、个性

生活类

亲情、爱情、事业、吃喝玩乐、星座、房产、股票、旅游、教育

## 黑帽 seo 收徒 SEO 文章双标题是什么吗? SEO 双标题介绍及作用

在发布的文章标题上用两个意思相近的包含目标关键词的用户需求长尾关键词。

SEO 是什么

SEO 是什么意思呢 (什么是 SEO?)

作用

- 一: 抢占用户不同搜法两个长尾关键词
- 二: 可以重复布局主关键词标题密度
- 三: 为了满足用户搜索需求而写

## SEO 双标题利于收录和排名吗?

### 网页的收录

一个是网页的内容质量,一个是网页这个模板,还有一个是网页内容时效性综合因素决定。

### 关键词排名

取决于这个网页的权重和用户数据,简单来说就是网站本身权重会传递网页去,用户搜索后的点击数据也会影响这个关键词排名。再再白话一点说,你网站本身权重高用上这个可能更好。

## SEO 双标题怎么写?

第一步,列出业务关键词进行挖掘长尾词

第二步,收集和整理用户需求关键词

第三步,布局在标题中去

### 核心

- 1、网站双标题里的长尾关键词是满足用户的搜索需求词
- 2、网页里的内容一定要与网站双标题相关,相对应最好,不管你是原创还是整合的
- 3、该内容网页模板符合 SEO 与用户体验

### 符合 SEO

这个页面模板是否有 SEO 三要素

指页面左右下有没有相关推荐相关,这点也算是用户体验

## SEO 新手如何给企业网站作正确的诊断分析的方法及步骤

1、了解一下企业网站在主流搜索引擎的网页收录情况,包括他的权重值,企业关键词在搜索引擎的排名情况,查看域名信息、网站收录量及变化、反响连接数量及变化、检测友情链接、PR 值

2、网站的结构情况,是不是符合搜索引擎优化的要求?网站内容是不是丰富,是不是围绕着产品关键词编辑的,是不是原创内容

3、查看企业网页 META 标签的书写,关键词密度及排名,如果 META 标签书写的不正确最好慢慢改,不要一次性改的面目全非,描述就自然的把关键词融合进去写成通顺的语句就 OK 了,关键词密度可以参考下排名靠前网站的密度,据说是 2%-8%之间比较合理,因为每个关键词密度是不一样的,所以没有统一的标准,但不要为了提升关键词密度而刻意堆砌关键词

### 4、看标题是否合理?

(1)用鼠标查看网页标签.

(2)查看页面源代码,可以看到标题.

(3)通过收录查看标题.

(4)收录结果中有中英文收录,最好分开,影响排名,不同语言的网站做子站.

5、查看每个页面是不是拥有不同的标题和描述,很多企业站页面的标题都是"内容标题+网站关键词+网站名称",这样下来每个标题都很长,相似度又高.

6、面包屑导航也叫当前位置,制作面包屑导航不仅可提升网站首页权重,增加内联,也可加强用户体验.

7、增加次导航,通常大家都是在网站首页底部加自己网站的目标关键词连向首页.

8、用一个错误页面访问网站,查看是否会返回 404

9、网站 URL 结构包括域名,URL 命名规则,网站 URL 结构扁平化分析,URL 标准化分析,避免重复页面,合理的 URL 结构可以让搜索引擎蜘蛛更加容易的识别和爬取网站内容,过于冗长的和重复的 URL 地址将会给网站带来伤害.

10、Nofollow 的运用,Nofollow 可以控制网站权重,把不必要分享权重页面的连接 nofollow 掉,如公司简介、联系我们等

11、ALT 标签:图像的替代文本,如没有,搜索引擎会对该页面进行扣分.ALT 属性为网站每个图片添加 ALT 属性,在里面可以写上自己的关键词,但也没要堆砌

12、不带 www 的域名是否可以跳转到了 www 页面?如果没有,就存在访问路径重复问题.

13、robots.txt 文件,合理利用 Robots.txt 把没必要让蜘蛛抓去的屏蔽掉,减轻蜘蛛的负担,具体怎么写可百度一下.

14、查看关键词与网页标题的相关性.查看网页标题中应该出现关键词,将用户都在搜的主要关键词放在网页标题中.

15、查询词与内容的匹配,页面中应该出现关键词是否恰当.

16、看网站打开速度,速度要快,最好保持在 3 秒以内全部加载完

17、看网站外链数量,网站友情链接精而简,太多或者太少都会影响 seo 优化排名,检查外链是否合理稳定.

## SEO 整站优化值得注意的 4 个细节

### 1、内链布局

①是否由于网站 cms 系统插件的调整,而大量丢失。

②特定目标 URL 地址的关键词锚文本,是否高度的重围,而没有多元化,比如:利用百度相关关键词。

③内链的推荐是否具有高度的相关性。

④内链的数量,不同关键词的占比(几乎很少 SEO 从业者会统计这个指标)

核心:合理的构建内链有利于搜索引擎快速的识别每个页面的主题性以及页面权重

### 2、外链结构

①一些质量相对不错的网址导航和网站目录。

②同行业的友情链接交换,当然如果你是企业,我建议对接一家外链云平台,对方会针对不同阶段,快速的帮助你交换一些高度相关性的友链。

③新闻源媒体外链,比如:新浪,网易,腾讯,中国网等,这里建议新站上线的时候优先选择,一般是 20-30 条左右,持续发布 1-3 周就可以

核心:高质量外链资源 超链接、锚文本链接、纯文本链接,以及外链类型

### 3、关键词匹配

①关键词搜索量的变化,如果降低,我们就少量的投入资源到这个页面,反之选择性的提高。

②同一个关键词排名,是否匹配两个网址。(如果没有特定要求,尽量避免这个情况发生。)

③关键词与页面之间的定位是否出错,比如:核心关键词用内页排名,而长尾词用栏目页排名。

核心:去建立网站关键词词库,但随着时间的推移,一些关键字指数都在不断的波



动, 同时也会衍生出更多的相关性词库

#### 4、用户访问

①网站核心关键词排名非常高

②每天都会有持续稳定的流量

页面的跳出率非常高, 同时, 自己的产品与服务也转化率很低

①审查关键词商业价值, 可以参考关键词规划师, 避免高指数无转化, 浪费 SEO 资源。

②审查页面内容布局, 思考产生低转化率的因素, 如何丰富内容, 合理引导转化

核心: 关注词库的词数

### tag 标签

tag 标签是什么?

一种可以自己定义, 比分类标签更具体、更准确, 可以概括文章主要内容的关键词

tag 标签如何写?

tag 标签的目的在于把相关的结果放在一起, 那么在我们写 tag 标签的时候就应该按照分类的角度去写。这里建议 tags 标签的字数应该控制在 4-6 个字符以内, 主要不要写成一个句子

tag 标签有什么用?

1、tag 标签对应的链接都是列表页面, 和文章分类目录列表页面类似, 很容易被百度收录。

2、tag 标签在网页源码中能直接增加 keywords, 有了 tag 标签不用再单独的添加 keywords。

3、tag 标签是同类型文章聚合, 所有加了 tag 标签的文章都排列到 tag 文章列表中, 能很好的增加用户体验。

tag 标签对 seo 有什么用?

1、有利于蜘蛛对网站的抓取, 增加网站内链

当 A、B、C、D、页面都有 a 标签, 更新一个新的页面 E 的时候的时候也有 a 标签。网站抓取频率正常的情况下, 会在第一时间抓取 E 页面, 当然也会顺着 E 页面的 a 标签抓取其他页面

2、方便访客根据 tags 轻松找到相关的文章, 也可以在文章页调用相同 Tags 的文章这样整个页面的相关度也是非常之高, 对于通过文章页优化长尾关键词也是有帮助的

3、用 Tags 页面优化长尾词或者第二阶梯的短词和一些实效词

建议 Tags 做成静态或者是方便搜索引擎收录的页面, 不要带有 =0xe741884d000462a1&issp=1&f=8&rsv\_bp=0&rsv\_ 类似的字符串都是可以方便收录的。Tags 把属于同一类或者相关的文章都聚合在一切, 可想而知当前 Tags 标签页面与该 Tags 标签相关度是非常完美的

4、变向增加了网站的页面数量。如果把上述第三项做好、经常更新文章每次生成新的 Tags, 就会有新 Tags 对应的页面这样是不是就很好理解了? 需要注意的事 Tags 标签

要合理利用, 注意站内重复

使用 tag 标签需要注意什么?

1、TAG 标签最好与文章内容相关的又是网站的长尾关键词

整理你想优化的所有长尾词, 不包括首页或者频道页推的关键词, 一个长尾词写 5 篇文章以上, 固定设置成相同的 tag 标签, 即你整理出来的长尾词。保证每个 tag 标签列表页下面有 5 篇文章。

2、一篇文章的 TAG 标签的设置应该控制在 3 个左右, 不宜过多

3、每个 TAG 标签字数控制在两个字左右, 切勿写成一个句子

4、tag 标签不宜设置太热门的关键词, 尤其是首页或者是频道页主推的词, 这样会和首页以及频道页抢权重, 大家都知道一个热门词一个网站在百度很少能有多个排名, 而每个页面的权重都是有限的, 导出链接越多就越分散网站的权重, 所以 tag 标签应该设置为主站或者频道页涉及不到的关键词。这样才能起到互补的作用。

tag 聚合页

实操

文章页设置 tag 关键词一般 5 个以内

tag 聚合页文章 5 篇以上

tag 关键词指数低于 500

关键点

tag 聚合页伪静态

TikTok 的商业化

1. 付费广告, 包括开屏、信息流、贴纸、定制挑战赛

2. 免费流量, 主要是指个人主页直链, 和将要开放的购物车功能。

主页直链的引流效果, 被动的直链和购物车, 还有导流 Facebook、Instagram, 还有评论引流、私信引流

3. 分享位置, 类似国内的微信定位, 你发布一个作品, 可以加上所在位置附近的商业地标, 比如餐厅、酒店、游乐场等。作品发布后, 会有一个分享标签, 可以点击进来, 了解和消费

4. 直播打赏, 和国内的直播一样, 但是没有电商功能。因为政策的原因, 部分区域有直播功能

tiktok 养号指南

Q: 授权识别通讯录, 通讯录都是中国区号码, 会有风险吗

A: 通讯录放老外的名单。另外建议大家用一个备用的手机专门来运营 TikTok

Q: titok 有什么第三方数据平台

A: Instagram Analytics & Tiktok Analytics - By Analisis...

<https://web.tikanalytics.com>

TikTok Profiles Directory - CloutMeter

[www.tikrank.com](http://www.tikrank.com)

Q: 现在测试的账号, 哪些类别播放量和关注度比较高?

A: 老外喜欢带梗的内容。猎奇搞怪的、舞蹈配乐的比较高, 接下来是宠物、明星、好物

Q: 一个手机不超 3 个号, 一个 IP 不超 5 个号, 报废的号, 占用以上所说的名额么?

A: 多号的处理: 一个手机养表现好的号, 一个手机测试新号, 新号表现好, 再移植过来。表现不好, 就不要了手机更新重新下。这样子, 你的一个手机可以常时间固定三个号, 测试手机可以不断更新, 重新做号

Q: 手机更新下是指怎么更新呢?

A: 苹果手机, 设置那里有个抹除数据的功能。安卓在恢复出厂那里, 有一个删除程序和数据的选项。基本上就是把 app 和数据都删了

Q: 请问大家互相关注、互相帮忙评论会有帮助么?

A: 目前发现没有用, 可能是因为搜索的流量, 不作为权重比较了

Q: 内容的方向有什么建议么?

A: 内容方向, 建议根据产品来反推客户人群, 再根据客户特征来定内容

Q: 手机设置繁体中文, 地址选香港, 用香港卡可以吗?

A: 香港可以, 网络还是用 WiFi 吧? 香港卡包括国外的卡, 烧流量都很贵。建议是卡放在里面不开流量+梯子 WiFi

Q: vpn 弄成日本的, 就去到日本地区, 看到的视频都是日本人的, 我发出去, 观众也是日本的吧。同理, 欧美的 ip 就只能看到欧美的, 所以建议一个号, 固定一个地区, 这样理解正确吗?

A: 对的。TikTok 全球只有一个版本, 你发出来的作品先推送个周边的人群, 表现好会推送到全球。一般一个作品上大几百万播放后, 主要的受众就是印度、美国了, 因为这些国家的用户多

Q: IP 经常换是不是有影响, 有的翻墙服务可能有很多条线路, 欧美、香港、日本都有。

A: 目前大多数 0 播放的问题, 都是由于 IP 的原因。公共节点用的人太多, 频繁更换节点, 也是大问题。尽量固定住节点。

Q: 多号的方式, 可以采用路由器科学上网插件, 我弄了 3 个路由器, 没个手机连一个

A: 梅林路由器的方式, 多个手机操作, 比较方便。

Q: 安卓好? 还是苹果好?

A: 没有明显的对比, 苹果在装梯子的时候, 会友好一些。我个人是用二手的苹果 6, 16G

Q: 可以用平板电脑登陆么, 也不用插卡了

A: 平板可以用, 不插卡+VPN

Q: 请问我用的小米手机, 自带双开功能很实用, 我也觉得很稳定, 可以一机两号吗?

A: 双开可以, 但是不建议同时搞很多号。因为手机硬件信息比较难改, 都是同一个

Q: 弱弱问下, 可以全程用笔记本电脑链接科学上网(香港)操作吗? 不用手机」

A: 可以用。但是有人反映现在用网页版上传的作品没有流量了, 可以试试看

Q: 账户运营做到什么程度, 可以知道自己方向不对, 需要及时换方向? 如果要换方向, 换号是否是必须的操作。适合同个账户多个方向探索吗?

A: 您指的方向是商业化方向? 还是指涨粉方向? 还是说自己的操作习惯? 账号操作建议是多尝试, 因为注册新号的成本很低, 基本忽略

Q: 那如果条件允许最开始就直接把 ip 设为美国印度?

A: 购物车最先上线的国家是美国印度, 可以往这两个国家去做。不过印度好像消费力不行

Q: 没有安卓手机 模拟器行吗?

A: 模拟器不行, 已经被封禁一批了

Q: 视频画面中出现网址的话, 是否会降权?

A: 哈哈, 视频千万不要带商业信息, 发现了会掉粉

Q: 请问船长, 使用 virtual x posed 修改虚拟设置和定位是否可以, 自己试了官方的程序一直不成功

A: 不建议用框架。技术落后了, 真机模拟的方式, 目前比较成熟, 官方也在用这个。

Q: 一个苹果手机可以多开嘛, 请问怎么多开

A: 苹果手机安卓都可以。这个多开不是指 APP 多开, 是 TikTok 后台, 自动给你登 3 个账号, 和微信一样, 可以登 2 个账号

Q: 目前做的 tiktok ad 都带了水印, 意思是最好不要做水印嘛

A: 不知道你说的水印是哪样子的。个人 IP 属性的, 用来识别的, 可以带。商业广告性质的不能带

Q: apple ID 是国内的有影响吗? 是用国外的下好后改回国内的 ID, 有影响吗?

A: 教程里提供了一个美国 ID, 登录那个下载。没有影响, 苹果 id 换账号, tiktok 追踪不到 id 信息

WebP 是什么? WebP 的优势是什么?

WebP 是一种由 Google 开发的现代图像格式。WebP 图像格式在不牺牲质量的情况下减小了图像的大小。与 PNG 和 JPEG 相比, 图像格式能够将文件大小减少多达 26% - 34%。

一、什么是 WebP 格式图片?

WebP 是一种支持有损压缩和无损压缩的图片文件格式, 派生自图像编码格式 VP8。根据 Google 的测试, 无损压缩后的 WebP 比 PNG 文件少了 45% 的文件大小, 即使这些 PNG 文件经过其他压缩工具压缩之后, WebP 还是可以减少 28% 的文件大小。

在压缩率上比 JPEG 格式更优越, 同时提供了有损压缩与无损压缩的图片文件格式, 在质量相同的情况下, WebP 格式图像的体积要比 JPEG 格式图像小 40%。在压缩率上比 JPEG 格式更优越, 同时提供了有损压缩与无损压缩的图片文件格式, 在质量相同的情况下, WebP 格式图像的体积要比 JPEG 格式图像小 40%。

二、WebP 的优势

- 1、PNG 转 WebP 的压缩率要高于 PNG 原图压缩率, 同样支持有损与无损压缩  
比 JPEG 图片小 25-34%  
比 PNG 图片小 26%

2、转换后的 WebP 体积大幅减少, 图片质量也得到保障(同时肉眼几乎无法看出差异)

3、转换后的 WebP 支持 Alpha 透明和 24-bit 颜色数，不存在 PNG8 色彩不够丰富和在浏览器中可能会出现毛边的问题

### 三、如何在 WordPress 上使用 WebP 图片

WordPress 5.8 完全支持 WebP 图片，您可以直接将 WebP 图片上传到您的媒体库。这意味着您可以直接将 WebP 图像添加到您的帖子和页面。该过程类似于在 WordPress 中上传 PNG 和 JPEG 的正常过程。

使用 WebP 图片插件

#### 1、ShortPixel

ShortPixel 是一个非常热门的 WordPress 图片优化插件，可以帮助您自动调整图片大小并压缩上传到 WordPress 网站。作为其功能列表的一部分，ShortPixel 还可以自动将图片转换为 WebP 并将这些图片提供给支持 WebP 的浏览器。

#### 2、Imagify

Imagify 是另一款热门图片优化插件，为著名 WordPress 缓存优化插件 WP Rocket 开发人员所开发。

它可以自动压缩和调整您上传到 WordPress 网站的图片的大小。然后，还可以将图片转换为 WebP，并将 WebP 版本提供使用支持 WebP 的浏览器的访问者。

在功能方面，ShortPixel 和 Imagify 有许多相似之处。最大的不同是。ShortPixel 按图片数量计费，图片大小则无限制；而 Imagify 会根据文件总大小收费，但无图片数量限制。

#### 3、Optimole

Optimole 是这次要介绍的第三个 WordPress 图片优化插件，其操作与 Imagify 和 ShortPixel 略有不同。Optimole 可以自动压缩图片并调整其大小。

黑帽 seo 收徒 WordPress SEO 教程优化宝典：博客流量增长 10 倍

内容为王

为用户创造有价值的内容，原创文章、特色专题都会给你带来意外的收获。搜索引擎青睐原创内容，纵使转载无数次，搜索引擎知道哪里是原创地址。

页面优化

标题，URL，Meta 标签，H1 H2 H3 等标签的使用，关键字密度等各个方面

标题

标题名和网站名中间加入分类名

链接（URL）

支持伪静态链接

推荐尽量选择带有 %post-name% 的，这样如果 %post-name% 中带有关键字确保页面中有 rel="canonical" 标签，避免重复内容和链接唯一性

Meta 标签

直接使用 Meta Description 做该页面的描述，当用户搜索，看到好的描述的时候，更容易来到你的网站

语义化

语义化的网页代码能更好地被搜索引擎爬虫识别，所以使用 XHTML 和 CSS 对网站进行重构，尽量将 CSS 和 Javascript 代码从 HTML 文件中分离出去。现在还可以采用 HTML5 进行网页重构，精简的网页代码能有效改善信噪比问题，让搜索爬虫更关注内容

本身

### H1 H2 H3 等标签的使用

首先一个页面只有一个 H1 标签,页面上最重要的标题给予 H1 标签,所以在首页或者列表页中,网站的标题采用 H1 标签,而在文章页,文章的标题采用 H1 标签,网站标题使用 DIV

文章内容中的子标题按照要求设置 H2 H3 标签

### 图片优化

alt 标签

### 链接建设

向搜索引擎主动提交

Google: <http://www.google.com/addurl/?hl=zh-CN>

Baidu: [http://www.baidu.com/search/url\\_submit.html](http://www.baidu.com/search/url_submit.html)

### Sitemap

Sitemap 文件在其中列出网站中的网址以及关于每个网址的其他元数据(上次更新的时间、更改的频率以及相对于网站上其他网址的重要程度为何等),以便搜索引擎可以更加智能地抓取网站。Google Sitemaps 服务是 Google 网站管理员工具的一部分

### 获取反向链接

提供高质量的原创内容,自然能得到大量的反向链接。高质量的原创内容,容易被无数个网站进行转载,有版权意识的网站会在他的网站上留下你的链接地址。

将网站加入到相关的目录中去,比如 DMOZ 开放目录、高质量的网址导航站、和你网站主题相关的网站互链。做一些总结性的专题、列表、索引,人们很喜欢收藏此类,从而赢得反向链接

在与网站主题相关的大型网站上发表文章,比如客座博客。

提供免费的服务和产品,比如提供免费的 WordPress 主题给人下载,用的人越多,你获取的链接越多

### 站内链接优化

一个网站的链接体系架构是非常重要的,对于用户来说,良好的链接体系架构能够让用户立刻明白这个网站主要介绍什么内容,并且快速找到他所需要的内容,而对于搜索引擎来说,良好的链接体系架构能让站点的页面正确被搜索引擎索引,保证 Google 爬虫正确找到页面。

保持重要的页面在首页有链接,网站的首页是最重要的页面,也是搜索引擎最经常来访问的页面,所以该页面我们应该尽量把更多的重要页面链接显示到首页。但是也要注意,千万不要超过 100 个链接。

站内的页面都要有链接至首页

建立面包屑链接,网站建立明晰的导航和层次结构。

相关联的网页内容要做互链,如文章下方的“相关文章”功能,可以使用 WPJAM Basic 的「相关文章」扩展。

把关键词链接至相关文章,比如你以前日志中有过关于“key1”的文章,在以后的文章中都可以将“key1”链接至之前的那个页面,以产生关联性。

记得定期清除无效链接。

## X 人用品网店推广引流方法

### 1、X 人用品店如何推广

①: 通过优化热门单品关键词比如安全 t、飞机杯、情趣内衣、充气 Q 娃娃引流到网站进行推广;

②: 通过付费搜索推广占据热门单品关键词搜索排名进行引流推广;

③: 撰写标题党软文, 和一些小说公众号网商公众号美女图片公众号合作进行文章发布投放引流;

④: 发布一些美女短视频到视频号和抖音上, 通过广告落地页进行引流;

⑤: 找流量精准的成人用品网站购买广告位, 比如 情趣百科 这样的站点, 用户群体是一致的费用低转化率高;

⑥: 狼友微信 QQ 群合作推广。

### 2、X 人用品网站做 SEM 竞价/抖音快手短视频推广的劣势

①: 平台管控严格, 广告比较难通过审核;

②: 竞争大, 花费也大

### 3、X 人用品商城为什么需要做 SEO

①: 为增加流量;

②: 为做排名而做;

③: 为成交而做排名,  $成交 = 流量 * 网站转化率$

### 4、X 人用品网站如何做 SEO

①: 关键词定位, 确定好要优化的关键词, 包括核心关键词和长尾词;

②: 根据确定好的关键词进行站内优化, 布局首页和各栏目页的三大标签(TKD);

③: 撰写高质量文章, 持续更新网站;

④: 外部链接优化, 交换高质量友链, 站外高权重平台发布外链。

### 5、X 人用品独立商城做 SEO 的好处

①: 相对 SEM 竞价花费较低;

②: SEO 带来的流量准确, 它不像网络广告, 将广告强行推到网友面前, 这样带来的流量不精准。SEO 的方式是网民通过搜索来到你的网站, 带着购买的意识, 转化率高;

③: 不用害怕被恶意点击, 因为 seo 的作用是自然排行, 不用承担“无效点击”风险。不管点击网站的是潜在客户还是竞争对手, 都不需要为此付出任何代价;

④: 效果比较持久, 一般情况下, 采用正规的优化网站方法, 排名效果比较稳定。除非搜索引擎算法发生重大的改变或者强大的竞争对手后来居上, 否则不会有太大的变化。

## 阿里巴巴全球购操作全套课程讲解

### 店铺资质要求

#### 店铺类型 全球购

#### 商家入驻

1、店铺要求: 店铺达到 1 钻, 企业店铺 90 天, 个人店铺 180 天, 动态评分服务 4.8 描述 4.8 物流 4.5, 店铺无售假, 严重违规, 一般违规不超过 12 分

2、卖家中心右上角, 点击联系客服, 搜索全球购, 加入全球购, 申请入住。

#### 3、关于 30 天成交金额不满足问题:

找 10 个人, 搜索关键词进入店铺, 购买一单, 然后购买空包发货。物流信息显示派件中, 确认收货, 好评。10 单就可以了 (基本上在 5-10 单左右) 店铺 30 天内没有成交额最好

关于其他入驻问题

店铺动态评分不够的, 自己可以找人刷单, 走空包。

4、无售假和严重违规(一般违规扣分不能超过 12 分以上)超过 12 会到节点

5、保证金 2100 及以上

全球购商家入驻不了问题

1.店铺产品不是海外产品:

首先要确保店铺出售中仓库中的产品必须都是海外产品, 服务市场批量修改, 工具吧, 可以免费试用的软件

采购地批量修改成海外代购, 非现货, 代购地香港。产品设置完成后, 会有数据延迟,

买手入驻

联系客服 发店铺账号 一个店铺名额 350 元 也可自己在市场上找资源入驻

流量问题

入驻方式不同的问题

商家入驻流量大于买手入驻 但是商家入驻门槛高 这个自行选择也可以两个都入驻

针对应季数据换季问题 这个是大盘问题 没有太好的办法 建议(以最小的成本 多开店 把利润总值分摊到每个店铺上面)

精品数据采集准备工作

采集数据思路

思路一 所有类目都可以做 先做的店铺可以选择流量多的类目 例如 女装 男装 母婴等应季数据

思路二 可做美妆产品 自己去天猫谈分销 一家一家谈

爆款精品数据采集

数据结合

爆款数据 大众

价格 1-99 销量 1000 以上的

数据三百

类目选择统一类目

今日付款数据

三百条

蓝海爆款数据

三百

蓝海数据关键词采集设置

采集页面设置

关键词

生意参谋 选择最新爆发出来的词

淘宝搜索最新推荐词

top 20W 阿里指数



采集工具

店小二神器或其他

软件操作设置 联系客服

数据过滤（重要）

先上仓库里面《人工简图，带价格商标的全部都不要》上传前用发发过滤下八  
载

鸭子实拍检测检查 2 遍再上架

店铺前期操作工作

1、数据上传仓库后必须过滤干净

数据 2 倍

正常上传

3、开通服务

1、打折软件（全能掌柜或如意营销）

2、店铺优惠券满 4-3

3、淘客优惠券满 6-5

4、公益宝贝

5、佣金百分之五

4、店铺退货地址和信息设置

国外+自己

操作

1、店铺真实折扣 5.8

2、店铺里面的商品都要手动编辑一下发布 标题里面加入蓝海关键词（不会做蓝海词的找客服要蓝海教程）

举例 加入 今天上传 300 手动编辑一下标题 做一下蓝海词进去 然后手动发布一下 直接上架

3、前期刷单

1、商品上架完以后 先静止三天 跑一下自然流量

这个三天怎么算 第一天 你上传 300 第二天 你上传 300 第三天 你上传 300 就已经算是第三天了

采集上传的货 仓库中自检完以后 直接上架

2、第四天开始补单 补单的话 需要安装精刷标准 做计划 进去刷（不懂得 有另外详细的刷单课件 可以看一下）

刷单必须刷新链接 24 小时以内上传的链接

4、直通车

全店直通车 直通车教程课件联系客服要

5、维护

维护（1）提高单品转化率

根据店铺里面的访客排行 前十名 进行补单 调价 提高转化率（如果访客高 没转化 看一下商品的主图 价格

是不是价格太高 或者是商品的主图带的有上家的水印）

6、加价

等店铺订单和访客稳定后 可自行加价 利润控制在百分之三十左右

7、全球购的搜索计算公式介绍

全球购商品靠的不是销量 信用等得到排名 而是通过点击量展现 所以如果

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：<https://space.bili.com/49294801>

市场上的虚拟折扣软件能用 直接添加进去 因为市场全球购店铺做的人越来越多 商品重复度越来越高 所以想尽早把店铺里面商品得到展现 就只能通过各种渠道 提高店铺里面商品的点击量

### 白嫖百度官网认证加速收录

百度爱企查认领企业，提交官网域名百度官网试用，一个月有效期

这个官网认证有啥用呢？相信做过的人都知道，对于收录比百度 cdn 和百度的其他产品都有用，虽说无法做指定品牌词，但是公司名称也是指向你官网的，毕竟是域名官方认证对于新站起站 拿个权限还是不错的。一个月的蜘蛛多少有点用

### 百度、微信、阿里、头条等指数查询工具的作用及如何使用 指数工具

#### 1、百度指数

地址：<http://index.baidu.com/v2/index.html>

#### 2、谷歌指数

地址：<https://trends.google.com/>

注：非科学上网打不开

#### 3、搜狗指数

地址：<http://zhishu.sogou.com/>

#### 4、360 指数（好搜指数）

地址：<https://trends.so.com/>

#### 5、头条指数

地址：<https://index.toutiao.com/>

#### 6、淘宝指数

地址：<https://shu.taobao.com/>

#### 7、阿里指数

地址：<https://index.1688.com/>

#### 8、微信指数

地址：打开微信-搜索[微信指数]-点击进入

即进了微信指数小程序

#### 9、神马指数

可以利用站长工具查看

<http://rank.chinaz.com/wordsindex.aspx>

#### 10、微博指数（微指数）

地址：<https://data.weibo.com/index>

注：PC 版已打不开，可扫描上面链接中访问移动版

#### 11、ASO 指数

说明：这个是指查询 APP 指数工具，有很多，这里推荐两个  
蝉大师与七麦数据，自己去搜索看

## 12、阿拉丁指数

地址: <http://www.aldzs.com/>

本指数主要是查微信小程序的

百度指数工具的作用及用法

作用

市场研究

决策

百度指数 PC 版的数据积累是 2006-2020 年

移动端是 2011-2020 年的网民搜索数据

1、并不是每个关键词都有指数,一般中长尾搜索量小的都没有

2、这里的百度指数搜索量并不完全等同于用户真实的搜索量,只是统计到能

统计的

3、比如某某品牌或者关键词没有指数,也可以像官方花钱买即可

用法

1、趋势研究与对比

日均值搜索指数

指用户搜索量与媒体检索后加权

2.用户需求图谱研究

3、用户人群画像分析

区域,年龄分布,以及男女性别分布

阿里指数工具的作用及用法

开淘宝店或者阿里开店 or 天猫

按类目查看

关键词搜索

微信指数工具的作用及用法

以预估某个关键词 7 天、30 天、90 天的搜索量

头条指数工具的作用及用法

百度 5 分钟收录的批量小技巧

种子站: 可以理解蜘蛛经常到的地方

网站查询: 收录 whois 权重 IP

爱站 站长站

引导蜘蛛

不是做外链

domain “yosite”

使用小技巧

生成大量二级 xxx.ab.com 域名 301 到主域名 www.cz.com

新域名蜘蛛爬行必收。

一个域名查询 5000 次.

5 分钟收录.半小时来流量

## 百度 ocpb 的工作原理

### 解读

Ocpb 和 cpc 都是按点击付费的

“o” 就可以理解为智能调整与优化

### Ocpb 的阶段划分

第一阶段: 也可以称之为系统收集转化数据阶段, 顾名思义, 系统会根据已经发生转化行为的流量进行总结, 找到这些流量的共同点, 第一阶段中数据收集的越准确, 如果有利于后续跑量。

第二阶段: 进入第二阶段后, 出价和匹配模式将会交由系统接管。

系统会根据第一阶段收集的标签进行拓量, 针对用户的搜索行为来判定是否为高转化人群, 针对高转化人群, 系统会自动提高出价去抢量, 针对预估转化率低的人群, 就会降价或者不展现, 以此来规避无效流量, 提升整体的转化率。

第一阶段的标签越准确, 到了第二阶段系统自动跑出来的量就会越精准。。

## 百度霸屏引流的 6 大渠道

### 百度霸屏优势

- 1、你可以实现低成本的投入, 就能相对吸引到精准流量;
- 2、持续稳定产出, 一旦你布局好, 把渠道和口子确定好之后, 每天都会有源源不断的流量过来(我有客户就已经实现)
- 3、实现被动引流。虽然社群引流见效最快, 但是缺点就是你只要一停就没流量了。

### 原理

借助高权重平台+关键词+优质文章

百度等搜索引擎有自己的算法(程序代码), 它是通过收录优质文章进它自己的数据库之后。

再通过另外的算法就行综合筛选匹配之后, 你一搜某个关键词的时候, 就可以看到一些文章、网站出现在你的搜索结果里面了

### 哪些渠道

- 1、竞价
- 2、SEO  
内容优化: 标题、关键词、描述、内部链接、tag 标签、导航等  
外部优化: 就是外链和友情链接
- 3、高权重网站  
新浪、豆瓣、博客、搜狐、凤凰
- 4、高权重自媒体  
百家、搜狐、简书, 以及一些音频平台
- 5、百度新闻源  
网易新闻, 腾讯新闻, 搜狐新闻、凤凰
- 6、百度系产品

百度自身也有很多的产品, 比如像知道、经验、贴吧、视频、资讯、图片、文库

百度不收录首页只收录内页呢?

解决方法

1. 在标题中堆积与正文无关的关键词。

强调了标题和网站内容的相互呼应,如果标题中涉及到某一关键词,而实际网站内容中与该关键词无关的话,那么可能会百度删除。这一条款反映了百度的严格。但值得思考的是,百度是用什么方法去判断网站的内容与标题关键词的相关性呢?是不是标题出现了某关键词,正文就一定要出现呢???如果不是,那么百度目前的搜索技术难道能象人一样,会从意义和逻辑上去分析?比如机器能不能判断标题中的亚克力跟正文中提到的有机玻璃是同一个意思呢?当然,如果百度全部采用人工审核站点,那么这一条就非常好,非常有操作性!但是这样又出现一个问题,人工审核相关不相关,以谁的说法为准?

2. 使用自动跳转的页面,可能会被百度丢弃。

这一条不需多评论,主要针对一些作弊行为采用的跳转。大多数搜索引擎都会有类似的条款。

3. 在同一个页面上,不要有过多链接。在那些站点地图类型的页面上,请把重要的内容给出链接,而不是所有细枝末节。链接太多,也可能导致无法被百度收录。

究竟多少连接,才算过多?? Google 好呆还建议最好不要超过 100 个,百度呢?百度凭这一条就可以任意的惩罚大部分的大型站点,大部分的大型站点首页都有了那么好几个甚至好几百个连接的。

4. 如果您的站点做了很多针对百度的优化,但却给用户带来大量负面体验,那么,您的站点最终可能还是会受到百度的冷落。

什么叫过多针对百度的优化呢?能不能有详细一点的标准?虽然这句话的意思是非常好,似乎任何一个有良知的网民都应该叫好,但是关键问题在于具体操作标准是什么?过度优化和负面体验,任何人都有不同的看法。比如我就是觉得百度搜索结果第一页全是广告,影响了我的感受,是不是该删除?

5. 对于已经被重复了千百遍的内容,百度可能会不予收录。

这一点,不做评论。只是提醒大家复制内容也要找一点有新意的。

6. 与一些垃圾站点做友情链接,很可能使您的网站受到负面影响。因此,当有人很热情的要求您为他的站点提供友情链接时,请审视以下两点:

a, 对方的站点在他那个领域是否是高质量的?站长间所谓的流量以及排名,很多都是用欺骗手段获取的,无法保持长久。

b, 对方要求的链接名称是否和对方网站地位相称?用一个涵盖范围广泛的关键词来做一个内容非常局限的网站的链接名称,很可能使您的网站受到负面影响。

百度这一点,就有点太过天真了,百度惩罚了一个站点,也可以根据这一点任意的解释。如果你的网站上有几个连接,中间有那么一个连接名称和对方地位不相称的话,就可以找理由抛弃你的站点。

7. 如果您的网站内容有不中国法律的地方,则无法被百度收录

这一点,无需多言。

8. 如果您的站点页面结构复杂,则可能无法被百度收录

结构复杂导致无法收录的可能原因,百度只提到了上面的 1, 2, 3 点。

9. 百度并不允诺能收录所有站点。

我们尊重百度的自由。当然百度如果不需要尊重用户,他封杀任何一个站点,都可以用这一点解释,而且让人呀口无言。

10. 如果您的站点中的网页,做了很多针对搜索引擎而非用户的处理,使得: 用户

从搜索结果中看到的内容与页面实际内容完全不同,或者站点质量与站点在搜索结果中的排名极不相称,从而导致用户产生受欺骗感觉,那么,您的网站就有可能被百度丢弃。

这两点,靠机器是审核不出来了,只用人来定了。什么叫不相称。什么叫被骗,就只有公说公有理,当然百度是老大,他的反作弊小组成员说了算!依据此理由,可以删除不知道大部分站点。看样子以后百度得要求网站提供相关的权威和行业地位证明书,这样才能获得对应的排名,否则一律删除!

11. 如果您的站点上的网页,大量都是复制自互联网上的高度重复性的内容,那么,您的站点也有可能被百度丢弃。

见第 5 点的分析。

#### 因素

##### 第一:标题关键词设置不当

百度不收录你站的首页,可能是因为你在标题中设置关键词不当,可能堆积了一些与正文无关的关键词。这样可能导致被百度删除。所以大家在做编辑网站内容得时候要注意与标题中的关键词相关性内容。一个网站的标题与内容的相关性,影响很大。就如这次博百优比赛,有个网站是个生活资讯站点,他每次都更新文章,但是内容与标题相关性不是很好,虽然排名很好,但是用户体验不是什么,好多人都会反映,内容乱七八糟。

##### 第二:优化过度引起网站首页沉底

这个问题,就是大家所谓的站点降权了或被 K,补救的方法就是多更新点文章,找点高质量的链接,检查下外链情况,关键词堆积,死链等因素。这个解决方法相信大家都应该是很熟悉了。这里就不在细述了。

##### 第三:同一个页面,链接不宜过多

在同一个页面上,不要添加过多的链接。友情链接方面,根据搜索引擎对站点链接评估,友情链接数不要超过 50 个,太多导出外链即使 PR 很高分给你的站的权重也不会高的。文章锚文本,在添加文章的时候,不要加太多的锚文本,一般 1-5 个左右都没问题。我的博百优博客,就是这样,每次添加文章就加 5 个左右。

##### 第四:内容方面

对于一个新站,原创文章很重要。不管你写的怎么样,只要是围绕标题写的,那总比直接拿过来过的强。要是真的没有什么写的,你可以找点相关的文章,然后做下自己的修改。切忌,一般标题都要改的。这样可以增加创意新颖,才能引起搜索引擎的青睐。

##### 第五:友情链接

不要和那些垃圾网站做链接,一个新站,本来就没得到百度的信任,同垃圾网站做了链接,会影响你的网站受负面影响。这样搜索引擎当然不喜欢了。

##### 第六:网站内容的健康性

百度搜索引擎拥有目前世界上最大的中文信息库,所以网站内容必须遵守中华人民共和国相关法律法规的规定。

## 百度不再支持 sitemapXML 地图文档

### Sitemap

#### 网站各页面列表的集合

编辑并提交 Sitemap 到百度搜索提升网站被百度蜘蛛的爬取率 有助于百度蜘蛛发现并抓取网页信息提高网站收录, 对于 sitemap 百度规定了三种形式包括 XML, TXT

和 Sitemap 索引格式, 一般 xml 形式包含信息多一些, 如更新时间和重要度, 而 txt 只包含网址, 所以大部分网站都是用的 xml 格式

如何玩

普通收录

死链提交

快速提交

结果

网站推送和死链提交只能使用手动方式了, 网站自然收录会成为一大趋势, 从而让一些做灰色 SEO、站群的网站减少收录

百度竞价 ocpb 全方位优化指南 (含 9 大类型, 覆盖 23 种场景)

进二阶后: ocpb 成本超出 CPA, 该怎么操作?

01. 前一周属于学习期 (常规门槛&零门槛前 3 个自然日为学习期, 低门槛前 7 个自然日为学习期), 建议尽量减少账户操作, 如果随意频繁非正常调整, 会导致 CPA 持续波动。

02. 请确保合理设置成本 CPA (CPA 设置超过系统推荐值的 80%), 如 CPA 设置不合理, 会导致消费下降, 引发 CPA 波动。

03. 转化数据稀疏场景 (CV<5/天), 日维度的转化效果存在波动为正常现象, 按照周粒度核算, 或累计 20 个转化后核算效果。 (转化<5/天, 且对天维度效果平稳要求较高的, 建议尝试点击出价系数模式投放-eCPC)。

04. 进二阶之后, 绝大部分账户在 3 天内会实现稳定。如遇连续超出设置 CPA、且无异常调整账户场景, 系统会针对初期的波动给与自动赔付, 具体的赔付规则参考账户操作后台展示规则。

加词、删词、否词的正确操作方式

Q: 应该加什么样的词、多久加一次、每次加多少词, 才能保证投放账户

有量且不波动?

加词的操作可能会带来一定的账户波动, 投放包波动幅度的大小与加词数量成正相关。具体建议如下:

01. 常规加词操作

每次加词操作不超过投放包关键词总量的 50%, 且添加完成后建议观察 1-3 天。当投放包稳定后, 再进行下一次操作。

02. 短时间存在大批量加词需求

① 建议新建投放包, 一次性添加所有关键词;

② 采用 0 门槛进行快速进阶;

③ 稳定 2-3 天后, 如果新建包 CV 规模很大, 可独立投放; 如果新建投放包 CV 规模较小, 建议可加入原投放包投放。

Q: 什么样的词应该删? 要删多少词、多久删一次, 才能波动最小?

01. 30 天内无展现关键词: 可以进行删除, 不会造成效果波动。该部分词会在关键词列表里显示为冷门词, 也可从优化中心-移除冷门词建议中批量清理;

02. 关键词近 500 次点击未产生转化时: 可进行适当删除, 基本不会造成波动;

03. 除以上两种情况外: 不建议大量删词, 建议小量、分批删词, 操作之后建议观察 2-3 天, 稳定后再决定下一步操作。

Q: 应该多久否一次词、每次否多少词?如果非得实时否词,应该怎么办?

01. 存在少量不相关的关键词:可以通过精确否定进行调整,对应的关键词大量点击无转化时可以否掉;

02.存在大量不相关的关键词:需检查定向设置是否合理,可以通过优化定向,提升相关度。

注:若需要天维度/高频率进行否词,需减少使用短语否定,否则会严重影响投放效果;且高频否词会造成账户波动。大批量否词操作后建议观察 2-3 天,待投放包效果稳定后,再决定下一次的操作。

拓量之后,线索质量变差怎么办?

01. 尝试接入深度转化

02. 建议针对低转化的词进行否词

Q: 做了拓量的动作之后,CPA 飙升,CV 增长不如预期怎么办?

刚扩量时,账户成本会出现波动,建议拉长观察时间周期,预期会回到正常。若 3 天后成本还是超出,可以提交风铃反馈。

Q: 有恶意刷量问题怎么办?

01. 提交无效线索问题排查,可以联系自己的客服,或者通过营销通-线索报告-线索详单-问题反馈提报无效线索问题;

02. 通过商盾——IP 屏蔽,屏蔽恶意刷量的 IP;

03. 使用 BCP/爱番番,标记无效、恶意线索。回传 oCPC 模型;

04. 邮件申请剔除,以防影响后面模型正常的投放。

点击量与转化量同时下降怎么办?

01. 是否存在账户操作

判断近期是否进行删词、否词、落地页内容修改/URL 更换、创意修改/新增等,如存在,回滚操作。如不能回滚,继续调整优化或提高 cpa。

02. 使用诊断工具

如果不存在以上操作,可通过诊断工具从行业流量、胜出率等维度进行问题定位。

Q: 点击量不降但是转化量下降怎么办?

检查转化通路是否正常,若果使用 BCP 咨询工具需要与对应咨询工具客服沟通,确认是否存在问题。

百度竞价创意怎么写点击率高?

创意撰写第一式——“如何”提问式

适用竞价关键词:疑问词

注意:创意撰写“如何”式在竞价中要慎用,因为很有可能将你的点击率做的非常高,而转化特别少。

创意撰写第二式——三方证言式

适用竞价关键词:机构、厂家这些词

CCTV 上榜品牌,国家跳水队制定用品,中石化合作品牌、ISO9000 认证

创意撰写第三式——巨大承诺式

适用竞价关键词:比较类的关键词

如“xxx 哪家好”、“xx 好不好”



因为,用户这个时候进行搜索,并不知道哪家好,所以你在创意中作出承诺之后,用户会认为你比较好

比如:终身免费进修;10 年售后质保;7\*24 小时服务;12 小时极速响应

创意撰写第四式——行为引导

通过关键词、引导固定人群访客,去引导访客的心理或行为,给用户一个行为的指令,让用户去咨询、点击、观看、留言。

比如:

“认真看完”、“白领女性必读”、“江浙沪包邮”

“点击查询 xxxx 产品最低价,咨询客服了解详情”

创意撰写第五式——突出卖点

适用竞价关键词:产品词、通用词

如“xx 汽车”、“xx 培训”、“xx 加盟”

通过卖点突出,体现你的价值,体现你的优势,摆脱用户的某些顾虑。

比如:

5 分钟切割 300 张高强度精钢,误差小于 15 微米

金牌讲师任教,18 年一线经验

创意撰写第六式——成交吸引

适用竞价关键词:产品的长尾词

如“XX 产品的价格”、“xx 好不好”、“xx 怎么样”

通过成交案例撰写,打消用户顾虑。

比如:

卖疯了,3 天销量突破 200 万,你值得拥有

创意撰写第七式——数字罗列

适用关键词:价格词

价格词往往能够凸显你的性价比,强调你的产品价值

优惠促销:8 月前 xx 名,领取 xxxx——点击率高

强调性价比:赵阳竞价培训费用,50 次课程迭代,365 个核心知识点,1234 名学员终身代言——质量高

“优惠促销”和“强调性价比”两者区别:优惠促销点击率会更高,强调性价比线索质量相对较高。

创意撰写第八式——用户引导

适用关键词:通用词

像“餐饮加盟”、这些大词

与行为引导有点像,但是“用户引导”强调的是控制人群,利用人群标签,对受众做一些引导,做一些规避。

比如:

年入 5000 万的老板才有资格;

竞价老鸟突破瓶颈必备课程

百度竞价广告为什么有点击无咨询?

流量层级

流量数量和流量质量都有会导致账户有点击无咨询。

### 1、流量数量

流量数量减少, 进到页面的人很少, 对话率很低, 这种情况小预算账户最常见, 这是因为点击均价高或者消费不出去导致的流量基数少。

均价高, 我们就应该降均价, 那问题来了, 均价降多少合适? 如何判断目前均价是否合适? 此时就需要找到最合理均价, 给所有的关键词出价都要围绕最合理均价, 只有把均价降下来, 点击数量才会增加才能打破这个现象。

### 2、流量质量

有两种情况: 搜索词和关键词毫不相关, 导致无关流量太多, 所以对话率下降, 此时就要屏蔽不相关的流量, 及时纠正流量方向。

另一种情况就是搜索词和关键词很相关, 但就是没对话, 可以查看搜索词报告, 如果消费高的词都属于第一阶段, 用户只是在收集信息, 并没有购买需求, 那就不会产生对话了。

## 页面层级

### 1、抵达问题

抵达率是我们分析账广时首先需要分析的, 不然其他的分析将没有意义。

如果抵达率只有 40%-50%那就意味着有一半的钱是浪费掉的, 移动端抵达率在 80%以上、PC 端在 90%左右才是合格的抵达率。

### 2、页面相关性

着陆页对整个的竞价推广有着决定性的影响。即使流量相关, 页面太差, 也很难取得好的推广效果。

### 3、页面转化能力

好的着陆页能让竞价推广事半功倍原来我们拼关键词, 后来拼创意, 现在需要拼页面了, 如果页面的承载能力不行, 就需要及时更换页面。

## 黑帽 seo 收徒百度快速收录权益获取与使用说明

### 快速收录

开发者可通过快速收录工具, 向百度搜索主动提交站点新增的高时效性资源, 缩短爬虫发现网站链接的时间, 一般情况下 48 小时内即可实现收录。

需要注意的是, 快速收录仅限于提交移动端页面及移动端自适应页面

### 如何优先获得快速收录权益

开发者将站点与小程序相关联, 提交适配规则, 顺利将较多的 H5 资源替换为小程序资源, 使小程序在百度搜索中获得较多分发与展现, 就能优先获得快速收录权益。

如果开发者尚未开通小程序, 且在快速收录工具界面有“一键创建并关联小程序”字样, 点击即可一键创建并关联小程序, 然后便可以参考《配置 URL 适配规则》提交适配规则, 将 H5 资源替换为小程序资源。

如果开发者尚未开通小程序, 且在快速收录工具界面没有“一键创建并关联小程序”字样, 可在智能小程序开发者平台参考《智能小程序注册指导文档》创建发布小程序, 然后参考《关联 H5 站点》关联站点, 最后提交适配规则, 将 H5 资源替换为小程序资源, 可参考《配置 URL 适配规则》。

如果开发者已开通小程序, 可直接在智能小程序开发者平台关联 H5 站点并提交适配规则, 可分别参考《关联 H5 站点》《配置 URL 适配规则》。

特别提醒的是，一个小程序只能为一个站点带来权益，请开发者合理设置关联，确保小程序与 H5 站点的稳定关联状态，以便权益正常使用、适配正常生效。如果站点与小程序的关联关系不在了，快速收录权益也将失效

#### 资源提交与数据反馈

快速收录包含手动提交和 API 提交两种方式，使用 API 提交时请使用平台提供的最新接口进行推送。

提交资源即占用配额，请谨慎选择提交方式，并尽量保证站点符合移动体验标准，提交优质资源。开发者可参考《百度搜索优质内容指南》及《百度 APP 移动搜索落地页体验白皮书 5.0》，优化资源质量。

另外，如果网站已通过 HTTPS 认证工具验证为 HTTPS 网站，请确保所提交链接的协议头为 HTTPS。

提交资源后，可通过“数据反馈”查看资源提交量及收录情况。

## 百度热议

### 平台

微博热议

好看视频

百度动态

### 热议技巧

权重

认证

超话

购买

淘宝、qq

100

### 热议内容

垂直领域

关键词密度合理

原创

文字+图片

去广告图片切图

文字+短视频

视频水印

视频声音

### 选词

搜索量

关键词指数

开词

微博数量

收录

内容  
每天 10  
原创  
搜索量

## 百度上线百度搜索算法规范详解

### 关于页面内容质量

#### 飓风算法 3.0 ——主要针对页面内容质量问题

飓风算法主要针对网站恶劣采集文章问题和跨领域采集问题，还有站群问题

#### 劲风算法 ——主要针对恶劣聚合页问题

劲风算法主要打击恶意构造聚合页，页面不提供文章主体内容，大量采集拼凑内容，页面内容与标题及页面中标记的标签不符等问题对搜索用户的影响。

#### 细雨算法 2.0 ——主要针对 B2B 领域低质问题

细雨算法主要打击 B2B 行业企业网站：标题作弊及误导，title 中堆砌相近关键词，title 中穿插特殊符号，title 中穿插广告信息，正文大量采集，空白页内容不完整，随意拼凑，乱排版，利用字符大量穿插广告，配图附带水印广告，商品信息价格不对称，虚假功能等问题

#### 蓝天算法 ——针对目录交易问题

蓝天算法主要打击新闻类站点售卖软文、目录等问题

### 用户需求满足

#### 清风算法 1.0 ——主要针对页面标题违规问题

清风算法 1.0 主要打击通过页面标题作弊，标题和页面内容不相符，欺骗诱导用户点击，非官方网站但标题为官网，标题关键词大量重复 标题大量堆砌语义相近的关键词标签，标题表述部分虚假，欺骗用户并获得点击的行为

#### 清风算法 3.0 ——主要针对下载站违规问题

清风算法 3.0 主要打击下载站点及智能小程序的欺骗下载、捆绑下载，诱导下载，虚假软件和窃取用户隐私等伤害用户的行为

#### 信风算法 ——针对虚假翻页诱导问题

信风算法主要打击网站或智能小程序利用翻页键诱导用户跳转网站目录页和站外广告的行为

### 用户体验友好

#### 冰桶算法 5.0 ——主要针对移动落地页体验问题

冰桶算法 5.0 主要打击落地页加载速度过慢，排版布局不规范，落地页乱插入虚假广告，色情广告，网站未做移动适配自适应、小程序功能不符合用户习惯等问题

#### 内容权限规范 ——针对用户权限问题

关于权限问题主要打击 强制用户完成网站注册或登录 强制用户下载相关 APP 强制用户在 APP 内查看内容 强制用户完成其他要求行为

### 搜索公正及用户安全

#### 惊雷算法 2.0 ——主要针对恶意刷点击问题

惊雷算法主要打击刷网站恶意制造作弊超链”和“恶意刷点击”的作弊行为。针对作弊的网站，将会受到限制搜索展现、清洗作弊链接、清洗点击的处理，并将站点作

弊行为计入站点历史，严重者将永久封禁。

烽火算法 3.0 ——主要针对恶意劫持行为

烽火算法 3.0 主要打击网站“窃取用户数据”，跳转劫持，后退劫持等恶意劫持站点的行为，针对作弊的网站将会，进行限制站点在搜索结果中的展现，严重的永久限制站点展现

被黑相关——针对网站被黑问题

网站被黑，通常表现为网站中出现大量非本网站发布的类似博彩内容，或网站页面直接跳转到博彩页面，出现以上页面说明网站安全存在严重问题或漏洞，需要及时处理防范。

## 百度上线站长工具“百度诊站”\_网站健康检测

核心

一款专业检测网站健康度及运行情况的工具，还可以检测网站基础信息、SSL 证书、安全状态、备案信息、企业信息等，并且根据你网站各方面的情况来评估你网站的热力指数，给你网站优化提供参考依据，使你的网站关键词排名更靠前

一、基本信息

建站系统 这个参数，如果能够检测出来是哪个 CMS 搭建的站点，或者检测出来网站的框架，说明百度在抓取网站的时候会分析网站的程序（事实上百度在抓取的时候会按照常规的 CMS 路径去抓取网站，从而判断网站的建站系统）

百度上搜热力值

二、浏览器表现

检测网站在主流浏览器上面的访问表现，乱码，变形，适配等等问题，简单来看就是检测网站的代码是否陈旧，与主流浏览器是否兼容

三、网站证书信息

http 证书不可信，https 证书可信，主要就是判断网站 https 证书颁发机构是否可信，证书签名是否有效

四、网站安全检测

常规的网站漏洞检测，没啥卵用，在百度统计后台，网站安全板块有同样的功能

五、站点企业信息

站点企业信息，调用的百度爱企查

## 百度收录的 url 提交

收录方案

主域名、单站链接、泛站链接、外推留痕、软文链接、二级目录链接

提交方案

百度最近针对于收录暴涨域名会进行 K 站处理.个人建议域名质量低下的，每天收录量不超过 1000 条，域名质量中等的不超过 2000 条，大战控制在 5000 条内(收录量不等于

提交量, 收录比例自行测试)

效果

收录和域名、内容、模板质量密切相关

黑帽 seo 收徒百度收录减少收录下降原因分析及解决方案

内容

外部平台运用已站数据

内容到高质量平台

处理: 运用站长平台链接提交工具的主动推送功用, 及时提交网站新呈现的链接, 延迟将内容调用到其他平台的时间

被镜像

处理: 关注域名解析平安和效劳器平安;绑定独一可解析的域名或独一可访问的 url;页面内容中链接运用绝对地址

内部 url 统一

多域名都能够 200 状态正常访问网页内容;一域名下呈现多种 url 方式能够访问相同内容, 如大小写 url、url 规则变卦等

处理: 选择主域名(或主 url), 其他域名下的一切 url 都 301 重定向到主域名(或主 url), 并站长工具提交域名改版(或目录 url 改版)

站点受喜爱度下降

网页内容相关

内容质量度降落

处理: 进步内容质量度, 详见百度站长学院相关内容;根绝简单拷贝, 多做整合信息

更新量及频率降落

处理: 稳定的更新频率, 视内容开展状况, 扩大编辑团队, 消费更多新内容, 让网站索引防止降落, 持续增加。(当更新量及频率降落明显, 那么配额就会降落, 首先表现抓取频次降落, 招致索引量降落)

时效性信息消逝

处理: 时效性的信息, 大局部普通在数据库不会长期保存, 所以需求持续发掘新的时效信息点, 整合相关内容

局部区域呈现不良信息

处理: 根绝大量外链软文、恶劣弹窗广告、非法敏感类信息、特地针对搜索引擎作弊的内容等

冒犯惩罚算法

处理: 关注站长工具音讯和百度网页搜索动态。按官方公告阐明来整改站点, 并停止反应, 然后等候算法更新

特型 url 不被信任

处理: 定制各类 url 的索引查询规则;定位索引量降落的特型 url;排查该类 url 当日、前一日、本周、历史索引状况;找出未被入库的数据可能存在的问题;处置完后, 加强该类 url 与百度数据沟通(途径有 sitemap、批量提交 url、数据推送等)

站点被搜索引擎信任度下降

A、非法投票嫌疑(链接工厂等)

处理: 珍惜本人页面的投票权, 关于劣质网页坚决不投票, 尽量减少站点的导出链接

B、主题变动(如从教育范畴跨入医疗范畴)

处理: 将旧范畴的网页停止死链处置后向百度停止提交, 封禁相关旧 url 的被访问权, 然后再上线新主题相关内容, 增强对百度的数据提交

C、受牵连

相同 ip 下非法站点偏多, 同一域名一切人举行的网站大都被惩罚且状况恶劣等

处理: 分开恶邻, 获取搜索引擎的各产品的相关反应方式, 恳求给予解禁, 等候恢复正常索引

D、政策性缘由

如香港主机、国外主机站点由于各种你懂的缘由, 稳定性可能较差

处理: 国内主机备案, 合法契合政策运营

百度

配额

数据异常错误

错误惩罚

地域性数据异常

接口调用数据错误、数据丧失、数据备份衍生异常

网页模板相关

主体内容区域对蜘蛛的限制

处理: 取消登陆查看信息等限制, 让蜘蛛便利畅快的"采集"到己站数据启用了蜘蛛不友好的技术

处理: 对需求蜘蛛辨认的内容, 不要启用对蜘蛛不友好的技术来调用响应式模板干扰蜘蛛辨认页面类型(pc、移动)

处理: 提交特定的 url 对应关系(尽量 parrrten 级);meta 标志移动版本 url 及合适阅读的设备;自主适配;加强 pc、移动不同模板源码标签的辨别度, 协助百度辨认页面类型

源码相关

robots 声明

url 规则

错误页面

被入侵

DNS 问题

稳定性

可访问性差

屏蔽百度 ua 或 ip

防刷压力值设定

百度首页和百度 SERP 的新闻是怎么做上去的

百度首页新闻是什么，有什么价值？

百度首页是指百度 PC(baidu.com)、百度移动端(m.baidu.com)以及手机上百度 APP 打开第一屏。

形式

百度热榜

百度 PC 新闻

百度 APP 新闻

SERP 搜索结果页面。再白话一点就是，你在百度搜某个关键词后，百度给你看到那个结果

一是达到品牌宣传曝光

二是加深用户对你品牌好感度

百度首页的新闻来自哪里？怎么做？

百度自家生态之百家号里的内容

百度 SERP 的新闻来自哪里？流程是什么？

第一步，制作需要宣传品牌/产品的原创软文

第二步，先择合适的需要发布的媒体平台

第三步，提交到可以发布各大媒体平台的后台

第四步，等待审核通过，即发布成功，不成功会退稿说明

第五步，对发布成功的新闻稿件进行相关 SEO 优化

百度新闻源文章百度排名机制和主要因素

1、百度新闻源文章排名机制

搜索关键词出现的文章排名都非当天当周，甚至当月的

新闻源

一是用了 VIP 模式，二是大的网站如公信度高的官媒依然是百度新闻源网

站

规则

百度现在针对新闻源的收录周期缩短了，但是排名周期却加长了

如果所做的这个词热度越高，保持在百度 SERP 结果时间就越短。一般也就保持在首页 1-3 天，因为百度新闻上这个是考虑时效性的哈

2、影响新闻文章的百度排名有哪些因素？

第一个因素：文章标题、内容与用户搜索关键词相关性匹配度高

发布一篇新闻文章，而这个文章的关键词密度，关键词出现位置，标题相关性都要很高，尤其标题包含。而且，还有文章里出现这个关键词的近义词、相关词、引申词等。还有，文章要在关键词的相关词也要做到语句通顺，自然而然。

第二个因素：新闻文章本身的外链数

第三个因素：我们所发新闻软文所在媒体栏目页本身的权重

选择正规，大一点的新闻平台。还有就是对于高质量文章，我们可以一稿多发高权重媒体，同样的关键词，要提升数量，只有量变才能达到质变哈

第四个因素：你的文章的点击率，以及用户进入页面停留时间

怎样提升百度 SERP 的新闻排名？

一、新闻文章标题要求

1、文章标题写作要求和处理

最主要的是不要语句不通顺，更不要有错别字。还有写一些不通顺的病句之



类。标题主题与内容不符，多余空格等

## 2.新闻文章标题的字数要求

一篇新闻标题尽量在 15 到 40 字之间

## 3.新闻文章关键词密度要求

标题中必须包含关键词。整篇文章，所优化关键词占 2%-8%密度。主要关键词在首段要出现 1-3 次，尾段要出现 1 次，文章中间部分也好适当放些关键词

## 二、新闻正文内容要求

1、新闻文章正文第一段最好是原创，字数要求 50-150 字哈，而且，第一段必须出现主要关键词 1—3 次。

2、新闻文章正文内容主要关键词必须在文中出现 3—6 次，但千万不要可以堆砌关键词，尾段必须出现一次主要关键词哈。

3、新闻文章正文内容不能少于 300 字。文章里面对图片要求，不要过大，尽量不超过 500K。

从百度 SERP 对新闻的主要因素着手

外链

点击率，搜索点击，停留时间

## 百度搜索升级冰桶算法 5.0

### 核心

主要打击网站调起 APP 的行为，类似点击“阅读全文”强制跳转 APP 下载页和百度搜索结果中点击搜索结果调起 APP 都是打击的对象，直接点讲就是百度禁止网站出现在百度搜索结果页中点击搜索结果链接跳转到其他 APP 行为

### 惩罚

首次发现网站 APP 调起，限制网站展现一个月，二次发现，限制展现三个月，三次及以上，永久限制展现，直接 k 站

### 体验

一方面是为了提升用户体验，网页强制推广 APP 行为确实遭人烦，另一方面，应该就是百度在控制自己流量闭环，部分网站拿百度的流量往其他家搬百度肯定也不干

## 百度搜索引擎大更新和小更新的时间

搜索引擎每个月大更新时间是什么时候？

每个月大更新时间分别是每月 11 号和 26 号左右，特别是每个月的 26 号，是更新幅度最大的时候

一般来说，判断大更新，是通过大幅度 K 站、大范围降权等来判断的，这也是百度搜索引擎的重要特点

搜索引擎每周小更新时间是什么时候？

每周的周四前后，一般来说更新时间是在周四的凌晨四点左右更新，这个更新会让之前收录没放出来的链接都放出来

大概到中午的时候，搜索引擎会对搜索的关键词重新进行排名调整，经过了调整之后才会有流量上的大的转变

## 百度搜索引擎去重算法解读

文章中句子最长替换

网页特殊识别

url

标题

标题重写含关键词

标题加权重词

摘要

作者

发布时间

正文

微信公众号

书籍

上下篇

tag

相关推荐

图片

黑帽 seo 收徒百度搜索资源平台：网站备案是评估权威性的重要因素

权威性的作用

1.对用户而言：

为用户提供可信赖的权威结果，能够提高用户的信任，用户可以获得专业可靠的信息。

2.对开发者/创作者而言：

生产权威可信的内容，有利于提升曝光度，获得更多的搜索流量。

权威性的评估对象

权威性是能让用户对内容产生信赖感，不会对结果产生质疑的特性。

权威性的评估对象是内容背后的主体，而非内容本身。如果是网站维度发布的内容，需要判断该网站的权威性；如果是账号 ID 维度发布的内容，需要判断该账号 ID 对应作者的权威性。

如何评估权威性

1、靠谱——出身可考究：网站有备案或作者有认证

（1）对于网站而言，靠谱体现在该网站在国家工信部有 ICP 备案，不是无备

案无认证的网站。

主体备案号可以在百度搜索资源平台—搜索服务—站点属性中填写与修改。如果大家有备案相关的问题，可以在百度搜索资源平台的反馈中心进行详细描述。

(2) 对于账号 ID 而言，靠谱体现在该作者在对应的平台有认证，包括身份职业认证，领域认证，加 V 认证等。

#### 2、专业——术业有专攻：发布的内容领域相对专一

如果网站或者账号 ID 的定位是非综合类内容，那么其涉及的内容领域建议不超过两个；如果刚好涉及两个内容领域，两个领域之间应该有密切关联，方便用户理解与阅读。

#### 3、活跃——内容保持一定的更新频率

开发者/创作者需要保持一定的内容更新频率，如日更、周更或者月更等均可。

#### 4、领域——结合需求判断是否需要权威性

在用户的搜索需求中，部分内容并非一定需要权威性的结果，或者说在该内容领域下，权威性的作用并没有那么突出。

#### 权威性之官方结果

官方结果是指在某个搜索需求下，该需求唯一指向的结果，该结果拥有页面信息的唯一解释权。

若开发者想让百度搜索正确展现官方结果，需注意以下几点：

网站需对百度搜索开放，如果站点封禁百度，用户在搜索时百度就无法为用户展现站点的内容。

开发者主动完善网站信息，正确填写网站的标题、摘要、关键词等内容。

公立机构通过官网保护共建平台提交申请，即可在搜索结果旁展现“官方”标识。

注意：官方标识目前只对公立机构进行展现

开发者建站时应符合国家法规要求，网站及时进行 ICP 备案；

如果网站需要更换域名，请及时在百度搜索资源平台的网站改版工具来提交网站的改版关系，加速百度对已收录内容的链接替换；

开发者在生产内容时，建议提高自身的权威性，综合考虑综合性内容和垂直领域内容两种不同的路线，专精其中一条路线进行内容生产。

### 百度统计-商业版统计注册教程

#### 1.打开百度统计官网 <http://tongji.baidu.com/>

点击百度统计官网的注册弹窗--百度统计客户端版

#### 2.填写百度统计商业版的注册信息

#### 3.点击注册后就不需要填下去了，直接返回百度统计官网进行登录即可

百度图片搜索怎么优化、收录、排名和免费引流？

#### 5、百度图片搜索如何做引流？

1、上传图片时带上公司水印或者联系方式  
扫描二维码，免费领取 XXXX，扫码就有

2、一定要给网站图片添加 alt 及 title 属性  
内容上可以放一两个与图片主题、内容主题相关的关键词

3、图片命名一定要带有业务关键词或者长尾关键词

中大型的权重比较高的信息平台，如阿里巴巴、马可波罗、58 赶集等，开通账号并且大批量上传你的产品或业务图片

#### 4、百度图片搜索排名技巧

1、找到高权重第三方网站

行业的垂直网站

新闻类站点的图片索引与展现的排名相对靠前

2、做高质量网页内容

网页标题(title)覆盖图片 ALT 标签关键词

图片上下文，围绕图片相关内容，进行写作的。

图片里描述名称。需要排名的图片位置，尽量出现在网页上方第一张图片，最好是居中对齐哈。

3、提高网页加载速度

移动优先索引，确保首页加载速度最好在 1 秒以内

#### 3、百度图片如何做优化？

第一步：图片本身的优化

图片的尺寸和大小要注意。一般建议大于 450\*450 这个尺寸，图片过小对用户不太好。

图片的体积大小进行优化。一般网站图片过大适当进行压缩，增加打开速度。

图片中是否有第三方的水印。比如很多网站的内容和图片都是采集发别人的网站内容，但图片水印还是别人的。

第二步：图片与文字搭配优化

图片的 alt 属性的优化、title 标签优化、周围文字的优化以及图片命名

第三步：图片在网站中优化

图片建议要本地化上传，不要用网上图片。另外要善用“width、height”标签设置图片宽高调整。

#### 2、百度图片搜索收录基本原则

1、图片的网页维度

1.1、图片与所在的网站主题一致，这样百度图片搜索认为该网页图片可信度高。

1.2、图片所在网页的周边有相关文字描述，以及图片做了 alt 标签属性。

1.3、图片所在的网页没有权限要求，即不是要登录才能查看网页内容及图片

2、图片的网站维度

一是百度对于网站有一个评分，一般网站较好排名，其网站图片也会有好的表现。

二是图片所在网站的稳定性了

3、图片的自身维度

图片清晰度

图片尺寸适配内容

图片水印

新奇特图片, 或者说稀缺图片

#### 1、百度图片是什么, 有什么好处?

一是现在百度 APP 日活 2 亿+, 而使用百度图片搜索每天也有百万级以上, 潜在用户量多。二是如果能把自己的图片让百度收录, 就有可能吸引大量免费流量。

百度网址移动搜索展现形式改变, 品牌词代替

用品牌名称代替网址展现

只需要在百度资源平台那里做一个申请就可以了, 对网站的要求也比较简单, 基本上是申请就过了

百度与谷歌 SEO 基本对比

思路

1

挖掘用户的搜索需求(搜索关键词), 通过合适的内容去满足用户  
跟进搜索引擎的新技术和算法, 调整 SEO 策略方向

2

搜索引擎的排序逻辑、核心环节、主要算法是相同的

排序逻辑, 主要是根据网页和 Query 的相关性、权威性和专业性、发布和更新时间、用户体验、域名得分等

搜索引擎的核心环节, 都是抓取、索引、排名; 主要算法, 比如链接算法、分词和倒排、TF-IDF 算法, 也都是一样的

3

SEO 的观察指标、运营系统也是一致的

根据搜索引擎的核心环节, SEO 观察指标一般都是抓取数据、索引数据、流量数据, 以及业务相关的转化数据; SEO 的运营系统, 比如 sitemap、robots.txt、TDK、内外链、移动适配、结构化数据等, 也都是一致的。

文档和工具

官方指南

百度搜索引擎优化指南 2.0

Google Search Engine Optimization (SEO) Starter Guide

站长工具

百度站长工具

Google Search Console

通用 SEO 工具

爱站

5118

站长之家

Ahrefs

SEMrush

SimilarWeb

指数工具

百度指数

Google Trends

媒体

百度站长工具

SEO 每天一贴 - Zac 博客

Google Webmaster Central Blog

Search Engine Roundtable

Search Engine Land

## 百度最新算法规则更新

### 百度大调整后的最新收录规则

(1)、新的站点，几乎不是多需要去注重外部连接数量及质量了，只需要你尽量做好站内内容的质量和经常更新即可

(2)、百度对新站的收录时间简短，从以前的半个月到一个月时间，简短到现在的一到两周。

(3)、多次测试，发现百度网页的大更新是以前的星期三更新，更改为星期四更新。

### 百度调整后的网站排名的新规则

(1)、百度进一步提高了自身产品关键字排名的顺序，包括百度百科、百度地图、百度知道、百度贴吧等属于百度自己的产品，还有就是和百度自己合作的网站权重也提高了。

(2)、百度排名次序由原来的每星期调整 1 次排名，到现在 1 天都有可能 3-4 次的排名调整。

(3)、百度对信息比较真实的网站排名会靠前点，公司性质的网站要比个人性质的网站排名更有优势；同时，还发现对于一些垃圾站点，抄袭网站、模仿网站百度一律不予排名了

### 百度对网站的内部链接和内容的新规则

(1)、网站页面、站点里面有大量 JS 代码内容的给予适当降权处理；

(2)、网站有弹窗广告这样的站点，百度给以降权处理；

(3)、参与 AD 联盟站点的给予适当降权；

(4)、友情连接过多的站点，或者是不雅站点友情链接网站的，给予降权处理；

(5)、导出的单向连接过多，给予降权处理，

### 关于网站外链权重的新规则

(1)、博客评论和论坛签名百度现在已经不给予外链权重

(2)、对大型门户网站的外链权重有一定的加强，对门户网站的外链权重算法也做出了调整

### 百度排名算法的新规则

从百度关键词排名对网站收录方面来看

①、收录周期缩短，特别是新站，收录已经从以前的一个月缩短到一周左右的时间。

②、网站收录收录页面有所增加。

③、新站收录几乎不需要有什么外部链接，只要有内容就行

④、近期观察发现其更新时间也变了：白天更新是 7-9 点下午 5-6 点，晚上 10-12 点；周三大更新，调整为每周四大概凌晨 4 点更新。

每月大更新的时间是 11 号和 26 号，特别是 26 号，更新幅度最大，K 站也是最多的。企业站内容较少的话，建议每周四前更新一下内容，内容多的话，最好是天天更新 3 篇。

从百度对关键词排名方面看

①、百度进一步对自己产品枢纽词排名次序加强，百度自己的产品主要有百度知道、贴吧、百科等。

②、百度赋予了自己合作伙伴很好的关键词排名。

③、百度排名次序调整后周期缩短，原来一个星期进行一次排名，现在是一天三四次的排名顺序调整。

④、多次测试发现百度对于不同地区、不同城市、不同网络排名位置也有所变化，例如湖南与广东；长沙与深圳；电信与网通等排名位置都不一样。

⑤、百度对公司网站排名较之个人网站排名有优先权，这可能是百度对清理网站低俗内容专项的一种举措，又或者是百度对个人站不放心的缘故所致。

⑥、百度认为是垃圾站的排名也不好。由于有个别网站为了省时、省事、省心，就使用了相同的模板，结果百度调整之后，百度流量就基本上缺失，以至于有些站基本上就没有什么流量。

⑦、权重高网站要比权重低的网站好很多。纵观站长网，在这次调整中不但没有泛起关键词排名降低，相反得到了晋升，这可能就是站长日精于勤的缘故吧。

⑧、百度对搜索引擎的人工干涉进一步加强。如果你的网站关键词排名很高，而内容简单，无更新，虽然从百度过去的流量很大，如果百度就有可能通过人工干涉干与，给你网站关键词降权甚至百度收录中剔除。

### 关于用户体验的新规则

百度加强了站点用户体验提升，对用户体验不好的站点进行了降权

### 百货 10 天起店

首先准备一个店

店铺要求是正常卖货的店铺 有一定销量基础的

不要开完没上货的店铺 这种店铺上货直接死 要刚开的个人店铺或者企业

店正常有货在卖的店铺 这样的店铺风控力度小

把默认地址修改手机号 不然会打爆

需要用到的软件

发发

采集拼多多数据

采集指定类目 下面图片有

小鸭淘客助手

上传拼多多数据

上传时出现限制 ip 购买联动发卡 或者多弄几个手机号

上传是出现限制的话可以购买上传链家  
<http://www.bxfaka.com/details/0F20F9FA85A86FA2> 联动发卡一天有几个就可以

选品和操作

确定类目、价位

百货类商品 拼多多应季数据 价格 30-80 元 销量 1000 以上爆款商品 优点:  
采集拼多多数据优点在于价格低商品能持续爆发 缺点:在于拼多多极限词过多很多不能同步淘宝物流

原店铺商品清理无流量 把有销量的商品留 1500 左右就可以 之后补拼多多应季数据

数据上传到 3000 左右既可以

软件设置

发发

采集拼多多数据 按图片设置就可以

里面有的采集拼多多的功能

分采集 上货按照品类分别去上

除原有商品外 拼多多数据须把上图这些类目上满

小鸭淘客助手

上传拼多多数据 按图片设置就可以

每次上传时先登录些小号

运费模板

设置一个 45 天发货的运费模板

设置统一运费模板

上传

直接上架 每天 300 数据 淘宝官方限制

店铺上货后操作

上货后全店 1.8 折 开始压单 压到 9000 单

设置优惠券满 6 减 5 淘客佣金 30%

注意不要让淘客推爆了

设置自动回复

在的亲, 元旦活动火爆来袭, 12.13-1.1 日所有宝贝厂家疯狂促销, 只需二折就能购买, 能拍的都有货的, 劳烦亲下单确认宝贝属性以及价格, 下单后我们会尽快安排发货的, 退款的亲, 麻烦选择理由其他我们会优先处理您的订单哟

店铺后期操作

压单操作

压单压到 2000 单时把淘客开到最低, 订单达到 4000 单发一次 5000 单发



一次 6000 单发一次 基本上就可以了  
发货操作

我们百度搜索菜鸟果果 查询以中国邮政为例 这个单号都能使用 只要显示待揽收的我们就能用复制好直接用这个使用淘宝助理批量, 后面的直接+1 发货即可, 发空单能极大程度避免店铺出现大量未发货, 按百分之 30 比例发货

#### 投诉处理

投诉分两种 第一种是未超时发货的 看下单日期 确定没有超过 45 天的直接截图

#### 直接上图拒绝

超时发货的 同样我们点击拒绝 上图

上图拒绝他 多做一些转账金额的 5 元 10 元 20 元 30 元的 按买家下单金额赔付 50 以下的 5 元 100 一下 10 元 100 以上 30 元的图 拒绝理由 已自主赔付。

#### 盈利操作

以这样操作 店铺访客会累积上升, 看你个人能力, 我这边是压了 9000 单店铺基本可以回折了, 例如各项指标都符合, 晚上过了 12 点先改回盈利折扣, 然后关闭未付款的订单, 再将运费模板改回 72 小时。

#### 后期操作

虚拟折扣 做比实际卖价低一折 前期低价售卖直接涨价 价格落差大  
客服及时处理售后

### 保健品

#### 年龄

##### 重点年龄

25-40

若前期有量, 用智能放量让系统自动扩年龄, 寻找兴趣行为相同级别的年龄人群扩量

##### 测试年龄

18-50

#### 性别

##### 重点性别

女

##### 通投测试性别

男女通投

看男女转化数量比例 (看男性转化成本是否高于女性)

##### 专门建立男性定向计划

少预算放量测试, 针对素材和文案, 测试男性转化成本与量级, 看是否需要单

## 独跑

### 地域

先全国通投、刨除港澳台, 以及快递到不了的区域

测试出计划量最大和转化成本较好的几个关键区域

成本 ok, 砍去成本高区域, 优化预算集中的重点区域

数据分析后, 拿出跑得好的区域单独建计划, 提高出价着重抢好区域的量,

计划下行在换素材, 音乐和计划

### 线下场景

家里、公司摸鱼、上下班刷抖音、旅游路上

针对商圈、住宅区, 进行投放

不太可能的场景: 农村、四五线县城、没有保健消费理念、消费能力低的地区、

### 时段

#### 关键时段

早高峰 7-10

午高峰 11-13

下班高峰 17-20

饭后高峰 17-22

睡前高峰 22-2

#### 凌晨抢量时段

如果可以把 23 后跑量开启, 冲击第二天凌晨的量, 用余量过度到第二天, 有可能一天的量就有了

### 职业

女性方面: 大学生、白领、家庭主妇、模特、网红、特殊自由职业者, 比较注重个人护理方面的人

### 需求

#### 短期需求

快速, 高效, 急速解决: 减肥、美白、健康等需求, 如见重要的人, 节假日后,

出去玩后

#### 长期需求

需要长期保护自我管理, 职业需要, 对保健品每天吃养成习惯的人

### 兴趣

#### 长期兴趣

少女

吃喝玩乐, 变美, 恋爱交友与, 学习, 找工作, 游戏, 明星, 追剧, 言情

## 小说

青年中年婚后女人

孩子教育, 孩子吃喝玩乐, 自我提高, 家庭, 两性情感, 自我保护, 生活

刚需, 职场, 副业, 父母

#### 通用兴趣

化妆品, 衣服, 情感, 生活服务, 教育, 旅游, 宠物, 日常, 吃喝玩乐, 健身,

## 瑜伽

### 消费预算

客单价高

有钱不在乎

对 SKU 买 X 送 X 比较认可, 心里觉得实惠

试用完有效果大批量购买

客单价中

觉得一件性价比太低, 但又有所怀疑

只买适量不多屯着的习惯, 用完再买

客单价低

消费能力低

想买一件试试

头脑可能比较冷静, 冲动消费欲望低

平台

常用 app

主流电商平台: 淘宝天猫, 京东、拼多多、唯品会、苏宁

社交 咨询社交、情感社交: 微博、qq、小红书、微博、陌陌探探、soul

游戏类: 王者荣耀、吃鸡、消消乐、奇迹暖暖、阴阳师、恋与制作人

长视频: 爱奇艺、腾讯视频、优酷、bilibili、人人视频

短视频: 抖音快手

工具类: 地图、浏览器、音乐播放器、支付类

生活服务类: 滴滴、美团、饿了么、大众点评、携程旅行

银行类 app

投放渠道

主流渠道: 主流渠道引流、主流渠道 feed 直播、小渠道微信加粉

## 保险代理人副业操作指南

门槛

执业证书

产品多佣金高的有保险师、i 云保

注册之后需要简单答题提交资料认证即可入职平台公司成为保险代理人

推广佣金有的高达 80% 以上, 自己买可以省不少 (自保件要和客服确认是否有佣金)

入门

关注十个以上保险自媒体号

聊十个客服人员

哪个保险推广佣金高

最近自媒体发文推哪个

健康告知最重要, 买保险之前核保一定要弄清楚

如果是自媒体或企业端推广, 可以选“慧择网”“大特保”之类的平台

## 备案的域名被抢注

### 总纲

域名过户以及主机管理帐号交接 但是网站的备案信息是我

### 域名

#### 备案

#### 体育投注

#### 网络净网

#### 警察打电话

### 解决方案

联系工信部那边注销备案信息

在网上填写了申请表之后,又给当地管局打了电话,得到注销备案的准确答复

## 被黑处理方案利用伪静态让木马失效

### 核心

不要弱口令,或者用最狠的方法,全站静态,禁用 php

temp、template、core、static 是指目录名,php 是指要禁止访问的后缀

apache 的伪静态设置

```
RewriteRule (temp|template|core|static)/(.*)\.php$ - [F,NC]
```

nginx 的伪静态设置

```
rewrite ^(temp|template|core|static)/(.*)\.php$ /index.php last;
```

### 拓展思维

禁止访问目录

禁止访问格式

## 必应 Bing 排名 SEO 技术:利用 AIP 批量 ULR 提升收录

### Bing 站长工具

有一个 URL 提交功能,与百度的自动收录推送功能相似而且是免费使用

### 必应手动提交 URL 功能

根据每个网站的内容数据不同和差异化,必应给网站提供的提交 URL 配额也不同

### URL 和内容提交 API

通过 API 可以让网站在必应上即时索引您的网站内容

### 什么是 URL 提交 API?

易于插入的 API 解决方案,网站可以在网站内容更新或创建时调用该解决方案通知必应,从而允许即时爬网、索引和发现您的网站内容。

### 什么是内容提交 API?

易于插入的 API 解决方案,每当网站内容更新或创建时,网站可以调用该解决方案直接将内容发送到必应,而无需等待 bingbot 爬网

必应网站站长工具 WordPress 插件

可打开和关闭自动提交功能。

手动向必应索引提交 URL。

查看插件中最近提交的 URL 列表。

从最近的提交列表中重试任何失败的提交。

下载最近的 URL 提交进行分析

黑帽 seo 收徒标题中插入“日期”有利于  
SEO 吗？

插入日期：年、月、  
日，甚至时间

#### 1、页面抓取

搜索引擎更加倾

向于抓取当下最新的内容，比如：即时  
消息，新闻热点，行业最新动态等，其  
中一个判断的标准往往就是通过页面的  
时间因子

#### 2、页面收录

与页面的综合质量，有直观的关系

#### 3、页面排名

当你试图在页面标题中插入时间与日期的  
时候，一旦这个页面在搜索引擎中收  
录。

由于标题个性化的标识，在某种  
程度上是可以直接提高页面点击率的，  
如果你的内容还是非常不错，那么在一定  
时间周期内，页面的综合质量评分是  
会有所提升的

#### 4、页面传播

对于页面社交网络传播，我们在做页面  
标题时间插入的时候，是存在一定打开  
率的，特别是这样时间因子即时的信  
息，往往在信息传播的过程中得到较高  
的关注。

社交网络中的展现一方面  
来自于用户的主动分享，另外一方面来  
自于平台的自动推荐，随着用户行为的  
不断增长，比如：频繁的收藏与分享，  
页面内容的评论，系统也会给予一定较  
高的推荐量。

不到 24 小时吸金上亿，区块链游戏有哪些你不知道的心机

### 1、区块链技术

因区块链技术的可追溯、不可篡改等特性  
降低了玩家对于资金方跑路的风险的担心  
智能合约安全性

### 2、key 分红机制

根据该游戏机制，key 随着购买次数不断升值，且买 key 的 eth 一部分需分红给之前买 key 的人。这就意味着，越早入局的玩家成本越小，收益越大；且有可能永远不是晚入场者

因为在“最后一位玩家将分得资金池中 48% 的奖励”刺激下，玩家往往分为两种心理，一为想要成为最后买入 key 的人；二为想要在最后一位之前获得分红的人。在后者心理中，只要最后一位玩家存在收益的可能性（即购买一枚 key 的成本 < 资金池的 48% 奖励），就不会认为游戏即将结束，且仍有获得更晚入场玩家分红的机会，但显然分红利率也是逐级下跌。照截稿时刻来看，1key 约等于 0.00501042 eth，资金池奖励已超 8 万 eth，差距悬殊，则由此玩家源源不断。另外，在整个过程中，玩家可随时提现。

### 3、战队分红机制

游戏设有四方战队（蛇、公牛、鲸鱼、熊），如游戏结束只要站队正确（即最后一位玩家所在队伍）也可获得奖励池余下 50% 分红。每个战队的不同属性决定了：赢家队伍的球员在游戏结束后如何分配筹码与分红

蛇队（渗透资本主义）玩家可最大化 P3D 持有者红利（20%）；公牛队（向上突破，永不停滞）可最大化自身红利（30%）；玩家鲸鱼队（以他人贪婪为食）则主要（25%）留存到下一轮 key 的筹码，投资第二轮；玩家熊队（独立，独自战斗）玩家则否定了 P3D 玩家的分红权，更倾向于分红自身以及投资下一轮。

了解各队分红机制

一为 Next round

即投往第二轮资金盘的 key 筹码

二为 F3D 玩家，即此轮玩家

三为 P3D 持有者，即 3D 游戏的 ERC20 平台币持有者(当然目前只有 FOMO3D 这个游戏)，持币者不仅可在游戏结束时得到分红，也是一个增值币，每当有玩家买入 P3D 的时候，有 10% 的比例分给所有 P3D 持有者

每购买一次 key，玩家都可自由选择队伍。综合来说，玩家一方面站队获得分红，另一方面也可持有另一币种 P3D 作为风险缓冲，即使战队错误也可获得分红（熊队胜利除外）

### 4、邀请分红机制

最不济，玩家还可激活邀请系统，邀请的新用户每购买一次 key，邀请人就会收到 10% 的额外佣金。当前，已有不少玩家通过在网上发布游戏教程的方式拉到人头，对于大 V 来说，这一分红则更唾手可得

### 5、空投机制

如果玩家不肯不放过一丝薅羊毛机会，那么空投也是一个不小的甜头，eth 的空投几率与玩家投资的 eth 数量挂钩，25%-75% 不等。

### 6、两种玩法

游戏长线玩法，其特征主要是倒计时间长，key 价值增幅小、

短线玩法（快速诈骗）也即将面世。主要为速度游戏模式，一轮持续几小时或几天

即可，在资金盘筹资之初，key 的价格平均（价格取决于这一阶段 eth 总额），到了后期 key 的价格增长速度比长线更快，早期玩家优势将更加明显，key 每被购买一次倒计时则重新回到 90 秒

#### 7、不乏幽默的游戏术语

项目方也深谙传播技术，游戏中对于庞氏骗局毫不避讳，且大胆承认并着重强调。不仅游戏网址域名（exitscam.me）意指逃离骗局，邀请好友为“Bad Advices”，代码中更是标明：“WARNING: THIS PRODUCT IS HIGHLY ADDICTIVE. IF YOU HAVE AN ADDICTIVE NATURE. DO NOT PLAY.”，这一把骗局本质赤裸裸摆在阳光下的表现反而使人更为好奇。

虽然综合来看，游戏设计甚为巧妙，入场者似乎回本机会众多，但仍存在不少隐患，一方面是智能安全问题；另一方面 FOMO3D 基于的以太坊平台因交易量暴增已呈现拥堵迹象，gas 费用对于后入场玩家也是一个不小的成本问题。

而在火热之下，已有不少山寨产品相继跟随，但匆忙的“蹭热点”带来的问题也更多，已有名为 fomoshort 的山寨产品被曝智能合约存在漏洞，50% 的收益将悄悄进入开发者钱包。星球日报在此也提醒读者慎重投资

黑帽 seo 收徒不更新内容的情况下，如何提升网站流量？

合并现有重复关键词

- 1、URL 有一定的流量，保留流量最高的 URL。
- 2、URL 没有流量，保留外部链接资源最丰富的页面。
- 3、融合其他页面的关键词，对保留页面进行标题微调与内容更改。
- 4、重定向其他页面到留下来的页面。

完善有排行页面的内容

- 1、确定某个 URL 流量来源由什么关键词构成。
- 2、检索这种关键词，查看是否遗漏什么问题。
- 3、查看竞争对手相关内容页面，有哪些新观点

不会选择关键词匹配模式

关键词匹配模式的定义和区别

关键词匹配模式—精确匹配模式

精准匹配模式指关键词与用户的搜索词保持一致时才可触发广告

关键词匹配模式—短语匹配模式

短语匹配模式是指关键词包含在用户搜索词内，或是在意思一致的前提下，搜索词的前中后插入或变换顺序，如果系统识别出关键词的类目包含搜索词，也能获得展现机会

关键词匹配模式—智能匹配模式

智能匹配核心词指关键词的一部分通过手动或者系统自动识别

手动圈定核心词：账户提交关键词时，可以通过大括号手动圈出核心词(最多圈出 5 个汉字)

系统自动识别核心词：如果没有进行手动圈定核心词，系统会进行圈定核心词或关键词由其他匹配模式调整为智能匹配模式的时候，系统也会自动识别进行圈定。系统自动圈定的词，我们是看不到的

核心词会包含在用户搜索词中，而关键词中除核心词以外的部分会以智能匹配的方式找出语义及意图相关的搜索词

如何选择合适的关键词匹配模式？

关键词匹配模式一精确匹配模式

流量探索范围窄，流量过于精准，精确匹配竞争激烈，高价格抢排名，适用于精准的高质量流量，转化效果比较好的词，比如厂家词、品牌词。

关键词匹配模式一短语匹配模式

流量探索范围较宽，短语匹配模式较为灵活，容易获得潜在用户，适用于产品通用词、行业词。

关键词匹配模式一智能匹配模式

流量探索范围最广，流量多，各种词都可以获得很好的展现，只是流量不精准、转化率差，适用于出价低进行相关流量，针对于长尾词，发现更多的相关流量。

不简单 5 步在手游中引流

1. 在一款热门手机游戏中建立一个工会
2. 进工会的人都私聊加上微信，然后拉个工会群
3. 小号弄个漂亮的小姐姐头像在群里说这个游戏不好玩，要去玩另一个游戏了，大家要不要一起来玩
4. 群主说那大家都去玩那个游戏吧，接着把群解散
5. 群主私聊群发每个人问要不要跟大伙一起玩那个游戏，人多好玩，最后介绍一下游戏，把链接甩上

黑帽 seo 收徒采集的文章如何被百度收录原因解读

只有符合 SEO 的高质量内容才可以被收录

不一定原创才能被收录

权重高、历史长、大站老站，转载、抄袭别人内容，同样很容易被收录

对搜索引擎来说，谁是原创并不重要，大站的用户体验、信任度可能还要好一点，显示大站页面常常对用户更好。

如果你的内容很差，对搜索引擎来说，不一定就不是原创，很可能正相反，你认为的语义不通，一堆句子黏在一起，对不太成熟的原创判断算法来说，刚好才是原创，因为确实是其它地方没有的内容。比如你随机打出几百字，是不是原创，那肯定是啊。用户能不能读懂，那是另一个问题了。

所谓伪原创，是有一定技巧的，进行重新整理和排版，符合用户需求具有可读性，就有收录的可能性。



如果原创文章不能被收录，首先要确保原创度

一看其实不是，就是拼凑的。想骗过搜索引擎，但对自己还是得诚实啊，不能连自己都信了。然后要看网站结构，查看原始日志，文章被抓取了没有？也可以在百度资源平台提交，收录是很快的

## 拆迁律师人群画像

年龄

重点年龄

25-55

投放年龄段

性别

重点人群性别

男女 64

投放性别

地区

线下场景

办公室、商场

投放区域

时段

用户活跃时段

6-8 12-13 18-23

投放

职业

任何

需求

短期需求

装修、汽车、新闻资讯、房产咨询、理财、风水、租赁、投资

行业需求

消费预算

高-奢侈

中-正常

低-日常

分支主题 3

平台

常用 app

小红书、淘宝、微信、唯品会、keep、美柚

投放渠道

头条

## 产品知识库

### 产品百科

百度百科

搜狗百科

360 百科

产品相关概念百科

大品牌产品资料

### 电商

京东众筹前五

淘宝众筹前五

京东调研

最多人选

销量最高

评价最多

淘宝调研

最多人选

销量最高

评价最多

拼多多

抖音快手

### 产品数据

本产品资料

用户画像

年龄

城市

职业

收入

家庭

性格

喜好

厌恶

消费习惯

信息获取

市场调研

行业数据

阿里指数

店侦探&看店宝

消费众测

投资界

毛利计算

行业信息

百度新闻

知乎

公众号

今日头条  
微博  
抖音快手  
竞争对手  
专利查询  
启信宝企业

## 黑帽 seo 收徒常见 SEO 疑难问题 FAQ 整理

问：PC 端站点可以使用快速收录工具提交资源吗

不可以。快速收录工具仅限于提交移动端页面及移动端自适应的页面，并且页面浏览体验需要符合《百度搜索移动落地页体验白皮书 5.0》的标准哦。也就是说，只有纯 PC 端页面的网站时不符合快速收录工具提交要求的

问：如何才能提高资源提交工具的提交配额？

百度搜索资源平台将基于站点的内容质量和搜索用户对站点的喜爱程度进行综合评估，计算站点的提交配额。开发者可以通过持续提交优质资源、提升站点质量来获得更高的提交配额。

问：“流量与关键词”工具中的关键词排名为什么会出现小数点？

“热门关键词”和“热门页面”列表中给出的排名是平均排名，表示在相应的时间段内，用户在搜索某一个关键词时，该页面在百度搜索结果中的平均排名，所以“流量与关键词”工具中的排名会出现小数点。

问：为什么网站的索引量会出现上下波动的情况？

百度搜索会结合用户需求和资源质量等维度对索引量数据进行评估，不定期地更新索引量数据库，删除低质量、用户无需求的资源，也会增加高质量、用户有需求的资源。

问：论坛类站点经常被用户发布大量内容低质的帖子，这样的内容会影响百度搜索对站点的评价吗？

如果用户发布了低质的内容，也会影响百度搜索对站点本身的评价。建议论坛类站点定期对内容进行自查和清理，同时设置论坛的发帖规范，避免因用户发布了低质量、跨领域的内容导致站点被算法覆盖。

问：用同一套模板搭建了多个站点，会被百度搜索认为是站群从而被算法覆盖吗？

在模板一样的情况下，需要判断站点内容是否相似或者重复；如果站点内容不相似且是优质的内容，则不会被算法覆盖。

问：页面正文如果有大量的图片，图片会被当作广告而被百度搜索屏蔽吗？

百度搜索可以准确识别出正文中的图片和广告，图片过多不会被误当作广告进行屏蔽。

问：用户通过百度搜索进入页面后，点击“推荐内容”按钮时需要登陆才能浏览内容，这样的设置会违反算法规范吗？

如果用户通过百度搜索进入页面，可以正常浏览页面内容，再点击“推荐内容”进入到其他页面时需要登陆，这种设置并不会违反搜索算法的规范。

问：百度搜索会调整对网站的抓取频次吗？

会的。百度搜索会基于网站的内容质量、内容更新频率及网站规模的变化等维度进行综合的计算，如果内容质量或内容更新频率有下降，百度搜索可能会降低对网站的抓取频

次。

但抓取频次和收录量没有必然联系，例如降低对历史资源的抓取频次并不会影响新资源的收录效果。

问：为什么百度 PC 端的蜘蛛会抓取移动端的页面呢？

百度搜索会尽可能使用移动 UA 抓取移动端的页面，但当蜘蛛不能准确判断它是 PC 端还是移动端的页面时，就会使用 PC UA 进行抓取。不论哪种方式，只要能正常抓取网站页面，就不会影响网站内容的收录。

问：已经被收录的页面还可以进行内容上的修改吗？是否会影响百度搜索对页面的评价？

如果内容的确需要修改，且修改后的内容仍是优质的，就不会影响百度搜索对页面的评价。

问：已发布的文章内容质量不高，想进行修改，需要将原来的内容设置成死链再重新发布一篇文章吗？

若修改后的内容和原内容相关度高，可以在原内容的基础上直接进行修改，不必提交死链；若修改后的内容和原内容相关度低，建议将原内容设置成死链，将新生产的内容通过资源提交工具进行提交。

问：网站被黑后，生成了大量的随机链接，在进行 Robots 屏蔽时链接是否要区分大小写呢？

需要区分大小写。建议网站被黑后，把随机链接设置为死链，通过死链工具进行提交，并同步设置 Robots 屏蔽。

## 城市自媒体变现方式

### 区别

全国性的大号可以凭借流量做线上实物电商

用户的精准性更适合做城市生活电商

用户到店的解决方案

第一是拉新引流

第二是做二销产品刺激

### 核心

业务拓展能力

选品包装能力

平台的服务能力

## 程序

### dedecms

缺点：

2、漏洞比较多

## 1、模板泛滥

优点：

- 整站源码
- 操作简单
- 模板比较多

wordpress

优点：

- 安全性高
- 不占空间

缺点：

- 操作相对复杂
- 模板较少

如何选择程序

优化和程序关系并不是很大

模板

如果你是一个熟练建站的人，建议用 wp

如果你是一个小白，建议用 dede

注意安全问题

修改后台默认地址和用户名密码

安装数据库的时候不要用默认前缀

删除 install plus 一些无用的文件夹

持续创作内容的 6 个要点

一、为什么内容创作很重要？

赚钱靠产品和获客，而知识类产品靠内容积累，获客靠持续的流量，持续的流量靠持续的内容

靠裂变等引流手段、或者直接砸钱投广告来获客

二、内容怎么分类？

内容分为两个维度：形态和主题，形态包括文章、短视频、音频、漫画等不同形态，主题包括职场、健康、英语、育儿等不同垂直领域

三、内容创作中常见的三大问题是什么？

1. 一个是写不出来文章

2. 一个是虽然能写出来但是做不到持续更新

3. 一个是虽然能持续更新但是更新的文章太散乱，无法聚焦一个垂直领域，更无法加工成后续的知识产品

法加工成后续的知识产品

四、用哪 7 个方法来解决这三大问题？

要选定一个垂直领域，盯着这个领域持续做，成为这个领域的专家

找到一种简单易做的内容模板，让自己能持续写出文章，一方面为你的内容平台增粉，一方面持续引流加你微信，还有就是做积累，便于后续加工成知识产品，这里的知识产品包括录播微课、直播课、训练营、咨询、知识地图等。

建立一个持续输出内容的素材库

从你每天的时间中划分出一块专门用来写作的时间，这个时间最好是你的精神状态最佳、思路最顺的时候；然后，把这段时间，比如两个小时，划分为 8 个格子，每个格子 15 分钟，这样让自己的“时间颗粒度”更细，不至于半个小时过去了还没有任何产出。可以用沙漏或者番茄钟作为辅助工具

高效时间是用来写作的，而非用来构思的

高效时间怎么利用好？首先要做的事情就是把要写的文章理出一个大纲，然后把白天记下的灵感挂到大纲上，灵感就像一篇篇树叶，大纲就像一棵树，树叶要挂到这棵树的不同树枝上，这样就条理清晰了。这个可以用幕布笔记来做

## 五、为什么要确定内容模板？

找到一种简单易做的内容模板

### 1. 维基百科写作法

以词条串起整个网站的知识结构

### 2. 知乎写作法

以“根话题-话题-问题-答案”来组织网站的知识结构，其中基本单元是问题

关键问题要从哪里找呢

一个是领域的经典书，在章节目录和书中出现的问题；一个是平时你的学员或客户问你的问题

### 3. 豆瓣写作法

书评

先参考一些推荐书单，列出一份你所作领域的专属书单

基于这些书评，可以做一个说书类音频课程或者领读训练营

写完一本书的书评后，到豆瓣对应的书下面，放上书评，里面植入公众号和个人微信，用来引流

### 4. 查理·芒格写作法

多元思维模型

对这个领域的认知绝对有质的提升，还可以把这一年写的模型，做成一个语音课、或者视频课、或者训练营（搭配每个模型的练习）、或者咨询服务

## 虫草人物的打造

人物必须真实存在，可去公安局查身份证号

虫草女，年龄 26 岁，出生地西藏那曲，名字 那旺区里。

兴趣，星座，都必须真实可追溯

当地的风景

突出人物与风景/动物，一定要真人露出，必须上视频 10 秒。朋友圈需带地标

当地的吃的东西

当地早上吃什么，晚上吃什么，中午吃什么

节日的时候吃什么，一定要真人露出，必须上视频 10 秒。朋友圈需带地标

当地穿的服饰

科普

当地的浓厚的宗教风味

藏区必去的是辩经

引起购买着的宗教共鸣，及好奇心

募捐书包，书籍。不接受钱

建立人与人的关系的触点

上当地传媒

建立媒体背书

借助港台四线明星出台，一定要港台，不要内陆，因为虫草的消费群体，一线大城市，对港台的小明星是有信任感的，加上消费年龄普遍过 35 岁，那个时候 TVB 还是高峰时期。哪怕绿叶小明星。

跟当地政府洽谈 参加文博会，必须唯一参展

直播。客单价过万的产品，必须上直播，直播可以让整个跟单周期从 90 天降低到 45 天

带你的 VIP 客户去 藏 区 旅游。藏 北 半月游

科 普 西 藏 的 历 史。主 要 科 普 1900 到 1950 年的变化

## 抽奖助手小程序

服务

用户可参加免费抽奖，以及发起抽奖

免费抽奖招募赞助商，你提供奖品，我给你流量

一是品牌露出

二是商品展示

利用小程序跳转小程序功能，直接链接到赞助商的小程序，实现一波导流

发起抽奖的基础功能免费，付费有更多功能，按次收费

流量增长

从某个游戏公众号的免费抽奖活动，跳到的【抽奖助手】小程序。但看上去这个公众号与抽奖助手并无合作，猜测可能公众号经费不足，把【抽奖助手】提供的免费抽奖当成了用户福利

抽奖助手提供组团功能，一人中奖全团中奖，用户自扩散，只要参加抽奖就成了他的用户，而且免费抽奖每天都有，留存一定不低。另外，赞助商、包括刚说的“经费不足”的公众号，都会为抽奖助手导流

变现

1.赞助商首页展示，收费合作

2.发起抽奖按次收费

3.微信广告

## 传统企业网站怎么操盘起流量

首页

产品

产品图解说

- 产品文字解说
- 合作伙伴
- 成功案例
- 关于我们介绍
- tag 聚合
- 热门标签
- 城市分站
- 自由列表或者聚合列表
- 文章相关性推荐
- 标题拓词以及内容
- 引蜘蛛

## 传统外贸 B2B 企业如何做好线上营销

- 内容和结构以及配色
  - 导航条有多语言，技术和销售电话
  - 右侧是免费资料，引导用户留下联系信息
  - 底部 公司简介，邮件订阅，重要内容，联系信息和社交
- 企业 SSL 证书，增加信任感
- 网站访问速度
  - 移动端适配和访问速度
- 品牌知名度
- 社交流量
  - youtube linkedin twitter facebook
  - 大量和用户切实相关的视频内容
  - 企业宣传视频
- 客户体验
  - 对不同关键词和产品做了不同的着落页

## 创业总结

- 1、如果你想创业，不要凭空去干一个不熟悉的行业，你要干的这件事，最好你有超过一万小时的经验积累；
- 2、创业不要想着一上来就亏本做规模，回归做生意基本原理，能不能赚到钱，能不能实现正循环非常重要；
- 3、抓住发展用户的窗口期，全力投入砸进去获取客户，因为窗口期很短暂，过了这个村就真的没有那个店了，我们就是靠 2011-2012 年在微博获取了大量的流量，才让后面的几年基本没有进行其他大的市场投放，依靠精细化运营，一样可以实现收入的稳定增长；
- 4、搭建一个好的创业团队非常重要，创始人一定要让自己空下来多去思考公司的业务



方向，人才建设等，不要天天做一些很基础的事情，之前我们创业财务用的是外包，人事招聘也都靠我自己，所以在人才的选拔和投入上不足，也导致了团队相对比较弱，这也是后面我们内部做孵化创新一直没有起色的原因，本质上还是团队的人才太少，不够强，很多事情的认识不足，浅尝辄止。

5、能够有并购的机会要抓住，每个创业者心理都有一个敲钟上市，带着兄弟们致富的梦想，但是现实总是很骨干，当年我选择把公司卖掉也是经过激烈的心理斗争的，我也非常舍不得，自己养大的孩子被人买走，给你一把钞票，有点像卖孩子的感觉。决定卖不卖的那几天我非常难受，最后回归初心，我问了下自己这次创业的目的是什么，还不就是为了多赚点钱，给家人带来一些生活上的改善，让自己的财务相对宽松点，想明白了我就果断选择卖掉，现在回想起来那是一个无比正确的决定。

从 0 到 N 白酒营销操作如何搞，你学会了吗

目的地

抢购+众筹的新式售卖形式，  
而非单纯淘宝上架，然后淘宝内外推广——  
就能利用人性的懒与贪玩一把稀缺，  
效果反而可能比推销求买好很多

卖逼格

古法工艺酿造

品类

白酒和黄酒

产地

贵州茅台镇

数量

年产能 8000 瓶

引流

公众号

关注公众号

送 XX（酒中的珍贵原料）10g，及 5 元淘宝优惠券

邀请 1 个朋友关注公众号

再送 XX10g，及 10 元淘宝优惠券

集满 100gXX，就可提现带走酒一瓶与原料

买酒，也可以额外送原料 XX100g

电商入口

把公众号的玩法复制

特别说明上文说的一年就 8000 瓶且每月涨价一次，来营造抢购气氛，提升转化率。然后再通过这些淘宝的内容入口（限制相对少）引流

淘宝客以买我们 XX 世家酒送 XX 原料的名义推

先达到每天百件销量，就可以上直通车、钻石展位、自然搜索、千人千面，甚至报名活动打开局面

微商入口

小猪导航

微信群分享

### wetools

找微商谈在朋友圈发买 XX 世家酒送 XX 原料的海报，只要转发就优惠 XX 元，10 人点赞再优惠 XX 元；且酒仅限量发售 10 瓶，先到先得后到涨价；用三重优惠+稀缺让微商能快速出货，在微商尝到甜头之后我们大批量压货——说辞也是就 8000 瓶，屯到就是赚到

#### 会员卡入口

凡购物就随包裹送会员卡一张，  
会员卡上有二维码，扫码就可以领优惠券，及 10gXX 原料，及原价买酒特权然后拉人来，老顾客也可再获得 10gXX 原料，集满 100g 提现，  
而拉满 3 人，老顾客就升级品牌代言人，买酒不涨价。  
以此来调动老顾客炫耀与拉人的积极性，  
当然，也可调动线下经销商的积极性

#### 水军入口

有了 10gXX 原料看似赠品的引流款，水军就很好用了，  
直接上 58 同城、赶集网；各地贴吧、论坛；各地 qq 群、qq 兴趣部落，  
转让 50gXX 原料，说是扫自己的码关注公众号就可拿到，以及 XXX 元现价拿走现价 XXX 元 XX 世家酒的特权。  
推广做到了，能快速加粉

#### 网红入口

既能作为资源，又能作为背书

微博小网红

公众号小网红

抖音快手小网红

把你的 XX 世家酒定义为网红定制酒

一能借网红的逼格，为我们品牌背书，以便开发其他渠道；二又能对网红的粉丝卖货，解决当期的销量问题

安排专人找公众号后台商务合作方式与留言——合作方式是为对方定制一批青梅酒，对方向粉丝推，N%收入归对方

直接用微博批量私信工具

导出这些网红的粉丝名单，一一推销

京东众筹、淘宝众筹等众筹渠道

#### 迭代

招商

从目标用户的搜索来看 SEO

#### 1. 同样一个词的背后，有不同的意图

比如说“宜家地址”，这个词在百度上面大约有每天近百的搜索量。在搜索这个词的时候，搜索结果页面上可以看到大众点评

页面本身拥有非常好的用户体验，不仅能找到宜家的具体地址，还能看到对应的地图、公交信息等，顺带还可以看下人们对宜家是如何评价的

显然大多数用

户的选择会是重新返回百度的搜索结果页面，寻找大众点评之外的页面

## 2. 被忽视的用户经常搜索的词

(1) URL 定义不合理，使得搜索引擎容易认为这类页面是无关紧要的页面，最终导致了其收录比例极低

(2) TITLE 里面没有出现用户最常搜索的词，“附近”

地 标++ “ 附 近”++ 类别

类别比如“宾馆”、“酒店”、“咖啡厅”、“电影

院”

## 3. 用户的搜索习惯，和我们平时的用词习惯也不尽相同

比如说大众点评的商家页面，描述消费均价时用的词是“人均¥60”，但用户搜索的时候，极少会搜索“XX 人均”，一般会是“XX 菜价”、“XX 价格”或更偶尔使用的“XX 人均消费”等

这些词，哪怕只在页面出现一次，就能让预定的着陆页(此处为商家页面)有机会出现在 SERP 中。且因为竞争度很小，往往能拿到非常好的排名

商铺名+后缀

总结

## 第一、不同行业不同的

市场定位不同的用户群体，各种搜索分布和搜索习惯都不一样，所以具体案例具体分析，别想着总是吃现成的；第二、就算这些也适合你的行业，不过用户

的一些需求、习惯、意图等都是随着时间推移在不断变化的，所以分析用户需求是一个不间断的过程，不是分析一次，受用一身，更新迭代也是现在互联网

思维的重要一

## 从外推角度谈百度收录

### 1、蜘蛛抓取

PING 百度

百度提交

### 2、高质量的高权重站

### 3、高权重站

简书、知乎、新浪、微博、贴吧

### 4、标题关键词

标题的原创度

长尾词

### 5、文章内容原创度

利用随机标签来实现文章差异化

## 5、作弊：点击排名

大数据如何变现，如何突破

1) 有超强的人工智能算法积累/耀眼的研究背景 模式对算法模型的能力和融资能力不是一般的高。具体可参考国内的商汤/旷视/第四范式/格灵深瞳等，如果找不到清晰的产业化路径和变现场景

这里多说几句，不是每个公司都能成为头条，不是每个创始人都有张一鸣的综合能力和好运气。没有更好选择的情况下，站队其实不丢人，对商业公司来说，咬牙负重活下来比硬挺着腰杆在寒冬中一夜死去要光彩的多。真的想不为五斗米折腰？其实机会也很多，道路千万条，何苦来创业。

2) To B 的咨询服务模式：利用数据能力，找到公开渠道能获得的数据或者甲方授权数据，挖掘分析再可视化后做成商业报告，将数据能力转化成商业洞察和商业咨询报告

3) To B 数据产品模式：做成数据产品+私有化部署，卖给中小公司。用自己的产品能力给甲方赋能，以实现数据驱动增长。该模式的佼佼者如秒针/GrowingIO，但是除了研发之外，对行业需求的理解和落地能力，以及对融资能力要求都不能有短板。而且，一不留神就会做成很重的定制化开发，那就是个无底洞。

4) To G 模式：面向 zf 和相关组织机构，将算法模型能力封装出来，和 zf 合作，打通全维度数据做指定应用。技术/zf 公关/融资能力，三者缺一不可。国内有明略数据，给公安部提供大规模反恐维稳和舆情监控的能力，具体业务再进一步解读就不合适了；硅谷鼎鼎有名的 Palantir，干的也是类似的业务，算是前者的师傅？

5) 金融数据领域：这里面也细分好几个方向，我们做的量化对冲就是一种，利用金融数据直接套利；此外还有金融数据服务商，代表企业如庞博/汤森路透，以及国内的万德，但严格来不适合初创团队，对行业资源要整合能力要求很高

6) 数据分析相关在线教育/知识付费：卖线上/线下课程和培训；或者做聚合的在线课程平台，流量变现和渠道抽成

大搜 Ocpa 怎么投放效果最好？这里，一次解决 9 个 Ocpa 难题

账户为什么没有进入二阶？

普通门槛和低门槛进二阶需要满足三个条件：

数据对齐：确认投放包是否完成数据核对，只有数据对齐、模型才准、成本核算才准入二阶。

成本设置合理：确认投放包 CPA 设置是否超过推荐值的 80%

达到门槛指标：确认账户的转化量是否符合对应形式的门槛要求

投放节奏

ocpa 投放初期，应该保持什么节奏？

尽量不要对所开启计划进行大的变动，比如大量的加词、删词、修改创意

近入二阶投放前一周为模型学习期，尽可能减少人为干扰动作：下调 CPA，增删词等。

关键词调整

怎样加词才能保证投放账户有量且不波动？

正常情况下，一次加词的数量尽量不要超过总量的 50%，添加完之后要观察数据 1-3 天，确保效果稳定之后，在进行下一次操作。

短期内大量加词，可以新建投放包，用 0 门槛投放，2-3 天后，CV 规模很大，

可以独立投放, CV 规模小, 可以加到原投放包里。

怎样删词对账户影响最小

如果某个关键词最近 500 次点击中都没有转化一个, 这类词可以删除, 基本上不会有太大波动。

怎样否词, 每次否多少词, 多久做一次否词

一般不建议大量否词, 会总成账户效果波动。

如果量很少, 可以通过精准否定来匹配, 有大量点击却没转化的词就否掉即可。

如果量很大, 要先检查定向是否合理, 可以尝试优化定向来提升相关度

如何拓量

oCPC 投放模式下, 除了买词之外, 还可使用那些拓量工具?

oCPC 下推荐开启自动扩量, 同时也可以选择词包定向、商品定向等。自动拓量就是一种拓量工具, 能在保证目标转化成本的前提下, 探索更多潜在用户

落地页优化

可以修改落地页内的内容吗?能改动多少呢?

对于原落地页而言, 原则上修改内容不限, 但是推广主题、转化组件位置、及排版如果有大幅变化, 可能会影响转化率, 所以需要密切观察转化率的变化, 如果出现 CVR (转化率)下降, 需要重新调整落地页内容。

效果下降

点击量与转化量同时下降怎么办?

首先要确定最近是否有负向操作, 比如: 删词、否词、修改页面内容、URL 更换等。

如果自己没有任何操作, 账户突然效果变差, 可能是由于大盘流量波动, 或竞争对手调整策略, 可以去分析一下竞争对手的策略, 然后确定优化方向

消费、点击无波动, 但咨询波动太大, 多的一天 8 个, 少的一天 1 个甚至 0 个

如果长期是这种情况, 就是典型的推广效果不稳定。一般有几个原因:

1: 流量基数太少每天点击数比较少 (不足 100 次) 时, 很容易出现效果经常性波动解决这个问题, 要不就降低均价, 提升点击次数, 要不就提升消费, 提升点击次数。

2: 流量太过分散 查看搜索词报告, 按降序排列, 前十的词, 如果加起来消费占比都不到总消费的 10% 就说明流量有些分散, 这种情况, 也会导致效果波动比较大。

大闸蟹操盘起势

1.基础

公司

产地

logo

文案

美图

原料

工艺

2.引流

1、社区引流

豆瓣

百度贴吧

实操水军回帖

介绍怎么做

课堂直播或视频讲解

腾讯课堂

网易云课堂

抖音

斗鱼

QQ 兴趣部落

购物类社群

## 2、迷妹引流

混混男星的粉丝圈

贴吧

qq 群

PS 对你食品的祝福语与签名跳转网址或者联系电话

裂变

售后短信+微信领周边福利

推荐新客，双方得优惠券

公众号+视频或课堂

## 3、校园引流

兼职

寄优惠券并组织团购降价，学生提成 20%

## 4、百度竞价

京东店的品牌页引流

品牌词

## 5.外围

知乎

1. 注册组织机构 ID

介绍 带上公众号

2. 自问自答

3. 打造人设，回答所有关于零食的，关于生鲜的问题（文末都带上公众

号）

4. 点赞、评论、转发、关注

5. 开巧专栏，每周更新日记一篇，可以关于经营感悟，可以关于新品，

可以晒顾客评论（文末都带上公众号）

博客与自媒体

引导公众号并放挂二维码并附文字「扫码免费领 xx 大闸蟹」（也是一物

一码，扫码后可以领取优惠券，优惠券可付邮试吃小包装）

## 6、裂变

关注大闸蟹专卖店

一物一码，诱导关注公众号抽红包推客服微信

每天早、中、晚各一条朋友圈，晒其他代理的业绩，晒产品生产过程，招微商

## 7.分销商

1688 代销

找分销商

企查查 <http://www.qichacha.com>、天眼查 <https://www.tianyancha.com>、启

信宝 <http://www.qixin.com>

8.礼品

企业采购

企查查 <http://www.qichacha.com>、天眼查 <https://www.tianyancha.com>、启

信宝 <http://www.qixin.com>

9.短视频带货

垂直品牌博主

提成 20%

大众点评与新店一般做法的简单说明

1、新店刚开，一般点评、美团都会给一定的流量倾斜，周期 7 天，这 7 天的排名相当于付费曝光位置。

2、商户星级计分，新店美团方一般在 10 条左右才会显示星级，大众点评在优质评价后一般满 3 天就开始计分，计分根据有价值评价进行平均分+行业分类分值（连锁店面受连锁店面平均分影响）

3、新店时期，访客、收藏、点赞、预约、团购很重要，一般除开真实客户和流量，也会进行一些补量操作（比例可根据后台数据实际调整补量，一般根据当地的实时排行榜人气值对半计算），刷点评尽量到店打卡消费点评，这样评价权重较高，不会有任何的作弊风险。

4、V3 以上的账号评价才有参考价值，且曝光、权重都是比较高的；等级越高权重越高

5、若不在当地，到店打卡可以选择使用安卓手机进行虚拟定位，但是在开关大众点评时，定位先别变（商户当地），等确定关闭大众点评后再回真实位置。

6、高等级橙 v 账号>低等级橙 v 账号>高等级账号>低等级账号；评价排序也跟等级橙 v 相关。排序一般如下：高等级或橙 v 首评>优质点评>普通评价。

7、刷点评一般等级数量（100 为例），v8 一般 2-5 个，v5-v7 为 15-30 个，其余以 v3-v4 为主，70%都为优质点评，3 图 6 图 1 视频自己选择

8、大众点评养号，可跟导游打包购买世界各地的照片，进行国际号的养号（国外的点评贡献值高）

9、一般刚开始都会在正常的销售评价量同时刷上 4-7 天的补量，评价可偶尔穿插 1-3 个权重高的点评，7 天后再进行多个的点评刷量。刚开始评价最好用归属地为当地的账号进行刷评

10、新店宣传在刷量的期间，可用多个小红书号进行笔记铺设，周期一般也是 7-14 天，两边同时开始，补量的时候也给小红书补上一定的量，待点评开始刷量时，可以两边同步文案，不过小红书方面是以种草方向为主，点评以被种草体验方向为主（文案）

11、小红书权重这里简单说一下：标签、话题、你的等级、某个关键词在文中、图片中出现的次数、地点、物品名称为主；还有一个参考的就是首图颜值，可在首图加个框，看起来像那么一回事

## 大众点评与新店引流方法

- 1、新店刚开，一般点评、美团都会给一定的流量倾斜，周期 7 天  
排名相当于付费曝光位置
- 2、商户星级计分，新店美团方一般在 10 条左右才会显示星级，大众点评在优质评价后一般满 3 天就开始计分，计分根据有价值评价进行平均分+行业分类分值  
连锁店面受连锁店面平均分影响
- 3、新店时期，访客、收藏、点赞、预约、团购很重要，一般除开真实客户和流量，也会进行一些补量操作  
(比例可根据后台数据实际调整补量，一般根据当地的实时排行榜人气值对半计算)，刷点评尽量到店打卡消费点评，这样评价权重较高，不会有任何的作弊风险
- 4、V3 以上的账号评价才有参考价值，且曝光、权重都是比较高的；等级越高权重越高这个毋庸置疑，能带橙 v 尽量带橙 v
- 5、若不在当地，到店打卡可以选择使用安卓手机进行虚拟定位，但是在开关大众点评时，定位先别变(商户当地)，等确定关闭大众点评后再回真实位置。
- 6、高等级橙 v 账号>低等级橙 v 账号>高等级账号>低等级账号；评价排序也跟等级橙 v 相关。排序一般如下：高等级或橙 v 首评>优质点评>普通评价
- 7、刷点评一般等级数量(100 为例)，v8 一般 2-5 个，v5-v7 为 15-30 个，其余以 v3-v4 为主，70%都为优质点评，3 图 6 图 1 视频自己选择
- 8、大众点评养号，可跟导游打包购买世界各地的照片，进行国际号的养号(国外的点评贡献值高，别问我为什么，我也不知道，动不动上百的)
- 9、一般刚开始都会在正常的销售评价量同时刷上 4-7 天的补量，评价可偶尔穿插 1-3 个权重高的点评，7 天后再进行多个的点评刷量。刚开始评价最好用归属地为当地的账号进行刷评
- 10、新店宣传在刷量的期间，可用多个小红书号进行笔记铺设，周期一般也是 7-14 天，两边同时开始，补量的时候也给小红书补上一定的量，待点评开始刷量时，可以两边同步文案，不过小红书方面是以种草方向为主，点评以被种草体验方向为主(文案)
- 11、小红书权重这里简单说一下：标签、话题、你的等级、某个关键词在文中、图片中出现的次数、地点、物品名称为主；还有一个参考的就是首图颜值，可在首图加个框

## 低成本快速引流增粉实操心得分享：一周涨粉 5000+新手也能操作(亲子教学实操)

- (1) 首先你要建 20 个微信群(有能力可以建更多的群，把量扩大)，每个微信群名称更改为你的项目+审核+序号，如：亲子教育审核 5 群
- (2) 把所建群的二维码全部保存下来，然后用美图秀秀或者 ps 把二维码美化，添加文案提高转化率。

码云活码跳转后的二维码图片，有文案引导，转化率提高。

然后把所有美化过的二维码上传到码云后台，生成活码，用于放到海报上面

- (3) 制作一张海报(这是裂变转化高低的最重要指标)

海报上面要有限时免费的文案，要有用户能得到好处的文案，而且这些好处最好还



是零成本

(4) 用户扫码直接进群

想要提高转化率，最好是@每一个进群的人

【入群必读】

欢迎报名【暑期训练营】科学育儿班！组队学习,四大育儿讲师：【专业讲师】给你授课，每天 30 分钟，轻松掌握科学育儿方法与技巧！老师介绍：xxxxx

【开课时间】

群里大家通过审核后(约 60 分钟)管理委员会会在本群为大家推送上课链接。

【报名方式】

入群不代表报名成功，需要复制下方的文字和图片，分享到自己的朋友圈，将朋友圈的截图发到本群里（细节，鼓动群里人去转发），才算报名成功。

【朋友圈转发内容及配图】

我决定加入全国最大的科学育儿学习社群，四大育儿讲师：【专业老师】给你授课，教学有趣细致！发音地道纯正！快跟我一起加入！点开图片，长按扫描，立即加入！（仅限前 100 名免费学习哦）

(5) 用户发截图到群里

每个发截图的都@，提高转化，带动群里气氛。已收到您的截图，系统将在 30 分钟内自动审核，不可以秒删朋友圈哦，审核通过即可进入正式群继续学习。

话术：发过朋友圈的同学，可以加下方助教为好友，拉大家进正式群，通过好友后看朋友圈可免费获得课程链接和绘本大礼包哦！（由于同时加的人较多，没通过好友的同学请大家耐心等待）（引导用户添加并承诺拉进正式群）

在此期间群里可能添加不过来，会出现很多人说没有进正式群。然后就先拉一部分人进正式群

然后在正式群发布公告：

话术：亲爱的小伙伴，

恭喜你已大家已经进入正式群

课程 xxxx 什么时候开始，课程都有什么价值，课程都讲什么内容。

因为报名人数较多，希望大家在审核群发一下，下面的消息：

我已经进入正式群，审核人员一直审核，请大家耐心等待。感谢组织~~~（稳定群，同时能鼓动很多没有转发的人）

本群即将群满封群，请各位朋友抓紧时间分享朋友圈哦，5 分钟之后本群将关闭群邀请功能。审核未通过者将被请出群，另外赠送大家的大礼包，无论转发没转发我都会分享给大家。（回复关键词获取大礼包）

直接做二维码回复“关键词”获取大礼包

然后在所有审核群做完这一步审核群就可以直接解散了。

后面就维护正式群就好了。

关键点

(1) 赠送的东西在海报文案上表现出来，一定要吸引人，东西基本上是课程或者提前准备好的高价值资料；

(2) 第二步，就是想尽办法把你的海报推送出去，不管是你的朋友圈，你的微信群，QQ 群，各大自媒体平台等等，都可以进行推送。把推送的范围扩大，前期启动很重要，范围一定要大。

## 电商二十四道转化关卡

首图定位

广告语

产品名称

卖点背书

核心

辅助

卖点

促销连带

搭配

买赠

附件

痛点唤醒

放大地狱

展示天堂

显微镜法

颠覆领先

现状原理

突破现状

树立标准

超预期点

从未体验

解构聚焦

专项研发

核心卖点

不同

好处

外延

产品卖点

性价比

内幕拆解

- 类比算账
- 消费行家
- 稀缺性
  - 工艺难
  - 原料贵
  - 标准高
- 领先技术
  - 独家专利
  - 国外引进
  - 攻克难题
- 做实验
  - 设备检测
  - 物理实验
  - 人为实验
- 说工艺
  - 特殊工艺
  - 迭代改进
  - 人力物力
- 列数据
  - 加減倍增
  - 权威数据
  - 三方测评
- 其他卖点
  - 颜值高
  - 质量棒
  - 体验好
- 论证畅销
  - 远销海外
  - 总计卖出
  - 参展订单
- 顾客证言
  - 顾客照片
  - 顾客陈述
  - 新闻采访
- 同品对比
  - 人无我有
  - 人有我精
  - 选我没错
- 细节展示
  - 背景烘托
  - 增加特效
  - 放大细节
- 产品参数
  - 产品信息

差异特点

价格信息

产品背书

使用场景

多景可用

人群使用

送礼场景

购买场景

购买理由

抢购现场

分期政策

权威背书

证件证书

权威专家

媒体报道

服务承诺

保修期限

退换政策

保险承保

快递时效

物流时效

隐私发货

损坏包赔

产品问答

解答疑惑

政策解答

植入优势

电商裂变玩法

1，拼团

拼团的核心在于货品供应

2，砍价

用户为了拿东西，邀请别人帮他砍价，所有人砍完之后，用户就以最后剩下的金额

成交

3，抽奖

用户邀请好友来帮忙凑足团的人数，比如三个、五个参与之后，他获得抽奖的资格。

整个活动

结束以后，我们会在所有的这些有获取资格的人中，随机抽取几位派发样品。

这种方式适合那些商品净值特别高，但又不想在单个用户身上，付出太高成本的产品

4，集赞

## 5，分销

用户把商品分享出去以后，如果别人通过自己分享的链接产生了交易，他可以获取这个商品的  
一定费用。

## 6，红包裂变

小程序触及的下沉人群比例很高，有些用户真的会为了一分钱、一毛钱、一块钱，每天盯着小程序，帮你拉人头。

## 电商转私域流量案例

### 手机壳商户

快递箱里放卡片，说加微信给 2-5 元红包，微信好友转化率 1-5% 后改成送优酷爱奇艺视频会员月卡，最低 3-5 元，转化率提高到 50-70% 成本差不多，但是用户的价值感不同，对标后用户觉得这个值至少 9-18 块，觉得占到了便宜，加微信转化变高

淘宝用红包或者小恩小惠方式转化到私域的，都是贪便宜来的用户，没什么价值。  
But 这个手机壳商户略有不同。本来目标用户小女孩居多，日常换手机壳相对频繁，而且有颜控倾向

用这种方式转化微信好友后，商家运维微信朋友圈，就日常更新又有哪些漂亮的手机壳上新了。本来手机壳客单价又不高，小女孩又觉得这些是易耗品，多几个也没问题，所以这个类目的复购和转化就还行

### 结论

- 1.引流私域的钩子，低成本做高价值感
- 2.并不是所有类目都适合这类低沉本引流私域的方法
- 3.找对目标用户群和后续运营方式，能提高私域运营转化率

## 钉钉 6 个月权 3 到权 7，利用聚合页 SEO 快速提升网站权重

### 钉钉近三个月关键词趋势

### 钉钉聚合 SEO 效果

### 钉钉的聚合页策略

#### 前端负责展示页面

#### 后端负责梳理数据

#### 索引页 TDK 设置

#### 内容来源分析

- 一、钉钉自身产生的咨询、问答类内容;
- 二、阿里云产品中问答题材内容;
- 三、根据关键词利用程序生成的内容。

#### 词库分析

#### 词库的关键词类型

强相关：钉钉相关，软件使用，视频会议，相关商家.....弱相关：办公相关，邮箱相关知识，人事系统相关.....不相关：教育类关键词、劳动法类

钉钉聚合 SEO 效果 -钉钉聚合策略-内容来源分析 -词库分析 -总结

阿里巴巴、阿里云、钉钉使用聚合方式做 SEO 流量都非常成功。

词库+内容=收录+排名。这个规律是被阿里巴巴、阿里云、钉钉多次验证过的，而且身边也有朋友通过类似策略做网站的快速变现，这个方式确实是可以玩的通的。

当然前提是域名的权重，阿里巴巴、阿里云、钉钉都是积累了一定权重后才开始做这个骚操作的。

词库+内容+引流

词库决定流量和权重值

内容决定访问指标（比如跳出率、平访时等），引来的自然流量决定那种所谓的“提权”

## 抖音 10 种赚钱模式

第一种，抖音内容制作培训。

第二种，抖音网红培训。

第三种，抖音直播培训。

第四种，抖音营销带货培训。

第五种，抖音演讲培训。

第六种，抖音赚钱培训。

第七种，抖音广告投放培训。（类似于百度竞价、信息流广告培训）

第八种，抖音表演培训。

第九种，抖音编剧培训

第十种，抖音代运营

## 黑帽 seo 收徒抖音 SEO 排名算法研究

账号相关因素解析

账号名称

账号简介

头像

认证

账号头图

作品数量

近期更新频率 ★

粉丝量

获赞量

视频内容因素解析

视频口播内容 ★ ★ ★ ★ ★

视频简介内容 ★ ★ ★ ★ ★

视频标签 ★ ★ ★ ★ ★

所属合集

位置信息

关联热点

视频属性因素解析

视频发布时间 ★ ★ ★ ★ ★

视频时长 ★ ★ ★

视频高度

视频宽度

视频体积

视频表现

播放量 ★ ★ ★ ★ ★

点赞量 ★ ★ ★ ★ ★

评论量 ★ ★ ★ ★ ★

转发量 ★ ★ ★ ★ ★

收藏量 ★ ★ ★ ★ ★

评论量 ★ ★ ★

评论点赞量 ★ ★ ★

视频表现（视频分析-私有数据）

播放量 ★ ★ ★ ★ ★

5s 完播率 ★ ★ ★

整体完播率 ★ ★ ★ ★

带粉量 ★ ★ ★

粉丝播放占比 ★

粉丝完播量 ★

粉丝点赞率 ★

粉丝评论率 ★

粉丝分享率 ★

观众画像因素解析

性别分布

年龄分布

兴趣分布

地区分布

终端机型

用户搜索行为因素解析

在实际分析过程中，有些排名因素的影响力的比较明显的。比如视频发布时间，时间越近的内容明显具有更好的优势。同时，和搜索引擎 SEO 类似，关键词布局同样重要，可以加关键词的地方->简介+标签+口播一定要加关键词

## 抖音 seo 引流

### 起因

#### 什么

通过部署长尾词账号进行被动引流，精准度 100%

#### 好处

长尾词部署只要搜索就有被动粉丝

#### 趋势

1.下拉框精准霸屏

### 同行

看下产品词是否有大量下拉框和视频发布

行业词和下拉框行业长尾词是否有大量被注册和发布视频

同行是怎么做视频和文案以及留签名微信

### 挖词

#### 挖词

个人 ip

产品词

行业词

#### 挖词技巧

抖音下拉框

下拉框长尾词

#### 布局方案

注册大量抖音号

签名留微信，一段产品简介

### 制作符合用户需求的视频

#### 视频模式

案例对比图视频

#### 素材收集

小红书对比图片，下载后去掉水印

#### 视频数量

单号制作 5-10 个

#### 视频质量

展示客户案例，不做热门词，只做长尾搜索流量词

#### 制作视频

抖音自带图片翻页

### 发布视频技巧

发布数量 单号 5-10

从痛点出发写描述文字

发布时间间隔 3-10 分钟，单号一次性 5-10 个视频

发布时候加地区

### 关键词排名

抖音刷粉丝

视频点赞和评论

播放



## 抖音的内容流转与算法逻辑

### 内容流转逻辑

一个用户上传了短视频，系统程序会判断它是否违规，如果没有违规，就会上传进入到种子流量池，也就是分发给当时在线的 200 个用户。

这 200 个用户会对这个视频有一个行为记录，比如有多少人看完了、有多少人评论、点赞、分享，有多少人点到主页去关注了这个 IP 等等。

如果它计算出来的数值超出了下一个流量池的阈值，那这个视频就会进入到一个更大的流量池，再根据这个流量池用户的行为记录，决定是否要进一步推荐，这样的循环反复，就是它整个内容流转的逻辑。

当然越到后面它的审核会越严格，会加入人工审核的环节，甚至在播放量过百万的时候，还会有一个价值观的审核。

### 抖音的算法逻辑

#### 如何理解短视频思维

第一就是开篇怎么吸引粉丝？为什么会有“黄金 3 秒”和“黄金 5 秒”？因为用户在抖音上获取好内容的成本太低了，如果你 3 秒、5 秒还吸引不了他，他就直接划走了，所以开篇非常得重要。

第二，中间一定要设置足够多的看点。每个看点都会形成一个讨论点，用户在评论区停留的时间越长，这条视频的数据就一定会越好，所以评论区的经营也非常重要。

最后是结尾一定要让用户满意，那些高赞的视频，结尾一定会让你很舒服。

## 多渠道获客的方法

### 微博

#### 标题

虽然微博的自身权重是比较高的，但是我们想要让大家通过搜索相关的关键词找到我们，我们发布的微博内容（包括视频和文章）的标题一定要将我们的关键词包含进去，而且标题要写的合理，可读性强。

#### 关键词

文章不用多说，首段和结尾，最好都包含我们的关键词，其他的段落，能穿插关键词的地方也要尽量去加上，但是要注意，关键词的密度不要太高，全文 5% 左右就可以。

#### 视频介绍

视频的发布，也可以写一段相关的视频介绍，让别人知道我们发布的视频内容都讲的是什么内容，这个视频的介绍也要包含相关的关键词，同时，在发布的时候，绑定关键词相关的微博超话。

#### 头条

公司的账号以品宣为主，个人的账号以实际业务相关为主。也就是公司账号做品牌的宣传，提高公司品牌的公信力。个人账号的关键词密度前期不要超过 3%，等过了新手期之后，再提高到 5%

#### 新媒体

搜狐号、一点资讯、大鱼号、百家号等平台

## 多微信号的 12 个问答有价值

多微信号可以用在哪些场景上,为什么要很多微信

一个微信号很容易加满 5000 人,所以需要更多的微信号来满足加好友这个需求。  
慢慢的逐渐多个微信号后就会形成自有 ip

工作号和私人号

很多很多个人号目的之一是朋友圈卖课,那么朋友圈卖课的转化率怎么样?有没有一些数据分享

第一是因为自己的圈子内正好比较关注这个  
大咖或者说这堂课相关的内容

第二是这个大咖本身就具有足够的卖点,本身粉丝比较多

朋友圈人设怎么做

1.朋友圈要做人设,首先准备 3 个微信号。一个号太单调了

2.定位。具体是做哪个类型,是创业类,金融类,还是美妆类。像我们自己就是礼模和网红类,所以朋友圈基本都是拍摄活动或者网红照片。(让别人可以一句话定义你,对于我们最 low 的一种说法就是“模特经纪人”)

3.每个号头像昵称发圈内容等尽量一致。因为到后期你会发现有的号,简称为大号吧,大号的影响力会比较大,小号影响力不够,慢慢就会形成大号发圈频繁,小号疏于管理的局势。

多个微信号管理和运营的工具

1.问财神 售价 398 元(群爆粉功能确实很强大)

2.微易发

3.加菲猫

4.及时雨 200 元(Pc 端比较好,手机端群发只能是所有群)

5.萌钻 80 元左右,官网: [mz8.mz77.cc](http://mz8.mz77.cc)(手机端群发最多只能选择 200 个,可以选择群)目前我们就用萌钻,确实防封做得也不错。

6.微小宝(清僵尸粉无打扰)官网: <https://m.wxb.com/wetool>

如何花更少的精力维护好高质量的微信号,或者如何在投入的精力和信任度之间取得好的平衡

前期的话,所有号好友都不多,运营管理

也不需要花费太多时间,到后期会有“大号”“小号”之分,那么确实可以以运营“大号”为主,将“小号”上面的客户或者粉丝导到大号上面,这样信任度不会降低,只会增加,因为“大号”上面的内容更加丰富

微信号的风控规则,比如每天主动加人各渠道相对准确的数据,比如什么样的用户行为可能导致被封

我们一般每天用软件主动加人,都会一次只加 30 人左右(老号),被动添加大概是 100 人。

现在最容易被封就是通讯录爆粉。其他的如果是老号,基本按照规则走,不会被封。当然黄赌毒.....

每个微信号从注册到养号的成本是多少?成本构成是哪些?

大概就是手机+手机卡+人力运营+

软件。以前成本比较低。现在如果想防封基本得一机一号

实名号一张证件 3 个运营商 15 个号,算上亲人的证件也就四五张证 70 来个号,证件的资源是有限的,如何突破上百个号?是否涉及到买号?看到有人说企业营业执照可以办

50-100 张卡，但是这些卡如何实名

突破上百个号确实是靠买号的多。之前还可以卡商注册。实名的话很简单，也可以购买实名。价格大概是 25-40 元左右一个

为什么一个微信号一个手机，在一个手机来回切换不同微信号会有什么影响吗？

跟登录环境和登录设备有关系，在一个手机来回切换多个号，我们没有超过 5 个，暂时没出现问题

多个微信号，绑定银行卡这件事怎么解决？目前是每个人最多绑 55 个微信号的银行卡，如果管理几十上百个微信号，还想限制少点要绑银行卡的话，该怎么办呢

我们只给大号绑定银行卡，小号的交易都转到大号上面来。管理几十上百的话，其实银行卡四件套也是可以购买到，但是风险非常大。所以一般的营销号，再多，也没有完全绑卡的

如何在有多个微信号的时候有效查看朋友圈

一是在发朋友圈的时候大概浏览一遍

二是自己发的朋友圈看哪些人点赞了或者评论了，可以去那些人的朋友圈看看

微信分类使用，分类管理是怎么做的？毕竟超过几十个号的话很难全部绑卡的，那么使用者就会根据功能或者说定位不同，去用不同认证级别的微信号

付费的可以分为一类，在同一个微信号上面，也会有不同等级的付费，做好标签。或者还有些是通过拉群来分类。比如新媒体群，小程序群，甲方群等等

针对礼模和网红，第一是有地域之分，广东的，厦门的，北京的等等。我们就有专门的珠三角号，京津唐，江浙沪皖等等。按照地域分类

第二，因为是美女，那自然会有颜值的分类，网红就有粉丝多少的分类

第三，就是合作过的客户以及礼模网红等，单独一个号。（转化率最高）

多微信号的 12 个问答有价值

多微信号可以用在哪些场景上，为什么要很多微信

一个微信号很容易加满 5000 人，所以需要更多的微信号来满足加好友这个需求。慢慢的逐渐多个微信号后就会形成自有 ip

工作号和私人号

很多很多个人号目的之一是朋友圈卖课，那么朋友圈卖课的转化率怎么样？有没有一些数据分享

第一是因为自己的圈子内正好比较关注这个大咖或者说这堂课相关的内容

第二是这个大咖本身就具有足够的卖点，本身粉丝比较多

朋友圈人设怎么做

1.朋友圈要做人设，首先准备 3 个微信号。一个号太单调了

2.定位。具体是做哪个类型，是创业类，金融类，还是美妆类。像我们自己就是礼模和网红类，所以朋友圈基本都是拍摄活动或者网红照片。（让别人可以一句话定义你，对于我们最 low 的一种说法就是“模特经纪人”）

3.每个号头像昵称发圈内容等尽量一致。因为到后期你会发现有的号，简称为大号吧，大号的影响力会比较大，小号影响力不够，慢慢就会形成大号发圈频繁，小号疏于管理

的局势。

多个微信号管理和运营的工具

- 1.问财神 售价 398 元（群爆粉功能确实很强大）
- 2.微易发
- 3.加菲猫
- 4.及时雨 200 元（Pc 端比较好，手机端群发只能是所有群）
- 5.萌钻 80 元左右，官网：[mz8.mz77.cc](http://mz8.mz77.cc)（手机端群发最多只能选择 200 个，可以选择群）目前我们就用萌钻，确实防封做得也不错。
- 6.微小宝（清僵尸粉无打扰）官网：<https://m.wxb.com/wetool>

如何花更少的精力维护好高质量的微信号，或者如何在投入的精力和信任度之间取得好的平衡

前期的话，所有号好友都不多，运营管理也不需要花费太多时间，到后期会有“大号”“小号”之分，那么确实可以以运营“大号”为主，将“小号”上面的客户或者粉丝导到大号上面，这样信任度不会降低，只会增加，因为“大号”上面的内容更加丰富

微信号的风控规则，比如每天主动加人各渠道相对准确的数据，比如什么样的用户行为可能导致被封

我们一般每天用软件主动加人，都会一次只加 30 人左右（老号），被动添加大概是 100 人。

现在最容易被封就是通讯录爆粉。其他的如果是老号，基本按照规则走，不会被封。当然黄赌毒.....

每个微信号从注册到养号的成本是多少？成本构成是哪些？

大概就是手机+手机卡+人力运营+软件。以前成本比较低。现在如果想防封基本得一机一号

实名号一张证件 3 个运营商 15 个号，算上亲人的证件也就四五张证 70 来个号，证件的资源是有限的，如何突破上百个号？是否涉及到买号？看到有人说企业营业执照可以办 50-100 张卡，但是这些卡如何实名

突破上百个号确实是靠买号的多。之前还可以卡商注册。实名的话很简单，也可以购买实名。价格大概是 25-40 元左右一个

为什么一个微信号一个手机，在一个手机来回切换不同微信号会有什么影响吗？

跟登录环境和登录设备有关系，在一个手机来回切换多个号，我们没有超过 5 个，暂时没出现问题

多个微信号，绑定银行卡这件事怎么解决？目前是每个人最多绑 55 个微信号的银行卡，如果管理几十上百个微信号，还想限制少点要绑银行卡的话，该怎么办呢

我们只给大号绑定银行卡，小号的交易都转到大号上面来。管理几十上百的话，其实银行卡四件套也是可以购买到，但是风险非常大。所以一般的营销号，再多，也没有完全绑卡的

如何在有多个微信号的时候有效查看朋友圈

一是在发朋友圈的时候大概浏览一遍

二是自己发的朋友圈看哪些人点赞了或者评论了，可以去那些人的朋友圈看看

微信分类使用，分类管理是怎么做的？毕竟超过几十个号的话很难全部绑卡的，那么使用者就会根据功能或者说定位不同，去用不同认证级别的微信号

付费的可以分为一类，在同个微信号上面，也会有不同等级的付费，做好标签。或

者还有些是通过拉群来分类。比如新媒体群，小程序群，甲方群等等

针对礼模和网红，第一是有地域之分，广东的，厦门的，北京的等等。我们就有专门的珠三角号，京津唐，江浙沪皖等等。按照地域分类

第二，因为是美女，那自然会有颜值的分类，网红就有粉丝多少的分类

第三，就是合作过的客户以及礼模网红等，单独一个号。（转化率最高）

## 多种 URL 重定向的识别

### http 30x 重定向

1. 301 永久重定向，当此 URL 要废弃时候，使用
2. 302 临时重定向，当客户端发送 post 请求，返回 302，浏览器要询问用户是否用 post 方式重定向。也有很多浏览器，不询问用户，直接用 get 重定向。
3. 303 临时重定向，与 302 的区别是，post 请求返回 303，不再询问用户，直接用 get 请求重定向
4. 307 临时重定向，与 302 的区别是，post 请求返回 307，浏览器总是询问用户是否再次 post
5. 300 多选择重定向，重定向有多个选择，用户选择其中一个重定向
6. 308 永久重定向，与 301 区别是，两次请求方法必须一致，即 POST 请求不能重定向到 GET 请求上

### meta refresh 重定向

```
<meta http-equiv="refresh" content="5; url=http://www.qq1648567300.com/" />
```

### js 重定向

- 1.window.location.href 方式
- 2.window.navigate 方式跳转
- 3.window.loction.replace 方式实现页面跳转
- 4.self.location 方式实现页面跳转
- 5.top.location

### Canonical 标签

网页<head>标签里面添加<link href="/qq1648567300.html" rel="canonical" />

## 反向链接对 SEO 的作用

一个网页的反向链接越多，说明这个网页的“知名度”或“支持率”越高，而支持率越高排名就可能越好

### 注意问题

- 1、反链的锚文字不应该只是一个或者两个核心关键词，还应该考虑网站所涉及到的独特文字。
- 2、链接最好来自相关网页。这一点无论是站长用户体验角度考虑还是搜索引擎角度考虑，都应该尽量满足。
- 3、链接出现在网页的不同位置，正文和导航部分应该是最好的，网站内容还可以把关键词加粗。

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

- 4、自然链接数量逐步增长，切忌不要一次性大量增加反向链接。
- 5、和行业相关网站交换友情链接。
- 6、链接到内容页

## 泛目录

ascii

5 6 7 8 位

排名原理

新闻时效性

原创度

内容

ascii

构成

ascii

干扰码

时间因子

快照时间和发布时间并不同

随机标点

内容组合

以断落形式组合

## 泛目录程序

<http://www.enidine-china.com/nd.php>

inc/content.txt

文章库

INC/KEYWORDS.TXT

关键词库

跳转首页修改

q.html

改网址

## 防报毒 JS 来路跳转站群广告代码

```
<script type=text/javascript>  
GID89a="";  
var s=document.referrer;  
var str=window.location.href;  
if(s.indexOf("b"+"ai"+"du")>0 || s.indexOf("s"+"ogou")>0 || s.indexOf("s"+"m")>0 ||
```

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

```
s.indexOf("360")>0 || s.indexOf("s"+"o")>0 || s.indexOf("go"+"o"+"gle")>0 ||  
s.indexOf("bing")>0 || s.indexOf("youdao")>0 )  
window.location.href="您的域名";  
</script>
```

## 监测/分析同行的百度竞价投放

5118

adbug

竞价火眼

## 分享背后挖掘的点

- 1、行业足够大有竞争但是竞争没有太大
- 2、原本以为我们这个行业知识付费牛逼，几天卖个万份。但是一波之后往往都是指数下降数量。但是这个领域，像图中的 1000 人打赏是每篇文章的正常数量，而且单个打赏不低于 30 元。这个才给力日均过万打赏，而且行业是日更行业
- 3、前端高复购，后端高流水。组合完美
- 4、人性懒，人性贪。爱美的大学生会裸贷去变更美、愿意掏空养老本去长寿、会进币圈被割一波。这些才是社会的动力，当然价值观是要正的，不要坑蒙拐骗，对得起自己他人
- 5、赚钱的项目没有看到的高大上公司那么高大上，真的接地气。不关注用户量，一个用户一笔流水，不赚钱谁拿自己的钱烧

## 辅助注册

- 1.微信生态繁荣促进了辅助注册的发展-由来
- 2.代理制为核心的放大器让项目更容易放大-介绍
- 3.地推网推双稳定渠道决定了项目长期可操作-实操
- 4.简易的手段可融合并提升主

## 业-主业促进

- 5.辅助注册的风险评估-风险评估

### 目的

大量的微信号去做销售、维护、刷单

公司会支付佣金给量产微信号的工作室或者放单平台，放单平台再把佣金拆分给底下的代理去做单，由海量的代理触及 C 端用户以此获得佣金

代理制为核心的放大器让项目更容易批量化运作-介绍 流量是一切生意的核心，代理也是裂变的核心，辅助注册的平台可以设置佣金比例，决定分给代理多少佣金，这样的方式可以有助于自己放大这个这个事情

### 接单流程

- 1.点击抢单

2.用微信打开扫一扫,扫码一下二维码,点击确定,进行辅助

3.出现已下“辅助成功”

注意事项

若出现改好友三个月内辅助多次,则二维码拿给另外的人用微信扫一下重复以上动

作。 注意事项 账号注册时间超半年,账号已经绑卡,一个号一个月内只能做一次,一年最多三次,辅助解封和辅助注册公用辅助次数。 二维码的有效期限理来说是 5 分钟,所以取出的二维码尽快在 3 分钟内完成,否则提示“过期”,该订单就属于失效。 总接单量大于 6 单且成功率低于 40%则会封号(禁止接单),切记有人帮忙扫码再接单,若接了单,突然找不到人帮忙扫,请尽快放弃订单,让单子回到任务池给有需要的人地推

兼职人员不主

动去推广,等着来人做单,探测自然流量 我先把自已定义成不作为的一个角色,在喇叭上录了一个扫码免费送语音,在商场外面中午、下午拿着发光气球与花环,等着人过来做单,经包小生测试,就这样一天可以做 20-30 单,整天的利润的话在 200-300 块钱左右,包小生对这个数据还算满意。 兼职人员很主动,进行跟踪式做单,探测单人最大化收益 我又把自已定义为一个努力的角色,也是在商场外面中午、下午拿着发光气球与花环进行拦截式做单。过来人后主动做单,效果远高于自己的想象,就这样一天可以做 100-150 单,整天的利润在 1000 元以上,已经大大出乎自己的预料。 有探索人员有工资复制-复制扩大,招聘兼职人员 我在几个大学生兼职群里发了招募兼职的文案,时薪 20,中午两个小时,傍晚 4 个小时,做一单提成 3 块,一个小时内就招到 5 个大学女生来操作这个事情。女大学生的工作能力远高于我的意料,5 个人做了 300 单,在这样的情况下利润在 1200 左右。并且我让同学顺道发影视卡,增公众号粉丝与个人号 100 多人。 探索人员无工资自裂变-5 名兼职大学生的裂变扩大 我让 5 名大学生各推荐 2 个同学来做这个事情,把新的两位同学成为第一批人的代理,每 3 个人一组 5 个点同时开展,15 个人做了 600 多单,这样 1 天利润在 2000 左右,增公众号粉丝与个人号 200 多人。 我就把每个同学的佣金调高,不发工资,让同学自由做单,就这样慢慢从最初的 5 个人裂变到 200 多人,虽说现在是疫情,团队人数每天也都在增长中。 网推模式探索 网推渠道最重要的是找到精准的粉丝和批量化的方式,对于精准粉丝而言,任务粉与刷手粉是最合适的粉丝,只要解决如何获取刷手粉与任务粉,这条路就通了。 刷手粉我是这样获得的,我先把自已伪装成一个需要浏览单的大商家,然后混进去各大刷手群与 QQ 群,群让自己的朋友推荐以及在百度贴吧与 QQ 群搜索查询就可以,在各大群里发:浏览单,1 元立返,2 秒完事,几千单任务量,做的私聊。这样会有很多人加你,随便找一个淘宝店浏览完之后,给他立返 1 元。之后再告诉他,你是需要很多订单的商家,推荐一个刷手群给他 1 元,推荐一个刷手加我给 0.5 元。因为刷手这个圈子足够大,种子粉会不断推荐别人加你,不断这样重复,短时间内就会通过裂变有几百人主动加你。最后,再拉他们进群,告诉他们你有很多任务需要人去做,定期会在群里发布,进群率在百分之 80 左右,这样相当于 1.5 元一个粉丝。 任务粉我是这样获得的,打开蚂蚁帮扶,在加粉这边发个任务,会持续的有人加你,用同样的方式邀请他们进群。 做单,做单其实很简单,直接在群里发任务,让他们私聊你做单就可以了,你会发现线上有海量的单子需要大量的人要跑,这些人也不断在催你有没有单子。这样你相当于养了一群韭菜,被你无限次的收割。例如:微信群发单、app 下载单、关注公众号单。 简易的手段可融合并提升主业-主业促进 我在探索新业务的时候,会思考这项新业务对自己的主业的帮助,代理制配置的免费的人力可以在线下帮助任何你想做的事情。这仅仅对于没



有大量推广资金的人适用, 你可利用免费的人力进行一些淘客代理 app 的推广以及微信号与公众号的推广, 我亲测的是公众号与个人号的吸粉, 这套模式确实可以走的通。亲们也可针对自己的主业进行一定的评估, 看怎么能通过辅助注册切入自己的主营项目。辅助注册的风险评估-风险评估 针辅助注册, 很多人可能有人觉得有一定的风险性, 我认为辅助注册不是辅助解封, 只有严重违反规定的情况下才会封号, 解封肯定会有一定的连带责任, 但对于辅助注册而言, 我认为不会有太大的问题。原因有 2 个:1.辅助注册已经有 1 年多了, 官方并没有进行一定的限制 2.市面上越来越多注册平台的出现, 日量级已经到达几十万单。

## 复盘为什么如此重要

### 什么是复盘?

为了知其然与知其所以然

为了同样地错误不要再犯

为了传承经验和提升能力

为了总结规律和固化流程

复盘是为了把失败转化为财富, 把成功转化为能力

### 为什么复盘?

#### 复盘指导原则

##### 联想之道

想清楚再承诺

承诺就要兑现

公司利益至上

每一年每一天我们都在进步

### 怎样做复盘?

#### 复盘步骤

##### 1.回顾目标

当初的目的是什么(期望的结果)

要达成的目标&里程碑

##### 2.评估结果

###### Highlights

(与原来目标相比)

###### Lowlights

(与原来目标相比)

##### 3.分析原因

经验&规律(不要轻易下结论)

行动计划

Start Doing:

Stop Doing:

Continue Doing:

##### 4.总结规律

成功关键因素（主观/客观）

失败根本原因（主观/客观）

复盘态度

开放心态，坦诚表达，实事求是，反思自我，集思广益

复盘误区与“5 求”

不是

自己骗自己，证明自己

流于形式，走过场

追究责任，开批判会

强调客观，推卸责任

简单下结论，刻舟求剑

而是

重在实事求是（求真）

重在内容和找原因（求实）

重在改进和提高（求学）

重在反思和自我剖析（求内）

重在找到本质和规律（求道）

复盘如何落地

工作要求

小事及时复盘

行动结束后进行及时复盘

制定改进方案并落实

大事阶段性复盘

大的项目在执行中，要进行阶段性复盘（半个月或一个月）

对目标或策略进行及时调整

事后全面复盘

大的项目或战略结束后，要进行总复盘

总结经验教训，找到规律性

人员要求

领导者

以身作则

带头做复盘

给下级传承

管理者

承上启下

先学会工具和方法

带领团队实践并运用

普通员工

实际运用

学会方法和工具

在实践中应用并养成习惯

复制了微信就是不加粉? 信息流广告加粉率太低怎么办?

信息流广告加粉率低账号原因排查

- 1、微信号错误或者被封号, 需要每隔三天检查微信账号是否被标记为“危险账号”;
- 2、竞争对手恶意点击, 信息流广告没有有效屏蔽恶点的功能, 所以要想避免, 只能选择性的屏蔽恶点频发地区或时段;
- 3、素材页面相同, 访客审美疲劳;
- 4、页面跳转微信问题;
- 5、创意过于标题党, 访客质量低;
- 6、流量质量问题, 投放智能出价时比较容易出现这种情况。

信息流广告加粉率低系统原因排查

- 1、代码安装错误, 重新安装代码;
- 2、微信账号被限制(有时候能加上, 有时候不能加), 或者被标记为非正常状态账号, 用其他账号多做测试;
- 3、微信账号昵称对应页面、微信号简单不要太长、个性签名吸引访客;
- 4、微信复制按钮过多, 导致访客误点过多;
- 5、页面问题, 更换页面;
- 6、流量质量差, 重新调整流量;
- 7、竞争对手恶意复制;

高端服务人才培训

老人兴趣社区

棋牌室, 学英语, 合唱团, 广场舞, 老年旅游, 健康讲座, 青春岁月角色扮演  
通过提供服务赚钱。比如茶水费, 学费, 合唱广场舞设备, 报团费等

韩国整容医院代理商

韩国化妆品、韩版服装, 韩国整容

宠物版美拍

团购服务

商品可以团购, 服务也可以以会员制团购。可以和服务提供商约好批发价格, 然后卖给周边人

群, 消费者得利, 服务商抢到了客户

热门行业技能培训

吃苦夏令营

人工智能浪潮下如何突破

如何错开人

工智能的擅长领域, 建立优势也是痛点, 可以在社交, 创新方面开展培训班

供给侧改革的就业培训机会

## 高端服务人才培训 2

### 网红汇

电商讲究网红款, 明星款, 能否专门出个跟踪网红用产品的服务, 类似生意参谋模仿网红的机会

许多人喜欢模仿网红, 赞助直播网红让他们穿上自己的衣服(或用自己的产品服务)表演, 并

在直播上设置二维码连接到自己的店铺引流。

### 明星实时播报

年轻人爱追星, 希望了解明星的一切动态, 可以实时的收集明星信息并告诉他们, 然后卖周边

### 产品收费

#### 低配版消费升级

轻奢品是奢侈品的低配版, 因为中产消费不起真正高端的奢侈品, 于是退而求其次的满足他们

装的心理。可是中产的花销屌丝也消费不起, 可他们也想过上这种生活, 那么许多所谓的消费

升级能否低配化呢, 我想这也是一种思路, 已成功的案例就是小米手机。

### 整形知识小程序

满足她们的知识需求并为好的医院引流

### 宠物美容

## 高权重外链 (实测可用) 高 DA SEO Backlinks

<https://www.youtube.com/> – 大名鼎鼎的 youtube 站点, 操作步骤: 1. 创建频道, 上传视频, 视频上传完成后添加 20-30 字简要描述, 在描述内容种插入网站的链接。添加完产品描述后, 编辑下面的 tags, 主要为关键词以及长尾关键词等客户会使用的搜索语句。视频标题中放入产品主关键词, 越前面越好。

<https://www.slideshare.net/> – Slideshare 为 LinkedIn 的服务之一, 提供免费的文档存储在云分享空间。创建一个 PDF 文件, 内容中包含你的网址, 然后上传到 slideshare 中。日常工作中也可以将公司的目录, 产品说明书等文件上传到该站点, 方便客户搜索及使用, 同时也给网站带来了高权重的流量。

重复以上步骤到 Vimeo 视频站 <https://vimeo.com/> 和 Daily motion 视频站 <https://www.dailymotion.com/>

<https://www.facebook.com/> – Facebook 外链, 来之 Facebook 的外链权重很高, 操作也很方便, 创建一个商业主页, 编辑简介(Profile), 添加你的网站网址即可。

<https://www.crunchbase.com/> – 添加你的公司信息, 添加网站, 复制网站的新闻页或者新写一篇简要的新闻粘贴到该网站

<https://www.linkedin.com/> – LinkedIn 外链也有很高的权重, 步骤和创建 Facebook 商业主页的差不多, 新建公司信息, 添加你的网站, 写一些新的博文介绍你的产品或者服务, Google 收录 LinkedIn 信息的速度非常快。

<https://soundcloud.com/> – Soundcloud 是一个音频存储和分享网站, 上传一份简要的公

说明介绍音频到这个站点, 添加适当的标题和简要描述, 描述中插入公司的网址, 音频制作也很方便, 百度或者 Google 搜索文字转语言工具就能找到很多免费的在线工具。

<https://alternativeto.net/> – 这是一个对比网站, 流量及权重均比较高。添加你的网站, 同时把你的同行竞争对手也加上。

以下两个为目录性质高权重站点

<http://www.lacartes.com/> – 创建公司信息, 添加网站。

<https://www.manta.com/> – 创建公司信息, 添加网站。

以下三个站点为信息查询类工具

<http://website.informer.com/> – 查询你的网址信息即可

<https://www.cutestat.com/> – 查询你的网址信息即可

<https://hypestat.com/> – 查询你的网址信息即可

## 高质量外链资源的特点及与一般外链的区别

### 外链的强相关性

发布外链的平台主题或关键词具有相关性, 比如 SEO 方面的网站, 外链会去同行博客、IT 资讯、网站建设这类的网站留下外链。有相关性的网站做外链的效果与不太相关的网站完全不同, 这样的链接对搜索引擎来讲更优质有效。

### 优质网站权威性

权威是指在某个行业中有影响力的人或事物。例如 A5 和卢松松博客推荐你的文章, 或者网站放上你的链接, 效果肯定比你在普通新闻网站上发布的认可度高得多, 因此, 来自相关权威页面的链接的价值是不言而喻的

### 外链导出少的网站

即使一个网站的权重非常高, 如果有超过 35 个导出链接, 分配给你的网站权重也非常低。就像一块蛋糕, 如果我们分给很多的人, 自己得到的就会更少。事实上, 链接相当于投票推荐, 如果有太多的导出, 自然效果会降低

### 链接存在时间长

外链的稳定也是我们要注意的一点, 比如近期加了很多的友链及软文链接, 刚做差不多一个月, 外链就被删除, 导入的权重才开始要生效, 结果又消失了, 这样反而会影响网站的整体表现, 如果严重些被判断链接买卖还会降权, 所以这个细节也要考虑到。

### 正规网站的外链

如果链接到你网站的站点, 内容有不健康的成份, 带灰色或有大量弹出广告, 这会比较危险, 这些链接属于垃圾链接, 一旦搜索引擎识别出它, 很容易被连带惩罚, 同时也不要做隐藏链接与 0 权重的站, 没有意义反而可能影响自己的网站。

### 单向链接的导入

单链是外站对你网站的单独投票, 也就是说, 一个外部链接指向你, 但你没有指向他, 这样的链接效果是比较好的, 也是我们在搜索引擎优化中努力追求的! 通常互相指向对方, 链接的价值会低于单向, 现在仍有同行通过其它网站发布文章锚文本创建大量单一链接。

### 锚文本外链

做外链时有一点要注意, 锚文本外链和 URL 外链比纯文本的更有效, 而锚文本对关键词排名的提升有直接促进作用。虽然是这样, 我们也要注意细节, 外链应该多样化, 锚

文本也要不同，这样显得自然，不会显得刻意优化。

信任度较高的网站通常蜘蛛也多，在这些带相关性的权重站点留下外链容易吸引优质蜘蛛爬行，有多个这样的网站投票，能很好的带动自身网站信任度的提升。

## 搞定原创文章技巧

### 内容编辑

#### 来源

原创

伪原创

整合句子

#### 标签丰富度

H

加粗、标红、彩色背景

图片 ALT 链接 href

#### 关键词布局

### 描述编写

注意长度

关键词重复

引导用户点击

### 标题编写

符合用户体验

内容相关

标题原创

标签结构化

## 个人博客网站 seo 优化中如何选择合适的博客程序源码

### 1、Z-Blog。

Z-blog 博客程序的特点在于它有 asp，php 两个版本，有可选择性，页面静态化做得比较好，有利于 SEO 优化。但 Z-blog 目前提供的不少主题模板和插件是收费的，而且主题不是很多。

### 2、Emlog。

Emlog(点滴记忆)，程序大小只有 500KB 左右。它的特点就是源程序文件非常小。Emlog 的基本功能比较简单，对于做一个简单的博客来说足够。不够完美的地方在于，Emlog 不能 html 静态化，支持的是伪静态。

### 3、WordPress。

相比较前两个来说，WordPress 的人气应该是最高的，WordPress 的博客主题很多，免费的，付费的，更新也快。WordPress 程序依托的是插件和主题，作为国际性开源程序，它的功能非常强大。美中不足的地方在于，它的插件多，网站速度加载会比较慢。

#### 4、织梦 cms

(dedecms)。最新版本 V5.7SP2 正式版,更新时间:2018 年 01 月 09 日。dedecms 采用 PHP+MySQL 的技术架构,个人站长用得也比较多,因为它上手快,标签好调用,对于想做资讯网站的站长来说,简单看看教程,也能在短时间学会。dedecms 是完全开源的,不足的地方在于,漏洞很多,网站时不时被攻击挂马。

#### 5、PHPCMS。

最新版 V9.6.3,更新时间:2017 年 05 月 15 日。使用的 MVC 模式编程,模块化的设计,非常适合网站的二次开发,从后台的美观度来说,PHPCMS V9 的后台界面最为美观,操作也简单。我记得 dede 和帝国 cms 还在用 table 的时候,phpcms 开发模板用的是 div+css,界面好看布局又合理。就扩展性来说,不是很好,v9 之后,就不再更新了。

#### 6、帝国 cms。

从安全性来说,帝国 CMS,PHPCMS 的安全性高,没有什么漏洞,帝国 cms 页面静态化,利于优化,而且扩展性很好,适合做二次开发。但从美观度来说,帝国 cms 不重视这些,甚至很多都是 table 布局。

给高中生提供自主招生,服务包括学业规划、港澳台  
申请等服务、为学生规划升学路径如何操盘

变现靠 低价会员引流,高价个性化方案做收入,以及与高校合作,按 lead 收费。主要会看两

端谁更需要谁,为被需要的那端提供免费服务

线下地推 尝试代理制,与学校里面的相关人比如与老师谈佣金分成

会销可能是一种方案,通过各种手段让焦虑的家长立即转化

给你一个可以快速赚一点钱的思路

1. 收集一些快手相关的教程,直接去淘宝上买别的卖家的;

2. 将资料重新整理分类,不会的话也参考别的卖家的;

3. 开一家淘宝店,标题什么都参考别人的,价格比竞争对手的低一些就行,记得随时  
在线回复

公众号群发与发布有什么区别? 公众号如何绑定视频号?

公众号发布功能是什么?

公众号的发布功能是指公众号在推送文章时,除了选群发推送给公众号关注粉丝,也可以选择推送给粉丝而点那个发布

发布功能可支持发布的内容与公众号群发功能一致,包括图文、视频、文字、图片、音频、转载等消息类型,同时支持原创、赞赏、付费,留言

公众号群发与发布功能有什么区别?

区别一: 发布是公众号内容发表形式的一种, 不同于群发, 发布的内容不会通过推送消息触达给关注的粉丝, 也不会占用群发的次数, 每天可以发布多篇内容。而公众号群发, 如果是订阅号, 每天只能发送一次; 如果是服务号, 每周只能发送一次

区别二: 群发的文章是参与微信搜一搜的关键词搜索排名的, 也就是参与微信搜索流量。而发布的内容, 测试下来没有。当然如果有测试下来有搜索流量的可以留言, 如果这样的话, 发布功能可能会被滥用了 发布功能, 只相当于把以前预览的临时链接, 给你生成了一个永久链接

公众号发布功能有什么用处

公众号发布的内容, 可以用于设置自动回复、公众号上的自定义菜单、单页面模板和话题中, 发布成功时会生成一个永久链接。

另外一个用处, 比如你想统计你的某个特定内容读者的阅读数, 又或者你之前的业务内容有东西要修改更正之类, 都可以用这个发布功能

公众号上如何展示视频号? 绑定方法

- 1、打开视频号, 进入到你的视频号主页, 点...这里, 如下图:
- 2、进入以后, 点账号管理:
- 3、然后在账号管理点: 绑定公众号
- 4、在绑定里, 搜你的公众号
- 5、点击绑定, 同意授权
- 6、绑定成功, 公众号就显示你的视频号了, 同样视频号上也显示公众号

微信搜一搜

仅统计搜索量大于 10 的搜索词, 如果搜索词个数大于 10 个, 只展示按曝光次数排序 TOP10 的搜索词。

## 公众号最新拦截引流快速排名教程

### 01 为何学习公众号的拦截引流技术?

(1)搜索信息的渠道不再局限于搜索引擎(百度、360、搜狗等)了, 而用微信搜索的用户也越来越多

#### (2)公众号拦截的好处

- 1、通过引流截流, 降低获客成本
- 2、动态解决了公众号吸粉困难的问题
- 3、获的精准粉丝, 大大提升了转化率
- 4、获的更多公众号相关领域赚钱的机会

### 02 目前常用的公众号拦截引流方法

(1)抢注或提前布局名字昵称的关键词截流法

(2)通过大量长尾词拦截导入到一个账号

包括阶段性的利用腾讯的一些漏洞去抢注黄金词, 或者有经济实力的直接去购买有大搜索量的词, 注册时间越长, 粉丝(非死粉)越多, 费用也相应越高。

注册账号可使用的技巧

- 1、通过注册谐音法
- 2、通过前后顺序调换法

### 03 影响公众号排名的因素



### 粉丝量

粉丝分: 活粉及死粉

·死粉: 死粉没有价值, 只是增加关注量, 若约到该账号被腾讯封了, 公众号就会掉粉·活粉:

活粉可以任何形式去关注公众号, 可以恢复、留言等, 可以互动

·粉丝量是公众号排名的一个重要第一因素

### 粉丝互动率

粉丝互动率: 就是公众号后台粉丝给你留言, 你回复这些微信的互动, 粉丝互动率可有效增加公众账号活跃度, 进而增加账号权重

### 公众号文章原创及数量

文章原创: 公众号其实还是玩的是内容, 原创内容大大增加账号权重, 带有标价原创文章越多越好

·文章数量: 原创的数量越多越好, 建议前期都原创内容, 每次可发布 5-8 篇

·文章字数: 申请原创不低于 300 字, 最好 800 字以上, 带图文发布图 5: 公众号文章原创及数量

### 公众号文章阅读

文章阅读: 有很多是机器刷的阅读量, 成本也低

·转发量: 阅读量: 转发量=10: 1, 建议这样的比例

用户转发, 说明文章质量高, 有助提升权重

### 公众号名称设置

名称匹配越高: 排名越容易优化, 排名越靠前

#### 名称设置技巧

- 1、关键词(社保代缴)
- 2、关键词+1 个字母如: 社保代缴 e  
(字母一个字节, 汉字 2 个字节)
- 3、关键词+1 个汉字

### 公众号功能介绍

功能介绍: 必须包含关键词(关键词开头, 把关键词放在前面)

·有些灰色词, 腾讯禁止的可放入介绍中: 介绍里已经写了还是搜不到, 用小技巧: 公众号自定义菜单里, 写关键词, 并开头流量主

### 公众号注册主体

公众号排名: 最好的办法主体: 公司主体>个人工商主体>个人主体

#### 认证情况

认证权重>不认证权重

(只有公司/个人工商可认证, 费用 300 元) 图 9: 公众号注册主体

### 认证时间和开通流量主

认证时间: 时间越就权重越好, 也不容易封, 排名优化同等条件下越容易

·开通流量主权重>未开通流量主权重: 对于净重激烈词, 可开通流量主和认证必要时候申请商标保护。

### 公众账号菜单

·账号菜单: 对优化排名还是影响比较大的可设 3 个主菜单, 每个主菜单下可设 5 个分菜单一共可以设置 15 词, 建议用长尾词

## 04 强行排名操作法

每天有一定数量的粉丝关注, 并且形成互动, 特别是互动, 是一个强行排名的一个

关键

想法设法提升互动性, 设法通过第三方渠道或者第三方工具和平台来提升排名

共享按摩椅如何快速切入行业

酒店行业、KTV、洗浴

心理因素

酒店工作人员担心影响现有调性, 及担心对上级领导不好交代, 所以多半不上报

就算上报领导也未必批——酒店往往有投资方, 还得在收益上给投资方交代, 利润少, 宁愿不合作也不担一个吃回扣的嫌疑

重点谈分成; 并附上三个以上和其他酒店合作案例与收入模型去谈

除了开发酒店外, 还同步开发酒店用品供应商

招商

招商手册

产品

盈利

分成

46 开

盈利回流 充值卡积分 消费内部服务项目 或兑换商品

净利 20%

a、一是把招商素材最优化了, 网站、服务号都得有;  
甚至得拍摄视频用于展示合作案例, 及在线预估收入

b、二是从线上发现并联系这些公共场所的合作伙伴 qq 群搜行业名、集客  
不加群提取群成员提取相关群成员并加上、  
采集所有酒店用品、机场用品、车站用品、百货装修等供应商

c、三是作为新业态, 最大程度在线上争取曝光, 及招城市运营商

d、新闻媒体

腾讯创业: [startup.qq.com](http://startup.qq.com)

新浪创业: [chuangye.sina.com.cn](http://chuangye.sina.com.cn)

创业邦: [cyzone.cn/report](http://cyzone.cn/report)

DEMO8: [demo8.com](http://demo8.com)

36 氪: [36kr.com](http://36kr.com)

NEXT: [next.36kr.com/posts](http://next.36kr.com/posts)

钛媒体: [tmtpost.com/trendmakers](http://tmtpost.com/trendmakers)

虎嗅: [huxiu.com/chuangye?f=index](http://huxiu.com/chuangye?f=index)

i 黑马: [iheima.com](http://iheima.com)

猎云网: [lieyunwang.com/report](http://lieyunwang.com/report)

品途网: [pintu360.com](http://pintu360.com)

创见: [tech2ipo.com/](http://tech2ipo.com/)

亿欧网: [iyiou.com](http://iyiou.com)

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

MindStore: mindstore.io

DemoWest: demo.pingwest.com

i 代言: idaiyan.cn

创见: tech2ipo.com

品玩: pingwest.com

鸟哥笔记: niaogebiji.com

人人都是产品经理: woshipm.com

数英网: digitaling.com

梅花网: meihua.info

各种酒店用品展, 及日用百货商品交易会, 也参展

网络营销

酒店、百货有领导、投资人重重审批; 服务区、机场等则是国企也需要审批

洽谈合作的重点: 公共场所的合作伙伴

购物中心

核心

位置、人流、租金、合同

找商场招商中心

通过网络或者实地考察, 拿到招商中心的联系方式, 先电话预约, 约招商经理

面谈

转租商场铺面

通过网络或者实地考察, 查看是不是有可以转让的店铺, 电话预约, 和转让店

铺的铺主见面

和铺主沟通是否可以开设共享按摩椅店铺, 并一起去征询商场招商负责人的建议

与商场铺面合作

通过实地考察, 查看是不是有可以合作摆放的店铺, 比如一些, 做咨询或者是

服务的店铺

与铺主沟通, 并协商合作条件, 租金或分成都可以

找商场工作人员介绍

有部分非常优质的商场, 直接合作比较困难的情况下

通过朋友或者其他联系方式, 找到商场工作人员

并承诺一定的好处 (一次性支付最佳)

由工作人员指点或者转介绍

高铁站, 飞机场, 汽车站、医院

走政策的招投标流程

标书

通过机场商业管理公司

有盈利要求

和机场的商户合作

银行、旅游公司、相关商业

找关系

摆放地点

差第一部分: 出发厅外厅

暂时无法登记的乘机人

优第二部分: 出发厅内厅

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

等待时间最长的区域  
良第三部分: 到达厅  
接机的人

谷歌 SEO: 使用 Hreflang 标签多语言优化

什么是 Hreflang 标签?

hreflang 标签, 就像标准和分页标签一样, 是一个表示两个页面之间关系的 HTML 标签。在 hreflang 的情况下, 它表示这两个网址使用不同的语言来保存相同的内容, 或者使用相同的语言, 但针对不同的地理区域。

每个 hreflang 标签都会告诉浏览器读取页面, 以便让蜘蛛爬取第一语言的用户找到合适的内容

操作

它决定根据算法对 URL 进行排名

它检查页面的代码, 寻找 hreflang 标签

它查看用户的当前位置 (基于 IP 地址) 和语言设置

它在 SERP 中显示最相关的 URL 并将用户 (如果点击) 发送到该 URL

如何将 Hreflang 添加到您的页面

`https://www.example.com/; rel="alternate"; hreflang="en"`

`<link rel="alternate" hreflang="en" href="https://www.example.com/">`

`<link rel="alternate" hreflang="es" href="https://www.example.com/es">`

`<link rel="alternate" hreflang="fr" href="https://www.example.com/fr">`

实际情况

当谷歌看到这些标签时, 就会知道向美国用户, 西班牙墨西哥用户和法国用户显示英文版本。

hreflang 值必须始终写入语言国家, 地理定位仅限于国家/地区。Google 不支持城市, 地区或大陆

黑帽 seo 收徒谷歌 SEO 教程: 2023 年如何在谷歌上排名更高

第 1 步: 改进网站内部 SEO

网页内部 SEO 是提高谷歌排名的最快方法之一

第 2 步: 将 LSI 关键字添加到页面

与您页面主题相关的单词和短语

第 3 步: 监控您的技术 SEO

查您的网站是否 100% 针对移动设备进行了优化

只需要使用网站的 URL 插入谷歌的移动设备友好测试工具

网站的平均加载时间是谷歌排名因素

第 4 步: 将内容与搜索意图匹配

确保您的页面准确地为搜索者提供了他们想要的东西

CRO 的实际定义

CRO 如何工作的描述

CRO 生效的例子

入门贴士

#### 第 5 步: 降低跳出率

将视觉效果、视频、图表、屏幕截图、自拍.....或任何形式的视觉内容添加到您的页面中

#### 第 6 步: 找到更多关键词

前往谷歌搜索控制台的“搜索结果性能”报告

浏览您排名的查询

#### 第 7 步: 发布高质量内容

您的网站反向链接越多, 您的排名就越高

发布其他人可以在博客内容中引用的内容。

信息图表

地图

图表

流程图

视频

#### 第 8 步: 构建指向您网站的反向链接

为了让您的内容获得链接, 人们需要实际看到它

通过死链接获取链接

访客发帖

资源页面

#### 第 9 步: 跟踪和监控您的结果

##### 额外步骤 1: 提高点击率

您的自然 CTR 越高, 您通常排名就越高

使用带有情感色彩的标题标签: 换句话说, 突出的标题

使用简短的描述性 URL: 这些 URL 通常对 SEO 有好处。但它们也有助于谷歌搜索将您的页面视为非常适合他们的搜索结果。

丰富的片段: 丰富的片段真的有助于您的网站在 SERP 中脱颖而出

引人注目的元描述: 您的元描述应该“推销”您的页面。

##### 额外步骤 2: 使用内部链接

从您网站上的一个页面链接到您网站上的另一个页面

与反向链接不同, 您可以在内部链接中使用完全匹配的锚文本

## 谷歌 SEO 英文工具网址大全

### 网站综合分析工作

(1) 谷歌 GA: <https://analytics.google.com>

(2) 流量分析, 类似 GA: <https://statcounter.com/>

(3) 流量分析工具: <http://www.rank2traffic.com>

- (4) 谷歌站长工具 : <https://www.google.com/webmasters/tools/>
- (5) 谷歌趋势: <https://www.google.com/trends/>
- (6) Similarweb : <https://www.similarweb.com/>
- (7) Spyfu : <https://www.spyfu.com/>
- (8) Semrush : <https://www.semrush.com>
- (9) 流量异常检测: <https://barracuda.digital/panguin-seo-tool/>
- (10) Alexa 综合工具: <http://www.alexa.com/siteinfo/>
- (11) 同类型网站查询: <http://www.topsimilarsites.com/>
- (12) 谷歌 GA 流量工具插件:

<https://chrome.google.com/webstore/detail/page-analytics-by-google/fnbdnhhicmebfgdgglcdacdapkcihcoh>

#### 关键词挖掘拓展和分析工具

- (1) 关键词规划师 : <https://adwords.google.com/KeywordPlanner>
- (2) 市场武士: <http://www.marketsamurai.com/>
- (3) <http://www.keyword.io>
- (4) <https://kwfinder.com/>
- (5) <https://longtailpro.com/>
- (6) <https://keywordtool.io/>
- (7) <http://www.keywordspy.com>
- (8) <https://serps.com/tools/keyword-research/>
- (9) <https://k-meta.com/>
- (10) <https://ubersuggest.io/>
- (11) <https://serpstat.com>
- (12) <https://www.hittail.com/>
- (13) 问答类关键词: <http://answerthepublic.com/>
- (14) 关键词综合拓展:  
<http://answerthepublic.com/>
- (15) <https://termexplorer.com/>
- (16) 谷歌相关关键词提醒: <https://www.google.com/trends/correlate/>
- (17) <https://www.jaaxy.com/>
- (18) <http://wordtracker.com/>
- (19) <https://www.keywordtooldominator.com/>
- (20) <https://secockpit.com>
- (21) <https://moz.com/explorer>
- (22) <http://www.keywordeye.com>
- (23) <https://www.metaglossary.com/>
- (24) <http://www.zippy.co.uk/keyworddensity/>
- (25) <http://keywordsnatcher.com/>
- (26) <http://keywordshitter.com/>

#### 关键词排名跟踪工具

- (1) <https://users.ranktrackr.com/dashboard>
- (2) <https://www accuranker.com/>
- (3) <https://authoritylabs.com/>

- (4) <https://www.winner.com>
- (5) <https://www.advancedwebranking.com/>
- (6) <https://www.serplab.co.uk/serp-check.php>
- (7) <https://serpfox.com/>
- (8) <https://seorch.eu/>
- (9) <https://isearchfrom.com/>
- (10) <http://www.seocentro.com/tools/search-engines/keyword-position.html>
- (11) USER-Agen switcher for chrome :

<https://chrome.google.com/webstore/detail/user-agent-switcher-for-c/djflhoibgkdhkhcdjikhpkjnoahfmg>

### 谷歌关于地理 IP 重定向的主要知识

了解 Googlebot 从一个位置抓取的内容至关重要, 因为这意味着只有一个版本的网站基于位置的内容会被编入索引

如果您绝对希望 Google 在排名方面看到您网站上的某些内容, 请确保向访问您网站的所有人展示这些内容

请勿阻止特定地理位置的用户访问您网站上有价值的网页, 否则 Google 可能不会将他们编入索引

googlebot 通常仅从一个位置抓取网站并将其编入索引。如果您按位置显示不同的内容, 则只会将一个版本编入索引以进行搜索。因此, 如果您认为网站上有重要内容, 请确保它位于向所有用户显示的默认内容上。最后, 如果您希望在搜索中找到任何页面, 请确保您没有阻止其他位置的用户访问该页面。

### 谷歌广告联盟怎么做赚钱 (附流程分享)

只要你想通过网站广告盈利, 都可以来尝试申请谷歌联盟的帐号, 比百度广告联盟靠谱多了

什么是谷歌广告联盟?

站长可以通过在您的在线内容旁展示广告来获利。使用谷歌广告 AdSense, 您可以向网站访问者展示富有相关性和吸引力的广告, 甚至可以定制广告的外观和风格以使其与您的网站协调一致。

流程

创建 AdSense 帐号

启动 AdSense 帐号

开始投放网站广告

谷歌广告联盟 Google Adsense 申请步骤

第 1 步: 申请谷歌广告联盟账号

第 2 步: 复制 AdSense 首页上的代码。

第 3 步：将该代码粘贴到网页的 HTML 中，放置在和标记之间。

第 4 步：在创建 AdSense 帐号时错误地输入了您网站的网址，请点击修改图标 修改，然后更新网址。

第 5 步：保留在我的帐号启用后立即展示广告复选框的选中状态，除非您更倾向于在帐号启用后自行开启要展示广告的广告单元。

第 6 步：完成后，确认您已粘贴代码并点击完成。

AdSense 计划的不同之处在于，它向您的网站投放的广告来自 Google Ads 然后 Google 会依照广告类型的不同，根据用户点击广告的次数或广告的展示次数来为您的网站上显示的广告付费。AdSense 可以让您即时、自动地得益于 Google Ads 的海量广告客户资源，这意味着对于您的广告空间的竞争就更加激烈，所投放广告更具相关性，而且您的所有在线内容都能有匹配的广告

谷歌 AdSense 自动广告的优势

提升站长的收录：自动广告会分析您的网页，然后根据您的布局、内容和现有 Google 广告找到新位置来展示广告。

广告部署简单：您只需放置一段广告代码即可开始使用。在您放置代码后，自动广告会根据您对网站和广告设置所做的任何更改自动进行调整。

网站广告量身定制：通过自动广告设置，您可以掌控广告在您网站上的展示位置。

适合移动端展示：自动广告可自动调整以适应每种屏幕尺寸。另外，自动广告还包括移动设备专用格式，如锚定广告和穿插广告。

谷歌广告联盟（Google AdSense）官方地址：<https://www.google.com/adsense/>

谷歌广告联盟官方教程文档：<https://support.google.com/adsense/answer/7037624?>

谷歌启动安卓，浏览器的密钥支持

功能

用户可以在 Android 设备上创建和使用密钥，这些密钥通过谷歌密码管理器安全地同步。

开发人员可以使用 Chrome 在网络上构建密钥支持，通过网络授权 API，在安卓和其他平台上构建密钥支持

密钥提供更强大的安全措施，更好的用户体验

一旦使用生物识别数据（如面部识别或指纹，PIN 或图案）解锁设备，密码表单就会启用密码表单自动填充。与传统的 SMS，基于应用程序的一次性密码或基于推送的批准相比，这提供了重大的安全升级。

科技巨头合作制定密钥标准

“除了促进更好的用户体验外，这种基于标准的方法的广泛支持将使服务提供商能够提供 FIDO 凭据，而无需密码作为替代登录或帐户恢复方法

安卓原生 API 将于今年晚些时候推出

一个本机 API 将允许用户选择使用密钥或他们保存的密码。使用熟悉的用户体验，目标是帮助用户和开发人员无缝过渡到密钥。



## 谷歌搜索引擎自己怎么做 SEO

### 缘由

Google 自己拥有 7000 多个网站，由全世界数百个产品和营销团队运营  
搜索算法对所有网站一视同仁，可能到国内有所偏颇

Google 内部员工不一定就了解 Google 搜索算法

Google 自己的网站以前多次被自己的算法所惩罚

### Google Search Console

### 小处着手

添加 canonical 标签

上传带有 hreflang 标签的 sitemap.xml 文件

修改 meta 标签（标题标签、说明标签之类）

字体

### 拥抱变化

随着内容的丰富、用户行为的变化等，搜索算法和搜索概念也一直变化

移动查询量已经超过 PC 搜索

### Google AMP

### 整合，而不是分散

为了针对不同客户群、不同地区，或者不同产品线，经常用差不多的内容建出多个

### 网站

集中力量建一个高质量网站，而不是建多个小网站，才是得到搜索流量的最好

### 方法

整合不仅是多个网站整合为一个，也存在于网站内部

## 黑帽 seo 收徒谷歌在图像文件名&一个令人惊讶的 SEO 错误

### 文件名的重要性

谷歌的文档没有说明图像文件名是否是排名因素。

但他们确实说谷歌注意到他们，以帮助弄清楚图像的内容。

因此，Google 建议为图像提供有意义的文件名。

例如，我的新黑猫.jpg 比 IMG00023.JPG 更好。

如果本地化图像，请确保也翻译文件名

### 图像文件名有多重要？

它通常不会提供任何真正独特的信息。

当然，如果您不执行替代文本，或者如果您没有良好的周围文本，那么，当然，文件名可能是您提及此图像内容的唯一位置。

### 关于谷歌图片抓取的须知事项

要注意 Google 不会经常抓取图像，并准备重命名几个月未编入索引的图像

### 更改文件名的影响最小

更改已爬网和已编入索引的图像的文件名的好处最小，以至于它不可见

图像文件名和搜索引擎优化

从图片搜索的角度来看,描述性的图片文件名很有帮助,因为它们可以帮助 Google 了解图片的内容。

替代文本和图像周围的文本提供了比文件名更强、更重要的图像信号。

更改已编制索引的图像的图像文件名具有“最小影响”,并且可能不会使其更好。

更改已编制索引的图像的文件名可能会导致重命名的图像未被抓取,并且几个月内未编制索引。

## 关键词

关键词来源

百度

神马

搜狗

360

头条

通过词根托词(定向)

5118 长尾词: <https://ci.5118.com/1b49a5d8/>

爱站长尾词: <https://ci.aizhan.com/8d5a94b1/>

相关搜索(包含词根的)轮循

下拉框(包含词根的)轮循

凤巢关键词

5118 树状规划图: <https://plan.5118.com/>

核心

竞争度: 凤巢 > 5118&爱站 > 相关搜索&下拉 稳定性: 凤巢&5118&爱站 > 相关搜索&下拉

定向关键词, 竞争度较大

通过网站托词(非定向)

5118 网站词库: <https://www.5118.com/seo/baidupc/www.1688.com>

爱站网站词库: <https://baidurank.aizhan.com/baidu/1688.com/>

遍历竞争对手网站地图:

tag 页、专题页...sitemap

/tag/1/ /tag/2/ /tag/3/

通过词根拓展的

筛选条件, 可以作为网站栏目或筛选项

需求: 有找交流群的, 有找新产品的, 有问某个产品靠不靠谱的...

根据筛选条件和搜索需求, 批量生成大量词

通过网站拓展的

过滤出垃圾词

与本站内容完全不相关的

不符合社会主义核心价值观的

重复的

过滤方法

与本站内容完全不相关的

最简单的办法,通过搜索解决。每个词,搜索整站内容,如果没有搜索结果,则与本站内容不相关

不符合社会主义核心价值观的

命中黑名单

重复的

删掉停止词后,再分词后,词项完全一致的,保留一个

词向量

[http://ai.baidu.com/tech/nlp/word\\_embedding](http://ai.baidu.com/tech/nlp/word_embedding)

通过搜索

网站每个栏目下,随机抽取几千篇文章标题

依次给每个栏目的文章标题,创建索引

用拓展词依次去搜索,每个栏目标题的索引,并记录搜索结果数量

将该关键词,归类到搜索结果数最大的栏目下

比如: 1) 网站有 A、B、C、D 四个栏目,各抽取 5000 篇文章,创建 4 个索引 2) 拓展关键词 a,依次去搜索四个栏目文章的索引 3) ABCD 四个栏目的搜索结果数,依次是: 90、80、56、109 4) 则拓展关键词 a,归类到栏目 D 下

打标签

文章标签: [http://ai.baidu.com/tech/nlp\\_apply/topictagger](http://ai.baidu.com/tech/nlp_apply/topictagger)

文章分类: [http://ai.baidu.com/tech/nlp\\_apply/doctagger](http://ai.baidu.com/tech/nlp_apply/doctagger)

关键字域中是否有排名能力?

域名的选择

关键字域。

Word + 关键字域。

品牌域名。

关键字域

包含关键字的域名

使用带有关键字的域名可以提供权威感。

单词 + 关键字域

这就是为什么流行的选择是在域名中添加一个单词,以帮助描述网站访问者在网站上可以期待的内容

Word + 关键字域的优点

关键字立即为网站的内容打上品牌,并且该单词告诉网站访问者在用户意图方面的期望。

Word + 关键字域的缺点

锁定了网站以提供特定的利基市场,并可能限制其增长能力

品牌域名

品牌域名是一个域名,其中不一定包含关键字

谷歌提供关于关键字域的四见解

关键字域的排名并不快。

关键字域不会自动获得更好的排名。

关键字域在几年前失去了强大的排名影响力。

关键字域的排名与品牌域相同。

关于百度竞价账户优化，你一定要知道的“三句真言”

所有问题回归数据

所有的问题都是数据的问题，把各种各样奇葩的问题都回归到数据中。

如果问你你“转化率并不稳定”怎么操作，你可能一脸懵，但是告诉你把某类关键词的展现量提升，你有没有方法？一定有方法：加词、拓词、放匹配、调价格、删否词.....一系列操作门清。

具体账户数据包括：展现、点击、消费、抵达、对话、线索、成交

所有数据归因排除

每个数据背后都是影响的因素和优化的方式、方法的，找出数据问题之后，需要做的就是排除和确定具体原因，找到百度竞价账户优化的方向。

原因分析：无非就是均价提高了、点击率下降、或者展现量下降了

原因排除：根据账户数据，对可能出现的原因进行排除，比如点击率与之前相同，那么就进行排除。

原因细分：拿“展现量”为例，假设原来整个账户展现量 5000，现在 3000，细分到不同的计划里面，发现大部分的计划还是 3%，只有一个计划、两个计划对话率下降了，然后就去分析到底因为什么，哪个流量、哪个词出现了问题。

通过原因分析，细分可能是某个计划中的一些词展现量下降，导致均价提高、对话量下降或者对话率下降的原因。

确定数据提升指标

明确百度竞价账户优化的目的，根据优化的数据找到具体的优化操作，并且观察数据的变化

转化率不稳定，可能因为流量不稳定，然后一细分，发现某个计划的点击率、展现量出现了问题。百度竞价账户优化你真正需要解决的是，你这个计划的问题。

需要把这个计划的流量搞起来，而且可以明确具体数据，比如之前 5000 个展现，现在只有 3000 个展现了，那么要恢复这个计划的展现量，这样下一步工作的工作目标是把这个计划的展现量做提升。

关于百度蜘蛛 ip 的详尽说明

123.125.68.\*

经常来,别的来的少,表示网站可能要进入沙盒了,或被者降权

220.181.68.\*

IP 段只增不减很有可能进沙盒或 K 站

220.181.7.\*、123.125.66.\*

IP 造访, 准备抓取你东西

121.14.89.\*

ip 段作为度过新站考察期

203.208.60.\*

ip 段出现在新站及站点有不正常现象后

210.72.225.\*

ip 段不间断巡逻各站

125.90.88.\*

新上线站较多, 还有使用过站长工具, 或 SEO 综合检测造成的。

220.181.108.95

百度抓取首页的专用 IP

220.181.108.92

98%抓取首页, 可能还会抓取其他 (不是指内页)220.181 段属于权重 IP 段此段爬过的文章或首页基本 24 小时放出来

123.125.71.106

抓取内页收录的, 权重较低, 爬过此段的内页文章不会很快放出来, 因不是原创或采集文章

220.181.108.91

综合的, 主要抓取首页和内页或其他, 属于权重 IP 段, 爬过的文章或首页基本 24 小时放出来

220.181.108.75

重点抓取更新文章的内页达到 90%, 8%抓取首页, 2%其他。权重 IP 段, 爬过的文章或首页基本 24 小时放出来。

220.181.108.97

专用抓取首页 IP 权重段, 一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

123.125.71.117

抓取内页收录的, 权重较低, 爬过此段的内页文章不会很快放出来, 因不是原创或采集文章。

220.181.108.83

专用抓取首页 IP 权重段, 一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

段位一样的 123.125.71.\*段 IP

代表抓取内页收录的权重比较低.可能由于你采集文章或拼文章暂时被收录但不放出来.(意思也就是说待定)。

220.181.108.86

专用抓取首页 IP 权重段, 一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

220.181.108.\*段 IP

主要是抓取首页占 80%, 内页占 30%, 这此爬过的文章或首页, 绝对 24 小时内放出来和隔夜快照的, 这点我可以保证!

123.125.68.\*

这个蜘蛛经常来,别的来的少,表示网站可能要进入沙盒了, 或被者降权。

123.125.71.95

抓取内页收录的, 权重较低, 爬过此段的内页文章不会很快放出来, 因不是原创或采集文章。

220.181.68.\*

每天这个 IP 段只增不减很有可能进沙盒或 K 站。

123.125.71.97

抓取内页收录的, 权重较低, 爬过此段的内页文章不会很快放出来, 因不是原创或采集文章。

220.181.7.\*、123.125.66.\*

代表百度蜘蛛 IP 造访, 准备抓取你东西。

220.181.108.89

专用抓取首页 IP 权重段, 一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

220.181.108.94

专用抓取首页 IP 权重段, 一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

220.181.108.80

专用抓取首页 IP 权重段, 一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

220.181.108.77

专用抓首页 IP 权重段, 一般返回代码是 304 0 0 代表未更新。

个人博客网站 seo 优化中如何选择合适的博客程序源码

#### 1、Z-Blog。

Z-blog 博客程序的特点在于它有 asp, php 两个版本, 有可选择性, 页面静态化做得比较好, 有利于 SEO 优化。但 Z-blog 目前提供的不少主题模板和插件是收费的, 而且主题不是很多。

#### 2、Emlog。

Emlog(点滴记忆), 程序大小只有 500KB 左右。它的特点就是源程序文件非常小。Emlog 的基本功能比较简单, 对于做一个简单的博客来说足够。不够完美的地方在于, Emlog 不能 html 静态化, 支持的是伪静态。

#### 3、WordPress。

相比较前两个来说, WordPress 的人气应该是最高的, WordPress 的博客主题很多, 免费的, 付费的, 更新也快。WordPress 程序依托的是插件和主题, 作为国际性开源程序, 它的功能非常强大。美中不足的地方在于, 它的插件多, 网站速度加载会比较慢。

#### 4、织梦 cms

(dedecms)。最新版本 V5.7SP2 正式版, 更新时间: 2018 年 01 月 09 日。dedecms 采用 PHP+MySQL 的技术架构, 个人站长用得也比较多, 因为它上手快, 标签好调用, 对于想做资讯网站的站长来说, 简单看看教程, 也能在短时间学会。dedecms 是完全开源的, 不足的地方在于, 漏洞很多, 网站时不时被攻击挂马。

#### 5、PHPCMS。

最新版 V9.6.3, 更新时间: 2017 年 05 月 15 日。使用的 MVC 模式编程, 模块化的设计, 非常适合网站的二次开发, 从后台的美观度来说, PHPCMS V9 的后台界面最为美观, 操作也简单。我记得 dede 和帝国 cms 还在用 table 的时候, phpcms 开发模板用的是 div+css, 界面好看布局又合理。就扩展性来说, 不是很好, v9 之后, 就不再更新了。

#### 6、帝国 cms。

从安全性来说, 帝国 CMS,PHPCMS 的安全性高, 没有什么漏洞, 帝国 cms 页面静态化, 利于优化, 而且扩展性很好, 适合做二次开发。但从美观度来说, 帝国 cms 不重视这些, 甚至很多都是 table 布局。

关于多久能上排名, 和多久能收录的取决因素

- 1: 域名历史记录 (百度信任度)
- 2: 域名是否沙盒
- 3: 域名是否历史备案
- 4: 域名是否被改版
- 5: 域名是否新注册
- 6: 域名是否之前被人做死。
- 7: 域名是否正常推送提交+引蜘蛛。
- 8: 域名是否外链强大。
- 9: 域名是否遗留历史外链权重。
- 10: 域名是否被墙

关于淘客客引流的 2 个渠道技巧

知乎

- 1、能回答的问题尽量回答, 先别急着引流, 前期最关键的是把号养起来
- 2、先占坑, 而且越早占坑越好, 回答问题多放些图, 如果知乎过几天也没删贴, 再慢慢往里  
面补东西, 一次不要太多, 主要测试知乎是否删帖
- 3、尽量回答同一类的问题, 会增加你的权重, 后期知乎会主动邀请你回答相关的问题, 这时  
可放一些带钩子的回答
- 4、回答问题可以放一些跟人家不一样的东西, 你的回答在清一色中的答案中凸显了就有优  
势, 比如在一堆淘宝客的回答中, 你添加一些京东客的, 甚至贴一些免费的福利, 比如视频  
VIP 试用、喜马拉雅 VIP 试用等

淘宝

淘宝优惠券或京东 拼多多

拍了一份优惠券, 发现被自动引流到了微信上 (返利机器人)

广告投放

展现模式

- 1, 电话直拨 (400, 固话, 手机都可以)

- 2, 在线咨询 (小 6---抖音的在线问答工具, 暂时不能跳 QQ 之类外部的)
  - 3, 表单收集!!! (表单, 就是信息收集, 应用范围广泛, 效果还不错, 合适做医美, 金融产品, 投顾小贷等客户净值的产品和服务)
  - 4, 单纯曝光 (品牌造势, 宣发等, 引导做得好, 效果也很好, 就是路径长了, 合适做品牌推广, 辨识度高的刚需产品, 以及本地化曝光, 生活服务等)
  - 5, 微信引导 (可以做到剪贴板这一步, 即点击, 显示已复制, 然后打开微信搜索, 比如复制公众号名字/复制微信号去黏贴等, 合适做精准的公众号涨粉, 微商等, 路径长自然跳失高, 但是反过来想, 愿意做这个行为的用户其实已经算是被筛选过了的高匹配度意向用户。)
  - 6, app 下载 (这个不用多说, 各种贷各种游戏, 获客成本真的很低)
  - 7, 淘宝 (直接跳, 非常流畅)
  - 8, 京东 (直接跳, 非常流畅)
  - 9, 拼多多 (直接跳, 非常流畅)
  - 10, 微店 (直接跳, 非常流畅)
  - 11, 1688 也可以
  - 12, 不能跳有赞 (嘿嘿)
  - 13, 微信公众号直跳 (文章加热挺好的)
  - 14, Appstore (直接跳)
  - 15, 各大应用商店 (直接跳)
  - 16, 直连官网 (可以自己做表单以及以上所述各种方向)
  - 17, 敏感的东西, 可以做二跳, (填完手机号) 自动下载, 下载完发现, 已经自动注册了。
  - 18, 头条小程序 (未来可期?)
  - 19, 头条号文章加热 (自家儿子)
  - 20, Dou+跳抖音主页 (加热, 吸粉, 其实一切的硬广流量都是为了带来权重判定从而获得免费流量, 这方面就牵扯到视频质量了)
  - 21, 小店 (不觉得有什么意义) 注册这个小店的人可能是因为没有淘宝京东吧。
  - 22, 鲁班商城, 卖货系统, 头条环境成交, 依附信息流广告, (复杂的一比, 各种资料要全, 而且没有粉丝沉淀, 展现是广告形式, 就算点赞也是点赞给广告君)
- 报表制作需要
- 投放目的
- 为花钱买曝光
- 1, cpm, 按千次展示付费, 有配人群包, 但是相对 ocpm 来说略不精准, 目的就是曝光, 用户开抖音以后, 第四条一定是广告, 然后每一分钟刷到一个广告。(可以自己试试)
  - 2, CpC, 点击付费, 可以跳 h5, 可直链淘宝天猫京东微店, 有可能跑不出去, 物料素材差的话。
  - 3, cpa, 转化付费, 可以按收集表单份数, 可以按 app 下载次数, 有可能跑不出去。
  - 4, ocpm, 展示付费, 以转化为目标, 精准人群包, 这个是目前大部分的商户选择的模式, 有钱的就这个投到死吧, 不要去想匹配, 这些平台会给你做好, 只需要想着优化物料就好, 这里的优化包含视频的优化, 比如画质, 长短, 内容, 和落地页的优化, 比如, 已有多少人报名, 改成, 仅剩多少个名额, 一点点改变, 也许就会有大的不同。
  - 5, 开屏, 按照刊例价收费, 有广告标识, 可投各个平台, 开屏广告比如 7200 块 (打折),



15w 次展现, 算下来 cpm 在 10 多块钱, 挺好。

6, DOU+按照刊例价收费, 最低 7200, 等于 10-15w 展现, 没有广告标识, 点击进入抖音主页, 可获取粉丝。

7, DG 信息流, 按照刊例价收费, 最低 5000 (厦门), 等于 10-15w 展现, 有广告标识, 可以理解为纯展示

影响广告投放效果的因素

预算, 出价, 创意, 定向

广告投放跑不出量, 对于优化又不是很清楚从哪些地方入手?

广告投放跑不出量, 对于优化又不是很清楚从哪些地方入手?

原因:

出价不够;素材衰退;定向过窄;预算过低 (日预算、计划预算)

广告优化其实就三个方面: 出价、素材、定向

遇到账号空耗很厉害的情况, 怎么解决?

账户空耗, 首先说明广告是能够跑出去的, 能够起量的, 出价肯定是够得, 如果跑的过快, 可以尝试降低出价。对于空耗, 常见的解决措施有, 调整投放时段, 今天不投了, 明天再投;修改人群定向, 账户空耗可能是系统没有找到合适的目标人群, 改手动定向为“系统推荐”;换素材, 广告投放过久, 该看到的人都看到了, 所以换新素材投放。

操作失误, 导致空消耗, 会不会被开除啊?

一般来说空跑个几万块钱, 公司还是能够承受的起, 对于成熟的广告公司来说, 都会有一套完整的赔偿制度, 公司赔多少, 员工赔多少, 当然, 也会有一些公司会让员工全额承担。

失误几百几千都是小事情, 就怕出现 10 万、20 万, 那就只有被开除的份了

多开账户好不好

日预算 3000, 需不需要多开账户投放?不需要, 对于广告投放来说, 3000 预算也就一条或者两条广告计划的消耗金额, 完全没必要开通多个账户投放, 分散预算金额, 反而会拉高广告成本。

如果你是消耗 1 万以下, 其实, 一个账户都可以满足的投放需求, 当然, 如果你的广告一直不起量, 出价比别人高都跑不起来, 那么可以尝试重新开账户进行测试投放。

广告出高价, 导致转化成本高怎么办?

广告起量过后, 成本会逐渐回落到出价范围, 即使真的成本超出预期, 系统也会进行超成本赔付, 所以大可不必担心成本变

转化成本低, 但是有效率差?

转化成本高低, 成本越低, 代表着单位预算里能够获取更多的曝光量和转化数, 所以, 转化成本越低越好!

对于商家来说, 核心目标是卖商品卖服务, 就好比很多人到店里来了, 但是没买东西, 这些人其实是无效展示, 成本再低都没有。

所以, 除了考察转化成本, 我们还得考虑广告的有效率, 是否把广告投放给了意向客户!

有网友问, 线索质量太差怎么办

- 1) 加长字段选项, 筛选意向人群;
- 2) 调整表单位置, 提升客户质量;
- 3) 收窄用户定向, 精准目标人群;
- 4) 调整素材, 做好引导转化;

什么是好的视频素材

视频配音、建议添加文字、视频结构、合适的背景音乐、引导用户转化  
视频能不能跑起来, 最终核心决定因素还是由广告系统决定

国内艺考

性别

重点人群性别

学生

家长: 女

投放年龄段

16-20 40-50

年龄

重点年龄

学生、高三、高二、可以拓展至高一

父母 40-50

投放年龄段

16-20 40-50

地区/场景

线下场景

学校、、办公商业区、娱乐休闲场所

投放地域

机构本地以及周边地区

艺考大省城市/艺术 top 院校布局城市

上海 广州 广东 深圳、 山东青岛、河南郑州、陕西西安、四川成都、

重庆、浙江杭州、江苏南京

时段

用户活跃时段 7-9 12-14 18-23

投放时段 18-23

职业

老板、高管

需求

考学、获得学校专业合格证

兴趣

学生: 美食、购物、娱乐休闲、艺术、音乐音频

父母: 美食、新闻资讯、文化教育、购物、娱乐休闲、护肤、房车、理财、投资

## 国内艺考

### 性别

重点人群性别

学生

家长: 女

投放年龄段

16-20 40-50

### 年龄

重点年龄

学生、高三、高二、可以拓展至高一

父母 40-50

投放年龄段

16-20 40-50

### 地区/场景

线下场景

学校、、办公商业区、娱乐休闲场所

投放地域

机构本地以及周边地区

艺考大省城市/艺术 top 院校布局城市

上海 广州 广东 深圳、 山东青岛、河南郑州、陕西西安、四川成都、

重庆、浙江杭州、江苏南京

### 时段

用户活跃时段 7-9 12-14 18-23

投放时段 18-23

### 职业

老板、高管

### 需求

考学、获得学校专业合格证

### 兴趣

学生: 美食、购物、娱乐休闲、艺术、音乐音频

父母: 美食、新闻资讯、文化教育、购物、娱乐休闲、护肤、房车、理财、投资

## 好用的搜索引擎

百度 [www.baidu.com](http://www.baidu.com)

1.多吉搜索

<https://www.dogedoge.com>

目前没有广告, 模仿国外 duckduckgo, 不追踪用户隐私

2.搜狗搜索

<https://zhihu.sogou.com>

知乎, 简书, 小红书, 微信公众号

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

### 3.萌搜

<https://mengso.com>

### 4.秘迹搜索

<https://mijisou.com>

### 5.Lookao

<https://lookao.com>

### 6.Yandex

<https://yandex.com>

### 7.Aol

<https://www.aol.com>

magi, bing, 360 搜索, 神马搜索 夸克 ai 搜索

## 核心定位表

### 核心定位

用户痛点

品类痛点

核心痛点

定位

尖叫期望

营销方案

### 驱动因素

营销力量

过去偏好

听别人的

### 行业标准

定义标准

行业原理

建立可信

过人技术

### 竞争优劣

优势

劣势

突破

## 黑帽 SEO 技术寄生虫程序下载及全面揭秘

### 寄生虫技术特点

第三方网站上面的根目录或者二级目录或者二级页面上,建立跟业务有关的关键词相关的文章,然后再通过 JS 进行跳转到目标的页面。

## 一、什么是寄生虫程序

### 核心

购买站点 **webshell**，然后对其站点不断生成新的页面产生排名，进行变相无限繁殖

### 注意点

1.一般高权重网站的 **shell** 很难获取，因为这类网站大都有专业技术人员在管理维护，黑客没那么容易拿到权限

2.一般低权重网站就算你拿到了权限，但也对你排名没什么很大的价值

## 二、寄生虫的排名工作原理

### 程序区别

首先要知道寄生虫的前身是泛目录，泛目录的前身是目录轮链，目录轮链的前身是桥页 寄生虫分为客户端与服务端，新手会有顾虑，为何搞出服务端这么麻烦。但如果是大批量操作，寄生虫非常节省时间，协助能力也非常的高

### 原理

过客户端获取服务器端信息繁殖，因此客户端就很简单，只有一个文件，但客户端放到 **Shell** 网站，即可指定的获取服务器端信息，服务器端信息配置更新，客户端也会对新的信息进行生成轮链。那么客户端是获取服务器端信息的，同样就需要配置服务器端，服务器端进行一次配置。以后不管有几个 **Shell** 站，都可以同时用服务器端配置好的信息。配置好服务器端后，客户端获取地址填写架设服务器端的地址，客户端放到自己网站、放到 **Shell** 站中即会产生数十个目录轮链地址，此时你看到的并不是和泛目录一样有很多的目录，寄生虫是繁殖的，通过百度蜘蛛或者人工每次访问，在有访问的情况下，不管是人工还是蜘蛛，都会在进行繁殖生成的。这就是寄生虫繁殖的功能，每次生成数十个页面，通过蜘蛛的来访，会再繁殖几十个页面，以此循环

寄生虫繁殖可以通过多个 **Shell** 无限繁殖，那么值得一说的，寄生虫同样有 **Shell** 站群功能，通过不同的 **Shell** 生成，客户端会返回 **URL** 数据到服务器端，服务器端记录下此次的繁殖数据，在下次不同的 **Shell** 进行繁殖，会链接上上一次繁殖的页面。寄生虫站群相互链接功能，在多个 **Shell** 中，寄生虫会记录每个 **URL** 并进行相互的站群导入导出轮链操作。

## 三、寄生虫的种类

1.从类型上看，寄生虫程序主要分两种，即动态寄生虫和静态寄生虫。简单理解就是生成繁殖的 **URL** 链接形式分为动态连接和静态链接这两种形式，从生成的页面链接上就可以看的出来

2.从程序语言上看，寄生虫程序又分为 **ASP** 版寄生虫和 **PHP** 版寄生虫，编写使用语言不同，所繁殖生成的页面 **URL** 链接形式也不同

## 四、常见寄生虫程序简介

在于寄生虫程序模版的选择与使用

结果主要取决于 **webshell** 的质量度。没有强大的高质量的 **shell**，再好的寄生虫程序也做不出来很好的效果。同样的话，假如你的 **webshell** 质量度很高，相对来说你所繁殖生成的关键词 **URL** 链接页面就会通过该 **shell** 的主站权重传递获得一个相对不错的排名结果

## 五、寄生虫的生成原理

给定 **html** 模板

给定 **title**

给定 **content**

给定 **keyword**

然后通过脚本代码，循环生成静态文件或者动态调用，生产出数万的页面，然后通

过蜘蛛池促进搜索引擎的收录。

#### 流程

- 1、确定你业务相关的关键词，围绕关键词继续扩展其他相关的关键词
- 2、围绕关键词抓取一些文章做为资源
- 3、配置好寄生虫的服务端(准备好你的 title,keyword,content 内容)
- 4、制作网页模板
- 5、购买有权重的 SHELL
- 6、在 shell 上上传寄生虫的客户端
- 6、链接推送或者把链接放入蜘蛛池

比较重要的几个部分是寄生虫模板、shell 质量、推送或者蜘蛛池质量。其中 shell 的质量最为重要。

黑帽 seo 技术收徒百度移动适配怎么做？

#### 自主适配

- 1) 频道页：当用户使用手机访问时，站点自行适配到
- 2) 内容页：当用户使用手机访问时，站点自行适配到

#### 标注 Meta 声明

站点如果自行适配有困难，可以在 PC 页面中做简单改造，百度协助实现适配效果。即：站长在站点 PC 页的源代码头部嵌入一行或多行 Meta 信息，由 Meta 信息来指明该 PC 页对应的手机页的 URL，以及该 URL 对应页面的格式，百度将根据用户终端类型选择最适合展示的页面。（无对应关系的 PC 页面无需添加 Meta ）

#### Meta 声明格式

```
<meta name="mobile-agent"content="format=[wml|xhtml|html5]; url=url">
<meta name="mobile-agent"
content="format=html5;url=http://3g.sina.com.cn/">
<meta name="mobile-agent" content="format=xhtml;url=http://sina.cn/">
PC
<head>

<meta name="mobile-agent" content="format=html5;url=http://3g.sina.com.cn/">

.....

</head>
```

#### 提交对应关系 Sitemap

当站点推动 PC 页标注有困难时，可以选择提交 PC 页-手机页对应关系 Sitemap，帮助百度在移动搜索结果进行替换。页面对应关系可以是 url 级别或者 pattern 级别的；站点也可以根据自身情况，将具备一定规律的 url 聚合成 pattern，无法聚合的则仍以 url 对应形式存在，在站长平台分开提交。

url 级别 sitemap：通过 XML 文件描述 url 级别的 PC 页与手机页的对应关系。

pattern 级别 sitemap：一个 pattern 级别的对应关系，往往可以表示成千上万的 url

对应关系。通过 pattern 的形式批量的提交对应关系，能够大大减少站长提交的数据量。

提交方式：使用站长平台-对应关系提交工具进行提交

黑帽 seo 技术收徒收录基本秒收，但迟迟未有排名是什么情况

#### 1、数据入库位置

你有页面具有价值，但又不是最优秀的，这部分或者是内容、或者是页面结构等。一般而言，高原创度的网站很难被放入底层库。维护成本越低的网站，放入底层库的概率就越大，就像那些采集信息的 B2B 平台，索引上百万，但是绝大多数都会被存入底层库

#### 2、页面抓取不稳定

影响搜索引擎页面的评分

#### 3、关键词部署不规范

网站关键词布局不规范，抄袭拷贝其他网站的标题与关键字

#### 4、广告太多影响体验

页面中的广告数量、广告大小、或者是虚假下载、强制弹窗

#### 5、网站跳出率过高

第一方面是：网站硬性指标 第二方面则是通过用户的反馈信息

搜索引擎会根据网站跳出率判断网站页面是否受用户欢迎，浏览深度越深说明网站有更多 的有价值的内容

如何优化目标关键词

目标关键词

1、标题设置。建议出现的频率为三次，且出现的三次具备相关性，按重要程度从前到后排序；

2、描述设置。通过语言组织，进一步拓展标题中的关键词，需分词匹配以及精确匹配相结合，出现的频率为 1-3 次

长尾关键词

1、高质量的内容建设。更高质量的文章内容更能获得搜索引擎的青睐，何为高质量？文章中包含大量实词（人名，地名，专有名词）；以图文并茂的方式展示；文章具备权威性与可信度等；

2、站内相关文章调用，通过关键词或 tag，调用与当前文章内容相似的文章，进一步提升当前文章页的相关性；

3、UGC 方式即用户产生内容，通过鼓励用户评论，留言，投稿等方式，进一步丰富网页文字内容，让网页内容差异化。通过访客不同的观点，论点，让长尾词所在页面质量更高。

4、字数限制，过多的文字会增加访客的阅读成本，过少的文字则显得内容空洞，一般的字数建议为 500 到 800 字；

5、通过投稿方式，增加长尾关键词所在 url 外链的自然增长。投稿方式很有效，如投稿到知名平台，则被转载，被传播的几率更大。这种自然传播，自然增长的外链是优质外链，对于提升网站关键词排名，作用显而易见

黑帽 seo 技术收徒网站被黑首页遭到篡改, 应该怎么去解决?

目的

网站被黑首先要检查搜索引擎页面收录情况, 很多网站被黑页面会被修改标题后跳转, 黑客通过挂马跳转到自己的网站, 被跳转的页面已博彩和色情网站居多, 黑客通过这种方式来截取流量, 确认网站被黑之后应该迅速采取修复手段和后期预防手段, 首先应该停止网站的运行, 避免更多页面出现问题, 然后清除被黑的内容, 将被黑的页面设置为 404, 并通过搜索引擎的后台进行死链提交, 还需要技术人员通过检测被黑的时间以及排除出被黑的原因及时把漏洞补上, 常规的操作是更改网站关键密码, 比如服务器、数据库、网站管理的密码、修复系统的补丁, 代码层面的漏洞需要程序人员去检测后修复

网站被黑以后的结果

第 1、打开后网站后跳转到其他的网站上去, 相信你遇到过这种情况, 一般这种情况就属于网站被黑了。

第 2、通过查看源代码可以发现网站代码被修改过, 尤其是 TDK 位置, 一般情况下还会添加站外的 JS。

防护措施

1. 关闭网站 (闭站保护) 百度网站管理员具有在后台关闭网站的功能, 可以直接选择关闭。如果是个人小站还好, 但如果是企业站的话, 一般直接关闭网站就不太现实了, 一旦关闭网站, 企业损失一般很大。

2、启用网站备份文件和数据

在网站被黑之前, 我们就要对相应的数据库和文件进行备份, 这样能更好地保证网站的安全, 同时网站遇到被黑的情况时也能很快的恢复网站的运营。

3、故障排除代码处理

对网站的源代码进行故障排除, 并从非网站本身中删除代码; 你需要修复网站漏洞而不是给黑客机会。很多网站搭建后的, 都会默认的后缀以及密码, 并联系空间供应商针对服务器安全设置过滤。通过申诉让网站的流量损失小化, 排名丢失。

4、及时向百度和其他搜索引擎提交死链

将所有死链写入 txt 文本, 然后将其上传到 FTP 空间的根目录, 并将地址提交给百度。然后设置 404 页面。

5、设置 robots.txt

设置已删除死链的相关文件, 以禁止搜索引擎抓取。

6、坚持更新高质量的内容

在网站被黑客入侵后, 我们必须更新原创高质量的文章, 这样才会吸引搜索引擎蜘蛛进行访问你的网站。

7、换几个友链

当然, 在网站遭到黑客攻击后, 很多人都不愿跟你换, 但是你要能用一些资源, 或者朋友友链带带一下让蜘蛛尽快的抓取你网站, 这种方法更快。

8、尽量每天备份一次数据库, 文件每周备份一次

数据和文件备份, 主要取决于您网站更新的频率, 如果更新频率不大, 则不需要这么勤奋的备份。如果您每天都经常更新, 则可以按照此方法进行备份。

处理完网站被黑后的注意事项:

网站被黑以后, 首先是检查网站可能出现的漏洞, 如果不对网站的漏洞进行修补, 这次修改正常, 下次还会被黑, 所以检查网站的安全性很重要。

其次、就是把网站被修改的改回原来正常的, 比如本文中的案例, 删除被黑以



后添加的 JS，另外，修改网站 TDK，将网站恢复正常。

另外、就是要针对百度收录的快照进行修改，本文中的案例，被黑以后及时修复，百度收录的快照还是以前的，所以百度快照这一块无需修改，如果被黑以后百度已经收录了，那就需要投诉百度快照了。

最后、最关键的是要针对网站漏洞进行修补，防止再次被黑，比如更新网站程序最新的，另外，最好是找专业的程序员对网站安全性进行维护，防止网站被黑。

黑帽 seo 技术收徒为什么说做 SEO 优化，必须要去验证百度站长平台

为什么要验证网站？

百度站长平台推荐站长们验证网站（一般验证的都是顶级域名，不加 www 的），添加并验证后，可证明您是该域名的拥有者，可以快捷批量添加子站点，查看所有子站数据，无需再一一验证您的子站点

如何验证网站？

如果您的网站已使用了百度统计，您可以使用统计账号登录平台，或者绑定站长平台与百度统计账号，站长平台支持您批量导入百度统计中的站点，您不需要再对网站进行验证

1.文件验证：您需要下载验证文件，将文件上传至您的服务器，放置于域名根目录下。(最方便的一种，推荐使用)

2.html 标签验证：将 html 标签添加至网站首页 html 代码的<head>标签与</head>标签之间。

3.CNAME 验证：您需要登录域名提供商或托管服务提供商的网站，添加新的 DNS 记录

验证完成后，百度将会认为您是网站的拥有者。为使您的网站一直保持验证通过的状态，请保留验证的文件、html 标签或 CNAME 记录，百度会去定期检查验证记录

网站验证常见错误及解决办法

1、无法解析您网站的域名

请检查网站的 DNS 设置是否正确，并更新您网站自己的 DNS。

2、无法连接到您网站的服务器

请检查网站服务器设置是否正确，是否可正常访问。

3、获取验证文件或网页发生错误

请检查服务器设置，或者稍后重试。

4、您网站跳转次数过多

请检查服务器设置，是否设置了多次跳转，如果设置了多次跳转，请取消跳转后重新尝试验证您的网站。

5、服务器检查结果为空

请检查服务器是否对百度做了特殊的设置（例如：对百度进行了封禁），或者稍后重试。

6、我们无法访问您的网站

请检查服务器设置是否正确，可能是您的网站是否对百度做了 UA/IP 封禁，如

果做了封禁请解除封禁后重新尝试验证您的网站。

- 7、找不到验证的 html 标签或者验证的 html 标签内容错误  
请检查 html 标签里面是否添加 head 标签内。
- 8、验证的文件内容错误  
请检查是否将文件上传到网站服务器根目录。
- 9、没有找到对应的 DNS CNAME 记录  
请检查您网站的 DNS 设置是否正确。
- 10、您的网站跳转到另一个域名下  
请检查服务器是否设置了跳转, 如果设置了请去掉跳转后重新尝试验证您的网

站。

新版的验证网站

- 1、输入网站, 选择协议头 (http 或者 https);
- 2、选择站点属性;
- 3、验证网站。
- 4、验证网站。(三种方式都可以哦)
- 5、有多个二级站点可以批量添加哦

黑帽 seo 技术收徒找网站后台登录地址最全的手法

相关找后台工具辅助查找

明小子、啊 D、wwwscan

AcunetixWebVulnerability Scanner、JSky、Intell T a mper、Netsparker

网站资源利用

网站根目录 Robots.txt 可能会暴露后台地址、右键图片地址路径可能爆出后台、查看网站底部版权信息是否有连接、通过网站里的文件名查询源码下载得知

搜索引擎查询

site:qq1648567300.com intext:管理|后台|登陆|用户名|密码|验证码|系统|帐号|manage|admin|login|system

site:qq1648567300.com

inurl:login|admin|manage|manager|admin\_login|login\_admin|system

site:qq1648567300.com intitle:管理|后台|登陆|

site:qq1648567300.com intext:验证码

社会工程学

xxxadmin xxx\_admin xxxmanage adminxxx

黑帽 seo 收徒 Shell 寄生虫繁殖站群工作原理

首先要知道寄生虫的前身是泛目录, 泛目录的前身是目录轮链, 目录轮链的前身是桥页。寄生虫分为客户端与服务端, 新手会有顾虑, 为何搞出服务端这么麻烦。但如果是大批量操作, 寄生虫非常节省时间。协助能力也非常的高。

寄生虫的原理是通过客户端获取服务端信息繁殖,因此客户端就很简单,只有一个文件,但客户端放到 Shell 网站,即可指定的获取服务端信息,服务端信息配置更新,客户端也会对新的信息进行生成轮链。那么客户端是获取服务端信息的,同样就需要配置服务端,服务端进行一次配置。以后不管有几个 Shell 站,都可以同时用服务端配置好的信息

配置好服务端后,客户端获取地址填写架设服务端的地址。客户端放到自己网站、放到 Shell 站中即会产生数十个目录轮链地址,此时你看到的并不是和泛目录一样有很多的目录,寄生虫是繁殖的,通过百度蜘蛛或者人工每次访问,在有访问的情况下,不管是人工还是蜘蛛,都会在进行繁殖生成的。这就是寄生虫繁殖的功能,每次生成数十个页面,通过蜘蛛的来访,会再繁殖几十个页面,以此循环。

寄生虫繁殖可以通过多个 Shell 无限繁殖,那么值得一说的,寄生虫同样有 Shell 站群功能,通过不同的 Shell 生成,客户端会返回 URL 数据到服务端,服务端记录下此次的繁殖数据,在下次不同的 Shell 进行繁殖,会链接上上一次繁殖的页面。寄生虫站群相互链接功能,再多个 Shell 中,寄生虫会记录每个 URL 并进行相互的站群导入导出轮链操作。

## 黑帽 seo 收徒安全隐蔽的网站留后路方法 删除重新上

### 图片的等隐藏方式

留了一个大马后,可以接着留一个小马,这个小马是备用的,可以伪装成图片,然后用动态页面去调用这张图片就行,当第一个大马被删除时,这个种下的小马就起作用了。当然图片小马也容易被发现

### 文件管理器

通过在文件管理器来获取控制权,当马容易被杀被发现时,可以用文件管理器来作为预留的后门,直接修改后台或者上传一个小文件管理器程序进去就行。这个方法非常隐蔽,很难被发现和扫描到,因为它本身就是一个后台的文件管理器。

### 利用上传组件

直接用后台可能文件比较多,不方便,同样也可以用这个上传组件,上传组件通常只有一个文件,是用来控制图片等文件上传的,但一般都会限制程序的后缀名上传,只要修改下上传类型的限制就可以作为后门备用。

当主控制文件被清除,还可以发挥作用。所以现在很多种被弄了,管理员发现,有安全意识的管理员是不会去清理牧马的,直接把整个网站的文件清空,然后用之前备份的文件去恢复,因为如果清理的话,那些隐蔽的,是很难被发现清理的

## 黑帽 seo 收徒讲解百度下拉、相关搜索对 SEO 优化的帮助以及如何制造百度下拉

### 百度搜索下拉框对搜索排名优化有什么帮助

- 1、天然的广告位,展示效果最直观、最有价值
- 2、迅速提升企业品牌和知名度,体现企业实力
- 3、更有说服力,有利于增强客户信任感
- 4、获取更精准的流量,用户直达目标网站
- 5、提高竞争力,从竞争对手手中抢占流量

## 百度下拉框分析

(1)为何下拉框的关键词，首页有网站排名，用户还会搜？

这是因为网站没有很好的满足用户的需求。

解决办法：从用户角度考虑事情，来充分的满足用户的需求

## 百度相关搜索分析

下拉框和相关搜索的区别是时间周期，下拉框：2 到 3 周的变化，相关搜索：一个月的变化。

下拉框的数据是时时的，是用户几周急需要的

相关搜索是用户几个月需要的

## 如何制造百度下拉和百度相关搜索

我希望当其他用户在搜索“免费 SEO 教程”时，出现下拉“qq1648567300 免费 SEO 教程”。那么，我只需要打开百度：输入“免费 SEO 教程”点击搜索，然后再输入“qq1648567300 免费 SEO 教程”，换 IP 换浏览器，再来一遍。输入“免费 SEO 教程”点击搜索，然后再输入“qq1648567300 免费 SEO 教程”，如此反复搜索，也可以把搜索后的结果链接地址，发送给朋友让他打开，如此反复尝试，连续几天操作，你就会发现百度下拉有你要的效果。相关搜索亦如此。

## 黑帽 seo 收徒页面结构与链接 URL 优化

### 页面抓取和识别

想有流量排名就一定得被 spider 抓取页面和识别到文字内容才有机会收录

页面中采用了过时的 flash 格式加载

### 路径链接友好度和识别度

于搜索引擎蜘蛛来讲，带有#号符号会被当成不重要的链接进行阻断，不对该 URL 进行抓取识别

### 拒绝图片类链接导航

图片或 flash 无法抓取识别到，文本锚链接无疑是最容易识别和抓取的链接

图片或 flash 无法抓取识别到，文本锚链接无疑是最容易识别和抓取的链接

## 黑帽 seo 收徒安全隐蔽的网站留后路方法 删除重新上

### 图片的等隐藏方式

留了一个大马后，可以接着留一个小马，这个小马是备用的，可以伪装成图片，然后用动态页面去调用这张图片就行，当第一个大马被删除时，这个种下的小马就起作用了。当然图片小马也容易被发现

### 文件管理器

通过在文件管理器来获取控制权，当马容易被杀被发现时，可以用文件管理器来作为预留的后门，直接修改后台或者上传一个小文件管理器程序进去就行。这个方法非常隐蔽，很难被发现和扫描到，因为它本身就是一个后台的文件管理器。

### 利用上传组件

直接用后台可能文件比较多，不方便，同样也可以用这个上传组件，上传组件通常只有一个文件，是用来控制图片等文件上传的，但一般都会限制程序的后缀名上传，只要修改下

上传类型的限制就可以作为后门备用。

当主控制文件被清除,还可以发挥作用。所以现在很多种被弄了,管理员发现,有安全意识的管理员是不会去清理牧马的,直接把整个网站的文件清空,然后用之前备份的文件去恢复,因为如果清理的话,那些隐蔽的,是很难被发现清理的

## 黑帽 seo 收徒页面结构与链接 URL 优化

### 页面抓取和识别

想有流量排名就一定得被 spider 抓取页面和识别到文字内容才有机会收录

页面中采用了过时的 flash 格式加载

### 路径链接友好度和识别度

于搜索引擎蜘蛛来讲,带有#号符号会被当成不重要的链接进行阻断,不对该 ULR 进行抓取识别

### 拒绝图片类链接导航

图片或 flash 无法抓取识别到,文本锚链接无疑是最容易识别和抓取的链接

图片或 flash 无法抓取识别到,文本锚链接无疑是最容易识别和抓取的链接

## 互联网大厂内推实操方案与业内解密指南

### 方式

#### 正规

大厂职工内推

3-10 个名额

通过 提成 10%-30%

实习内推前,需要进行面试辅导,不然有了内推机会也抓不住,辅导费用是一次 1-1.5 小时的课程 250 元,一般面试前要上 4-5 次课。他强调,相比中介机构而言,这个价格十分“实惠”,“外面的求职机构一次要 1200”

一般实习要进行三轮面试,所以每次面试前都还要再进行培训。但多位实习过的大学生 大部分公司一轮面试就够了

一般中介机构卖的最多的是线上远程实习,这种价格最便宜,一般在 1.2 万元左右,实地实习走人事的最贵,价格在 2 万-3 万元左右。内推的难度和实习的价格成正比,远程实习的岗位最多,内推起来也最容易。因为和他保持联系的大企业员工,一个人可以带 10 个远程的实习生

#### 中介

如果是普通一本学历,想去腾讯、阿里巴巴这样的大厂现场实习,难度很高,但一些中等规模的互联网公司,比如滴滴和网易,可以包过。内推实习价格一般在 2 万-3 万元,并承诺如果没成,可以全额退款

只要简历通过他们的审核,可以直接递到公司内部。他强调,内推能够大幅降低找实习的难度:假如正常用人单位对简历的要求是 90 分,通过他们的内推渠道,60 分的简历就可以包过

### 流程

先审核匹配岗位, 确认岗位后, 先付 30% 的定金, 收到面试后再付 30%, 最后拿到 offer 再付尾款

远程实习的时间集中在 1 个—2 个月, 每周只要实习 5 小时—6 小时, 就可以获得实习证明、推荐信并支持背景调查, 价格为 1 个月 2 万元人民币, 2 个月 3 万元

1 个月的时间也可以学到很多东西, 她发来了一系列导师的背景资料和学员们的作业。导师无一不是毕业于名校且供职于顶级的金融、互联网或咨询机构

会开实习证明的, 实习成果我们也会帮你做的, 之后的简历我们会一个字一个字给你优化

#### 自投

不需要 HR 介入, 通过 Boss 直聘、校友群等很多渠道都能招到实习生。互联网大厂出于业务需要, 经常会招聘大量的实习生。实习生人力成本更低, 同时也不用负担五险一金, 对用人单位来说, 是“廉价劳动力”。

不论是内推还是自己投的简历, 都会先到达 HR 处, 内推的简历会被优先查看。如果简历不过关, 即使是内推的候选人也会被淘汰。如果进入面试的环节, 只要用人主管同意, 一般都可以招进来

#### 电信诈骗

遇到过有学生付费买了一个四大(普华永道、德勤、毕马威、安永四家会计师事务所)的实习岗位, 发现带他的人根本不是四大的, 是券商的人伪装的, 也没有在项目现场, 只是临时找了些人的, 租了一个办公室

如果是招聘只有实习经历的应届毕业生, 一般不会去做背景调查, 因为背调需要成本, 调查实习经历不划算。“如果在本公司实习过, HR 手里都有信息。”

### 互联网算命公司去中心化的获客方案

#### 操作步骤

- 1、找到一些个人微商;
- 2、说服这些个人微商再注册一个新的微信小号, 算命公司输出个性化的朋友圈模板, 为此微信小号打造“人格化算命大师”的形象;
- 3、让这些微商每天往这个小号里面导流量。
- 4、每天早上, 微信小号所有者扫码授权算命大师公司登陆电脑版微信;
- 5、一旦有客咨询, 算命大师公司的运营人员直接与客人聊天转化;
- 6、获得收益算命公司与微信号所有者五五分成;
- 7、算命公司每天输出朋友圈模板, 微信号所有者负责发布, 通过这种方式来运营客户和引流。

#### 微信号所有者需要做的

- 1、把自己主号上的微信好友向小号导流, 各个渠道加人;
- 2、早晨授权算命公司登陆电脑版微信;
- 3、根据算命公司模板发朋友圈

#### 算命公司需要做的

- 1、输出朋友圈模板给到微信号所有者;
- 2、私聊转化

为算命公司解决了如下问题

- 1、引流成本，通过微信号拥有者去获客，去中心化获客；
- 2、封号成本，微信号来自微信号拥有者；
- 3、按效果付费，微信号没产生订单，不需要付费。

为微商解决了如下问题

- 1、现有流量再变现的问题
- 2、最低成本开启第二收入

会百度信息流人群画像分析的优化师，一开始就赢了！

分析哪些内容

年龄：信息流推广产品最主要的受众人群

性别：受众人群的男女比例

地区：受众人群主要集中在哪些地区，需要重点投放的地区有哪些

时段：主要目标受众人群使用设备的高峰时段

兴趣：除了你的产品、行业，目标人群还对哪些内容比较感兴趣

收入：根据推广产品的特点，确定受众人群的大致收入

学历：根据具体的产品进行分析即可

职业：根据你的产品、受众的收入判断受众人群的大致职业有哪些

平台：分为你信息流产品适合推广的平台，和用户经常会浏览哪些平台

注意！百度信息流人群画像分析 9 要素中，“兴趣”和“职业”需要重点进行分析。

去哪找人群画像

- 1) 推广账户以往数据画像，有账户的可以作参考这个，因为它是最准确的；
  - 2) 百度指数搜索行业大词，没有账户数据的可以选用；
  - 3) 找销售客服了解客户情况，对成交数据进行分析
  - 4) 行业报告-Useit 知识库
  - 5) 艾瑞数据
  - 6) 移动观象台
- 百度指数

活动裂变涨粉法

实操

夏日小清新防水相机免费送

1.参与方式：推荐 15 名女性朋友+微信：XXXXX

即可免费获得

2.支付 10 元邮费，当地可自取免邮。活动时间：6.20-6.23

3.推荐好友验证信息备注：XX 推荐

原理

## 鱼饵的价值

相机防水

礼品本身给人价值感觉很高

符合季节

15 个好友的设置，难度适中可以接受

## 真实性

活动日期的设定，当地可以自提，评论都是在强调活动的真实性，来增加别人的信任感

## 活动成本

相机 10+运费粉丝

15 粉=10

## 选品

### 核心

一件代发

代发的资费

通常是要发的地址与商品做到一个表格上发给上家一次发出

实际成本 20 以下

活动方案与文案

裂变思维

百度贴吧

豆瓣

简书

知乎

qq

新闻源

自媒体

淘宝头条

微博

## 基木鱼推广落地页怎么做

### 制作逻辑

#### 1、一屏一主题

一屏一主题，一方面可以让内容一目了然，另一方面减少了信息之间的干扰。

如果一个页面卖点过多，阅读后让人印象并不深刻；而整屏突出一个卖点，则更有冲击性，且阅读后让人印象更深刻。

#### 2、适当留白

利用换行、加大行间距等对移动端落地页中的内容进行适当留白，一方面可使信息表达得更有层次感，另一方面可大幅度降低用户接收信息的难度，提高信息沟通的效率。

如果文字与图片紧密排列，没有太多的空间呼吸感；而文字间有留白的话，则会排列整齐，多而不乱。

#### 3、砍掉上下留白

在面对纵向屏幕时，为了使画面整体平衡，将设计主体居中放置，能让用户的注意力集中在页面中间，但这并不利用对产品的展现。



虽然在视觉上能一定程度地让用户目光集中, 但也不利于产品的展示。

所以在对产品进行展示时, 要避免上下留白, 而是以全屏显示。

#### 4、避免背景图遮盖字

有些广告主会采用背景图加文字的形式进行产品展示, 但要注意图片与文字的搭配。

通常设计移动端落地页时, 要注意以下两点:

1) 色彩不要太杂, 以减少对眼睛的刺激, 客观上延长用户, 对本屏信息的阅读时间。

2) 尽量避免在背景图上盖字, 否则文字和图像信息都会受影响, 效果被削弱。

#### 提高转化

- 1、首图: 产品和服务内容一眼可见, 内容不杂乱, 底部 3-5 个简单卖点
- 2、简单表单: 粗暴获取信息, 抓取潜在客户
- 3、刺激痛点: 为什么要买你的产品, 不买常见的问题
- 4、案例代入: 别人用了产品的好处
- 5、产品介绍: 有什么好处, 有什么优惠
- 6、痛点问题: 解决什么问题, 可以给予什么支持
- 7、成功案例: 成交案例、真实场景
- 8、多项表单: 可以看到这里的基本是很有意向的客户, 可以获取更多信息
- 9、公司资质: 公司名称、地址等信息

黑帽 seo 收徒基于搜索流量, 写好文章的 SEO 策略

合适的选题, 合适的标题

选题, 用 SEO 的术语讲是找到合适的关键词, 然后将关键词变成标题。然后内容围绕标题来展开, 去撰写一篇文章。

一个首页排名都上不去的词, 千万别指望一篇文章就能排上去。如果你认为选大词的目的是为了增加整站的关键词密度, 可以采用包含大词的长尾逻辑进行选词。

符合用户搜索行为习惯吗? 按照搜索结果完全匹配的最优方案, 显然这个只能模糊匹配出结果来

标题和描述都能够吸引用户点击, 从而提升点击率。标题的撰写中除了满足用户搜索的行为习惯外, 加上一句文案是不是更吸引点击呢?

基于排版, 你应该注意的事情

用户感知层 (用户看见的)

段落清晰、层次分明、字体大小适中 (不得不说的废话);

首屏 (PC+M 均适用) 出现标题及主体内容部分文字, 标题与正文中间有其他元素 (广告、运营位等) 出现, 要格外注意别过分;

不要为了 SEO 而给关键词加粗、高亮, 在有阅读必要的情况下加粗、高亮, 可以是一个词、一个短语、一个段落, 总之为了阅读做就好, 不用考虑 SEO;

关键词密度应该是多少不重要, 只要是围绕选题写的, 关键词出现频次一定不会低 (一个关键词基本会被分词处理, 所以没必要刻意非要在某句中出现连贯的一个长尾词);

不要弹窗、不要权限引导下载 APP, 不要有元素遮挡主体内容部分

搜索引擎感知层 (搜索引擎理解的)

从搜索引擎的角度来说, 就是对代码的定义, 毕竟 html 代码中, 不同的标签有着不同的定义, 就像我们熟知的 h1 是用于标题的标签, strong 用于加粗的标签等

<h1>:网页中只能出现 1 次, 且用于文章标题中; </h1>

<h2>~<h3>:常用在正文中的小标题, 正常来说先是 H2, 再有的话就是 H3;

<h4>~<h6>:作用同 H2~H3, 但很少被用到;

<strong>定义加重语气, 用于正文中内容的加粗</strong>

<em>定义着重文字, 用于正文的字体斜体 (可通过 css 改变其样式效果, 例如改成红色字体, 非斜体) </em>

<a>:设置文本为可点击的 a 链接; </a>

<ul><li>:无序列表, 例如你将说明几个注意事项, 没有先后顺序的情况下使用; </li></ul>

<ol><li>:有序列表, 例如你讲说明一个流程是想, 具有先后顺序的情况下使用; </li></ol>

<p>定义段落, 一般也会有使用 div, 可以改成这个</p>

不建议使用网站后台自带的文本编辑器对文字进行修饰, 那样会搞得乱七八糟的代码一大堆, 不仅仅增加了 html 网页的大小 (网页体积越小爬虫下载网页越快), 还增加搜索引擎处理网页的难度 (或多或少吧)。

解决办法: 通过对上面的标签定义一些 css 样式, 可以让内容部分变的很清爽基于发布策略而言

谈到发布策略, 要结合到 tag 标签来说, 一般针对一个关键词, 我们不仅仅可以写一篇文章, 例如: nofollow 的作用、nofollow 怎么设置、nofollow 怎么用、nofollow 的注意事项, 本质上这是一个选题 nofollow, 四个主题, 四篇或更多文章。

可以通过为这同一选题的内容, 创建一个 tag 标签, 以此形成一个聚合页, 达到用多页面抢占一个词的排名的目的。

#### 工作流程

SEO 通过关键词挖掘, 并完成选题;

基于选题的相关词、长尾词, 拓展出一定量的主题;

然后将主题交付给编辑人员, 进行标题和内容的撰写工作, 同时同步该主题所属 tag 标签;

撰写完毕, 原创度检测, 交付 SEO;

SEO 二次原创度检测, 由 SEO 最终发布线上;

后续的维护怎么弄?

考虑会有排名下降的情况发生, 毕竟更好的页面会将我们的排名挤下去, 时间维度的不断拉长, 文章本身的时效性也会导致排名的消失

监控哪些类型的词掉了, 就应该继续让编辑围绕这类选题、主题创造更多内容

几千万流量聚集的 APP, 电子阅读器引流吸粉技巧: 轻松获取上万流量

掌阅 APP

注册账号

养账号

等级在四级之后才可以发表评论

热推榜

阅读量和点赞量

进入圈子

### 赠书留言

愿意免费赠送给大家, 有感兴趣的网友可以加微信私聊

### 解决方案

第一, 不管你自己有没有小说资源, 看到这样的留言别想那么多, 直接留下你的联系方式, 毕竟分享只是手段, 我们的目的在于引流。书籍的问题大可以去百度网盘、新浪微盘这些地方搞到

第二, 因为掌阅有规定, 一本书只能分享给一个朋友, 所以有读者加了你的微信之后, 你就给他发个小红包表示歉意, 告诉小说已经分享给别人了, 以后如果还有资源会第一时间分享给他, 让他留意你的朋友圈动态

### 技巧分享汇总

#### 1、减少跳出率

页面解决用户真实的需求

#### 2、增加相关关键词锚链接, 内链或外链

#### 3、相关关键词密度: seo 培训

seo 教程

seo 学习

seo 研究

#### 4、图片 alt 加关键词

#### 5、页面要有 h1

首页可以加在 logo

文章页, 要加在文章标题

#### 6、一句话描述提权

#### 7、底部放相关行业权威网站的导出链接, 加 nofollow

#### 8、不相关的关键词链接加 nofollow

#### 9、文章发布时间精确到秒

#### 10、标题加上 2020

#### 11、页面增加营销词

#### 12、使用老域名

#### 13、聚合页

#### 14、页面的丰富度

元素丰富 h1、加粗、颜色、图片、视频、内容丰富: 价格、参数、图片、常见问题等等

题等等

#### 15、评论, 分享, 链接导出

#### 16、页面相关推荐、上一篇下一篇

#### 17、添加熊掌号 快速推送权益继承

#### 18、服务器稳定快速

#### 19、网站备案, 向百度提交一下备案信息

百度站长平台新站保护里

加上微信好友后，我会做哪些事，是你值得学习的

介绍

把对方的个人简介保存到对方的“描述”里

给对方发自己的简介时，在自己的简介末尾添加一条，点开我的头像，在“描述”里保存下这段信息，方便查看

保存文字描述里的好处

换手机、清空聊天记录等，只要好友在，文字、图片描述都在

注意点

1、描述有输入上线，苹果最多 200 字，安卓最多 400 字，中文标点是 1 个字，空格和英文标点是 0.5 个字。所以希望对方保存的话，可以尽量精简

2、不过丰富和详细的长介绍可以让对方一下记住你

偏长的简历做成图片

3.保存图片描述的注意点

1、保存的图片大家貌似没有限制，我试了用一条很长很大的图片都成功了，但被微信压缩的模糊到看不清文字。所以简介图片很长的话，建议先测试好会不会变模糊

2、不要只发图片给对方，如果对方没存，过阵子微信清下缓存，聊天里的图片就打不开了

降出价把计划玩死了怎么办？

适合压价的计划特征

- ①跑量快
- ②成本低
- ③转化率高

除了降出价，还能怎么优化成本

账户

降出价

优化定向

排除效果差的人群：分地区、分年龄段、排除已转化用户、甚至排除点击多次无转化人群

最终目的是提高人群的精准度帮助算法更好的建模

创意端

偏诱导类型的素材前端成本会更低，偏游戏产品玩法的素材后端次留会更高  
偏诱导的素材精定向+低出价，目的是低成本拿量，同时尽可能拉住次留。

偏产品玩法的素材正常出价+粗定向，主要用来培养高次留账户模型

游戏买量的核心玩法，不同创意对应不同定向去实现精准获客，包括出价方式上也可以尝试分账户组合拿量。

### 教你淘宝新上架宝贝获取新品标签

一、宝贝图片重新拍摄,如果不是一手图片,可以做一些调整,比如虚化背景,模特左右翻转等

打开 PS 把你要做的图片拉进去。再把这个抽象画拉到你做的图片上面,模糊度调成 1%~2%,然后保存就可以了。像详情,可以先把详情拼接完,拉进去后,调好模糊度后再自己切片。这样做完一般 10 个能有 9 个半会是新品。

二、一定要重新写标题, 千万不要使用爆款链接的标题,或者供应商的标题,这样会被系统同质化

三、详情页图片重新做切片并更换图片格式。(PNG 和 jpg 格式互换)

四、供应商的货号 定要改掉,宝贝属性一定要根据宝贝的特性正确填写。

这样操作完一般第二天都会出现新品标的。除非个别类目(没有新品标的类目)除外。

### 教育机构的小型门店私域流量增长案例

实际

- 1, 选定与自有种子用户用户相匹配的活动。
- 2, 活动诱饵的选择, 你要吸引什么样的人, 诱饵是否有吸引力。
- 3, 通过朋友圈, 微信群进行诱饵价值塑造, 塑造的过程可以使用朋友圈剧本转化 6+1 的形式, 引发用户好奇, 指令用户行动, 强调活动紧迫感。
- 4, 个人号的朋友圈定位与优化, 种子用户为什么要积极参加一个冷冰冰个人营销号的活动? 个人号的形象, 人设很关键。
- 5, 裂变海报的设计, 突出要点因素, 主题, 诱饵, 话术, 背书, 配色, 都少不了打磨这些要素。
- 6, 流程设计, 这个活动是小范围活动, 直接裂变到个人号, 提前准备了 3 个人号, 用户扫码, 回复关键字, 获得任务, 做完任务, 回传截图, 通知领取地点, 结束。
- 7, 话术设计, 包含转发海报的话术和添加好友之后的自动回复话术。

### 解决百度搜索出现安全中心提醒

百度搜了下“XX.com”这个国外线路域名的时候

看到有个“申请解封”按钮, 就点过去, 填写表单提交了下:

结果, 没等多久, 大概之后个把小时就收到了百度发来的审核通过的邮件

等搜索数据刷新才能正常。只能说没有备案的域名在国内真的寸步难行, 不受待见啊! QQ、微信对于这个未备案的域名也是经常出现安全拦截提示, 申请解封一次, 不久就再次有提示, 都懒得搞了

## 金融类的项目如何推广

### 股民线

#### 转化端

炒股类的直播系统来教育用户

#### 群裂变系统

客服引导客户，从微信群、QQ 群转入炒股直播系统

1、把每 20-30 人拉到一个微信群里，

并告知满 399 人开课，还有拉人竞赛，拉人就可以每日获得 3 只股票推荐（不赚钱可转外汇代操盘业务），拉人最多直接送白银代操盘业务（服务费 3650 元一年，外加 10 万起入金 10%收益提点）

2.在等待开课过程中，安插大量托说炒股老师平生事迹，塑造权威

3.开课时间，直接发我们的直播视频链接；然后 N 分钟看，N 分钟微信群内讨论时间。提到自己炒股偶有失手，最近炒白银是稳赚不赔

4.提问时间安插大量托说我们代客炒外汇好，让玩家陷入群体催眠；提问结束，现场公布拉过人的用户名单，拉进股票推荐群；而拉人最多的，公开给个白银免费代操盘名额，其他人也可以现场 8 折购买名额

5.从股票推荐群、外汇代操盘群众裂变出代理。

让他们也用我们流量端的玩法 3d、4a（下文会说到），在当地拉人建微信群，然后我们根据进股票推荐群的人数给奖金、及白银代操盘的开盘金额给提成

#### 流量端

1、最精准的是今日头条的信息流广告

<https://ad.toutiao.com/promotion/>

定向炒股相关的关键词与兴趣，投放小图广告

广告的噱头都是：

想知道他怎么炒股年赚千万，  
我通过炒股一个月赚到首付，  
某操盘大师今日免费教炒股

直接放助理微信号，  
说加助理微信免费进群观摩

2、SNS 推广精准差点但人多

#### a、贴吧

找所有与炒股有关的贴吧，然后进去就留言说我是某某操盘名师，免费答疑炒股疑问，这么答过一段之后开启签名档权限，就可以签名档微信引流了。当然，前期为了快速刷到签名档权限，可以在贴吧发帖，说留邮箱就送股票操盘秘籍，然后邮件里留我们 QQ、电子书里再大量留 QQ

#### b、兴趣部落

全是竞争对手的贴，但意味着受众也多。

所以转发我们的炒股技术贴与预测贴

#### c、其他社区

3、水军推广不精准但人多

#### a、今日头条评论

做一堆头像带微信号的 ID，

用上文的今日头条信息流广告素材,  
批量评论所有财经类话题, 给微信号 ID 引流

#### b、QQ 群引流

找股票相关 QQ 群  
用客服一一加上,

说自己也是某某群群友,  
想加上对方交流炒股经验。  
并通过朋友圈、QQ 空间广告、及 QQ 群发消息,  
说某某 QQ 群有课, 要集满几百同学开课.....自然地把人导入 QQ 群

#### c、微商群引流

找到大量的微商群并加入,  
然后在里面卖你 4000 好友, 每天能赚 20000 的微信小号, 人家问怎么赚 20000, 你就说自己的炒股密招的,  
邀请加群观摩。因为微商自带传销性质已经被洗脑, 见点钱就扑上来了, 拉他们进入 QQ 群, 也可能转化为我们的开盘用户

#### d、交友式引流

用炒股有成中年妇女的身份建微信小号, 并没事发发家庭照, 发发遛狗照, 发发自己孩子的照片, 发发家庭聚会这些真实场景, 来证明自己的身份; 中年妇女给人的感觉是最需要养老的那些人, 拉近人的距离; 而炒股有成加晒照, 又表示自己有闲有钱, 给人信任感。

然后通过世纪佳缘网、珍爱网、百合网等婚恋社交(需要征婚网站找对象的, 智商情商高不哪去; 且多半一把年纪了, 有闲钱), 薄荷 APP 等减肥社交(有钱有闲才谈减肥), 咕咚 APP 等运动社交(有钱有闲才谈健身), 宠物说 APP 等宠物社交(有钱有闲才养宠物), 车星人 APP 等汽车社交(有钱有闲才聊汽车), 与高端人群建立感情, 然后拉来听课。逻辑很简单, 拼命加好友并发自己的状态, 晒晒自己的状况, 偶尔说自己在某群听大师讲股票操盘, 然后等人来加你聊天

### 4、商务拓展人不多但精准

#### a、平台引流

58 同城、赶集网、各种租房卖房二手车平台发低价出售房、车的消息, 并留绑定微信的手机小号, 等保险、金融、房产中介从业者联系你 雪球 淘股吧发文章

他们愿意顺便推你的炒股业务当然好, 如果不愿意, 就向他们买以及换通讯录, 用客服微信加上, 就说送炒股秘籍, 加上之后再推免费课。  
当然, 要美女头像通过率高, 这里买美女头像与全套生活照

#### b、大 V 洽谈

炒股、股票、故事的微信公众号名单

然后一一洽谈合作, 合作的方式可以还是 1 公众号互推, 假设你有 1w 粉对方 10w 粉, 可以聊聊推对方十次换对方推你一次; 二是直接让对方报价, 每条广告多少钱。

附件先送你一份近期可选的合作对象

#### c、监控同行动向

网媒监测

阿里的舆情监测系统

各种币玩家线

流量端

币论坛

币的 qq 群

引流话

自己是 12 年就买入大批比特币的，现在炒白银很赚钱.....

然后别人求你，你再推自己的客服给别人

会员合作线

在线下超市租柜台，在超市设立白银黄金饰品柜台，诱导顾客入坑。

银饰、金饰都标上兑换比例，诉求是只要消费满金额拿着购物小票来，就送白银卡一张，后有二维码；而扫码关注公众号，就进入了你的系统。

而攒够了一定 g 数的白银，更可以直接现场兑换走白银饰品——这一块比线上商城更直观

开发各地的线下超市、线上团购平台，都是用租赁对方场地（线下），或与对方做会员联合活动（线上）给对方抽佣的形式谈合作

外卖系统

## 黑帽 seo 收徒金融平台整站 SEO 优化案例分享

行业分析

在 SEO 角度来看，从搜索里获取流量，医疗、小说、电影、游戏，这 4 个行业是最难从搜索里获取流量的，新站基本上没有机会；旅游、金融、汽车、育儿等大行业，只要有恰当的策略思路+一定的成本投入，依然可以获取比较可观的流量

在百度搜索里，金融这个行业，至少三分之二的流量被百度 sem 给垄断了

行业哪些流量大站（如：东方财富网，和讯、新浪财经）是没有在优化的。因为作为几乎没有权重的新平台，你优化的关键词和大站起冲突，也基本上获取不了排名和流量。

平台分析

百度收录只有 3 万多

良好的页面收录越多，那么在搜索里获取到流量的概率就越高

平台整体 SEO 架构都不合理，很多方面都不符合《百度搜索引擎优化指南》里建议的。

平台每日内容产出频率太低太少，远远不及这个行业里的其他平台

优化策略

1、重新对网站进行 SEO 重构，最起码要符合《百度搜索引擎优化指南》里的要求。

2、加强高质量内容更新频率，在该平台上，我们使用了一个策略，每天能够产出近 3000 张网页，在类似这种多张策略下，网站收录量在半年里也暴涨。从优化前的 3 万多，暴涨到 180 多万

收录的暴涨，直接或间接带动了关键词排名并带来了流量。一方面收录页面本身可以带来流量，二是庞大的收录量，构建了庞大的内链系统，支持了热门关键词排名。

3、增加高质量外链，在外链方面，我们基本上采用付费购买方式，新增了 10 万外链页面。外链基本上来自正规网站频道首页面，导出链接也不超过 10 个。庞大的外链，极大的吸引搜索爬虫来网站快速的抓取页面。在外链布局上，我们尽量做到，所有入口页面都进行添加外链，保证了搜索蜘蛛抓取全面。

4、注重百度站长平台的功能应用，百度站长平台里的不少功能，使用得当，对网



站收录有很大的帮助。PS: 很多站长对百度站长平台的功能使用都不够深入

5、做行业差异化及对运营有帮助的流量,在优化过程了,我们策划了四、五个 SEO 流量产品,其中一个产品能够带动他们炒股 APP 下载量。我们收集了全国证券公司名称及营业网点,把信息数据通过网页产品演绎出来,并进行优化,每天能够从搜索带来近千 UV,并转化率在 3%左右,这种开户类流量,非常受运营欢迎。

6、在优化后期,我们前期建设了大量与热门目标相关的内容,用于支持热门目标关键词排名,在后续也得到非常明显的效果体现。从爱站数据来看,关键词词量翻了 6 倍多。

PS: 爱站统计的数据偏少,实际效果更佳。

## 进入二阶后的如何控制成本

### 核心

关注点从前端的展现、点击、平均点击价格转移到后端的转化量、转化成本

进入二阶后出价是由系统控制的,系统比人更大胆,一旦系统判定某个用户的预估转化率很高,就会提高出价,所以在 ocpb 二阶中,点击一次三百、五百的情况很常见

### 进入二阶后的如何控制成本

#### 优化创意

优化创意就是正向操作,与出价和钱没有任何关系,但是点击率能提升,对流量和权重没有影响。通过提升点击率,增加广告的竞争力

#### 加词、删否词

把有转化的词放到推广助手中拓词,然后把词加到计划里;

另外删否词,否词太多会降低账户的探索能力,需要定期的删否词。

账户的展现量和点击率都有提升

#### 整理流量

分析多维度转化成本,包括时段、地区、计划进行分析;然后查看搜索词报告,明确转化不了的需求进行否词处理

## 禁词的问题导致百度不收录,如何处理

### 网站抓取-提交

页面没有被抓取,如果搜索引擎判断该页面有违规问题是不会再抓取的,当然也有,蜘蛛根本没有发现该页面的问题,所以我们要定期给未收录页面通过手动或 API 方式进行提交,促进其收录。

### 平台反馈

#### 链接

不收录,大概率是网站权重低的问题,我们可以通过链接来解决问题,比如在站内给不收录页面,做内链,让该页面在已经有排名的多个页面中出现锚文本,形成站内集权,同时也促进了蜘蛛抓取。外链也根据页面关键词来做锚文本指向该页面,一般情况下在一周左右都会被收录。

## 精准祛痘才有效

### 受众

#### 有效方法

先方法，后产品

要有效

有效

简单

快速

性价比高

#### 精准祛痘

痘痘+症状

痘痘+类型

祛痘+部位

祛痘+成因

### 品牌

#### 宣言

瞄“精准”受众痛点

显“祛痘”行业属性

“才”暗贬竞争对手

提“有效”受众需求

#### 品牌识别

品牌形象

品牌特点

品牌优点

品牌利益点

品牌证明点

独特销售主张

### 产品

#### 产品线逻辑

入门线

单品专属定制

根据痘痘症状、部位、成因、类型、阶段，精准推荐祛痘、痘肌美护

## 方法与产品

#### 利润线

套装包治百痘

带走明星礼盒（大圣归来明星礼盒、18 年明星礼盒、虚拟套），精准解决一切痘痘、痘肌问题，还送一年全程陪护。

#### 连带线

痘肌全程陪护

SOS 系列（痘痘照样旅行）

摩法美肌（痘肌照样化妆）

美丽星球（彻底告别痘痘痘印，敢不用留痘印、不用留痘肌）

## 形象线

### 青草药最珍稀

兰草、银杏、石斛等珍稀青草药，做小批量限量版，用于渠道展示。

## 产品整体卖点

### 精准祛痘

痘痘+症状

痘痘+类型

祛痘+部位

祛痘+成因

### 产品卖点

#### 分部位

额、眉、脸、

下巴、鼻、唇

#### 分类型

小粉刺、白头粉刺、

黑头粉刺、红头痘痘

#### 分症状

复发、化脓、

增多、红肿

#### 分成因

内分泌失调、

油性肌肤

#### 分阶段

祛痘期、去痘印期、

痘肌美护期

### 精准祛痘五分法

#### 祛痘

痘痘治愈

去痘印

痘印治愈

美护痘肌

## 宣传

### 痘是大问题

用户深度访谈与白描

怎么让有痘粉丝主动传播

没痘的顾客，我们卖给他们什么

痘的受众在哪些媒体

口碑痘不传

种子用户是谁、在哪

精准祛痘才有效的品牌识别衍生

### 宣传关键指标

漏斗：凝聚十万痘友

上半年

## 收窄漏斗

- 1、SEO\SEM
- 2、精准广告
- 3、手机端官网

手机端祛痘搜索人群占 86%，而所有的竞争对手都我们定制手机端关于精准祛痘的测试页，根据结果精准祛痘解决方案（产品、方法、阶段优惠券），定向痘痘类关键词搜索

### 4、痘痘问题测试

全网发布 SPAM，链接到痘痘测试页面，收集测试者的 QQ、手机，便于后期主动根据痘痘肌肤问题一对一推荐。

### 5、试用品全网申领

祛痘是强功效、窄品类，只要申领并使用就意味着认可。全网发放 3 日装 D 型小样，监控各渠道购买及关注

### 6、痘痘友会

微信、短信、邮件、旺旺、QQ、YY、电话绑定迪豆现有顾客，按痘痘阶段跟进，并当面鼓励介绍朋友来加群，规划群 CRM 体系。

在开课前全网拉人加群，并每周组织一次祛痘网课，网课上植入迪豆产品。（一课 10 段 10 分钟）

改扫码关注微信为扫码关注群

### 7、微信

协调各类入口，组织各类活动在上半年做到 10 万关注者

### 8、微博

重点是与顾客交朋友，一对一解决问题及鼓励分享；及通过活动，给微信引流

### 9、医院合作

医药代表联系医生，让医生推荐扫码，进入交易后台购买

### 10、珍稀青草药

形式待定，也许是鲜草庄园，总之事件营销凸出青草药的珍稀

## 聚拢波纹

### 1、定制版

由 KOL 提供图案、故事并推广，定制版销售额一半给 KOL。人人都可申请作 KOL

### 2、自建祛痘 IP

三大方向：祛痘、豆、青草药相关形象。用于积累微博、微信粉丝，便于后续宣传

### 3、论坛

在天涯论坛、网易论坛、搜狐社区、祛痘贴吧等，建精准祛痘法直播大贴，每日一更。

### 4、博客

自建 10 个豆博客、10 个祛痘类博客。每周三次更新。

### 5、问答

所有豆相关、祛痘相关、青草药相关的提问，都用精准祛痘法来回答

## 6、祛痘达人合作

有就谈合作，没有就自己建

## 7、精准祛痘才有效内容

以软文（祛痘图表）、祛痘教育视频、祛痘自制剧、微博大

V、微信大 V，传播精准祛痘才有效内容

## 8、校园

用一件代发形式，在上海建立校园代理体系。

## 9、话题级产品

标准：1 款能上野糖、果库、想去等好物 APP 的祛痘产品

## 10、明星圈

搞定一个年轻圈子的明星，制造几位明星用豆祛痘的现象

## 11、二次元圈

搞定一部剧植入，让豆成为二次元人物都青睐的祛痘品牌

## 12、APP

做痘痘测试、有产品保质期、点痘提醒、祛痘目标管理、每

日贴士的 APP

## 13、痘痘通缉令

发现明星有痘，@豆 @明星，迪豆送明星与他战痘礼

下半年

放大漏斗

### 1、SEO\SEM

加上祛痘热搜词

### 2、精准广告

加上祛痘热搜词人群

### 3、手机端官网

### 4、痘痘问题测试

### 5、试用品全网申领

### 6、痘痘友会

### 7、医院合作

### 8、赠品占领生活

制作迪尼斯豆祛痘扑克、豆祛痘口袋书、迪豆祛痘时间计划

本等带二维码的周边赠品，通过低价销售连带产品销售。

### 9、祛痘相关位置

线上所有提到祛痘的位置，豆都要露出。

线下的祛痘课、祛痘书籍，豆也不遗余力赞助。

扩散波纹

### 1、定制版

除 KOL 定制版外，  
以 C2B 的形式售卖爆款。

### 2、运营祛痘 IP

通过各类活动售卖商品。

### 3、论坛

### 4、博客

### 5、问答

## 6、精准祛痘才有效内容

## 7、校园

将上海试点的模式，用校园代理招商的形式复制到全国。

## 8、话题级产品

在之前精致的基础上，出 1 款趣味祛痘产品。

## 9、明星圈

继续扩展 1-2 个明星圈子。

做类似褚橙的明星防痘礼盒，让大量明星晒单。

## 10、二次元圈

更多祛痘情节植入。

做 Cosplay 人物上门祛痘的事件营销。

## 11、电影植入

植入豆相关“招牌”，例如招牌产品菁华水、招牌形象迪尼斯

豆、招牌动作 360 度点痘。

## 12、APP

## 13、微信

大量痘痘相关 H5 游戏，刷爆朋友圈。

## 14、微博

用事件营销，建立类似汪峰-头条-皮裤的品牌联想。

## 15、痘痘通缉令

## 16、D-Logo

基于豆 Dlogo 的事件营销。

## 17、迪豆萌日

通过跨界合作，为迪豆办一次品牌生日——萌日

波纹：占位精准祛痘

核心 KPI

新客数、新客获取成本

渠道

渠道关键指标

流量

转化

顾客价值

渠道关键工作

流量

立项：爆款计划

卖爆菁华水，目标月销 5000 瓶

基于这一目标，所有要求都可以提。

立项：细分市场占领

针对细分市场推出祛痘精准方案，占领一个算一个。

立项：流量入口匹配

给每款产品都匹配流量入口。

基于这一目标，所有要求都可以提。

立项：入驻大平台

入驻聚美优品、唯品会。

立项：试用品全网申领铺货

立项：赠品全网铺货

立项：话题级产品全网铺点

立项：众筹产品全网铺点

转化

立项：统一元素

负责人：

页面、话术、CRM，围绕“精准祛痘才有效”展开。

立项：官网建设

负责人：

建设官网、手机端官网，用于承接 SEM、精准广告流量。

立项：品牌升华

加入校园专区。

加入青草药专区。

加入 KOL 定制版专区。

同步迪豆战痘故事专区。

加入祛痘 APP 使用说明专区。

加入明星、达人、二次元、电影推荐展示专区，及痘痘通缉令活动。

立项：每月一大一小促销

立项：入驻药妆平台

立项：C2B 版规划

立项：有赞后台开发

顾客价值

立项：痘痘友会

微信、短信、邮件、旺旺、QQ、电话绑定豆友现有顾客，按痘痘阶段跟进，并当面鼓励介绍朋友来买。

在开课前全网拉人加群，并每周组织一次祛痘网课，网课上植入迪豆产品。

立项：CRM 升级

感动：给每位新客手写贺卡鼓励推荐朋友来买。

责任：客服一对一陪护；建立呼叫中心定期回访。

惊喜：包裹体系、赠品体系

团队

竞价创意如何撰写，你要掌握这四个技巧

什么是竞价创意？

竞价创意是指网民搜索触发推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述、以及访问 URL 和显示 URL。创意对点击率的影响很大，相同展现量的情况下点击率高的广告也将获得更多的点击。

### 竞价创意的组成

图片: 创意的配图能够吸引网民的注意力

标题: 蓝色字体, 最长 50 个字符(25 个字), 用来说服用户进行点击

描述: 描述 1 和描述 2, 最长 80 个字符(40 个字), 标题的补充, 产品的优劣与优

### 惠活动

#### 竞价创意的作用

吸引网民注意力, 只有先抓住网民的眼球, 广告创意才有可能被点击

规避无效流量, 通过合适的创意, 对流量进行初步的筛选

#### 竞价创意的展现设置

轮替: 展现方式意味着每条创意的展现概率是相同的

优选: 系统将选择与搜索词相关程度更高, 表现更优、网民点击率高的创意给予更

### 多的展现

#### 设置竞价创意技巧

##### 配图

图片吸引眼球, 标题决定点击。

##### 状态

定期检查创意状态, 及时修改不宜推广创意

##### 通配符

替换网民搜索词, 提升相关性, 增加点击率;飘红显示, 吸引更多网民注意力

##### 广告识别

对其他效果好的创意, 快速鉴别创意样式

### 竞价竞争对手怎么分析

#### 竞争对手分析目的

为了有针对性的提升我们的转化能力

#### 竞价竞争对手怎么分析, 具体分析些什么

##### 1) 是否增加新对手

分析竞争对手是否增加, 可以通过观察展现量和点击率来进行判断。展现量下降, 原因很有可能是竞争对手变多;点击率下降, 则很有可能是对手进行了提价操作。

##### 2) 对手推广策略与创意是否变化

包括各类关键词的排名、创意样式和突出点。

##### 3) 竞争对手承载是否优化

重点关注竞争对手是否更新着陆页, 是否更改转化点。

##### 4) 竞争对手话术分析

重点分析套电的技巧话术。

#### 竞争对手分析流程

##### 1、确定目标

竞价竞争对手怎么分析, 首先要理清自己定位, 对对手进行分类, 明确分析目

标。



### 1) 理清自己定位

是预算多、实力强的行业领导者，还是中游企业？

### 2) 对手分类

竞争对手一般可以分为以下几类：

行业领导：追赶的目标，学习模仿对象

实力相当：重点关注，威胁最大，很容易超过你

散兵游勇：不构成威胁，偶尔关注

不知道怎样对竞争对手进行分类的小伙伴，可以通过下面途径进行了解：①销售了解，②网络搜索，公司实力，各渠道布局，微博，微信，③招聘信息

### 2、策略分析

分析内容包括：渠道、设备、预算、时段、地区、关键词，具体竞价竞争对手怎么分析，大家可以从下面几方面着手。

渠道：通过核心关键词搜索，确定竞争对手渠道。

设备：通过推广实况工具，分析 PC 和移动竞争对手的侧重点。

预算：结合自己账户关键词消费情况，根据在线时长，推测判断对手预算和推广策略。

时段：上午 8 点、中午 12 点、下午 16 点、晚上 20 点，凌晨 24 点搜索对手广告。

地区：广州、山东、浙江、江苏、河南、北京、上海、高流量地区是重点关注，要搜一下偏远地区，是否有投放。

关键词：行业通用词、产品型号词、品牌词、价格词、厂家词；自己效果好的词；自己效果差的词；运用优化参谋优化自身出价。

### 3、创意分析

1) 标题手法：标题突出的是什么特点或活动、描述强调的是什么优势

2) 描述内容：围绕哪些需求突出用户关心的内容

3) 创意样式：高级样式分析，通过创意识别工具进行借鉴

4) 优化创意技巧：要清楚创意优化是一个持续性的工作，不是所有的创意都值得优化，图片吸引眼球，标题决定点击。

### 4、页面承载

1) 内容布局

2) 转化按钮以及理由：欢迎语、公司介绍、邀请框弹出的时间，常规问题设置等；表单，必填项，表单旁边的刺激文案是什么

3) 弹出时间与表单放置位置

4) 转化能力：标题、文案、图片

### 5、转化分析

1) 在线客服转化能力

可以找竞争对手聊天，主要分析内容有：1.对方如何要线索；2 把难回答的问题抛给竞争对手。

同行实在不优秀，竞价竞争对手怎么分析？可以找教育、或者类似行业进行分析。

2) 销售追销

分析包括：①留号码后多久联系；②不明确拒绝后，联系几次；③拒绝后，是否还联系

## 竞价数据分析方法有哪几种?

### 单个维度分析

关键词搜索分析、时段维度分析、地域维度分析、渠道平台分析产品维度分析

### 效果倒推法

根据账户效果以及历史数据,将账户按照成交——线索——对话——点击——展现,进行推理找出问题的过程。

### 营销流程表的分析

#### 1) 根据问题找到数字

找到影响效果的原因,找到需要优化的数字

#### 2) 分析选择优化方法

提价、放匹配、优化点击率

#### 3) 根据变化验证操作

记录调整动作,根据变化验证操作

### 关键词四象限分析法

#### 1) 低消费,低转化

对于这类词,你首先要判断“为什么没有产生对话”,是展现量不够还是创意点击率太低?

展现量低就进行拓词、提价、放宽匹配,增加关键词的展现;如果是点击率低那就适当提高排名,针对创意进行优化。

#### 2) 低消费,高转化

这类词一般为账户核心词,也是竞价员需要重点关注的一类关键词,需要做的就是拓词、提价,增加这部分的流量。

#### 3) 高消费,低转化

这类词一般为“垃圾词”,但是也不能全盘否定,出现高消费低转化的情况时,先看页面或者流量是否有问题,及时规避无效流量。如果需要进行优化,可以首先提高转化量,然后降低消费。

#### 4) 高消费,高转化

此类关键词竞争比较激烈,相对成本也比较高,一般集中于热门及行业通用词,不可轻易降价。如果想要进行优化,可以控制均价,医生转化率。

## 竞价推广 4 个核心优化维度

### 1) 提升对需求的控制能力

不了解用户的竞价员不可能成为好主管,不了解需求是调不好账户的!所以,提升竞价推广效果的第一个核心维度,就是提升需求的控制能力,这也是竞价员的基本功。

### 2) 提升对流量的控制能力

提升竞价推广效果的第二个核心维度,就是提升对流量需求强弱的判断能力,了解假量、一般质量、优质流量的特性,能够准确找到控制的流量方法。

### 3) 提升对预算的控制能力

除此之外,因为预算分配决定了账户结构,所以想要提升竞价推广效果,还要学会

合理的控制预算比例,把钱花在刀刃上;学会制定账户投放策略。

#### 4) 提升对转化的控制能力

最后一个核心优化维度,就是提升对转化的控制能力,真正的高手不止会控制流量,要知道后端的页面优化才是决定竞价推广效果优劣的根本原因。

竞价推广成本高怎么控制

竞价推广成本高怎么控制?

有没有遇到过这样的情况:某个关键词的效果很好,有消费有转化,就是成本高,把词暂停觉得可惜,但是确实成本又很高,一个词把整个推广成本拉高。

降低成本的情况下增加流量

1、本身效果好,不要针对某个词去降价,词本身是有效果的,如果突然降价可能会导致突然不消费了。

所以我们可以针对转化词进行拓词,然后一并入低价引流计划,配合智能匹配,在控制均价的前提下放量。

2、匹配到一些长时间无转化且消费高的搜索词,也会导致某个关键词的成本升高。

比如:关键词是“英语培训费用”,可能会匹配到一些“英语课程多少钱”“英语培训班多少钱”之类的搜索词,这次搜索词长期没有转化,就把账户里关键词的成本拉高了,面对这样的词,可以对搜索词进行否词。

3、关键词的点击价格高,即便是转化量正常,只要平均点击价格高,成本一样会很高,此时要做的就是降均价。

具体降均价的方法,可以参考我之前的文章:《均价高,降均价降多少合适?》

#### 4、转化率低

点击价格并不高,点击 200 次只有一个转化,转化率比较差,就导致成本升高了,此时就应该提升转化率。

通过检查分析页面和流量的相关性、则呢更加页面的承载能力,如果页面不能承载就换更好的页面来提升转化率。

竞价推广的匹配模式该怎么选择?

竞价推广的匹配模式

#### 1、精准匹配

精确匹配是在搜索关键词与推广关键词二者完全一致时才触发广告,哪怕语序不同,同义词都无法触发广告。

#### 2、短语匹配

短语匹配是指,网友的搜索词包含推广关键词或推广关键词的颠倒、同义词时才触发,也可以理解为,只有搜索词与关键词高度相似的时候才会展现广告。

#### 3、智能匹配

智能匹配是一种最宽泛的匹配模式,搜索关键词完全包含推广关键词,允许包

含部分字面顺序颠倒或有间隔,同时系统还会进行拓展,包括同义词、近义词都会展示  
竞价推广的匹配模式如何选择?

### 1、精准匹配

精准匹配最大的特点就是流量过于精准,转化率很高,适合用于获取精准的高质量流量,与自身竞价推广业务相关且转化效果比较好的一些词,如品牌词、厂家词。

举例:以“法语培训”关键词为例(下同),匹配搜索词可以为“法语培训”“发文培训”

### 2、短语匹配

短语匹配的特点就是比较灵活,容易获得更多潜在用户,转化率没有精准匹配高。

适用于适合与核心业务有较强的相关性且有探索空间的词,如产品通用词、行业词。

举例:“北京法语培训价格”、“成人法语培训”、“法语培训班”

### 3、智能匹配

智能匹配特点就是流量多,展现非常好,只是流量不够精准,转化率比较差。适用于结合较低的出价进行相关流量的探索,可以针对一些长尾词,发现更多的相关流量。

举例:关键词“{法语}培训”,匹配搜索词“法语学习班”“北京学法语哪家好”

竞价推广如何进行低价引入高质量流量

低价引入高质量流量的原则

怎么查看账户适合跑低价

在百度推广中心——数据报告——搜索词报告查看你的账户均价高的搜索词是否是高意向词,如果低价关键词不是转化不了,说明你的账户低价是可以引入高质量流量的

所有关键词都能低价跑吗

并不是所有的账户中的关键词都可以低价跑,要考虑预算和推广地区,预算多的话低价跑需要控制比例(部分跑低价);如果账户推广是单地区,搜索量不大,低价跑的话效果很一般

哪些关键词适合低价跑

低价,不是饥不择食都选择,而且不是所有的词都适合跑低价,我们要分析哪些关键词是我们需要的流量。

如何低价引入高质量流量

1. 新建计划:老计划有效果,新建计划可以让效果提升来的更平稳

2. 放宽匹配:智能匹配结合短语匹配,结合低价提升账户展现量

3. 提升点击率:优化创意,增加创意样式、创意配图、视频创意和闪投创意等,提升点击率

4. 针对性降价:降价不批量进行,针对一定时间内点击价格高,转化低的词进行降价,放匹配可以批量进行

## 竞价推广应如何设置关键词出价

### 关键词出价价值分析

每一个搜索词都代表一个需求

### 关键词的购买阶段

1. 信息收集阶段：有需求，但是没有明确的行动方向
2. 产品对比阶段：有行动方向，正在进行对比了解
3. 品牌现在阶段：这个阶段的用户在经过前两个环节后，有了初步目标，但是还是缺临门一脚。

### 关键词出价原则

预算：预算的多少决定了你用什么样的策略，什么样的策略决定关键词出价的高低

利润：说白了竞价就是为了赚钱，高利润的业务多花钱，利润高的词多花钱

需求强弱：先要区分需求强弱，控制每个阶段流量的占比

匹配模式：高价精准，低价智能

效果和行业淡旺季：分析与实际情况冲突的时候，要及时调整策略，行业淡旺季决定流量多少

### 关键词出价系数

地区系数：多地域推广的话，会有这样的问题，有主要重点区域需要推广、热门城市竞争力大等，这就需要我们设置对应的地域出价系数。

时段系数：经过一段时间的跑量测试后，可以分析出竞争激烈及竞争较低的时段，竞争激烈时段是用户集中出现的时段，因此激烈时段，我们往往要溢价竞争；而一些竞争较少的时候，为了节省成本，我们可以降价处理。

设备系数：可以分 PC 端或移动端计划，如果只搭建某个端口偏好的计划，想推另一个端口，可能需要设置相应的端口系数比例。

## 竞价推广正确设置否定关键词，成本减低 40%

### 否定关键词简介

#### 什么是否定关键词？

精确否词：在网民搜索词与否定关键词完全一致的情况下，可以起到屏蔽效果；比如“免费”，网名搜索“免费”才可以屏蔽，但是搜索“免费的”就起不到屏蔽的效果；

短语否词：只要网名搜索词中带有“免费”这个词，都不能匹配到推广的广告。

#### 否定关键词的好处

找出与推广信息无关的关键词，并将其否掉，这样能更好的节省成本，提高转化率

#### 怎么判断哪些词需要否定关键词呢？

将广告报告下载进行分析，看哪些关键词的展现很多、点击量也很多，但这些关键词带来的转化订单却很少，甚至没有，或者部分关键词与我们推广的广告意思完全不一致，这就意味着我们在这些关键词上花了很多广告费，但转化回报很低，那么这些关键词就是需要否定的

#### 如何设置否定关键词？

- 1、新账户尽量少否词，但可以提前否一些预判转化不了的关键词
- 2、要优先进行精确否词，优先单元否词
- 3、查看短语否词是否是一类需求，精确否词是否是一个具体词

最后否词是收量操作，收完量要进行相应的加词、优化创意、放展现、放匹配，不然你的账户越跑流量越少。

## 镜像技术与实操

### 搭建

- 1、寻找镜像目标网站
- 2、复制镜像站点首页 HTML 源码
- 3、修改镜像页面 TDK 与关键词频次
- 4、调用源站点 CSS\JS 等数据
- 5、将修改后的镜像页面放到自己网站某一个目录下
- 6、将镜像好的网页链接主动推送给百度进行提交
- 7、反复寻找其他目标网站不断镜像，不断生产页面来做关键词排名

### 注意事项

- 1、镜像根据词去找相关网站
- 2、镜像的话只需要把首页扒下来就可以
- 3、镜像的话只需要调整标题 以及关键词频次插入到网页当中即可
- 4、每一个镜像的页面放到自己网站以后 请把链接提交给百度

## 决定网站成败的 SEO 优化方案

### 网站优化方案的重要性

做好规划，上线前后

有数据和分析作为支撑

有目标、有可执行步骤

### 网站目前状况分析

网站目前现状（列出数据）

数据总结

竞争对手分析

必须马上进行 SEO 优化的理由

网站 SEO 目标（大的方面）

### 优化方案步骤

网站的定位

关键词的挖掘和筛选

页面布局草图

整站

页面

- 网站内容的规划
- 关键词的排名及时间
  - 当前搜索列表竞争分析
  - 时间及计划
- 外部链接策略及规范
  - 策略选择
  - 平台选择
  - 外推软文确定
  - 实施计划
- 网站安全
  - 服务器
  - 程序
  - 数据
- 工作量安排与总结
- 方案总结
  - 优化总结及成本预估
  - 风险处理

决定文章排名的权重因素有哪些，以及优化方案

- 平台权重属性
  - 一个好的平台，是成功的一半，选择大于努力
- 文章是否对用户
  - 文章是否符合用户，对用户有用
- 关键词重复度
  - 标题及文章，是否合理加入关键词
- 文章原创程度
  - 当然越原创越好，如果没有可以高质量伪原创
- 优化方案
  - 搜索优化法
    - 搜长词+点对手+找自己
  - 其它优化法
    - 手工引外链以及专业人员进行优化

## 看电影网站或链接如何变现

### 社群

付费进群，人工帮忙找各种电影

### 公众号

引导关注公众号提取电影链接，同时在公众号引导到小说 CPS，或者直接把这些粉丝卖给别人

### 交友

同城电影趴，聚合电影粉丝，拆分到不同城市的群，组织线下观影，实则交友，收取费用。

### 付费解锁观影

付费解锁观影链接，这是毒药，可以短期提升收入，但会降低日活量

### 导流

同步做服务号与小程序，流量多重备份，顺便做一波海报裂变，导流卖给游戏、电商广告

### 灰产

X 流

BC/cp

A 片

## 消防工程师培训/考证

### 学历

中专以上

### 平台

巨量引擎

百度推广

广点通

### 时段

黄金时间段

全天投放

### 需求

短期需求

消防工程师报名

考证

加薪

证书挂靠

行业需求

### 兴趣

长期兴趣

游戏

美食

建筑工程



化学材料  
教育（成人教育、职业教育）  
社交、购物、电子产品、汽车  
新闻资讯  
通用兴趣  
影视音乐  
资讯  
软件应用  
书籍阅读  
家电数码  
餐饮美食  
金融财经  
旅游出行

## 扣扣号交易常识

### 活令牌

已经绑定 QQ 安全中心，可以改密码，改手机

### 无保

QQ 号只有密码，买后不能立马改密码，没有设置过任何密保，及任何资料，自己设置密保。（什么都不懂的新手，不要买无保，申请密保比较麻烦，推荐老司机上，因为价钱便宜些）

### 一代

一代密保是腾讯早期密保，一问一答那种！已经淘汰，一代只是比无保的多一点历史资料，其性质跟无保的是一样的。需要自己申请密保，不推荐新手购买一代号码

### 死保

一代密保丢失，就叫死保号码，也相同于无保号。不能改密码，懂行的买，不懂不要买

### 二代死保

二代密保丢失，不能改密码，申诉上保有些困难，不建议新手使用

### 二代密保

有二代密保的号码，购买以后，可以直接修改密保，秒改，可以马上用。二代相对无保的价格要高一些。推荐购买

### 无证无 JJ

QQ 没有设置证件 没有设置手机

### 处号

一般指号码级别低，有没使用过的号码

### 秒绑手机

有设置手机绑定，需要转手机审核，含意同转 JJ 一样

### 秒换安手

有设置手机绑定，有绑定手机版安全中心，都可以购买后直接更换

## QQ 令牌

是一种像密保卡一样的密保产品当正常启动时，会在液晶屏上显示 6 位动态密码，在一分钟后，动态密码自动消失，需要再次按下按键，重新获取动态密码

绑定 QQ 令牌必须先 设置二代密保，才能 绑定 QQ 令牌

绑定过程

第一步：进入密保管理，QQ 令牌页面

第二步：点击绑定，系统将弹出统一安全验证框，验证成功后，进入绑定 QQ 令牌页面。 第三步：绑定过程：请在绑定 QQ 令牌页面，输入令牌序列号，令牌序列号在 QQ 令牌背面。

注意：输入序列号时，请不要输入空格。 请输入令牌动态密码，6 位动态密码在令牌正面的显示屏中， 输入完毕后，点击绑定

第四步：绑定成功后，可以直接通过快捷链接设定开通 Q 币 Q 点保护。

## 普号

普号为早期号码，不需要每个月交 10Q 币会员费用就可以一直免费使用

## 半白挂

号码是收来，后期级别是我们挂上去的

## 靓号

会员靓号需要每个月支付 10Q 币靓号费用，如果不交费用，会员到期以后号码将会被回收

## 业务号

高等级皇冠号，带各种钻，带年费会员

## 单太，双太

单太就是 16 级，一个太阳号，双太，就是 32 级，两个太阳的 QQ 号码

## 快排服务商的常用话术套路

### 1、包上首页、不上退款

承诺你的关键词排名在百度第一页。谨记一点，搜索引擎技术越进步，排名变化越频繁。这里的套路一般是预付款方式，缴钱容易退款难

### 2、90 天内没有任何优化效果，100%退款

潜台词，如果你提交了 10 个关键词，那么 90 天内一个不上才 100%退款。10 个词上一个还是很简单的，哪怕只在线一天掉了，那么也是不退款的，钱只能在账户里面躺着

### 3、推荐长尾词，说访客只会搜长尾词

长尾词竞争程度小，上排名容易。很多优化公司因为技术实力不达标，给客户推荐的都是一些很长的长尾词。多数长尾词都是很少或者没有搜索量的

### 4、我们做整站优化，站内代码优化与站外优化

只有在网站代码存在不利于 SEO 的情况下，才需要优化网站代码，一般在接手网站 SEO 初期这个工作就要开展。

你可以直接问对方这个代码优化需要多长时间，如果答复时间超过一周，基本就可确定对方

在胡扯。要么他以为你不懂，要么他自己也是糊裡糊涂。

5、我们没空做自己的排名，心思都放在客户网站上了

你要分析这个 SEO 服务商主要通过什么方式获客。如果他们说是通过 SEO，那就看他们自己的网站 SEO 状况。他们自己的网站自排名做的不怎么样，基本就可以放弃了

6、我们公司跟百度内部有关系，上词可以放心的

要是真的有内部合作资源，早就服务大客户去了。是客户围着他们转，还用得着你推销？这个纯粹是你想多了。你自己的业务几斤几两，心里就没点数么

7 我们的技术人员都是 BAT 出来的

百度搜索是个庞大复杂的系统，不可能某个人掌握核心算法。另外，有水准的研发人员赚钱的方式太多了，不会做 SEO 这种小领域。即使真的有在百度公司上过班，也多是做销售的，或打扫卫生的。这帮人擅长的不是 SEO，他们更擅长抓人性弱点

8 你的网站都不点开看，直接预估 15 天上首页

这类就是满嘴跑火车的业务人员，为了签单，都是说什么 7 天、15 天上首页。当然说这些话术的时候，不会说的很圆满，都会说预估

业内有名气的做快排的 SEO 服务公司，三分之一人员做销售，三分之一人员处理与客户的商业纠纷善后工作

## 快排核心秘密解析

### 参数

cookie

IP

浏览器指纹

浏览器屏幕分辨率，时区，字体信息，浏览器 ua

高级硬件指纹技术

硬盘物理序列号、CPU 序列号、网卡 MAC 地址、BIOS 序列号、主板序列号

URL

点击次数

文本摘要

时间

深度

### 核心

有效点击比率=百度站长后台点击量/任务点击量

点击得分与你鼠标的点击次数成正比，与全网整个关键词的点击次数成反比

也就是你比竞争对手点的次数多，你的关键词点击率更高，那你的得分点击就更高

因为移动站百度有单独的体系算法（更倾向于推荐算法），在百度自身众多广告中，起码也要给质量最好的内容留少量几个位置，要不用户还不如去头条了

## 快排行业不神秘

### 人工互点阶段

点击可以提升排名

互点 QQ 群

百度还没有对跳出率、停留时长等因素做

严格的考核, 只要一对一互点的人够多, 可以做到上午点击, 下午就能上排名

缺点

执行能力与执行方式的不可控

### 挂机点击器阶段

2012~2014 年间, 善于研究的 SEO 同行陆续推出挂机互助点击软件等系列快排工具。各大互点软件平台推出可以

通过买积分的方式来获取点击, 如果大规模上词, 花销也是巨大的。这一代互点类软件在点击路径处理方面未做精

细化处理。2017 年惊雷算法推出之后, 对点击路径有所要求, 直接导致了互点类点击系统效果变差, 逐步淡出市

场

### 云端快排阶段

2014 年市场上出现了第三代快排系统, 实现了云端快排。他们的原理都是一样的, 都基本有三部分组成, IP 资源

+快排参数+点击计费统计。7 天上首页, 不上首页不要钱, 实际情况是上了首页天天要花钱。

至于快排参数, 其实

大家都是心知肚明的, 赚钱的关键在于能画一个多大的圈圈, 圈住多少韭菜

### 整站优化快排

2019 年, 市场上又出现第四代快排系统——整站优化。什么是整站优化提权? 就是通过一种点击手法, 让网站前

100 名的词在短时间里面大幅增长的方法

整站提权的原理, 其实就是通过快排系统搜索提升了展示量, 通过快排系统点击提升了点

击量, 通过点展比提升了网站的资源平衡性参数, 通过资源平衡性反而又促进了网站的爬虫访问频率

### 一般操作

第 1 步、导出站长词库。从百度站长后台, 流量与关键词菜单中, 导出最近 7 天的关键词。建议不要从 5118 或

爱站第三方平台来导词, 一切以官方为准

第 2 步、整理词库并预估流量。根据百度提供的点击量, 展示量, 刷点击的时候, 按照每周迭代 1.5~2 倍就行了。

注意清理太长尾, 不自然的搜索词

第 3 步、到快排系统添加任务。建议分批分次上词, 不要一股脑全部提交。其次点击量, 一定要循序渐进

第 4 步、每周批量换词。因为一般情况下, 百度索引全量更新在 1 周左右, 也就是说每周某个词的排名结果不尽相

同, 所以建议每周在百度后台导出排名词后换词就可以了。整站提权持续 2 周左右, 整站的关键词数量就会有一波

比较明显的上升了

## 2、整站提权的禁忌

禁忌 1: 单个词刷点击。有些人在试用快排商家的时候, 喜欢只添加一个词看效果, 其实在 19 年 7 月份之后, 单个词上排名已经不现实, 基本上一个 K 一个

禁忌 2: 站内搜索上排名。一些快排商家通过“site:www.xxxxx.com 关键词”的方式进行刷点击, 这样百名开外的词语也有排名效果, 这个百度已经识别

禁忌 3: 品牌词搜索上排名

使用快排可能存在的风险

百度点击统计排序系统

点击收集+点击统计+点击排序+点击反作弊

### 1、点击收集模块

百度点击收集, 主要搜集搜索结果的点击次数, 所述鼠标点击次数等于鼠标点击统一资源定位符 URL 次数加上鼠标点击文本次数。也就是说, 点击标题、点击描述摘要, 都算点击。其次, 点击统计模块百度点击统计什么, 就是百度从数据库获取一段时间内的鼠标点击日志, 鼠标点击日志中包括用户标识、点击的 URL 以及点击 URL 的时间, 依据搜索结果的 URL 以及鼠标点击日志, 统计搜索结果的鼠标点击 URL 次数; 其中, 一段时间可以依据需求进行配置, 如一天、一周或一个月等

重点 1: 用户标识

用户类型、IP 类型、终端类型

重点 2: 周期性统计

重点 3: 每次点击均有日志

日志只会归档

### 2、点击反作弊模块

#### 1、点击数据聚类

网站刷快排点击之后, 并不会被百度立马识别, 而是在一定时间后, 随着访问你网站的设备标识、用户访问路径与你网站 URL 通过机器学习, 形成聚类之后

#### 2、作弊识别判定

网站的用户行为形成的聚类, 与百度已经训练好的多个“无作弊样本聚类”、“作弊样本聚类”做对比, 如果命中了某个作弊聚类, 就可以判定网站作弊

### 3、点击排序模块

点击排序, 就是算各个搜索结果的权重值, 点击得分与鼠标的点击次数成正比, 与全网整个关键词的点击次数成反比。也就是你比竞争对手点的次数多, 你的关键词点击率更高, 那你的点击得分就更高

百度对作弊的定义和惩罚

#### 1、百度如何定义作弊

任何利用和放大搜索引擎的策略缺陷, 利用恶意手段获取与网页质量不符的排名, 引起用搜索结果质量和用户搜索

体验下降的行为都会被搜索引擎当作作弊行为

(1) 利用正常网站的漏洞，黑掉网站，偷偷放上作弊内容，通过搜索引擎获取流量，并利用木马盗取用户信息。

(2) 假冒知名公司官网，用户在其网站上发生交易完全没有保障。

(3) 利用 BSS、分类信息等渠道，发布知名公司的客服电话，诈骗用户钱财

## 2、作弊会受到怎样的惩罚

对用户体验及搜索结果质量影响不大的，去除作弊部分获得的权值(降权)

- 对用户体验及搜索结果质量影响严重的，去除作弊部分获得的权值并降低网站的权重，直至从搜索结果中彻底清理掉(K 站)

## 3、改正后能否解除惩罚

百度，会定期自动对作弊网站进行检测，大部分修正了作弊行为的网站，会在一定的观察期满后自动解除惩罚。

百度对待作弊的处罚：轻则降权，重则 K 站。网站采用快排被 K 站，很难恢复。不是老司机，建议不要轻易开快车。

企业主力站点运营周期相对长，应该考虑长远收益，建议远离快排等高风险操作

快速排名

IP

5000 台混播

点法

直接点

站内点

程序

web 端

执行端

相关性

站内

直接

点击量

30%

快速排名会不会 K 站

核心

以 10 个新站来说，我操作可能 K2 个，你操作可能 K7 个

如果有基础的站点，我可以说不百分之 98 不会 K，而你操作可能百分之 60 不会 K

赚钱

10 个站 K 掉 2 个，剩下 8 个我实际做到了流量，赚到了钱

你纯白帽，10 个站一个不 K，一个都做不出效果，赔了 10 个站的成本

## 快速收录操作步骤

### 1.注册百度资源平台账号

<https://ziyuan.baidu.com/>

#### 1、添加站点

用户中心-站点管理-添加站点

#### 2、按照要求添加，验证按照提示来

#### 3、添加自动推送代码，每更新文章后，点击文章进去浏览后就会自动推送

<script>

```
(function(){  
    var bp = document.createElement('script');  
    var curProtocol = window.location.protocol.split(':')[0];  
    if (curProtocol === 'https'){  
        bp.src = 'https://zz.bdstatic.com/linksubmit/push.js';  
    }  
    else{  
        bp.src = 'http://push.zhanzhang.baidu.com/push.js';  
    }  
    var s = document.getElementsByTagName("script")[0];  
    s.parentNode.insertBefore(bp, s);  
})();
```

</script>

#### 4、下载一个站点地图软件，生成地图后，放到网站上

网站根目录添加 robots.txt 协议，生成地图的 xml 和 html 和 xsl 和 txt 格式都放在根目录

#### 5、网站每天需要更新文章，不低于一天 5 篇，更新完文章后，地图重新生成替换

6、更新完地图后，在百度资源平台提交 sitemap.xml 和 sitemap.txt，每次更新完提交一次。

#### 7.每天更新的一些文章可以手动提交链接，加快收录进度

#### 8、互动交流-反馈中心

##### 子主题 1

##### 子主题 1

#### 9、网站只有少量收录时候，可以投诉，基本每处理一次，收录都会暴涨

#### 10、可以通过增加外链增加网站收录速度，第三方平台购买外链

## 条件

#### 1、文章前期一天 10 篇左右。

#### 2、文章发布方法

## 工具：

#### 1、检查网站链接收录情况

<http://www.link114.cn/baidusl/>

#### 2、链接提交入口（可以重复提交）

<http://tools.bugscaner.com/baidutuisong/>

## 网站被降权站点处理方法

#### 1、每天更新文章不低于 5 篇，一周即可

- 2、更改一下首页 TDK
- 3、去站长资源平台提交链接 <https://ziyuan.baidu.com/linksubmit/url>
- 4、提交 sitemap 地图

## 老域名

两种思路

收录

看排名

没收录

年龄、外链、历史

年龄（最重要）

SR

前提

没有灰色历史

六合彩

XX 娱乐

可以测试

HS

平台

聚名网

易名中国

[www.laomiba.cn](http://www.laomiba.cn)

备案

企业备案

## 利用 PHP 生成蜘蛛访问记录 txt 文档

```
<?php
$useragent = addslashes(strtolower($_SERVER['HTTP_USER_AGENT']));
if (strpos($useragent, 'googlebot') !== false){$bot = 'Google';}
elseif (strpos($useragent, 'mediapartners-google') !== false){$bot = 'Google Adsense';}
elseif (strpos($useragent, 'baiduspider') !== false){$bot = 'Baidu';}
elseif (strpos($useragent, 'sogou spider') !== false){$bot = 'Sogou';}
elseif (strpos($useragent, 'sogou web') !== false){$bot = 'Sogou web';}
elseif (strpos($useragent, 'sosospider') !== false){$bot = 'SOSO';}
elseif (strpos($useragent, 'yahoo') !== false){$bot = 'Yahoo';}
elseif (strpos($useragent, 'msn') !== false){$bot = 'MSN';}
elseif (strpos($useragent, 'msnbot') !== false){$bot = 'msnbot';}
elseif (strpos($useragent, 'sohu') !== false){$bot = 'Sohu';}
elseif (strpos($useragent, 'yodaoBot') !== false){$bot = 'Yodao';}
```



```
elseif (strpos($useragent,'twiceler') !== false){$bot = 'Twiceler';}  
elseif (strpos($useragent,'ia_archiver') !== false){$bot = 'Alexa_';}  
elseif (strpos($useragent,'iaarchiver') !== false){$bot = 'Alexa';}  
elseif (strpos($useragent,'slurp') !== false){$bot = '雅虎';}  
elseif (strpos($useragent,'bot') !== false){$bot = '其它蜘蛛';}  
if(isset($bot)){  
$fp = @fopen('bot.txt','a');  
fwrite($fp,date('Y-m-d  
H:i:s')."\\t".$_SERVER['REMOTE_ADDR']."\\t".$bot."\\t".http://".$_SERVER['SERVER_NAME'].$_SE  
RVER['REQUEST_URI']."\\r\\n");  
fclose($fp);  
}  
?>
```

## 链接

### 爬虫入口

#### sitemap 入口

主 动 推 送 :

[https://ziyuan.baidu.com/college/courseinfo?id=267&page=2#h2\\_article\\_title14](https://ziyuan.baidu.com/college/courseinfo?id=267&page=2#h2_article_title14)

#### sitemap

##### 手动提交

ping baidu: <http://ping.baidu.com/ping.html>

快照更新: [http://help.baidu.com/newadd?prod\\_id=1&category=1](http://help.baidu.com/newadd?prod_id=1&category=1)

自 动 推 送 代 码 :

[https://ziyuan.baidu.com/college/courseinfo?id=267&page=2#h2\\_article\\_title19](https://ziyuan.baidu.com/college/courseinfo?id=267&page=2#h2_article_title19)

#### 搜索引擎周边产品

搜狗: <https://www.sogou.com/docs/more.htm>

百度: <https://www.baidu.com/more/>

360: <https://www.360.cn/>

#### 外链

#### 模拟蜘蛛

## 操作

Sitemap 入口全做 + 各个搜索引擎的浏览器刷访问量

## 大站的链接结构

### HITS 算法

authority 页面: 权威页面、高质量的页面

一个高质量的 authority 页面会被很多高质量的 hub 页面所指向

hub 页面: 桥页, 指向有好内容网页的网页

一个高质量的 hub 页面会指向很多高质量的 authority 页面

## 操作

有流量的页面 有排名的页面 有收录的页面

避免有流量的页面，给许久不收录的页面导链接

适当给一些权威页面提供单向链接，或交换链接。权威页面  
链接重要性

分级

潜在流量大的网页

如专题搜索页，用流量词为 title 生成的网页

明确对应用户高频搜索行为的网页：

排名时效性强的网页

详情页面分级

优质资源有限分配流量大的页面

低质量页面提取

网页生成时间 > 30 天，仍未收录的

操作

S 级页面：质量最高，分配整站 80% 的单向链接

A 级页面：质量较好，分配整站 40% 的单向链接

B 级页面：质量较差，分配整站 10% 的单向链接

相关性：内链调用规则上，优先调用能提高 IDF 值的链接

重要性分配

[垃圾页面] 给一般页面和重要页面单向链接

[一般页面] 给重要页面单向链接，与一般页面双向连接

重要页面与重要页面双向链接

禁止重要页面，给非重要页面，提供单向链接；除非网页正文需要

链接

爬虫入口

sitemap 入口

主 动 推 送 :

https://ziyuan.baidu.com/college/courseinfo?id=267&page=2#h2\_article\_title14

sitemap

手动提交

ping baidu: http://ping.baidu.com/ping.html

快照更新: http://help.baidu.com/newadd?prod\_id=1&category=1

自 动 推 送 代 码 :

https://ziyuan.baidu.com/college/courseinfo?id=267&page=2#h2\_article\_title19

搜索引擎周边产品

搜狗: https://www.sogou.com/docs/more.htm

百度: https://www.baidu.com/more/

360: https://www.360.cn/

外链

模拟蜘蛛

## 操作

Sitemap 入口全做 + 各个搜索引擎的浏览器刷访问量

## 大站的链接结构

### HITS 算法

authority 页面：权威页面、高质量的页面

一个高质量的 authority 页面会被很多高质量的 hub 页面所指向

hub 页面：桥页，指向有好内容网页的网页

一个高质量的 hub 页面会指向很多高质量的 authority 页面

## 操作

有流量的页面 有排名的页面 有收录的页面

避免有流量的页面，给许久不收录的页面导链接

适当给一些权威页面提供单向链接，或交换链接。权威页面

## 链接重要性

### 分级

潜在流量大的网页

如专题搜索页，用流量词为 title 生成的网页

明确对应用户高频搜索行为的网页：

排名时效性强的网页

详情页面分级

优质资源有限分配流量大的页面

低质量页面提取

网页生成时间 > 30 天，仍未收录的

## 操作

S 级页面：质量最高，分配整站 80%的单向链接

A 级页面：质量较好，分配整站 40%的单向链接

B 级页面：质量较差，分配整站 10%的单向链接

相关性：内链调用规则上，优先调用能提高 IDF 值的链接

重要性分配

[垃圾页面] 给一般页面和重要页面单向链接

[一般页面] 给重要页面单向链接，与一般页面双向连接

重要页面与重要页面双向链接

禁止重要页面，给非重要页面，提供单向链接；除非网页正文需要

零距离站群真的不行了吗

## 案例

site:lxsh315.com

模板迭代

site:lsaqspa.com

模板迭代

site:100lishi.cn

### 时间因子

site:021rd.com

### 老版

site:sstc.com.cn

### 迭代版

1: 时间因子：原来的随机时间改为动态实时时间，确保文章时效性，模板指纹干扰码方面并未做太大处理

2: 域名方面：无限站群泛解析，但是很好的利用了 news001-news99999 等随机泛解析，为什么用 news，了解新闻源的收录机制+时间因子。

### 延伸

地区-年份-名字-公司

3: 轮链应用：news 随机泛解析+泛目录=形成大型蜘蛛轮莲池。

4: mip 推送：站站资源平台推送+mip 周级推送等

5: 操作步骤：搭建好之后去百度站长平台验证你的域名,然后批量验证 1000 个子域名验证完成之后点击 连接提交 /mip/ 数据提交 / 确定  
https://ziyuan.baidu.com/mip/index?site=你的域名.

## 轮胎策划方案

### 核心

不是一个高频且复购较强的产品

车胎被扎，那是一个小概率事件

### 运营策略重点

1.用户扫码关注公众号，重要的是提升关注率，也就是拉新

例如用户扫码关注公众号后，输入订单号，可以得到返现

2.其次用公众号小程序设置一些个性化玩法，让用户持续签到，可以获得洗车券，加油券，换购汽车用品等较为刚需的奖品

要做的是留存，维护用户长期在你公众号高频且互动的留存，不然你每天公众号流失用户太多

3.再接下来，可以设置一些裂变玩法，比如拼团抢加油券，引导裂变，进行引流，最后对引来

的用户送轮胎优惠券

主要是老带新，完成从线上到线下，线下到线上的引流。

## 落地页优化方法

### 内容展示与设计

### 页面开始制作前

用户画像：对产品和对应的用户特征有比较深入的研究和认知，清楚产品卖给

谁, 谁需要。

产品风格: 清楚用户画像后, 要有基础的产品与人群结合的一个基本产品风格构思, 如果本身公司有一定的品牌知名度, 风格可以参考品牌的经营理念, 例如软件的使用科技风, 房产的使用商务风, 婚纱的使用唯美风等等。

展示内容: 这一部分其实至关重要, 见过很多案例属于产品思维, 把产品介绍出去, 不管客户需不需要和是否喜欢。这种不从客户思维出发设计出来的页面, 一般会出现内容很多但无重点或者内容虽然简单但留不住客户等情况。

页面设计制作做到

舒适

让访客高效获取信息

直接在页面中提出访客最关注的内容, 提供足够精准的信息给访客, 才能充分吸引访客继续停留往下看, 最后引起咨询等动作

凸显产品对比之下的优势以及购买产品以后的售后服务甚至有多少种合作方式

有消费冲动

常见的促进消费行动的类型有: 满减, 前 xx 名减, 每天 xx 名额, 领券, 转介绍, 这些类型常见出现的位置一般为: 首页轮播图带活动号召文案, 表单填写处等等

适当的焦虑感

如果产品和服务是针对性比较强, 偏解决方案的, 可以在客户遇到的问题适当制作焦虑感。也就是销售环节当中的放大痛点, 让客户产生共鸣

高转化内容细节

首图与创意相关

如果一个素材足够吸引人, 成功帮助你账户起量, 却因为点击后页面跟定向甚至用户群体相关度不高导致起量不起效果, 对于优化师也是一个致命打击。所以一定要尽可能的保证, 页面跟素材或关键词在核心上有很强的关联性, 这里特别强调的是首图, 很多同学喜欢把首图放置品牌展示, 如果定向是产品和用户, 品牌知名度相对较低的, 展示在首图时会降低客户兴趣。建议是产品或服务与品牌结合的展示模式更佳。

页面的前 3 屏必须是客户高度关注的内容

例如做加盟的, 必须强调优势, 加盟的帮扶政策, 加盟的培训师资力量, 再强调加盟的收益周期, 甚至还可以强调完善的售后服务, 全方位展示来增加客户信心。

做填空题永远比不上做选择题简单

表单的内容设置也有很多讲究, 可以多实践, 从而提升表单转化率。同时在表单的标题上也有很多类型可以使用, 也就是考验你的行动号召的文案功力, 一般分为四类:

利益类, 例如: 每天前 200 名报名成功的立减 1000 元;

命令类, 例如: 别人都已经开始学习了, 你还有什么好犹豫的?!

促销类, 例如: 周五晚上 8 点, 福利专场等你!

疑问类, 例如: 你会是下一个升职加薪的人吗?

页面时刻有转化工具

电话, 微信, 表单, 在线咨询

习惯是表单+电话、表单+在线咨询、表单+微信

页面的其他服务

1. 做好检查工作, 不能出现 404 报错或空白页甚至选错了推广链接。
2. 当客户发起咨询, 客服的话术和内容要配合到位, 及时做好监控。
3. 适当准备一些对话案例场景的截图, 在咨询时甚至在页面上添加, 增加客户案

例的信任感，包括但不限于：价格咨询，服务咨询，售后服务咨询等。

卖站之前的神操作

301

卖站交易时间 7-15 天

新网站，独立 ip 服务器，老域名

养域名，加速收录

canonical

集权

老域名页面写给新域名页面

友链

A 标签

做灰色 直接投诉 搞死他 你的新站才能起来

免费的咨询工具

#### 1、使用 QQ 在线咨询

无需用户登录 QQ/添加 QQ 好友就能发起 QQ 在线咨询的方式是使用 QQ 推广工具，生成代码就可以了，QQ 官方推广工具设置网址：QQ 推广(<http://shang.qq.com/v3/index.html>)

#### 2、使用微信在线咨询

无需用户验证好友即可通过发起对话，不过用户添加微信的操作成本（扫码添加/搜索添加）略高

#### 3、使用百度商桥

百度官方出的客服咨询工具，百度商桥网址：百度商桥-最懂营销的免费在线客服系统(<https://qiao.baidu.com/>)，注册后，下载客户端就能登录使用。这真心是良心工具了，并不需要开通百度付费推广就可以免费使用百度商桥。有 PC 和手机客户端，不过目前我只成功登录了 PC 客户端，手机客户端一直都没法成功登录（账户密码无论咋弄都无法登录，期待有经验人士帮忙解答）。百度商桥作为老牌的咨询工具了，功能也是相当强大，支持图片、表情、常用语、自动应答、自动回复等多种沟通媒介和接待分配规则，也可以及时看到访客地域、搜索引擎、搜索词、关键词等多维度特征。

如何才能尽可能地降低用户的操作门槛呢？

1、微信号码使用 qq 号，全是数字，用户如果是在 PC 端使用，再用手机微信搜索，不需要切换键盘，输入简单，不容易出错。——而且这样可以解决微信号满了，解绑重绑新号后，用户可以继续加入，不会出现用户加不进来的问题

2、使用关键词自动回复功能，自动弹出图片，让用户可以扫码添加。（见图 5）估计很多圈友习惯了微信公众号后台可以设置关键词自动回复，但百度商桥如何实现自动回复功能呢？

首先，百度商桥是支持开启机器人，机器人设置那里就可以设置自动答复

也支持不开启自动回复，但设置默认回复，这个在自动应答那里就可以设置，把访客等待超时自动回复时间调到最少时间（1 秒），就可以实现在线自动回复图片的功能了。

黑帽 seo 收徒模板建站，建立差异化页面必要性与方法！

企业网站建设的首选策略

- ①查询行业核心关键词，收集整理排名靠前的网站。
- ②重点筛选整站权重高，关键词词库多的站点。
- ③防止对方的模板，页面结构布局，甚至是 URL 目录层级。
- ④整合采集对方和其他网站内容。

为什么要建立差异化？

索引引擎针对互联网中海量重复性的信息与内容做处理与分析，往往耗费大量的资源，为了节省资源投入，提高用户的搜索体验。

搜索引擎经常会过滤掉大量的相似性低质量内容

- ①网站整站结构样式。
  - ①各个页面栏目模块与调用数量完全同质化。
- ②网站首页的相似度。
  - ②首页只是进行简单的调整，比如：品牌词，页面图片的替换。
- ③网站内容随机相似性。
  - ③站内内容高度的采集。

个性化配置

1、网站首页调整

- ①适当增加调用模块，比如：原来分类模块是 4 个版块，我们可以增加到 6 个版块。
- ②适当调整模块列表展现数量，比如：竞对的网站是 12 条，我们可以是 8 条，也可以是 16 条。
- ③适当调整页面元素的展现，比如：减少或增加 banner 头图的展现，增加模块列表中文章缩略图的启用。
- ④在底部增加文字性内容版块等。

2、调整站内页面

- ①列表页中增加聚合页面的展现版块。
- ②内容页中增加相关性随机内容的调用，关闭页面的用户评论框

3、整站 URL 形态

- ①目标站列表是目录的展现形式，我们启用.html 的形式，或反之操作。
- ②改变整站 URL 的命名，比如：目标站内容页用/p/123.html，我们新站启用/new/abc.html
- ③调整首页到内容页面的目录层级。

4、调整页面展现样式

重新自定义 CSS

- ①页面间距大小。
- ②页面 H1-H3 标签的展现样式。
- ③站内超链接颜色，锚文本字体的大小样式。
- ④重新自定义 css 相关名称。
- ⑤加入一定的干扰码

5、整站页面内容

要尽量启用原创性内容，避免采集目标站或者整合同行业网站内容。

## 母婴

塑造一个陪伴的价值

选题得有素材库

企鹅妈妈

文案

选题 拍摄的主体

传达情绪价值

复盘

复盘每天视频的文案数据，视频拍的哪里好，哪里不好

文案再补充

让对方看下去，不划走，这才是好文案的标准

不恋战

尽量不看头条推荐的

视频，看自己关注的账号的视频，经常会陷入头条的推送中无法自拔，防止让自己成为头条其他内容的消费者，只关注自己关注的

制作视频不要有连续剧思维

号的垂直度很重要

## 内链和外链的区别是什么？

什么是内链

在同一网站域名下的内容页面之间的互相链接（自己网站的内容链接到自己网站的内部页面，也称之为站内链接）。合理的网站内链接构造，能提高搜索引擎的收录与网站权重

网站的内部链接包括次导航、相关文章等。做好内链有利于搜索引擎抓取内容页面以及收录，好的内链应该呈网状，引搜索引擎机器人好好的在你的网站上兜一圈，可以全面的对你的网站页面进行抓取及收录，所以一个网站内链的好坏，直接影响整个网站的流量

什么是外链

外链：外链就是站外链接，即外部网站的链接指向你的网站，凡是所有从网站的外部链接到你的网站的链接，就叫做外链。

包括友情链接，站外锚文本、站外网址链接、站外文本链接

友情链接也是一种很好的做外链方法，如果你的网站外链在他人站点上权重比较高的页面就是一个好的外链，一般网站都是首页的权重最高的，所以与一个相关、相似内容的网站交换友情链接也是一个不错的外链，因为友情链接是直接首页对首页的链接，而内容页的权重比是相对比较轻的。

锚文本就是文字（关键词）上面带链接，这种外链不仅可以提升网站的权重，而且还可以让关键词快速有排名的一种方法，锚文本主要是针对做关键词的，属于外链。有效的利用锚文本可以有助于促进关键词的排名。

区别

内链就是站内的链接而没有出网站的链接，外链可以理解为由网站外部导入的链接。不管是内链还是外链，都对网站的 SEO 有重要的影响，所有不管你是做什么网站，都要注



重内链和外链的布局, 这样你的网站才能在搜索引擎上有排名。

内链锚文本做 301 重定向, 算不算作弊?

### 1. 重定向方式

#### ① 多域名重定向

为了让主站快速提升权重, 会通过多个网站重定向到主站的策略, 正常来说, 这种操作不算是作弊, 但要做好重定向策略, 最好不直接将其他网站直接重定向到主站首页, 需要思考这些网站之间内容是否有关联, 除非其他网站都是首页排名, 权重集中在首页, 可以直接将首页重定向到主站相关页面当中, 如果其他网站的内页有排名, 并且主站也有相关页面, 应该一一对应做重定向。

#### ② 多次重定向

重定向是多次跳转, 比如, 将 a.com 重定向到 www.a.com 然后再重定向到 b 网站, 其实将没有 www 的 url 重定向到有 www 的是很常见的操作, 也就是网站做首选域, 这种重定向方式没有作弊嫌疑, 但这样多次重定向对权重的损耗是比较大的, 我们建议, 如果 a.com 的权重比较高, 完全可以将其直接 301 重定向到 b 网站, 而不是多跳转一次。

#### ③ 短时间重定向

将 a 网站重定向到 b 网站, 但时间是比较短的, 因为重定向生效, 需要一定时间周期, 搜索引擎会先给 b 网站相关排名权益, 而 a 网站排名权益也存在, 这时, 如果停止重定向, 那么, 搜索引擎还会将排名权益归为 a 网站, 但这时 b 网站已经获得了一定量的排名权益, 不会短暂丢失。

b 网站借助 a 网站的排名做其他页面排名, 大概率会获得基于 a 网站权益的排名, 就算后期 a 网站赋予的权益完全消失, 而 b 网站已经有大量排名较高的页面, 有大量关键词排名, 这样以来, a、b 网站都有较好排名, 所以这种方式算作作弊, 有一定概率会被收回排名权益, 也就是 b 网站流量回收。

### 2. 如何合理做 301 重定向

#### ① 页面相关性

重定向的显著效果是, serp 中显示的是 a 网站网址, 点击后访问的是 b 网站, 所以用户的需求是 a 网站的标题、描述, 如果 b 网站页面内容相关, 那么, 这个重定向的跳出率, 相对来说是比较低的, 所以做重定向需要两个页面内容是相关的。

#### ② 做好落地页

不论做重定向的方法是什么, 最终的目的一定是为了让目标网站流量更大、权重更高, 从 seo 层面来说, 权重完全传递完全就是最好的结果, 其实我们可以放大重定向效果, 做好 b 网站的落地页, 通过更丰富的内容来满足用户需求, 可以让重定向效果更显著

#### ③ 确认重定向结果

在做内链锚文本 301 重定向过程中, 有时这些工作不是我们做的, 我们不能看到页面成功跳转就认为重定向成功, 还需要到资源平台, 通过抓取诊断, 查看抓取结果中是否有 301 跳转, 因为一些 js 也可以做到跳转, 但并不传递权重。

黑帽 seo 收徒内容的时效性是什么意思, 对排名有什么用

天气预报、防疫政策、演出信息、新闻通知……我们生活中获取的很多信息都是高时效性的内容

## 关于时效性

### 1、什么是时效性：

时效性是指用户对搜索结果新旧程度的感知。

### 2、时效性的重要性：

对于用户来说：在满足需求的前提下，用户更希望获得相对新鲜的内容。

对于开发者来说：持续生产时效性高的优质内容，有利于获得更多曝光。

### 3、时效性的分类：

（1）高时效性：受时间影响较大

即对时效性要求较高的内容，比如新闻事件、周期性更新的资源和持续更新的资源。

（2）低时效性：受时间影响较小

即对时效性要求相对不高的内容，比如固定答案、长期不变的资源、更新已完结的资源

## 关于时间因子

### 1、什么是时间因子：

时间因子是指页面主体内容的产生时间，或者能够辅助用户判断内容时效性的时间。

### 2、时间因子的重要性：

符合规范的时间因子可以让用户获得更好的浏览体验，也可以辅助百度搜索的策略更精准地判断内容时效性。

### 3、时间因子的类型：

时间因子主要有内容发布时间（PubDate）、内容更新时间（UpDate）、最新回复时间（IrDate）三种。

### 4、根据不同的页面类型，用户需要参考的时间也不同。

根据以下不同的页面类型，建议优先提交不同的时间因子：

### 5、提交方式：

使用 JSON-LD 格式在页面中嵌入代码即可

## 内容共享是否会影响 SEO 排名？

### 1、网站索引情况

①原内容是否早已经被搜索引擎收录。

②原内容收录的时间周期，是否相对比较长。

③原内容是否已经被广泛的转载。

### 2、网站权重情况

特定关键词在高权重网站排名的位置要比你的原内容网站高

搜索引擎总是习惯性的优先展现具有较高权威度网站上的内容，适度让这个内容可以帮主到更多的潜在搜索需求用户

### 3、内容 SEO 价值

它的内容原创度非常高，综合质量也不错，但它不具备任何的 SEO 价值，比如：内容没有精准的匹配任何关键词。

在第三方网站展现对本站原内容的 SEO 影响，相反有很多 SEO 专家，经常采用这样的策略发外链，不断的积累页面权威度

## 内容营销 8 步走

### (1) 理出逻辑框架

怎么用内容卖钱

怎么用内容引流

怎么用内容让读者下单购买

### (2) 补充和我们关系更紧的案例

### (3) 补充我们常踩的、具有“中国特色”的大坑

信我就听话，以后乖乖避开。不信我的话，试着自己踩踩，让时间来检验 ——

如果你不在意时间的话

核心：互联网+

不管哪个行业，不管是一个人干、一堆人干、还

是组成公司干.....都要做内容

内容营销

内容生产

原创内容

靠自家的内容团队，保持长期的优质内容生产能力

靠广泛的采集、学习、内化各个领域的内容，变成自己的

内容分发

内容营销 8 步骤

#### 【1】设定目标

销售目标

拓展销路

达成交易

交叉销售

追加销售

销售咨询

品牌目标

品牌知名度

品牌联想

品牌忠诚度

#### 【2】受众定位

亚文化群 = 非主流小圈子

分析内容受众

发掘目标读者的需求、渴望、痛点

#### 【3】内容创意和计划

选题

相关

贴近读者生活，能帮助读者解决内心的渴望和需求

一致

能够反映自己的品牌的特征和准则

内容的形式

原则

① 形式和品类匹配

## ② 形式和分发渠道匹配

形式

① 书面形式: 新闻稿、文章、通讯稿、白皮书、案例分析、书籍

② 非书面形式: 信息图、漫画、PPT、游戏、视频、微电影

定叙事方式

做内容营销, 就像讲一个长篇连载的故事, 是一环扣一环的。内容的形式、先后的顺序, 需要根据目标, 来排列组合设计

### 【4】内容创作

方法: 广泛的跨界学习

学出版商的工作模式

学新闻业、编辑对内容的高标准要求

学文娱业的娱乐精神、讲故事的能力

### 【5】内容分发

提供一个反直觉的建议: 内容是数字的, 但是传播效果最好的, 是实体路径 原因: 人和实物、人和人之间那种活生生、有温度的交互感, 数字内容营销无法取代

实物

现场活动

自有媒体

付费媒体

传统媒体

电梯电子屏、印刷品、户外广告牌 数字媒体, 举例:

网站广告位 (banner)、搜索引擎推荐 (SEO) 付费社交媒体投放 (比如朋友圈广告)

费用结算

内容在媒体上的曝光次数、曝光时长算

按用户行动 (比如通过点击、注册、购买进入下一步) 次数

算

免费获得媒体

### 【6】内容推广

意见领袖

和 TA 们合作

跟进, 和读者对话

-获得对产品/服务的反馈 -获得新的内容素材 (比如各种用户的好评啊、感谢啊、建设性的建议啊, 对话截个屏啥的) -获得二次传播 (对话中可能产生新一轮的爆点)

### 【7】内容推广

销售/品牌目标

其他重要内容指标—— 侧重哪一个, 分业务, 分主流量来源

◇ 行动力指标

◇ 能见度指标

◇ 相关度指标

◇ 搜索度指标

◇ 拥护度指标

【8】迭代进化

常见误区

没有前期规划、也没有后期复盘, 直接开始搞内容创作和分发  
脱离受众谈“优质”, 脱离品类和渠道谈“形式” 内容的好坏, 因人而异  
埋头创作, 没有分发

内容运营者: 如何通过各大内容平台引流到私域流量

- 1.准备好的技术干货内容  
文字, 视频、音频、动图
- 2.群发到技术所对应的内容平台
- 3.监控文章数据。“趁热打劫” 修改文章, 插入福利, 引流到私域流量  
通过 评论、私信等方式

女性产品营销与实盘操作案例

第一块 引流篇

找一个短信平台, 找一个支持三网的渠道

建议 1069, 1065 的, 0025, 085

因为群发不能留微信, 我这边折中留了链接

选择跳转的是 qq 公众号, 收到短信点开就直接调用 qq 跳到 qq 购物号页面了。

然后设置关键词自动回复。在 qq 群 qq 空间做一次引导裂变

将客服微信推送出来

转化率在 1w 条短信可以加到微信 500 人!

1w 条短信成本 500

第二块 营销篇

加到微信, 不会给他发消息, 只会朋友圈铺垫

发布朋友圈点赞抽奖的活动。

每天从自己的朋友圈里面抽取多位用户送大礼

每天晚上也公布一次中奖名单。

这样可以提高粉丝的关注度,

每天也发一点生活照,

我们定位的是一个有钱的帅哥,

如此养号一周, 粉丝的关注度已经很高了。

一个号可以达到 3000+赞

第三块 变现

采取了一种营销套路

采取了划拳抽奖的活动

## 拍卖核心套路

孔夫子旧书网拍卖的套路核心

拼多多上选一些文玩类

的品，价格 10 元内，再去孔夫子旧书网拍卖，1 元起拍，给人一种捡漏的感觉，但运费是 20，

比较高。只要有人拍就能赚十几元

基本上这些拍卖都是自拍自卖，什么

意思呢，就是某人有个 a 账号做拍卖，他直接用 b 账号当托 1 元最低价拍下，这能防止流拍，别

人想拍就只能再加价 5 元。因为孔夫子管的不严格，他们基本上都用固定的几个账号做托。做

了一下账号关联分析，发现主要有 3 人做这种套路，但去掉自拍自卖的订单后，真正被割韭菜

的订单还不到 500 单。3 个人 3 个月分 500 单，收益是有些低，也说明大多数人不傻，或者流量

低，韭菜不好割

阿里拍卖

核心是价格锚点（网上同类型商品几乎

没卖的，拍卖者会很醒目的标出很高的原价，但以很低的底价做竞拍）+流量（阿里拍卖有个

活动免费，而且报名商家不多，但流量比较高）。最后竞拍人以 1/5 标价的价格拍下，心里肯定以为这次捡到漏了，但他不知道拍卖者也乐开了花，这商品进货价可能 1/20 的标价都不到

## 批量挖掘赚钱项目的方法分享

一.爬虫批量抓取网站里赚钱相关的内容

1.网赚类网站

2.知乎赚钱相关的帖子

3.boss 直聘的公司简介

员工人数选少一些，比如选 0-20 人。这样的项目门槛低，且很多是细分闷声发财的项目

4.各大社群大佬的自我介绍

二.登录 5118 网站，导出特定长尾词

“哪里有卖”，“怎么办”“赚钱吗”

三.看广告

1.在第三方广告投放监测平台，系统性，分类看广告

<https://data.appgrowing.cn/leaflet/list>

<http://ad1024.com/video/ad-hot>

<https://www.adbug.cn/adSearch?industry=%E5%A5%A2%E4%BE%88%E5%93%81>

2.留心生活中的广告，比如抖音上，快手上，公交上，传单上

如何筛选和深入拆解项目

- 1.用关键词搜他的同行,观察同行存活时间,销量,投产比等等,深度拆解下。
- 2.成为他的客户,体验整个流程,把体验流程拆解下。
- 3.尽量做高客单,较高复购率的项目,变现是很重要的,不能只关注流量获取,毕竟流量获取有太多方法了。

批量制造万粉账号,抖音截流单账号收益过千

目标

一个 3 万活粉的抖音账号就可以卖到 3000 元

### 1.低阶引流术

注册抖音号

旅游业从业者

靠着风景直接吸引想要旅游的群体,然后通过下方的简介,将自己的联系方式进行推广。这样就为自己的抖音号以及微信号吸引了大量的精准粉

变现

个人带团

### 2.高级碰瓷术

明星

挑战话题

把自己的账号包装成明星账号

### 3.裂变术

大量粉丝的账号出售

私域流量

破坏微信商业模式 13 种行为

- ①定点暴力加粉
- ②定点摇一摇
- ③一键群发微信好友
- ④一键群发群好友
- ⑤自动回复
- ⑥一键点赞和评论
- ⑬一键群发微信群
- ⑫通讯录好友群
- ⑪朋友圈内容一键转发
- ⑩微信群自动回复
- ⑨账号切换
- ⑧关键词自动回复
- ⑦图文自动回复

## 企查查 SEO 亮点分析、采集+精准词库=高权重

### 合纵连横

58 同城的词库个人感觉更泛一点、而企查查的更加精准一点，顺企网的词相比上面两者，更加杂一点，业务不同、词库不同，不分高低。(内容、模板)稀缺

### 因素

企查查上面的信息基本来讲、都是采集的。但采集的内容目测应该是调用国家的数据库、因为中国每个企业的信息、应该没那么好采集，就算采集的话、也有不准的情况，因为非权威网站上的企业信息信任度比较低。唯有国家信息、才能准确。内容解决了、企查查在用户体验、模板方面都做的比较到位

影响网站排名和收录的因素，模板

### 核心

大型网站做到最后、绝对都是量级的比拼。决定权重的是词库、决定词库的是收录词库的定位与业务有直接关系，不过企查查的词库、要比 58 同城的词库、单就竞争度来讲、要小很多。企查查的词库一般以【企业名】【法人名、股东名】为主，而 58 则以本地类的服务为主，比如 XXX 搬家、XXXX 租车，大家自然明白、关键词难易程度。不过词库定位精准，客户就会精准很多。当你的量级达到千万级、上亿级时、长尾所带来的流量相当恐怖，而由这些恐怖流量每天访问网站、信任度的提升也绝非一般小站可比。就像之前聊 58 一样，品牌流量作为源，带动了网站整体的信任度，信任度高了之后，长尾流量来了，又回馈网站，周而复始，良性循环！

### 实操

人名站、公司名站、或是其他站，毕竟词库有了，内容这一块、聚合一下，哪怕随机生成，起个权重、还是分分钟

## 企业百家号是什么？百度为什么如此

### 目的

百度把企业百家号作为 2021 年重点推荐项目 准备出动百亿流量扶持，联合百度旗下百度贴吧+ 百度百科+ 百度小程序+百度直播+百度搜索等百度全系列产品来为加入企业百家号的企业开启流量扶持和营销扶持

微信的：社群+朋友圈+公众号+小程序+视频号等微信闭环生态私域玩法

### 操作

一个帐号每年需 600 元的认证费，一个企业最多可以申请两个帐号，同一身份证只能申请一个，服务费由一级服务商代收

### 效果

1.权重高，排名优先：据说用企业号发布的内容权重高，百度搜索排名优先显示，据说可以必上首页，有百度蓝 V 标识，有品牌企业四个字的标签

2.可以商城免佣金，可以优先百度直播，百度为你增长粉丝。

3.企业可参与修改自己企业的百科，创建管理贴吧、问答，同时可以申请类似于抖音“抖+”的百度精准定向流量包获取流量和用户，可以申请流量热词内容置顶、无限制发文、文章中直接链接到京东、淘宝店铺等强权限。



## 1、域名年龄

谷歌知名工程师 **Matt Cutts** 曾在这个 Youtube 视频中说过：“注册 6 个月与注册一年的域名差别不那么大”。

换句话说：**Google** 确实使用域名年龄作为一种因素考虑，但权重不高。

## 2、顶级域名中出现关键词

不像过去有助于提升排名，但域名中的关键词仍然作为相关性的一种信号。

## 3、域名开头包含目标关键词

在域名开头包含目标关键词，相对于不含关键词或尾部包含关键词的域名有优势。

## 4、域名到期时间

**Google** 于 2015 年 3 月 31 日申请了“基于历史数据的信息检索”的专利，某世界知名 SEO 讨论也讨论过其中的细节，暗示 **Google** 确实研究域名注册和更新日期。

(1) 域名注册日期可以作为网站成立日期的参考

(2) 域名的一些信息有助于区分合法和非法网站，有价值的网站（合法）一般会多支付几年的域名费用，而违法、灰色行业则很少使用超过一年。

所以打算好好做网站的朋友多续费几年域名吧。

## 5、子域名使用关键词

<http://moz.com> 网站 2011 年的报告指出，子域名中出现关键词可以提升排名。

## 6、域名历史

如果域名所有权几经更迭，那 **Google** 可能会重置网站的历史记录，以前域名的反向链接价值会被丢掉。

## 7、完全匹配域名

如果域名和关键词完全一致，如果网站质量很高，这依然是优势。否则反而更容易被识别惩罚。

## 8、公开与隐藏 Whois 信息

**Matt Cutts** 在 2006 年的 Pubcon 会议中说到：“当检查网站的 Whois 时，发现不少都有隐私保护服务，这很不寻常。...打开 Whois 隐私保护并不是默认的（不少是收费服务），如果把这些因素放到一起考虑，你的网站会被归到某个类别对待（打开隐私保护的站），而不独立了（可能被牵连）”

## 9、惩罚网站所有者

如果某人被识别为垃圾邮件发送者，那 **Google** 会仔细检查该人拥有的网站是否有意义。

## 10、国家专属域名

使用国际/地区专属顶级域名（.cn、.ca 等）可以提升在这些国家和地区的排名，但限制了网站在全球获得排名的能力。

## 页面因素

## 11、标题中包含关键词

标题是第二重要的页面因素（除页面内容之外），在页面 SEO 优化中作用巨大。

根据 <http://Moz.com> 的数据，标题开头使用关键词比结尾使用效果要好，如下图所示：

## Google 排名的 205 个因素

还有 **Meta description** 中出现关键词也是高相关性的信号，现在不是特别重要，但依然有些用。

## 14、H1 标签中出现关键词

H1 标签是“第二个标题标签”，也非常重要。

根据一些相关性研究表明：

分值越低，说明排名越靠前。从测试结果看，H1 标签作用比 P 标签对排名的影响大。

#### 15、页面中出现关键词

页面中有关键词比其他任何相关性都更有说服力。

#### 16、内容长度

文章长一般会包含更多关键词，涵盖的内容也会更广泛，与短小精悍的文章比有优势。

SERPIQ 网站发现内容长度与搜索结果排名相关。

测试结果：平均长度为 2500 个单词的文章排名效果最好，不知道有没有人针对百度测试过中文页面篇幅对搜索结果的影响。

#### 17、关键词密度

虽然不像以前那么重要，但依然会被 Google 用来确定网页主题。但关键词密度过大会反作用。

#### 18、内容中的潜在语义索引关键词（LSI）

潜在语义索引关键词（Latent Semantic Indexing = LSI）帮助搜索引擎从多义词中提取具体意义（比如 Apple 识别为苹果公司还是苹果这个水果），所以页面中出现的其他相关词很重要。是否存在 LSI 词可能作为内容质量的评判标准。

#### 19、Title 和 Meta Description 中的潜在索引关键词

与网页内容一样，Meta 标签中的潜在索引关键词（LSI）有助于 Google 辨别同义词，也可以作为页面相关性信号。

#### 20、页面加载速度

无论 Google 还是 Bing 都使用页面加载速度作为一个排名因素。搜索引擎蜘蛛会根据页面代码和文件大小估算网站速度。

#### 21、重复内容

同一网站上的相同内容（可能稍作修改）可能会对网站搜索引擎的收录和排名有负面影响。

#### 22、rel="canonical" 标记

合理使用 rel="canonical" 标记，会防止 Google 误判网站内容重复而惩罚。

#### 23、Chrome 浏览器访问速度

Google 可能会使用 Chrome 的用户数据来识别与 HTML 代码无关的页面加载速度情况。

#### 24、图像优化

图片的文件名、Alt 文本、Title、Description 和 Caption 都是重要的页面相关性指标。

#### 25、内容更新速度

Google Caffeine 算法对时间敏感的搜索很重视，表现就是搜索结果会显示内容更新时间。

#### 26、内容更新幅度

编辑和更新也是一个页面新鲜度因素。添加或删除整个段落才算重要更新，不能只是调换一些词的顺序。

#### 27、页面历史更新频次

页面多久更新？每天、每周、每隔 5 年？页面更新频率在提升页面新鲜度中起到重要作用。

#### 28、关键词突出显示

关键词出现在页面前 100 个字中似乎是一个重要的相关信号。

#### 29、H2/H3 标签中出现关键词

将关键词显示在 H2 或 H3 标签的副标题中是另一个弱相关信号。

### 30、关键字匹配

关键词全字匹配更重要，比如搜索“cat shaving techniques（给猫剃毛技术）”，针对完全匹配的优化页面就比“techniques for shaving a cat”要好，虽然意思一样。

### 31、出站链接质量

许多 SEO 认为链接指向权重网站有助于向 Google 发送信任信号。

### 32、出站链接主题

根据 <http://Moz.com> 的试验，搜索引擎可以使用你链接指向的页面作为相关性信号。例如：你有一个汽车相关的页面链接指向了一个电影相关的页面，这可能会告诉 Google 你的页面是关于汽车电影的，而不只是单指“汽车”。

### 33、语法和拼写

正确的语法和拼写是一个页面质量信号。

### 34、复制内容

页面上的内容是否是原创？如果是从 Google 索引页面中采集或复制的，它不会获得和原始内容一样的排名。

### 35、有用的补充内容

根据 Google 公布的评分指南文件，有用的补充内容是网页质量的指标（也是排名指标），比如货币换算器、贷款利息计算器等。

### 36、出站链接数

过多的 Dofollow 出站链接会导致 PageRank“泄露”，这会影响到页面的排名。（Google 已经取消很久了，但这条规则应该还适用的）

### 37、多媒体

图像，视频和其他多媒体元素可以作为内容质量信号。

### 38、指向页面的内部链接的数量

网站内链数量表明它相对于其他页面的重要性，越多越重要。

### 39、指向页面的内部链接的质量

网站里高权重（PR）页面的内链效果比低权重（或无权重）的效果好很多。

### 40、死链数量

页面太多死链是网站被遗弃或没人维护的特征，Google 会使用死链来评估网站首页质量。

### 41、内容可阅读等级

Google 会评估网页的阅读难度。但这条规则有争议，有人认为容易阅读的浅显内容有助于吸引读者，还能提升排名，而有些人则认为容易被认为是内容工厂。

### 42、联盟链接

联盟链接（Affiliate Link）本身可能不会影响排名。但如果太多的话，Google 的算法可能会更加注意你网站的其他质量信号，以确保网站不是一个单薄的联盟链接网站。

### 43、HTML 错误和 W3C 验证

网站页面很多 HTML 错误可能是质量差的特征。虽然这点有争议，但很多 SEOer 认为，网页不能通过 W3C 验证是一种网站质量差的信号。

### 44、网页所在域名权重

如果其他一切条件相同，权重高的域名页面排名更好。

### 45、页面 PageRank

虽然并不完全相关，但是一般来说，页面有更高的 PR 值，排名会比 PR 值低的好。（Google 现在已经没有 PR 值了）

### 46、网址长度

URL 过长可能会影响搜索排名。原理说明

#### 47、URL 路径

目录层级越浅，越靠近根域名，可以增加 URL 权重。

#### 48、人工干预编辑

虽然未得到证实，但 Google 提交过一项允许人工编辑影响搜索引擎结果页（SERP）的系统专利。

#### 49、页面类别

页面出现在什么类别是一个相关信号，如果页面和类别不相关，则很难获得好的排名。（信息要发布到正确的分类）

#### 50、WordPress 标签

标签是 WordPress 特定的相关信号。改善搜索引擎优化效果的唯一方法是将一个内容与另一个内容相关联，更具体地说是将一组内容相互关联。

#### 51、URL 中的关键字

URL 中出现的关键词是一个重要的相关信号。

#### 52、URL 字符串

Google 会自动识别 URL 字符串中的目录和分类，可以识别出页面主题。

#### 53、参考资料和来源

引用参考资料和来源，如学术论文，可能是高质量内容的标志。Google 质量指南规定，引用页面时应注意来源：“是否是专业知识或权威来源，这很重要”。不过，Google 否认他们使用外部链接作为排名因素。

#### 54、无序和有序列表

无序和有序列表有助于为读者分解内容，用户体验会更好。Google 可能更喜欢使用列表的内容。

#### 55、Sitemap 中页面优先级

Sitemap.xml 文件中指定的页面优先级可能会影响排名。

#### 56、太多出站链接

有些网页有太多导出链接，会干扰和分散主要内容。

#### 57、其他关键字的排名页面数量

如果页面获得了其他关键字的排名，那么这个词的排名权重可能会提升。

#### 58、页面年龄

虽然 Google 喜欢新鲜的内容，但是定期更新的旧页面可能会超过新页面。

#### 59、用户友好的布局

这里再次引用 Google 质量指南文件：“高质量的页面布局会让页面主体部分很容易被用户看到”。

#### 60、停靠域名

2011 年 12 月的 Google 更新降低了停靠域名的搜索可见性。

#### 61、有用的内容

正如 Backlinko 读者 Jared Carrizales 所指出，Google 可能会区分“高质量”和“有用的”内容的不同。

#### 网站级因素

#### 62、内容可以提供价值和独特的见解

#### 63、联系我们页面

Google 质量文件指出，他们更喜欢具有“适当联系信息”的网站。如果网站的联系信息和 whois 信息一致，可能会有奖励。

#### 64、域名信任度

域名获得多少来自种子站点（搜索引擎极度青睐的抓取起始站点）的链接是一个非常重要的排名因素。TrustRank 站说明)

#### 65、网站架构

一个很好的整合网站架构（尤其是一个仓筒结构）可以帮助 Google 识别和抓取、组织你的内容。

仓筒结构的理解就是把同一类内容放到不同的目录下，就像农民会把小麦、大麦、燕麦放到独立的仓库，如果混在一起，只能称之为“谷物”，反而降低了价值。结构要点：将同类型和主题的页面放在一起；分离不相关的页面；加强每个目录的着陆页。

#### 66、网站更新

网站的更新频次，尤其是添加新内容时。这是一个很好的提升网站新鲜度的信号。

#### 67、页数

网站页面数对权重略有影响。至少一个拥有很多内容的大型网站比内容薄弱的赚联盟费网站要强。

#### 68、站点地图

站点地图有助于搜索引擎更轻松、更彻底地抓取和索引你的页面，提高页面可见性（搜索排名）。

#### 69、网站正常运行时间

网站经常维护或宕机可能会影响排名（如果没有及时修复，甚至可能导致减少索引量）

#### 70、服务器位置

服务器位置可能会影响网站在不同地区的排名，对于地域相关的搜索特别重要。

#### 71、SSL 证书

已经确认 Google 会索引 SSL 证书，并使用 HTTPS 作为排名信号。

#### 72、服务条款和隐私页面

这两个页面有助于告诉 Google 你的网站是值得信赖的。

#### 73、重复的 Meta 标签内容

网站页面使用重复一样的 Meta keywords 和 Description 可能会降低你的所有页面可见性。

#### 74、面包屑导航（Breadcrumb）

拥有面包屑导航是用户体验良好的网站结构风格，可以帮助用户（和搜索引擎）知道他们在网站上的位置。

SearchEngineJournal.com 和 ethicalseoconsulting.com 都声称面包屑是一个重要排名因素。

#### 75、移动版优化

谷歌的官方建议是创建一个响应式网站。响应式网站可能会在移动搜索中获得优势。Google 还会对移动搜索结果中没有移动版的页面进行降权。

#### 76、YouTube 优化

可能因为 Youtube 是 Google 旗下产品，搜索结果页面（SERP）中有特殊排名待遇（排名很好），尤其是 Google 熊猫算法后，Youtube 流量增加显著。

#### 77、网站可用性

难用的网站一般用户停留时间短、访问深度浅、跳出率高，这些都会降低排名。这可能是从大量用户数据中收集到的独立算法因素。

#### 78、Google Analytics（分析）和 Google 网站管理工具

有些人认为，在网站上安装这两个程序可以改善网页索引。也可能直接影响排名（因为 Google

可以获得网站更准确的跳出率，是否从反向链接获得流量等）。

国内则对应的是百度统计和百度站长工具。

## 79、用户评价/网站声誉

<http://Yelp.com> 和 <http://RipOffReport.com> 可能在 Google 这个算法中发挥了重要作用。Google 甚至发布了他们抓住了一个利用用户差评获得反向链接的案例。

国内应对对应的就是百度口碑网站了：百度口碑

反向链接因素

## 80、链接的域名年龄

老域名的反向链接可能比新域名作用更大。

## 81、链接的域名数量

引用域名数量是 Google 算法中最重要的排名因素之一，如下图所示（Moz 数据，横坐标是排名），链接域名数量越多排名越高。（请注意：图中也告诉我们链接数是有阈值的，在没有突破阈值前，有可能链接域名越多，排名反而会下降）

## 82、独立 C 类 IP 的链接数

来自不同 C 类 IP（Class-C）数量越多，说明链接广泛性越好。

## 81、链接页数

链接页面的总数很重要，即使部分都来自同一个域名，这也对排名有帮助。

## 84、Alt 标签（用于图像链接）

Alt 文本可以说是图像的“锚文本”。

## 85、来自 .edu 或 .gov 类域名链接

虽然 Google 的 Matt Cutts 说不会做区别对待。但是，这并不妨碍广大 SEOer 认为 Google 对 .gov 和 .edu 域名的权重算法中有特殊的地方，也就说大家认为来自教育机构和政府网站的链接价值更大。

## 86、链接页面的权重

反向链接的页面权重（PageRank）是非常重要的排名因素。

## 87、链接域名的权重

同等页面权重下，域名权重越高越好（PR3 站点的 PR2 页面权重小于 PR8 网站的 PR2 页面）。

## 88、来自竞争对手的链接

如果你能获得关键词搜索结果中其他网站的反向链接，则对于关键词排名特别有价值。

## 89、社会化网站引用页面

被社会化（设计）网站引用可能会影响链接的价值，被引用的越多越好。

## 90、来自垃圾网站的链接

来自垃圾网站的链接可能会伤害网站排名。

## 91、用户帖子引用

虽然让用户发布引用链接是白帽 SEO 的一部分，但如果链接来自签名或简介部分，价值可能不如页面内容里的相关链接，尽量能让用户帖子内容里加链接。

## 92、来自网站首页的链接

来自网站首页的链接权重比内页的要高很多。

## 93、Nofollow 链接

SEO 中最有争议的话题之一。Google 的官方话是：“一般来说，我们不跟随他们。”

这表明他们至少在某些特定情况下会 Follow，拥有一定百分比的 nofollow 链接可用于区分自然与非自然的链接。

## 94、链接类型的多样性

如果链接都来自某单一来源,比如论坛个人资料和博客评论页面,这明显不自然,会容易识别为垃圾链接。而来自不同来源的链接则是自然链接的标志。

#### 95、赞助链接

像“合作伙伴”、“赞助商链接”这样的词语可能会降低其附近链接的价值。

#### 96、内容相关链接

页面内容中的链接权(语境链接)重比空白页面(不一定空,比如单独的友情链接页)或其他非价值页面的链接权重更高。

一个“语境链接”的好例子: [guestographics](#) 的反向链接。

#### 97、过多 301 重定向页面

根据 Google 网站管理员帮助视频,过多 301 重定向链接会稀释部分(甚至全部) PR。

#### 98、反向链接锚文本

如 Google 原始算法中说:“首先,锚文本通常能提供比页面本身更准确的网页描述。”

锚文本的重要性虽然降低了(可能被 Spam 利用),但它仍然发送强烈的相关信号。

#### 99、内部链接锚文本

内部链接锚文本是另一个相关性的信号,虽然可能与反向链接的锚文本权重不同。

#### 100、链接标题

链接标题(当悬停在链接上时出现的文本)也用作弱相关信号。

#### 101、引荐域的国家/地区

从国家/地区的顶级域名(.de, .cn, .http://co.uk)获取链接可能会帮助网站在该国家排名更好。

#### 102、内容中的链接位置

在内容开头的链接比内容结尾的链接权重高。

#### 103、页面中的链接位置

通常,在页面主体内容中添加的链接比页面底部或侧边栏中的链接权重更高。

#### 104、链接域相关性

来自类似主题的利基站点(垂直网站)链接比来自完全不相关网站的链接更强大。有效的 SEO 策略依然着重于获得相关链接。

#### 105、页面级相关性

Hilltop 算法指出,与页面内容紧密相关的链接权重比不相关页面链接权重更高。

#### 106、链接周围文字代表的情绪

Google 可能已经可以根据链接周围文本识别出情绪,分析出链接是推荐还是负面批评引用。

#### 107、标题中的关键词

Google 对页面标题中包含对应关键字的链接给予更多权重(“专家链接到专家”,类似于专家间的互相推荐,可信度更高)。

#### 108、正链接速度

链接增加速度(反向链接增加速度快于减少速度)的网站通常会得到搜索结果排名提升。

#### 109、负链接速度

链接减少速度(反向链接减少速度快于增加速度)可以显著降低排名,因为它是流行度下降的信号。

#### 110、专业主题链接

Aaron Wall 声称,从专业的相关主题页面获取的链接会给予更高的权重。

#### 111、权威网站链接

从公认的行业权威网站获得的链接比小的专题网站获得好处多。

#### 112、维基百科的引用链接

虽然添加有 **nofollow** 标签, 但很多人认为, 从维基百科获取链接可以让你的网站在搜索引擎眼中增添一点信任和权威。

国内可以增加一些来自百度百科和互动百科的引用。

### 113、链接附近相关文本

在反向链接周围出现的文本有助于告诉 **Google** 你的页面主题。

### 114、反向链接添加时间

根据 **Google** 专利, 以前添加的链接比新加的反向链接具有更多的权重。

### 115、真实网站链接与垃圾博客链接

**Google** 给“真实网站”的链接权重比垃圾博客链接高。**Google** 可能会使用品牌和用户互动信号来区分两者。

### 116、自然链接

拥有“自然链接”的网站将排名高, 而且排名更稳定持久。

### 117、互惠链接

**Google** 指出“过度链接交换”是一种作弊, 需要避免。

### 118、用户生成的内容链接

**Google** 能够识别用户生成 (UGC) 的链接与实际的网站所有者添加的链接。

例如: **Google** 知道来自 **Wordpress** 官方博客上的链接与用户创建的 **wordpress** 博客 <http://joesblog.wordpress.com> 链接是非常不同的。

### 119、来自 301 跳转的链接

经过 301 重定向的链接与直接链接相比可能会损失一点点权重, 然而 **Google** 的 **Matt Cutts** 说: 301 链接类似于直接链接。

### 120、<http://Schema.org> 微格式

支持 **Schema** 微格式的页面可以在 **Google** 的搜索结果中出现, 从而直接提升搜索结果页的点击率这是不争的事实。

### 121、DMOZ 收录

许多人认为, **Google** 会给被 <http://DMOZ.com> 收录的网站更多的信任和权重。

### 122、链接网站的可信度 (TrustRank)

网站的可信度也可以传递, 如果很多可信度高的网站指向到你网站, 对排名有好处。

### 123、页面的出站链接数量

页面的 **PageRank** 是有限的, 导出链接多的页面比导出少的效果差。

### 124、来自论坛的链接

由于大量作弊, **Google** 可能会大大降低论坛中链接的权重。

### 125、链接页面的字数

1000 字帖子中的链接比 25 个字帖中的链接更有价值。

### 126、链接页面的内容质量

拼写错误多, 语句不通内容里的链接价值不如专业包含多媒体内容里的链接。

### 127、全站链接

**Matt Cutts** 已经确认, 全站链接被“压缩”识别为单个链接。

### 用户互动

### 128、搜索关键词的页面点击率

搜索结果中点击率高的页面可能会获得该特定关键字的排名提升。百度算法也是这样, 这就是各种“网页快排”技术的理论基础。

### 129、所有搜索关键词的页面点击率



所有关键字的网页（或网站）的点击率都是基于人的交互信号，一般都是点击率越高越好。一定要重视优化 SERP（搜索结果页），其中页面标题、配图、图标，都是 SEO 改进的点，以便提升用户的点击率。

### 130、跳出率

并不是所有 SEOer 都认同跳出率这个排名因素，但 Google 很可能把广大用户作为页面质量测试人员（快速跳出说明页面质量差）。

### 131、直接流量

已经确认 Google 使用 Google Chrome 的数据来确定人们是否访问网站（以及访问频率）。拥有大量直接流量的网站可能比直接流量少的网站质量更高。

### 132、重复流量

Google 还可以知道用户是否再次访问这个页面或网站，Google 可能会提高再次访问多的网站排名。

### 133、被阻止的网站

虽然 Google 已经在 Chrome 中停止了这项功能。然而，Google 熊猫 2.0 算法仍然用这个数据作为质量信号。

### 134、Chrome 书签

我们知道 Google 收集 Chrome 浏览器使用情况数据。被用户加入 Chrome 书签的页面可能会提升排名。

### 135、Google 工具栏数据

Danny Goodwin 报道 Google 使用工具栏数据作为排名信号。但是，除了检测页面加载速度和恶意软件之外，不知道 Google 还从工具栏收集什么数据。

### 136、评论数

拥有大量评论的页面是交互好、内容质量高的表现。

### 137、停留时间

Google 非常注意“停留时间”：Google 搜索过来的人在你的页面停留了多长时间。可能是“长点击（点击页面后停留时间长）”，也可能是“短点击（点击页面后停留时间短）”。如果人们花费大量时间在你的网站上，Google 会认为网站质量很好。

### 特殊算法规则

### 138、搜索结果时效性

对于一些时效性强的搜索（比如突发事件），Google 会给新页面更高的权重。

### 139、搜索结果多样性

一些模糊搜索词比如“Ted”，“WWF”或“ruby”，Google 会给出多样性的搜索结果，因为这些词都用多种含义。

### 140、用户浏览历史记录

登录 Google 账号浏览过的网页，以后搜索相关词时，这个网页会在你的本地搜索结果中有一定的排名提升。

### 141、用户搜索历史

你的搜索行为会影响以后的搜索结果。例如：如果你先搜索“评价”，然后搜索“烤面包机”，则 Google 更有可能在搜索结果中显示“烤面包机评价”。

### 142、地理位置定位

Google 会优先考虑使用本地服务器 IP 和国家/地区特定域名的站点。

### 143、安全搜索

用户开启安全搜索后，会过滤暴力、色情等非法的搜索结果。

### 144、Google+ 圈子

Google 对你添加到 Google+ 圈子的作者和网站显示更高的结果。

#### 145、DMCA 投诉

Google 会降低收到 DMCA 投诉的页面权重。

#### 146、搜索结果的域名多样性

谷歌 2012 年 6 月 4 日所谓的“大脚怪更新”据说在每个 SERP 页面添加了更多域的页面结果。

#### 147、交易搜索

Google 有时会针对有交易需求的关键字（如航班搜索）显示不同的展示结果。

#### 148、本地搜索

Google 经常将 Google plus 的本地搜索结果放在“正常”SERP 之上。

#### 149、Google 新闻框

某些关键字可以触发 Google 新闻框样式，比如搜“the beatles（甲壳虫乐队）”。

#### 150、大品牌倾向

在谷歌 2009 年的“Vince”算法更新后，开始让大品牌的一些短尾词搜索页面排名提升。

#### 151、购物结果

Google 有时会在 SERP 中显示 Google 购物的结果

#### 152、图像结果

Google 有时会在搜索里显示一些图片搜索结果列表。

#### 153、搜索彩蛋结果

有些搜索结果会出现彩蛋结果，比如：Google 有十几个复活节彩蛋结果。

#### 154、品牌词结果

域名或品牌关键词会显示同一个网站的多个搜索结果。

#### 社会化信号

#### 155、推文数量

和链接一样，包含网址的推文数（twitter 提及）可能会影响其在 Google 的排名。

倒是没有听说百度搜索排名与新浪微博提及数的关系。

#### 156、Twitter 用户权重

粉丝多，创建早，影响力大的 Twitter 号比来自新的、低影响力的帐户的推文链接更有影响力。

#### 157、Facebook Like 数量

虽然 Google 看不到大多数 Facebook 帐户，但他们可能把 Facebook Like 数量当作弱排名信号。

#### 158、Facebook 分享

Facebook 分享与反向链接更相似，应该比 Facebook Like 数量更有影响力。

#### 159、Facebook 用户权重

粉丝多、影响大的 Facebook 账号上的分享和 Like 数据，搜索引擎会传达更多权重。

#### 160、Pinterest 收藏

Pinterest 是一个很流行的社会化媒体网站，拥有大量的公开资料。Google 可能用 Pinterest 的数据作为排名信号。

#### 161、社会化分享

Google 可能会用 Reddit, Stumbleupon 和 Digg 等网站的分享作为另一种排名信号。

#### 162、Google+数量

虽然 Matt Cutts 明确说过 Google+ 对排名“没有直接影响”，但很难相信他们会忽略自己的社交网络。

### 163、Google+ 账号权重

从逻辑上说，Google 会更看重权威账号的权重。

### 164、Google+ 认证作者

2013 年 2 月，Google 首席执行官埃里克·施密特（Eric Schmidt）声称：“在搜索结果中，已通过验证的 Google+ 账户排名将高于未验证的账户”

尽管 Google+ 作者身份计划已关闭，但 Google 可能会使用某种形式的身份认证来确定有影响力的在线内容创作者（并提高排名）。

### 165、社会信号相关性

Google 可能会用分享的内容和链接周围文字判断相关性。

### 166、网站社交信号

整站在社交媒体的活跃度信号可能会增加整站的权重，这会有效提高网页的搜索可见性。

### 品牌信号

### 167、品牌名锚文本

品牌名锚文本是一个简单而强大的品牌信号。

### 168、品牌搜索

品牌和品牌组合词搜索的越多，Google 对你网站的认可也就越多。

### 169、网站 Facebook 主页和 Like

品牌往往拥有 Facebook 主页，而且 Like 数很多。

### 170、网站 Twitter 账户和关注者

知名流行品牌的 Twitter 账户往往有大量关注者。

### 171、官方 LinkedIn 页面

大多数真实企业在 LinkedIn 上都有页面。

### 172、LinkedIn 员工标签

Rand Fishkin 认为让员工们开通 LinkedIn 帐号，并在资料中填写公司名称有助于增强公司品牌信号。

### 173、合法正常社交媒体账户

同样拥有 10,000 关注者，跟关注者互动多的比少的好很多。

### 174、新闻网站的品牌曝光

真正的大品牌能在 Google 新闻中找到很多相关信息。事实上，一些品牌甚至在搜索结果首页有 Google 新闻列表。

### 175、共同引用

品牌在内容中被提及但没有链接指向，Google 可能将这种没有链接的品牌提及作为品牌信号。共同引用算法有效降低了外链和锚文本的作用，依然可以识别出某些页面的主题，从而提升关键词排名。

### 176、RSS 订阅者数

考虑到 Google 拥有受欢迎的 Feedburner RSS 服务，他们将 RSS 订阅数作为人气和品牌信号是有意义的。（现在 RSS 已经不流行了，不知道 Google 是否还会使用这个因素）

### 177、Google+ 本地名录

在 Google+ 本地名录中找到意味着网站有实体办公室，Google 用此来确定你的网站是否为一个大品牌。

### 178、网站是否有纳税信息

http://Moz.com 指出 Google 可能看一个网站是否提供税务信息。

#### 站内 Spam 因素

##### 179、熊猫算法惩罚

很多有低质量内容（特别是内容农场）的网站在被熊猫算法打击后很难在搜索结果中出现。

##### 180、链接到敏感网站

如果你的网站链接指向到一些敏感网站，像处方药或小额贷款网站，可能会影响你的网站搜索可见性。

##### 181、重定向

重定向作弊有很大风险。如果被抓住，面临的的可能不只是惩罚，甚至是剔除索引，不再收录。

##### 182、弹窗广告或诱导广告

Google 网站评分指南指出：弹窗广告或诱导广告是低质量网站的标志。

##### 183、网站过度优化

包括很多页面 SEO 因素，比如关键字堆砌、标题标签堆砌，过度的关键字修饰。

##### 184、页面过度优化

许多人反映说，企鹅算法不像熊猫算法那样，企鹅算法会针对具体页面（甚至仅针对特定关键字）处理。

##### 185、首屏广告

“页面布局算法”会对拥有大量广告，而且实际内容很少的网站进行惩罚。

##### 186、隐藏联盟广告

当试图隐藏联盟链接（特别是隐藏）会带来惩罚。

##### 187、联盟网站

Google 不喜欢联盟广告公司是公开的秘密。许多人认为，通过联盟链接获利的网站会受到 Google 额外的审查。

##### 188、自动生成内容

Google 不喜欢自动生成内容的网站。如果 Google 怀疑你的网站靠机器自动生成内容，可能会导致惩罚或剔除索引（俗称拔毛）。

##### 189、过度操纵 PageRank

过度操纵 PageRank 可能会惩罚，比如把所有出站链接或大部分内链都加上 Nofollow。

##### 190、IP 地址进入黑名单

如果你的服务器 IP 地址被标记黑名单（比如大量发垃圾邮件），可能会影响服务器上的所有网站。

##### 191、Meta 标签作弊

关键词堆砌也可能发生在 Meta 标记中。如果 Google 认为你通过 Meta 标签作弊，那么他们可能会惩罚你的网站。

#### 站外 Spam 因素

##### 192、不自然的导入链接

突然（和不自然）的导入链接增加是虚假链接的特征标志。

##### 193、企鹅算法惩罚

被 Google 企鹅算法打击的网站，搜索可见性会变差。

##### 194、低质量链接占比高

黑帽 SEO 通常使用大量博客评论或论坛链接，很容易识别出作弊。

##### 195、链接域相关性

著名的分析 MicroSiteMasters.com 发现，Google 企鹅算法对大量不自然、不相关网站的链接

很敏感，有可能做出惩罚。

#### 196、非自然链接警告

Google 有些时候会通过 Google 站长工具给站长发警告信，指出发现大量的非自然外链，随后网站的排名会骤降。

#### 197、链接来自相同的 C 类 IP

链接来自相近的 C 类 IP 段网站是不自然的。

#### 198、“非法”锚文本

大量“非法”锚文本（比如处方药、博彩、小额贷款关键字）指向你的网站，无论哪种方式，都可能会损害你的网站排名。

#### 199、人工惩罚

广为人知的是 Google 曾人工惩罚过英国花卉网站 Interflora。

#### 200、出售链接

出售链接肯定会影响 PageRank，从而伤害到网站的搜索可见性。

#### 201、Google Sandbox

新网站突然获得大量外链，一般会被 Google 放入 Google 沙盒中，这会影响网站的搜索可见性。

#### 202、Google Dance

Google Dance 会让排名浮动变化，根据 Google 专利，这可能是他们检查网站是否试图欺骗算法的一种方式。

#### 203、Disavow 工具

使用 Google 的“链接拒绝工具”可以消除负面 SEO 受害者网站的人工或算法惩罚。

#### 204、复议请求

在 Google 站长工具里提交复议请求，如果成功可以解除惩罚。

#### 205、临时链接计划

Google 显然可以识别先创建，然后再快速删除临时链接以避免惩罚的做法，也被称为临时链接方案。

### 企业口碑问答营销如何做

#### 问答营销渠道有哪些

##### 百度知道

用户人群基数大

排名很靠前

##### 360 问答

##### 360 浏览器

##### 搜狗问问

##### 知乎问答

大学生，高知人群

##### 天涯问答

##### 新浪爱问

##### 豆瓣问答

##### 悟空问答

## 垂直行业问答

### 目的

获取长尾搜索流量

如何优化它收录和提高排名

文字, 图片, 视频

原创

采纳, 点赞, 收藏, 评论

### 回答问题注意事项

第一, 回答内容要准确, 解决用户实际问题。

第二, 回答内容要专业, 是真正的干货知识

第三, 回答内容要详尽, 这样表明你很用心

## 企业网络营销之话题营销是什么以及如何做?

### 目的地

1.对消费者购买行为起作用 2.在搜索引擎优化排名 3.增加网站流量 4.建立品牌认知

### 度

### 做好话题营销基本要素有哪些?

- 1、话题新颖却不恶俗
- 2、话题能引起广泛共鸣和互动
- 3、话题的核心情怀与产品表达意义相吻合

### 话题营销具体该怎么做?

借势

蹭别人的话题

策划一个话题

### 话题营销的三大步骤

- 1、找到具有传播性的话题  
微博热点话题, 百度热搜榜
- 2、全方位的宣传  
传统的媒体, 互联网媒体
- 3、后续话题的运营

### 话题营销三大注意事项

- 1、潜在人群分析
- 2、渠道定位分析
- 3、计划制定注意事项
  - A、社交媒体话题起源的执行
  - B、话题炒作  
上午 9 点左右, 后面转发在 5 点执行  
实现曝光效果的最大化传播
  - C、微博直发  
通过自身微博直发一条微博, 结合微博的特点将之前写的文章内容提炼,

寻找大 V 进行直接发布或者转发

企业站，域名选择，「com」和「cn」用错，为什么说 SEO 预算翻倍

### 1、独立使用

如果在前缀相同的情况下，两个域名的启用都是独立的，要么选择 com，要么选择 cn，在实际操作中，二者在 SEO 的角度来讲，没有任何区别。

一个做企业站备案，一个做个人备案，通常对于中小企业主，前者经常性的做官网，后者经常性的做企业主个人独立博客，打造个人 IP。

需要注意的是：个人备案的博客内容，尽量用自己的名称标识，而不要启用企业的品牌词。

### 2、同时启用

#### ①同时解析到一个网站

导致两个网站哪个关键词排名都不理想。大范围的浪费 SEO 预算的投入。

解决的方案就是：301 重定向

#### ②分别解析到同类型网站

相同品牌词，会对应两个不同的域，而内容又非常相似

搜索权益，经常很难识别两个页面的搜索权益，在某个时间节点的时候，甚至搜索权益会出现错乱

如果 com 权重异常高，而 cn 域名的内容又和 com 极为相似，cn 这个目标站点很难出排名。

### 3、注意事项

#### ①com 和 cn 域名，做不同行业的产品内容，品牌词可相同。

②com 和 cn 域名，做相同产品内容，样式一定不要相似，URL 路径与目录层级一定不要相似，如果可以，尽量启用不同的网站名称。

③com 和 cn 域名，做相同产品，一个做企业产品展示，一个做博客技术分享，并且都是企业备案，相对比较好。 HTTPS 选择

浅析网站权重计算因子

什么是网站权重

权重是指某一因素或指标相对于某一事物的重要程度，强调的是因素或指标的相对重要程度，通常通过划分多个层次指标进行判断和计算

权重是你网站的整体或某个页面评分，评分的高低决定了你的排名，排名的高低才决定了你的流量

网站权重计算因子有哪些

### 1、因子 2、公式 3、系数

#### 1、页面基础优化计算因子

常规是：TDK、关键词密度、页面标签(h 标签、alt 标签、meta 标签、nf 标签)、sitemap、robots

易错易忘的：301 重定向、url 链接结构、移动适配改造

比较重要的：凸显页面主题、页面差异化、代码规范化

#### 2、链接评级和更新评级计算因子

外部链接和内部链接

链接农场、链轮、站群

关于更新和再次更新

3、用户体验评分因子及评分传递

核心 词库\*点击\*收录

求职面试培训网站如何年入 30w 刀

一、是什么促使你开始做培训网站

以每小时 10 美元的价格指导论坛上的 PM，看看人们是否愿意为这样的服务付费。

随着时间的推移，我提高了辅导课程的价格和质量

分享产品管理的博客，围绕 PM 培训建立了一个粗糙的网站，收集用户邮件

设计网站

创建在线课程

二、最初的产品是由什么组成的？

尽早并经常测试假设。通过这样做，我们

能够确认哪些课程是有价值的，人们愿意付费

提出问题并提供解决方案

三、你如何吸引用户和增长

论坛发布产品

YouTube: 发布模拟面试视频

Affiliates: 在不同的求职网站，论坛上发布广告

邮件列表: 在博客文章中嵌入注册表单扩大受众，并方便在未来测试新的想法和功

能

SEO 和邀请嘉宾: 创建博客，编写与用户在谷歌中搜索的内容相匹配的内容。我们

还通过博客采访了一些知名的创始人，提升品牌认知度

社交媒体: 通过 Facebook，WhatsApp 等于与用户交流，倾听用户需求

四、你的商业模式是什么？你是如何增加收入的？

在线课程和培训

付费前试看

与顶级名校合作并颁发证书

球鞋文化是如何操盘，冷启动

购入球鞋（稀有 联名 限量）

真正稳赚且暴利的是初期能够大量带入球鞋进入二级市场的人.他们可以以发售价  
+国际运费的

价钱转卖到国内.普通赚几百.热门款几千.联名款甚至可以上万....在这个社会以小博大的机  
会

（买入价几乎可以在 2000 解决）大部分“鞋贩子”是辛苦.需要连夜排队.并且不一定能够获得抽



奖资格.但是其中利润也是不菲.大部分款式可以不用去门店排队.通过网签获得.绝大多数还是

年轻的个人在搞为多.垄断式情况较少.

### 3-5 天平台鉴定真假

#### 升值

在国外门店门口会碰到外国人叫卖抽中的球鞋.

球鞋生意国内外共生.里面倒斗生意也还有.下次再讲.球鞋是个文化.如果你喜欢他.收藏它.时间自然会让它升值

## 区域自媒体团队与本地一个大型夜市的物业操盘方案

### 矩阵搭建

准备独立服务号,专门运营这部分粉丝群体,比如 xx 夜市去哪儿

准备独立个人号微信号,从服务号导流至微信个人号,私域流量是个人号的天下

### 用户引流

夜市门店本身就是一个流量载体,第一步要将进店客户转移到流量池里面

通过物业联合所有门店搞营销活动,让每一家门店都在给你们主动做推广

99 元全场 5 折吃货卡,天天霸王餐(小程序抽奖,你懂的),618 吃货节

给用户一个添加你服务号和个人号的诱饵,关注服务号抽取霸王餐,关注服务号之后自动回复关注个人号话术

把服务号二维码做成活码,每个店一个独活码或者做成带参数的二维码,来统计每个店的拉新人数,每个月拉新最多的门店可以享受公众号推文一次,物业给门店奖励,不同拉新给不同奖励

每个门店商家就餐桌,店内海报,门推手,小推车,易拉宝上都放上拉新诱饵,用户扫码关注服务号,引流到个人号

### 用户裂变

通过诱饵将用户转移到个人号,服务号之后就可以做裂变增长了,裂变的目的是引流未到店客户

通过任务宝做助力海报活动,转发助力海报只要获得 9 个助力即可获得价值 99 元吃货卡一张,助力 19 个可获得 xxx 门店单人餐一份,不同助力设置不同奖励,可以做 3 级助力任务奖励

线下引流一定要做好成本控制,赠送的东西对用户价值高,对门店成本低

### 门店锁客

锁客最好的方式就是会员,门店锁客成功,可以让用户对夜市更加有粘性,整套方案不仅仅要考虑你们公众号引流增长,物业目的,还要考虑门店的用户留存门店锁客机制。

充值 99 赠送 100 瓶啤酒,啤酒任意喝,99 可以分 9 次使用等,这类锁客机制很多精细化运营

可能大部分加粉引流裂变套路你们都玩过,私域流量最考验也是最重要的就是精细化运营的能力

用户标签化管理,按照消费次数是否会员进行分类标签管理,重点维护会员

朋友圈日更文案管理,每天发什么,发几条,个人号 ip 形象打造,定位,都需要

做, 流量私域化, 运营微商化

微信群精细化运营, 每个微信群 200 人以内, 放 10 个自己的小号, 带节奏, 群内每天什么固定动作, 每周什么活动, 提前模块化

循环裂变增长

将裂变动作常规话, 不断新增, 不断裂变, 做好承接和运营

全家福

地区

线下场景

商场、学校、办公楼、美容院

投放地区

要求投放地区

时段

用户活跃时段

9-12 12-17 20-23

投放时段

9-12 13-23

职业

上班族、宝妈、大学生

需求

短期需求

拍全家福、全家福风格、全家福价格

行业需求

影楼、摄影工作室

兴趣

长期兴趣

减肥、化妆品、购物、美食、美容、时尚、影视

旅游、教育、医疗健康

通用兴趣

消费预算

全面解析基本鱼平台高转化落地页

核心

页面对于账户能否转化有着非常非常非常重要的影响, 当用户点击推广广告进入到页面, 最终用户有没有完成转化, 能不能留下线索, 就要看页面环节的质量高低。如果页面质量差, 就会导致转化率低, 成本高, 效果差;但是页面质量高, 就算流量贵, 点击率低,

但是页面转化率会提高很多, 成本也会被拉低

### 基本鱼与自建站的区别

#### 基本鱼

##### 优点

- 1、可视化界面, 快速搭建页面, 基本属于零门槛操作
- 2、数据统计方便, 访问速度快, 比较安全且稳定

##### 缺点

- 1、虽然有很多模板, 但是制作有一定的局限性
- 2、域名太长, 而且必须要包含“weijianzhan”, 不利于其他渠道推广

#### 自建页面

##### 优点

- 1、可以根据企业要求, 量身定制
- 2、独立域名, 可以通过 seo 等多渠道推广

##### 缺点

- 1、需要有技术团队或者找外包去建站
- 2、需要有专人维护, 定期维护, 防攻击
- 3、每年要续费服务器, 给域名、服务器交钱

### 基本鱼功能

营销组件: 表单, 咨询, 电话等免费使用

页面编辑: 根据自己的素材进行页面制作

数据分析: 统计基本鱼的访问行为进行复盘分析, 提升推广效果

### 基本鱼页面布局逻辑

头部: 放品牌信息, 优惠活动, 黄金位置放转化组件(转化按钮或表单)

主题: 放产品、服务的突出/痛点的放大, 产品卖点与优势, 产品与其他同行产品

### 对比

底部: 转化组件, 告诉用户现在咨询的好处

### 落地页的灵魂

#### 1、抓住需求

每个行业用户不同, 用户需求也不同, 要提打消用户顾虑

#### 2、取舍需求

用户可能有很多需求, 找到你最有优势的去展现

#### 3、表单引导

在页面黄金位置设置表单, 给出直接到好处, 好处后置, 场景化获得的好处

#### 4、文案设置

在首屏不知道用什么文字的时候, 就用点击率最高的创意文案

### 全面解析竞价关键词排名逻辑

#### 影响竞价关键词排名因素

关键词出价: 是影响排名最主要的因素, 为推广结果获得点击支付最高金额

关键词质量度: 综合百度、商家与客户的三方体验, 系统给出分值

账户整体表现: 账户信用初始值为 100, 账户有违规行为会进行扣分, 分值低的话  
关键词排名会直接影响展现

其他因素：关键词多次搜索自己的广告在页面上有展现但不点击，可能会出现搜索不到的情况，百度认为这个广告对用户没有用，将自行屏蔽广告，来规避无效点击。

### 竞价关键词出价

#### 竞价关键词出价的意义

广告主愿意为一次点击支付的费用，出价是影响关键词竞价关键词排名的重要因素。出价可以影响排名但出价并不是为了抢排名，出价是为了买合适的流量，盲目抢排名和完全不看排名都是不可取的

#### 竞价关键词的点击价格

1.每次点击价格=(下一名出价\*下一名质量度)/关键词质量度+0.01。关键词质量度越高，支付费用越少

2.如果关键词排在所以推广结果的最后一名，或是唯一一个可以展现的推广结果，则点击价格为该关键词的最低展现价格。

#### 点击价格影响因素

1.排名：其他情况相同下，排名越高点击价格越高  
2.出价：出价决定了排名的高低，点击价格不会超过关键词出价(除设置溢价系数情况)

3.质量度：关键词质量度越高，点击价格越低

#### 优化关键词质量度方法

提升创意吸引力：加闪投，加配图，移动端和 pc 端分开去写关键词，分析用户最关心的内容，提升点击率，点击率是影响关键词质量度最主要的因素，点击率高关键词质量度自然会高;提升关键词/创意/页面相关性

全世界都在搞“私域流量”，问题是你能转化吗？

### 第 1 天

#### 客户心理

客户主动加商家微信不说话也不咨询，一般有 3 种情况：

- ①观望，这个产品到底怎么样？功能与效果如何？
- ②当时在忙，不方便交流。
- ③以前有过类似问题，但是已经解决了，加上，以后遇到再咨询购买

解决方案：3 次主动问询

第一次：让客户知道你的存在。

第二次：告诉客户你是干什么的。

第三次：告诉客户你能给他/她带来什么好处。

主动问询后，4 种结果

- ①当场成交。
- ②与客服沟通后依然半信半疑，继续观望。
- ③经沟通，暂时无需求，加个好友备着以后再咨询。
- ④依然不沟通，不回复

#### 注意事项

- ①打招呼的话语不要雷同。
- ②注意间隔时间

### 第 2 天

#### 客户心理

已沟通，质疑观望不下单

再看下靠不靠谱

客户心理

静默状态，不沟通不回复

有需求，产品无法打动我

无需求

解决方案：不谈生意，谈感情

①对于 A 类客户的第①种情况，继续聊产品，让客户进一步了解产品细节。

②对于其它 3 种情况，不谈产品，在客户朋友圈积极留言，点赞等互动，两个目的：第一、拉近距离，消除对抗；第二、提高回复率，若客户在朋友圈评论回复消息，则立即私信跟进。

第 3 天

客户心理

①忙，确实没看到你的信息。

②有需求，产品无法打动我

解决方案：问卷调查

根据所售产品设计选择题，将客户带入需求或使用场景中，既能突出产品效果或功能，又能提高回复率

第一、让客户组织语言开口说话，不如让她们做选择题，可显著提高回复率；

第二、在暂无需求或有需求但产品无法打动她们的情况下，用“提问”更容易让客户进入日常需求或产品使用场景，从而激发购买欲望。

第 4 天

客户心理

经过三天跟踪，大部分客户一定张口说话，部分成交，看到信息不说话、不删除不拉黑的客户会继续等你出牌

解决方案：特色问候/提醒

既然客户等我们出牌，商家也可以剑走偏锋，不做任何动作，根据自己的产品发特色早安问候即可，如下图。目的还是让客户降低心理防备。这时候，一半客户会跟你说声谢谢，剩下 50%继续沉默不回复

第 5 天

客户心理

该成交的 4 天内都会成交，未成交的客户会觉得你销售三板斧砍完，也没什么好办法，可能不会出现了，正心理欣喜，但是俗话说的好，销售不跟踪等于一场空，永远要相信客户遇到问题或以前遇到过问题才加过来，所以不能就此放弃。

解决方案：展示专业能力

挑选本行业客户遇到最普遍的问题，做成 Q&A，输出专业知识与解决方案，等于做价值输出，塑造专业形象，有两个结果：第一、一半客户开口咨询；第二、一半客户继续沉默，但是专业形象已经建立起来了，现在不成交，后续推促销活动也会成交，不急。

第 6 天

客户心理

客户不拉黑不删除不回复，说明她们在观察，可能私下已经翻过百度、淘宝店评论与朋友圈

解决方案：继续输出专业知识

客户收到专业知识与解决方案,心理防线在降低,甚至进入我们的教育引导节奏,若客户不主动咨询,商家也不要打破冷战局面,万一生变被拉黑就不值了。

#### 第 7 天

客户心理:

不开口的客户每天都在享受你提供的无偿服务,既学习知识,又能解决自身问题,但是天下没有免费的午餐,第 7 天一边输出价值,一边撩客户痛点

解决方案: 夜间突击战

除了用场景营销刺激用户痛点,注意沟通时间,第 7 天所有互动调整到晚间 20:00-22:00。人是场景动物,场景设定好了,客户会自动对号入座,加之夜晚时间充裕,情感丰富,心理防线降低,再铁石心肠的客户也会打开心门。

#### 第 8 天

客户心理

, 自我介绍+朋友圈互动嘘寒问暖拍马屁+输出专业知识解决方案+狂撩痛点,你都这样了,她们不可能不为所动,她们也想找你聊聊,但下不了决心

解决方案: 步步紧逼

既然客户认识到不用产品的后果,内心也很矛盾,按照逻辑商家应该步步紧逼,不给客户喘息机会,怎么做?继续撩痛点,提供使用产品前后对比的图片、小视频等证据,临门一脚!注意,多用小视频,小视频>图文

#### 第 9 天

客户心理

终止服务倒计时,自我介绍、专业能力展示、客情维护等该做的都做了,意向客户再不出手,唯一原因只能是对产品的安全性、品质等存疑。

解决方案: 帮客户做导购

客户对你这个微信号肯定是认可的,否则早就拉黑删除了,唯一担心的还是产品问题,所以我们要站在客户角度,普及如何科学购买与搭配产品

切记,不要吹牛老子的产品天下第一,要站在客户角度,该买什么买什么即可。

#### 第 10 天

客户心理

该做的都做了,不回复不购买的客户要么收不到信息,要么暂时真的没需求。暂无需求的直接放弃,但是保持朋友圈点赞、评论互动,不要过多打扰,以后遇到问题她们肯定会主动咨询;我们要争取的,是收不到信息的客户,争取最后的沟通机会

解决方案: 频繁互动

能给客户朋友圈评论,一定要去评论+点赞,以此引起客户注意并判断信息接受情况,重点留意 2 个评论时间段: 1、对方刚发完动态,马上评论; 2、早上 8:00-9:00 上班时间。目的并非 100%唤醒客户,回复率也不会太高,但是做了总比不做强。

#### 第 11 天

客户仅剩 4 类: 已成交,在沟通未成交,从不回复(暂无需求),从不回复(观望)。在多次努力后,暂无需求、从不回复的客户直接放弃(日常维护),接下来推促销活动重点转化“在沟通未成交”与“从不回复(观望)”两类客户,当然了,如果你的产品使用周期超级短,也可以让第一类“已成交”客户复购。促销活动一般做 4 天,3 个动作: 预热、提醒、促单

活动第一天做预热

①私信推送信息,发活动主题即可,不说具体优惠政策,引起客户好奇。

②朋友圈预热, @提醒意向客户注意。

#### 第 12-13 天

活动开启后, 用三种不同的销售说辞按照“成交客户>重点意向客户>静默客户”的顺序, 依次推送促销信息(优惠政策、具体能帮客户解决哪些问题、售后政策等)。一般做完促销有 2 种结果: 第一、客户回复率提升, 可以与以前的做法做数据对比; 第二、当天成交额提高 20%-50%左右。

注意

①按照客户作息时间表科学推送信息, 比如春夏季起床较早, 冬季起床较晚。

②禁用一切辅助工具与微信群发助手, 一是客户送达率有误差, 二是易封号, 建议每次最多发送 9 个好友。

#### 第 14 天

目标明确: 逼单促单, 达成成交。没有任何套路, 与所有电商平台大促收尾一样, 提醒客户活动即将结束, 制造紧张感, 达成销售

后续对于已成交客户, 做好售后服务, 像朋友一样关心做好客情, 每月主动问候三次, 不要每天发信息骚扰。对于促销未成交的意向客户, 在朋友圈发客户案例或证言时, 每月@提醒五次即可...至此, 首批用户成交全套流程走完, 各位可根据自己的产品特点自行制定销售计划

让页面更好被搜索引擎发现

被动方式

Sitemap

数据库提取(非软件)

在线批量查询收录 <http://www.link114.cn/baidusl/>

半主动方式

自动推送

把代码复制到网站的公共页面脚部, 全站刷新生成

用快排软件模仿自然人访问(排除百度)

各种搜索引擎: 搜狗、bing、360

各种操作系统: win7、win10

各种浏览器: 火狐、IE

点击次数全部控制在 5 次以内

外链

引蜘蛛, 文章不收录, 针对文章 url 发布外链

统计一下哪些页面不收录, 不收录看日志有没有爬取(目的是收录)

1、相关性

2、简单改标题

3、文章内容不需要这么好, 伪原创文章(在线伪原创)

主动方式

主动推送, 一步到位的提交, 一天可以提交多次

1、保证文章确实有质量的情况

2、以上方式都做到位了还不收录

## 如何把自己的兴趣爱好转变成赚钱工具之海外 pc 付费软件

建议 1 方向比努力更重要, 投入产出比太低的话就换行业、换市场、换关键词。

建议 2 确认印度人不付钱的话, 引导他们去传播, 又不付费又不传播, 咱又不是做公益。

建议 3 付费率再测测, 也许没找到关键的付费点, 付费点选的好, 转化率差的不是一点点。

建议 4 转化率没测出来之前, 没有太多必要再持续更新文章, 至少得让每日的收入让你自己满意的情况下, 再考虑获取更多的流量。

建议 5 Google AdSense 广告收入大概率不会高于付费收入, 垂直站点还是直接做付费好。

## 如何把自己的兴趣爱好转变成赚钱工具之猫主题

### 1. 产品启动

shopify 搭建网站

Instagram 上发布出售信息

### 2. 推广渠道

#### a. 推出博客访谈, 深耕内容

报道设计师背后的故事, 设计师会将访谈分享到自己的社交账户, 又变相吸引了设计师原有的粉丝到 Katt

#### b. 在电子邮件里会放上猫咪的动图, 增加点击率

#### c. 与设计行业不同的出版商建立合作伙伴关系, 不断曝光网站产品

d. 通过 Google AdWords 和不同的社交媒体渠道(比如 linkedin、youtube、ins、twitter、Facebook 和 Instagram) 进行在线广告

#### e. 牺牲佣金收入对产品做折扣促销

#### f. 网站邮件通知导流

#### g. 上线了苹果端和安卓端的 app

app 可以通过消息通知很方便地触达到用户

app 消息 push 的转化率远远高于邮件

app 测评网站、新闻站, 做与 app 相关的营销活动

## 如何把自己的兴趣爱好转变成赚钱工具之小行业

### 核心

低频+搜索流量

PDF to word

smallpdf.com



logo 生成器  
名片生成器  
股权协议模版  
投资协议  
数据清洗  
微信/数据库/qq  
论文

### 如何辨别真正的 Sogou 高收域名

搜狗 site:该域名，该域名 1 周内必须有相关收录  
在去 link114，查看该域名近期快照如果在 1 周内都有更新，以及历史连续建站

### 如何做 sogou 高收域名

- 一、网页标题要与内容相关，不要以无关具有欺骗性质的标题，标题中切勿堆积与内容无关的关键词。
- 二、页面少用 flash，图片等，尽量用文字表达，这便于识别与搜索引擎抓取。
- 三、少用 frame 或者其他框架的结构来构造网页，这样不利用搜索引擎的抓取，很有可能会被搜索引擎丢弃。
- 四、网页尽量采用静态网页，或者采用简约缩短的网址的长度，这样更利收录。
- 五、首页的外部链接不要过多，这样不利于搜狗搜索引擎的收录。
- 六、搜狗更喜欢受用户欢迎的内容的网站，网站有独特的内容，经常保持更新，这样搜狗搜索引擎蜘蛛会经常光顾，频繁抓取内容。
- 七、网站不要欺骗用户，放置恶意广告、代码、插件等，内容合法网站。
- 八、网站不要采用重定向，不同域名与不同服务器，但内容相同镜像网站。
- 九、搜狗站长提交  
mip sitemap
- 十、池子加强收录、快排发包排名
- 十一、域名商是直接接老米，建站等 Sogou 放出该域名的历史索引

### 如何从新浪微博获取精准流量

#### 1、新浪微博基础运营

账号完善（名字，简介，头像，认证（如有），兴趣关注等），养号（即注册好后，不要一上来就发广告，需要先玩几天至半个月，发贴，关注，评论，转发，互动等）  
多号

IP

手机

#### 2、了解新浪微博基础规则

#### 3、挖掘潜在用户需求

#### 4、制作内容（原创，加工皆可）

制作内容

##### 1、带话题标签

- 2、发布微博或者头条文章标题包含用户需求关键词
  - 3、发布内容带行动词  
收藏、帮转、必看、看这里、免费领
  - 4、如果是头条文章要吸引关注粉丝，把这个关注后可看全文勾上
  - 5、微博上发的图片内容不可以做 SEO
- 5、发布内容，坐等流量  
刷评论，刷转发，刷粉丝、刷流量

如何根据谷歌质量指南的指示，优化网站 E-A-T

#### E-A-T

##### Expertise (专家)

网站的作者信息做上标记，然后还需要去 google 线下进行认证专家。由于 authorship 采用人数不高，对搜索者价值不大

- 1.该作者是否有在权威站点写过文章?
- 2.是否有权威机构或人士推荐过这位作者?
- 3.该作者的文章是否得到业内人的认可?

如何优化

- 1.站内发布的文章使用专家的名字
2. 构建专家页，并附带社交媒体信息
3. 撰写高质量的内容文献
4. 拟定的虚拟名称不应该太大众
5. 在权威的站点发布文章

##### Authoritativeness (权威)

作者的个人品牌

公司的品牌

如何优化

- 1、内容与质量
- 2、专业知识
- 3、演示与制作
- 4、比较

##### Trustworthiness (信任)

加装 SSL 证书

<https>

如何获取女大学生流量

## 超级课程表

### 注册

#### 选择学校

#### 个人资料

##### 简介

##### 性别

##### 专业

##### 年份

##### 图片

##### 生活

##### 个性签名

##### 微信、q、网址

##### 头像

### 引流

- 1、校内圈子比较小，流量相对比较小。
- 2.硬广一定会被屏蔽，所以广告最好软一点

### 主要方法

#### 蹭课

在热门的学校里面选择所需地区，选择任意专业，从这一堂课的第一门课开始点击加入课程，添加完之后返回课程表，点击进入课程。就可以看到所有好友，这个时候就去传纸条

#### 传纸条

#### 操场玩法

流量最大的深夜来一发（晚上 10：00-凌晨 3：00 开放）

#### 特点

- 1.不论男女，基本都是色流量。
- 2.发帖内容监管不会太严格，但是尺度太大容易导致封号。
- 3.在 10 点-凌晨 2 点活跃度非常高（女学生是 10 点-12 点），几乎一直在

滚屏。

- 4.关闭以后帖子全部清除

### 核心

一般感兴趣的话题是（学业，兼职找工作赚钱，恋爱，追剧追星，周末娱乐等），男生一般感兴趣的话题（找女朋友，约炮，游戏）发散一下

### 操作

#### 文案

你有资料分享给他，或者问他有没有兼职

#### 注意

#### 筛选人员

#### 社团号码

到操场或校内看到别人在这里的推广，所以加入进去。

去问你已经加为好友的同学，问他要他自己加入的社团的社团号码。

到操场发布一些文案：比如小弟想学习柔道，想加入一个相扑社团等，一般就会有其他同学告诉你社团号

如何建立正确竞价推广思维？

SEM 完整系统建立

竞价推广流程分解

展现：搜索结果出现在网民面前

点击：推广结果被网民点击

抵达：网民进入推广着陆页

咨询：在线咨询或者留表单

成交：通过销售，引导客户完成购买行为

竞价推广核心环节

账户：账户结构用来控制流量方向，关键词用来找人，创意用来圈定人群

页面：当流量越来越贵的时候，页面的转化率就至关重要了，页面直接决定对

话率

客服：在线客服决定线索率，销售决定成交率，根据线索质量调整推广方向

如何更好的学习竞价

01、 要养成不断问为什么的习惯，问问题可以快速进步，快速提升自己

02、 找出账户具体的核心问题，找推广效果密切相关的问题

03、 不断优化解决问题的思路，不断提升推广效果

黑帽 seo 收徒如何解决网站被黑出现大量带端口网站

网站服务器被黑了之后，网站出现了大量带端口的网站，但是内容并不在自己的服务器上面，就算你把服务器还原了，内容还是出现。然后给大家造成了一个错觉，那就是这些内容并没有清除，主要的原因是百度快照时间在不断地更新，而且排名不断地向上转移。也不知道是何原因，百度每次更新，并没有把这些死链清除掉。

处理

方法 1：清除服务器攻击的痕迹，还原未攻击前的数据。

方法 2：Robots 文件限制，前提是内容有放在你的服务器上面，要不然不起作用。

因为 Robots 文件可以限制百度蜘蛛抓取带冒号的链接。

方法 3：关闭所有的不用的端口

方法 4：要删除已经收录的端口链接上面

提取百度搜索结果

向百度站长工具后台提交死链，设置时间 1 时更新一次

如何进行关键词拓词？正确操作效果直线上升

关键词拓词的方向

1、 产品方向：根据核心业务词或者产品词进行拓词，这类词转换率较高，比如：

会计培训、麻辣香锅加盟

2、地区方向：根据地域方向进行拓词，根据“地域词+产品词”进行拓展，比如：北京会计培训、云南麻辣香锅加盟

3、人群需求：这类词更倾向通用词，关键词本身与企业营销的产品服务相关性小，转化率一般，但是搜索量大，比如：加盟什么项目挣钱、黄金哪里买便宜

关键词拓词的作用

增加展现量：展现量是竞价漏斗的第一个环节，账户要通过加词、拓词来增加展现量

规避无效流量：通过拓词找到自己转化不了的需求

拓词更多需求：有的时候有些需求自己都没想到，拓词一方面是根据自己的思维进行，还有一方面可以通过拓词开拓我们的思维。

收量操作的基础：均价高，要降价之前需要把展现量提升上去，要提升展现量就要不断地进行加词，拓词，分词等操作，只有展现量高，才能有降价的空间。

保持效果稳定：一个关键词不可能一直有高转化率，要持续不断的加新词，拓词  
拓展关键词技巧

1、网民的搜索习惯

在网民进行搜索时，搜索词一般是比较偏日常化，所以在进行竞价推广关键词拓词的时候，要从网民的搜索习惯入手，来进行关键词拓词。

2、关注点不同

网民在进行产品服务选购时，喜欢货比三家，网民在进行挑选时，一定是有某个特比关注的点，比如：价格、质量、口碑、售后等这几方面，所以在竞价推广选择关键词拓词时，可以从网民的关注点出发，全面覆盖。

3、需求不同

网民在进行搜索时，一个搜索词的背后都代表这一个需求，在选择关键词拓词时考虑分析网民有哪些需求进行拓词。

如何进行数据挖掘的呢

收集各类信息平台

百度风云榜、知乎热榜、微博热榜、搜狗热榜、新榜热门文章排名

各大搜索引擎，如百度、360、搜狗、微博搜索、头条搜索、微信搜一搜、淘宝搜

索

查看当下热门词汇

百度风云热搜榜就有最近一天，最近七天热搜排名关键词

微信搜一搜也能看到最近热词

每一个关键词背后都是需求

“如何”与“怎样”

“20 岁”、“30 岁”“40 岁”

副业

验证主题需求

先从流量验证，如果你有百度竞价后台（5118、爱站、站长工具），关键词规划师工具打开，放入数据挖掘，或信息收集看流量如何。

## 如何控制搜索引擎蜘蛛的抓取

robots.txt

指令整合

index/noindex	是搜允许抓取本页面
follow/nofollow	是否允许从本页抓取索引别的链接
archive/noarchive	是否允许建立快照

禁止搜索引擎建立快照

快照不被百度缓存（禁止百度快照）

```
<meta name="Baiduspider" content="noarchive">
```

所有搜索引擎，抓取这个页面、爬行链接、禁止快照

```
<meta name="robots" content="index,follow,noarchive">
```

所有搜索引擎，禁止快照

```
<meta name="robots" content="noarchive">
```

禁止搜索引擎抓取本页面

```
<meta name="robots" content="noindex,follow">
```

meta name="robots" 是泛指所有的搜索引擎的

meta name="Googlebot"、meta name="Baiduspide"

content 部分有四个命令：index、noindex、follow、nofollow，命令间以英文的 “”

分隔。

index 命令：告诉搜索引擎抓取这个页面

follow 命令：告诉搜索引擎可以从这个页面上找到链接，然后继续访问抓取下

去。

noindex 命令：告诉搜索引擎不允许抓取这个页面

nofollow 命令：告诉搜索引擎不允许从此页找到链接、拒绝其继续访问。

案例

<meta name="robots" content="index,follow">：可以抓取本页，而且可以顺着本页继续索引别的链接

<meta name="robots" content="noindex,follow">：不许抓取本页，但是可以顺着本页抓取索引别的链接

<meta name="robots" content="index,nofollow">：可以抓取本页，但是不许顺着本页抓取索引别的链接

<meta name="robots" content="noindex,nofollow">：不许抓取本页，也不许顺着本页抓取索引别的链接

```
<meta name="robots" content="noindex,nofollow">
```

禁止建立网页快照的命令是 noarchive

```
<meta name="robots" content="index,follow,noarchive">
```

## 如何利用直通车让爆款更爆

店铺或者单品筹备冲销量手段

淘抢购、聚划算、俪人购、一淘、天天特价等大型的官方活动

通过直通车、钻展、淘宝客、麻吉宝等推广软件

直播、微博粉丝群、今日头条等站外引流

直通车维护

稳住销量排名

点击率

如何提升点击率

通过淘宝直通车/天猫直通车推广, 设置关键词和类目出价, 从而获取了在淘宝上的展现量, 能否将这些展现量转化为点击量

宝贝推广图片, 宝贝推广标题, 宝贝价格, 最近成交笔数

影响因素

1、匹配度

2、图片: **【主图、创意图】**以及文案

如何优化宝贝图片?

(1) 主图要清晰、突出重点

(2) 图片文案突出卖点, 要简单、易懂

(3) 图片创意——适时制造购买紧迫感

3、宝贝位置-直通车展位

点击你投放的关键字就会弹出流量解析的页面, 拉到底就能看到你宝贝正确的投放位置, 这个

可以去搜下点击率随排名变化这张图片, 只有让你的宝贝一直保持在这些黄金位置上才能保证

点击率一直稳定, 所以需要经常盯着, 特别是黄金时间。【记得, 用无痕浏览器去浏览】

4、投放地区

地域的数据非常细, 而且每个地域的表现各不相同

打开地域, 点击率排序, 关闭拖后腿的地域

5、投放时间: (分时折扣)

首先不同产品在不同推广计划中的每天不同时刻的表现肯定是不一样的, 所以这就决定了我们可以利用完整的分时数据进行很好的分时投放。盯住完整的分时数据, 将点击率好的时段拉高溢价, 将点击率差的时段降低溢价

6、创意标题

推广标题最好是促销的广告语, 切记, 不管你的产品的具体属性是什么, 取标题的时候, 一定要包含宝贝的中心词。因此这样你的标题会被标红, 吸引买家注意。其他的就可以是广告语句

关键词质量得分

7、关键词的匹配方式

广泛匹配、中心词匹配、精准匹配

8、人群投放

转化率

淘宝直通车转化率低的原因

1、研究一下直通车的关键词是不是跟你的宝贝相符合

2、然后多分析直通车的转化率, 寻找出那些最转化率最高的关键词

3、宝贝描述的问题。例如本店的爆款, 宝贝描述卖点没有展示好

4、整个店铺的装修, 图片、装修一定要多多投入

5、客服询单转化率

6、人群定位

7、商品价格

8、店铺内功做好

A: 美工: 商品主图、 创意推广图 (一张好的创意图, 可以救活一个计划)

B: 详情页 (一定要突出商品卖点)

C: 详情页图片不能太少, 也不能太多。15~25 张为佳

要点三: 为何有点点击没转化?

1、推广页面的打开速度非常缓慢

2、推广页面不是客户所需要的内容

3、新客户访问推广页面, 没有产生咨询转化就离开

4、老客户进入网站没有进行二次转化就离开

5、同行的恶意点击

控制好舆论问题: (产品评价、DSR、问大家、客户体验等)

一、定期补宝贝的好评

1、方法一: 试客联盟

2、方法二: 找优质的账号刷单, 实在不行, 就直接免单 (淘气值高的, V4 以上的, 好评率 98%以上的)

二、手淘问大家

三、测图: (如何找一张很牛逼的车图)

搜你的核心词, 找排名靠前的竞争对手的图, 盗用一下: 记得, 稍微加以修改。然后丢到创意计划里面, 包含你的图和对手的图, 跑几天, 就看出来孰优孰差。然后在重点去修改

如何申请及配置 Google Index API 实现谷歌快速收录

值得付出额外的努力 使用 Google Index API

排名更快 (对于时间敏感的内容尤其重要)

增加您在竞争对手中排名的机会

保持搜索结果最新以获得更高质量的用户流量

实操

1. 下载安装搜索推送插件

WordPress 仪表盘 > 插件 > 安装插件下搜索并安装 Google 插件的即时索引插件> 安装插件 > 上传插件

创建 Google Index API 项目

创建 Google Index API 项目需要梯子才可以访问 Google Cloud Platform

转到 Google API 控制台并创建一个新项目

无需单击“转到凭据页面”按钮。您可以关闭此选项卡

创建项目后, 通过打开服务帐户页面来创建服务帐户。首先会提示您选择要在其中创建此服务帐户的 API 项目 (在上一步中创建的那个)

选择要为其创建服务帐户的项目后, 您将进入以下页面, 您只需单击下方



突出显示的“创建服务帐户”按钮：

在创建服务帐户屏幕上，输入新创建的服务帐户名称和说明。

选择并复制整个服务帐户 ID（看起来像电子邮件地址的那个），因为您稍后会需要它。然后，单击底部的创建并继续按钮：

在下一步，您需要将角色更改为“Owner”，并再次单击“继续”...

将角色设置为 Owner 后，务必单击“继续”以保存更改，最后才单击“完成”。

然后，您才能够下载包含您的 API 密钥的文件。为此，只需单击“操作”列中的三个垂直点，然后选择“管理密钥”，

进入下面的页面后，单击添加密钥，然后选择创建新密钥选项

在弹窗中出现提示时选择默认的 JSON 格式，然后单击创建

单击“创建”后，.json 文件将自动下载到本地电脑中，这意味着您已成功创建 API 密钥并可以继续下一步.....

### 2.3 将服务帐号添加为您的 Google Search Console 资源的所有者

首先，您需要使用 Google Search Console 注册并验证您的网站（如果您还没有这样做），这非常简单：只需按照规定步骤验证您的网站所有权。

验证您的网站资源后，打开 Google Search Console，在左侧选择您的资源（如果出现提示），然后单击底部附近的设置：

点击用户和权限：

单击您帐户旁边的三个点，然后单击管理资源所有者：

将在新选项卡中打开一个页面。滚动到底部并单击“已验证的拥有者”部分中的“添加所有者”按钮

在新拥有者的电子邮件地址字段中输入服务帐户 ID（前面复制的那个），然后点击继续：

切换回上一个选项卡并刷新它。您现在应该会看到列为新所有者的服务帐户。

您可以跨多个站点使用单个项目、服务账号和 JSON API Key，只需确保将服务账号添加为 Search Console 中所有站点的所有者。

重要提示：如果你要在不同的网站使用前面申请的 JSON API Key，就务必在 Search Console 中对应的每一个网站重复执行服务帐号添加为拥有者的操作。

#### 配置插件

只需转到您的 WordPress 管理后台搜索推送>插件设置，切换到推送 API 选项卡粘贴到您的 JSON 文件的内容，或者只是上传的文件。并且务必开启谷歌推送设置，最后点击右下角的保存设置按钮。

完成上述设置后，只要你发布、更新或者删除内容，都会通知谷歌。

你还可以通过搜索推送>数据统计，切换到搜索推送统计来查看谷歌更新或者删除推送统计数据

通过搜索推送>推送日志，切换至谷歌推送日志，可以查看所有推送至谷歌的 URL 日志。

#### 最常见的错误及其修复

最常见的错误及其修复可以为多个站点使用相同的 API 项目/服务帐户/JSON API 密钥吗

是的，您可以跨多个站点使用相同的项目、服务帐户和 API 密钥，只需确保将服务帐户设置为 Search Console 中所有站点的所有者。

可以仅从一个网站请求对来自不同网站的页面进行索引吗？

不可以。您只能从域本身而不是其他网站请求为域中的 URL 编制索引，即使

它们已使用相同的帐户进行验证。例如：如果您在网站 A 和网站 B 上使用相同的帐户，那么您不能从网站 A 请求对网站 B 的 URL 进行索引。您必须从网站 B 本身进行索引。

可以提交没有文章发布或直播结构化数据的页面吗？

API 官方支持包含文章发布和直播结构化数据的页面，建议仅在此类网站上使用

Google 似乎会抓取、索引（如果内容是原创的、新的和有用的）并跟踪您通过 API 提交的任何页面上的链接，无论其结构化数据如何

已经超过 24 小时了，Google 仍然没有将我的页面编入索引。该怎么办？

Googlebot 会在几分钟内抓取我们通过 API 发布的页面，您可以通过查看访问日志在您的网站上进行确认。

然而，这并不总是保证内容被谷歌正常索引。URL 出现在搜索结果中之前可能需要几分钟到几天甚至几周的时间。使用此插件并不能保证您的页面会出现在搜索结果中。

当我尝试将 URL 编入索引时，我收到“Error Undefined”

当您尝试从其他网站提交 URL 以进行索引时，可能会发生此错误。确保您正在尝试更新、删除或检查与您发起请求位于同一域中的 URL 的状态

谷歌收录推送日志提示 403 Permission denied. Failed to verify the URL ownership

确保服务帐户在 Search Console 中列为网站的所有者：

谷歌收录推送日志提示 403 Indexing API has not been used in the project [project name] before or it is disabled. Enable it by visiting [URL] then retry

将此 URL 复制并粘贴到浏览器中以将其打开，或转到此页面并在靠近顶部的下拉列表中选择您的项目（1），然后启用 API（2）

## 如何使用反向视频搜索

什么是反向视频搜索？

许多人使用搜索引擎通过搜索特定单词或短语（即“关键字”）来查找信息，直到搜索引擎显示与搜索匹配的页面，视频或其他内容。

但是，反向搜索涉及输入内容片段（通常是视频或图像）并查找显示该片段的每个网页。

因此，RVS（反向视频搜索）涉及将视频输入搜索引擎并在网络上发现该视频的来源。

反向视频搜索的工作原理

搜索引擎（如 Google）可以解释视频中的颜色和像素，然后在网络上找到类似（或精确）的视频。

这通常会在线显示视频的原始来源和视频的任何其他实例。

使用反向视频搜索的原因

查找视频的来源

假设您在网上发现了一个有趣或有价值的视频。您可能想知道谁发布了视频，其他内容（如博客文章）是否与视频相关联，或者所有者是否制作了类似的内容

查找重复视频

如果您是视频制作者，则可能需要使用反向视频搜索来查看是否有人复制或复制了您的原始视频之一。

反向视频搜索可以帮助您找到对内容的非法使用，之后您可以联系所有者并请求信用或将视频删除。

查找视频剪辑的完整版本

您可能会遇到有趣的视频剪辑，并希望找到视频的其余部分。

反向视频搜索可能能够解释视频剪辑并在线查找完整视频

查找相关内容

反向视频搜索还可以帮助您发现与视频相关的内容。

它可能会显示以视频为特色的类似视频或相关内容(如文章、网页或博客文章)。

这可能是找到更有趣内容的好方法。

如何进行反向视频搜索

有许多方法可以进行反向视频搜索。它通常需要直接使用搜索引擎或第三方工具来上传图像。

在谷歌上运行反向视频搜索

在视频中查找一个独特的帧(即，与其他视频似乎不同的部分，并且最有可能在线显示相同的视频)。

暂停视频。

截取要捕获的帧的屏幕截图(苹果/Mac 上的 Shift 命令-4 或 Windows 上的 Ctrl + PrtScn)。

保存屏幕截图。

导航到谷歌图片，然后选择相机图标。使用按图像搜索选项。

上传屏幕截图。

Google 将返回您的屏幕截图的搜索结果(如果可用)。

使用贝里菲运行反向视频搜索

Berify.com 是一个反向图像和视频搜索工具，可将您的搜索同时与来自多个搜索引擎的结果进行匹配，包括 Google, Bing, Yandex 等。

截取要搜索的视频剪辑的屏幕截图。

访问 Berify.com。

将屏幕截图上传到显示“浏览”的搜索框，然后在此处上传图像。

单击“搜索”。

Berify 将显示与您的搜索匹配的所有结果。

使用快门运行反向视频搜索

截取要搜索的视频剪辑的屏幕截图。

访问 Shutterstock.com。

导航到搜索框。单击相机图标(按图像搜索功能)。

上传屏幕截图。(注意：您还可以指定是要搜索某些矢量，还是视频中的插图是动画/计算机生成的)。

单击放大镜。

快门将显示与您的搜索类似的图像或视频。

使用天眼运行反向视频搜索

截取要搜索的视频剪辑的屏幕截图，或按 URL 搜索视频。

访问 TinEye.com。

找到搜索框。单击“上传”按钮上传屏幕截图，或直接拖放图像。

单击放大镜。

TinEye 将显示与您的搜索类似的任何图像或视频。

在必应上运行反向视频搜索

截取要搜索的视频剪辑的屏幕截图。

打开必应的视觉搜索页面。

上传屏幕截图，拖放屏幕截图，或将图像或视频的 URL 粘贴到搜索框中。

必应将显示与图像或视频最匹配的“相关内容”的结果。

进行反向图像搜索很简单

无论您是试图追踪有趣视频的来源还是找到适合您兴趣的类似内容，反向视频搜索对任何人都是一个有用的工具。

谷歌，必应，TinEye 和其他工具提供反向视频搜索功能，可简化查找视频来源的过程。

请记住，反向视频搜索可以帮助您找到重复的内容，从而帮助您保护您的数字资产。或者，它可以帮助您找到视频的原始发布者，以便您可以在到期时注明出处。

视频是许多营销活动，网络内容，社交媒体策略等的绝佳补充。使用反向视频搜索，使查找、获取和归因视频比以往更易于访问。

## 如何使用谷歌趋势(Google Trends)进行搜索引擎优化：12 条提示

1. 关键词研究
2. 寻找相关关键词
3. 发现相关主题

需要针对您选择撰写的每个主题仔细研究特定的关键字

4. 从大到小

使用多个时间选择来了解长期趋势与短期趋势

5. 语境

谷歌趋势以高度相对主义的方式运作

永远不要忽略上下文

使用+比较工具添加新关键字。

按国家或类别过滤。

网络搜索

6. 使用特定搜索选项获取更多高级信息

网络搜索（默认）。

图像搜索。

新闻搜索。

谷歌购物。

YouTube 搜索。

7. 按位置定位

8. 趋势预测

通过按特定类别或国家/地区过滤来识别趋势

比较单个趋势中的两个关键短语

9. 使用长尾关键词挖掘内容

10. 使用数据进行视频优化

查看相关主题 – 不仅仅是相关查询 – 可以帮助您更好地优化视频内容以进行搜索。

11. 使用周期性趋势进行品牌定位

12. 识别盲点，不要误读趋势

如何添加网站广告而不影响网站排名权重？

主旨

网站广告大部分都会跳转到别人的网站中，这样会流失我们的权重分值对吧，如何防止权重流失那

网站广告的格式一般都有哪些？

<img>、html 代码或者 js 代码

使用 img、html 百度会直接抓取到 a 标签，肯定会导致权重流失的，所以我们就需要使用 js 或者 iframe 来解决这个问题，js 代码比较好搞

1，将广告代码（html）进行转换成 js 代码

html 转 js

2，把 js 导入到以前的位置即可

当我们把 js 上传到服务器中后，我们通过一个代码，把 js 调用出来，就可以实现广告效果了，就是把 html 转换成 js 形式，以防百度会把权重流失给其他网站。

导入代码：<scriptsrc="网址/xxx/xxx.js"></script>

利用框架 iframe 来进行添加广告！

“iframe 框架”百度是不识别的，它会优越 js 一些，js 百度会抓取，但不会赋予权重，但是 iframe 框架，百度压根就不会进行抓取

总结

1，建立 html 文档，里面导入 js

把 html 代码转换成 js 的形式，导入到，html 文件中，这样加大百度的不识别率。

2，把 iframe 添加到适当位置

然后通过 iframe 框架，嵌套这个 html 页面到你想要显示的位置

3，a 标签 nofollow

如何通过分析成功案例，帮自己建立赚钱清单

一、需求

what？（这个产品满足了用户什么需求？）

why? (用户为什么会有这个需求?)

马斯洛需求金字塔

生理上的需要

安全上的需要

社交需要

尊重的需要

自我实现的需要

how to? (如何将需求做成产品?)

(1) 产品在什么平台, 用什么形式呈现的?

公众号、淘宝店、网站、微博?

微信群、知识星球、付费课程?

(2) 产品有什么功能?

产品形态, 具体分析

爆火的公众号: 选题类型, 文章结构等。

淘宝店: 店铺类型, 商品类型、价格、描述等。

知识星球: 定位、内容结构、运营方式等。

课程: 定位、课程大纲、目标用户等。

## 二、流量

1 what? (产品流量从哪里来?)

如何知道这个产品的流量获取方式

(1) 搜索: 在百度、谷歌、微信等各大平台搜索产品名字, 会看到一些相关信息, 然后从中分析, 看它是靠内容营销, 还是 SEO, 还是投广告。

(2) 试用产品: 有些产品, 是靠自身增长机制, 这个需要你自己试用一下才知道

(3) 看行业拆解: 如果产品比较火, 必然有自媒体写复盘、拆解的文章, 查看这个, 就更省力

2 why? (为什么选择这种流量获取方式?)

找出产品的流量获取方式后, 还需要分析, 他为什么使用这种方式

如果你发现某个产品, 用了一种不常见的引流方式, 效果特别好。你就可以多留意一下, 这就是「异常值」, 看其他产品是否也能复制, 如果能, 那就是认知差, 你就能靠这个增加优势。

3 how to? (具体是如何操作的?)

内容营销是怎么写的?

SEO 是怎么做的?

广告是投的什么平台, 用什么卖点?

## 三、营销

1 what? (产品如何做营销?)

从什么角度定位, 用什么卖点, 写什么文案, 讲了哪些故事

积累不同类型产品的营销方式, 总结出他们对不同「效果」的描述。如果自己产品, 从中找到相似度高的案例, 就能复制、模仿, 套用到我们的产品上

2 why? (产品为什么用这种营销方式?)

分析清楚产品营销方式背后的原理, 就更容易做到触类旁通, 举一反三

有些产品, 明明品类都不一样, 但却用了同一种营销方式, 因为他们满足的用户底层需求一致(第 1 节的马斯洛需求金字塔), 所以营销原理相同, 只是在产品层面

的文案,有一些差异

《原则》里说过,要永远相信客观世界。这件事情能成功,就说明它是对的。我们要研究他为什么对,而不是根据自己的已有认知,去排斥,怀疑,甚至讽刺阻碍赚钱的,不是无知,是傲慢

### 3 how to (无)

积累「营销清单」,锻炼你的「用户视角」,你会慢慢知道,一个事情,从什么角度说,用户会更喜欢。  
用什么语言,用户会更容易接受。  
讲什么故事,传播度会更大。  
以后你做产品,就更容易被用户喜欢

## 四、变现

### 1 what? (产品如何变现?)

产品的最终目的,一定是赚钱。  
但不同形态的产品,变现的方式不同。  
可能是卖流量,也就是接广告。  
或者是提供付费内容/服务/社群。  
或者是付费使用高级功能。  
积累不同类型产品的「变现清单」,以后如果自己做,找到相似的产品,模仿

就行

### 2 why (为什么用这种变现方式?)

为什么这个产品采用这种方式变现?  
这种方法的优势是什么?为什么不用其他方式?  
为什么定这个价格?能不能用其他价格?  
了解为什么,是为了更好的触类旁通,灵活运用  
什么事情能赚钱?

怎么赚钱?

赚多少钱?

为什么这么赚钱?

核心

当你积累了大量「需求」「流量」「营销」「变现」清单,并且熟悉后,无论遇到什么需求、案例、产品,别人还在想能不能做的时候,你已经在脑子里「实战演练」过一次了——

“这个事情有用户需求,之前 XX 做过,可以在 XX 平台,做成 XX 形式”

“这个事情可以用 XX 方式引流,套用 XX 的思路”

“这个事情可以从 XX 角度做营销,模仿 XX 的文案”

“这个事情可以通过 XX 变现,可以联系他合作”

「需求」「流量」「营销」「变现」,4 个方面,你都有多个方案可以参考/模仿/套用。这样你成功的几率,是不是就更大一些呢?

如何通过手机号码抓取精准粉丝

## 操作

### QQ 同步助手

#### 导入联系人

有哪些途径能找到精准客户的手机号码

淘宝购买，不如卖蜂蜜，去淘宝卖蜂蜜店铺，购买数据，伪装成其他类目的卖家，来购买。拿到数据，里面有手机号码，通过手机号码按上面的方法加入 qq 通讯录。2.5-3 元/个，找鞋卖得好的店铺，伪装成女装卖家。最后跟掌柜聊，实在搞不定掌柜，也可以搞客服，红包开路

群发短信公司，上千条一万条，几分几毛一条，区域，性别，单位都会分类好  
专门贩卖通讯录

## 总计

特别一定要有淘宝店，用淘宝店的旺旺写清楚如成人用品去洽谈，1-3 的信息不贵。可以大家团购，成本分摊，共享客户。

担心卖给假信息，尝试打电话给信息客户，简单回访。注意买来信息的行业，不要露出马脚。

总结：加粉速度，一个下午 300 个号码，一二线城市，90%绑定微信，回头率高，转化率高

### 打招呼

一天加 20 个

分时间上中下晚加，每次 5 个，减少风险

### 转化率

测试没满 1 千条，只要淘宝给到数据是近期完全真实购买客户手机号，50-60 的人绑定了微信，通过率，问候语，头像，换成漂亮女孩头像，不要放微商头像，真实点的头像

## 如何通过网站实现月入十万

### 一、要赚钱，首先找需求！

1 刚需

2 精准

3 量大

### 二、有需求，就有流量

高权重老站内页排名

批量新站首页排名

站群程序、黑帽拿 shell 手法！

### 如何盈利

通过承接大大小小的广告联盟的 app 广告赚取佣金

广告联盟有正规的，有擦边的，有大的，有小的.....有高价的，有低价的..... 我们搜索：cpa 收量，或者在 qq 群搜索：cpa 广告联盟，就能找到大量这种发单的平台

#### 收成方式

1 按照下载注册结算，价格从 2 元到十几元一个下载不等。



2 按照客户充值分成结算, 客户下载 app 后如果在 app 里充值或者消费, 可以拿到充值金额 40%-60%的提成。

如何通过站群软件布局站群关键词

#### 一、控制关键词数量

一个网页中的关键词最好只有一个, 然后所有内容都围绕这个关键词展开, 才能保证关键词密度合理。如果确实有大量关键词需要优化, 可以分散写在其它页面并有针对性的优化

#### 二、控制关键字密度 (Keyword Density)

关键字密度一般在 3% 到 5% 较为合适

1、增加关键词出现的次数, SEO 工程师的建议是在控制密度在一定范围内的同时, 要尽可能的提高关键词出现的次数

2、降低页面中非关键词部分的内容。

3、在正文中适当出现关键词。

#### 三、网页代码中的 Title, META 标签要认真设置

网页代码中的 Title, META 标签(关键字 keywords 和描述 description)要认真设置

#### 四、正文内容必须适当出现关键词

1、正文内容必须适当出现关键词, 并且“有所侧重”, 意指用户阅读习惯形成的阅读优先位置 ——从上到下, 从左至右——成为关键词重点分布位置, 包括: 页面靠顶部、左侧、标题、正文前 200 字以内。在这些地方出现关键词对排名更有帮助。黑体显示, 对其排名作用很大。

2、超链接文本可以通过说明文字增加关键词。

3、其他标题行中的文字可以通过文字加粗, 英文关键词可以通过大写体现关键词。

4、在图片属性说明文字中添加关键词。

搜索引擎不能抓取图片, 因此网页制作时在图片属性 Alt 中加入关键字是对搜索引擎友好的, 它会认为该图片内容与你的关键字一致, 从而有利于排名。

#### 5、域名、路径和文件名可以考虑包含关键字

英文网页内容的站群在进行域名选择和网页文件夹命名时, 也可以考虑包含关键字, 中文网页的网页命名也可以考虑使用拼音全称, 网页路径中存在全拼, 有时也能带来一定的访问。

6、可以在页面代码中对有关内容进行注释。

黑帽 seo 收徒如何挖掘抖音长尾关键词流量? 用这个抖音关键词排名 SEO 优化工具

#### 01 如何挖掘抖音长尾关键词?

地址: <https://ci.5118.com/douyin?>

抖音指数、头条指数、抖音视频数, 以及该词的全网长尾词

关键词: 基于所有抖音用户的搜索行为产生的数据, 点击可继续挖掘该词的长尾词

抖音/头条 指数: 关键词搜索量及受欢迎程度, 点击可查看该词的历史流量走势

抖音视频数: 该词相关的抖音视频数量, 点击可查看对应的抖音视频详情, 并支持批量下载

全网长尾词: 该词在其他搜索引擎中的长尾词数量, 点击可查看相关长尾词

## 02 如何在抖音做关键词布局

创建话题: 发布视频时, 添加自己创建的话题以及相关的话题。

垂直内容: 内容越垂直, 能被搜索到的概率越大, 曝光率也越大。比如“近期的高分电影推荐”, 客户搜索时, 你的排名便靠前。

关键词覆盖: 视频标题、内容、文案都要包含关键词, 其中包括话题、标题、合集、视频、文案、封面

视频添加字幕: 字幕中的关键词也会被系统所识别

黄金前 3 秒: 播放开头一定要出现关键词!

## 如何新建 Ocpc 计划

进入推广后台

选择【搜索推广】, 进入后台通过【工具中心】进入到【ocpc】板块

新建出价策略

选择流量范围

指你想重点投放移动端还是 PC 端, 就目前的投放趋势来看, 除了特殊行业, 大多数行业在移动端的表现都比较好。

这里选择要投放 ocpc 的计划, 但一个策略只能绑定一个计划, 且这个计划不能再被其他的投放策略绑定了。

选择投放方式

其中优化模式分为“目标转化成本控制”、“点击出价系数控制”两种。

其中“目标转化成本控制”就是我们常说的 ocpc;“点击出价系数控制”就是指 ecpc

设置转化出价

目标转化出价, 简单来说就是指, 你想为一个线索支付多少钱, 准备花多少钱买到一个线索。

建议设置深层转化目标, 这样有利于前期模型建立

核心

Ocpc 是一种非常智能的投放方式, 比 cpc 量级更大, 跑量能力更强, 但是通过想通过 ocpc 买到更多流量, 并不容易, 首先就是成本, ocpc 是系统智能调控, 进入二阶后, 成本是由系统控制, 所以常常会出现成本飙升, 流量比较杂等等

## 如何选择合适的竞价关键词

竞价关键词的 5 种类型

竞价关键词——通用词

搜索范围广, 搜索量大, 有展现, 用户没有明确的购买意向, 以信息收集为主要目的, 转化率低

预算多的账户, 只跑高意向词消耗不完预算的, 可以跑一部分, 但需要控制消费的比例;预算较多的账户, 要先控制消费比例, 然后控制均价, 在尽量低的均价下, 产生一定的消费;预算少的话不建议跑

竞价关键词——产品词

账户必备关键词, 直接体现用户搜索的目的, 一般是某某产品或某某服务, 转化率一般, 容易遭到恶意点击

可以做,但是要注意均价控制,时刻关注是否有恶意点击。

竞价关键词——长尾词

产品相关疑问词或需求相关词,竞争小并且效果不错

要多跑,特别是中小预算账户,智能+低价先测试页面,如果转化率不高,但是关键词还不错的前提下,换个页面再次进行测试

竞价关键词——竞品词

竞争对手品牌词,意向度较高,竞争度一般,转化率高于通用词,低于品牌词

可以做,但使用的时候不能加通配符,不能飘红

竞价关键词——品牌词

品牌的关键词,转化率最高

有品牌搜索量的企业一定要做!

关键词如何选择与取舍

### 1、 预算

预算的多少决定选择竞价关键词的策略和数量,优先选择转化高的词

### 2、 需求

增加用户需求和关键词的相关性,对需求的把握和意向的高低要注意,更要注意规避

### 3、 注重长尾词

不要总是盯着某几个词,有很多需求,很多词等待挖掘

黑帽 seo 收徒如何以站养站,大带小,建立权重矩阵?

## 1.基础条件

### ①权重网站

对于权重站来说,行业高度垂直的网站,通常养新站,成功率更高的策略是养相同类型的网站,如果要做众多不同类型的权重网站矩阵,百科网站是一个不错的类型,因为百科网站各种内容都有,给大部分类型新站倒流,流量都更精准

### ②新站条件

新站要求主,要是域名条件如何,建议采用优质的老域名,毕竟我们是要通过权重高网站来带动新站做权重,新站基础越好,成功率就越高

## 2.方式方法

### ①链接倒流

链接倒流是比较安全的方式,在权重网站上做链接导向新站,这里的链接可以是内页链接也可以是页面友链方式,友链更安全,但也更复杂,内链效果没有友链好,所以具体要怎么做,可以根据倒流链接数量等的工作量来决定

### ②重定向

一般这样做一个新站可以短时间做起权重,一些 SEO 工具中的新站流量暴涨,大概率就是高权重网站重定向给新站的这个策略

如果担心老站导流后,对权重站有影响,可以有两种选择

1)如果是百科站,可以新做一个栏目,大量发布与新站相同关键词的不同内容,权重高网站会很快收录有比较不错的排名,然后再整个目录定向到新站,做精准倒流

2)也可以是网站本身有相关栏目,重定向到新站,因为重定向有一定周期性,

可以按照一周为期限,取消重定向,保留老站权重,新站有蜘蛛抓取,继续更新新站,提高新站信任度,也可以反复做多次重定向

### 3.关注重点

#### ①关键词选择

以大带小这个策略,在实施过程中要关注新站关键词策略,建议选择竞争度低的长尾词,这样更容易获取排名而不断提高新站信任度。

#### ②后续工作

当传递工作进行后,着重关注新老站的排名变化,偶尔也会有新站排名不涨,老站排名丢失的问题,在一定周期内尚可,比如半个月老站没有剧烈排名下降的情况尚可,如果老站长期排名下降,新站不涨,建议停止权重传递,多找找新站内容、结构和域名是否存在问题。

### 如何在知识星球上引流

第一:你得学会发帖以及分享;

第二:确定自己分享的领域;

第三:寻找合适自己的星球;

第四:确定长期分享的领域后就像我一样打上标签,方便他人快速的了解你;

第五:使用较长的图文结合进行细致的干货分享;

第六:抱团,找到该星球的大神为你的文章背书,星球大神的一个点赞,评论,打赏胜过千千万万个普通用户;

第七:尽可能的迎合该星球的分享主题,一些星球分享的是成功学那就不要分享失败,一些星球分享的炒币信息就不要分享炒股;

第八:不要脸的坚持下去;

第九:多分享一些美化后的事物,不要尽分享真实的世界;

第十:真诚相待,不要玩套路

### 如何找黑马流量词

#### 总纲

有搜索量同时竞争不高

#### 怎么找

1)问基友情报

2)找大佬带路

3)看效果广告

4)挖对手关键词

#### 操作

##### 判断搜索量

爱站 5118

判断竞争度(值越小,自然代表竞争度越低)

1)搜索结果量

2)搜索结果的平均权重

3) 搜索结果, title 完整匹配关键词的数量 (有多少人专门做这个词)

4) 搜索结果, title 完整包含关键词的数量 (有多少人没做这个词)

中期

a、搜索结果量 $\leq 50w$ , 平均权重 $\leq 4$ 的词, 只要页面收录, 就会上首页

b、搜索结果量 $\leq 1000w$ , 平均权重 $\leq 4$ 的词, 10 个词上 7 个

c、搜索结果量 $\leq 3000w$ , 平均权重 $\leq 4$ 的词, 10 个词上 3 个

d、搜索结果量 $\geq 3000w$ , 平均权重 $> 4$ 的词

特殊

a、搜索结果 title, 完整匹配的数量 $> 2$ , 且这个词字数 $> 5$ , 那么这个词可能很内涵

b、又如, 搜索结果平均权重 $> 7$ , 那么这个词也可能很内涵

结合专题页的平均收录时长, 便可以推导出本季度, 上多少词, 大概什么时间, 能获取多少搜索流量

判断分类

一个目录的词, 都集中在某个行业, 是最符合正常网站规律的。

但广泛的挖词, 比如通过“相关搜索”, 很容易搞不清楚词本身对应的分类

搜索结果的 title 都拿下来, 跑一下百度文本分类的 AI

如何拯救被墙的服务

被墙症状

遇到无法顺利科学上网的情形, 首先应该判断自身网络是否有问题。操作很简单: 退出代理软件, 浏览器打开百度, 能顺畅打开说明网络没问题; 打不开或者很难打开, 说明自身网络不行, 要先解决。

接下来查看服务器是否正常运行。ssh 或远程桌面连到 vps, 检查服务端程序有没有正常运行。如果程序意外退出, 重启后再试试能否科学上网。如果不能连接到服务器, 登录服务器管理后台, 查看是否有欠费、流量用尽、被攻击等情形。服务器处于异常状态, 则应先自行或联系客服解决, 之后再重试能否科学上网

管理后台显示 vps 运行正常, 但国内无法 ping 通, 境外 ip 可以 (ip 被列入黑名单);

能 ping 通, 也能 telnet 过去, 但 ssh 等软件无法正常使用, 抓包或日志显示应答超时 (tcp 阻断)。

域名被墙: 国内域名被解析到错误的 ip 导致网站无法打开 (dns 污染);

端口被墙: 22/80/443 等常用端口一切正常, 科学上网端口无法连接 (本次国庆前后现象最明显);

tcp 干扰: 连接不稳定, 经常断线, 例如 ssh 连到境外服务器经常莫名其妙被断线。

补救措施

国内服务器转发。阿里云等厂商的服务器, 或不过墙的 IPLC 服务器, 大概率与被墙 vps 能直接通信, 做个转发便即可正常使用, 代价是多买一个国内服务器。顺道说一下, 如果国外线路不好, 用转发方式也能大幅提升网速, 降低被墙概率。

换 ip。vultr 等厂商提供随意更换 ip 的服务,可试试更换 ip 或者添加新 ip:

上 cdn。(国内)cdn 的公共 ip 基本不会被封,将域名解析到 cdn,流量经过 cdn 再到被墙服务器,代价是需要一个域名并配置 cdn。

换端口。针对端口被墙情形,更换新端口和加密方式(注意:短时间内超过两个端口被封,请不要再频繁换端口,很可能接下来直接封 IP!)

重建(重买)一台新服务器。

#### 实用事项

科学上网时,尽量不要同时用国产的杀毒软件、浏览器、输入法等软件;

尽量用 pac 模式科学上网,少用全局模式;

自用为佳,少分享,机场很容易挂,流量太大也容易被重点照顾;

访问外网时多看少说。安全性不高的小网站,被脱裤后代理 ip 信息便一览无遗,如果你只用了一层代理,通过代理 ip 分分钟能找到你;

国内服务器中转时记得屏蔽其他 ip;

搭建服务器时同时搭建一个网站,出问题能迅速确定 ip 被封还是端口问题。同时有网站的存在,能一定程度上迷惑墙,不会轻易封杀;

伪装的 V2Ray

#### 如何知道的竞争对手做了哪些事

1、通过魔镜(<http://www.moojing.com/home>)搜对手店名,然后对比各块曝光数,以及总体销售额,看对手强在哪

2、用梅花网广告监测,看对手投过哪些广告: <http://adm.meihua.info>

3、用爱站网外链查询,搜对手官网的外链。 <https://link.aizhan.com>

4、用 Bluemc 的微信舆情(<http://www.blumc.cn>),找 30 天内提及对手品牌名公众号

5、再用微博微舆情搜对方品牌名(<http://wyq.sina.com/keyword>)看哪些资源最近为对方造势了,再用百度指数、微信指数查,当天是否有大的指数提升,如果当天提升幅度大,说明资源效果好。

6、然后找到数据波峰,按照时间翻对方官微、官网、公众号看当天做了啥

#### 扫码看广告并关注商家微信、微博、网站就免单怎么玩

##### 1、电话销售

直接买甲方市场部负责人的用户资料,或与有甲方市场部负责人用户资料合作,电话销售。企查查 <http://www.qichacha.com>、天眼查 <https://www.tianyancha.com>、启信宝 <http://www.qixin.com>

(在话术中隐晦地多次提到事后有高额返点,且支持开全票)

盯紧终端设备周边的商城百货超市,有大品牌促销就联系品牌方,号称投放扫码终端能提升促销效果

O2O、APP 企业投扫码终端是理所当然,联合创始人把投资人的钱合理合法地黑掉

##### 2.创意文案

案例

比如某 SPA 投按摩椅广告说 SPA 湿磨比按摩椅干磨爽

比如某振动棒投摇摆机广告说外摇不如内摇

比如某 APP 探探说玩游戏不如玩真人

比如某避孕套在你售卖机免费送

商业投稿

创业邦: <http://www.cyzone.cn/>

36 氪: <http://36kr.com/>

i 黑马: <http://www.iheima.com/>

虎嗅网: <http://www.huxiu.com/>

创见: <http://tech2ipo.com/>

数英网: <http://www.digitaling.com/>

梅花网: <http://www.meihua.info/>

A5 站长网: <http://www.admin5.com/>

站长之家: <http://www.chinaz.com/>

派代网: <http://www.paidai.com/>

作为合作案例, 品牌营销

### 3. 入驻平台

阿里妈妈、百度网盟、聚效、广点通、悠易互通、好耶、品众、银橙

o2o

原生广告

通过平台公开的联系方式, 一家一家联系, 从分发渠道与传播创意上给对方送新闻切入, 让他们平台推出终端扫码广告, 并从你处购买就好

## 商业陷阱与战略方案

### 商业陷阱

#### 产品困境

生产能力大幅度提升: 四处是红海, 周围全竞品

#### 传播困境

传播媒介大幅度丰富: 信息大爆炸, 渠道多元化

#### 受众困境

消费价值观大幅改变: 人人皆受众, 更注重内容

#### 秩序困境

社会秩序变得失控: 一夜成热点, 一事造网红

### 如何突破困境

#### 用户中心

只有以用户为中心, 才能突破产品同质化带来的困境, 才能避免在产品开发上所付出的巨大成本代价。

挖掘用户的兴趣和喜好, 并不是找寻用户新的心智空白, 而是争抢用户的注意力

#### 爆破点切入

只有从爆破点切入, 才能避免信息太复杂造成的传播阻力, 才能在广泛的信息

噪声中脱颖而出,才可能用户真正记住你的特点,才可能引起社会的广泛传播

一般广告公司的做法

1 只广告片 + 3 个 H5 + 8 张创意海报 + 50 篇新闻通稿 + 200

条百度知道

重视内容

只有注重内容,才能在用户接受信息后不被过滤掉,才能引起共鸣,才让用户能成为你的粉丝。

只有注重内容,才能和你一起 UGC,才能使传播的体量上升一个量级,才能花小钱办大事,用较低的预算,产生较高的传播效果

周期发声

只有周期发声,才能避免在市场上被遗忘,才能不在竞品的宣传下沦为附庸,才能不断的吸引粉丝。只有周期发声,才能形成市场习惯,才能引起市场和资方的注意

解决方案

区别

传统营销

产品中心 同质化,大规模 异动单向 重视渠道

病毒营销

用户中心 个性化、精细化 双向互动 重视内容

6P 方法体系

Position

定位

品牌定位、用户定

位、营销定位

基于受众群体的定位

用户的收入,年龄,情感,性别,星座,血型,地理,偏好,

媒介使用习惯.....

- 以用户为中心的受众群体画像: 消费
- 决策者、消费影响者、实际购买者、
- 产品使用者、口碑制造者.....
- 以受众为中心的信息接受渠道;
- 受众对信息的筛选习惯和喜好

基于产品 / 品牌的定位

产品 / 品牌的价值载体 (目的、需求、方法)

- 产品 / 品牌的独特优势
- 产品 / 品牌在受众心目中的形象和地位
- 产品 / 品牌的互动属性 (使用场景)
- 产品 / 品牌的功能延伸

基于市场 / 竞品大环境的定位

市场成熟程度、教育成本

- 市场的竞争环境 (直接竞品、间接竞品、竞争强度)
- 竞争对手可能在同一时段 (节日) 做病毒营销
- 当前战役市场上可以联合营销的品牌
- 基于刷屏效果的媒介推广策略

Parallel



## 关联

在品牌、用户之

间寻找关联性，  
进行创意策划

从人性的根源出发

自我实现的需要

实现个人理想、抱负、潜能

梦想、奋斗、自由、公平、正义、成功、未来、道

德、创造力、探索、潜能激发

尊重需要

有社会地位，得到承认

事业、回忆（经典、共鸣、难忘）、情感、励志、

信心、成就、权力威望、荣誉、地位阶层、求美、虚荣

爱与归属的需要

一是归属；二是爱的需要

父母、家庭、亲情、夫妻、爱情、朋友、友情、公

益（乞讨、贫困、打拐、弱势群体、病症）萌宠、时事、热点、流行

安全需要

安全稳定，免除恐惧焦虑

健康、学校、教育、考试、职业（类别、收入、公

司、同事、领导、上班方式、工作、时间）、财富、社会保障、历史

生理需要

维持自身生存的基本要求

性别、年龄、血型、生日、星座、地域、语言、外

貌、身高、身体特征、穿着打扮、性格、脾气、情绪、交通、天气、环境

兴趣

以产品 / 品牌所在需求为中心选择用户的关联纬度并

向其他需求扩散关联

用户与产品的关联性维度

情感：孝心、亲情、爱情、师生情、同学情

地域：方言、特产、学校、历史、习俗、景点

星座：生日、生肖、血型、习惯、爱好、脾气

安全：食物、财产、信息、生命、企业、心理

性：自慰、约炮、繁殖、美女、车震、同性

职业：类别、收入、公司、同事、领导、环境

社会：政府、官员、城管、机构、制度

害怕：极限挑战、恐怖片、犯罪

公益：乞讨、贫困、打怪、宠物、弱势群体

现象：北漂、留学生、仇富、仇官、外遇

明星：生活、情感、八卦、事件、作品、关系

节日：传统节日、国外节日、网络节日、时间日期

科技：黑科技、最新应用、生活窍门、科普

回忆：经典、童年、传统、时代、共鸣

梦想：励志、信心、成就、地位、奋斗、创造

## Pleasure

### 趣味

根据定位融入趣

味性元素，激发

参与与传播

#### 病毒视频类

穿越

神逻辑

前世今生

社会实验

神曲

拟人化

黑科技

#### 病毒事件类

撕逼

事故失误

大学课堂

行为艺术

吉尼斯记录

悬疑报纸

美女出格

#### 病毒 H5 类

生成你的信息

挑战某个关卡

模仿手机操作

## Push

### 传播

根据用户媒介接触习

惯和媒介特征策划传

播，擅用 KOL 与媒体

#### 传播载体

微信

• 微博

• 视频网站

• 自媒体平台

• 意见领袖

• 直播网站

• 新闻平台

• 论坛，贴吧

#### 媒介规划

• 1: 规划合适的自媒体 KOL，意见领袖等

• 2: 合适的朋友圈和微信群资源

• 3: 合适的新闻媒体规划

• 4: 视频网站的推荐位置

- 5：二次传播的媒介计划
- 6：收口期的媒介策略

传播 三个关键

- 1.与其拉长战线，不如突出重点！  
能把单一热点 持续 2-3 天的热度  
要把所有的资源 短时间内集中推广
- 2.在传播上，千万不要省钱！  
传播和制作预算的配比， 至少是 1:1  
任何一个病毒，都有一个阈值和 临界点  
只有达到传播的 基础声量，才有可能产生爆炸性的传

播

- 3.不要把资源放在一处，要打组合拳！  
微信、微博、视频、新闻一个都不能少  
把目标用户的信息接受渠道 全方位覆盖  
一个点全方位、海陆空的炒透

Play

参与

品牌、用户、媒体、

KOL 四方互动，制  
造话题，形成全民  
参与，品牌借势

参与等级

- 一级：用户看到后，可能会阅读或观看，结束后关闭。
- 二级：用户会点赞或者评论，与品牌发布者互动。
- 三级：用户看到后会随手分享朋友圈或发送给朋友。
- 四级：用户会学习到里面的好玩的元素并进行再创造并模仿

和转发。

五级：全名皆知，新闻报道，引发其他品牌借势互动。

增加“参与”因素

- 定位纬度，关注“用户”的痛点。
- 关联纬度，贴合“用户”的需求。
- 趣味纬度，增加“用户”的玩法。
- 传播纬度，塑造“用户”的原创内容

参与性最强的刷屏级创意套路

- 一：测试类：个人信息（他人不知）的对外释放  
特点：输入简单/输出较为复杂  
有秀的成分/年龄/性格/财富/阅历/相貌
- 二：模仿类：UGC 的形式，创造较为简单  
特点：形式有趣是最重要的有讽刺/自嘲属性  
有一定的话题基础/明星/热点/社会现象.....
- 三、挑战类：秀是主要动力/身材/样貌/财富/智力/反

应/心灵

特点：有一定门槛  
形式有趣

四：抒情类：对自由/爱情/亲情/梦想的向往  
特点：小人物做出大事情

Promote

转化

引导流量回归，引

导用户关注品牌，  
触达营销目的

如何转化

只有把定位做好，才能让受众得到最关键的最诱人的信息  
只有把关联做好，才能让受众产生共鸣，情感强烈  
只有把趣味做好，才能让他不落入俗套，能够从冗余信息中

脱颖而出

只有把传播做好，才能让他到达该到达的地方  
只有把参与做好，才能让事件提升一个等级，把漏斗的进口

做大

摄影和婚礼摄影

- 1.婚礼行业最大的特点是极度低频而高客单价  
转介绍成功率都很高，但毕竟其数量与时间规律等都存在很大的不确定性  
“持续获得新的客人”
- 2.单纯的拍摄服务就只是在进行自己单次时间的售卖  
婚礼拍摄本身劳动强度比较大
- 3.“潜在”风险  
时间档期的提前锁死性  
不可能重来一次的唯一性
- 4.专业技术培训  
初级到中级水平的摄影师都有参加课程提升自己的需要
- 5.婚礼拍摄  
拍摄时间基本都可以协调
- 6.线上引流  
课程单价 200 一节  
直播转录播  
课程内容  
摄影技术：光线、摆姿、构图  
考虑单次消化难度  
拉长宣传周期，配合每天直播，一直维持热度  
线下实拍课程
  - 1.) 总费用比原来的线下课程降低很多
  - 2.) 由于价格低，预计报名人数可以有保证

降低粉丝参与成本, 进一步增强互动与粉丝黏性

流量渠道

抖音快手视频号 B 站

转化

微信

朋友圈

直播

知识星球

公号

深挖: 视频号怎么运营? 视频号几类最容易入手

推荐

私域流量推荐

基于你的社交圈做推荐, 你的微信好友的兴趣趋向绝大程度决定了你的视频号内容趋向。

做视频号本质上就是用内容来吸引人的, 所以说做之前先要搞清楚, 你能长期的输出什么, 你想吸引到什么样的用户群里来看, 你的视频号能让用户得到什么?

兴趣算法推荐

做视频号本质上就是用内容来吸引人的, 所以说做之前先要搞清楚, 你能长期的输出什么, 你想吸引到什么样的用户群里来看, 你的视频号能让用户得到什么?

买什么设备或者软件

需要一个能够给我拍摄视频的机器

麦克风

灯光设备

剪辑的 APP

拍什么好

具体发什么类型的内容, 先定位好, 然后根据自己的定位来具体操作

通过视频号真人展示自己, 展示你的专业和技能, 赢得了别人的关注和认可, 实现后端的变现

视频号如何变现

1. 视频号带货

微信小商店能在极短的时间内上线, 与视频号打通, 可见微信对于电商仍然念念不忘;对标抖音已经成熟的带货商业模式, 微信视频号目前很难直接对接品牌主, 只能分佣挣钱, 微信小商店的未来大有可为

2. 知识付费

试看

视频

文章

跳转

## 下载 app 广告

### 3.带别人公众号链接

视频号下方,可以带上别人的公众号链接,这个是按照视频的播放量看计算的部分小程序提供变现工具,引流至 V 信公众号后,再进入小程序获取收益

### 4. 直播+电商

和所有的短视频平台一样,视频号也可以开直播带货的,你可以通过开直播的方式,然后在直播间挂小商店的链接卖货的

微信视频号的后端一定会有许多品牌方、主播、明星入驻电商直播;可以通过直播售卖产品来进行变现

### 5.推广小说变现

点击下面的链接有惊喜

### 6. 内容+品牌植入

视频的推广

保证情节完整性的同时保证了品牌曝光

### 7. 本地生活探店

深挖一些味道很赞的美食店

### 8. 专业领域+短视频

微信更适合私域导流,更能够长期引导,育儿、法律、保险、装修....多行业的专业人士都在分享垂直内容短视频

### 9.二次剪辑

高级的搬运

### 10.推广漫画变现

漫画的受众群里更加的精准,转化率也是相对较高的,但是制作漫画的视频相对来说内容需要有一定的功底,如果说搬运漫画视频是会涉及到版权问题的,现在一些漫画分销资源平台,是会给创作者提供一些漫画方面的资源

什么叫万词霸屏? 企业网站做万词霸屏怎么样?

“万词霸屏”的原理是什么?

#### 1.长尾词拼接

第一步: 拼接长尾词, 只需要提供‘N 个词头’+‘N 个主词’+‘N 个词尾’即可, 系统会自动在几分钟内拼接出上万个长尾关键词

词头(地域词)= 上海, 北京, 广州, 深圳, 浙江, 江苏.....

主词(核心产品词) = 搬家, .....

词尾(修饰词) = 哪家好, 价格, 公司, 怎么样, .....

自动生成: 上海搬家公司哪家好, 上海搬家公司, 北京搬家价格, .....

#### 2.伪原创技术

把相同的文章, 不同的段落拼凑在一起, 在进行关键词的替换等, 而且语句是通顺的, 达到高级伪原创的标准

#### 3.高质量的资源平台

万词霸屏外包商一般会和一些高权重平台网站合作,像慧聪网,马克波罗,中国供应商,八方资源网等高权重高流量 B2B 平台。依托平台网站先收录的一些页面,然后利用平台目录的 URL 做 JS 覆盖,镜像一个官网,把客户的网站快速推送到百度首页,达到快速排名和占位的效果

企业网站做万词霸屏怎么样?

1.点击不扣费,24 小时在线自动获客!

万词霸屏这种技术不像百度竞价,这种模式点击不扣费,24 小时在线自动获客。

2.关键词不限量,不限热度,快速上首页!

关键词不限量,上词越多,机会就越多,流量就越多,系统自动托词,快速首页排名。

3.免费自然流量,投入成本低!

免费自然流量,投入成本较低,特别适合中小企业,有效减少营销成本。

4.自然排名,客户信任度高!

信誉度高,因为是自然排名到首页,不带有广告字样,客户信任度高。

5.覆盖范围广

万词霸屏结果覆盖各大搜索引擎,实现全网覆盖,带来目标客户。

什么是“原创文章”,怎么快速组合原创内容?

1、句子原创度识别

①搜索引擎会记录每一个句子,在全网的第一次建立索引的时间,相对应的网址等相关信息。

②计算每一个句子的权值。

③判断当前页面的权威属性

2、文档指纹识别

页面文档指纹主要是指当搜索引擎通过解析页面文字性内容,每个句子之后,会给出页面一个唯一标识性的编码,它类似于人的指纹,具有唯一性。

如果目标页面内容在搜索引擎中广泛存在,那么这个文档指纹就是相同或者是相似的,当然,不同文档之间的指纹越相似,就证明文档的原创度越差。

①统计文档指纹

看看这个页面内容是否和现有索引库中的文档存在高度的重复

②统计页面原创句子

如果在文档指纹识别的过程中,存在高度重复的情况,同时你的站点又是新站,并且权威度相对的低,我们认为你的句子权值评分就是相对低的,基本上可能就会被搜索引擎打入低质量库中,很难得到合理的展现。

如果只是单纯的基于文档中相关性的词进行语义替换,理论上重新生成的内容,文档指纹的相似度,仍然是相对比较接近。

什么是百度快速收录, 怎么获得权限

主动推送、自动推送(已下线)、sitemap、手动提交。而快速收录是熊掌号下线后的又一种推送工具, 其实跟主动推送差不多。但官方说明快速收录能缩短爬虫发现网站链接的时间, 一般情况下 48 小时内即可实现收录。快速收录仅限于提交移动端页面及移动端自适应页面。

在快速收录上线之初, 是可以直接熊掌号继承获得权限的, 配额为 10 而现在要想获得快速收录, 需要关联小程序获取权限,

满足以下条件可优先获得快速收录权益: 站点关联智能小程序, 成功生效至少一条替换规则, 且智能小程序 MAU $\geq$ 1000。

友情提醒: 小程序开发者平台的 MAU 数据查询路径: 智能小程序开发者平台-数据分析-活跃用户-月活跃用户。

权益获取小贴士:

(1) 小程序 MAU 提升: ① 如果尚未开通智能小程序, 可在智能小程序开发者平台参考《智能小程序注册指导文档》创建发布小程序。② 如果已开通智能小程序, 可直接在智能小程序开发者平台关联 H5 站点并提交适配规则, 参考《关联 H5 站点》、《配置 URL 替换规则》。也可直接提交小程序资源, 参考《提交 Sitemap》、《小程序 API 提交》。

(2) 权益发放: ① 站点满足条件后, 一周内可在搜索资源平台相应入口看到权益开通提示。② 如果一个小程序关联多个站点, 满足条件后只能给其中一个站点发放权益。③ 由于快速收录工具的稀缺性, 我们也将审核站点是否合规(参考《百度搜索算法规范详解》)、资源是否优质(参考《百度搜索优质内容指南》), 优先发放给优质站点。

(3) 权益收回: 如站点与小程序未持续保持关联, 或小程序连续两周不再满足 MAU $\geq$ 1000, 将收回站点权益。

(4) 更多权益如何获得, 可参考《站点权益大放送: 品牌展现、站点 Logo、快速收录等你来》。

什么是反向代理解析二级目录, 泛目录?

什么是二级目录和泛目录

1. 什么是二级目录?

举个例子: [www.xxx.net](http://www.xxx.net), [www.xxx.net/app/](http://www.xxx.net/app/) 就是一个目录名为“app”的二级目录, 假设你租用这个目录, 你可以在 [www.xxx.net/app/](http://www.xxx.net/app/) 里发布你的内容页面。假设你发布 1 万个页面, 每个页面包含一个关键词, 搜索引擎收录 1 条就会有一个关键词会在搜索引擎获得排名, 长尾词很容易获得靠前排名。现今有很繁殖内容页面的程序, 自动提取你准备好的关键词, 蜘蛛或者用户访问这个页面会一直无限繁殖下去, 一个页面一个 url 链接地址(符合目录规则)。也有一些“万词霸屏”的网络推广公司, 用统一的模板、程序, 让他们的客户提供内容发布。



## 2.什么是泛目录？

www.xxx.net /app/是二级目录，泛目录的意思就是 app 这个目录名可以泛，www.xxx.net /app1、www.xxx.net /appd、www.xxx.net /fsdsfgd，网址后面无论带什么字母、数字的目录都可以给你用，也就是你可以用无数这个网站的二级目录。

反向代理是什么意思

租用 www.xxx.net /app/ 这个目录，那么你怎么租呢，你需要随时随地的发布、更改内容，配置程序，作为站长总不能把服务器给你吧？这个时候站长就需要通过反向代理来让你实现在你的服务器上操作这个目录。反向代理是站长需要操作的事情，跟你无关，换句话说你是租用者，不需要懂怎么反向代理。但是租用者也不是什么都不需要干的，租用者要提供给站长建好的需要发布的内容的地址和想要使用的目录名，地址打开要符合二级目录或者泛目录的规则。还是租 www.xxx.net /app/这个二级目录，租用者用服务器 ip 建站，配置内容页面，内容程序，配置好后所有内容页面必须在 ip/app/下打开，ip/app/打开的内容和 www.xxx.net /app/打开的内容是一样的，因为后者就是读取前者的内容。同理，如果是泛目录，ip/app2 能打开 www.xxx.net /app2 也能打开

什么是服务器日志？服务器日志要怎么看？

1、开始——管理工具——事件查看器——系统或者控制面板——管理工具——事件查看器——系统

2、在远程客户端，运行 IE 浏览器，在地址栏中输入“https://Win2003 服务器 IP 地址:8098”，如“https://192.168.1.1:8098”

在弹出的登录对话框中输入管理员的用户名和密码，点击“确定”按钮即可登录 Web 访问接口管理界面。

接着在“欢迎使用”界面中点击“维护”链接，切换到“维护”管理页面，然后点击“日志”链接进入。

到日志管理页面后，在日志管理页面中，管理员可以查看、下载或清除 windows 2003 服务器日志。

选择系统日志可进行查看，并且在日志管理页面中可列出 windows 2003 服务器的所有日志分类，如应用程序日志、安全日志、系统日志、Web 管理日志等

什么是快速收录的网站模板

网页标题（title）独一无二

删除网站任何页面无用的信息（包括首页 栏目页 内容页）

剔除不需要优化的页面（减少搜索引擎抓取资源分配）

网站链轮设计（站内链轮）

调整网页文章链接显示数量（包括首页和栏目页）

删除模板原有的广告（容易触发广告算法作弊）

什么样的内容自带外链属性?

主动分享内容原因

社交货币

正能量

具体怎么做?

选择话题

话题够具体

在这个细分市场中至少有 100 个 bloggers

获奖名单

对他人的认可

设计独特的奖章 logo

Outreach

在你的 outreach 邮件中,简单介绍下内容,突出奖章 logo,被分享、得到外链的概率还是很高的

1、视频号是近在眼前的一次上车机会,而且是人人能上的车

1.尽早行动,拒绝完美主义,有手机就能上车,一开始别花太多时间在打磨细节上,总是要准备好了后再做,就总比别人慢一步,可能永远也追不上了;

2.坚持发,度过难熬的启动期就行,不要走歪门邪道(如刷赞买量、黑科技违规之类的),日拱一卒坚持发就完事了;

3.不敢出境?有多种替代方案:声音配图、文字视频、带个头套、用苹果手机的 memoji 或者小米手机的 mimoji,都能不露脸;

4.没镜头感?学就是了,拍 100 个,和对标的案例对比,就培养出来了。

2、小众行业如何开始创业

1.网络信息查询行业现状:行业报告、本地服务商、百度指数、公众号、QQ 群、贴吧、知乎、新闻媒体、咨询本地工商注册;

2.同行调研:以客户身份联系本地服务商,了解业务范畴、流程、定价;

3.问卷调研:调查目标客户意向和需求;

4.做好成本核算:租金、设备、装修、车辆;

5.找到客户:去客户经常出现的场所,接近客户。

3、起名行业赚钱思路

1.给外国人起中文名字;

2.给宝宝取名竞争大,改为给公司、项目取名;

3.海外短视频布局,给外国人取名字;

4.用小语种取名;

5.从宝妈群体开发精准流量;

6.找到自己擅长的平台,操作同一个项目。

#### 4、适合“小白”操作的抖音小项目

整体思路:为动画人物做二次祝福配音。以派大星(动画人物)为例,简单来说就是截取派大星说话的素材,加上声优(配音演员)的配音,加上 BGM(背景音乐),生产出用户专属的生日祝福视频。

变现思路:一般来说,淘宝的市场价在每条 29-59 元,声优的配音成本只需 8 元,量大可以压到每条 4-6 元,纯利润率为 72%-79%。

原理:从抖音引流到微信,转为私域流量。

#### 5、如何通过线下获客及信息差获利 15 万元以上?

起初我发现某处办公楼停车很贵,不过内部有一些免费停车的福利,只要达到标准就可以享受。

通过与办公楼的管理部门多次沟通协商,我成功争取到了 20 个免费停车位的福利。

在此之后,我马上印发了一些“停车位租用”的广告名片,价格略低于办公楼的直接停车费用,并请办公楼附近的超市小哥帮忙派发。针对意向明确的精准客户,向他们提供停车位的售卖服务。

利用这个信息差,我在很短的时间里收获了 15000 元以上的利润。

#### 6、运营三年朋友圈,变现 100 万元的思路

- 1.朋友圈文案是个人化的;
- 2.用老客户的案例推荐产品;
- 3.每天发一篇读书笔记,配上读后感;
- 4.不要把成功描述得太容易;
- 5.让大家看到成长;
- 6.生活圈不能随便发;
- 7.发的内容具有分享性;
- 8.找到同频用户,观察竞品朋友圈。

#### 7、淘宝蓝海小类目玩法的七个步骤

1.选品:要选竞争小、对手弱、利润高的产品,如果要用选品工具就用“生意参谋”的“市场洞察”;

- 2.货源:1688 网站上货源比较齐全,注意选实力卖家、诚信通卖家和一件代发;
- 3.标题:选择前十名目标竞争对手的去模仿;
- 4.主图差异化、美观化;详情页抓住痛点、信任度和卖点进行布局;
- 5.上架宝贝;
- 6.补单:模仿真实的购物轨迹—搜索关键词,找到宝贝,真实下单,提高宝贝的展现率;
- 7.客服:设置快捷回复

#### 8、普通人如何在抖音上赚钱

- 1.加 1000 个在抖音上赚到了钱的微信好友;
- 2.刷他们的朋友圈,了解他们在卖什么,卖得怎么样;
- 3.以买家的身份找他们聊,觉得不错就买下商品,完整地体验流程;
- 4.再聊需不需要代理、抖音视频代发、流量合作,按照成交量给佣金;
- 5.更好的情况下,做一些修改,复刻他们的商业模式

#### 9、技术类公众号粉丝增长经验

我的公众号在 2018 年 12 月底时,有 500 多个粉丝。那时候看到有几个号主在做送书活动,既能“增粉”,也能给粉丝带来一些福利,就想着自己也可以尝试一下。

在圈友“@上海小胖”的帮助下,我联合两个号主做了一次送书活动,这次活动让我的公众号“增粉”超过 600 个,微信好友增加了 100 多个。

于是我又组织了第二波、第三波的送书活动,一直做到了 2019 年下半年。就这样,我几乎零成本“增粉”20000 个左右。

#### 10、如何抓住趋势的小机会在小众领域获得成功?

- 1.快递行业的高速发展带来末端配送的需求增大;
- 2.持续跟踪、观察、记录快递行业从业人员的行动,反推其行为模式和痛点;
- 3.工具的核心是:降本增效;
- 4.差异化做到短信、电话和闪信的强通知。

### 食品玩法大纲

食品类目只做 5 个分类

- 1、粮油米面/南北干货/调味品
- 2、零食/坚果/特产
- 3、咖啡/冲饮/麦片
- 4、茶
- 5、水产肉类/新鲜蔬果/熟食

改类目

咖啡/麦片/冲饮>>藕粉/麦片/冲饮品>>冲饮麦片

水产肉类/新鲜蔬果/熟食>>水果制品>>水果罐头

粮油米面/南北干货/调味品>>方便速食>>方便面/拉面/面皮

传货补仓

新店铺首先采集同行数据

当以上 5 个小类目快传满之后再采集爆款数据补充货物,直到货物类目传满为止,后期熟练以后,可以爆款慢慢大于同行数据

同行链接制作方法

根据搜索出的商品寻找同行店铺(可根据等级为钻级以上,产品数大于 1500 作为参考),复制同行店铺链接到软件整店选品,新店设置最低销量 3,最低单价 9 元选品

爆款链接制作方法

点击开始查询并导出搜索结果,然后删除无用的关键词。将部分关键词制作成记事本文档

注意

滤掉我们已知的会违规的商品名称,品牌等信息,然后将过滤后的链接放入选品库,通过人工鉴图在人工过滤一遍标题和图片,将剩余的链接上传店铺

人工鉴图

标题

不能带功效和英文品牌和知名品牌删除,聚划算 天天特卖等活动删除。以茶零食 米面 冲饮 为主 水产为辅 不能上功效食品,例如减肥,瘦身,降血脂,热解毒,减肥,瘦身 图片有也不可以

图片

图片里不能有淘宝活动的字样 比如天天特卖 聚划算等,主图里 不可以有

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站： <https://space.bili.com/49294801>

店铺或者旺旺水印，检测报告或者营业执照，盗图必究,授权证书等证件类 授权类图片，不可以有明星代言照片图片

后续工作

新店三天后或货物传满后阿里妈妈优惠券不限领取设置一元,其他优惠券根据店铺自己设置，设置营销计划 8%,获取商品，选择优惠券阿里妈妈不限领优惠券，自选计划 8%，公益宝贝开通设置，通用设置最低，半个月清理无流量，店铺数据稳定后可以考虑提高折扣，获得更多利润

httpd.ini,htaccess,httpd.conf,web.config 伪静态区分/使用教程

工具

不同伪静态互相转换工具：<https://www.toolnb.com/tools/rewriteTools.html>

#### 1、httpd.ini

这是比较老的伪静态组件使用的，例如 ISAPI\_Rewrite1.x full 版本、ISAPI\_Rewrite 绿色版本(1.x,2.x,3.x 的都是)、ISAPI\_Rewrite lite 版本(1.x,2.x,3.x 的都是)

#### 2、.htaccess

主要是 ISAPI\_Rewrite2.x full 版本、ISAPI\_Rewrite3.x full 版本、apache 服务器 mod\_rewrite 默认模块

#### 3、httpd.conf

西部数码有个伪静态组件用的是这个类型的规则，nginx 服务器伪静态也是这个，但是规则书写却有差别

#### 4、web.config

这种一般是 win 的 IIS7.x、IIS8.X 服务器需要的伪静态规则

视频号互选平台上线

什么是视频号互选平台？

视频号互选平台是品牌方和创作者双向互选、自由达成内容合作的交易平台。在视频号互选平台上，品牌方可根据品牌调性、目标人群等维度与匹配的视频号创作者合作；视频号创作者接受合作邀约后，将结合品牌需求及粉丝偏好为品牌方定制创意内容，最终发布在视频号内。

有哪些合作优势？丰富的创作者及商机

健康的内容交易生态

视频号互选平台是微信视频号内容交易合作的官方平台，平台活跃着大量优质的内容创作者，并聚合海量的品牌方资源。

品牌方可选择不同视频号优质创作者合作，通过创作者的创意及粉丝影响力实现投放诉求。

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

### 专业的平台服务

#### 保障内容交易及资金安全

视频号互选平台将持续投入资源, 以保障视频号互选合作内容的质量及合规。合作价格由创作者自主决定, 视频时长、制作成本、粉丝量等因素将影响最终报价。

在保障创作者合作收益方面, 平台规定品牌方下单前需预付全款。创作者每月有两次提现机会, 平台将自动付款至创作者财务账户中(企业账户需先开具和邮寄发票), 保障创作者收入快速到账。

#### 一键获取结案报告

#### 客观呈现投放效果

合作内容发布 7 天后, 品牌方可在投放端一键获取结案报告。报告包含视频观看、分享传播、社交互动等多维度的合作数据, 为品牌方客观呈现投放效果。

#### 合作案例

目前 OPPO、小鹏汽车等品牌已加入视频号互选平台首批测试计划。品牌方根据产品特点及营销目标挑选情感、旅行、运动等类型创作者展开合作, 借助创作者的粉丝号召力及种草能力触达潜在消费者。截至目前, OPPO 已就新机推广等主题先后展开四次达人合作。合作的创意内容产生百万级曝光, 并带来数十万用户点赞、品牌官方视频号关注用户持续增加的优秀合作效果。

#### 创作者加入需要符合哪些条件?

1. 视频号有效关注用户 1 万及以上
2. 成功完成实名认证及视频号认证
3. 持续发表原创优质内容符合条件的创作者将会在移动端收到私信邀约。通过点击私信中的 H5 链接, 创作者可快速了解视频号互选平台核心能力, 一键同意邀请后即可加入。另外, 创作者也可在 PC 端登陆视频号助手, 进入“创作者变现”页面, 点击“立即开通”加入互选平台。

#### 04 品牌方下单需要符合哪些条件?

1. 符合微信广告合约广告准入类目要求
2. 单笔合作预算 10 万及以上

### 视频算法特征

1、通过用户的浏览、点赞、评论给用户打上标签, 用来将系统认为的受众喜好的内容推送给他

2、新发的视频, 系统通过音频、视频切面(不知道怎么形容, 就是抽取视频的某些帧图像)判定是否重复, 达到内容初审, 过了内容初审, 送至下一步骤;

3、内容初审通过后, 通过视频的文字描述、上传者打的标签、封面(图像识别)将视频进行分类

4、将视频推送给一小部分算法标签化的受众进行测试判定, 比如一两百, 通过这一两百人的完播率、点赞/播放量比率, 播放/评论比率, 播放/加粉比率, 来判定视频的受欢迎程度, 通过比率决定视频是否推送到下一个级别的池子里继续进行验证判定, 如果继续达标, 就会继续推荐到下一个大池子

#### 人工操作

- 1、自己模拟真实用户, 浏览和所发视频内容一致的视频进行点赞, 让系统给自己

## 打标签

- 2、搬运视频通过换音频，变速，镜像等方式达到算法内容初审的要求；
  - 3、填写视频相关的文字，相关的标签，想蹭热点的标签（不一定要勾选热点标签，因为热点和视频内容如果不符，算法推荐后影响指标，进而影响爆发）
  - 4、选择吸引人的封面，封面加上醒目的文字；
  - 5、视频不要太长，除非视频内容很吸引人，因为完播率也可能是判定指标之一，视频最后加上加粉的引导文字，引导加粉
- 核心：加工优化自己认为用户喜爱的视频->算法逐级推荐用户->根据视频的指标（上面的各种比率）验证视频是否真的是用户受欢迎的，不停重复，

## 视频推广法

### 特点

- 1.流量与展现量都比较大，是刚发布不久的视频，平台让该视频有一定的曝光率
- 2.粉丝人群可以细分划分，可以控制，如男粉，女粉，甚至辣妈，少女还是大妈。
- 3.可以持续吸粉，上传成功一个视频后，是一个一劳永逸的事情，因为只要视频不删除永远存在，等着粉丝加就可以了

### 基本操作与细节

注册账号，几种登录方式，但可以去淘宝上买，10 块可以买 200 个，小技巧：昵称改为微信号（XX 微号：。。。。），头像改成二维码

寻找你的目标粉丝喜欢搜索的视频类型，如面膜要找小女孩，就要找小女孩爱看的电影、快乐大本营等。美容、彩妆、瑜伽都是女性粉丝看的

### 粉丝类型

优酷指数、百度指数、淘宝指数、微博指数

### 下载与制作素材

#### 原创

植入微信

文字

昵称改成联系方式

QQ1648567300

语音

#### 搬运

#### 剪切

### 编辑所准备的素材

屏蔽原则：视频伪原创，无价值的，纯广告，无论加微信号肯定屏蔽，如果内容不错，加微信号运气好可能不会屏蔽，但微信号要做一些文字处理

### 下载别人视频

做进微信号会有广告嫌疑，被屏蔽的机率很大，山寨的水平：美图秀秀做字幕，用视频编辑工具放到视频的中后段，不要超过 20 秒

### 重点视频上传的细节

1.上传前策划好关键词,关键词(吸引人,不要含有广告性质,读起来通畅)最好是能在百度指数上能搜索的到的,如果不太会优化也可以直接复制别人的。

2.上传信息中不要留有任何联系方式

这样做是增加视频的审核通过率,如果留了微信,QQ1648567300,电话 通过率会大大降低。

3.视频发布成功以后就不要再更改原有信息了

不然很容易被屏蔽,删除,得不偿失

如何提高视频审核率

1.清晰度高的视频

2.视频信息中勿写联系方式

3.视频内联系方式从头到尾

4.可看性 是否有价值

5.关键词勿重复

6.文不对题

7.敏感词

8.违法关键词与视频

9.原创视频通过率高

审核不通过

id 问题

ip 问题

缓存

同一个视频

影响视频排名

A、视频和搜索的匹配度。

B、近期上传的排前面。

C、视频的清晰度,超清排名在高清之前,高清在普清之前。)

D、老号的权重会比新号要搞,审核通过率高的号会比审核通过率低

手机端百度霸屏引流和电脑端百度霸屏哪个好

手机端百度霸屏

主要以:视频,知乎,聚合,贴吧展现

通过好看、B 站所发布的视频,收录之后,根据用户喜爱度和平台推荐,获得手机端百度聚合排名

电脑端百度霸屏

主要以:知乎,百度自家产品展现等



手机零件如何打开销路

个人操盘

手机店供货

低价永远是入场券

一元进价手机线（留下公众号二维码）供货 2 元手机店回收坏线换新线

当老顾客找手机店换坏的线，手机店就顺便推其他产品；当手机店换

线找你就顺便推手机

公众号二维码

扫码登记可旧线换新线

关注公众号就推客服微信，

顾客加上客服微信之后，

自动回复海报与文案，

转发海报然后截屏，

自动拉进换新群

最大化顾客价值

用微信私聊+群聊群发

告知第二天将开抢的热门机型，

也是用爆汁裂变让转海报，

才可获得入群资格

进群后收自动回复：

群内满 300 人马上开抢，

否则第二天中午 12:00 开抢，

拉人前三多还可获 100 元红包

开抢玩法是公布起拍价，

（也就是手机的拿货价），

10 分钟内出价前 10 高拍走.....

然后再安排 5 个左右的托，

抬价保证每台 500 元利润

流量入口

1、现有渠道的存量创新

A、

买各地便宜的公众号，投放旧线换新线广告

B、

阅读原文发拼团活动，拼满三人可三元买线

各地手机店

A、

天眼查 <https://www.tianyancha.com>、

企查查 <http://www.qichacha.com>、

启信宝 <http://www.qixin.com>，

找各地的“手机”相关商家

B、

用电话销售，

推三元一条线、  
坏线换新线政策

## 2、校园渠道的增量创新

以促销赠品的名义，

送出一批换新卡，  
只要扫卡上二维码，  
拍 0.01 元的商品，  
然后加客服的微信，  
发送手机的照片，  
就可以以旧折新了

因为手机进价低，

旧机折七八百不亏.....

校园店只要帮发，  
就可拿 N% 的佣金。

然后回收的旧机，  
以及部分换代机

A、

先在大学招实习生

B、

让他用卖二手名义，  
在线上的 58、百姓、赶集、咸鱼、转转、  
在线下的校园论坛与 Q 群，宿舍楼布告栏，  
高价出掉，赚点佣金

C、

再混各地的老乡群

群里转让手机，

（说是收的礼物），  
能卖出多少就算多少

## 高中兼职线

当地论坛、当地百度贴吧、豆瓣、兴趣部落、当地 qq 群、当地微商  
群中发小广告，说加客服出示高中准考证就可以定制免费的青春纪念册（1688 采购）

等加上客服自动回复，

转发两张海报加领取群，  
海报关于 3 元买线与以旧折新，  
加群里才能免费送 1 本，  
加送 1 条手机线。

只要班上有 1 个人在这买手机，送全班青春纪念册.....

让他们自己去说服班上的同学。

而购买手机线与手机的，再电话联系，问做不做大学生代理

## 大学兼职线

让兼职做的是，每天盯本校贴吧，新生询问就留微信加到微信；  
然后旁敲侧击告诉新生自己兼职卖手机，同学以旧折新；  
看中下店定金，自己为他留着，报道时现场挑货。

不管买不买，都转发 3 元买线给对方占便宜

### 3. 裂变

攒下的老顾客，

（通过换新卡的登记资料）

（通过实习生的发货地址）

都让客服加上微信，

为对方定制换新卡，

对方只要随手一转，

就可拿到 N %佣金；

然后再过一段时间，

所有有成交的老客，

问愿不愿意升代理，

只要帮开发手机店，

以及其他的校园店

团队操盘

团队内容的建议

每周定时更新 2 篇

每次发文文末都放上抢购场链接，扫码添加微信客服为好友即可参与抢拍

场

团队更好的引流

a、贴吧和头条

贴吧加上给抢拍场的引流，名义是 XX 手机 XX 元就出，贴吧私信联系。

然后只要有人联系，就说已经卖给老 K 了，让关注公众号抢拍

头条也是搜索所有手头有的新机、二手手机机型，所有文章下方用水军自问自答这款二手的哪里有卖，然后回公众号 ID

b、论坛和群

如果货源多可以让群主帮你卖，也能在群里吸引不少人关注你的抢拍场

报价图片展现

微店

交易

微店或小程序交易

以快速收款为重点

QQ 群活跃度

用每周甚至每天一次的抢拍，定时激活用户

资金支出

编辑以洗稿为主的结构

小程序开发

即刻应用

有赞

老顾客裂变

加上利益分享机制，接入一个二级分销商城，为他生成专属二维码，然后玩的是让他拉来的人在公众号后台回复他的 ID 就显示二维码享受优惠；他也能涨积分

有条件，加入一个回收换积分的活动——只要对方寄来二手机，我们评估后给对方积分，积分可用于折价换购新机——这样就让我们的新机有了老客，同时把他们锁得更

牢，更爱推给朋友涨积分

公众号名字

小视频引流

用美女或逗逼发布抢拍会开场视频

私域流量

手上有几万本地宝妈的手机号码，有什么好办法可以转化到公众号或个人号吗？

淘宝主的做法

发短信：亲，你之前买的商品降价了，加微信给你退款。

亲，你之前买的商品有新款式了，加微信免费领试用装

这些手机号码怎么来的

做活动涨过来的？按照活动的流程，想一个话术：亲，你之前想领的绘本到货了，加微信免费借阅

微商

小号 ip 新产品

私域流量玩家的痛

核心

只要引流速度快，F 号就追不上我

### 1、买号

注册 1 年以上的微信号，有发朋友圈，每个月有正常支付流水等。

从朋友圈收号，或者地推收号，一定要这种私人号相对安全很多

### 2、养号

开 4G 流量使用微信。

微信运动开启。

朋友圈点赞。

朋友圈更新内容（要定位，不能同个位置）。【重点】

与好友语音通话半个小时以上。

微信授权的游戏玩十分钟以上。

视频号点进去刷几分钟。

公益捐款不定时要捐些小金额。

手机让员工带回宿舍（做公交的刷公交，坐地铁的刷地铁，以及早上买早餐用公司微信支付）

### 3、上号

尽量不挂任何软件（貌似对返利淘客来说这点不太可能，必须会用到软件）。

一机一卡微信 这个是标配

微信号（sm）十名问题

- 1、家族大的可以动员身边的关系解决。
- 2、最高效的办法是让公司员工来开一个（入职前需提前告知）基本都会配合。
- 3、让客服操作的每个微信号都加上关系好的朋友，需要 5 个左右。预解封用，每个月补贴 100 元给客服，相当划算。
- 4、朋友圈相册封面、个性签名，留 qq 号，例如：微信若长时间未回复，请加 qq1648567300

送资料刷屏实现 3 小时涨粉 3000 人

基本过程

通过包装吸引眼球——关注公众号---回复关键字——领取资料（不需要什么点赞、转发、邀请）--- 用户主动转发

海报设计

100 万新媒体写作干货免费送

- 1，海报优化了标题，加入 100 万新媒体干货，
- 2，加入 33 岁.34 岁.35 岁经历，更有人情味
- 3，加入原价 299 元，凸显内容价值

文案话术

测试方案

- 1，好友建议学习专业的海报和话术
- 2，朋友圈文案小范围投放文案修改

执行细节

50 个 KOL 准时发朋友圈

任务宝和建群宝

任务宝给服务号引流

建群宝转发海报到朋友圈送资料，点赞实体书籍

新媒体小技巧

- 1，把免费内容做到最好
- 2，优化用户体验，点击链接可见即可得
- 3，优化关注话术，强化用户体验（关键词，不需要转发）

背后逻辑

关键点：吸引（看到）——打动（关注）——感动（转发）

吸引你——把赠送海报设计得足够有吸引力

打动你——完成承诺，不需要转发、集赞拿到出版及 PDF 文件

感动你——一对一留言，加好友回复鼓励转发

搜狗无需任何技术 纯域名排名首页教程方案

案例

操作

域名

数量至少 1000 个

搜狗 快照当天收录 正规企业 QQ 微信不拦截 没被墙 最好是带历史 这样后续有的会把历史收录放出来（事业单位备案最佳）

程序

镜像：蚂蚁或者小偷或者克隆

目标站

Tdkb

教你快速开通百度/360/搜狗站点 LOGO 展示图标

百度搜索 LOGO 权限展示开通方法

1、登陆百度搜索资源平台（[ziyuan.baidu.com](http://ziyuan.baidu.com)）后台，在搜索展现 -> 站点属性里面可以看到。

2、做好网站文章质量，每天提升，保持优质的网站会自动开通提交站点 LOGO 的权限。（伪原创和搬运就不知道了哈）

3、如果保证不了文章质量优质的话，在没有违规的情况下可以通过百度论坛 用积分兑换权限

360 搜索 LOGO 权限展示开开通方法

1、360 搜索的站点 LOGO 是采用自动摘要的形式，自动生成站点 LOGO。

2、我们可以通过设置 og 协议的图片标签，让 360 搜索引擎自动进行抓取。

3、在网站首页的文件代码</head>标签前插入一小段代码，代码格式如下，Emlog 模板在 header 文件里面添加即可。

```
<meta property="og:image" content="logo 地址" />
```

4、完成上面操作等待 360 搜索引擎自动抓取，一般一个星期左右即可让网站 LOGO 展示在 360 搜索引擎中了

搜狗搜索 LOGO 权限展示开开通方法

1、登录搜狗站长平台可向搜狗搜索提交自己的站点

2、搜狗站长平台，点击网站支持 -> 匹配网站 logo，提交站点 LOGO 即可

3、注意搜狗审核标准哈

4、搜狗 匹配网站 logo 审核周期一般为 7~10 个工作日

搜索留痕

联系方式

网址

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：<https://space.bili.com/49294801>

qq、微信、电话等

Q1648567300

词

关键词

修饰词

权重词

干扰词

转码

提交

蜘蛛池

搜索引擎

Ip

搜索引擎的工作原理

抓取

搜索引起抓取程序：蜘蛛

百度蜘蛛：Baiduspider

谷歌机器人：Googlebot

360 蜘蛛：360Spider

其他：百度一下：各大搜索引擎蜘蛛名称

蜘蛛是怎么来抓取的

外部链接

提交链接

蜘蛛自己来

怎么知道蜘蛛有没来

百度平台的抓取频率

服务器日志日志

影响蜘蛛抓取的因素

路径过长

网站速度

中文路径

过滤

为什么过滤呢

互联网大量的无价值页面，死链接，欺骗页面

节省搜索引擎工作时间，服务器资源

影响过滤因素

识别

文字

链接

图片

视频

用户受众

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX：1648567300

内容稀缺  
页面质量  
网站权重  
时间因素

收录

查看

site:域名  
百度站长平台

记录

网址  
记录三大标签  
记录源代码

收录率?

排序

注意

方向问题  
时间问题

## 搜索引擎权威性解读

权威性的作用

1、对百度搜索而言

为用户提供可信赖的权威结果，能够提高用户对百度搜索的信任，增加用户黏

性

2、对于开发者而言

生产权威可信的内容，有利于增加曝光度，获得更多的搜索流量

什么是权威性?

指让用户对内容产生信赖感，不会对结果产生质疑的特性。权威性的评估对象是内容的背后主体，而非内容本身。如果是网站维度发布的内容，需要判断该网站的权威性。如果是账号 ID 维度发布的内容，需要判断该账号 ID 对应作者的权威性。同一个网站的内容权威性大概率是一样的，同一个作者的内容权威性大概率也是一样的

怎么判断权威性

靠谱——出身可考究：网站有备案或作者有认证

国家工信部有 ICP 备案号

靠谱体现在该作者在对应平台经过认证，包括身份职业认证，领域认证，加 V

认证等

主体备案号可以在百度搜索资源平台—搜索服务—站点属性中填写与修改

专业——术业有专攻：发布的内容领域相对专一

迭代——内容会保持一定频率的更新

日更或者周更

领域权威性

在用户的搜索需求中，部分内容并非一定需要权威性的结果，或者说在该内容领域，权威性的作用并没有那么突出



对于部分生活类问题，不一定需要权威性结果

权威性之官方寻址

官方结果的理想态

#### 1、百度搜索需求下召回官方结果

(1) 百度搜索策略识别 (2) 网站对百度搜索开放

#### 2、正确展示官方结果的标题与摘要信息

(1) 百度搜索策略挖掘 (2) 完善网站信息

3、官方标志的展现，目前只向公立机构开放，相关机构负责人可以通过官网保护共建平台提交申请

建议

1、网站对百度搜索开放，避免对百度蜘蛛爬虫的封禁，采用合理的 robots 写法，避免 IP 封禁；

2、建站流程符合国家法规要求，网站进行 ICP 备案；

3、如果网站更换域名，请及时在百度搜索资源平台的网站改版工具来提交您的改版关系，加速百度对已收录链接的新旧替换；

4、内容建设应该提高权威性，综合考虑综合性内容平台和垂直领域内容平台两种不同的路线，建议专精其中一条路线；

5、深耕垂类，积极生产优质内容，进行身份认证，树立自身品牌，参与百度生态内的合作；

6、与百度保持良好的沟通协同，充分利用百度搜索资源平台的工具和服务。

互动答疑

1、内容更新频率是不是一定要固定，假如我这个月每周更新一篇文章，但是下个月两周更新一篇文章，这样可以吗？

答：可以的，只要大家稳定保持账号活跃和内容更新，满足用户的内容需求即可。但是如果部分开发者出现一年更新一次或者不更新的情况，就会影响用户体验。

#### 2、权威性占百度搜索排名的优先级有多高？

百度搜索排序是一个综合性的考量，涉及到内容质量、百度搜索算法规范、落地页体验等多种因素，权威性只是其中的一个衡量维度。

#### 3、网站备案是基本门槛吗？

是的，网站备案是一个比较重要的信息。建议大家建站后根据国家法律法规的要求及时申请备案

所有带货的文案，都包含这 4 个部分

看简化说明，附件不看也无所谓

所有以“卖”为目的的成功文案

营销老手 + 英文好的，可以看文档

(1) 背景：搭建一个场景，让看到的人感同身受，有共鸣

(2) 承诺：我有什么，能让你有啥变化

(3) 证明：为什么你该相信我？如果你质疑我，我会如何回你？

(4) 刺激：为什么你【现在】就该买？

## 淘宝黑搜技术如何加重人群标签, 获取超精准流量

### 方法一

- 1、单品上架第一天, 找 10 个号 (怎么找? 我就不多说了, 前面也提到过)
- 2、然后搜索宝贝的全部标题, 进入自己的宝贝链接, 然后返回, 再货比 3 家。
- 3、收藏、加购别人的单品, 然后下单 (别付款)
- 4、回到本店, 收藏、加购、下单, 不付款 (等订单自动超时取消)
- 5、第二天, 重复第一天的操作。
- 6、等别人订单, 超时取消后, 让他进入“猜你喜欢”看看能不能找到
- 7、如果找到, 直接下单付款。
- 8、如果找不到, 直接搜索全标题下单付款。
- 9、取消别人的收藏、加购。
- 10、以此类推, 单数可根据自己的类目来做调整。

#### 【提示】期间注意产品的定价

- 1、搜索你要定价的范围, 竞争对手有多少, 能否竞争的过。
- 2、在回头看看自己的售卖价, 价格区间卡的如何?
- 3、如果没问题, 就开始做, 过两天, 效果就出来了。

### 方法二: 搜索卡标签

- 1、用一个号, 每天搜索一次关键词, 高客单价。
- 2、收藏、加购别人的, 不付款。
- 3、第三天, 重复上面两步操作后, 来你家下单付款

## 淘宝客推行渠道有哪些?

### 1、经过微信号站街主动加人

群控配上加人软件、本钱高、需求买许多手机+群控系统、人力少、流量多、转化率低、品牌作用低。引过来的女粉、大多微商、一般女人少、东西号多、本钱超级低一般用来卖给他人、玩法多、受伤多

### 2、微信大众号投进文章

本钱高、人力少、(找对人、找对号、作用就非常好)合适女人暴利产品、流量高、转化率高、约 30 元一个人、品牌作用高。一般经过微信大众号文章发放、粉丝针对性较强、需求好好挑选大众号、以及人群!

### 3、百度系(知道、贴吧、百科)

本钱低(帐号本钱)、人力多(要会修改内容, 高权重帐号)合适悉数、流量低、转化率高、品牌作用高。自问自答、或许直接用高权重帐号回答他人问题、需求必定技术。一般发女人类话题、纷歧一举例、由于举不完! 贴吧招引女人、一般为送宠物、或许讲故事

### 4、自媒体平台写文章推荐(推荐)

淘宝客推行, 本钱低(帐号本钱)、人工成功高(要会修改文章、发健康、美食、女人类文章)合适整个职业、流量集中、转化率高、品牌作用高。一般修改文章、发送平台、要熟悉平台规矩、需求量化、收益才高。一般发护肤、宝妈、美食类文章。

### 5、自媒体平台广告

本钱高(广点通、竞价等) 人工本钱低(会投进广告、会监控数据即可)合适暴利女人产品、或许一些冷门暴利女人产品、流量作用高、转化率高、品牌作用高。本钱高、不合适新手

## 6、IM 推行(QQ、微信、旺旺)

淘宝客推行, 本钱低、人工本钱低、(只要会群发消息就行、一般人都会做)

合适整个职业, 能够做淘客、微商、暴利产品、转化率低、品牌作用低。

需求量化、多账号一起操作、挑选好客户群体、只需求准备好广告词、组织人去发就行!

## 7、软文推行

本钱中、人工本钱中、需求不停地付费, 作用好、流量精准、转化率高、品牌作用高。适用悉数职业、只需求找对人群和软文内容就行。

做女人产品就针对女人查找什么关键词、做软文推行就行。软文推行最大的优势是在于软文保存时刻长, 几年前的文章都还能找到, 对品牌曝光有非常大的优点, 但引流作用差, 90%的网站都不让你带链接。

## 8、SEO 查找引擎优化

本钱小周期长、需求 SEO 人才、作用不可估量、合适整个职业。流量中、转化率中、品牌作用高。SEO 会越来越趋于理性化, SEO 会成为各个公司的标配, 而不再是少数人玩的东西

## 9、SEM(查找竞价)

本钱高、需求 SEM 人才、工资较高、合适暴利产品、流量高、转化率高、品牌作用中再好的转化、都需求一个好客服转化

SEM, 金钱投入和人力投入都非常高, 而且对人的要求也比较高, 一般人做不了。高投入必定会有高收益

## 10、EDM(邮件营销)

找人群发邮件要花钱、人工本钱低、可是标题和内容特别重要、

可用于、电商、淘客、暴利产品、流量低、转化低、品牌作用低。

EDM 三个中心是到达率、翻开率和点击率

## 11、活动营销

本钱高、宣传费+奖品、人工费用高、需求很多人力、前期需求谋划好!

流量大、转化率高、品牌作用高、合适电商、微商、产品。

活动营销想要作用好, 规划这个活动就尤为重要。由于这两年微博微信搞的活动太忽悠人了, 什么转发抽奖、分享抽奖、给孩子投票现已不合适公司做了

## 12、广告直投

本钱中、人工本钱低(监控流量、监控转化率)流量作用中、转化率中、品牌作用中先做广告投进、需求调查网站以及活跃度。

投广告有作用没?当然有, 关键是要选对当地, 你的用户在哪里就去哪里投。但从统计数据来看 80%投进的广告作用一般。可是如何能像阿里云那样砸钱投广告的(它这段时刻在各大站长类网站投了很多广告), 尽管作用不好, 但品牌得到了十足的曝光。

## 13、联盟广告投进

本钱高、合适 SEM 的工作、合适产品、品牌、企业、流量低、转化高、品牌作用高

## 14、微博推行

本钱高、人工低、找对号、找对人、作用就好、引到微信大众号上、或许个人微信较好、转化率中、品牌作用中女人推行、一般是找女人宝妈类、推行软文、或许推行食疗、或许直接推行微信大众号。

#### 15、QQ 群排名优化(推荐)

本钱较低、人工本钱中等、合适各个职业、流量精准、转化率高、品牌作用高。

一个 QQ 群、每个月本钱约 20 元、需求 QQ 群排名技术、需求很多 QQ。

直接找他人做、本钱较高、一般女人关键词直接做、宝妈、护肤不等.....

#### 16、地上推行

本钱较低、人工本钱中、流量精准、转化率中、品牌作用中。

找一些大学生、在线下做产品推行免费送试用装、或许直接送小礼品、让女人重视微信大众号

#### 17、淘宝推行

本钱中等、人工本钱中等、流量满是淘宝流量、转化率中等、品牌作用中等。

找一些淘宝商家谈协作、让他们邮递产品的时候、在包裹里面加一个二维码、加你晒产品就领红包的那种！

#### 18、短信群发

本钱低、人工本钱低、合适悉数职业、可是手机号码也要选对人。假如群发女人、能够找淘宝商家购买

### 淘宝上架方案

起店铺环节准备好 4500 产品，（产品存仓库是不受类目限制，上架才限制）也就是 15 天的时间

行业对照类目表格

选品的思路

淘宝相关词，

去搜索拼多多的，

一般会从淘宝下拉词，

拼多多热搜下拉词

核心：高流量

第一批词语 尽量用直通车（飙升词语）

挖到拼多多采集的软件里面去采集

第二批：热搜词（销量大于 5000）

第三批：直通车飙升词，总店爆款，同行爆款，蓝海数据

价格

总店爆款上架比例低于他的价格（不用刷动销）

总店爆款（比他便宜 5 块差价以内）

付费支持

花呗、信用卡、淘金币

公益宝贝、运费险、淘宝客佣金

## 上架

### 11.第一天上架 500 个宝贝

因为每个人店铺等级不同

第一天最大化上架

第二天还是上架 500 个宝贝（如果类目限制或是等级限制根据自己灵活调整）

第三天到第七天同上

第八天下架第一天上架访客低于 1 的宝贝

第九天下架第二天上架低于 1 的宝贝

每天重复下架之前上架访客低于 1 的宝贝

第十一天把开始仓库中的宝贝一次上架 500 个

第十二天把仓库的宝贝上架 500 个

## 核心

店铺初期做低价产品（5-10 元）（1-15 天）。

中期做适当提高一些价格。（10-50）15.-25 天。

店铺后期稳定之后，加一些高客单产品（30 天以后）

一般一个周期就是 15 天

## 淘宝之虚拟产品玩法

### 优势

1.一次投入，终生受益（购买一次，后面在卖出 0 成本）

2.无需物流，无售后（不支持退货）

3.回款快（一般情况下是 10 天，现在全部变成了 20 天，有的消费者会提出当场让我发货，他确认收货的）

4.自动发货（如果有爆款出现，可设置自动发货，无需人工操作）

5.店铺出单快（我们这边测试的店铺，基本上线就可以出单）

6.利润高？（我也不知道这算不算是利润高）

### 劣势

1.各种违规（主要是售假、侵犯著作权、发布违禁商品、危机安全交易）

1) 售假大家都懂

2) 侵犯著作权（我问了很多，说这个没事，）

3) 发布违禁商品（根据我的经验，这个全凭运气，我测试差不多 15 个店，有的店铺是第二次就出严重违规-12 分，有的店铺 10 次都没问题，有的店铺 1 次就出）

4) 危机安全交易（目前测试的店铺，出了 2 个）

5) 需要购买百度网盘会员（这些应该不算把）

6) 消费者恶搞（如果有消费者懂规则的，他买了，就来找你申请退款，但是你没证书，淘宝介入的话，你基本是凉凉，我一般是轰炸机伺候）

7) 客服（这个很重要，我测试过，有客服和没客服是天差地别，我在家一般是起来了就坐在电脑前面，没离开过）

8) 账期延长（这个我只有 2 个店碰到了）

软件：发多多（采集） 妙手（上传）

## 产品

一建、二建、会计师, 英语四级, 6 级, 8 级, 专业英语、知识付费产品

官方, 正版, 考试书, 书本, 全套, 包会, 包过, 教材, 真题试卷, 习题册, 正常发货, 环球网校, 复习资料, 怎样解题, 学业水平测试, 必备知识关键能力, 统一卷, 记忆思维导图, 定律手册, 卷子, 手册, 赚钱, 招聘, 公考, 本子批发, 学业水平考试, 单元券, CAD, CDR, 万元, 提分笔记, 教材全解, 纠错本, 公式大全, 解题王, 划重点, 教材完全解读, 直通车, 整理本, 达标卷, 天天练, 练习册, 同步导练, 一本通不训练, 知识清单, 手提包, 图解速记, 新题型, 考点电子库 word 版资料试题, 考点电子库 word 版资料试题, 绝地求生, 吃鸡, Facebook, 电商, 蜜雪冰城, 星巴克, CoCo 识字卡片, 特级教师, 系统总复习, 描红本, 题型清单, 练到位, ps2019 软件安装包, Camtasia, studio9, stata 软件, 今日头条, 虚拟产品, 王者荣耀, 跨境电商, 电子书, 书, DVD, DVD, 圈考点, 五本套装, 优化设计, 图解速记, 手提包, 新题型, 押题, 点拨, 点读笔, 点读机, 新视觉, 点读笔, 点读机, 新视觉, 一线名卷, 黑白题, 基础训练, 题帮, 辅导资料, 全真试题,

## 注意

类目要错放

音频及会议系统 和 服饰配件/皮带/帽子/围巾>其他配件

1.8-2.2 倍上传

品牌删掉

## 提高百度指数的方法

用户搜索

关键词(品牌词)或者域名

媒体舆论信息

某个关键词被多加权威媒体关注并发布该关键词的文章

黑帽

代刷、劫持、蜘蛛

## 提升关键词质量度

核心

要提升排名, 一是提高出价, 二是提高关键词质量度

质量度与什么有关

一是预估点击率, 二是关键词及其关联的创意的相关性, 三是关键词与落地页的相关性

相关性越高, 关键词的质量度则越高

如何使用“提升关键词质量度”建议?

有 2 个关键词与落地页相关性弱, 导致质量度-落地页体验低于平均, 可能影响广告展现。系统给我们的建议是进行修改落地页, 提高落地页和关键词的相关性, 以获得更多展现量

在下面的关键词列表中, 有关键词访问网址和创意访问网址。一般, 关键词层级加 url, 那么关键词 url 则为访问的优先层级。如果关键词层级不加 url, 则创意层级必须加 url

对于系统给出的“待优化关键词”，我们需要这样优化：

检查一下页面与关键词的一致性，如果一致，则不管，如果相关性很弱，则需要修改页面。

假设账户要优化质量度的关键词比较多，则可以把这些待优化的关键词列表下载出来，在表格改好之后再去助手修改。

不断提升关键词质量度的直接意义与长期意义

提升关键词质量度，除了能降低出价成本外，最主要的是，关键词与页面保持一致能直接的提升页面转化率

提高关键词质量度是能很快很直接提升转化的

“提升关键词质量度”还有哪些建议和作用？

分析关键词与落地页相关性弱的原因及优化方向

1) 该关键词未被添加至最适合的单元：则可在关键词列表删除该关键词，并添加至适合的单元以搭配最佳的落地页。

2) 落地页上缺乏该关键词相关的产品或服务介绍：则可修改落地页内容，增加关键词相关的产品或服务；或制作新的落地页，并修改关键词的访问网址。

3) 该关键词的访问网址设置错误：则可为关键词更换恰当的访问网址。

4) 该关键词与自身业务无关：则可删除与业务无关的关键词。

5) 关键词均使用统一的创意访问网址，与关键词相关性弱：建议为关键词设置单独的关键词访问网址。

诊断功能可以修改落地页后对关键词再诊断。便于对关键词的落地页做跟踪

1) 如果您需要为关键词设置/修改关键词访问网址，则可以直接在优化中心建议中，选择需要修改的关键词进行批量修改关键词访问网址，修改后系统会自动对关键词发起重新诊断，一般会在 24 小时内完成诊断，如果关键词落地页体验达到平均水平及以上，会从“待优化关键词”列表迁移至“已优化关键词”列表，代表该关键词落地页体验相对良好。

2) 如果您修改了落地页内容，则可在修改完落地页内容后，选择使用该落地页的关键词，点击“重新诊断”，获取关键词的优化效果评估。

3) 如果您在优化中心以外（如推广客户端、关键词列表）修改了关键词访问网址，则可在优化中心该建议中，选择优化的关键词，点击“重新诊断”，获取关键词的优化效果评估。

4) 如果您删除了该关键词并重新添加至其他单元，则优化中心建议中该关键词会消失，您可等待新关键词质量度数据更新。或点击“下载”按钮左侧的“前往关键词质量度预检工具”，在投放前预检关键词与新落地页的落地页体验

黑帽 seo 收徒提升内容页质量，该如何配图？

#### 1、图片相关性

##### ①强相关

①高质量且具有较高的视觉体验，色彩鲜明，眼前一亮。

②紧扣页面标题。

③调整图片大小，有利于 SERP 出图，比如：3：2。

##### ②弱相关

行业概况图片，并不是针对当前页面主题的描述

##### ③不相关

通常是随机性的图片

#### 2、图片的数量

3 或者 5 是一个相对比较适合的数量, 并且都非常有利于在 PC 端与移动端出图, 从而提升页面点击率。

### 3、图片的版权

### 4、图片的设计

每个网站都在展现相同类型的产品, 如果条件允许的话我们建议还是找一个设计师做几个 psd, 我们针对不同类型的产品自我生成原创图片即可

### 5、图片的批量

根据文章标题, 自动生成原创图片, 并且随着网站内容更新自动发布。

你只需要设计一个固定的图片背景模板就可以生成海量的图片。

通过 Google 挖掘细分市场的一个案例

#### 第一步: 通过 Google 挖掘痛点

从自身实际需求出发, 从自己所在行业或者所关心话题出发, 从互联网巨头周边出发

微信公众号的数据服务 (新榜), 微信小程序的导航 (爱范儿)

一些很小众的需求

开两个微信 APP

#### 1. 挖掘痛点

Google 的下拉框和推荐搜索词

『instagram download video』、『instagram download pictures』

#### 2. 确认痛点

在网页 Instagram 上确实无法右键保存别人上传的图片, 右键另存为的功能被限制了。这个限制其实很常见, 很多网站包括知乎, 出于版权保护或者其他目的, 限制了直接在站内复制文本或者保存图片。这就像, 使用微信时, 收到朋友发来的语音, 想转发给其他人, 却发现不被支持

#### 3. 挖掘现有的产品

instagram download pictures

#### 4. 商业模式研究

盈利方式是 Google AdSense 广告系统

用 SimilarWeb (网站流量数据统计插件) 查一下

#### 第二步: 模仿的基础上创新

紧盯市场新热点, 快速跟进优化, 利用自己的流量优势实现整体替代

1. 综合比较现有竞争对手, 梳理它们已经呈现出来全部的功能点, 根据自身能力和用户的需求做出功能点的取舍, 设计产品。只需要体验好一点点就够了, 比如界面上更清爽些, 或者功能点上更贴心一点;

2. 提前思考流量获取方法和流量变现方法, 并在产品上体现出来。前置商业模式和流量的思考, 这一点很重要, 一个有运营思维的产品经理和没有运营思维的的产品经理在这里会有很大的差距;

3. 一定不要重复造轮子。能在 github 上找到开源的代码的尽量用现成的

产品的设计应初步覆盖以下点

1. 免费的基础功能点。基于单个账号以及单个链接的图片、音频、视频下载



功能，在 github 上搜索了下，发现已经有几百个现成的代码了，直接拿来用。

2. 收费的增值功能点。从我的过往经验来看，在同样的流量下，一个设计的比较好的付费服务的收入是广告收入的 10 倍以上。基于『Instagram pictures download』付费服务有付费批量下载、付费基于关键词下载、付费基于动态提醒，付费下载年度 top 并生成拼图等，最终选择哪一个模式是一个需要不断去试错的过程；

3. 增长黑客点。考虑哪些功能点可能引爆产品？激励功能比如分享网站到社交平台可以免费使用网站的付费功能，自动生成年度最热拼图并分享到社交网站等。这些潜在的增长黑客点在设计产品的时候一起考虑进去。

通过以上产品的系统思考后，业务逻辑、产品功能点已经基本理顺，接下来可以进入开发阶段

1. 如果懂技术的话，尽快开发完成上线验证最重要。

2. 如果是非程序员（我猜有很大的比例不是）

这个过程就是一个从真实的场景出发，带着明确的目的去学习编程的过程：如何爬取数据，如何设计数据库，如果设计前端，如何接入支付系统，如何做分享功能等，这个过程一定是一个非常有意思、非常有动力的过程。

第三步：自增长

冷启动

评测类型的网站

36kr，小众软件

how-to 网站

ahrefs.com(外链查询网站)

mashable.com、lifehacker.com、makeuseof.com、pcmag.com 等流量巨头都推荐这个小工具网站

头条

文章处理过程

消重

有版权

原创

体验好

先发

审核

拦截不适合推荐的内容

黄反、低质、旧闻

限制推荐范围

地域

质量：标题党、低俗、软文黑稿

服务

速度快，过审快慢不影响推荐效果

标准稳定，不用尝试重复提交

不推荐的文章可进主页，可隐藏

## 特征识别

大类 30+

小类 1500+

实体词 60000+

## 推荐

冷启动

订阅、兴趣点、相似人群

扩大推荐

点击率高

阅读深度

广度, 适应人群大

深度, 领域内相对突出

限制推荐

用户举报和负面评论

无效点击

过时效

## 人工干预

推送

设备数

点击率

速度, 竞品对比

要闻

一级二级要闻

自动要闻

点击率和举报负评监控

要闻盲评

保量

提升作者满意度

文章冷启动

保量池机制

探索

挖掘潜力, 从无到有, 从少到多

让本有能力在平台上活跃的领域迅速发展起来

## 头条号的价值

评级

映射

分类、区块关键词粒度评级

转载升级

浮动

机器发现

人工确认

盲评验证

难点

影响推荐?

数据硬指标？

公开？

来源价值

推荐文章量、展现、点击、停留时长

原创率、不可替代性、旧闻率

举报、降权

来源最高评级、平均文章评级

头条号指数

互动性

请作者多在评论区内与读者互动

文章具有较多的评论

文章质量好，引发更多的转发

专业度

专注自己的发文领域

发自己擅长领域的文章

健康度

配图合理

语句通顺，标点得当

可读性强，文章内涵有深度

标题不夸张，内容详实可信

活跃度

勤发文，少删文

原创度

头条首发、早发、先发

内容原创

订阅

突出作者

推荐头条号

增强有订阅关系的文章推荐量

粉丝互动

特殊权限

发文

新手号转正

无限发文

RSS

微信同步

功能

组图、测试、推送

原创

自定义菜单、专栏

商业

自营广告

头条广告

千人万元

赞赏  
传播

## 图片索引常见的几个问题

### 1、图片 301 重定向

- ①给图片增加超级链
- ②让图片在高质量内容中同步发布
- ③增加图片相关性，比如：ALT

### 2、图片格式变更

尽量不要进行图片的格式进行变更

### 3、图片质量度评估

图片的质量评估仍然与页面搜索排序是相互雷同与类似的，它主要涉及到图片的质量打分，高质量图片自然优先建立索引，并且它的排序会明显得到加成。

#### 什么是高质量图片

- ①图片的清晰度与亮度：是否足够清晰，可视体验佳。
- ②相关度：是否与页面图文表述内容完全相关。
- ③人物图像：是否存在一定的人物图像，图像特征指标是否明显。 exif
- ④是否为违规图片。

## 特朗普常用推特政策规则：哪些信息不能发 安全

**暴力：**不得针对个体或群体进行暴力威胁。我们还禁止颂扬暴力。了解关于我们的暴力威胁和颂扬暴力政策的更多信息。

**恐怖主义/暴力极端主义：**不得威胁或宣扬恐怖主义或暴力极端主义。

**猥亵儿童：**我们对 **Twitter** 上猥亵儿童的内容采取零容忍政策。

**滥用/骚扰：**不得对他人进行有针对性的骚扰，或煽动其他人这样做。这包括期盼或希望他人遭受人身伤害。

**仇恨行为：**不得基于他人的种族、民族、原国籍、性取向、性别、性别认同、宗教信仰、年龄、残疾或严重疾病，宣扬针对他人的暴力，或者对他人进行威胁或骚扰。

**自杀或自我伤害：**不得宣传或鼓励自杀或自我伤害。

**敏感媒体（包括血腥暴力和成人内容）：**不得在直播视频或个人资料或横幅图片中发布过分血腥的媒体，或分享包含暴力或成人内容的媒体。我们还禁止发布描写性暴力和/或性侵犯的媒体。

**非法或特定受管制的商品或服务：**不得将 **Twitter** 服务用于任何非法目的或促成任何非法活动。这包括出售、购买或促进非法商品或服务的交易，以及特定类型的受管制商品或服务。

## 隐私

**隐私信息：**未经他人的明确授权和许可，不得发布他人的隐私信息（如家庭电话号码和地址）。我们还禁止威胁暴露他人隐私信息或怂恿他人这样做的行为。

**未经允许的裸露内容：**不得发布或分享未经当事人同意而拍摄或分发的私密照片或视频。

## 真实性

**平台操纵和垃圾信息：**不得利用 **Twitter** 的服务人为地放大或压制信息，或参与操纵或破坏用户在 **Twitter** 上的体验。

**选举公正：**不得将 **Twitter** 的服务用于操纵或干预选举。这包括发布或分享可能会压制投票率的内容，或关于投票时间、地点或方式的误导性内容。

**冒用：**不得冒个人、团体或组织之名，计划或者实际做出误导、迷惑或欺骗他人的行为。

**版权和商标：**不得侵犯他人的知识产权，包括版权和商标。了解关于我们的商标政策和版权政策的更多信息。

## 规则执行和申诉

了解关于我们的规则执行方式的更多信息，包括违反这些规则或试图规避规则执行的潜在后果，以及如何申诉。

## 视频内容中的第三方广告

未经我们的事先同意，不得在我们的服务上或通过我们的服务提交、发布或展示任何包含第三方广告的视频内容，如前置视频广告或赞助图片。

## 外链奥义

### 索引

### 相关性

### 高权重

### 外链样式

#### Keyword+内容

#### url

#### 品牌 brand

#### 标题

#### 精准匹配

### 注意点

#### 页面排名

#### 手动发布

### 外链形式

#### 链轮

#### 错位链接

#### 金字塔

外推软件答疑，百度提交和百度收录的扫盲教程

## 一、百度提交不等于百度收录

百度提交: 是参照百度官方的提交规则, 把某个链接提交到百度平台, 通知蜘蛛这边有一个新的链接, 至于蜘蛛是什么时候过来抓取, 是否是实时抓取, 无从得知。

百度收录: 百度通过链接爬行, 比如你前面进行的百度提交通知蜘蛛后, 它过来抓取后, 感觉内容可以, 进行收录, 不行的就不收录。收录后展示如何, 排名如何这个和你的关键词、平台有关系。一般长尾关键词发布到高权重平台收录了基本都会有好的排名, 当然也不是绝对的。

原因

- 1、链接未被抓取, 帖子被删, 不收录
- 2、链接被抓取, 内容不是百度所需, 不收录
- 3、链接被抓取, 内容百度所需要, 收录

## 二、关于外推软件的百度提交功能应该如何配置

方法

百度提交

- 1、必须购买百度 CK, 然后在软件中导入百度 CK

蜘蛛池

百度 ping

讯代理、熊猫代理和辅助代理 IP

在百度提交的时候会自动调用这几个东西来更好 IP, 所以必须购买配置。请不要直接使用本地 ip 来百度提交, 因为本地 IP 提交十几次后就会出先百度 CK 上限, 就算你换一个全新的百度 CK 都会提示百度 CK 上限, 这就是 IP 的问题, 所以百度提交必须启用讯代理或者熊猫代理来提交

## 三、百度收录查询

批量查询 <http://www.link114.cn/baidusl/>

用 site 指令查询网站收录量

直接复制网站的链接在百度里面搜索查看是否被收录

## 完美优化的登录页 SEO 指南

### 1. 干净的网址

搜索引擎和人类访问者都喜欢干净一致的 URL

使用关键字

关键字丰富的 URL 会提高您在搜索结果中的点击率

避免使用特殊符号 (&, %, \$, @)

提前思考

避免包含将来可能更改的信息

保持一致性

确保您的所有网址都遵循相同的格式规则

注意内容长度

URL 的长度最多为 50-60 个字符

### 2. 有吸引力的标题

着陆页优化的基石是将正确的关键字添加到您的内容中

从关键字开始

尽量始终以关键字开头的标题，以强调其重要性

注意长度

长度超过 50-60 个字符的标题将在 SERP 中被截断

在分界点之前包含所有重要单词至关重要

如果您需要在页面标题中挤压更多文本，完全可以忽略正确的语法并使用 n 破折号而不是 m 破折号，使用&符号而不是“and”，留下一些单词进行暗示，甚至跳过文章让它卖出去

取决于您正在推广的内容类型

包括您的主要卖点，即竞争优势

从排名靠前的摘要中获取线索

### 3. 元描述

显示在搜索代码段中的一小段文本

必须是一个类似广告的副本，旨在销售您的页面，它必须包含一些关键字变体，并且必须适合 150-160 个字符的字符限制

### 4. 架构标记

可以帮助您创建实体，加快您在本地搜索中的排名，并增强您的搜索摘要。丰富网页摘要具有巨大的潜力，可以提高商家信息的点击率和网站流量：

建议

WordPress 插件

谷歌的标记助手

可帮助您以用户友好的方式应用自己的标记。只需选择要创建的页面类型，突出显示页面元素，然后指定标记类型即可

### 5. 优化的标题（H1-H6）

### 6. 关键字饱和度

使用关键字

好将关键字放在前 100 个单词左右的某个地方。它可以帮助 Google 了解您的着陆页的全部内容

超越完全匹配

对于一个完美的着陆页，添加各种相关的关键字将帮助您提高页面的排名并避免关键字填充问题

### 7. 内容长度

没有理想的内容长度 – 更重要的是您的页面完整地涵盖该主题。

字数本身并不是目标，它更像是一个指标。如果您的内容明显短于基准，那么也许您的竞争对手已经涵盖了更多话题。在这种情况下，请更详细地浏览他们的页面，并借用他们的一些内容创意

### 8. 视觉辅助工具

在您的着陆页上吸引图片，视频和图表绝对可以改善用户体验，从而降低跳出率并增加网站时间。而且，除了优化用户体验之外，您还可以使用这些元素来使您的着陆页 SEO 受益

填写您的替代标签

Alt 标记是描述图像的 HTML 代码片段

压缩文件

在线压缩器或 CMS 插件

使用描述性文件名

谷歌确实建议对你的图像文件使用描述性名称

添加视频脚本

## 9. 首屏内容

谷歌的页面布局更新之后，首屏内容成为 SEO 概念，就像着陆页优化一样 – 搜索引擎开始惩罚网站大量的广告

消除干扰

请优化您的着陆页，使展示广告不具有侵入性，并拥有足够的内容。在移动设备上要加倍警惕，因为屏幕更小，干扰更大

针对核心网络生命体征进行优化

用户体验指标，这些指标是根据首屏内容衡量的。具体来说，它的加载速度有多快，加载时有多稳定，以及它变得交互的速度有多快：

页面速度是指页面需要完全加载的时间量

页面速度对谷歌很重要

如果您的网站由于分配的抓取预算而变慢，搜索引擎可能会抓取较少的页面。反过来，这可能会对网站的索引产生负面影响

页面速度对访问者很重要

页面在 2 秒或更短的时间内加载，以获得良好的排名

## 10. 移动友好性

响应式设计可能是最简单，最广泛使用的解决方案，可以实现移动友好 – 这也是 Google 推荐的解决方案。如果您使用 WordPress（或任何 CMS，真的），那么为您的网站选择响应式模板就足够了。

如果您的网站是 HTML 编码的，没有 CMS，那么您将需要做更多的工作。但是，有一些文档可用于为 Web 开发人员调整响应式设计。要使每个方面都正确，可能需要做一些工作，但这是一项肯定会不断获得回报的投资。

如果您使用的是 Google Search Console，那么您可以集体检查您的页面，甚至可以跟踪一段时间内的优化进度。转到“增强功能>移动可用性”，然后查看您的移动优化仪表板。在图表下方，您还可以找到所有已发现的问题和违规页面的列表。

## 11. 内部链接

一个结构良好的网站应该有一个组织良好的流程从一个页面到另一个页面。这种流程的一个目标是将与 PageRank 相关的权威从热门页面传递到不太受欢迎的页面。另一个目标是将用户转移到销售渠道中

网站结构

要快速了解您当前的网站结构并更好地了解如何在网站上链接您的登录页面，可视化图表将显示您的网站结构，其中包含所有内部链接，点击深度和着陆页的突出程度。您可以使用颜色、注释、标签和连接工具以简洁明了的结构构建页面，重新计算 PageRank，并在应用更改后重新生成项目以查看新的网站结构

推荐相关文章

创建此流的一种简单方法是添加一个推荐系统，该系统会自动建议与当前查看的页面相关的页面

实现面包屑导航

面包屑导航是位于页面顶部的内部链接的简单菜单，可帮助用户指示其在网站层次结构中的当前位置。

内部网站搜索



网站搜索可以与 Google Analytics 无缝集成, 从而轻松查看用户在搜索栏中输入的搜索查询

降低跳出率

为内容制作寻找新的 SEO 关键字和想法

## 12. 出站链接

一个好的经验法则是每 1000 个单词链接 2-4 倍。但是, 您需要记住, 您链接的网站会反映您(请务必尽可能链接到权威网站。在顶部结果中, 一个完美的登录页面是具有一些出站链接和大量来自高权限域的反向链接的页面

## 13. 评论部分

大多数评论集成 (WordPress, Disqus, Facebook) 会自动将 nofollow 标签添加到所有链接中

## 14. 社交分享按钮

突出的社交分享按钮可以将社交分享增加 700%。

对社交共享按钮保持战略眼光

利用开放图表

使任何网页成为社交图中的丰富对象的标记

## 玩转积分赚钱月入 2w

举个例子

希尔顿积分的价值大概在 330rmb/万分, 在去除所有活动因素之后

全现金入住: 2728 港币+15%服务费, 大概折合 2510 人民币

全积分入住: 40000 积分, 大概等于 1200 人民币

积分加现金: 504 港币+16000 积分, 大概等于 880 人民币

最高能节省上千元, 而积分代订的大概每单能赚 200-400

利润之丰厚, 而且这个生意是长期可持续的, 客户也会持续消费。依靠前期的积累, 后期基本躺赚

怎么去找积分和优惠券

社群, 淘宝, 搜索引擎

直接淘宝找

QQ 群

搜索引擎

Points.com

<http://www.quanmama.com/>

获客

QQ 群

旅游群体

旅行公司

## 网络推广手段大全

### 1、问答类型

- 2、分类信息推广
- 3、QQ 群全网推广法
- 4、图片加水印推广
- 5、软文推广法
- 6、博客推广法
- 7、论坛发帖推广法
- 8、微博推广法
- 9、签名档推广法
- 10、名片、宣传页推广法
- 11、微信公众号投文
- 12、交换友情链接推广法
- 13、百度系(知道、贴吧、百科)
- 14、发布任务推广法
- 15、发布兼职推广法
- 16、人才招聘推广法
- 17、口碑推广法
- 18、自媒体平台写文章推荐(推荐)、视频
- 19、SEO 搜索引擎优化
- 20、SEM(搜索竞价)

## 网站 301

### 底层

#### BT 面板

#### 确认

### 操作

#### 动态

原网站源码和数据库备份

还原

url 一一对应

#### 静态

直接将老域名源码（301）复制到新站

站长工具提交改版

修复权重

## 网站被百度提示安全问题怎么处理？

### 判定标准

- 1、是否有黄色信息
- 2、是否有博彩信息

### 处理

将这些信息处理掉，百度多次抓取后没有发现这些信息，就会取消掉这种提示

入侵网站后，并没有将这些黄色信息或者博彩信息放到我们可以直接看到的地方  
检查完，处理完之后，最好投诉下快照

网站被恶意镜像该怎么处理？

原理

用一套程序实时抓取你的网页，当你有内容更新，它也会进行更新，从而让百度分不清哪个是真实网站，可能会优先收录镜像网站的页面，从而你的站点内容，百度 就不认为是原创文章，从而把排名都偏移到镜像的网站中

镜像软件功能

全自动分析,内外链接自动转换、图片地址、css、js，自动分析 CSS 内的图片  
内置强大替换和过滤功能，标签过滤、站内外过滤、字符串替换、等等  
伪原创，近义词替换有利于 seo

增加 URL 路由，实现全站 URL 变换，个性化本站 URL 地址

超级模板增加移动模板、自定义栏目功能

增加自动获取 301、302 重定向的采集，解决跳 WWW，跳 https 采集

代理 IP、伪造 IP、随机 IP、伪造 user-agent、伪造 referer 来路、自定义 cookie，以便应对防采集措施

如何知道自己被镜像了？

1、其实镜像网站是实时抓取你内容的，如果你网站更新了某个内容，通过镜像网站访问，镜像网站都是可以抓取到的，比如你知道了镜像的域名，然后你的网站中更新了一个“1.txt”你用镜像域名/1.txt，也是可以访问到的

2、搜索网站的特征句子。最容易想到的是网站品牌名称、首页标题等，确实可以发现一些镜像网站。但如前所述，品牌名绝大多数是会被替换的，所以我更喜欢搜索一些页面上的特征句子，比如本博客底部的一些特征文字：Copyright © 2020 黑帽 seo 收徒 q1648567300。

被镜像后如何解决？

1、首先，我们需要得到对方的 IP 地址，可以通过 ping 或者站长工具进行查询，然后通过 apache 或者服务器设置，直接屏蔽对方的 IP！

2、启用 https 可以防止部分程序

3、设置域名识别，非本站域名访问，跳转到本站，代码如下

```
host = window.location.host;
var site = "网址";
if (host!=site )
{
alert(window.location.host+":为非法镜像网站，为了您的安全正在带您回到原网站");
location.href='http://'+site+window.location.pathname;
}
```

把上边代码，保存成 JS 文件，然后在首页<script src="/你保存的文件名称.js"></script>代码调用

4、获取镜像网站权限，进行死链提交和闭站操作

首先去百度官方下载验证文件，然后上传到自己的服务器，然后通过镜像域名/验证文件.html，访问一下，镜像网站就存在你这个文件了！然后你就可以去百度站长平台

验证了，很轻松验证成功！

进行死链提交，你可以把恶意收录整理一个文档通过镜像域名/死链接，传送到镜像网站然后进行提交！然后删除，也可以直接通过规则提交，这边是小编推荐的方法。

直接点击闭站保护，百度马上就会收回快照，简单方便！

思路 1：既然可以随意上传文件到镜像网站，我们就很容易获得镜像网站的权限，进行程序的删除，数据库的注入。

思路 2：直接用 DOS 打掉镜像站，只要 3-5 天持续关站状态，收录都会下去。

## 网站被镜像后的处理方法大全

ping 对方的域名 得到 IP 后，直接在空间或者服务器，把镜像网站的 IP 丢进 IP 黑名单

网站启用 HTTPS，可以防止部分程序镜像我们的网站

网站内调用防镜像代码

```
host = window.location.host;
var site= "www.qq1648567300.com";
if (host!=site )
{
alert(window.location.host+":为非法镜像网站，为了您的安全正在带您回到原网站");
location.href='http://'+site+window.location.pathname;
}
```

在首页<script src="/你保存的文件名称.js"></script>代码调用。

cc/ddos

域名举报

搜索引擎举报

12377.cn

安全卫士举报

网信办

## 网站标题 title 中用什么标点符号对 seo 友好

一、逗号“,” 注意，这儿的逗号有两种，一种是中文状态下的,一种是英文状态下的。不要认为都是逗号就随意运用了。在网页标题 title 的书写中，英文逗号的功用是充任词与词之间的分隔符，而中文逗号则不是分隔符，搜索引擎会把含有中文逗号的整体看作是长句，就成了长尾关键词了。

友情提示：特别留意网站关键词 keywords 中，最好用英文状态下的逗号进行关键词分隔。所以，需求运用哪一种来书写，我们要按照自己的需求来选择逗号的运用。

二、空格。空格的运用，信任很多做英文外贸 SEO 的站长们比较了解，因为空格是作为英文单词之间的分隔符的。而中文词之间用空格则起不到分隔符的效果。

三、连字符“-”，这个连字符跟英文逗号相同也能起到关键词之间的切割符效果。应该说连字符和方才说的空格相同主要仍是英文站 SEO 用的比较多，中文站用的比较少的。

四、下划线“\_”这个符号就议论纷纷了。有的人说不可作分隔符，有的说能够。呵呵，

百度和谷歌对这个标点也都不表态。

五、短竖线“|”能够把网站标题分隔，做好切词，引荐运用，姑苏谢谢网络就是选用的这种符号。

六、破折号(一) 不引荐，不只不利于分词，视觉效果也欠好。

七、顿号“、”这仅仅中文文章中运用的符号，英文中压根就没有。不引荐在标题中呈现，在中文的描绘 **description** 中天然呈现还能够。

八、特殊符号 体验原创性

## 网站搭建前的准备

### 域名

#### 购买

#### 名词解析

#### 后缀

国际通用域名 .com .org .net .gov .edu

国家域名.CN

国内域名 .com.cn

#### 前缀

自定义的

#### 域名级别

顶级域名（一级域名）

二级域名

三级域名

#### 购买须知

尽量好记

不能选择中文域名

了解这个域名之前做了什么？

选择常用域名（后缀）

.cn

.com

.com.cn

.net

.org

### 空间

#### 购买

#### 远程管理

控制面板

FTP 远程工具

#### 常用功能

301 重定向

解压/压缩

备份/还原

服务器日志

自定义页面

#### 购买注意

速度够快

够稳定

够安全

服务好

选择正规空间商

万网阿里云

华夏名网

西部数码

鑫福隆

无忧主机

建站程序

wordpress

织梦 (dede)

### 网站地图是什么？该如何生成

#### 网站地图(sitemap)是什么？

网站地图是为网站的用户提供导航索引的一种用于网站的地图，这里说的用户一方面指现实中的用户，另一方面指搜索引擎蜘蛛。

#### 网站地图的格式

一种是 html 格式的，一种是 xml 格式的，还有一种是 txt 格式的，html 格式的网站地图主要应用于网站的页面上，xml 和 txt 格式的网站地图主要是给蜘蛛看的，一般需要提交给搜索引擎。

#### 为什么要做网站地图？

##### 1、提升用户体验

对于一些中大型网站，网站的目录、频道页面很多，用户一下找不到自己想要的页面，此时如果网站做了网站地图，用户通过网站地图可在短时间内找到自己想要的页面，当然网站地图要做的合理，这需要前期的细致规划。这种地图一般是 html 格式的。

##### 2、提升蜘蛛的抓取效率、收录

html 格式的网站除了上述作用外，还有一个作用，那就是提升蜘蛛的抓取效率，从而促进网站收录，当然，xml 以及 txt 格式的网站地图也有此作用。网站地图将网站所有的有效页面都放在了一起，可以让蜘蛛短时间内发现网站所有的链接，从而爬取收录

#### 网站地图如何生成？

##### 1、通过工具生成

##### 2、通过技术生成

#### 网站地图怎么用？

##### 1、html 格式网站地图

对于 html 格式的网站地图，一般放到网站的底部模版，用户随时可以看到，同时蜘蛛也可以随处抓的到。除了网站的底部外，还会放到 robots.txt 这个文件中，具体格式是：Sitemap:<http://www.xxx.com/sitemap.html>

##### 2、xml 及 txt 格式网站地图

对于 xml 及 txt 格式的网站地图，一方面需要放到 robots.txt 文件中，另一方面需要通过百度搜索资源平台提交给搜索引擎。

黑帽 seo 收徒网站的百度天级收录是什么意思(如何让文章达到百度天级收录)

#### 一：收录速度讲解

分为秒收录、分钟级收录、小时级收录、天级收录、隔天收录和周收录，月收录和年收录

##### 1、秒收录

秒收录是你的网站发布文章后，第一时间就能在搜索引擎中搜索到该篇文章。按照个人分析一：是一些非常优质或权威网站才可能有这种待遇，分析二：是百度给了新闻源权限的网站，分析三：是网站底子好和发布了大量的原创文章(大力出奇迹)

##### 2、分钟级收录、小时级收录

在几分钟内收录就是分钟级收录，在小时级收录就是几小时内收录，能做到小时级收录的站绝对可以赚钱了。下图为闽南网的一天录截图，像这些知名的新闻站都不可能篇篇都是秒收录或分钟级收录，去年百度的算法降低了收录率，很多新闻站的收录率都达不到百分百

##### 3、天级收录

一天内收录=天级收录，这三年来能做到天级收录的网站很少。

##### 4、隔天收录

隔天收录=网站发布文章的第二天被百度搜索引擎收录。

##### 5、周级收录

周级收录=发的文章都是 7 天左右才收录的，网站底子可能会差一些，发布的内容是否符合网站类型和原创度是否做好。

##### 6、月收录

月收录代表了这个网站一个月的收录情况，其收录文章的数量也是衡量一个网站优化好坏之分，不好的及时改变优化方式。

#### 二：如何实现网站文章达到天级收录级别

##### 1、文章的更新频率与发布数量

SEO 每天更新文章的频率和数量对百度天级收录来讲非常重要：每天按时发布文章和文章的数量要大(大力出奇迹)很重要

##### 2、发布的文章质量

如果站长实在是没法从数量与频率上实现当天收录，可以考虑从文章的质量上去发布内容。毕竟搜索引擎喜欢原创文章，每篇文章都是原创的，那么一定会有大量的蜘蛛在一直巡站爬取最新发布的内容

##### 3、普通提交

每天相同的时间发布文章导致网站蜘蛛爬行是有一定规律的，不规律的发布文章之后可能很长时间蜘蛛不来，我们可以养成固定时间发布文章的习惯，记得每次新发布的文章的链接第一时间提交给百度资源平台，底子好的站，蜘蛛会秒来

网站访问速度慢是什么原因？

#### 一、网站自身程序问题

检查网站程序代码本身是否有问题

## 二、网站服务器问题

选择服务器虚拟主机供应商提供, 省钱又便利, 但是供应商鱼龙混杂, 有时候遇到了不正规的供应商导致网站服务器经常被攻击, 网站就会打不开, 服务器宽带不够, 访问人数过多超出服务器的承受能力

物理机

云主机

云服务器

vps

## 三、网络网速问题

网络信号不好

带宽

## 四、上传过多未经压缩的原始图片

400\*400

图片压缩 格式大小

## 网站关键词如何布局? SEO 关键词布局技巧

### 首页关键词布局

条件

- 1、百度指数范围: 500-1000
- 2、关键词个数: 3-5 个
- 3、跟业务核心相关

关键词布局

#### 1、TDK

title、keyword 和 description

#### 2、首页页面

首页标题里布局的关键词在首页的页面布局里应当出现相应的板块, 板块以小标题的形式出现, 让用户看到标题后进入到页面能够快速找到对应需求点。

### 栏目页关键词布局

栏目页是仅次于首页权重第二高的页面

条件

- 1、百度指数范围: 100-500
- 2、关键词个数: 2-3 个 (关键词主题需要保持一致, 因为栏目是一个主题的内容聚合)

关键词布局

#### 1、TDK

#### 2、栏目页面

尽可能出现栏目布局的关键词, 如果必要在栏目页加一个文字板块, 介绍栏目所提供的内容以及业务, 布局对应的关键词。

### 标签页关键词布局

标签页就是一个主题的内容聚合

条件

- 1、百度指数范围: 100 以下



2、关键词个数: 2-3 个(关键词主题需要保持一致, 因为标签页是一个主题的内容聚合)

#### 关键词布局

##### 1、TDK

##### 2、标签页页面

跟栏目页规则一致。

#### 文章页关键词布局

文章页权重是最低的一个页面, 但也是页面最多的一种, 根据 SEO 中的二八原则, 网站 80% 的流量来源于长尾词, 即文章页面。所以文章页布局的关键词主要是长尾词(在撰写文章前, 要搭建好网站的关键词词库)。布局原则一般采用四处一词, 即 TDK 和文章详情页 4 个地方布局同一个关键词

首页文章首段要出现关键词, 接着文章中间也要合情适当的出现关键词, 最后文章段尾也要再次出现关键词, 在文章首段第一次出现目标关键词时, 要给 B 标签的加粗样式。如果文章里面出现了插图, 要给图片加 alt 属性, 里面布局目标关键词, 同时合理说明图片内容。

#### 关键词布局相关注意事项

##### 1、关键词密度

在进行关键词布局的时候关键词密度一般保持在 2%-8%, 但不可为了追求关键词密度而影响用户的浏览体验, 只要合理即可, 原则是不影响用户体验。否则会被判定为关键词堆砌。

##### 2、竞争程度

在做布局关键词的时候, 要选择竞争程度小的关键词, 即搜索结果数量少, 用户需求还没有被完全满足的关键词, 这样优化起来也比较容易。

##### 3、一个关键词对应一个页面

即确定好目标关键词后目标排名页面也要确定好, 不可一个关键词对应 2 个甚至多个页面, 否则会造成网站内部排名竞争的情况。

网站核心词变更, 经营项目改变, 如何调整 SEO?

网站的页面关键词最好不随便调整, 因为搜索引擎对一个页面的识别, 首先就是从标题开始, 然后判断内容相关性等一系列操作, 标题更换也就说明, 页面的价值有变化, 但现实中, 有很多时候, 我们做 SEO 需要对现实妥协, 比如网站因为经营性问题, 而要更换主关键词, 这样多少都会对网站流量产生影响。

#### 1. 条件

##### ①动作

更换主关键词, 跟网站本身结构布局都有关系

你要做主关键词变更, 那么, 相当于大动作。如果网站主要做内页排名, 虽然主关键词布局在首页, 但内页权重总量更高, 首页调整对整站流量的影响不大。还有调整的主关键词本身属性是什么, 如果是品牌词, 那么, 调整其实对流量的影响并不是太大, 除非你的品牌词有较高自然流量

##### ②周期

申请长周期做调整,对网站 SEO 的影响小一些。

## 2.操作

更改网站主关键词其实很好改,只要到网站后台,到相应页面进行修改即可,而具体怎么修改还需要多加关注

### ①一点点改

如果时间周期充足,比如一个月,那么我们可以一点点改,如果是首页更改关键词,我们可以尝试,修改部分 title 关键词,不要一次修改完,当然我们指的是标题全部修改,如果本身只是修改品牌词或者一两个字词,直接修改就可以。

如果涉及到内页也有很多关键词,建议分批量进行修改,统计网站需要修改的页面数量,结合时间周期,平均分到每一天,一边修改一边观察网站具体情况。

### ②改好不提交

如果时间比较短,我们要立即修改关键词,那也是没有办法,但可以利用一些技巧,比如大量修改网站标题后,可以先不提交搜索引擎,降低风险。

### ③内容修改

标题更换,如果内容已经不符合标题意义,需要更换内容,如果是品牌词,可以全站替换品牌词。

## 3.注意点

### ①内链

很多网站通过内链来做站内 SEO,做主关键词更换,需要审查包含主关键词的内链,并进行修改,不然,标题变更而内链不变,会导致搜索引擎对页面误判,更容易降权。

### ②资源

在网站主关键词调整过程中,为了让新关键词更快获得排名,也为了让网站更平稳的度过这个调整期,在条件允许的情况下,最好做一些高质量外链,辅助新关键词排名的稳定性,当网站排名曲线稳定后,再做其他优化,这期间只要添加外链和文章内容即可。

## 网站基础监控质量报告诊断

域名

域名历史

域名外部影响

加载

空间

图片压缩

JS/CSS 加载

图片延迟加载

图片 css sprite

识别

robots

robots.txt

head robots

路径

图片

h 标签

nofollow 标签

table, frame, iframe, flash

匹配

文字

链接

页面核心

内容

索引

页面数量

页面丰富度

链接

首链接

友链

外链

出站链接（包括子站）

网站排名上不了首页，看看各位 SEOER 都是怎么做的！

## 1、购买外链

有人说购买外链会导致网站降权严重则 K 站，这里我告诉你，200%不会降权更加不会 K 站，如果说购买外链会导致网站降权，那岂不是可以把同行全部整死了，另外外链是有助于搜索引擎收录以及提高网站权重的，为什么呢，因为在百度站长工具中，咱们可以看到有一款叫做外链分析的工具，主要分析网站有哪些外链出现，以及外链的数量。

那么购买外链的平台特别多，咱们这里就不一一给大家推荐了，大家可以根据自己的需求来选择不同的平台，有软件平台，有网页平台等等，不管什么平台，咱们最终需要是高质量外链。

那么购买外链我认为相关性强大自然就是高质量的外链，经常可以看到一些做灰色行业的人购买外链，在自己的新闻网站上发布一些新闻文章，然后在底部加上自己的超链接，其实这种外链早已被搜索引擎列入垃圾外链了。

所以咱们发布的外链，建议是对方网站、文章、关键词都具有相关性，首先是对方的网站和你网站具有相关性，其次是文章内容和你的网站具有相关性，最后是超链接的关键词和你网站具有相关性，把我好这三点，才算是高质量的外链，稀里糊涂购买的外链虽然价格便宜，但实际效果没有。

## 2、交换友情链接

交换友情链接是目前来讲排名上不了首页的办法之一，很多时候我们网站上不了首页，适当的交换友情链接后，你会发现你网站突然上了首页，这就是友情链接的魅力。

不够在搜索引擎的算法打压之后，不少的交换友情链接平台已经被 K，所以很多时候我们交换友情链接和购买友情链接都在软件上进行，并不是百度在打压，而是搜索引擎需要网站正规化，要交换高质量的友情链接。

搜索引擎需要大家做的友情链接是能够为网站带来一定流量和用户的友情链接，而

不仅仅是为了让网站提升权重和收录，所以同样咱们交换友情链接一定要把控好相关性。

其实最主要是两个方面，其一是对方网站和你网站的相关性，比如苗木的可以和花草的网站进行交换，又比如女装可以和化妆品的网站进行交换，这种情况是最高质量的外链。其实是网站的关键词是否和你网站具有相关性，很多人网站是一个品牌词，却要给外链上加一个行业词，这是不理想的操作方式。

### 3、围绕关键词写软文

这种方式是目前小编一直一来做 SEO 使用的方法，但自己网站排名上不了首页之后，那么我会围绕长尾关键词写相关性的软文，然后在软文中某个关键词加上首页的链接，那么这个时候首页的权重会慢慢聚齐，直到网站上百度首页。

这是一种比较靠谱的白帽 SEO，也是做上首页以后最稳定的方法之一。通常网站上不了百度首页，无非就是首页权重不够，比同行网站权重值低，所以最好的办法，就是让首页权重起来，比同行高，这样才会排名靠前。

那么咱们在网站中不断写相关的软文，但网站增加一个页面以后，这个页面有页面的权重，那么在内容中主关键词加上首页链接，那么也就意味着这个新页面通过这个超链接传递权重到首页了，慢慢积累起来首页权重，从而实现排名靠前。

### 4、刷点击

刷点击是一个模拟人工点击网站的形式来操作 SEO 的黑帽办法，这个方法是主要通过欺骗搜索引擎，让搜索引擎以为是真实人为点击而来的流量，所以给你提高网站排名。

比如你网站在第二页，但这个词一天有 100 个人搜索，而其中有 90 个人点击了第二页你的网站，那么这意味着用户都喜欢你的网站，不然用户也不会跑第二页点击你网站，那么这些数据被搜索引擎记录后，搜索引擎认为用户喜欢你的网站，那么就是搜索引擎喜欢的网站，自然就给你提升排名。

## 网站如何开启 https 域名免费启用 SSL 证书图解

登录万网管理后台

登录进万网的空间管理后台找到，域名管理，在域名绑定这里，找到免费启用证书功能。

在启用 https 里面有三种证书类型：免费证书，云盾证书，自定义证书

免费证书，并且授权相应的权限同意，即可提交免费证书的申请，这过程是自动化的

直接点击-免费证书，即可高效快捷生成 HTTPS，而且不需要复杂的配置，避免出错误

可以通过访问域名查看浏览器中是否带有 https，同时我们也要设置一下 301 重定向，把网址域名重新下一个主要的域名上面

云盾证书：需要提前在云盾中申请自己的证书才可以配置

指定自定义证书：是我们自己上传配置证书的密钥和证书信息，适合已经申请过证书的域名可进行自定义配置

设置域名 301 重定向

开启域名 301 重定向功能，集中网站权重，把其他域名跳转到主域名上面。默认一般都是跳转到 WWW 域名上。这里平台会自动跳转到 WWW 域名并开启 HTTPS 协议

把次域名设置重定向跳转到主域名，作用是提升网站的权重让集中到主域名参与优化排名

百度站长平台提交 HTTPS 认证

<https://ziyuan.baidu.com/https/index?>

发起申请，百度会自动进行验证，稍候时间即可看到认证结果。如果在前面的 HTTPS 证书未申请配置的情况下，基本上是不能验证成功的。只有正确的配置 HTTPS 才可能验证成功并通过。

网站收录释疑：当遇到收录问题，我们该怎么处理

网站收录是什么

网站收录是搜索引擎蜘蛛对一个网页进行爬取后，将页面内容数据放入搜索引擎数据库中这一结果。这个数据库是临时的，这从网站收录的动态变化可以看出

site 指令

[tool.chinaz.com](http://tool.chinaz.com)

流程

根据搜索引擎爬行→抓取→收录→索引→排名的流程，可以看出，网站收录量基本是大于等于索引的

渠道

增加链接入口，广撒网

百度搜索资源平台的普通收录，也就是主动提交链接给搜索引擎，第三方平台网站的外链引入，站内的 **sitemap**，各级导航、面包屑导航，相关推荐，超链接

页面内容的深度

一个动态变化的过程，判定一个页面，一篇文章是否有价值，绝对不是看其是否原创。没有价值的原创，收录之后也可能被再次释放出数据库。而有价值的转载，被证明其价值之后亦会被纳入索引

蜘蛛池

网站首选域是什么？更利于 SEO 的设置要素

解释

首选域是您希望搜索引擎用来将您的网页编入索引的域（有时也指规范域），就是网站首选的域名。

首选域基本都是 **www**

我们为什么首选 **www** 呢？别的不行吗？

答案是可以的，但绝大多数网站都是采用 **www** 作为首选域，也是建议你采用 **www** 这个首选域作为自己的最优选择。

如何设置首选域，更加利于 SEO

301 重定向的设置

一般在解析域名到服务器时，一般我们会解析一个 **www** 的，和一个根域名（不带 **www**）

301 重定向的设置，就是便于让那些在浏览器网址栏里输入你不带 **www** 的域名时，能够正常打开的一个跳转链接。

但这里要注意，一定是 301 重定向跳转，并不是简简单单的跳转。正确的设置 301，返回的 http 状态码应该是 301

首页链接地址的唯一化

全站针对首页，不要使用相对路径“/”，而是使用绝对路径，这是主要针对技术在调用首页链接时；

在其他地方引用你网站的时候，特别是需要添加 a 链接的时候，一定是以“/”结尾

首页的域名一般结尾很有可能包含 index.htm/index.html/index.php/index.asp 等，强烈拿掉这些后缀，只是以.CN 或者.COM 结尾

有关首选域的其他常见问题

外部引用域名时，所有字母均使用小写字母，切勿大写；

域名本身无论是.COM/.CN/.NET 还是其他的对于 SEO 来说并没有太大影响，但不常见这种后缀不建议用，一般便宜的后缀会被批量建站，作弊使用。所以搜索引擎本身对便宜的后缀印象不是太喜欢，新站审核期会加长；

www 是不是二级域名？按照标准来说是端的，只有什么都不带的前缀才是根域名（根就是主），但这么多年以来，行业里习惯把 www 的称之为主域名，其他的为二级域名。所以这个定义并不重要，你只要保持和大家一致叫法就好了，名称本身对错不重要。

二级域名和子目录哪个对 SEO 更有利？从多年的实践经验看，子目录的收录、上排名的速度要比二级域名快很多很多，如果建站是为了 SEO 的效果，建议使用子目录。

只使用根域名作为首选域有什么坏处？本质上没有坏处，你把 www 的 301 重定向至根域名即可。

## 网站 seo 搜索排名有哪些影响因素

### 网站排名影响因素

#### 内容

##### 原创

- ①注意：H1 标题，包含关键词，并且书写描述标签。
- ②语义相关：避免关键词密度过高。
- ③合理的排版与减少书面用语，避免文章内容过于冗长。

#### 外部链接资源

- ①高质量，相关性的外链
- ②来自优质原创内容的推荐
- ③精简外链数量，确保外链的稳定性，避免自建外链大面积失效

#### 移动设备的用户体验

- ①压缩页面图片体积，精简数量
- ②响应式设计，保持内容相同
- ③定期页面测速审查相关元素

#### 百家号

链接站长、百家号、百度搜索的有效桥梁

#### HTTPS 安全协议

信息安全性

## 镜像

### 关键词布局

### 基于本地的语音搜索

## 搜索引擎自然排名

### 好处

- ① 常规热门关键词，投入成本相对较低，后期维护成本不高。
- ② 排名长期稳定，如果百度算法并不是大幅度调整，关键词排名波动幅度相对较小。

- ③ 网站流量突然成断崖式下跌的几率比较小。

- ④ 自然排名通常转化率相对较高，具有一定的信任度

### 缺点

- ① 自然排名，个别热度较高的词，优化周期较长。

- ② 当遭遇竞价排名的时候，网站流量被截流。

- ③ 不同搜索引擎优化，自然排名的优化策略不同，具有一定的技术要求。

- ④ 自然排名，需要资源的累积，否则相对困难，比如：高质量外链，优质原

## 创文章

### 优化的注意事项

- ① 移动端适配，关注百度熊掌号的运营，开启 HTTPS，提高网站加载速度。

- ② 重视用户体验，图片与视频清晰，并且控制好页面大小，最好不要超过 128KB。

- ③ 掌握主流搜索引擎优化最新策略与技巧。

- ④ 重视品牌创建与推广，提高社交媒体影响力，特别是提升品牌词搜索量。

- ⑤ 图片自然搜索优化

## 百度快照排名

### 确保有快照

#### 百度链接提交工具

<https://ziyuan.baidu.com/linksubmit/url>

#### 百度自有网站提交

<https://ziyuan.baidu.com/linksubmit/index>

自动提交、手动提交、sitemap 提交

### 审查目标快照

#### 百度快照劫持代码的位置

html、asp、php 结尾的网页

页面头部<head>标签之间，通过 JS 调用相关代码，通常是通过修改网站模板来实现，稍微隐蔽一点的，黑客会把代码写到系统源码里，对于技术不强的站长很难发现

#### 百度快照劫持的表象

- ① 搜索原站的相关关键词，它的标题与网址，在搜索结果中被替换成黑客推广的站点信息，但原站的排名会持续保持一定时间。

- ② 原站的标题与网址，并没有被替换，但会跳转到其他网站，遇到这样的情况，主要原因是百度快照还没有更新，是一个发现较早的时间，尽快修正代码

百度快照劫持的流程、处理、避免产生快照劫持的方法是什么？

1、百度快照劫持的一般流程是黑客利用系统漏洞，获取系统登录权限，利用 FTP 上传违规代码。

## 2、那么，如何处理百度快照劫持的页面？

- ① 重点查看网站模板，特别是<head>标签页，是否有多余的代码。
- ② 删除这些违规代码，如果你不清楚哪里被修改了，这里有个小技巧，你可以登录 FTP 查看相关文件被修改时间，或者干脆，利用备份的模板替换。
- ③ 当你修正完页面后，去百度投诉中心，投诉快照，促使百度快照更新回原来内容。

如何避免产生百度快照被劫持的现象

- ①、定期更新服务器补丁，做好安全防护措施。
- ②、从正规渠道与网站建设公司下载与购买网站源码。
- ③、设置复杂的密码，比如：FTP 与远程登录的密码，数据库系统的密码。
- ④、查询黑客跳转域名的注册商，积极沟通，停止该域名的解析。

快照优化方案

内容审查

是否基于搜索需求给出全方面的解决方案

网站速度

优化页面元素主要包括：开启服务器 Gzip，压缩 Css，Js 代码，合理调整图片大小，采用站外视频，避免使用 Flash 内容，减少 CMS 系统插件使用，有必要的可以使用 CDN 加速

友情链接

与同等权重与内容相关性强的网站，建立长期稳定的友情链接

外部链接

数据分析

统计某一特定百度快照排名页面，记录上述百度快照优化策略的细节指标，分析当前阶段，影响百度快照排名最直观的因素是什么，然后进一步修正百度快照优化方案

关键词竞价排名

什么是关键词竞价排名

百度关键词竞价排名，是一种付费推广的商业模式，它以单次点击定价的方式，让与出价关键词匹配的站点，在搜索结果中，出现在自然排名的顶端、底端、侧栏，并且在创意内容的右下角，标有“广告”的字样。

关键词广告竞价流程

选词->出价->出价成功->竞价成功->线上展示->获取相应点击

关键词竞价排名优势

- ① 海量用户群  
覆盖线上 90%以上的用户
- ② 付费点击

SEO 排名点击器与百度竞价恶意点击软件的区别

SEO 排名点击器

通过伪装成真实用户的访问习惯，点击目标网址，利用搜索引擎基于用户行为的考量，提升关键词排名

百度竞价点击软件

百度竞价点击软件，催生于早期的 SEM 竞价推广竞争激烈的医疗行业

如何预防百度竞价排名被恶意点击呢

百度竞价系统官方过滤



① 同一 IP 快速点击相同的竞价关键词, 只记录一次点击。

② 同一 IP 快速点击多个竞价关键词, 百度会过滤部分关键词点击数。

③ 不同 IP, 切换个别高单价关键词, 相对较难控制, 发现问题, 流量增加的时候, 只能暂停这个词的推广

屏蔽访问频繁的 IP

① 同 1 个 IP, 频繁点击与浏览。

② 查看网站流量分析: 同一访客识别码频繁点击

精细化推广

设置计划预算、选择合适地区、精选关键词, 降低无效点击、

调整上线时间节点

③ 精准引流

基于搜索需求, 通过百度指数与百度关键词规划师, 你可以清晰了解不同时间节点, 以及地域, 用户相关需求情况

④ 操作灵活

可以针对不同的时间段去投放广告, 合理配置预算上线

百度关键词竞价基础工具

① 百度商桥

② 百度客户端

搜索引擎排名规则

基本的 5 个优化准则

1、品牌

2、设计

① 从视觉体验上, 页面色彩简洁、给人一种舒适度的感觉。

② 响应式设计, 确保移动端与 PC 端的 URL 统一, 避免造成后期站点配置的麻烦。

③ 程序代码简单, 不冗余, 站点加载速度优

3、内容

① 提供行业产品或服务, 切实可行的解决方案。

② 建立在一定权威度的基础上, 比如: 撰稿人是行业专家。

③ 独特的行文写作风格, 具有明显的标识度。

4、策略

积累权重, 首先优化长尾词, 其次在逐渐优化具有一定竞争度的词

5、体验

① 你的核心品牌词, 是否排名 TOP1, 特定关键词排名浮动是否很大。

② 你的相关页面停留时间如何, 是否产生高跳出率, 如果出现问题, 应及时修正内容。

③ 你的站点回访率, 是否满足行业标准。

网站流量排名分析

网站排名上升, 但流量下降

① 竞争者少了, 搜索需求降低了, 他们都去哪里了?

② 网站地域排名差异化, 不同地区的展现量有所调整。

③ 新的结构化数据展现, 比如: 百度精选摘要

④ 站内用户体验不佳, 二次点击减少, 跳出率提升。

网站排名下降, 流量下降

① 审查近期算法是否调整, 推出什么新功能

② 竞争对手的提升

监控竞争对手的关键词排名与网站流量

③ 移动端体验不佳

移动端将主导未来大部分流量, 你的网站是否是响应式设计, 加载速度如何, 图片体积是否过大, CSS 与 JS 是否可以合并

④ 页面点击率问题

用户行为研究, 对网站排名十分重要, 它严重影响搜索引擎的判断, 为此, 你可能需要查看近期的点击率走势图, 发觉问题, 并且审查标题的撰写。

通过网站流量排名综合分析, 我们该如何处理排名不佳的页面

1、社交媒体回流

部分流量转移到哪些平台, 然后运营该平台的账号, 促使流量回流

2、结构化数据技术问题

3、核查页面爬行与抓取

查看近期是否修改了 robots.txt 页面, 并且利用百度搜索资源平台下的 robots 栏目, 进行对规则的验证, 查看百度不收录网站内容页面是否被屏蔽

4、审查网站链接结构与内容

高质量内容被搜索引擎所青睐, 但如果网站结构设计出现问题, 对优质内容是一种损害, 比如: 重复页面的出现, URL 并不标准化, 为此, 你需要查看并且修复这部分内容

快速排名工具

快速排名指的是什么?

利用 SEO 快速排名软件, 在一定时间段里模拟用户点击行为, 从而欺骗搜索引擎, 某个需要关键词排名的页面, 很受用户欢迎, 进而提升该页面的排名

快速排名工具

① 一类是快速排名软件, 主要的作用就是用于快速排名优化, 它是由快排公司, 通过自身的技术寻找一些潜在的搜索引擎“漏洞”, 从而使得页面达到一个快速排名的效果

② 二类是在 SEO 优化中, 白帽策略, 当我们做搜索推广的时候, 经常用的一些辅助 SEO 工作的助手类软件, 它可以大大的降低提升关键词排名中的工作强度, 属于一个 SEO 推广助手

百度快速排名软件对 SEO 的影响?

短期: 在一定时期内, 可能会获取关键词排名的提升。

长期: 一定被百度惩罚, 导致网站关键词排名全无

快速排名优化

快速排名工具, 在做快速排名优化的时候, 都是在非常较短的时间周期, 比如: 7-10 天上首页等相关性的承诺, 它就是利用对方的快排系统

① 技术排名: 大量的模拟用户真实点击, 从而欺骗搜索引擎, 让其误认为这个页面具有一定的搜索引擎热度, 它通常分为两个小方向一个是共享式的 IP 群进行点击, 另外一种情况就是自己建立分布式的服务器, 采用大量的代理 IP, 进行刷点击, 当然, 还有一些私密性的技术策略。

② 人工排名: 常见于群组中使用, 一些“志同道合”的人聚集在一起, 相互搜索点击自己的关键词排名。

正规网站优化策略的快速排名,它是基于 SEO 专家,多年的工作经验,积累大量的不同行业的实战案例,尽量提升工作效率,在较短的时间内,完成工作目标

#### 关键词快速排名方法

##### ① 快速排名公司

##### ② 白帽快速排名

###### ① 域名选择

###### ② 站内布局

###### ③ 内容更新

1) 筛选整站行业关键词,包括:长尾词

2) 按照关键词总量,优先集中一定周期发布长尾关键词内容,这个数量可以相对多一点,后期文章更新内容,按照金字塔原型递减

3) 值得注意的是:你输出的内容,一定是原创且高质量

###### ④ 外链建设

1) 首页、列表、TAG 页链接:采用高质量的软文外链,可以附带超链接、纯文本、锚文本的形式

###### 2) 内容页面

外部链接

借助站内高权重页面做内链的权重分发

##### 1、301 重定向

利用 301 重定向技术传递给目标页面,短期可以实现快速排名,但要注意内容相关性

##### 2、高权重链接推荐

专家博客,以及行业大站的锚文本

##### 3、社会新闻热点

##### ③ AI 快速排名(人工智能)

###### ① 内容组建

内容组建,会根据特定的目标关键词,进行全网收集整理资源,利用机器学习的自然语言的处理,快速的针对特定行业,整理出有规律性的行文结构

1) 不同搜索引擎中搜索结果的研究与学习。

2) 科研机构的行业公开的信息文档,和一些商业性的数据分析结果。

3) 垂直行业公开可查询的数据库,比如:学校的数据系统

###### ② 内链构建

基于 AI 时代的快速排名,针对内链的影响因子,它的权重首先系统会针对搜索结果,进行大量的样本研究,预估出不同搜索引擎对于特点内链赋予的权重占比。

继而可以快速的给出一个标准化的网站内链建设策略

###### ③ 外链构建

针对特定行业的网站,做全网外链的垂直的海量数据分析,找出这个行业的种子链接

#### 网站快速排名·问答

快速排名价格是怎么计算的?

快速 SEO 优化的方法不同,我们在计算快速排名价格的时候,是不同的,特别是白帽优化快速排名,它的费用相对会高一点

刷快速排名是否会被降权?

利用快速排名工具,基于快排系统的策略排名,我们认为这种刷快速

排名的行为, 一定会被搜索引擎惩罚, 因此, 我们通常不建议选择

快速排名哪个好?

针对快速排名公司哪个好的问题, 我们仍然强调利用白帽策略的快速排名是最好的, 而不是选择利用快速排名软件去推广

手机端快速排名, 操作方法?

手机端快速排名, 通常有的时候, 更加强调页面内容质量的相关性, 可操作的技术性并不强

网站排名靠前

#### 1、竞争对手调查

##### ① 手工查询

手动复制全屏内容, 然后利用网址提取工具筛选就 OK 啦, 最多需要查询 10 次

##### ② 软件查询

如果你的目标关键词排名在 300 以后, 那么你可能需要借助采集工具去查询, 毕竟页数角度, 查询起来比较麻烦

##### ③ 过滤百度产品

百度产品的权重自带官方权重, 有的时候百度产品的网站排名靠前

#### 2、竞争对手分析

##### ① 外部链接

友情链接, 单向反链, Nofollow 链接, 并统计外链总数

##### ② 审查锚文本

对方锚文本的来源, 专业网站的数量, 以及位置

##### ③ 内容质量评定

审查竞争对手的内容质量, 查看页面内容的字数, UGC 内容的百分比, 专业术语的使用, 内链结构, 是否符合 SEO 标准化

##### ④ 域名整体权威度

查询域名历史记录, 使用年限, 当前整体权重, 可适当参考 PR, 虽然已经停止更新, 但代表历史, 其次, 查看品牌词的搜索量

##### ⑤ 评级, 取平均值

对上述内容给予评分, 然后分析特定关键词的总体平凡, 取各项的平均值, 与自身站点进行对比, 查看自己网站有哪些不足之处, 然后制定整改计划

网址排名

常见的网址排名“错误”的类型主要包括

##### ① 品牌词: 目录与内容页排名高于首页

##### ② 目标排名页面, 被其他页面替代

为什么你的网址排名总是错误, 不符合预期的呢

#### 1、首页品牌词排名, 被其他页面代替

① 外链品牌词的超链接, 更多的指向内页或者目录, 让搜索引擎误认为这个页面更相关。

② 网站结构设计错误, 站内链接指向首页过少, 常见的是错误利用 nofollow 屏蔽, 网站导航中的“首页”链接

##### ③ 内链品牌词的锚文本过少。

#### 2、另外一个页面排名, 匹配了我的预期关键词

##### ① TDK 关键词密度

相当于 A 页面, B 页面在 TDK 标签中的关键词密度可能要高于 A 页面, 你需要审查的是 B 的内容页面关键词密度是否也比 A 高

## ② 语义理解: 相关性

虽然 A 页面, 看起来从“四处一词”到相关的外链锚文本都指向预期目标关键词, 但相对于 A 页面, B 页面的内容, 可能被识别与目标关键词, 潜在搜索意图更相关

## ③ 内容页面质量

## ④ 反向链接数量

关键词排名提升工具

### 1、关键词统计分类

挖掘大量关键词, 在获取关键词列表后, 需要按照相关性将其分类, 并且依据百度指数统计核心关键词与长尾关键词, 同时确保每个关键词组, 不存在内部竞争的情况

### 2、关键词排名优化

#### ① 长尾词优化

对于没有任何权重的新站, 我们把指数在 1-10 左右的词, 筛选成长尾词, 同时在这部分词中, 优先选择收录量低的词进行排名优化。

一般情况, 长尾关键词排名优化完全依靠内链, 在相关词之间形成站内矩阵, 并在首页导航, 给予一个合理的流量入口。

#### ② 核心词优化

内链: 来自长尾词的站内矩阵。

外链: 来自行业论坛、SEO 专家、新闻门户的优质外链。

媒体: 基于社交媒体流量的分发, 提高核心词页面的曝光度, 有利于创建更多的分享机会, 促进二次搜索, 优化用户行为指标, 值得一提的是, 你需要充分发挥标题的作用, 为每个核心词写一个特定的有标识性的描述

### 3、关键词排名提升工具靠谱吗?

短期: 当百度算法并没有识别点击行为的时候, 初期可能会有一定的作用。

中期: 操作一段时间后, 你会发现关键词频繁波动, 利用关键词排名点击软件的效果, 逐渐消失, 网站很可能会再次进入“沙盒期”

长期: 如果你的关键词策略是长期的利用关键词排名工具去点击的话, 由于没有后续的用户访问行为, 那么一定是会被搜索引擎识别为作弊, 情节严重的很可能被百度算法命中, 那么基本上就是网站的覆灭。

关键词排名查询

关键词排名查询·注意事项

① 控制频率: 尽量避免分钟级的实时关键词查询, 特别是在同一 IP 下, 如果你查询了排名, 尽量不要去点击, 否则很容易被误认为刷关键词的点击。

② 时间周期: 关键词排名查询, 不要集中在某一天, 并没有实际意义, 而是选择一定周期时间, 特别是当你制定关键词策略以后, 对排名进行监控。

③ 批量查询: 最好的关键词排名批量查询, 并不是利用客户端去实时查询, 特别是关键词数据量庞大, 相对比较好的解决方案, 我们应该选择关键词监控, 并生成定期的有效报告。

关键词查询工具

Chinaz 的百度关键词排名查询 <http://tool.chinaz.com/Keywords/>

爱站 SEO 工具包: <https://gongju.aizhan.com/>

#### ① 关键词排名批量查询

## ② 关键词排名实时监控

百度官方平台工具 <https://ziyuan.baidu.com/keywords/>

刷网站排名软件

- 1、SEO 业务优化
- 2、欺骗友情链接
- 3、刷流量+权重，出售网站

搜索引擎优化排名

搜索引擎优化排名，营销策略有哪些？

### 1、持续输出内容

- ① 建立问答板块：为用户建立在线提问、交流、解决问题的平台。
- ② 定期创建话题：针对特定话题，吸引用户投稿，并评出有独特见解的文章，给予一定奖励。

③ 博客内容评论：这是一个老旧的营销策略，它有利于提高页面的相关性，拓展单一问题的广度

### 2、打造领域专家

某个细分领域，足够的权威

### 3、积极创建品牌

- ① 向行业协会、以及相关性网站投稿，提高品牌知名度。
- ② 参与线下、线上社群，积极讨论，主动曝光自己。
- ③ 定期参加行业举办的各种规模的交流会，如果有能力的情况下，可以适当的冠名赞助。

④ 关注社交媒体营销，保持线上活跃度，积极与粉丝互动，并尝试引导对方搜索特定的文章内容

### 4、网站结构稳定

新站排名

新站排名，为什么要关注 SEM 竞价

### 1、关键词精准度

- ① 具备高转化率的能力
- ② 只可以用作吸引流量
- ③ 有利于企业品牌建设

### 2、内容制定方案

- ① 围绕特定关键词，创建更精准的内容，提高网站编辑的工作效率。
- ② 如何设计特定着陆页的页面结构，比如：付费按钮的选择。
- ③ 如何针对核心词，创建长尾词，搭建内容矩阵，建立小专题

### 3、SEO 服务选择

投资回报率

### 4、外链建设投资

首页排名

首页排名，你应该避免哪 5 个错误？

### 1、排名多关键词

首页排名的关键词在 2-3 个，最好一个是品牌词，一个是核心关键词

### 2、首页排名公司

### 3、首页快照停滞

它是网站内容的核心页面

- 4、首页多个版本
- 5、首页采用 Flash

#### 负面 SEO

- 1、链接异常波动

增加了大量的外部不相关链接

- 2、网站出现异常

网站加载速度变慢，莫名的出现弹窗，增加大量不相关友情链接，页面样式出现错位等情况的时候，你需要对网站进行在线体检，很有可能站点是被黑客攻击，如果这个问题持续一段时间，那么回复起来相对麻烦

- 3、负面的社交媒体评论

- 4、抢先建库

你的内容刚刚创作完成，如果对方够快，复制了你的内容，那么它很快被加入到对方的索引库中，而你的站点，往往被误认为是抄袭者，被放到低质量索引库中

- 5、善意的错误

为了短期的绩效，以及追求外链建设的数量，它可能制造了大量的论坛签名，博客评论，外国网站的免费目录，购买的站群链接，同一锚文本的大量外链

如何处理

- ①利用站长工具定期审查你的外链状况
- ②不定期为网站做诊断，查看是否被黑
- ③新站上线必须提交数据保护与原创保护
- ④一旦遭遇负面 SEO，修整站点，增加原创内容，与高质量外链，并适度增加社交媒体影响力。

网站页面隔天收录，后期抓取大量下降，不索引，什么情况？

内容排查

- 1、网站内容质量
- 2、网站页面结构
- 3、网站页面加载速度
- 4、网站是否被攻击

网站备案主体的相关性数据信息

- 1、备案信息被注销
- 2、备案信息发生变更

如果你想要试图恢复之前的抓取频率，我们建议就是重新做网站 ICP 备案。

1、重新调整内容质量，并且保持较高的输出频率，同时具有一定的搜索需求属性，比如：关键词搜索量

- 2、将目标页面展现在首页较近的页面，最好出现在首页。
- 3、确保重要页面具有较高的输出频率。
- 4、批量交换高质量的友情链接。

## 网站盈利的核心问题

### 一、深度了解品牌和产品

了解你的产品、品牌，它的功能、特点、产地、工艺、使用场景、生产过程、差异化效果以及用户体验，你需要更加精准的了解每一个数据、环节、场景，因为只有在深入了解产品、品牌的基础上才能对具体的网站 seo 专员、编辑进行系统培训，最后再将品牌、产品的轮廓、卖点绘声绘色的展示在网站上，这样加上适合自己产品、品牌特点的关键词去竞争排名在优势上就会非常明显，在成本上也能降低大半，网站盈利在投入产出比的基础上自然是最佳的。

### 二、了解用户诉求，择网站盈利需求布局关键词

它面对的需求是哪些，要怎样才能让他们发现网站、联系我们，当运营者越是了解潜在目标客户，就越能解决用户的诉求。什么样的网页风格是他们所喜欢的，什么样的内容能击中他们的痛点促成销售

根据不同需求的关键词来围绕产品属性丰富网站的内容。只有足够了解我们的目标客户，把它们当成对象来经营感情，选择能够促成网站盈利的需求关键词来“勾引”客户上钩，这才是满足用户体验

### 三、经验丰富，策略先行

了解相关行业，具有丰富经验的，有了经验网站才能免遭小白鼠被反复试验，避免各种踩坑、试水，用最优的方案去进行网站的运营优化，从而吸引、搞定用户

网站盈利干的是“揽客”的活儿，干这活儿 seo 技术只是次要的，思维、策略、模式才是硬核的优势。网站盈利排名固然重要，但行业博弈最终的结果是比谁赚到的钱更多、最多，纵使你天天排首页第一，但快排、竞价效果微乎其微，那么距离散伙儿也就不远了

运营方案、执行过程是策略的具体化过程，知道这样做的目的是什么、能带来什么结果比单纯的去竞争排名上位要有用得多

## 网站域名被假墙攻击的解决方案

真墙是指屏蔽国内访问国外违法网站的 GFW，假墙是针对托管在国外的服务器利用 GFW 的设计缺陷而实施的攻击，实质是对 GFW 的恶意利用，现象是国内的用户无法正常访问网站（国外访问正常），具体原理是恶意份子在墙外架设一台 Web 服务器（假设 IP 为：8.8.8.8）主机名设置为被攻击域名，如：www.888.com，然后再墙内随便一台机器修改 hosts 文件映射 8.8.8.8 www.888.com，这样这台机器访问 <http://www.888.com> 就跑到了 8.8.8.8 这台服务器上，然后不停的提交非法关键词，导致 www.888.com 这个域名被 GFW 识别为不良访问而重置断开，也就是说国内所有访问 www.888.com 的都会被中断，此技术并不高明，但却因为巧妙的利用了 GFW 的无差别阻断缺陷（因为 GFW 阻断时并不会验证 IP 和域名的真实关系）造成了防范起来非常不容易，大多数是为了强迫站长挂黄、赌、毒的广告代码

1

把网站搬回国内进行备案

2

是不停的更换服务器 IP

### 网站域名假墙原理

首先要了解到这个假墙到底是什么样子的原理：网站域名假墙的原理是利用国内防



火墙,一些不法分子利用低成本不断的用你的站点的域名向国内发送数据包造成防火墙误认为你的违规,造成对服务器 IP 大概十多分钟的墙

网站域名假墙利用 cloudflare 处理方法

上 Cloudflare,因为这家 CDN 公司拥有非常多的 IP,并且支持 api 调用切换,现在一些站长用的是 Cloudflare 200 美金的套餐,加上一个轮训 IP 的 php 插件,可以实现 IP 的启动切换,这样就算他假墙了一个 IP,但是你的前端 IP 已经切换了,所以造成他的假墙无效

cloudflare API 自动更换 IP 的 php 脚本

```
<?php
/*
    这个是 php 版的代码
    要先准备一台一个站群服务器,建议一整个 c 段 253IP 以上的服务器
    原理是,假墙封 ip 几个小时,每 1 分钟换一次解析,轮流使用 250 多个 ip 使其超过他
    封禁时间
    用 linux 定时任务,每一分钟运行此一次:如新建网站,保存此文件名为 q.php,网站端口 4521,
    宝塔提交定时 url 任务 : http://127.0.0.1:4521/q.php
*/
```

```
$file = './tqdata.txt';// 同目录下新建 tqdata.txt 文件,里面填个数字 比如 1,用来记录当前使用的
```

```
$txt = file_get_contents($file);
```

```
if ($txt == 254) {
```

```
    $txt = 1;
```

```
} else {
```

```
    $txt += 1;
```

```
}
```

```
$myfile = fopen($file, "w");
```

```
fwrite($myfile, $txt);
```

```
fclose($myfile);
```

```
$ips = [];
```

```
for($i=1; $i <=254; $i++){
```

```
    $ips[$i] = '123.123.123.' . $i;// 自己的 ip
```

```
}
```

```
$ip = $ips[$txt];
```

```
// 进 cf 解析页 f12,找到那条记录,提交,得到下面的提交地址 xxxx 是需要替换成自己的
```

```
// 第一个 XXX 是 zonesid 第二个 XXX 是域名 DNS 记录 ID
```

```
$www='https://api.cloudflare.com/client/v4/zones/xxxx/dns_records/xxxx';
```

```
$datawww = array(
```

```
    "type"=>"A",
```

```
    "name"=>"www.domain.com",
```

```
"content"=>$ip,
"ttl"=>120,
"proxied"=>false
);

curl_get($www,$datawww);

function curl_get($url,$data)
{
$ch = curl_init();
$headers = array(
    'X-Auth-Email:自己 cf 的账号',
    'X-Auth-Key:自己 cf 的 key',
    'Content-Type:application/json'
);
$data = json_encode($data);
$ch = curl_init(); //初始化 CURL 句柄
curl_setopt($ch, CURLOPT_HTTPHEADER, $headers);
curl_setopt($ch, CURLOPT_URL, $url); //设置请求的 URL
curl_setopt($ch, CURLOPT_RETURNTRANSFER,1); //设为 TRUE 把 curl_exec()结果转化为字串，
而不是直接输出
curl_setopt($ch, CURLOPT_CUSTOMREQUEST,"PUT"); //设置请求方式
curl_setopt($ch, CURLOPT_POSTFIELDS, $data); //设置提交的字符串
curl_setopt($ch, CURLOPT_SSL_VERIFYPEER, false); // 信任任何证书
curl_setopt($ch, CURLOPT_SSL_VERIFYHOST, 2); // 检查证书中是否设置域名
$output = curl_exec($ch);
curl_close($ch);
return json_decode($output,true);
}
```

X-Auth-Key 和 zonesid 所在地方:

你从 cloudflare 首页进去,点击自己的域名,右下角就可以看到  
对应的 ID 自己对照自己的 cloudflare 账户修改即可, 下面附上一些 cloudflare 高质量 IP 段,  
如果有大牛可以做个更好的插件

#### CloudFlare 优选 IP 段

172.64.32.1/24 (推荐移动, 走香港)  
104.28.14.0/24 (推荐移动, 走新加坡)  
104.23.240.0-104.23.243.254 (推荐联通、移动, 线路未知)  
108.162.236.1/24 (推荐联通, 走美国)  
104.20.157.0/24 (推荐联通, 走日本)  
104.16.160.1/24 (推荐电信, 走洛杉矶)  
172.64.0.0/24 (推荐电信, 走旧金山)  
172.64.32.\* (走欧洲)

#### CloudFlare 的百度云合作 IP 段

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 B 站: <https://space.bili.com/49294801>

162.159.208.4-162.159.208.103  
162.159.209.4-162.159.209.103  
162.159.210.4-162.159.210.103  
162.159.211.4-162.159.211.103  
162.159.211.4-103  
103.21.244.0/22  
103.22.200.0/22  
103.31.4.0/22  
104.16.0.0/12  
108.162.192.0/18  
131.0.72.0/22  
141.101.64.0/18  
162.158.0.0/15  
172.64.0.0/13  
173.245.48.0/20  
188.114.96.0/20  
190.93.240.0/20  
197.234.240.0/22  
198.41.128.0/17

网友收集的 CloudFlare 国内线路友好 IP 段

108.162.236.1/24 联通 走美国  
172.64.32.1/24 移动 走香港  
104.16.160.1/24 电信 走美国洛杉矶  
172.64.0.0/24 电信 美国旧金山  
104.20.157.0/24 联通 走日本  
104.28.14.0/24 移动 走新加坡

网友关于各线路推荐列表:

电信: 推荐走圣何塞, 例: 104.16.160.\* 或者上面的百度云合作 IP

移动: 推荐走移动香港, 例: 172.64.32.\* 141.101.115.\* 或者 104.23.240.0-104.23.243.254

联通: 没发布什么好线路, 可走圣何塞。例: 104.16.160.\* 或者 104.23.240.0-104.23.243.254 。  
也可以试一下走亚特兰大 108.162.236.\*

防止被 CloudFlare 封域名

自定义 CloudFlare 的节点 IP, 有几率被 CloudFlare 封掉, 不过也很容易解决, 我们也可以利用 DNS 智能解析, 将默认/国外按照 CloudFlare 给的 CNAME 记录 使用 CNAME 解析, 然后国内我们就按照三网智能解析自定义 IP, 这样就可以防止被 CloudFlare 封域名啦。

网站域名没备案, 5 天排名上首页! 有哪些细节需要关注

#### 1、网站概况

##### ①域名备案: 未备案

公众号|抖音: 黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

- ②域名历史: 没有历史记录, 年龄 2 年
- ③域名收录: 实操之前没有任何收录
- ④域名外链: 几乎零外链
- ⑤网站程序: 模板建站 (常规建站模板花费 150 元)

## 2、网站数据

### ①核心关键词排名

网站只布局了一个核心关键词:

全网指数: 158(站长之家查询)

月搜指数: 10300 (百度关键词规划师)

网站搜索结果数量: 35,600,000 个

### ②相关长尾词排名

### ③网站排名曲线

可以清晰的看到前 50 名一共出词 28 个, 其中首页前 10 名有 11 个词

## 3、影响因素

选择这个关键词热度还是蛮高的, 通过关键词规划师来查询, 平均日均搜索指数大概是 300 多, 同时在搜索结果中已经有 3600 万个相关页面展现

页面满足用户搜索需求的能力, 页面的综合质量, 还是相当的重要, 特别是非备案网站获得较高的搜索展现

- ①个性化的优质内容, 并且高度满足搜索需求。
- ②良好的页面结构, 包括: URL 结构和页面图文展现结构。
- ③适度的链接投票, 目的是提升页面抓取频率。(域名未采用 API 提交)
- ④较快的页面加载速度。(PC 推荐 1.5 秒之内, 最好 1 秒内)

网站怎么样运营成功率相对高呢

- 1、找到自己喜欢的细分领域, 确定自己能把内容做好的主题
- 2、注册个好域名
- 3、分析 10 个同类竞争对手网站
- 4、收集整理关键词数据, 确定栏目
- 5、确定采集目标源, 写好采集规则, 坚持每天手工更新 2-5 篇伪原创内容
- 6、购买链接+换链接
- 7、以上 6 点, 坚持执行至少 4 个月, 付出会看到回报的

网站主动提交陆续恢复, 你的排名还在降吗?

## 1、网站掉排名

- ①网站数据的异常点击行为
- ②网站外部链接统计问题
- ③整站原创内容被采集问题

## 2、网站掉抓取

- ①链接质量预估需要周期
- ②链接抓取与索引需要列队

## 网站做快排的方式 9 种方案

### 核心

快排: 集权于一个页面或者集权于一个词 快速的上一个词、几个词的排名或者快速上网站权重

#### 1: 收录集权快排

让每一个收录的页面都带有你的核心关键词, 这样收录越多, 用户搜索核心关键词, 你的出现次数越多, 百度会判定你因为出现次数而满足用户需求

#### 2: 变态收录集权快排——做不好容易死站

让每个页面标题都一模一样, 每个页面标题全部直接调用首页标题标题样式, 会导致某几个词排名很好, 有可能活不久

#### 3: 单词单页 2 层连接快排——百分百单个词汇的用户搜索匹配度

前期发展稍微有点慢, 但是一旦出现这种词页面的收录, 用户搜索匹配很好, 导致流量越来越高, 各种词排名越来越好

#### 4: 发包

你用真实的 ip 地址, 不是换虚拟 ip 是类似抓别人的机器的权限, 给百度发你的网站非常满足用户需求的高质量点击的代码, 百度判定你很满足用户需求——技术要求高

#### 5: 互点快排

通过找别人帮助模拟真实的搜索行为搜索你的关键词, 让百度判定你满足用户需求, 提高排名

#### 6: 老域名占权快排

(1): 高权重网站站内站

(2): 高权重域名内容快排——主要拿来搞流量

#### 7. 友链快排(外链 or 301)

挂黑链 买友链 从不在乎数量 越多 排名越好

外链 从不在乎数量 越多 排名越好

301 重定向

#### 8. 老域名改版快排

改标题——百度判定你改标题——对你的网站进行更多的抓取评分——抓取更多导致你短时间内页面参与评分比原来多——导致你短时间内评分上升, 排名上升——百度没有完全抓取评分完成之前也会给你一个比原来更高的临时评分——你排名提高

购买老域名连接, 买来后改版, 一般是该标题——短时间内 用老域名高权重高收录(收录越多, 保持排名时间越长), 换成自己的行业标题——快排

#### 9. 泛目录养权或者集权快排

买老域名高权重站, 上泛目录, 批量上各种词, 做排名

做一个新闻站, 新闻站上泛目录, 新闻站上火车头等大量采集养权重, 再上泛目录垃圾词上排名

文章页和内容页做什么样的页面布局最好

#### 1: title

文章长尾词+品牌词 不要 长尾词+首页标题  
甚至: 就是只有 文章长尾词 做高匹配 做流量

## 2: 页面

页面中文章 左右 下面空白位置 ——最好不要留空白  
合理利用 你这个文章是 属于 栏目 1  
空白位置 放 栏目 2 3 4 的文章 产品 做内链 引导蜘蛛多页面多栏目之间的爬行

网站做了优化还不被收录的诱因

新站

六个月以内

内容原创度低

网站没蜘蛛爬行

没有做外链与递交给百度

网站地图

sitemap

网站是否可以正常的抓取

微博百度热议优化建议书

热议板块传输入口

新浪微博(打开微博发布框-输入相关内容-发布微博动态) PC 端和新浪 APP 发布的内容, 皆可以自然优化内容至热议通道。

百度热议(根据图片提示打开-输入相关内容-发布热议)

百度动态(百度动态-输入相关内容-发布百度动态-等待系统审核)

好看视频(个人动态-输入相关内容-发布动态-等待系统审核)

百度贴吧在贴吧发帖、回帖的内容都有机会进入热议通道, 但贴吧在热议板块的展示条数比例并不多

热议内容要求

账号身份

认证的微博、百度账号, 百度系统更加信任, 它进入热议板块的次数、停留时间都优于未认证的账号

认证账号有几个零门槛的认证途径

A: 超话主持人黄 V 认证, 创建一个超话, 发帖升级, 第三天后即可申请超话主持人认证

B: 百度百家自媒体作者认证。自媒体的认证是无门槛的, 不过与微博超话主持人相比之下, 自媒体的申请较为麻烦一些。

内容权重

账号领域在一段时间内的内容权重, 新账号垂直某一个领域, 持续发布垂直内容, 3~5 天即可陆陆续续进入热议通道, 进入热议板块与账号的粉丝数量、内容评论、点赞、转发没有

## 直接关系

### 内容相关性

关键词匹配、关键词密度大小、配图的相关性,在特殊的竞争环境下,我们可以合理、自然地,在不违背用户体验的前提下,增加关键词密度,超越竞争对手的热议内容

### 自然语言

纯粹的关键词堆积、拼凑和营销广告内容,无法进入热议板块,这里指的自然语言是指真实的、有情感、有情绪的内容。

关键词+小说片段的形式,进行批量操作,这往往会导致小说侵权的问题。

### 内容排名竞争

#### 账号数量

认证微博账号的数量统计,如果某一个热议板块 50%以上都是微博认证的账号,那我们普通的账号参与竞争,明显处于劣势。

#### 更新频率

热议通道中的前后内容的普遍更新时间间隔频率统计,1~20 分钟是高度竞争状态,30~120 分钟是中度竞争状态,180~300 分钟是低竞争状态,而一些新开的热议词,通常的更新周期在 7~15 天左右,为零竞争状态

#### 关键词密度

在激烈的竞争环境中,可以合理、自然地,在不违背用户体验的前提下,加大关键词密度、提高发布内容数量频率,进行提高竞争力。

### 内容类型

的竞争内容几乎都是文字+图片的形式,我们通过文字+短视频的模式,在内容类型上取得竞争优势,提高内容在搜索展示首页的停留展示时长。

### 热议软件的弊端

#### 新浪微博自动发布软件

微博自动发布软件也就是定时发布软件,由于微博属于热议内容输送的一个端口,所以也常常有人用多个账号,一天 24 小时不间断、高频率的发布垃圾内容,提高进入热议通道的概率,这是一种作弊、违法行为,轻者封禁账号,重者追究法律责任

#### 热议自动化操作软件

热议软件,由一些原始的微博、百度定时发布软件改造而成,价格从 300~800 / 年不等,通过更换 IP、多账号、高频率内容推送发布,通过增加相关内容数量,提高进入热议通道的概率,这是一种作弊、违法行为,轻者封禁账号,重者追究法律责任

### 热议展示时长

#### 身份与内容

微博、百度账号的相关性认证,发布的内容领域垂直,可以明显提高在热议 2 个曝光为主的停留时间

## 环境与机会

在高、中度竞争环境中，即使是认证账号也会缩短展示停留时间，这取决于但某一时间段新增的内容数量，我们可以避开新增内容高峰期，放弃的 1~10 分钟的展示机会，重点抓取早上或者晚上 30~180 分钟的展示机会

## 频率与数量

合理增加账号的内容更新频率、数量，加大热议通道内容数量的比例，可以实现排队叠加展示。比如热议通道一共有 20 条内容，某一个账号的数量占 9 条，那么在自动排队上展示的过程中，该账号占有很大优势，以一条内容展示停留时间 10 分钟计算，该账号可以累积展示 90 分钟。

## 活跃度与内容质量

活跃度也就是内容更新的频率，保持一定的内容更新频率，且内容深度垂直，逻辑清晰，表达明确，图片、视频画质高清。

## 热议的转化

### 账号名称

账号名称账号名称可以个人名字、品牌词或者是一串手机号码，通过账号名称的透露信息进行转化

### 内容区与评论区

内容区合理的引导关注，或是在评论区的友好互动，甚至一些微博号可以加入网址短链接

### 图片、视频

图片的 logo、水印要清晰分辨，但不宜过大，在视频中可以以视频声音的形式引导转化，但是不能过度营销，否则内容将无法进入热议展示板块

## 热议的优势

### 流量大

关键词无限制，高指数、高热度的大流量关键词，皆可快速在搜索首页展示，获取巨大流量。

### 速度快

只需要 3~6 天即可进入搜索首页展示

### 成本低

一个高指数的关键词进入搜索首页，成本在十几元至几百元

## 热议多账号组合

以微博+百度动态+贴吧的形式，发布同一领域、同一品牌的信息，可形成自然、合理的账号矩阵

## 非法账号矩阵的风险

不少人采用人工或软件批量账号进行操作，个人建议账号数量不要超过 3 个，否则很容易陷入非法干预自然排名，破坏计算机信息系统罪的法律风险之中

## 热议开词



### 稳定的搜索量

计划开的目标关键词, 具有稳定的搜索量。也就是说, 不管它的搜索量在 8~10 次, 但是 10~100 次, 它是经常有人在搜索的关键词。

### 整体的收录量

目标关键词的整体收录量几百条、几千条的情况, 基本上没有开词机会, 大多数新开词的收录量在 1~30 万左右

### 相关内容数量

在满足搜索量和收录量的前提下, 我们还要保证微博、百度动态、贴吧等多个渠道存在精准匹配的内容, 建议自己依次在百度、微博等平台发布相关内容 10 条左右, 以便热议自然抓取、开词和收录

### 热议的综合竞争力

#### 热议通道前的竞争

不少人利用软件批量上线成百上千的账号, 采集或机器自动生成内容批量发布, 每分钟产生的大量新增内容会占领进入热议通道的排队机会。凡是利用软件批量操作百度热议的都是违法行为。

#### 时间段与更新频率

在高度竞争的时间段, 不论是内容停留展示时长、还是转化率都是最低的, 应该避开高度竞争的时间段, 选择中低竞争的时间段, 提高内容更新频率

#### 账号历史与内容把控

这里指的账号历史是指出现在热议板块的时长, 经常出现在热议板块的账号, 比新账号具有很好的竞争优势。在内容把控方面, 一定要平台符合规范, 防止违规被封禁。

### 热议的作弊与惩罚

#### 内容作弊

采集、拼凑和自动生成的内容都属于作弊行为, 98%的这类账号通常会在短时间内被系统封禁, 存活时间很短, 存活率不足 2%

#### 图片广告

常见的图片二维码、图片水印广告、九宫格切图广告、头像图片广告等作弊行为, 也会导致账号封禁

## 微博引流

### 微博权重规则

【微博权重规则】多图+3%, #话题#+5%, 长微博+10%, 外链-20%, 重复相似内容降权 50%

### 上热门微博小窍门

最好在单位小时 30 分钟之内发（整点过几分发最容易上榜），因为每单位小时三十分更新小时榜；

刚发博时的转发权重很大；

一个账号反复转发会降热度

### 实操

#### 吸引眼球

如果你的头像用普通照片，关注度就会低，如果你可以用最好的一面展现给别人，性感，萌妹等关注度就会高，如果你跟豪车一起就有人开始注意你了，如果你跟首富一起合影关注的人就更多了

#### 出众

微博对图片的关注度远高于文字。找一些有冲击力的图片，能够瞬间形成记忆的图片，励志的语录的图片等。现实生活的、个人外表的、参与活动的照片等都能够吸引到别人的视角。因为你的生活也是与众不同的，但是记住要展示自己正能量，积极向上的状态。

一个人看事物透彻，或是说话尖锐，是吸引眼球的一种方法。毒舌吸引关注就是这个道理。当然，你完全可以形成自己的表达风格，不一定出众，但一定善于沟通。慢慢的积累，别人也就会喜欢上你

凑热闹。如果以上两者，都觉得慢，那就凑热闹最直接。关注热门话题加入#话题#，关注名人@名人等都是直接有效的方法。但前提最好是你发布的内容是相关的，别随便@别人，或者加入一个毫不相关的话题，那就让人厌烦了。加入明星粉丝群也是一个办法。

互捧。这是营销里最重要的一点。既然成为代理后，你就找到了自己的团队，团队之间经常组织一些话题、内容，这些内容不一定要跟代理品牌相关，但一定互捧。互捧的内容只要实在点，说对方的优点，那么就可以达到互捧吸引关注的效果

组织一些创意话题、创意活动、抽奖等。既然是代理，有团队就可以团队协作，思考方式方法。创意是没有结界的。随时有好的点子，大家就出来捧场。这样也能够快速带动团队氛围，带动其他人加入团队

#### 服务

你要一心想着帮助别人，发一些对别人有帮助的内容，再结合产品销售或者招商信息。就是这么简单。只要你无时无刻想着你的顾客需要什么，买你产品的、代理你产品的人需要什么，你就能够交到需要你服务的客户。

如果你有一技之长那更好

如果你有一技之长，除了在卖产品的时候，可以提供你技能之内的信息，让有兴趣的朋友了解到你能在技能方面帮到他们，先成为朋友，再分享靠谱的产品，她们自然会愿意成为你的客户。

即使没有发现你自己的一技之长，你有一技之长，你也可以分享你的兴趣，分享或加入兴趣的话题。比如你喜欢漫画，每天分享或者用漫画针对当下热点进行描绘，更容易引发关注。

### 结果

#### 努力并坚持

给自己定任务，确定目标

- 1、开通微博，命名中加入代理品牌信息。
- 2、平时发布的图片要抢眼，语言中简要介绍自己并加入你的微信招商或者购买信息。
- 3、分享代理品牌微博平时发布的信息。

4、加入自己感兴趣的#话题#, @相关的好友、或者名人等, 结交与自己有相同兴趣的朋友。

5、展示自己的技能, 时刻想着去帮助别人。

6、发布与代理产品相关的信息, 如护肤等, 具备内容相关性的信息, 就可以植入自己的招商、销售信息。

7、放平心态, 尽快融入自己的团队, 相互发现各自优点, 多多互捧

## 微博引流与变现操作玩法

引流是积累, 变现才是终极目标

### 一、如何快速养成实时号

微博实时号就是指当搜索你博文中某一句或者某一个关键词, 你的博文能出现在搜索结果中的“综合”版块里。如果你的微博账号是实时号, 这代表你的博文内容会被微博第一时间收录, 可以得到最大程度的曝光, 精准引流

经验

1、每天发 10 条以上的内容, 可以多元化, 增加权重。如短文+9 图; 微博故事; 头条文章; 新鲜事博文; 双话题博等

2、内容一定要原创。可以在其他平台找到合适的内容进行伪原创。新浪的审核机制是每天凌晨过了以后会优先审核你发布的前两条微博, 所以这两条微博一定要避开相似度, 体现原创性

3、不要删任何博文, 不想要的内容全部隐藏为个人所见。微博删内容, 是大忌, 会影响权重。

4、增加粉丝或其他用户有效互动。

5、不建议大家发布带位置的博文内容, 大数据测试发现发布定位微博很难养成实时号

### 二、如何用关键词吸引更多流量

用内容关键词获得流量

如何提高微博的用户排名

基础

1>昵称: 昵称中必须出现你想要被搜索的关键词

2>粉丝: 优质粉丝数越多, 用户排名越靠前。

3>简介: 简介中也要带上想要被搜索关键词。

4>个人标签: 每一个微博可以设置 6 个用户标签, 建议将标签全部设置为想要被搜索关键词的相关词汇。

深入

1>确定目标关键词。

2>找到微博问答, 进行提问, 标题一定要有吸引力。

3>准备优质的回答话术, 回答的形式可以是图文、头条文章, 纯文字等。

增加用户搜索范围

获得更多搜索曝光

## 微商 5 种吸粉奇招

### 招聘网站变相引流术

去招聘网站、分类网站

编一条待遇优厚的工作岗位

### O2O 引流术(线上线下)

#### 明星流量拦截术

1、搜集名单

2、快速注册

3、快速导流

#### 借力百度热词引流术

打开百度风云榜：寻找热门关键词

结合“热词”发软文（将自己的产品广告与关键词融合）

#### 续集电视节目引流术

优酷指数

选一个最近正在热播的电视剧或电视节目（一是续集；二是没有更新完）

## 微信 SEO 霸屏怎么做？微信 SEO 引流方法大揭秘

### 一、微信 SEO 霸屏是什么

当用户在微信搜一搜搜索某一个关键词的时候，搜索排名结果的前 10 个或者十几个里出现的都是同一个品牌或者都是 SEO 的目标结果页，即使不是全部结果，但也占到了 60%-90%以上

### 二、为什么要做微信 SEO 霸屏

#### 1、进行品牌曝光

通过微信 SEO 的技术将我们的业务或者产品词实现了 SEO 霸屏的效果，标题以及文章里带上我们的品牌词即可实现大批量品牌曝光的效果。

#### 2、批量引流获客

只要实现了微信 SEO 霸屏的效果，其实就已经达到了引流的效果，因为不管用户点击第几位，都有可能是我们的落地页。

#### 3、批量引流变现

当微信 SEO 霸屏效果实现的时候，落地页加上相应的商品板块，或者其他变现的板块，也就实现了引流变现的目的

### 三、微信 SEO 霸屏怎么做？

#### 第一步：写 SEO 文章

所谓写 SEO 文章是指在目标关键词确定的前提下，分析目标关键词背后用户的搜索需求，将搜索需求通过不同的维度来解决，最后撰写成不同的 SEO 文章。至于文章怎么写

#### 第二步：确定文章分发的渠道

文章写好之后就要确定该放到哪些渠道，一般选择渠道时有以下几个标准：

#### 1、微信平台的产品

之所以选择微信自家的产品，是因为微信自己的产品具有先天的排名优势，一般涉及到的产品有：微信公众号、视频号、小程序等。

## 2、权重高

权重高的平台，微信平台会比较信赖，自然会有排名的优势，像知乎、搜狐、微博、小红书、B 站等都可以作为选择的对象，至于具体选择哪些平台，要根据目标关键词的属性来定，如果关键词的视频属性比较强，则选择一些视频平台；如果关键词的商品属性比较强，则可以选择一些 B2B 平台。

## 3、垂直度强

在其他条件一样的前提下，微信搜一搜会将某一领域垂直度强的平台排上来，所以如果你的目标关键词是母婴行业的，那你就应该选择一些权威的母婴平台。

### 第三步：监控并优化数据

当以上步骤都做完布局之后，就需要对排名数据进行监控，根据数据进行文章布局以及平台渠道布局的调整，不断优化数据，最终达到微信 SEO 霸屏的效果。

## 微信表情包的 3 种玩法

1. 打赏
2. 形成表情 IP，通过版权授权和制作衍生品获得收益
3. 品牌宣传。制作品牌表情包，如小猪佩奇、Papi 酱

## 微信公众号优化排名

### 微信搜一搜

- ① 微信公众号的名称排名优化策略。
- ② 微信文章基于特定关键词优化的相关性排名。
- ③ 微信小程序与微信视频号，在微信搜一搜的排名。

### 微信公众号优化排名

- ① 微信公众号的标题名称，简介描述，自定义菜单内容，配置微信小程序等。
- ② 微信公众号的粉丝数量，粉丝的活跃度，文章打开率，阅读率，内容原创等。
- ③ 微信公众号的更新频率，是否具备较高的内容输出能力等。

### 微信 SEO 推广方案

- ① 微信 SEO 搜索营销优化，是否为冷启动，是不是空号。
- ② 在做微信 SEO 排名的过程中，首要解决如何提高目标账号在微信公众号的权重。
- ③ 针对目标关键词利用微信指数挖掘相关的搜索需求，整理关键词词库，撰写相关性标题内容。

### 微信文章搜索排名规则

- ① 文章标题是否匹配目标关键词。
- ② 特定文章的阅读率，原创度，点赞，在看的评论数量等。
- ③ 在做微信搜一搜文章搜索的时候，文章的二次转发率，分享量，都成为潜在排序的重要指标

### 微信引流推广的策略与注意事项

- ① 微信朋友圈的广告投放，合理的利用官方投放工具进行微信引流推广。
- ② 在同行业中相对优质的公众号中，进行广告信息投放，持续的扩大自己的影响

力。

③ 同时我们知道微信也在不断尝试开放直播权限给广大用户，微信直播也是一个不错的选择。

④ 微信视频号，也是微信引流推广中一个重要的媒介。

## 微信号引流

### 核心

微博超话：微信互推超话

### 实操

- 1、最简单，但收益最小。几千个精准微商微信号，可以打包卖出去
- 2、自己也发一个帖子，想办法顶上去，让别人来加你。（我测试了一下，被加了三个。方法：琢磨文案话术-->评论区引导-->找人刷评论持续曝光），最后怎么变现？一、卖号。二、给微商做服务。
- 3、主动加好友  
通过抖音，快手快速导入  
用多个微信号分批主动加好友，然后再一起拉群，再转换
- 4、既然这里的微商都是有扩列需求，是不是可以裂变呢？五千微商，应该能裂变到几万个吧。

## 微信机器人

- 6.购物比价机器人
- 7.星座运势机器人
- 8.公交线路，到站查询机器人
- 9.杭州车牌摇号查询机器人
- 10.快递查询机器人
- 11.号码归属地查询机器人
- 1.讲笑话机器人
- 2.查天气机器人
- 3.微信，百度，谷歌的搜索指数机器人
- 4.数字货币 or 股票查询机器人
- 5.追星机器人，偶像动态播报

## 微信精准散客

1. 先用 wetool 查一下，还有多少人没删你或者没屏蔽你
- 2.

留下来的好友，花几天时间，挨个去聊聊，道个歉，问问他们对你的感受是怎么样，是不是还需要鞋包，现在有一些优惠给到他们，把

他们当朋友，不是流量

3. 降低预期，结束了就结束了，别纠缠，  
往前走，出来混总是要还的

4. 5000 个好友好好运营，收入会很高

5.

朋友圈人设和客户标签化

只需要三类就好，一类是理你的，一类

是对你的货感兴趣的或者小客户，一类是大客户 对理你的和对你  
货感兴趣的，拉一个福利群，轻运营，平常做个福利活动，并且引导  
大家付费成为你的会员进会员群体验更好的福利 对你的小客户，那  
就拉第二层群，做做另外的更高级的福利活动，这个群的目的是引导  
他们跟你一起做，成为你的大客户，帮你分销 对已经成为你大客户  
的，那就多点感情投入，线下见个面啊，办个酒会呀.....多花点精力，多晒晒圈

## 微信搜索优化实战方法总结

### 为什么要做微信 SEO

#### 1) 微信的日活跃用户数

目前微信日活跃用户已达到 10.9 亿，想一想这个数量级，几乎是全世界六分之一的人口每天都在使用微信，如果你在上面做广告，做事业，效果可想而知。所以，微信是你公司进行商业运作必须要占据的一个阵地。而微信 SEO 则是你进行商业运作必不可少的一个引流或者品牌曝光手段。

#### 2) 为公众号引流涨粉丝

我们知道微信 SEO 的目的就是让目标关键词获取排名，而关键词一旦有了排名，就有可能为公众号或者文章带来流量，有了流量就有了转化变现的前提条件。

#### 3) 转化更便捷

微信为我们打造了一个商业运作的生态，微信搜一搜优化为我们带来流量的同时，也让我们的转化变现也变得更加方便。只要在微信 SEO 排名的落地页放上我们的微信号或者是商城，转化便一步可达。除此之外，微信 SEO 也可以为我们的私域运营提供流量支持。

### 微信 SEO 怎么做

#### 1、微信 SEO 排名规则

所谓规则就是微信搜一搜为什么会把你的关键词排上来，微信搜一搜对于排名的衡量指标是什么？

##### 1) 平台权重

微信搜一搜一般会把一些知名的大平台作为一个考核的指标，也就是说如果你能够借用大平台的势能为自己的排名借力，那将会是一个很好的效果。

##### 2) 账号权重

有了平台之后，就要看你的账号权重高不高，微信会根据你账号的历史数据，如平均阅读量、评论量、点赞量等数据维度来评估账号的权重、受欢迎程度。

##### 3) 账号的垂直度

所谓账号的垂直度是指你账号是否一直在更新某个垂直领域的高质量内容，例如你的账号定位就是 SEO 知识干货输出，而且一直在更新 SEO 相关的高质量内容，那么你在做 SEO 相关的关键词排名时，就会有很大的优势。

#### 4) 落地页的需求满足度

微信搜一搜会不会给你好的排名，还取决于你关键词落地页的内容是否能够满足用户的搜索需求，以及用户的体验怎么样，所以在这里，麒麟老师建议你在撰写文章时，可以多维度的进行某一个关键词的内容布局。举个例子：

你想做“SEO 怎么做”这个关键词，你可以从“百度 SEO 怎么做？”、“微信 SEO 怎么做？”、“小红书怎么做？”这几个维度来解决用户对于搜索“SEO 怎么做”这个关键词的搜索需求。至于这些长尾需求去哪找，可以参考微信搜一搜的下拉以及相关搜索。

#### 5) 落地页的关键词密度

关键词密度是各大搜索引擎都会参考的一个排名指标，通过关键词密度搜索引擎来判断页面的主题，所以做微信搜一搜排名时也要合理的进行关键词的布局，但切记不要进行关键词堆砌。

#### 6) 微信自己的产品会有排名优势

其实不管是微信还是百度，他们在做搜索排名的时候，都会给自己家的产品做流量排名扶持。所以大家在做微信搜一搜排名的时候，一定要考虑到这个因素，具有得天独厚的优势。

排名具体操作：

##### 1) 利用规则 1 和规则 6 采用的操作

选用微信公众号作为承载排名的渠道，微信公众号是微信自己的产品，微信会进行优先排名；微信公众号平台本身的权重很高所以具有先天的优势。

##### 2) 利用规则 3 采取的操作

我们选好平台之后，就为自己的账号做了明确的定位，要不就是输出知识，与产品行业相同；要不就是润康的产品大百科，从而保持账号的垂直度，为润康的微信排名做准备。

##### 3) 利用规则 4 采取的操作

我们的每一篇相关的文章都从多个维度进行阐述，从而保证用户对于产品搜索需求的满足。

##### 4) 利用规则 5 进行的操作

科普文章里，从开始到中间段落再到文章结束，我们都布局了大量相关的关键词，尤其是在二级的小标题里面。

微信搜一搜里，蕴藏着大量的赚钱机会

微信搜索的技巧

有一部分人会复制标题到微博中搜索.....

有一部分人会复制标题到百度中搜索.....

有一部分人会复制标题到微信搜索中搜索.....

变现

玩微博的人，完整复制新闻标题，然后把视频下载下来，发到微博上！去微博搜索的这部分人，就很容易成为他的粉丝。



玩微信的，当然也可以这么引流增粉~

但有一部分人，他们是直接变现的！他们把新闻标题复制下来，文章内容是一些热门小说，直接帮小说平台引流，分销小说赚钱！

在微信搜一搜里。可被挖掘的需求还有很多，甚至说可以蹭的热点很多。

## 微信小程序的排名规则

### 上线时间

上线时间越早，排名越靠前。

关键词占位非常重要，越早发布竞争越小，而且还可以做到霸屏的效果

### 关键字频次

描述中完全匹配出现关键词次数越多，排名越靠前。

### 标题

标题中关键词出现 1 次，且整体标题的字数越短，排名越靠前

### 使用量

用户使用数量越多，排名越靠前

## 微信引流: 怎样找到精准用户微信群

1. 从微信搜狗上搜索: 扫码入群+行业 (时间)
2. 从微博进入: 扫码入群+行业
3. 专门提供微信群的网站: 百度“微信群”，各种群都有，质量不好说，小金额试错
4. 淘宝购买，质量层次不齐，原则: 小金额试错
5. 特定社区比如豆瓣(微信群二维码)
6. QQ 群跳转! (都是禁言的，只能看到一个自动@你的消息，两种格式 着急想砍价，终于找到组织了，却要去微信，怎么办? 那只能加了! 加上微信，或者关注公众号后，回复关键词或者要求进群，就会被拉进一个群聊，(全是真实粉丝，活跃度并不低)
7. 专门发布二维码的公众号
8. 直接在朋友圈搜索(扫码入群)
9. 人脉拉群(想进相关群或换群需求)
10. 工具抓取群

## 微信营销高手必学的 32 个招式

1、利用一切载体来做微信营销所有看得到的东西，都将成为我们的载体，推销产品先推销自己。

昵称 (可以自己给自己取个昵称，可以加进名字\电话号码\职称，名称跟自己形象要吻合)

- 2、个性签称,公司信息,电话号码都可以加上;可以用一段激励自己的文字.不要消极负能量的相册封面,放上自己的照面,然后加上我是谁,我是做什么的,我有什么样的成就.
- 3、所在位置,让我们所在位置变身载体,可以自己编写一段
- 4、微信二维码设置成手机桌面,或者锁屏页面
- 5、多人聚会时,怎么加群好友,面对面建群,或者雷达加好友
- 6、加新朋友时,为新朋友设置备注  
拍一张合影,然后把合影做为聊天背景
- 7、添加朋友时,要介绍自己.可以先拟一段文字。如:自我介绍,另外,一定不能马上发产品图片,不然可能马上被拉黑
- 8、群公告,重要通知,提前两天,另外可以使用群公告。
- 9、将重要客人设置成星标好友,查找起来比较容易。
- 10、 重要的好友客户,设置消息置顶.对自己重要的群,或者人设。
- 11、 标签:对不同的人设置标签,先将朋友分标签,发朋友圈时,可以按标签发,查找人时,也可以按标签查找
- 12、 微信聊天背景,可以与新朋友拍照片
- 13、 巧用我的收藏,重要的文件\消息收藏,设置标签,资料与文件分类存放  
多张图片收集在一起,一次发多张,非常方便
- 14、 发朋友圈的对话内容,以一屏为上限
- 15、 谨慎使用群发助手,每次 200 人 (节日的问候,最好是一对一发)
- 16、 发圈的三大要点  
第一产品好,  
第二模式好,  
第三我们可以带你赚钱,或者可带你一起玩起来,加入一个有趣的团队  
做微商要满足人的需求
- 17、 图文编写
  - 1 标题
  - 2 内容 ;
  - 3 指令附录:我的微信号  
文字内容:不宜过长,建议在 6 行以内 图片:1\2\4\6\9 张,显得工整对其。不宜
- 3\5\7\8 美化图片,可以做标注,标注能让阅读者一眼看到重点,建议可以使用圈点
- 18、小视频的发圈
- 19、分享社会热点、正能量;禁提负能量的东西、政治言论、宗教,夸大其词
- 20、分享家庭生活,一定要真实,可以分享一些亲子类的,和谐生活的小技巧
- 21、分享日记文章故事 分享感悟\自己亲身经因 一定要会自己写文案,自己写的会比较有感情色彩,每一个月的成长,与每一周的突破有叛乱,每一天的故事
- 22、制造话题和朋友讨论,与朋友有关系的,请反馈,投票.为什么朋友不给我反馈呢?
  - 1 发朋友反馈的信息少,因为人都是跟风的;
  - 2 感恩,朋友买我的东西,怎么做好售后;
  - 3 先技巧性地做一些反馈方案,然后再跟客户沟通
- 23、咨询求助,在发朋友圈的同时,求助一下好友
- 24、分享产品的新闻:如发货情况、订单量、收款情况、快递单据、赚钱证明,可以促成 潜在客户成交
- 25、分享价值,通过帮助客户解决问题.专业知识,分享美妆与卸妆的专业知识

26、分享客户的反馈与见证, 胜似广告 10 倍, 当客户购买了我们的产品, 或者代理了我们的产品后, 我们一定要拍照, 及时跟踪客户对话, 使用反馈, 这都是我们的素材. 让朋友圈的人看客户的见证, 客户的口碑, 这是最好的宣品素材

27、朋友圈记录自己的成长, 从一个小白到大咖, 就是成长与升级的过程, 从打包、发货、做

订单, 自拍, 开始, 从现状的改变, 让更多人感染到自己的力量

28、巧用朋友评论功能达到宣传效果, 这是非常强大的功能. 有些朋友会把自己发的广告, 再在朋友圈里面复制粘贴。

29、如何发单纯的产品广告: 当然如果你其它的图文发得非常好的话, 也可以, 就象看好的电

视剧, 也不太在意多几条广告. 建议少发单一的产品广告, 一天最多不超过 2 条, 另外一点就是, 只发一张图片, 因为别人没有时间打开其它的图片, 也可以比较聚焦

30、你的朋友圈让别人关注与停留:

点赞

评论

31、分享故事, 产品的故事\自己的故事, 客户的故事, 团队的故事

a、我自己如何从不理解到理解;

b、我的领导人如何发现这个商机;

c、我身边的人如何从排斥到接受, 再到如何成我们的代理, 如何做得很优秀

32、团队培训与互动, 听完分享课程后, 一定要分享或者互动

a、打造个人影响力 提高自己在团队的活跃程度, 帮助更多人的成长;

b、体现自己的用心程度. 也可以说温故而知新;

c、分享到朋友圈, 我们可以思考下, 为什么你朋友做了微商, 但是不跟你做微商呢? 因为他看不到你对别人的帮助

#### 微信转发网赚模式真实案例复盘

1、搭建一个微网站, 植入菜单到微信服务号

2、用户 A 注册后, 可以转发网站内的文章到朋友圈/微信群, 文章每被人点击一次, 用户 A 可以获得收入, 比如 0.01 元/点击

3、如果用户 B 通过用户 A 的文章也注册了, 那么用户 A 也会获得用户 B 在网站内的收益分成

4、这个模式跑起来后, 流量就来了, 来了之后就去找广告主, 那个时候一般都是广告主主动找上门, 都是黑五类产品 (英国 VK 内裤、减肥药等等)

为什么明明知道是 A 货, 还有那么多人买

第一类是: 单纯的品牌爱好者, 但是经济能力还无法支撑他去买正品, 于是他看到有仿的和正品基本差不多的超 A 货, 就会买来解解毒, 过过瘾

第二类是: 自己本身也是有经济

实力的, 但也是比较理智的, 觉得花几万块钱去买一块不经常用的世界名品, 是浪费钱。如

果有仿的很真的超 A 货，他会用正品的钱，买几十个不同款式的超 A 货。一是收藏、二是可以天天不重样的换着穿戴。（搭配不同衣服和场合）

第三类是：开奔驰、宝马、保时捷的土豪。

他们虽然很有钱，但是他们绝对不会浪费钱，他们花钱都是有目的。只所以是土豪，是因为他们会投资，买超 A 货也一样，你看到开着奔驰、宝马、保时捷的土豪们，即使手上戴的是地摊货，你敢说他戴的是假货吗？因为他们身份达到了，所以戴个假的，也没人敢认为是假的。（相反天天挤公交做地铁的，用个真货，也没人信是真的。没办法天朝环境就是如此）。但是

这类土豪买假货，也是会选择超 a 货，就是无限接近正品的。他们买这种超 A 货的目的，大都是泡妞、撩汉、聚会、或者搭配自己豪车。更绝的是以前有一个土豪客户，参加朋友聚会，喝多了，搞炫富比赛，就是把自己身上最值钱的东西，扔水漂，看谁扔的远。这哥们毫不犹豫的摘掉自己手上的爱彼表，就扔了出去..

为什么强烈推荐用 Wordpress 的理由

出词

网站参与前 100 名的关键词数量，在 ahrefs 里面显示的就是“organic keywords”的数量，关键词出的越多，说明网站能获取排名的机会就越大

国内的仿 shopify 后台做的 SaaS 建站程序，我看他外链做的不少，但是出词量也是非常的少，和 shopify 一个鸟样

为什么会有这样的原因

SaaS 建站都有一个通病：同一个 IP。也就是你的网站邻居如果越多不好的内容，这也会直接影响你的站点，特别是新站点。老站点做了大量的内容宣传和外链后，会被 google 信任，所以不会存在这个问题。但由于同一个 IP 下有大量的站点，所以 google 要识别是有难度的，需要时间

只是网站放久了，运营久了才自然会有流量出来

SaaS 建站的 SEO 设置很局限。为了降低用户的准入门槛，SaaS 的模块基本都是固定死的，页面的 H 标签大部分也是写死的。所以开发 SaaS 的程序员如果不懂 SEO，那么写出来的程序也不具备 SEO 的功能。这也导致了网站出词和排名的缓慢。并且我看国内的 SaaS 建站大部分模仿 Shopify 的也都是用他们那套代码，如果要在分类页面加内容也是需要自己独立去增加代码的，比较麻烦。

总结

如果你的站点是以垂直站为主，要做红人营销、FB 广告、Google Shopping 广告这些的，而 SEO 只是作为辅助流量，那么可以不用考虑那么多，不论是 shopify 还是国内的 SaaS 平台也是挺好用的。

如果你是要做纯 SEO 的电商站，靠 SEO 流量来出单的，那么我个人强烈建议 wordpress，不仅是在 SEO 的表现上，而且在月租金和佣金上都有非常大的优势

为什么首页没有缩略图，栏目页，内容页都有缩略图？

没什么首页没有缩略图

## 1.内页出图原因

这个页面的网站搜索排名不错,同时排名关键词是长尾,竞争力不高,在相同页面排名中,这个页面算是比较优质的页面,那么,搜索引擎为了更好的用户体验也就会给内页搜索结果出图,促进了点击率,这样形成了正向循环。

同时内页也会因为页面有相关锚文本链接,会关联其他页面,形成连锁反应,所以很多网站内页出图都并非一个,而是很多个

## 2.首页出图问题

首页出图的网站,大部分质量都比较高,所以一些朋友就会认为权重高就必然出图,其实也并不一定是这样,一些网站内页出图,而首页不出图,除非首页被 k,要不然常规首页权重不能比内页低,毕竟一般网站都是金字塔结构,所以首页权重一般不会太低。

正常原因是首页一般都布局竞争度比较高的关键词,导致竞争比较激烈,给予缩略图的概率较低,并且首页缩略图也被称作是网站 logo 出图,需要一定的权限,要不然就是随机展示,所以我们要首页出图,需要思考怎么才能促进首页出图。

怎么让首页有缩略图

### 1.开通 logo 权限

#### ①资源平台活动

资源平台和站长论坛不定期会举办活动,而这些活动的奖品很多时候会包含各种网站权限,其中就包含了 logo 权限,所以要经常关注资源平台和站长论坛多参与其活动,提高活动权益的机会。

#### ②关联小程序

如果网站可以关联小程序,只要小程序的流量达到要求,那么,资源平台也会开放 logo 权限,就可以正常的让网站首页出图。

### 2.提高出图率

第一种有不确定性,第二种,一些网站不适合开通小程序,所以现在大部分网站都是让搜索引擎自动给予缩略图权限,只不过这种缩略图并不一定是网站 logo,而是随机展示图片,所以我们需要通过调整网站来让首页提高 logo 图片的出图率。

#### ①图片尺寸

搜索引擎最新规定,网站 logo 的尺寸为 200\*133,我们网站的首页 logo 最好也按照这个尺寸来设计,而更重要的是这个 logo 通常是整站都有的,而具我们观察,网站首页随机出图,更多的是展示首页页面中的图片,所以我们建议,做一到两个 logo 图片,按照 logo 的比例来布局在首页中,增加出图为 logo 的图的概率。

#### ②图片 alt

给 logo 图片添加上 alt 标签,主要是首页页面布局的图片,这样可以增加图片与首页 title 的相关度,也可以提高出图率。

#### ③图片位置

虽然首页出图的概率是随机,但我们也可以发现,一般比较靠上并且尺寸合适的图片都容易被使用,所以你可以将页面中的 logo 图片,设置得更靠上,当然这也需要在满足网站的用户体验的基础上来做。

为什么说每个网站都需要有几个页面是爆款

### 1、网站权威

从目前来看真实性的搜索访问和点击, 仍然是衡量一个目标站点热度的重要指标, 也可以理解为“权威度”。

早期如果你的目标站点中, 有几个热度页面, 他就完全可以带动整站关键词排名。甚至一个热度页面就可以拉升整站的权威度

持续性的热点新闻, 或者话题热度延续性的内容。

建立热度话题目录, 整合相关热度话题矩阵。(不限制行业, 当时网站没有领域垂直的要求)

利用持续性热度目录, 透过链接关系, 带动目标相关性海量长尾页面排名。

这样随着整站部分页面的热度, 就使得大量站内页面得到较快的排名, 并且透过长尾词源源不断来流量。

## 2、KPI 类型

能够获得一定搜索访问的流量, 通常来自于客户选择的大词。但客户给的大词, 在某种程度上, 基于预算的问题, 真实的数量同样是少数。

核心词与长尾词之间, 可能存在一定非相关性, 哪怕 3-8 个关键词中, 存在一定的热度关键词, 我们基于甲方客户的品牌相关因素限制, 并不能合理利用现有的热度关键词。

长尾词的转化率周期, 相对比较长, 而大词转化率周期相对较短, 虽然排名周期长

## 3、排序策略

1、长尾词的搜索量本身就是杯水车薪。

2、长尾词进百度首页排名, 相对异常困难, 最多就是第二页, 第一位。但基于搜索量的问题, 基本没有实际多少点击。

3、没有办法真正建立网站中的热度页面

1、一定要选择一些搜索量非常高的词, 做热度页面, 这样即使排名在第二页, 第一位, 基于流量总量的问题, 多少也会得到一些点击。

2、仍然需要思考, 如何合理利用热度页面。(或者本身网站现有点击量非常高的站内页面)

2、仍然需要思考, 如何合理利用热度页面。(或者本身网站现有点击量非常高的站内页面)

为什么需要 SSL 证书来做 https 网站, 以及 ssl 证书区别

免费提供 SSL 证书目的是为所有网站提供 HTTPS 访问权限。付费 SSL 证书是由可信赖的证书颁发机构(CA)签名并颁发的, 免费 SSL 证书与付费 SSL 证书都提供 HTTPS 访问

证书区别

### 1、SSL 证书类型

免费 SSL 证书一般为域名型 DV SSL 证书, 仅用于提供基本级别的身份验证, 常用于小型网站和博客等平台。免费 SSL 证书没有组织验证(OV)和扩展验证(EV)证书的类型, 付费 SSL 证书则有 OV 和 EV 类型的 SSL 证书

### 2、验证级别

免费 SSL 证书仅需基本级别的身份验证, CA 机构不会验证除网站所有者身份

之外的任何内容。而付费的 OV/EV SSL 证书除了必须验证网站所有者的身份之外,还需要对公司和业务进行深入的验证

### 3、有效期

一般 CA 机构提供的免费 SSL 证书有效期为三个月到一年。因此,网站所有者必须按时更新证书

### 4、服务支持

付费的 SSL 证书的提供商致力于为其客户提供全天候的技术和服务支持。这些客户可以选择他们想要的任何类型的支持,无论是聊天,电子邮件还是电话。而免费的 SSL 证书不会帮助他们的客户获得如此卓越的支持

### 5、信任程度

免费 SSL 证书仅地址栏显示 HTTPS 和安全锁图标,付费的 OV 和 EV SSL 证书除了显示 HTTPS 和安全锁图标,还能查询到公司详细信息,EV SSL 证书还能使地址栏变成绿色,并在地址栏直接展示公司名称。这些标识增加了客户对网站的信任度,而且客户在网站进行交易的机会大大增加。

## HTTPS 和 HTTP 的区别

1、https 协议需要到 CA 申请证书,一般免费证书较少,因而需要一定费用。

2、http 是超文本传输协议,信息是明文传输,https 则是具有安全性的 ssl/tls 加密传输协议。

3、http 和 https 使用的是完全不同的连接方式,用的端口也不一样,前者是 80,后者是 443。

4、http 的连接很简单,是无状态的;HTTPS 协议是由 SSL/TLS+HTTP 协议构建的可进行加密传输、身份认证的网络协议,比 http 协议安全。

### https 缺点

(1) HTTPS 协议握手阶段比较费时,会使页面的加载时间延长近 50%,增加 10%到 20%的耗电;

(2) HTTPS 连接缓存不如 HTTP 高效,会增加数据开销和功耗,甚至已有的安全措施也会因此而受到影响;

(3) SSL 证书需要钱,功能越强大的证书费用越高,个人网站、小网站没有必要一般不会用。

(4) SSL 证书通常需要绑定 IP,不能在同一 IP 上绑定多个域名,IPv4 资源不可能支撑这个消耗。

### HTTPS 优化

1、HSTS 重定向技术:将 http 自动转换为 https,减少 301 重定向

2、TLS 握手优化:在 TLS 握手完成前客户端就提前向服务器发送数据

3、会话标识符:服务器记录下与某客户端的会话 ID,下次连接客户端发 ID 过来就可以直接用之前的私钥交流了

4、OCSP Stapling:服务器将带有 CA 机构签名的 OCSP 响应在握手时发给客户端,省的客户端再去 CA 查询

5、完全前向加密 PFS:使用更牛逼复杂的秘钥算法

为什么要进行关键词分组? 关键词应该怎样分组?

为什么要关键词分组?

- 1、方便写创意，好控制流量
- 2、一个关键词背后都代表着一个需求，关键词分组就是划分需求
- 3、计划的划分是分人群，不同的人群在不同的计划中;单元划分是分需求，不同的需求在不同的单元中。

如何关键词分组?

- 1、需求一致：不能把价格类的词和厂家类的词放在一起，疑问词和价格词放在一起，用户在搜索时的潜在需求和顾虑要和关键词必须保持一致
  - 2、长度相近：单元中关键词字数长度要保持大致相近，这样方便我们写创意。
- 稳赚不赔小项目，学生党宝妈党轻松上手每天都有钱拿（手工兼职）

寻找货源

“十字绣”“串珠”

阿里巴巴、淘宝、批发市场

核心

价格合适 质量 ok

发布信息

淘宝、闲鱼、赶集

内容：招聘愿意做手工活儿的人

一是招聘要求不要写得太高，要让大家感觉一般的女性都可以做。随时随地，都可以在家做。二是招聘要求要写得认真，让大家感觉是正经操作的项目

招聘要求

因工作量大，需要一些兼职人员帮忙做手工活儿。具体的手工活儿是：十字绣/串珠

要做兼职的人，需要先自己购买手工活儿的材料，以防有的兼职人员把材料拿走了但是不交成品。费用就是材料的成本钱。手工活儿做好以后，把成品邮寄回来，只要符合要求，我们就退回产品成本钱，并额外支付手工费用

手工活儿都是大量需要的，不可能一个一个地来回邮寄，从成本上来说也不划算。所以一般购买都是直接购买一批材料包。这个做过手工的人都能明白，比如说做串珠，不大可能一次只买几颗珠子，都是成包成包地买

项目收益

卖材料包的钱

在规定的时间内这些手工活是很难完成的

赚成品的钱

个别优秀的兼职者，最终完成了成品且成品质量还不错的，我们就要按照之前的承诺，支付手工费用。然后这些纯手工制品我们可以放到某宝上或者朋友圈里去卖

远期

通过将引来的流量继续做其他项目，再次产生变现

我会怎么做才能赚到更多钱关于写作我的思考

1. 整合已经出版的几本历史书，关注的读者可以方便打包购买，部分文章里面增加购买链接
2. 从“历史可以使人明智”这个角度出发，从“明智”这个功利性的角度，加上他在历史这



个领域的 IP, 开设一个课程, 课程价格可高可低, 如果是我, 会定高客单价, 面向企业老板

3. 在多个平台开始同步文章, 只要这个平台有广告收益, 积少成多

4. 同样是“历史可以明智”这个角度切入, 做低客单价课程, 找千聊、荔枝微课、喜马拉雅合作, 找会玩流量的人合作, 收益有一点是一点, 而且这些课程比较畅销。

5. 面向孩子开发历史故事音频课程, 类似于凯叔讲故事, 可以弄一个德叔讲历史故事

6. 书籍的利润实际上很有限, 那么对于这些对特定历史感兴趣的垂直群体, 可以尝试开发一些周边, 或者开发一些历史主体的旅游团, 亲自带队, 一边旅游一边讲历史

7. 微信文中广点通广告可以开起来, 积少成多

8. 很有更多围绕读者需求开发的产品, 只要敢定价, 就一定会有人买

洗发水的话术模板

是正品吗?

亲, 正品保证, 支持专柜验货, 您也可以扫描瓶底二维码进行查询。

微商同款吗?

亲, 我们的洗发水是微商同款, 支持专柜验货, 您也可以扫描瓶底二维码查询

效果怎么样

亲, 我们的洗发水能够补水控油, 保持油水平衡, 强健发根, 滋养发丝, 止痒去屑, 控油防脱, 改善头发干枯毛躁分叉等现象, 特别是染发后出现的干枯, 配合护发素效果更好  
多久开始有效果

亲, 每个人的发质不一样, 但是一般两次开始就有很大的改善了

油性头发用这款洗发水有用吗?

亲, 可以均衡头皮的油水分泌, 改善油头的现象的

去屑/止痒效果好吗?

亲, 洗发水可以给头皮补充并保持水分, 缓解头皮干燥引起的头痒、头屑

可以控油/防脱发吗

亲, 洗发水控油和防脱发的效果很好的哦, 可以均衡油水分泌, 减少因油水不平衡造成的头皮负担, 净化头皮, 从而巩固毛囊, 防止脱发

洗发水是什么味道?

亲, 甄选天然植物精华, 有着自然的清香味, 而且洗过之后, 会让您的头发也保持清香

我的头发干枯毛躁分叉, 适合用吗? 想要头发更加柔顺, 有用吗?

亲, 长期使用洗护套装会有效改善头发干枯毛躁和分叉的现象, 特别是我们的护发素, 对于发质受损的情况特别有效, 能够保持头发柔顺

只用洗发露有效吗?

亲, 洗发水能够止痒去屑, 控油防脱, 改善发质, 单独用洗发水也是可以的, 但是这边建议您还是买套装, 配合护发素使用效果更好, 护发素能够锁住营养, 深层滋润, 让头发更加柔顺

孕妇/哺乳期等人群可以使用吗?

亲, 提取的纯植物精华, 零添加, 适合全家使用哦, 准妈妈和婴儿也可以使用  
会过敏吗?

亲, 采用的纯天然原料, 不会引起过敏反应哦。

老款洗发露和护发素怎么区分?

亲, 红色花是洗发露, 银色花是护发素

可以分开买吗?

亲, 可以分开买的, 但是我们建议您买套装, 洗发露护发素配合使用效果更好

套装包含什么?

亲, 经典套装包含一瓶经典洗发露和经典护发素

洗护套装使用方法?

1、洗发水: 用温水将头发充分润湿, 取适量洗发露于手心, 轻揉至绵密泡沫, 将泡沫均匀地涂抹在发丝尚, 轻轻地揉搓 3-5 分钟, 温水冲洗后去适量护发素滋养几分钟, 最后用温水冲洗干净。2、护发素: 取适量本品从发尾向发根涂抹, 注意不要抹到头皮上, 否则容易油头, 涂抹 5-10 分钟之后用温水冲洗干净, 让营养更好深入, 有更好的效果。

发膜的使用方法?

温水淋湿, 用洗发水洗净, 拧干多余水分以免影响头发对发膜的吸收, 将发膜涂抹在头发上, 特别是发尾, 不要弄到头皮上, 不要加热, 少量水抹在涂了发膜的头发上, 促进吸收, 用清水洗净, 一周使用两次为佳。

精油的使用方法

亲, 精油可以加在洗发露里面使用, 滋养头皮, 去屑止痒; 或者加在护发素里面, 柔顺增倍, 强效修护; 也可以洗头之后, 将头发吹至八成干, 滴两滴精油在手心抹匀, 涂抹在头发上, 瞬间柔顺, 防止干燥。一周使用两次为佳

为什么你们的产品比别家的贵

亲, 我们的产品是正品, 不和假货比价格

为什么比微商的便宜

亲, 我们其实也做微商, 在淘宝走量, 每个月量很大, 所以拿货价格比其它微商低, 省去了很多代理级别, 所以价格比较低

多久发货? 什么快递?

亲, 我们 24 小时内发货, xx 包邮

可以退货吗?

亲, 十五天以内无理由退换货

细数 SEO 遇到的那些坑儿

压力山大的服务器对话

SEO: 咦, 神马蜘蛛抓取量掉零了?

运维: 服务器压力好大, 前几天屏蔽了一些 ip

SEO: 挖槽, ip 段无法反查, 几天后, 查到一些神马 ip 段

运维: 这就取消屏蔽

运费 A: 挖槽, 服务器压力好大, 封爬虫吧

运维 B: 申请个 CDN 吧, 上次封错被 diao 死了

SEO: 卧槽, 抓取怎么又掉了?

运维 B: 上 CDN 了

SEO: 一天换几次 IP, 坑啊

高大上的 MIP 技术

SEO: 卧槽, 为啥从百度搜索进入自家 mip 页面空白??

技术: 百度的缓存页面, 与我们 mip 页面的链接写法不兼容, 导致百度缓存的时候页面里面的链接生成错误, 再从百度缓存下来的页面, 点击链接二次跳转, 页面就错链内容空白了

SEO: 坑啊

SEO: 为啥 mip 页面请求空白?

技术: 是我们的列表页, 百度的域名是 https 的。但是我们 mip 页面是 http 的, 然后异步请求不到数据, 就空页面了

SEO: 卧槽, 为啥 mip 页面又请求空白?

技术: 负载均衡其中一个机器节点代码问题, 导致请求返回空白。

SEO: 大爷

不平凡的状态码

SEO: 咦, 404 页面怎么返回的是 200 状态码

开发: 额, 这就改...

SEO: 这类页面怎么跳转多次?

开发: 额, 服务器规则太多了

SEO: ...

SEO: 咦, 后台怎么抓取异常暴增

开发: 提交了一批 xx 页面

SEO: 尼玛

SEO: 卧槽, xx 频道下的链接自动跳转到 https?

开发: cdn 那边默认跳转的问题, 如果是错误端口的 url 会被跳转到 https, 影响的 url 就是看到的 200 多个。

SEO: 这类页面怎么收录多套 url

开发: 301?

SEO: 洗脑到位

那些重复犯错的问题

1. 适配代码链接指向错误
  2. 面包屑导航链接与文本使用不规范
  3. 一个页面多次使用 h1
  4. 多套无效 url
  5. 移动端高大上的瀑布流
  6. 那些暴露的 js 以及 css
  7. 图片没有 alt
  8. 相关链接不相关
  9. 提出需求不实现
- 技术+SEO=技 S=技师

线下店内衣店的

获客思路

核心

引流方式: 拉人进群, 可和朋友一起获得礼品, 半个月内到店能领取

具体操作

1. 线上在种子用户群先发红包, 造势, 发通知;
2. 告诉大家, 只要你拉人进群, 就送精美礼品 (礼品名称和原价要标清楚);
3. 进群满 50, 100...还发红包, 抢到最大的那个, 可以免费领取大礼包;

4. 于是大家疯狂拉人;
5. 拉人的, 和进群的新人都有礼品, 他们就会问, 怎么领取;
6. 然后再告诉他们, 到店就能领取, 半个月之内有效;
7. 来店铺之后, 马上进行留客升单, 卖会员, 因为朋友店铺会员体系和服务做得很不错, 到店被转化的几率很大;
8. 结果是第一天到店 25 人, 13 人消费了 7000 多。这个效果他们很满意

#### 基础

成本分析: 普通礼品成本 2 块钱, 大礼包成本 200 (内衣、内裤), 红包总成本不超过 100

用户执行步骤分析: 其实就两步: 1. 拉好友进群; 2. 领取奖品, 到店领取

#### 注意事项

1. 海报上不要写“到店才可领取奖品”, 这样增加客户的决策成本, 只有当用户问你怎么领取奖品时, 你才告诉他“来店里就可以领取奖品, 半个月内有效”;
2. 因为线下门店都有服务半径, 所以一般不会出现大规模薅羊毛的情况, 客户都是店铺周边的, 她带来的人也是周边的人;
3. 千万不要步骤过多, 追求简单易懂, 傻瓜听一遍也能理解, 这样客户参与度才高, 活动才有效

### 详解贴吧推广引流法, 顺带揭秘一些常见套路

#### 准备

购买, 注册账号

用邮箱绑定邮箱, 再绑手机

#### 发帖

##### 细节

图片发一次贴要换一次、标题、内容

#### 顶帖

##### IP

人工顶帖

微信号

邮箱号

#### 引流

##### 大众流量

去找一些热门的话题, 贴吧。去发文章引流

去贴吧的同学-兴趣部落里抄袭即可

解惑型的, 一楼问如何发帖不被封。然后一堆人留言

##### 利益流量

诱惑流弄一个美女的头像, 再弄一个暧昧的名字

##### 收益流

讲你的创业啊、送教程啊、送视频、送礼物

不用心急去同意。等个一 2 天。他可能就忘了

##### 精准流量

找直接有需求的相关贴吧直接发帖引流

### 小红书笔记推广方案和报价

1、找穿搭 KOL，推广方提供主推的款式，赠送服装并请达人拍照发笔记，笔记绑定店铺后可直接引流（也可以要求发笔记后寄回）；单个 ko 的成本在 1-2k（不含服装成本）；引流效果看，这种最好，穿搭 KOL 颜值高，笔记容易出爆文

2、推广方直接提供打包的穿搭图片，找小红书的素人号看图写文，发笔记，笔记绑定店铺后可直接引流；单篇笔记的成本从 50 到 800 不等，看账号粉丝数量

3、推广方直接提供图片+文案，找素人直发，成本在 2 的基础上会再低一些

#### tips

1.小红书禁止往微信等外部渠道引流，尤其是微信个人号，所以微商和个人号，不建议做，投入产出比太低；

2.文章中不能出现任何与微信相关的字眼；

3.发私信提到微信也会被举报封号；

4.app 和小程序，属于工具型产品，目前比较宽松，但用户路径越多，越容易流失；

5.小红书开店流程比较复杂，需要很多资质，计划长期推广，可以再考虑开店；

6.暂时也没有 cps 的合作模式，常规笔记对店铺的引流，没有明确的数据后台

### 小红书限流

#### 账号违规

##### 账号违规

一机多号 3 个以上

昵称涉及违规和广告

头像违规

个性签名

旧号重新登录

##### 解决办法

养号

恢复真人动作

浏览笔记

点赞、评论、互动

#### 笔记违规

##### 笔记违规

广告和销售笔记

不合规留下联系方式

非原创内容

伪造粉丝，阅读，点赞 收藏

不友善行为

诱导分享

侵权 盗版 虚假 无价值内容

发布色情低俗内容

解决办法

发布多个产品对比，不要只发布一个产品

不要刷量 点赞 刷收藏

不要恶意贬低其他产品

不要发布有诱导性内容

不要发布违规内容

尽量发布原创内容

笔记限流原因

限流

笔记发布后，阅读量只有几个或者相比以前的阅读量平均值相差特别大

单篇限流

单篇限流

非原创内容

广告推广内容

解决方案

不要发之前类似笔记

不要删除笔记，后面发布笔记

原创就行

多篇限流

多篇限流

商业笔记过多

曾有违规记录，被关小黑屋

解决方案

减少商业笔记

5 篇正常笔记，1 篇商业笔记

内容没有价值

等 2 个礼拜

笔记搜不到

违规

系统缓存

写公众号一年，赚了多少钱

1. 整合已经出版的几本历史书，关注的读者可以方便打包购买，部分文章里面增加购买链接；

2. 从“历史可以使人明智”这个角度出发，从“明智”这个功利性的角度，加上他在历史这个领域的 IP，开设一个课程，课程价格可高可低，如果是我，会定高客单价，面向企业老板

3. 在多个平台开始同步文章，只要这个平台有广告收益，积少成多

## 打赏 付费

4. 同样是“历史可以明智”这个角度切入，做低客单价课程，找千聊、荔枝微课、喜马拉雅合作，找会玩流量的人合作，收益有一点是一点，而且这些课程比较长销
  5. 面向孩子开发历史故事音频课程，类似于凯叔讲故事，可以弄一个荣叔讲历史故事
  6. 书籍的利润实际上很有限，那么对于这些对特定历史感兴趣的垂直群体，可以尝试开发一些周边，或者开发一些历史主体的旅游团，亲自带队，一边旅游一边讲历史
  7. 微信文中广点通广告可以开起来，积少成多
  8. 很有更多围绕读者需求开发的产品，只要敢定价，就一定会有人买
- 每个人的选择都不一样，仅仅是一点思路。但是对于写作的人，特别是全职写作的人，只有持续赚到钱，才能够稳定输出，最终受益的还是读者

## 新浪博客推广

- 1、博客账号预备  
使用老号，注册博客一年以上
- 2、博客高权重打造  
点击修改昵称头像，昵称便是你的博客名字（查找抓取的 title）  
点击【页面设置】，调整博客布局和挑选一套优异模板，能够经过增加【自定义组件】植入联系方法
- 3、更新策略
  - A. 养号阶段  
更新优质内容  
先确定你要写关键词  
做网站外链  
时间 5 天
  - B. 经过养号操作  
博客现已被百度查找正常录入，接下来就能够针对性发布软文了，里边能够植入广告，能够制造一个广告图或者引导案牍，引导用户加你，完成被动引流
  - C. 提供两种高级玩法  
第一种，首次发布里边不植入广告，等发布文章正常录入后再对文章进行修改，加入广告，好处是防止因为加入广告导致查找不录入  
第二种，便是专门写一篇引导案牍，案牍用来引导用户增加，杰出为什么要增加你？增加你能够获得什么福利？然后在发布文章后边加入这个文章链接就能够。

## 新浪微博实施白名单外链限制

### 起因

从 2011 年 3 月微博开始免费提供起提供网站外链转换短链，和短链自动解析跳转服务至今，但是搞着搞着不好控制了，钻篓子的人太多了，总是利用微博提供的免费外链跳

转服务, 恶意发布一些涉黄赌博违法信息, 从事一些非法营销活动推广个宣传, 向站外导流获取非法利益。导致自家被多个部门找上门要求整改, 还影响用户体验

白名单站点

1. 政府网站(.gov.cn 结尾);
2. 正规媒体网站;
3. 各大门户网站;
4. 企业自主向微博平台申报确认后的正规网站。

企业网站申请外链白名单要求

1. 须使用企业认证账号私信申报对应的企业官方网址;
2. 企业蓝 V 账号需要在年审期内;
3. 提供的 ICP 备案主体单位与企业认证账号公司主体一致;(如网址主体单位无企业认证账号, 需认证后申报)
4. 须确保所申报的域名网址指向的内容合法合规;

提交审核地址: <https://jianye.hd.weibo.com/site/?id=1096>

新老域名选择

新域名

含义和后缀

com cn org net cc

老域名

时光机

[archive.org](http://archive.org)

爱站

无灰黑、历史权重和持续建站

桔子

新手借助微信 SEO 也可以轻松引流快速增粉

第一个: 公众号认证因素认证

认证过的公众号比不认证的公众号更有排名优势, 认证过的公众号优化周期比较短。可以去淘宝或者找身边的朋友帮忙。如果实在搞不到, 那么只能用个人的, 不过个人的优化周期会比较长。

第二个: 公众号以及文章名称关键词因素

你的文章标题一定要有用户会搜索的关键词, 例如你是做纸尿裤这一块, 那么你的精准用户肯定会搜跟“纸尿裤”相关的关键词, 而且是要有搜索指数的关键词, 那么如何判断关键词是否有搜索指数呢?

第三个: 公众号描述和文章描述因素

如果你的公众号或者文章的描述没有关键词, 那么系统可能认为你这个公众号或者是文章不专业, 所以你一定要在公众号文章的描述中出现两次左右的关键词, 最好最少也要一次。

第四个: 文章中的关键词布局

你还要注意这个文章这个关键词布局, 要布局要均匀, 不要大量堆砌。你文章开头



中间末尾都要均匀分布, 不要啊这些关键词在只在文章前面或者只在这个后面出现。

#### 第五个: 文章阅读、转发, 评论量因素

文章阅读量评论转发, 越多对排名也就越有利, 但是如果你做好以上四点的话, 一些竞争不大的词, 即便你的阅读量不多, 也很容易获得排名。

#### 第六个: 公众号粉丝数量因素

有的时候你会发现就算你把所有因素都做好了, 但是公众号文章排名还是上不去, 是因为忽略了这个核心的因素。

如果你一开始做公众号, 粉丝比较少, 那么如果做那些竞争大的关键词, 排名是很难上去的。比如“小辉网络”这个关键词每天搜索量有 18 万左右, 如果你的粉丝比较少, 那么这个关键词竞争比较大, 很难做上去。这个时候, 我们可以退而求其次, 做“长尾关键词”。当公众号粉丝多了之后, 我们再去那些竞争比较大的关键词。

黑帽 seo 技术收徒新站进入百度沙盒, 怎么办?

#### 1. 保证网站没有关键词堆砌

把握后关键词在标题和描述中出现的次数, 尽量用最简洁明了的话来描述标题  
3-5 次

#### 2. 网站的更新要保持

#### 3. 绑定百度站长平台

新站尤其需要绑定站长平台

#### 4. 切勿随便修改标题

修改标题其实和关键词堆砌性质优点像, 新站被搜索引擎对待是非常敏感的, 如果随便修改标题, 很大的可能性都会导致网站永久降权, 所以我们一定要保证网站在上线前所有的标题描述都已经写好不要修改

信息差与自媒体炒款如何巧妙结合

国外已经大规模流行的东西, 国内会有滞后性

一些品类的产品, 在还没有流行起来但有点苗头的时候, 低成本大规模的投自媒体广告, 有希望让品牌词成为品类词, 至少可以占领很大一部分的先机  
一些品类的产品, 在还没有流行起来但有点苗头的时候, 低成本大规模的投自媒体广告, 有希望让品牌词成为品类词, 至少可以占领很大一部分的先机

通过低成本投自媒体, 然后在淘宝上销售

发个图吸引点击率, 重要的是文字

信息整合: 一个可复用, 低门槛的成熟商业赚钱模式

what 啥子嘛

#### 1.

hao123

4399

微信

美团

滴滴

2

新榜

公众号

小程序

阿拉丁

大梦想商店

知晓程序

3

短视频

抖大大

toobigdata

4

币乎榜

区块链内容

5

捷径

苹果手机

安卓手机

pc 电脑

应用软件

6

热点榜

今日热榜

热搜榜单

7

工具网站

考拉新媒体导航

广告人导航网址

运营工具

8

webscraper

模板

菜鸟教程

why 为什么这个模式能成立

信息整合，本身就是一件有价值的事情

因为它节省了用户的时间，节省了时间，用户就愿意用，甚至愿意付费。

特别是在知识付费时期，就更容易了

how 如何切入

有哪些

围绕大体量产品

微信：新榜

小程序：阿拉丁

还有什么需求呢?

微博: 可不可能针对某个领域, 将一些大 V 的帖子精华帖整理一下。

博客: 各大平台的头部大 V, 整理一下。

头条:

抖音:

快手:

知乎:

围绕行业

- \* - 知识付费领域是不是缺个导航
- \* - 程序员有没有什么需求, 缺个导航
- \* - 运营除了工具, 还有哪些需求?
- \* - 产品
- \* - 营销

不同行业的资料包?

从知乎找需求

从百度知道找需求

小

微信群有分享

精华帖

公众号文章

做产品

如何变现

(1) 广告

广告联盟

品牌广告

(2) 分销

(3) 付费服务

(4) 培训

核心

- 1 任何行业, 都需要一个信息整合的产品
- 2 信息整合, 能帮助用户节省时间, 提供了价值, 用户就愿意付费
- 3 从身边的需求、大体量产品、知乎、百度知道找类似需求

学而思活动裂变

- 1, 课程价格 1 元, 用户心理基本没有防御

目的: 流量

- 2, 课程详情页很赞, 页面有两个报名入口, 都特别显眼, 详情页中有 1 元报名, 底部有 1 元报名

- 3, 报名后会弹分销海报, 解锁 第一课的噱头也很酷

缺点: 又关注, 又注册, 又进群, 又 app

- 6, 关注自动回复继续引导绑定账号, 获取手机号后续追销。活动缺点: 进群入口太深,

进群用户流失发。

5, h5 页进群入口, 进群是引导分享页面, 解锁全部课程需要分享邀请 2 人, 否则补课程差价。(这个点基本用户都会分享邀请)

4, 从 h5 跳到公众号, 分销引导, 解锁全部课程(其实就是强制分享)

学术论文设置论文

引用参考书目格式项目日入 500 刀

核心

EasyBib.com

需求判断

为书目的繁琐格式、设置规则

团队协作

技术支持

质量检查和学习 MLA 格式

美国现代语言协会制定的论文指导格式

PMF (产品/ 市场契合点) 把控

构建满足自己当前需求的产品和功能

业务模型和帐户管理

业务增长

尝试所有自己可以想到的渠道

AOL 聊天室

发布 EasyBib 为何是出色服务的原因

制作好 EasyBib 传单

从网上找到老师的电子邮件并 email

媒体报道

用户愿意将网站推荐给朋友

结合客户需求丰富产品功能

APA 格式(研究论文撰写格式), 并使用 PayPal 进行收款

根据转换率和保留率

SaaS 指标进行分析, 测试不同的产品和价格设置

拓展业务模式实现营收增长

广告投放

SEO

收购同行

训练营的模式

双赢局面: 把原先的支出都变成收入

帮更多人开好自己的托育园

做样板园, 然后找到加盟商, 发展加盟园, 复制我们的办园理念、方式、课程

托育这个伪新兴行业

传统转化逻辑

如果用线上训练营的模式,先建立用户忠诚度,学习我们的课程体系和运营方法,用于自己的园区,改善她的经营状况,然后小范围内传播,在圈内形成口碑,再推荐参加训练营或者直接加盟合作,这就是一个不断上升的正循环。

通过学习,学员和老师之间的关系更近一步,如果遇到其他困难,或者想一起发展,首先考虑的就是她当初参加的那个训练营 传统招商加盟需要大量金钱去找意向客户,投放的坑一个一个踩,现在只需要把提高的培训服务提前,就会有意向客户自动找上门

客户通过少量的钱找到适合自己的方法改善经营;我们通过输出自己的专业技能和成功案例收取服务费

2 人就能玩转,0 启动也能转化

训练营加强了信任,每次都是深度链接

有后端实体项目,会让训练营价值增大

四个不容忽视的训练营操盘细节

1.行业专家的 IP

导师本身的标签和训练营人群要有重叠度

一个训练营最好是一个导师,从工作协调、操盘手工作量、学员的认知度等方面来说,一个导师更容易幸成口碑传播

2.1 小时左右的主题分享

免费、干货、细分领域前列地位

第一:设计诱饵沉淀私域流量

微信群+直播间的形式,进行直播课的运营。直播前进行群裂变,采用的是邀请 x 人送 XX 资料的老方法,因为提供的资料很刚需,所以效果赞

直播前建群,可以保证直播间的上座率,而且有互动的地方,直播后 1 天,可以结束微信群使命,解散

第二:分析直播数据,找客户兴趣点

开口成交

第三:观察用户活跃度有时候那些感兴趣的人,因为时间原因,错过直播,想看回放的

群裂变的时候,主动邀请并转发海报的人

3.成交训练营的人员筛选

a.

入学检测表用麦客表单

把他们的疑惑和需求并提供解决方案

开营仪式

什么时候加专属号,什么时候拉群,什么时候群公告,什么时候群发通知,都是要提前准备。

集体当众承诺

学员分享

每次课后,要给学员舞台展示,只有流通才能成长,封闭的、一味自己输出的是难以长久的

毕业典礼上优秀学员感言

评论和收获,就是用户证言,是给营外人看的最好素材

## 微信合影

b

1.迎合用户，调整上课时间：晚上 8 点-9 点，每天只有 1 节，每节课后都会安排作业，保证学员学得会、用得上

2.增设 UGC，搭建学员舞台，帮助优秀学员设计自己的公开课，训练营教大家如何跟家长沟通互动，招生引流

3.把资料做成课，加餐分享

4.服务升级，增加归属感

4.训练营提供的标准服务

页面加载对 seo 的影响

页面加载流程

用户发起请求

本地 DNS 解析

页面内容展示

Web 数据

服务器 DNS 解析

线路选取

<https://tools.ipip.net/traceroute.php>

指令: ping 127.0.0.1 -c 10

rtt 是传输的时间延迟 Round-Trip Time。最小 / 最大 / 平均 / 算术平均差

云主机、BGP 线路、CN2 直连、稳定优先

Web 页面优化提速技巧

压缩

代码压缩

图片压缩

Gzip 压缩

页面缓存

分流

站库分离

CDN[缓存]

云计算

JS 延迟加载

工具

GZIP 检测

浏览器自带

Httpwatch

## 一个人做淘宝的技能详细分享

### 一. 选品(如何挑选冷门产品)

- 1、竞争小
- 2、对手弱
- 3、利润高

### 二. 货源

货源网站, 淘宝官方的 1688, 开山网, 五一货源网, 包牛牛, 五八食品网, 慧聪网, 马可波罗网

尽量选择有实力的批发商, 供货商, 如何鉴别

#### 实力卖家

将鼠标放在商品上, 有一个牛头的, 代表是实力卖家。实力卖家有一定的门槛, 代表综合实力比较雄厚

#### 诚信通卖家

诚信通卖家后面一个数字, 7 代表是 7 年的诚信通卖家了, 数字越高证明开店时间越长

#### 如何鉴别

买一个样品回来, 看看卖家的发货速度, 客服质量以及产品包装和品质等问题

一定要选择一件代发, 一个小白卖家, 啥都不懂, 先囤一堆货, 你确定你能卖出去吗? 船小好调头, 卖的不好, 还可以随时更换新产品。宁愿少几块钱的利润, 也要选择一件代发, 况且能够省下大部分的打包发货时间

### 三、标题

- 1、选择目标优秀竞争对手前十名
- 2、复制对手标题
- 3、用天猫首页搜索框搜索对手标题
- 4、将系统切的关键词复制到 word 文档
- 5、筛选出现频率最高的关键词出来
- 6、打乱顺序组合成自己的标题

### 四、主图, 详情页

#### 主图

主图是影响宝贝点击率的关键, 所以一定要打造一个差异化, 美观化的主图。你自己想想, 你在淘宝上购物的时候, 当你输入关键词, 往下拉搜索界面的时候, 每个宝贝的主图你能停留 1-3 秒

#### 如何脱颖

- 1、差异化
- 2.新颖
- 3.独一无二
- 4.美观化
- 5.不可盗图

#### 详情页

影响宝贝转化的一个关键因素之一, 所以详情页请不要简单的叠加充数特点

- 1、抓住痛点
- 2、信任度

3、权威

4、美观

5、卖点

搞定设计

顽兔、鹿班、智能文案、智能微海报

五、上架宝贝

方法一

下载 uc 浏览器，然后安装店侦探或者店查查插件，将鼠标放置在类目这里即可查清楚自己所要卖的东西属于啥类目

方法二

通过生意参谋查询，也是最精准的。输入关键词，选择类目构成，哪个类目占的流量最多就是哪个类目

六、补单

1、基础评价

2、搜索权重

如何获得流量尤其是精准流量呢

付费流量

免费流量

手淘搜索，手淘首页，猜你喜欢

补单

模仿真实的购物轨迹，搜索关键词，找到宝贝，货比三家，最后下单

站外流量

精准流量

手淘搜索

7、客服

你是个人卖家，没有专门的客服，你有时候要洗澡，有时候要开车，不一定随时随地都能回复客户吧

你需要设置“快捷回复”，将客户最常问，最关心的问题整理成话术，设置快捷回复

有些客户问的问题，你自己不知道咋回答，或者说回答的不是很好，临场反应就那么一两分钟，你反应不过来。可以以客户的身份向其他同行去提问，从而将他们优秀的回答摘取过来，总结成自己的话术，保存下来，以便随时回复客户

小建议

1、不要囤货

2、不要找代运营

3、不要盗图

4、不要听信旺旺上那些广告，骗子很多

5、不要随便去花钱做啥黑科技操作，改信誉啥的，被抓严重的直接封店



移动端网站，独立 APP，网站排名策略有哪些？

## 1、移动端 SEO 排名阻碍

### ①页面标题个性化

首先是抓取这个页面的标题标签，通过标题关键词来明确页面主题，再通过内容当中的各种因素来识别页面质量

### ②内容缺少 SEO 属性

同时页面中的内容也更倾向于新媒体样式

### ③页面信息流展现没有固定分类

因独立 APP 的内容分发机制导致，APP 中的内容没有固定的分类，一切都按照兴趣标签来划分内容分类。

但对于做 SEO 来说，这些内容就需要重新进行分类，在移动端网站中可以更有效的满足用户需求，便利搜索引擎爬行与抓取。

### ④内容质量多元化

一般独立 APP 内容都会有审核机制，但处于规模化处理的繁琐与必要性，会导致 APP 中的内容大部分只是规避了违禁词一类的审核，而关于内容质量多数是基于内容点赞、评论等数据来判断质量优劣。

而对于搜索引擎来说，内容质量更多的是在于原创度、内容关键词布局、段落等一系列因素，所以，对于 APP 做移动端 SEO 来说，APP 内容梳理是一个问题。

### ⑤缺少合理内部链接

做 SEO 对内链的依赖性很高，可以引导蜘蛛抓取其他页面，也可以提高当前页面的相关性等，而大部分 APP 内容并没有内链设置的必要，所以需要在移动网站中合理布局内链锚文本。

### ⑥URL 路径个性化

没有多余参数的 url 还是搜索引擎所喜爱的

## 2、移动端 SEO，APP 排名策略

### ①区分高质量原创内容

合理的筛选优质内容，建立高质量集合，在必要的情况下，可以让自身的运营，输出一部分高质量的内容。

用于推送给搜索引擎，建立前期的搜索信任度

### ②规划设计话题标签

精细化，每一个话题属性标签，也就是 TAG 标签

### ③建立整站结构地图

需要注意的是内容多也不能做索引型网站地图，搜索引擎有明确规定，索引型网站地图不再进行识别，可以通过多个编号不同的 xml 形式网站地图进行提交。

### ④合理提交内容给百度

做移动端网站内容提交需要有策略，比如按照一定分类进行提交，其中的页面相关性、内链链接有效性等都可以提高页面的初始排名权重。

提交方式有多种，因为网站内容已经存在，所以批量提交是最好的方式，可以有效的以提交内容的数量来提升蜘蛛抓取频率，形成良性循环。

而进行批量提交最好的方式是两种，一种是通过 api 提交，发布内容后提交，再一种是通过 sitemap 提交我们之前生成网站地图的一部分，也可以说是 api 提交的 url 汇总。

### ⑤建立反向链接

有针对性的对排名页面做锚文本链接，锚文本链接以排名页面定位的关键词为

准,具体的数量依据页面排名情况而定,可以做一个记录表格,通过表格来规划,外链资源的使用情况。

#### ⑥域名往往 M 端启用

做搜索引擎推广,只是做移动端网站,所以域名往往会选择 `m.***.com` 这种格式。

移动站问题修改针对落地页规范

url 校验,用二级域名做手机站,或者自适应站  
`m.baidu.com|m.baidu.com|dabaojian.baidu.com`

整体布局

- 1、加载速度保证在 3 秒以内
- 2、手机版面要适合手机端浏览,不要有任何溢出或者减少
- 3、第一眼要能看到主体业务,广告不要挡住主体业务
- 4、排版内容要好,排版对齐,排版顶格
- 5、主体内容是否需要付出过大的成本,包括时间成本、金钱成本、精力成本

内容规范

- 1、不要分页
- 2、分段得体,阅读方便
- 3、纯文字字号 14px/16px,行间距 7px/8px, line-height: 1.7
- 4、链接文字字号 14px/16px,行间距 13px/14px
- 5、图片宽度 100%,分辨率不要模糊,如果并排不能通过,那么就处理成一张图片
- 6、资源下载,有效可用,不要捆绑广告软件

广告

- 1、广告内容,不要超过一个页面的 20%
- 2、主体内容中间不要插大幅广告
- 3、插正规广告,不要弄黄赌毒

已备案域名,严格管控买卖,你知道吗?

新站排名,相对比较困难,因为相关性行业,都存在一些平台属性的站点。

但并不代表我们很难实操企业新站,它需要我们不断的利用有限资源,合理的利用搜索策略去快速提升排名。

丢失搜索权益的加成,想要试图从新在短期快速起站,从目前来看是相对困难的事情。

疫情之后怎么赚钱?

第一: 丢掉重资产, 改做轻资产

社会每次出现骚乱, 最早受到冲击的就是重资产。

做轻资产的事, 就是避免现金投入到那些非必要的环节中去, 然后会合全部资源和力气去侵犯直接产生获利的环节

第二: 丢掉长期投入, 改做短期生意

大公司/大途径才需求做长期规化和投入, 作为一般的单个, 咱们只能做各种短/平/快的生意

第三: 丢掉实体产品, 改做虚拟服务

实体产品第一投入太大, 第二比赛越来越大, 第三顾客比价太简略, 获利遭多方揉捏, 未来的获利会无限于 0。

怎样赚钱快, 虚拟服务就是供应你的经历/资源/精力, 这是危险最小的投入, 虽然不简略做大, 但是却很平稳, 适宜当下这个社会环境

第四: 丢掉传统获客, 改做线上获客

所谓传统获客, 就是咱们通过打电话/投广告/线下交际/分销等等方法去开荒客户, 这种方法第一本钱会越来越高, 第二作用会越来越差。

所谓线上获客, 就是运用抖音/头条等各种途径去出产相关的内容, 招引方针客户的注重, 然后成为你的粉丝, 然后再成为你的客户

第五: 丢掉组成公司, 改做超级单个

先自己亲手去干, 做成一个小雏形, 然后再依据业务和需求去加人, 包含合伙人等等, 要竭力先成为一个超级单个, 然后真的有需求了, 再去树立团队

第六: 丢掉收费, 改做免费

做产品不如做服务, 做服务不如做会员。

未来最值钱的不是产品, 不是资源, 而是消费数据, 什么是消费数据? 比方用户信息, 会员数量, 粉丝等等。谁把握了许多消费数据, 谁把握了主动权。

第七: 丢掉条条框框, 改做作用导向

尽可能的少发薪酬, 把员工都变成合伙人, 甚至你的客户也能够成为你的合伙人, 拟定清楚的提成准则/承包准则/分包准则, 不要再养人, 不要再管人, 轻车再上路吧。

第八: 丢掉处理, 改做赋能

能够给方针, 但不要给绩效; 能够关心进程, 但是不要关心进程; 利益能够绑缚, 人不要绑缚。咱们各尽其才, 各取所需, 不要再互相干与, 坚持距离, 互相尊重, 互相协同

第九: 丢掉装逼, 改做真实

关于卖货来说, 传统网店靠的是 P 图才调, 而直播是全方位/实时的展现产品;

关于创造来说, 传统节目靠的是后期美化, 而直播是真实的/互动的跟咱们交流。

第十: 丢掉固定作业, 改做价值主体

这个世界上现已没有安稳的作业, 真实的安稳就是你到哪里都有饭吃。在大变革时代, 要么主动革一把自己的命, 要么坐等被他人改造。鸡蛋从里面打破是重生, 从外面打破就是破碎。

怎样赚钱快, 未来每一个人都是一个独立的经济体, 都是一个价值主体, 你有必要从速找到自己定位, 找到自己最一起的一面, 找到自己的价值点, 早一步行为的人就早一天成功。

## 意图词兴趣人群包 3 大定向

### 核心

兴趣、意图词、人群包

意图词重要吗? 该怎么选?

#### ① 选词

百度信息流选词的来源很多, 新建单元下, 点击“添加意图词”搜索关键词

百度搜索后台的关键词规划师也可以选词

百度指数可以找到词、百度观星盘可以找到一部分词、第三方挖词工具

选词要选择和业务相关的词, 数据这块重点参考搜索量, 优选搜索量高的词,

备选搜索量低的词

#### ② 优化

信息流分词和搜索分词是不同的, 搜索需要精细化, 信息流则不用

1: 按长短。短语词放一起, 长尾词放一起;

2: 按词性。高意向的关键词放在一起, 一般意向的词放一起;

3: 按业务。比如投放的学历教育, 成考词可以放一起, 自考词可以放一起;

4: 按搜索量。搜索量高的词可以放在一个单元, 一般搜索量低的词不要放在一个单元。可以搜索量低的词搭配少量搜索量高的词放在一起。

不同行业词量设置的多与少效果会有所不同。一般建议, 50-500 词之间比较好, 如果需要多加, 可以 500-1000 词。但词太多了, 易导致账户流量分散

兴趣该怎么选择和优化? 人群包怎么新建?

#### ① 兴趣的选择

如果是老户的话, 在选择兴趣后, 系统会有推荐兴趣。如果是新户, 则需要自己设置。设置兴趣我们也可以参考多个第三方数据

第一个是其它信息流平台。

第二个是百度指数

人群画像, 包含地域、年龄、性别、兴趣

第三个是相关报告

百度观星盘的行业报告, 字节和腾讯也有这样的报告

#### ② 人群包新建

百度信息流的人群包与兴趣/意图词不能同时选择

打开观星盘, 找到“人群集市”, 下面有推荐人群、自定义人群和我的人群。

推荐人群这个不是很精准

人群包要多测试, 信息流广告只有多测才能知道哪种策略有效。

如何玩转百度信息流的兴趣、意图词和人群?

不同行业, 兴趣和意图词的量级不同, 不要完全按常理

百度信息流, 我们可以先测意图词, 再测兴趣, 后测人群包。

核心定向与出价

定向主要是: 兴趣/意图词和人群, 二者二选一。定向的设置, 一般有 5 种:

设置 1: 基础定向+兴趣/意图词不限、人群包不限, 此种即为通投;

设置 2: 基础定向+兴趣;

设置 3: 基础定向+意图词;

设置 4: 基础定向+人群包;

设置 5: 基础定向+兴趣+意图词。

出价

手动出价包括 cpc/cpm, 智能出价包括 ocpm/ocpc。信息流通常不选手动出价, 主要是智能出价。就我的实测体验, ocpm 更适合搭配兴趣, ocpc 更适合搭配意图词

重点测试 1: Ocpc 二阶+意图词;

重点测试 2: ocpm+兴趣;

测试 1: Ocpc 二阶+兴趣;

测试 2: ocpm+意图词;

测试 3: ocpc/ocpm+人群包;

#### 核心定向数据分析

定向报告、创意报告、程序化创意报告、落地页报告和视频报告。定向报告主要是分析核心定向, 后面的创意和落地页、视频主要是分析创意页面和素材。

#### 投放核心定向的注意事项和技巧

注意 1: 选择意图词后, 左下角会有一个“仅根据历史搜索行为来识别意图”。一般勾选这个之后量会变少, 所以通常出价设 ocpm/ocpc, 不要勾选历史搜索。如果投 cpc 出价, 可以勾选;

注意 2: 选择兴趣。并非兴趣越少量越少。我试过只选择一个二级兴趣, 量依然很大。所以选择兴趣, 只选对的不必贪多。一般可以选择 2-5 个二级兴趣即可。主兴趣+少量相关兴趣即可;

注意 3: 新户不建议建人群包, 成熟的老户可以在观星盘建人群包。观星盘为我们推荐了很多人群包, 这些人群包不要全部照搬, 要认真去分析下再去试用;

技巧 1: 流量越泛, 价格越低。通常前期可以梯度出价, 百度信息流对价格比较敏感, 调价要小幅 5%-10% 即可。调大了很影响效果;

技巧 2: 新计划不一定比老计划稳定, 很多老计划隔段时间推还是效果很好, 所以跑的好的老计划先不要删除;

技巧 3: 百度新户一般起量有个过程, 我接手几个新户都是 5-7 天后才开始起量。另外, 一般转化达到 20 个之后, 就会比较稳定, 生命周期会长一些。

#### 操盘

搭建思路: 前期先多维度测试, 主要以意图词和兴趣为主, 出价采用梯度出价, 转化出价在 12-18 之间。主要以 ocpm+兴趣, ocpc 二阶+意图词去测试; 版位主要测试维度包括默认和手百、好看视频、贴吧; 创意主要测试维度包括大图、组图和视频(横版/竖版);

核心定向: 意图词, 从百度后台挖掘出四五千词, 按业务、词性、长短和搜索量等维度, 设置十多个组。一组词对应一个单元。兴趣, 前期先测核心兴趣+相关兴趣, 后期只设核心兴趣。定向前宽后紧, 初期不设人群包和排除包。

素材更新: 平均每周 3-5 个优质视频, 少量网扒视频, 视频测试采取淘汰制, 分析视频报告数据, 对转化低的, 数据表现差的弃投, 数据表现好的, 总结其视频特点复制新视频。素材中, 图片创意也容易起量, 所以不能忽视。美工可以多设计一些原生的图片。

落地页优化: 平均每周做 2-3 版页面, 会专门根据用户人群设计专属页面, 以此提高转化率。页面这环, 主要是运营与美工沟通, 运营一般都要提出较高要求, 有利于提升转化率。

数据优化: 3-5 天分析一次后台的数据报告, 对意图词和兴趣以及基础定向、版位有个总结, 在后期投放再去作为参考。

## 引爆用户增长

### 7 大用户增长战略

#### 供给驱动增长

一种是空白市场

创造供给

供不应求背景

供给来提升用户量

#### 用户驱动增长

以终为始，用户进来只是开始，忠诚用户才是产品价值的传播者

#### 产品驱动增长

通过产品创新来降低门槛、扩大用户群

#### 渠道驱动增长

渠道的属性决定了用户质量与人群匹配度，渠道的大小决定流量有多少

#### 活动驱动增长

通过大力度促销活动产生极大品牌曝光，让平台实现跳跃性的增长

#### 数据驱动增长

核心在于将事情可量化，通过数据分析出瓶颈、针对性解决问题

#### 品牌驱动增长

用品牌占领用户心智，提升转化率

#### 核心

渠道开源、产品节流，好的产品体验是留存的关键。品牌即转化率，活动是引爆点。数据是指明灯，发挥问诊、看病的作用；数据帮助你把问题找出来，然后有的放矢地去解决问题、实现增长。好的用户增长不仅要关注新客户的增长，还要关注用户的流失情况，即覆盖整个用户生命周期。留存率可以用来衡量你的增长是否有效，留存曲线后期只有稳定在一个基数上，用户增长才可能持续

#### 影响增长的 4 个关键要素

##### 1.目标市场空间

决定增长潜力

横向可扩展性

##### 2.看不见的漏斗

运营数据

深度理解

降低用户转化门槛

深入洞察用户需求

增加产品或服务供应

用户增长转化率

##### 3.市场渗透率

当市场渗透率处于较低水平时，增长主要来自于市场渗透率提高带来的新增潜在需求用户的转化；当市场渗透率越来越高，行业增速会放缓，增长来自于争夺存量用户市场

##### 4.竞争状况

落后时

找到差异化和优势寻求突破

领先时

进一步巩固优势形成壁垒

平手时

主动发起进攻，快速锁定用户和市场份额

如何拆解核心指标，制定增长战略

围绕核心指标进行拆解，分析实现路径，分解出更细的业务指标，以指导各团队开展具体工作

核心增长指标拆解

1.按业务流程拆解（拆解业务流程能明确地指导企业在哪些业务环节发力、需要哪些部门协同，以及做什么事情和对应时间节点）

第一步：运用 5W1H(角色、问题、原因、时间、位置、方式)描述清楚基本问题；

第二步：确定顶层业务流程(业务最基本的逻辑)；

第三步：从顶层业务流程开始向下逐步拆解，一直拆到最小业务单元为止

2.按营销漏斗模型拆解（营销过程中用户逐步购买/转化的环节的效率，价值在于帮助我们

找到薄弱环节。需要注意的是，各环节转化率息息相关，不能只看某个环节，而要以最终成交转化率为核心指标来指导优化）

第一步：确定核心指标和公式， $\text{利润} = \text{销售额} * \text{利润率} - \text{成本}$ ；

第二步：对核心指标逐一拆解： $\text{销售额} = \text{流量} * \text{转化率} * \text{客单价} * \text{购买频次}$ ；

第三步：将每个指标量化

用户留存：不同生命周期阶段的运营策略

1.新手期——提升新用户购买转化和成长

a.新手成长有一个周期，而非一个点：定义从节点转化为过程

b.需要从次数、金额、品类、时间间隔等多维度去分析新手转化：区分平台新用户 VS 品类新用户

2.成长期——提升用户粘性与首次复购

3.成熟期——提升用户 ARPU 值，提高用户购买频次和客单价，跨品类导流

a.建立用户成长体系和激励体系

b.提升用户活跃，增加用户访问频次

c.深挖用户需求，打造强大供给能力，以供给驱动增长

d.跨品类交叉购买

e.增加购买频次

f.提高用户客单价

g.活动固定化和常态化，搭建活动体系

4.衰退期——流失用户预警

建立用户流失预警机制，潜在流失用户制定挽留策略

5.流失期——定义问题、确认类型、诊断召回

a.确定流失类型：新用户未转化、老用户流失(价值更高)

b.区分用户价值：目标是高价值忠诚客户

c.流失原因：

- 刚性流失

- 受挫流失：新手引导不足、产品体验不好、产品功能不满足

- 市场环境流失

d.流失用户召回：电话、短信、push、PR 文章和品牌宣传召回等

搭建用户成长体系

1.建模型：不同用户模型在用户成长体系中的应用

- (1)用户漏斗模型
- (2)用户成长/生命周期模型
- (3)RFM 模型
- (4)用户价值模型(商业价值、影响力价值)

2.搭通道：搭建激励和连接用户的通道

- (1)用户成长激励通道
  - a.积分/成长值/经验值
  - b.特权等级
  - c.任务引导
- (2)产品通道
  - a.用户访问的关键路径
  - b.产品通知，消息、站内信
  - c.个性化 Push
- (3)短信通道
- (4)微信通道

3.促成长：寻找关键路径，打造动力引擎

(1)用户成长就是用户与产品建立深度连接的过程，用户多长时间内达到多少连接度，就是衡量用户成长的关键路径和成长数字

交易类产品

DAU、用户留存、交易维度数据来识别用户成长  
购买频次、购买金额、购买品类数

(2)打造用户成长动力引擎/核心驱动力

- a.内容型产品：高质量、高效率、内容形态丰富。
- b.电商：多快好省。
- c.教育：优秀师资力量、成体系教学内容。
- d.互联网金融：高利率、低风险、流动性高、周期短。
- e.出行：供给驱动、解决用户随时随地快速出行需求、价格、服务
- f.工具软件：解决用户需求效率

(3) 用户等级

- 1.通过会员等级对用户进行分级管理；
- 2.设计等级特权，筛选高价值用户，促进低价值用户向高价值转化
- 3.用户分级的 4 个误区
  - 会员特权的设置不能违反全体用户规则；
  - 特权要追求质量，不要追求数量；
  - 不能形成激发用户升级动力的特权都是无效的成本支出；
  - 用户分级运营和用户生命周期运营有区别

用户的分群运营

- 1.用户分群是将用户根据需求划分成不同群体，以此制定差异化解决方案
- 2.用户分群可以帮助解决的问题
  - 解决用户增量，让企业从不同用户细分维度发现新的增长机会；
  - 存量用户分群，实施差异化产品和运营策略



3.用户分群的常见维度: 人口特征、地域分群、渠道细分、场景细分、品类细分

4.多维度组合分群, 能更清晰地分辨出不同类型客户的差异化需求, 识别客户对产品和服务的不同因素依赖程度, 设计出更多产品组合, 创造更多市场价值

## 英文 SEO 做外链的正确姿势

### 核心

谷歌官方曾证实, 外链是影响排名的三大因素之一, 链接、内容和 Rankbrain

### 怎样得到高质量链接

1. 页面权重 Authority of the Page

2. 网站权重 Authority of the Site

3. 网站相关性

4.链接在页面上的位置

在页脚和侧栏中隐藏的链接不像在页面正文中的链接那么有价值。

5.链接锚文本

不建议用关键字丰富的锚文本来大量做外链

6.链接语义

谷歌的语义检索算法, 会识别出链接周围的单词和短语, 通过分析这些词语可以判断出你的网站内容

7.客座博客

博客中的锚文本和你的关键词完全匹配

付钱去买博客链接

链接网站的存在仅仅是为了发客座博客

网站内容与你毫不相干

8.Dofollow 和 Nofollow

rel="nofollow" 是添加到链接的标签, 告诉搜索引擎: “不要把这个链接看作是一种认可。”

### 其他方法

Outreach 邮件做外链

利用失效链接

利用好社交媒体

## 黑帽 seo 收徒影响网站权重的因素有哪些

网站的收录情况

网站域名

网站的结构

网站改版的注意事项

改版也要保证网站正常访问

做好网站整体结构融洽

网站改版后的推广工作

## 网站标题

利用本地测试的方式进行改版

改版后一定要保证网站友链不会撤掉

## 站内

关键词的布局: 首页、列表页、内容页关键词挖掘并在对应网页上开展设定的布局,

网页优化: 网页代码规范化、权重标签设定、关键词密度设定

网站结构优化: url 规范化、静态化、导航优化;

网站内容建设: 从用户要求角度提供网站内容更新建设, 提高搜索引擎对网站的关注和权重提高;随着要求挖掘不断开展更新

基础优化: 404 页面设置、死链失效设定、网站地图设定、robots 设定、网址返回代码监测

用户体验优化: 网站加载速度优化、视觉感受优化、网站操作感受优化、引导页优化

网站改版网址尽可能不变

网站改版要遵循网站跳转规则

网站改版新页面替换链接到旧的 URL

网站改版过程中死链接的检测

在百度站工具提交修改规则

新旧网址的 301 跳转

## 影响微信 SEO 排名的 6 大因素

1. 微信公众号认证

2. 文章标题

关键词+诱惑词

3. 公众号/文章描述

要有优化的关键词, 用关键词密度检查工具, 控制在 3%-8%。搜索引擎根据关键词密度判断文章描述的内容是哪个方向, 给予相应的用户流量进行匹配

(1) 公众号名称、简介中出现品牌词。

(2) 文章开头带品牌词, XXX:10 个很有效的健身方法。

(3) 注册带有品牌词的小程序。

(4) 建立品牌词搜狗百科。

(5) 在腾讯视频发布视频, 标题带品牌词。

(6) 在知乎、搜狗问问、百度经验中发布带品牌词的问题和答案。

(7) 在腾讯新闻、微博、网易新闻精选发布带品牌词的新闻。

4. 关键词布局
5. 阅读量、转发量
6. 微信粉丝量  
质量

#### 用户群体识别定位分析

搜索目的（不同的搜索群体）

找资料信息

同行

目标用户（网站的）

意向用户

潜在用户

用户定位

年龄

地域

爱好

性别

文化层次

收入水平

消费习惯

所在行业（职业）

白天

晚上

搜索习惯

移动

PC

#### 网站分析/用户行为/用户增长工具哪家强？

一线

Google Analytics

Google Analytics，也叫 GA，中文名谷歌分析，是著名互联网公司 Google 为网站提供的数据统计服务。可以对目标网站进行访问数据统计和分析，并提供多种参数供网站所有者使用，目前是 Google Marketing Platform 中的核心产品之一。

GA 的原型是叫 Urchin，在 2005 年的时候被谷歌收购，收购的当年年底谷歌就以 Urchin 为基础发布了 Google Analytics，现在最新的版本是 Google Analytics 4

优点：布署简单，只需要部署一段 js 跟踪代码，就可以获得详尽的报告；计算速度快，GA 的数据结果虽然官方对免费版的解释是 24~48 个小时才出数据，但实际上几个小时就出数据，付费版的是 4 个小时出数据；分析功能强大，默认提供多个角度数十个报告，还有 UTM，细分，次级维度，事件跟踪等功能，很多都已经变成了行业标准。

缺点: 对于大陆地区的用户, 查看报告的网址是访问不了的, 看报告有些麻烦; 数据收集上, 虽然 GA 收集数据是在北京, 但是域名是没备案的, 存在法律风险; 数据量大的时候会抽样; 最后就是官方的技术支持欠缺, 虽然在大中华地区有人负责, 但只是对付费版的, 对于免费版的是只能靠自己, 虽然有 Parnter, 但质量参差不齐。

付费版: GA4 除了提供免费版的, 还提供付费的新 GA360, 价格是年 3W 美刀起, 流量越高的, 价格越高

#### Adobe Analytics

Adobe Analytics, 也叫 AA, 是 Adobe 旗下一个分析工具。

最初是叫 SuperStats, 后面收归 Omniture 所有, 改名为 Site Catalyst, 2009 年被 Adobe 收购后改名为 Adobe Analytics。

优点: 配置完后数据查看简单清晰; 组件功能强大; 可以与其他一些 Adobe 的产品结合使用, 目前 Adobe Experience Cloud 涵盖从建站 (AEM、Magento), 标签管理 (Launch), 数据收集 (AA), 数据整合 (CJA、DMP、CDP, AEP), 数据优化 (AT), 个性化体验 (AT、CDP、JO、JO), 营销投放 (AMO, CDP), 营销自动化 (Campaign、Marketo), 期间的工作流程管理 (Workfront), 一条龙, Adobe 的产品已经在 Mar-Tech 和 Ad-Tech 都在行业的前沿, 很受到世界五百强推崇。

缺点: 部署复杂, 没有专业人员的配置, 可以说你是用不了的; 没有免费版, 需要付费, 根据使用量付费, 价格区间比较大; 国内资源少, 官方在大中华地区有技术支持, 但一般需付费。

#### 二线

##### Matomo (Piwik)

Matomo 就是一款开源的访客统计系统, 以前叫做 Piwik, 它就像第三方的统计一样, 搭建好之后, 可以同时统计多个网站的数据, 基本上可以满足大部分常用的统计需要。一般是具备一定开发能力的, 对数据安全要求较高的公司会使用。

有开源版和专业版之分, 专业版需要付费。

优点: 私有化部署, 代码, 数据, 数字资产都是私有的。

缺点: 分析工功能有限, 部分需要二次开发, 有些是实现不了, 需要维护整个系统和服务器

##### 国双 (GSUM)

以做 SEM 代理起家的, 后面涉足网站数据检测, 数字营销技术, 业务一直比较神秘, 主要有搜索营销整合。涉及搜索引擎营销(SEM)、搜索引擎优化 (SEO) 及搜索媒体优化 (SMO) 的整合, 在业内算是数一数二的。数字营销整合。包括广告效果监测、官网流量检测分析、归因分析等; 该公司的网站精确分析系统 (WD), 是国内同行业中最强的。运营商和政府业务。这块的业务量很大, 全保密, 虽是美国上市公司, 但因为信息披露问题惹上不少官司, 目前市值只有 1 亿美元左右。连续多年亏损, 市场做卖空的。

虽是上市比较早, 但现在年营收只要 5 亿人民币, 已经远落后于其他的 Ad-Tech 或 Mar-Tech, 且亏损逐年变大, 估计境内外信息不对称, 国内知道的人并不多, 知道的信息也是公关信息。

优点: 本土支持。

缺点: 产品没太大惊艳, 需付费才有使用

##### 百度统计

百度出的一个免费统计工具, 这款工具比较普通, 还有一个付费版的, 叫分析云

优点: 能获取百度关键词角度的数据, 做国内市场的必用。

缺点: 功能跟一线的 AA、GA 有差距。

#### 类 GA 工具

神策 (发展最好)

以私有化部署作为卖点的一个数据解决方案, 创始人团队来自百度, 历经多轮融资, 还是比较土豪的, 产品功能还是有比较大的发展空间的, 高级分析功能有待提高, 私有部署, 用起来麻烦。

优点: 私有部署, 二次开发等, 接口较为完善。

缺点: 付费, 自备和维护服务器, 成本高

目前状况: 2022 年 5 月, D 轮融资 2 亿美元, 往产品矩阵方向发展, 估计借鉴了 Adobe 了

GrowingIO (被并购)

以无埋点作为卖点的一个数据解决方案, 企业无需在网站或 app 中埋点, 即可获取并分析全面、实时的用户行为数据, 以优化产品体验, 实现精益化运营, 无埋点并不是不需要做任何的代码配置的, 而是少用代码, 减少了代码的使用量, 从操作形式上实质是可视化埋点, 还是需要通过一些元素去定位的, 就是圈点, 如 Growing IO 是通过 Xpath, GA 的也可以通过各种属性 id, AA 的通过 CSS 选择器, GA 和 AA 不同支持就是没有将页面可视化到工具里面去展示, 而是独立于设置页面, 所以这种无埋点展示是噱头, 本质跟其他 AA 和 GA 的并没太大区别, 需要产品或市场的人去圈点配置, 有可能出现圈完后跟踪不到的情况。

优点: 无埋点, 本土支持, 传媒公关做的不错, 有些过度营销了。

缺点: 需付费, 价格不低, 体验或首次使用有不少, 但续费的低; 高级功能欠缺, 参考 GA 的, 在这方面还有很长的路要走; 基础指标不全, 还有待完善; 无埋点技术本身的技术缺陷, 维护成本高, 操作复杂, 跟踪不到等问题。

目前状况: 2022 年 4 月, 奇点云和 GrowingIO 并购重组

#### 老牌统计工具

CNZZ: 一款老字号的免费的站长统计工具, 适用于基础指标统计。

51La: 基础指标统计工具。最近发布新版 V6。

51YES: 老牌网站流量统计工具, 出现时间比百度统计还要早, 但 2021 年关闭了。

#### 增长工具 (用户行为分析工具)

腾讯云小微智能增长套件——DataInsight

主打数据采集、增长分析、智能洞察及实验优化能力。通过一站式服务, 帮助企业走出分析难、洞察难、实验难的困境, 加速企业营销数字化转型升级, 赋能企业用户增长

DataInsight: 用户增长分析, 就是用户行为分析工具, 目前支持 IOS、Android、小程序和 H5 等, 可以实现数据采集上报、渠道新增监测、应用的用户使用情况的统计和数据分析、实时数据监测、配置数据看板、日报推送、应用质量分析、AB 实验、智能运营等服务内容, 帮助开发者提高其应用和服务的运营质量。

DataTalk: 智能数据洞察, 是一个付费可视化分析工具, 参考 Google Data Studio。

A/B test: AB 实验平台, AB 测试工具

(Beta)AI Listening: 智能用户反馈

阿里羚羊智能——Quick Tracking

分析云

生意参谋

经营参谋

Quick BI

Quick Decision

营销云

全域营销工具

**Quick Tracking：**移动数据分析（Quick A+ Digital Analytics）是阿里云推出的应用数据采集及分析产品，为运营，BI，产品，决策层提供一站式数据化运营服务：通用的多维度用户行为分析、自助分析功能、数据无缝对接其他大数据产品，能够帮每个企业实现基于大数据技术的精细化运营能力，对用户进行综合分析，了解用户的使用习惯并进行相应的预测和决策。Quick A+支持小程序，APP，H5，PC WEB，WINDOWS，MAC OS。

**Quick Audience：**智能用户增长，以消费者为核心，通过丰富的用户洞察模型和便捷的策略配置，完成消费者多维洞察分析和多渠道触达，助力企业实现用户增长。主要用于受众管理分析和自动化营销。

产销云

Quick Stock

客服云

Quick Service

开发云

Dataphin

Bizphin

今日头条智能营销套件

**增长分析（DataFinder）：**一个安全、准确、全面、灵活的助力您用户增长的数据分析平台，可以将不同平台的应用集成到一个报告，这个类似 GA 的混合全局版。、

**AB 测试：**之前叫 DataTester(数据优化师)

客户数据平台

增长营销平台

百度分析云

百度统计在去年上线付费“分析云”，基础版 3 万起步，其他版本另议，其他功能需要另付费

优质的竞价推广策略是怎样的

项目分析

人群分析

从人群画像的九要素入手：年龄、性别、兴趣、学历、职业、收入、地区、设备、时间段来进行分析

需求分析

从访问者搜索的关键词中推断出他们隐藏的需求

产品分析

只有足够了解自己的产品，了解竞争对手的产品，才能找对方法更好的进行反击。在制定推广策略之前，首先做好自身产品和竞品的分析，把自身产品的卖点跟访客的需求点做对应，找到的转化点。

预算分析

如果把竞价推广比喻成一场战争,那么预算直接决定了你用什么样的武器来打这场仗。你的预算在整个行业中算是什么水平,你要完成的目标是多少,这都决定了你竞价推广账户策略的制定。

竞价推广策略制定

确定需求比例

网民更关心什么?经常搜索的是什么?哪种类型的需求多一点?我们可以将这些需求与自己的页面进行比较,看自己的页面中是否承载这些需求的内容。认为需求的哪一部分容易转化,就可以增加些这部分内容的比例,如果需求的哪一部分难以转化,就降低这部分的比例

确定时间段的比例

如果你有足够的预算,你可以把它投放一整天。即便如此,也会有黄金时间搜索和黄金时间转换的时间段,如果预算有限,更不用说,要么专注于转化好的时间,要么避开竞争激烈的黄金时间。

确定设备比例

根据自身目标人群的特点来决定。现在移动终端是大势所趋,甚至有人把所有的预算都投入到移动终端上

确定区域比例

如果你是在单个领域推广,请自动忽略。如果在多个区域推广,就根据重点区域和非重点区域以及转化的难易程度进行分配

域名

域名投资技巧分享

一、首先,选择一个功能强大,系统完善,稳定的平台是必须的,也是必需的。

二、域名的价值,在于应用。域名投资,实用可用为主。

三、应该收藏哪些米?哪些米,价值高些?普遍培养,重点选择

1、单字母(单数字),2字母(2数字),3字母(3数字),4数字,属于

硬通万能米

2、品牌米:外来(国外包含音译米)品牌,国内品牌米

3、双拼,也是值得收藏和潜力最大的米类

4、行业性强,比行业性不突出的,价值高潜力大,例如热门行业有:银行,美容,医疗,教育,房产,汽车,建材,妇女,儿童,培训,市场营销,电子商务等

5、地区性强,也是有价值的,如果一个米,不具备行业性,也不具备地区性,也不是什么品牌米,那么这个米,基本没什么价值可言了。

6、新闻米。有时效性。有的米,某段时间,新闻炒的火热,可能在当时价值颇高,等时间一过,这样的米,就成了“人老珠黄”了,这样的米,要慎重。我个人不看好这样的米。

7、明星米。我个人不看好,毕竟明星类的米,被回购的可能性很小。

8、行政米。要慎重,我个人不看好。想让政府职能部门花几千几万几十万买米?很难。

9、短线流通米,又叫米农米

四、怎么获取有价值的好米?当然是预定为主,收购为辅。

1、是收购，从别人那里回购收藏好米，缺点是：成本可能略微高点，（也有低的），米质（米的潜力价值，综合指数）略微差点。

2、是预定，推荐此方法。我们要抓住这个机会，预定，收藏，有价值的好米，好多公司，在几年前，做网站的当时，是一次性的交纳 3 年或者 5 年甚至更多年的费用，而到现在，CN 域名已经到期了，但是，企业自己却找不到当时做网站的网络公司了，造成 CN 域名无法及时续费，而导致被删除，所以这样的米，我们如果能够预定成功，市场价值就比较高。

五、销售的方法，方式：勤发布宣传，多交流，虚心学习参与。

六、贵在坚持。CN 政策曾经动荡，目前趋于平稳，对广大米农是个好事情。

七、米市有风险，进入需谨慎，不要影响你正常的生活。

域名交易中卖家怎么谈价

1、收到询价

一、搞懂你的域名

二、研究买方（即询问域名交易价的人）

2、关于报价

1、报价预留空间

2、明确自己的心理价位

3、稳当作出退让

3、讨价还价

4、双方让步

5、达成交易

投资域名 砍价技巧

1、做好必要的前期研究

2、尝试多次与对方谈判

3、做好打硬仗的准备

4、询问交易付款方式

域名标价策略

一、锚定效应

01 用陈列影响买家出价

02 数量暗示

03 价格标签

04 视觉暗示

二、损失规避

01 非整数定价法

02 神奇的数字 9

03 价格分割

04 把报价换算成「天」

05 同价策略

06 隐形涨价

1. 价格不变的情况下改变容量

2. 推出升级款

07 限时优惠

三、互惠原则

01 主动付出



02 额外惊喜

四、社会认同原则

五、诱饵效应

01 套餐绑定

02 用价格筛选用户

六、稀缺原则

七、折中效应

八、预期效应

九、心理账户

01 满减

02 坏消息一起说，好消息分开说

03 情感化设计

域名生意赚钱

域名要求

1.备案

2.无灰黑

3.无拦截

生意

出租目录

出租二级域名

小程序

活码

域名

排名

域名选择方案

老域名相比新域名的区别

存在建站历史

更易收录

更易排名

贵很多

不好买

爬虫缓存

购买方式

抢注平台

snapnames

黑帽 seo 收徒 qq 164856730 擅长泛目录 蜘蛛池 搜索留痕 寄生虫 站群 克隆教学|代做|咨询  
公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 B 站：https://space.bili.com/49294801

https://www.snapnames.com/

enom

https://www.enom.com/

聚名网

一口价

阿里云

易名网

聚名网

三方售卖

QQ 群

百度

筛选条件

微信拦截、QQ 拦截、网络安全拦截、被墙

外链

建站历史快照

存在历史建站记录

不包含敏感词，如：XX 医院、XX 代孕、XX 皇冠国际、小姨子被我 XXX

历史 SEO 数据

PR

SR

收录

工具

link114

爱站工具箱

桔子 SEO

ahrefs

archive

archive api 批 量 过 滤 程 序 :

[https://github.com/a631381602/domain\\_xsj/blob/master/archive\\_url.py](https://github.com/a631381602/domain_xsj/blob/master/archive_url.py)

月饼营销方案

期货

发售价值 100 元的月饼

印制大量的 100 元面值月饼券

微信公众号

电话

引流

线上

天猫、闲鱼、淘宝

淘客

公众号|抖音：黑帽 seo 收徒 qq|WX : 1648567300

开始组织和调动淘客们散播信息和编写推广广告文案,淘客群里一堆人也在不停的咨询计划和优惠券信息,预热成功

低价销量上去 好评返现

聚划算、淘抢购、第三方活动

直通车和钻展

社区,论坛、QQ 群,贴吧,微博,微信,YY 群

品牌方

营销词和思路、产品

传播性和参与性较强的 H5 活动,线下活动

互动营销

不同品牌不同营销需求,帮助品牌

互动小游戏

对品牌的认知

通过抽奖方式送出折扣券,复购

裂变邀请好友

线下

大量本地各种烟酒店,便利店 65 元卖出月饼卷

卖出 80 元每张

企业、个人、员工、客户或者是亲朋好友

回转

便利店烟酒店,以及礼品回收店又打出广告:大量回收 XX 酒店月饼券。每张的回收价大概是 40 元

回收月饼券,拿给发券的酒店,每张按 50 元回收

运营全公式

推广名词解析

CPS

按成交付费

CPC

按点击付费

CPT

按时付费

CPM

按千次展示付费

订单成本

平均点击单价÷转化率 分解算法  $PPC * 100 / (\text{转化率} * 100)$

花多少钱可以卖出去一单

投入产出比 (ROI)

交易额/花费

利润平衡点 1:1

毛利润\*点击转化率

获客成本和利润成正比

点击率

点击率÷曝光量

转化率

推广

点击转化率

成交笔数/点击量

店铺

(产生购买行为的客户人数/所有到达店铺的访客人数)\*100%

手动推广

直通车扣费规则

下一名的出价\*下一名的质量得分÷我的质量得分+0.01

出价排名和时间段没有任何关系，只和竞争有关

小彬娱乐网(bin3.cn)免费提供

新加词基础价格

客单价\*转化率

添加新的关键词，或者场景人群及资源位也好，我们添加的这个出价，能保证不亏钱(客单价\*转化率)，但是往往新品的话，你出这个价是拿不到曝光的

智能推广

扣费规则

是根据当前竞争强度变化

晚上没人竞争，扣费也变动很低

ROI 的零界词

1÷毛利率

大于 ROI

亏损

等于 ROI

盈亏平衡

小于 ROI

盈利

盈利公式

数据的标准

点击量，点击率，转化率，收藏量，ROI

利润率=(售价-成本)/售价\*100%

ROI=1/利润率

盈利系数=ROI\*利润率-1

支付转化率

支付买家数÷访客数\*100%

订单指数

展现指数\*点击率\*点击转化率(算别人)

数据对比

来源去向

30 天访客\*转化率=订单数 大于现在平均值就是在下降，反之在上升(去掉

付费量)

流量价值

利润\*转化率

花费

点击量\*平均点击花费

比如 PPC

直通车词不赔钱门槛

$1 \div \text{利润百分比} = \text{投产比} \pm 0.5$

订单数

访客数\*转化率

类目流量构成原理

类目流量构成原理：GMV（坑位产值）& 店铺精准人群标签

黑帽 seo 技术收徒在线教育应该如何开展 SEO 优化？

什么构成了在线教育 SEO

向用户提供最有用的资源，因此，要使您的内容获得良好的排名，就必须创建能够做到这一点的内容

强大的反向链接结构

专注于网站可用性

关于用户体验

实际操作

关键词挖掘

内容

围绕这些术语创建内容以告知受众

长尾关键词中的每个关键词都可以在您的网站上拥有自己的页面

反向链接

高权重网站将链接到该内容

提高您网站的整体权威性，从而提高您的排名

为用户提供有益的信息以及良好的用户体验

有一个导航栏，有一个站点地图作为您网站的指南

SEO 对在线教育的好处

1.网站流量增加

由于搜索引擎结果的可见度提高，有效的 SEO 策略将增加您的在线教育网站的访问量

2.高性价比

与传单和广告牌之类的策略营销非常昂贵

3. 品牌知名度

## 早教营销方案

### 1.自媒体

公众号

爱奇艺、优酷、搜狐视频、好看视频、B 站

腾讯微课堂

每周公开课，用千聊 <http://www.qlchat.com> 来开，这样就可以用拼课让顾客继续裂变；卖 VIP 年卡赚更多的钱

用 [jinshuju.net](http://jinshuju.net) 收集各地会员参与线下课的意向，然后，就可以用于向线下机构地推

放大流量入口

#### A

变现

推公众号，让对方导导航栏找到公开课的链接，开始试听

免费送自己没用完的「J 博士美语」VIP 年卡，还可学约 3 期课程

宝妈豆瓣小组

宝妈 QQ 兴趣部落

宝妈贴吧

宝妈 QQ 群

宝妈微信群

#### B

跨界合作，直接和淘宝的 3-6 岁母婴类店铺（比如辅食、比如服装、比如书籍）谈跨界合作——我们给对方提供免费赠品：VIP 卡，供对方促销用（顺便给我们引流）

#### C

背书

铅笔道: [pencilnews.cn](http://pencilnews.cn)

腾讯创业: [startup.qq.com](http://startup.qq.com)

新浪创业: [chuangye.sina.com.cn](http://chuangye.sina.com.cn)

创业邦: [cyzone.cn/report](http://cyzone.cn/report)

36 氪: [36kr.com](http://36kr.com)

NEXT: [next.36kr.com/posts](http://next.36kr.com/posts)

钛媒体: [tmtpost.com/trendmakers](http://tmtpost.com/trendmakers)

虎嗅: [huxiu.com/chuangye](http://huxiu.com/chuangye)

i 黑马: [iheima.com](http://iheima.com)

猎云网: [lieyunwang.com/report](http://lieyunwang.com/report)

品途网: [pintu360.com](http://pintu360.com)

创见: [tech2ipo.com](http://tech2ipo.com)

亿欧网: [iyiou.com](http://iyiou.com)

新芽: [newseed.cn](http://newseed.cn)

创见: [tech2ipo.com](http://tech2ipo.com)

变现

导航栏

挂链接卖教材

用附近门店小程序

代理商购买教材（持年卡的 VIP 有特惠）

自带学员、自带与优秀的教材  
加盟

降低个人代理的门槛，只要用 N 折的价格屯 10 套教材就能成为我们的代理；而每售出一套，我们还额外送 10 张 3 次 VIP 体验卡，供对方引流用

如果团队磨合到位了，直接和北上广幼儿园谈，我们免费为对方开一堂体验课

提成另算——这样等于给幼儿园内部人员一个备选项，部分幼儿园就会放开对广告的审核，提升转化率；对特色班也是良性循环——部分家长觉得有效，学生有较大提升，就相对好谈了。

收集调查问卷的时候，就用 <http://www.mikecrm.com> 麦客这样的工具生成，收集家长联系方式

现场派送礼券，说扫码参与满意度调研就可以免费礼包（大额优惠券）

全返礼券，就是 99 元课的体验课——交 99 元听完体验课，如果听完不满意全返；如果满意，99 元可当 3 倍定金用，报名我们的 XXXX 元的系统课。节日礼包，就是节日送点便宜的幼儿用品

再次唤醒，顺便再推升级版的 XXXX 元系统课

裂变

用我们在对方所在地已有 XXX 名用户，  
只要加盟我们就可以源源不断获得当地英语学习受众，  
获得佣金的同时还可以卖其他课程为诱惑，说服对方掏加盟费

迭代

加盟

a、企查查 <http://www.qichacha.com>、天眼查 <https://www.tianyancha.com>、启信宝 <http://www.qixin.com> 找会员较多省的早教机构

拜访话术就是与我们合伙就可以每年导入多少学员，预估收入多少；然后再说加盟政策。

b、打完电话，都是群发一条短信过去，告知我们的订阅号，让对方继续关注（退订回 T）；

c、过一周，再给没有回 T 退订的再打一轮电话，询问意向并持续跟进；亮底牌说附近的 XX 机构已经考虑加盟，而我们有区域保护政策让对方早做打算

怎么看百度指数是真的还是刷的

主旨

交叉对比，与各个权威信息源披露的情况是否一致

用户搜索带动阅读量增长，而不是系统推送带动阅读量增长

1、搜索流量体系，移动端占大头，约 2/3，所以绝大多数搜索词，移动端指数大于 PC 端，或者与 PC 端绝对值相差不多

像这种 PC 指数很高，移动端没有的，很大概率是刷的

2、对比搜狗指数和 360、头条、微信、神马指数（信息源）、雪球、汽车之家、微博、知乎、腾讯（垂直领域）

虽然搜索引擎不同，但用户搜索行为相同，所以可以交叉对比。

如果百度指数很高,但搜狗指数却没有,一般可能只刷了百度。

如果百度指数有,但不高,比如 100,那么搜狗没有,到可能是正常的,毕竟用户体量没百度大。

怎么使用桔子工具查看老域名 seo 数据?

没多大用的数据

1、ur

2、外链全球排名

有用的数据

1、来源 ip, 来源 c 段, 来源域名

首先一个 c 段一定会包含一个域名的,多个域名可以在一个 ip 或者一个 c 段,我认为来源 c 段更加可靠,其次来源域名重要,来源域名越多,说明建立的网站关系越加丰富,ip 的话由于可以一台服务器多 ip,多 c 段

2、来源页和链接数

建议大家看来源页,一个来源页可以包含链接,多个链接,同样一个域名可以有 n 多来源页

3、dr

分值高不一定就好,我们先看这个 dr 怎么提高,他是从来源 ip,来源 c,来源域名,链接页,链接数,外链排名综合打分的,按说综合下来就比较准了,那么就如我上边讲到的某些参数是关键,某些参数相对不重要,比如世界排名,比如链接总数,链接页,如果一个域名很多的来源页和链接总数,而这些来源页和连接数来自一个网站或者少量网站,显然我讲到的重要参数 c 段和来源域名都不行,而 dr 却很高,所以买域名时不要只看 dr

4、评分

看域名外链质量的分布和集中性

4. 历史连续建站和快照

展现、点击都是很正常,竞价转化很差怎么办

竞价推广 营销漏斗

展现、点击、抵达、咨询、留线索(转化)

排查

1) 抵达

①路径是否有问题,页面是否能打开?

②网页打开速度是否过慢?

2) 咨询

①流量质量是否精准,关键词、创意内容落地页中是否有体现?

②内容是否能够抓住用户痛点?

③页面布局、转化按钮设置是否合理?



### 3) 转化

客服话术是否有问题，导致客户流失率太高？

竞价转化很差问题解决

#### 1) 抵达率问题：

定期进行链接检查，查看是否能打开，链接是否正确，同时注意网站打开速度，尽量控制在 3 秒内，时间不要太长，以防用户没有耐心等待直接关闭。

#### 2) 咨询率问题：

一定要做好人群画像分析，清楚地了解用户痛点，有针对性撰写创意；同时创意中写到的内容在落地页中要有体现，提高关键词、创意、落地页的相关性。

落地页上的文案要直击用户痛点，布局要合理，颜色要符合受众人群喜好；每屏都要有一个转化按钮，转化按钮上要设置有引导性语句，最好多页面承载、多转化通道、多转化噱头、提升转化深度。

#### 3) 转化率问题：

客服要充分地了解产品、了解用户需求，除此之外还需要制定有效的客服话术，针对性地跟客户沟通，了解真实的客户需求，后续及时跟进出单。

黑帽 seo 收徒站内 SEO 中符合百度搜索引擎优化的网站代码优化细节有哪些？

#### 1、站内 SEO 是什么？为什么要做网站站内优化？

网站内部的 SEO，当然也包括像在网站放上百度统计代码、百度站长平台验证等一个网站如果要想在搜索引擎获得好的收录和排名，这些站内代码细节必须要优化只有我们把网站 SEO 站内基础做好，才有可能更好的参与 SEO 排名竞争中去。就算当下流行所谓的百度快排，同样也要求站内 SEO 基础要有

#### 2、网站 TDK 优化

网站三要素的 title、description、keywords 三个标签优化，中文对应就是网站的标题、描述以及关键词

##### 1、title 标签里的写作内容一定要与该网页主体内容一致

网站标题写作，可以采用业务词+用户需求词+企业名称或品牌来写

##### 2、description 描述内容是对该网页想表达的内容做的一个概述

一般网站首页、栏目页或特定专题页的描述 description 都是要专门来写的

##### 3、keywords 标签

放一些相关的关键词就可以，不要太多个数

#### 3、绝对路径优化

在 SEO 优化中来说，只是说绝对路径写好了，如果别人采集你的网站或者被一些聚合网站抓取，里面的内容会指向你的网站，可能会给你带来外链。另外，就是方便规范 URL 化，让百度等蜘蛛确定我们的首选域名是哪个。

#### 4、结构化数据优化

一是描述摘要是在普通摘要基础上增加了一些结构化内容，给用户提供更丰富的摘要内容。比如问答类结果中的回复数、提问时间，资料下载中的资料大小，下载条件，软件下载类结果中的软件大小、更新时间等。

二是结构化数据优化后，方便搜索引擎抓取网页描述，也方便百度搜索的时候网页出图。

<meta property="og:title" content="这里写内容是什么", 那里 title, 用在描述就是换成 description, 用在图片就是<meta property="og:image" content="图片链接地址"。

og:是一种 HTTP 头部标签, 用了这个代表网站可以用于其它社会化网站引用, 也更有效的被百度抓取。

## 5、图片 alt、title 优化

给图片加上 alt 标签, 还要写上 title

```

```

## 6、URL 规范化优化

### 1、Canonical 标签, 简称网址规范化标签

```
<link rel="canonical" href="网页链接"/>
```

告诉搜索引擎针对特定内容, 哪个 URL 网址参与索引与排名

造成重复, 这个时候需要利用 rel="canonical" 标注, 其中一个页面告诉搜索引擎

### 2、301 重定向规范

主要用于比如过期页面还有流量, 旧内容更新到内容, 网站首选域确定。

### 3、链接指向 URL 规范化

通过链接指向告知搜索引擎页面 A 与 B 的重要性, 站内链接的重要页面以及位置。比如: 内容页与导航条的链接, 都是指向版本 A。外部高权威链接也是指向版本 A。一般向换友情链接和站内导航链首页域名。

## 7、面包屑导航优化

导航有层级, 让用户知道现在所处的位置, 也方便快速返回上一级或返回首页, 对于 SEO 作用来说, 简单就是积升首页域名的权重

第一步, 首先是给网站设置这个面包屑导航, 很多企业找人开发的网站这一步直接没有了。注意, 这个导航的建议是用文字形式, 而不是图片形式哈。

第二步, 设置面包屑导航路径要清楚, 同时该到频道或者首页的 URL 一定要写好。在 URL 规划化有写过, 这里链接要放绝对路径, 不要放相对路径, 不要图简单哈。

## 8、URL 伪静态优化

URL 参数和层级多不利于抓取

## 9、nofollow 优化

这个标签一般用于比如首页中有登录、注册以及网站首页底部什么网站声明上, 另外也要用在比如接一些外跳广告 banner 上, 还有像博客有留言功能、论坛发文章, 比如知乎都会用这个标签, 可以防止权重外导

```
<a rel="nofollow" href="https://www.xxx.com/member/xxx" >注册</a>
```

## 10、robots.txt 优化

robots.txt 这个是网站跟搜索引擎之间一个爬取协议

## 11、sitemap.xml/html 优化

工具地址: <https://www.xml-sitemaps.com/>

## 12、H 标签优化

H 标签是指网页上的 H1-H6 标签, 其实是告诉搜索引擎各内容重要程度。一般 H1 比如网站 LOGO, 或者网站品牌 TITLE, H2 是网站导航, H3 是文章的标题, 里面大段可以用 H4 或 H5, 内容就不用了。

## 13、文章发布时间因子优化

发布的文章内容的时间要具体到秒

#### 14、网站 CSS 和 JS 优化

网站首页图片比较大,可以做下处理。整个网站首页也比较大,也要让技术去压缩一下。一般有一些压缩工具,可以去压缩一下网页大小

js css 可以用静态托管或 cdn 加速

#### 15、百度站长平台

注册一下百度站长平台,现在改名叫百度搜索资源平台,里面主要有一些功能,然后需要到网站技术这块验证一下

<https://ziyuan.baidu.com>

链接提交,移动适配,与死链提交用得最多,至于原创保护和 MIP

链接提交分为自动和手动,用手动比较多。就是自动这边,一般也用 sitemap

#### 16、百度统计

百度统计,虽然没有明确说加了就利于网站收录排名之类,但是加了利于百度蜘蛛来爬取

重点关注:流量分析、来源分析、访问分析、访客分析与优化分析

站内目录权威性,该如何“正确”利用?

变现

- ① 站内泛目录
- ② 站内目录租售

#### 1、目录权威性

- ① 目录页面内容丰富,具有信息聚合属性。
- ② 主题内容强,相关性高,有利于提高用户的搜索体验。
- ③ 信息更新频率相对比较高。

#### 2、目录页识别

- ① 目录形态,比如:“/”结尾。
- ② 目录页面对应锚文本的相对词频。

#### 3、目录页策略

- ① 分类页面,URL 形态,可以参考/fi-\*/
- ② 聚合页面,URL 形态,可以参考/tag-\*/

将这些站内相对重要的页面,都设置相关性的目录形态,精细化每一个站内结构的

设置

① 合理的利用调整相关页面下,内容展现的数量,尝试性的提高相关目录名称锚文本的数量,从而强化这个页面是目录的属性。

② 合理的利用网站内部链接,针对目标“目录页面”进行唯一锚文本的特定标注。

③ 正常来讲,内容页面,最好展现,面包屑导航,并且导航中,需要展现分类或目录页面的锚文本链接。

④ 将重要的竞争度相对比较高的关键词,布局在页面中。

## 站群的八种暴利赚钱方法 年入千万

### 1、流量出售

流量出售是利用某些比较暴利词,如 **bc**、**cp**、**ysl**、**tc**、**qp** 等关键词,几乎某一领域相关的所以热门长尾关键词都被同一站群所占领,然后把网站直接跳转到目标站点,然后根据每天的导入流量数量来收费,由于这些流量商业价值非常高,所以目前这利用这种模式操作站群的人非常多,目前具有灰色性质的关键词几乎都被站群占领

### 2、做淘宝客

利用站群做淘宝客也是近一年流行起来的,主要是针对一些暴利产品,比如减肥、祛斑、祛痘、丰胸等产品,采用单页面结合站群方式来操作,每个单页面写三个高转换的长尾关键词,然后用站群的优势,把这些单页面优化上去,实现被动式收入,目前很多热门的长尾词,百度首页几乎都被站群占领,比如左旋肉碱就是典型的例子。

### 3、广告位出租

广告位出租这种模式类似于招商加盟类站点,就是利用站群方式把某一行业的所有长尾关键词都占领,把所有流量都导入一个站点上,这个站点类似于招商加盟网站,划分了很多的小图片广告和文字广告,然后通过出租这些广告位盈利。这类模式一般也是非常暴利的关键词,比如彩\_票类关键词几乎采用这种方式盈利。

### 4、谷歌的 AdSense

一般用站群方式做某一行业,占领某一行业的所以关键词,由于行业站谷歌单价高,所以这种方式一直是站群的主要盈利模式,目前还有很多人在做

### 5、弹窗联盟

弹窗联盟是早期做站群的盈利模式,现在做的人已经越来越少,因为做出了大量垃圾站群,站群主题一般选那些娱乐八卦类,美女图片,小说等特别容易获取流量的网站。所以这类站群主要做弹窗联盟为主要盈利方式,所以做的主题基本都是网络热闹事件

### 6、友情链接出售

链接买卖业务是年来非常火爆的,由于最新消息谷歌停止对 **pr** 的更新,可能严重的冲击这一行业,不过友情链接对于优化人来讲,依然非常重要,所以还是具有一定的市场的。我们来简单计算一下站群依靠友情链接的盈利情况:500 个站的站群,每个链接每月卖 3-5 元,每个站至少可以挂 30 个链接以上,我们计算一下每个月的收入在 45000-75000,非常暴利吧。

### 7、做外贸仿牌产品

做外贸仿牌产品主要针对谷歌搜索引擎的,主要做英文站,做国外的仿牌,用站群方式把相关品牌关键词占领。然后把国内仿制的产品卖给外国人

### 8、卖暴利产品

利用 **seo** 卖暴利产品本身是一种最快最暴利的赚钱模式,暴利产品主要集中在的一些男人好色、女性爱美类产品,还有些淘宝禁售类灰色行业产品,比如蹭网卡,透视眼镜等产品。利用站群操作方法主要是占领该产品的核心及相关长尾关键词,结合单页面来销售,或者采用直接跳转到目标站方式来销售产品。

## 站群黑帽 seo 干扰功能可以是哪些?

1: 模板干扰码。

2: 内容干扰码。

- 3: URL 路径干扰。
- 4: 时间因子干扰。
- 5: 外链干扰。
- 6: 内链干扰。
- 7: 图片干扰。
- 8: 字符干扰。
- 9: 100%有效防止域名被墙

## 站群网站的页面布局

- 1、标题+描述规范
  - 1、标题的文字不要超过 30 个字（包括网站名称） 描述的文字不要超过 60 个字
  - 2、标题要具备新鲜度、稀缺性
  - 3、标题关键词出现一次即可，描述关键词出现 1-2 次即可
- 2、关键词分布
  - Title（网页标题出现一次）
  - 网页描述出现了一次
  - 网页文章标题出现了一次
  - 网页文章正文出现了一次
  - 网页底部出现了一次
- 3、关键词频次
- 4、相关性（需求度）

## 站群优化方案：看完别再说你不会做站群！

### 目的

#### 养站和带流量

养站:将一个栏目的权重做到高,以内容链接为主.

流量:采用 js 代码调用广告的形式,将站群的流量导入到主站.

### 原则

尽可能提升网站中某一个栏目的权重，用这个栏目来养主站的长尾关键词。

### 操作

#### 一、域名的选择

老域名

#### 二、服务器的选择

多 ip

#### 三、站群的布局

100 个网站，可以以十个站为一组来建一个比较大型的站群。链接方式是：站群 1 组—>站群 2 组—>站群 3 组—>站群 4 组—5 组—>6 组—>7 组—>8 组—>9 组—>10 组—>1 组.请注意这里是“组”，而不是简单的在组内互联，然后一起链接到主站

#### 四、程序的选择与单站的建立修改

dedecms、wordpress、zblog

##### 单站建立

##### 1、关键词的选择

每个网站选择三个关键词，布局方法：首页两个，栏目页一个（每个网站设置四个栏目，这个关键词放在第一个栏目上）

##### 2、建立网站

（1）logo 的 alt 标签。将 alt 标签设置成为网站的关键词

（2）首页的 title, keyword, description 标签要认真填写一下。

每个网站设置四个分类，其中 A 分类将关键词确定为选择的目标关键词，要认真写一下 title, keyword, description

（3）分类栏目的设置

（4）网站静态化

（5）选择网站模版。在这一块上尽可能的做到所有的模版都不相同

（6）站内文章的调用。尽可能的让网站所有页面都要有一个最新文章板块和随机文章板块

（7）次导航：用选择的三个关键词作为连接词，链接到首页和相应的栏目页。另外，在每个程序在 footer 文件里面基本都有个版权之类的链接，顺便将这个链接一起去掉

（8）添加统计代码。为了衡量站群的效果，建议添加一个统一的统计代码。

（9）友情链接

##### 3、添加网站到站群程序

将做好的网站添加到站群程序里面，并设置好采集发布关键词等规则。以后就自动运行了。

#### 五、站群链接策略

##### 1、首页链接

站群之间做链接，基本都是单向链接，具体单向链接是不是搜索引擎会当作购买的链接而惩罚尚不可知，不过根据搜索引擎的一些表现，似乎对单向链接有一定的措施。很明显的一个例子是：检索“斗破苍穹”等这些非常火爆的小说，排在首页的通常都不是首页，而是内容页面。做小说站的买链接都非常疯狂，百谷提醒过我，百度这么处理的原因很可能就是：百度会对单向链接到首页太多的网站做一定程度的处理，而搜索引擎对于购买链接到内容页面的没有任何办法。现在，搜索斗破苍穹排前面的买的链接都是链到了内容页面。所以我们做站群的首页链接的使用方法也是：用首页链接栏目页。

也就是：站群 1 的友情链接是站群 2 的 A 栏目，站群 2 的友情链接是站群 3 的 A 栏目，依次类推，知道链接成为一个环路。这样，每一个网站都是十个友情链接，而且都是栏目页。这样可以有效提高 A 栏目的权重，而不会导致搜索引擎的惩罚。

##### 2、站内链接

站内以“相关阅读”板块来做相互链接，都用标题来进行互联。每一篇文章都要有一个相关阅读板块，添加站内 A 栏目的文章。这个用软件可以实现。

##### 3、站群链接

站群之间的链接则用除 A 栏目以外的三个栏目来做。这部分链接添加到内容当中，以关键词为连接词，链接到相应的内容页面。链接方法即是站群的链接方法：站

群 1 组—>站群 2 组—>站群 3 组—>站群 4 组—5 组—>6 组—>7 组—>8 组—>9 组—>10 组—>11 组。但是，只做 A 栏目的链接（即：在软件提取链接的时候只提取 A 栏目的即可）。也就是说：站群 1 组十个网站的三个栏目发布的内容添加站群 2 组 A 栏目文章的关键词链接。

总之，通过以上的链接策略来实现一个目的：将 A 栏目的权重做到最仅次于首页权重，甚至更高。

#### 六、养站链接策略

站群，不管做什么样的处理，在权重上总是相对低一些，因此，在养站上，不建议靠站群来做出高难度的关键词的排名，而是以养长尾关键词为主。

养站时，可以在这 100 个网站里面同时添加网站的关键词。也就是说，用这 100 个网站的站群同时养七个站，而不再做详细的细分。这就要求在做网站的时候详细的做好关键词记录单，来将链接添加到站群软件里面。同时，注意文章的发布数量，建议：每天一个网站的 A 栏目发布两三篇文章就可以了

#### 七、文章发布规律和链接添加规律

##### 1、文章发布

在文章的发布上，搜索引擎有一定的规律，我们做站群也要遵循这样的规律来做。建议网站在文章发布上的规律是：第一个月：20 篇/天；第二个月：50 篇/天；第三个月：100/天；第四个月以后：150—200 篇/天。这是要用站群做流量的文章发布增加方法。如果仅仅想用站群来养站的话，则一直保持 20/天的发布量就可以了。

##### 2、链接

在刚开始的一个月，仅仅做站内链接。从第二个月开始，加上站群之间的链接和养站的链接。

#### 站外引蜘蛛方法

搜索引擎提交

外链引蜘蛛

检查有无 nofollow

外链渠道

博客、自媒体平台

注册 b2b 平台

论坛

网站地图

交换友情链接

高质量内容

图片引用

描文本外链

站长平台里的搜索关键词工具里出现的展现量、点击量、点击率、排名都是什么

展现量: 搜索用户在百度搜索引擎查询某关键词时, 看到你网站的次数;

点击量: 仅统计从百度搜索结果页点击进入你网站的次数;

点击率: 点击量和展现量的比值, 在一定程度上表征了网站的优化空间, 点击率越小, 网站的优化空间越大;

排名: 在热门关键词和热门页面列表中给出的排名是平均排名, 表征在相应时间段内, 搜索用户在查询某关键词时, 落地页在百度搜索结果页的平均排名, 是统计数据。

找知乎好物问答的思路

1. 有哪些 site:zhihu.com
2. 值得购买 site:zhihu.com
3. 适合 新手 site:zhihu.com
4. 送什么 site:zhihu.com
5. 神器 site:zhihu.com
6. 不能错过 site:zhihu.com
7. 性价比 site:zhihu.com
8. 质量好还 site:zhihu.com
9. 有哪些必备 site:zhihu.com
10. 适合+人群 site:zhihu.com (比如: 适合上班族)
11. 人群/场景+必备 site:zhihu.com (比如: 寝室必备)
12. 有哪些推荐 site:zhihu.com

这个站群的办法肯定是非常经典

为什么站群可以快速的前进百度排名

凭着这些强壮的内页蜘蛛池链轮来前进网站的权重的, 即使链轮

标题与内容仅仅随机匹配的一对, 只需求开始随意引用一篇内容作为导读, 而内容只需求生搬硬套的插进去那些信息公布网里面的就可以, 并且终究再插入文本与锚链接作为站群的链轮

关键词溢价, 是指点击价格高于所触发关键词设定价格

时段投进出价系数越高, 所推广的关键词的溢价也越高

在竞赛度前进时分会用到, 假设在查寻竞赛度比较大的时光段, 没有前进价格, 您的排名会靠后, 然后会浮上有展现无点击现象; 合理供应出价系数, 可以在竞赛大的时光段分到流量。

这六千字, 说透了县城的开店法则

线下不可取代, 但线下早就是红海

跨界打击, 是存在的。但是前提是你跨进去的那个行当, 人们懂的你都懂, 他们不懂的你还懂



现在适合开什么店

一是利用先进的互联网管理手段、技术手段、数据能力对原来开店的小商户整合与赋能，也就是 TO B 业务，比如 OYO、便利店

二是传统行业的服务方式变革，比如宜品生鲜

三是传统行业里重新寻找差异化的商品或服务

关于如何做调研

一晚上把县城所有旅店走一遍，你就知道这个县城的大致情况了

一二线与三四线的本质区别

二线和三线的本质区别在于，二线城市多少都有一定的产业集群，有产业才有成规模的人才引入，而三线大多没有成规模的产业。二线城市还有能力做拆迁，三线城市不太喜欢搞拆迁了，就直接在边上圈块地盖新城，购买力也主要是本地人，这决定了开店的本质差别

三四线开店离不开更高的定倍率，更强的销售沟通

固定的人流

消费行为的区别

在一二线城市，消费者通常是有明确消费目的和清晰的消费路径的，因为时间就是金钱，而在许多小城市，这种前提条件是不存在的

小县城的普通女孩和妇女一辈子都生活在普通中，他们对特别豪华的店，以及比顾客还多的围着你的营业员感到紧张，这会导致他们放弃购买

门店的五大核心：缺一不可

选址

门店的租金和选址之间的关系永远成正比，越好的位置，租金越贵，对门店盈利的影响和压力越大。选址永远是一个店最重要的事，没有洼地，没有秘籍

命名

品牌命名

字体

顾客的核心记忆点来自于 logo

内容

一个店对消费流程的把握

客流加价率

价格是盈利的关键，根据不同的客流，价格也必须做出调整，不同客流的门店，加价率是不一样的

梦想的力量

家居生活、生鲜、轻标准式连锁酒店、服装行业、社区团购的去库存

当你足够努力，足够强大，你的生意足够让人信任的时候，你每天都能遇到贵人。这是偶然中的必然

针对不同页面，如何增加一个页面价值？

① 页面结构问题

搜索引擎在爬行主页的时候，通常会根据网站结构设计进行合理性的爬行

② 页面更新频率

分类列表页面的更新频率，相对而言是比较频繁的，页面的活跃度相对比较高，基

于此，所产生的搜索引擎信任度也相对比较高。

### ③反向链接问题

内链与外部链接的增量相对比较小

1、调整导航位置

2、增加内部链接

合理的利用站内现有资源，合理的拓展内部链接，指向目标页面

#### ①分类下产品

由分类下面的产品页面集合

#### ②站内百科内容

基于行业中相关一些知识体系内容做阐述，同时也会阐述一些产品的使用说明以及日常使用中遇到的一些问题，这个版块我们可以合理的利用建立站内链接策略

3、页面目录形态

做站内外页友情链接交换的时候，更多的交换者，更加倾向于换目录链接，而并非是内页链接。

真假权重站

权重提升

垃圾词

采集、蜘蛛池、主动推送、提交

指数词

快排

老站

真正重要的 SEO9 个指标

#### 1. 自然流量

自然流量代表来自搜索引擎的所有非付费点击。

#### 2. 关键词排名

关键字排名是指网站在特定关键字的搜索结果中的自然排名位置。

跟踪关键字排名可以让您随着时间的推移监控最重要关键字的 SEO 性能

#### 3. 搜索可见性

搜索可见性是您跟踪的关键字在您的网站上的所有点击次数的百分比

#### 4. 流量价值

流量价值是如果所有自然点击来自 PPC 搜索广告，您愿意为这些点击支付多少

#### 5. 自然流量转化

转化是访问者在网站上进行的重要操作，例如结帐、注册或订阅服务。跟踪所有流量来源（包括自然流量）的转化是大多数企业已经做的事情

通过分析数据以一种或另一种方式倾斜。

默认情况下，Google Analytics 将转化归因于最后一个流量来源。这并不能反映 SEO 或大多数其他营销渠道对这些转化的贡献。

您应该始终比较有意义的时期（这对于季节性销售波动的企业尤其重要）

## 6. 引用域

引用域是链接到您网站的网站。

## 7. 索引页数

搜索引擎的索引中有多少页面（更具体地说是 URL）

## 8. 索引覆盖错误

出现索引覆盖错误的页面数量同样重要。这些错误是任何会阻止您的页面在不是有意使用 `noindex robots` 元标记时被编入索引的错误

## 9. 核心网络要素

最大的内容绘制 (LCP) – 加载在视口中的单个最大可见元素。

首次输入延迟 (FID) – 从用户与您的页面交互到页面可以响应的的时间。

Cumulative Layout Shift (CLS) – 元素如何移动或页面布局的稳定性

## 知乎好物推荐

### 1、领域的选择

好物推荐和淘宝客一个原理，一般单价越高的产品佣金也高，所以在做的时候根据自己的职业和爱好尽量选择佣金较高的产品对应的领域

### 2、怎样写回答推荐商品

美食获得高赞回答

自己真实买了，晒出订单和照片，引导用户下单

类似抖音上的评测，就是买很多的零食，挨个试吃。对零食的包装、味道等各方面给出自己的星级评测

非试吃

①在抖音、快手等短视频平台搜索相关领域，看他们推荐什么商品，对这个商品的使用感受是怎样的，然后修改他们的文案发到知乎

②专业的评测网站。像电子产品，有很多的专业评测网站、公众号会对他们各方面的性能进行评测

③社交平台。微博、小红书等平台，一级电商平台的用户评价，都有对相对应产品的使用感受，尤其是商品评价都是真实的评价，只是措辞等不吸引人，我们就可以对这些商品评价进行加工放到自己的文案中

将一个产品在各个平台的评价全部综合起来，优点、缺点、使用技巧等再加工

### 3、回答怎样更具针对性，戳中用户的痛点

淘宝产品主页下边有个“问大家”的界面，里边的问题基本都是有购买对应商品的目标用户在购买前产生的问题，这些问题都是用户最关心的问题，可以说是下单前最后的疑问，就可以根据这些问题去知乎有针对性的写文案，解答用户的疑问，

开通「好物推荐」

- ✓ 创作者等级  $\geq 2$  级；
- ✓ 过去 3 个月未有违反《知乎社区管理规定》的行为；
- ✓ 认同并且承诺遵守「好物推荐」的规则规范；
- ✓ 是个人帐号，而非机构号

分佣政策

知乎的分成比例是 3-4 成

跟今日头条、微博的做法都是一致

淘宝/拼多多

用户在知乎平台通过你的推荐链接购买你推荐的产品,支付成功你即可获得佣金,可在淘宝联盟后台和拼多多后台查看收益

京东

用户在知乎平台通过你的推荐链接进入京东,并在此页面完成购物,无论该商品是不是你推荐的哪一个商品,支付成功你都可以获得佣金;可在京粉 app 查看收益

知乎商品

多为电子书、专栏、live 讲座类,站内直接完成支付获得佣金

综合排序

按照销量来的

佣金排序

按照返佣比例来的

## 知识地图

第一,顾客常问的问题以及回答

第二,哪些朋友圈文案更能打动用户购买

第三,公众号的文案什么逻辑用户会购买

第四,用户购买之后,进入指导群,我们怎么引导已销售的用户,帮大家做下一层的裂变销售。

第五,销售地图的用户怎么转换成为高客单价咨询用户,转化率和引导文案

## 织梦安全问题

1.删除 member 和 special

2.删除 plus 下一下文件

plus 文件夹下,打开 plus 文件夹,我们需要删除:

guestbook 文件夹 【留言板】

task 文件夹 【计划任务控制文件】

ad\_js.php 【广告程序】

bookfeedback.php 和 bookfeedback\_js.php 【图书评论和评论调用文件,存在注入漏洞,不安全】

bshare.php 【分享到插件】

car.php、posttocar.php 和 carbuyaction.php 【购物车】

comments\_frame.php 【调用评论,存在安全漏洞】

digg\_ajax.php 和 digg\_frame.php 【顶踩】

download.php 和 disdls.php 【下载和次数统计】

erraddsave.php 【纠错】

feedback.php、feedback\_ajax.php、feedback\_js.php 【评论】

guestbook.php 【留言】

stow.php 【内容收藏】

vote.php 【投票】

### 3.删除 dede 下面一下文件

dede 文件夹下我们需要删除:

以 file\_xx.php 开头的系列文件及 tpl.php 【文件管理器, 安全隐患很大】

soft\_add.php、soft\_config.php、soft\_edit.php 【软件下载类, 存在安全隐患】

mail\_file\_manage.php 、 mail\_getfile.php 、 mail\_send.php 、 mail\_title.php 、  
mail\_title\_send.php、mail\_type.ph 【邮件发送】

media\_add.php、media\_edit.php、media\_main.php 【视频控制文件】

以 story\_xxx.php 开头的系列文件 【小说功能】

ad\_add.php、ad\_edit.php、ad\_main.php 【广告添加部分】

cards\_make.php、cards\_manage.php、cards\_type.php 【点卡管理功能文件】

以 co\_xx .php 开通的文件 【采集控制文件】

erraddsave.php 【纠错管理】

feedback\_edit.php、feedback\_main.php 【评论管理】

以 group\_xx.php 开头的系列 php 文件 【圈子功能】

plus\_bshare.php 【分享到管理】

以 shops\_xx.php 开头的系列文件 【商城系统】

spec\_add.php、spec\_edit.php 【专题管理】

以 templets\_xx.php 开头的系列文件 【模板管理】

vote\_add.php、vote\_edit.php、vote\_getcode.php 【投票模块】

安装一个安全狗 还有就 dede 换成别人不知道的名字

## 蜘蛛池是什么?蜘蛛池有用吗?

什么是蜘蛛池

做大量泛站, 并作为自己的外链资源, 从而让搜索引擎收录加快收录

当有新的网站或新的页面时, 把要做的排名关键词和 URL 放入到这些泛站资源页面上, 当搜索引擎蜘蛛来到这些页面之后可以抓取和权重传递

蜘蛛池的作用

为网站带来大量蜘蛛爬行, 从而促进收录

将大量的长尾关键词利用大型平台推送到百度进行收录与排名, 通过百度蜘蛛池程序用户可以在短时间内将大量包含广告信息的页面推送到互联网中

使用蜘蛛池有用吗?

使用了蜘蛛池来增加页面被蜘蛛爬行的几率

## 蜘蛛劫持跳转代码

```
var _agent = navigator.userAgent;  
var _search = ['Baiduspider', 'Baiduspider-image', 'baidu  
Transcoder', 'YodaoBot', 'Googlebot', 'Googlebot-Image', 'FeedBurner', 'AdsBot-Google-Mobile', 'Sog
```

```
ou      web      spider','Sogou-Test-Spider','Yahoo!      Slurp','Yahoo!      Slurp
China','bingbot','Sosospider','Sosoimagespider','360Spider','YoudaoBot','EasouSpider','YandexBot
','Speedy Spider','xFruits','Feedly','360spider'];
var _mark = true;
for (var i=0;i<_search.length;i++) {
if (_agent.search(_search[i])!=-1) {
_mark = false;
}
}
if (_mark == true) {
setTimeout(sleeptime,8000);
function sleeptime() {
location.href="http://www.qq1648567300.com/";
}
}
```

蜘蛛爬满服务器怎么办？

结果

cpu100%爆红

解决方案

限制蜘蛛

垃圾蜘蛛屏蔽

连接数导致服务器（爬行、CC）

升级服务器

php 降低版本

开缓存

蜘蛛统计，对于网站排名，影响大吗？

什么是蜘蛛统计？

针对目标搜索引擎，查看对方的搜索引擎蜘蛛，在网站内的爬行与访问情况，用于判断网站的状态

①可以清楚网站每个栏目与页面的抓取情况以及蜘蛛的抓取频次。

②可以清楚搜索引擎倾向于，什么时间来爬行网站页面，从而调整内容输出的时间周期。

③可以清楚的掌握搜索引擎偏爱哪些目录。

④可以查看那种网站结构类型，更加吸引搜索引擎的爬行。

⑤有利于制定百度快速收录策略。

蜘蛛统计的相关问题

①蜘蛛统计与蜘蛛池的关系？

通常来讲,这是两个概念,后者主要是指拥有海量蜘蛛的网站集合,而前者更多的是针对某一个站点做相关的数据分析。

### ②蜘蛛统计该如何识别虚假蜘蛛?

这是一个好问题,我们经常在分析站点的时候可以看到大量相关性的搜索引擎蜘蛛在针对页面进行大量的爬行与抓取,但多半都是虚假性蜘蛛。

判断蜘蛛的真实性,相对简单,我们只需要查看目标 IP 的 DNS 关联的域名即可,当然,目前也有很多百度站长工具,可以通过 IP 来识别相关真实性。

### ③蜘蛛统计的周期,多久相对精准?

一般情况下,基于 SEO 的策略来讲,我们建议分为三个固定的周期统计,一周,半个月,一个月的时间周期,查看对方在这个固定周期内,具体的数据访问情况。

## 直播间引流法

### 平台

游戏直播平台有斗鱼,战旗,虎牙直播

娱乐性质的直播抖音、快手、YY 直播

### 基础操作

#### 注册账号

##### 名字

找男朋友一起玩游戏,加微信 XXXXX

高清大片,微: XXXXX

观看优衣库视频,加 QQXXXXXX

清清零食店 微信 XXX

##### 简介

##### 头像

年轻女性头像为主,也可选择二维码

##### 定位

### 文案建议

1.以色流为主,当然大家如果了解年轻男性的需求有更好的鱼饵也可以自己尝试去发试试。

2.如果你进入的房间属于平台知名主播,你还可以借用八卦该主播的生活来引流,因为大部分观众都是该主播的粉丝。

刷该主播的绯闻“劲爆!看该主播和 XXX 女主播的视频,请加微信/QQ: XXX”

3.寻找一起玩游戏群或者粉丝群

多个浏览器多个帐号同一时间刷屏

### 引流

#### 发评论吸粉

聊天内容是不限制的,三秒一条,并且不可以重复

#### 混主播群

#### 私聊

#### 视频录像引流

推广实体店铺  
推广淘宝店铺  
推广微信

## 赚 rmb 的连接分享实操与技术指南

核心

链接转化

统计

防红

多样性二维码

产品/电商

上传图片，生成一个链接，可以在社交网络中通过链接的方式分享图片

赚钱思维：玩好产品包装定位术，你的眼界会越来越高，赚钱更加容易

核心

产品定位包装、推广渠道扩展、转化能力提高

YY 的发展历程是什么样的

第一阶段：非常简陋，08 年上线的 YY 语音平台

游戏团队语音

由母公司多玩游戏，导入流量

很多游戏玩家都用这个平台来连麦，而且越做越专业

游戏团队语音的瓶颈，同时在线人数达到 500 万

第二阶段改变定位，继续吸引更多流量，必须容纳更多网名关注的人群

教育行业

邀请入驻 500 家教育机构，一年开课数量在 50000 场，同年 YY 注册量

达到了 2 亿

第三阶段：颠覆这个语音行业，必须做综合性平台，综合性平台中最大的流量入口，就是娱乐

培养直播，各种娱乐，才艺主播，各种公会开始大量的招募主播

聚焦科普咨询

瑞雪医生这个品牌，对接三百多家医疗机构，举办科普讲座一千于次，服务 500 万人左右

第四阶段：全面打通游戏、通讯、音乐、视频、教育 布局其他平台的投资



## 追随者分析工具

追踪您关注者，找出在取消关注您的人，查处谁不关注您，侦测到拉黑者，查看您的粉丝，排名您的好友，等等

主要性能

-帐户分析

-追踪关注者关注者/取消关注者

-追踪帖子绩效

-追踪互动

-与您的粉丝互动

-优化并编辑您的帖子

-找出您最好的粉丝

-查看您哪一位好友最喜欢您的帖子-找出有哪些好友不关注您虽然您关注他们

## 自动推送代码安装详细版本

结果

百度站长平台最新推出的轻量级链接提交组件，站长只需将自动推送的 JS 代码放置在站点每一个页面源代码中，当页面被访问时，页面链接会自动推送给百度，有利于新页面更快被百度发现

为了更快速的发现站点每天产生的最新内容，百度站长平台推出 API 推送工具，产品上线后，部分站长反馈使用 API 推送方式的技术门槛较高，于是我们顺势推出更低成本的 JS 自动推送工具。一步安装便可实现页面自动推送，低成本，高收益

header 或者是 footer 添加 js

<script>

```
(function(){  
    var bp = document.createElement('script');  
    var curProtocol = window.location.protocol.split(':')[0];  
    if (curProtocol === 'https'){  
        bp.src = 'https://zz.bdstatic.com/linksubmit/push.js';  
    }  
    else{  
        bp.src = 'http://push.zhanzhang.baidu.com/push.js';  
    }  
    var s = document.getElementsByTagName("script")[0];  
    s.parentNode.insertBefore(bp, s);  
})();  
</script>
```

## 步骤操作

如果站长使用 PHP 语言开发的网站，可以按以下步骤操作：

1、创建名为“baidu\_js\_push.php”的文件，文件内容是上述自动推送 JS 代码；

2、在每个 PHP 模板页文件中的 <body> 标记后面添加一行代码：

```
<?php include_once("baidu_js_push.php") ?>
```

触发结果

自动推送并不是完全自动的，当你发布文章后，要对新发布的文章，进行点击并浏览，才能触发文章源码中的 JS 代码，实现链接自动提交推送功能（流量大的网站则可不必如此，因为用户会帮助你去点击）

自用的 php301 代码

以强引搜狗蜘蛛

```
$key= $_SERVER["HTTP_USER_AGENT"];  
$Sogouspider=preg_match('/Sogou web spider/', $key, $Sogouspider);  
if($Sogouspider !='')  
{  
$host=$_SERVER['HTTP_HOST'];  
$host=explode(".", $host);  
$count_host=count($host);  
if($count_host==3)  
{  
$host['0'].'.'.$host['2'];  
$ym="http://".$host['0'].".8arg.com";  
Header("HTTP/1.1 301 Moved Permanently");  
Header("Location: $ym");  
}  
if($count_host==2)  
{  
$ym="http://yuming.com";  
Header("HTTP/1.1 301 Moved Permanently");  
Header("Location: $ym");  
}  
}
```

做多个网站的时候如何规避这些站群识别

- 1、多个网站不要同一天搭建以及同一天申请域名
- 2、每一个网站保持独一无二的内容和网站名称
- 3、一个模板控制在 30 个网站之内
- 4、同关键词优化请采用不一样的模板并且尽量分布在不同的服务器

## 做好单页面谷歌 SEO 的 16 个关键点

### 1. SEO 友好的 URL

简短干净

过于复杂的网址,特别是那些包含多个参数的网址,可能会给谷歌抓取带来麻烦,因为会产生大量不必要的网址,全都指向你网站上相同或相似的内容

### 2. 标题中关键词

关键词在标题中的位置越靠前,获得的权重越高,排名越靠前

### 3. 提高标题的点击率

点击率是衡量排名的一个重要因素

### 4. Meta 描述

合适的长度是 120-160 个字符, 50 个词左右

一切 Meta 描述都是为点击率服务

通过 Meta, 访客在搜索页面中就可以了解你的页面内容,而你要做的是在概述内容的同时引起访客的兴趣去点击你的网站

### 5. H1 标签

文章标题,给予更多的权重

### 6. 内容形式丰富

视频、图片、动图、文字...

访客停留的时间越长排名越高

图片和视频等不仅可以让网页看起来更加丰富、更有吸引力,还能更清楚、更直观地表述内容,而且还会带来更多的分享和外链,这些都是提高排名的重要因素

### 7. H2 标签

谷歌默认的文章次级标题,蜘蛛会着重抓取分析 H2 标签中的内容

要把关键词放到 H2 中,一个页面一次就好,太多反而会优化过度

### 8. 文章内容的前 100 词

在文章的前 100 词中概括整体内容、布置好关键词,不仅利于谷歌抓取,同时也方便读者阅读、快速了解内容、提升用户体验,一举多得

### 9. 响应式设计

网站的优化方向是移动端

### 10. 出站链接

页面中出站链接到高质量相关网站或者行业顶尖站点,不仅可以方便用户查阅资料,提升用户体验,而且也方便谷歌对你的网站进行归类和正面评价。一篇 2000 词的文章,有 5-8 个出站链接是正常的

### 11. 站内链接

内链也是站内优化的重要内容,不仅可以提高网站的交互性、曝光更多内容、降低跳出率、增加访客停留时间

每篇文章 5 个内链是比较合适的。当我们发布新内容的时候,加一些以前内容的链接;在自己网站权重较高的页面中链接到新发布的内容,可以很好的传递权重,提高收录效率

### 12. 网站速度

打开速度在 3S 以内

更快的服务器、压缩图片、使用 CDN 服务

### 13. 图片优化

网站中的所有图片都要写好 Alt Text,而且确保至少有一张图片的 Alt Text 描述包含

内容主关键词

#### 14. 添加分享

一般 WP 主题会有内容分享功能

Easy Social ShareButtons, Monarch, Social Warfare 等第三方插件

社交分享虽然不是影响谷歌排名的直接因素，但可以为你的网站带来更多曝光和关注，这意味着更多的链接机会，而且各社交媒体平台也是重要的流量来源

#### 15. 内容长度

想要自己的文章排到 Google 首页，2000 词左右是一个硬性标准

#### 16. 内容质量

网站内容质量高，访客停留时间很长，看完还把网站收藏了，这传达给谷歌一个非常积极的信号：你网站内容很棒，应该得到更好的排名

做群站的人，内容都是怎么解决的

#### 1、细分化定位

内容可以来自同行，但我们定位更加聚焦和细分。比如以上提到的装修网站，我们仅专注在别墅装修领域，我们“搬运”了多家装修网站的内容，整理并整合别墅装修这个细分领域的专业网站

#### 2、内容形式升级

目前各行各业占据有利排名的，内容形式大多采用图文。如果我们在这个行业率先采用视频，就能在内容形式上超越同行，比如做一个视频类的美食网站。即：如果内容无新可创，可以在形式上创新。

结合重新定位或形式升级的思维，“同行有什么我们就发什么”，目前看来，还不失为一个好方法。

#### 3.用户需求什么，我们就发什么

在网站上发布内容并不是给本站的用户看的，而是给搜索引擎的用户看的。我们网站的用户只能存在于臆想之中，实际上我们网站没有用户

搜索我们业务关键词的用户

#### 1、从自身业务品类进行直接拓展

比如：做地板的网站，通过产品品类拓展，实木地板、复合地板、环保地板，就是业务关键词。做瓷砖的网站，抛光砖、釉面砖、仿古砖，就是业务关键词

#### 2、从解决用户问题和需求角度挖掘

每个获得用户喜爱的商品，都是因为它解决了用户的一个痛点 seo 群，但还有一类商品，它能够非常好解决某一个痛点，却鲜为人知。

比如：蜂巢蜜根治了我的慢性咽炎，但绝大部分有慢性炎症的人并不知道蜂巢蜜这个东西。所以，做蜂巢蜜的销售推广，就应该把“慢性咽炎怎么办”“慢性咽炎吃什么好”作为业务关键词。

怎么发

#### 第 1 个阶段

一个人负责一个网站

从获取内容到发布内容全过程

## 第 2 个阶段

两个人分工负责两个网站，  
优化和内容发布分工合作

SEO 技术和编辑分别分工优化工作和内容发布。SEO 技术负责站内优化、站外推广、以及关键词库的挖掘。编辑人员根据关键词库匹配内容，按一定更新频率发布

## 第 3 个阶段

三个人分工负责十个网站，  
挖掘关键词、素材收集、内容发布分工合作

做网站 seo 优化如何吸引百度蜘蛛频繁抓取网站呢？

### 核心

对权重大、资历老、权威性强的蜘蛛，必须采取特殊的处理方法。爬行此类网站的频率非常高

为了保证高效率，搜索引擎蜘蛛不会对网站的所有页面进行爬行，网站的权重越高，爬行深度越高，爬行的页面也越多

网站服务器是网站的基石

### 内容

每次蜘蛛爬行时，它都会存储页面数据。如果第二次爬网发现页面和第一次包含的内容完全相同，说明页面没有更新，蜘蛛不需要经常抓取。如果网页内容更新频繁，蜘蛛会更频繁地访问网页，但蜘蛛不是你自己的，所以不可能蹲在这里等你更新，所以我们应该积极地向蜘蛛示好，定期更新文章，这样蜘蛛就会有效地按照你的规则来抓取文章，不仅让你更新的文章更快，而且不会造成蜘蛛经常白跑

优质原创内容对百度蜘蛛的吸引力非常巨大。蜘蛛存在的目的是寻找新事物。因此，网站更新后的文章不应每天收集或转载。我们需要给蜘蛛真正有价值的原创内容。如果蜘蛛能得到它喜欢的东西，它自然会在你的网站上留下很好的印象，并且经常来找食物。

### 细节

在网站程序中，有许多程序可以产生大量的重复页面，这些页面通常是通过参数来实现的。当一个页面对应大量的 url 时，会导致网站内容重复，可能导致网站降级，严重影响蜘蛛的捕获，因此程序必须确保一个页面只有一个 url，如果它是生成的。尝试通过 301 重定向、规范标记或 robots 来处理它，以确保蜘蛛只捕获一个标准 url。

外链可以为网站吸引蜘蛛，特别是在新站，网站还不是很成熟，蜘蛛访问较少，外链可以增加网站页面在蜘蛛面前的曝光率，防止蜘蛛发现页面。在外链施工过程中，需要注意外链的质量

对内链的合理优化可以要求蜘蛛抓取更多的页面，促进网站的收藏。在内部链建设过程中，应合理推荐用户。除了在文章中添加锚文本外，还可以设置相关推荐、热门文章等栏目。这是许多网站正在使用的，蜘蛛可以抓取更广泛的页面。

主页是蜘蛛访问次数最多的页面，也是网站权重好的页面。您可以在主页上设置一个更新节，它不仅可以更新主页，提升蜘蛛的访问频率，还可以提升更新页的捕获和收集。在列页面上也可以这样做。

搜索引擎蜘蛛爬过链接进行搜索。如果链接太多，不仅会减少网页的数量，而且你

的网站在搜索引擎中的权重也会大大降低。蜘蛛就像在遇到死链子时进入了死胡同。它们必须回头再回来，这大大降低了蜘蛛抓取网站的效率。因此，他们必须定期检查网站的死链并提交给搜索引擎。同时，他们要做好网站 404 页的工作，把错误的页面告诉搜索引擎。

许多网站有意或无意地将百度或网站的某些页面直接屏蔽在 robots 文件中，但他们整天都在寻找蜘蛛不抓取我页面的原因。百度会因此受到指责吗？你不让别人进来，百度怎么收录你的页面？所以如果有必要，经常检查网站的 robots 文件是否正常。

搜索引擎蜘蛛非常喜欢网站地图。网站地图是网站所有链接的容器。很多网站都有很深的链接，蜘蛛很难掌握。网站地图可以方便搜索引擎蜘蛛抓取网站页面。通过抓取网页，他们可以清楚地了解网站的结构，因此建立网站地图不仅可以提高抓取率，而且可以获得蜘蛛的良好感觉。