



书籍 精彩网页全攻略

网页撰稿人、网站管理、eBay卖家及商业人士必备速成手册

韦恩·英格列斯

New Page Books, 2009

其他语言版本: 英语

导读荐语

公司的网页必须能够创收，如果你公司的网页做不到这一点，那么这本入门指南应该能够帮助你改变现状。韦恩·英格列斯身为一家网页内容咨询公司的创办人，在书中为大家列举了有关网络撰稿、网页设计、搜索引擎优化、播客和html文本的基本要点，令你的网页更加便于使用、更受欢迎，最重要的是更能赚钱。虽然作者的许多观点不算新颖独到，但胜在非常实用。英格列斯在书中囊括了播客和数码摄影的方方面面，还加入了便捷地制定电子邮件营销方案指引。有点令人惊讶的是，尽管这部指南重点强调写作，但却偶有错别字以及一些微小的语法错误。正所谓瑕不掩瑜，*BooksInShort*还是倾力推荐此书给网页撰稿新手和新晋网管，以及希望大力推广本公司网站建设的公司主管，只要你对书中提供的一些小技巧稍加运用就能轻易赚回投资购买本书的成本。

要点速记

- 网站、博客及其他网络资料最关键的一点就是它们所传达的信息，要确保你的内容明确、有效。
- 不要期望用动漫或者一般搜索引擎都无法“捕捉”的格式来传达你的公司信息。
- 商业绩效高低与你的网站建设的好坏息息相关，用“网页统计”功能来跟踪进展。
- 撰写网页内容时，要言简意赅，开门见山，从重点着手。
- 要预料到这样一个现实，即人们往往只会走马观花，而不是仔细阅读全文。
- 对于你可以免费修改或者编辑的创意素材，尽量利用“开放内容”。
- 电子邮件营销是一种直达目标客户既便宜、又有效的方法。
- 为了让搜索引擎更容易捕捉到你的内容，就要有策略地挑选关键词。不要为了多写一个关键词而让关键词的数量超过……该页字数的5%。
- 对于网页的大标题以及标题一和标题二的措辞要格外地用心。搜索引擎会重点关注这类文字组成。
- 利用音频和视频播客来传播商品信息、娱乐观众，或向他们推销。

浓缩书

聚焦内容

当托马斯·爱迪生(Thomas Edison)于1877年发明了留声机，他就开启了一场由内容主导新技术的革命。后来的CD播放机、VCR录像机到广播和电视，人们被一系列能让他们听到、看到，或者与内容互动的工具所吸引。互联网则是在这场如火如荼的革命中一项最新、最先进的发展成果。

网络是一个分享和获取信息的电子平台，其实它基本上就是一个“信使”。你的公司上传到网站的内容就是你要传达的“信息”。你要时刻确保公司网页上所传达的内容确实是你想要表达的；你也要了解网站上的新增内容不能保证搜索引擎及其使用者能自动找到；你还要避免只靠动画设计、Java语言链接，或者只用大幅图片的网页页面来传达你想表达的内容。这是因为搜索引擎无法“捕捉到”这些格式，当一个网页无法被搜索到，它就无法达成其存在的主要目的，而对于一个商业网站来说，这个目的就是盈利。

“从现在开始，只要网站之于人们来说是重要的，那么，内容之于网站也是重要的。”

好的网站应将客户支持、付款须知等栏目予以明确标注,做到可靠可信且易检索。要让你的网站更加有效,请遵循以下12点建议:

1. 你的网站要能见实效——对于网站,也应该像其他雇员一样,为之设立目标和明确责任。为了追踪进展,要测量网页统计的数据:每天点击量多少?哪些页面最吸引读者?调查你的客户是如何首次发现你的网站的,然后用最常用的搜索引擎来寻找,看看是否简单易寻?
2. 了解客户对网站的期许,并努力满足对方的意愿——你的网站为客户提供的价值越高,你的公司就越能获益。提供良好、可靠的信息,是获得忠实拥趸的最好方法。
3. 强调你能为客户做到什么——人们希望知道“你能为我做些什么”,随时准备好回答这个问题。告诉他们你如何能令他们的生活更美好、更轻松。
4. 增加“关于我们”和“客户评价”的页面——在“关于我们”的页面上,要包括公司业务范围、历史和成就等。与此相链接,应另外开辟一个“客户评价”的页面,对公司的所有好评内容要明确而细致,如有可能,最好标明每一位评价者的所属公司和职位。
5. 利用电子邮件进行营销——通常来说,电子邮件比电话留言更加有效。在交易的过程中,请你的客户留下电邮地址。如果你的网站上产品众多,那么最好是每一种产品都设有单独的电邮地址。
6. 编写电子通讯——利用它来介绍新产品,解释现有产品的使用方法,或列入行业最新动态的链接,但是,谨记通讯期刊的内容一定要简洁,长度不宜超过两页。
7. 了解客户——在为你的网站准备资料时,应围绕你的目标客户来进行。内容必须简明易懂,不求深但求精,信息量不多也不少。
8. 在各搜索引擎上注册你的网址——联系谷歌、雅虎、AltaVista及其他搜索引擎。登录searchenginecolossus.com的网址,即可获得超过350个国家和地区的搜索引擎名录。
9. 让导航尽量简单——你的目标是拥有一个方便用户的网站,目的是令访客可以尽快找到他们所需要的重要页面。将导航链接放在每一页相同的位置能够为读者带来简单顺利、协调一致的感觉。不要忘记确保所有的链接都能畅通无阻地被打开。
10. 在你的主页上添加搜索功能框——这有助于帮助人们在你的网页上搜索信息。利用谷歌或者其他外部搜索引擎,或者自行安装像Fluid Dynamics这样的软件程序来实现搜索功能。
11. 了解你的媒介——网页撰稿与印刷文稿不同,人们对于网页是进行浏览,而不是细致地阅读。因此,你的网页撰稿应该使用有力而简洁的字眼,让内容紧凑,才不会削弱你所要传达的信息。如果你想从印刷文稿中收录内容,就应通过编辑文字,缩短篇幅,来适应网页的特点。
12. 发放新闻稿——每三个月一次,或至少每年几次发放新闻稿,好让新闻媒体知道公司的动向和网页的更新。如果新闻发布能够与当地、省市或者国家的活动结合起来,会更加见效。不要指望一则小小的变相广告能够引起人们的关注。

“去粗取精”,及其他撰稿须知

在你开始撰写网页内容之前,先拟就一份网站地图,这有助于保持素材的整体性,也可以咨询网管以确保你的计划与网站现有的整体设计相符,并确定网站的设计已经定稿、核准。网站如有任何修改,都应请网管及时通知你,因为这都可能会影响到网页内容的效果。

“你的网站必须见效,否则你就是在浪费钱。”

在撰写网页内容时,要剔除可有可无的词语,做到措辞简练,字字达意。要根据你的目标客户量身定制内容,遵循报刊杂志常用的倒三角结构,从最基本的信息开始,多使用“你”,“你的”和“我们”等字眼,令口吻更亲切。多运用积极的字眼,例如,“免费”,“保证”,“销售”,“介绍”,“结果”和“经证明”等,来取得更加积极的回应,同时避免使用“买”,“卖”,“失败”,“困难”等消极的字眼。网页内容要使用现在时和积极主动的语气,尽量在第一个句子将整段的主要思想予以概括。

建立信誉是重点所在。例如,你可以通过提供质量保证来赢得客户的信任,你的质量保证越全面,时间越长,退货就会越少,因为人们相信有保证的产品质量更好。客户认为在网站上列出地址的公司比只写上邮政信箱的公司更可信。图片,特别是产品的照片,也能令你显得更加值得信赖。

抄袭者请小心

网页内容的来源丰富,你可以自己撰写,也可以从别处获得。然而,使用别人的材料可能会使你面临侵权。你要当心不是所有受保护的材料都附有版权声明,当某人完成了一项创意,不管它是否带有版权所有的图标,都会自动受到版权的保护。因此,在张贴别人的作品时,都需要得到版权人的许可才行。

“网页内容的目标要和你的网站目标保持一致。”

相对来说,“公开内容”的版权限制比较小,或者也可能根本没有限制,你甚至可以修改或编辑这类免费的资料。美国政府的某些网站也可以是免费内容不错的来源,例如,美国政府印刷局的网站gpoaccess.gov,或者像EzineArticles.com和FreeSticky.com等联合网站。RSS(Really Simple Syndication)工具可以令你链接到成千上万的内容来源。

利用电邮

电子邮件这一网络最强大的应用功能为市场营销提供了一个影响广泛而又花费低廉的平台。的确,电子邮件营销日渐流行,一项针对1500名市场营销员的调查显示,其中72%的人在2007年有意增加电子邮件营销的预算。

“一些人坚信播客将会超越博客。”

在准备电子邮件营销内容时,遵循以下几点简单的指引:第一,附上简报、电子杂志及其他产品资料,这样能够对你目前提供的服务进行补充,对客户来说也会提升你的价值;第二,确保你的标题、链接和其他重要信息不是图片,否则下载内容花费的时间太长;第三,为避免收件人看见所有的收信人名单,你应该使用隐藏抄送人(Bcc)功能发送邮件;最后,声明你的隐私政策并贯彻执行,这能在客户中赢得更大的信任。

进入博客世界

开辟博客是公司增加网上曝光率绝妙而简单的方法。博客能够让你表达意见、分享消息、推广业务。你的博客文字应该言简意赅,250-300字为最

佳。利用引人注目的大标题和小标题来激发读者对博客文章的强烈兴趣，并用数字或符号的清单来增加导线性。尽可能随时随地征求读者的意见和反馈。要想有效地宣传你的博客，可以发送新闻稿，知会你的客户，在Facebook和Twitter等社交网站上广而告之，亦可利用传统的广告手段进行宣传。

搜索引擎提速

依据搜索引擎优化你的网页内容有助于吸引更多的访客，特别留意你的网页内容所使用的html标签，因为搜索引擎会特别看重它们所包含的文字。从搜索引擎的角度来看，网页上最重要的标签就是标题标签，特别是标签的第一个词，因此，这个词要特别小心地选择，并确保它能反映整个页面的内容。避免使用“欢迎……”这样的字眼来开始标题，因为这样的标题搜索引擎可能搜索不到。比如，如果你在谷歌网站上搜索“欢迎……”这个词，你会得到超过7.8亿个搜索结果。同时，标题上不要出现公司名称，除非你的公司已经人尽皆知，人们才有可能用公司名称进行搜索。尝试在不同的搜索引擎输入你的标题文字，如果搜索的结果是与你的公司相关的网站，就说明你用词恰当。如果标题太长或者太专，搜索引擎就不容易找到，因此，标题最好保持在40—60个字母之间。

“在播客上听音乐可以极大地调节情绪，烘托令人心情愉悦的气氛。”

现在，分别来看一看你的标题一(H1)和标题二(H2)的确定，搜索引擎会按顺序来进行搜索。虽然标题标签分类从H1到H6，但H1和H2是其中最重要的两个。在保持通顺和易读的同时，还要优化关键词的密度，要计算密度，用所使用的关键词数量除以整篇文字的字数就可以得到。关键词的使用一定要有策略，那就是不要为了多列一个关键词而使关键词的整体数量超过本页字数的5%，否则，搜索引擎可能会故意避免将你的网站搜列出来。

寻找绝佳的关键词需要不断地尝试，犯错误更是无可避免。在搜索引擎中，输入人们在寻找你的网页可能会使用的词汇，搜索引擎会告诉你人们已经使用这个词汇搜索了多少遍。或者利用Spyfu.com这样的网站，来看看在你的竞争对手的内容里出现过什么样的关键词，他们已经使用过的词汇，你一定要避免再用，而要使用他们未曾使用过的关键词，只要跟你的业务有关就行。

耳闻目睹

播客是一项相对容易制作但又效果强劲的网络工具。能够传播音频或视频内容的播客是演示产品操作方法、播放公司新闻、提供娱乐、培训或营销的理想途径。要制作自己的播客，你需要一个麦克风和一些录制软件，例如，Audacity软件能够让你通过麦克风或者混合频道录制现场的音频；LAME library软件能够让你将录好的音频文档转成MP3文件。为制作视频播客，你需要一个录影机、一条数据传输线和编辑软件。一个典型的播客应该包括前奏、片头和片尾音乐，以及统一的开场。

“拍摄高像素图片无异于制作高质量的产品。它像生活中任何事情一样，熟能生巧。”

照片也可以上传到网站，但只能是为了某个特定而明确的目的，除非有图片说明，并且图片焦距清晰、经过专业曝光和取景构图，否则千万不要使用。当使用数码相机拍照时，如果可能，要尽量避免使用数码变焦，因为那样会拍出质素很低的照片，相反，应该尽量地靠近被拍摄物体拍摄。当拍摄完毕，将数码照片复制到TIFF或者其他原始格式文件来进行编辑，这样才能完全保存照片的点滴风韵。然后，再将编辑后的照片保存为JPEG格式，这时，你就能将引人注目的，高质量的产品照片上传到网页了。

关于作者

韦恩·英格列斯 (Wayne English) 是WebContentRx.com网站的创办人。他在一些主要刊物上发表了众多的文章，并为一份摄影月刊撰写专栏。
