# 站内优化

## 域名

## 服务器

## PC 端优化

### URL 定义

分为英文站和中文站。

英文站，URL用英文单词，单词之间用连接线“-”来连接多个单词，比如：

|  |
| --- |
| <https://www.networksolutions.com/search-engine-optimization/index.jsp> |

中文站，词语用全拼（也可以使用连接线“-”来连接每个字），其它情况则用数字ID，如果是分页一般采用下划线“\_”来连接。

### 网站地图

一般网站地图分成两种情况：

1. 为搜索引擎以及用户提供一个网站内良好的导航结构。

一般为**html**代码格式的网站地图：内容包含两个方面，一方面是横向地图，包含频道、栏目、专题，另一方面是关键词，包含已入库的tag标签、search关键词、长尾关键词等；另外，全站每个页面都要有指向**html**网站地图的链接。

示例：

<https://www.networksolutions.com/site-map/index.jsp>

<https://www.99.com.cn/sitemap.html>

<https://www.faxingzhan.com/sitemap.html>

<https://www.jia.com/help/0033.html>

1. 为搜索引擎抓取网站页面提供一个良好的入口。

一般分为**xml**和**txt**两种格式的网站地图。

**txt**网站地图：每行一条 URL 地址。

**xml**网站地图：根据格式来生成。

**xml**和**txt**两种格式的网站地图的文件大小和格式的具体参考地址：

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

<https://ziyuan.baidu.com/college/courseinfo?id=267&page=2#04>

示例：

#### robots.txt 提交网站地图

在robots.txt文件中写入网站地图链接。

|  |
| --- |
| User-agent: \*  ……  Sitemap: https://sucai.gaoding.com/sitemap/1.txt  Sitemap: https://sucai.gaoding.com/sitemap/2.txt  ……  Sitemap: https://sucai.gaoding.com/sitemap/n.txt |

注意：在robots中Sitemap是写在最后的。

#### 手工提交网站地图

比如，我们在<https://ziyuan.baidu.com/linksubmit/index>进行手工提交网站地图。

在提交的时候，如果状态显示为“**索引型不予处理**”，则说明当前提交的索引文件里面包含了其它索引文件，也就是索引嵌套。

提交索引嵌套的网站地图百度资源平台是不会处理的，需要提交的网站地图必须**是索引内容URL地址的网站地图**才可以。

### 导出链接

### HTML 标签

#### h1、h2、h3 标签

#### img 标签

在使用img标签的时候，不管文章的标题是否能完全显示，统一把title和alt属性带上去，title和alt的值为对应内容的**标题**。

使用方式如下：

|  |
| --- |
| <img src="" title="" alt="" …… |

其中：

title 是给用户看的提示文字，告诉用户该内容的标题，有利于用户体验；

alt 是给搜索引擎看的文字，不管图片丢失不丢失，都可以告诉搜索引擎该图片所代表的内容；

另外，在布局的时候，有时候内容的标题无法完全显示，需要截断的情况下，通过title来提示显示完整标题，也有利于用户体验。

#### nofollow 标签

使用nofollow标签的目的是控制页面权重的流向，使用方式如下：

|  |
| --- |
| <a href="https://www.abcdefg.com/1/2.html" rel="nofollow" …… |

表示当前页面不给<https://www.abcdefg.com/1/2.html>链接传递权重。

什么时候使用nofollow标签呢？一般包含如下情况：

1、功能性页面的链接地址，比如：关于我们、联系我们、登陆、注册、帮助、协议等等。

2、在空连接地址的代码中：<a href="javascript:;">基本元素</a>

3、在所有的分页标题相似的分页链接代码中，如果每个分页的标题和内容都不同，则不使用。

#### canonical 标签

示例代码：

|  |
| --- |
| <link rel="canonical" href="https://www.baidu.com/" /> |
| <link rel="canonical" href="https://www.google.com/" /> |

使用canonical标签的目的就是为了告诉搜索引擎，在多个相似的页面中，哪一个URL的页面是标准页面。

**相似页面**一般是指：

1. 标题类似，内容不同：比如各种各样的分页，包括列表分页、内容分页、搜索结果分页、Tag列表分页等等。
2. 标题类似，内容也类似。比如商城的多个产品之间，标题和内容几乎都一样，只是其中的一些产品参数不同。

由于页面的相似度太高，搜索引擎会认为网站有太多的重复页面，不仅对网站不利，而且会造成网站权重的分散。

为什么要使用canonical标签？

告诉搜索引擎在众多相似的页面中，哪一个页面属于标准页面，同时，有利于搜索引擎把权重集中到该标准页面来。

### 内链系统

在内链建设的过程中，由于首页、频道页、栏目页的链接在全站的所有页面均存在，所以在进行内链建设的时候，优先给**最终页**、**专题页**、**tag标签页**、**search搜索页**做链接，然后如果还有匹配**首页**、**频道页**、**栏目页**的关键词才给它们匹配链接。

内链建设如果按照权重来划分匹配优先级的话，就是：

最终页（templet） > 专题页（topic） > tag标签页 = search搜索页 > 栏目页 > 频道页 > 首页关键词

最先给最终页的长尾词进行匹配，最后给首页的关键词进行匹配。这就类似于农村包围城市，先做长尾关键词的优化，等长尾关键词达到一定的量时来带动目标关键词的排名。

### 结构拓展

为了给网站的内容提供更多的抓取入口，我们可以根据需要进行网站结构拓展。

#### Tag 标签

#### Search 搜索

在开发搜索功能时，对用户输入的词语不保存到数据库，但是可以记录到用户的Cookies里面。

search搜索输入的词语一般包含两个部分：

1、一个是我们要操作排名的搜索类关键词导入到搜索库，可分批和分阶段导入；

2、用户通过search搜索功能输入的词语；

**涉及的细节问题**，很多网站会把用户搜索的词语也保存到数据库，这样会带来的问题是，数据库的数据容易暴增，而且如果搜索的词语是带网址的话，则用户可以利用我们的搜索功能推广他们的网址，所以我一般建议不要把用户搜索的词语保存到数据库，这样就可以解决上面的问题。

另外，用户在使用搜索功能的时候，应该提供搜索下拉框提示，而提示的词语来自我们导入到搜索库的那些关键词。

#### Special 专题

#### Archive 归档

#### Alpha 字母

## M 端优化

M端优化可以分成以下两种情况：

### 与 PC 端保持 URL 一致

M端与PC端的URL保持一致的话，那么网站开发的样式规则一般分成以下两种情况：

1、后端判断UA，然后根据UA选择不同的模板和样式表进行渲染显示。

2、后端不需要判断UA，而是开发自适应的样式表。

一般建议使用第2种方式，可以采用UI框架来进行自适应开发。

常见的UI框架包括：

Bootstrap：<https://getbootstrap.com/>

LayUI：<https://www.layui.com/>

H-ui：<http://www.h-ui.net/index.shtml>

### 与 PC 端的 URL 不一致

#### 页面对应关系

如果PC端和M端的URL不一致的话，则需要做好PC端和M端的相同页面之间的对应关系。

示例：<https://www.gaoding.com/> 与 <https://m.gaoding.com/> 之间是对应页面：在 <https://www.gaoding.com/> 和 <https://m.gaoding.com/> 的代码中加入如下代码：

|  |
| --- |
| <link rel="canonical" href="https://www.gaoding.com/"> |

再比如：

<https://www.gaoding.com/article/10815>

<https://m.gaoding.com/article/10815>

代码中加入如下代码：

|  |
| --- |
| <link rel="canonical" href="https://www.gaoding.com/article/10815" /> |

#### 页面跳转关系

除了要解决页面的对应关系之外，还得解决一个问题：也就是页面跳转关系。

当我们在移动端访问PC端URL时，要跳转到对应的M端页面，所以在PC端还得加一段类似如下的代码：

|  |
| --- |
| <script type="text/javascript">  var test = yidong();  if (test == "0") {  location.href = document.URL.replace("www", "m");  }  function yidong() {  var userAgentInfo = navigator.userAgent.toLowerCase();  var Agents = [  "android", "iphone",  "symbianos", "windows phone",  "ipad", "ipod"];  var flag = "1";  for (var v = 0; v < Agents.length; v++) {  if (userAgentInfo.indexOf(Agents[v]) > 0) {  flag = "0";  break;  }  }  return flag;  }  </script> |
| 判断UA是否为移动端，然后再决定是否跳转。 |

同时，我们也希望通过PC端访问M端的URL时，能跳转到对应的PC端页面，所以在M端需要加如下代码：

|  |
| --- |
| <script type="text/javascript">  var test = yidong();  if (test == "0") {}  else{  location.href = document.URL.replace("//m", "//www");  }  function yidong() {  var userAgentInfo = navigator.userAgent.toLowerCase();  var Agents = [  "android", "iphone",  "symbianos", "windows phone",  "ipad", "ipod"];  var flag = "1";  for (var v = 0; v < Agents.length; v++) {  if (userAgentInfo.indexOf(Agents[v]) > 0) {  flag = "0";  break;  }  }  return flag;  }  </script> |

所以，综合以上，建议在开发网站的时候，通过自适配方式使PC和M端的URL保持一致。

**附带问题**：假设在保持PC端和M端网站访问路径不变的情况下，能否区分用户的访问路径是PC端还是M端？通过统计客户端的相关数据，比如UsrAgent、浏览器等信息即可判断是PC端还是移动端访问了。

## 代码一致性

## 爬虫日志

# 站外优化

## 友情链接

在SEO优化中，外链优化属于非常重要的一部分，因为外链在SEO中是用来提升网站权重的，外链与推广是不一样的，推广一般是用来导流量到网站的，并不是直接用来提升网站的权重。而友情链接则是外链优化中最重要的组成部分，没有之一。

### 友情链接要求

在交换友情链接时，需要注意以下几点：

1、相关性高

寻找相关性、关联性高的网站进行友链交换，知名网站可以放宽相关性要求。

2、首页快照

查看首页快照的更新时间，首页快照更新越快越好。

3、收录速度

通过<http://seo.chinaz.com/>查询网站的SEO情况，要求只是少要有周收录数据。

4、是否收录

这里特别是指友链内页，比如：<https://www.gaoding.com/friends>

如果是在友链内页换链接，如果没有收录，则换的链接也是没有效果的。

5、导出链接

首页导出链接一般不要超过30~50个。

6、建站时间

建站时间要求3年以上。这样的网站才能达到一定的稳定性。

7、site要求

site命令查询收录时，首页链接必须在第一的位置上。



8、网站收录量

网站的收录量需要达到一定的程度。比如新闻站，收录起码得上万，企业站，起码得上百。

9、数据对比

我们可以通过<http://seo.chinaz.com/>查询我方站点和对方站点来**对比双方各方面的SEO数据**（一般包括：包括如下：百度权重、反链数量、域名年龄、百度收录、索引量、日收录、周收录、月收录），然后根据对比结果来决定是否交换链接。

### 友链交换策略

从新站到老站，不同时期的SEO，在交换友情链接时，需要不同的交换方式：

1、如果双方相差不多，则在彼此网站的首页放对方网站首页的链接；

2、如果我方数据较好，则我方友情链接页面放对方首页链接，对方首页放我方首页链接；

3、如果对方数据较好，则我们首页放对方首页链接，对方友情链接页面放我方首页链接；

### 相关操作细节

在交换链接时，要注意以下几点细节：

1、绝对不要与未必搜索引擎收录、被搜索引擎惩罚、非法站点交换链接。

2、使用站长工具每天检查友情链接情况，及时撤掉质量差的站点。

3、在交换链接时，需要填写链接的关键词也就是**锚文本应该保持多样性**，最好是每个关键词都有做锚文本。每个关键词做锚文本的比率，可以参照该关键词指数的大小来衡量，指数大，竞争大，锚文本就多做些，指数小，竞争小，锚文本就少些，以此做为选择首页链接关键词的原则，另外，也可以根据网站目标关键词排名情况来分配锚文本关键词的比率。

附带信息：

**A、为什么不能只固定一个关键词做为锚文本呢**？

如果只选择其中一个关键词做为固定的锚文本，一方面，不利于提升所有关键词的权重，另一方面可能会被判断外链作弊。

**B、如果对方的网站的权重和预计流量都很高，而排名的关键词个数却很少，如何判定要不要换链接**？

这个时候，我们需要通过百度指数 <http://index.baidu.com/> 来查询这些关键词的搜索指数是否正常，按照全部、近半年、近90天、近30天等多个时间段来查看该关键词是否突然有暴涨或暴跌的情况，如果有，则该关键词的指数很可能是刷的；如果关键词指数很平稳，则该关键词的指数属于正常情况，则可以换链接。

**C、每天交换数量限制**？

每个域名每天最多交换3条友情链接，其他资源可以先沟通好，以后每天慢慢加。

**D、记录链接放置位置？**

做好友情链接记录，一般包括，对方放我们链接的页面地址，和我们放对方链接的页面地址，以及对方的联系方式，如下示例：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 我方 | 对方 | 联系QQ | 联系手机 | 联系微信 |
| <https://www.gaoding.com/friends> | <http://maka.im/v3/store> | xxxxxxxx | xxxxxxx | xxxx |

意思就是：

我方在 <https://www.gaoding.com/friends> 页面放对方的首页地址，

对方在 <http://maka.im/v3/store> 页面放我方的首页地址。

### 友链系统开发

一般情况下，首页放的链接不宜过多，一般不建议超过 30 条。

因为链接过多的话，有两个不利因素：

1、别人不喜欢跟首页链接太多的网站换链接，因为链接太多，分配到的权重就越低。

2、满则溢，链接放太多，对首页权重的增加未必是有益的。

因此，我们需要开发其它页面达到配置友情链接，这样做的两个好处是：

1、分散首页友情链接交换数量的压力；

2、进一步提升当前交换友链页面的权重；

通过这样的操作，可以使网站的首页、权重页整体权重和流量的进一步提升。

所以，我们需要开发一个可配置页面的友链系统，意思是说，当我想给某个页面交换友链，那么通过配置我就可以给该页面配上友情链接，而不需要调整代码。

# 搜索引擎

## 百度

### 百度蜘蛛

#### 渲染蜘蛛

渲染蜘蛛UA：<https://ziyuan.baidu.com/wiki/990>

|  |
| --- |
| PC |
| Mozilla/5.0 (compatible; Baiduspider-render/2.0; +http://www.baidu.com/search/spider.html) |
| 移动 |
| Mozilla/5.0 (iPhone; CPU iPhone OS 9\_1 like Mac OS X) AppleWebKit/601.1.46 (KHTML, like Gecko) Version/9.0 Mobile/13B143 Safari/601.1 (compatible; Baiduspider-render/2.0; +http://www.baidu.com/search/spider.html) |

渲染蜘蛛IP：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 111.206.198.\* | 111.206.221.\* | 这两个IP经常一起出现 |

渲染蜘蛛如果抓取太过频繁，导致服务器不稳定的话，可以到百度站长进行反馈，反馈地址如下所示：

### Sitemap

<https://ziyuan.baidu.com/wiki/640>

## 搜狗

## 360

### 360蜘蛛IP

360蜘蛛IP网址：<http://www.so.com/help/spider_ip.html>

## 神马

### 站长工具

<https://zhanzhang.sm.cn/>

|  |
| --- |
| google@gaoding.com  Gaoding123 |

# 优化技术

## 优化教程

建站前：

    域名、空间、程序

    域名和空间都是要服务商那边购买，程序可以自己开发或者用开源程序。

    域名：

        1、短域名或数字域名 .com。

        2、有没有提供whois 信息保护。万网  <https://wanwang.aliyun.com/> 。 爱名网  <https://www.22.cn/> 。

    空间：

        1、国内：域名要备案，不然无法放网站。

        2、香港：不需要备案

        3、国外：IP多，不用备案。

        买的时候要注意的几点：

            1、 访问速度，

            2、 稳定

            3、 IP数量

            4、 安全性  <http://www.safedog.cn/>  。

    域名 空间 FTP 基本使用教程： <http://www2.seowhy.com/yinpin/shipin-zhengli.rar> 。FTP 软件：FlashFXP绿色版，xftp。  
  
  
总结：域名  空间 FTP 的使用，以及程序的介绍。

<a href="http://www.seowhy.com">seo</a>

关键词挖掘：

<http://s.tool.chinaz.com/baidu/words.aspx>

http://www.5118.com/seo/words/seo

查看百度指数：

http://index.baidu.com/

WordPress建站演示

<http://www2.seowhy.com/yinpin/Wordpress-anzhuang.avi>

通过建站练习：

1、设置栏目、发布文章、做锚文本、写标题等。  
2、调用随机文章、相关文章、热门文章，随机文章。  
4、定义目标关键词、相关关键词、长尾关键词、热门关键词的含义。

SEO基本知识：

<http://www.seo.cn/>

HTML教程：

<http://www.w3school.com.cn/html/>

site 用来查询网址的收录量

DEDECMS教程

DEDECMS官方提供的指南和视频地址：<http://bbs.dedecms.com/108719.html>  
视频发布地址：<http://help.dedecms.com/video/quickstart/>

以下任选一个你那边速度快的。

**如何在自己的电脑上搭建服务器并第一次建站**  
清晰版下载地址1：<http://www2.seowhy.com/yinpin/1.zip>   左键点击，会出来下载对话框，测试可以下载。  
清晰版下载地址2：<http://adminwpcourse.qupan.com/4840708.html>  
解压密码：sEoWhy#546   请注意大小写。已经调试没问题，如果不能播放，请查看你的播放器。

使用 phpstudy 搭建本地服务器。下载地址

<http://www.phpstudy.net/> 或者 <http://rj.baidu.com/soft/detail/17836.html> 。

程序使用 dedecms，下载地址 <http://www.dedecms.com/products/dedecms/downloads/>

屏幕录像专家：

<http://rj.baidu.com/soft/detail/12025.html>

# PHP工具网站

<VirtualHost \*:80>

DocumentRoot "D:\phpstudy\www\zlstools"

ServerName www.zlstools.comzls

ServerAlias www.zlstools.comzls

<Directory "D:\phpstudy\www\zlstools">

Options FollowSymLinks ExecCGI

AllowOverride All

Order allow,deny

Allow from all

Require all granted

</Directory>

</VirtualHost>

dedecms 建站参考：<http://www.wocaoseo.net/>

查询外链：<https://moz.com/researchtools/ose/>

挖掘关键词：

<http://s.tool.chinaz.com/baidu/words.aspx>

<http://www.5118.com/seo/search/word>

<http://www.1n11.com/>

百度竞价平台

谷歌竞价平台

搜索引擎的相关搜索

搜索引擎下拉框

<http://edu.seowhy.com/forum-6-1.html>

    把视频和密码记录在这里方便学习。

http状态码：<https://baike.baidu.com/item/HTTP状态码/5053660?fr=aladdin>

关键词：

1、目标关键词：

2、相关关键词：栏目关键词、内容关键词（长尾关键词：搜索量少，但是关键词数量大），热搜关键词：搜索量大，但是数量小

长尾关键词：

1、 标题标签、关键词标签、描述标签；

2、 面包屑导航

3、 内容的正文里面（出现多次的时候，其中一个要加粗 strong 或者 b 标签进行加粗）

**URL标准化**：

<a href="http://www.seowhy.com/">seo</a>

<a href="http://seowhy.com/">seo</a>

<a href="http://www.seowhy.com/index.html">seo</a>

<a href="[http://www.seowhy.com/index.php">seo</a>](http://www.seowhy.com/index.php%22%3eseo%3c/a%3e)

首选域：

四处一词：在四个地方出现关键词

1、标题标签、关键词标签、描述标签

2、面包屑导航

3、内容里面

4、其他页面的锚文本里面出现

定向锚文本：

我们看这个URL：<http://www.seowhy.com/3_77_zh.html> 这个URL要做的两个长尾关键词是“什么是死链接”“死链接”。

那么当其他的页面给这个URL做锚文本时，如果确实采用“什么是死链接”“死链接”中的某一个，这个锚文本就是定向锚文本。

概念篇：需要掌握的三方面

1、 概念的含义

2、 如何操作

3、 意义在哪里

以下8步旨在帮你做自我检查：检查优化情况：  
1、你是否分析了竞争对手，并定位好1-3个目标关键词？详情：<http://edu.seowhy.com/thread-388-1-1.html>  
2、你是否做好URL标准化？详情：<http://edu.seowhy.com/thread-1422-1-1.html>  
3、你的首页是否适当增加了目标关键词的密度？详情：<http://edu.seowhy.com/thread-558-1-1.html>  
4、你是否做好了次导航？详情：<http://edu.seowhy.com/thread-1425-1-1.html>  
5、你是否认真做了长尾关键词记录单？详情：<http://edu.seowhy.com/thread-1467-1-1.html>  
6、你是否做了良好的站内锚文本？详情：<http://edu.seowhy.com/thread-377-1-1.html>  
7、你是否有数个自建博客来支持你的关键词？详情：<http://edu.seowhy.com/thread-1714-1-1.html>  
8、注意：内容是持续增加，而不是一次性。

日志分析工具可以用哪些？  
可以在百度搜索下光年日志分析工具 或 金花日志分析工具。

**从马云这里了解中国互联网的开始**

<http://www2.seowhy.com/ziliao/mayunchuangye.flv>

**做SEO的操作流程经典版，必看必懂**

经常听到新手这样提问：

1、SEO到底怎么做？

2、帮我网站SEO优化一下。

这样的问题往往无法给出明确的答案，因为SEO是一个系统的过程，如果你没有掌握任何SEO概念，是很难深刻明白SEO的流程。

正如当一个大爷问你，网站怎么做？此时你的感受如何？是不是觉得不知从何说起？

但是，当你见多了我们的文章、我们的分享、我们的指南，你自然而然会领悟到SEO的操作办法。

正如，你从来没到过工地，但你大概知道房子是怎么盖的——见多了。

我们列出做SEO的操作流程梗概，随着你对SEO各个概念的理解，以下流程在你看来会有更丰富的内容。

一、网站诊断

1、网站历史：域名注册时间、域名到期时间、域名注册机构、域名注册人

2、服务器数据：IP、服务器所在地、服务器稳定性、同IP的网站、DNS服务器

3、网站改版数据：改版时间、改版次数、改版幅度

二、网站总体评价

1、域名：简短、容易记忆、富有意义、能包含关键词最佳。

2、网站名：鲜明、个性、符合定位思想，能包含关键词最佳。

3、网站Logo：简单、鲜明、直接、能包含网站域名最佳。

4、网站口号：充分体现网站功能，包含目标关键词和网站名称最佳。

5、整体色调：内容为主的站点，色调不宜过多，注意网站色调的一体化。

三、当前网站搜索引擎友好度分析

1、网站结构是否实现良好的树状结构？

2、网站链接是否已经实现静态化？

3、网站每个页面的主要标签：标题标签、关键词标签、描述标签是否规范？

4、网站每个页面的内容是否丰富，是否与主题相关？

5、是否有明确的目标关键词、是否准备着长尾关键词？

四、网站业务分析

1、网站类型：电子商务、企业网站、新闻发布网站、交友、论坛

2、网站主要业务：卖产品，卖服务

3、网站目标客户群：他们的年龄、职业、对互联网的熟悉程度等特征决定他们对网站的使用情况。

4、网站使用流程：简单、引导性良好。

五、关键词分析

1、目标客户常用关键词及搜索量列表

2、待选目标关键词的竞争对手分析，包括市场份额、产品价格特征、网站竞争力强弱等

六、定位目标关键词

1、目标关键词及搜索量列表

2、附带长尾关键词及搜索量列表

3、长尾关键词分布规划

七、排名计划和维护指南（以下步骤根据具体情况而定）

1、0-1个月预实现的目标和应操作的步骤

2、2-3个月预实现的目标和应操作的步骤

3、3-6个月预实现的目标和应操作的步骤

4、6个月后预实现的目标和应操作的步骤

八、优化方案执行报告

具体到天，详细计划优化方案操作内容。时间、操作内容、是否完成。

操作内容包括：站内优化、站外优化、内容篇、完善篇、维护篇、反馈篇、微调篇、丰收篇

九、SEO心得和成功分享

以上是优化方案的梗概，对于你自己的网站，如果能够如此清晰得制定计划，必然成功在望。

我们把所有的都提供给你了，你努力了吗？加油！

--------------------------------------------

**第五节：让用户忘记思考—有效减少搜索跳出率**

1、如果用户的目标信息只是一条信息。  
让用户忘记思考的办法是，以用户的问题为开始，以新的吸引性相关问题为结尾。  
如：用户搜索：刘德华的出生日  
你提供的信息：  
刘德华的出生日期是什么时候？  
刘德华的出生日：1961年9月27日，但为什么刘德华依然那么年轻呢？  
蓝色部分用大字或图片显眼表示，并链接指向另一篇相关文章。

2、如果用户的搜索目标是一个网站。  
让用户忘记思考的办法是，一旦其来到你的网站首页，在思考和对比之前，鼠标已经点开了。  
咱们来对比同样是做新闻门户的网站腾讯网和新浪网吧。（他们的水平，同学们可以自己分辨。）  
  
A、腾讯网最显眼的位置图片（主目标点击点）：  
  
用户点击之前需要思考吗？  
  
B、新浪网最显眼的位置图片：  
  
用户一般不会点击，看这么长就晕了。  
  
C、腾讯网次目标点击点：  
  
看到视频播放的按钮，谁能不点击？  
  
D、新浪网次目标点击点：  
  
到底新浪是希望用户点击还是不希望呢？  
  
如果在新闻门户上对比，用户显然会选择腾讯网。因为腾讯把用户需要信息直接给用户，而新浪网需要用户自己去思考，自己找需要的内容。

明白你的网站首页该怎么做了吗？  
  
1、把用户最感兴趣的放在显眼的位置，用户来的第一眼，让他思考之前就点击！  
2、可以对用户进行分类，引导不同类型的用户点击不同的链接。要让用户不用思考就知道自己属于哪一个类型。

--------------------------------------------

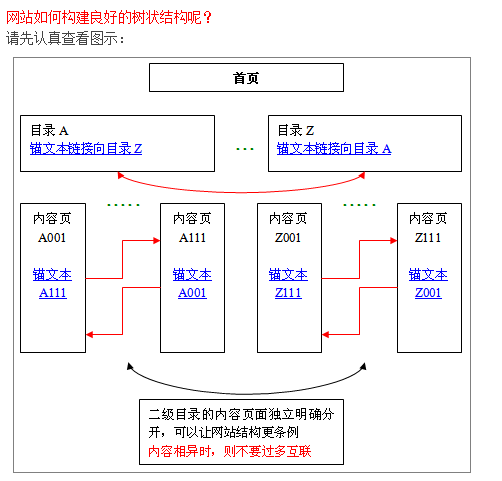
那么在影响排名的所有SEO因素中，哪一个最重要呢？  
用心的同学会感觉到，从“开学”到现在，我们一直在强调一个词——“[链接锚文本](http://edu.seowhy.com/thread-59-1-1.html)”  
这里也是讲锚文本：<http://edu.seowhy.com/thread-259-1-1.html>  
  
是的，从来没有人把SEO的精髓归纳到这个词上面。但今天，请你务必接受这个词，深刻理解它，并在你维护网站的每个过程时刻操作这个词。  
1、站内优化的精髓是优化锚文本，锚文本可以让网站集中突出目标关键词，同时让网站的长尾关键词都凸显出来。  
2、站外优化的精神是优化链接锚文本，单纯的链接是几乎没有意义的，但带着锚文本，这大大增加了该链接的可信度和信息含量。  
3、锚文本，让搜索引擎充分信任你。（怎么会这样呢？暂时不理解没事，没几个人理解的。但请记住这一点，在日后的教程中我们会重点谈及）  
  
很多新手甚至不知道锚文本怎么做，甚至很多老手也没有在这个词上花费大量心思。这些我们理解，我们会有这方面的系列教程，但请勿一日都看完学完，而是随着我们的思路思考，潜移默化，正如你和我们在一起交流。

-----------------------

看外连和内连  
当排名前几位的网站外连都不多时，则不难攻克。  
怎么看外连？可以在百度站长平台里，外链分析功能里输入任何一个网站的地址，可以查询其网站的所有外链情况。  
英文的在这两个地址里查询：<http://www.opensiteexplorer.org/> <http://www.backlinkwatch.com/> 。

如果要采用工具，简单来判断一个关键词的竞争性，则可以采用站长工具上的这个工具：<http://tool.chinaz.com/kwevaluate/>

-----------------------



----------------------------

友情链接检测：<http://link.chinaz.com/>

-----------------------

总结：

SEO，具体来讲要分为两个部分：SEO操作和SEO思维。  
  
SEO操作：即你在SEO优化过程所进行的查询、记录、评估、设置、更新、外连、维护、反馈等操作。  
按SEO流程，具体操作有：  
查询用户常用关键词  
记录预选关键词的搜索量  
评估具体关键词的竞争性  
设置关键词、设置锚文本、设置静态化链接、设置404页面、设置Google管理员工具、设置Google流量分析代码  
更新原创或伪原创内容  
外连：友链、博客链接等  
维护内容、维护链接、维护用户  
反馈：通过Google分析工具分析网站的热搜关键词、长尾关键词、跳出率，而后调整网站。  
  
到此，以上除了“反馈”的具体操作你可能不会之外，其他的应该没问题了。  
如果你只是为了某几个商业关键词的排名，经过以上操作完全可以有很好的排名了。  
  
然而，咱们的培训目标远不止于此，——你是否记起第一课师生见面会？咱们谈到，以需求为导向，通过SEO做品牌网站！  
如何通过SEO做品牌网站？  
在你要回答这个问题之前，你需要先对以上SEO操作了如指掌，并有过或多或少成功的喜悦和自信感。  
但光会操作是不够的，要通过SEO来做品牌网站，你需要具备SEO的思维。——当你去实践后你会发现，决定成败的不是操作，而是思维。  
  
SEO思维：  
1、你站在搜索引擎的角度来思考SEO，你假设你是搜索引擎，目标是给用户提供用户需要的目标信息。你会如何去分析方方面面的排名因素呢？  
2、你把SEO作为一个“推广途径”，而不是网站的目的。你的目的是做一个品牌网站，你想通过SEO来发展这个品牌，从而使得这个品牌成为一个关键词，成为用户在百度上的全新的“需求”。（简单例子：大家因为SEO这个关键词，认识了SEOWHY这个品牌。将来，搜索seowhy的，比搜索seo的还多）  
  
SEO操作是容易学会的，然而，SEO思维就不是那么简单了。  
为了让你领悟SEO思维，请随着我们的教程一步一步前行吧。一个简单的概念，也需要经过潜移默化的渲染你才会明白。[/url]  
  
注：  
如果你正在为几个关键词的排名发愁，而且那是你的生活费来源，请再次认真查阅我们的作业思考题、教程文章，然后是心平气和地维护。  
但，不管如何，请和其他同学一起跟随我们来领悟SEO思维。然后你再决定接下来你可以怎么去走，怎么去闯出一片前所未有的天地。——我相信，我们的精心培训将影响你一生的发展。

-----------------------

域名选择：

选择域名的一般性原则：（就是大家普遍认为的原则）  
1、简短、好记，如：hao123、ip138、123cha、265  
2、直接用网站名拼音，如：baidu、xunlei、tianya、alibaba、douban(豆瓣)、xiaonei

3、域名太长则选择拼音的简拼方式  
4、包含意义，如：im286(落伍)、51Job(招聘网站)、51766(旅游网站)

中文：域名最好包含关键词的拼音或者英文，拼音的简拼

英文：域名最好包含关键词

--------------------------

Google英文优化指南：

<http://www.google.com/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>

<http://www.google.cn/intl/zh-CN/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-zh-cn.pdf>

<http://edu.seowhy.com/ziliao/search-engine-optimization-starter-guide-zh-cn.pdf>

### 内链系统

内链系统超速匹配

0、把关键词加入分词词典；

1、把文章进行分词；

2、把分词保存到分词库；

3、把分词与分词库中的词进行匹配；

4、给关键词打上链接标记；

5、以上就是超速关键词匹配过程；

市面上可以使用中文分词的工具非常多。比如：结巴分词、IK分词、MMSeg、盘古分词等等。

文章关键词匹配数量的问题？

图片只留 2~3 张。

千万级内链系统架构上

<http://www.netconcepts.cn/detail-40408.html>

千万级内链系统架构中

<http://www.netconcepts.cn/detail-40536.html>

千万级内链系统架构下

<http://www.netconcepts.cn/detail-40655.html>

ITSEO老胡精准可控内链管理系统原理

<http://bigwayseo.com/1243>

### 布局权重页

我们之前说过长尾关键词记录单，记得把它整理到 txt 文件中：

1、 如果要操作排名的关键词页面比较少，则直接在全站做全部链接的引导；

2、 如果关键词太多，则根据 ID 值进行求余匹配对应的链接；

至于首页和栏目应该怎么布局权重页呢？根据难度和重要性：

1、 根据重要性，整理一部分，作为首页引导；

2、 根据栏目的 ID 找到栏目对应的权重页文档；

### 百度 JS 推送代码

|  |
| --- |
| <script>  (function(){  var canonicalURL, curProtocol;  var x=document.getElementsByTagName("link");  if(x.length > 0){  for (i=0;i<x.length;i++){  if(x[i].rel.toLowerCase() == 'canonical' && x[i].href){  canonicalURL=x[i].href;  }  }  }  if (!canonicalURL){  curProtocol = window.location.protocol.split(':')[0];  }  else{  curProtocol = canonicalURL.split(':')[0];  }  if (!canonicalURL) canonicalURL = window.location.href;  !function(){var e=/([http|https]:\/\/[a-zA-Z0-9\\_\.]+\.baidu\.com)/gi,r=canonicalURL,t=document.referrer;if(!e.test(r)){var n=(String(curProtocol).toLowerCase() === 'https')?"https://sp0.baidu.com/9\_Q4simg2RQJ8t7jm9iCKT-xh\_/s.gif":"//api.share.baidu.com/s.gif";t?(n+="?r="+encodeURIComponent(document.referrer),r&&(n+="&l="+r)):r&&(n+="?l="+r);var i=new Image;i.src=n}}(window);})();  </script> |

### 禁止百度保留快照的代码

禁止百度保留快照的代码: noarchive

很多站点出于隐私的考虑不希望百度保留快照，网上也在讨论如何禁止百度保留快照的方法。其实百度早已对此有过说明，但藏在一篇不起眼的文章中不引人注目，导致依然非常多的人不清楚该如何操作。上周恰好又有人问到这个问题，特意进行说明。

要防止所有搜索引擎显示您网站的快照，请将此元标记置入网页的<HEAD>部分: <meta name="robots" content="noarchive">

|  |
| --- |
| <meta name="robots" content="noarchive">  </head> |

要允许其他搜索引擎显示快照，但仅防止百度显示，请使用以下标记: <meta name="Baiduspider" content="noarchive">

注：此标记只是禁止百度显示该网页的快照，并不会影响网页建入索引，同时垃圾网页也不可能依靠此手段逃避百度的判罚。

### 刷指数

通过编写代码跳转跳转到类似如下的网址:

https://www.baidu.com/s?wd=厦门SEO

### 干扰码

干扰码包括：

1、 特殊字符干扰码：干扰页面的内容，使内容与别人不一致；

2、 HTML标签干扰码：干扰页面的HTML标签，使标签与别人不一致；

## SEO作业

2、**网站的三要素，了解多少**

网站的三个要素：  
域名、空间、程序  
请你通过各个办法获得以下知识：  
当考虑SEO的时候注册域名应该注意什么？  
当考虑SEO的时候购买空间应该注意什么？  
你比较熟悉那一款开源的程序？

**3、域名、空间、FTP的使用**

域名的注册、解析、空间的购买，还没域名和空间的同学，请通过淘宝购买一个便宜的空间作为练习。

**4、什么是目标关键词？**

对于目标关键词，每个人都有自己的思路和概念。你怎么理解呢？你的理解会影响你对目标关键词的选择。

**5、三个标签的书写规范**

三个SEO标签是：  
标题标签、关键词标签、描述标签  
假设，我想做的关键词是：关键词1、关键词2、关键词3  
请回复你认为的三个标签的正确写法，或通过各个办法去获得比较规范的写法。

**6、什么是长尾关键词？**

这将是，你在这里学到的第一个非常重要的概念。  
你听说过长尾理论吗？ 可以在这里下载中文版：<http://www2.seowhy.com/ziliao/charlesshui.pdf> <http://edu.seowhy.com/ziliao/charlesshui.pdf>

简单说下这个理论的大体意思。  
你可以举你自己网站作为例子，没有网站的同学，可以以你做了一个李开复专题网站为例，说明这个网站的长尾关键词有哪些？

**7、什么是锚文本，以及锚文本为什么会那么重要**

这是你在SEOWHY要学到的第二个重要概念。  
这个词在SEO中起到举足轻重的作用。  
请回复一个 锚文本 作为例子。或写一行锚文本的代码即可。

**8、做SEO，我应该往哪一个方向去努力？**

我的目的是排名和流量。  
在技术和思路上，为了排名，我应该怎么做？  
为了流量，我应该怎么做？

**9、我所发现的搜索引擎排名规律**

请分享一个自己在平时搜索或“SEO”的过程中发现的简单规律。  
比如：  
1、你发现百度收录量并不是每天都增加，而是一段时间增加一次。  
2、你发现排名在前面的，一般快照更新比较好；  
3、你发现，排名在前面的一般标题包含关键词。

**10、绝对地址的概念以及意义？**

类似这样的地址：/edu/forum-61-1.html 是相对地址。  
类似这样的地址：<http://edu.seowhy.com/forum-6-1.html> 是绝对地址。  
我们建议网站的首页采用绝对地址。  
你能理解其中的道理吗？

**11、什么是首选域？**

这是你需要知道的第三个重要概念。  
请说明下你的理解。

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

<http://www.baidu.com/index.html>

<http://www.baidu.com/index.php>

**12、什么是URL标准化？**

这是你需要理解的第四个重要概念。

**13、关于外链，你知道多少？**

今天，你要记住一个要点：外链，对排名非常重要。  
1、那么，如何知道，一个网站的外链有多少个？  
2、如何知道，一个网站的是否通过群发获得的外链？  
3、我可以如何获得外链？

**14、关键词密度是什么？**

关键词密度是很重要的概念。  
并不是意味着，我们要非常精确去计算每个页面的关键词密度。  
**而是说，应该适当得增加当前页面的关键词，让其密度适当增加**。  
但，适当增加的时候，也要控制一个度，不能密度过大。  
那么，你觉得关键词密度大概应该控制怎么样的比例？  
用什么查关键词密度？

工具：<http://tool.chinaz.com/Tools/Density.aspx>

**15、给图片添加alt标签的知识点**

一个网页做出来，我们需要告诉搜索引擎，这个网页是关于哪一个关键词的。  
可以通过多个方式来告诉搜索引擎。  
其中有一个方式是，当前页面上的图片，加上alt标签，alt标签里包含关键词。这样也可以增加当前页面的关键词密度。  
那么应该如何写alt标签呢？

**16、如何制作404页面？**

好的网站都应该有一个404页面。  
这样，当网站有很多死链接时，才不至于流量的流失。  
请简单说明如何制作404页面？

**17、什么是二级域名和一级目录？**

这个是在咱们做SEO时会用到的概念。  
请举两个例子，说明什么是二级域名和一级目录?

<http://edu.seowhy.com/>

<http://www.seowhy.com/edu/>

**18、关于几个“链接”的知识点**

什么是死链接？  
什么是导入链接？ 导入链接=外链=外部链接  
什么是导出链接？  
导入链接和锚文本是什么关系？

**19、网站日志和日志分析，你知多少？**

在很多时间，我们需要查看网站日志。以获得了解搜索引擎如何爬取咱们的网站。  
1、如何查看网站日志？  
2、如果没有网站日志，是什么情况？  
3、如果日志里，HTTP状态码很多是404，怎么办？

**20、什么是树状结构？**

这是第五个很重要的概念。  
请回答：什么是树状结构？  
在理解这个概念的时候，注意，**树状结构不是指的URL的层次，而是指的网站的结构。**  
如果你采用开源的程序做的网站，一般都符合了树状结构。

                             首页

             栏目一                    栏目二                  栏目三                栏目四

子栏目一   子栏目二     子栏目三 子栏目四

内容 内容  内容 内容

**21、什么是静态页面和动态页面？**

请通过各个方式去获得这个答案：  
什么是静态页面和动态页面？

**22、你认为搜索引擎会从哪些方面来判断一个网页的关键词？**

搜索引擎抓取到一个网页的URL时，它需要对这个URL进行内容归类。  
那么，他会从哪些方面来判断这个页面的关键词呢？

**23、如何保持网页的更新状态？**

我们发现，在其他条件都均等的条件下，百度快照越靠近今天，可以有更好的排名。  
所以，我们希望网站的每个页面能保持更新状态？  
有什么办法能实现这一点呢？

通过：相关文章，**最新文章**，热门文章，推荐文章，**随机文章**，文章排行。

**24、为每个页面添加一个最新文章版块有什么意义呢？**

我能告诉你的重大意义是：  
这样，网站上一旦有新的文章，就让整个网站所有的网页都更新了。  
你觉得还有其他的什么意义呢？  
想出来，说明你水平不赖。

**25、如何减少搜索跳出率？**

那么，你认为如何减少搜索跳出率？

**26、站内锚文本的重要意义是什么？**

做良好的站内锚文本，可以在无形中降低跳出率，提高网站ＰＶ。  
但站内的锚文本的重要意义并非只是如此，还有更重要是什么呢？

**27、了解百度相关知识**

请通过各个方式获得这些知识，它们在之后的交流中会用到。  
1、百度指数是什么？  
2、百度相关搜索，对做SEO的我们来讲，有什么用？  
3、百度快照是什么？  
4、百度站长平台的网址？  
5、百度快照投诉的网址？

**28、了解百度站长平台相关功能**

请注册百度站长平台，了解里面的各项功能。回答以下三个问题：  
1、里面的蜘蛛诊断工具有什么用？  
2、里面的外链分析工具是否可以分析同行的外链？  
3、做一个网站为了促进收录，可以用里面的什么工具？

**29、什么是次导航？**

这是一个重要的SEO技巧。  
请认真理解，并给予解答。

**30、什么是五处一词？**

这是另一个重要的SEO技巧。  
请认真学习这个思路。

三个标签、面包屑导航、正文、次导航、站内链接

**31、什么是长尾关键词记录单？**

|  |  |
| --- | --- |
| 什么是错误链接？ | http://www.seo.cn/3\_78\_zh.html |
| URL标准化是什么意思？ | http://www.seo.cn/4\_23\_zh.html |

**32、面试题：你心目中的SEO**

SEO，最浅显的层面是做一个关键词的排名。

这个层面是最基本的，但也是大家最关注的。

现在给你一个关键词：钥匙扣 同时会安排200篇相关资料给你。

网站系统是符合树状结构和能做URL静态化的程序。

在优化这个词的过程中，你会重点操作一些什么，注意一些什么？

**33、面试题：做品牌网站的思维测试**

品牌网站，我们定义为：在几年之后，网站名称会成为一个全新的关键词，并代表一个品类含义的网站。  
比如：  
新浪，这个关键词，我们知道是一个新闻门户。  
hao123，是一个网址导航。  
豆瓣，是一个书评的web2.0的网站。  
4399，是一个小游戏的网站。  
SEOWHY，是一个学习SEO的网站。  
im286，是一个站长交流的论坛。  
admin5，是一个站长交易的网站。  
创造一个品牌网站，可以通过大量的广告、公关宣传。  
我们这里谈的是，通过SEO的方式来实现。  
通过阅读和领悟教程区和高级区的文章，你对构建品牌网站，有什么样的思路吗？  
回答要点：  
定位、网站名称、目标关键词、长尾关键词、挖掘用户的力量  
建议有这方面抱负的同学在这里查看定位思想相关的资料了解：  
<http://www.rieschina.com/>

**34、面试题：案例分析能力测试**

当我们学习了SEO之后，对各个网站排名的理解会发现变化。

请根据你这段时间的学习领悟，分析SEOWHY排名这么好的根本原因是什么？

回答要点：

请提炼可以用到其他网站的通用性思路。

**36、面试题：学习总结汇报**

## SEO实践

**环境搭建**：

window7 + phpstudy + dedecms + mysql

phpstudy 下载地址：<http://www.phpstudy.net/> 或者 <http://xiazai.xiazaiba.com/Soft/P/phpStudy_2014.10.02_XiaZaiBa.zip>

dedecms 下载地址：<http://www.dedecms.com/>

**本地搭建**：

1、域名解析

127.0.0.1 [www.zlsseo.com](http://www.zlsseo.com)

2、域名绑定

<VirtualHost \*:80>

DocumentRoot "D:\zhenglushan\www\www.anshezhuang.com"

ServerName www.anshezhuang.com

ServerAlias www.anshezhuang.com

<Directory "D:\zhenglushan\www\www.anshezhuang.com">

Options FollowSymLinks ExecCGI

AllowOverride All

Order allow,deny

Allow from all

Require all granted

</Directory>

</VirtualHost>

3、搭建网站

**网站定位**：

安摄壮

**关键词收集**：

搜索引擎下拉框：百度 360

搜索引擎相关搜索：百度 360

<http://s.tool.chinaz.com/baidu/words.aspx>

<http://www.5118.com/seo/search/word>

<http://www.5118.com/seo/search/related>

**站内优化**：

首选域

绝对地址

URL标准化

URL路径层级

图片属性：alt 和 title 属性，图片水印包括品牌名和网址。

404页面

更新模块：随机文章、相关文章、热门文章，随机文章，选择其中的一部分。

面包屑导航

次导航

五处一词

统计工具

robots.txt 文件

网站地图

首页设置

栏目设置

长尾关键词记录单：长尾关键词搜索相关文章进行整理伪原创，发布之后，做好该关键词和对应的 url 地址的长尾关键词记录单。

nofollow：图片链接，与内容无关的文字链接

js文件：js文件放在页脚，js文件压缩

用户体验

网站日志：开通网站日志功能。

死链处理：在 robots 中不要屏蔽死链，并把死链提交给站长平台，死链的收集可通过日志文件观察。

代码修改：

    1、 删除模板里面的广告代码：head.htm、head2.htm、footer.htm、index.htm、list\_article.htm、article\_article.htm，查找 dede:mda的相关标签进行删除，然后重新生成页面。

**站外优化**：

    1、友情链接

    2、社会化分享，百度分享，<http://share.baidu.com/>  ，<http://www.jiathis.com/>

    3、相关平台分享，与网站主题相关的其他站点进行内容的分享

    4、引蜘蛛，<http://www.seowhy7.com/forum-320-1.html>

    5、人气聚集的地方发布软文带上品牌词或者关键词

[](wiz://open_attachment/?guid=fb7f281f-c0c8-4f8c-ad9a-3db0ac383555)

**SEO流程**：

1、确定网站操作方向、主题

2、购买域名备用

3、本地搭建环境

4、做好站内优化和代码优化

5、发布内容并做好长尾词记录单

6、购买服务器并上传网站程序

7、每日定时定量更新网站内容，并进行SEO检查和优化，做好优化记录

8、每日换友情链接

**思维扩展**：

1、 没有内容更新来源怎么办？

比如，我们在百度网页和百度新闻搜索“安摄壮”，几乎没有该关键词的相关文章，那怎么办？难道就无法更新了？这也是本人第一次碰到这样的情况。

在这里提供一个更新的思路，一个是通过国外搜索引擎来查找相关资讯，把资讯翻译成简体中文来发布；

另一个思路是，假设“安摄壮”是一种壮阳保健品，那么也就是说“安摄壮”属于壮阳类产品同时也是保健类产品，那么我们就通过查找壮阳资讯和保健资讯来更新，然后编辑的时候记得做些关键词替换操作即可。也就是查找该关键词对应的分类的内容资讯。

# 技术部门SEO规范

## 当前面临的问题？

### 不方便全程参与

为客户提供SEO顾问服务的时候，经常遇到一些作为外部顾问**不方便全程参与**的情况。比如有的公司要新建网站，或者现有网站推到重来，问我能否从一开始就参与，提供SEO建议。网站规划设计阶段就考虑SEO当然是好事，但是由于一些原因，参与到这种需要大量深度讨论、沟通、协调的过程中，实在是不好操作，内部SEO人员更适合这种工作。

### 各部门独立

有的客户公司规模比较大，技术开发、内容、SEO等**各部门是分开的**，SEO部门的很多需求是要提交给技术、运营等部门实施的。反过来，其它部门的需求也由技术部门实施，但可就不一定经过SEO部门同意了。这个过程中就可能产生对SEO的不良影响。

### 新开发人员

也有的公司部门人员流动频繁，即使原先的**开发人员**都经过SEO培训，也还是会有**完全不了解**SEO的开发新人加入团队。

### 总结

**这些情况都需要有一个技术部门必须遵守的SEO规范，开发网站或修改网站时，即使不与SEO部门协同，也至少不能违反SEO规范，以防产生灾难性的后果。**

### 注意

本SEO规范适用于公司所有新建网站及对现有网站的更新、改版。

本SEO规范**不是建议**，是**强制性规定**。编程、前端、运维等技术相关部门务必遵守。

对本SEO规范中的内容有疑义时，请与SEO部门沟通，不可自行解释有疑义部分。

## SEO规范包含的内容

### 域名及服务器

* 只解析公司因业务需要决定开通的子域名。未开通子域名一律不解析。不要使用泛解析（以通配符\*代替子域名）。
* 不能有两个或两个以上域名显示同样网站内容（无论以哪种方式实现，比如，解析至相同根目录、上传同样文件和数据库）。
* 用于测试的子域名使用robots文件禁止搜索引擎抓取。
* 未完成内容的网站、栏目不得上线。
* 不存在页面必须返回404代码。每个月使用线上工具确认不存在页面服务器头信息。
* 服务器开启gzip压缩。
* 4XX、5XX类服务器头信息不正常增多，及时通知SEO部门进行进一步检查。
* 新站一律使用https。
* 开通子域名，需与SEO部门提前沟通并获得同意。

### 网站结构和URL

* URL一经确定上线，不得在没有得到SEO部门同意和提供对应机制的情况下，对URL做任何改动。
* 除了已规划禁止搜索引擎抓取和收录的内容外，网站所有URL一律静态化。
* 一般情况下，站内搜索结果页面使用robots文件禁止搜索引擎抓取，除非SEO另有安排，比如搜索结果伪静态处理。
* 一般情况下，网站栏目与URL目录需一一对应，一级分类对应一级目录，二级分类对应二级目录。最多分级至二级目录，如果产品/页面数需要三级以上分类，请先与SEO部门沟通导航和内部链接解决方案。
* 如果栏目采用伪静态，或者栏目全拼不冲突，或者栏目简拼不冲突，则可以把所有栏目对应到一级目录，降低目录层次。
* 一般情况下，栏目/目录URL以斜线结尾，如果制定URL时以斜线结尾，则全部使用斜线结尾，且后面不要加index.php之类文件名；如果不是，则全部不使用斜线结尾。
* 栏目名、文件名等URL中的字母一律小写。
* URL中不要出现除了短横线之外的其它任何特殊字符。
* 除栏目需要，URL中不得添加其它多余目录层次。
* 对于英文网站，URL目录名使用相应的英文单词，长度以3个英文单词为限，也可以考虑使用数字/字母编码。
* 对于中文网站，URL目录名使用相应的全拼或者简拼，长度≤4个中文则采用全拼，长度＞4个中文则采用简拼。也可以考虑使用数字/字母编号。
* 英文网站，产品/文章页面文件名使用产品名称/文章标题，去掉虚词。
* 中文网站，产品/文章页面文件名使用数字/字母编号。
* 同一个产品不要放置于多个分类之下，只置于一个分类。
* 所有页面加canonical标签。如果不确认canonical标签列出的规范化URL应该是哪个，请与SEO部门咨询。
* 所有页面加面包屑导航。

### 页面元素

* 页面的Title标签，没经过SEO允许的情况下，禁止做任何改动。
* 页面Title标签、Description标签、H1文字按格式自动生成缺省版本，但系统需要给SEO部门预留每个字段的人工填写功能。
* 一个页面只使用一次H1。
* 组成页面的各大模块的标题使用H2。
* 栏目页面Title缺省格式：二级栏目名称 – 一级栏目名称 – 网站名称
* 栏目页面翻页Title缺省格式：二级栏目名称 – 一级栏目名称 – 网站名称 – 第X页
* 产品页面Title缺省格式：产品名称 – 网站名称
* 栏目页面H1缺省格式：当前的栏目名称
* 产品页面H1缺省格式：当前的产品名称
* Description标签从栏目或产品说明文字第一段截取长度20字以上、70字以下的完整句子。
* 产品页面如果有格式化数据，Title和Description标签可以充分利用，使其组成通顺可读的句子，所谓格式化数据相当于占位符，然后用Title和Description标签去做替换。
* 除非SEO部门另行要求，页面不使用Keywords标签。
* 除非SEO部门另行要求，所有链接使用HTML代码链接，不要使用JS生成。
* 所有需要流量跟踪的链接全部使用JS代码生成。
* 所有用户生成内容（UGC）中的**链接**加nofollow属性。
* 所有功能交互性链接、内容页分页、列表页分页的链接全部加nofollow属性。
* 栏目、产品/文章页面主图加ALT文字，如没有人工填写，可与页面Title相同。
* 禁止使用任何隐藏文字或链接。
* 尽量避免使用表格（table），尤其是嵌套表格。

### 页面打开速度

* 在不明显影响视觉效果前提下，所有图片均需要最大程度压缩处理后才能使用。
* 不要使用超出实际显示尺寸的图片（不要上传大尺寸图片，然后缩小尺寸显示）。
* 页面纯文字代码（包括HTML、JS、CSS）不超过500K。特殊页面如首页可适当放宽。
* 删除未使用的CSS代码。尽量合并CSS文件以及JS文件。
* 慎用、少用JS。在主流浏览器测试JS是否拖慢页面打开速度。
* 使用主流浏览器实际测试页面打开速度，应不超过3秒。条件允许的话，从多省市测试。

### 功能使用及代码

* 除非另行要求，网站所有页面上线时确保已加流量统计代码。
* 所有网站开通百度资源平台、Google Search Console账号。
* 禁止在URL中使用session ID、在网页结构中使用Frame（框架结构）和Flash，如果要使用则采用JS加载方式。
* 已上线网站，除非SEO或运营部门另行要求，robots文件开放所有URL及文件（包括图片、CSS、JS）的抓取。
* 后台实时或定期生成并更新XML版Sitemap，包括首页、栏目及翻页、产品/文章页面。是否包括过滤条件页面与SEO部门协调后再确定。
* 新站一律使用响应式设计，不要使用独立移动站或移动版子域名。已使用移动子域名优化的旧站，暂时保持现状，与SEO部门沟通后转为响应式设计。这里的响应式设计，是指采用HTML5开发，页面能够自适应不同的客户端访问，而不是指采用AJAX加载。
* 英文网站HTML代码不要出现中文字符，包括注释中。
* 由于各种原因需要改动URL时，旧URL做301转向至新URL。不要使用其它转向方式。
* 由于各种原因改动URL时，导航及内页链接更新为新URL。导航中禁止出现需要经过转向的URL，一般是旧的URL。
* 与SEO部门沟通之前，不要启用tag/标签功能。
* 除非SEO另行要求，不要使用JS生成/调用页面内容。

参考资料：

<https://www.seozac.com/seo-tips/seo-guide-for-developers/>

<https://www.seozac.com/seo-tips/seo-guide-details/>