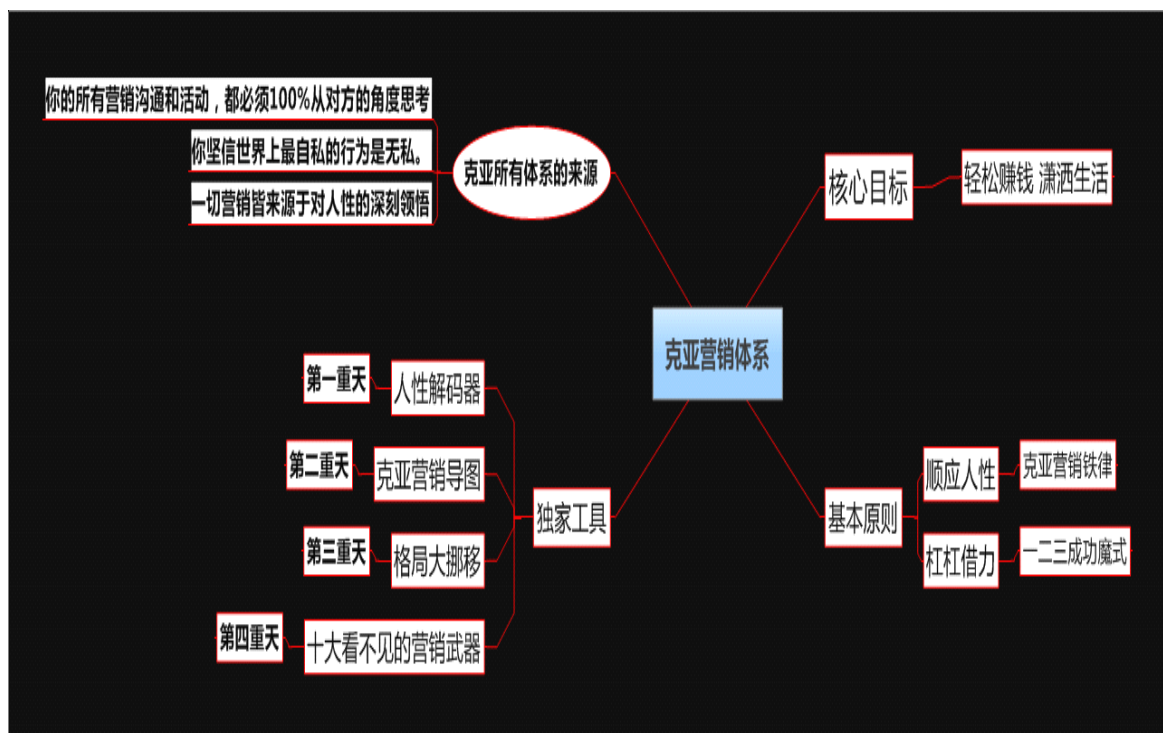




网赚任我行

杨文博 编著

QQ: 281777138



祝各位看本电子书的朋友身体健康！快乐幸福！

目 录

第一章 网络世界任我行

- 一：网络创业的发展前景及现状
- 二：网络创业者的十大必备素质
- 三：新手从 **0** 起步的 **6** 个必须步骤

第二章 网络世界任我行

- 一、网络世界基本概念

第三章 网络营销基本概念

- 一、网络营销基本概念

第四章 **SEO** 基本概念

- 一、SEO 基本概念

第五章 后记

第一章 网络任我行

一、网络创业的发展前景及现状

(一)、网络创业发展前景

2011年6月，中国网民达到**4.85**亿的人数。位居全球第一。巨大的上网人数，带来了巨大的商机。在欧美国家，**90%**以上的企业都建立了自己的网站；通过网络寻找自己的客户、寻找需要的产品，这已经成为了习惯。如果企业想购买些什么，特别是首次购买时，会先在网上进行初步的查找和选择，再进一步与供应者取得联系。网上巨大的消费群体特别是企业的商务习惯变化，给网络创业者提供了广阔的空间。网络营销的跨时空性无疑是创业者的“重型炮弹”，将对整个营销产生巨大的冲击。

随着科学技术的发展、网民数量的激增，网络在人们的日常生活中扮演着越来越重要的角色；同时，网络营销推广也凭借其诸多优点正在逐渐成为最重要、最有效的营销推广方式。

据不完全统计，在国外，**80%**的个人和企业都选择网络媒介进行营销推广，并从中获得了极好的效果。而在中国，虽然选择“网络营销”的人只有**7~8%**，不到国外的十分之一，但仅仅在这个选择了网络营销的“十分之一”中，都有多半的公司、个人因为网络营销的强大力量，得以在与对手的竞争中暂露头角、赢得商机。

随着网络影响的进一步扩大，随着人们对于网络营销理解的进一步加深，以及越来越多出现的网络营销推广的成功案例，人们已经开始意识到网络营销的诸多优点并越来越多的通过网络进行营销推广。

电灯刚刚出现时，没人觉得它能在世界范围内得到普遍应用；

网络刚刚出现时，很多人觉得它只是昙花一现.....只有那些敢于天下先、抓住机会、勇于尝试的人能在时代的发展中首先觉醒，继而掌握先机、获得成功。

历史总是惊人的相似，如今也同样如此，当人们都在观望时你是否能首先意识到网络营销的强大力量？当人们都在犹豫踟蹰时，你是否能利用网络进行营销推广？现在的一个决定将决定着您人生的起点、事业的高度。机遇已经出现，就看谁能把握。

（二）、我国网络营销现状

在我国，网络营销起步较晚，到 **1996** 年才开始被我国企业尝试。**1997——2000** 年是我国网络营销的起始阶段，电子商务快速发展，越来越多的企业开始注重网络营销。

2000 年至今，网络营销进入应用和发展阶段，网络营销服务市场初步形成：企业网站建设迅速发展；网络广告不断创新；营销工具与手段不断涌现和发展。

到 **2008** 年 **6** 月底，中国网民高达 **2.53** 亿，居世界第一位，网购人数达 **6329** 万人。

到 **2009** 年底，中国网民高达近 **4** 亿，居全球第一。

2010 年 **6** 月，总体网民规模达到 **4.2** 亿。

截至 **2011** 年 **6** 月底，我国网民总数达到 **4.85** 亿，互联网普及率为 **36.2%**，较 **2010** 年底提高 **1.9** 个百分点。

目前，网络调研、网络广告、网络分销、网络服务、网上销售等网络营销活动，正异常活跃地介入到企业的生产经营中。

如果您现在决定通过网络来创业，应该要恭喜您，您正处于网络创业的高速发展阶段，抓住机会，您就可以实现自己的人生梦想。

二：网络创业者的十大必备素质

1、欲望

将“欲望”列在创业者必备素质的第一位，你可能多少感到意外。佛经上有一句话，叫做“无欲则刚”，意思是说，一个人如果没有什么欲望的话，他就什么都不怕，什么都不必怕了。然而和尚在寺院里修炼一辈子，末了没有一个不想上西天的；道士整日闭关打坐，末了没有一个不想白日飞升的，可见虽然“无欲则刚”，但要真正做到“无欲”是一件多么困难的事。

“欲”，实际就是一种生活目标，一种人生理想。创业者的欲望与普通人的欲望的不同之处在于，他们的欲望往往超出他们的现实，需要突破他们现在的立足点，打破眼前的樊笼，才能够实现。所以，创业者的欲望往往伴随着行动力和牺牲精神。这不是普通人能够做得到的。因为欲望，而不甘心，而创业，而行动，而成功，这是大多数白手起家的创业者走过的共同道路。

一个真正的创业者一定是有强烈的欲望者。他们想拥有财富，想出人头地，想获得社会地位，想得到别人的尊重。有人一谈起这些东西就觉得很庸俗，甚至一些成功者亦不愿提起这样的话题，特别是一

涉及钱，便变得很敏感、很禁忌，其实大可不必。禁“欲”的时代早已结束，你完全可以轰轰烈烈、堂堂正正地去追求自己的所欲所愿。

2、忍耐

“艰难困苦，玉汝于成”这句成语能很贴切地说明创业的不易。不易在哪里呢？要忍受肉体上和精神上的折磨。肉体上的折磨还好办一些，挺一挺就过去了，但要忍耐精神上的折磨，却不是一件容易的事情。

老话说“吃得菜根，百事可做”。对创业来说，肉体上的折磨算不得什么，精神上的折磨才是致命的，如果有心自己创业，一定要先在心里问一问自己，面对从肉体到精神上的全面折磨，你有没有那种宠辱不惊的“定力”与“精神”。如果没有，那么一定要谨慎行事。对有些人来说，给别人打工是一个更合适的选择。

对一般人来说，忍耐是一种美德，对创业者来说，忍耐是必须具备的品格。

3、眼界

广博的见识，开阔的眼界，可以很有效地拉近自己与成功的距离，使创业活动少走弯路。

如果你是一个创业者，那么开阔的眼界意味着你不但在创业伊始可以有比别人更好的起步，有时候它甚至可以挽救你和你的企业的命运。眼界的作用，不仅表现在创业者的创业之初，它会贯穿于创业者的整个创业历程始终。“一个人的心胸有多广，他的世界就会有多大”，我们也可以说：“一个创业者的眼界有多宽，他的事业就会有多大。”

见钱眼开，莫如说眼开见钱，眼界开阔才能看见更多的钱，从而赚到更多的钱。

4、明势

明势的意思分两层，作为一个创业者：一要明势，二要明事。

我们先来说明势。势，就是趋向。做过期货的人都知道，要想赢利，关键在于做对方向，这个方向就是势。比方说，大势向空，你偏做多;或者大势利多，你偏做空，这样的话，你不赔钱谁赔钱!反过来的话，你就是想不赚钱都难。

势分大势、中势、小势。创业的人，一定要跟对形势，要研究政策。这是大势。中势指的就是市场机会。市场上现在时兴什么，流行什么，人们现在喜欢什么，不喜欢什么，可能就标明了你创业的方向。小势就是个人的能力、性格、特长。

明势的另一层含义，就是明事。“世事洞明皆学问，人情练达即文章”，创业者一定要懂得人情事理。

5、敏感

创业者的敏感，是对外界变化的敏感，尤其是对商业机会的快速反应。一些人的商业敏感来自耳朵，一些人的商业敏感来自眼睛，还有一些人的商业敏感来自自己的两条腿。有些人的商业感觉是天生的，更多人的商业感觉则依靠后天培养。如果你有心做一个商人，就应该像训练猎犬一样训练自己的商业感觉。良好的商业感觉，是创业者成功的最好保证。

6、人脉

创业不是引“无源之水”，栽“无本之木”。每一个人创业，都必然有其凭依的条件，也就是有其拥有的资源。一个创业者的素质如何，看一看其建立和拓展资源的能力就可以了解。创业者资源，可分为外部资源和内部资源两种。内部资源主要是创业者个人的能力，其所占有的生产资料及知识技能，等等。

创业者外部资源中，最重要的一点是人脉资源。一个创业者如果不能在最短时间之内建立最广泛的人际网络，即使其初期能够依靠领先技术或者自身素质，比如吃苦耐劳或精打细算，获得某种程度上的成功，他的创业过程也会非常艰难。创业者人际资源，按其重要性来看，第一是同学资源，第二是职业资源，第三是朋友资源。

7、谋略

商场如战场，一个有勇无谋的人，早晚会成为别人的盘中餐。

创业是一个斗体力的活动，更是一个斗心智的活动。创业者的智谋，将在很大程度上决定其创业成败。尤其是在目前产品日益同质化、市场有限、竞争激烈的情况下，创业者不但要能够守正，更要有能力出奇。

对于创业者来说，智慧是不分等级的，它没有好坏、高明不高明之分，只有好用不好用、适用不适用的区别。当年谢圣明带着一帮人，在农村的猪圈、厕所上大刷红桃 K 广告时，遭到了多少人的嘲笑。但是，如今在猪圈上刷广告的谢圣明已经成为了亿万富翁，而当年那些讪笑他的很多人，当年怎样贫穷，如今依然怎样贫穷。我们总结创

业者智慧，那就是不拘一格，出奇制胜。作为创业者，你的思维是否至今依然因循守旧？

8、胆量

什么样的人最适合创业？答案是：赌徒。

道理很简单，创业本身就是一项冒险活动。赌徒最有胆量，敢下注，想赢也敢输，所以，他们最适合创业。科学研究发现，赌徒的心理承受能力远远强过普通人，而创业正是非常需要强大的心理承受能力的一项活动。很多创业者在创业的道路上，都有过“惊险一跳”的经历。跳得好，可能功成名就，白日飞升；跳不好，就只好“凤凰涅槃”了。说白了，不过是一个合适的产品，加上一个天性敢赌的领导，加上一些合适的营销手段，才有了一桩成功的案例。

创业需要胆量，需要冒险。冒险精神是创业家精神的一个重要组成部分，但创业毕竟不是赌博。创业家的冒险，迥异于冒进。

有这样一个故事：一个人问一个哲学家，什么叫冒险，什么叫冒进。哲学家说，比如有一个山洞，山洞里有一桶金子，你进去把金子拿了出来。假如那山洞是一个狼洞，你这就是冒险；假如那山洞是一个老虎洞，你这就是冒进。这个人表示懂了。哲学家又说，假如那山洞里的只是一捆劈柴，那么，即使那是一个狗洞，你也是冒进。这个故事有什么寓意？它说明了冒险是这样一种东西：你经过努力有可能得到，而且值得你得到。否则，就只是冒进，失去生命都不值得。

创业者一定要分清冒险与冒进的关系，要分清什么是勇敢，什么是无知。无知的冒进只会使事情变得更糟，使你的行为变得毫无意义，

并且惹人耻笑。

9、与他人分享的愿望

作为创业者，一定要懂得与他人分享。一个不懂得与他人分享的创业者，不可能将事业做大。

美国心理学家马斯洛的需要层次理论说，人按不同层次共有 5 种需要，第一是生存需要，第二是安全需要，第三是社交需要，第四是尊重需要，第五是自我实现需要。这 5 种需要具体到企业环境里，具体到公司员工身上，就是需要老板与员工共同分享。当老板舍得付出，舍得与员工分享时，员工的生存需要、安全需要、尊重需要就从老板这里得到了满足。员工出于感激，同时也因为害怕失去眼前所获得的一切，就会产生“自我实现的需要”，通过自我实现，为老板做更多的事，赚更多的钱，做更大的贡献，回报老板。这样就构成了一个企业的正向循环、良性循环。这应该是马斯洛理论在企业层面的恰当解释。分享不是慷慨，对创业者来说，分享是明智。

10、自我反省的能力

反省其实是一种学习能力。创业既然是一个不断摸索的过程，创业者就难免在此过程中不断地犯错误。反省，正是认识错误、改正错误的前提。对创业者来说，反省的过程，就是学习的过程。有没有自我反省的能力，具不具备自我反省的精神，决定了创业者是否能认识到自己所犯的 error，是否能改正所犯的 error，是否能够不断地学到新东西。

三：新手从 0 起步的 6 个必须步骤

如我们下定决心要通过网络进行创业，要加入草根站长行列，至少需要以下六步：

第一步、了解网络发展的现状

对大部分的新手来说，走进网络创业行列，第一步不是要学习网站建设也不是学习网络推广知识，而是要了解网络发展的现状。

第二步、根据自己的个人优势选择学习的方向

网络创业需要学习的知识点非常多，但是个人的精力永远不可能把所有的方面都学会，所以我们应该根据自己的优势和兴趣选择学习的方向，特别是前期建议只需要学会网址建设的基本知识和一到两种免费推广方法即可。

第三步、选择网站建设的类型

先想好自己要做什么站，分析一下自己要做的站的市场怎么样，最好不要去问别人做什么站好，要自己去多观察，资金投入和人力资源的投入，都要配在一起分析。建议新手刚开始做一个比较简单的淘客站即可，因为淘客站的建设和推广相对比较成熟，可以搜集到的学习资料也比较多。

第四步、搭建属于自己的第一个网站

搭建网站首选要学习什么是空间、什么是域名、什么是 **FTP** 等，域名建议选择 **.COM** 域名，空间建议选择免备案国内空间，一定不要去选择免费的空间，因为免费的就是最贵的，也许今天能打开，明天就打不开了，这样损失更大。

第五步、学习基础的推广知识

网站做好了，就可以开始选择性的学习基础推广知识，建议前期选择免费推广的方法。

第六步、加入一个可以共同战斗的团队

这是新人起步阶段中最重要的，因为当我们是新人时，学习和操作过程中会遇到各种问题，如果没有一个可以共同战斗的团队，遇到问题时就很可能像无头的苍蝇，最终可能失去信心，放弃网络创业，错失最好的发展时机。

第二章 网络世界任我行基本功

基本概念（一）——什么是流量

网站流量分广义与狭义两方面的意思：

1、广义的解释：网站流量是指网站的访问量，是用来描述访问一个网站的用户数量以及用户所浏览的网页数量等指标，常用的统计指标包括网站的独立用户数量、总用户数量（含重复访问者）、网页浏览数量、每个用户的页面浏览数量、用户在网站的平均停留时间等。【通常大家说的网站流量，是指这个】

2、狭义的解释：网站流量是指用户访问网站时，所产生的数据量。流量的产生就类似于下载东西一样，例如我们完全打开一个网页时，其实计算机已经在后台先将这个页面下载到了硬盘上，当你打开网页的瞬间流量就已经固定了。比如说我们打开一个页面，这个页面中有**500** 来个汉字（相当于 **1K** 左右），一张 **20K** 大小的图片及其它一些

数据。那我们访问这个页面时，其网站就产生了约 **20 余 K** 的流量

【一般我们在购买网站空间、服务器或是带宽时，说的网站流量是指这个】

IP：IP 地址，又称 **Internet** 地址，就像是我们的家庭住址一样，如果你要写信给一个人，你就要知道他（她）的地址，这样邮递员才能把信送到，计算机发送信息是就好比是邮递员，它必须知道唯一的“家庭地址”才能不至于把信送错人家。

IP 地址共 **32** 位，可用四个十进制数表示，每个数的取值范围为 **0~255**，每个十进制之间用“.”号隔开（如 **202.112.104.56**）IP 地址又分为 **A、B、C、D** 四类。**IP** 地址由 **InternetNIC**（**Internet** 网络信息中心）统一负责全球地址的规划、管理。通常每个国家成立一个组织，统一向国际组织申请 **IP** 地址，然后再分配给客户。

IP 地址又分析为静态 **IP** 地址与动态 **IP** 地址。

静态 **IP** 地址是指给每一台计算机（或是一个局域网）都分配一个固定的 **IP** 地址，每次上网都用一个地址，而通过 **Modem**、**ISDN**、**ADSL**、有线宽频、小区宽频等方式上网的计算机，每次上网所分配到的 **IP** 地址都不相同，这就是动态 **IP** 地址。因为 **IP** 地址资源很宝贵，大部分用户都是通过动态 **IP** 地址上网的。

多台电脑组成的局域网中，可以共用同一 **IP** 上网。比如学校、网吧、单位等，往往都是几十上百台电脑共用一个 **IP**。

IP 是考核网站流量的重要数据指标之一。

独立访客，也叫唯一访客。将每台独立上网电脑（以 **cookie** 为依据）视为一位访客，指一天之内（**00:00-24:00**），访问您网站的访客数量。一天之内相同 **cookie** 的访问只被计算 **1** 次。

注意：如果用户的电脑是动态 **IP** 地址，那一个唯一访客可能会产生多个 **IP**。

唯一访客是网站流量统计的重要数据指标之一。

PV：**PV** 就是指页面的总点击次数，每刷新一次页面，网站就增加一个 **PV** 点击数。比如我们在新浪点击观看了 **100** 篇文章，即为新浪带去了 **100** 个 **PV**。如果我们在一个页面不停刷新了 **100** 次，也同样为这个页面带去了 **100** 个 **PV**。

PV 是考核网站流量的重要数据指标之一。

基本概念（二）——什么是域名

域名：通俗的说，域名就相当于一个家庭的门牌号码，别人通过这个号码可以很容易的找到你。

从技术角度来看，域名是在 Internet 上用于解决 IP 地址对应的一种方法。使我们访问网站时，不需要记忆和输入繁杂的 IP 地址。

从商业角度来看，域名是“企业的网上商标”。企业都非常重视自己的商标，而作为网上商标的域名，其重要性和其价值也已被全世界的企业所认识。域名和商标都在各自的范畴内具有唯一性，并且随着 Internet 的发展。从企业树立形象的角度看，域名和商标有着潜移默化的联系。所以，域名与商标有一定的共同特点。许多企业在选择域名时，往往希望用和自己企业商标一致的域名。但是，域名和商标

相比又具有更强的唯一性。

从域名价值角度来看，域名是互联网上最基础的东西，也是一个稀有的全球资源，无论是做 ICP 和电子商务，还是在网上开展其它活动，都要从域名开始，一个名正言顺和易于宣传推广的域名是互联网企业和网站成功的第一步。

什么是一级域名、二级域名、三级域名……？

如百度的域名是 `www.baidu.com`，那 `baidu.com` 就叫一级域名，而 `www.baidu.com.bbs` 或是再设置一个相类似的，都叫二级域名。如果再设置多个相类似的就叫三级域名。以此类推。一级域名又叫顶级域名，下级域名又可称为上级域名的子域名。

域名控制面板：域名控制面板就是指专门用于管理域名，用于进行域名解析等各种设置的后台程序。我们购买完域名后，域名商都会给我们提供一个专门的域名管理地址，这个地址，就是域名控制面板。

域名解析

域名解析：简单的说，就是把域名指向你网站 IP 空间的整个过程，让人们通过你注册的域名就可以方便地访问到网站的各个频道、内容等。

注意：域名解析是包括整个域名设置的过程，包括 A 记录设置、URL 转发设置等等，都属于域名解析的一部分。

域名解析也叫域名指向、域名配置等等

A 记录：设定域名或者子域名的具体指向，保证域名指向对应的主机重要设置。其只能填写 IP。

CNAME 记录：通常称别名指向，它可以将你注册的不同域名统统转到一个主域名上去。与 A 记录不同的是，设 CNAME 时，不一定非要填写 IP，可以填写域名。这在实际工作当中的作用是非常大的。假如我们有 100 个域名，而这 100 个域名，都要指向到一个 IP 地址 10.1.1.1，但是如果这个 IP 地址有变化时，我们就需要重新修改这 100 个域名的解析设置，非常的费时耗力。如果这个 IP 要经常改变的话，那就更麻烦。这种情况下，有没有一种省时的办法呢？CNAME 记录就可以解决这一问题。当我们有 100 个域名要指向到同一 IP 地址时，可以先将其中的一个域名做 A 记录解析，比如说这个域名是 1.com。然后其它 99 个域名，做 CNAME 记录，解析的地址中填写 1.com。以后 IP 地址改变时，我们只需要修改 1.com 这个域名的 A 记录即可。

URL 转发：当我们换了新域名，想让用户访问老域名时，自动转换到新域名上，就可以用 URL 转发。比如说我们以前的域名是 aaa.com，由于工作需要，换成了 bbb.com。这时候就可以将 aaa.com 设置 URL 转发到 bbb.com 上。设置成功后，当用户在浏览器里输入 aaa.com 时，就会自动跳转到 bbb.com。

基本概念（三）——什么是空间

虚拟主机：也叫虚拟空间，更通俗的叫法是网站空间。简单地讲，就是存放网站内容的地方。就是指能存放网站文件和资料，包括文字、文档、数据库、网站页面、图片等等文件的计算机空间。

虚拟主机其实就是服务器中的一块空间，往往都是从服务器中划分出

来的。一台服务器中可以划分出来 **N** 个虚拟主机。

服务器：指一个管理资源并为用户提供服务的计算机软件，通常分为文件服务器、数据库服务器和应用程序服务器。运行以上软件的计算机或计算机系统也被称为服务器。相对于普通 **PC** 来说，服务器在稳定性、安全性、性能等方面都要求更高，因此 **CPU**、芯片组、内存、磁盘系统、网络等硬件和普通 **PC** 有所不同。

通俗一点的理解，我们的虚拟主机所在的那台计算机，就叫服务器

合租空间：上面的概念我们提到，虚拟主机是从服务器中划分出来的，一台服务器可能会有 **N** 个虚拟主机，一个空间至少代表着一个网站。而一台服务器上的网站越多，就意味着这台服务器越不稳定。因为一台服务器的资源是有限的，上面的网站越多，每个网站分配到的资源越少，访问起来就会不稳定，甚至很慢。

理想的状态是整个服务器就我们一个网站，但是这样的话，成本肯定会很高，通常租用一台独立的服务器，一年至少要万元左右。那有没有一个折中的方法呢？答案是肯定的，就是召集几个人，一起共用一台服务器，然后费用平摊，这样即省了钱，又保证了服务器的稳定性和网站的质量。这种做法，就叫合租空间。

VPS 主机：**VPS 主机**（虚拟专用服务器）（"**Virtual Private Server**", 或简称 "**VPS**"），是利用 **VPS**（**Virtual Private Server**）技术，在一台服务器上创建多个相互隔离的虚拟专用服务器的优质服务。每个 **VPS** 的运行和管理都与一台独立主机完全相同，都可分配独立公网 **IP** 地址、独立操作系统、独立超大空间、独立内存、独立 **CPU** 资源、

独立执行程序 and 独立系统配置等。用户除了可以分配多个虚拟主机及无限企业邮箱外，更具有独立服务器功能，可自行安装程序，单独重启服务器，总而言之，**VPS** 是一项具备高弹性、高质量及低成本效益的服务器解决方案。

简单的说，**VPS** 主机就是在在一台真正的服务器上，利用技术手段建立多个虚拟主机。

云主机：利用云技术建立起来的主机。云技术，简单的说就是把 **N** 台计算机的资源整合到一块，然后统一管理和统一分配资源。这样就能做到将这些计算机的效用发挥到最大。

基本概念（四）——什么是 **FTP**

FTP 是 **File Transfer Protocol**（文件传输协议）的英文简称，而中文简称为“文传协议”。用于 **Internet** 上的控制文件的双向传输。同时，它也是一个应用程序（**Application**）。用户可以通过它把自己的 **PC** 机与世界各地所有运行 **FTP** 协议的服务器相连，访问服务器上的大量程序和信息。**FTP** 的主要作用，就是让用户连接上一个远程计算机（这些计算机上运行着 **FTP** 服务器程序）察看远程计算机有哪些文件，然后把文件从远程计算机上拷到本地计算机，或把本地计算机的文件送到远程计算机去。

而对于我们互联网人，主要是用 **FTP** 来管理网站空间，通过 **FTP** 软件来对服务器或是虚拟空间里的文件进行上传下载等各种管理。常用的 **FTP** 管理软件有：**CuteFTP**、**LeapFTP** 等。

FTP 实现的目标

- 1.促进文件的共享（计算机程序或数据）
- 2.鼓励间接或者隐式的使用远程计算机
- 3.向用户屏蔽不同主机中各种文件存储系统的细节
- 4.可靠和高效的传输数据

缺点：

- 1.密码和文件内容都使用明文传输，可能产生不希望发生的窃听
- 2.因为必需开放一个随机的端口以建立连接，当防火墙存在时，客户端很难过滤处于主动模式下的 **FTP** 流量。这个问题通过使用被动模式的 **FTP** 得到了很大解决。
- 3.服务器可能会被告知连接一个第三方计算机的保留端口。

FTP 虽然可以被终端用户直接使用，但是它是设计成被 **FTP** 客户端程序所控制。运行 **FTP** 服务的许多站点都开放匿名服务，在这种设置下，用户不需要帐号就可以登录服务器，默认情况下，匿名用户的用户名是：“**anonymous**”。这个帐号不需要密码，虽然通常要求输入用户的邮件地址作为认证密码，但这只是一些细节或者此邮件地址根本不被确定，而是依赖于 **FTP** 服务器的配置情况。

基本概念（五）——什么是 **ALEXA**

Alexa 简介

Alexa 是一家专门发布网站世界排名的网站，是目前同类排名中最权威、知名度最高的。平常我们所说的网站世界排名，就是指 **ALEXA**

排名。Alexa 的排名主要是针对安装了 Alexa 工具条的用户访问情况进行分析与统计的。所以想增加 Alexa，最根本的方法是吸引安装了 Alexa 工具条的用户来访问我们的网站，或是鼓励我们的用户安装 Alexa 工具条。

工具条介绍

alexa 工具条是 alexa 公司推出的一款 IE 浏览器插件，下载安装后，会在地址栏的下面出现一条 alexa 工具条，当你访问某个网站时，在 alexa 工具条中就会出现该网站的 alexa 世界排名情况。

alexa 工具条的作用一

通过 alexa 工具条可以显示被访问网站世界排名的特点，你可以用来判断出被访问网站的实力情况。

Alexa 工具条的作用二

如果你拥有一个个人网站的话，那么安装 alexa 工具条访问你自己的网站，就可以大大提高你的网站的世界排名，当然，这种方法仅在你的网站排名从几百万向几十万提高时有效，再住上的提高这个方法的效果就微乎其微了。

基本概念（六）——什么是 CMS

CMS 是 **Content Management System** 的缩写，意为“内容管理系统”，它具有许多基于模板的优秀设计，可以加快网站开发的速度和减少开发的成本。**CMS** 的功能并不只限于文本处理，它也可以处理图片、**Flash** 动画、声像流、图像甚至电子邮件档案。

简而言之，**CMS** 就是可以让你不需要学习复杂的建站技术，不需要

学习太多复杂的 **HTML** 语言，你就能够利用 **CMS** 构建出一个风格统一功能强大的专业网站。

现在的 **CMS** 都非常的傻瓜化，即使不懂代码及建站技术的情况下，也能很快搭建一个网站。典型的 **CMS** 系统有 **DEDECms**（织梦）、**PHP168** 等。

基本概念（七）——什么是 **BBS**

BBS/论坛：**BBS** 的英文全称是 **Bulletin Board System**，翻译为中文就是“电子公告板”。是 **Internet** 上的一种电子信息服务系统。它提供一块公共电子白板，每个用户都可以在上面书写，可发布信息或提出看法。它是一种交互性强，内容丰富而即使的 **Internet** 电子信息服务系统。用户在 **BBS** 站点上可以获得各种信息服务、发布信息、进行讨论、聊天等等。**BBS** 在国内一般称作网络论坛。

想要搭建一套论坛，就需要先有一套论坛程序。同 **CMS** 系统一样，论坛也有很多成熟的、现成的程序，即使不懂代码的情况下，也可以用这些程序快速的搭建一个网络论坛。比较典型的 **BBS** 程序有 **Discuz**、**phpwind** 等。推一把论坛即是由 **Discuz!** 搭建而成。

网络社区：很多人以为网络社区即是指网络论坛，其实不然。网络社区是指包括 **BBS/论坛**、讨论组、聊天室、博客、微博、**SNS** 等形式在内的网上交流空间，实际上他是各种带有互动型网络程序的总称。同一主题的网络社区集中了具有共同兴趣的访问者，由于有众多用户的参与，不仅具备交流的功能，实际上也成为一种营销场所。

基本概念（八）——什么是 **BLOG**

Blog 全名 **Web log**，中文意思是“网络日志”，后来缩写为 **Blog**，中文名为博客。它是继 **Email**、**BBS**、**IM** 之后出现的第四种网络交流方式，是网络时代的个人“读者文摘”，是以超级链接为武器的网络日记，是代表着新的生活方式和新的工作方式，更代表着新的学习方式。简言之，**Blog** 就是以网络作为载体，简易迅速便捷地发布自己的心得，及时有效轻松地与他人进行交流，再集丰富多彩的个性化展示于一体的综合性平台。

想拥有一个自己的博客，也非常容易。

方法有两个：

一是到现在的申请平台申请一个免费的博客，比如新浪博客、**SOHU** 博客等，各大网站基本上都会提供免费的博客。申请这种博客的好处是不用维护和管理，就去更新文章就 **OK**。

另外一种方法是自己申请域名和空间，然后再利用现成的博客建站程序搭建独立博客。主流的博客程序有 **z-blog**（基于 **ASP** 的）、**wordpress**（基于 **PHP** 的）等。

基本概念（九）——什么是 **SNS**

SNS 的定义：**Social Network Software**，社会性网络软件，依据六度理论，以认识朋友的朋友为基础，扩展自己的人脉。并且无限扩张自己的人脉，在需要的时候，可以随时获取一点，得到该人脉的帮助。

SNS 网站：全称 **Social Network Site**，就是依据六度理论建立的网站，

帮你运营朋友圈的朋友。知名的 **SNS** 网站有开心网、人人网、校内网等。

六度理论：你和任何一个陌生人之间所间隔的人不会超过六个，也就是说，最多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人。也叫六度空间理论、六度分割理论、小世界理论。比如说大家想认识美国总统奥巴马，给他写了一封信，你想拖朋友把这封信带给他。然后你把这封信交给你的朋友，你的朋友再交给他的朋友，那最后交到奥巴马手里时，期间不会超过 **6** 个人。

基本概念（十）——什么是频道页、栏目页、文章列表页、内容页

频道页：网站下，频道的首页，就叫频道页。一般一个网站的一级栏目，都叫频道。频道也可能会分析一级频道、二级频道。频道下的叫栏目。比如这个页面：<http://movie.youku.com/new/index>，就是优酷新上映电源频道首页。

栏目页：具体栏目的首页，就叫栏目页。频道以下都属于栏目页。最最下面一级的栏目，叫文章列表页。

文章列表页：专门展示文章列表的页面，一般文章列表都出现在最低一级的栏目页中。

内容页：一个网站中，内容所在的最终页面，就叫文章内容页，也叫正文页等。

基本概念（十一）——什么是 **UI** 和 **UE**

UI: UI 即 **User Interface**(用户界面)的简称。UI 设计则是指对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计。好的 UI 设计不仅是让软件变得有个性有品味,还要让软件的操作变得舒适、简单、自由,充分体现软件的定位和特点。对于网站来说,网站的前台设计和后台设计,都属于 UI 的范围 **UE:** 什么是 **UE**(**UE**—— UE 就是用户体验)

基本概念（十二）——什么是网站更新

通俗一点的说,网站更新就是指为网站增加新的内容、信息等。比如说某个网站,今天增加了一篇新的文章,那说某个网站今天更新内容了。与之相关的名词还有:

更新量: 就是指每次更新的新内容数量。

更新频率: 就是指单位时间内发布的新内容数量。比如说我们的更新频率是每天 10 篇文章,或者每小时 10 篇文章。

基本概念（十三）——什么是网站前台和网站后台

网站前台: 也叫前台页面,是面向网站访问用户的各种页面。通俗的说也就是给访问网站的人看的内容和页面,包括公开发布的文章、图片、信息、贴子、各种频道、栏目程序等。只要公开向游客开放的内容,都可以称之为前网站前台。

网站后台: 有时也称为网站管理后台,或网站后台管理,是指用于管理网站前台的一系列操作。如:如增加、更新、删除内容等。通过网站管理后台,可以有效的管理网站供浏览者查阅的信息。网站的后台通常需要帐号及密码等信息才能登陆。当然,前台和后台都是程

序人员做的开发的网站页面,通常开发带网站管理后台功能的网站空间必须支持程序语言和数据开发功能。 网站后台通常是普通用户所看不到的,只有管理人员才可以登陆使用。

基本概念（十四）——什么是 **IIS** 链接数

IIS 链接数也叫 **WEB** 链接数或网站链接数,是指在同一时间内服务器可以接受的访问数,可以简单的理解为在同一时间内允许打开多少个浏览器窗口访问你的网站。 **IIS** 链接数是按 **IE** 屏计算的,也就是同一个 **IP** 内,如果您同时打开了 **10** 个网页,那么 **IIS** 就视为 **10** 个链接数。比如说我们同时打开了新浪的 **10** 个页面,那就说我们为新浪产生了 **10** 个 **IIS** 链接数。

基本概念（十五）——什么是 **HTML**

HTML (**HyperText Mark-up Language**) 即超文本标记语言或超文本链接标示语言,是目前网络上应用最为广泛的语言,也是构成网页文档的主要语言。**HTML** 文本是由 **HTML** 命令组成的描述性文本, **HTML** 命令可以说明文字、图形、动画、声音、表格、链接等。比如我们打开百度论坛首页: **www.baidu .com**, 然后点击浏览器菜单栏里的查看,再点击源代码,这时候出来的内容,就是 **HTML** 代码。我们看到的网页内容,都是由这些代码组成的。

基本概念（十六）——什么是 **JS**、**JS** 文件

JS=JavaScript, 一种计算机脚本语言,主要在 **web** 浏览器(客户端)解释执行,由网景公司开发。 **JS** 文件是以 **js** 为扩展名的文件,是用 **javascript** 脚本语言编写的“**.js**”文件常见的有两种用法。

1.在网页里使用：一般不能直接打开，只有配合网页使用，如果是想破解某网站的在线电影等，仅从 **js** 文件入手可能性不大，建议使用专门的抓取工具，如 **wpe**、抓取网络封包、再对封包分析、**js** 可以使用记事本编辑。

2.在单机使用，一般可以用来做为一个可执行程序直接双击就可以运行，当然前提是计算机没有安装网页设计软件。

基本概念（十七）——什么是 **ASP**

ASP 是 **Active Server Page** 的缩写，意为“动态服务器页面”。**ASP** 是微软公司开发的代替 **CGI** 脚本程序的一种应用,它可以与数据库和其它程序进行交互，是一种简单、方便的编程工具。

ASP 是一种网络编程语言，可以用他来编写论坛、博客等动态网站和程序。**ASP** 的网页文件的格式是 **.asp**，比如我们常用的 **z-blog** 论坛程序，就是由 **asp** 程序编写。

基本概念（十八）——什么是 **PHP**

PHP，是英文超级文本预处理语言 **Hypertext Preprocessor** 的缩写。**PHP** 是一种 **HTML** 内嵌式的语言，是一种在服务器端执行的嵌入 **HTML** 文档的脚本语言，语言的风格有类似于 **C** 语言，被广泛的运用。

同 **ASP** 一样，**PHP** 也是一种网络编程语言，同样可以用他来编写论坛、博客等动态网站和程序。**PHP** 的网页文件的格式是 **.php**，比如我们常用的 **Discuz!** 论坛程序，就是由 **PHP** 程序编写。

但是 **PHP** 比 **ASP** 的性能要好一些。

基本概念（十九）——什么是 **DIV+CSS**

CSS 就是一种叫做样式表（**stylesheet**）的技术，也有的人称之为层叠样式表（**Cascading Stylesheet**）。在制作网页时采用 **CSS** 技术，可以有效地对页面的布局、字体、颜色、背景和其它效果实现更加精确的控制。

div 是 **html**(超文本语言)中的一个元素，**div+css** 是一种网页的布局方法，这一种网页布局方法有别于传统的 **table** 布局，真正地达到了 **w3c** 内容与表现相分离。

简单的说，用 **div+css** 制作网页，可以使网页代码更少、浏览速度更快、更改更方便、更有利于搜索引擎优化。

第三章 网络营销基本概念

网络营销基本概念（一）——什么是网站建设，网站运营

网站建设：网站建设是一个统称，从网站策划开始，一直到网站上线运营，这个阶段，都称之为网站建设。具体包括网站策划、网页设计、网站功能、网站内容整理、网站推广、网站评估、网站运营、网站整体优化等。

网站运营：网站运营是网络营销里的一个重要名词，它主要是指网络营销体系中一切与网站的运营推广有关的工作，主要包括网站流量监控分析、目标用户行为研究、网站日常更新、内容编辑、网络营销策划及推广等等相关内容。也就是说我们平常更新网站、监测流量，及

进行的各种网站推广活动，都属于网站运营的一部分。

网络营销基本概念（二）——什么是网络营销

网络营销（ **On-line Marketing** 或 **E-Marketing** ）就是以国际互联网络为基础，利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的营销方式。简单的说，网络营销就是以互联网为主要手段进行的，为达到一定营销目的的营销活动。

网络营销的十大特点：

1、时域性。营销的最终目的是占有市场份额，由于互联网能够超越时间约束和空间限制进行信息交换，使得营销脱离时空限制进行交易变成可能，企业有了更多时间和更大的空间进行营销，可每周 7 天，每天 24 小时随时随地的提供全球性营销服务。

2、富媒体。互联网被设计成可以传输多种媒体的信息，如文字、声音、图像等信息，使得为达成交易进行的信息交换能以多种形式存在和交换，可以充分发挥营销人员的创造性和能动性。

3、交互式。互联网通过展示商品图像，商品信息资料库提供有关的查询，来实现供需互动与双向沟通。还可以进行产品测试与消费者满意调查等活动。互联网为产品联合设计、商品信息发布、以及各项技术服务提供最佳工具。 ？

4、人性化。互联网上的促销是一对一的、理性的、消费者主导的、非强迫性的、循序渐进式的，而且是一种低成本与人性化的促销，避免推销员强势推销的干扰，并通过信息提供与交互式交谈，与消费

者建立长期良好的关系。

5、成长性。互联网使用者数量快速成长并遍及全球，使用者多属年轻、中产阶级、高教育水准，由于这部分群体购买力强而且具有很强市场影响力，因此是一项极具开发潜力的市场渠道。

6、整合性。互联网上的营销可由商品信息至收款、售后服务一气呵成，因此也是一种全程的营销渠道。另一方面，禹含网络建议企业可以借助互联网将不同的传播营销活动进行统一设计规划和协调实施，以统一的传播资讯向消费者传达信息，避免不同传播中不一致性产生的消极影响。

7、超前性。互联网是一种功能最强大的营销工具，它同时兼具渠道、促销、电子交易、互动顾客服务、以及市场信息分析与提供的多种功能。它所具备的一对一营销能力，正是符合定制营销与直复营销的未来趋势。

8、高效性。计算机可储存大量的信息，代消费者查询，可传送的信息数量与精确度，远超过其他媒体，并能因应市场需求，及时更新产品或调整价格，因此能及时有效了解并满足顾客的需求。

9、经济性。通过互联网进行信息交换，代替以前的实物交换，一方面可以减少印刷与邮递成本，可以无店面销售，免交租金，节约水电与人工成本，另一方面可以减少由于迂回多次交换带来的损耗

10、技术性。网络营销是建立在高技术作为支撑的互联网的基础上的，企业实施网络营销必须有一定的技术投入和技术支持，改变传统的组织形态，提升信息管理部门的功能，引进懂营销与计算机技术

的复合型人才，未来才能具备市场的竞争优势。

网络营销基本概念（三）——什么是网络推广

网络推广就是利用互联网进行宣传推广的行为或是活动。被推广对象可以是企业、产品、政府以及个人等等。根据有关数据显示 **2011** 调查中国 **83%** 的企业没有尝试过网络推广，而在国外发达国家只有 **16%** 的企业。这一调查研究表示中国互联网还处于萌芽阶段。

广义上讲，企业从开始申请域名、租用空间、建立网站开始就算是介入了网络推广活动，而通常我们所指的网络推广是指通过互联网手段进行的宣传推广等活动。

狭义地说，网络推广的载体是互联网，离开了互联网的推广就不能算是网络推广。而且利用互联网必须是进行推广，而不是做其他的事情。

网络营销基本概念（四）——什么是 SEM（搜索引擎营销）

SEM 是 Search Engine Marketing 的英文缩写，其中文意思就是搜索引擎营销。简单的说，一切利用搜索引擎进行营销推广的活动，都叫 SEM。比如 SEO、竞价排名等都属于 SEM 的范畴。而他们也是 SEM 当中最重要、最常用和最有效的两个方法。

SEM 是网络营销的一种新形式，SEM 就是让企业有效地利用搜索引擎来进行网络营销和推广。目前大部分的企业网络营销，采用的都是 SEM。

SEO（搜索引擎优化）：搜索引擎优化（Search Engine Optimization，

简称 SEO) 是一种利用搜索引擎的搜索规则来提高目的网站在有关搜索引擎内的排名的方式。由于不少研究发现, 搜索引擎的用户往往只会留意搜索结果最前面的几个条目, 所以不少网站都希望通过各种形式来影响搜索引擎的排序。

比如说我们经营了一个手机网站, 我们希望用户在搜索引擎搜索“创业”这个词时, 能在搜索结果页面的第一页出现我们的网址, 而实现这个效果的过程, 就称之为 SEO。

PPC (竞价排名): 竞价排名是把企业的产品、服务等通过以关键词的形式在百度搜索引擎平台上作推广, 它是一种按效果付费的新型而成熟的搜索引擎广告。 比如说我们有一个手机网站, 想通过搜索引擎推广。具体想要的效果就是用户搜索手机这个词时, 我们的网址能出现在搜索结果的前列。那这个时候就可以通过竞价排名的方式, 让我们出现在结果页的前列, 但是当用户点击了我们的网址后, 我们就要支付相应的费用。具体支付多少钱, 由我们自己来定。而我们出的钱越多, 则排名越靠前。

竞价排名又称搜索引擎竞价排名或关键词广告, 其英文名叫 Pay Per Click (缩写为 PPC), 翻译过来就是点击付费广告。

另外竞价排名是百度产品的叫法 (现在改名叫凤巢系统了), Google 公司的类似产品, 叫 google adwords。

网络营销基本概念 (五) ——什么是电子商务

电子商务就是以以电子及电子技术为手段, 以商务为核心, 把原来传统的销售、购物渠道移到互联网上来, 打破国家与地区有形无形

的壁垒，使生产企业达到全球化，网络化，无形化，个性化。

简单和通俗一点的理解，就是利用计算机和互联网做生意。

电子商务涉及的三个方面

企业间的商务活动、企业内的业务运作以及个人网上服务。

电子商务的特征

从电子商务的含义及发展历程可以看出电子商务具有如下基本特征：

1. 普遍性

电子商务作为一种新型的交易方式，将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

2. 方便性

在电子商务环境中，人们不再受地域的限制，客户能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务活动，如通过网络银行能够全天候地存取资金账户、查询信息等，同时使企业对客户的服务质量得以大大提高。

3. 整体性

电子商务能够规范事务处理的工作流程，将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体，这样不仅能提高人力和物力的利用，也可以提高系统运行的严密性。

4. 安全性

在电子商务中，安全性是一个至关重要的核心问题，它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案，如加密机制、签名机制、安全管

理、存取控制、防火墙、防病毒保护等等，这与传统的商务活动有着很大的不同。

5.协调性

商务活动本身是一种协调过程，它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商间的协调，在电子商务环境中，它更要求银行、配送中心、通讯部门、技术服务等多个部门的通力协作，电子商务的全过程往往是一气呵成的。

电子商务的分类

按照商业活动的运行方式分类：电子商务可分为完全电子商务和非完全电子商务。

按照开展电子交易的范围分类：本地电子商务，远程国内电子商务，全球电子商务。

按照使用网络的类型分类：基于专门增值网络的电子商务；基于因特网（**Internet**）网络的电子商务；基于 **Intranet**（企业内部网）网络的电子商务。

按照交易对象分类：

企业对企业的电子商务（**Business-to-Business, B to B**）；

企业对消费者的电子商务（**Business-to-Consumer, B to C**）；

企业对政府的电子商务（**Business-to-Government, B to G**）；

消费者对政府的电子商务（**Consumer-to-Government, C to G**）；

消费者对消费者的电子商务（**Consumer-to-Consumer, C to C**）

电子商务常见营销方式主要有如下几种

- 1.网络媒体：门户网站广告，客户端软件广告。
- 2.SEM：竞价排名，联盟广告。
- 3.EDM 邮件营销：内部邮件群发，第三方平台，数据库整合营销等方式。
- 4.社区营销：BBS 推广(发帖和活动)SNS。
- 5.CPS\代销：销售分成(一起发，成果网等)。
- 6.SEO：搜索引擎优化。
- 7.积分营销：积分兑换，积分打折，积分购买等。
- 8 DM 目录：传统单张目录，如麦考林，红孩子，凡客，PPG。
- 9.线下活动：会展，体验店等。
- 10.传统媒体：电视电台，报刊杂志。

中国电子商务发展史

Version 1、起步期

1990-1993 年，电子数据交换时代，成为中国电子商务的起步期。

Version 2、雏形期

1993-1997 年，政府领导组织开展“三金工程”阶段，为电子商务发展期打下坚实基础。

1993 年成立国务院副总理为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室，相继组织了金关、金卡、金税等“三金工程”，取得了重大进展。

1996 年 1 月成立国务院国家信息化工作领导小组，由副总理任组长，

20 多个部委参加，统一领导组织我国信息化建设。

1996 年，全桥网与因特网正式开通。

1997 年，信息办组织有关部门起草编制我国信息化规划。

1997 年,中国第一家垂直互联网公司诞生浙江网盛科技股份有限公司(浙江网盛生意宝股份有限公司)。

1997 年 4 月在深圳召开全国信息化工作会议，各省市地区相继成立信息化领导小组及其办公室各省开始制订本省包含电子商务在内的信息化建设规划。

1997 年，广告主开始使用网络广告。

1997 年 4 月以来,中国商品订货系统(CGOS)开始运行。

Version 3、发展期

1998-2000 年，互联网电子商务发展阶段。

1998 年 3 月，我国第一笔互联网网上交易成功。

1998 年 10 月，国家经贸委与信息产业部联合宣布启动以电子贸易为主要内容的"金贸工程"，它是一项推广网络化应用、开发电子商务在经贸流通领域的大型应用试点工程。**1999 年 3 月 8848 等 B2C 网站**正式开通，网上购物进入实际应用阶段。

1999 年兴起政府上网、企业上网，电子政务（政府上网工程）、网上纳税、网上教育（湖南大学、浙江大学网上大学），远程诊断（北京、上海的大医院）等广义电子商务开始启动，并已有试点，并进入实际试用阶段。

Version 4、稳定期

2000-2009 年，电子商务逐渐以从传统产业 **B2B** 为主体，标志着

电子商务已经进入可持续性发展的稳定期。

Version 5、成熟期

3G 的蓬勃发展促使全网全程的电子商务 **V5** 时代成型。

网络营销基本概念（六）——什么是 **B2B**、**B2C**、**C2C**

B2B：指的是 **Business to Business**，即商家(泛指企业)对商家的电子商务。简单的说就是企业对企业进行网上交易。像阿里巴巴就是典型的 **B2B** 交易平台，上面的会员和商家，都是企业。

B2C：指的是 **Business To Customer**，即表示商业机构对消费者的电子商务。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于 **Internet** 开展在线销售活动。典型的代表就是京东商城，他本身是一家大型的电子商务公司，然后在网络上建立了自己的销售平台，面向最终消费者进行销售。

C2C：即 **Consumer to Consumer**。指个人与个人之间的电子商务。比如说淘宝、拍拍、有啊、易趣，都是典型的 **C2C** 交易平台。上面都是一些个人开设的网店，然后针对最终的消费者进行销售。

网络营销基本概念（七）——什么是软文

顾名思义，软文是相对于硬性广告而言，由企业的市场策划人员或广告公司的文案人员来负责撰写的“文字广告”。与硬广告相比，软文之所以叫做软文，精妙之处就在于一个“软”字，好似绵里藏针，收而不露，克敌于无形，等到你发现这是一篇软文的时候，你已经冷不丁地掉入了被精心设计过的“软文广告”陷阱。它追求的是一种春风化雨、润物无声的传播效果。如果说硬广告是外家的少林功夫；那么，软文

则是绵里藏针、以柔克刚的武当拳法，软硬兼施、内外兼修，才是最有力的营销手段。

软文的定义

1.基本定义

软文，是一种不拘泥于形式的文字表达方式；它是为了推广而出现的一系列的文字性操作方法。同时也是这种表达方式下的文字、文章等产物的代称。

2.定义类型

1.狭义的指企业花钱在报纸或杂志等宣传载体上刊登的纯文字性的广告。这种定义是早期的一种定义，也就是所谓的付费文字广告。

2.广义的指企业通过策划在报纸、杂志、**DM**、网络、手机短信等宣传载体上刊登的可以提升企业品牌形象和知名度，或可以促进企业销售的一些宣传性、阐释性文章，包括特定的新闻报道、深度文章、付费短文广告、案例分析等。在大部分报刊、杂志都会提供登一块广告，付送一大块软文的地方。有的电视节目会以访谈、座谈方式进行宣传，这也归软文。软文的最高境界就是把广告写的不像广告。

怎么写软文

1.写软文首先要选切入点，你希望传播的内容是即定的。但根据所选择的传播渠道的不同，需要以不同的视角、不同的立场、不同的语言风格、不同的标题来写适合这个传播渠道的软文。如，选新闻渠道来发布，那么就要用到媒体视角、专家观点、大众声音。如你选择**BBS**来传播，那么这个论坛版块的风格是什么，这里的人群关心什

么，喜欢什么，怎么样引起他们的关注和兴趣。这才是你应该先的切入点。

2. 不要急着把所有亮点和想说的话在一个软文里说完，而是要把不同的亮点和内容用最有说服力的那一方的视角来表达，因之也选择不同的渠道，甚至不同的角度来撰写。可以用一系列软文来推广一个东西，有时特别有效时，一篇软文即可达到轰动吸引人的效果。

3.文章和标题要简单直接吸引人关注。

4.内容框架：目标事物本身是什么？观众关心的是什麼，所选渠道最有说服力的人群都有谁？用他们的视角一一展现。

5.创新角度：其实大部分软文的基本框架是大同小异的，能不能发挥更大作用，完全在于角度是否够创新，是否能吸引人关注。

6.注意不同传播渠道的特点与用语风格。

网络营销基本概念（八）——什么是 RSS

RSS 也叫聚合 **RSS**，是在线共享内容的一种简易方式（也叫聚合内容，**Really Simple Syndication**）。通常在时效性比较强的内容上使用 **RSS** 订阅能更快速获取信息，网站提供 **RSS** 输出，有利于让用户获取网站内容的最新更新。

比如说，我们平常非常喜欢看体育新闻，经常到新浪体育、**SOHU** 体育、腾讯体育等网站浏览相关新闻，但是每次都要反复打开这些网站，并且去寻找最新的内容，是比较麻烦和浪费时间的。这个时候，我们就可以下载一个 **RSS** 阅读器（或使用在线 **RSS** 阅读器），然后将我们常上的体育网站进行 **RSS** 订阅，之后凡是这些网站有新内容

更新，就会直接在我们的 **RSS** 阅读器上显示出来。省去了反复登陆这些网站和找内容的麻烦。而且在 **RSS** 阅读器里展现出来的内容，还自动过滤掉了广告等信息。

注意：只有网站提供了 **RSS** 订阅接口和链接，才可以进行订阅。通常主流的网站程序，都有 **RSS** 订阅功能。

网上说的 **RSS** 推广，就是指在网站内设置 **RSS** 订阅功能，然后将网站 **RSS** 订阅地址提交到一些主流的 **RSS** 网站，免费推广你的网站。

以下是一些可以提交的地址：

Google 博客： <http://blogsearch.google.com/ping?hl=zh-CN>

百度博客： <http://utility.baidu.com/blogsearch/submit.php>

雅虎博客： http://www.yahoo.cn/ex/blog_rss/rss_input.php

搜狗(搜狐)博客： <http://www.sogou.com/feedback/blogfeedback.php>

抓虾： <http://www.zhuaxia.com>

新浪爱问博客： http://blog.iask.com/add_new_rss.php

POTU 周博通： <http://www.potu.com/index/index.php>

国外的 **RSS** 自动提交入口

1. <http://www.feedping.com> **RSS** 提交到上百个站点

2. <http://feedshark.brainbliss.com> 可以提交到 **36** 个站点

网络营销基本概念（九）——什么是用户体验

用户体验（**User Experience**，简称 **UE**）是指用户使用产品过程中所建立起来的主观感受。通俗点的说，就是用户在访问你的网站，或是

使用你的产品时，舒服不舒服、顺手不顺手、方便不方便、喜欢不喜欢。

用户体验应该贯穿在一切设计、创新过程，如用户参与建筑设计和工作环境、生活环境的设计和改善，用户参与产品设计和改善等。

对于网站来说，从网站的策划、产品设计到网站的运营、推广和**SEO**等，都要考虑到用户体验的问题。

让用户体验为企业带来效益的十大要点

很多企业网站成为一个陈列品。网站制作完毕后不会为企业带来任何效益，这将是巨大的浪费，如何让企业网站带来效益，在我们日常运营企业网站中不断总结了以下十点：

1、设置体验元素

现在是一个注重个性化体验的时代，能为消费者提供独特的与产品及企业相关的各种体验将对促进销售与提高亲和力有积极的帮助，网站也可以作为顾客体验的重要部分，要让企业网站成为浏览者的体验场地，巧妙地把线上与线下接触结合起来，让浏览者参与进来。比如很多电脑制造企业的网站制作了三维产品模型，浏览者可以通过鼠标点击查看产品的任意位置，甚至可以打开虚拟电脑的屏幕或光驱等。当体验者有任何疑问，线上线下多条沟通管道可以在**5**秒内使浏览者与商品客服人员取得联系，如果确定购买，很快货物便会被送到府上，此时便可以在网站上查到自己电脑和用户的相关信息并可以参加用户或会员的各种活动。宜家家居的网站更推出了房间与家具之间自由搭配组合的体验功能，浏览者可以把喜欢的家具一样样“拽”进一

间虚拟的房间中自由摆放，以达到购买前便可以看到购买后的效果，此举极大地促销了其产品。像这样的线上线下互动与创新，会让浏览者充分体验到网站的真实性和实用性，以后自然会把这家网站作为购买相关商品最便捷的途径。

2、设置便捷按钮

设置一些只要浏览者点击一下就可以完成操作的便捷功能按钮，比如收藏本站、设为首页、推荐给朋友等。这些“举手之劳”可以有效增加自己网站再次被浏览和被推介的机会。

3、视觉统一

网站的视觉方面要和企业的 VI 视觉识别系统相统一，如果企业没有 VI 视觉识别系统，那么也要和企业或商品有视觉化的联系，这样可以增强浏览者对企业及产品的视觉化一致性认识及加深印象。

4、网站功能切忌华而不实

现在很多企业的网站做的非常大，且功能齐全，以为这样才能吸引人气，其实这样做不仅要花很多的钱在网站建设上，而且功能过多还会使浏览者眼花缭乱，不知所措。请检视一下你们企业的网站，是否有很多功能从没有人使用过呢？一定会有。所以，网站不求大，不求全，只求最实用的功能。尽量使页面整洁简单，一目了然，并且一定要制作网站的网站导航，这样便增加了目标浏览者使用网站各种功能的可能性，否则杂乱烦琐的设置会使浏览者产生负面的浏览体验，很快就会失去耐心而离去。

5、制造销售氛围

在我国在线购买商品还不普及，浏览者很多时候想购买，但却又有很多顾虑，这时就要利用人性的从众心理来塑造购买气氛，以此来打消消费者的顾虑，比如在订购商品页面显示大量其他购买者的购买信息，这会增加浏览者的购买信心，甚至没有购买打算的浏览者看到大家的举动也会参与到其中。就像超市的整点打折促销一样，看到别人疯狂的抢购商品，自己本能的也会产生购买欲并加入其中，虽然自己根本没有购买计划。也可以用一些权威的推荐及证明来打消消费者的顾虑，如专家推荐、相关机构推荐及认证等。

6、网站域名的选择

网站制作好后就要上传到网络上了，这时选择一个容易记忆、与企业或产品相关的域名就很关键。但现在网络域名资源日益紧缺，不一定能选到既容易记忆又符合自身特点的域名，这时就要有一个侧重点，首先网站的域名要容易记忆，但不要陷入容易记忆的域名必须简单，要由尽可能少的字符组成或使用容易记忆的重复符号等误区中。其实在中国使用的网站有时使用中文名的拼音字母同样适合并更容易记忆，注册域名最好要注册**.com**而不能贪图便宜注册**.cn**域名，因为后者在主流搜索引擎中收录效果会差些。

7、设计关键字

恰当的关键字会把使用搜索引擎的浏览者吸引到你的站上来，但对于企业网站来说，关键字的设置方法不应该和以网站为经营主体的站相同。企业网站关键字的使用原则是一定要抓浏览者关注的核心，即浏览者最关心的问题，而对应关键字，网站上必须要有相应的解决

方案或对浏览者有价值的信息，只有这样吸引来的浏览者才可能转化为有价值的目标消费者。单纯靠关键字吸引来大量的浏览者对企业网站来说是没有太大意义的。

8、培育高忠诚度浏览者

点击率被称作是网络价值衡量器，非常重要。但对于企业网站来说就并非这样，有高的流量固然重要，但可以产生商业价值的流量更重要，即吸引更多目标顾客群体，而后发展注册用户，当然，注册用户可以享受一些其在意的特权，以此网罗忠诚的浏览者，最终转化为消费，因为偶尔浏览到某个网站便马上消费的情况很少，有一个浏览者了解与信任的过程。

9、让浏览者有所收获

一个成功的网站必须要具备这个功能，虽然浏览者不一定会马上购买你们的产品，但通过你们网站有所收获的话也会增加其对企业及产品的好感度与再次光顾的可能。比如有目标顾客关注的各种新闻、常识、提醒等，只要目标浏览者（目标消费者）感兴趣并常光顾，迟早会进行消费。

10、高度互动

网站必须具有高度的互动性，而非仅是一个网络版的宣传单，要让浏览者可以通过网站进行各种互动行为，包括直接联系企业客服中心；在线留言或咨询；在线订购物品；发表评论等，总之，要让网站（企业）和浏览者互动起来，通过网站把浏览者和企业连接起来。能互动的地方越多，这个网站的价值就越大。因为只有和浏览者产生交

流并可帮浏览者解决实际问题,比如可以回答他的提问或直接购买产品,对浏览者来说你的网站才是有生命的,有价值的。

比如你的网站可以在线订餐,或者鲜花,浏览者若使用服务并获得成功体验,以后会经常光顾你的网站并进行消费。如果你的网站只介绍你的企业(饭店)或产品(鲜花),那么对浏览者的吸引力就小得多,而不能通过网站来更多的了解或购买产品对浏览者来说是一种遗憾,对企业来说则是一种损失。所以网站一定要互动,并且要让浏览者的各种互动行为简单流畅。可以互动的东西很多,除了订购商品、咨询这两大主要功能外,还可以通过网站进行顾客调查等市场营销活动。不要只被现有的形式所局限,结合自身特点探索新型网络模式更可能为企业带来意想不到的收效。

以上只是企业网站能真正发挥效益的十大核心点,但并不是全部,更多宣传推广让企业网站发挥效益还需要更多的结合实际情况才能将企业网站的真正作用发挥到最大化。

网络营销基本概念(十)——什么是用户需求

用户需求,就是指用户可能会产生的各种要求、想法等。我们在做网站运营、营销推广时,研究用户需求、分析用户需求是很重要的一个环节。简单的说,我们要弄清楚目标用户想看什么、想听什么、想玩什么、想聊什么,要弄清楚他们有什么样的困难和问题,想要什么的帮助和解决方案。

了解用户需要最好的方式就是去做一次真实的用户,其次是模拟一次真实用户。

网络营销基本概念（十一）——什么是 **IM**

IM 是 **InstantMessaging** 的缩写，翻译成中文就是即时通讯。如 **QQ**、**MSN**、新浪 **UC**、淘宝旺旺、**Gtalk**、飞信、雅虎通等都属于即时通讯工具。目前 **QQ** 是中国第一大即时聊天工具。

即时通讯的行业应用

1、个人即时通讯

个人即时通讯，主要是以个人(自然)用户使用为主，开放式的会员资料，非赢利目的，方便聊天、交友、娱乐，如 **YY** 语音、**IS**、**QQ**、雅虎通、网易 **POPO**、新浪 **UC**、百度 **HI**、盛大圈圈、移动飞信等。此类软件，以网站为辅、软件为主，免费使用为辅、增值收费为主。

2、商务即时通讯

此处商务泛指买卖关系为主。商务即时通讯，以企业平台网的聚友中国，阿里旺旺贸易通、阿里旺旺淘宝版、惠聪 **TM**、**QQ**(拍拍网，使 **QQ** 同时具备商务功能)、**MSN**、**SKYPE**。

商务即时通讯的主要功用，是实现了寻找客户资源或便于商务联系，以低成本实现商务交流或工作交流。此类以中小企业、个人实现买卖为主，外企方便跨地域工作交流为主。

3、企业即时通讯

企业即时通讯，一种是以企业内部办公为主，建立员工交流平台；另一种是以即时通讯为基础、系统整合、边缘功能，由于企业对信息类软件的需求还在“探索”与“尝试”阶段，所以会导致很多系统不能

“互通”，这也成了即时通讯软件的一个使命。当信息软件被广泛使用之后，“互通”接口具备否，将被作为软件被选用的重要条件。如华易联 **e-link**、企业飞信、**RTX**、北京点击、飞鸽传书等。

4、行业即时通讯

主要局限于某些行业或领域使用的即时通讯软件，不被大众所知。也包括行业网站所推出的即时通讯软件，如化工网或类似网站推出的即时通讯软件。行业即时通讯软件，主要依赖于购买或定制软件。使用单位，一般不具备开发能力。

5、网页即时通讯

在社区、论坛和普通网页中加入即时聊天功能，用户进入网站后可以通过右下角的聊天窗口跟同时访问网站的用户进行即时交流，从而提高了网站用户的活跃度、访问时间、用户黏度。把即时通讯功能整合到网站上是未来的一种趋势，这是一个新兴的产业，已逐渐引起各方关注

6、泛即时通讯

一些软件带有即时通讯软件的基本功能，但以其它使用为主，如视频会议。泛即时通讯软件，对专一的即时通讯软件是一大竞争与挑战。

7、免费即时通讯

个人版：**YY** 语音、百度 **hi**、**QQ**、阿里旺旺、新浪 **UC**、**MSN**、云对讲等

企业即时通讯：**QQIM** 版、**LiveUC**、**WiseUC** 企业即时通讯等

网络营销基本概念（十二）——什么是互联网增值服务

通过互联网的除域名注册及虚拟主机等基本服务以外的服务，

比如游戏、语音聊天、可视电话、短信等都是互联网增值服务。

比如腾讯互联网增值服务的内容包括会员服务、社区服务、游戏娱乐等

互联网的域名注册及虚拟主机等都是基本服务、游戏、语音聊天、可视电话、短信、股票、投资信息、培训等等都是互联网增值服务。

通俗点说，就是你必须额外付一笔费用才能享受的互联网业务。

互联网个人增值服务：

互联网增值服务主要以网络社区为基础平台，通过用户之间的沟通和互动，激发用户自我表现和娱乐的需求，从而给个人用户提供各类通过付费才可获得的个性化增值服务和虚拟物品消费服务，主要服务包括会员特权、网络虚拟形象、道具、个人空间装饰、个人交友服务等。

网络营销基本概念（十三）——什么是广告联盟

网络广告联盟，又称联盟营销、联盟广告，指集合中小网络媒体资源（又称联盟会员，如中小网站、个人网站、**WAP** 站点等）组成联盟，通过联盟平台帮助广告主实现广告投放，并进行广告投放数据监测统计，广告主则按照网络广告的实际效果向联盟会员支付广告费用的网络广告组织投放形式。

简单的说，广告联盟就是把很多中小网站的广告资源给整合起来，然后再统一卖给广告主。随着互联网的发展，加入联盟广告平台的网站已经不仅仅限于中小网站，很多大网站，也都有联盟广告的投

放。目前联盟广告公司也是遍地开花，知名的有百度联盟、亿玛、黑马、成果等。

网络广告联盟包括三要素：广告主、联盟会员和广告联盟平台，涉及的内容有广告与联盟会员网站匹配、联盟广告数据监测和统计、联盟广告付费方式、联盟分成模式等内容。

网络广告联盟广告主：指通过网络广告联盟投放广告，并按照网络广告的实际效果（如销售额、引导数、点击数和展示次数等）支付广告费用的广告主。

相较网络广告代理而言，通过广告联盟投放广告的广告主多为中小型企业或者是互联网网站，品牌广告主投放的广告费用还相对较少，通过广告联盟投放广告能节约营销开支，提高营销质量，同时节约大量的网络广告销售费用。

网络广告联盟会员：注册加入网络广告联盟平台并通过审核，并至少投放过一次联盟广告并获得收益的站点。

网络广告联盟平台：通过联结上游广告主和下游加入联盟的中小网站，通过自身的广告匹配方式为广告主提供高效的网络广告推广，同时为众多中小站点提供广告收入的平台。本报告中的网络广告联盟平台指拥有中小站点（网站或 **WAP** 站点）资源的联盟平台。

常见的联盟广告形式有 **CPC**、**CPM**、**CPA**、**CPS**、弹窗、网吧广告等。

网络营销基本概念（十四）——什么是 **CPC**、**CPM**、**CPA**、**CPS**

CPC：CPC 是“Cost Per Click”的英文缩写意思就是每次点击付费广

告，当有用户点击网站上的 **CPC** 广告后，这个站的站长就会获得相应的收入。如果没有人点击，那产生不了收入。在这种模式下，广告主仅为用户点击广告的行为付费，而不再为广告的显示次数付费。

这样的方法加上点击率限制可以加强作弊的难度，而且是宣传网站站点的最优方式。但是，此类方法就有不少经营广告的网站觉得不公平，比如，虽然浏览者没有点击，但是他已经看到了广告，对于这些看到广告却没有点击的流量来说，网站成了白忙活。有很多网站不愿意做这样的广告，据说，是因为传统媒体从来都没有这样干过。

CPM：CPM(Cost Per Mille，或者 Cost Per Thousand;Cost Per Impressions)，意思是每千人成本，即指广告显示 **1000** 次所应付的费用。它所反映的定价原则是：按显示次数给广告定价，这种定价思路与传统广告中定价思路源出一脉。

网上广告收费最科学的办法是按照有多少人看到你的广告来收费，按访问人次收费已经成为网络广告的惯例。**CPM(千人成本)**指的是广告投放过程中，听到或者看到某广告的每一人平均分担到多少广告成本。传统媒介多采用这种计价方式。在网上广告，**CPM** 取决于“印象”尺度，通常理解为一个人的眼睛在一段固定的时间内注视一个广告的次数。比如说一个广告横幅的单价是 **1 元/CPM** 的话，意味着每一千个人次看到这个 **Ban-ner** 的话就收 **1 元**，如此类推，**10,000** 人次访问的主页就是 **10 元**。

CPA：CPA(Cost Per Action) 每行动成本，即根据每个访问者对网络广告所采取的行动收费的定价模式。通常是用来推广注册类的产品，

比如网络游戏、交友网站等，当有用户通过点击 **CPA** 广告成功注册后，其网站主就会获得相应的广告费。

CPA 模式，在充分考虑广告主利益的同时却忽略了网站主的利益，遭到了越来越多的网站主的抵制。网站主们普遍不愿意拿优质广告位投冷门产品的 **CPA** 广告，因为广告被点击后是否会触发网友的消费行为或者其他后续行为(如注册帐号等行为)，最大的决定性因素不在于网站媒体，而在于该产品本身的众多因素(如该产品的受关注程度和性价比优势、企业的信誉程度等等)以及现今网友对网上消费的接受状况等因素。越来越多网站媒体在经过实践后拒绝 **CPA** 模式，**CPA** 收费广告很难找到合适的媒体。

CPS: CPS(Cost Per Sales): 以实际销售产品数量来换算广告刊登金额。**CPS** 广告同 **CPA** 广告一样，广告主为规避广告费用风险，按照广告点击之后产生的实际销售笔数付给广告站点销售提成费用。

网络营销基本概念（十五）——什么是包月广告、弹窗、富媒体

包月广告:包月广告就是指在固定的位置,收取固定费用的广告形式。具体的广告形式可以是文字、图片，也可以是动态视频等。

弹窗广告:当访客浏览网站时,强制弹出新的窗口或者网页,也称“跳窗广告”。弹窗广告是目 **CPM** 最常见的一种表现形式。它们有点类似电视广告,都是打断正常节目的播放,强迫观看。插播式广告有各种尺寸,有全屏的也有小窗口的,而且互动的程度也不同,从静态的到全部动态的都有。浏览者可以通过关闭窗口不看广告(电视广告是无法做到的),但是它们的出现没有任何征兆,而且肯定会被浏览

者看到。

富媒体广告：在互联网发展的初期，因为带宽的原因，网站的内容以文本和少量的低质量的 **GIF**、**JPG** 图片为主，我们通常所说的网络广告也主要是指 **Banner**。随着技术的进步以及消费市场的成熟，出现了具备声音、图像、文字等多媒体组合的媒介形式，人们普遍把这些媒介形式的组合叫做富媒体（**Rich Media**），以此技术设计的广告叫做富媒体广告。

比如我们在登陆新浪等大型门户网站时，右下角经常弹出一个视频播放窗口，并自动播放广告片（这些广告片，通常也会在电视上同步播放）。这种广告，就属于富媒体广告。

第四章 **SEO** 基本概念

SEO 基本概念（一）——什么是关键词及关键词指数

关键词：又叫关键字，英文是 **keyword**。就是指用户在搜索查找内容或是资料时，所输入的查询词。您可以命令搜索引擎寻找任何内容，所以关键词的内容可以是：人名、网站、新闻、小说、软件、游戏、星座、工作、购物、论文等。所以关键词可以是任何中文、英文、数字，或中文英文数字的混合体。

关键短语：就是指比关键词长短语。比如说“网站推广”，这是一个关键词。“如何做网站推广”则是一个关键短语。

长尾关键词：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。长尾关键词的特征是比较长，往往是 **2-3** 个词组成，甚至是短语，存在于内容页面，除了内容页的标题，还存在于内容中。搜索量非常少，并且不稳定。长尾关键词带来的客户，转化为网站产品客户的概率比目标关键词高很多。存在大量长尾关键词的大中型网站，其带来的总流量非常大。长尾关键词基本属性是：可延伸性，针对性强，范围广。

什么是关键词指数

一般我们说的关键词指数，都是指百度指数。百度指数是用以反映关键词在过去 **30** 天内的网络曝光率及用户关注度，它能形象地反映该关键词的每天的变化趋势！由于具体的计算规则比较复杂，所以大家可以简单理解成搜索次数。一个词的搜索次数越多，他的指数就越高。

百度指数查询地址：<http://index.baidu.com>

SEO 基本概念（二）——什么是关键词堆积、密度

关键词堆积也叫关键词堆砌，是一种作弊技术，指为了吸引搜索引擎，在页面内重复设置大量的相同关键词。而这些关键词往往不是正常内容需要，纯粹是为了凑数硬写上去的。

关键词密度 (**Keyword Density**) 也叫关键词频率 (**Keyword Frequency**)，所阐述的实质上是同一个概念，它是用来量度关键词在网页上出现的总次数与其他文字的比例，一般用百分比表示。相对于页面总字数而言，关键词出现的频率越高，那么关键词密度也就越大。简单地举个例子，如果某个网页共有 **100** 个词，而关键词在其中出现

5 次，则可以说关键词密度为 5%。

关键词密度多少才算好呢？很多 SEO 高手都回答过这个问题。答案分别是：2-8%、3-7%、低于 10%、5%左右，你自己选一个吧。关键词密度是一个模糊的概念而不是绝对。

SEO 基本概念（三）——什么是 URL、超级连接、锚点连接

URL：英语 **Uniform / Universal Resource Locator** 的缩写，翻译成中文叫统一资源定位符，也就是咱们平常说的网页地址、网站地址。是因特网上标准的资源的地址 (**Address**)。它最初是由蒂姆·伯纳斯-李发明用来作为万维网的地址的。现在它已经被万维网联盟编制为因特网标准 **RFC1738** 了。

超级链接：也叫超链接，所谓的超链接是指从一个网页指向一个目标的连接关系，这个目标可以是另一个网页，也可以是相同网页上的不同位置，还可以是一个图片，一个电子邮件地址，一个文件，甚至是一个应用程序。而在一个网页中用来超链接的对象，可以是一段文本或者是一个图片。当浏览者单击已经链接的文字或图片后，链接目标将显示在浏览器上，并且根据目标的类型来打开或运行。

比如说点击插页这个链接“壹加壹”，是不是就直接到了壹加壹的首页，这个就叫超级链接。

超级链接里又包括文字链接（即用文字链接）、图片链接（即用图片链接）、**E-mail** 链接（打开后，直接给对方发信）。

锚点链接：超级链接的一种表现形式。正确的说法应该称作“锚点”，它命名锚点链接(也叫书签链接)常常用于那些内容庞大繁琐

的网页，通过点击命名锚点，不仅让我们能指向文档，还能指向页面里的特定段落，更能当作“精准链接”的便利工具，让链接对象接近焦点，便于浏览者查看网页内容。类似于我们阅读书籍时的目录页码或章回提示。在需要指定到页面的特定部分时，标记锚点是最佳的方法。

SEO 基本概念（四）——什么是内链、外链、单向链接、双向链接

内链：也叫内部链接。顾名思义就是在同一网站域名下的内容页面之间互相链接，也称之为站内链接。比如说推一把主站首页链接了推一把论坛的，这就叫内部链接。

外链：也叫外部链接、导入链接。是相对于内链而言的，就是指从别的网站导入到自己网站的链接。导入链接对于网站优化来说是非常重要的一个过程。导入链接的质量直接决定了我们的网站在搜索引擎中的权重。

单向链接与双向链接是相反应的两个术语。

单向链接：是指一个页面链接了另外一个页面，而另外一个页面却没有回链。比如说 **A** 页面上有一个指向到 **B** 页面的链接，但是 **B** 页面上却没有指向到 **A** 页面的链接，这就叫单向链接。

双向链接：是指两个页面之间相互进行链接。比如说 **A** 页面上有一个指向到 **B** 页面的链接，但是 **B** 页面上也同样有一个指向到 **A** 页面的链接，这就叫双向链接。

SEO 基本概念（五）——什么是反向链接、导出链接、死链接

反向链接：在营销推广与 **SEO** 中，反向链接即指外链，也叫外部链

接、导入链接。反向链接的其它含义和解释一般用不到，所以就不需要深入了解了。

导出链接：就是指一个的网站中指向其它网站的链接。比如说推一把首页最下面，有很多链接到其它网站的友情链接，这些链接，就叫导出链接。

死链接：也称无效链接，就是那些不可达到的链接。比如说我们打开一个链接地址，但是却显示该页无法显示，或是页面已经不存在，这种链接，就叫死链接。

SEO 基本概念（六）——什么是链接工厂、链接农场

链接工厂与链接农场都属于作弊技术，但是大家注意，链接工厂与链接农场，不是一回事。

链接工厂：是指专门针对搜索引擎建立大量能够被搜索引擎蜘蛛爬行的站点，而这些站点则是专门为了建立外链使用的，通过这些站点来建立成千上万的链接来提升搜索引擎排名。

链接农场： 链接农场，英文名称 **Link Farm**，起源于 1999 年，其涵义是指有人将网站做成了一个养殖场，专门用于搜集网站和交换链接提升 **PageRank**（**PR** 值），而没有或很少有实质性的对用户有用的内容。 就是指整个页面中充斥着大量得、各种各样得链接，但却没有任何文字对这些链接稍加解释和说明，链接就是其中得全部内容。 链接农场是一种被搜索引擎禁止的作弊方式，在正规的 **SEO** 中不要制作或者介入链接工厂，都会受到惩罚。

SEO 基本概念（七）——什么是轮链、交叉链接

链轮：链轮其实就是单链与交叉链接的一个结合。比如我们建立了五个博客：新浪、搜狐、网易、百度、和讯，再一个就是我们自己需要带的站，也就是轴心。我们首先要做的就是建设好一个轮。也就是新浪给搜狐一个链接，搜狐给网易一个链接，网易给百度，百度给和讯，和讯给新浪。注意这里面都是以单向链接的形式在，那么是不是已经形成了一个轮！然后我们再把每个博客都做一个单向指向到我们主站的链接，以自己的主站为中心轴。一个最简单的链轮就完成了。

交叉链接：大家都知道，从链接的效果说，单向链接要比双向链接的效果好。也就是说对方单方面的链接我们，要比我们相互链接的效果好。那有没有一种方法，能让我们即相互交换了链接，却又能达到单向链接的效果呢？答案是肯定的，那就是交叉链接。下面说一下交叉链接的两个基本方法，相信大家一看就明白了。

形式 1：三个网站之间的交叉链接

你有 **A** 网站和 **B** 网站，找对方的 **C** 网站链接。你用 **A** 网站链接对方的 **C** 网站，让对方的 **C** 网站链接你的 **B** 网站。

形式 2：四个网站之间的交叉链接

你有 **A** 网站和 **B** 网站，和对方 **C** 网站 **D** 网站链接。你用 **A** 网站链接对方的 **D** 网站，对方的 **C** 网站链接你的 **B** 网站。这也是一种交叉链接的形式。

SEO 基本概念（八）——什么是黑链、暗链、明链

黑链：黑链是 **SEO** 黑帽手法中相当普遍的一种手段，笼统地说，它就是指一些人用非正常的手段获取的其它网站的反向链接，最常见的

黑链就是通过各种网站程序漏洞、一些黑客手段，获取权重或 **PR** 较高的网站的管理权限，进而在被黑网站上链接自己的网站。

暗链：即 **hidden link**，也叫隐藏链接。简单的说就是在页面中看不到的链接，指通过各种手段隐藏前台页面中的链接，让用户看不到或不易察觉，但是搜索引擎却可以抓取到，以此来增加网站的权重，提升 **SEO** 效果。比如说将链接文字的颜色设置成与背景同色，让肉眼看不到，不易察觉。

明链：是相对于暗链而言的，指正常的，没有经过隐藏处理的、能够在页面中看到的链接。比如像友情链接这种形式。

SEO 基本概念（九）——什么是链接诱饵

所谓链接诱饵就是通过创建高质量的内容来吸引相关网站转载，在转载的过程中也就完成了你建立外链的目的。比如说新浪的新闻，各大网站都会纷纷转载，而转载的过程中，都会留下新浪的链接，这也就等于为新浪增加了外链。这种形式，就可以称之为链接诱饵。所以内容质量很重要。

除了常见的转载外，还有很多其它的形式，比如说通过活动、论坛等。这里给大家介绍一种常用的、也是较简单的方法，就是写原创文章，或是软文。然后在文章末尾，加上自己的网站链接，这样，别人转载你的文章，就达到了链接诱饵的目的。

SEO 基本概念（十）——什么是锚文本、链接文本

锚文本，英文名叫 **anchor text**，名字听起来难以理解，实际上锚文本就是链接文本，链接文本就是指带有链接的文字。

比如说壹加壹与人交换友情链接时，而这个链接的名字，就叫锚文本或是链接文本。

SEO 基本概念（十一）——什么白帽、黑帽 SEO

白帽 SEO：各种正当 **SEO** 技术的统称。白帽 **SEO** 就是使用各种搜索引擎允许和提倡的正规方法来为用户服务，并吸引搜索引擎注意，获得更好的搜索引擎排名。在白帽 **SEO** 中，能够带来更好用户体验的任何东西，都被视为是对 **SEO** 有益的辅助。

黑帽 SEO：各种作弊 **SEO** 技术的统称。黑帽 **SEO** 就是用垃圾技术欺骗搜索引擎，以伪装、欺诈、窃取等方式骗取在搜索引擎中的排名。

SEO 基本概念（十二）——什么站内优化、站外优化

站内优化：也叫站内 **SEO**，即指在网站内部的优化工作，比如结构优化，代码优化，内部链接优化，**Url** 网址优化，更新内容，文章优化，图片说明，调整板块，增加关键词密度，网站内部链接

站外优化：也叫站外 **SEO**，即指在本网站以外的优化工作，一般说站外 **SEO**，主要是指外链建设。说白了就是如何增加大量的优质外链。

SEO 基本概念（十三）——什么网站权重

网站权重是指搜索引擎给网站(包括网页)赋予一定的权威值，对网站(含网页)权威的评估评价，一个网站权重越高，在搜索引擎所占的份量越大，在搜索引擎排名就越好，提高网站权重，不但利于网站(包括网页)在搜索引擎的排名更靠前，还能提高整站的流量，提高网站

信任度所以提高网站的权重是相当重要。

网站权重没有具体的指标可以查看，是需要通过多种数据去综合分析判断的，比如说 **PR** 值、网站收录数、新内容收录速度、快照日期、关键词排名等。这些数据越高、越新，就证明权重越高。

影响网站权重的因素

1、网站架构

网站架构不仅要迎合搜索引擎，更要符合用户体验的要求。优质的网站架构应是扁平式，即：主页>栏目页>内容页，同时站点还应包含 **TAG** 标签，留言评论、文章搜索等。

2、域名类型

一般而言，**edu** 和 **gov** 类型的域名权重自身就比较高，因为这样的站点一般不会成为垃圾站点，也不会是草根个人小站。其次，**com**、**net**、**org** 的域名权重相对较高，一些有国家和地区特点的域名后缀建议不要选。从用户习惯来看，**com** 已成为首选。最后，域名的年龄越久，搜索引擎给予的信任越高。

3、导入链接

所谓的导入链接即外链。外链的质量和数量应认真做好。通常，我们要坚持每天稳定的增加外链，在数量和质量上，优先考虑质量。所以平时我们应注意多收集一些能做外链的优质博客、论坛，以备不时只需。

4、网站内容

虽说“天下文章一大抄，看你会抄不会抄”，但我们仍建议站长能

练就一副好笔杆。若能坚持给网站创造出优质的原创内容，事实上就是给搜索引擎注入了新鲜的血液。实在是不能原创的时候，一定要伪原创下。切忌原封不动的复制粘贴，尤其是机器采集后进行所谓的自动伪原创，段落语句狗屁不通，你在欺骗谁？

5、收录数量

坚持更新站点，合理布置链接诱饵，增加站点页面的收录数量。虽说收录数量与权重之间不是绝对关系，但你见过同类型同行业的网站收录数量仅有几十的权重高于几万的情况吗？

6、关键词排名

尤其是核心关键词的排名。首先要明白搜索引擎为什么会给你的关键词一个较高的排名，因为权重高了。其次，认真做好相关关键词和长尾关键词的排名，这有利于提升网站的整体权重。

7、更新频率

坚持有规律的更新网站，除了会获得及时的为您网页快照外，还能增加搜索引擎的信任度，一个更新频繁的网站比那些僵尸网站的权重肯定会高很多。同时，应注意更新时间和更新数量，避免之前积累的权重慢慢流失了。

8、开放式目录

对于一些行业站和门户站点，建议等做好内容和收录后，尝试提交给诸如 **DMOZ** 和 **yahoo** 目录等开放式目录，一旦被收录，网站的信任度将会有质的飞跃。

9、内容页

内页是否和首页以及网站主题有较为紧密的联系，内页之间的衔接、关键字的布局，以及内页是否具有专业性，权威度如何。

10、网站的诚信度：

Google 除 **PR** 值以外，还有一个诚信指数。即通过对一些高质量网站的分析，给出一个“诚信”网站应该有的一些指标，并用这些指标来分析一个网站的诚信度。

最后声明下，权重跟排名不能划为等号；就像 **PR**≠排名，当然这只是 **SEO** 那么多细节中的一个组成部分。权重的高低也只是影响关键词排名其中的一项因素而已。

SEO 基本概念（十四）——什么搜索引擎蜘蛛。

搜索引擎蜘蛛也称网络蜘蛛，英文单词是 **Web Spider**。网络蜘蛛是通过网页的链接地址来寻找网页，从网站某一个页面（通常是首页）开始，读取网页的内容，找到在网页中的其它链接地址，然后通过这些链接地址寻找下一个网页，这样一直循环下去，直到把这个网站所有的网页都抓取完为止。如果把整个互联网当成一个网站，那么网络蜘蛛就可以用这个原理把互联网上所有的网页都抓取下来。

这样看来，网络蜘蛛就是一个爬行程序，一个抓取网页的程序

网站对搜索引擎蜘蛛不友好的 10 点因素：

1.动态 url。

动态 **url** 就是数据库驱动的网站所生成的带有符号、随机的 **url**。相比静态 **url**，动态 **url** 不利于搜索引擎蜘蛛的爬行及抓取。这也就是网站 **seo** 优化时需要静态化或者伪静态化 **url** 的原因，因为笔者只

用过 **wp**，之前也只提到过 **wp** 网站 **seo** 优化如何伪静态化 **url**。

2.死链。

通俗的讲，死链就是无法打开的链接。搜索引擎蜘蛛如果在网站内爬行，却屡屡遭受无法打开页面的煎熬。显然，如此一来该网站对于搜索引擎蜘蛛来说正在逐渐的失去信任。

3.各种跳转。

这个指的是通过不同的技术或指令，自动将一个网页跳转到另一个网页。目前搜索引擎比较支持的是 **301** 跳转，但是这往往被黑帽 **seo** 所利用，从而导致搜索引擎蜘蛛对其比较敏感。

4.flash 动画。

很多网站都会在页面上添加 **flash** 动画，但是搜索引擎蜘蛛说到底只是一个程序，它不能像人一样观看老姐 **flash** 动画的内容。虽然搜索引擎一直在这方面努力，但是以目前的搜索引擎蜘蛛技术还不能完全有效的抓取 **flash** 的内容。

另外，如果在网站上出现了 **flash** 动画，搜索引擎都建议添加相应的文字描述，以便搜索引擎蜘蛛较直观的了解 **flash** 动画内容。

5.js 代码。

搜索引擎蜘蛛对抓取 **js** 代码也是比较困难的，大量的 **js** 代码会严重影响搜索引擎蜘蛛抓取的速度。所以，网站 **seo** 优化时要尽量避免，或者少用 **js** 代码。

6.框架结构。

使用框结构设计网页流行于互联网诞生初期，但是由于不便于搜索引擎蜘蛛的抓取而被抛弃。在做网站 **seo** 优化时，应当完全摒弃框架结构，甚至不需要了解它。

7.必须登录浏览网站。

很多网站有部分甚至全部内容需要注册登陆后才能浏览，大部分社会化媒体（如 **sns** 网站、微博等）即是如此。但是你必须要知道，搜索引擎蜘蛛不会填写用户名密码，更不会注册。

8.session id。

session id 是为了跟踪每一位访问用户，生成唯一的 **session id**，并加在 **url** 中。而这种仅仅 **session id** 不同的 **url** 的实际页面内容是相同的，从而会导致搜索引擎蜘蛛的重复收录。

9.强制使用 **cookies**。

搜索引擎蜘蛛实际是禁用 **cookies** 的，如果不启用 **cookies** 就无法正常显示内容的话，搜索引擎蜘蛛就无法看见网页的内容。

10.不稳定的服务器。

如果网站因为服务器的问题经常性的无法正常访问，久而久之，搜索引擎蜘蛛爬到你的域名上却时常“碰壁”，搜索引擎蜘蛛自然而然的就会认为这个网站不靠谱。如此一来，网站也将失去搜索引擎蜘蛛的信任。

SEO 基本概念（十五）——什么是网页快照与收录数量

网页快照：网页快照，英文名叫 Web Cache，网页缓存。搜索引擎在收录网页时，对网页进行备份，存在自己的服务器缓存里，当用户在

搜索引擎中点击“网页快照”链接时，搜索引擎将 Spider 系统当时所抓取并保存的网页内容展现出来，称为“网页快照”。比如说我们在百度随便搜索一个关键词，然后在下面的自然结果的右下方，均有一个百度快照的链接，点击这个链接后，就可以看到这个页面的缓存了。

收录数量：收录数量是指搜索引擎数据库中，抓取收录的网站内容总数。用 site:命令查询。具体查询的方式是在搜索引擎输入框中，输入 site:域名。比如说我们要查询壹加壹在百度中的收录数量，即在百度搜索输入框中输入：site:11team.com。

SEO 基本概念（十六）——什么是 PR、PR 劫持

PR 值：即 **PageRank**，网页的级别技术。取自 **Google** 的创始人 **Larry Page**，它是 **Google** 排名运算法则（排名公式）的一部分，用来标识网页的等级/重要性。级别从 **0** 到 **10** 级，**10** 级为满分。**PR** 值越高说明该网页越受欢迎（越重要）。例如：一个 **PR** 值为 **1** 的网站表明这个网站不太具有流行度，而 **PR** 值为 **7** 到 **10** 则表明这个网站非常受欢迎（或者说极其重要）。**PR** 值最高为 **10**，一般 **PR** 值达到 **4**，就算是一个不错的网站了。

PR 劫持：就是指利用欺骗手段获得比较高的 **PR** 值。方法是利用跳转技术。当然也有特例，不过在大部分情况下是这样处理的。

SEO 基本概念（十七）——什么是伪原创

所谓伪原创就是把一篇已有的文章进行再加工，使搜索引擎认为是一篇原创文章。比如说最常见的方法就是在网络上复制一篇已经存在

的老文章，然后修改其标题、第一段、中间内容、最后一段内容，然后再当成原创文章重新发布。

伪原创的方法

1、修改标题是关键

数字替换法：比如标题：养颜排毒效果好-10大食盐美容功效，你可以进行适当的去除几个自己认为不是食盐美容功效的，或者增加一些食盐美容功效，都可以，至少你可以让搜索引擎至少认为你的标题就别树一帜；

词语替换法：顾名思义就是把词语的相关或者近义词替换一下，这样也可以达到换汤不换药的效果；

文字排序法：可以通过打乱顺序让你的标题看起来更加的不一樣。但是一定要记得不要误解了原标题的意思，即可。

2、标题内容要忠于原版

标题的修改，在于降低搜索引擎中的重复度，而非你修改过后，把原文的意思给面目全非，这样就失去了伪原创的初衷。不管标题如何进行修改，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。只有这样，才会达到伪原创的意想不到的结果。

3、正文内容的修改

首段总结法：给自己来写首段，就像引言的作用一样，如果你有精力，就看完全文做个总结，放在首页，如果觉得没时间看，那么也很简单：自己编，而且一定要融入自己网站的关键词；

文中插入链接锚文本：想必大家都知道锚文本的作用，可以有助

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：你采集我，我就利用你，很公平的。 每 **200-300** 字之间，可以适当添加 **2-3** 个锚文本链接；

尾部总结法：对整篇文章做个总结，其实对于搜索引擎优化，不仅仅是这些内容，但小的技巧上一定要注意，玩搜索引擎就是个细致活，所以不仅要会做，更要会思考，举一反三才能有快速的提高和进步；

新增加图片：大家一定都会知道，一图胜千言的道理。虽然，目前大部分搜索引擎还不能够读取图片的内容，但是图片中的 **alt** 属性可以进行注释，也会给搜索引擎焕然一新的感觉，认为你的内容是新的而收录；

段落替换法：这个方法就是把内容的顺序进行相互的交换，但是，一定要注意不要影响原文的阅读。尤其是一个操作方法，千万不可以使用，否则，你懂的。因此，此方法并不适应所有，逻辑性的文章切忌。

SEO 基本概念（十八）——什么是动态、静态、伪静态页面

动态页面：

网页动态页面是可以通过网站后台管理系统对网站的内容在线进行更新管理的页面。比如说在线发布文章、发布产品、发贴、留言、发博客等，这都是动态网站的一些功能。常见的动态页面扩展名一般是 **.asp**，**.php** 等。动态页面中的内容是从后台数据库中读取出来的，

所以地址往往是动态的,而且这些动态的内容,只能在浏览器中显示,在服务器上,并没有相应的文件的。

静态页面:

静态网页是实际存在的,无需经过服务器的编译,直接加载到客户浏览器上显示出来。静态页面需要占一定的服务器空间,且不能自主管理发布更新的页面,如果想更新网页内容,要通过 **FTP** 软件把文件下载回来用网页制作软件修改。

比如说这个地址, <http://www.11team.com/thread-5585-1-1.html>, 这就是一个典型的静态页面,内容是固定在页面中的,想修改内容,就必须先修改页面。而且这个页面是实际存在于服务器上的,服务器上可以查询到 **16240-1-1.html** 这个文件。

静态页面的效果要比伪静态好,首先是占用服务器资源少,可以让页面访问更多、让网站承受更多流量。其次是搜索引擎喜欢静态页面,用静态页面做网站,利用搜索引擎优化。但是动态页面也有自己的优势,动态页面可以在线管理和修改内容、可以实时显示内容,节省大量的时间和精力。而且所有的内容都存在于数据库中,也可以大量的节省服务器空间。

伪静态页面:

伪静态是相对于真正的静态(真的 **html** 页面)来说的,顾名思义就是假的静态,是为了照顾搜索引擎的友好面而又想实时显示动态内容,而采取的一种折衷的办法。比如说这个地址:

<http://www.11team.com/forum.php/thre-2.html>, 这个页面表面看起

来，是静态页面。但是实际在服务器上，并没 **thre-2.html** 这个文件，这个页面是不存在的。所以他是一个伪静态页面。

SEO 基本概念（十九）——什么是挂马

挂马就是指利用黑客的手段，把木马程序、病毒程序上传到，或是植入到网站里面，以此让网站无法正常运行，或是盗取用户的各种信息，比如帐号、密码等。

网站挂马的具体恢复措施及预防

恢复措施：

1.整站被挂马，最快速的恢复方法是，除开数据库、上传目录之外，替换掉其他所有文件；

2.仔细检查网站上传目录存放的文件，很多木马伪装成图片保存在上传目录，你直接把上传文件夹下载到本地，用缩略图的形式，查看是不是图片，如果不显示，则一律删除；

3.数据库里面存在木马，则把数据库的木马代码清除！可以采用查找替换；

4.如果网站源文件没有，则需要 **FTP** 下载网站文件，然后再 **DW** 里面，用替换清除的方式一个个清除，注意网站的木马数，如果被挂了很多不同的，必须多多检查！

预防措施：

1、建议用户通过 **ftp** 来上传、维护网页，尽量不安装 **asp** 的上传程序。

2、对 **asp** 上传程序的调用一定要进行身份认证，并只允许信任

的人使用上传程序。

这其中包括各种新闻发布、商城及论坛程序，只要可以上传文件的 **asp** 都要进行身份认证！

3、asp 程序管理员的用户名和密码要有一定复杂性，不能过于简单，还要注意定期更换。

4、到正规网站下载 **asp** 程序，下载后要对其数据库名称和存放路径进行修改，数据库文件名称也要有一定复杂性。

5、要尽量保持程序是最新版本。

6、不要在网页上加注后台管理程序登陆页面的链接。

7、为防止程序有未知漏洞，可以在维护后删除后台管理程序的登陆页面，下次维护时再通过 **ftp** 上传即可。

8、要时常备份数据库等重要文件。

9、日常要多维护，并注意空间中是否有来历不明的 **asp** 文件。
记住：一分汗水，换一分安全！

10、一旦发现被入侵，除非自己能识别出所有木马文件，否则要删除所有文件。

11、定期对网站进行安全的检测，具体可以利用网上一些工具。

SEO 基本概念（二十）——什么是桥页、404 页、301 转向

桥页：桥页，也叫门页、跳页、中转页、过渡页，通常是指利用软件自动生成大量包含关键词的网页，然后从这些网页做自动转向到主页。目的是希望这些以不同关键词为目标的桥页在搜索引擎中得到好的排名。当用户点击搜索结果的时候，会自动转到主页。有的时候是

在桥页上放上一个通往主页的链接，而不会自动转向。

404 页:404 页面就是当用户输入了错误的链接时，返回的页面。404 页面的目的是：告诉浏览者其所请求的页面不存在或链接错误，同时引导用户使用网站其他页面而不是关闭窗口离开。比如说大家打开这个地址：<http://www.11team.com/fdsfffvv>，因为这是一个不存在的地址，所以打开后，会显示一个错误页面，这个就叫 404 页面。

404 页面可以自己任意编辑，加入自己想显示的信息。

301 转向:也叫 301 重定向、301 跳转，是指通过各种的方法将各种网络请求重新定个方向转到其它位置，SEO 最常用的就是网页中的重定向。比如说我们制作一个网站，域名是 www.11team.com，但是由于业务需要，我们将域名更换为 www.11.com。这个时候我们希望用户访问 www.11team.com 时，能够直接转到 www.11.com，而且需要他永久跳转。这个时候就可以利用 301 转向技术来实现。

SEO 基本概念（二十一）——什么是网站日志、网址地图

网站日志: 网站日志是记录 **web** 服务器接收处理请求以及运行时错误等各种原始信息的以 **.log** 结尾文件。 通过网站日志可以清楚的得知用户在什么 **IP**、什么时间、用什么操作系统、什么浏览器、什么分辨率显示器的情况下访问了你网站的哪个页面，是否访问成功。

对于专业从事搜索引擎优化工作者而言，网站日志可以记录各搜索引擎蜘蛛机器人爬行网站的详细情况，例如：哪个 **IP** 的百度蜘蛛机器人在哪天访问了网站多少次，访问了哪些页面，以及访问页面时返回的 **HTTP** 状态码。

网站日志一般存放在虚拟主机的 **logfiles** 文件夹下，可以通过 **FTP** 工具将网站日志下载下来，通过 **txt** 文档方式查看。当然，不是所有服务器的查询方式都一样的，而且有些虚拟空间，也不空间查看日志。所以不过具体的查看方式，还是得咨询空间商。

网站地图：又称站点地图，它就是一个页面，上面放置了网站上所有页面的链接。大多数人在网站上找不到自己所需要的信息时，可能会将网站地图作为一种补救措施。搜索引擎蜘蛛非常喜欢网站地图。

Sitemap：其实和网站地图是一回事，但是 **Sitemap** 的格式通常是 **XML** 文件，而且主要是给搜索引擎看的。**Sitemap** 可方便管理员通知搜索引擎他们网站上有哪些可供抓取的网页。最简单的 **Sitemap** 形式，就是 **XML** 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。

SEO 基本概念（二十二）——什么是标签

Tags，标签，即社会化书签（**socialBookmark**）。它是一种更为灵活、有趣的文章或图片等信息的分类方式。用户可以为每篇文章、每张图片或每条信息添加一个或多个标签，从而根据这些标签把这些文章、图片或信息进行分类。

一般我们在博客发文、论坛发帖、网站发文章时，都会要求我们输入 **Tags** 标签。

这就是这篇文章的四个标签，当点击这些标签链接时，就会显示同一标签下的其它文章。

SEO 基本概念（二十三）——什么是 robots.txt

robots.txt 是搜索引擎中访问网站的时候要查看的第一个文件。

Robots.txt 文件告诉蜘蛛程序在服务器上什么文件是可以被查看的

当一个搜索蜘蛛访问一个站点时，它会首先检查该站点根目录下是否存在 **robots.txt**，如果存在，搜索机器人就会按照该文件中的内容来确定访问的范围；如果该文件不存在，所有的搜索蜘蛛将能够访问网站上所有没有被口令保护的页面。

robots.txt 必须放置在一个站点的根目录下，而且文件名必须全部小写。

语法：最简单的 **robots.txt** 文件使用两条规则：

User-Agent：适用下列规则的漫游器

Disallow：要拦截的网页

SEO 基本概念（二十四）——什么是 Cookies

Cookie，有时也用其复数形式 **Cookies**，是一种能够让网站服务器把少量数据储存在客户端的硬盘或内存，或是从客户端的硬盘读取数据的一种技术。

Cookies 是当你浏览某网站时，由 **Web** 服务器置于你硬盘上的一个非常小的文本文件，它可以记录你的用户 **ID**、密码、浏览过的网页、停留的时间等信息。当你再次来到该网站时，网站通过读取

Cookies，得知你的相关信息，就可以做出相应的动作，如在页面显示欢迎你的标语，或者让你不用输入 **ID**、密码就直接登录等等。

从本质上讲，它可以看作是你的身份证。

在 **Windows 9X** 系统计算机中，**Cookies** 文件的存放位置为 **C:/Windows/Cookies**，在 **Windows NT/2000/XP** 的计算机中，**Cookies** 文件的存放位置为 **C:/Documents and Settings/用户名/Cookies**。

Cookies 的设置

你可以在 **IE** 的"工具/**Internet** 选项"的"常规"选项卡中，选择"设置/查看文件"，查看所有保存到你电脑里的 **Cookies**。这些文件通常是以 **user@domain** 格式命名的，**user** 是你的本地用户名，**domain** 是所访问的网站的域名。如果你使用 **NetsCape** 浏览器，则存放在 "**C:/PROGRAMFILES/NETS- CAPE/USERS/**" 里面，与 **IE** 不同的是，**NETSCAPE** 是使用一个 **Cookie** 文件记录所有网站的 **Cookies**。我们可对 **Cookie** 进行适当设置：打开"工具/**Internet** 选项"中的"隐私"选项卡（注意该设置只在 **IE6.0** 中存在，其他版本 **IE** 可以单击"工具/**Internet** 选项" "安全"标签中的"自定义级别"按钮，进行简单调整），调整 **Cookie** 的安全级别。通常情况，可以调整到"中高"或者"高"的位置。多数的论坛站点需要使用 **Cookie** 信息，如果你从来不去这些地方，可以将安全级调到"阻止所有 **Cookies**";如果只是为了禁止个别网站的 **Cookie**，可以单击"编辑"按钮，将要屏蔽的网站添加到列表中。在"高级"按钮选项中，你可以对第一方 **Cookie** 和第三方的 **Cookie** 进行设置，第一方 **Cookie** 是你正在浏览的网站的 **Cookie**，

第三方 **Cookie** 是非正在浏览的网站发给你的 **Cookie**，通常要对第三方 **Cookie** 选择"拒绝"。你如果需要保存 **Cookie**，可以使用 **IE** 的"导入导出"功能，打开"文件/导入导出"，按提示操作即可。

SEO 基本概念（二十五）——什么是跳出率、转换率

跳出率

举例来说，比如壹加壹首页在 **24** 小时内有 **1000IP**，其中 **50** 个人只浏览了首页就离开。那推一把首页的跳出率就是 **50/1000=5%**

跳出率的高低是网站分析的一个重要指标，通常用于评估网站的用户体验，可以用于指导网站以及页面的改善。跳出率越高就说明该网站对访问者的吸引力越低，当跳出率达到一定的程度时，就说明网站需要做些优化或者页面更新了。

转换率

营销学中转换率

营销学上的转换率是指，在一定时间内，真正购买了商品的购买者数量与进入商店的购物者总数之比。而商家需要通过一种营销过程或营销手段，促使这种转换的发生，让更多的进店购物者成为真正的购买者。

网站分析中的转换率

转换率 **Take Rates (Conversions Rates)**

计算公式：转换率=进行了相应的动作的访问量 / 总访问量

指标意义：衡量网站内容对访问者的吸引程度以及网站的宣传效果

指标用法：当你在不同的地方测试新闻订阅、下载链接或注册会

员，你可以使用不同的链接的名称、订阅的方式、广告的放置、付费搜索链接、付费广告(PPC)等等，看看那种方式是能够保持转换率在上升？如何增强来访者和网站内容的相关性？如果这个值上升，说明相关性增强了，反之，则是减弱。

后 记

关于网络世界的基本知识本书都做了详细的讲解，这些只是基本的东西，所以网络世界需要学习的还远不止本书中所罗列的。如果要在网络的世界学会怎么赚钱，最好的方法是了解网赚的游戏规则，同时学会进入一个团队，没有门槛的团队都是不值得学习的。永远记住：免费的永远是最贵的！学会为有价值的东西买单。在接下来的电子书中，我会一步一步分析网络世界的游戏规则。同时也希望通过这本电子交到志同道合的朋友！

编著：杨文博 **80后** 重庆人，医学世家，爱好教育培训、营销、旅行等，现定居成都，单身，职业与医相关，对 **NLP**、记忆术、刘克亚、杰·亚伯拉罕等大师有独到的研究，欢迎有志的朋友与本人探讨！

做事风格：用简单的语言表达复杂的事情。

营销手段：用思维导图解读商业智慧，用人性解读情感世界。

人生格言：用心 认真 努力 负责任 感恩 付出