

试论网站搜索引擎优化的策略

◆ 王万新

(河南理工大学资环系 河南 焦作 454000)

每个网站的设计者都很关心自己的网站在搜索引擎上的排名,因为网站都希望在用户通过搜索引擎查找与某一内容相关的站点时,自己的站点能名列其中,而且最好能优先出现,排名靠前。这样不仅会带来访问量,更重要的是带来“目标访问者”,这正是我们从站点角度对搜索引擎优化的目的。本文为实现这一目的,探讨了搜索引擎优化的策略。

搜索引擎优化策略

1. 关键字优化

关键字密度是决定网页先后顺序的重要因素。所谓关键字密度是指关键字与一个页面中除掉HTML代码的内容的百分比。每个搜索引擎,都有它自己的排列搜索结果的公式,而且它们被作为机密保存起来。但基本规则是,一个网页的某个关键字密度越高(观察研究表明,大多数的搜索引擎中关键字密度在2%~8%是一个较为适当的范围),那么,该网页与该关键字的相关程度就高,该网页在搜索结果中的排列位置就越靠前。但是“关键字”的使用,犹如一把“双刃剑”,一方面,为了使网站在搜索引擎的排名靠前,网页应该包含尽量多的关键字,但是另一方面,一旦过度,就可能面临被取消注册资格的危险。

要优化关键字,一是找出人们搜索这类网站时可能使用的所有词汇(关键字),并将它们尽可能地串起来,给网站写个简短的描述。这个网站描述很有用,网站向搜索引擎申请注册的时候,需要填写网站描述;人们搜索到该网站的时候,这个描述也会出现,所以,要尽量利用它,吸引人们浏览该网站,但不要简单使用夸大性的词句。二是注意组合重要的关键字。事实上,关键字列表可能更长,可以将其中重要的串起来,不要只是一个关键字列表。另外,网站描述还应该放在TITLE标记中。

2. URL 优化

URL (Uniform Resource Locator),即统一资源定位器,是全球WWW系统服务器资源的标准寻址定位编码,用于确定所需文档在Internet上的位置。URL由网络传输协议、主机号(域名)、文档在主机上的路径及文件名(子页名)三部分组成。因为URL中包含关键字对排名确实会有所帮助。所以URL的优化涉及到两个方面:域名中使用关键字和子页名中使用关键字。

(1) 域名中使用关键字

域名中使用关键字应注意:域名长度是否合适。域名不宜太长,一般一到两个关键字最佳。这样客户也容易记住;是否拥有独立域名。独立域名更能获得搜索引擎的认可。调查显示,大多数搜索引擎排名时对那些不具备独立域名的网站赋予较小的“重要性”;域名是否关键字堆砌。在域名中无节制地使用关键字的做法总有为了获得更高的搜索引擎排名而不是为了给客户提供实用信息之嫌。搜索引擎有时候也会忽略掉域名中出现的部分关键字;域名是否诚实反应产品或服务。应避免优化中的“欺骗性域名”的问题。假设有一家酒店提供膳食预订服务,其网站的域名如果是“ABC-hotels-accommodations.com”,应当属合情合理,但如果为了在搜索引擎中排名靠前而堆砌大量的关键字,则属于欺骗性域名。

(2) 子页名中使用关键字

子页名中包含相关的关键字能够有效提升这个页面在搜索引擎中的关键字关联度得分,但切忌过分的网页优化而造成子页名中大量的堆砌关键字,这样的结果只会适得其反。

3. META 标签优化

META 标签是内嵌在网页中的特殊HTML标签,包含着关于网页的一些隐藏信息。META标签的作用是向搜索引擎解释网页是有关哪方面信息的。有好几种META标签,但重要的有以下几个:Title标签、Description标签、Keywords标签。当不时刷新标签时这几个标签显得特别重要。

(1) Title 标签

Title 标签可能是网页中最重要的标签,它是网页中最先被浏览者看到的部分,放在Description标签与Keyword标签之前。Title标签在搜索引擎的搜索中占有非常重要的地位,最好是把它放在其他META标签之前,这更有利于网站的排名。有些搜索引擎会按Title标签的字母的优先权进行排名,应尽量在Title中使用开始的字母。

(2) Description 标签

Description 标签就在Title标签后面,该标签可以是一小段文字(一个或者两个句子),用于描述网站。要保证描述在150字以下,否则搜索引擎会自动把多余的部分剪去从而造成网站的描述不完整。搜索引擎认为描述里的关键字远比网页中的内容要重要。现在大多数搜索引擎(Google除外)都会支持Description标签,如果不使用的将会失去排名靠前的可能。

(3) Keywords 标签

相比于 Description 与 Title 标签, Keywords 标签显得并不是那么重要,有些搜索引擎把它完全地忽略,但是使用正确的 Keywords 标签对提高排名仍然有效。除了搜索引擎外,一般情况下用户是看不到的。Keywords 标签是一个隐藏的标签,向搜索引擎提供了一组与页面有关的关键字或关键短语列表,可以用相应的工具找出一系列适用于网站的关键字。

4. 链接流行度优化

一个站点的链接流行度指的是该网站通过链接分析所得出的权值。对于两个页面优化程度相同、内容具有相同吸引力的站点,在搜索引擎排名中胜出一筹的应当是那个链接流行度较高的站点。以前的链接流行度只考虑链接到该站点的数量,结果很多网站设计者通过创建虚假链接这种不正当手段来达到提升其站点排名的目的。现在通过链接分析,在计算链接流行度时,不仅考虑链接的数量,而且考虑了链接的质量。可见,在优化链接流行度时,不但要考虑链接到站点的数量,还要考虑到站点的链接质量。

5. 其他优化

网站的实际内容是优化策略的一个重要的因素。如果想网站能在搜索结果中排得靠前,在网站中必须有实际的内容。其他如HTML代码优化、对于Google的PR (PageRank) 值优化都是我们在搜索引擎优化时需要考虑的策略。

搜索引擎优化应注意避免的误区

1. 泛滥的关键字

有些网站的设计者在对主页做优化时,恨不能涵盖有可能的关键字,经常能看到主页标题由大量关键字堆砌而成的网站。但这样做反会适得其反。从搜索引擎优化的角度来看,关键字少而精反会达到事半功倍的效果。对主页的优化应限定于最多三个重要关键字。在主页标题、META 标签中应围绕最多三个最重要的关键字进行优化。

2. 头域中内容的简单复制

这是网站设计中由于人的自然惰性而最容易出现的问题。最常见的就是当一个网站设计者在网页制作工具 FrontPage 或 Dreamweaver 中用“另存”来创建一个新内容的网页时,往往容易忽略对新页面中一同复制过来的旧的头域 (Header) 中的内容做相应的改动。这是对标题的浪费,实在是可惜。搜索引擎业界的龙头老大 Google 一向特别关注标题标签中出现的关键词。而且事实上,对一个网站来说,不可能其每页内容和主题都相同。所以完全可以根据不同关键字分别进行优化,以提高在知名搜索引擎中的搜索结果排名。在设计一个网站时,最好遵循一种设计风格。先用模板做好网页内容,但在最后一定要确定每个网页的内容和后台代码都做了相应的优化。

3. 不必要的框架 (帧) 结构

框架 (帧) 结构的网站设计在整体性及网站维护上比较有优势,然而这种设计对网站设计者来说未必就是必须的。而且由于很少有网站设计者晓得如何对框架结构的网页作正确的优化,导致了这种网站的排名一般都比较低。因此,除非必须要使用框架结构,一般不提倡这种结构设计。

4. 纯图像及 FLASH 风格的网站设计

经常能看到这样一些网站,它们确实也包含了大量对真实的访问者而言可见的文本内容,但由于这些文字被做成了图形而非真正的文字,所以虽然页面做得极为养眼,但对搜索引擎而言,它们是无法读取图像的。所以这样的网站反而得不到好的页面等级和期望的访问量。对搜索引擎来说,其搜索程序无论是在该FLASH网页中还是后台的HTML代码中,都得不到它们想要的纯文本内容,自然对这个网页不感兴趣了,又怎么能够期望得到好的页面等级呢?绝大部分搜索引擎都不支持FLASH中的内嵌链接。对使用了SPLASH的网站来说,应尽可能多使用一些普通文本。其实现在只需要一点CSS字体格式方面的知识,同样可以使文本和文本链接的网页看起来非常棒。

5. 未经考察的关键字选取

遗憾的是,只有很少的网页设计者能够不厌其烦于使用任何一种关键字分析工具软件。关键字分析工具软件并不多,而且其中的大多数都是免费向用户提供的,但有很多网站设计者都认为没必要使用这种分析工具,因为他们认为自己很清楚网站的内容,所以无需再去借助那些关键字分析软件来寻求最佳关键字。这种想法其实大错特错!另一个极其错误的想法就是把搜索词 (关键字) 定义的要么太狭隘或者太冷僻,几乎没有人会想到用这个词来搜索;要么就反其道而行之,将搜索词定义的太宽泛太具竞争力。对于搜索频率非常低的关键字即使再优化也只能得到寥寥无几的访问量,而如果选择的是一些极具竞争力的关键字,要想在其上百万的搜索结果页中占有一席之地,没有丰富的优化经验和较高的页面等级,那也只能望搜索结果之“洋”而兴叹了。注意不要使用单字做关键字,两到三个字长度的短语 (“关键词”) 为最佳。选取恰当关键词的平衡点在于要确保所选关键字兼具良好竞争力和合理的搜索结果数量:既要保证该关键字有相当数量的搜索频率,又要保证它不会产生上百万搜索结果页。

本文从关键字、URL、META 标签、链接流行度等几方面探讨了搜索引擎优化策略以及在进行搜索引擎优化时容易产生的几点误区,希望对普通的站点设计者们能有所帮助,更希望那些信息量大、有丰富内涵的网站能通过搜索引擎优化得到高的“定向的访问量”,从而很好地促进信息的交流,满足信息社会的发展。

编 辑: 霍瑞珍