

英文网站的搜索引擎优化及其海外宣传策略

SEO for English - language web pages and website promotion

潘 颖 (南宁广西师范学院数学与计算机科学系 530001)

摘要:文章介绍了搜索引擎基本概况及优化技术和网站海外宣传策略,包括搜索引擎定义、工作原理、网站优化的几种主要方法,海外宣传策略等等。有关搜索引擎的重要技术也在文中进行了详细介绍。

关键词:搜索引擎优化 网站推广 网络营销

1 前言

国际著名的市场调查研究公司 Forrester 的研究结果表明:超过 80% 的 Internet 用户通过搜索引擎查找网站并购买产品和服务;90% 的用户只看搜索引擎结果的第一页;50% 的网上交易是与搜索引擎结果页面的前三个网站达成的。由此可见搜索引擎在网络营销中的重要地位。目前国内很多企业及个人都建立了英文海外网站,向国外推广服务或销售产品,因此针对搜索引擎进行网站的优化及宣传推广成了很多企业及个人迫在眉睫的任务,也是其网络营销成败的关键。

搜索引擎优化(Search Engine Optimization, 简称为 SEO),是指利用工具或者其他的各种手法修改网页和重组网站结构,使自己的网站符合搜索引擎的搜索规则从而获得较好的网站排名。由于英语独特的语言特点,及美国在搜索引擎技术上的领先地位,使得英文网页优化及其网站的国际推广与国内站点有很大的不同。本文在总结作者和许多同仁长期在网站推广的经验和教训的基础上,系统介绍了搜索引擎概况、英文网页优化技术和网站推广技术等,有很强的实用价值和参考价值。

2 搜索引擎简介

2.1 搜索引擎的定义

搜索引擎,是指能在 Internet 上搜索信息并自动索引、提供查询服务的一类工具,它主要通过网络搜索机器人 Web Robots 收集 Internet 信息,对其加工处理,建成供查询用的数据库。当用户在搜索引擎的客户程序中键入关键字进行查询时,搜索引擎就会在数据库中找到包含该关键字信息的所有网址,并显示给用户。著名的搜索引擎有 Google, Yahoo, AltaVista, Infoseek, MSN Search, AOL Search, Lycos 等。

2.2 搜索引擎工作原理

搜索引擎一般是由信息采集模块、文档组织及索引模

块、检索模块三个部分组成。信息采集模块负责从 Internet 上搜集网页信息,具体做法是由网络搜索机器人(robot),也称蜘蛛程序(Spider)或爬行程序(Crawler),读取 web 页面并沿着 html 页中的超链接在 www 上遍历,自动采集信息。文档组织和索引模块将搜集来的网页和相关描述信息进行处理后,存储在索引数据库中,以备用户检索使用。处理过程主要包括文档特征提取、相关度分析、网页筛选、归类和入库。检索模块是搜索引擎和用户之间的接口,它根据用户的查询要求,访问索引数据库,根据自己的排名算法获得检索结果,并按相关度大小将结果反馈给用户。

2.3 搜索引擎排名规则

排名规则是搜索引擎判定各网站在搜索结果中排名先后的重要依据。不同的搜索引擎其排名规则也有所不同,以下介绍常见的排名规则:

(1) 网站质量和受欢迎程度。网站质量好坏是影响搜索引擎排名的重要因素。通常,网站稳定性好、内容丰富且内容经常更新,被点击次数高的网站被认为是质量好的网站,这样的网站排名越好。有些搜索引擎根据访问者停留在网站上的时间长短来衡量该网站的受欢迎程度,停留时间越长,说明网站受欢迎程度越高,则排名也越靠前。

(2) 关键字的相关性和密度。网站中的字或词组与用户在引擎中输入的关键字(含词组)越匹配,说明网站的相关程度越高,在搜索结果中排名越好。关键字在网页中的位置往往影响其相关程度,一般而言,关键字出现在网页顶部的位置时,关键字的相关程度越高,排名越好。

关键字的密度(Keyword Density)是指在同一个页面中,关键字占该页面总文字的比例。关键字的密度反映了关键字出现的频率。绝大多数搜索引擎都认为关键字的密度应该保持在一个合适的范围内。

(3) 链接广泛度(Link Popularity)。链接广泛度通常指该网站上外部链接的总数量。外部链接是指其他网站连到本网站的链接。一定数量及质量的外部链接不仅可以直

接带来访问量,对提高站点在搜索引擎的排名也有很大的作用。

(4) 网站的诚信度。搜索引擎严厉打击那些试图通过作弊来提高搜索引擎排名的网站,对于情节严重者,搜索引擎将取消其网页的排名资格,甚至将整个网站从数据库中清除。如下行为通常被视为作弊:在网页中过分地重复关键字以提高其出现频率;使用与网页内容无关的热门关键字;大量无关的外部链接等。

3 英文网站的搜索引擎优化

3.1 网站布局及网页层次

网站中往往存在很多不同的文件,可以根据文件的内容或文件类型的不同,建立相应的目录进行存放,这样做不仅方便网站的维护,而且给人以专业的感觉。最好使用关键字命名文件及目录。

网页层次的次序如下:网站首页为第一层,首页中的链接指向的网页为第二层,第二层页面中的链接指向的网页为第三层,依次类推。搜索引擎在索引网页时是按网页层次的先后次序进行的,因此最好将重要的页面放在靠前的层次。

3.2 网页内容

网站是否能吸引访问者往往由网页内容所决定,网页内容是所有搜索引擎排名时重点考虑的因素,主题突出、内容丰富的网站往往排名较好。主题突出是指网页内容以主题为中心,内容丰富是指与网页主题相关的内容要有深度。搜索引擎优化者应该将优化的主要工作放在网页内容上,内容要常更新,每月至少更新一次。

3.3 网页设计

为了方便网络搜索机器人阅读,网页设计要力求简单,网页中不要放置太多图片,最好不要使用框架结构、Flash 技术及其他复杂的样式及特效。

为了便于网站的国际推广,切记按多数国外英文用户的浏览习惯进行设计,如:链接有下划线;不要使用色彩艳丽的背景;使用通用的英文字体等。可参照国外网页的设计,但不要完全照抄,如果两个网页的相似度过高,常被搜索引擎视为抄袭。可以在 <http://www.webconfs.com/similar-page-checker.php> 中输入两个网页的地址来检查他们的相似度。

3.4 关键字的优化

在搜索引擎中检索信息大都是通过输入关键字来实现,因此关键字非常重要,是搜索引擎优化的重要内容。关键字不限于单个字,还包括词组和短语。

(1) 关键字的选择。多数人在查询时喜欢同时使用 2-3 个词进行组合查询,在选择关键字时要充分考虑这一特点。

先根据网页内容列出备用的关键字。最好使用关键字的复数形式,如选择 screensavers 做关键字要比选择 screen-saver 好,因为 screensavers 可同时包含 screensaver 及 screensavers。通过 <http://www.wordtracker.com> 提供的服务对备用关键字进行分析。分析结果列出备用关键字近两个月来被用户查询的次数,竞争网站的总数,KEI 分析值等内容。KEI 分析值越高,说明该关键字不仅热门而且竞争网站少,该关键字越值得考虑。

关键字的选择是动态的过程,选好关键字并进行网页发布后,还要注意时常查看 wordtracker 及分析 Log 文件,密切关注该关键字的效果,并根据实际情况进行必要的调整。当网页增加新内容时,最好能重新评估关键字的使用是否合理。

(2) 关键字的密度。各个网页可有不同的关键字,每个网页只优化 1-2 个关键字。大多数搜索引擎认可的密度在 1%-7% 范围。即每 100 个文字中出现 1-7 次关键字或关键词。关键字要均匀地出现在网页中,分散分布,文字要自然流畅,符合基本的语法规则,最忌讳为了提高关键字的密度,不顾及语句是否通顺,简单地将关键字重复罗列在一起。

(3) 关键字的位置。关键字通常放在网页的 <TITLE> 标签、<Meta> 标签、超链接、Boby 文本、ALT 文本、标题文字中。搜索引擎优先爬行网页前面部分的内容,因此要把优化的重点放在 <TITLE>、<Meta> 和 Boby 的第一段文本上。

(4) 关键字优化效果的测试。有不少的网站(或工具软件)可测试关键字的优化效果,方便优化者对其工作进行测评及改进。

① 关键字分析。在 <http://www.gorank.com/analyze.php> 中输入你的网站 URL 及其关键字,它将对该关键字的密度、出现位置等进行统计和分析,并生成详细的分析报告。

② 搜索引擎排名报告。在 IBP (Internet Business Promoter) 集成工具中输入你的网站 URL 及其关键字,IBP 将列出在不同搜索引擎中该关键字排名前 10 名的网站,并与你的网站进行比较,最后提供分析结果,告诉你如何改进。

Google 排名监测工具 (Free Monitor for Google) 报告网站的关键字在 Google 中的排名情况,以及同一关键词下排名前 N 位(可自己设定 N 的数值)的网站 URL。

4 网站的海外宣传策略

4.1 购买海外主页空间和域名

为了便于网站的国际推广,可选择购买美国的主页空间,最好不要使用免费的主页空间,因为免费服务器通常稳

定性较差,响应速度较慢,会影响信息搜索的效率。尽可能使用关键字做域名,这样用户在搜索相关的服务或产品时,就很有可能找到你的网站。

4.2 登录搜索引擎

登录搜索引擎是指将网站信息,如关键词、网站描述、网站名称、URL、联系人等信息,提交到搜索引擎,目的是让这些进入搜索引擎数据库。

国外有很多网站提供免费的自动登录服务,如 Addme.com、dreamsubmit.net 等,可一次性将资料提交到 10-50 个搜索引擎。对于重要的搜索引擎,最好通过人工的方式,即在各个搜索引擎提交处,逐个填写资料进行提交。这样做可以针对每个搜索引擎的特点设计最合适的资料进行提交,增加了被搜索引擎收录的可能性。

注意在一个月内最多登录搜索引擎一次,搜索引擎将频繁的登录视为作弊行为。

4.3 提高链接广泛度(Link Popularity)

(1) 交换链接。交换链接是指网站之间相互加入指向对方的链接。要进行交换链接的网站内容要相近,且不是竞争对手。这类网站可通过搜索引擎查找“自己的关键字”+“add link”得到,选择其中 Google 网页级别数(PageRank) ≥ 4 的网站进行交换链接。网页级别是 Google 对网页质量的评价,网页级别数越高,说明该网页质量越好。页面等级的介绍及相应工具的下载可查看 <http://toolbar.google.com>。

需要指出的是,最好不要使用 Link Exchanges 服务,这类交换链接服务会产生大量只含有链接而缺乏实际内容的页面,越来越多的搜索引擎将此行为视为作弊。

(2) 发表文章。文章的内容要与你的网站相关且能吸引访问者。文章写好后,在文尾加入一段文字,说明在指明出处的前提下可自由转载此文。文章首先在自己的网站上发布,然后考虑发布到其他站点。国外有很多网站免费接受文章的发布,如

<http://www.articlecity.com>

http://www.web-source.net/free_articles.htm

<http://www.ezinehub.com>

<http://www.goarticles.com>

发表文章是提高链接广泛度的好办法。这样做产生了更多富含关键字的网页,不仅可以丰富网站的内容,而且增加了搜索引擎索引的页面,加大了被用户点击的概率;同时文章中的网站地址增加了外部链接。

此外,在与网站内容相关的讨论区上发帖,将产品发布到相应的下载站点也可以提高链接广泛度。

(3) 链接广泛度的检查。大多数的搜索引擎都有查看网站链接广泛度的功能,以 Google 为例,在它的 Page-Specific Search 项的 Link 框中,输入网站的 URL,就可列出链接到该网站的所有站点信息。

另外,还可以在以下网址中输入你的网站 URL 来查看其链接广泛度及详细链接资料:

<http://www.marketleap.com/publinkpop/>

<http://www.trafficzap.com/linkpopularity.php>

4.4 使用 Affiliate

Affiliate 常译为会员,作用类似代销商,Affiliate 在他们的网站上发布你的产品或服务信息,当有用户通过他们的网站购买(或点击)你的产品或服务时,你需要付给他们佣金。这是个双赢的网络营销策略,不仅让 Affiliate 有利可图,而且有利于你的网站的宣传推广,增加访问量和收入。

要吸收 Affiliate,你必需提供 affiliate program,以便注册会员及管理与会员间的网络交易等。有很多提供 affiliate program 的网站,你可向他们付费订做自己的 affiliate program。如果你的网站用于销售共享软件,则可选择注册 RegNow.com、Esellerate.net、Shareit.com 等共享软件代理商,它们均提供 affiliate program,并有成熟的销售网络。

注意选择信誉好的 Affiliate。如果有协议规定“用户退货,你仍需支付 Affiliate 佣金”时要特别小心。因为可能有黑心的 Affiliate 冒充用户从自己网站上购买产品,然后再退货来骗取服务费。因此选择信誉好的 Affiliate 是十分重要的。可以通过查看其网站来了解网站的内容及规模;通过在 Whois.net 中输入该网站的地址来查看网站所有者的国籍、住址、域名期限、网站建站时间等信息。对于那些刚建站、规模小或域名快过期的 Affiliate,最好不使用。

4.5 使用门页(doorway page)

doorway page 也称 Bridge page 或 Entry page,通常译为桥页或门页。它是针对某一搜索引擎设计的页面,以保证能迎合该搜索引擎的一些特别算法,以便提高特定关键字在该搜索引擎中的排名。门页一般没有什么实际的内容,大多是围绕某关键字编写的小段文字材料,有一个或多个链接指向真正的主要页面。

门页的使用一直备受争议,有相当数量的搜索引擎将其视为作弊。因此出现了一种变相的作法,制作姐妹站点。姐妹站点与主站点的内容相似,针对不同的搜索引擎进行专门的优化处理,姐妹站点有独立的域名和空间,主要页面均与主站点链接。姐妹站点是主站点的有力补充,能够给主站点带来访问量和好的搜索引擎排名。如果不考虑姐妹站点的建站费用及其维护,这不失为一个好方法。

4.6 使用流量交换(traffic exchange)

流量(traffic)是指访问某个网站的 IP 数量,用来标识网站被访问的人次。流量交换的本质是共享访问流量,目的是提高参与交换的网站的访问量。国外有成熟的免费提供流量交换服务的网站,如 trafficswarm.com、trafficzap.com 等,它们一般使用 POPup(页面前置)或 POPunder(页面后置)方式弹出交换页面进行流量交换。交换页面中列出参与交换的网站的链接及其简介,让访问者选择。具体实现如下:假设网站 A、B 均为参与交换服务的网站,当访问者访问 A 站点时,服务系统弹出交换页面,如果访问者选择交换页面上 B 站点的链接,则 A 站点的访问者流入了 B 站点,同理,B 站点的访问者通过交换页面也可进入 A 站点,因而 A、B 站点的流量均得到了提高。

通常满足以下条件时,流量交换将会给网站带来较大的访问量:

(1) 网站内容要能吸引访问者。因为访问者是从提供多个网站链接的交换页面中进行选择,如果内容不能吸引访问者,将失去被访问的机会。

(2) 网站得分要高。服务商给每个参与交换的网站分配一个帐户,记录网站的得分情况(一般根据网站的贡献大小进行打分,具体挣分细则请查看服务商的介绍),并根据网站的得分高低确定该网站在交换页面上出现的次数。交换页面是访问者从此网站流向彼网站的桥梁,如果网站在交换页面上出现的次数太少,会严重影响流量交换的效果。如果不愿意花费时间和精力来挣分,可向服务商交费买分。

5 结束语

网站内容始终是搜索引擎排名时首要考虑的条件,优化者要多在网站内容上下功夫,真正提高网站的质量;此外,搜

索引优化是一个动态的过程,随着搜索引擎技术的发展和排名规则的变化,优化者要在实际工作中相应调整自己的优化策略和网站推广方法,最大限度提高网站的营销效果。

参考文献

- 1 Andy Beal. Search Engine Optimization Basics
<http://www.sitepronews.com/archives/2003/nov/26.html> 2003-11-28
- 2 Scott Buresh. Building Link Popularity Improves Search Engine Ranking
<http://www.theukwebdesigncompany.com/articles/search-engine-link-popularity.php> 2003-3-20
- 3 Robin Nobles. Choosing the right Keywords Adds up to Success for your Website. <http://www.academywebspecialists.com> 2003-8-12
- 4 Corey Rudl. 8 Keys to Making Your Affiliate Program Successful
<http://www.affiliatesdirectory.com/free-reports/corey/8-keys-to-making-your-affiliate-program-successful.shtml> 2003-9-16
- 5 Shelley Lowery. Web Page Optimization.
<http://www.moneymaking-home-business.com/webpageoptimization.htm> 2003-8-30
- 6 Paul J. Bruemmer. Top 12 Search Engine Marketing Myths.
<http://www.active-marketer.com/2002/sept/9.html> 2002-10-11