

# 基于长尾关键词的 SEO 策略<sup>①</sup>

林元国, 许振和

(莆田学院 现代教育技术中心, 莆田 351100)

**摘要:** 长尾关键词是长尾理论在搜索引擎优化上的一个延伸. 通过对长尾理论和 SEO 的研究, 结合长尾关键词的研究现状, 提出一个科学系统的基于长尾关键词的 SEO 策略. 该策略有助于快速提高网站众多长尾词的排名并提升网站流量, 适用于各个领域的电子商务网站.

**关键词:** 搜索引擎优化; 长尾关键词; 长尾理论

## Strategy of SEO Based on Long Tail Keywords

LIN Yuan-Guo, XU Zhen-He

(Modern Educational Technology Center, Putian University, Putian 351100, China)

**Abstract:** Long Tail Keywords is an extension of Search Engine Optimization from The Long Tail. Based on The Long Tail and SEO, combined with research status of Long Tail Keywords, this paper puts forward the strategy of SEO based on Long Tail Keywords, which is scientific and systematic. This strategy can quickly improve the ranking of many long tail keywords and increase site traffic. It is applicable to e-commerce website of many fields.

**Key words:** search engine optimization; long tail keywords; the long tail

## 1 SEO简述

SEO 是 Search Engine Optimization 的缩写, 即搜索引擎优化. 它是利用搜索引擎的搜索规则, 对目的网站进行优化来提高其在有关搜索引擎上的排名的一种方式. 具体表现在根据搜索引擎的抓取规律, 对网页的结构、标题、关键词、排版方式等方面进行调整优化, 同时结合改善网站内外部链接等一系列策略<sup>[1]</sup>, 使网页某一特定关键词在搜索引擎内获取一定的排名, 从而增加网站流量, 进而提高经济效益并达到宣传效应.

从网站优化的角度, SEO 可分为站内 SEO 和站外 SEO. 从关键词的热度, SEO 又可分为目标关键词优化和长尾关键词优化. 一个成功的 SEO 策略务必采用合理的 SEO 技术, 同时兼顾目标关键词优化和长尾关键词优化, 站内 SEO 与站外 SEO 并重.

## 2 长尾关键词

### 2.1 定义

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. 长尾关键词是长尾理论在关键词研究上的延伸<sup>[2]</sup>. 其目的是最大限度地优化非热门关键词以达到网站流量最大化.

### 2.2 特征

长尾关键词具备以下几个明显特征:

- 1) 往往由几个词组成, 一般都比较长.
- 2) 流量较小, 但数量非常多.
- 3) 占有全网站流量的较大比例.
- 4) 竞争度较小, 容易做 SEO 排名.
- 5) 获得流量的页面通常是栏目页、内容页、文章页等.

6) 带来的访客转化为网站产品客户的概率比目标关键词高很多.

这些特征也是它的优点, 因此长尾关键词策略非常适合众多行业特别是中小企业的网站优化.

### 2.3 研究现状

目前国内外对长尾理论的理论研究和应用探索<sup>[3-6]</sup>

<sup>①</sup> 基金项目:莆田科技计划(2012G06)

收稿时间:2013-06-26;收到修改稿时间:2013-08-26

越来越多. 而作为长尾理论的一个延伸, 目前长尾关键词的理论研究还是处于一个模糊的层面, 对长尾关键词的应用研究也比较少, 有关专家学者对长尾词如何优化大都处于探讨阶段. 本文将结合目前国内外对长尾关键词现有的研究成果<sup>[7-12]</sup>, 提出一种比较系统的基于长尾关键词的 SEO 策略.

### 3 长尾关键词 SEO 策略

一个完整的基于长尾关键词策略的 SEO 流程如图 1 所示. 主要包括关键词分析挖掘、关键词选取部署、站内优化以及站外优化等. 需要注意的是, SEO 工作是个循序渐进的过程, 即使达到或超过预期目标, 也要结合自身发展条件和市场需求继续做好站内外优化.

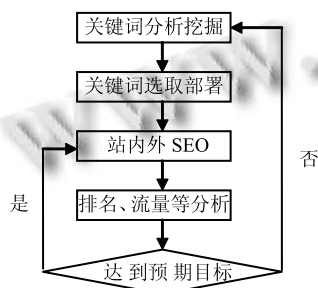


图 1 基于长尾关键词策略的 SEO 流程

#### 3.1 长尾关键词的挖掘

在网站定位之后, 就可以分析目标关键词. 然后根据目标关键词扩展出大量的长尾关键词. 长尾关键词的挖掘要花费大量时间和精力, 同时也需要掌握以下一些技巧方法.

##### 3.1.1 拓展法<sup>[13]</sup>

1) 职业拓展法: 比如招聘, 可拓展为会计师招聘、厨师招聘、维修电工招聘.

2) 性别拓展法: 比如润肤水, 可以拓展为男性润肤水, 女性润肤水.

3) 地域拓展法: 比如酒店, 可拓展为上海酒店, 南昌酒店, 厦门酒店.

4) 季节拓展法: 比如减肥, 可拓展为春季减肥, 夏季减肥, 冬天减肥.

5) 特点、功能拓展法: 例如: 行李箱, 魔术箱.

6) 时间拓展法: 例如: 2012 年新产品, 2013 年新产品.

7) 询问式拓展法: 例如: N97 手机多少钱, 哪里买 N97 手机, N97 手机如何.

8) 款式、型号拓展法: 例如: 七分裤, 五分裤, 三分裤.

9) 材料、质地拓展法: 例如: 棉衣, 毛衣.

10) 颜色拓展法: 例如: 黑色苹果手机, 白色苹果手机.

11) 尺寸拓展法: 例如: 休闲鞋 38 码, 休闲鞋 39 码.

12) 对比拓展法: 比如: 当会计好还是当出纳好?

13) 应用领域拓展法: 比如服务项目, 可以拓展为旅游服务项目, 医疗服务项目, 教育服务项目, 娱乐服务项目.

14) 销售模式拓展法: 例如: 饮水机批发, 饮水机直销, 饮水机团购.

15) 企业性质拓展法: 例如: 运动鞋加工厂, 运动鞋外资企业, 运动鞋私营企业.

#### 3.1.2 搜索引擎相关工具

常用的有百度指数工具和 Google Adwords 关键词工具. 这种方法最高效, 可以直接获取大量的有一定流量的关键词. 另外可以利用搜索引擎的搜索框和相关搜索, 也是获得长尾关键词的一种便捷手段.

#### 3.1.3 统计器工具

流行的统计器工具有 cnzz、51la、Google Analytics、百度统计等. 利用这些工具可以整理出效能好的长尾关键词.

#### 3.1.4 同行网站

有些同行网站往往有较多可用的长尾词, 可以借鉴分析并加以利用.

#### 3.1.5 其它方法

除了以上这些方法, 也可以采用一些关键词辅助工具挖掘出大量长尾词, 还可以采用问卷调查等方式获取潜在的长尾关键词.

### 3.2 长尾关键词的选取

长尾关键词的选择至关重要, 正确地选择长尾关键词是整个 SEO 成功的一半, 因此务必在这方面花足够的时间和精力. 选择关键词最好的标准就是同时满足搜索次数多与竞争程度小的要求.

#### 3.2.1 分析

根据关键词搜索量, 搜索结果数, 竞价个数和数量, 竞争对手网站规模、建站时间、PR 值、收录情况、外链资源等因素, 可分析出关键词竞争程度, 再按照关键词效能<sup>[14]</sup>从高到低依次罗列出长尾关键词及其对应的竞争程度和搜索数量.

### 3.2.2 选择

长尾关键词的选择要符合关键词相关性和实事求是的要求,先排除那些跟目标关键词不相关的长尾词;然后依照文本聚类算法<sup>[15]</sup>,把那些有词语二义性的长尾词挑出并标明“慎用”。最后根据自身条件(SEO 团队能力等),放弃那些竞争程度过大和关键词效能较低的长尾词。

### 3.3 站内优化

站内优化主要包括关键词部署和网站内容更新。其中关键词部署又包含关键词布局和内链建设。关键词部署要符合关键词发展规范的要求。根据页面权重分配原理,把关键词效能高的长尾词放在首页;把关键词效能较高的长尾词放在频道页和专题页面;最后把关键词效能较低的长尾词放在内容页。

关键词布局主要指网页 title, keywords, description, url, 图片 alt, H1 和 H2 标签,页面首尾和中间部分合理出现相关的长尾词。页面关键词密度控制在 2-8%之间。

内链建设是长尾关键词优化的重中之重,一方面有利于蜘蛛爬起和客户体验,另一方面有助于网站权重的传递。内链优化做好了,全站所有页面权重都可以得到有效的提升。长尾关键词内链建设如图 2 所示。

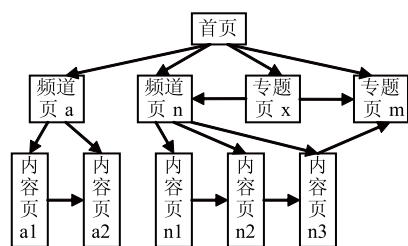


图 2 长尾关键词内链建设

1) 首页: 根据分词原理, 首页 title 最好出现比较热门的长尾关键词。出站链接越少越好。并在合适的地方出现频道页和专题页面的关键词链接。

2) 频道页(栏目页): 出现该频道页下的重点优化的内容页关键词链接。频道页不宜导出该频道页下所有内容页的关键词链接, 否则会降低频道页和重点内容页面的权重。

3) 内容页: 可导出同频道页下的其它内容页或相关专题页面的关键词链接。

4) 专题页面: 可导出其它专题页面关键词或主题相关的频道页关键词链接。

### 3.4 站外优化

基于长尾词策略的站外 SEO 跟基于目标关键词的站外 SEO 方法及侧重点都有所不同, 特别要控制好优化工作的进度, 同时必须有一个更宏观系统的优化策略。

1) 提升首页权重。除了做好网站内链工作, 另一个有效的方法就是给首页挂一些高质量和高权重的外链资源(如主题相关的高 pr 外链等)。链接锚文本最好以目标关键词为主, 长尾关键词为辅。

2) 对于频道页、专题页以及重要内容页的长尾词优化, 重点采用博客和论坛, 也可以利用书签、分类信息目录、问答平台等外链资源。

① 高权重的博客如 Wordpress、Blogger、新浪博客、环球博客、和讯博客、阿里巴巴博客、天涯博客对搜索引擎比较友好。博客带来的外链资源比较稳定, 而且一篇好的文章可以被大量转载, 因此博客是站外 SEO 的一个常用资源。每篇文章在重点的地方(通常是开头结尾部分)适当地插入 3-5 个长尾关键词链接。

② 现在国内外的论坛网站数不胜数, 在发布评论时务必选择跟关键词主题相关且高 PR 的论坛, 否则自己网站很容易被搜索引擎惩罚。另外要控制发布数量和进度。不要操之过急。论坛类的外链资源容易掉链, 应该慎用。

③ 著名的国内外分类信息网有 Craigslist、Gumtree、赶集网、58 同城、百姓网等。

④ 常见的问答平台有 Yahoo Answers、Wondir、百度知道、搜搜问问、天涯问答等。

⑤ 知名的分类目录有 dmoz、zeal、chinasearch 以及各大搜索引擎分类目录。

## 4 长尾关键词 SEO 策略的应用

长尾关键词具有竞争度小、数量庞大以及转化率较高等优点, 已经在越来越多领域的电子商务网站上得到广泛应用。比如在教育领域, 各种专业的冷门课程以及大量非热销的书籍名称, 都可以作为长尾关键词部署在教育系统网站, 以满足学生和教师网络学习的个性化需求。又比如在旅游领域, 各个国家地区的数量庞大的非著名旅游景点名称, 可作为旅游网众多内容页面的长尾词加以宣传, 一方面满足旅游爱好者的个性化需求, 另一方面也大大提高旅游行业的创收。

大中小企业网站都可以采用长尾关键词 SEO 策略。以大型企业网站为例, 其站内 SEO 策略如图 3 所示。首

先, 根据不同类型的页面实施相应的长尾词布局, 比如, 产品页宜用材料、尺寸、颜色、功能、型号等类型的长尾关键词; 其次, 结合企业和市场情况建立起系统的站内关键词链接, 其中, 要主推的长尾词应放在权重较大的页面(如首页、频道页或专题页等), 这样有利于相应关键词排名更容易上去; 最后, 定期更新网站内容(如企业公告、行业新闻、企业新产品信息等)。

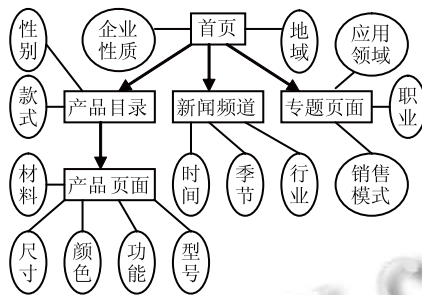


图 3 大型企业网站站内 SEO 策略

大型企业网站的站外 SEO 策略如表 1 所示。首先, 给首页关键词挂一些高质量的外链资源(如高 pr 的明链和高权重的博客), 这有利于全站关键词排名的快速提升。另外, 有条件也可以给频道页关键词挂一些高质量的外链和博客。最后, 频道页、专题页和内容页的站外 SEO 宜结合多种外链资源, 如博客、论坛、社会书签、分类信息目录、问答平台、社交网站等。

表 1 大型企业网站站外 SEO 策略

	明链	博客	论坛	其它
首页	√	√		
频道页	√	√	√	√
专题页		√	√	√
内容页		√	√	√

大型企业网站优化务必慎重, 一方面, 网站框架或内容更新频率不宜过高。另一方面, 站外优化进度不能太快。只有循序渐进地开展 SEO 工作, 网站关键词排名才能稳步上升并长期保持。

## 5 结语

基于长尾关键词的 SEO 策略是一个动态的过程,

要随时根据市场需求和长尾关键词排名的变化, 对优化工作有所调整。本文对长尾关键词策略的研究是建立在搜索引擎的搜索规则以及国内外专家的部分研究成果的基础上, 具备一定的创新性和科学性。但对于该策略可行性的论证, 还没有给出论证方法或案例。这也是该科研项目接下来要做的事情。

## 参考文献

- 1 陈经优. SEO 技术在电子商务网站中的应用. 软件导刊, 2012, 11(8): 166-167.
- 2 <http://baike.baidu.com/view/1138930.htm>
- 3 [http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Long\\_Tail](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Long_Tail)
- 4 吴青劫, 洪涛, 马骏. 长尾理论综述. 周口师范学院学报, 2010, 27(1): 124-129.
- 5 刘晨晨, 徐一新. 长尾理论视角下基于 DCA 的网络自助出版推荐系统. 计算机系统应用, 2011, 20(7): 26-30.
- 6 姜力. 长尾理论与中小企业发展策略的构建. 经济研究导刊, 2009, (11): 30-31.
- 7 李万辉, 林瑞明. 基于 SEO 的网站 IA 策略研究. 图书馆学研究, 2010, (10): 44-49.
- 8 <http://searchenginewatch.com/article/2255280/The-Resurgence-of-Long-Tail-Keywords-in-SEO>.
- 9 <http://www.highvisibility.com/blog/seo-success-with-long-tail-keywords>.
- 10 付真真, 陆伟. 基于关键词的搜索引擎优化策略及效果分析. 现代图书情报技术, 2009, (6): 61-65.
- 11 <http://alistapart.com/article/accessibilityseo>.
- 12 范彦忠. SEO 技术研究. 计算机应用与软件, 2010, 27(1): 160-164.
- 13 <http://bbs.moonseo.net/thread-96-1-1.htm>.
- 14 唐卫东, 刘存后. 基于关键词效能的搜索引擎优化策略分析. 现代情报, 2011, 31(10): 36-41.
- 15 袁津生, 程超然. 基于文本聚类搜索引擎的查询扩展算法. 计算机工程与应用, 2012, 48(3): 129-132.