

网站优化指南

目录

产品部分	1
一 . 产品分组	1
二 . 产品分组描述	2
三 . 产品分组关键词	3
四 . 产品标题	4
五 . 产品关键词	4
六 . 产品简要描述	6
七 . 产品详情描述	8
页面部分	9
一 . Title	11
二 . Meta Description	12
三 . Meta Keyword	12
网站更新	13
网站引流	16
社交平台	16
广告	16
网站数据分析	17
一 . 收录量检查	17
二 . 搜索引擎抓取网站数据的时间	18
三 . 来访流量数据检查	19
四 . 使用 google search console 监测网站数据	20

产品部分

一. 产品分组

产品分组位于网站首页的主导航处,非常醒目,能快速引导用户查找到所需产品。对于小蜜蜂营销平台的网站而言,也是整个网站内容内部权重仅次于首页的页面。所以在设置产品分组类目的时候需非常注意,既要能带给浏览的用户好的搜索体验,也能利于搜索引擎抓取,从而增加被用户搜索到的机会。

设置分组名称时需要注意的以下问题

1. 分组逻辑统一,平行的分组之间不能具有包含关系,只能是具有同样标准的不同类目。比如我们销售的产品是 bag,然后将分组设置成

A.Women's bag

B.Men's bag

C.Kid's bag

D.Canvas bag

其中前面 3 个是按照使用的人群来分的,最后一个是按照包的材质来分的,最后一个分组标准和前三个不一样,在同一个级别的分组来说不是特别恰当,需要遵循一个统一的分组逻辑和标准。可以全部按照使用人群的不同来分或者全部按照材质来分。

2. 分组名称需要是符合用户搜索习惯的。

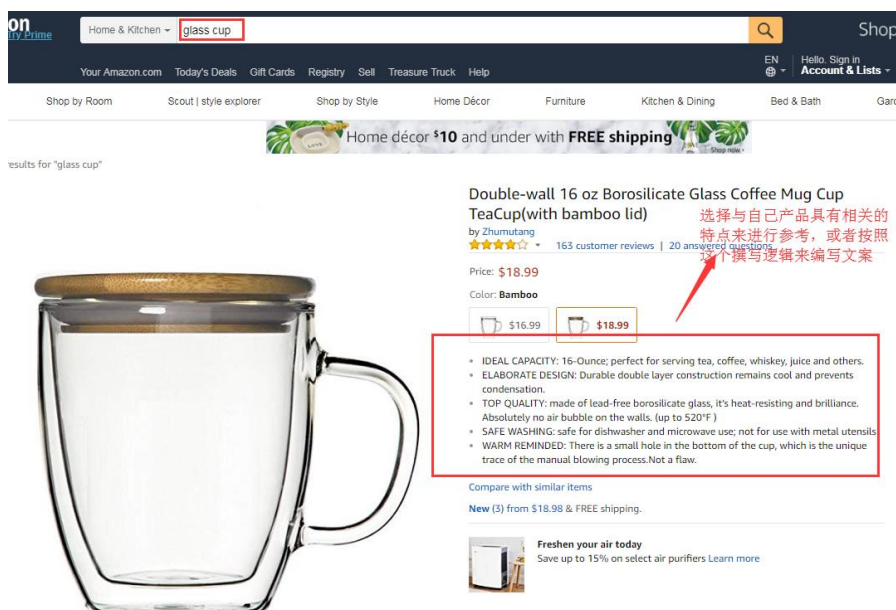
3. 对于贸易型企业来说，需要推广的产品相对来说比较多，所以可以按照产品类型来分组；对于工厂型企业来说，需要推广的产品种类相对较少，所以设置分组时可以根据材质，型号，功能，款式，应用范围，目标市场，设计理念等具体的维度来进行分组。

二 . 产品分组描述

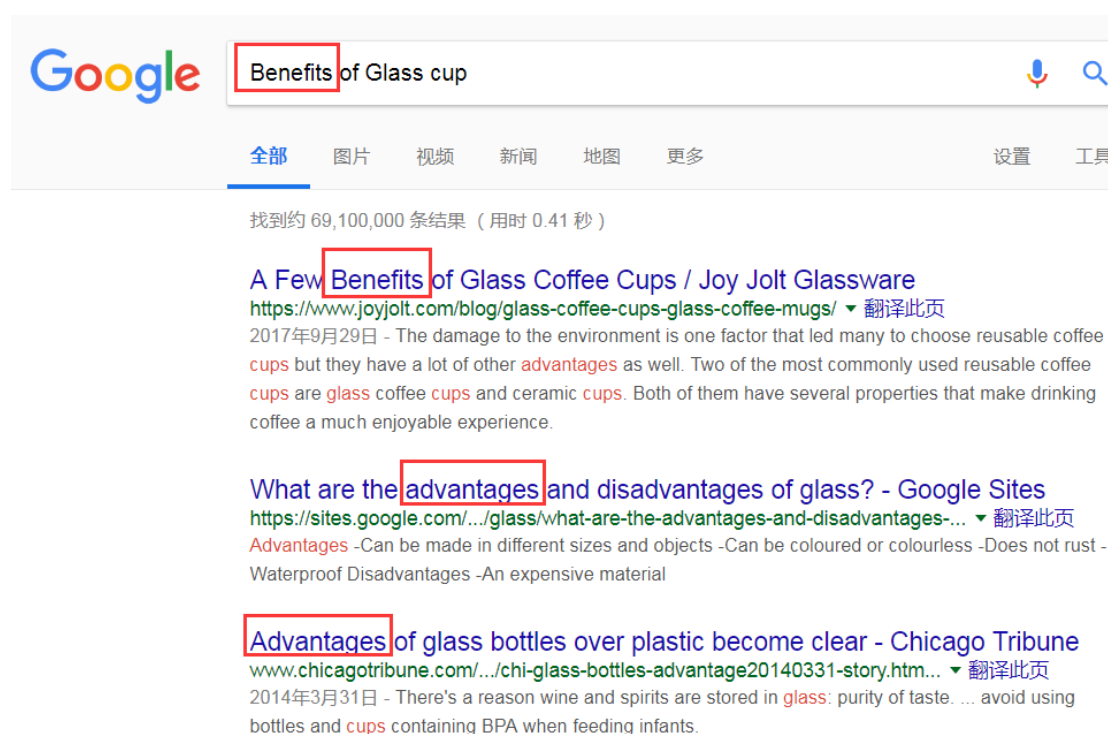
每个产品分组都需要撰写一段描述文案，来体现产品的排他性优势，增加该分组页面的相关性，提升该页面被客户搜索到的机会。分组的权重在整个网站内部仅次于首页，所以分组相关的关键词和文案必须要填写。（撰写思路可参考亚马逊等网站）

产品分组描述设置需注意的点：

1. 针对这一类的产品描述其优势，核心特征
2. 文案围绕产品分组名称来撰写，需要具有极强的相关性。
3. 可进入亚马逊等平台搜索产品关键词，参考相关描述信息



或者使用 benefits of “产品关键词” 去谷歌搜索相关文案，对搜索到的文案与自己的产品实际特质匹配，对文案做一些修改，切记不要加入其它产品的品牌名称，编辑完成之后填入网站后台。



三 . 产品分组关键词

分组关键词设置逻辑与产品关键词设置逻辑相同，但是在设置的时候需注意，分组的关键词是针对整个分组来进行的，所以设置的词比具体产品关键词范围稍微再大一些，没有具体产品关键词设置的时候精细，但是同时也要注意不能设置成全行业都会设置的在谷歌有好几亿搜索结果的词，需稍加修饰。

→产品关键词设置要点如下：<https://bbs.tradew.com/post-detail/24420.htm>

四 . 产品标题

发布产品的时候首先需要设置产品的标题, 在设置的时候既要符合客户的阅读搜索习惯, 也需要符合搜索引擎自然排名的规则。所以有很多地方是需要注意的。

首先, 产品标题设置建议如此设置:

品牌名+核心产品关键词+型号+颜色+尺寸+材质或成分

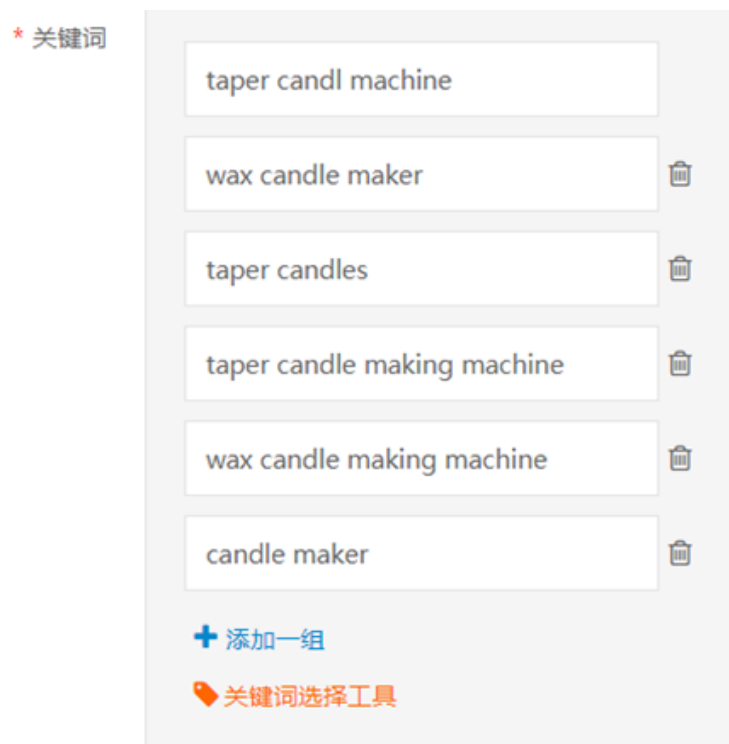
1. 产品标题 8-15 个单词左右
2. 标题尽量包含多个关键词, 符合用户搜索习惯的关键词
3. 适度使用当下流行的热词, 前提是要与产品有关联的, 不能为了蹭热度加入毫无关系的词
4. 标题中尽量使用数字而不是单词
5. 标题中间不要使用复杂的符号
6. 多使用形容词来描述产品的特点
7. 重要关键词写在标题的前面部分

五 . 产品关键词

对于没有投放广告的网站来说, 关键词是未知的潜在客户和我们网站页面之间的重要桥梁, 自然搜索的流量主要来源于客户关键词的搜索, 所以在设置关键词的时候要注意设置成符合用户搜索习惯的词。同时避免设置成搜索量极大的词或者

几乎没有搜索量的词，在设置的时候需要通过工具去权衡，筛选，最终设置最合适的一组词。

后台每个产品都可以设置 5 个关键词，一定要填满，方便系统做优化。每设置一个关键词，系统都会在关键词后面添加一个国家的名称，总共 260 个国家。如果少设置一个关键词，意味着可能失去 260 次被客户搜索到的机会。



以下是设置关键词时需要注意的一些点，首先要确定自己的主核心关键词，然后再通过添加修饰语或者关键词产品本身其他的特性来扩展成长尾词，扩展的维度可以从产品的材质，颜色，尺寸，功能，核心优势，应用领域，商业模式等等（其他维度可以根据自己的产品实际进行扩充），可先使用表格把所有维度都列出来，然后与核心关键词进行组合，作为单独的组合上传至网站后台，但是设置的时候

注意选择其中的几个维度与核心关键词组合成新的词，不能包含所有的维度，那样的词太长，没有搜索量。

核心关键词	glass cup					
材质	颜色	尺寸	功能	卖点	应用领域	其他
borosilicate	clear	200ml	heat-resistant	custom	wine	exquisite

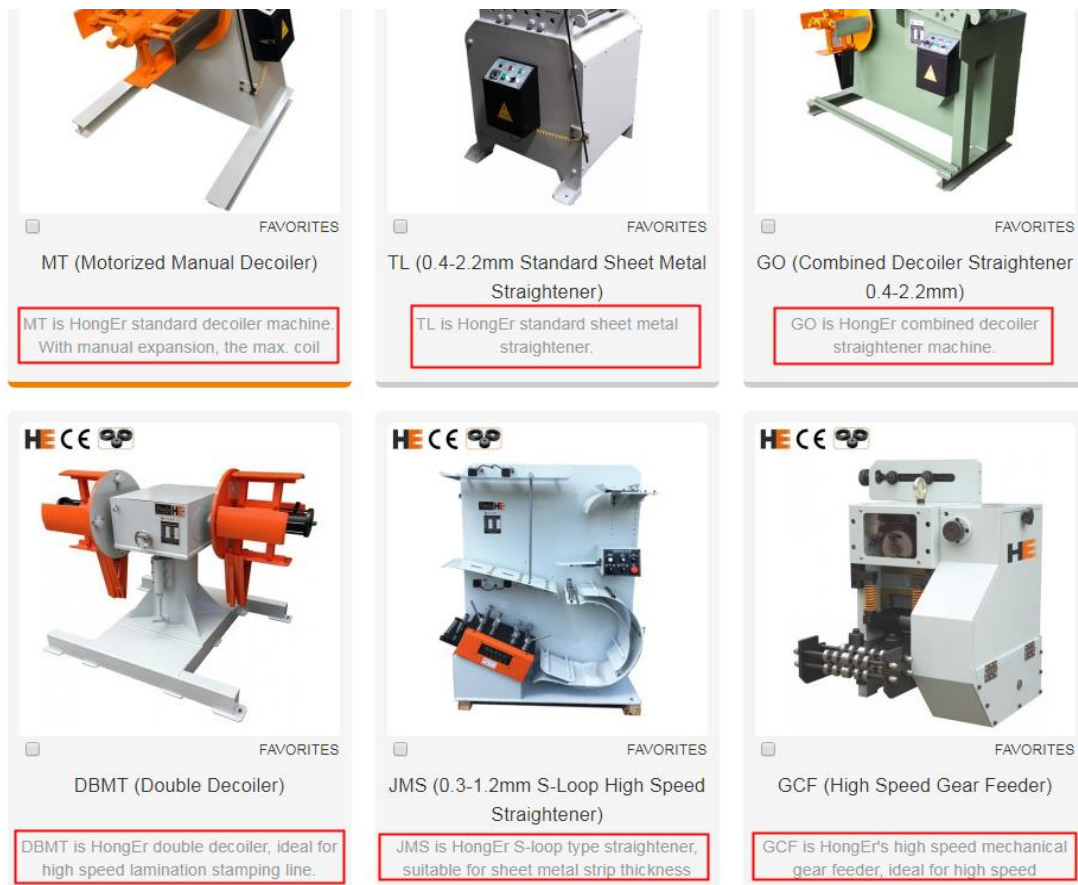
关键词参考查询工具：

1. GoogleAdword (<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>)
2. Keyword Tracker (<http://freekeywords.wordtracker.com/>)
3. Keyword Discovery (<http://www.keyworddiscovery.com/search.html>)
4. Wordze (<http://www.wordze.com/>) 。
5. SEOBookKeywordTool。(<http://tools.seobook.com/keyword-tools/seobook/>)
6. SEO Digger (<http://seodigger.com/>) (主要用它来查排名的)
7. Keyword Spy (<http://www.keywordspy.com/>)
8. Spyfu (<http://www.spyfu.com/>) (这个能查到竞争对手哪些关键词排在前面)
9. Nichebot (<http://www.nichebot.com/>)

六．产品简要描述

每发布一个产品，系统都会让我们去设置一小段 127 个字符以内的文案描述，这段描述会显示在产品列表里面的每个产品下面（这段文案可以增加页面的相关

性)。



应该如何来描写这段文案呢？

因为这里不用于产品详情描述（详情描述里面没有字符限制，我们可以非常详细地描述产品的各种客观规格，参数，特性等等），简要描述字符有限，需要用简练又概括的文案来形容这个产品的特点，或者是产品的排他性优势，或者是独有的服务，也可以是一段使用这个产品带给用户的主观性感受之类的文案。

→比如下面是针对“wax melting machine”的简要描述，可以把格式设置成：

wax melting machine's advantages 或者 features of wax melting machine

* 简要描述

Wax Melting Machine
1. Consists of three layers
2. Use electric heating tube
3. Temperature control

→下面是一个 Essential Oils 的简要描述，格式：先描述了产品的特点，后面罗列了可以提供的服务。

* 简要描述

Best Essential Oils For Sleep will help you sleep like a baby. Intertek registered. Accept small QTY order and Oem service.

最多 127 字符, 当前已输入 125 字符.

七 . 产品详情描述

在发布产品详情描述之前我们先明确非常重要的一个点：不同的产品页面详情描述不要重复。如果许多个产品页面里出现同样一段话或者同样一个版块，建议把这个相同的部分做成一个。自定义页面放在首页合适的导航下面。重复的页面不会被搜索引擎收录，过高的重复率会导致网站在搜索引擎的权重降低。

下面开始是发产品详情需要关注的点，首先确定好需要介绍产品的哪几个维度的特点。建议从以下几个维度来描述：

1. 产品基本参数（一般是客观数据）
2. 应用范围

建议图文结合，如果有视频或者图片来展示应用场景，加上文字说明最好。

3. 产品细节图

4. 产品优势

优势特点文案需要好好编辑，除了朴实无华的数据参数，这里还应该使用一些结合产品特点、能引起客户共鸣的描述。如果可以，加入例如设计理念、情怀、无可替代的工艺之类的文案。

5. 工作原理

6. 产品的物理结构分析

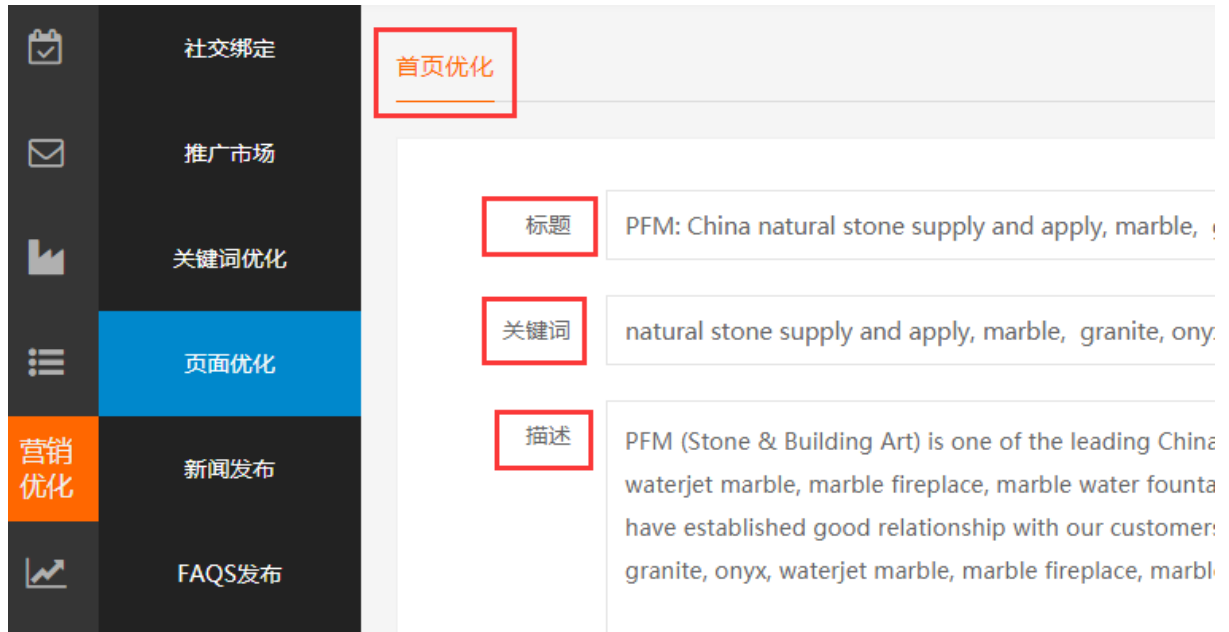
7. 和其他产品的对比等等

注意：编辑的文案需要逻辑严谨，提高客户的阅读体验，同时文案要紧密围绕产品标题展开。必须具有极强的相关性，一个页面的文案至少要在 200 个单词以上，适当加入产品关键词。

页面部分

对于整个网站来说，每个页面都有需要优化文案的一部分，下图是优化文案区域





标题、关键词、描述，这三者分别对应网页源代码里面的 Title, Meta Keyword, Meta Description。

```

1
2
3 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http
4 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" >
5 <head>
6
7 <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=Edge"><meta http-equiv
8 <title>China Pain relief patch, capsicum plaster,tiger plaster, corn
9 Deitang Pharmaceutical Co.,Ltd</title>
10 <meta name="keywords" content="Pain relief patch, capsicum plaster,t
11 <meta name="description" content="Anhui Province Dejitang Pharmaceut
12 Menstrual relief patch, Detox foot patch manufacturers and suppliers,
13 plaster,tiger plaster, corn plaster,fever cooling patch, Menstrual r

```

在谷歌的搜索结果里面，标题和描述分别对应以下位置

[China Pain relief patch, capsicum plaster,tiger plaster, corn plaster ...](#)

www.haobloc.com/ ▼ [翻译此页](#)

Anhui Province Dejitang Pharmaceutical Co.,Ltd is one of the leading China Pain relief patch, capsicum plaster,tiger plaster, corn plaster,fever cooling patch, ...

[Product Images, Pictures of Pain relief patch, capsicum plaster,tiger ...](#)

www.haobloc.com/photo/ ▼ [翻译此页](#)

Product Images, Pictures of Pain relief patch, capsicum plaster,tiger plaster, corn plaster,fever cooling patch, Menstrual relief patch, Detox foot patch, Anti-cough ...

[Links - Anhui Province Dejitang Pharmaceutical Co.,Ltd](#)

www.haobloc.com/links.htm ▼ [翻译此页](#)

Surgical Headlight, Surgical Light, and Dental Loupes -- SNELL INDUSTRIAL CO.,LTD is one of the professional manufacturers in Surgical Headlight.

建议大家认真填写 title, meta keyword, meta description, 这对于 SEO 非常重要。

一 . Title

Title 告诉用户和搜索引擎一个特定的网页的主题是什么。建议为网站的每一个页面创建唯一的页面 title，页面的 title 会出现在搜索结果的第一行。title 里的文字如果出现在用户的搜索查询词中的话，文字会以其他的颜色粗体展示出来，这有助于用户识别这个页面是否和他们的搜索相关，网站首页的 title 可以列出公司品牌，主营产品和主要关注的领域或者提供的服务。一般我们建议选择可以有效传达网页内容主题 title，每一个页面最好有独一无二的 title，这可以帮助搜索引擎将它和其他网页区别开来。在撰写 title 的时候尽量使用简短的、具有描述性的 title。短的 title 同样可以包含丰富的信息，如果 title 太长，搜索结果里只会显示部分内容。不要添加冗长并且没有多大用处的 title，在 title 里不要堆砌不相关的关键词。

二 . Meta Description

网页的 meta description 为 google 和其他搜索引擎提供了关于这个网页的总括性描述。网页的 title 一般是由一些单词和短语组成的，但是网页的 meta description 一般是由一两个语句或者段落组成的。谷歌网站站长工具提供了内容分析功能，对太短、太长或者过分重复的 meta description 做出提醒。meta description 非常重要，因为搜索引擎可能会使用 meta description 来生成网页的摘要。之所以说可能，是因为谷歌有时候也会使用网页的一段可视文本来作为摘要，如果这段文本很好地匹配了用户查询的内容。如果网页摘要里的某个词语恰好出现在用户的查询里，这个词会被 highlight 出来。这可以帮助用户判断此网页的内容是否符合它要找的内容。我们应该要撰写既有丰富内容又可以激发用户浏览兴趣的 meta description，它应该要与网页实际内容相符，不要写过于宽泛的内容，不要堆砌关键词，为每一个页面创建各不相同的 meta description。

三 . Meta Keyword

Meta keyword 不会直接展示在谷歌的搜索结果里面，但是如果用户查询的内容与页面的 meta keyword 有吻合的地方，该页面可能会出现在搜索结果里面。

需要为每一个页面提供一个独一无二的并且简洁的标题，标题应该包含这个页面最重要的关键词。（大于 10 个字符小于 75 字符）

每个页面的描述需要紧密围绕着产品标题来撰写，可以体现公司提供的产品或者

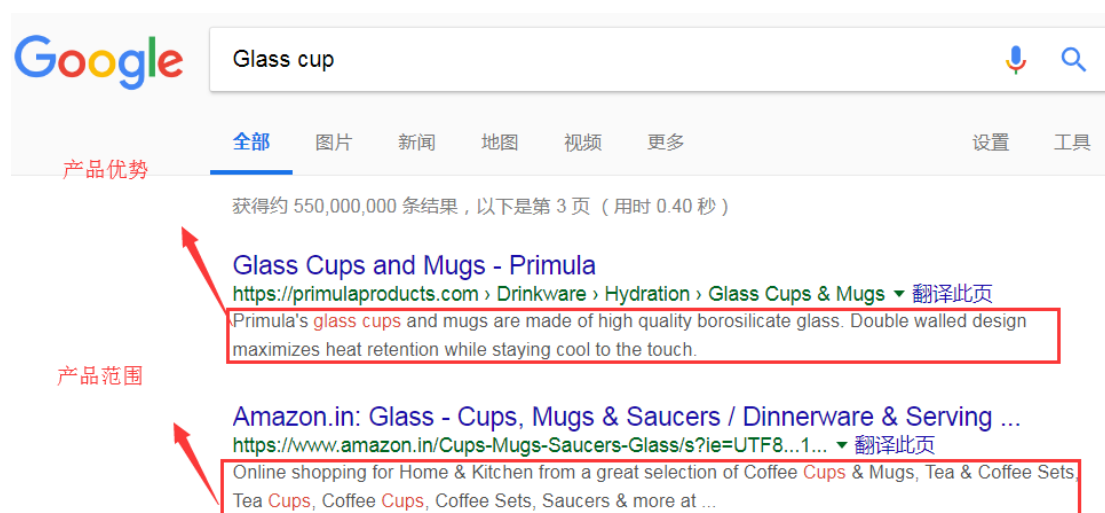
服务范围，或者产品标题所描述产品的核心优势。

Title 600/600 Pixels

Write Title Tags that Describes the Content and Encourages Clicks

Meta Description 320/320 Characters

Use meta descriptions to describe your page content. Google uses relevant meta descriptions to create the snippet that describes your page in SERP listings.



网站更新

搜索引擎喜欢活跃度高的网站，所以为了吸引搜索引擎的程序过来网站抓取数据，必须保证网站一直有更新，日常过程中可以定期发产品，新闻，FAQ。

新闻与 FAQ 素材寻找方法：<https://bbs.tradew.com/post-detail/24203.htm>

发布新闻、FAQ 需注意的点：

1. 在设置标题的时候，需要把围绕的主要关键词放在最前面，这样利于 SEO。

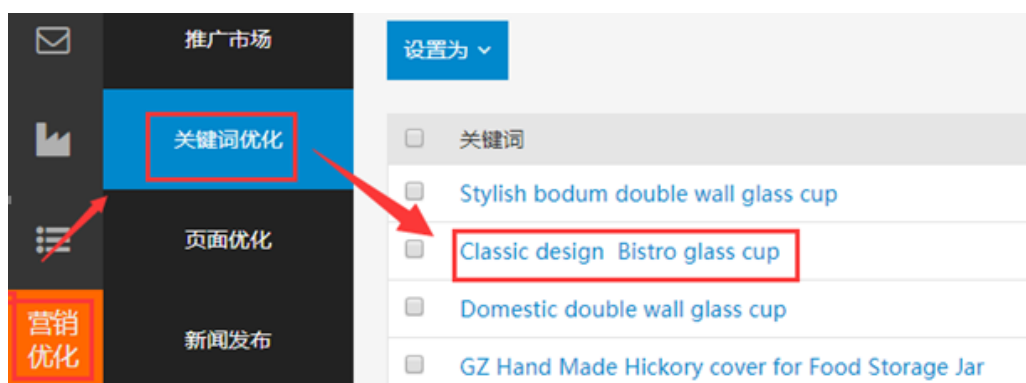


2. 文案内部有涉及到产品关键词的部分，可以添加链接至对应的页面。



比如这篇文章里面有提到“wine glasses”，那么我们应该链接对应到所有包含 Wine glasses 的页面。

我们进入后台如下所示：



网站引流

除了网站自身通过 SEO 获取自然搜索的流量之外，还可以人为地引入外部流量，目前最主要的两个方式如下

社交平台

可以通过在 facebook, linkedin, twitter, google+, instagram, pinterest, youtube 等平台建立公司主页，并且通过发布带有网站链接的相关文案来为网站引入流量。社交平台操作方法见：小蜜蜂云建站-帮助中心-文档下载，请下载 PPT 学习操作。

广告

谷歌广告和 Facebook 广告投放

操作方法：关注微信公众号“小蜜蜂智能营销”-点击线上培训-点击个人中心-优惠券-输入优惠码-点击专栏-购买专栏-抵扣优惠券-观看视频

如需新的优惠码请点击在线客服索取

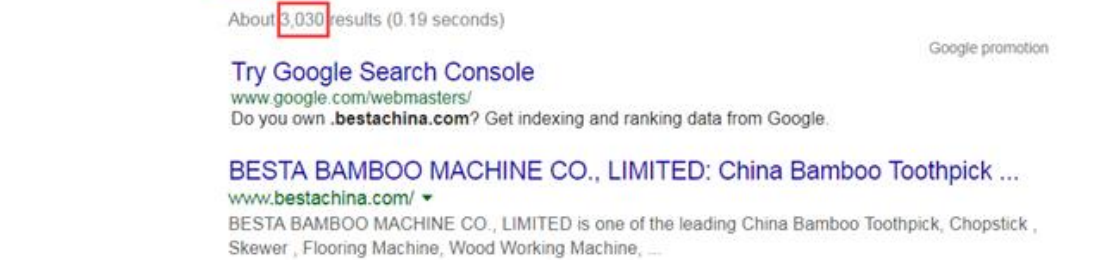
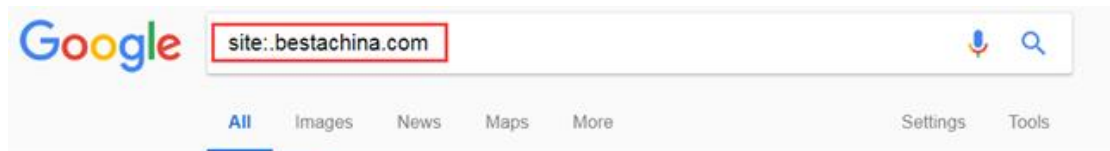
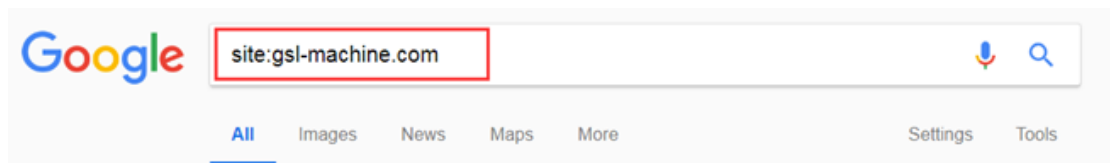
网站数据分析

网站建设完成, 内容按照以上要求优化以后, 需要检测绑定域名上线之后的流量, 建议从以下几个维度来监测。

一 . 收录量检查

网站在谷歌的收录量代表着被谷歌抓取的网站的页面数量, 页面首先要被谷歌数据库收录, 用户才能在搜索的时候出现我们网站的结果页面。收录的页面越多, 被用户能找到的机会就越大, 所以我们需要时时关注页面的收录量, 查询收录量的方法如下图所示:

查询格式: `site:域名`

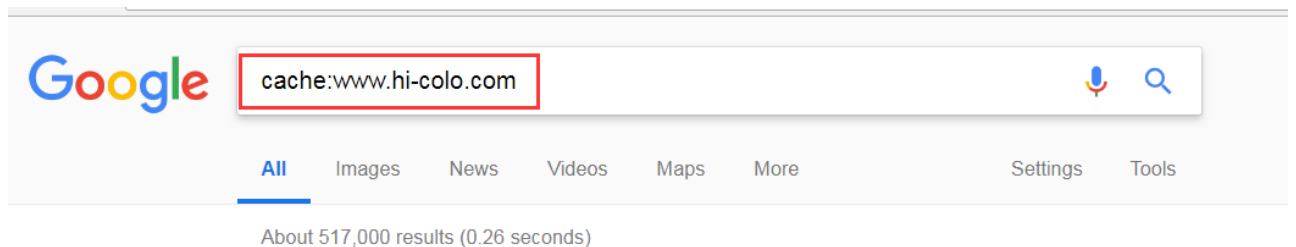


日常操作应该以提高网站收录量为奋斗目标

二 . 搜索引擎抓取网站数据的时间

搜索引擎偏爱网站活跃度高的网站，因为搜索引擎会定期来网站上抓取数据，活跃度高的网站，更加能吸引搜索引擎的程序过来页面上抓取数据。

搜索格式：cache:www.xxx.com



如下图所示，可以看到搜索引擎的程序最新一次来网站上抓取数据的时间



如果抓取数据的时间离现在过于遥远，说明网站很久没有更新了，需要多加更新来吸引搜索引擎过来抓取数据

三. 来访流量数据检查

流量较差

来访日期	来访IP (次)	来访PV (次)
2018-09-05	7	21
2018-09-04	5	5
2018-09-03	1	1
2018-09-02	2	2
2018-09-01	4	6
2018-08-31	3	3
2018-08-30	9	14
2018-08-29	8	22
2018-08-28	2	2
2018-08-27	2	15
2018-08-26	4	4
2018-08-25	1	1
2018-08-24	2	2

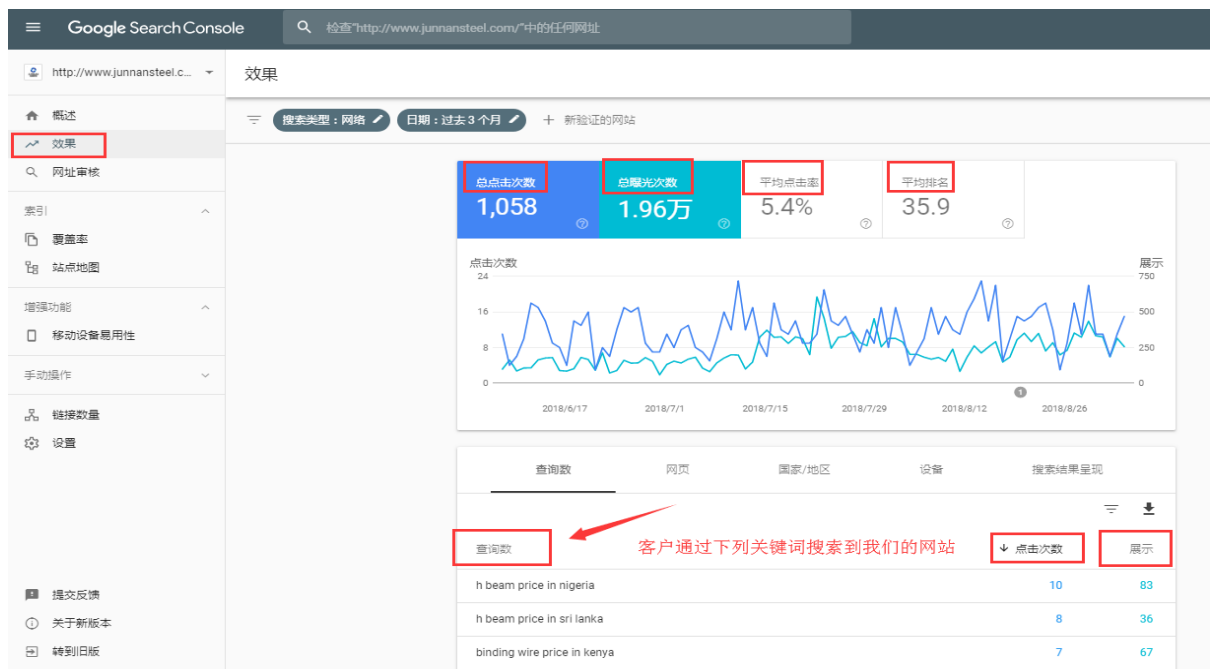
流量较好

来访日期	来访IP (次)	来访PV (次)
2018-09-05	207	433
2018-09-04	202	450
2018-09-03	161	379
2018-09-02	163	296
2018-09-01	154	331
2018-08-31	172	321
2018-08-30	194	326
2018-08-29	167	308
2018-08-28	214	387
2018-08-27	233	563
2018-08-26	102	213
2018-08-25	146	445
2018-08-24	155	338
2018-08-23	182	428

如果网站流量像图一一样不佳，请检查网站每个部分是否按照优化要求操作，并对照要求改进

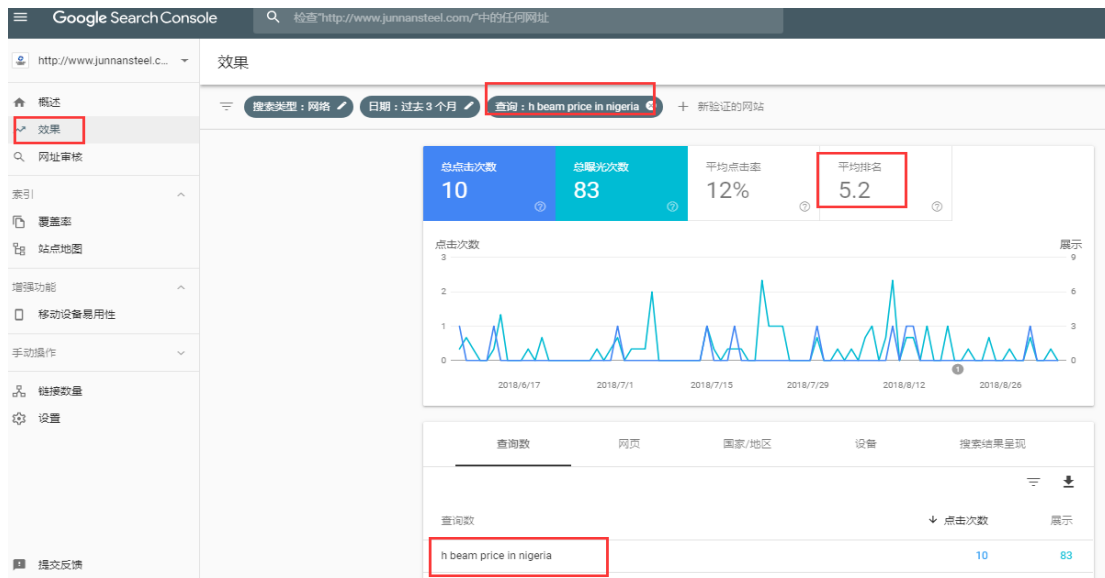
四 . 使用 google search console 监测网站数据

安装该工具的方法：<https://bbs.tradew.com/post-detail/24422.htm>



通过该工具能监测到整个网站在固定时间段内被点击的次数，被展示的次数，点击率以及页面的平均排名。（纵向比较不同时间段内上述指标的数量变化，参考此期间对网站做的优化操作，分析规律，在后续优化操作中加大正向操作，规避负向的操作。）

通过罗列出的客户最常搜索到我们的关键词，来调整网站关键词设置，提高页面被客户找到的机会。



网页	点击次数	展示
http://www.junnansteel.com/Nigeria-no158/steel+H-beam+price+list.htm	65	556
http://www.junnansteel.com/	52	185
http://www.junnansteel.com/Trinidad-and-Tobago-no221/H+beam+Steel+price.htm	40	460
http://www.junnansteel.com/Sri-Lanka-no205/H+beam+Steel+price.htm	27	133
http://www.junnansteel.com/Kenya-no113/low+carbon+steel+wire.htm	18	135
http://www.junnansteel.com/Saudi-Arabia-no190/12.7mm+1860mpa+7+wire+pc+strand+factory+price.htm	14	109
http://www.junnansteel.com/Sri-Lanka-no205/steel+sheet+pile+EN+%26+JIS+standards.htm	11	104
http://www.junnansteel.com/Myanmar-no148/rebar+steel.htm	11	64
http://www.junnansteel.com/Sri-Lanka-no205/18+gauge+gi+binding+wire.htm	10	85
http://www.junnansteel.com/Mauritius-no137/corrugated+roofing.htm	10	41

通过研究展示次数高以及被点击次数高的网站页面，分析这个页面的逻辑，在后续发布新页面的时候遵循该页面的逻辑，以便创造更多展示次数以及点击次数高的页面。

页面逻辑参考维度：页面的标题，描述，关键词以及页面的具体文案内容，以及如果页面是产品详情页面，可参照这个产品页面对应的产品关键词。