

什么是 **seo**?

网站上有很多竞争定义进行搜索引擎优化，但实质上，**SEO** 是优化网站的做法，因此在使用搜索引擎搜索相关关键字时，用户可以有机地找到它。

我们的意思是什么？

嗯，当用户在谷歌这样的搜索引擎上搜索某些东西时，填充页面的结果可以广告列表（付费）或免费列表（有机）。

输入搜索短语或查询后，您看到的页面称为搜索引擎结果页面或 **SERP**。这是查询“最佳跑步鞋”的 **SERP** 的示例。

顶部列表是广告，如左上角的“广告”签名所示。这意味着该公司支付他们的列表，以显示在 **SERP** 上的此特定查询。然而，另外两个列表是有机的。将这两个列表中的唯一唯一一件事在结果页面上是它们的优化内容。

这就是 **SEO** 的意义所在，也是它如此重要的原因:你可以为你的网站带来流量，并获得转化，而不必直接为流量付费。虽然 **SEO** 不是免费的(你仍然需要付钱给人来优化你的网站)，但不像付费搜索那样直接为流量付费。

那么，您如何优化您的网站，以便您可以降落谷歌之一的页面？

SEO 不再是包含尽可能多的链接，而是为你的目标受众建立最佳的内容体验。换句话说，**SEO** 就是让你的网站成为用户输入搜索引擎的问题的最佳答案。

这是一个很大的枢轴远离 **SEO** 已经很久了，而部分是使我们的方法独特的一部分。我们认为 **SEO** 成功来自在在线经验的每一步，而不是将用户提供丰富和相关内容，而不是从偏斜页面内容到游戏算法。

从本质上讲，下一代 **SEO** 基本上满足于内容营销，而且，坚实的内容营销创造了良好的 **SEO**。

那么搜索引擎从何而来呢？

谷歌的排名的因素

在早期，谷歌的搜索引擎纯粹根据搜索词在页面上出现的次数和到该页面的链接数量来显示页面。

从那时起，谷歌开发了一种大规模的网络爬行基础架构和精细调整的搜索算法，可以向查询返回更直观的匹配。关键字匹配和链接尚未完全抛出，并且关键词研究仍然是 **SEO** 的重要成分，但现在通过对其他 **HTML** 元素，同义词匹配，**UI** 布局，内容类型等来补充它们。

事实上,谷歌搜索算法由数百个排名因子组成,可根据搜索结果不断转移和更新。谷歌操作的规模和复杂性现在如此大量的估计每年对 Google 的搜索算法进行 500 到 600 个更改。

这种巨大扩展范围是追求返回最有价值的信息,以解决每个用户的意图。事实上,这种关注用户的关注是推动谷歌以提供一系列超越搜索的服务,例如 Gmail, 谷歌地图, 谷歌驱动器, YouTube 等等: 随着每个服务, 谷歌可以更准确地回答用户的问题。

但正如你要学习, 追逐算法取得领先不是最可持续的搜索引擎优化方法。

他们的算法的内部工作不是谷歌已经改变的全部工作。搜索引擎结果页面或“SERP”适用于算法。截至目前甚至新手互联网用户现在来看, 谷歌始终努力将最相关的结果放在搜索结果的顶部, 但他们的现代化 Serp 更多地做得更多。

相关性和因此放置现在也通过谷歌查找查询关键字的上下文来确定, 甚至在 inline 或右侧提供专门的内容框或排名查询结果的匹配项。

您可能已经注意到人们也要询问，图像结果，视频列表和答案框/精选片段直接显示在结果页面上。这些 **SERP** 功能是为提供最终用户提供更积极的搜索体验 - 这正是谷歌的主要目标。搜索引擎希望以最直观的方式为其搜索者提供最相关的信息。

到目前为止，我们已经发现了超过 **1200** 个这样的 **SERP** 特性，所以毫不夸张地说，搜索引擎优化是一个不断变化的行业。

谷歌是搜索引擎优化中最重要的搜索引擎，因为它拥有巨大的市场份额。毕竟，这是大多数人搜索的地方。(它实际上是世界上最大的搜索引擎，其次是 **YouTube**。)其他搜索引擎如 **Bing** 也可以成为有机搜索的一部分，但关注谷歌是最具战略意义的路径。

简化的 **SEO** 方法

在 **SeoClarity**，我们有一个建立的框架来建立一个坚实的 **SEO** 策略，允许您为最终用户提供积极的搜索体验。因为它不仅仅是谷歌的目标来提供积极的经验 - 它也应该是你的！

这就是为什么我们喜欢将 **SEO** 视为搜索经验优化。

当您为搜索者提供有用的东西时，他们会更频繁地单击您的网站，并更长的时间内留在您的网站上。谷歌将意识到您的网站是其用户的良好资源，并将为您的网站列出 **SERP** 的良好排名。当最终用户快乐时，每个人都赢了。

那么，我们的方法是什么？它遵循一个简单的缩写：**URA**。

U 可爱，**R** 升高，和一个权威是创建搜索体验优化的框架。

可用性

创建积极的最终用户体验的第一步是确保人员（和谷歌）可以正确访问和导航网站。具有声音结构基础为内容用户奠定了基础。

爬行和索引

创建网站时，您的目标之一是为其驱动流量，以便您可以获得导线和转换。但是，如果它不在谷歌的索引中，没有人能够在 **SERP** 上找到您的网站。

这就是爬行和索引的想法进入了图片。爬行是谷歌将其 **Web** 爬虫公司发送到 **Web** 上的 **Web** 爬虫，以读取页面并收集有关它们的信息。**Googlebot** 使用内部链接(通常以蓝色显示的超链接文本;它们在同一网站上从一个页面链接到另一个页面)，以便在网站上从一个页面链接到另一个页面。当 **Googlebot** 收集这些信息时，它会将这些页面添加到它的索引中:a 巨大的它从网络收集的信息数据库。

因此，为了出现在 **SERP** 上，您需要让您的网站爬行和索引;并且为了让您的网站爬行和索引，您需要拥有一个全功能的网站。这就是为什么可用性是我们框架的第一步。

如果你在页面上看到了结果，恭喜你!您的内容已被索引。如果没有，可能是因为谷歌的爬虫程序还没有到达您的页面，或者您的 **it** 团队已经到达了 **robots . txt** 在您的网站上设置已阻止该站点被索引。

txt 可以阻止爬虫浏览你网站上的某些页面。你会问，为什么有人想要阻止他们的页面出现在谷歌的索引中?嗯，某些页面(比如带有个人信息或特定登录页面的页面)没有理由出现在 **SERP** 上，因此 **robots.txt** 文件限制 **Googlebot** 访问这些页面。这也节省了爬虫预算，因为爬虫只会在任何给定的站点上花费这么多时间。

但是，如果 **SERP** 中没有任何页面，请与您的技术团队联系，看看是否有任何参数是阻止 **GoogleBot**。

页速

当您的网站能够在 **SERP** 上看到时，您将更接近用户点击您的网站。但即使用户看到您的列表并决定单击它，即使它不会留在页面上，如果它没有快速加载。

你自己可能遇到过这个：你到了一个网页，它不加载，所以你立即离开网站（或弹跳），然后单击 **SERP** 上的另一个清单。这完全说得通；用户想要一个积极的搜索体验，而缓慢的加载时间不是其中的一部分。

要使用户留在您的网站上，旨在在两秒钟或更短的时间内加载您的网页。更快，更好。

如果你使用的是企业 **SEO** 平台，那就应该有一个页面速度分数或者报告您可以参考，以了解加载时间缺少哪些页面。

热心提示:如果你还没有投资 **SEO** 平台，但有兴趣了解更多，我们列出了一些最好的搜索引擎优化平台在市场上。

网站架构

网站可用性的另一个至关重要的方面是网站的布局，它有助于获得积极的用户体验。在 **SEO** 中，网站架构被称为网站分类学。

您的网站应该对此有一个直观的性质，因此请确保您的重要页面只有几下面远离您的主页。您提供了此优惠信息，因此不要让它网站的深处丢失！

不仅是一个适当的网站分类系统帮助用户找到您的内容，它也有利于 **GoogleBot**，这是遵循您网站的互连才能进入下一页。不要使 **GoogleBot** 的生活更加困难：确保它可以轻松导航到您最重要的页面。

请注意，理想的地点分类物将因行业而异。例如，电子商务网站最有可能与博客不同地设置。您运营的网站将在用户期望网站看起来像是有很大的差异。

网站地图

SiteMap 是一个文件，该文件容纳有关网站页面的所有信息，其文件等。**GoogleBot** 使用此站点地图查看页面之间的连接，并确定哪些页面是基于 **SITEMAP** 如何设置的最重要的页面。

没有保证这是您的网站地图所在的位置，但这是一个良好的开始。如果您在查看不同 **URL** 的“文档树”，您将知道您是否找到了网站地图文件。

如果以 **"/sitemap.xml"** 结尾的 **URL** 不起作用，那么尝试将 **URL** 调整为 **"/sitemap"** 或 **"/sitemap_index.xml"**。

原因是一些网站的站点地图隐藏在不同的区域。

因为他们是如此重要，有些 **SEO** 履带工具可以为您生成站点地图。

我们的履带，清晰度审计，是一个能够这个的。

https.

您可能已经注意到，有些网站的 url 以 HTTP 开头，而有些网站则以 HTTPS 开头。这代表 **Hyper.Text.TransferP** 但重要的是年代 **ecure**。

即使搜索者并不知道两个版本之间的差异在 URL 中，**Web** 浏览器如 **Google Chrome** 现在，如果网站是安全的，请告诉用户。

安全页面的地址栏的最左边会出现一个挂锁图标，向用户显示该网站是安全的。这对终端用户体验 至关重要——用户可能会出于对他们的信息和数据的安全担忧而选择不安全的页面。

如果页面不安全，**Google Chrome** 也可能闪现一个全页提醒，该警报警告页面不安全。这是许多搜索者的大红旗，这导致它们从页面反弹回 **SERP**。

概括

可用性包括从结构化 **HTML** 元素以增强用户搜索相关性，到确保页面能够被抓取、快速加载和具有直观的层次结构等所有内容。一定要清除任何潜伏的 **404** 错误或索引不匹配，因为这表明对细节的关注，并防止站点体验的中断。你如何将其付诸行动？

优化您的用户体验和网站性能。重新评估网站的外观和行为。导航很容易吗？它看起来是合法的还是值得信赖的？找到页面粘附的用户吗？该网站是否会迅速加载并正常工作？如果对这些问题中的任何一个的答案是“不，”仍有工作要做。这个角度是我们所说的技术 **SEO**。