

<<搜索引擎营销>>

图书基本信息

书名：<<搜索引擎营销>>

13位ISBN编号：9787121040085

10位ISBN编号：7121040085

出版时间：2007-5

出版时间：电子工业

作者：莫兰

页数：526

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<搜索引擎营销>>

内容概要

“对投身于搜索引擎营销的网站经理人来说，这是一本非常全面和容易读懂的指南，它对搜索引擎的成功提供了实用的建议。

”——Piers Dickinson 全球互联网营销经理，英国石油公司 “这本书纵论了在进行搜索营销活动中所要经历的每个步骤，从零开始，手把手地教搜索营销人员怎样成功实施搜索营销计划——定义搜索营销计划的范围和成本，规划策略性步骤，组建团队，写建议书，得到主管认同，管理搜索营销计划的过程，评估搜索营销计划的成果。

你一定要认真阅读它，还可以从中得到乐趣。

”——Cynthia Donlevy 互联网营销和战略，思科公司 用最新的知识介绍了搜索的基础：搜索引擎进化的过程，搜索引擎的工作原理，搜索者思考的方法以及网站访客在寻找信息时的思路。

引导你一步步建立一个有效的营销计划：预计商业价值，向各位主管推销建议书，建立团队，选择策略，实施标准评测，以及最重要的执行。

利用作者非常卓越的经验，系统地提到你会遇到的所有问题，从加强对搜索友好的内容标准到雇佣搜索营销顾问。

本书适用于营销、网站、IT专业人士、产品经理等目标读者。

作者简介

Mike Moran，是IBM杰出的（Distinguished）工程师，有20年搜索技术经验，并在IBM的研究部门、Lotus和其他软件部门工作过。他领导的产品团队在1989年开发了首个商业上基于语言学的搜索引擎，并被授予了搜索和检索技术的4项专利。他领导过ibm.com最早的搜索营销战略和ibm.com网站搜索技术的整合。

<<搜索引擎营销>>

书籍目录

第1部分 搜索营销基础第1章 为什么搜索引擎营销既重要又困难?1.1 网络搜索基础 1.1.1 搜索结果
的种类 1.1.2 搜索者去哪里1.2 搜索和营销组合 1.2.1 潜在顾客使用搜索 1.2.2 搜索引擎营
销的成本效率高 1.2.3 搜索引擎营销大有可为1.3 成功搜索面临的挑战 1.3.1 多个专业团队
1.3.2 多个产品站点 1.3.3 多重受众 1.3.4 多个国家 1.3.5 多种技术1.4 概要第2章 搜索
引擎是怎样工作的2.1 匹配搜索请求 2.1.1 分析搜索请求 2.1.2 发现词的变体和校正拼写 2.1.3
选择与搜索请求匹配的结果 2.1.4 选择付费放置的匹配结果2.2 为匹配的网页排序 2.2.1 为自
然搜索结果排序2.2.2 付费放置匹配结果的排序 2.3 显示搜索结果2.4 为自然搜索索引库找寻网页
2.4.1 顺着链接前进2.4.2 记住链接2.4.3 跟上变化2.4.4 其他方法2.5 分析内容2.5.1 转换不同
类型的文件 2.5.2 确定哪些词是重要的 2.5.3 深入研究Meta标签2.5.4 从网页推断信息2.5.5
搜索引擎的盲点2.6 建立自然搜索索引库 2.7 搜索引擎的相互关系 2.8 概要第3章 如何开展搜
索营销3.1 自然搜索 3.1.1 代价如何3.1.2 收益和挑战3.1.3 高质量的访问者 3.1.4 如何开
始3.2 目录列表 3.2.1 代价如何 3.2.2 收益和挑战 3.2.3 怎样开始3.3 付费放置 3.3.1 代价
如何 3.3.2 收益和挑战3.3.3 怎样开始3.4 概要第4章 搜索者是如何进行搜索的第2部分 制定搜
索营销计划第5章 确定网站的目标第6章 评估网站的成功第7章 评估搜索营销的成功第8章 定义
搜索营销策略第9章 推销搜索营销策划第3部分 实施搜索营销计划第10章 使站点被收录第11章
选择目标关键词第12章 优化内容第13章 吸引链接到你的站点第14章 优化付费搜索方案第15章
使搜索营销可操作第16章 下一步是什么?
术语表

媒体关注与评论

对本书的评论 “就搜索引擎营销而言，使站点被收录是最基本也是最大的挑战之一。本书给这个复杂课题面临的挑战和机会，提供了详尽而全面的指南。

我一开始读第10章‘使站点被收录’，就舍不得把书放下了。

这是一本满是精彩参考案例的书，内容详尽，你一定会为了搜索优化多次阅读。

从付费搜索引擎到付费放置的广告，在第14章‘优化你的付费搜索方案’中，涵盖了关于付费搜索需要知道的一切。

关于搜索引擎营销，我还没见过到比这本更有用的书。

从制定预算到竞标策略到优化，Mike和Bill带领你一步步地创建成功的付费搜索活动。

无论你刚开始付费搜索，或者已经是一个行家里手，你都能从中受益。

”——David Cook 搜索营销经理，Buy.com “这本书没有‘灵丹妙药’，不能把你的网站推举到每个搜索引擎的最高位置。

然而它所提供的是最全面、最成熟并且最先进的‘治疗方法’，涉及搜索引擎营销的方方面面，从计划到实施到评估。

如果你涉及搜索营销技术实践中的任何经济活动，你的书架上应该有这本书。

”——Dr. Andrei Broder IBM杰出的工程师和CTO，IBM搜索及文本分析研究所 “Mike

Moran和Bill Hunt在企业搜索营销上给大家送来了一本杰作。

这本书不仅内容引人，更重视阅读效果。

它引导营销人员步步深入，从搜索营销为什么重要这样的基本原理，到更加有挑战性的向主管推荐搜索营销建议书，直到实施搜索营销计划。

当前所有其他的搜索引擎优化书籍都不够正规，因为它们孤立地看待搜索引擎营销而与其他组织需求脱节。

而本书却介绍如何将搜索营销融入到整体的营销组合，以此提升活动对顾客的价值和业务投入的回报率。

这本书充满了其他搜索营销组织的例子，其实施方法都紧紧围绕搜索业务问题，而且都经过深思熟虑，能够将搜索营销活动引向成功。

”——Jeff Watts 搜索及社区经理，National Instruments “《搜索引擎营销》是关于搜索营销活动实施方法的终极资源。

它对很多课题提供了可实际操作的指导，包括怎样在组织内部得到财务支持，怎样使网页在排名上领先。

不仅如此，这本书解释了转化的评估指标并设计了成功的步骤。

对大型组织内想要使网站有所改进的每个人，有了这本书就有了‘万能钥匙’。

对每个SEO和SEM的专业人士，这本书都是必读的。

Bill Hunt和Mike Moran用来组织本书的逻辑是独一无二的，充满了睿智。

Bill和Mike都是关于搜索营销主题非常专业的公开演讲人。

我以前参加过几十个搜索营销大会，并且我可以坦白地说：我对此书所留下的印象和在听他们的演讲时留下的一样深刻。

”——Barry Schwartz CEO, RustyBrick, Inc. “Bill和Mike的书给尝试搜索引擎营销战略的公司提供了很有深度的资源。

不光是SEO的窍门，本书列出了如何去成功开发搜索战略、决定将什么工作外包、将什么工作留在公司内部完成，以及如何精确地写出计划书并‘卖’给主管。

如果你的公司不知道怎样进入搜索市场——或者如果你在修改在线营销策略——读这本书吧。

”——Heather Lloyd-Martin 《成功的搜索引擎写作》一书的作者 “如果你对怎样在企业内部实施领先的搜索营销感兴趣，那么读这本书吧。

搜索营销现在这么热门，作者提供了实用的建议和方法，极为深谋远虑，堪称无价之宝。

”——Rob Key CEO, Converseon, Inc. 译者序 搜索引擎营销，顾名思义，是利用搜索

<<搜索引擎营销>>

引擎进行市场营销活动。

目前，全球互联网用户已达到了近10亿人，其中一半以上的人都使用过或是经常使用搜索引擎来查询信息。

利用搜索引擎将如此数量巨大的潜在用户群尽可能多地吸引到自己的网站上，这对于习惯了利用平面、电视等传统媒体的营销人员来说，既是一个诱人的机遇，也是巨大的挑战。

而这本书为想在挑战中获得胜利的搜索引擎营销人员提供了全面而务实的操作指南。

不仅告诉你如何针对自然搜索引擎和付费搜索引擎来策划营销活动，一步步地指导你针对搜索引擎进行网站结构和内容的优化，教给你许多开展搜索营销活动的窍门和技巧，甚至还包括了怎样说服老板和公司的其他团队来支持你的营销活动计划，怎样巧妙利用公司内部的不同部门分工来寻找突破点，远交近攻，纵横捭阖。

这本书不仅仅适合于从事搜索引擎营销的人。

如果你是专业的搜索营销咨询公司，这本书也介绍了几乎全套的做法和许多有用的工具（很多都是免费的哦！

），帮助你建立自己的业务流程和工作方法。

即使网站不以盈利为目的，甚至是个人网站，只要你希望更多的搜索者能发现你的网站，提高你网站的知名度和流量，那么都能从本书中获益匪浅。

编辑推荐

在《搜索引擎营销》中，ibm.com网站的架构师Mike Moran以及全球领先的SEO咨询公司总裁Bill Hunt讲述了他们的最佳实践经验，一步一步实施的技术，以及用最少成本得到最大产出的实践窍门，十分难得。

你将学会如何：应对大型网站遇到的独一无二的优化和营销挑战，创建整合有SEO/SEM最优方法的网站标准，将搜索营销整合进入公司的战略和战术目标里，对网站上的每个网页进行自动检测和报告，充分利用主要搜索引擎、专业搜索引擎以及本地搜索，确保付费搜索的付出能够得到理想的回报，评估网站——跨越多个系统和技术得到大范围的成功。

无论你是营销、网站、IT专业人士、产品经理还是内容专员，这本书会帮助你定义自己的SEO/SEM目标，制订最佳的活动路线，并完满实施完成它。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>