

精通搜索分析



[精通搜索分析_下载链接1](#)

著者:Brent Charters

出版者:机械工业出版社华章分社

出版时间:2012-11-21

装帧:平装

isbn:9787111396819

《精通搜索分析》是一本关于搜索分析的综合性著作，致力于分析和优化站内搜索、移动设备和社会化媒体。本书将营销实践和搜索引擎优化（SEO）理论相结合，针对如何利用SEO、SEM以及站内搜索等改善搜索策略，提供了全面而深刻的指导。

第1~2章简单介绍了搜索分析的概念、搜索分析的数据来源以及SEM和SEO的ROI的详细信息；第3~5章从SEO和付费搜索的跟踪和优化、关键词跟踪以及两者之间的协调方面，深入浅出地探究了搜索流量的方式，如何跟踪关键词，以及建立相应的SEO和SEM计划以提高关键词的排名，探讨整合SEO和SEM的运作，根据所得到的数据协调资源，提升SEO和SEM的效果；第6章介绍了站内搜索分析方面的知识，展示了如何抓住站内搜索的价值，以及改进站内搜索的方法；第7章将SEO/付费搜索和站内搜索三者科学地关联在一起，提供了通过用户数据来提升客户体验的思路；第8章阐述了如何使用技术手段跟踪和监控竞争对手的活动；第9章探究了引起数据产生动荡和峰值以及如何跟踪对排名和位置产生外在影响的因素；第10~11章介绍了移动设备和社会化媒体等新兴领域的搜索分析知识；第12~14章从来自搜索引擎的数据、基于网页的SEO审查以及报告和仪表盘等方面介绍了网络爬虫以及如何整合数据方面的相关知识；第15章介绍了如何自定义监测工具并授权他人使用。

作者介绍:

Brent

Chaters，资深搜索分析技术专家，曾是惠普公司全球搜索团队的一员，基于坚实的数据基础编写搜索引擎优化程序，服务于不断提升效果的需求。他帮助编写和配置了惠普公司在加拿大第一批的部分搜索引擎广告和搜索引擎优化程序。现SapientNitro分析和搜索实践的高层领导者，为许多“财富500强”的企业优化他们的搜索和分析程序。

目录: 前言 1

本书读者对象 2

本书的写作目标 4

本书结构 5

排版约定 6

代码示例的使用 7

联系我们 7

致谢 8

第1章 搜索分析简介 9

搜索数据与点击流数据有什么区别 10

你为谁优化 11

其他人在监测什么 13

公司最想衡量什么指标 15

企业面临什么样的挑战 16

商业目标 16

应该使用什么监测工具 17

关于宏观指标、微观指标、价值指标和行动指标的解释 20

呈现搜索分析——你的受众是谁 22

设定期望值 23

确定要追踪的内容 24

小结 28

第2章 建立投资回报率评估体系 29

ROI通用公式 30

仅关注ROI带来的问题 35

解读数据并研究立项 36

付费搜索和ROI 48

SEO和ROI 57

获取站内搜索ROI 63

线下销售的追踪 67

小结 68

第3章 SEO和付费搜索流量的追踪与优化 69

- 用户追踪和搜索流量细分 69
 - 网站路径追踪 76
 - 着陆页优化 78
 - 衡量参与度 88
 - 流量产生不尽相同 89
 - 流量与转化数量的对比 91
 - 搜索引擎带来的流量：搜索引擎产生的流量不尽相同 93
 - 季节性差异和流量 94
 - 点击率有价值吗 97
 - 基于定位获取流量 97
 - 追踪国际化搜索及语言 101
 - 为SEO和付费搜索进行转化率优化 102
 - 小结 103
- 第4章 关键词追踪——SEO和付费搜索 104
 - SEO关键词追踪 106
 - 付费搜索关键词追踪 115
 - 关键词的季节性变化 124
 - 小结 125
- 第5章 整合SEO和付费搜索 126
 - 监控付费搜索的点击率并把结果应用于SEO 127
 - A/B测试和多变量测试——把付费搜索着陆页的亮点应用于SEO 128
 - 付费搜索标题和描述的测试 128
 - 用SEO或付费搜索改进不足之处 129
 - 同时运行SEO和付费搜索 130
 - 什么时候 $1 + 1 = 3$ ，什么时候 $1 + 1 \neq 3$ 132
 - 小结 132
- 第6章 站内搜索分析 133
 - 站内搜索作为导航 134
 - 建立站内搜索KPI 135
 - 站内搜索的价值是什么 142
 - 站内搜索的转化率优化 143
 - 追踪趋势 146
 - 站内搜索的季节性 147
 - 小结 148
- 第7章 整合SEO/付费搜索和站内搜索 149
 - 从站内搜索获取SEO/付费搜索关键词 150
 - 将站内搜索模式应用到SEO/付费搜索中 152
 - 站内搜索——捕捉和应用二次搜索关键词 153
 - 首先在站内搜索里测试付费搜索着陆页 155
 - 用SEO/付费搜索关键词优化站内搜索 156
 - 检测站内搜索和SEO优化的效果 156
 - 小结 157
- 第8章 竞争对手研究与追踪 158
 - 追踪搜索份额 159
 - 追踪竞争对手 165
 - 捕捉竞争对手的关键词 167
 - 用户行为的价值 169
 - 追踪竞争对手的品牌关键词 170
 - 通过指标追踪竞争对手营销活动的有效性 172
 - 品牌征服 173
 - 小结 174
- 第9章 追踪线下趋势 175
 - 分析：解释数据的波动及峰值 175
 - 审查总体趋势 177

- 衡量站外链接的多样性 178
- 追踪交换链接 185
- 追踪链接的多样性 186
- 追踪域名排名和页面排名 188
- 追踪线下推广活动 189
- 追踪社会化媒体 191
- 追踪搜索结果页面变化，提高点击次数 192
- 小结 194
- 第10章 追踪移动搜索 195
 - 台式机用户和移动用户的搜索方式一样吗 196
 - 对移动搜索用户来说，地理位置有多重要呢 199
 - 移动用户回访的频率高还是低 203
 - 追踪移动设备的付费搜索 207
 - 设备种类重要吗 208
 - 移动用户的转化是不是比台式机用户好 209
 - 小结 212
- 第11章 社会化媒体和搜索 213
 - 社会化媒体的影响力 214
 - 社会化个性化 214
 - 监测Facebook 215
 - 监测Twitter 218
 - 监测+1 219
 - 小结 220
- 第12章 网站管理员工具——来自搜索引擎的一手数据 222
 - 基础知识 222
 - Google网站管理员工具 223
 - Bing网站管理员工具 234
 - 对比Bing和Google 238
 - 小结 240
- 第13章 SEO审核（页面内因素） 241
 - 问题审核自动化 241
 - 如何审核页面SEO元素 243
 - 审核页面的互动追踪 248
 - 性能监控：页面的速度 250
 - 检测模板问题和页面问题 256
 - 检查网页关键词 257
 - 检查网页在信息架构中所处的位置 259
 - 找到不好的内容——404、302、多重301及更多 260
 - 小结 266
- 第14章 信息中心与报告 267
 - 了解你的受众 267
 - 理解数据为何重要 268
 - 明白数据为什么对你的受众而言很重要 274
 - 细分！细分！细分 275
 - 针对高级管理者的信息中心 276
 - 指导行动的信息中心 278
 - 信息中心与一次性报告 279
 - 分配信息中心 280
 - 使用信息中心构建事件并讲述事件 281
 - 为什么一个度量指标可以指引行动 281
 - 信息麻痹——过多信息会导致无所作为 282
 - 小结 283
- 第15章 创建自己的审查工具 284
 - 评估指标，如何制定 284

- 通过分析解决问题 286
- 简化你的结果 286
- 连接数据源 286
- 定制提醒和触发器、创建响应方案 290
- 忽略提醒：何时忽略？为何忽略 290
- 创建分析计划所需的项目清单 291
- 建立联系时间表 291
- 创立角色 292
- 容忍数字下跌 292
- 小结 293
- 附录A 工具列表 294
- • • • • ([收起](#))

[精通搜索分析_下载链接1](#)

标签

数据分析

seo

搜索

搜索引擎

OReilly精品图书系列

互联网

计算机

信息检索

评论

一般吧

对全局的把握很有帮助

曾经在QQ上跟译者之一的宫鑫聊到这本书，他说买这本书浪费钱了，呵呵。我觉得还好，SEO，SEM，站内搜索结合起来讲，能对搜索有个全局的认识。

...

很不错的，比一般的书好很多

朋友翻译的书籍

[精通搜索分析_下载链接1](#)

书评

如果你只是一个给低端客户做做SEO，是单纯看中网站排名的这些客户的话，那么我肯定的告诉你，没必要买，浪费了，看了你会说这本书不好。
如果你服务的是一个比较大的网站，你需要些一些材料给你的领导，你的客户看的话，这里面会给你一些很好的思路。 本书介绍了很多SEO的工...

本书英文版12年出版，中文版今年1月出版。算比较新的网站分析的书。
书中比较全面介绍SEO、SEM相关的原理、工具、技术。整体读完后感觉条理性略差，比较琐碎。但是确实涉及到了网站分析的方方面面。
我感觉书中最有用的一部分是关于搜索引擎上的不同的排名对转化率、点击率的...
