

## 如何提高网站的浏览率（三）——网站内容规划及应用

资料来源:《印艺》2004年第4期 作者:林和安

上期文章就建立网站所需考虑的网络平台、域名选择、网络频宽等问题进行了探讨,相信大家对如何建站及相应的建站方式有了自己的考虑。其实就一个网站的成功建立而言,这只是“万里长征走了第一步”,企业建站还需要考虑诸如规划网站内容、网络应用,以及如何改进,甚至变革企业的经营管理模式以适应随之而来的网络经济浪潮等问题。

目前,全世界的网站总数已超过了6,000万个,其中也包括了数以万计的印刷类网站,并且还在不断地增加。因此,搜索引擎对于那些在互联网上寻找信息的人们已经变得越来越重要了。如何使自己的网站脱颖而出,并取得成效,关键是提升网站的知名度和浏览率,而对网站内容进行详细规划和网络应用则是提高网站浏览率的重要途径。企业网站就如同企业在网上的产品橱窗,一是要让你的网站很容易被找到;二是要让感兴趣的潜在客户不虚此行,找到有用的资料和得到想要的服务。

从最新的网络统计分析报告得知,网站访问率的78%来自于搜索引擎,而网站在搜索引擎中的排位与网站的内容有很大的关系。本期笔者将就网站内容规划、网络应用以及提高搜索引擎排名的一些小技巧谈谈自己的经验所得。

### 一. 网站内容规划

#### 1. 网站内容的组织原则

网站内容的组织并不是现成的企业简介和产品目录的翻版。笔者就见过很多企业的网站并没有很好地组织网站的内容,这恰好也是这些网站访问量低的一个重要原因。

知己知彼,百战不殆。建站之初,你必须花点力气,通过搜索引擎找出同类网站排名前20位的名单,逐个访问名单上所有的网站,然后做一个简单的表格,列出你认为是竞争对手的企业名称、所在地、产品搜述、产品价格、网站特点等等,从中找出你的产品优于或不同于其他竞争对手产品的优点或特色;同时,你也应该清楚地认识到自己产品的不足之处,思考如何改进使产品更具竞争力,并制定出如何改进的方案。这实际上也是一个企业找出如何与网络相结合的经营策略,以适应日益竞争的国际化市场。

在充分了解了网上竞争对手的情况并研究了他们的产品和网页的基础后,你就可以集众家之所长,参照以下内容组织原则,制订出更能体现产品特点的网页内容。

网站内容的组织原则:

清晰性:网站内容必须简洁明瞭,直奔主题,非常有效地讲清楚你想说的内容。

创造性:你的观点会使访问者产生共鸣,发出内心的认同吗?这是访问者判断一间公司是否有实力,从而影响到购买动机的重要依据。

突出三个重点：

突出你的产品的优点和与众不同的特色；

突出帮助访问者辨别、判断同类产品优劣方面的内容；

突出内容的毋庸置疑的正确性。

## 2. 网站内容的组织方法—栏目设置

网站内容组织或取舍的方法是将网站想象成企业的产品陈列室，如果你是推销员，那么你将如何向客户推销你的产品吗？

### A. 首先问自己三个问题

访问者访问我的网站的目的是甚么？

从网上获取资讯始终是访问者的主要目的之一。因此你的网站内容必须提供和你的产品或服务相关的丰富资讯。以专业角度去描述产品的规格和性能，和同类产品或服务相比较，告诉访问者各自的优点之处及不同特点，帮助访问者做出最好的选择。

访问者为甚么要经常访问我的网站？

一般情况下，访问者要在访问你的网站4-5次后，才会有实质性的购买行动。因此，你的网站要让他们觉得值得回访。不断更新你的产品或服务资讯，不断力上你认为会吸引访问者的内容，加深良好印象，会使你的潜在客户回访网站。

访问者在众多的同类产品或服务中，为甚么会选择我的产品或服务？

详细描述你产品或服务的特点，给出确凿的资料。如果你的产品或服务没有特色，那么潜在客户购买你的产品或服务的动机将会大大降低。

认真地回答以上三个问题，就可以清楚地知道自己的产品有哪些优势，并在内容组织及栏目设置中尽量体现。

B. 按重要程度列出答案所需的内容、资料，有时还需要图示或加入产品图片。如果有必要，将上述问题整理成问卷，分发给同事、客户、朋友去做。

C. 将他们的答案分门别类的整理出来，再根据上述“网站内容的组织原则”重新取舍，并尽可能地提出共性的东西，这样需要哪些栏目和内容就很清楚了。如有需要，提请有关部门提供栏目所需的内容和资料。

D. 网站栏目的设置一定要突出重要，方便用户。网站栏目的实质是一个网站内容的大纲索引，就好比一本书的目录，集中了各个章节的名称及页码，索引应该引导浏览者寻找网站里最主要有用的东西。在设置栏目时，要仔细考虑内容的轻重缓急，合理安排，突出重点。

值得一提的是笔者见过太多的网站只是说自己的产品最好、规模最大等等，却找不出任何支持其说法的资料；也有很多网站经常说自己的产品或服务最好，价格又最低，却没有实例来证明。以笔者的经验来看，网站推荐产品的手法大致可分为两类：第一，以优良的品质取胜，最好的产品或服务往往需要最好的生产工艺、原材料和人力投入，而这些将大大增加产品的成本，也提高了产品的价格，但推荐者要令客人明

白这是值得的，因为高价保证了产品有一定的品质。第二，网站可以以价廉物美的手法来推销，通过大规模或特殊的生产方式以达致产品质优价廉，从而增加客人对产品的吸引力和信心。

## 二. 关键字和链结

### 1. 关键字

在制作网页之前(不是在制作好网页之后)，确定你的关键字。首先列出前十名竞争对手的关键字和链结伙伴，分析他们的首页设置和内容，然后制定出赶超他们的方案，然后以最重要的25个左右的关键字为基本元素来组织你的网页内容，包括：

#### 网页媒介标签META的应用

大部分搜索引擎例如Alta Vista是以正文的头几百个字与标题(Title)、页面描述(Description)和关键字(Keywords)的符合程度来决定网页的搜索结果排位，而Excit、Yahoo是纯粹以搜索的关键字与正文的相关程度及在正文中的重复频率来决定搜索结果的排位。



META标签(metatag)的作用是提供有关HTML文档资讯，它所包含的内容并不出现在网页上。有很多网页制作者很少注意这个标签，因为它并没有影响网页的外观。META最大的作用就是提供搜索引擎关于本站的描述关键字。简单地说，当搜索引擎搜索到你的网站时，会首先检查META所描述的关键字，然后把这些关键字加入到资料库中。所以适当地利用META标签会让你在搜索引擎中被搜索到的机会大大增加。

META标签的用法是这样的：

在CONTENT处，你尽可能把热门的关键字列在这里。比如与印刷相关的网站，放入“Print(印刷)”。这还有个技巧，你可以重复某一个关键字，这样可以提高自己网站的排行位置，如：

“中国印刷市场”的META标签：