



毕瑞科技—谷歌SEO资源分享



BERIGHTDIGITAL.COM



毕瑞出海



毕瑞出海Berightdigital



毕瑞出海Berightdigital

内部链接审核优化维护模板

学习对应知识请阅读我们这篇博客：

如何通过内部链接优化提升Google排名与网站权重

内部链接：被低估的SEO力量 内部链接是连接你网站内部页面的超链接，它们在SEO成功中扮演着至关重要的角色，却...

<https://berightdigital.com/internal-links-building/>



链接建设003：
内部链接篇

模板文件

第一周：审计与规划

目标：进行全面审计，识别和规划关键链接结构

进行全面的内部链接审计，识别孤立页面和链接机会

- **建议：**使用Screaming Frog等工具，爬取网站并标记哪些页面没有收到任何内部链接（孤立页面）。检查哪些页面的内链链接数太少，可能错过了权重传递的机会。网站前期免费版500条足够了，后期网站量大了可以考虑付费版，或找共享license的账号使用。

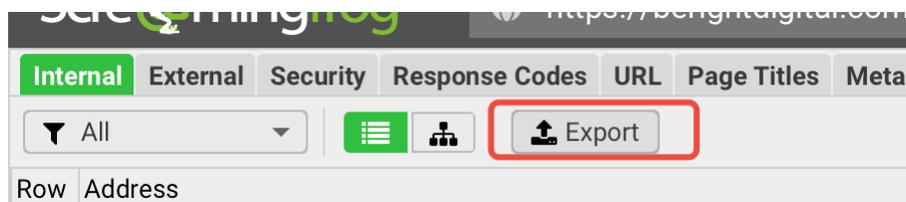
Screaming Frog | SEO, Search Engine Marketing Agency

We run remarkably successful search engine optimisation (SEO) and paid search (PPC) campaigns using a unique blend of data, technology & creativity.

<https://www.screamingfrog.co.uk/>

Screamingfrog

- **操作：**导出页面报告，按页面链接数排序，找出没有内链的页面并计划加上链接。



打开导出的报告（Excel 或 CSV 文件），你可以看到每个页面的入链（Inlinks）数量。通过排序 Inlinks 列，查看哪些页面的内部链接数量为 0（孤立页面），哪些页面的链接数量太少。针对没有内部链接的页面，计划添加链接，确保它们能够从其他页面传递权重

	AV	AW	AX	
Depth	Link Score	Inlinks	Unique Inlinks	Uniqu
0		703	219	
4		0	0	
4		0	0	
4		0	0	
1		452	219	
1		46	20	
1		445	219	
5		0	0	
5		0	0	
1		41	15	
5		0	0	
5		0	0	
5		0	0	
6		0	0	
5		0	0	
4		0	0	
3		0	0	
5		0	0	
7		0	0	
1		445	219	
5		0	0	
3		0	0	
1		44	19	
1		70	46	
7		0	0	
4		0	0	
5		0	0	
7		0	0	
2		219	219	
5		0	0	
7		0	0	
5		0	0	
3		0	0	
4		0	0	

□ 创建网站的主题地图，确定筒仓结构

- **建议：**创建网站的主题地图，理解网站的内容结构，确保每个大主题都有相关子主题页面。
- **操作：**将你的网站划分为几个主要主题区域（如博客、产品页面、服务页面等），并为每个区域规划一个清晰的内容结构。

可以阅读这篇博客学习

如何创建网站主题地图

创建网站的主题地图（或称网站架构图）是网站优化的重要部分，特别是在制定筒仓结构时，它有助于更好地理解网站的层级...

<https://berightdigital.com/website-topic-map/>



网站主题地图创建教程

□ 确定3-5个可以成为权威资源的主题

- **建议：**选择能够提升你网站权威性的核心主题，这些主题应该是与你行业相关且具有搜索潜力的。
- **操作：**例如，选择一个广泛的主题（如“SEO指南”），然后从多个子页面、博客文章链接到该页面。

不懂的可以用Google Ads的keywords planner+ Google Trends 或SEMrush等软件进行研究获取基础数据，配合下面的AI提示词进行确定主题

Semrush - Online Marketing Can Be Easy

Turn the algorithm into a friend. Make your business visible online with 55+ tools for SEO, PPC, content, social media, competitive research, and more.

<https://www.semrush.com/>



Google Trends

<https://trends.google.com/trends/>

你是一位专业的SEO策略分析师，需要为网站确定能提升权威性的核心主题。请严格遵循以下流程：

首先接收行业信息：

```
<网站行业>
{{WEBSITE_INDUSTRY}}
</网站行业>
```

现有SEO数据包含当前核心主题列表和关键词表现：

```
<SEO数据>
{{SEO_DATA}}
</SEO数据>
```

评估标准：

1. 行业相关性 - 主题必须与网站核心业务直接相关
2. 搜索潜力 - 月均搜索量 $\geq 1k$ 且关键词难度 ≤ 40 (0-100范围)
3. 内容扩展性 - 可支撑10+子主题的长尾内容开发
4. 权威背书 - 存在至少3个权威网站的相关高质量内容
5. 趋势稳定性 - 过去12个月搜索波动不超过 $\pm 15\%$

执行步骤：

1. 在<思考>标签中分析：
 - 行业的主要细分领域
 - 现有主题的覆盖率缺口
 - 潜在竞争对手的内容策略

- 生成<推荐主题列表>，每个主题包含：
 - 核心关键词
 - 搜索量估算
 - 竞争力评分
 - 内容开发建议
- 在<排除主题>中列出不符合标准的候选主题及原因

最终输出要求：

- 推荐5-7个核心主题
- 使用<theme>标签包裹每个推荐主题
- 每个theme包含<reason>子标签说明选择理由
- 避免与现有主题重复
- 优先考虑能形成主题集群的选项

请现在开始分析，先输出思考过程，再生成推荐列表。

识别需要内部链接提升的高价值转化页面

- **建议：**高价值转化页面（如产品页、服务页）需要更多的内部链接来提升其在搜索引擎中的权重。
- **操作：**从流量较高的页面或博客文章中，链接到这些转化页面。

第二周：结构优化

目标：优化内部链接结构，提升链接的传递效率

修复所有断开的内部链接

- **建议：**使用Screaming Frog的“Broken Links”功能，找出并修复所有的404错误链接。
- **操作：**检查站内所有的链接，确保每个链接都指向有效的页面。

原理和前面的类似，导出数据找到Broken link就行

优化主导航和页脚链接结构

- **建议：**确保主导航和页脚中的链接结构简洁且有效，避免过多不相关的链接，并确保每个重要页面都能通过导航链接到达。
- **操作：**更新主导航和页脚，删除无关链接，确保重要页面（如转化页面、博客等）能通过这些区域轻松访问。

主导航和页脚链接结构优化模板

链接位置	页面名称	页面 URL	链接目标	重要性	优化建议	操作步骤	备注
主导航	首页	/home	提供网站主页	高	保持主页链接清晰可见	保留主页链接，不要修改	
主导航	产品页面	/products	各类产品列表页面	高	确保产品页面容易访问	重新设计菜单，确保产品页面位于突出位置	
主导航	博客	/blog	博客文章及分类页面	高	保证博客页面易于访问，展示最新文章和热门分类	添加“最新文章”或“热门文章”链接	
主导航	关于我们	/about-us	公司介绍和愿景	中	在导航栏中展示公司相关信息	确保关于我们页面的链接始终可见	
主导航	联系我们	/contact-us	客户服务、联系方式页面	高	确保用户能轻松找到联系方式页面	将联系页面的链接置于显眼位置	
页脚	隐私政策	/privacy-policy	隐私声明及相关政策	中	删除重复的隐私政策链接，保持	在页脚保留隐私政策链接，易于	

					简洁	访问	
页脚	使用条款	/terms-of-service	网站使用条款	中	保持清晰和简洁的页面结构	保证“使用条款”链接可见且易访问	
页脚	常见问题	/faq	常见问题解答	低	保证 FAQ 页面易于查找，避免过于复杂的结构	添加指向 FAQ 的清晰链接并优化分类导航	
页脚	社交媒体链接	/social	社交媒体平台链接	中	确保社交媒体链接的准确性，避免死链接	更新并保持社交媒体链接的准确性	
页脚	网站地图	/sitemap	网站的完整地图	中	确保用户可以轻松找到网站的所有内容链接	在页脚中更新网站地图链接	适合SEO 确保所有页面包含在内

□ 开始实施筒仓内部链接结构

- **建议：**将相关页面分组，并通过内部链接将它们连接起来，形成清晰的内容群组（例如，产品页下所有相关的子页面都要互相链接）。
- **操作：**每个“支柱内容”页面（主主题页面）链接到相关子主题页面，反之亦然。

□ 为每个主题区域创建支柱内容计划

- **建议：**为每个主题创建一个高质量的主页面（支柱内容），并确保子页面链接回这个主页面。
- **操作：**例如，为“SEO教程”创建一个详细的支柱页面，包含所有相关子页面的链接（如“关键词研究”，“SEO优化技巧”）。

可参考的AI提示词

你的任务是为指定主题创建支柱内容页面，该页面将作为目标网站的核心主题资源。请严格遵循以下创作指南：

```
<主题信息>
<主题名称>
{{THEME_NAME}}
</主题名称>
<目标受众>
{{TARGET_AUDIENCE}}
</目标受众>
<品牌指南>
{{BRAND_GUIDELINES}}
</品牌指南>
</主题信息>
```

内容创作要求：

1. **内容结构**：

- 开头段落：定义主题核心价值（不超过150字）
- 主体部分必须包含：
 - a) 现状分析（行业趋势/用户痛点）
 - b) 方法论框架（分步骤/分模块说明）
 - c) 案例研究（具体数据支撑）
 - d) 常见问题解答（至少5个问答）
- 结尾：行动呼吁+资源推荐

2. **质量要求**：

- 完全原创，避免任何抄袭风险
- 自然融入3-5个长尾关键词（无需明确标注）

- 技术术语需用括号附加通俗解释
- 每章节使用H2/H3子标题明确区分
- 数据需标注来源年份（虚构数据需注明"示例数据"）

3. **品牌适配**：

- 语气需符合{{BRAND_GUIDELINES}}中的语调要求
- 在案例研究部分引用品牌标准色系名称
- 核心价值主张需在首尾段落重复强调

4. **输出规范**：

- 总字数控制在1800-2200字之间
- 在<pillar-content>标签内输出完整内容
- 使用XML注释标注内容区块类型，例如：
<!-- 方法论框架开始 -->
...
<!-- 方法论框架结束 -->

5. **质检步骤**：

- 在<质检报告>标签内逐项检查：
 - 关键词自然融入
 - 数据来源标注完整性
 - 品牌调性一致性
 - 移动端阅读分段合理性

请先分析{{TARGET_AUDIENCE}}的认知水平和信息需求，再开始创作。确保每个段落开头有主题句，结尾有过渡句。禁止使用"本文"、"笔者"等主观称谓，保持专业客观立场。

</输出格式要求>

第三周：内容增强

目标：通过更新内容和锚文本多样化来提升网站的内部链接质量

更新5-10篇现有高流量内容，增强内部链接

- **建议：**选择高流量的博客文章或页面，增加更多内部链接到其他相关内容，提升页面的整体SEO效果。
- **操作：**在流量较高的博客或页面中添加指向新内容、产品页面或相关文章的链接。

开发至少一个新的权威资源页面

- **建议：**根据你的主题规划，创建一个新的权威页面（例如“终极指南”或“行业报告”），并为其建立大量内部链接。
- **操作：**选择一个热门话题或关键词，撰写详尽的指南或案例研究，并用内部链接从其他相关页面引导流量到该页面。

优化现有页面的锚文本多样性

- **建议：**确保你的锚文本多样化，不要过度使用相同的关键词，避免被搜索引擎认为是过度优化。
- **操作：**使用不同的锚文本表达同一目标页面的链接，例如“SEO技巧”可以替换为“提升SEO排名的技巧”。

在博客内容中实施战略性内部链接到转化页面

- **建议：**在博客文章或资源页面中插入指向关键转化页面（如产品页、服务页、预约页）的链接。
- **操作：**例如，在一个关于“SEO优化”的博客中，插入指向你的“SEO服务”页面的链接。

后续维护（每月）

目标：保持内部链接结构的健康，及时修复新出现的问题

审计和修复新出现的内部链接问题

- **建议：**定期检查新建的内容，确保它们没有遗漏内部链接，检查是否有新的断链。
- **操作：**每个月使用工具（如Screaming Frog）检查内部链接，修复所有断链和错误。

分析内部链接影响，优化表现不佳的页面

- **建议：**分析网站表现不佳的页面，检查它们的内部链接情况，看看是否有必要增加更多的内部链接。
- **操作：**使用Google Analytics查看表现不佳的页面，增加这些页面的内部链接，帮助提升其权重。

Analytics Tools & Solutions for Your Business - Google Analytics

Google Analytics gives you the tools you need to better understand your customers. You can then use those business insights to take action, such as improving your website, creating tailored audience lists, and more.

 <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>



将新建的内容整合到内部链接结构中

- **建议：**每当发布新内容时，确保它们加入到网站的内部链接网络中。
- **操作：**新发布的文章或页面要链接到相关的旧内容，同时旧内容也要链接到新内容，形成完整的内部链接闭环。

更新旧内容，确保与新内容建立内部链接

- **建议：**定期检查和更新旧内容，确保它们包含指向新内容的链接，以保持网站内容的新鲜感和链接的相关性。
- **操作：**在旧的高流量页面中插入指向新发布页面的链接，并更新文章中的链接。

内容开放使用声明

本篇内容创建者：**Lawrence**

我司（毕瑞科技）网站/资料中的所有原创内容采用开放使用政策，您可以：

- ✔ 免费使用这些内容
- ✔ 将内容整合到您的视频、教程或课程中
- ✔ 在商业项目中引用或改编这些资料
- ✔ 分享给他人或团队使用

【唯一要求】：在使用时，请简单标注"内容来源:[毕瑞科技/berightdigital.com]"。

这不仅是对原创工作的尊重，也能帮助更多人发现这些资源。如有特殊使用需求，欢迎联系我们讨论。

站长/博主合作机会

如果您是网站站长或内容创作者，我们欢迎以下合作方式：

- ✔ 高质量外链交换：如果您的网站内容与我们相关且质量优良，我们可以互相交换外链，共同提升网站价值
- ✔ 内容投稿：欢迎您在我们的平台上投稿优质内容，我们将为您提供适当的署名和展示机会

有合作意向请通过网站联系方式或公众号与我们沟通，期待与您共同成长！

支持我们继续创作

如果您觉得这些内容对您有所帮助，欢迎通过以下方式支持我们的持续创作：

- 关注我们的公众号：「[毕瑞出海]」，获取第一手独家内容
- 加入知识星球：「[毕瑞出海]」，参与深度讨论与案例解析
- 收藏我们的网站：berightdigital.com，随时查阅最新资源
- 分享给您的朋友，让更多人受益

感谢您的理解与支持，让知识能够自由流动并创造更多价值！

公众号

知识星球

网站



微信搜一搜

毕瑞出海



毕瑞科技-BeRightDigital

访问文章了解更多信息。

<https://berightdigital.com/>

