

# 分兵 vs 集中优势兵力

## 为同一个关键词创建多少网页合适?

- 误区: 创建的网页越多, 排名越有利
- 事实上: 数量越多, 效果越差
- 理由: 自己和自己竞争
- 后果: 每一个网页的点击率降低, 权重分流, 转化率不如一个综合型网页
- 术语: Keyword Cannibalization (关键词蚕食)

## 定义

- 蚕食自己本应取得的更好结果
    - 点击率 分流 用户信号减弱
    - 外链 分散 权重降低
    - 内容 更薄 质量评分降低
    - 排名 波动 着陆页错误
    - 转化率 降低 效益受影响
    - 浪费索引预算
  - 给谷歌添麻烦
    - 让谷歌评估自己不同网页的质量
    - 选择一个最匹配关键词搜索意图的词
    - 谷歌可能做出我们意料之外的选择
- 五指握成拳
- 一个网页, 不要让谷歌去想, 直接告诉他, 减少困惑

## 如何识别关键词蚕食?

- 用Excel表格管理关键词和URL
- 关键词矩阵
  - 对应
  - 一个parent topic对应一个URL
- 检查meta title是否重复 使用Screaming Frog
- 扩展阅读: [ ]

## canonical URLs

- 理论: [ ]
- 实操: [ ]
- 如何解决
  - 场景: 有一个相对高权重的页面
    - canonical URLs
    - 重组网站结构
  - 场景: 没有高权重页面
    - 链接到其他实体网页
    - 新建着陆页
    - canonical URLs
  - 场景: 网页内容丰富, 多样性比较好, 但是未事先规划好关键词
    - 寻找新的关键词
    - 用一个parent topic重新规划网页目标
  - 场景: 各个网页质量和主题相差不大, 或者对同一个关键词都有排名
    - 合并网页并作301重定向
  - 主题独立性不强的页面合并为一个, 剩下的301重定向
  - 表现不佳的网页合并为一个相对比较权威的网页
  - 解决薄内容困扰