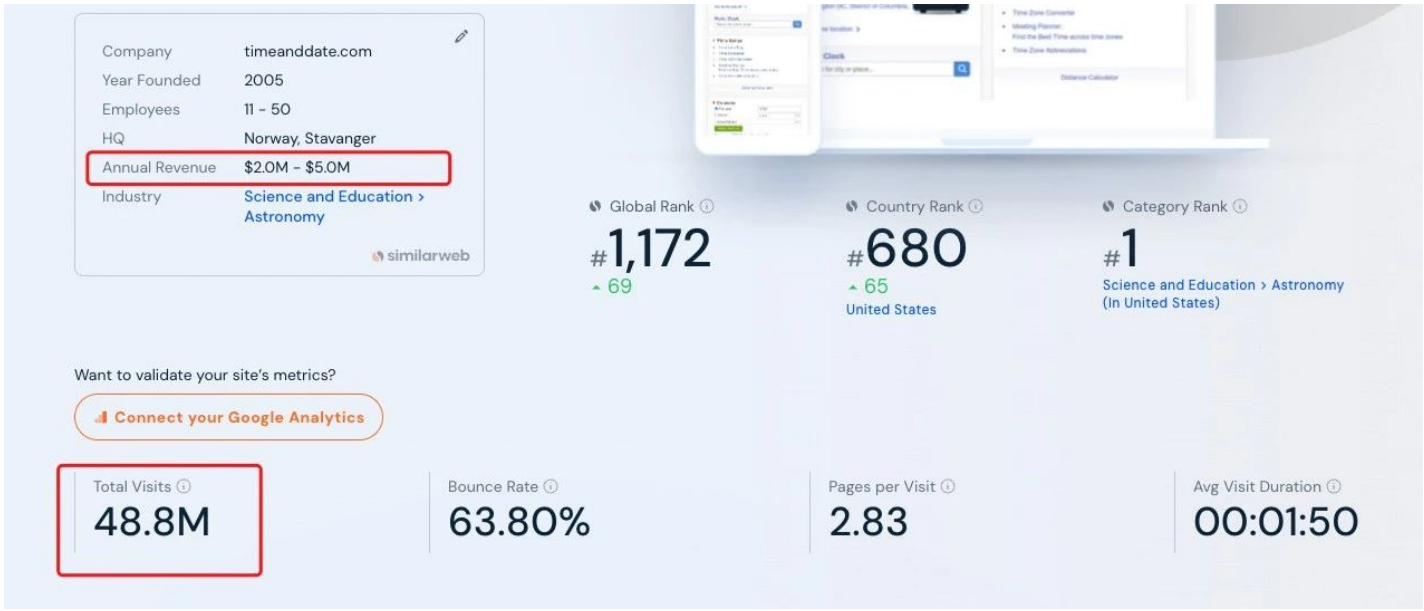
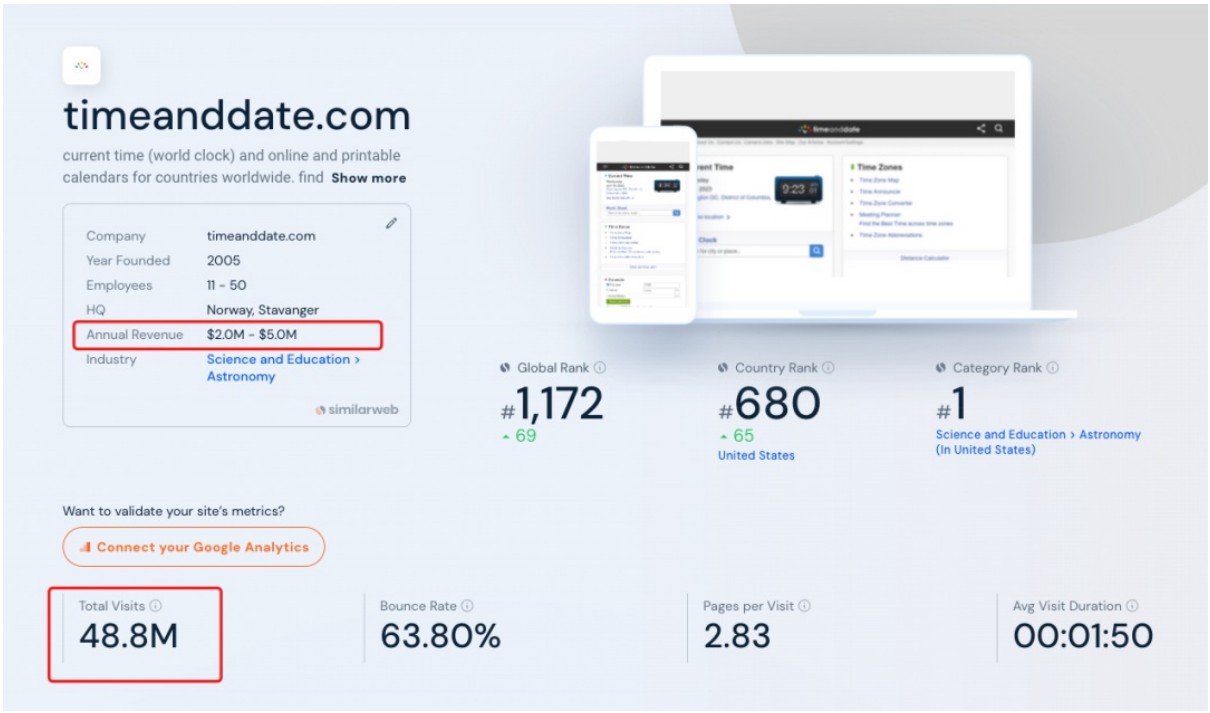


以时间戳Timestamp在线工具网站为例，手把手教你做一个工具网站的详细步骤

原创 我是哥飞 哥飞



先放上面这张图镇楼，月访问量4880万，年收入200万到500万美元，这是工具站的顶级Top存在了。

大家小板凳坐好，我开始聊下，如果要做一个时间戳工具，会怎么做。因为我们是竞争者，所以用全力，所以每个语言单独做一个站。不太理解的可以先看下本公众号之前的文章。

这里以英文为例，其它语言以此类推，同理可得。

先从分析开始，谷歌搜索“ timestamp ”，结果如下图：



可以看到第一条就是工具，并且是顶级域名的首页，想超过他，有难度。但我们可以去学习一下，他为什么能够排第一。
第二是维基百科，这个高权重域名，我们一般也无法超过。但是既然第一个站可以排第一，把维基百科都比下去，说明第一个站还是有两把刷子的。
第三个，也是工具，也是直接首页，但是域名没有带关键字。就这种情况下，他能排第三，说明也是有点技术的。
第四名是内页，并且不是工具，是文章。那就说明，如果我们去做，做得好的话，有可能能够排到第四名，把这个给挤下去。
第五名，是protobuf.dev的一个文档页面，也算是文章类。
好，这么粗略分析下来，看起来竞争不大，我们的站如果优化得好，假以时日，是可以上首页，甚至上升第四名的。
接着，我们用关键字密度检测工具 https://tool.chinaz.com/tools/density.aspx ，查一下每个页面的 timestamp 这个关键字的密度。
第五名，密度 3.9%:

timestamp | protobuf.dev/reference/java/api-docs

网址 protobuf.dev/reference/java/api-docs/com/google/protobuf/Timestamp 检测结果

页面文本总长度	19547 字符
关键字符串长度	9 字符
关键字出现频率	84 次
关键字符总长度	756 字符
密度结果计算	3.9%
密度建议值	2%≦密度≦8%

第四名，密度4.1%：

Timestamp | www.techtarget.com/whatis/definitior

网址 www.techtarget.com/whatis/definition/timestamp 检测结果

页面文本总长度	12801 字符
关键字符串长度	9 字符
关键字出现频率	58 次
关键字符总长度	522 字符
密度结果计算	4.1%
密度建议值	2%≦密度≦8%

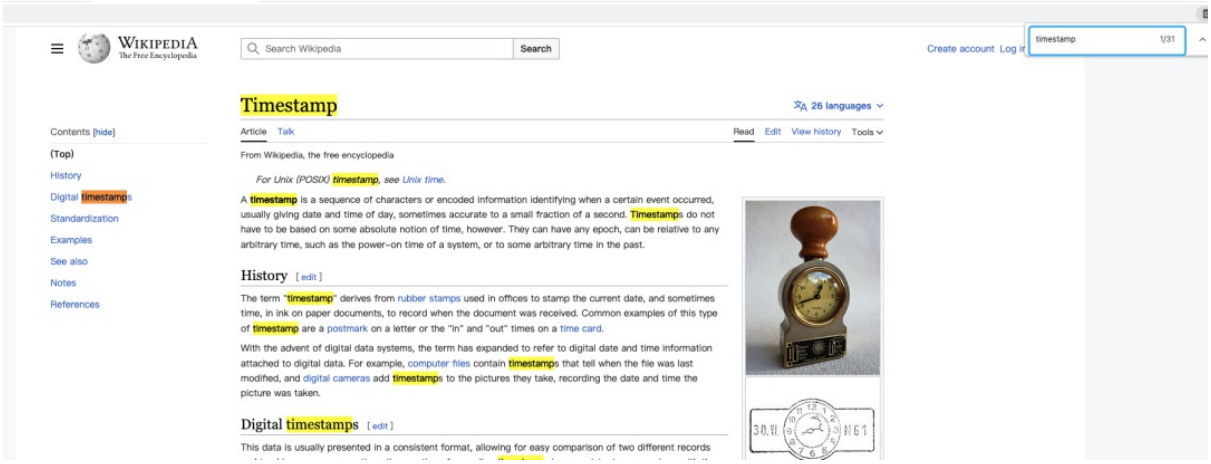
第三名，密度2.6%：

Timestamp | www.epochconverter.com

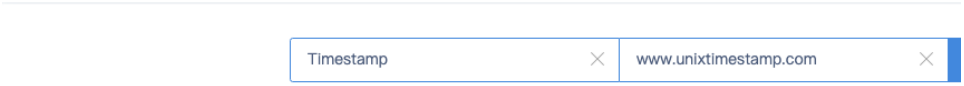
网址 www.epochconverter.com 检测结果

页面文本总长度	10343 字符
关键字符串长度	9 字符
关键字出现频率	30 次
关键字符总长度	270 字符
密度结果计算	2.6%
密度建议值	2%≦密度≦8%

第二名用国内工具查不了，所以直接在浏览器里 看 出现 次数 ，可以看到出现了 31次，很多了：



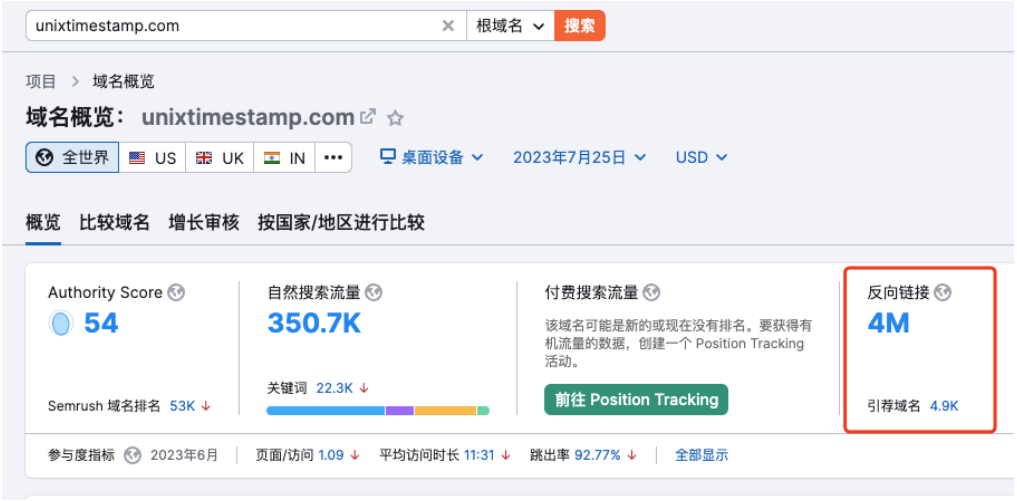
第1名，密度 1.4%：



网址 www.unixtimestamp.com 检测结果

页面文本总长度	4434 字符
关键字符串长度	9 字符
关键字出现频率	7 次
关键字符总长度	63 字符
密度结果计算	1.4%
密度建议值	2%≤密度≤8%

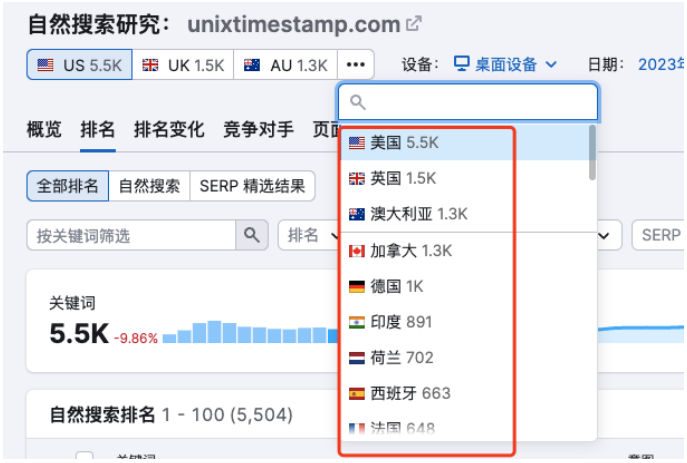
第一名的关键字密度居然这么低，那么一定有什么其它地方做得好，让谷歌可以把他排到前面去，最有可能就是外链。
然后看下这几个域名的注册时间:
unixtimestamp.com 注册于 2003年10月09日
epochconverter.com 注册于 2007年05月08日
techtarget.com 注册于 1999年09月15日
protobuf.dev 注册于 2020年07月02日
可以看到我没有列出维基百科，因为这个站不能一般看待，后文我们直接略过这个站。
一般来说，我们可以假设，域名注册越久，运营越久，那么权重会越高，外链就会越多。
下面我们看下前两个站的反链数量，第一名 unixtimestamp.com ，反向链接400万，引荐域名4900多个。



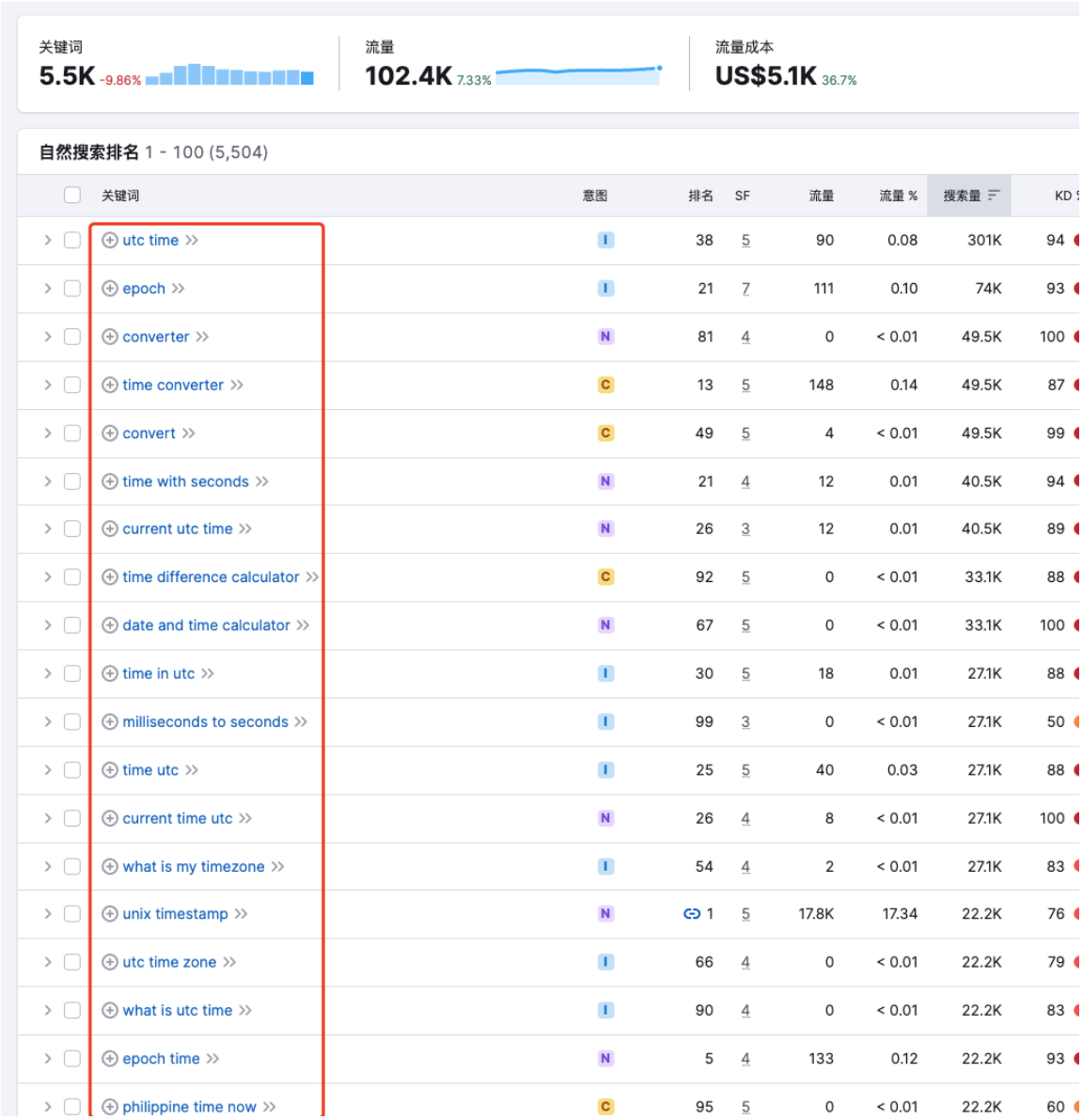
第三名 epochconverter.com ，反向链接 13.8 万个，引荐域名 6900 多个。



讲到这里，我去查了一下，第三名，其实带了关键字，只是这个用法不常见。在计算机科学中，"epoch"通常指的是一个特定的起始时间点。例如，在Unix和Linux系统中，"epoch time"指的是从1970年1月1日开始的秒数。
第四、五名是内页，而且是文章，我们也不去看反链了。
那现在就剩下第一名 unixtimestamp.com 和第三名 epochconverter.com 我们去看下搜索流量来源关键字。
拿第一名来说，可以看到全球各个国家都有搜索流量过来，因为他做了多语言。看了下，用的子目录形式，如中文地址是 https://www.unixtimestamp.com/zh/ 。



这里我们选择流量最高的美国来查看，都有哪些关键字。



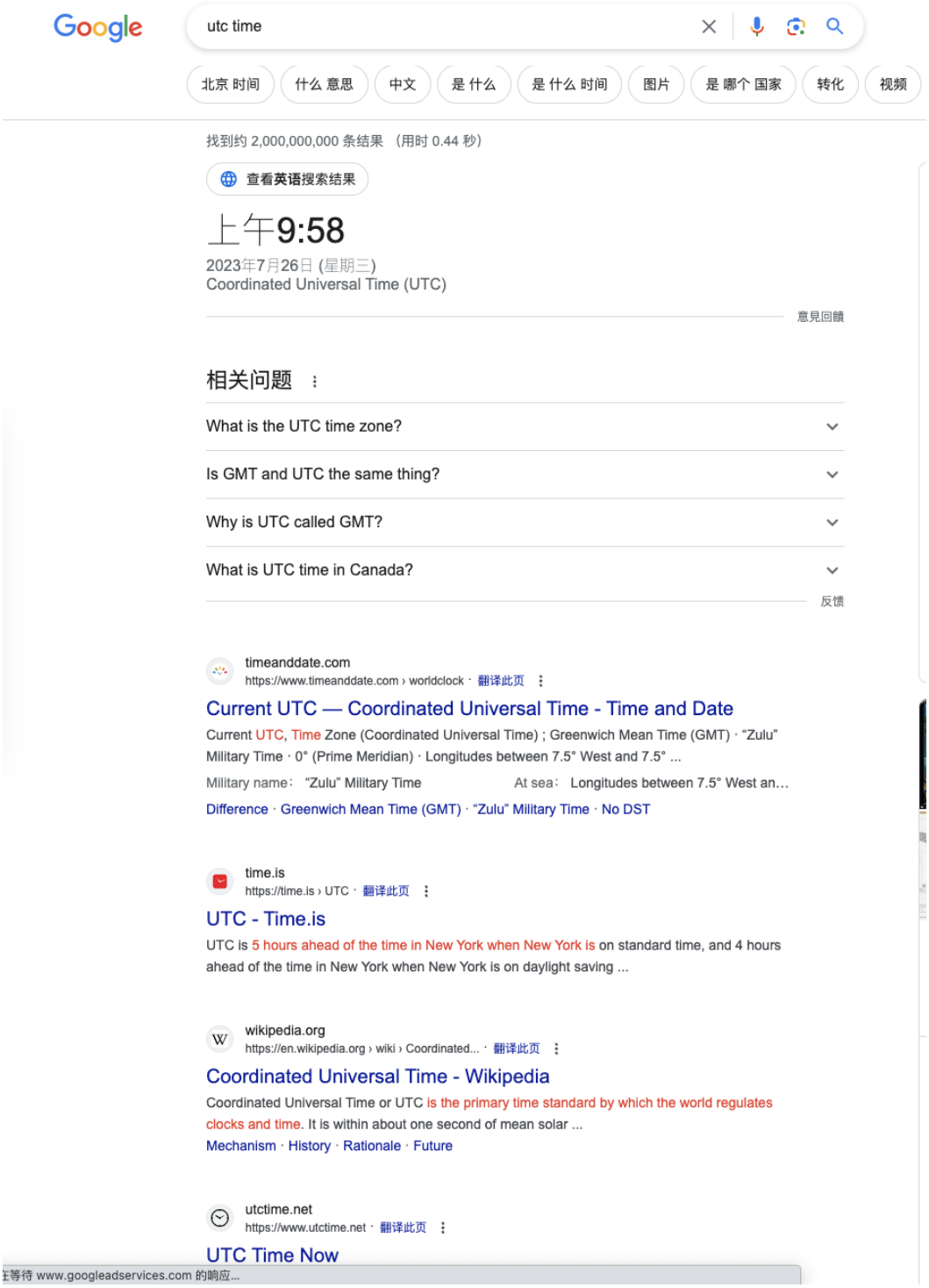
关键词 5.5K -9.86%　流量 102.4K 7.33%　流量成本 US$5.1K 36.7%

自然搜索排名 1 - 100 (5,504)

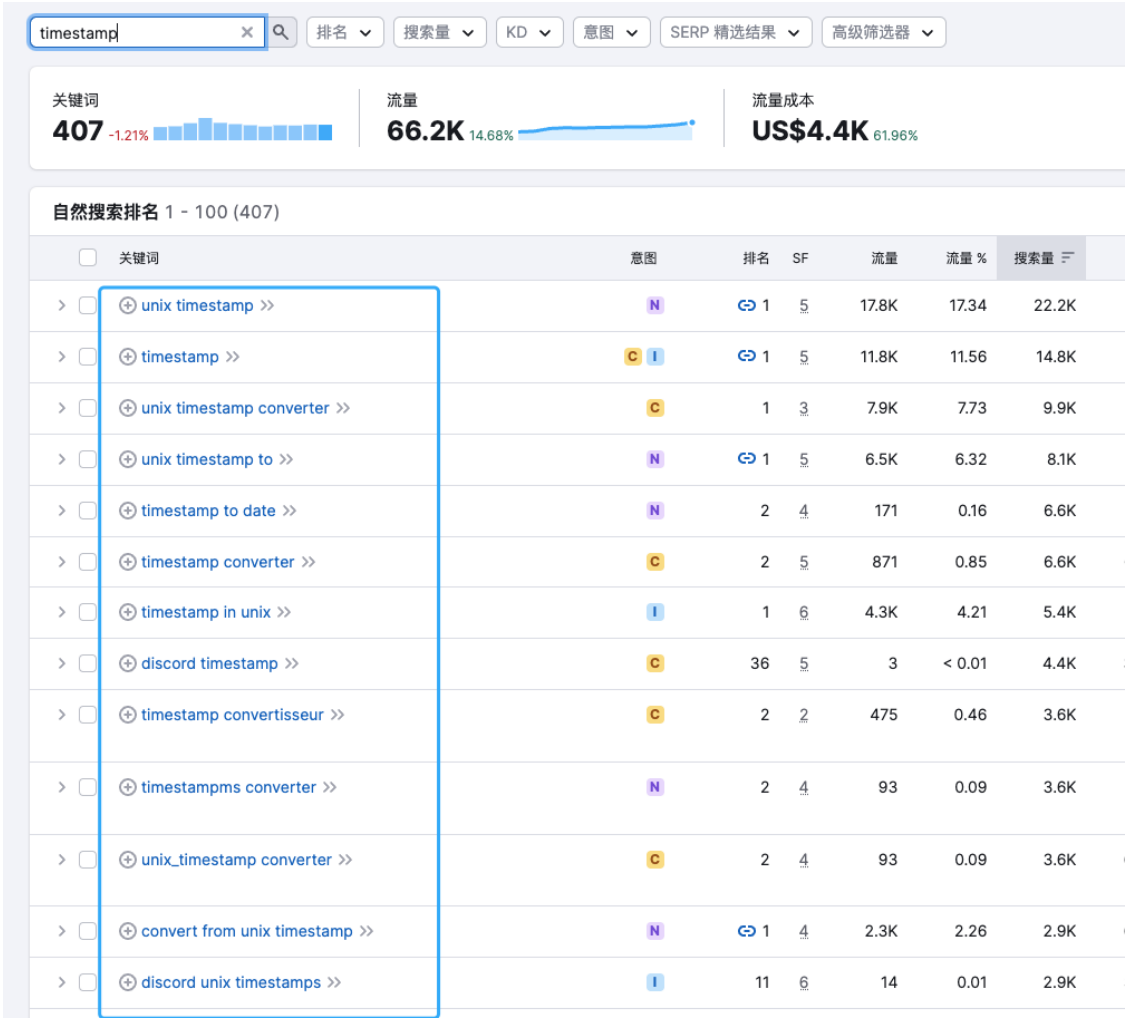
关键词	意图	排名	SF	流量	流量 %	搜索量	KD
utc time	I	38	5	90	0.08	301K	94
epoch	I	21	7	111	0.10	74K	93
converter	N	81	4	0	< 0.01	49.5K	100
time converter	C	13	5	148	0.14	49.5K	87
convert	C	49	5	4	< 0.01	49.5K	99
time with seconds	N	21	4	12	0.01	40.5K	94
current utc time	N	26	3	12	0.01	40.5K	89
time difference calculator	C	92	5	0	< 0.01	33.1K	88
date and time calculator	N	67	5	0	< 0.01	33.1K	100
time in utc	I	30	5	18	0.01	27.1K	88
milliseconds to seconds	I	99	3	0	< 0.01	27.1K	50
time utc	I	25	5	40	0.03	27.1K	88
current time utc	N	26	4	8	< 0.01	27.1K	100
what is my timezone	I	54	4	2	< 0.01	27.1K	83
unix timestamp	N	1	5	17.8K	17.34	22.2K	76
utc time zone	I	66	4	0	< 0.01	22.2K	79
what is utc time	I	90	4	0	< 0.01	22.2K	83
epoch time	N	5	4	133	0.12	22.2K	93
philippine time now	C	95	5	0	< 0.01	22.2K	60

可以看到有些关键字虽然搜索量比较大，但是这个网站并没有排到第一。

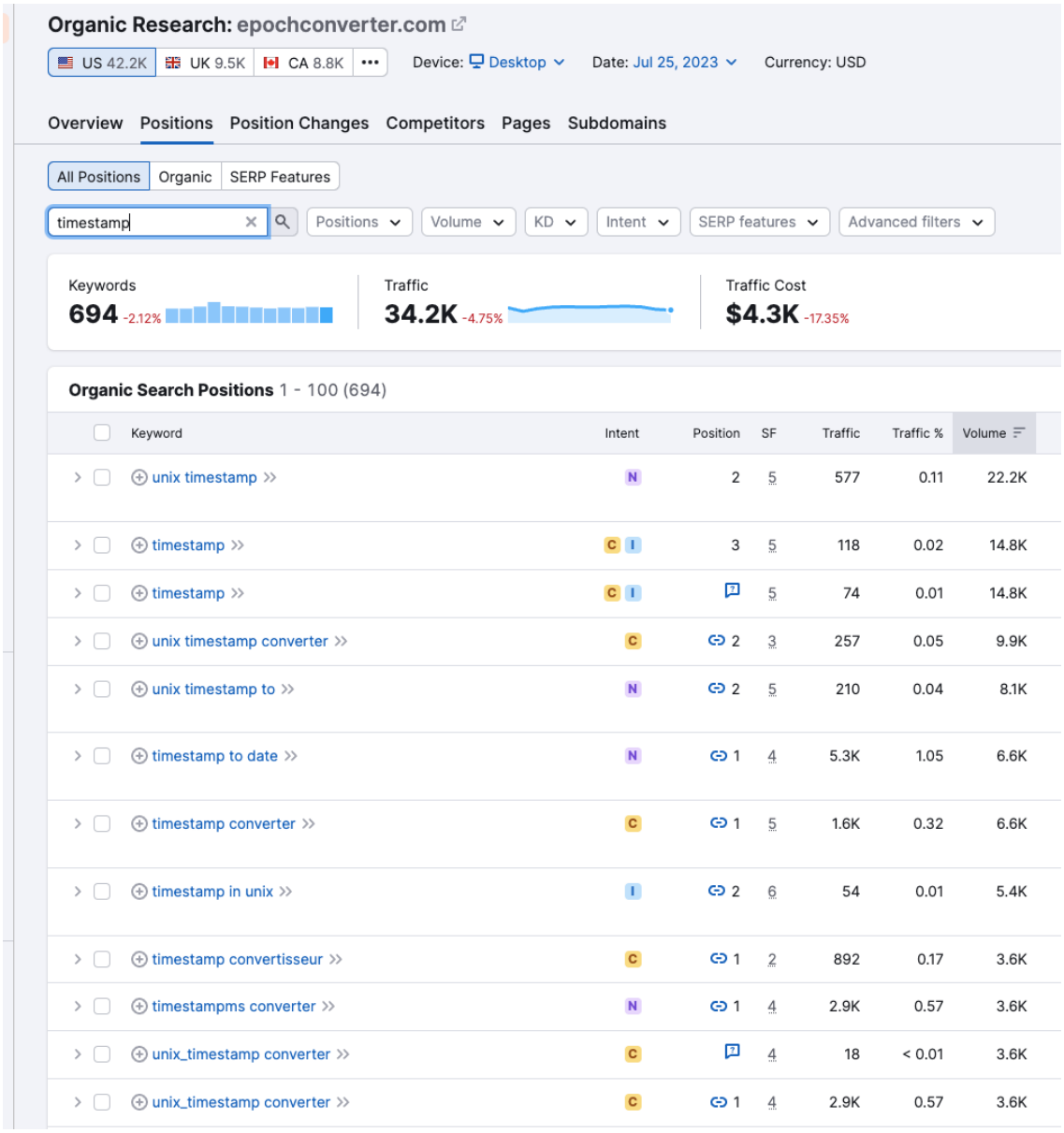
拿“ utc time ”这个词为例，第一名是 https://www.timeanddate.com/ 的内页，也就是我们文章开头的镇楼图对应的网站。



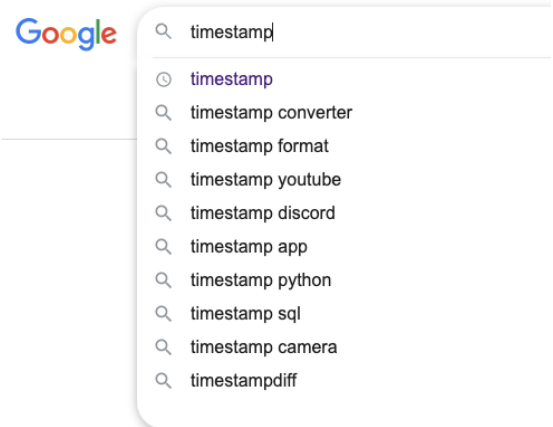
我们先不管他，我们聚焦到 timestamp 这个词，找长尾词。



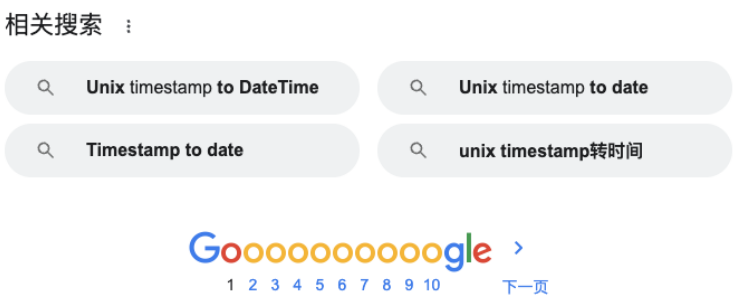
这些长尾词，就是我们需要抓住的，做到我们的网站里的。
同样的方法，我们找出第三名的长尾词，可以看到，第三名的 timestamp 相关长尾词，基本也是这些。



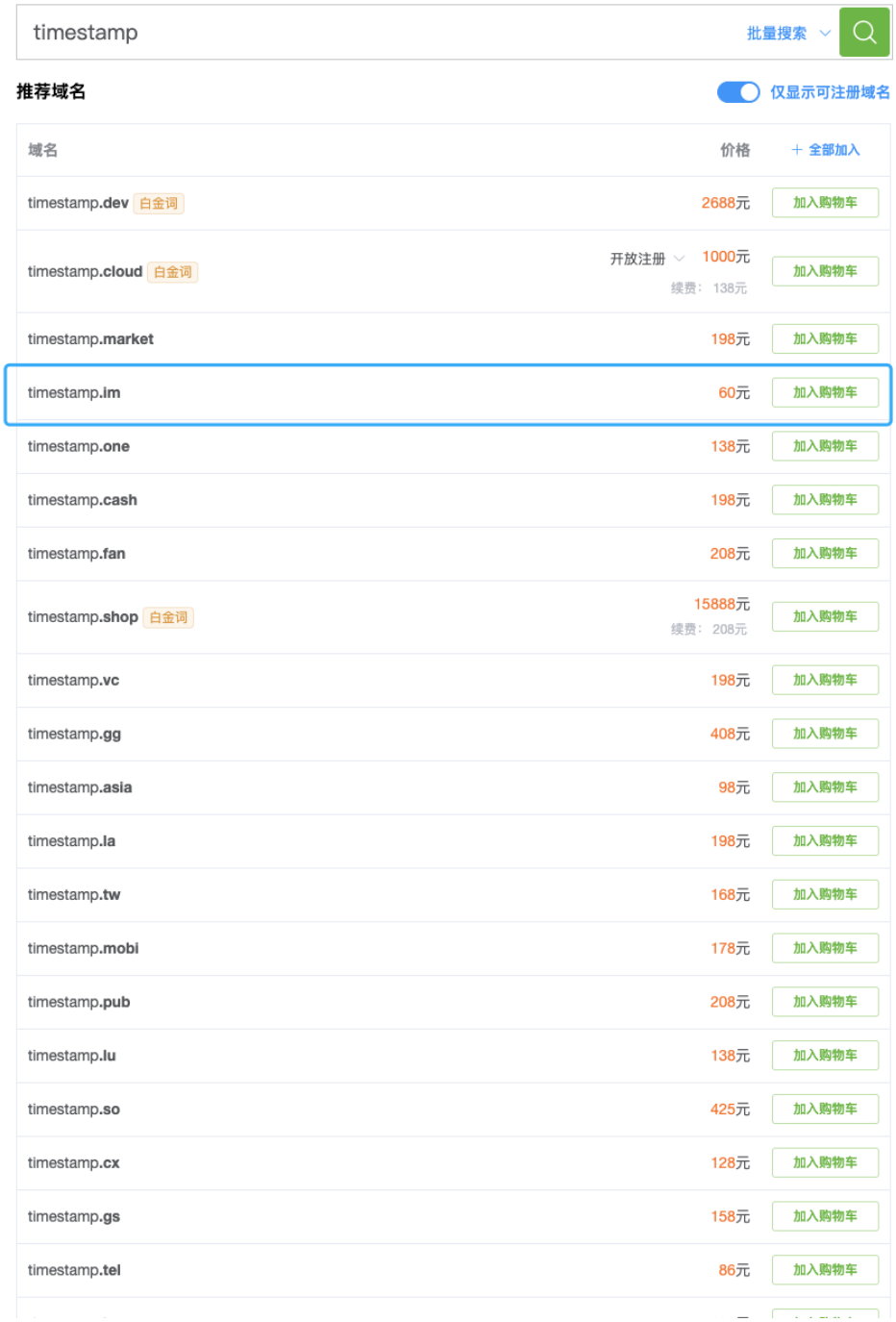
我们还可以去谷歌下拉找搜索需求词:



去谷歌相关搜索找:

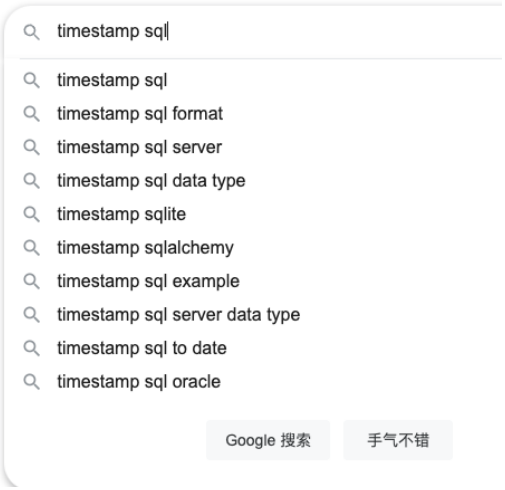


把以上这些地方找到的长尾词都收集起来，按照出现次数排序，去重，我们就得到了我们网站能用的关键词列表。
然后我们去挑一个合适的域名，最好是com的，没有的话，其它后缀也行。或者加长，如 timestamptool.net 。

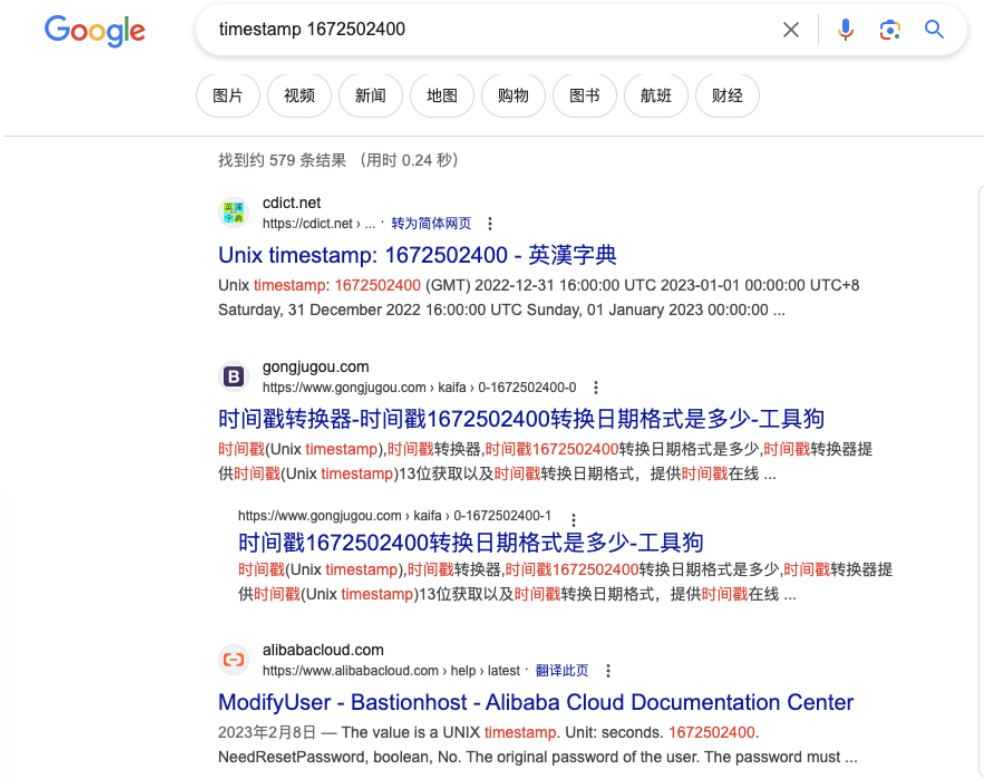


找到合适的域名之后，就要规划全站路径了。我们是后来者，是竞争者，最好的办法是每个语言用一个域名做一个站，那么多语言切换时，直接换不同的域名就行。
所以就不需要考虑子域名形式或者子目录形式做多语言。
那么要做的就是
/ 首页，根目录，做工具
h1 是 timestamp把所有长尾词都变成 h2有层级关系的就变成h2下的h3
/{h2关键字}/ 内页，h2层级目录
/{h2关键字}/{h3关键字}/ 内页，h2下的h3层级目录
这样把所有url结构规划好之后，就可以开始做页面了。
以首页举例：
要有时间戳多种转换形式：
1、从数字时间戳转化为年月日时分秒形式；
2、从年月日时分秒形式转化为时间戳；
3、每分每秒显示当前时间戳。
把以上时间戳转化做成模块，在多个页面都可以使用。

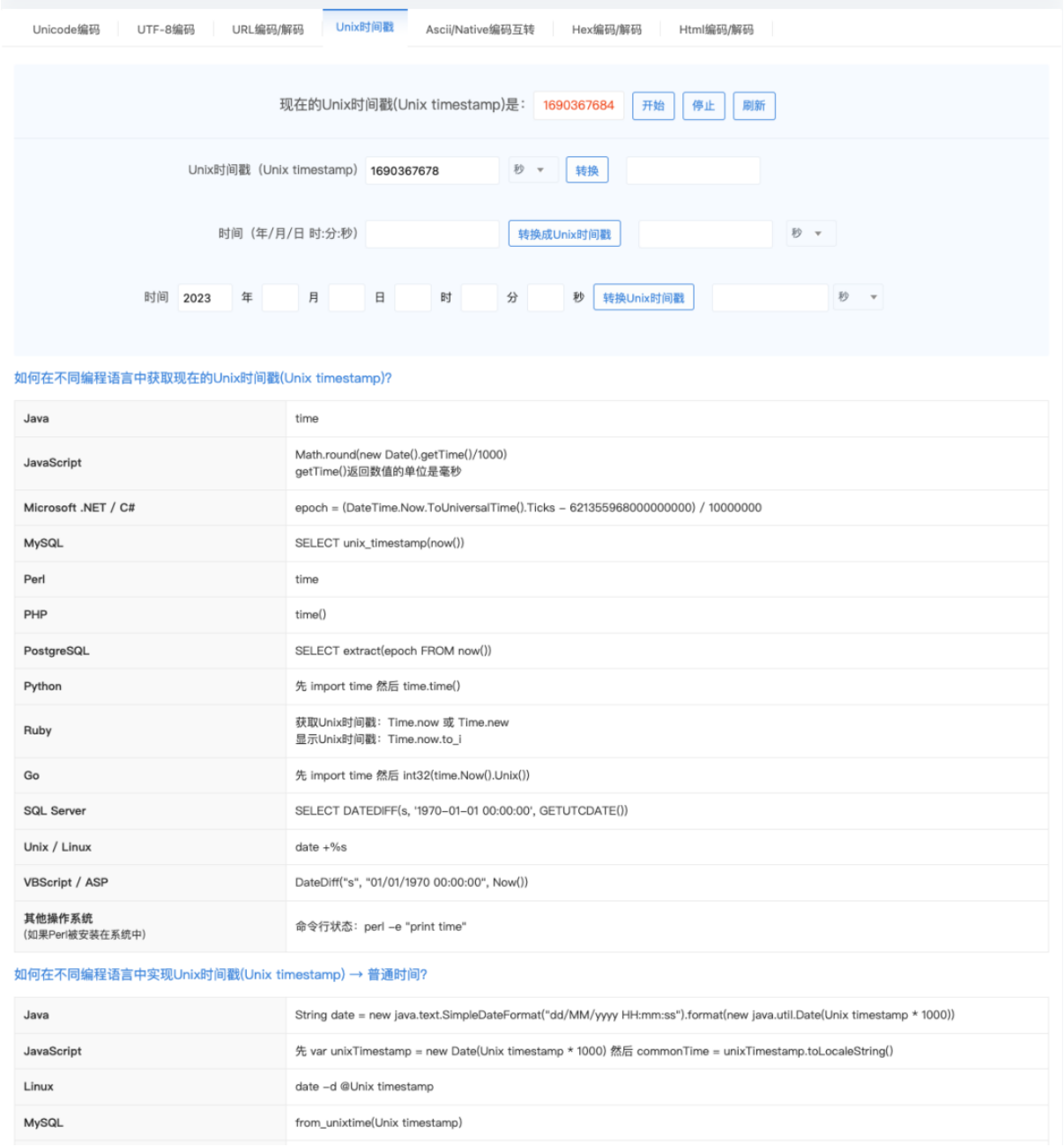
接着首页还需要把所有的h2、h3列出来。
每一个h2、h3都需要用一两段文字解释一下。
什么叫都解释一下呢，拿“timestamp sql”为例，我们就需要去告诉用户，在sql中如何获取时间戳，如何转化时间戳，如何使用时间戳。



然后我们刚才说了，每个h2都需要做内页，还是以“timestamp sql”为例，在这个页面里，你就需要围绕“timestamp sql”去做更详细的解释。基于这个关键字，会有更多的长尾关键字，都要解释到位。
如果内页页面里需要用到时间戳转换工具，那就引用一下刚才在首页已经做好的模块。
首页需要有列出所有的内页链接，至少需要h2和h3的链接。
所有的内页也需要到上一层级，直到首页的链接。
如h3页面，需要有h2和首页的链接。
注意制作页面时，注意保持关键字密度，你需要让每个页面的关键字的密度在5%左右，也就是超过之前最大密度4.1%。
以“timestamp sql”页面为例，这个页面会有很多文字，但“timestamp sql”需要占所有字符的5%左右。
这里怎么计算呢？“times tamp s ql”总共13个字符，5%就是乘以20，也就是你的网页内容至少需要260个字符才行。如果你的网页需要“times tamp s ql”出现3次，那么网页总字符需要780个。注意，空格和换行也算字符。
基于以上方法，把所有页面都做好。然后做好sitemap，就可以提交到搜索引擎了。
但是，你会发现，以上页面都是静态页面，只要做好了，就几乎不会增加新页面，如果我想让搜索引擎爬虫经常来怎么办？
可以学下面这两个网站，做动态页面，每一些时间戳储收录进去。时间戳页面url举例 /timestamp/1672502400 。



可以做一些层级，按年，按月按日分组，每天挑选整点时刻生成页面，将来时刻的页面也可以先生成。
分组后，可以是这样 /timestamp/2023/01/01/{秒时间戳} 。
做好之后，就是和时间交朋友了。
不过，因为我们是挑战者，最好能够做得更漂亮，更好用，让用户能够自发传播。
另外，站长之家的这个时间戳工具页面 https://tool.chinaz.com/Tools/unixtime.aspx ，值得学习。



好了本次分享结束，以上就是昨天哥飞在 人人都能学会的发掘 web 产品需求方法入门 提到，会在哥飞的付费群里分享的操作技巧。
今天哥飞把这个技巧分享出来，给关注哥飞公众号的所有朋友看。
最后再次推荐哥飞运营的“哥飞的朋友们”付费社群，社群好不好，看看群友们怎么说，都是7月26日新鲜出炉的发言：



梁朝伟Jason：我一个下午没看……又800条了

小刀

太多信息了.看不完

dream Qi

有亿点干

Wei

确实。白天偶尔看看，只有晚上才有比较多的时间来看

Banbri

能不能不要这么干，给我留点时间做项目

卡卡罗特

选择强迫症了

Banbri

现在空闲时间光吸收群聊精华了

Aladdin

哈哈哈

AUDI

我也没做，就等周六有时间写写

昨天 22:30

Libro

太强了，这个给了新思路了

pat：这篇我认为做的不错，大家可以参考一下：https://shavercheck.com/bes...

摩西摩西

其他群都没时间看了 成功治好了微信群聊吹水的毛病

Libro

从未想过的道路

Libro

之前都做复杂了



昨天 23:10



对付费社群感兴趣的，请加哥飞微信 qiayue 交流。

