

#Episode 07

# 用SEO行銷

# 開拓跨境市場

下集

## 境外策略規劃 x SEO注意事項

- 關鍵字研究方法與工具
- 跨境市場外部連結與內容優化的方法
- Welly 自身跨境行銷經驗

The Content

# 目錄

## 03. 關鍵字研究與目標定位 5

---

關鍵字策略開展 6

跨境關鍵字研究的方法和工具 11

用搜尋意圖確立文章內容方向 14

## 04. 外部連結和內容優化 15

---

在新市場時建立反向連結的重要性的方法 16

反向連結建立的心法 20

## 05. Welly 自身跨境行銷經驗 23

---

優化網站內容 - 競爭分析 24

優化網站內容 - 關鍵字分析心法 26

綜上所述 - 套用至實際案例給你看！ 27

# 前言

Hello！親愛的讀者們，

你是否覺得奇怪，為什麼目錄會從「03」開始呢？

因為這這本書是【下集】，上一集我們跟大家談到的「跨境市場的行銷分析方法與步驟」以及「如何選擇適合自己的跨境電商平台」。這次，我們要來跟大家介紹跨境關鍵字如何規劃、以及跨境網站的 SEO 文章如何操作會比較有機會排名上第一頁。

Welly 在 2023 年初開始進入香港市場並重新架站、重新開始做 SEO，最終我們把「SEO 公司」這個字詞在年中左右就做到了香港區第一名，我想，在 2023 年的網站優化之路上，我們應該還是有蠻多心得可以跟你分享的！

本書將從 SEO 在跨境銷售時的關鍵字規劃開始談起，到建立反向連結、為你的網站增加權重分數（這真的是一段艱辛且看似沒有盡頭的路途），我們會跟你分享我們的做法，若您願意規劃執行 SEO 的時間也有決心，建議可以嘗試努力看看！

期待你能夠在這次的內容中獲得所需的知識，如果本書的資訊量對你來說稍嫌龐大，不妨考慮分章節閱讀，以便更好地吸收內容。同時，隨時歡迎你重複的複習，加深對知識的理解～

最後，**Welly 每週都會提供一篇行銷新知，可以推薦給你身邊的朋友訂閱 Welly 電子報**，跟著我們一起長知識！

訂閱 Welly 電子報

簡單 2 步驟，填寫姓名與信箱，你將可以第一時間收到熱騰騰電子書！

# 上集載點



- 跨境市場的行銷分析方法與步驟
- 市場調查 & 在地化的網站規劃
- 各國跨境架站 / 電商平台大彙整
- 使用託管型平台的 SEO 技術面注意事項
- 跨境電商運營注意事項：金流、物流

以上內容，你上一集錯過了嗎？

[點此前往下載](#)

# 03

## 關鍵字研究與目標定位

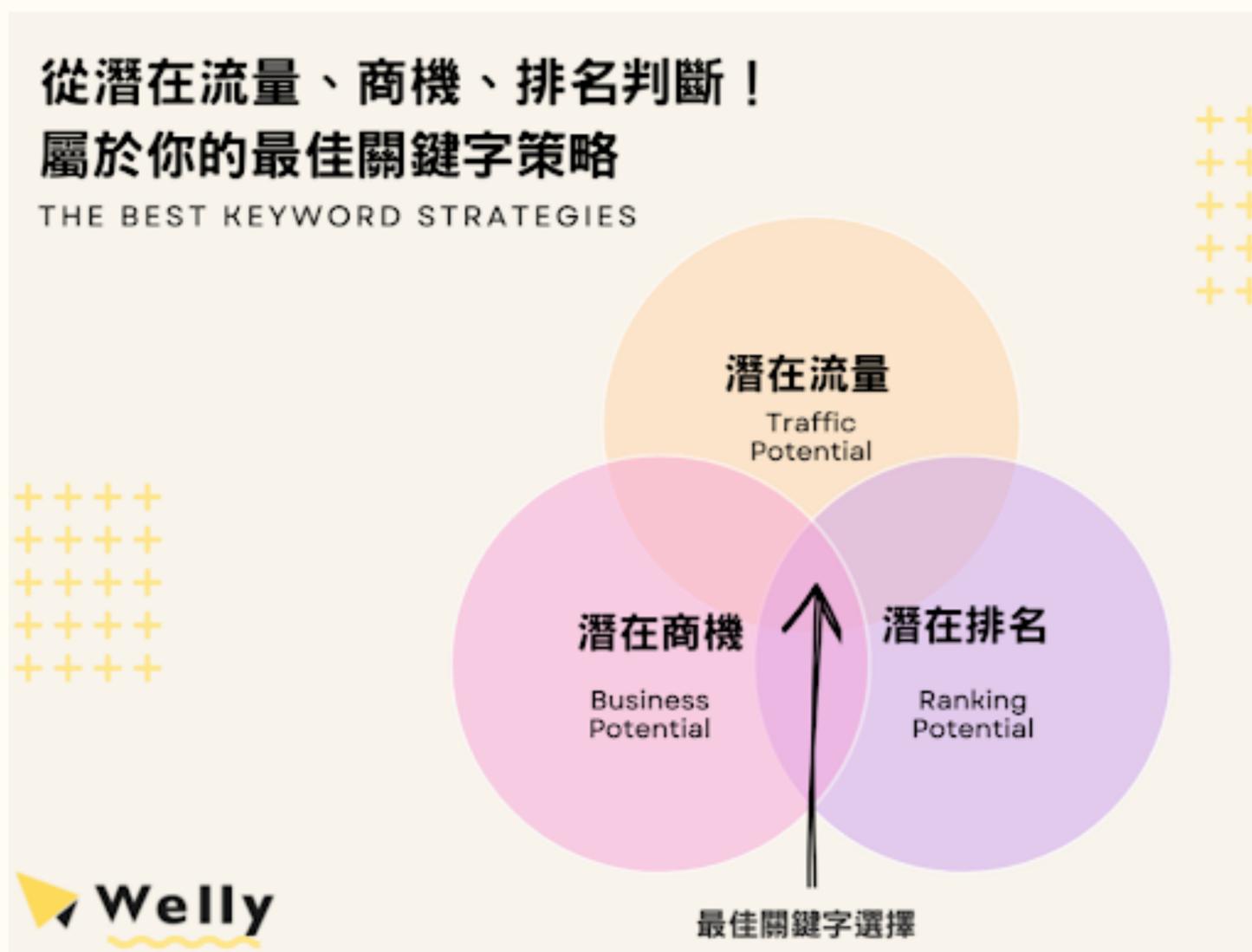
---

- ◆ 關鍵字策略開展
- ◆ 跨境關鍵字研究的方法和工具
- ◆ 用搜尋意圖確立文章內容方向

# 關鍵字策略展開

如何選擇與做好關鍵字策略，是在執行 SEO 內容面最重要的一件事情，就如我們年初發出的電子報內容所談，策略先於戰術，策略若失誤，後續執行時所承擔的失敗風險與成本是相當大的。

但關鍵字如何尋找與發想呢？



### Step1 潛在商機：

回頭確定你的公司商品 / 服務是什麼、並嘗試用一個詞彙清楚表述。記得同時思考同義字或類似字詞的存在。

例如你的公司業務是「企業內訓」，那「企業培訓」、「公司內訓」、「員工訓練」、「團體培訓」是不是都有可能是你需要納入操作的關鍵字呢？

# 關鍵字策略展開

### Step2：潛在流量：

挑選的關鍵字記得用「Google廣告關鍵字規劃工具」查一下搜尋量，搜尋量太小就算排名做上去帶來的流量也不多；搜尋量太大也得檢視字詞是否可能存在「太過發散、沒有進扣業務」的問題。

假設你經營一個漫畫平台，「進擊的巨人」搜尋量也許很大，但搜尋的人可能想看動畫，可能想買周邊，也可能單純想找劇情解析。也許「進擊的巨人 漫畫」或是「進擊的巨人 漫畫線上看」會是個同時兼顧了搜尋量（潛在流量）與潛在商機（回扣第一步）的、更好的操作選擇。

### Step3：潛在排名：

依照前兩步挑選出一批關鍵字後，你還可以再做一次最後確認與篩選。請在 Google 分別搜尋你剛選出的關鍵字，並確認以下項目：

- 出現的結果是不是跟你預計想展開的關鍵字內容契合？（確認搜尋意圖）  
比如說「Lighthouse」這款 SEO 工具，因名字同義於「燈塔」，因此搜尋該關鍵字時，出現的大多是字典的結果與燈塔的圖片。因此「Lighthouse 工具」「Lighthouse 教學」可能會是比起「Lighthouse」更適合操作的字詞。
- 出現的結果第一頁是否存在內容行銷的操作空間？（確認競爭程度）  
例如搜尋「Shopline」時，第一頁可能有 7 個版位都是 Shopline 官方的網站、Shopline 的各個社群帳號，或是充滿著官方軟體下載、客服管道、操作說明....等內容時，代表在這個關鍵字上的操作難度較高、空間較小喔！

## 03. 關鍵字研究與目標定位

# 關鍵字策略展開

一般來說，常見的關鍵字類型分為以下 2 種

- **The Fat Head (核心關鍵字)**

每月搜尋量極高，大多超過 1 萬以上，可能突破 10 萬甚至百萬，行銷人常俗稱「大字、大頭關鍵字」，通常字詞精簡而短小，例如「SEO」。

- **The Long-tail (長尾關鍵字)**

比起核心關鍵字，搜尋量較少，但數量極大，因此長尾關鍵字累計的流量仍不可小覷。通常字詞有可能長也有可能短，例如「SEO 教學」、「SEO 推薦工具」。



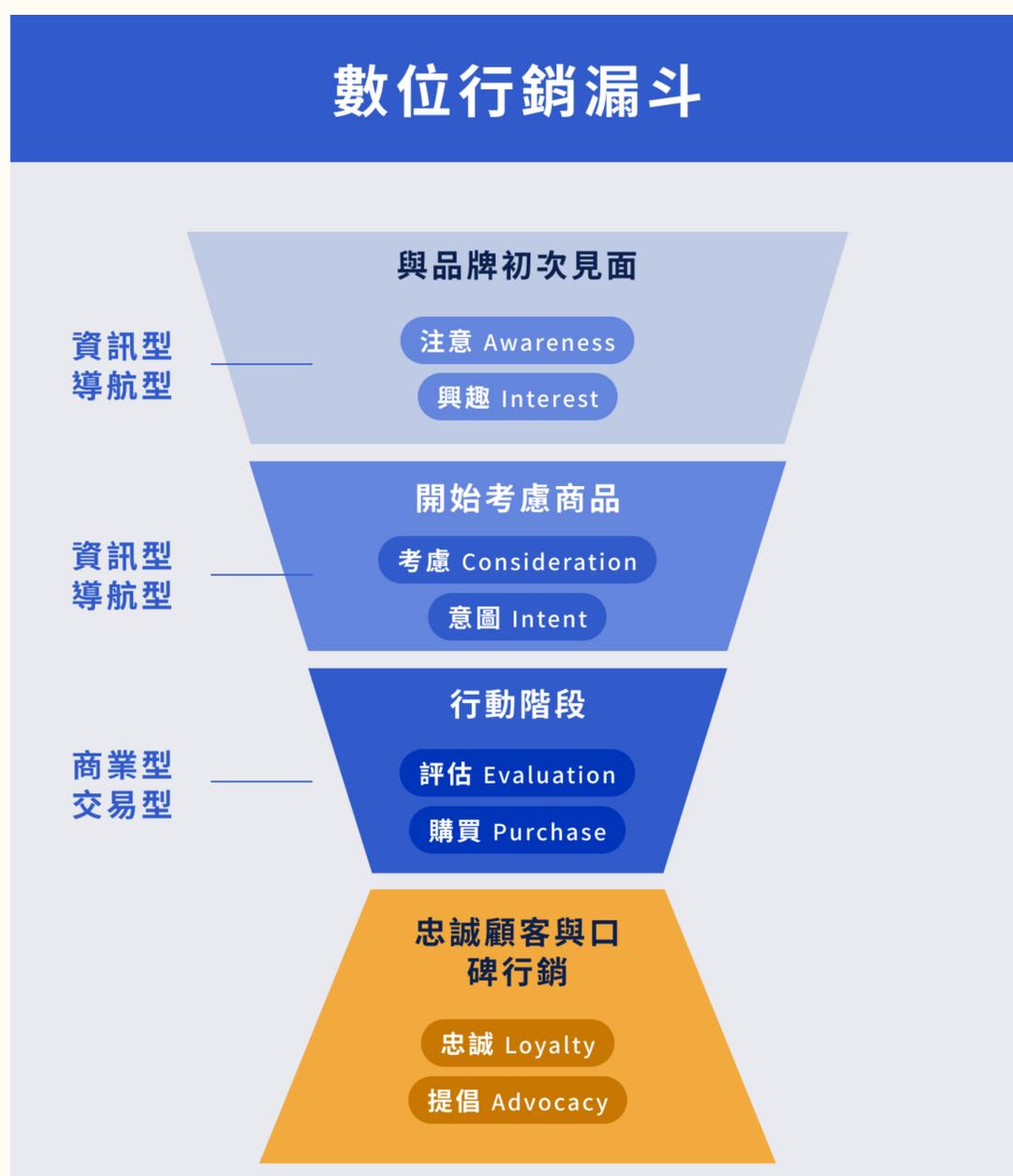
# 關鍵字策略展開

而其中，長尾關鍵字大多會有更多描述性字眼，暗示使用者可能是在尋找特定解答或解決方案，可以觀察出**使用者的思考模式與搜尋意圖**，幫助你鎖定潛在客戶。

因此在業務層面上，無論是透過 SEO 的內容行銷還是 SEM 的廣告投放，都可以在關鍵字規劃時考慮加入與轉換相關的字詞。例如「手工水餃推薦」、「2023居家香氛排名」等字詞組合。

隨著 SEO 與數位行銷的多年發展，搜尋引擎上的競爭程度逐漸提升，有時我們所希望攻佔的目標關鍵字可能難度較高，或者當網站剛起步時難以與市場上的龍頭競爭。

這時候，為了建立起一個流量基礎，除了自身產業的目標核心關鍵字之外，你可以考慮融入長尾關鍵字，來達到一定程度的流量佈局。下一段我們要先告訴你關鍵字背後的「**搜尋意圖**」的重要！



# 關鍵字策略展開

如前面提到，長尾關鍵字通常反映使用者的搜尋意圖，而這些搜尋意圖大致上可分為 4 大類型：

▲ **資訊型**：用戶想要找到特定資訊或解答

例如：SEO 文章怎麼寫、水餃怎麼煮、電玩展什麼時候開始等。通常帶有「疑問」的關鍵字，都與資訊型搜尋意圖有關。

▲ **導航型**：用戶想要造訪的網站或是實體店面

例如：IG 登入、台北圖書館地址、Welly SEO 首頁等。

▲ **商業型**：用戶有考慮購買商品或服務的需求，想查看評價、比較或評論等

例如：Mooink 跟 Kobo 閱讀器評比、大學生筆電推薦等。

▲ **交易型**：使用者有購買需求，想查詢商品、服務或購買地點等

例如：高鐵連假訂票、二手書收購、羊奶訂閱服務等。

**了解搜尋意圖，才能針對這些關鍵字延伸做文章內容的構想。**

如果今天你選的關鍵字明明是「資訊型」，例如「電玩展什麼時候開始？」。但你通篇都在寫「電玩展的票哪裡買 (交易型)」，這樣你的文章可能就非常難排到前面囉！

# 跨境電商關鍵字研究的方法和工具

對關鍵字類型與搜尋意圖有了進一步了解之後，該怎麼找到合適的長尾關鍵字呢？

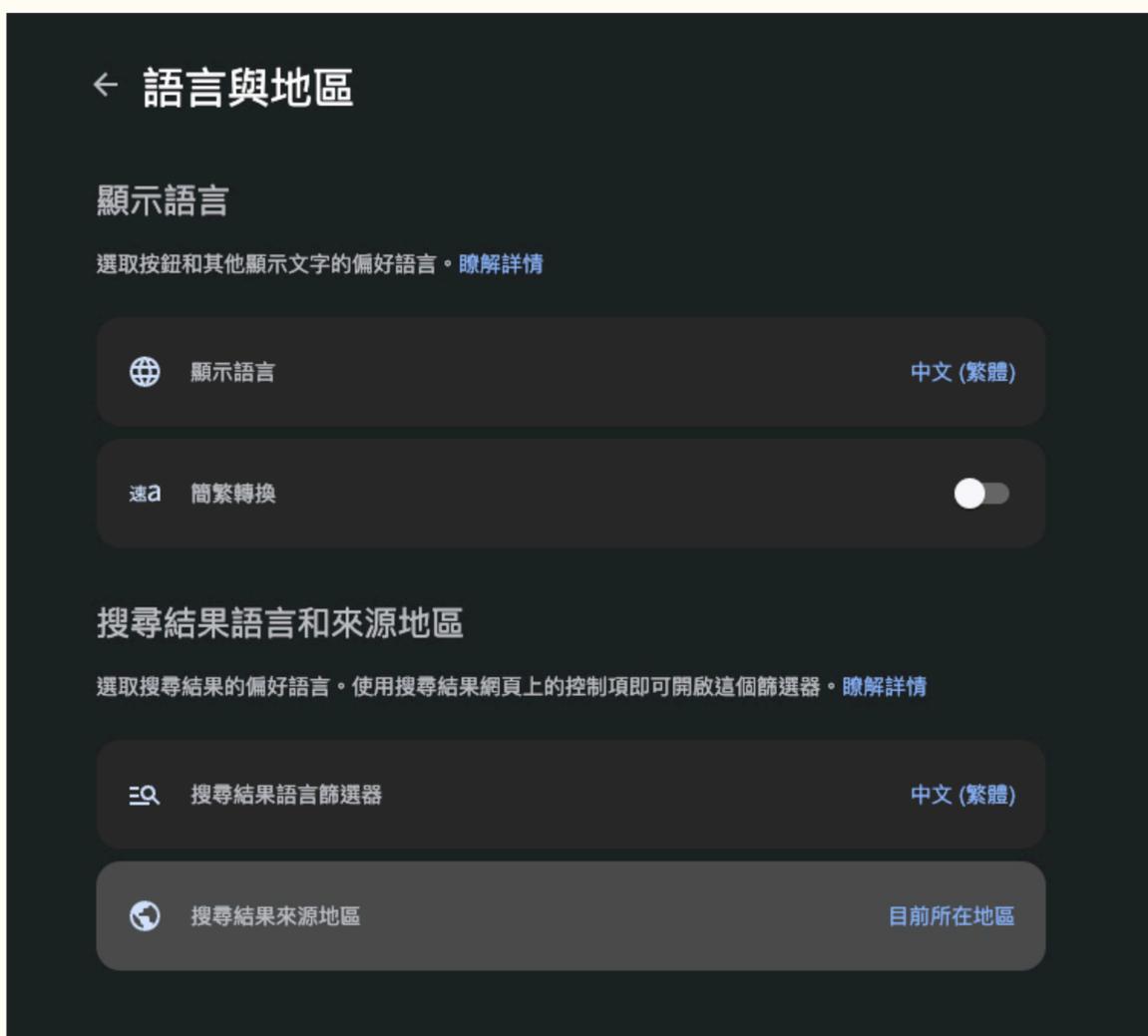
根據 Welly 執行經驗，提供以下 6 種方法，希望能夠幫助你在找尋關鍵字時更有方向！不過，這裡提供的方法和順序並非絕對，可以依個人習慣調整。

### 1. Google 搜尋預測和相關搜尋

Google 搜尋引擎欄位下拉式選單中的預測字串，以及底下的相關搜尋，是最方便、最不用花錢的方法，且根據觀察這些區域的點擊率並不低，想找長尾關鍵字不妨從這裡入手！

並且，你可以根據下方的步驟在 Google Chrome 瀏覽器後台設定查詢地區，方便查看目標所在地的熱門關鍵字！

💡 步驟教學：Google 搜尋設定 > 其他設定 > 語言與地區 > 更換地區



# 跨境電商關鍵字研究的方法和工具

### 2. 從社群論壇、新聞觀察熱議話題

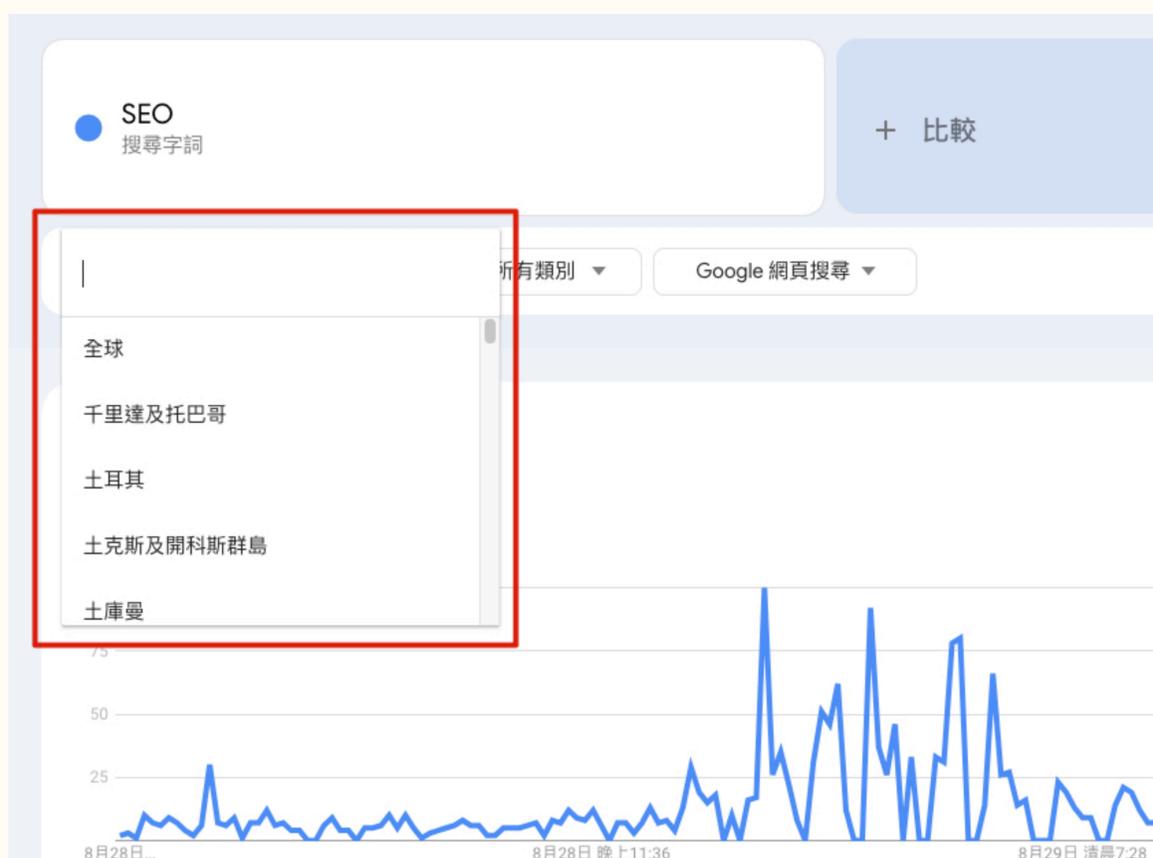
世界上的每一個角落瞬息萬變，我們難以預料今天社群論壇、新聞會不會又有話題爆紅，會不會用戶出現了新的需求、疑問，因此持續追蹤社會討論話題，也有助於你蒐集長尾關鍵字。

最簡單的方法就是找到你的市場目標對象會使用的社群論壇，把關鍵字丟進搜尋欄查查看大家都在討論什麼、好奇什麼，並把這些問題蒐集起來，用文章內容來回答！

### 3. 使用 Google Trends 調查市場趨勢

Google Trends 搜尋趨勢數據可實際反映使用者當前真正關注的焦點，只要輸入想觀測的關鍵字，就能查看該主題在特定地區、時間內的搜尋熱度變化。

並且，還能依照「國家」、「類別」等項目篩選進行分析，以便更了解用戶實時的搜尋意圖。



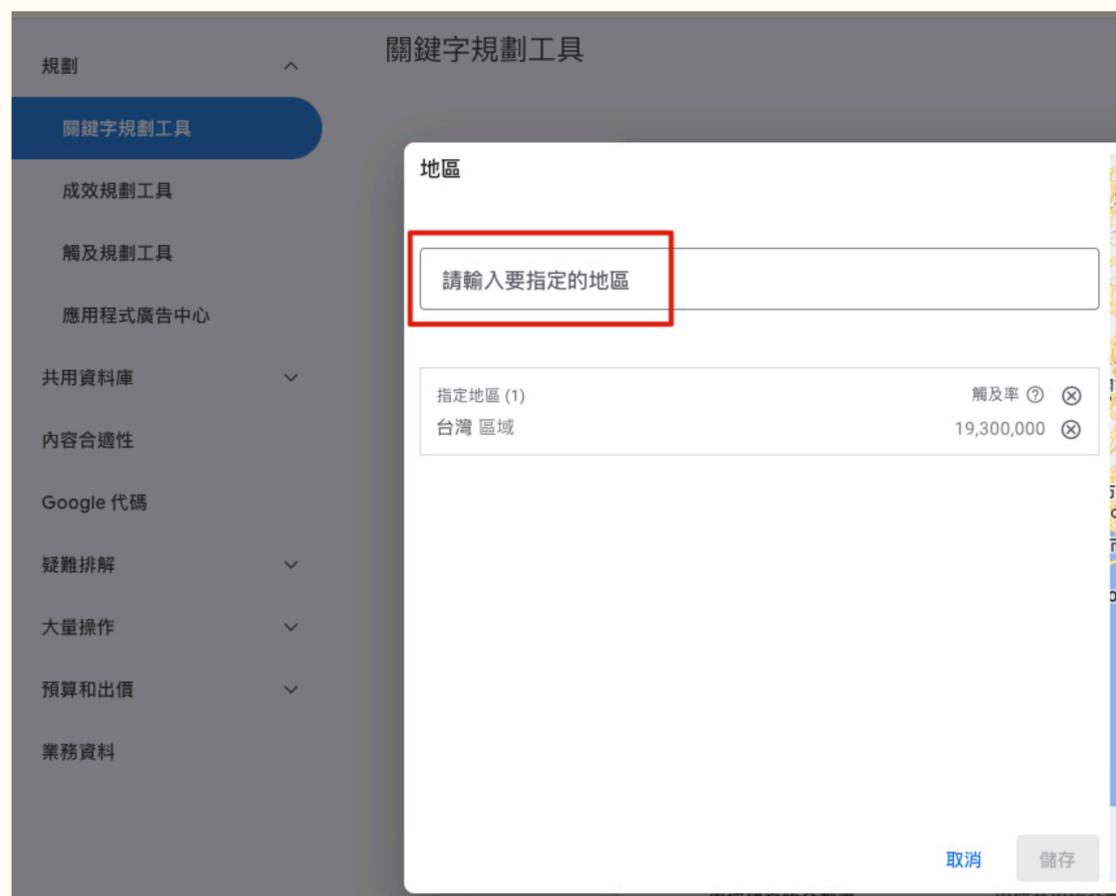
# 跨境電商關鍵字研究的方法和工具

### 4. 從 GSC 找出長尾關鍵字曝光狀況

如果你的網站和文章已上線，想要增加長尾關鍵字，你可以透過「成效」>「新驗證的網站」>「國家/地區（選擇你 T A 所在的國家，不是你所在的國家）」>「查詢」「頁」功能來觀看網頁的表現狀況，包含核心關鍵字、長尾關鍵字的收錄、曝光、點擊、點擊率和排名。（[Welly 官網有一本 GSC 操作手冊可以下載歐！](#)）

### 5. 使用 Google Ads 關鍵字規劃工具

透過調整關鍵字規劃工具的設定，指定你的目標市場國家或地區，接著輸入所需查詢的關鍵字，即可獲得該地區每月平均搜尋量和競爭程度的資訊，進而辨識與你目標相關的長尾關鍵字。



### 6. 搭配 Ahrefs、Ubersuggest 等 SEO 工具

如果遇到某些字詞 Google Ads 無法顯示，或是顯示內容不足，你也可以搭配外部廠商的關鍵字分析工具來找到長尾關鍵字，例如 Ahrefs、Ubersuggest 支援中文語系，受到許多 SEO 行銷人推薦。

# 用搜尋意圖確立文章內容方向

前面講了這麼多，到底該如何判斷關鍵字背後的搜尋意圖呢？

### 這邊告訴你 4 個分析搜尋意圖的方法！

#### 📍 方法 1：從 SERP 排名靠前的網頁中歸納出搜尋意圖

透過觀察在 SERP 上排名較前的網頁內容，可以較快獲得即時性的搜尋意圖。這些高排名的頁面提供了有價值的資訊，暗示了使用者目前所需的內容。

透過分析這些頁面的標題、摘要、內容結構和格式，可以推斷出特定搜尋意圖。

例如，如果排名靠前的網頁都是教學指南或解決特定問題的內容，則搜尋意圖可能是資訊尋找或問題解決，那你能做的就是也寫一篇協助解決搜尋者找資訊需求的文章！

#### 📍 方法 2：從關鍵字本身延伸思考搜尋意圖

有些關鍵字的搜尋意圖從字面上看就非常清楚了～因此在安排內容上盡可能滿足用戶想知道的答案，當然能增加更多 E-E-A-T 裡的「Experience」會更好！

例如：「手機掛繩推薦」、「iPhone 換機教學」等，這些搜尋意圖都非常好猜測，因此在安排內容上除了滿足意圖外，也可加上自己的親身經驗或開箱分享，將有機會獲得較高的排名。

#### 📍 方法 3：從「其他人也問了以下問題 (People also ask)」判斷搜尋意圖

除了查看 SERP 排名靠前的網頁之外，SERP 最底部的位置也會出現其他使用者在特定關鍵字上還查詢了哪些相關問題。在不同國家，看到的字詞或問題也會不太一樣！

透過這些額外問題的分析，可以更深入的理解用戶的搜尋意圖，可以將主題相關聯的問題納入內容安排規劃中，提高文章價值。

#### 📍 方法 4：搭配「搜尋量」進行判斷

搜尋量是衡量關鍵字或特定主題受歡迎程度的量化指標。在不同國家，搜尋量也一定不同！要找出哪些才是當地的熱搜字或是習慣用詞～

較高的搜尋量可能表示用戶對該主題的搜尋興趣與需求同樣成正比，因此可以作為判斷搜尋意圖的其中一項指標。

# 04

## 外部連結和內容優化

---

- ◆ 在新市場建立反向連結的重要性和方法
- ◆ 反向鏈結建立的心法
- ◆ 優化網站內容

# 新市場建立反向連結的重要性的方法

「反向連結」可以說是讓網站 SEO 持續進步的關鍵之一，而反向連結對於 SEO 來說很重要的原因可以用 2 個因素來說明：

- **「連結」是 Google 爬蟲 (Crawl) 最關鍵的依據**

當網路爬蟲在檢索和收錄資料時，連結就像是爬蟲與網頁之間建立起友誼的橋樑，透過連結認識更多新網頁。

Google 官方也曾回應過，反向連結是影響搜尋結果排名的 3 個最重要因素之一！

因此若是在其他網站建立起「反向連結」，便有助於爬蟲在爬取資料時認識你的網站，進而提升排名的機會！也就是說獲得越多反向連結的網站或網頁，就更容易被 Google 認識，也更有機會在搜尋結果頁 (SERP) 當中取得較前面的名次。

- **反向連結是評估網頁、網站「權重 (Authority)」的核心要素**

權重指的是搜尋引擎對網頁、網站、連結的重要性評估指標，因此權重的高低將會影響搜尋結果頁的排名。

權重越高的網站、網頁代表價值越高、品質越好、在網路世界中可信度較高，所以也更有機會在搜尋引擎結果中獲得更好的排名。

Google 會透過各種演算法和機制來評估網頁的權重，而在評估時，最重要的核心要素之一就是「反向連結」。

反向連結是 Google 「PageRank」演算法的核心基礎，也是第一個演算法，雖然目前 Google 已不公開 PageRank 的分數，並陸續推出了許多不同的演算法。

但直至今日 PageRank 在搜尋引擎優化上仍舊重要，因此反向連結在 SEO 中有著很關鍵的地位。

# 新市場建立反向連結的重要性的方法

當其他網站連結到你的網頁時，這些連結可以提供權重給你的網頁。搜尋引擎會根據這些連結的品質、數量和相關性來評估網頁的權重。

請記住，**反向連結固然很重要，但是反向連結的來源更重要**！對 Google 來說反向連結也有優劣之分，並不是單純的「多=好」，必須兼顧反向連結的品質，盲目的增加反向連結有可能會讓你的網站倒扣分數！

因此，在了解如何增加反向連結前，我們先來學會如何分辨好與壞的反向連結。

如果反向連結所在的網站與內容主題關聯性越高、權重越高，那麼這個反向連結可說是具有極高的價值。而有價值的反向連結越多，代表推薦人越多，Google 便會判定這是一個可信度高的網站，因此樂意將你推薦給用戶，排名也就更容易上升！

就像一碗普通的滷肉飯獲得了知名美食專家的推薦，滷肉飯的知名度將水漲船高，好的反向連結也是一樣的道理！

以下 Welly 整理了 5 個「優質反向連結」應具備的特質：

- 連結來自高權重網頁
- 網頁內容與自家網站主題、領域相關性高
- 符合目標關鍵字的錨點文字
- 連結位於網頁中文章主體的位置
- 連結為 Dofollow 屬性

# 新市場建立反向連結的重要性的方法

那該如何建立優質反向連結，可以遵循以下 3 大重點：

### 1. 獲得連結 (Earning Backlinks)

產出優質文章，讓其他人主動引用。這對於新網站來說較為困難，但卻是最自然、最理想的反向連結取得方式，Google官方也鼓勵大家透過「贏得連結」的方式來獲取反向連結。

### 2. 製造連結 (Creating Backlinks)

製造連結意味著自己產生連結。意思是在其他人的網站中留言或是提供具有參考價值的意見評論，藉此來增加指向自站的連結，提升搜尋引擎排名。

### 3. 建立連結 (Building Backlinks)

主動投稿、洽談或邀請其他網站引用自己網站的連結，這種方法需要注意文章內容是否符合該站的主題，以及投稿的網站權威性是否足夠，而非一昧的胡亂投稿喔！

Welly在幫助客戶提升網站排名時也會使用這種方法，將相關性高的文章投稿到各大知名平台，以此增加網站權重。

**獲得連結**  
(Earning Backlinks) 產出優質文章，讓其他人主動引用

**製造連結**  
(Creating Backlinks) 在其他網站提供具有價值的留言或評論，增加指向自站的連結

**建立連結**  
(Building Backlinks) 主動投稿、洽談或，邀請其他網站引用自己網站的連結

# 新市場建立反向連結的重要性的方法

儘管相對而言，在國外成功建立高品質的反向連結比在國內更具挑戰性，因此我們建議不僅限於國外網站，同時也可以考慮在國內論壇、新聞、部落格等建立反向連結，透過跨國網域的推薦，提高自家網站權威分數。

你可以依據以下 Welly 也在使用的 5 個方法，幫助你找出適合建立反向連結的平台：

- 審視平台風格和主題，確認是否符合你的需求
- 查看該平台的網站權威度（DR），越高代表該網站的權威性越高。
- 確保該平台允許放置連結且為 **dofollow**
- 注意一些平台可能有特定限制，例如需附加圖片、有字數限制等
- 若有互惠的合作方式，你可以提供自己站點上可以放置對方連結的位置，並讓對方評估是否適合

另外值得注意的是，Google 在 2022 年推出人工智慧演算法「**SpamBrain**」應用在偵測垃圾連結上，也就是偵測網頁之間的不自然連結並進行懲罰。

因此，切勿為了增加大量反向連結而使用黑帽 SEO 手法，例如：增加一堆關聯性極低的反向連結、偷渡連結或濫用跳轉模式、透過商業交易大量購買無關聯性連結等。



### 黑帽SEO的評斷標準

- 新增一堆關聯性極低的反向連結
- 偷渡連結或濫用跳轉模式
- 把連結隱藏在網頁中但讀者看不見
- 亂灑自家連結在外站的留言版
- 透過商業的方式讓別人「業配」你的連結

# 反向連結建立的心法

### 觀念 1：做好失敗的期望管理

SEOer 們都知道，透過正當手法獲取有效的反向連結不是件容易的事情，並且同時需要花費大量時間與人力成本。

因此，在建立反向連結前期，應該先做好「可能失敗」的心理準備，重要的是不要失去信心、持續嘗試，並且從這些經驗中了解什麼是有效做法、什麼是無效作法。

雖然這點聽起來很雞湯，但執行 SEO 本就是場持久戰，確保自己心態正確是很重要的事情！

### 觀念 2：一次專注做好一個連結建立的策略

如前一個段落所提到「建立反向連結應該重質不重量」，品質也包含了你在選擇網站時的策略和實施的方式。

因此，初期應該避免同時嘗試多種建立連結的方法，而應該專注於特定的方法。

例如，你可以採用 Email 來聯絡其他網站以建立反向連結。進行一段時間後，評估此方法的成效，如果它未達到預期效果，那麼再考慮嘗試其他方法，這樣能夠更有效的追蹤哪種方法有效。

我們也建議可以先從「Email」作為一開始建立連結對外溝通的方法，但是在撰寫信件時應該注意以下 3 點：

- 避免讓每一封信看起來像是「複製貼上」，應該為不同的對象撰寫不同的內容
- 思考「為什麼對方應該要增加這個連結？」「對他們有什麼好處？」
- 充分表達出對對方的興趣，以及讓對方了解我們的需求

# 反向連結建立的心法

這種溝通方式經過一段時間後，你將可以判斷哪些內容元素值得保留，並在接下來的信件中加以優化調整，制定出相對較好的 Email 溝通模板。

### 觀念 3：彈性的設定建立連結的目標

新網站在建立反向連結初期，也許無法馬上獲得極高的效益，因此，我們建議一開始先不要設定太過困難或是難以達成的目標。

可以先嘗試找出對網站有效的方法，一旦找到有效建立反向連結的策略後，再開始制定更具體的 KPI。

### 觀念 4：首先運用現有資源

先從手邊的資源下手是一個建立反向連結成功率較高的方法，同時建立初期的信心。你可以列出目前公司合作的客戶、下游廠商、上游供應商、行銷策略合作夥伴...等，或是詢問身旁親朋好友，透過適當的內容文字將自己的網站連結放到對方網站上，都是可能的好管道。

### 觀念 5：擴大網站相關性的範圍

建立反向連結有一個很重要的觀念，那就是「網站相關性」，而「相關性」可以從目標受眾「可能感興趣」的方向向外延伸。

例如，假設你是一名汽車銷售員，公司網站是販售汽車的網站，而你的競爭對手可能也有同樣的目標，導致提高了建立連結的難度。

# 反向連結建立的心法

這時候，你可以思考客戶可能也感興趣的主題，例如：

- 汽車內裝／配件商
- 汽機車零件商
- 洗車服務商
- 汽車保險公司
- 汽油／機油供應商

這些向外延伸可能感興趣的主題同樣具備相關性，建立起的反向連結對 Google 來說品質會比起從論壇建立的連結更高。透過提供有專業度且有關聯性的文章給這些公司，有機會提高建立反向連結的成功率、也能建立起有品質的反向連結。

---

總之，建立高品質的反向連結是網站成功的一個重要組成部分，這些建立於其他網站之上的連結，不僅有助於提高網站的搜尋引擎排名，還可以增加網站的可信度和知名度。

然而，建立反向連結是一個漸進的過程，需要時間和耐心。在這個過程中，不要試圖通過黑帽 SEO 的方式來獲得反向連結，這可能會損害 Google 對網站的信任度，一失足成千古恨。相反，努力創造有價值的連結，提供有吸引力和有用的內容，才是獲得成功的不二法門！

# 05

## Welly 自身跨境行銷經驗

---

- ◆ 優化網站內容 - 競爭分析
- ◆ 優化網站內容 - 關鍵字分析心法
- ◆ 綜上所述 - 套用至實際案例給你看！

# 優化網站內容 - 競爭分析

當平台已經完成建設並開始運營、且文章也陸續上架，就是「持續優化內容」的階段了！

為了能夠持續獲得流量，避免競爭對手搶走生意，必須進行競爭對手分析。透過分析競爭對手，可以制定優化內容的策略和方向，正所謂「知己知彼，百戰不殆」！

SEO 競爭分析是指針對競爭對手的 SEO 策略、文章內容、技術 SEO 去做分析，觀察競品的 SEO 優勢及關鍵字佈局。

而這些分析有助於判斷自家網站架構、網頁內容等的調整方向，以獲得更多搜尋流量，提升 SEO 排名。

我們也幫大家歸納出進行 SEO 競爭對手分析的 5 大最佳時機：

### 時機 1 | 規劃內容時

撰寫 SEO 文章最重要的前置作業，當然就是「關鍵字分析」！可以先檢查競爭對手在哪些方面做得很好，吸收後將「重要關鍵字」、「自家產品／服務獨特之處」想辦法融合，並且強調出來。

這裡要注意的是，記得將重要關鍵字往文章前段擺放，可以獲得更好的效果。

# 優化網站內容 - 競爭分析

- **時機 2 | 撰寫內容時**

查看關鍵字搜尋意圖，並且分析競爭對手撰寫的文章與段落，確保自家網站所提供的內容皆具備相關資訊，適當增加更豐富且符合搜尋意圖的內文，讓自站的文章資訊豐富度超越競爭對手。

- **時機 3 | SERP 排名突然下降或發生變化時**

文章上架後，還是得持續每週、每月觀察競爭對手正在做什麼、更新哪些內容？自家網站排名是否被超越？

並且，同時關注用戶搜尋意圖、興趣，調整目前在網站中有效、無效的內容，隨時更新文章。例如：時事進度更新、最新趨勢...，最好將過時的資訊從原本的文章中刪除，若希望留下也請特別標註資訊已成歷史。

- **時機 4 | 在 SERP 中排名停滯不前時**

如果發現自家網站 SERP 排名停滯不前，且非熱門搜尋結果之一時，競爭對手分析也可以幫助發現癥結點。

建議查看 SERP 第一頁排名較前的文章內容，是否更新了哪些我們遺漏的資訊，並將其補充到文章中。（**注意！不可抄襲，抄襲會被 G 大懲罰**）

- **時機 5 | 建立反向連結時**

分析競爭對手的反向連結來源、數量、品質，能夠更準確的找出可能適合自家網站建立反向連結的機會，有助於提升網站排名。

# 優化網站內容 - 關鍵字分析心法

另外，在進行「關鍵字分析」時應該注意以下 3 件事 ⚠️：

### ○ 關注「搜尋意圖」重於搜尋量

一個關鍵字的搜尋量高並不意味著就會帶來大量的搜尋流量。

相反，建議 SEOer 專注於滿足「使用者搜尋意圖」，且無論用戶執行哪種類型的搜尋，自家網站都需要為用戶提供有價值且相關性高的內容。

### ○ 在關鍵字分析中找尋放置「長尾關鍵字」機會

如果自站在 SERP 的文章排名一直不理想，建議可以將關鍵字的重心從「核心關鍵字」轉移到「長尾關鍵字」上。

因為事實上，長尾關鍵字的比重佔 Google 搜尋結果大約 70%，是一個很值得花心思投資的項目。

### ○ 密切關注 SEO 競爭對手的「付費關鍵字列表」

雖然 SEO 和 PPC (Pay Per Click 點擊付費式廣告) 通常被視為兩個獨立的個體，但觀察競爭對手的 PPC 關鍵字可以了解競品認為哪些關鍵字是有價值的，藉此調整自站的關鍵字策略。

不過要注意的是，在做 SEO 關鍵字競爭分析時，出現在無痕 SERP 上的競爭對手不見得會是與「自家業務」最直接相關的，只是大家都透過同樣的關鍵字搜尋曝光而已。

因此，在文章上架前，分析這些對手網站的產品服務、網頁規劃、關鍵字架構等是相當重要的。

# 綜上所述 - 套用至實際案例給你看！

我們會以「SEO 公司」這個關鍵字為例子，說明我們怎麼把這個關鍵字在半年內做到香港 Google 前三名。

希望正在 / 打算經營外銷、電商的你們能從 Welly 的經歷中得到一些收穫！

後續我們會以 ★ 代表 Welly 自身的經歷，讓你們了解我們曾經所面對的困難及解決方法～那我們就繼續往下看吧！

### 第 1 步——洞察搜尋意圖

在開始你的 SEO 文章撰寫前，請一定要先了解你的目標受眾的需求（搜尋意圖），這一步是成功的基石，然後生出對他們有價值的內容。我們在本篇不斷強調這點！

★實作經驗：我們在研究香港「SEO 公司」SERP 時有 3 大發現：

- SERP 搜尋結果多為香港 SEO 服務商的官網，它們多利用 Meta Title / H1 標籤放置「SEO 公司」關鍵字，再加上較高的 DR（Domain Rating）獲取排名，但沒有太多詳細的內容針對 SEO 公司進行介紹。
- 首頁的競爭對手中沒有人整合出目前香港 SEO 服務商有哪些。
- 大部分搜尋 SEO 的用戶對於 SEO 是什麼，以及 SEO 公司能夠提供的服務不太了解。

# 綜上所述 - 套用至實際案例給你看！

### 第 2 步—— 內容產出 + 社群合作

了解完消費者的需求後，我們需要基於用戶需求、自己的品牌價值，創建出能建立品牌形象 + 有吸引力的內容。

社群媒體活動：雖然 Google 有回應過社群訊號並不會直接成為網站排名的考量因素，但社群帶入的流量與可能達成的擴散效果，有機會創造更多品牌曝光。

也就是說網站在社群上的曝光還是蠻有機會成為間接造成排名提升的因素。

合作和聯盟：在創作出優質內容後，你可以嘗試尋找合作夥伴和聯盟機會，嘗試擴大你的受眾。與同類型的公司互相合作寫文建立優質的反向連結（Backlink），提升雙方的網站權重；或是和不同平台合作舉辦活動、投稿，以提升曝光率。

★實作經驗：在「SEO 公司」這個關鍵字上，Welly HK 發現香港用戶的搜尋意圖是了解 SEO 的原理以及香港 SEO 公司的服務，因此撰寫了很多跟 SEO 相關的介紹文章，並以中立的角度介紹及搭配表格整合的形式介紹 HK 的 SEO 公司。

用戶可以快速掌握 SEO 的基礎概念，並了解到 SEO 公司到底都在做什麼，而不只是推薦自家 Welly 的服務。這種精準的內容行銷令潛在客戶對於我們品牌的信任度增加，提升品牌印象。

# 綜上所述 - 套用至實際案例給你看！

### 第 3 步——數據分析

在你的內容上架後，數據將會是你的好朋友，數據分析是持續改進流量策略的關鍵，以下是數據分析 3 步驟：

1. **監控流量**：使用分析工具（如 GSC）追蹤你的網站流量，了解關鍵字的曝光／點擊、網頁索引率等的網站表現。
2. **評估結果**：根據數據，評估目前的 SEO 策略是否有效，研究哪些內容和管道能帶來最滿意的結果。
3. **持續優化**：根據評估結果，調整現在內容的編寫方向及關鍵字的置入策略。隨時留意 SERP 上的競品內容，定期補充新的相關資料，並透過改善關鍵字等方法來優化內容。

最後，優化網站性能（網站結構、載入速度），並繼續尋找新的合作機會。

★實作經驗：Welly HK 在官網上架後，因為我們主要以產出優質文章為內容行銷手段，所以得隨時關注 SERP 的變動，並根據數據做文章優化：

- 發現有新的香港 SEO 公司就會補充進文章中。
- 依據 SERP 與數據修改 Meta Title / Meta Description。
- 定期檢查文章中有沒有可以設內部連接的錨文字。

# 結語

感謝你這次的下載與收看！2023 年我們共出了 6 本電子書來提供給大家做學習，也收到很不錯的迴響，我們很感動，因為我們付出的時間就像在播種，希望可以幫助到大家在 SEO 行銷上有所成長、觀念越來越紮實，甚至可以自己動手做做看！

當然，礙於本書篇幅，我們沒辦法寫得非常詳盡、一步驟一步驟地教你，但我們官網上也有非常多本電子書，歡迎下載搭配一起於優化時服用，前面幾本工具書是能把本篇的內容補充的更加完整的唷！

最後，也想讓大家知道，我們 2024 年度會有相當多的講座，歡迎大家踴躍參加！不過相對的，我們電子書會改為一季一本唷！還是會盡力分享我們覺得好的內容給大家的～

如果你看完本書內容之後，擔心沒有時間執行，或是自己做沒有成效，也歡迎你與 Welly 合作！

可以透過本書最後一頁的聯絡資訊，讓 Welly SEO 團隊為您提供專業的支援與指導，攜手實現品牌的流量成長與成功！

👉 想知道 Welly 為客戶操作後的 SEO 成效嗎？

[歡迎點此通往 p.33 查看其他人流量成長的速度](#)

👉 若是看完後決定交給專家來協助執行，

[歡迎到 p.35 選擇任一種方式與我們聯繫！](#)

簡單兩步驟，留下姓名信箱，你將可以第一時間收到[熱騰騰電子書跟講座資訊](#)喔！

訂閱 Welly 教教我系列

# Hi

## 我們是 Welly !

## 最專業的 SEO 服務商

感謝您的閱讀，希望這本電子書可以幫助到您！

接下來也讓我們用 3 分鐘幫助你快速認識 Welly

## Welly 跟其他廠商不同在哪？

### 1 落地執行 才是關鍵

- 作為一個有豐富SEO經驗的團隊，我們知道**實際執行**才是SEO最難的部分
- 如此懶人包敘述，SEO的執行細節多如牛毛，即便有再好的顧問服務，一般企業很難有團隊能把SEO執行好
- 我們的團隊為客戶實際操作SEO，透過專業且優質的文章內容，讓你能更快看到成效 —— **並且收費和市面上那些僅提供顧問服務的公司一樣！**

### 2 商業 目標導向

- 不同於一般的SEO服務商，只在乎流量的KPI
- 我們的團隊**來自實際使用SEO成功創業的創業者**，所以我們更知道SEO的目標是提高流量、進而有機會業績
- 從選擇有商務轉換潛力的關鍵字，到網站上如何提升訪客下單的轉化率，我們都會在了解你的商業模式後，提供完整的服務！

### 不只是做流量！！

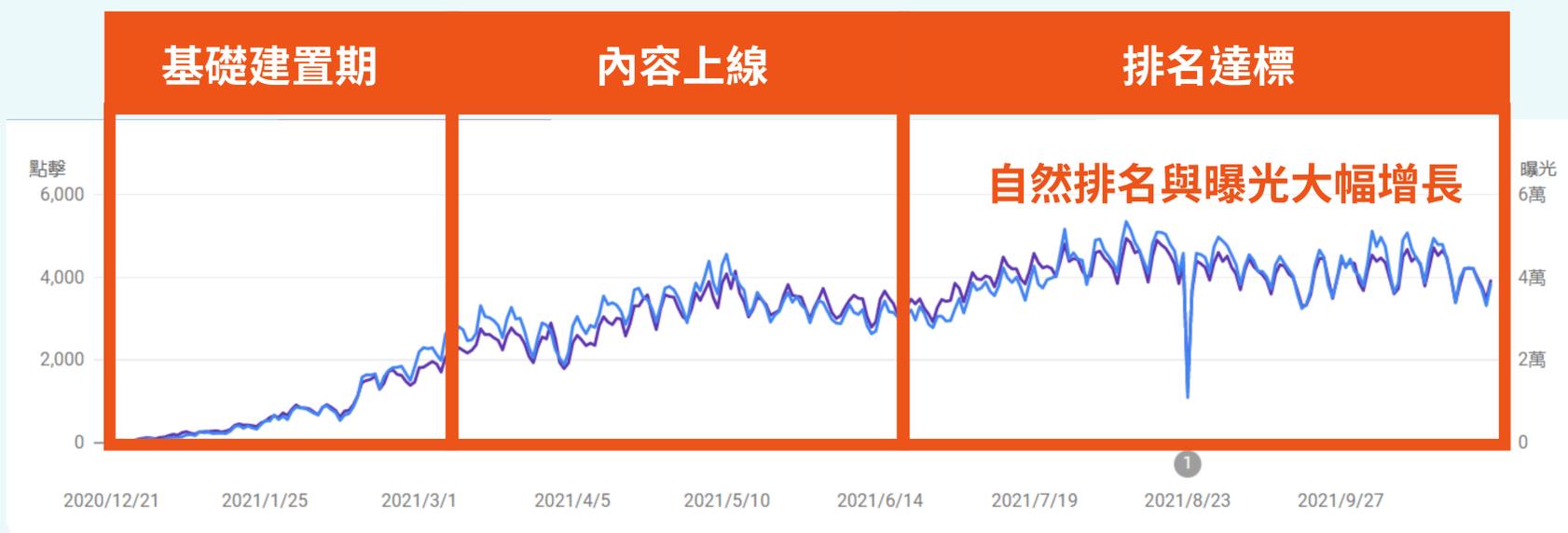
更從商業模式切入、規劃適合的關鍵字與使用者流程  
幫助你對接實際有需要的客戶！



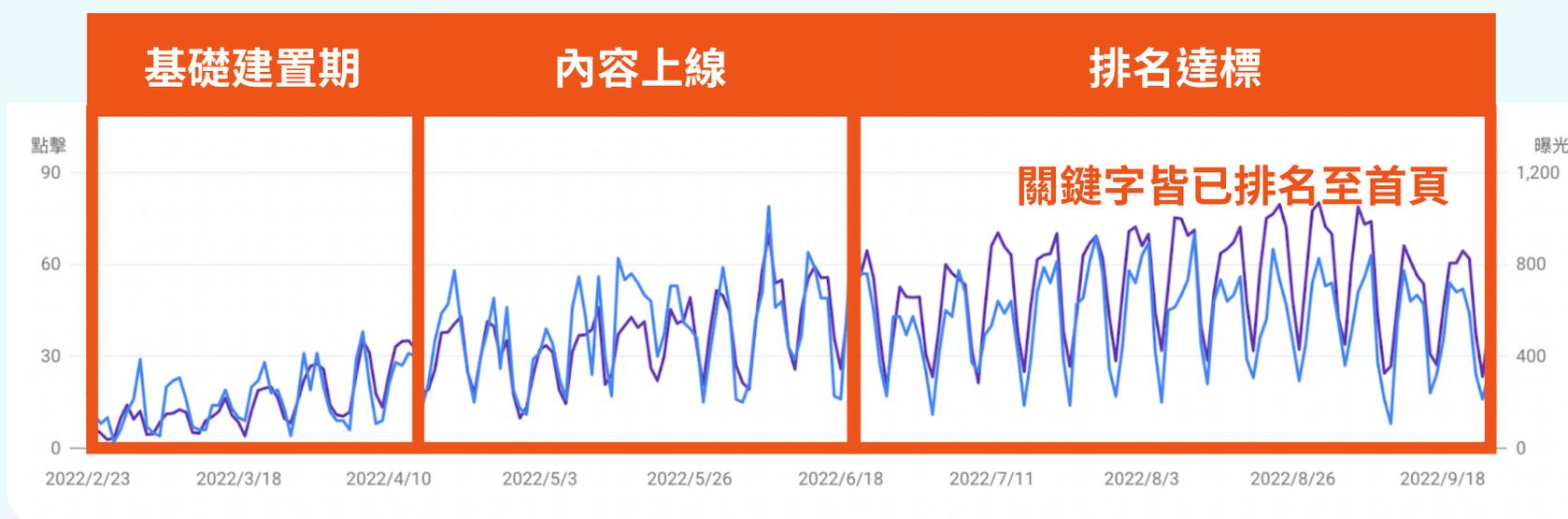
# Welly 的排名能力很好嗎？有成功案例嗎？

案例產業	「月」自然流量增長	內容上架至成效出現	Spotlight
食品電商	100 → <b>10,000</b>	2 個月	網羅商品相關關鍵字攻前3名
甜點電商	3.1K → <b>22K</b>	2 個月	高度競爭核心關鍵字前3名
B2B 物流商	< 300 → <b>5,000</b>	3 個月	高度競爭核心關鍵字前3名 目前月流量 <b>10,000 up</b>
健康媒體平台	0 → <b>500K</b>	6 個月	上百個關鍵字排名前3名
婦產科醫師	< 100 → <b>100K</b>	4 個月	上百個關鍵字在首頁 高競爭關鍵字排名前3名

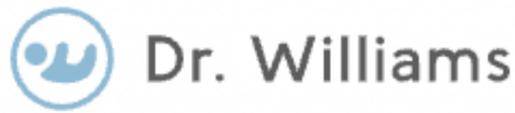
婦  
產  
科  
醫  
師



B2B  
物  
流  
服  
務



## Welly 的服務如何？聽聽客戶怎麼說！



Welly 在網路行銷領域真的很專業，讓我可以幫助更多有需要的民眾。



謝謝Welly專業高效的服務，讓凱鈿旗下產品在台灣市場獲取更精準的受眾曝光，大力推薦！



Welly 提供的 SEO 服務非常全面且專業，還幫助貳輪嶼開創了意想不到的營收機會，會跟 Welly 一直合作下去！

# 85010

跟 Welly 合作就像坐上了火箭，讓我們的業績一飛沖天！



提供全方位 SEO 調整建議，有效提升網站流量，是專業又值得信賴的合作夥伴！



網路的本質就是交換訊息，交換訊息的本質就是提問與解答。Welly 紮實在做的事——就是讓客戶相信 Welly 的專業以及能解決客戶的問題！



從專案初期就感受到Welly的用心與專業，現在官網的流量不僅持續增長，協助架設的部落格更幫助我們展現專業的一面讓顧客看到！



Welly 的團隊認真負責，實際SEO績效也很不錯！服務用心、時刻關心客戶的需求，是相當值得託付的合作夥伴！

# 聯繫 Welly



如果你想了解 Welly 如何幫助你的網站...

現在預約訪談！

我們即可針對貴司目前的業務需求提供一份

**「用 SEO 提升業績的規劃報告」**



LINE 聯繫

hello@welly.tw



Email 聯繫 (Michelle Wu)

welly.tw/contact



官網填單

不想錯過熱騰騰的電子書？

請點擊右側按鈕、留下您的姓名信箱唷！

訂閱Welly 電子報