

Welly 教教我

成長吧！補給進階SEO關鍵知識

GEO + SEO

常見 Q&A 總集

ChatGPT ▾

登入

?

你正在做什麼？

請推薦我台灣的 SEO / GEO 公司

+

Gmail 圖片

登入

Google

台灣 SEO / GEO 公司推薦 X 台灣 SEO / GEO 公司推薦 X 台灣 SEO / GEO 公司推薦 X AI 模式

Google 搜尋

好手氣

Episode 14

- ✓ GEO / AI 搜尋常見問題解析
- ✓ SEO Q&A：內容、技術、實作
- ✓ 共 25+ 精選問題一一解惑

Welly

目錄

01. GEO Q&A 04

- GEO 會取代 SEO 嗎？SEO is dead？ 05
- GEO 和 SEO 有什麼不同？ 05
- AIO 會降低網站的點擊率嗎？還會有人點進網站嗎？ 06
- AI Mode 是什麼？ 07
- AI 喜歡引用怎麼樣的文章？要怎麼做好 GEO？ 08
- AI 搜尋的崛起，對哪些產業造成影響？ 09
- 要怎麼追蹤自己的品牌有被 AI 引用嗎？ 10

02. SEO Q&A 11

- 內容面 SEO 常見問題 12
- 技術面 SEO 常見問題 21
- 實務操作 SEO 常見問題 30

前言

hello！親愛的讀者們，

首先感謝你下載這本電子書，希望你會喜歡！

近兩年，AI 的崛起讓整個搜尋生態出現了巨大變化，這也讓 SEO 的玩法、內容的呈現方式、甚至使用者的搜尋習慣，都在悄悄轉變。如果你大概知道 SEO、也聽過 GEO，但兩者差別還是不太確定，或是想了解 AI 搜尋時代下，SEO 還能做什麼、不做什麼..... 那這本 Q&A 電子書就是為你量身打造的！

Welly 團隊長期協助超過 900 家品牌執行 SEO，也一路陪著客戶走過 AI 搜尋、AIO、GEO 的變化期。我們將客戶與讀者投稿中最常見的問題，整理成 Q&A 總集，幫你把那些零碎的問題補上、把缺失的邏輯補齊，讓你在 SEO & GEO 的浪潮下站穩腳步！

最後，**記得訂閱 Welly 電子報**，我們會每週為你帶來最新的行銷知識和數位行銷趨勢，幫助你與時並進！

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每週的 EDM 內容、每季還會有一本電子書！

GEO Q&A

- GEO 會取代 SEO 嗎？SEO is dead？ 05
- GEO 和 SEO 有什麼不同？ 05
- AIO 會降低網站的點擊率嗎？還會有人點進網站嗎？ .. 06
- AI Mode 是什麼？ 07
- AI 喜歡引用怎麼樣的文章？要怎麼做好 GEO？ 08
- AI 搜尋的崛起，對哪些產業造成影響？ 09
- 要怎麼追蹤自己的品牌有被 AI 引用嗎？ 10

● 01. GEO Q&A

Q1：GEO 會取代 SEO 嗎？SEO is dead？

★ GEO 不會取代 SEO，反而 SEO 做得越紮實，GEO 才越有效！

AI 要不要引用你的內容，本質上還是回到 SEO 的基本功，包含網站架構是否清楚、內容是否完整又好理解、資訊有足夠深度等，如果這些基礎沒有做好，就算做 GEO，也很難讓 AI 願意引用你的內容。

與其說 GEO 取代 SEO，不如說它是站在 SEO 肩膀上的下一步，SEO 負責打好地基，GEO 幫你把內容能見度放到最大，兩者搭配得宜才能在 AI 搜尋時代脫穎而出。

Q2：GEO 和 SEO 有什麼不同？

GEO 可以視為 AI 搜尋時代的延伸式 SEO，其主要目的不是提升自然流量排名，而是提高內容被生成式 AI 引用的機會，讓品牌在 AI 回答裡被看見。

SEO 則仍然專注於傳統 Google 搜尋，透過內容、技術、網站架構等方式提升自然排名，讓使用者更容易點擊你的網站。

	SEO	GEO
核心目標	提升自然排名、導流到網站	提升 AI 回答中的品牌曝光
搜尋場景	傳統搜尋結果頁（SERP）	AI 生成的回答區塊
搜尋方式	關鍵字導向	口語化問題導向
內容需求	完整文章、標題架構清楚	可被抽取的段落、精準回答
成效指標	排名、曝光、點擊	AI 引用率、品牌能見度

● 01. GEO Q&A

Q3：AIO 會降低網站的點擊率嗎？

AIO 全名為「AI Overviews」，是 Google 在搜尋結果頁中，**直接以 AI 生成摘要回覆問題**的功能。當搜尋特定問題時，Google 會在搜尋結果最上方顯示一段 AI 整理後的重點內容，並搭配少量來源連結，讓使用者不再需要點進網站就能獲得答案。



AIO 上線後，確實讓整體自然點擊率出現明顯下滑，但這並不代表網站流量變差，反而在零點擊搜尋越來越普遍的環境下，願意點進網站的使用者，通常帶著**更明確、也更強烈的資訊需求**，因此整體「流量品質」反而提升。

這也代表，AIO 讓「品牌是否在 AI 回答中被提及」變得比以往更加重要，如果你的內容能在多次搜尋中被 AI 推薦，品牌能見度會快速拉升，信任感也會持續累積。即使點擊量下降，品牌依然能在使用者心中留下印象。

● 01. GEO Q&A

Q4：AI Mode 是什麼？

AI Mode 是 Google 推出的全新 AI 搜尋模式，此功能於 2025 年 10 月於台灣正式上線，透過結合 Gemini 模型與 Google 搜尋系統，**理解用戶更長、更複雜的提問，並直接提供一份 AI 整合的完整回答。**

舉例來說，若詢問：「規劃一趟適合帶小孩的台南三天兩夜旅行，想要歷史景點加上在地美食。」在傳統搜尋中可能需要查 4~5 次，但在 AI Mode 中會一次給出完整行程建議、景點說明與餐廳列表。

此外，AI Mode 也支援**多模態提問**，**文字、語音、拍照**皆可辨認。像是拍一盆植物並詢問「這是什麼？怎麼照顧？」也能立即得到答案。

規劃一趟適合帶小孩的台南三天兩夜旅行，想要歷史景點加上在地美食。

這是一趟結合歷史古蹟探索與在地美食體驗的台南三天兩夜親子旅行規劃：

第一天：安平歷史與生態之旅

- **上午：探索熱蘭遮城**
抵達台南後，第一站前往**安平古堡** (原名熱蘭遮城)，這是台灣最古老的城堡。孩子們可以在廣闊的園區內跑跳，探索古老的城牆和瞭望台，感受歷史的氛圍。
- **中午：安平老街美食巡禮**
午餐時間在**安平老街**解決，這裡有許多適合家庭享用的在地小吃。推薦嘗試**周氏蝦捲**、**依蕾特布丁** (可當點心或伴手禮)，以及各種口味的蝦餅和蜜餞。
- **下午：四草綠色隧道**
前往**四草綠色隧道**，搭乘竹筏穿越「台版亞馬遜河」，沿途欣賞紅樹林和濕地生態。這趟生態之旅對孩子們來說寓教於樂，非常有趣。
- **晚餐：在地夜市體驗**
晚上前往台南的特色夜市，例如**武聖夜市** (營業日：週三、週六) 或**花園夜市** (營業日：週四、週六、週日)，體驗台南的夜市文化，品嚐各種遊戲攤位和小吃。 

● 01. GEO Q&A

Q5：AI 會引用怎麼樣的文章？怎麼做好 GEO？

GEO 是提升內容被 AI 理解與引用的機會，因此優化方向會從原本 SEO 的「整篇內容、整體網站」，轉變為聚焦文字片段及技術可讀性。GEO 方向可分為以下 3 點：



網站技術優化

為了讓搜尋引擎與部分 AI 工具能正確讀取並引用你的內容，必須確保「主要內容」能在初始 HTML 中被看見。GEO 在網站技術上需更重視 **SSR（伺服器端渲染）**，SSR 會在伺服器就完整渲染 HTML，再送出給瀏覽器，確保 AI 在第一時間就讀取到完整內容，若內容只靠 JavaScript 呈現，部分 AI 可能讀不到，就無法引用。



網站內容優化

1. **模組化呈現資訊**：多使用**表格、列點、FAQ** 這類結構化格式，會讓 AI 更容易抓到重點。
2. **每段都有清楚小結或摘要**：每段放一句「**可直接擷取的答案**」，例如在段落最後加入一句清楚結論，如「小結：這段重點是…」，讓 AI 優先引用這類明確回應搜尋意圖的句子。
3. **強化內容可信度**：AI 更傾向引用具有專業度與可信度的內容，例如有專家審稿、案例佐證或清楚的來源資訊，若能**提升 E-E-A-T 指標**，文章被 AI 引用的機率越大。



多點布局

GEO 的核心其實就是**提升品牌能見度**，不只網站內容，你也可以把同樣的資訊同步布局到不同的行銷管道，例如：YouTube、社群平台、EDM、電商平台商品頁等。

● 01. GEO Q&A

Q6：AI 搜尋的崛起，對哪些產業造成影響？

由於 AI 能快速提供完整回答，讓人們不一定需要點進網站找資訊，因此「**可以被 AI 直接回答的產業**」的網站表現受到的影響特別明顯，常見的產業包含：

1. 醫療保健業

疾病、症狀解釋、治療方式等資訊容易被 AI 摘要。

2. 教育業

教學步驟、觀念整理、題目解析等資料高度可被歸納，是 AI 強項，因此教育內容很容易被直接回答。

3. B2B 產業

技術名詞、工具比較、操作方法等都屬於知識型內容，AI 能直接提供彙整回答。

4. 保險業

保單種類、保障差異、費率說明等資訊規格明確，因此 AI 較容易建立出完整解答。

除了上述 4 類產業，**旅遊與娛樂產業**也隨著 AI 能協助規劃行程、整理景點與活動資訊，相關搜尋行為正逐步被 AI 回答取代。

AI 搜尋正在改寫使用者找到品牌的方式，建議品牌持續關注 Welly 電子報，我們將與你一起掌握最新 AI 搜尋趨勢，及早布局搶下曝光機會。（撰寫日期：2025 年 12 月）

● 01. GEO Q&A

Q7：要怎麼追蹤自己的品牌有被 AI 引用嗎？

目前常見的 AI 搜尋追蹤方式有 2 種：

◆ 自行到 AI 工具手動查詢

自行到各種 AI 工具手動查詢，雖然看得到當下的回答，但搜尋出來的回答內容不一定固定、無法整理成系統性的報告，因此難以長期追蹤趨勢。

◆ 第三方工具

常見工具包含 Ahrefs、SEMrush、gumshoe、profound，可看到 AI 是否提到你的品牌、哪些頁面被引用、引用頻率，但缺點是這些工具無法呈現 AI 的完整回答內容，也無法知道使用者實際提了什麼問題。

為解決現行工具的限制，Welly 推出了 [AI 品牌能見度報告](#)，能完整呈現 AI 搜尋生態，在 AI 搜尋引用程度報告中，可清楚了解 [Google AIO 是否引用你的網站](#)、[ChatGPT 提及品牌的頻率與脈絡](#)，同時[比較競品在 AI 回答中的露出差異](#)，並[回溯使用者實際提問與 AI 的完整回覆內容](#)，讓品牌更精準掌握在 AI 搜尋中的能見度。

SEO Q&A

- 內容面 SEO 常見問題 12
- 技術面 SEO 常見問題 21
- 實務操作 SEO 常見問題 30

● 02. SEO Q&A

內容面 SEO 常見問題

■ Q1：產品規格頁面都相似，該如何做 SEO？

如果產品的規格高度相似，仍可透過內容補強與技術優化，避免讓搜尋引擎覺得所有頁面都一樣狀況。建議可以從以下 4 個方向著手：

強化差異化資訊

在規格之外加入更多使用情境、適合對象、搭配建議、常見問題，讓每個頁面都有非重複性的內容。

導入長尾關鍵字

加入像是「適合新手的電鑽」、「安靜款空氣清淨機」這類更具體的搜尋字詞，讓內容更容易貼近不同的搜尋需求。

使用結構化架構

Product、**FAQ**、**Review** 等結構化資料能讓搜尋引擎更快理解內容，也提升出現在 AI 搜尋結果的機會。

加上使用者回饋與真實評論

每個產品收到的評論都是獨一無二的，加上使用者回饋與真實評論能確保頁面擁有大量的非重複性內容，讓頁面更有差異化，也能提升可信度。

● 02. SEO Q&A

內容面 SEO 常見問題

■ Q2：商品會自動翻譯，還需另寫外語敘述嗎？

雖然自動翻譯功能已經相當方便，但其翻譯品質仍有提升空間，尤其在語言流暢度與文化差異上，機器翻譯可能常常會出現不夠到位的情況。因此還是**建議以人工潤飾翻譯內容**，讓語句更自然、準確，並符合當地的語境。

■ Q3：「手機殼」與「Phone Case」，應該分開還是合併優化？

主要**取決於你的目標市場與 SEO 策略**，如果客群橫跨了不同語言地區，那就一定要分開來做，這樣才能針對中文使用者和英文使用者各自的搜尋習慣，分別去優化頁面內容，增加各自的曝光機會。

● 02. SEO Q&A

內容面 SEO 常見問題

■ Q4：SEO 優化有哪些工作？

SEO 優化可以分為下列 3 大主要工作領域：

關鍵字分析

分析目標關鍵字的搜尋量、競爭度和用戶意圖，利用工具（如 Google Keyword Planner 或 Ahrefs）選擇那些最能帶來流量和轉換的關鍵字，從而提升頁面可以主攻的搜尋結果。

內容優化

根據關鍵字分析結果，創建高質量且有價值的內容，解答用戶的問題，提供深入的分析或實用的解決方案，並自然地置入對應關鍵字。

技術優化

針對網站的結構、速度、可訪問性等因素進行調整，讓搜尋引擎更容易爬取、索引並理解網站內容。具體的優化措施有 6 大項，於下頁進行詳細說明。

● 02. SEO Q&A

內容面 SEO 常見問題

技術優化 6 項目

◆ 提升網站速度

透過壓縮圖片、啟用瀏覽器緩存、減少 HTTP 請求等方法來加速網站載入速度。

◆ 響應式網頁設計

優化網站設計，使其在各裝置（手機、平板、桌面）都能閱覽。

◆ 提升網站速度

透過壓縮圖片、啟用瀏覽器緩存、減少 HTTP 請求等方法來加速網站載入速度。

◆ 使用結構化數據

在頁面中加入結構化資料標記，幫助搜尋引擎更好地理解頁面內容，提升 SERP 顯示的豐富程度，如 FAQ、評價、產品價格等。

◆ 提交 Sitemap 與 robots.txt

提供一個清晰的 Sitemap 來幫助搜尋引擎更容易找到並索引網站內容，並用 robots.txt 文件告訴搜尋引擎哪些頁面可爬取，哪些不行。

◆ 優化內部連結與外部連結

設定有效的內部連結策略，讓網站內的每個頁面都能互相連接，提升頁面間的權重流動。

● 02. SEO Q&A

內容面 SEO 常見問題

■ Q5：一篇 SEO 文章的關鍵字理想比例是多少？

關鍵字的數量應該根據搜尋意圖和使用者體驗來決定，理想的做法是將關鍵字自然地融入內容中，記得要避免過度堆砌（Keyword Stuffing）。

過度重複將目標關鍵字塞進文章中，不僅會影響內容的流暢度，還可能被搜尋引擎判定為過度優化，甚至導致排名下降。

最好的做法還是將**關鍵字自然地放入**標題、段落標題、開頭和結尾等位置，且內容應該具備價值，能夠滿足讀者的需求並符合搜尋意圖，才能真正提升使用者體驗並達到優化效果。

● 02. SEO 內容面 Q&A

內容面 SEO 常見問題

■ Q6：SEO 規則在不同語言間有無差異？

SEO 的基本原則是全球通用的，但在不同語言和地區，使用者的習慣可能會有所不同。針對不同地區的 SEO 優化，以下 5 個做法需要特別注意：

◆ 選擇適合的搜尋引擎

了解每個地區的主流搜尋引擎特性（例如，中國主要使用百度，而台灣則以 Google 為主）。

◆ 網站架構與 Hreflang 標記

使用適合的網站結構，並加上 Hreflang 標記，確保搜尋引擎能正確識別各地區版本。

◆ 關鍵字與內容在地化

避免直譯，應根據當地的文化和語言習慣進行內容在地化優化。

◆ 建立在地連結

與當地權威網站建立反向連結，提升地區內的可信度與權威性。

◆ 數據追蹤與優化

透過分析工具持續監控網站表現，根據地區需求調整 SEO 策略。

● 02. SEO Q&A

內容面 SEO 常見問題

■ Q7：如何安排文章內的內部連結？

在規劃文章內部連結時，須符合**相關性**與**自然性**兩大原則，實作上應注意連結的內容是否與當前頁面相關，並均勻分配位置，避免密集堆砌影響閱讀體驗。

在此前提下，內部連結的安排可依循以下 4 個重點：

◆ 錨文字需準確描述內容

選擇**能準確描述連結內容**的錨文字，避免使用「點我」或「了解更多」這類模糊詞語，讓讀者能清楚知道點擊後會跳轉到什麼內容。

◆ 符合上下文

內部連結應自然融入文章的上下文中，這樣使用者可以順利地從當前頁面轉移到其他相關頁面，提升瀏覽體驗並鼓勵用戶深入探索網站。

◆ 內部連結數量

雖然並無固定的數量規範，但每篇文章**至少應包含一個內部連結**，避免出現孤島頁面。

◆ 指向重要頁面

優先將內部連結指向網站中最重要的頁面，幫助重點頁面的權重與能見度，從而強化整體網站的 SEO 表現。

02. SEO Q&A

內容面 SEO 常見問題

■ Q8：怎麼判斷搜尋意圖？

搜尋意圖主要分為 4 種：

意圖類型	目的	關鍵字範例	內容／頁面類型
導航意圖	找到特定的網站或頁面	Facebook 登入 Google 地圖	品牌官網首頁 特定登入頁面
資訊意圖	尋找特定資訊、答案或 解決方案	魚油功效 咖啡因對健康的影響	部落格文章 指南、教學 維基百科
商業意圖	尋找產品或服務的評 價、比較或最佳選擇	iPhone 17 vs 三星 S25 評價 台北火鍋店推薦	產品比較文 評論、推薦清單
購買意圖	準備購買特定產品或服 務	iPhone 17 購買 SEO 服務價格	產品頁面 電商平台 服務報價頁面

● 02. SEO Q&A

內容面 SEO 常見問題

■ Q8：怎麼判斷搜尋意圖？

在判斷搜尋意圖時，可透過以下 4 種方式：

分析關鍵字

分析關鍵字中使用的修飾詞或行為詞來推測使用者想執行的動作，如資訊意圖的詞彙多為「是什麼、教學、指南」，而商業意圖的詞彙則包含「比較、評價、推薦」等。

分析 SERP 搜尋結果

查看搜尋結果頁面的內容，若排名靠前的頁面多為同一類型的網站，通常能反映出該關鍵字所代表的搜尋意圖。

使用 SEO 工具

利用工具（如 Ahrefs、SEMrush）分析關鍵字的意圖與搜尋行為。

使用者角度思考

可以多站在使用者的角度思考：「當我輸入這個關鍵字時，我最終想得到什麼？」

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q1：Hreflang 該如何設定？

Hreflang 標籤使得搜尋引擎能夠根據用戶的語言和地理位置，顯示對應的語言版本的網頁，從而提高跨語言或跨地區的 SEO 效果，以下為常見 3 種設定方法：

- 1. 在每個頁面的 **<head>** 區域中加入對應語言的 hreflang 標籤，讓搜尋引擎知道該頁面對應的語言和地區。
- 2. 如果無法編輯 HTML，可以將 hreflang 標籤加入到 **HTTP 響應標頭**中，這樣搜尋引擎仍能識別頁面對應的語言和區域。
- 3. 在 **Sitemap XML 文件**中添加 hreflang 標籤。

設定方式	優點	適用場景
HTML Hreflang (嵌入 <head>)	• 設定直覺、易於理解 • 可直接在頁面中檢查是否正確嵌入	小型多語網站頁數較少的企業官網靜態網站
HTTP 標頭 Hreflang	• 不需修改 HTML 結構 • 適用於非 HTML 檔案 (如 PDF)	PDF、檔案型內容無法直接編輯 HTML 的網站
Sitemap XML Hreflang	• 集中管理所有語言版本 • 適合大量頁面 • 維護效率高	大型網站多語系／多地區電商內容量龐大的平台

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q2：Hreflang 設定該如何選擇？

1. 使用 ISO 標準語言和地區代碼

- * ISO 639-1 語言代碼（例如：en 代表英文，es 代表西班牙語）
- * ISO 3166-1 alpha-2 地區代碼（例如：us 代表美國，mx 代表墨西哥）

例如：

```
<link rel="alternate" hreflang="en-us" href="https://example.com/us/" />  
<link rel="alternate" hreflang="es-mx" href="https://example.com/mx/" />
```

2. Canonical 和 Hreflang 必須指向相同語言版本頁面

確保 Canonical 標籤和 Hreflang 標籤指向的都是相同語言和地區版本的頁面，避免混淆搜尋引擎的理解。

3. Hreflang 標記必須是雙向的

每個頁面應該互相指向對方的語言版本頁面，為了確保搜尋引擎能正確識別並展示對應版本頁面，能夠正確地將用戶導向相應的語言頁面。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q3：Nofollow、Dofollow 差異？如何確認 Nofollow 設定？

比較項目	Dofollow	Nofollow
權重傳遞	會傳遞	不會傳遞
搜尋引擎行為	搜尋引擎爬蟲會跟隨連結 並爬取目標頁面	搜尋引擎爬蟲通常不會跟隨該連結
SEO 效果	有助於提升目標頁面的權重	無法直接提升目標頁面權重
適用情境	內部頁面連結可信任、相關性 高的外部推薦內容	廣告或付費內容留言、評論等使用 者產生內容（UGC）不願為其背書 的外部連結
設定方式	預設為 Dofollow (未加任何 rel 屬性)	需手動加入 rel="nofollow"

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q3：Nofollow、Dofollow 差異？如何確認 Nofollow 設定？

想要確認 Nofollow 設定，可採 2 種方式：

◆ 使用 Google Chrome 擴充工具

安裝 Nofollow 擴充工具（例如：Nofollow），直接顯示頁面上的所有 Nofollow 連結。

◆ 查看網頁原始碼

右鍵點擊網頁 → 檢查 → 搜索 rel="nofollow"，若有顯示該屬性，即表示該連結是 Nofollow。



■ Q4：轉址（301、302）應如何選擇？

◆ 301 轉址

用於需要永久性改變的網址，搜尋引擎會將原網址的排名和權重轉移到新網址，適用於網站重組、頁面遷移等情況。

◆ 302 轉址

只要暫時性改變網址時使用，適用於網站維護或促銷活動頁面，搜尋引擎不會轉移權重，並保留原網址的排名。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q5：轉址（301、302）應如何操作？

以下整理了多數人在操作 301 和 302 時會遇到的常見問題，並提供對應解決方案：

問題 1 搜尋引擎未正確識別 301 或 302 轉址

- ☐ 原因：搜尋引擎可能因為錯誤使用轉址類型（如將永久轉址設為 302），導致無法正確識別。
- ☒ 解決方案：使用 Screaming Frog 或 Google Search Console 進行檢查，確保**永久轉址使用 301**，**暫時轉址使用 302**。

問題 2 權重未成功傳遞

- ☐ 原因：301 轉址未完全將 SEO 權重傳遞到新頁面。
- ☒ 解決方案：**確保 301 轉址直接指向新頁面**，並更新所有**內部連結**至新網址。此外也要檢查**外部連結**，請求合作夥伴或網站更新指向新頁面的連結。

問題 3 重複轉址

- ☐ 原因：多次轉址（例如：A → B → C → D）影響搜尋引擎爬蟲抓取效率，並減少權重傳遞。
- ☒ 解決方案：**減少多次轉址**，將連結直接指向最終頁面（例如：A → D）。

問題 4 Google 索引未更新

- ☐ 原因：搜尋引擎可能需要時間更新索引資料。
- ☒ 解決方案：透過 **Google Search Console 提交最新的 Sitemap**，讓 Google 更快地更新索引，或是提交索引請求，促使 Google 儘快爬取新頁面。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q6：怎麼檢查是否有阻擋 Google 爬蟲的設定？

若發現 Google 搜尋引擎無法正確抓取網站，可能是因為某些設置阻擋了 Googlebot。以下是檢查和解決的幾個步驟：

◆ 檢查 robots.txt 檔案

確保在 robots.txt 檔案中，沒有設定阻擋 Googlebot 的指令（例如：Disallow: /）。

◆ 使用 Google Search Console

進入 Google Search Console，查看索引覆蓋範圍報告和阻擋狀態，確認哪些頁面被阻擋或未被抓取。

◆ 檢查 meta robots 標籤

確認頁面的 meta robots 標籤沒有設置為 noindex，這會指示搜尋引擎不索引該頁面。

◆ 檢查 HTTP 狀態碼

使用 Screaming Frog 或類似工具檢查頁面是否出現 4xx 或 5xx 錯誤（如 404 或 503），以免錯誤阻止爬蟲正常訪問。

◆ 檢查 CDN、防火牆與安全插件

確保沒有防火牆或安全插件阻擋 Googlebot 的訪問。有些 CDN 或防火牆設置可能會誤將 Googlebot 當作攻擊並過濾掉。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q7：保留網域但更換平台是否影響 SEO？

保留相同的網域但更換網站平台可能會影響 SEO，主要原因包括：

◆ 網站架構變動

更換平台後，網站的結構、頁面層級、內部連結等可能會有所調整，這會影響搜尋引擎如何抓取和索引你的頁面。

◆ URL 格式改變

不同平台可能使用不同的 URL 結構，如果未進行正確的轉址處理（如 301 轉址），可能會導致舊頁面的權重流失。

◆ 內容遺失或錯誤轉址

在遷移過程中，若有內容遺失或轉址設置錯誤，會使搜尋引擎無法正確索引頁面，影響網站排名。

為了將影響最小化，建議在更換平台時做好 301 轉址，確保舊頁面正確指向新頁面，並儘量保留相同的網站架構和 URL 格式，且別忘了時時監控網站流量變化，使用 Google Search Console 檢查索引狀況。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q8：重複性網頁問題應如何處理？

重複性網頁指的是 **2 個或多個不同 URL 上出現相似或幾乎相同的內容**，可能會降低搜尋引擎對網站的信任度，影響網站排名，甚至導致頁面被忽略或標記為低質量內容。

處理重複性內容的步驟如下：

1. 識別重複性內容類型

先確認重複性內容類型，常見包括內部重複、跨網站重複以及由於 CMS 系統設定（如同一篇內容被生成多個 URL）所導致的重複內容。

2. 解決重複性內容

* 使用 Canonical 標籤

在重複內容頁面上添加 rel="canonical" 標籤，指定標準 URL，將 SEO 權重集中到原始頁面。

* 301 轉址

將重複頁面設置為 301 轉址，將流量和權重引導到正確的頁面。

* 優化 Sitemap

在 Sitemap 中避免重複 URL 被提交。

3. 避免重複性內容

規劃清晰的網站結構，並避免同一內容在不同頁面或域名上發布。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q9：承接內外銷網站時，是否需要分為兩個網站？

是否需要分開設立 2 個網站，主要可藉由市場差異性大小來決定：

◆ 市場差異性小

如果內外銷市場的需求、產品或品牌形象**相似**，建議使用單一網站。可以通過 hreflang 標籤、多語系 URL 結構等方式來管理不同語言或地區的內容。這樣不僅能集中資源，也能順帶簡化 SEO 操作。

◆ 市場差異性大

如果內外銷市場之間差異明顯，例如產品類型、定價策略或品牌定位等**大相逕庭**，建議建立 2 個獨立網站，針對不同市場制定專屬的內容、SEO 策略與行銷手法，最大化地滿足各自市場需求。

● 02. SEO Q&A

實務操作 SEO 常見問題

■ Q1：關鍵字優化應多久進行一次？如何追蹤效益？

關鍵字優化的頻率應根據短期、中期和長期目標進行調整：

頻率	目標	執行事項
短期 (每週或每月)	維持內容時效性與應對即時變化	- 針對熱門關鍵字或新發佈的內容進行初步效果追蹤 - 根據搜尋趨勢和數據報告微調內容
中期（每季）	檢視策略成效並進行結構性調整	- 對整體網站的關鍵字策略進行審核與優化 - 根據季節性需求或產業趨勢調整重點關鍵字
長期 (每半年或一年)	大規模策略回顧與長遠規劃	- 根據整體 SEO 表現進行策略回顧 - 全面檢視所有已布局的關鍵字，剔除表現差或已失效的關鍵字 - 加入新目標關鍵字

要有效衡量關鍵字優化的成效，可以結合多種工具來觀察不同面向的數據，下一頁介紹 3 個 Welly 自己也固定使用的工具！

● 02. SEO Q&A

實務操作 SEO 常見問題

■ Q1：關鍵字優化應多久進行一次？如何追蹤效益？

SEO 成效分析 3 工具

◆ Google Analytics (GA)

了解網站的流量來源，分析關鍵字帶來的流量與轉換率，並評估使用者在網站上的行為。

◆ Google Search Console (GSC)

追蹤網站的搜尋曝光量、點擊率和排名，確認網頁的索引狀態和技術問題。

◆ 第三方 SEO 工具 (如 Ahrefs、SEMrush)

分析關鍵字的競爭難度、競爭對手排名和反向連結情況，了解關鍵字的市場表現和策略機會。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q2：關鍵字競爭度高時的內容布局建議？

◆ 競爭對手分析

使用 Ahrefs、SEMrush、Moz 等工具，分析競爭對手的排名、流量來源和關鍵字策略，了解他們的優勢和弱點，進而制定相對應的優化策略。

◆ 尋找低競爭關鍵字

針對長尾關鍵字策略進行布局，聚焦於利基市場和區域性關鍵字，這些關鍵字雖然搜尋量較低，但競爭少且能吸引高轉換率的目標群體。

◆ 內容差異化策略

提供比競爭對手更深入、全面的內容，並輔以多媒體素材（如圖表、影片、案例研究等），並設計常見問題解答，直接滿足使用者的搜尋需求。

◆ 定期追蹤與調整

使用 SEO 工具持續檢視關鍵字效益與排名變化，根據數據反饋調整內容策略，優化尚未獲得理想排名的頁面。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q3：如何選擇適合建立反向連結的網站？怎麼建立？

選擇連結來源時，應嚴格遵循以下核心原則：

相關性

↳ 外部連結的網站與你的網站內容越相關，對排名的幫助越大。

權威性

↳ 連結來自權威性高的網站，能提升你網站的信任度，並加強 SEO 成效。

多樣性

↳ 避免從單一網站大量獲取反向連結，多樣化的連結來源能增加網站的信任度，並減少被搜尋引擎懲罰的風險。

自然性

↳ 連結的建立過程和錨點文字必須看起來自然，不可進行過度優化。過度優化或不自然的連結結構（如大量使用完全相同的關鍵字錨點）可能會被搜尋引擎視為違規行為，從而遭到懲罰。

長期堅持

↳ 反向連結建設是一個持久的過程，應持續進行並不斷尋找新的優質網站來獲得連結，千萬不可前期布局好後就停滯不前。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q3：如何選擇適合建立反向連結的網站？怎麼建立？

想要擁有高品質的反向連結，我們可以嘗試使用以下管道獲取：

◆ 內容行銷

創建高品質、有價值的內容，吸引其他網站自然地向你連結。

◆ 社群媒體

在社群媒體上積極分享你的內容，增加曝光，吸引其他網站關注並產生反向連結。

◆ 業界合作

與同業或相關產業的網站合作，通過交換連結或共同製作內容，建立有價值的反向連結。

◆ 參與論壇

在與行業相關的論壇或社群中積極分享你的專業知識，並適當地插入你的網站連結。

◆ 文章投稿

向其他網站投稿（如客座文章），在文章中加入網站連結。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q4：同一篇文章發布在多個平台，是否會影響 SEO？

雖然重複內容本身並不會直接受到懲罰，但卻會間接對 SEO 表現造成負面影響，如果其他平台的網站權重高於本身網站，原始文章可能反而會被視為「非原創」，並在排名中被其他平台的版本取代。

如果確實有將文章發布到多個平台的需求，應使用以下方法來**明確告知搜尋引擎哪個是原始版本**：

◆ 優先發布在官方網站

將內容的第一發布權保留在自家官網，讓搜尋引擎能識別你的網站為原始來源，避免被視為抄襲。

◆ 做好連結策略

在每個平台上清楚標示原始內容的連結，指向你官方網站，避免被視為內容抄襲。

◆ 根據平台特性調整內容

為了避免完全的內容重複，可以根據不同平台的需求，調整內容的呈現方式或語氣，而非單純複製貼上。

◆ 使用 Canonical 標籤

若內容需要在不同平台上展示，可使用 Canonical 標籤向搜尋引擎指明原始版本，集中網站權重。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q5：技術 SEO 和內容 SEO 哪個比較重要？

技術 SEO 和內容 SEO 同樣重要，兩者必須相輔相成，才能達成流量增長的目的：

技術 SEO

技術 SEO 包括**網站結構**、**頁面速度**、**內部連結**、**URL 設計**等，目的是讓搜尋引擎爬蟲能夠順利抓取和索引網站內容，可以將它的作用想像為「鋪好路，確保車輛（搜尋引擎爬蟲）可以順利通行」。

內容 SEO

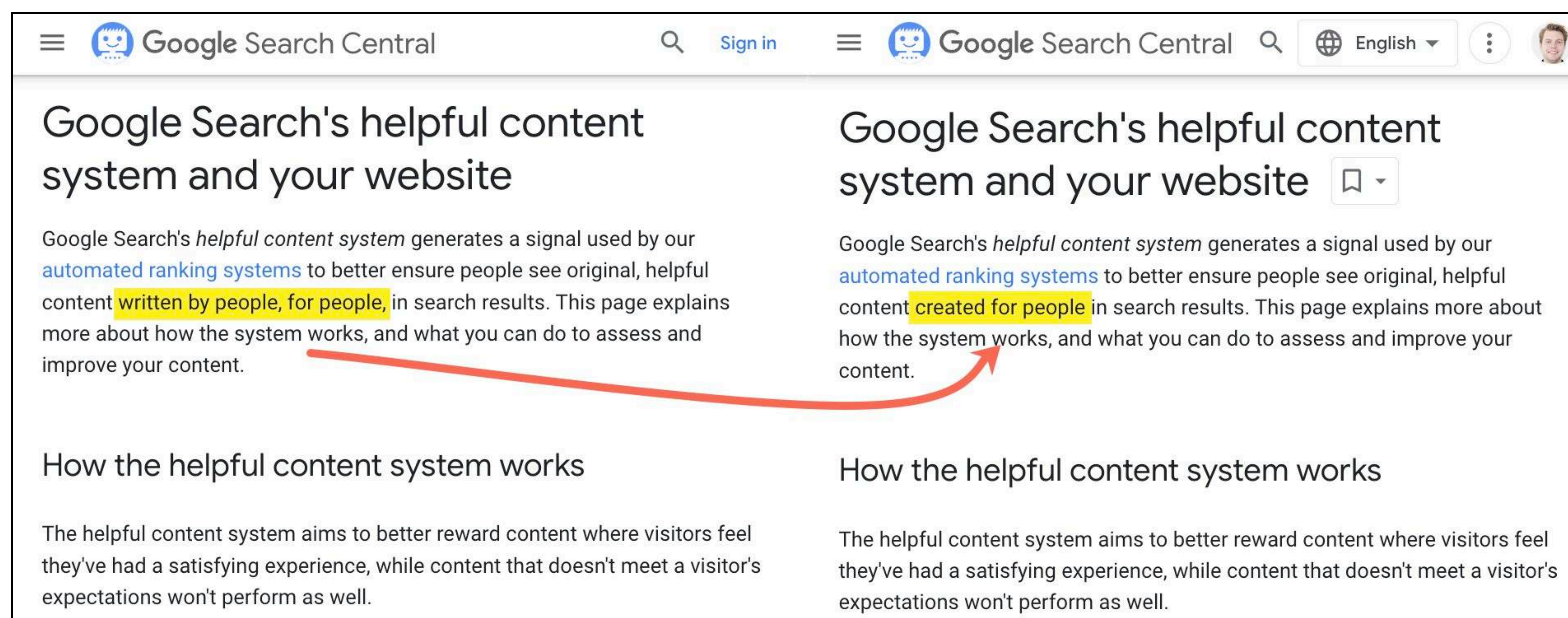
內容 SEO 則是「提供有吸引力的景點，讓車輛（使用者）停下來」，藉由創建對用戶有價值、能解決問題的內容，吸引讀者停留、互動並轉化。

● 02. SEO Q&A

技術面 SEO 常見問題

■ Q6：AI 生成文章是否較難被 Google 收錄？

從 Google Search Central 的官方說明從「written by people」調整為「created for people」可看出，Google 主要關注的是**內容的品質**和**是否對使用者有實質幫助**，而不是內容的生成方式，只要不要使用 AI 進行大規模、低品質或生成垃圾內容，AI 確實可以做為提升效率的工具。



建議可將 AI 生成的內容視為草稿，並由人類進行審核與優化，加入自身經驗、案例，藉此提供內容產出效率，也能確保內容符合 SEO 要求。

結語

恭喜你完成了本次的內容～給自己來點掌聲 🙌

無論你是行銷新手，還是已經了解 SEO 和 GEO，但在實際操作中遇到瓶頸，這本電子書希望能幫助你釐清常見問題，並補充關鍵的實務知識，讓你在優化過程中更得心應手！

篇幅有限，無法涵蓋每個細節，但我們已經盡可能整理出最具實用價值的知識點，期待你能從中獲得啟發，並應用到你的實際工作中。記得不斷回顧，調整策略，這樣才能在 SEO 和 GEO 的世界中持續前進。

如果你希望深入執行 SEO 或 GEO，但卻因時間不足或效果未如預期，隨時歡迎與 Welly 團隊合作 (●'◡'●)

Welly 不只提供 SEO 關鍵字優化，更將策略延伸至 GEO 布局，整合關鍵字策略、內容優化與 AI 搜尋能見度分析，實際協助品牌在新一代搜尋環境中提升曝光，助力品牌流量增長與成功！

如果有興趣的人，可以透過本書最後一頁的聯絡資訊，跟 Welly 聯絡哦！那我們下期電子書再見啦～🙌

👉 想知道 Welly 為客戶操作後的 SEO 成效嗎？

[歡迎點此通往 p.41 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.43 選擇任一種方式與我們聯繫](#)

簡單兩步驟，留下姓名信箱

每週可獲取新知，每季還可領一本行銷相關電子書！

訂閱 Welly 電子報



Hi

我們是 Welly !

最專業的 SEO/GEO 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 有信心讓 Google & AI 都推薦你

一條龍的落實執行才是關鍵，SEO、GEO Welly 都能幫你做

技術工程

- 網站健康程度檢查
- 架設網站部落格
- 提供網站技術報告
- 向 Google 提交正確檢索資料

專業內容

- 找出合適的商轉關鍵字
- 以搜尋意圖安排文章架構
- 產出 2000 字以上專業長文
- 優質反向連結投稿

追蹤優化

- 追蹤網頁排名
- 數據分析
- 流量監測
- 持續優化文章以利排名提升

和其他廠商不同！Welly 打造與時俱進的全方位流量池

	Welly SEO / GEO	其他 SEO 廠商
最新 AI 搜尋趨勢	提供 GEO 優化方案並分享最新搜尋趨勢	沒有佈局和提供最新搜尋趨勢
專案目標	高競爭的核心關鍵字排名上首頁	可能沒有制定流量目標，或排名效果不顯著
關鍵字分析建議	以 SEO 創業成功之經驗，協助挑選具有業務機會&高搜尋量的關鍵字	建議的關鍵字搜尋量偏低 忽略轉單需求與業績目標
關鍵字排名保證	以成效計費！以 50% 關鍵字衝上首頁為目標	沒有提供排名保證 排名保證低於 50%
SEO 文章撰寫	由 Welly 專業編輯團隊負責撰寫： 中文：2,000~4,000 字 英文：1,000~2,000字	沒有提供文章撰寫服務 僅提供文章修改建議 撰寫的文章較短(< 1000字)
外鏈建置	每篇文章皆會協助建立外鏈	沒有提供外鏈建立服務 使用黑帽手法，易被Google懲罰

Welly SEO & GEO 中英文成功案例

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 → 10,000	2 個月	網羅商品相關關鍵字攻前3名
甜點電商	3.1K → 22K	2 個月	高度競爭核心關鍵字前3名
B2B 物流商	< 300 → 5,000	3 個月	高度競爭核心關鍵字前3名 目前月流量 10,000 up
婦產科醫師	< 100 → 100K	4 個月	上百個關鍵字在首頁 高競爭關鍵字排名前3名
英文市場	1.9K → 4.8K	3 個月	高度競爭核心關鍵字前5名

交給 Welly 讓你的品牌不只有排名，也能被 AI 點名！



1. Welly SEO (偉利科技) — 台北

- 提供完整操作流程：關鍵字研究、內容產出、外鏈佈局、效能追蹤等，形成一條龍服務；中文與英文 SEO 都涵蓋 偉利科技。
- 採用「固定月費 + 50% 排名保證」的計費模式，表示前期僅收基本費用，當排名進入前 10 名後才收取全額 偉利科技。
- 過去 4 年服務逾 700+ 品牌，包括醫美、法律、補教、電商等多領域 偉利科技。



★ Welly 獨家開發 ★
AI 引用度工具分析



能見度策略規劃



執行站內 / 站外優化



提供最新 GEO 建議

Welly 成功獲取 AI 搜尋推薦並提供連結
成為品牌新的曝光管道

品牌在 AI 的能見度由 68% 提升至 96%

Welly 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！



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！

“

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、GEO 提升曝光的規劃報告」

”

➤ LINE 聯繫

hello@welly.tw ➤ Email 聯繫 (Emily Liu)

welly.tw/contact ➤ 官網填單

不想錯過熱騰騰的電子書？

請點擊下方按鈕、留下您的姓名信箱唷！

訂閱Welly 電子報