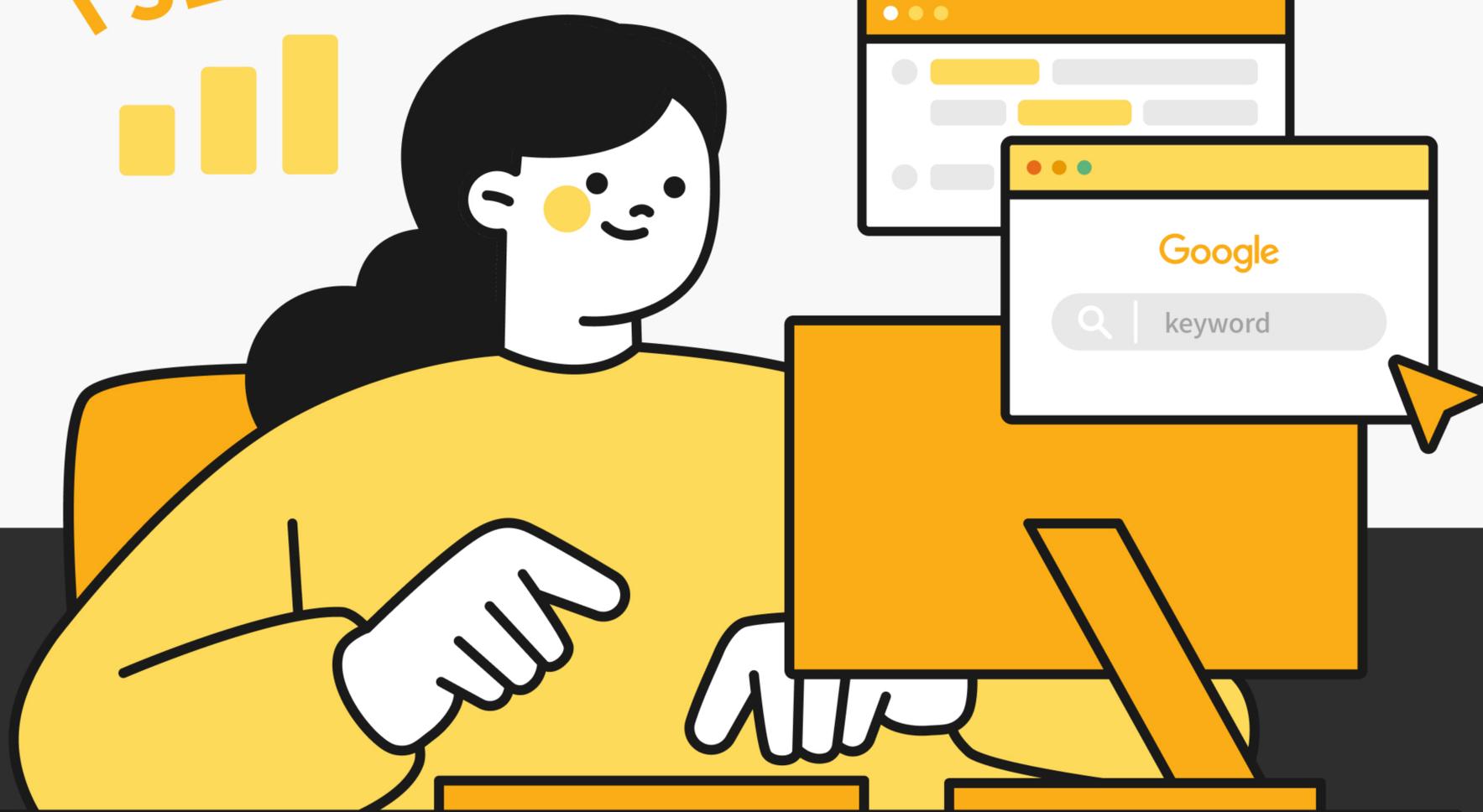


關鍵字分析 與規劃全攻略

🔍 # Episode 12

SEO



- ✓ 關鍵字是什麼？為什麼重要？
- ✓ 4 大步驟教你關鍵字分析與規劃
- ✓ 10 大關鍵字分析工具推薦

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| 01. 關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂 | 5 |
| ● 關鍵字是什麼 | 6 |
| ● 為什麼關鍵字很重要？ | 7 |
| ● 核心 vs 長尾關鍵字 | 8 |
| ● 常見 4 大關鍵字意圖類型 | 12 |
| 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！ | 13 |
| ● STEP1. 選定目標關鍵字 | 14 |
| ● STEP2. 分析關鍵字數據 | 18 |
| ● STEP3. 建立關鍵字地圖 | 23 |
| ● STEP4. 根據關鍵字分析安排撰寫 | 24 |
| ● 快速複習：關鍵字佈局 4 步驟！ | 25 |
| 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具 | 26 |
| ● Google 搜尋引擎 | 27 |
| ● 社群、新聞媒體或論壇 | 29 |
| ● Google Trends | 31 |
| ● Google Ads | 33 |
| ● Ubersuggest | 35 |
| ● Ahrefs | 37 |
| ● Yoast | 39 |
| ● Keyword Generator | 41 |
| ● Keyword Sheeter | 43 |
| ● Keyword Surfer | 45 |

前言

hello！親愛的讀者們，

首先感謝你下載這本電子書～這次是「Welly 教教我」系列的第 12 本，希望你會喜歡！

這一本，我們要帶你深入認識**關鍵字策略與規劃**，從 SEO 的地基開始打下基礎！

如果你常在選關鍵字時卡關，或者雖然知道要「做 SEO」，但就是不知道怎麼開始選字、怎麼分析資料、怎麼判斷哪個字該做.....這本書絕對是為你量身打造！

Welly 團隊長期協助超過 700 家品牌經營 SEO，累積了大量關鍵字操作、競品分析與內容規劃的實戰經驗。我們將這些精華整理成清楚易懂的內容，帶你從觀念建立、工具應用到佈局策略，一步步掌握關鍵字的操作邏輯。

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每週的 EDM 內容、每季還會有一本電子書！

關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂

- 關鍵字是什麼？
- 為什麼關鍵字很重要？
- 核心 vs 長尾關鍵字
- 常見 4 大關鍵字意圖類型

● 01. 關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂

關鍵字是什麼？

所謂「關鍵字 (Keyword)」是使用者在搜尋引擎中輸入的詞語，也是搜尋引擎用來比對內容的核心依據。

舉個例子，當有人搜尋「便當菜單」，搜尋引擎就會從資料庫中，篩選出**它認為最符合這個詞語背後需求的內容**：可能是食譜網站、營養師建議，或是電商平台的便當組合。

所以「關鍵字」隱含著使用者的需求，SEO 要做的，就是設法讓我們的內容，被 Google 判斷為能解決使用者問題，從而優先出現在用戶面前，網站也就容易被使用者點進來。

● 01. 關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂

為什麼關鍵字很重要？

除了研究「關鍵字」，通常我們也會留意「關鍵字搜尋量」，因為搜尋量本身就是一種市場熱度的指標。我們可以從 2 個角度來看關鍵字的價值：

■ SEO 觀點下的關鍵字價值

關鍵字就像是導航，可以幫你決定內容要往哪裡去：

- **提供優化方向**：哪些字值得花時間做優化，透過數據分析就知道。
- **預測曝光流量**：通常搜尋量越高，成功排上去的流量可能就越可觀。
- **設定優先順序**：手邊資源如果有限，先做高搜尋量又低競爭的字最划算。
- **了解用戶需求**：從搜尋字可觀察出使用者的問題，從而鎖定內容回答方向。
- **調整策略方向**：關鍵字熱度變化，可能就是市場正在轉向的訊號。

■ 行銷層面的關鍵字價值

關鍵字也可以輔助你做市場調查，掌握趨勢與受眾語言：

- **市場需求指標**：搜尋量高 = 使用者的共同需求或歷久不衰的話題。
- **內容優化參考**：把熱門字放進標題和段落，更有機會被使用者點擊。
- **行銷策略依據**：關鍵字也能反映使用者的思考與動機，幫助你鎖定精準 TA。
- **季節性趨勢**：有些關鍵字只在某季才熱門，能抓到時機配合活動就是優勢。
- **競爭強度分析**：找到搜尋量正在上升的冷門字，就能搶先佈局市場。

● 01. 關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂

核心 vs 長尾關鍵字

前面我們提到關鍵字的搜尋量能反映市場需求，也能幫助你優化內容方向。

那接下來要問的是：面對一堆關鍵字，到底該選熱門大字，還是那種比較少人查，但意圖明確的長尾關鍵字？這裡我們先釐清這兩種常見的關鍵字類型：

■ 核心關鍵字

核心關鍵字，也被稱為「大字」，通常涵蓋範圍較廣、單月搜尋量也較高，但使用者的搜尋意圖可能比較模糊。

像「攝影」這個詞，使用者可能是想找攝影師、想上攝影課、也可能只是想了解攝影的定義。這種字雖然流量潛力大，但意圖不夠精準、競爭也非常激烈，許多相關產業都會想搶這個位置。

對剛起步的網站來說，直接挑戰這種熱門關鍵字，就像是新手打大魔王，難度不低、成本也高。

● 01. 關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂

核心 vs 長尾關鍵字

■ 長尾關鍵字

長尾關鍵字，則是從核心關鍵字延伸出來的具體用語組合。它們的搜尋量通常比較小，但範圍更聚焦、搜尋意圖也更明確，競爭強度也相對較低。

舉例來說，從「攝影」可以延伸出「攝影入門」、「攝影技巧」、「攝影構圖」、「攝影器材」等關鍵字，這些字詞通常描述得更具體，能夠精準對應使用者的問題，若能排上首頁、解答需求，就越有可能帶來實際流量與轉換。



● 01. 關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂

核心 vs 長尾關鍵字

★ 提醒！核心、長尾關鍵字是相對概念

這兩種類型的劃分並不是非黑即白。不是說某個搜尋量一超過就一定是核心關鍵字，同樣的關鍵字在不同語境下也可能轉換角色。

比如：「攝影入門」相對「攝影」來說是長尾，但如果你比較的是「攝影入門」與「攝影課程推薦」，「攝影入門」有可能會變成核心關鍵字。

| 核心關鍵字 | | 長尾關鍵字 |
|-------|---|--------|
| 攝影 | → | 攝影入門 |
| 攝影入門 | → | 攝影課程推薦 |

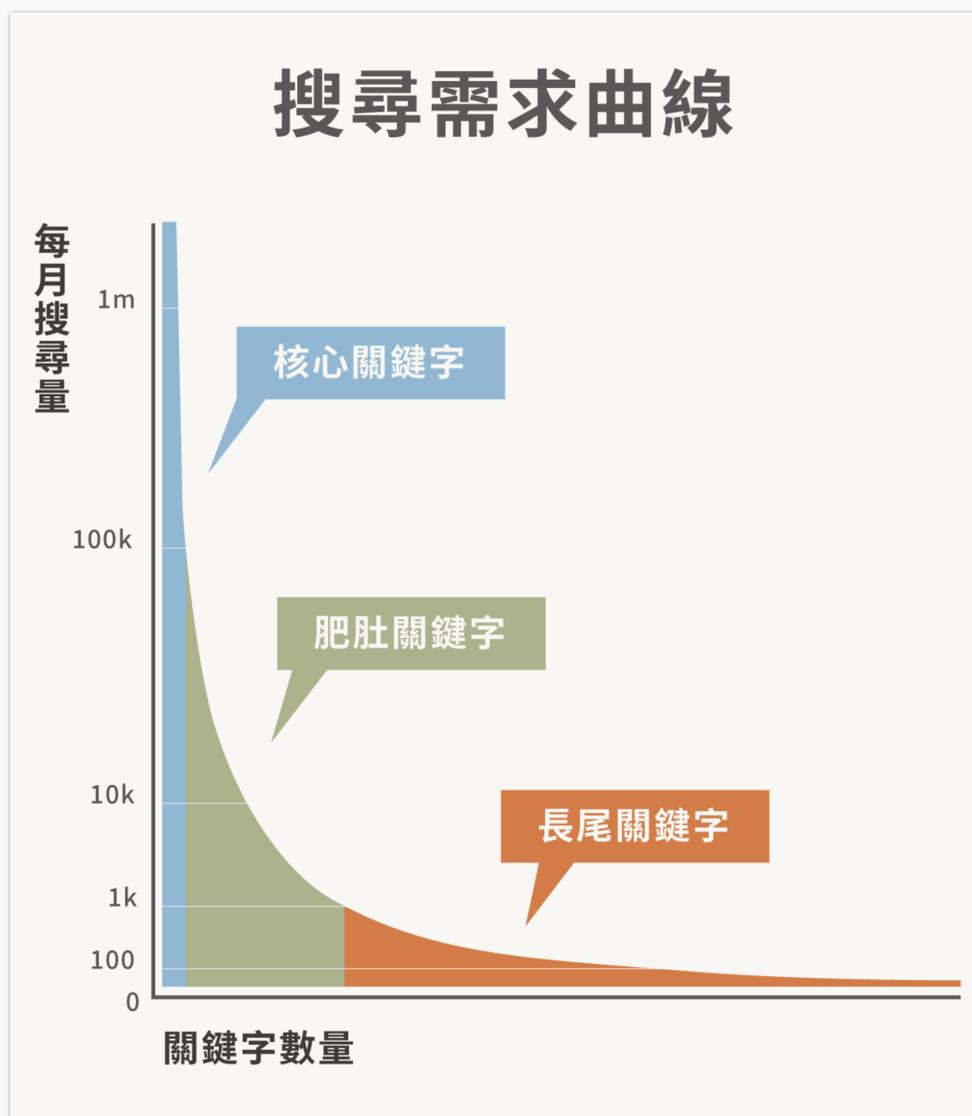
如果要簡單分類，你可以記得：核心和長尾關鍵字的分類，其實是以**相對搜尋量來區分**，並不是指字詞的長短！

● 01. 關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂

核心 vs 長尾關鍵字

★ 可別小看長尾關鍵字所代表的流量！

美國 SEO 權威網站 Ahrefs 曾指出，如果根據搜尋量和關鍵字數量，繪製一張搜尋需求曲線，大概會長這樣：



(Note：肥肚關鍵字較少被提及，將它納入長尾關鍵字一起認識即可)

這張圖顯示，雖然核心關鍵字的單月搜尋量極高，卻只大約佔整體流量 20%。反而是搜尋量小、數目可觀的長尾關鍵字加總後，佔了整體流量 70%。

也就是說，在關鍵字策略上，千萬不能只專注其中一種，必須將核心和長尾搭配好，才能撐起整個網站的流量來源！

● 01. 關鍵字基本功：從定義到分類一次搞懂

常見 4 大關鍵字意圖類型

搞懂搜尋意圖，就能針對對方的需求打造對應的內容，從而提高點擊率與轉換率。以下是最常見的 4 種搜尋意圖類型：

■ 資訊型搜尋 (Informational)

這類使用者正在查資料、找答案、了解概念，還不一定有購買需求，但如果你的內容能給他一個清楚的解釋，就能留下好印象，甚至建立品牌信任感。

- 常見例子：「什麼是內容行銷」、「怎麼提升 SEO 排名」

■ 商業型搜尋 (Commercial Investigation)

這類使用者還在做功課、比對選項，想知道哪個產品或服務比較好，哪家品牌值得信賴。

- 常見例子：「電子報平台推薦」、「最好用的關鍵字工具」

■ 購買型搜尋 (Transactional)

這類使用者已經準備好要採取行動，可能是想下單、報名課程、預約服務，這時只要給他明確的入口或費用資訊，就有機會促成轉換。

- 常見例子：「Ahrefs 年付方案」、「Shopify 教學課程購買」

■ 導航型搜尋 (Navigational)

這類使用者已經知道自己要找哪個網站，只是透過搜尋引擎快速定位，找尋進站的入口。

- 常見例子：「Welly SEO」、「威秀影城」

關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

- STEP1. 選定目標關鍵字
- STEP2. 分析關鍵字數據
- STEP3. 建立關鍵字地圖
- STEP4. 根據關鍵字分析安排撰寫
- 快速複習：關鍵字佈局 4 步驟！

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

在上一章，我們已經認識了關鍵字的基本分類與背後的搜尋意圖。接下來，就要進入實戰操作的核心章節：如何一步步建立自己的關鍵字策略與內容佈局？

馬上帶你一步一步來操作！

STEP1. 選定目標關鍵字

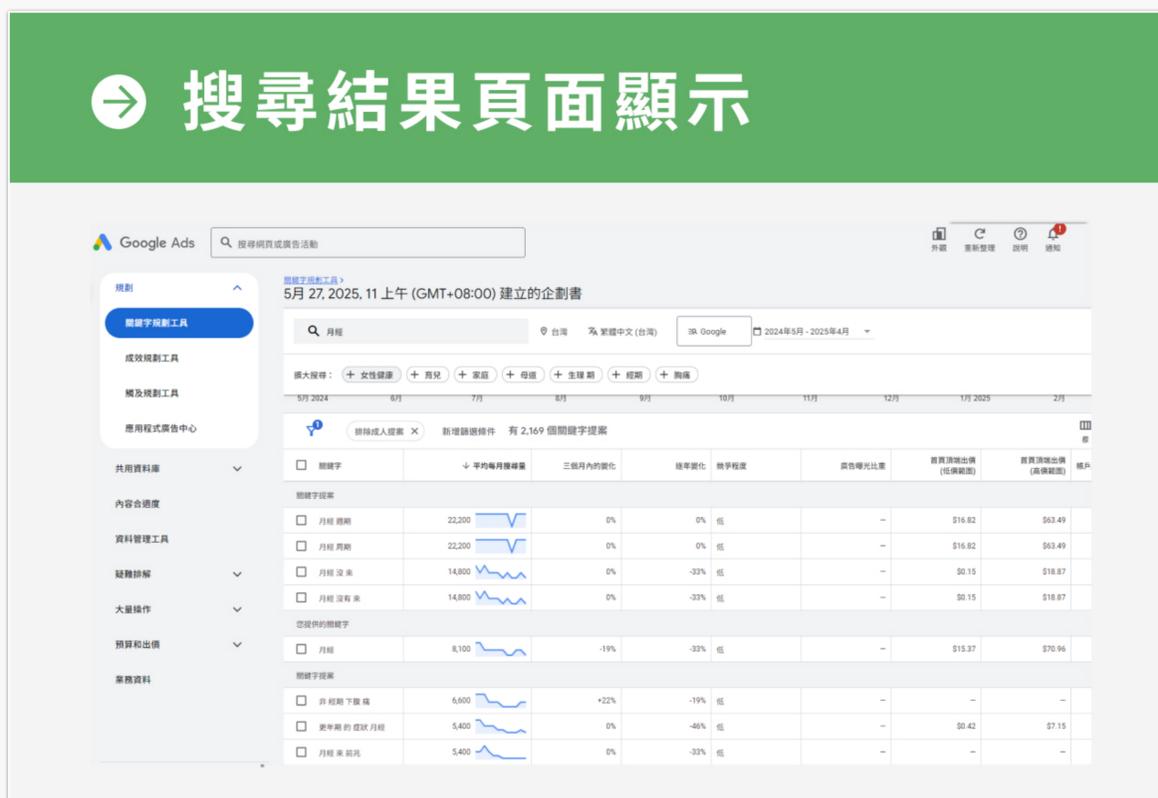
■ 第 1 招：運用工具找出關鍵字

選關鍵字不能憑感覺，最好還是讓數據來幫你判斷！善用關鍵字規劃工具，我們可以知道：

1. **搜尋量與競爭程度**：你會知道哪些字比較熱門，能幫你更聰明地決定該先做哪些字。
2. **使用者的真實需求**：輸入一組字詞後，系統會自動推薦相關搜尋，這些關鍵字其實就代表了使用者的真實想法與常見問題。

以 Google Ads 的關鍵字規劃工具為例，輸入「月經」這個字時，工具可能會跳出「月經週期」、「月經沒有來」、「月經來前兆」，這些延伸字詞就是搜尋者關心的事。

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！



只要能把這些內容寫進文章裡，搜尋引擎就會更容易判斷你的網頁跟使用者需求是對得上的。

🌟 Note：待會電子書第 3 章會整理 Welly 團隊整理的 10 款實用關鍵字工具清單，幫助你依照不同需求靈活應用！

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

STEP1. 選定目標關鍵字

■ 第 2 招：分析競品網站

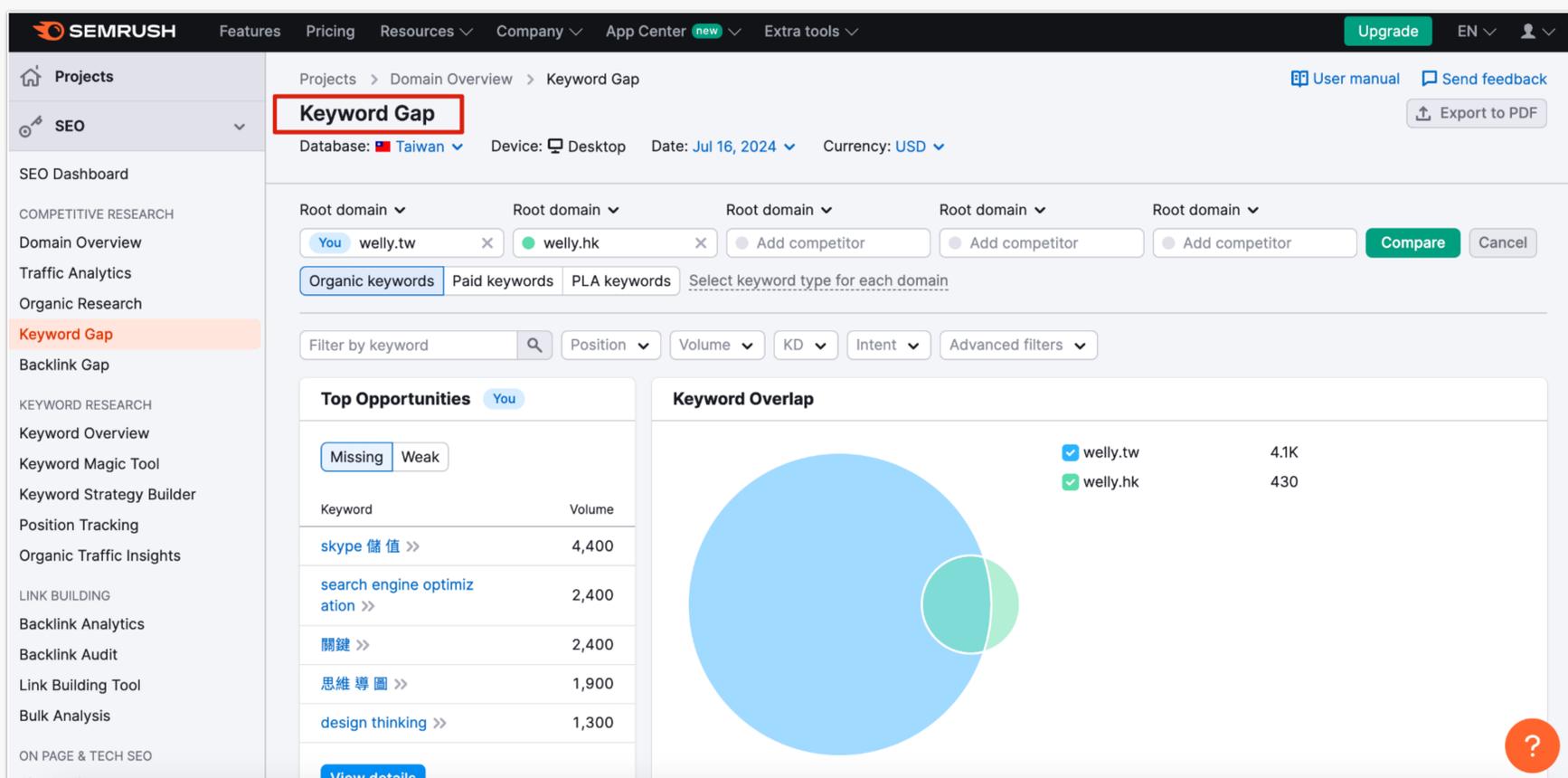
如果你目前還沒有頭緒要從哪個關鍵字開始切入，不妨先去看看競爭對手都在經營哪些字。

你可以使用 Ahrefs 或 SEMrush 這類工具，分析競品網站的熱門頁面與自然流量來源，找出他們在攻什麼關鍵字，再進一步縮小到具有高商業價值的字詞上，結合自身業務吸引有效客群。

舉例來說，如果你是剛起步的網站，建議先從長尾關鍵字下手，先累積一些流量基礎，建立網站與特定領域的關聯性，再慢慢逐步挑戰核心大字。

- SEMrush 介面示意

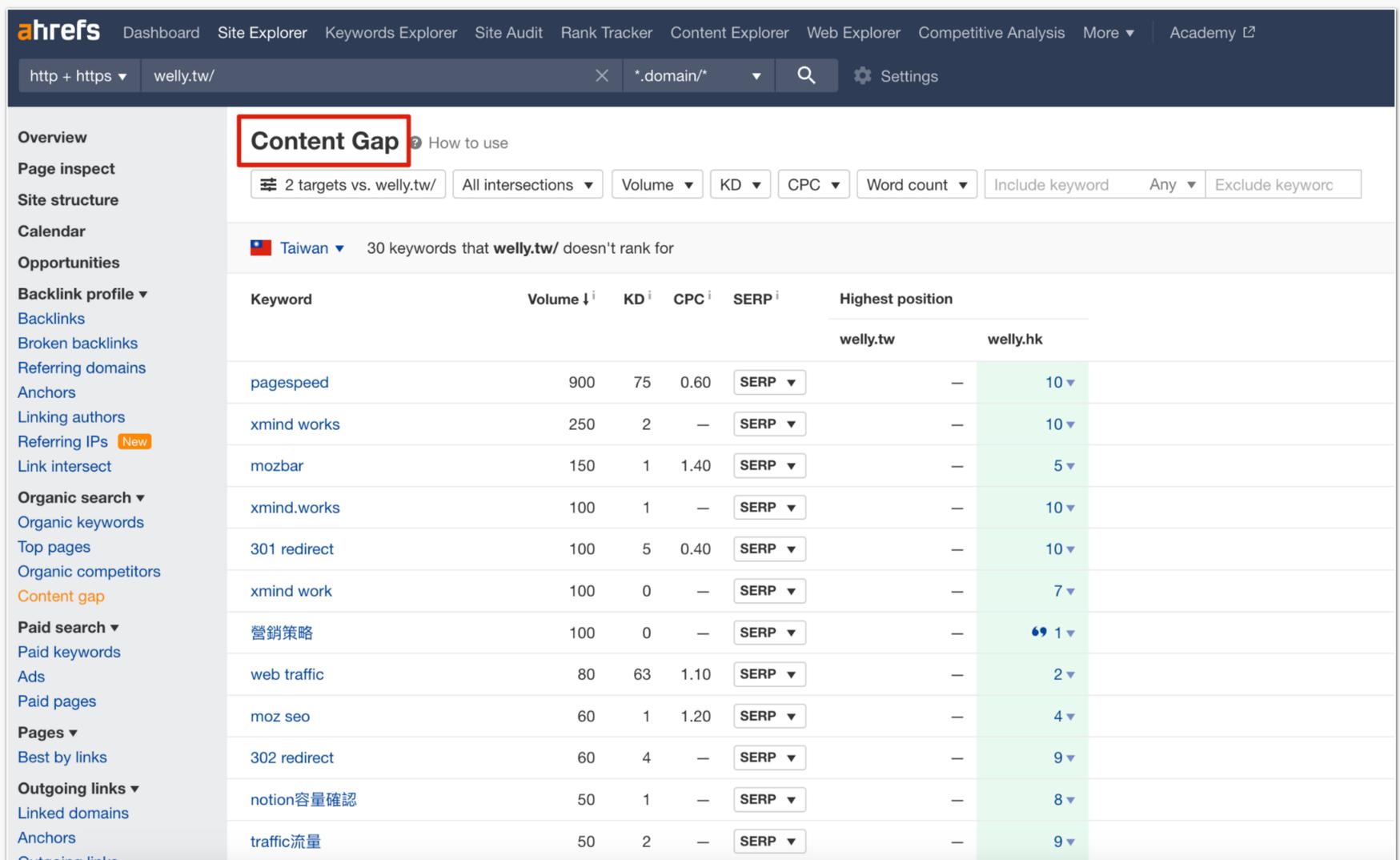
延伸閱讀：《[SEMrush 教學：提升網站流量必學的 SEO 排名軟體！](#)》



● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

- Ahrefs 介面示意

延伸閱讀：《[Ahrefs 如何用於 SEO ? Ahrefs 教學、5 大功能及費用一次看！](#)》



The screenshot displays the Ahrefs Content Gap tool interface. The main heading is "Content Gap" with a "How to use" link. Below the heading, there are filters for "2 targets vs. welly.tw/", "All intersections", "Volume", "KD", "CPC", "Word count", "Include keyword", "Any", and "Exclude keyword". The main content area shows "30 keywords that welly.tw/ doesn't rank for" for the region of Taiwan. A table lists these keywords with their respective metrics and highest positions for welly.tw and welly.hk.

| Keyword | Volume ↓ ⁱ | KD ⁱ | CPC ⁱ | SERP ⁱ | Highest position | |
|--------------|-----------------------|-----------------|------------------|-------------------|------------------|----------|
| | | | | | welly.tw | welly.hk |
| pagespeed | 900 | 75 | 0.60 | SERP ▼ | — | 10 ▼ |
| xmind works | 250 | 2 | — | SERP ▼ | — | 10 ▼ |
| mozbar | 150 | 1 | 1.40 | SERP ▼ | — | 5 ▼ |
| xmind.works | 100 | 1 | — | SERP ▼ | — | 10 ▼ |
| 301 redirect | 100 | 5 | 0.40 | SERP ▼ | — | 10 ▼ |
| xmind work | 100 | 0 | — | SERP ▼ | — | 7 ▼ |
| 營銷策略 | 100 | 0 | — | SERP ▼ | — | 1 ▼ |
| web traffic | 80 | 63 | 1.10 | SERP ▼ | — | 2 ▼ |
| moz seo | 60 | 1 | 1.20 | SERP ▼ | — | 4 ▼ |
| 302 redirect | 60 | 4 | — | SERP ▼ | — | 9 ▼ |
| notion容量確認 | 50 | 1 | — | SERP ▼ | — | 8 ▼ |
| traffic流量 | 50 | 2 | — | SERP ▼ | — | 9 ▼ |

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

STEP2. 分析關鍵字數據

選好字之後，下一步就是判斷這些關鍵字值不值得做。

■ 第 1 招：找出用戶搜尋意圖

承接前一章我們談到的「搜尋意圖」，這裡會再更深入思考：當你手上已經有一串潛在關鍵字時，怎麼判斷這些字背後的意圖是什麼？這裡有 3 個問題可幫助你思考：

- 這組關鍵字的使用者，是來找答案、比較選項，還是準備採取行動？
- 他想解決什麼問題，或達成什麼目標？
- 如果我是一個搜尋者，我會希望看到什麼樣的內容？

想要獲得答案，最快的方式是直接搜尋這組關鍵字，看 SERP（搜尋結果頁）長什麼樣子。你可以從以下幾個方向觀察 SERP 的長相：

▲ 網站類型有哪些？

是電商頁面、政府法條、媒體報導，還是品牌部落格文章？通常網站類型可以反映搜尋引擎眼中，解答使用者疑問的最佳內容結構。

▲ 競爭對手怎麼安排內容？

仔細觀察排名前幾名的網頁：「標題怎麼寫？」、「段落怎麼編排？」「有沒有用圖表或 FAQ？」這些細節往往透露出搜尋引擎認為的好答案長什麼樣。

掌握這些資訊，不只能幫你確認搜尋意圖類型，還能反推該寫什麼內容、怎麼寫才有機會擠進前 10 名。

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

STEP2. 分析關鍵字數據

■ 第 2 招：觀察搜尋量 & 競爭強度

如果懂得怎麼看搜尋量，你才能有策略地規劃內容方向，以下整理幾個實用的觀察技巧：

1. 比對相似關鍵字的搜尋量差異

不同用語，可能說的是同一件事，但用語習慣不一樣，搜尋熱度也會差很多。

舉例來說，「減肥」vs「瘦身」，語意相近，但搜尋量可能天差地遠，這時候你就可以根據數據，選擇更貼近使用者語言的那個字，來作為佈局核心。

2. 觀察搜尋量的趨勢

如果某個關鍵字的搜尋量呈現穩定上升，就代表這個議題值得長期投資；反之，如果呈現下滑或突然爆紅後快速冷卻，表示這個關鍵字正在失去市場熱度。

針對有季節性熱度的字（像是「冷氣推薦」、「火鍋店」、「聖誕交換禮物」），則要預留操作時間，最好依據競爭程度，提前 4~6 個月佈局，才能搶在熱度來之前卡位。

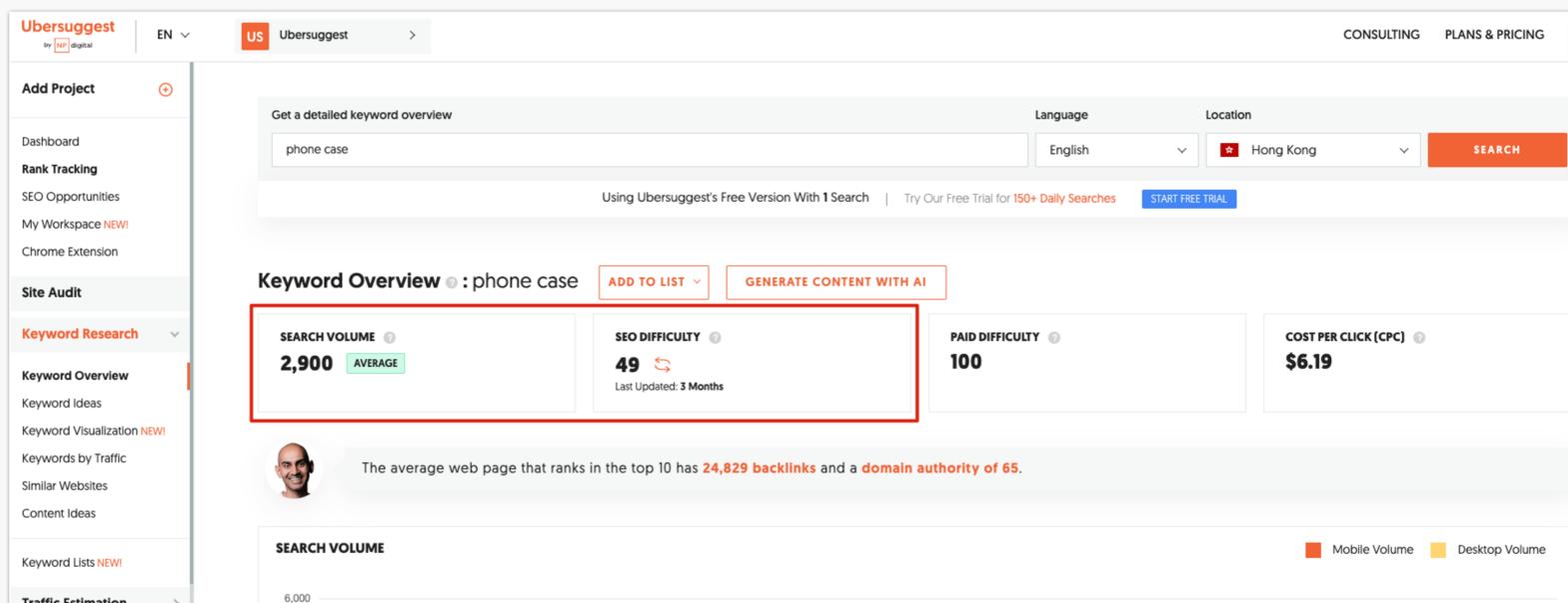
● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

STEP2. 分析關鍵字數據

3. 評估關鍵字的競爭強度

熱門字雖然流量大，但競爭也很激烈，例如「魚油」、「葉黃素」這類詞幾乎被大型網站佔據。

如果你的資源有限，建議優先從搜尋量中等、意圖明確的長尾關鍵字著手，例如「魚油怎麼吃」、「葉黃素什麼時候吃」，這類詞雖然搜尋量低一點，但排名相對容易。



(Ubersuggest 工具所查出來的關鍵字搜尋量與競爭度。)

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

STEP2. 分析關鍵字數據

4. 考量業務定位與市場需求

搜尋量再高的字，如果和你業務無關，其實也不一定值得投入。

建議你可以將潛在的關鍵字一字排開，交叉比對上述數據指標，找出與目標族群關聯又符合自身業務範圍的字詞。

⚠ 小提醒：搜尋量只是參考，別掉入這 3 大誤區！

搜尋量是一個比較指標，但最終選擇應依據每個品牌的實際狀況調整、靈活運用，如果誤解了數據的意義，反而容易讓策略走偏。

以下是我們常見的 3 個錯誤觀念，請務必小心避免！

✘ 盲目追求熱門關鍵字

高搜尋量的關鍵字雖然看起來吸引人，但通常也伴隨極高的競爭，對剛起步的網站不一定划算。與其過度集中熱門關鍵字，不如從競爭低、意圖明確的長尾關鍵字切入，更容易快速累積排名與流量，也能精準吸引有需求的受眾。

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

STEP2. 分析關鍵字數據

✘ 忽略搜尋者的需求動機

搜尋量更重要的是背後隱含的使用者意圖，像是「洗衣機推薦」與「買洗衣機」雖然類似，但一個偏向比較資訊，另一個已接近購買行為。應該針對不同使用者需求，滿足搜尋期望，才能提高網站的行銷效果。

✘ 認為高搜尋量 = 高效益

搜尋量高，並不代表流量高，某些字即使熱門，但意圖模糊、競爭激烈，實際帶來的點擊進站數有限。反而是那些搜尋量較低、但意圖精準的字，更有機會帶來曝光和穩定流量。

所以佈局和追蹤時，應根據行銷目標，綜合多個相關關鍵字來查看，不能僅依賴單一關鍵字的搜尋量來評估 SEO 效果。

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

STEP3. 建立關鍵字地圖

在前面幾個步驟中，我們找到了目標關鍵字，也分析了意圖、難度，接下來我們就要來建立「關鍵字地圖」。

關鍵字地圖的概念，就是把使用者在不同階段會搜尋的問題，整理成對應的關鍵字組，再規劃成一系列內容主題。

底下以「考慮除皺音波療程」的使用者為例：

| 階段 | 遇到的問題 | 可能搜尋字 |
|--------------|--------------------|-----------------------------|
| 階段 1：發現初老跡象 | 發現細紋、膚況變差、保養品不夠力 | 臉部細紋怎麼辦、初老保養、膚質變差原因、30歲保養推薦 |
| 階段 2：比較不同方法 | 不確定該不該嘗試醫美、擔心價格和效果 | 除皺方法比較、音波拉提效果、醫美療程價錢、除皺療程推薦 |
| 階段 3：下定決心做音波 | 已決定療程但不知去哪做、該信哪位醫師 | 除皺推薦診所、醫美診所評價、音波拉提診所推薦 |
| 階段 4：音波療程後 | 遇到副作用、不懂術後修復怎麼做 | 術後注意事項、音波除皺副作用、醫美術後修復建議 |

這樣的一張關鍵字地圖，一方面可幫助你釐清使用者在哪個階段會出現什麼樣的需求，另一方面則能讓你清楚每個階段該寫的內容，建立一條完整的內容旅程，在各點都能與消費者進行溝通。

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

STEP4. 根據關鍵字分析安排撰寫

當我們已經釐清使用者在各階段的搜尋行為後，下一步就是思考這些關鍵字該怎麼具體安排到各篇內容裡。以部落格文章為例，你可以從 2 個方向來思考：

1. 每篇文章對應 1 個核心關鍵字

我們建議 1 篇文章選定一個核心關鍵字後，再依據使用者的需求往下規劃架構，並以自然、不硬塞的方式把相關長尾關鍵字帶入到文章中。

例如「除皺療程推薦」高機率會以排行榜、列點型文章來解決使用者問題，而「初老保養」則有可能偏向教學型。

2. 關鍵字配置技巧

通常我們會盡量把重要關鍵字放標題、前兩段、H2 小標等顯眼位置，並考量關鍵字之間的關聯性，把相似主題整理在同一個段落說明，避免內容分散和重複。

如果相似關鍵字說法較多，你可以使用表格、FAQ、情境敘述等方式，來自然地提及你想要放入的關鍵字，建立 1 篇完整、有架構的 SEO 文章！

● 02. 關鍵字佈局 Step-by-Step 教學！

快速複習：關鍵字佈局 4 步驟！

✔ Step 1：選定目標關鍵字

運用工具與競品分析，找出具潛力的核心與長尾關鍵字。

✔ Step 2：分析關鍵字數據

觀察搜尋量、意圖、競爭度，避免「高搜尋量 = 高效益」的迷思，找出與業務範圍相關又有排名機會的關鍵字。

✔ Step 3：建立關鍵字地圖

從使用者旅程出發，整理不同階段可能搜尋的問題與詞組，規劃長期內容佈局。

✔ Step 4：安排撰寫方向

依據意圖與主題規劃段落，讓每篇內容專注 1 個主題，並將重要關鍵字往前放、相關關鍵字集中說明。

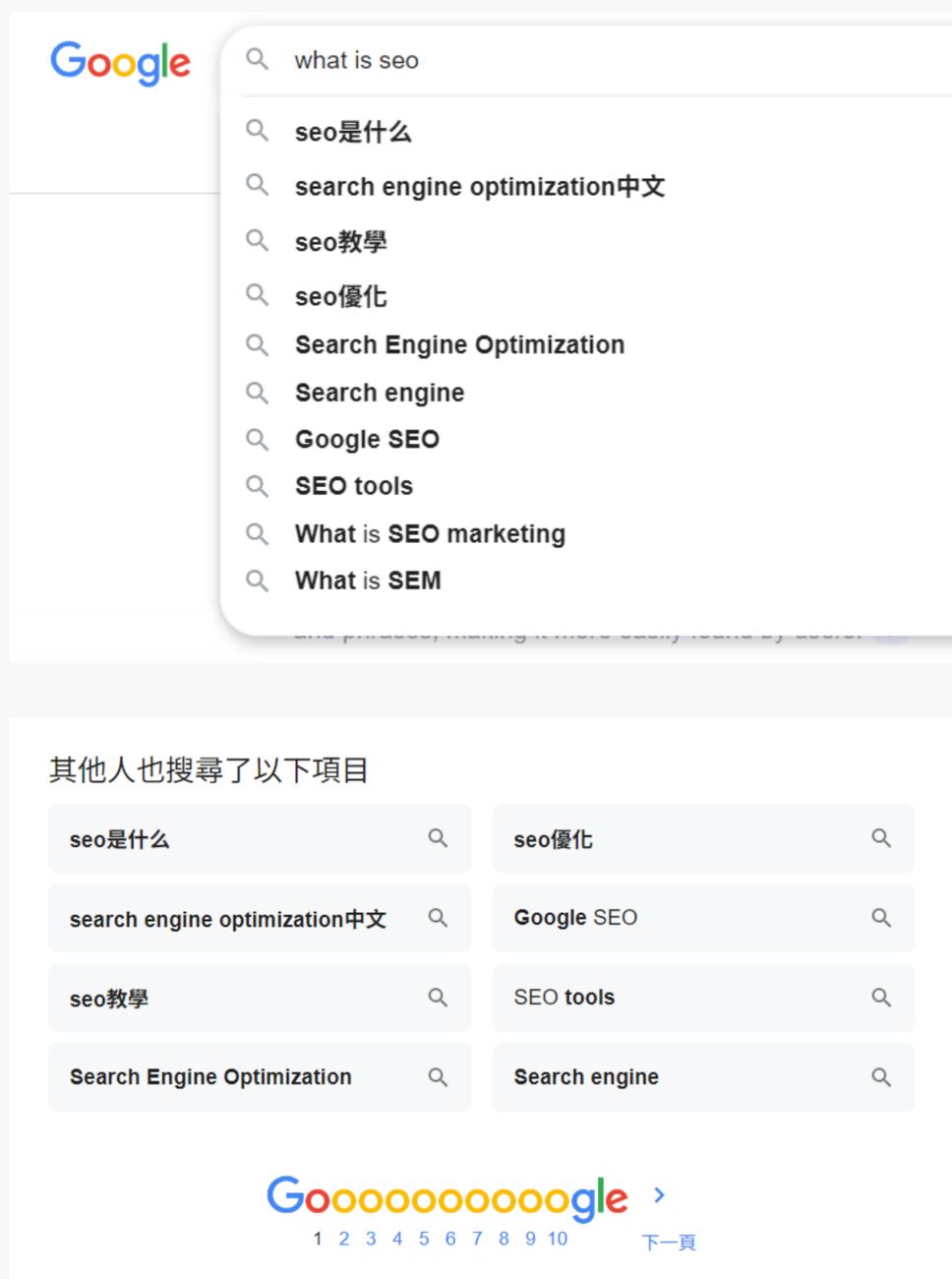
10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

- Google 搜尋引擎
- 社群、新聞媒體或論壇
- Google Trends
- Google Ads
- Ubersuggest
- Ahrefs
- Yoast
- Keyword Generator
- Keyword Sheeter
- Keyword Surfer

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

知道策略怎麼做之後，選對工具才能讓執行事半功倍！這一章我們整理了 10 款常見且實用的關鍵字工具，讓你可依個人需求來挑選。

Google 搜尋引擎



📌 工具特色

Google 的搜尋框是最簡單的關鍵字蒐集方式！只要在搜尋欄輸入核心關鍵字，就會自動出現下拉建議字，送出查詢後，頁面最下方也會列出「相關搜尋」。

雖然沒有數據可以參考，但這些字會被 Google 自動推薦，代表它們在實際搜尋中出現頻率高、使用者關注度高，是極具潛力的長尾關鍵字素材來源。

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Google 搜尋引擎

如何應用

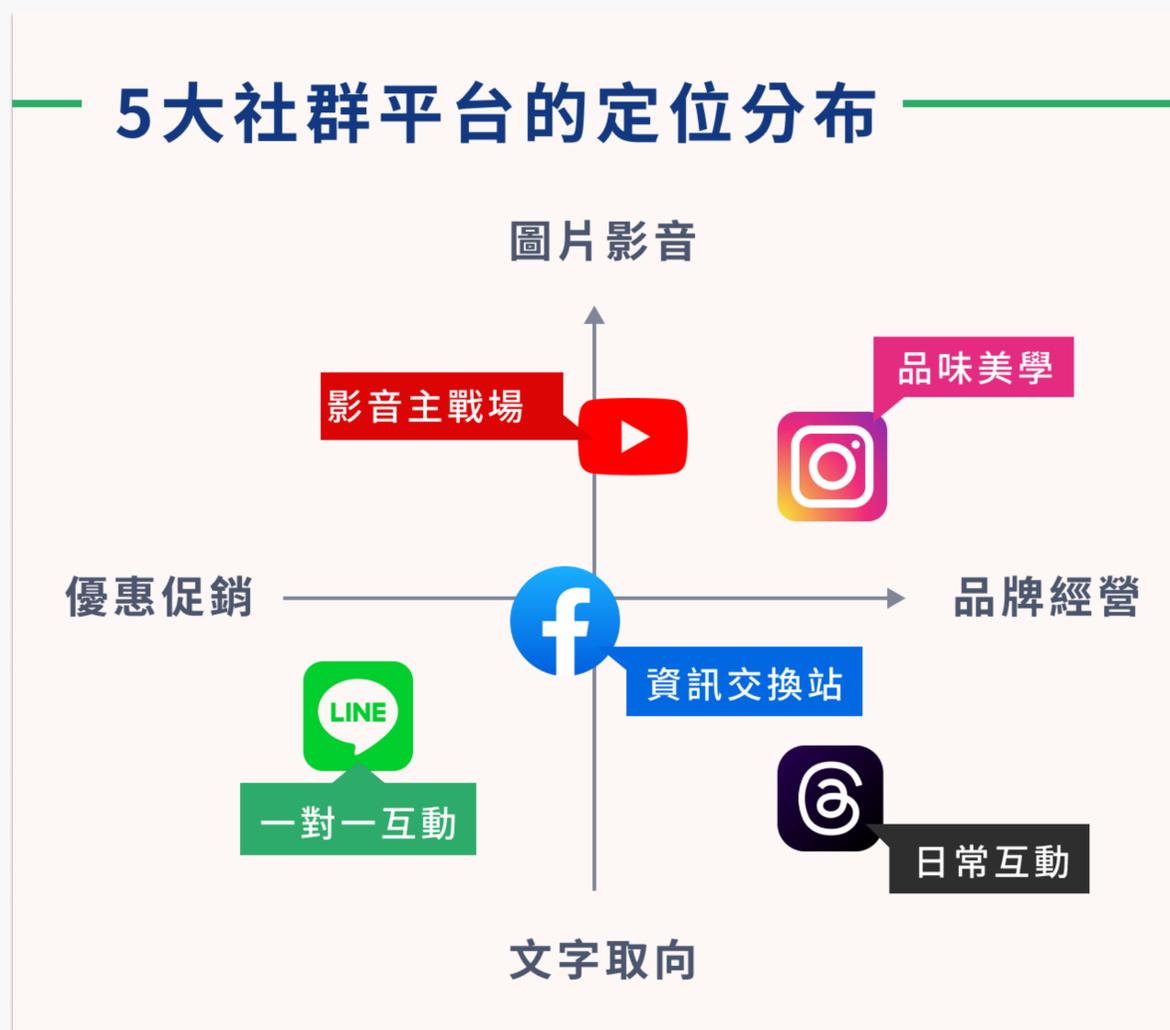
- 可用來發想標題、延伸段落內容、挖掘關聯主題。
- 建議將字詞整理成表，再搭配其他工具補上數據判斷。

適合對象

- 剛入門的 SEO 實作新手
- 需要快速找靈感的行銷人員
- 想了解使用者實際常用的詞彙或近期熱門話題的人

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

社群、新聞媒體或論壇



📍 工具特色

即時新聞、話題、資訊最容易在社群上流通，透過持續觀察這些平台上的標題、貼文、留言與 Hashtag，就能快速掌握最新用語趨勢，補足關鍵字工具所看不到的真實市場樣貌和最新趨勢！

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

社群、新聞媒體或論壇

✔ 如何應用

- 可用於主題發想、補強長尾關鍵字組、判斷市場情緒與潛在問題。
- 建議定期瀏覽產業相關的社群社團、熱門討論板或 KOL 帳號，作為內容選題的重要參考來源。

🎯 適合對象

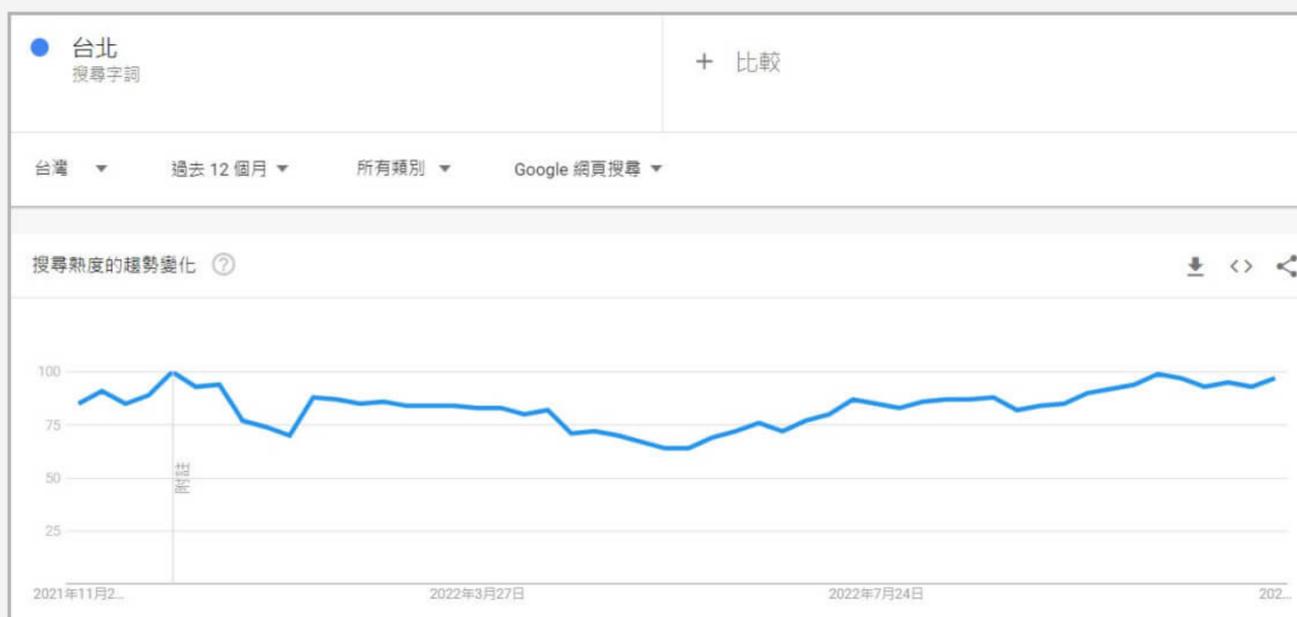
- 負責內容規劃或文章主題發想的編輯
- 關注時事、希望結合話題操作 SEO 的人
- 深入理解用戶需求與語言習慣的行銷人

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Google Trends

以「台北」為例

輸入後出現過去12個月（預設值）的搜尋曲線圖：



📍 工具特色

Google Trends 是 Google 官方推出的免費關鍵字趨勢工具，可用來追蹤特定關鍵字在不同時間、地區的搜尋熱度變化。

你可以一次比較多組關鍵字，觀察它們的長期走勢、季節性波動與話題強度，非常適合用來判斷哪些字正在上升、哪些則已退燒。

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Google Trends

✔ 如何應用

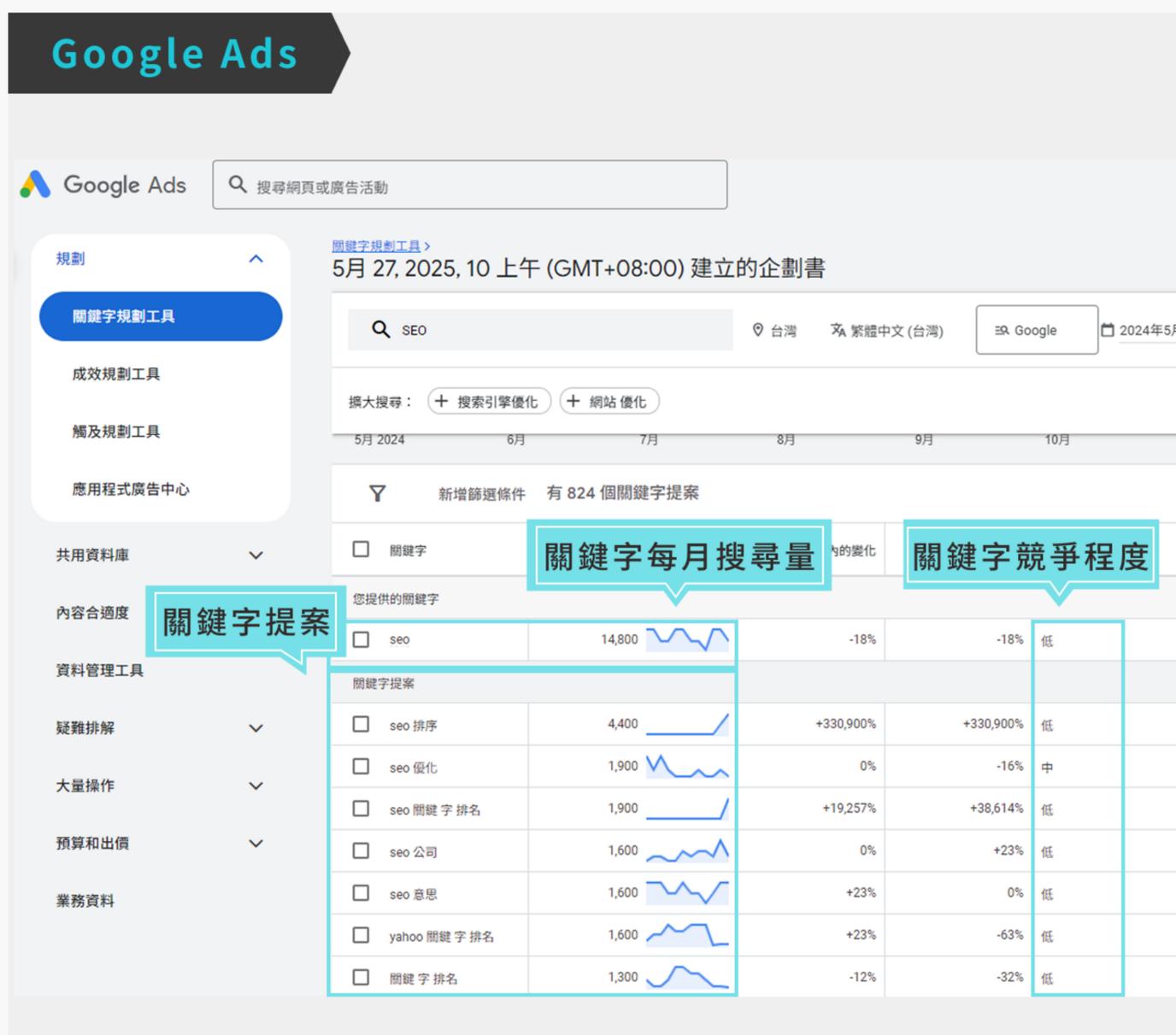
- 可用來做趨勢預判，例如提前佈局季節性活動（如聖誕禮物、春季穿搭），或搭配時事熱點寫作（如 ChatGPT 畫吉卜力圖爆紅）。
- 也適合與 Google Ads 等工具搭配使用，用來補充搜尋量背後的變化趨勢與市場反應，避免選到熱度已過的關鍵字。

🎯 適合對象

- 想預判流量與時機點的人
- 負責品牌檔期、季節活動的行銷企劃
- 想掌握社會脈動、規劃趨勢內容的創作者

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Google Ads



📍 工具特色

Google Ads 內建的「關鍵字規劃工具」是我們最常使用的免費 SEO 關鍵字工具，因為它只要註冊帳號即可使用，而且數據源自 Google 官方，可信度更高！

Google Ads 關鍵字規劃工具，可提供關鍵字的搜尋量區間、競爭程度、出價建議等指標，若有開啟廣告帳戶並投入一定預算後，還能解鎖更精準的「平均月搜尋量」數據。

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Google Ads

如何應用

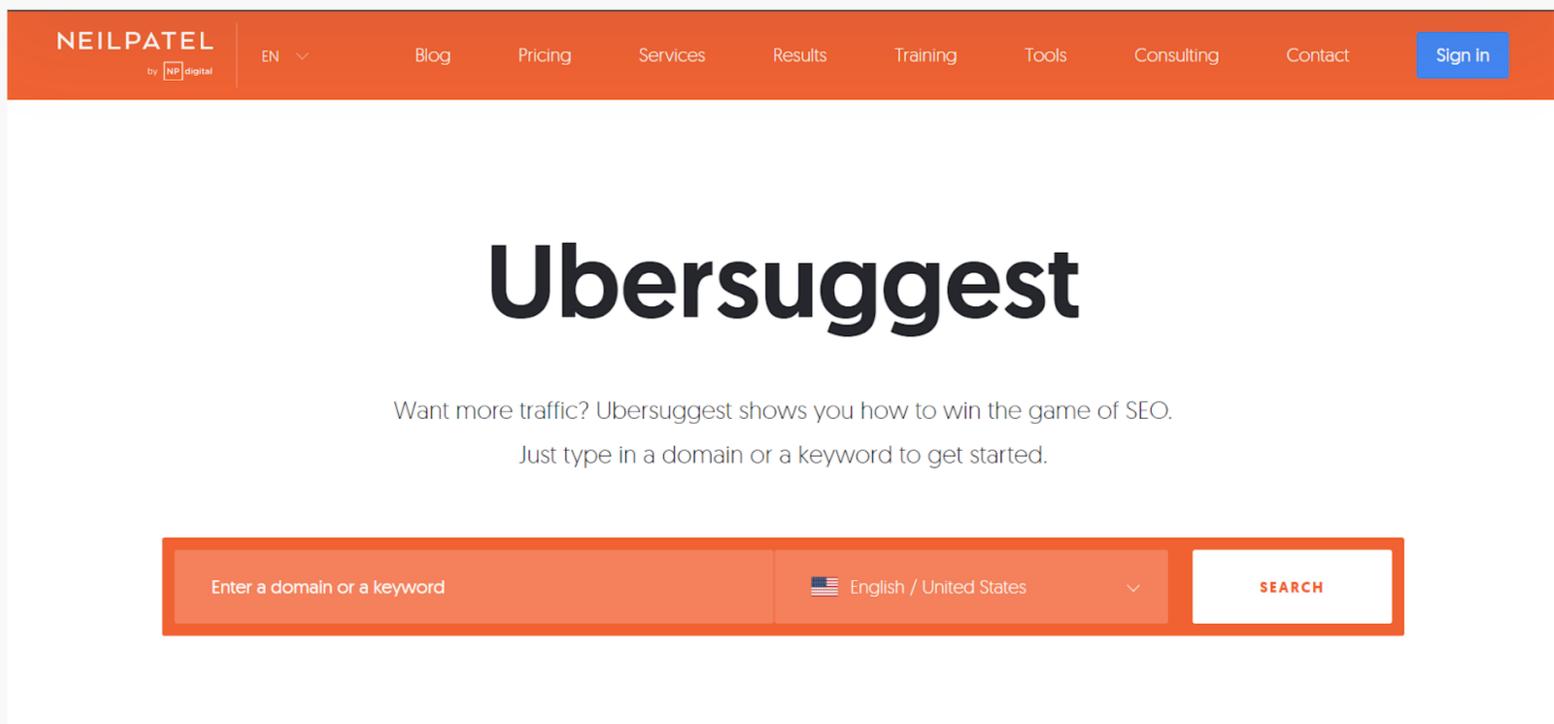
- 即使不投廣告，也能作為 SEO 初期找字、判斷搜尋熱度的好工具。
- 系統會自動提供一系列相關字詞組合與建議出價，可從旁觀察競爭熱度。

適合對象

- 正在規劃 SEO 策略的新手或中小企業主
- 想評估關鍵字潛力與競爭程度的編輯
- 同時執行 SEO 與 Google 廣告的整合行銷人員

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Ubersuggest



(圖片來源：Ubersuggest 截圖)

📌 工具特色

Ubersuggest 是由國外行銷專家 Neil Patel 團隊開發的關鍵字研究工具，支援繁體中文、可顯示台灣地區數據，對台灣使用者相當友善。

它除了提供關鍵字的搜尋量、SEO 難度之外，還能列出大量延伸的長尾關鍵字和內容靈感！

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Ubersuggest

如何應用

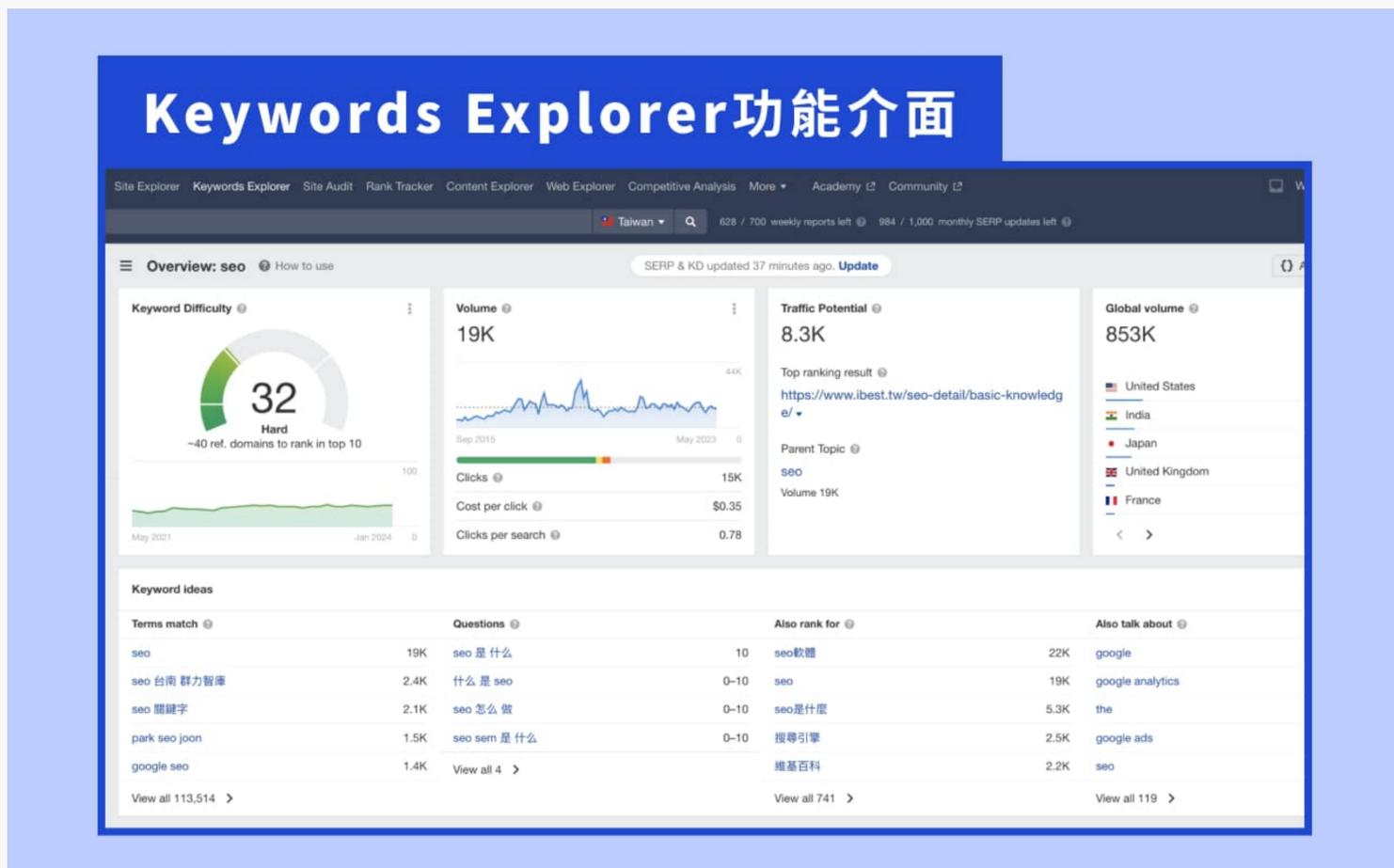
- 可輸入核心關鍵字查看字詞的數據，也可以獲得一系列長尾關鍵字，快速挖掘適合寫成文章的關鍵字詞組。
- 搭配「內容建議」功能，可進一步查看與該網頁相關的關鍵字和反向連結，幫助你更好定義內容方向。

適合對象

- 對 SEO 有初步了解、希望實作操作的內容行銷人員
- 中小型品牌、自媒體經營者或新創團隊的 SEO 人員
- 需要視覺化介面與台灣搜尋資料的新手使用者

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Ahrefs



📍 工具特色

Ahrefs 是目前最受歡迎的 SEO 付費工具之一，功能完整且資料庫龐大，它的「Keywords Explorer」可以查詢單一關鍵字的搜尋量、難度、每次點擊成本（CPC）、點擊次數、搜尋回訪率等。

此外，Keywords Explorer 會依據你輸入的關鍵字，產出上千組延伸建議，讓你在策略規劃上靈感不斷，是許多進階使用者也會投資的工具！

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Ahrefs

✔ 如何應用

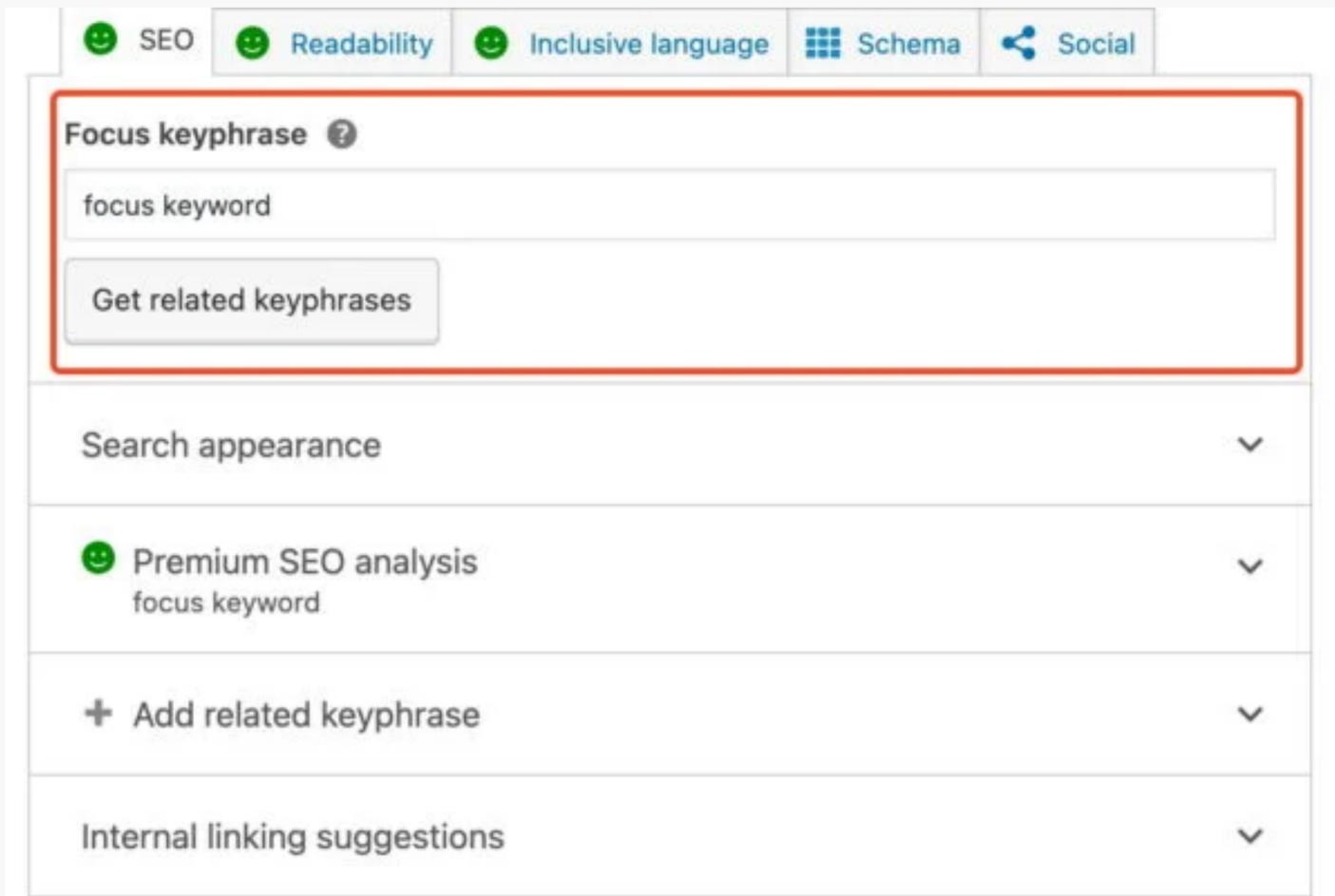
- 可以輸入 1 組核心關鍵字，查看關鍵字的數據評估與詞組建議。
- 可以查看不同搜尋引擎的關鍵字數據，包括 YouTube、Yahoo、Baidu 等。

🎯 適合對象

- 需要多面向評估關鍵字效益的人員
- 想制定差異化佈局的行銷企劃
- 負責跨國市場、跨平台搜尋策略的行銷人員

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Yoast



(圖片來源：Yoast 官網教學文章)

📌 工具特色

Yoast 是 WordPress 大受歡迎的 SEO 外掛工具，主要功能是即時檢查文章中的關鍵字密度、標題結構、Meta Description、內部連結等項目，並給出可操作的建議。

此外，它也會根據設定的焦點關鍵字，幫助你檢查整篇文章是否有完整圍繞該主題，確保內容具備 SEO 基本條件。

不過 Yoast 的主要使用者為英文用戶，繁體中文的語意偵測並沒有很完整，**建議作為參考指標，不必強求全部指標都得亮綠燈。**

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Yoast

如何應用

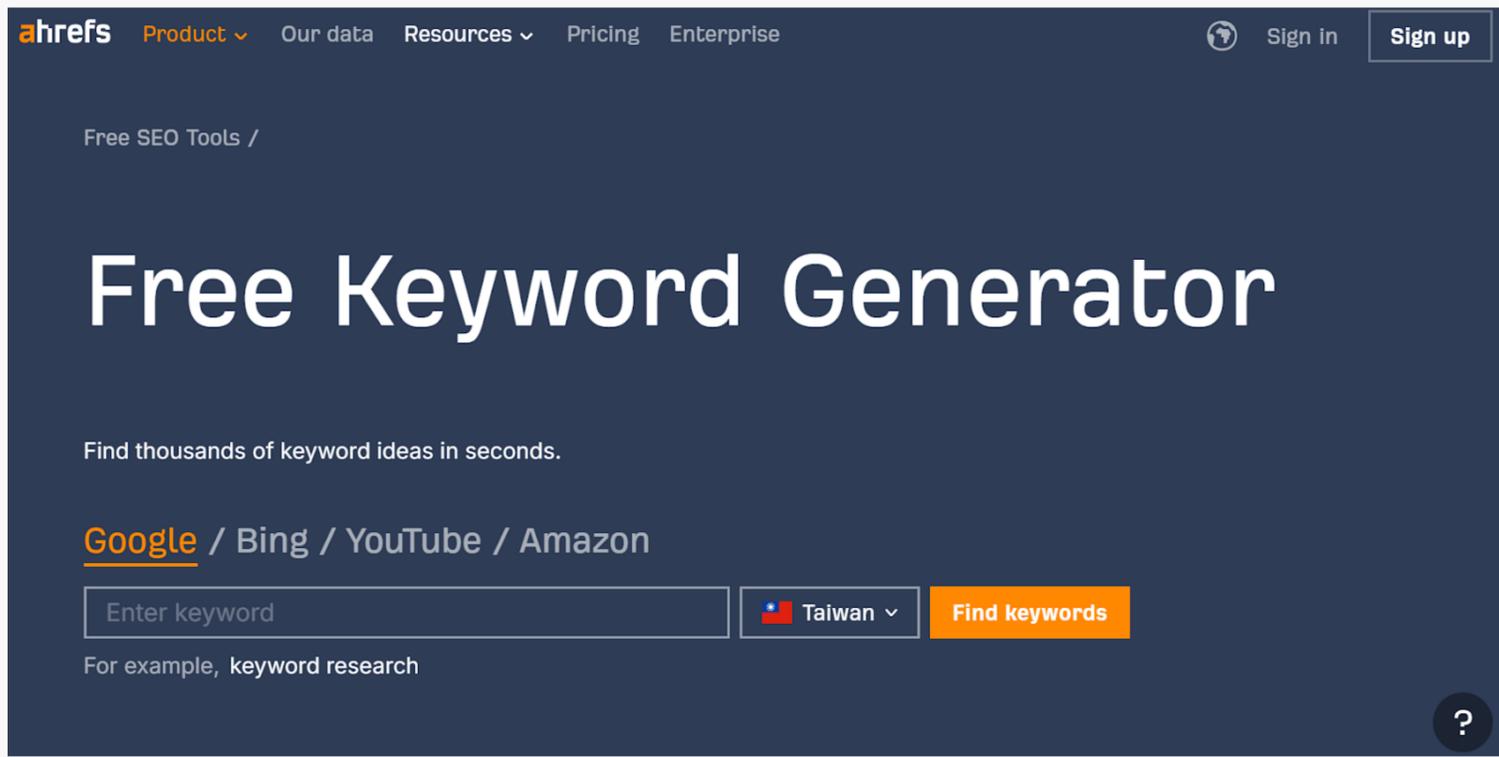
- WordPress 的文章完成後，可即時透過 SEO 評分判斷內容表現。
- 可參考焦點關鍵字，根據提示進行 SEO 的各事項優化。

適合對象

- 使用 WordPress 架站的網站管理者
- 需要快速進行內容 SEO 基礎檢查的行銷人員
- 在 WordPress 架站的 SEO 新手

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Keyword Generator



(圖片來源：Ahrefs Keyword Generator 截圖)

📌 工具特色

Keyword Generator 是由 Ahrefs 提供的免費關鍵字研究工具，不同於付費版「Keywords Explorer」，這款工具無需登入即可使用。

只要輸入一組核心關鍵字，就能快速產出數百組延伸關鍵字建議，並顯示搜尋量與關鍵字難度 (KD)，而且還支援 Google、YouTube、Amazon、Bing 等多種搜尋引擎，讓你能根據不同平台做跨渠道 SEO 規劃。

其資料庫涵蓋超過 80 億筆查詢，還能顯示大量提問型的長尾關鍵字，是很好用的免費關鍵字規劃工具！

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Keyword Generator

✓ 如何應用

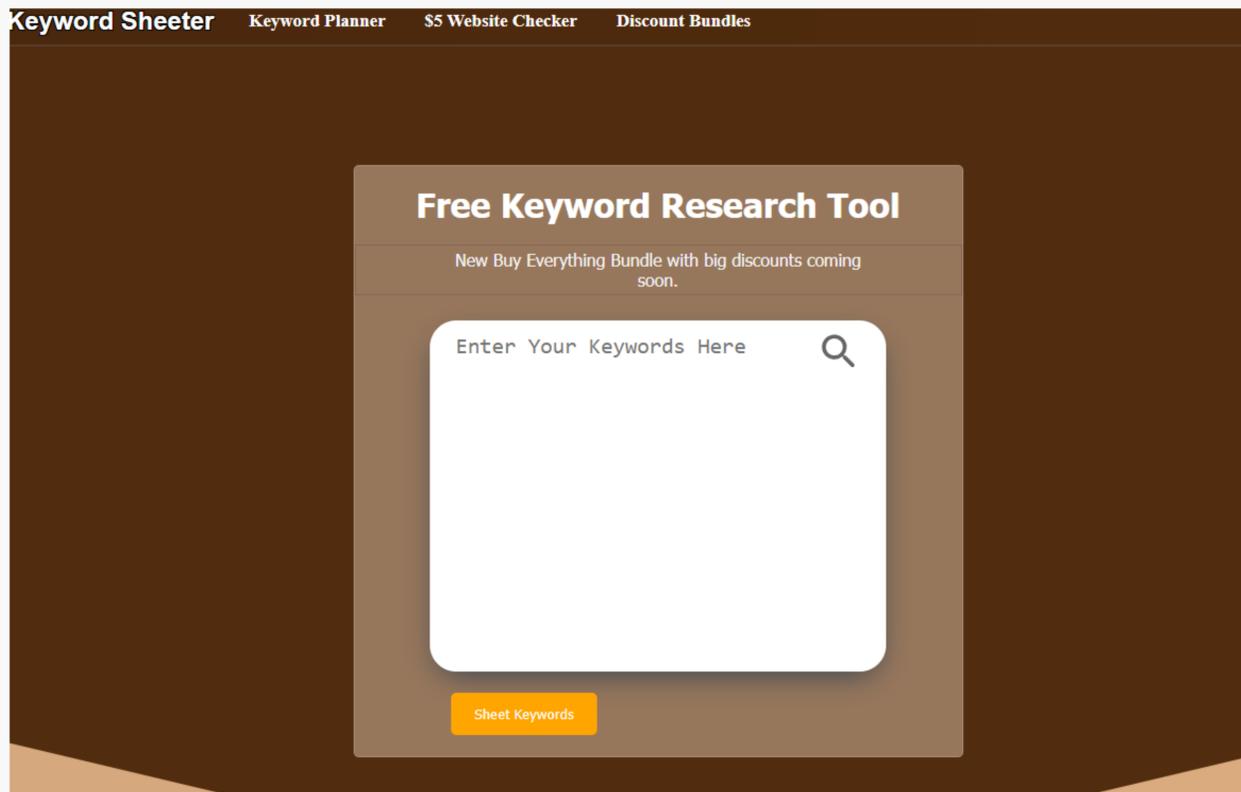
- 可作為內容規劃初期的靈感工具，查出搜尋量不錯且意圖明確的詞組。
- 可建立關鍵字地圖，應用於跨平台的內容和行銷溝通點上。

🎯 適合對象

- 需要免費工具輔助發想關鍵字的內容編輯
- 正在經營 YouTube 頻道或 Amazon 商品的創作者
- 想快速測試多組關鍵字、進行跨平台 SEO 規劃的入門使用者

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Keyword Sheeter



(圖片來源：Keyword Sheeter 截圖)

📌 工具特色

Keyword Sheeter 是一款簡易的關鍵字建議工具，只要輸入一個核心關鍵字，它就能在短時間內自動產出上千筆延伸搜尋字詞。

這款工具的特點在於資料量大、生成速度快，不過缺點則是它不會提供搜尋量、競爭難度或趨勢變化等進階數據。

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Keyword Sheeter

✓ 如何應用

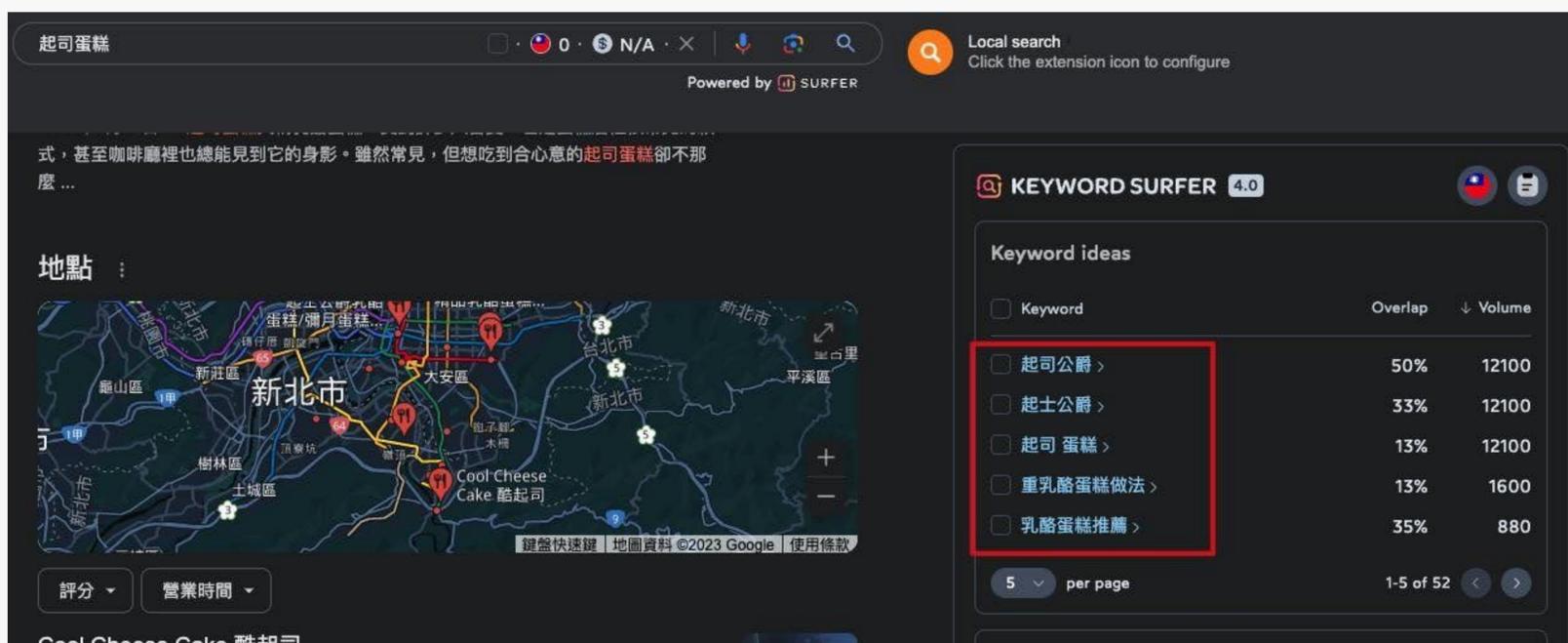
- 適合快速蒐集與主題有關的所有相關字詞，再利用其他工具分析和篩選。
- 適合作為初步發想或輔助靈感工具使用，適合大量關鍵字腦力激盪。

🎯 適合對象

- 想快速發想大量關鍵字的內容企劃
- 需要準備初步選字清單的新手
- 願意搭配其他工具交叉分析的靈活使用者

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Keyword Surfer



(圖片來源：Keyword Surfer 截圖)

📍 工具特色

Keyword Surfer 是一款專為 Google SEO 設計的免費 Chrome 擴充外掛。安裝後，只要在 Google 搜尋欄輸入關鍵字，畫面右側就會顯示每月搜尋量、相關關鍵字建議、聲量與熱度等資訊，還支援資料勾選與匯出，方便你建立自己的關鍵字資料庫。

除了找字，Keyword Surfer 也能協助觀察競爭對手的表現，包括：預估流量、文章字數、該關鍵字在頁面中出現的次數等，讓你一邊搜尋、一邊完成初步競品分析。

● 03. 10 種 SEOer 最常用的關鍵字分析工具

Keyword Surfer

✔ 如何應用

- 快速蒐集主題關鍵字相關的長尾關鍵字詞組，適合作為關鍵字拓展。
- 觀察競品的操作策略，包括用字策略、文章字數，作為撰寫參考。

🎯 適合對象

- 要邊搜尋、邊記錄關鍵字靈感的行銷人員
- 注重效率、偏好在搜尋畫面即時判斷的 SEO 操作者
- 想快速掌握關鍵字聲量與競品內容結構的網站企劃

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，還是已經有些 SEO 經驗、但卡在「不知道還能攻哪些字」的瓶頸中，希望這本電子書能幫助你釐清關鍵字策略的操作脈絡，從觀念、選字到工具應用，都能成為你在優化路上的參考！

雖然篇幅有限，沒辦法把每一款工具的細節都講到透徹，但我們已經盡可能整理出最關鍵的實戰精華，期待你能從中獲得啟發，也願意回頭反覆翻閱，幫助自己在每個階段都找到合適的切入點。

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

我們擅長協助品牌找出與業務有關的精準關鍵字，你可以透過本書最後一頁的聯絡資訊與我們聯繫，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！

那我們下一本電子書再見啦～🙌

👉 想知道 Welly 為客戶操作後的 SEO 成效嗎？

[歡迎點此通往 p.48 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.52 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 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 有信心把你的網站排到首頁

一條龍的落實執行才是關鍵，中英文 SEO 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

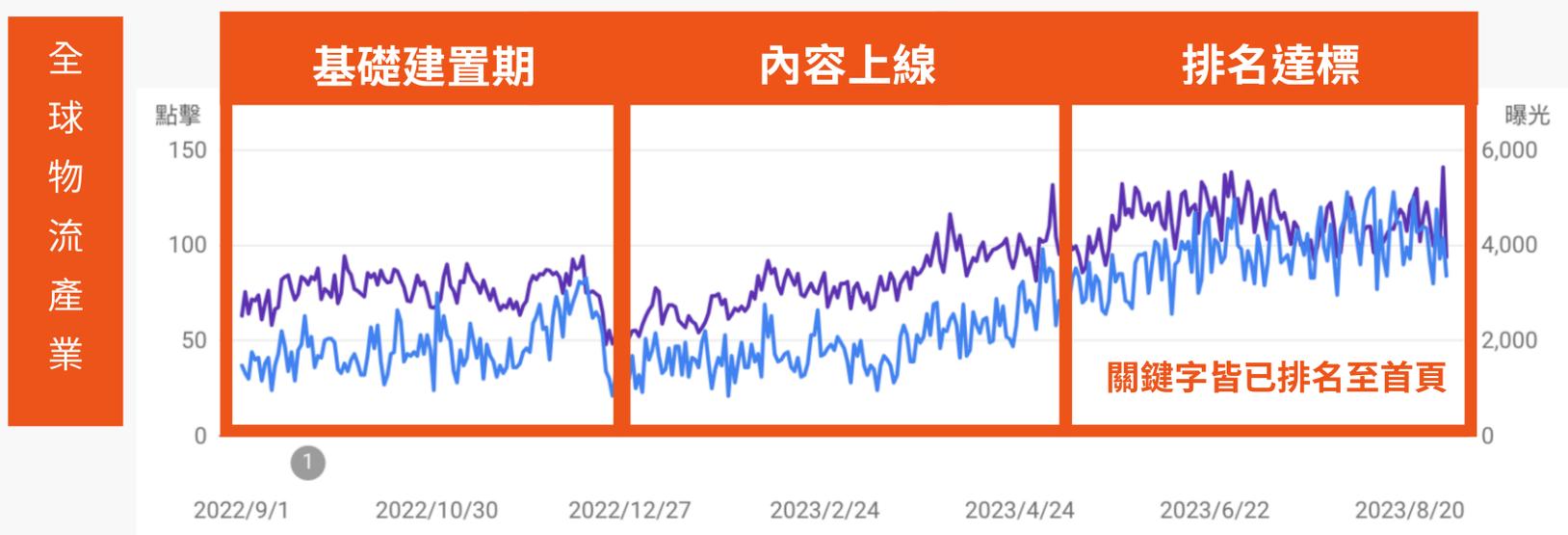
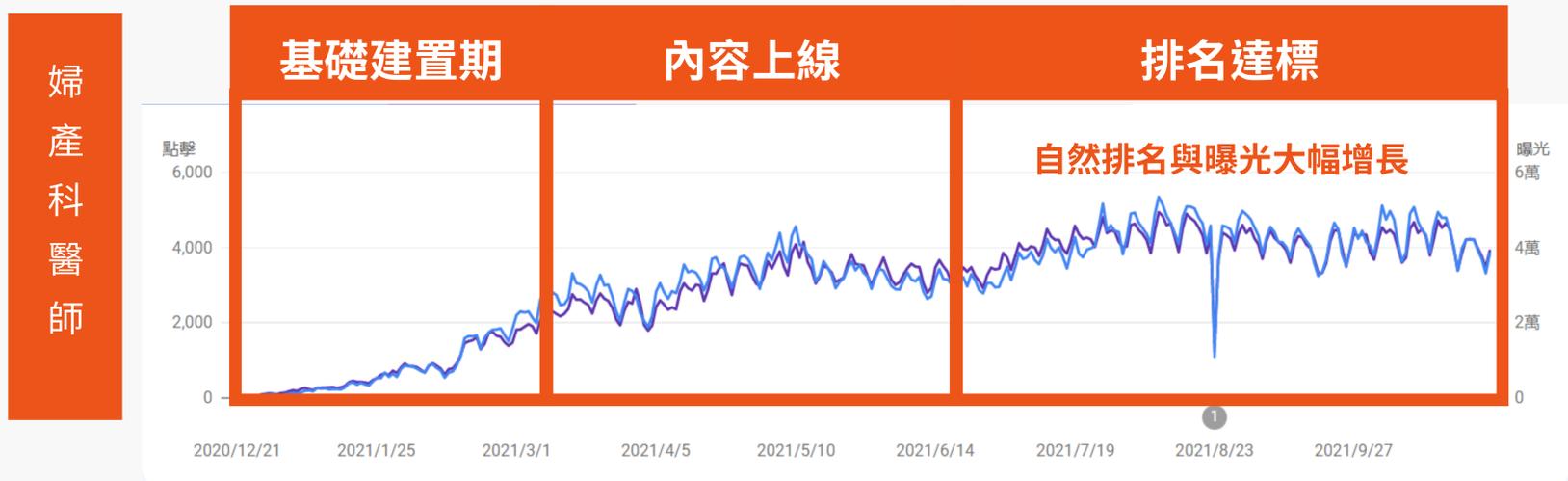
- 追蹤網頁排名
- 數據分析
- 流量監測
- 持續優化文章以利排名提升

和其他廠商不同！Welly 打造符合商業模式的關鍵字策略

| Welly SEO | VS | 其他廠商 |
|----------------------|----------|------------------------|
| 將精準 & 高搜尋量的核心關鍵字排上首頁 | 專案目標 | 沒有制定流量目標，或排名效果不顯著 |
| 成效計費！目標 50% 以上關鍵字進首頁 | 排名保證 | 沒有排名保證，或排名保證 20~30% |
| 專業編輯撰寫 2000~4000 字專文 | SEO 文章撰寫 | 使用 AI 撰文，或文章篇幅 <1000 字 |

Welly SEO 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 |



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！

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！

“

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 (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