

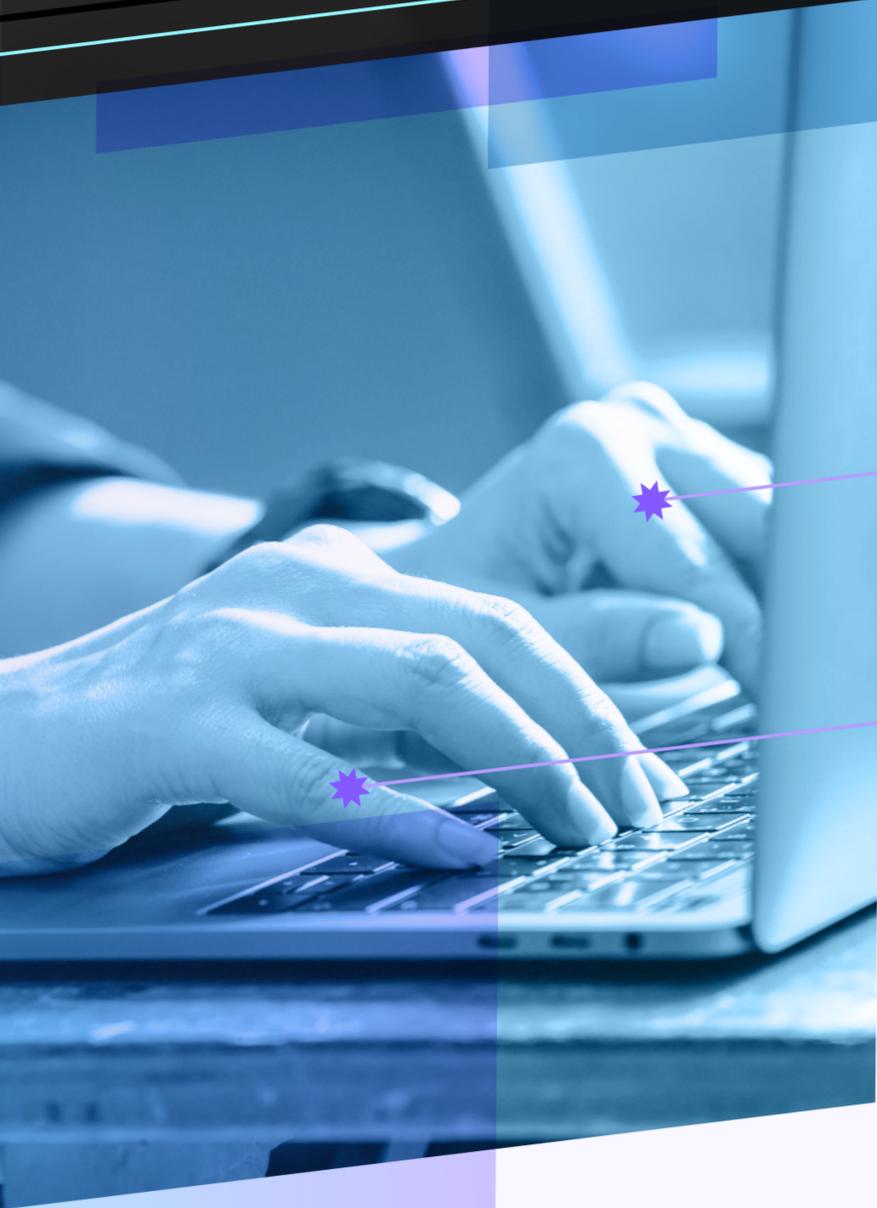
Welly 幫幫我

為什麼我的網站排名上不去？

SEO 內容面優化

產文苦手大補帖！技巧不藏私

Episode 04



* SEO 文章必備要素

* 1 核心 & 5 項目

目錄

01. SEO內容優化的定位	4
認識 SEO 網站優化的 4 大維度	5
02. 寫文之前 必懂 Google 重視什麼？	7
<u>搜尋意圖</u>	8
<u>Helpful Content 演算法</u>	9
<u>Product Review演算法</u>	11
03. 開始寫文 如何規劃 & 撰寫內容	12
<u>SEO文章、內容</u> ★★★★★	13
<u>關鍵字分析</u> ★★★★★	22
<u>Meta Title、Meta Description</u> ★★★★★	25
<u>img alt 圖片SEO</u> ★★★★★	27
<u>網站連結優化</u> ★★★★★	28
結語	34

前言

Hello~

前三集，我們跟大家說明了 SEO 的全局觀、介紹了可以使用的工具、還帶大家優化了 SEO 的網站基本技術體質。這集終於來到了最受歡迎的 SEO 內容面優化！

技術面比較難，且對行銷人來說可控性較低，相對的內容面優化大多都是使用行銷人熟悉的作業與工具，所以今天這一集的內容大家可以好好把握學起來，想必會對大家很有益處。

這一集，我們將會從 Google 重視的「好內容」是什麼開始談起，才會進入「內容面如何優化」的章節，在閱讀的同時，你也可以做出一份 checklist，幫助你未來在執行 SEO 優化時，有步驟、有條理的把每個項目都落實。

SEO 優化沒有捷徑！學習 SEO 也是，如果你覺得內容很多、讀起來很累，不妨一天讀一章，**或是訂閱我們的 EDM、並加入系統信學習計畫，類似的內容我們將透過一週一週的導讀系統信推送給你**，學習沒有壓力喔！

訂閱 Welly 電子報

01

SEO內容優化的定位

- 認識 SEO 網站優化的 4 大維度
(此章節內容在上一集也有，
已閱讀過的人可以跳過第五頁)

認識 SEO 網站優化的 4 大維度

SEO 的成功 = 網站架構 + 精準關鍵字 + 優質內容 + 持續經營與調整

SEO 看似複雜、細節繁瑣，其實可以被分門別類，SEO 網站優化可分為 4 大維度：

1. 站內 SEO (On Site SEO)：

依網站內外為劃分點，在自家網站上所做的所有網頁優化行為，都可以稱為站內 SEO。

2. 站外 SEO (Off Site SEO)：

依網站內外為劃分點，在自家網站以外的網站，所做的所有有利於 SEO 的行銷操作，都可以稱為站外 SEO。

3. 技術 SEO (Technical SEO)：

依網頁優化專業為劃分點，通常技術 SEO 都屬於 站內 SEO，透過網站程式碼和架構優化，讓自家網站能更好被網路爬蟲檢索和索引。

4. 內容 SEO (Content SEO)：

依網頁優化專業為劃分點，內容 SEO 主要以 站內 SEO 為主，有時候也會涉及站外 SEO，透過各種內容產製，來幫助自家網站 SEO 提升。

四個維度並非互斥獨立，可以用下圖的架構表示：



認識 SEO 網站優化的 4 大維度

如果說站內 SEO (On Site SEO) 以經營一家餐廳來比喻，SEO 排名像是一道能夠被自信端上桌的美味佳餚，那麼技術SEO就相當於承裝的容器（基礎），內容SEO為精心準備的料理，缺了容器、料理不可能被呈現，而缺了料理，佳餚也名不符實。

然而，容器只要乾淨、能承裝料理就好，料理才是決一勝負的關鍵，所以技術 SEO 至少要做到基本，而內容 SEO 則需要不斷推陳出新。

內容 SEO 通常會在技術 SEO 之後執行，而內容規劃、與產出的「好與壞」，將很大程度的影響你的 SEO 行銷成效。而什麼是「好」的內容？

對企業品牌來說，好的內容就是可以達到行銷目的（流量、業績）的內容。對 Google 來說呢？那就請你繼續看下去囉！



02

寫文之前 |

必懂Google重視什麼？

- 搜尋意圖
- Helpful Content System 演算法
- Review System 演算法

搜尋意圖

Google 在面對不同人的搜尋需求時，會根據用戶的**語言、所在地、使用裝置、過往行為、瀏覽紀錄**等各式各樣的因素去揣測用戶意圖，提供對用戶來說最有幫助的資訊內容，並按照 Google 判斷依序傳回相關的結果，搜尋關聯性會取決於多種因素，但原則上都是圍繞使用者體驗來考量。

使用者「搜尋的關鍵字」就是找出「搜尋意圖」的線頭，當使用者對 Google 提出問題，他一定是想解決某個疑惑，針對使用者的問題寫出能夠解決問題的文章，就是 Google 認為的「好文章」！

在先前試用 ChatGPT 的過程中，我們發現 ChatGPT 給搜尋意圖的分類架構蠻清楚的，分享給大家，大致上可以將搜尋意圖理解為以下五種：

- **資訊尋找**：搜尋**為什麼、怎麼做、是什麼.....**這類的關鍵字大多可歸類於此。
- **交易意圖**：較常出現的搜尋關鍵字如：**價格、比較、推薦、折扣....**等。
- **導航意圖**：可能出現**怎麼去、在哪、怎麼找、連結**，或直接輸入網址。
- **品牌意圖**：通常會是搜尋**品牌 / 產品名**，希望對產品或品牌有更深認識。
- **下載使用**：搜尋某工具的名稱或類別，如：**Podcast、Canva、Trello....**。

若是弄錯了搜尋意圖會怎麼樣？

假設今天大部分的人搜尋「Youtube」時，是為了進入 Youtube 的網頁聽音樂（導航意圖）。你卻因為「Youtube」這個字的搜尋量很大，針對「Youtube」這個關鍵字寫了一篇文章，那可想而知，就算排名到 Google 的第一頁，你的點擊量可能還是會很低的，這樣你投注在寫文、優化這篇文章的時間成本就相當可惜。同理，這種情況也會出現在「搜尋意圖不明」的關鍵字上，例如：鋼鐵人。（你不知道他是想看鋼鐵人電影、還是買玩具、還是想看劇情介紹或漫畫....。

Helpful Content 演算法

自從 SEO 變成顯學後，開始出現濫用 SEO 技術但頁面本身對使用者沒有實際幫助的網站，針對這個問題，Google 在2022年陸續推出 **Helpful Content System**、**Review System** 與更新 #YMYL #E-EAT ...等演算法內容，都是為了解決搜尋引擎無法很好提供使用者有用內容的窘境。

「Helpful Content Update」是建立在之前更新的基礎上推出的演算法，核心理念為：「不再為了 SEO 而 SEO」，應該思考更多關於網站體質、內容佈局、行銷策略，從更宏觀的角度來經營 SEO。

Helpful Content 更新的目的：

- 遏止濫用 SEO 技術的網站（並非針對黑帽）
- 強化擁有原創內容、針對特定領域撰寫的網站排名
- 內容是否可以滿足使用者的全部需求，不需要額外搜尋其他資料獲得更好的內容

不同其他演算法偏向分析單一頁面，Google 宣稱此演算法會針對整個網站的內容進行分析後，才會做出最後的排名評價。

也就是說，儘管你有幾篇文章非常用心撰寫、且符合 Google 認為的「好內容」，但如果整個網站有相對多為了 SEO 而寫的內容時，受影響的會是整站的排名。

Helpful Content 演算法

Google 已指明他們相當重視網頁內容是否具有符合 **EEAT** 四大指標的內容段落，以此判斷一篇文章是否真的「有幫助」，分別會從以下四個指標來檢視，如：經驗 (Experience)、專業性 (Expertise)、權威性 (Authoritativeness)、可信度 (Trustworthiness)，又被稱為 E-E-A-T 原則。

此外，2018年的「YMYL健康財產、醫療演算法」和 2021 年「Page Experience 使用者體驗演算法」也是近年十分重要的演算法更新。

YMYL健康財產、醫療演算法：

YMYL 是 Your Money Your Life 的縮寫，也就是與用戶財產、生命有關的內容，包含金融、醫療等相關產業，都會被 Google 以**更嚴格的標準來審核**。

Page Experience 使用者體驗演算法：

隨著手機和平板普及，Google 越來越重視行動裝置的網頁速度與用戶體驗，因此 2021 年 Google 宣布正式將行動裝置兼容性、網頁載入時間等使用者體驗加入排名評分機制。

Review System 演算法

2023 年 4 月 12 日 Google 發布了 April 2023 Reviews Update。Google 開發 Review System 這套演算系統就是為了要確保讀者搜尋得到能展現出充分深度的評論分析內容，而不是只把一堆資訊單純統整在一起的文章。

你可嘗試使用以下項目為自己的文章補充「Experience」的相關內容：

◆加入視覺證據：

在內文中增添符合文字說明的照片或圖表，這點比較直觀，就不多做說明。例如：開箱文中最好包含使用實拍照或是開箱實物照片，可能會比使用圖庫照片或是官方修圖照片更具有 SEO 的效果。

◆其他相關資訊的連結：

如果你內文中的論點有其他文章做背書或可提供相關資訊參考，可以放上其他資訊的連結。例如：產品文章補充新聞媒體報導的連結、或是知識型文章補充引用的論文連結...等。（建立連結時，可使用 nofollow tag 避免自家網站權重被分享）

◆量化數據：

相當直觀，也就是說在文章中提供數據去佐證跟支持自己的論點。若是想呈現產品的好處，可以多增加實際使用或測試後的量化數據結果。

◆影音素材的使用：

這點在 Google 官方的文件中沒有實際提供範例，不過推測會像是如果在文章中放入實拍的錄音或錄影，可能可以增加 E-E-A-T 中「經驗」的分數。例如：在知識文當中，放入錄音或錄影的教學影片，或是在產品文中放上產品使用教學影片...等。

若是你的關鍵字背後具有的搜尋意圖是「交易意圖」，則你可以特別留意此演算法重視的項目。

03

開始寫文 |

如何規劃 & 撰寫內容

- SEO文章、內容 ★★★★★
- 關鍵字分析 ★★★★★
- Meta Title、Meta Description ★★★★★
- img alt 圖片SEO ★★★★★
- 網站連結優化 ★★★★★

SEO文章、內容 ★★★★★

SEO文章與一般文章有什麼不同？

簡單來說，**一般文章**是寫給人看的，用於傳遞資訊，主題與形式包羅萬象，包含日記、小說、童話、新聞、社群貼文等等都可以算是一般文章的範疇；而 SEO 文章則是在寫給人看的基礎上，還要寫得讓 Google 演算法看得懂。

所以 SEO 文章必然是透過網路傳遞資訊，並且由於演算法的偏好，大多 SEO 文章篇幅較長，不會只有短短幾百字，且以文字為主，並由圖片和影音為輔。

Google 喜歡什麼樣的文章內容？

- ◆ **高質量**，滿足使用者需求：Google 致力於提供使用者優質且獨特的內容，所以務必要提供能夠確實解決使用者問題的資訊。
- ◆ **原創性**，避免重複內容：Google 喜歡獨特原創內容，如果相似性太高的內容出現在不同網站時，當其他平台網站權重 (Domain Authority) 高於自家，就不容易競爭到好排名，若被認定抄襲、剽竊而檢舉，Google 還會採取行動降低搜尋可見度及排名。
- ◆ **集中性**，鎖定1個核心關鍵字：1篇文章專注寫1個核心關鍵字，集中火力攻下大字，並可用垂直思維向下延伸相關長尾關鍵字，不建議水平發散、放入與核心關鍵字無關之用字。
- ◆ **專業性**，與該領域知名人士合作：文章不只要寫得好，Google 還會重視作者是誰、在該領域有沒有權威性、文內論點是否有數據佐證，尤其是 YMYL 類型的網站（影響民眾福祉、健康、幸福有關的領域），此項評分更嚴格。
- ◆ **架構化**，設定 HTML H1 H2 語法標籤：好的 SEO 文章必須明確告知 Google 架構長怎樣，演算法才能理解、幫我們曝光，所以我們就得按重要性開始排 H1、H2、H3，透過 H1 HTML 語法寫清楚標題、H2告知段落次標題、H3是再往下的小標題。
- ◆ **網速快**，各裝置載入時間少於3秒：2021演算法更新後，Google十分重視使用者體驗，尤其是行動裝置閱讀性、載入時間，優化指標可至Page Speed Insight 檢測參考說明。

SEO文章、內容 ★★★★★

SEO 文章的架構應該如何安排？



- 標題 (Meta Title) — 內文以H1語法標示，且會以 Meta Title 標籤呈現
- 前言 (Meta Description) — 通常會以 Meta Description 語法標籤呈現
- 關鍵字 (Keyword) — 會在標題、前言和內文出現，選得好能帶你上流量天堂，選錯則默默無名
- 內文 (Content) — SEO 文章的主角之一，是資訊價值所在，排名好壞成敗的關鍵
- 圖片 (Image) — 有助於吸引目光、輔助閱讀、提升使用者體驗
- 列表 (List) — 輔助排版，同樣能提升使用者體驗
- 行動呼籲 (Call To Action) — CTA 可能出現在內文或文末，引導使用者採取進一步行動來了解你的產品或服務。

SEO文章、內容 ★★★★★

了解了基礎架構，我們來看SEO文章內容怎麼安排？

Follow 以下 7 步驟！產出人跟 Google 都喜歡的內容

◆ 步驟1. 決定目標（從使用者目的來企劃）

決定SEO文章目標時，建議你可以先從兩個宏觀的角度來思考：

- **網站現況與SEO目的**：是剛起步要先累計流量？還是成立一陣子想提高轉換？
- **想要接觸的使用者**：不同階段的使用者目的大不相同，如何精準接觸到你的目標用戶？

以母嬰產品為例，假設你是想獲得精準轉換，那也許「嬰兒推車 價格」或是「搖籃 推薦」會是很好的轉換關鍵字。如果你想擴大流量跟觸及到的受眾，可以用推展前後時間序或是推展知識範圍去擴大關鍵字的選擇。

例如「準媽媽」或「待產包」相關關鍵字就可以幫助你提早網羅潛在客戶，而「新手媽媽注意事項」的知識型文章則可以擴大流量。

◆ 步驟2. 規劃關鍵字（善用關鍵字規劃工具）

今天以 Welly 來做假設，我們的目標是要觸及「SEO 新手」我們必須去思考SEO 新手可能會遇到哪些問題，並且找出用戶搜尋時會使用的關鍵字、針對性地去回答。例如：

使用者階段	使用者可能目的
SEO新手	<ul style="list-style-type: none">• 了解SEO是什麼• SEO怎麼操作• SEO有哪些基本元素

SEO文章、內容 ★★★★★

當有了初步的提問，就可以從中找出關鍵字並使用 Google Ads 關鍵字規劃工具、Ahrefs、Ubersuggest...等具有關鍵字搜尋量的工具來確定你鎖定的核心關鍵字熱度高不高、搜尋量大不大、有沒有搜尋量也很大的相關長尾關鍵字，都可以考慮將其規劃進文章中。以下簡單呈現 Google 關鍵字規劃工具的用法：

The screenshot displays the Google Ads Keyword Planner interface. The search term is "SEO, SEO是什麼, SEO意思, 什麼是 SEO". The interface shows a table of keyword suggestions with columns for search volume, trend, and competition. Two callouts highlight "關鍵字每月搜尋量" (Monthly Search Volume) and "關鍵字競爭程度" (Keyword Competition). A third callout points to the "關鍵字提案" (Keyword Suggestions) section.

關鍵字 (依關聯性)	每月搜尋量	趨勢	成長率	競爭程度	比重
seo	18,100	[Line Chart]	+22%	0% 中	-
seo 是什麼	4,400	[Line Chart]	0%	0% 中	-
seo 意思	1,300	[Line Chart]	0%	+30% 低	-
什麼是 seo	140	[Line Chart]	0%	-18% 中	-
google seo	1,000	[Line Chart]	0%	0% 低	-

你可以透過關鍵字提案，來確認核心關鍵字要使用什麼字詞，除此之外也能藉由自動預測的關鍵字提案來整理與此主題相關的長尾關鍵字。以上圖為例，【SEO】【SEO是什麼】【SEO意思】都可能是可嘗試攻取的關鍵字，這時候你還可以再透過下方的「關鍵字提案」或其他工具中的關鍵字推薦，取得更多的SEO延伸關鍵字。

SEO文章、內容 ★★★★★

◆ 步驟3. 蒐集資訊 (觀察競爭對手的內容)

找出一批可以拿來寫的關鍵字之後，還要做一件事情，就是蒐集競爭對手的資訊。你可以直接搜尋你的目標關鍵字，看看排在第一位的競爭對手們：

- 寫了什麼內容
- 標題怎麼寫
- 內容前後順序
- 觀察使用者搜尋意圖

並將這些資訊記錄下來，應用在你接下來的文章架構內。

The image shows a Google search for the keyword '香蕉' (Banana). The search results are displayed on a light green background. A yellow callout box on the right side of the search results says '觀察競爭對手 內容寫了什麼?標題怎麼寫?...'. Below the search results, there are five callout boxes highlighting specific search results:

- https://health010.tw, 營養補給**
香蕉有減重、抗鬱5大功效! 營養師: 香蕉缺點就2個 - 健康010
2021年11月1日 — 香蕉 (香蕉英文: Banana) 原產於亞洲熱帶與亞熱帶地區, 在台灣5~8月為盛產季, 品種包含有北蕉、台蕉1號、台蕉2號、台蕉3號及寶島蕉等, 香蕉營養成分豐富, ...
- https://zh.wikipedia.org, zh-tw, 香蕉**
香蕉- 維基百科, 自由的百科全書
香蕉人, 是一個具有諷刺意味的名詞, 最初是用來調侃那些只會講西方語言, 卻不會講中文的華人, 取其“外黃內白”之意, 即外表是黃種人、內在卻像個白種人; 後來也被 ...
歷史 · 營養 · 生產及出口 · 香蕉皮
- https://heloishi.com.tw, 健康飲食, 營養知識**
吃香蕉助消化穩血糖! 你該知道的9大香蕉營養功效 - Hello醫師
2021年5月10日 — 香蕉含有豐富色胺酸 (Tryptophan), 研究顯示, 香蕉有緩解憂鬱的效果, 因為內含的色胺酸對於記憶力和維持好心情都有幫助。除此之外, 因為多巴胺又稱為快樂 ...
- https://health.tvbs.com.tw, 營養**
香蕉愈黃不代表熱量愈高! 減肥時香蕉1次可以吃多少? 香蕉 ...
2021年8月17日 — 你喜歡吃香蕉嗎? 香蕉是很好入口的熱帶水果, 其高鉀低鈉, 研究指出吃香蕉可預防高血壓及心臟病。不過, 對於...
- https://health.udn.com, 元氣網, 養生**
吃香蕉有助減重? 營養師揭「最佳時機」及風險 - 元氣網
2021年3月3日 — 劉怡里說明, 香蕉含有豐富膳食纖維、抗性澱粉、維生素B、維生素C、鉀、鎂等礦物質。在台灣食品營養成分資料庫中, 香蕉為鉀含量最高的水果。鉀的最大功用為 ...

At the bottom of the screenshot, the Welly logo is visible.

SEO文章、內容 ★★★★★

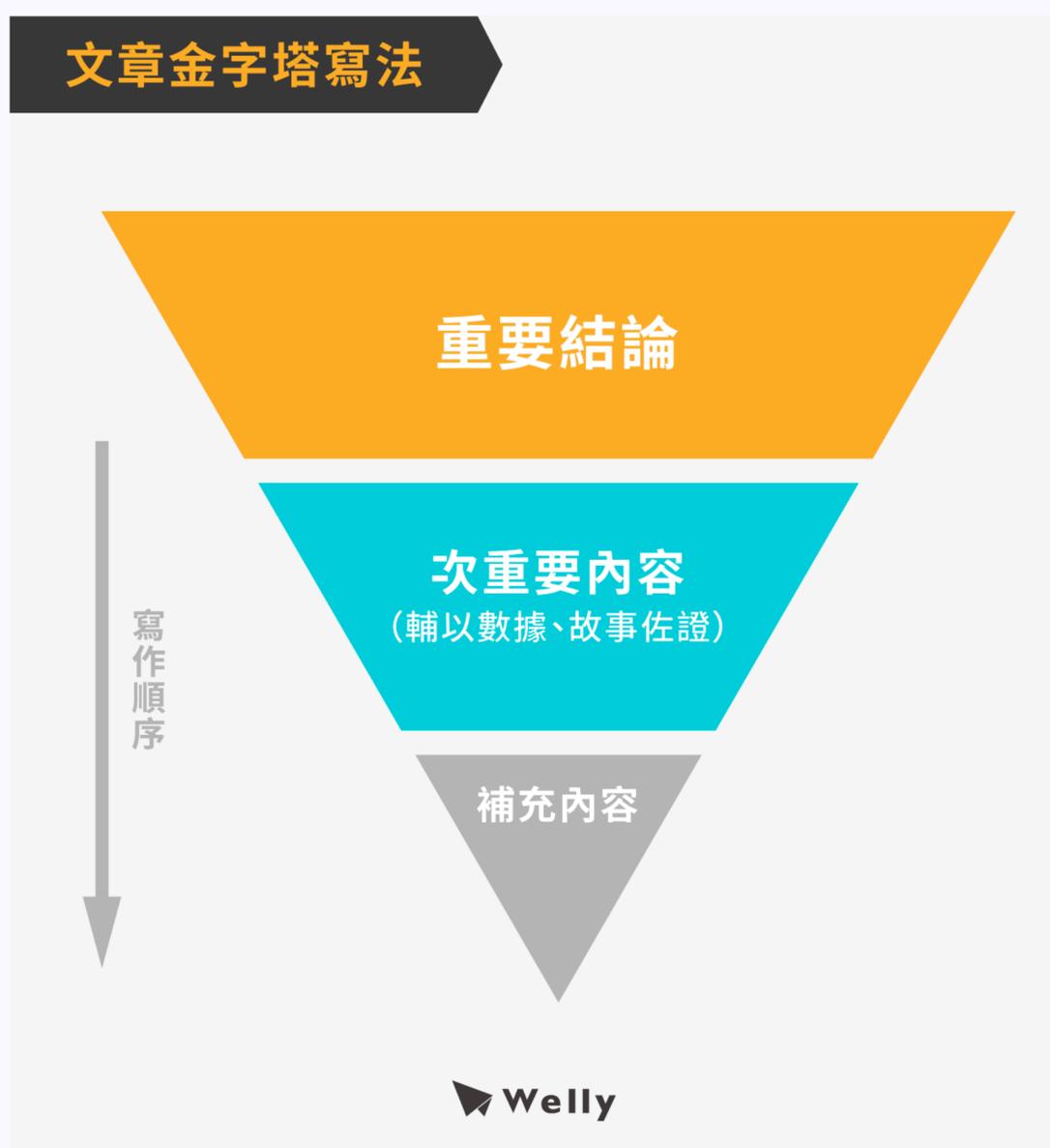
◆ 步驟4. 安排SEO文章大綱並產文

這時候你已經擁有許多前置資訊，這一步就要把這些資訊重整成文章大綱，我們提供你幾個規劃大綱的思考方向：

- 競爭對手們怎麼安排文章內容輕重、順序
- 考量關鍵字搜尋量大小，盡量將重要關鍵字往前放
- 相似主題的關鍵字安排在同一段落說明

從這 3 點出發來合理安排文章架構，就能安排出不錯的 SEO 文章大綱。

接下來 SEO 文章寫法與一般文章有所不同，如果你曾對新聞稿、公關稿略有耳聞，SEO 文章最佳寫法又稱為金字塔寫法：把重要的內容往前擺，開頭直接寫結論，再往下寫事件來龍去脈或輔以數據、故事來佐證，最後簡單收尾。



SEO文章、內容 ★★★★★

另外文章撰寫時，建議要：

- 文字淺白、流暢（減少冷僻的成語、太專業的用法，以免搜尋的民眾看不懂）
- 善用樣式排版（提升使用者閱讀體驗，還有機會以精選摘要、特殊版位搶佔SERP 曝光）
- 資訊正確、避免錯字、統一用字（尤其核心關鍵字更要統一）
- 篇幅至少 1,000 字以上（內容新穎獨特為最佳）

◆ 步驟5. 添加圖片Alt文字

不論男女老少，大多數人都喜歡看圖片勝過於看落落長的文字，所以在你的文章中添加圖片輔助閱讀是提升使用者體驗相當重要的一環。

可是 Google 還沒有聰明到能夠閱讀圖片裡頭的資訊，所以我們得要手動添加 Alt 替代文字，告訴搜尋引擎這張圖片是什麼意思，這樣才能夠讓圖片被收錄、排名、曝光。

另外當使用者沒有正常載入圖片，或是遇到視覺障礙的使用者時，Alt 替代文字也能協助視障讀者了解這張圖片的意思，提升使用者體驗。

如果你要手動幫圖片增加Alt語法，可以這樣寫：

```

```

SEO文章、內容 ★★★★★

◆ 步驟6. 內部連結、外部連結優化

當文章完成後，由於 Google 不僅會考量內容本身的優質程度，也同樣會參考網站整體的使用者體驗，例如停留時間、跳出率、瀏覽頁面層數等等，來判斷你的網站是不是足夠優質。

這時候你可以藉由增加內部連結，導引用戶瀏覽網站中其他資訊，除了帶動文章點擊率、提升排名可能性，也同時延伸了用戶在網站上的停留時間，對網站權重更加分。



而如果是在其他網站上放置自己的網址，導回品牌網站，則稱為反向連結 (Backlink)，可以幫助文章曝光，帶動流量增長，同時讓 Google 知道我們的網站被其他網站推薦、佐證我們是一個很棒棒的網站，Google 將會給網站更好的排名。

SEO文章、內容 ★★★★★

◆ 步驟7. 檢查Meta、文章內容、行動呼籲

最後上架文章前，別忘了再檢查一次文章：

- 是否有錯字（漏洞百出的文章可不會被視為優質內容喔）
- 文字是否通順、是否夠白話（太過艱澀的話，大家可讀不下去）
- 語法是否都設定完成（務必按照H1、H2、H3來安排，不要H2突然跳H4）
- Meta標籤設定（Title、Description記得要填上喔）
- 有沒有在文章中或文末設置行動呼籲（尤其是主要轉換，可別忘了最重要的CTA啊）



The screenshot shows a website profile for Dr. Williams. The header includes the name 'Dr. Williams' and several navigation links: '醫療團隊', '門診資訊', '活動集錦', '婦產科知識', '懷孕成功率計算器', and '預產期計算機'. Below the header, there are more navigation links: '文章首頁', '備孕新手', '不孕相關', '試管嬰兒', '懷孕與產檢', '患者故事', and '針劑教學'. The main content area features a profile for '威廉氏後人—李毅評醫師' with a list of credentials and achievements. At the bottom, there is a call-to-action button labeled '立即加Line聊聊' with a red arrow pointing to it.

Dr. Williams 醫療團隊 門診資訊 活動集錦 婦產科知識 懷孕成功率計算器 預產期計算機

文章首頁 備孕新手 不孕相關 試管嬰兒 懷孕與產檢 患者故事 針劑教學

威廉氏後人—李毅評醫師

- 新光醫院生殖醫學中心主任
- 教育部部定講師
- 新光醫院婦產科獲頒最佳教學、服務優良獎主治醫師
- 臺大醫學系跳級畢業，書卷獎得主
- 以鍵盤婦產科筆名橫掃各大母嬰論壇、PTT、專欄流量達20萬
- 婦產科知名作家，屢番受邀演講、直播、醫療活動

歡迎分享我們的文章給更多需要的人！

立即加Line聊聊

關鍵字分析 ★★★★★

關鍵字又可分成核心關鍵字與長尾關鍵字

- **核心關鍵字**：一般也稱為「大字」，通常是包含意義較廣、意圖較模糊、流量大、搜尋量也大的詞語，不過相對來說競爭也很大。
- **長尾關鍵字**：是由核心關鍵字延伸出來、與其他詞語相互排列、搭配組成的問句或短句，因為範圍縮小，流量與搜尋量也不像核心關鍵字那麼大，不過長尾關鍵字意圖相對清晰，Google 提供給使用者精確內容的機率也會提升。



例如今天有使用者想要查詢跟相機有關的資訊，那麼「攝影」就是核心關鍵字，至於輸入的長尾關鍵字則會根據個人需求有不同組合，可能會輸入「攝影基礎」、「攝影課程」、「攝影器是什麼」等。

關鍵字分析 ★★★★★

挑選關鍵字時，請同步確認使用者搜尋意圖

挑選關鍵字一定要選擇跟產品或服務相關的關鍵字，內容與關鍵字的關聯性、契合度越高，自然更容易受到Google青睞，得到好的排名！

在滿坑滿谷的關鍵字前，可別急著撈完就走，不是將所有核心或長尾關鍵字一網打盡就能得到好效果，在那之前，必須充分了解使用者在查這個關鍵字背後有什麼搜尋意圖，是想找商品、購物比價、了解功效還是想解決問題。

最快的方式是在 Google 輸入關鍵字後查看搜尋結果頁面，通常 Google 已經透過演算法把使用者最需要的內容排序完畢了，所以能藉由頁面前 10 名分析使用者需要什麼，再進一步考量是否與自己提供的服務或產品有關。

篩出最合適的關鍵字

如果你的網站剛起步，那麼會建議你先從「**有流量但難度低的關鍵字**」下手，因為大字的競爭相對激烈，在網站還沒有穩定流量前，不容易攻下熱門大字，只會增加挫折感；可如果從難度低但有排名把握的關鍵字攻起，慢慢累積流量，總有一天一定有機會成長到可以攻下熱門核心關鍵字的時機。

例如今天有使用者想要查詢跟相機有關的資訊，那麼「攝影」就是核心關鍵字，至於輸入的長尾關鍵字則會根據個人需求有不同組合，可能會輸入「攝影基礎」、「攝影課程」「攝影器是什麼」等。

關鍵字分析 ★★★★★

關鍵字 in 文章該如何安排？五大秘訣分享：

1. 撰寫直觀且吸引人的標題，並加入關鍵字

標題置入關鍵字，對 Google 與使用者來說都會更加明確，若下了更吸引人的標題提升點擊率，可以帶入更多流量。

2. 用該篇關鍵字的主要內容命名 URL

把文章的主旨（通常都會結合核心關鍵字）寫入網址，可以幫助 Google 爬取內容時更快掌握該篇文章的重點。

3. 前言、內文可多次提及核心關鍵字

不論是核心關鍵字或長尾關鍵字，出現的頻率高、變化多，就更有機會在其他相關的關鍵字排名有良好表現。

4. 分析核心關鍵字與長尾關鍵字，提供最符合需要的訊息

提供與關鍵字相關且對使用者有用的資訊絕對是最加分的做法！如果內容能持續更新，且豐富度與獨特性高的話，對關鍵字排名會更有利。

5. 不要惡意進行關鍵字操作

盡量自然且通順的使用關鍵字，不要為了大量塞而撰寫不明所以或重複的內容，也不要塞入跟文章毫不相關的關鍵字，更不要亂用小聰明，把關鍵字塞在讀者看不見的地方，小心這些行為都會讓你變成黑帽 SEO！

1 撰寫直觀且吸引人的標題，並加入關鍵字

2 用該篇關鍵字的主要內容命名 URL

3 前言、內文可多次提及核心關鍵字

4 分析核心關鍵字與長尾關鍵字，提供最符合需要的訊息

5 不要惡意進行關鍵字操作！

Meta Title、Meta Description ★★★★★

Meta Title 怎麼寫？最有效 SEO 標題下法解析！

Meta Title 出現的地方不但多元，也都至關重要，而且做好 Meta Title 優化能同步影響關鍵字排名，若是 Meta Title 與關鍵字相去甚遠，可是會讓 SEO 排名 直直落。因此選擇能讓搜尋引擎及使用者都喜愛的 SEO Title 自然是必須的啦！

大家都知道，標題的目的就像書名，用精準的文字來吸引民眾目光、點擊，並告訴 Google 這篇文章內容是什麼非常重要。那麼，一個好的 Meta Title 怎麼寫呢？在撰寫標題有 **3 個基本原則**：

- 核心關鍵字一定要放入，盡量放在標題最前端
- 標題總字數盡量壓在25-30個中文字內（或50個英文字），避免被截斷
- 可以在標題中自帶品牌名稱，提升品牌曝光和認知度

另外在撰寫標題時，還有 6 個技巧提供你參考：

Meta Title怎麼寫？

1. 準確描述網頁內容

讓使用者或搜尋引擎更快速瞭解網頁內容與主旨

2. 創造獨一無二的SEO文章標題

避免被搜尋引擎認定有重複的內容

3. Meta Title前端中包含關鍵字

SEO Title的前半段對於搜尋引擎的價值較高，因此可於文章標題的前段塞入關鍵字

4. Meta Title 不宜過長

建議 SEO 標題盡量控制在25個中文字左右

5. 避免無意義堆疊關鍵字

在標題過度堆疊關鍵字，反而會被搜尋引擎懲罰而降低排名

6. 使用數字或年份

例如：「2022活動.....」、「10大必吃.....」可提升文章好感度！

Meta Title、Meta Description ★★★★★

Meta Description 怎麼寫？私藏 3 招報你知

說完標題，再來輪到前言！（Meta Description，也有人稱描述標籤）

在 HTML Meta Description 意思是透過標籤簡短描述網頁內容，這一段 SEO 描述將會出現在搜尋引擎上，提供使用者、搜尋引擎爬蟲判斷網頁內容，也會幫助 Google 理解文章重點，可以說是整篇文章的內容精華綱要。

我們在 Meta Description SEO 操作上，有 3 個建議提供你參考：

- 以核心關鍵字開頭撰寫
- 可以多放置出現在 H2、H3 的長尾關鍵字
- SEO Description 中文字數建議 75-100 字內（英文字數不超過 160 字）

不過隨著 Google 演算法更新，如今我們所設定的 Meta Description 不一定會呈現在搜尋引擎結果上（SERP），Google 很可能會綜合使用者搜尋關鍵字，來自行判斷合適的呈現資訊。儘管如此，Meta Description 設定還是依然不可或缺喔！

如果寫完 Title & Description 不確定長度會不會過長，可以放到下面這項工具來測試看看模擬的結果當作參考喔！

▶ [SERP Simulator: Free SERP Snippet Preview Tool by Mangools](#)

The image shows a side-by-side comparison of a tool's input/output and a real search engine result. On the left, the 'SERP Simulator' tool interface is shown with input fields for URL, Title, and Description. The Title field contains '這是Meta Title這是Meta Title這是Meta Title這是Meta Title這是Meta Title' and shows a warning: 'The title is wider than 600px and it may not be displayed in full length.' The Description field contains '這是Meta Description這是Meta Description這是Meta Description這是Meta Description這是Meta Description' and shows a warning: 'The meta description may get trimmed at -960 pixels on desktop and at -680px on mobile. Keep it below -158 characters.' On the right, a simulated Google search result is shown for 'mangools.com'. The search bar contains the text 'Enter a keyword to get real search results'. The search results show 'About 608,000,000 results (0.54 seconds)' and a snippet for 'mangools.com > free-seo-tools > serp-simulator' with the title '這是Meta Title這是Meta Title這是Meta Title這是Meta ...' and the description '這是Meta Description這是Meta Description這是Meta Description這是Meta Description這是Meta Description這是Meta Description這是Meta ...'.

img alt 圖片SEO ★★

Alt 是什麼？認識 Alt HTML 屬性

在 HTML Img Tag (圖片標籤) 中，HTML Alt 意思是圖片替代文字，也常稱為 Alt 屬性、Alt 描述，用於當網路速度太慢、圖片檔案出錯、瀏覽器禁用圖像等等，導致圖片失效的時候，Alt 替代文字可以描述圖像的內容，作為補救措施。

而HTML Alt用法主要有3個目的：

HTML Img Alt的主要用法

1. 當圖片失效，可以作為替代文字顯示
2. 幫助視力障礙者，理解網頁內容
3. 幫助搜尋引擎理解圖片內容，有助於圖片SEO排名



別搞混！Img Alt vs. Img Title

Img Title 與 Img Alt 是兩個完全不同目的的用法，呈現效果也不相同：

- ◆ Img Title：作為圖片標題，用來標示圖片說明文字，當滑鼠移到圖片上就會顯示出來。
- ◆ Img Alt：作為圖片替代文字，用來描述圖片內容，當圖片失效時才會顯示，否則圖片正常顯示下，得從網頁原始碼才能看得見。

網站連結優化 ★★★★★

網站連結優化便是透過在網站內外建立連結，讓搜尋引擎更瞭解與信任網站，藉此提升搜尋排名的一種方式。

而網站連結又可分為內部連結與外部連結 2 種：內部連結是將自身網站內的頁面相互連結，能夠串接整個網站，讓搜尋引擎能夠更快速瞭解整個網站結構，也能延長使用者在站內的瀏覽時間；而外部連結則是將相異網站連結，提升網站的內容關聯性，增加搜尋引擎對網站的信任度，並能補充網站內容的不足處。

內部連結：幫助網站緊密相連

以購物的例子來說明，當你走進一間百貨公司想尋找保暖的冬衣，但這麼多商品該如何找起？若是店員在你看完某件衣服後，能把類似的、你可能喜歡的商品都一併放到你面前，是不是就能幫助你更快找到命中注定的那件？或者你會因此買下其他搭配用的商品？

內部連結的概念十分類似，網站藉著內部連結能夠把使用者導向相同網域中關聯的內容，幫助使用者有脈絡與系統的瀏覽網站。

- ➔ 使用者端：能改善使用者的瀏覽體驗。
- ➔ 搜尋引擎端：能使爬行更為快速並瞭解網站全貌。
- ➔ 管理者端：能提升使用者停留於網站內的時間，從而獲取更多轉換行為。

SEO 內部連結也是近來的行銷重點，因為搜尋引擎會透過內部連結來分析網站架構，例如與最多內部網頁連結的應當就是網站首頁，其次則是較為重要的頁面，剩餘則是普通的頁面等。

若是內部連結未能完善，搜尋引擎難以爬行網站全貌，則可能使網站被判定為不完整甚至是垃圾網站，從而降低網站評價與排名，後續也難以進行優化。

網站連結優化 ★★★★★

SEO 內部連結怎麼做？4 大重點要牢記！

內部連結主要是組織起網站的架構，並相互補充內容，整體操作較外部連結容易，不過還是有一些眉角需要注意：

內容充實性

透過內部連結，能夠避免管理者不斷書寫重複內容，導致被搜尋引擎降低排名的風險。但若想使用內部連結優化網站，網站本身的內容卻不足，則過於相似的頁面仍然會令使用者煩躁，無法達到增長停留時間的功效。

另外，在使用內部連結時，也可適時搭配圖表、影片等吸睛元素，嘗試增加連結點擊率與實用性。

網站組織性

若是內部連結的使用雜亂無章而無系統，則使用者與搜尋引擎都會像無頭蒼蠅般在網站內亂竄，對瀏覽體驗及網站評價都會有極不良的影響。

因此設置內部連結前，請確保連結頁面具有一定關聯性，並且有系統性的組織與考慮使用者的瀏覽歷程，才能讓內部連結發揮最大效益。

文字關鍵性

錨點文字的使用會直接影響使用者點擊連結的意願，因此需要準確拿捏，必須讓使用者與搜尋引擎明白連結內容，但不可刻意填充關鍵字，以防遭到懲罰。

連結自然性

想像一篇文章甚至一段文字內有高達 30 個內部連結，使用者肯定會感到厭煩，因此合理控制連結數量，並盡量讓它自然出現於網站中，才能被認為是有意義的內部連結，有效增強 SEO 排名。

若是能掌握這些細節，相信為網站製作內部連結肯定不是難事啦！

網站連結優化 ★★★★★

反向連結 (Backlink)：傳遞權重的小幫手！

透過反向連結的建立，搜尋引擎會判定網站間內容**具有關聯**，同時也會認為該網站被引用它的網站信任，形同獲得網站的背書，因此也會影響被引用網站的**權重**。

而前面提到的站外連結，與「反向連結」其實是相對的存在，其他網站通往你的網站的站外連結，就是你網站中的站外連結，而反過來說，你的網站中所設立的站外連結，對該網站來說就是反向連結啦！

這就是為何反向連結是 SEO Off Page 的重大核心之一！如何在其他網站上建置反向連結，讓權重能夠傳遞過來，可是會大大影響 SEO 的成效！

外部連結品質如何評估？4大重點不可放過！

外部連結可不是有建立就好，如何擁有高品質的外部連結，才是操作SEO的重點。而若要評估網站的外部連結品質，可以考慮觀察以下幾點：

① 外部連結的權重

若外部連結的網站權重高，則搜尋引擎會較為相信此連結具有意義，若外連的網站品質過差，反而會被搜尋引擎認定為垃圾連結，反過來降低網站的評價，產生負面影響。

而若大量加入垃圾外部連結在網站中，更可能被搜尋引擎認定為黑帽SEO的一種，遭到標記並被懲罰而降低排名順序。因此在選擇外部連結時，一定要先瞭解內容的可信度與網頁的權重，才不會造成搜尋引擎的不信任。

網站連結優化 ★★★★★

② 外部連結的網域來源

若引用的外部連結都來自同一網域，將無法太有效的幫助搜尋引擎更瞭解你的網站，因此可以盡量導向不同網域的網站，更加完善地補充網站內容不足處。

③ 外部連結新增頻率

外部連結建置的頻率需盡量穩定，雖然外部連結的總數越多越好，但若一瞬間增加太多，例如從0跳到10萬個，則同樣可能被搜尋引擎認定是黑帽SEO，進而降低網站的權重與排名順序。

④ 外部連結的上下文相關性

為了避免連結功能遭到濫用，搜尋引擎會觀察連結的上下文，確保使用者不被垃圾連結侵擾。因此在選擇外部連結時，務必選擇與網頁內容相關的連結，才能有效幫助網站，也能避免被搜尋引擎標記而影響流量。

外部連結觀察重點



權重

外部連結的權重高，搜尋引擎會較相信此連結具有意義



網域來源

盡量導向不同網域的網站，補充網站內容不足處



新增頻率

外部連結建置若瞬間增加太多，可能被認定是黑帽SEO



上下文相關性

選擇與網頁內容相關的外部連結，才能有效幫助網站

網站連結優化 ★★★★★

SEO 外部連結怎麼做？5 項心法完整教學！

一、尋找互補且權重高的網站

先瞭解自身網站的目標與優勢，接著尋找相關聯、互補且權重高的網站，最好是具有共同消費關係的網站。舉例而言，販賣電子閱讀器的品牌也許能考慮外部連結至電子書網站，一方面有助於搜尋引擎更瞭解自身網站，另一方面也能有效促進使用者從事消費行為的可能性。

二、參考競品網站

所謂「知己知彼，百戰百勝」，可以參考競品網站通常都有哪些外部連結，這些網站有極大的機率也是你的相關聯網站，而且權重都不會太差，能夠省下尋找的時間，又能達到不錯的效果。

三、利用錨點文字 (Anchor Text)

錨點文字是網站連結優化非常重要的元素，搜尋引擎會根據錨文字來初步判定連結網站，有點像觀光地區的路牌，告訴你進入後是通往尼加拉瀑布還是大峽谷。

而 Anchor SEO 其實也是一門技術，透過 Anchor Text 的有效設計，能提升使用者的瀏覽體驗與搜尋引擎的爬行效率，因此在選定錨點文字時可以考慮以下幾點：

- 包含關鍵字：如果路牌上寫著：「這條路通往這裡」，顯然不會產生任何有效的幫助，因此錨點文字應盡可能使用關鍵字，才能協助搜尋引擎與使用者瞭解內容。
- 流暢的使用文字：有些網站管理者為了塞入關鍵字，會讓錨點文字不自然地出現於文章中，反而破壞使用者的瀏覽體驗。
- 善用長尾關鍵字：關鍵字雖然具有流量，但若在不同頁面都使用類似或相同的關鍵字做為錨點文字，可能會被搜尋引擎判定內容重複，使用者也可能有疲乏的狀況。

因此適當使用長尾關鍵字甚至句子做為 Anchor Text，例如從「尼加拉瀑布」改為使用「世界7大奇景尼加拉瀑布」等方式，能有效拓展關鍵字詞庫，也有助於 Anchor SEO。

網站連結優化 ★★★★★

SEO 外部連結怎麼做？5 項心法完整教學！

四、修復損壞連結

當你滿心期待走進一間遊樂園，發現裡頭的設施大多都損壞，或是在維修中無法使用，你下次還會想來這間遊樂園嗎？肯定是生氣地給出一星負評吧。

同樣的道理，有時候外部連結的網站位址更動或是移除時，若沒能即時更改或刪除連結，當使用者或搜尋引擎來到你的網站，卻發現外部連結幾乎無法使用，對網站的評價與信任自然會降低。

所以定期檢查外部連結是否可用是重要的，無論對確保使用者體驗或是改善 SEO 都有莫大的幫助。

五、Nofollow 連結也不可忽視

有些時候網站不想替外部連結的網站背書，便會幫連結設定 Nofollow 屬性，使網站權重不會傳遞，通常利用 WordPress 外部連結等工具即可設定。

而在自身經營網站時，可以替不想背書的網站連結設定 Nofollow 屬性，雖然權重不會傳遞，但依舊能達到補充內容與改善使用者體驗的效果。

當你做好以上項目，基本上一篇 SEO 文章的內容面優化就大致完成了，接下來就是使用 Google Search Console 工具 (GSC) 定期追蹤文章被收錄索引的狀態、以及排名跟點擊的表現了。

通常文章在上架後 1 個月內被 Google 索引 (建議主動到 GSC 提交索引)，而隨著網站累積的信用與體質分數的不同，文章通常會在上架後 2~6 個月有機會排名到第一頁。台灣的 SEO 環境還不是太競爭，在紮實做好上一本的網站技術加上這一本的內容面優化步驟，如果你的文章還是排名上不去，那有可能在某些執行環節上出了問題，建議找專業廠商談談，看是不是可以協助找出問題所在囉！

結語

看完後有記得所謂的「一個核心」跟「五大項目」分別是哪些嗎？讓我來幫你複習吧！

【一個核心】：搜尋意圖為王，Google 所有的演算法都是為了讓搜尋呈現出來的結果更加貼近使用者「心裡想看到」的內容。

【五大項目】：超重要的一① SEO 文章架構 & ② 關鍵字分析，沒有安排好這兩項，其他的部分做得再好都沒辦法達成做 SEO 的目的！③ Meta Title & Description 的撰寫技巧 ④ 圖片 SEO 是細節裡的魔鬼 ⑤ 網頁內容優化的最後一哩路：內、外連結增設！

希望這樣的內容整理有幫助到大家能照著步驟地做好 SEO 文章的內容規劃。寫出一篇好的 SEO 文章真的不是一件非常容易的事情，不過，以上步驟看似繁多，將這些知識內化之後執行速度還是有機會提升的。

如果你覺得「哇~這麼繁瑣我不如外包好了」，讓 Welly 專業團隊為你執行會是相當划算的投資喔！😊

👉 想知道 Welly 為客戶操作後的 SEO 成效嗎？

[歡迎點此通往 p.49 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.50 選擇任一種方式與我們聯繫！](#)

想要訂閱下兩集，可以按此按鈕填表單！

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

訂閱 Welly 幫幫我系列

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！！

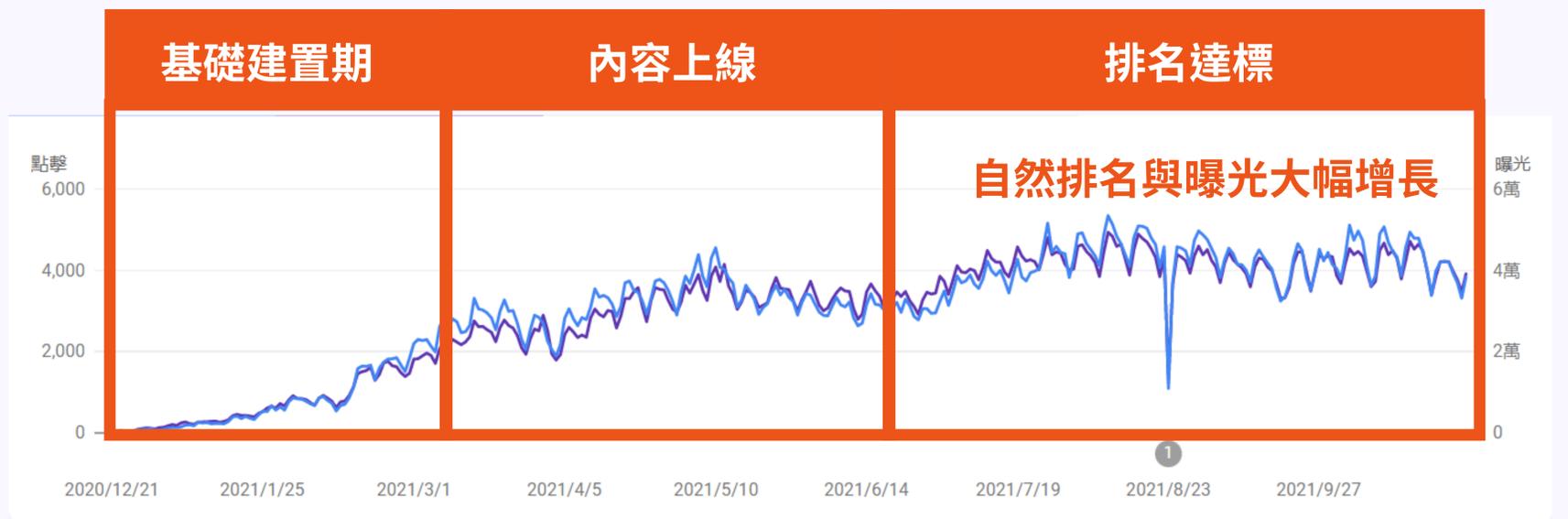
更從商業模式切入、規劃適合的關鍵字與使用者流程
幫助你對接實際有需要的客戶！



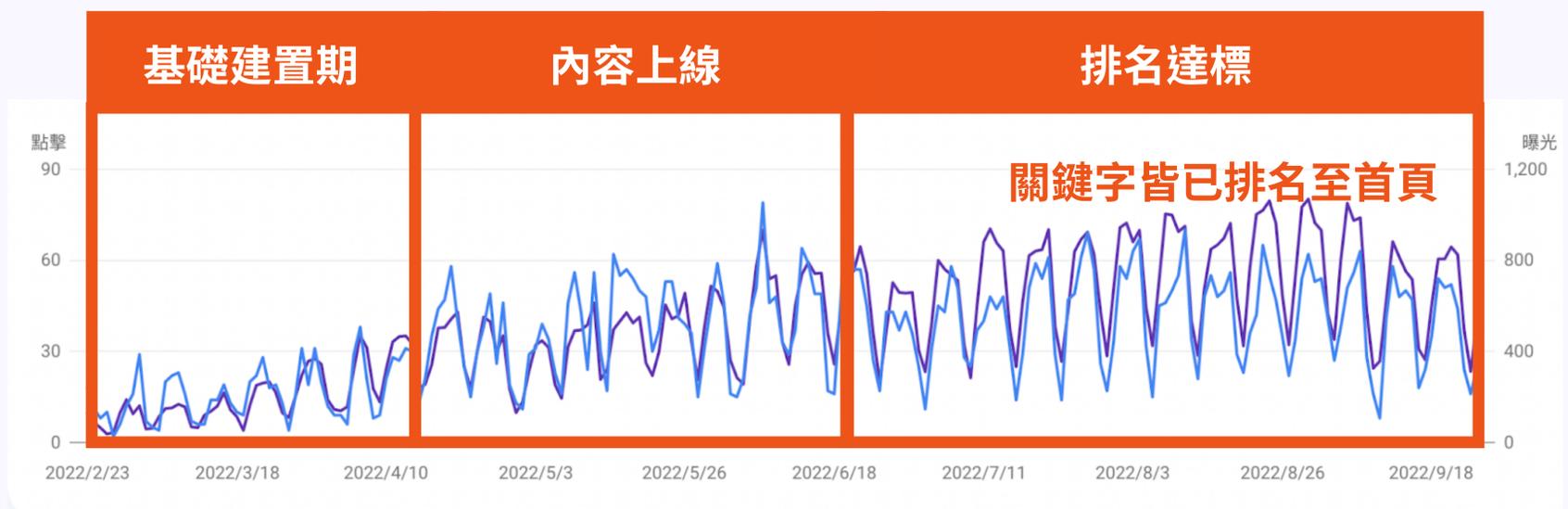
Welly 的排名能力很好嗎？有成功案例嗎？

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 → 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
健康媒體平台	0 → 500K	6 個月	上百個關鍵字排名前3名
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

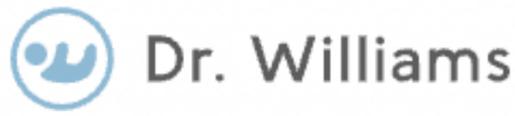
婦
產
科
醫
師



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！

營養保健品牌企業

諮詢後的專業分析與執行規劃，這些都讓人感到很安心

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

下一集【GSC操作手冊大全】

不想錯過熱騰騰的電子書？

請到下一頁點擊按鈕、留下您的姓名信箱



下集預告

Welly 幫幫我

為什麼我的網站排名上不去？

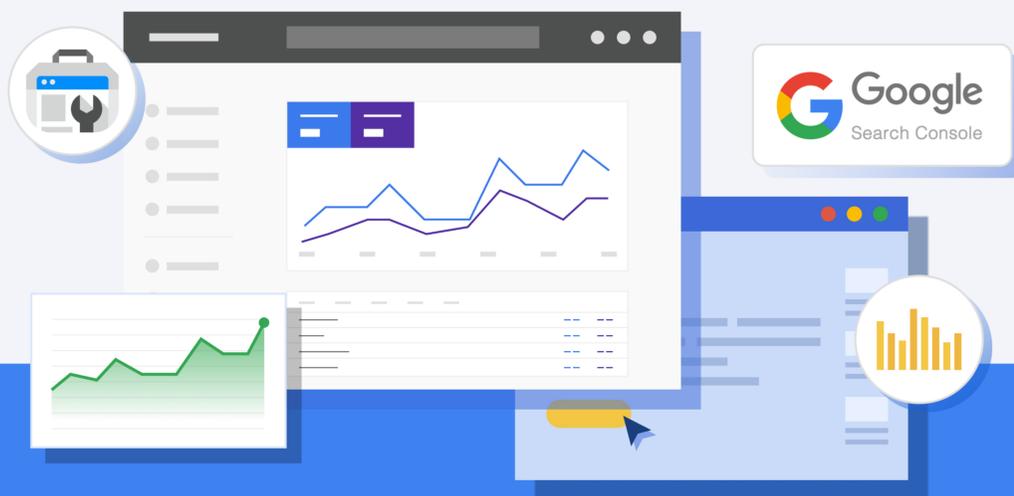
SEO 必學工具



Google Search Console

操作手冊大全

→ Episode 05



✔ 綁定網站與驗證

✔ GSC四大功能

✔ 一本讀懂GSC怎麼用 → 以達到優化SEO目的

Welly

訂閱 Welly 幫幫我系列

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

Welly