

Google – 搜尋被找到環境佈局

網站如何被容易找到? → 「關鍵字佈局」

各主題快速連結

一	從 Google 看出搜尋邏輯
二	Google AdWords 關鍵字規劃工具 - 找出客戶搜尋的字詞
三	配合 Google 搜尋邏輯，網站關鍵字佈局
四	總結及提醒

說明

當人們有需求在 Google 搜尋時，會跑出許多資訊，諸如：網站、地圖、圖片、新聞、影片等，客戶會找這些資料，因此，別再問到底要做哪一項，**沒有好與壞，凡只要客戶出沒的地方都要佈局!!**

▼超過 8 成以上客戶都是這樣找需求

當人們在Google搜尋後
會跑出許多資訊
諸如網站、地圖、圖片、新聞、影片
客戶會找這些資料

Google還很好心做了分類

**你的策略當然就是
各個地方都要佈局**

接著，客戶會從上到下逐一瀏覽，過濾找到需要的資訊，從中選擇最符合的對象，最後進一步下單/諮詢。(如下圖)

▼網路生意合作流程步驟



這次將教您，怎麼在步驟一容易被客戶找到喔!

常見問題

1. 為什麼 Google 搜尋後，總是找不到自己的資訊呢？

人們有需求找東西是著急的，通常只會看前 1 至 3 頁，也許您的資訊並不是真的找不到，而是排比較後面而已。**那要如何讓您的資訊容易排在前面呢？**

【策略如下】

配合 Google 搜尋邏輯!

並符合客戶搜尋的「字詞」就會容易排前面被找到。

2. 網站、地圖、圖片、新聞、影片，這麼多資訊，哪個比較好呢？

不同的客戶有不同的資訊需求，Google 還很好心做了常用的需求分類。

【策略如下】

沒有好與壞，凡只要客戶出沒的地方都要佈局。但可以從最容易理解、執行的企業網站開始著手。

以下將教您 → 針對 Google 抓取網站資料的邏輯 及 網站關鍵字如何佈局喔!

從 Google 看出搜尋邏輯

當我們上網 Google 搜尋後，會跑出一堆資料

只要是一般資訊，每一筆資料一定會有三個元素。

1. 標題：該頁面的標題名稱。
2. 網址：該頁面的網路位置。(有裝憑證變為 https 開頭網站，比起沒裝憑證網站，排名通常會較前面)
3. 敘述：該頁面的說明敘述。

Google 相當注重搜尋字詞與網站內容的關聯性，通常搜尋結果第一頁，會跑出最佳內容關聯性網站。例如：搜尋「咖啡」則第一頁會看到與「咖啡」字詞最相關網站。

▼ 範例：搜尋「咖啡」，會跑出許多網站資訊

標題 — [咖啡|星巴克| Starbucks Taiwan](https://www.starbucks.com.tw/coffee/catalog.jspx)

網址 — <https://www.starbucks.com.tw/coffee/catalog.jspx>

敘述 — 我們透過對品質的堅持，在乎每一趟咖啡旅程，99%的道德採購模式，替你獻上完美的咖啡豆，透過居家咖啡調理，分享美好咖啡時光。

Google 還會將搜尋的字詞變為明顯的「紅色」

咖啡 / 咖啡豆 - PChome 24h購物 - PChome Online
<https://24h.pchome.com.tw> > 線上購物 > 24h 購物 > 限時 86折 > 西雅圖博頓綜合咖啡豆2LB. \$ 315. ▾結帳85折 ▾ 湛藍咖啡手工濾沖掛耳包. 24H到貨 \$ 930 ... 鮮一杯濾掛咖啡咖啡山曼特寧(10公克X 10入). 24H到貨 \$...

讓人又愛又恨的咖啡，這樣喝才對! - 康健雜誌
<https://www.commonhealth.com.tw/article/article.action?nid=75941> > 喝咖啡對健康的影響各有優劣，攝取過量的咖啡會對身體造成諸多不良影響，例如：不容易入睡、傷胃、增加膽固醇、容易阻斷鐵質吸收，以及提高罹患骨質疏鬆的機率。

咖啡迷必學！乳癌名醫公開咖啡「3杯法」，配這2項東西不怕利尿和骨鬆 ...
<https://www.storm.mg> > 風生活 > 喝咖啡對身體健康有利、有弊，眾說紛紛。醫師張金堅分享獨門「3杯」喝法，喝一杯咖啡應配這兩項東西，可以避免咖啡帶來利尿或骨質疏鬆等問題。喝咖啡對身體健康 ...

咖啡,食品-momo購物網
https://www.momoshop.com.tw/category/LgrpCategory.jsp?l_code=2002000000 > 咖啡,食品.優惠便宜好價格! RORISTA,西雅圖,AGF品牌推薦.並提供您完整規格種類的濾掛/泡式咖啡,咖啡品牌.咖啡豆/粉!

歐客佬咖啡農場Okla Coffee Farm【C.O.E精品咖啡專賣店,世界各國 ...
www.oklaocoffee.com/product_BeanList.aspx > 歐客佬咖啡農場Okla Coffee Farm【C.O.E精品咖啡專賣店,世界各國精品豆,自營寮國咖啡農場掛耳式濾泡咖啡,產銷合一,咖啡器具,咖啡飲品,十大伴手禮,手工西點 ...

路易莎咖啡LOUISA COFFEE
www.louisacoffee.co/ > 與2014WBC世界咖啡大師井崎英典Hidenori Izaki 聊咖啡哲學 Jul 3, 2018; 美味的起點，對烘豆的執念從不改變 Oct 16, 2017; 路易莎x鮮乳坊物流車上路! Sep 30 ...

客戶的搜尋字詞 與 網站標題及敘述 關聯性

當我們搜尋「咖啡」時，排在第一頁的網站，它的網站「標題」、「敘述」，基本上一定包含「咖啡」這兩個字，且可能重複出現。

這意味著 Google 認為，當人們搜尋「咖啡」，而您的網站「頁面標題及敘述」有寫到咖啡兩個字，**關聯性較高，也就比較容易排在前面**。相反地，若您的網站頁面標題及敘述沒有寫到咖啡兩個字，則關聯性較低，比較容易排在後面甚至找不到。

因此，如何讓網站頁面的**標題及敘述**，符合客戶搜尋的字詞，也就是「關鍵字」，將是最重要的一環。

但在處理頁面標題及敘述前，還有一個大挑戰：

您心裡所想的字詞，到底客戶是不是搜尋該字詞呢？

(例如：我認為客戶會搜尋「咖啡」，但是不是真的有人這樣搜尋找東西呢？)

**這個問題很重要、太重要、非常重要
(太重要了所以要說三次!!)**

因為如果客戶不會搜尋您所佈局的字詞，即使您被排在第一頁第一個也沒有用！

那我怎麼會知道這個字詞到底有沒有人找呢？

這時候，可以利用「Google AdWords 關鍵字規劃工具」，查出該字詞到底有沒有人搜尋喔！

以下將予以說明！

二

Google AdWords 關鍵字規劃工具

找出客戶搜尋的字詞

要如何知到客戶都是搜尋什麼字詞，是有工具、有數據，而不是隨便亂猜的喔！

Google 關鍵字工具是免費的，以下將從頭到尾教您如何使用

請按照以下方式開始查詢：

步驟 1. 上 google 或 yahoo [搜尋「google 關鍵字規劃工具」找到這個服務](#) → [或點我快速連結](#)

步驟 2. 點擊「登入 AdWords」，並輸入您的 google 帳戶。

若沒有 google 帳戶，可點擊「建立帳戶」加入 google 會員（如下圖）



步驟 3. 首次登入 Google AdWords 會出現以下畫面，
請直接點擊「[略過逐步設定說明](#)」即可！（如下圖）

略過逐步設定說明' with an arrow pointing to the link. A red arrow also points to the text '直接點擊略過設定即可!'." data-bbox="131 119 843 395"/>

Google AdWords

1 您的業務內容 2 您的第一個廣告活動 3 帳單 4 檢查

歡迎使用 Google AdWords !

我們將協助您在幾步之內完成申請，很快就可以開始放送廣告。
已經會用 AdWords 了嗎？[略過逐步設定說明](#)

您的電子郵件地址是？

您的網站是？

請您撥點時間回答以下問題，協助我們為您量身打造產品體驗。

[繼續](#)

簡單四步驟，即可開始在 Google 上放送廣告。

直接點擊略過設定即可！

步驟 4. 直接點擊最下方的「[儲存並繼續](#)」（如下圖）



Google AdWords

您好，歡迎使用 Google AdWords -

讓我們開始建立您的帳戶吧。

請輸入您的電子郵件、時區、國家/地區和貨幣。這些設定一旦確定後就無法更改，因此請謹慎選擇。

輸入您的電子郵件

接下來，在設定第一個廣告活動之前，請先登入您的 Google 帳戶。

國家/地區

 台灣

時區

(格林威治標準時間 +08:00) ...

時區將用於帳戶報表和帳單結算。

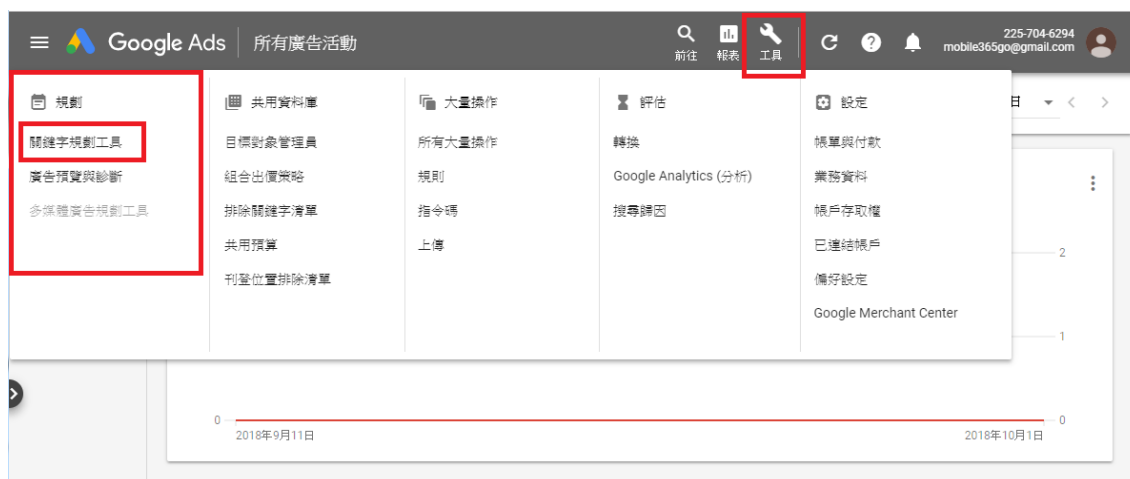
幣別

新台幣

[儲存並繼續](#)

直接點擊即可！

步驟 5. 進入後您會看到此頁面，接著點擊上方的「工具」，並點擊「關鍵字規劃工具」（如下圖）



步驟 6. 點擊「尋找新關鍵字」（如下圖）



步驟 7. 輸入您認為客戶會搜尋的字詞
(可輸入多組字詞，字詞之間以「,」逗號分隔即可!) (如下圖)



步驟 8. 即可看到各字詞平均每月有多少人搜尋（如下圖範例）

舉例：假設我是賣紅茶茶葉

我認為客戶會搜尋字詞為：有機紅茶,老茶樹的故事,東邦紅茶,商用安全飲料

搜尋結果：跑出「東邦紅茶」、「有機紅茶」平均每月有 100-1000 次被搜尋

因此可以規劃以「東邦紅茶」、「有機紅茶」作為頁面標題及敘述的字詞

※ 您所搜尋的字詞會排在最上面

若沒看到，表示該字詞幾乎沒人搜尋，不會顯示出來

※ 搜尋結果下面會跑出其他相關聯的字詞，可以參考

※ 若您有持續購買 Google 關鍵字廣告，則可看到更完整資訊。

例如精準搜尋量、搜尋量趨勢圖等



The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. The search term entered is "有機紅茶,老茶樹的故事,東邦紅茶,商用安全飲料". The results table shows the following data:

關鍵字 (估測屬性)	平均每月搜尋量	競爭程度	廣告曝光比重	首頁頂端出價 (低價範圍)	首頁頂端出價 (高價範圍)	帳戶狀態
<input type="checkbox"/> 東邦紅茶	100 - 1000	低	-	NT\$4.79	NT\$47.21	
<input type="checkbox"/> 有機紅茶	100 - 1000	高	-	NT\$2.66	NT\$12.84	
<input type="checkbox"/> 茶葉	1000 - 1萬	中	-	NT\$2.81	NT\$6.96	
<input type="checkbox"/> 烏龍茶	1000 - 1萬	低	-	NT\$5.94	NT\$19.93	

下一頁還有!

三

配合 Google 搜尋邏輯，網站關鍵字佈局

從上述說明已經知道

1. Google 會把與搜尋字詞最為相關的標題及敘述，排在前面
2. 透過 Google AdWords 關鍵字規劃工具，可得知到底有多少人會搜尋哪些字詞

接著，我們就可以在網站做關鍵字的佈局囉！

但是在做之前，這邊又有一個小問題

網站頁面這麼多頁，內容這麼豐富

我要怎麼讓 Google 明確地知道，我每個頁面希望 Google 抓取的標題及敘述呢？

請不用擔心！

基本上，您目前所使用的電子商務系統，每個頁面都是可以引導 Google 抓取您想呈現的內容喔！

以下將予以說明

1. 「首頁」標題名稱 及 網站關鍵字設定（後台 P-4）

以下直接舉例說明

例如從 Google AdWords 關鍵字規劃工具，得知平均每月有 10-100 筆會搜尋「拖鞋批發」

廠商將標題名稱取為「JHF 拖鞋王-批發代工」，同時該名稱也整個涵蓋公司主要業務

從 Google 搜尋「拖鞋批發」，即可找到廠商 JHF 拖鞋王首頁

網站首頁是最重要的頁面，多數客戶進到網站通常是從首頁進來的

網站後台設定佈局

[1] 首頁標題廣告語，建議需含有客戶會搜尋的關鍵字詞

例如像是：**拖鞋王-批發**代工、裝潢**建材批發**大王、**古箏**王朝、**緞帶**專家

[2] 關鍵字

放入與您產品/服務等，有直接相關的關鍵字詞

例如範例中放了許多與產品有關的字詞，像是室內拖,夾腳拖,兒童雨鞋...等

※ **需注意!**此區塊可加強關鍵字被搜尋到，約 20 組以內字詞即可，**但若放太多將會沒意義**

[3] 網站描述

網站的重點描述。建議歸納出與您網站主題相關的關鍵詞句，並濃縮組合成淺顯易懂的網站描述。

例如範例中提到，JHF 鞋業專營**拖鞋**的生產、製造、代工、**批發**及雨俱、雨傘...等批發為主

※ **小技巧!**有時關鍵字，可能是由多個字詞所組成，例如「拖鞋批發」由「拖鞋」及「批發」兩字詞組成，這時候字詞可以不用連在一起，同樣能發揮效果喔!

下一頁還有!

▼後台 P-4 設定與 Google 搜尋對照圖如下

回到後台首頁 開啟前台首頁 管理員登出

關鍵字設定

首頁標題廣告語：
JHF拖鞋王-批發代工
這裡設定的廣告語，只會出現在首頁的網頁標題上。
建議以簡單扼要，不超過 20 個字為原則，正確描述這個網站的主要特色與經營目的。

關鍵字：
室內拖,夾腳拖,兒童雨鞋,工作鞋,防水鞋,休閒鞋,帆布鞋,女拖鞋,童拖鞋,浴室拖,男雨鞋,型男拖,淑女雨鞋,舒適鞋墊,拖鞋批發
建議放 8 ~ 18 個與您網站商品相關的關鍵字。每個關鍵字不超過 18 個字元為佳，並以「,」為間隔。
例：購物, 網路購物, 刷卡分期, 零利率。

網站描述：
JHF鞋業於民國82年成立，堅持以物美價廉、舒適及平易近人的產品來服務於大眾，JHF鞋業專營拖鞋的生產、製造、代工、批發及雨俱、雨傘...等批發為主，進而推出新穎、流行，符合潮流的鞋款，來服務大眾。
服務項目：室內鞋,浴室拖,一般拖鞋,海灘拖生產、製造、批發、代工。雨傘,雨衣,鞋套,雨鞋,鞋墊,書包批發代工。
網站的重點描述。建議歸納出與您網站主題相關的關鍵詞句，並濃縮組成淺顯易懂的網站描述。
建議字數介於 25 ~ 160 字之間為佳。
例：全球最专业的線上購物中心,提供分期零利率,線上刷卡機制,支援SSL安全交易與多種信用卡。

儲存 重設

▲網站後台P-4

▼Google搜尋

Google 拖鞋批發

全部 圖片 地圖 新聞 影片 更多 設定 工具

約有 2,500,000 項結果 (搜尋時間: 0.30 秒)

JHF拖鞋王-批發代工 | 室內拖, 夾腳拖, 兒童雨鞋, 工作鞋, 防水鞋, 休閒...
www.slippers-king.com/ ▼
JHF鞋業於民國82年成立，堅持以物美價廉、舒適及平易近人的產品來服務於大眾，JHF鞋業專營拖鞋的生產、製造、代工、批發及雨俱、雨傘...等批發為主，進而推出 ...

拖鞋生產批發 | 室內拖, 夾腳拖, 兒童雨鞋, 工作鞋, 防水鞋, 休閒鞋, 帆布...
www.slippers-king.com/about.asp ▼
JHF鞋業於民國82年成立，堅持以物美價廉、舒適及平易近人的產品來服務於大眾，JHF鞋業專營拖鞋的生產、製造、代工、批發及雨俱、雨傘...等批發為主，進而推出 ...

榮豐鞋行
www.lungfong.com/ ▼
榮豐鞋行 位於彰化縣花壇鄉創立於1975年為花壇鞋業界最歷史悠久的批發商所...來榮豐給你走路有風做代誌精光 家庭美滿 事業成功所以來榮豐買拖鞋 福氣啦!!

2. 「一般頁面」標題名稱及敘述

以下直接舉例說明

例如從 Google AdWords 關鍵字規劃工具，得知平均每月有 10-100 筆會搜尋「桃園螺絲」

廠商將頁面標題取為「桃園螺絲」，方便客戶找到

從 Google 搜尋「桃園螺絲」，即可找到廠商東鋼機器官網

網站後台設定佈局

[1]標題名稱，建議需含有客戶會搜尋的關鍵字詞

例如像是：桃園螺絲、螺絲製造廠品質認證、螺絲設計生產交易流程

[2]簡短介紹(網站敘述)：該頁面重點描述。

簡單介紹該頁面的內容重點，並巧妙地在敘述文字中放入關鍵字。

約 100 字左右即可，放太多在 Google 搜尋會被截掉。

例如範例中提到，東鋼機器位在桃園龜山有自己的螺絲工廠，有多種專業機器

※ 內容頁面建立時，一定會有「標題」及「簡短介紹」，建議您務必填寫。

※ 若「簡短介紹」未填寫，則 Google 通常會抓取該頁面詳細內容的說明，由上至下抓取。

～ 對照圖在下一頁 ～

▼ 後台設定與 Google 搜尋對照圖如下

The image shows a side-by-side comparison of a website's back-end management interface and its search results on Google. The top part is the back-end editor, and the bottom part is the Google search page.

Website Back-end Editor (Top):

- Navigation: 回到後台首頁, 開啟前台首頁, 管理員登出
- Menu: A. 公司簡介 About, B. 商品 Product
- Form Fields:
 - 標題: * 桃園螺絲
 - 發佈日期: 2018/10/1
 - 是否顯示: 是 否
 - 排序: 1
 - 簡短介紹: 東鋼機器位在桃園龜山有自己的螺絲工廠, 有多種專業機器, 像是多工位4D4B及5D5B螺栓打頭機、中央電腦數值處理、銑床(Brother Brand), 我們擁有ISO9001品質系統的認證、ISO14001環境系統認證, 絕對可以提供給您物超所值的優良服務。
 - 公告內容: 多工位 4D4B及5D5B 螺栓打頭機

Google Search (Bottom):

- Search Query: 桃園螺絲
- Results:
 - 約有 2,500,000 項結果 (搜尋時間: 0.65 秒)
 - 桃園螺絲 | 提供螺絲、螺絲釘、螺栓、華司、螺帽、鉚釘、定位珠、自攻...
<https://www.screw-ok.com/about.asp?in=259>
 - 東鋼機器位在桃園龜山有自己的螺絲工廠, 有多種專業機器, 像是多工位4D4B及5D5B螺栓打頭機、中央電腦數值處理、銑床(Brother Brand), 我們擁有ISO9001品質...
 - 瓊明螺絲五金有限公司: 公司簡介
www.kunming0182.com.tw/about-us.html
 - 朝健五金有限公司/朝健螺絲五金- 店家介紹- Super hiPage中華黃頁網路...
<https://www.iyp.com.tw/034527467/>

Annotations:

- Red arrow from the back-end editor's title field to the Google search query.
- Red arrow from the back-end editor's short introduction field to the first search result snippet.
- Red arrow from the back-end editor's announcement content field to the second search result snippet.

▲ 網站後台內容編輯頁
▼ Google 搜尋

四

總結及提醒

只要您的頁面標題及敘述，與客戶搜尋的字詞關聯性高，則 Google 會很容易抓取您的資料，也會有助於排名往前，容易被客戶找到喔！

頁面標題名稱及敘述是關鍵字搜尋的基本盤，若這兩個影響因素不好好處理，則不管您其他因素做的再強，都將徒勞無功。(例如搜尋「糖果」，萬一您的頁面標題及敘述都沒有寫到「糖果」，則基本上在 Google 搜尋是找不到資訊的)

最後，幾點提醒您！

1. 關鍵字搜尋排名，影響的因素非常多，並非只有單一因素

像是以上所教您的標題名稱及敘述，還有頁面瀏覽量(點擊次數)、頁面新增時間、網站符不符合多螢幕瀏覽、有無 SSL 憑證...等，當大家某個條件接近時，當然 Google 就會去比較其他因素，進而作出搜尋排名。

2. 同一頁面的標題及敘述，切勿經常性修改！容易造成排名往後甚至找不到！

Google 在抓取網站資料後，會做搜尋索引標籤，當有人搜尋相關聯字詞時，就會呈現在搜尋結果中。

搜尋索引標籤，類似幫您做分類並歸類好，若您經常性變更頁面標題及敘述，Google 每次造訪時，容易找不到原頁面而被排除在外，弄巧成拙。

舉個例：圖書館裡有許多書籍，並且依照每本書的標題及簡介，都分好類別，方便大家借閱。

今天有本書進來圖書館，分好類別後，後續每隔一周，這本書的主人一而再再而三更改書本的封面標題及簡介，每次改完還要幫他重新分類，一下子跑到 A 類別，一下子跑到 B 類別，對於圖書館及借閱的人們來說產生極大困擾。若您是圖書館主人，應該會這樣做：「不如就把這本書退回去吧。」從此圖書館沒有這本書。

3. 舊有的頁面內容，是否要重新修正標題及敘述？

基本上不用，**只要針對新增加的內容頁面即可**。

Google 已經將這些頁面收錄，並且可能已經經過很長一段時間，即便您做了修改，Google 不會積極去更新這些舊資料。

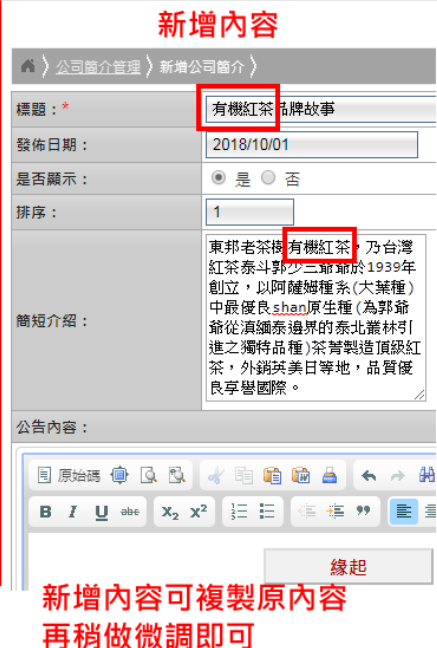
※ 小技巧!

若有某個頁面已經建立好幾年了，但在 Google 搜尋找不到。

我希望能被找到該怎麼做?

您可以試試重新新增一樣的內容說明，但標題及敘述(簡短介紹)不可完全一樣，再將原舊內容隱藏起來

舉例：我有個頁面叫「品牌故事」專門介紹我的紅茶的由來及特色，我希望客戶搜尋「有機紅茶」能找到我。因此新增一個頁面叫做「有機紅茶品牌故事」並加上相關的敘述，而原內容不變。(如下圖)

舊內容	新增內容	
		標題含有關鍵字 注意! 每個頁面 標題名稱不可重複
		巧妙地將關鍵字 放在敘述中
		新增內容可複製原內容 再稍做微調即可

4. 為何我剛剛在網站中做了許多調整、建立新頁面，在 Google 搜尋還是找不到？

您在網站中做任何的新增/修改等動作，Google 皆不會立即更新

通常 Google 每隔一段時間會造訪您的網站抓取資料，並且會以新資料為主，但是在資料抓取後，並不會立即更新搜尋的結果，而實際所需時間也沒有一定的標準。

因此建議您：專注於您該做的事，並且持續的做！累積起來效果將會極大化，迎來滿意的成果！

祝您生意興隆！