

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啦！

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

**你的策略當然就是
各個地方都要佈局**

Google 還很好心做了分類

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？

不同的客戶有不同資訊需求，Google 還很好心做了常用需求分類。

【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!

從 Google 看出搜尋邏輯

當我們上網 Google 搜尋後，會跑出一堆資料，而每一筆資料一定會有以下三元素。

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

咖啡 - Google 搜尋

https://www.google.com.tw/search?q=咖啡&newwindo...

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，替您獻上完美的咖啡豆，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 ...

鮮一杯濾掛咖啡瓊尤山曼特寧(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.oklacoffee.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, 自當家咖啡農場, 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!!

如果客戶不會搜尋您所佈局的字詞...您被排在第一頁第一個也沒有用阿!

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

要如何知道客戶都是搜尋什麼字詞呢？

其實是有工具、有數據的！而不是隨便亂猜的喔！

以下將從頭到尾教您如何使用 **Google 關鍵字工具**（是免費的唷!!）

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）

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](#)

直接點擊略過設定即可！

您的電子郵件地址是？

您的網站是？
www.example.com/books

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。

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

- ※ **您所搜尋字詞會排在最上面** (若沒看到，表示該字詞幾乎沒人搜尋，不顯示出來)
- ※ 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 criteria are: Location: Taiwan, Language: Chinese (Traditional), Search Network: Google. The search term is "有機紅茶, 老茶樹的故事, 東邦紅茶, 商用安全飲料". The results table is as follows:

關鍵字 (依關聯性)	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!)

想不到字詞，詞窮了怎麼辦？

這時候可以到 **Google** 搜尋您想到的字詞，最下方會出現相關字詞參考喔！

The screenshot shows a Google search interface for the term '紅茶'. The search bar contains '紅茶'. Below the search bar, a dropdown menu lists suggestions: 紅茶, 紅茶 有機, 紅茶幫, 紅茶冰, 紅茶拿鐵, 紅茶種類, 紅茶屋, 紅茶包, 紅茶王子, and 紅茶菌. To the right of the suggestions, a red text box explains: '當您輸入字詞時 字詞下方會出現 相關字詞提供參考 表示人們會這樣搜尋'. Below the suggestions, search results are visible, including a link to '博客來-美食>沖泡飲品/飲料>茶葉/茶包>紅茶' and a snippet from '美食沖泡飲品/飲料茶葉/茶包紅茶...'. A red box highlights the '紅茶的相關搜尋' section, which lists: 紅茶介紹, 紅茶種類, 紅茶分類, 台灣紅茶品種, 紅茶好處, 紅茶包, 紅茶功效, 紅茶茶葉, and 紅茶品牌, 紅茶泡法. To the right of this section, another red text box explains: '搜尋結果的最下方 會有相關搜尋提供參考 表示人們會這樣搜尋' and '稍微過濾一下，找出適合您的字詞 也可到Google關鍵字規劃工具 確認這些字詞搜尋次數多不多'. At the bottom of the page, the Google logo is displayed with a search bar and a '下一頁' (Next Page) link.

(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...

網站的頁面這麼多頁，內容又這麼豐富，**我該如何讓 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

(後台系統設定 → 公司基本資料)

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了公司主要業務，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] 網站名稱：

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，約 20 組以內字詞即可，**若放太多就沒意義喔!!**

[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：**有些關鍵字可能是由多個字詞所組成的，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！

▼後台公司基本資料設定 與 Google 搜尋對照圖如下

▲網站後台公司基本資料

▼Google搜尋

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

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

※ 若「標題」未填寫，則 Google 通常會抓取該頁面「商品名稱」欄位。

[2] 內容說明 (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「內容說明」，**建議您務必填寫**。

※ 若「內容說明」未填，則 Google 通常會抓取該頁「詳細說明」內容，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 backend editor and a Google search result. The top half is the backend editor, and the bottom half is the Google search page. Two red arrows point from the search results back to the editor fields.

Backend Editor (Top):

- 基本資料:** Includes fields for '商品編號', '商品名稱' (桃園螺絲), '售價', and '原價'. There are options for 'HTML' or '純文字' and a 'HTML編輯/預覽' button.
- 簡單說明:** A text area for a short description.
- 詳細說明:** A larger text area containing HTML code for a detailed description, including a link to an image and various styling tags.
- 需求單:** Radio buttons for '顯示' and '不顯示'.
- 搜索引擎優化:** Fields for '標題' (桃園螺絲), '關鍵字' (螺絲,六角螺絲, 鉚釘,螺帽, 華司, 緊固件,銅螺絲,不銹鋼), '內容說明' (東網機器位在桃園龜山有自己的螺絲工廠, 有多種...), and '自由代碼區'.

Google Search (Bottom):

- Search query: 桃園螺絲
- Results: Shows approximately 2,500,000 results. The top results include:
 - 桃園螺絲 | 提供螺絲、螺絲釘、螺絲、華司、螺帽、鉚釘、定位珠、自攻...
<https://www.screw-ok.com/about.asp?in=259>
 - 琨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:

- A red arrow points from the '標題' field in the editor to the search query.
- A red arrow points from the '內容說明' field in the editor to the first search result snippet.
- Red text on the right side reads: ▲ 網站後台內容編輯頁
- Red text below it reads: ▼ 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 將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，進而做出搜尋排名。

2. 同一頁面的標題及敘述，切勿經常性修改！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 查詢 修改 刪除 上一步 下一步 1/1 | Go

基本資料

商品編號: 分頁 | 特性 | 相關商品 | 營業下載 | 選項 | 促銷價 | 前導預覽

商品名稱: 品牌故事

售價: 原 價:

HTML 純文字 [HTML編輯預覽](#)

簡單說明:

HTML 純文字 [HTML編輯預覽](#)

詳細說明:

```
<p style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; font-size: 14px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none; color: rgb(20, 20, 20); font-family: 微軟正黑體, Arial; text-align: center;">
```

```
<strong style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none;"><a href="https://www.toptea999.com/about.asp?in=265#%E7%87%A3%E8%B5%B7" style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none; color: rgb(170, 0, 0); text-decoration-line: none;"><span style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; font-size: 16px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none;">
```

需求單: 顯示 不顯示

搜索引擎優化:

標題:

關鍵字:

內容說明:

自由代碼區:

新增內容

新增 查詢 修改 刪除 上一步 下一步 1/1 | Go

基本資料

商品編號: 分頁 | 特性 | 相關商品 | 營業下載 | 選項 | 促銷價 | 前導預覽

商品名稱: 品牌故事

售價: 原 價:

HTML 純文字 [HTML編輯預覽](#)

簡單說明:

新增內容可複製原內容再稍做微調即可

HTML 純文字 [HTML編輯預覽](#)

```
<p style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; font-size: 14px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none; color: rgb(20, 20, 20); font-family: 微軟正黑體, Arial; text-align: center;">
```

```
<strong style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none;"><a href="https://www.toptea999.com/about.asp?in=265#%E7%87%A3%E8%B5%B7" style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none; color: rgb(170, 0, 0); text-decoration-line: none;"><span style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; font-size: 16px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none;">
```

詳細說明:

```
<p style="margin: 0px; padding: 0px; border: 0px; font-size: 14px; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none; color: rgb(221, 221, 221); border-image: initial; vertical-align: baseline; text-size-adjust: none; display: inline-block; width: 130px; background: none 0px 0px repeat scroll rgb(241, 241,
```

需求單: 顯示 不顯示

搜索引擎優化:

標題:

關鍵字:

內容說明:

自由代碼區:

「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「內容說明」 敘述中

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

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有一定的標準。

因此建議您：



專注於您該做的事，並且持續地做

累積起來的效果將會極大化，迎來滿意的成果！

祝您生意興隆！

