



戰國策集團

SINCE 2000

Google



提升企業官方網站流量

提升網站排名



google seo

google 關鍵字

搜尋引擎優化

網站排名優化

SEO

策略優化全攻略

最有效提升企業官方網站流量的行銷方式！

SEO 網路行銷太複雜？

必看戰國策 SEO 行銷策略手冊，提升網站流量必做。

告訴你影響 SEO 排名的 3 大因素，

與電子商務網站必做的 7 大 SEO 優化項目。

目錄Contents

Part ①	SEO介紹	4
	搜尋結果的運作原則？	07-08
	SEO搜尋引擎優化是什麼？	08
	SEO優化為什麼要做呢？	09
	SEO優化該做哪些事情？	10
Part ②	影響SEO排名的三大因素	11
	1.網站權重	13
	2.關鍵字相關性	14
	3.使用者感受(使用者體驗User Experience)	14-15
Part ③	電子商務網站必做的七大SEO優化項目	16
	 SEO 策略一：網站佈局的優化	17
	1.RWD響應式設計	17
	2.獨立網域	18
	3.SSL加密協議	18
	4.Google Search Console & Sitemap網站檢索	19-20
	5.結構化資料的設置	20-21
	 SEO 策略二：關鍵字的研究	22
	1.Google直接搜尋、相關搜尋	22-23
	2.Google Trends	24
	3.各大購物平台直接搜尋	25
	4.Google Keyword Planner	26-27

目錄Contents

 SEO策略三：網站分類與架構	28
1.正確的使用產品類別和標籤	28
2.不同產業商品分類	29
3.優化商品分類頁	30-31
4.設定商品分類SEO	31-33
 SEO 策略四：站內頁面優化	34
1.網頁的標題(Title)	34
2.中繼說明(Meta Description)	35
3.H1H2標籤	36
4.圖片ALT屬性	37
 SEO 策略五：網站內容行銷規劃	38
1.網站頁首與頁尾優化	38
2.產品頁面優化	39
3.經營Blog且持續發布內容	39-40
 SEO 策略六：外部連結建立	41
 SEO策略七：Google我的商家SEO優化	42-46

Part

4

SEO要經營的好「持續」最重要

47

客戶SEO成功案例	49-50
知名企業客戶	51
戰國策SEO優化服務	52



Part ①

SEO 介紹

- 搜尋結果的運作原則？
- SEO搜尋引擎優化是什麼？
- SEO優化為什麼要做呢？
- SEO優化該做哪些事情？

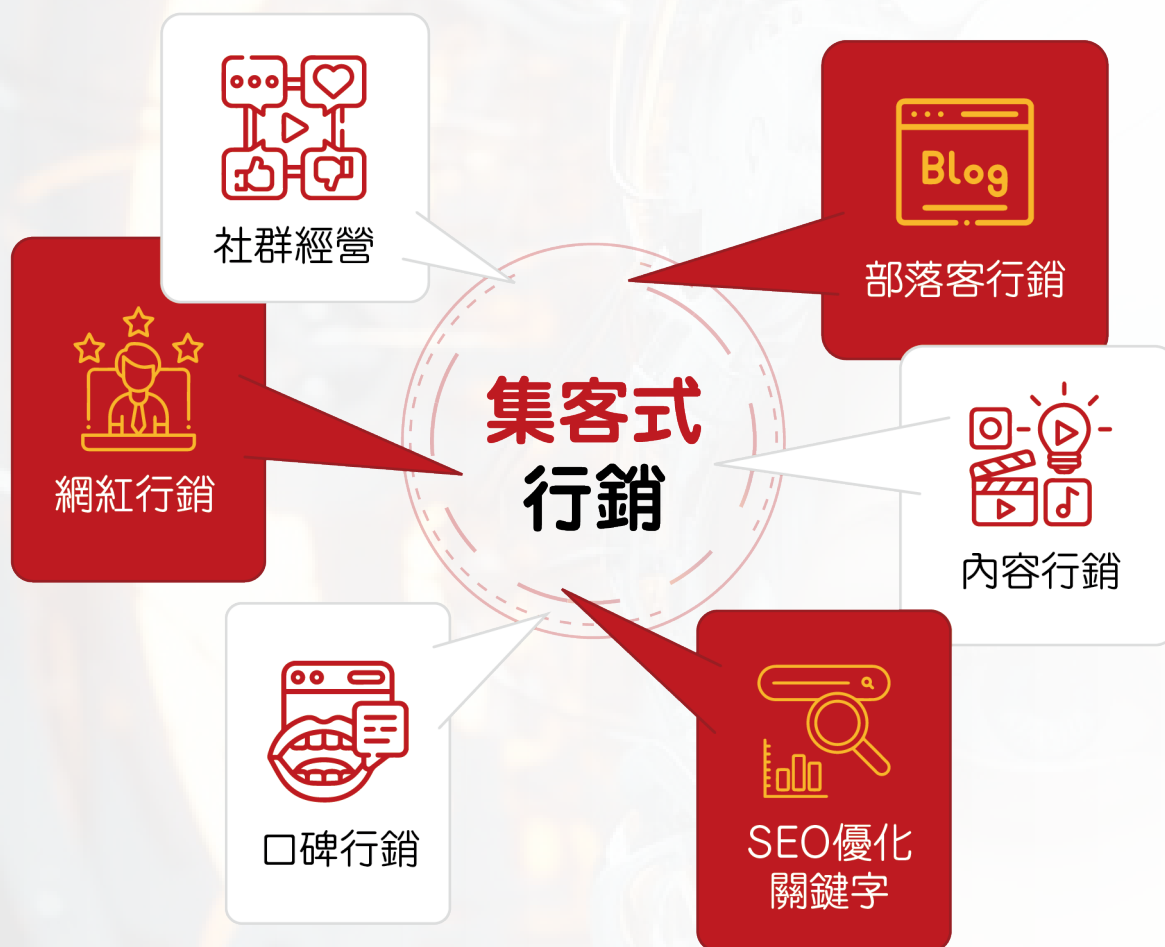
網路行銷的年代，任何品牌都希望可以透過網路得到更多的關注與曝光，網路行銷的方法有很多，主要分成兩類：推播式行銷 (Outbound Marketing) 與集客式行銷 (Inbound Marketing)，所謂的推播式行銷主要就是「主動出擊」的方式來推廣自己的產品或服務，常見的像是「數位廣告媒體」、「新聞稿發放」等等屬於購買廣告的方式來大量推廣。

而集客式行銷主要是「顧客主動找上門」的方式來推廣自己產品或服務，像是「部落客行銷」、「網紅行銷」、「口碑行銷」、「內容行銷」、「SEO 優化關鍵字」、「社群經營」... 等等這種屬於比較被動得方式都稱為集客式行銷。而其中 SEO 自然搜尋更是主要被人們所推行，可以免費的帶來許多流量與生意，因此是許多品牌主要想把握的網路行銷技術。

網站為什麼要做 SEO?

因為 SEO 優化是在網路成功的關鍵：

- 60% 的使用者只會看搜尋結果的前 3 頁
- 50% 的手機搜尋是找當地的商家
- 其中 61% 會購買 SEO 的銷售成交率為 14.6%
- SEO 行銷成交率為傳統的行銷 10~15 倍以上



搜尋結果的運作原則？

■ 搜尋結果的運作原則？

說到 SEO 就不得提到搜尋引擎，相信對於 Google 一定不陌生，也一定使用過 Google 的搜尋引擎對吧？當在 Google 上搜尋「電子商務」，就會跳出非常多萬筆的相關資料，而像是電子商務這種學術相關的名詞，還會跑出維基百科等搜尋結果，而這些節搜尋結果就構成了「搜尋引擎結果頁面 (SERP, Search Engine Results Page)」。

而這些搜尋結果又可以分成「付費結果」與「自然搜尋結果」，付費結果會在前面有一個小字寫著「廣告」，是只要花錢就可以跳出來的成果，除了這些之外，剩下所顯示的頁面就稱為「自然搜尋結果」。

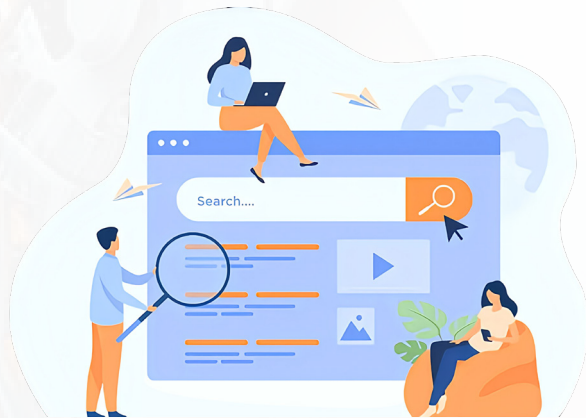
付費結果與自然搜尋的區別



前面有提到每一次的搜尋至少都有上萬筆的資料，假設自己的品牌電商的頁面在與這些頁面競爭下，還可以排到最前面幾個位置，可想而知是一件多美好的一件事情，而要搶下這搜尋結果的龍頭寶座，就需要靠 SEO 策略來進行搜尋引擎優化了。

■ SEO搜尋引擎優化是什麼？

說 SEO 的全名是 Search Engine Optimization 的縮寫，中文直接翻譯則為「搜尋引擎優化」，是一種透過一



連串的技術，來改善網站或文章在搜尋結果上排名的方式，而這一連串的技術就稱之為「搜尋引擎優化」。這些技術主要是讓 Google 的爬蟲「看懂」你的網站內容，讓使用者在搜尋時，可以相對應關鍵資訊，並將你的網站首要推薦給使用者。

這邊要注意的是，有些業者會宣稱使用 SEM 的方式一樣達到 SEO 排到第一名的效果這件事情，事實上 SEM 是 Search Engine Marketing，是指搜尋引擎行銷，搜尋引擎行銷通常包含 SEO 與廣告，但一般業者提到 SEM 主要是透過付費的方式來提供關鍵字排名，更講白一點就是投放關鍵字廣告，已達到第一頁的效果，雖然名字看起來很像，但事實上差了很多，一個是免費的自然排序，一個則是要一直付費的付費廣告。

延伸閱讀 ▶

[SEO 是什麼意思？搜尋引擎優化懶人包，專家 SEO 行銷建議](#)

■ SEO優化為什麼要做呢？

就如同上述所說明的，SEO 最大的好處可以「免費」的讓自己的品牌網站的搜尋結果大量曝光，若是排名越是前面這件事情，意味著會有更多的使用者進入到你的網站去。

除此之外對於品牌來說還可以帶給消費者更大的信心，當他們在搜尋某種你所經營的服務時，怎麼樣搜尋都看到你的品牌網站，無形之中就可以讓這些使用者對於你的品牌印象更深刻，此時你的品牌網站就會變成使用者可以信賴的可靠網站。

除了提升品牌形象之外，還能因為這樣透過口耳相傳的方式，在網路上或者親友間被討論，而提升更多品牌的知名度，當知名度起來了，相信成交下單的機會也會隨之增長，SEO 優化可以說是一舉數得的好方式！

SEO 黃金三角

SEO 優化 + 吸引人的頁面標題 = 免費的曝光



■ SEO優化該做哪些事情？

SEO 的好處非常多，也成為現在每個品牌想要好好把握的方針之一，那麼要開始進行 SEO 優化策略又有哪些項目可以做呢？事實上在執行 SEO 策略之前，要先確定是怎麼樣的一個品牌以及目的為何？

假設以電子商務的網站為例好了，SEO 的目的是要將產品銷售出去並讓人購買，相較於一般部落格網站主要提供知識的分享於查詢，像這樣的意圖兩者就不同，因此在執行 SEO 優化策略時，就是不同的目標，且又有超過 200 多個不同的變數會造成 SEO 的排名差異。

儘管如此，在 SEO 優化上都有相同的重點是「要提供使用者需要，且優質的內容」，因此努力的朝著使用者真正需求的内容方向努力，肯定可以將 SEO 提升的。



Part ②

影響 SEO 排名 的三大因素

- 網站權重
- 關鍵字相關性
- 使用者感受

如同上面所說的，影響 SEO 排名的因素至今超過 200 多個因數，當然不可能這 200 個原因都需要把它做到 100 分，其中又有分成很多種流派，而「內容為王」的流派最受人推崇，但內容這部分要視產業別而定，因此這邊就暫時不論述內容該怎沒產生，其他的影響因素像是網站架構、文章結構等等也會受到一些影響。

假設你的品牌電商是利用 WordPress 去架設的，那麼直得恭喜的是，WordPress 是一個對於 SEO 能力非常好的一個網站，至今的網路世界上有超過七成的品牌網站皆是採用 WordPress 作為主要架站的方式，但也因為市佔率很高的關係，並不是所有在這系統下的網站，自然就有很高的 SEO 能力。

最主要影響 SEO 排名的大致上分成三個因素

網站權重、關鍵字相關性及使用者感受。



1. 網站權重

網站的權重，也就是網站的分數，指的是搜尋引擎賦予網站一定的權威值，而這些權威值會對網站整體作評估，當網站權重越高，在搜尋引擎內所佔的份量就越高，也就更容易排到前面去。



最直接的做法就是將網站的頁面增加到很豐富，且經營時間要長，才可以提高網站的權重。這也是為什麼通常新誕生的電子商務網站的 SEO 通常打不贏龍頭電商，因為這些龍頭電商的網站權重非常高。假設都是販售同樣的東西，那麼相對的比較難贏得勝利，但只要不斷的增加網站權重，也是有機會可以勝過這些電商的。

快速增加網站權重的做法，可以利用撰寫文章、新增商品頁面來達到，至少都要超過 100 個頁面才算是一個穩固的電子商務網站，才可以在快速發展的電商世界，佔據一些市場。

如果想要了解自家網站的權重，可以參考 SEO 工具 [Ahrefs](#)，Ahrefs 雖然為私人企業，但開發模擬 Google 演算法計算網站權重的指標 DR(Domain Rating)，分數為 0~100，分數越高代表網站權重越高，可以比較自家與競爭對手的 DR 值高低，若 DR 極低，則需花更多心思在網站權重的經營，才可勝過競爭對手。

延伸閱讀 ▶

[【Ahrefs 教學中文指南】SEO 工具 Ahrefs 5 大功能幫你增加流量](#)

■ 2. 關鍵字相關性

網站就像與人溝通一樣，有些事情跟他說了，他聽不進去，可能是因為不夠相信他；又有些時候是因為這人太安靜了話不多，因此聽不到。網站也是如此，若是這個網站的內容不夠專業，或者是談論其他類似議題的資訊太少，可能會讓人不夠相信，這些都是有可能會造成流量低迷的原因。



撇開內容數量太少不說，關鍵字的相關性若是沒有規劃的徹底，可能會造成關鍵字打架的原因，當你的網站都是在描述相關產業的關鍵字詞時，Google 就會判斷你是這個領域的專家，故會提高一些排名，好比說專門賣咖啡豆的電商網站，增加一些與咖啡相關知識文章，就是個還不錯的做法。

■ 3. 使用者感受 (使用者體驗 User Experience)

網站的權重以及關鍵字相關性可以直接的決定網站的排名，最後還有一個關於 SEO 排名的因素那就是使用者的感受。這一點反而是比較主觀意識成份在內。像是 Google 的爬蟲可以透過 HTML 的標記，知道網站內的「文字」、「連結」等等內容是否充足，但他們沒辦法直接讀取整個網站的使用者體驗為何。



Google 一直以來得核心目的就是「提供使用者最正確且有用的內容」，在這樣的核心下，使用者體驗反而是一個很重要的指標，而 Google 會針對以下內容做為依據，像是：

- 網站文章是否在搜尋結果被點擊？
- 點擊進來的使用者，是否會停留幾分鐘？
- 點擊進來的使用者，是否會快速返回並嘗試另外一個頁面？

透過這些數據訊號，Google 可以更準確的分析網站中的內容是否優秀，是否是搜尋者真正想要找尋的資料..等等。因此整個網站的架構，也是影響 SEO 排名非常重要的事情之一。

延伸閱讀 ▶ [使用者體驗設計的 10 大秘訣](#)



Part ③

電子商務網站必做的 七大 SEO 優化項目

- SEO策略一：網站佈局的優化
- SEO策略二：關鍵字的研究
- SEO策略三：網站分類與架構
- SEO策略四：站內頁面優化
- SEO策略五：網站內容行銷規劃
- SEO策略六：外部連結建立
- SEO策略七：Google我的商家SEO優化

■ SEO 策略一：網站佈局的優化

就如同上面有提到的，網站 SEO 要提升有一個很重要的點是「網站的架構」，以 WordPress 來說，網站架構是非常符合 SEO 佈局的，因此若你的品牌電商是使用 WordPress 架設的，那值得慶幸的是，這對於 SEO 來說是個非常良善的網站，只需要再針對幾個項目做優化即可，像是：

1. RWD 響應式設計

現在幾乎人手一支智慧型手機，而根據調查顯示，有超過 8 成的人習慣利用手機直接去購物，因此 Google 也會針對行動裝置作為優先的審查權，因此品牌電商網站一定要有手機版本。



WordPress 的系統大部分都有支援 RWD 響應式設計網站，可以不用額外多做一個網站也可以使用，能夠精準地針對不同的裝置大小，自動調整符合手機、平板與桌機的尺寸，且保有原本圖片與架構的內容。

延伸閱讀 ▶

[RWD 響應式網站是什麼？響應式網站的好處有哪些？](#)

2. 獨立網域

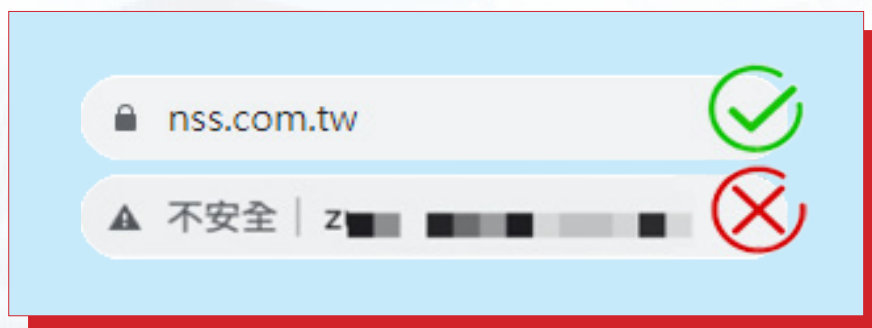
擁有獨立網域不但可以提高網站的可信度，也會被 Google 檢測為真實的網站，簡潔的網域結構還可以幫助 Google 爬蟲快速了解整個網站，對於網站 SEO 上的加分有很大的幫助，建議以可把網域設定得更清楚。



3. SSL 加密協議

SSL 加密協議的全名是 (Secure Sockets Layer) 是一種保護網際網路連線安全與防止兩個系統之間傳送資料被第三方任意讀取的一項協議，尤其是電子商務的網站，因為上面會需要進行金流的交易，為了確保顧客的信用卡或個人資料被竊取，因此 SSL 加密協議就顯得格外的重要。

同時 Google 也宣布有沒有 HTTPS 也是 SEO 搜尋排名的關鍵之一，因此加密協議是現在的網站必備的功能之一。若網站需要申請 SSL 可向戰國策購買 SSL。



4.

Google Search Console & Sitemap 網站檢索 ▼

Google Search Console 也是 Google 旗下推出的免費網站數據工具，在上面除了可以看到哪些關鍵字透過自然搜尋的方式外，還可以提交整個網站的 Sitemap，告訴 Google 哪些頁面更新，這對於網站 SEO 來說相當的重要。

網站建立完成後，就是要讓 Google 來收錄網站，收錄方式有兩種，一是搜尋引擎自動來抓取，另一種是主動告訴 Google 有哪些頁面需要被收錄，主動來抓取都會有一個週期，短則三天，長則三個月甚至有聽過一年都沒被蒐錄的，因此就需要主動告訴 Google，這邊有新網站誕生，也就是透過 GSC 中的 Sitemap。

Google Search Console 可以提供以下資訊：

- 觀察使用者搜尋及瀏覽的關鍵字彙整，可以查看搜尋了哪些字詞而近來網站。
- 行動裝置、桌機使用者的瀏覽率。
- 網站上架構上是否有錯誤。
- 提交 Sitemap(網站地圖)，讓 Google 知道你。
- 網站重點資訊的量化排名，例如點擊次數、瀏覽次數、平均點擊率和平
均排名。

Google Search Console 介面



5. 結構化資料的設置

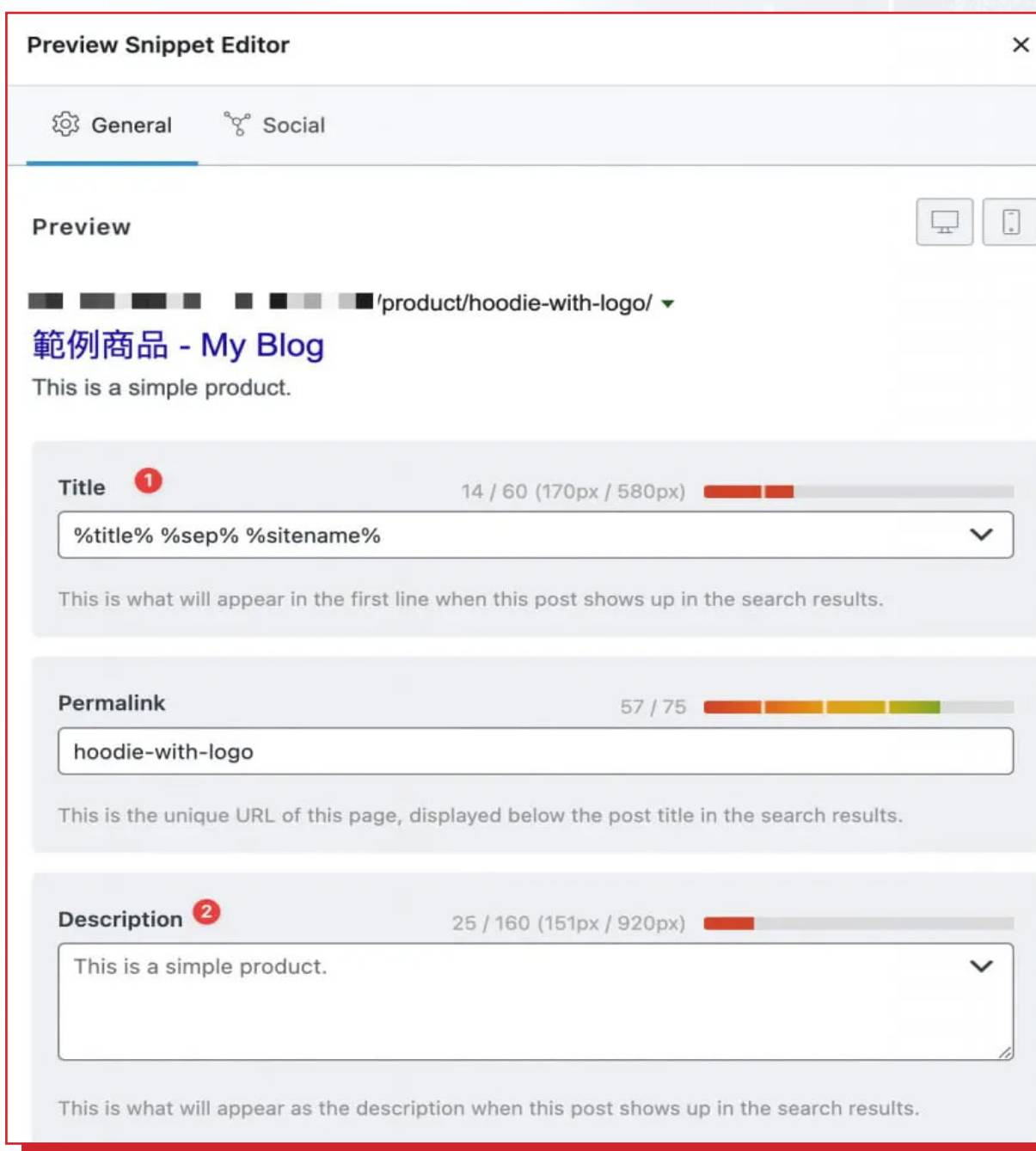
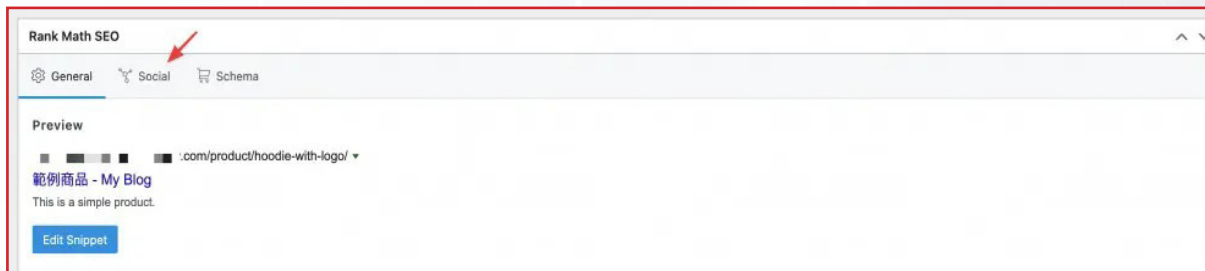
結構化資料 (schema.org) 是指 Google 透過爬蟲探查網站的 HTML 中的資料，目前官方文件一共有 28 種結構化資料，會以不同方式呈現在複合式摘要內。

一般來說結構化資料手動設定會需要花非常多時間，除了要工程師來處理外，也需要學習複雜的程式語法，但 WordPress 系統下的 Rank Math SEO 就可以做到快速設定的功能，只要選對自己的資訊後，就可以快速的生成 schema 資訊。而這樣的資訊也會影響到 Google 購物廣告、動態搜尋廣告的資料抓取，因此設定好這些內容可以說是非常重要！

Rank Math SEO 介面

Part ③

電子商務網站必做的七大 SEO 優化項目



■ SEO 策略二：關鍵字的研究

做任何 SEO 的執行，最一開始需要做的就是「關鍵字的調查」，透過關鍵字的調查，可以了解你的品牌與商品，在搜尋結果上的一些關鍵字詞有哪些？與你競爭的對手有哪些？想要進攻的關鍵字詞又有哪些？

對於電子商務網站來說，首要的目的絕對是找尋跟「品牌字」及「品牌商品」相關的關鍵字詞，再來就是將這些確定好的關鍵字延伸，並且撰寫一些與這些相關的內容，巧妙的設置一些長尾關鍵字，讓人怎麼樣搜尋都可以找到你的品牌電商，這就是最大的目標。

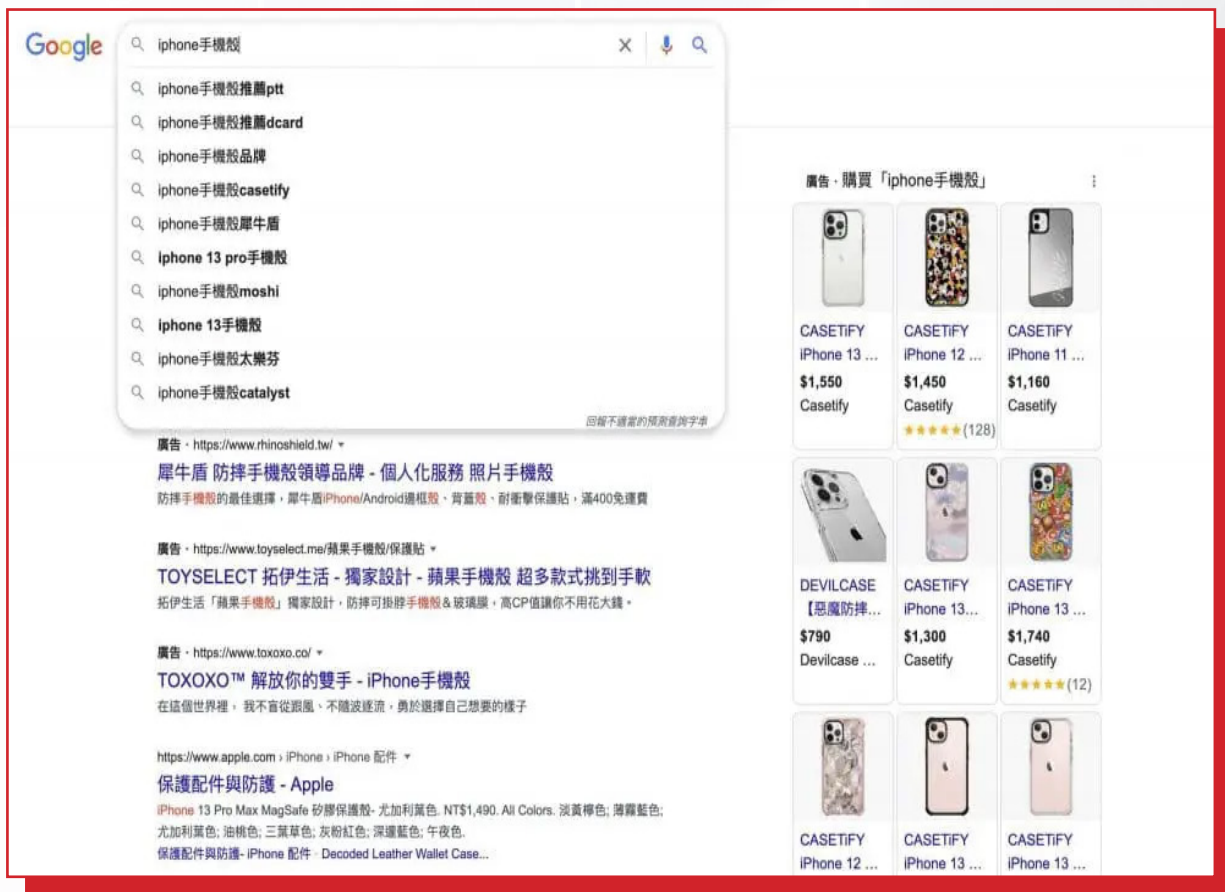
延伸閱讀 ▶ [網站關鍵字設計必知的 5 大事項，輕鬆提升網站 SEO 搜尋排名](#)

而關鍵字詞要怎麼調查有很多種方式，坊間也有很多付費及免費的工具，這邊推薦幾款最簡單的調查方式供您參考：

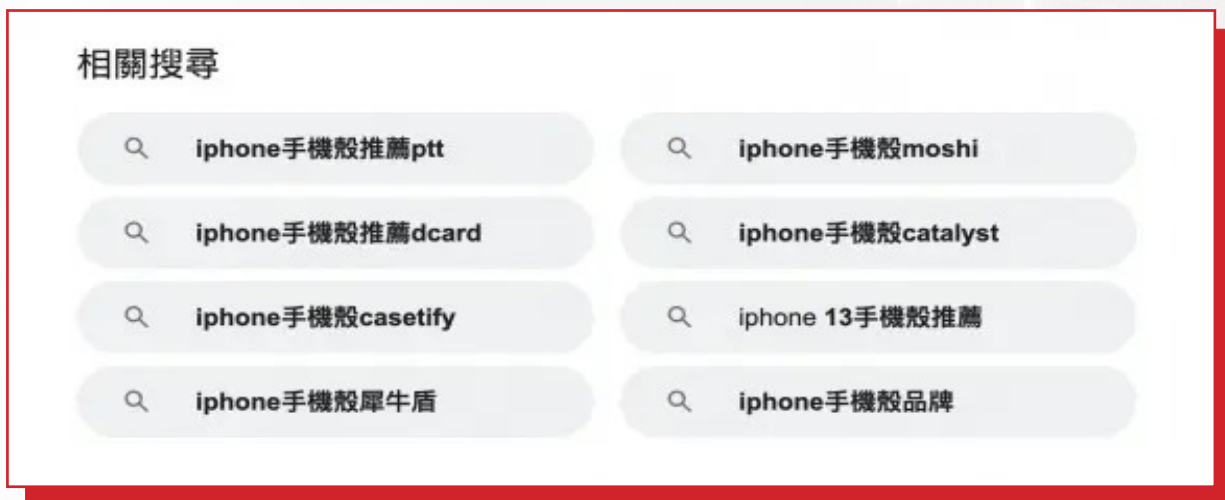
1. Google 直接搜尋、相關搜尋 ▼

這一點是最方便，也是最快速的找尋關鍵字方式，可以直接在 Google 搜尋頁面搜尋相關的字詞，假設搜尋 iphone 手機殼，這時跳出的相關字詞也是比較多人搜尋的詞，就可以針對這些詞來做延伸。

Google 直接搜尋



Google 相關搜尋



2. Google Trends

Google Trends 是一個可以研究某個關鍵字在指定區域、時間等熱度狀況。對於一些追求快時尚的品牌來說是非常重要的工具，以服飾來說，可能一個月後就過季了，但若可以掌握熱門趨勢，或許可以增加不少產品研發方向。

Google Trends 可以提供以下資訊：

- 每日的搜尋熱度狀況（前一天）
- 即時的搜尋熱度狀況（過去 24 小時內），有些地區搜尋量太低可能會沒有資料
- 關鍵字的搜尋狀況及歷史熱度
- 其他延伸的關鍵字詞狀況建議

在製作內容前，可以先行搜尋關鍵字詞的熱度，畢竟要讓人主動來找到網站，最重要就是要有人氣，才能讓人主動來尋找，因此可以用這工具來查熱度。

Google Trends



3.

各大購物平台直接搜尋

對於電商網站來說，還有一個很適合找尋關鍵字的方式就是「透過各大購物平台直接搜尋」，可以利用蝦皮購物、momo 購物網等電子購物網站，這邊有非常齊全的商品，且上面的搜尋意圖是非常強烈的購物需求，因此可以觀察這些平台的相關字詞、競品字詞等，可以增加不少關鍵字探勘時的發想。

蝦皮購物



momo 購物網



4. Google Keyword Planner

推薦最後一個關鍵字找尋工具是 [Google Keyword Planner](#)，他是在 Google Ads 內的一個關鍵字詞搜尋工具，可以探勘目標關鍵字詞在搜尋引擎上的搜尋狀況。

Google Keyword Planner 可以提供以下資訊：

- 查看目標關鍵字詞的平均搜尋量、競爭程度、競價
- 目標網站的關鍵字詞狀況
- 提供目標關鍵字詞的建議關鍵字

Keyword Planner 有一個很有趣的地方在於，可以看到對手網站的關鍵字詞狀況，俗話說，知己知彼，百戰百勝，在還不知道怎麼經營關鍵字詞前，可以先去探勘對手的字詞，而將其套用在自己的網站上，如此一來可以有效率的執行 SEO。

但要注意的是，這工具必須要正在投放廣告的使用者才可以看到精確的每月搜尋量，若是未投放過廣告，或是已經很久沒有投放，則月搜尋量只會顯示一個區間，不會顯示確切數據。但若只是小企業，仍可以用大概的區間值分析關鍵字。小技巧可以用少許金額投放低廉的多媒體廣告，則可看到確切數據。

延伸閱讀 ▶

[Google 關鍵字規劃工具教學，5 分鐘學會！規劃關鍵字一定要會](#)

Google Keyword Planner

夏季服飾

選擇合適的關鍵字

Google Ads 關鍵字規劃工具有助您採用合適的關鍵字，向理想客群投放廣告。

前往關鍵字規劃工具

取得提案

探索 研究 預估 規劃

建議的關鍵字

服飾店

時裝零售商

尋找新關鍵字

只要搜尋與自家產品/服務相關的字詞或詞組，Google 的關鍵字研究工具就會為您的商家找出最相關的關鍵字。

與 Google Ads 專家一起設定您的首支廣告活動

- 我們會協助您瞭解平台的最新動態
- 我們會妥善規劃媒體策略，讓您的預算發揮最大效益
- 我們會手把手引導您完成首支廣告活動的投放

您好！

這是您的第一個廣告活動嗎？

馬上開始

■ SEO 策略三：網站分類與架構

就如同上面提到的網站架構會影響 SEO 表現之外，根據 [SMX West](#) 公佈的研究數據顯示，品牌電商的網站分類頁 (Category page)，比起商品的詳細頁面 (Product page) 更有機會讓關鍵字排名與自然搜尋量上升，因此優化商品分類頁面對於電商網站來說，是一件很重要事情。

想像一下當消費者進入到你的電商網站，同時看到很多類似的商品，是不是能夠讓顧客更可以快速且自由的選擇想要的商品呢？因此進行商品頁的優化是很重要的一環，具體而言該怎麼優化呢？

1. 正確的使用產品類別和標籤

詳細的產品類別和標籤可以幫助整個電商網站整理產品，也可以讓消費者輕鬆找到他們想要找的正确產品，同時也可以增幫助 Google 搜尋引擎，讓他們知道這個網站內有怎麼樣的將品。

每個產品類別與標籤在 WooCommerce 中都有屬於他們的頁面，這些頁面內都有相似的產品，可以增加他們關鍵字的密度，就如同上面說的關鍵字相關性會影響 SEO 排名，越是詳細的設置這些資訊，越是可以把這些排名往上排。

好比說服飾店裡有男裝、女裝、珠寶等類別，這些類別還可以分成子類別，增加夏天、冬天、時尚等標籤在內，都是個不錯的做法，而這點取決於 WooCommerce 的佈景主題，有些佈景主題會自動設置好，只需要輸入文字即可。

2. 不同產業商品分類

如同上面的分類標籤，大部分的產業都會先從廣泛關鍵字設定為產品類別，再來是子類別設置一些主體關鍵字，最後以長尾關鍵字設定詳細的商品頁面。但若是您的產業，產品編號是被客戶廣泛熟知，則可以使用編號作為子分類名稱，但若只是公司內部的自訂編號，則不建議設為分類名稱，還是以有搜尋量的關鍵字做設定，如：功能。

將廣泛關鍵字設定為產品類別

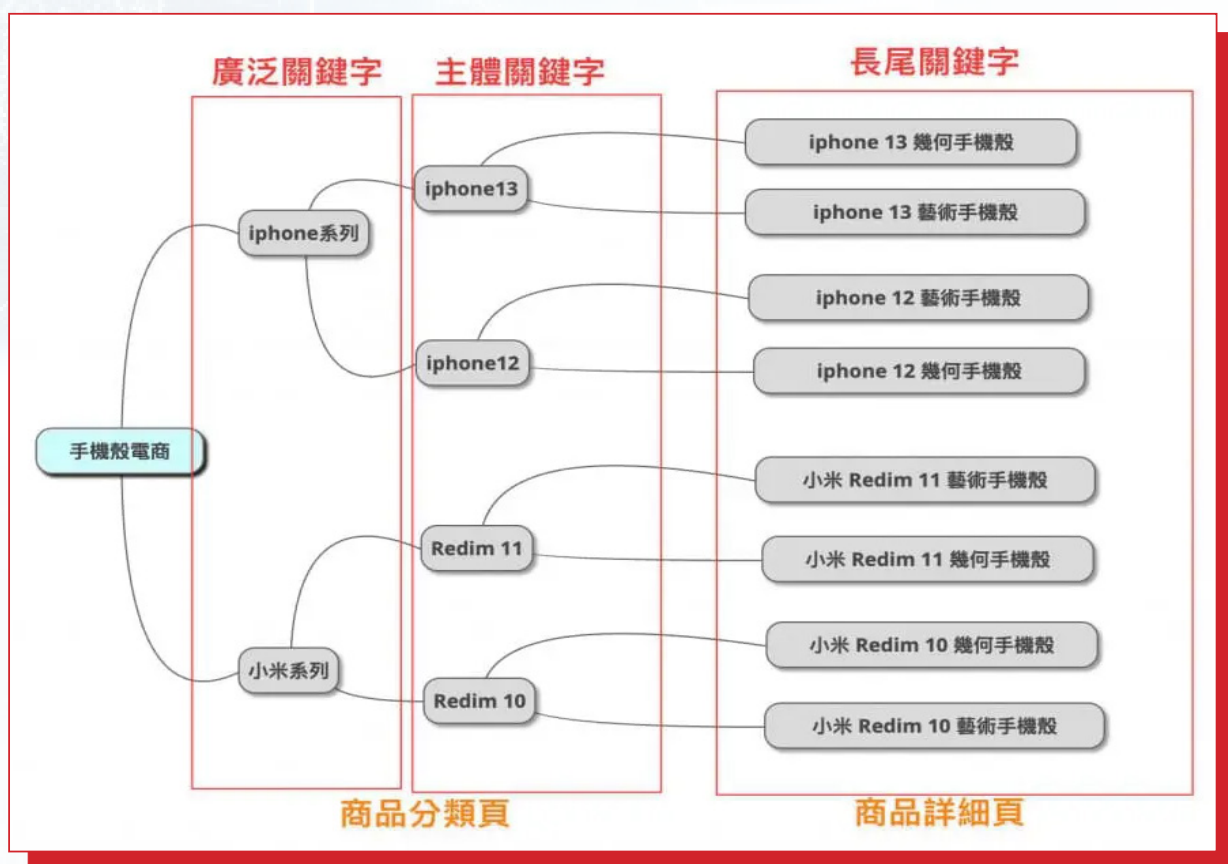
- CPU
 - Celeron / Pentium
 - INTEL-Core i3
 - INTEL-Core i5
 - INTEL-Core i7
 - INTEL-Core i9
 - INTEL-EVO
 - AMD-R3
 - AMD-R5
 - AMD-R7
 - AMD-R9
- 顯示卡
 - 內顯
 - Nvidia
 - MX
 - GTX
 - RTX
 - 其他
- 尺寸
 - 13吋以下
 - 14吋
 - 15吋
 - 16吋以上
- 作業系統
 - Windows 11 Home
 - Windows 11 Pro
 - Windows 10 Home
 - Windows 10 Pro
 - ChromeBook

The screenshot displays a collection of laptops categorized by brand and specifications. Key models include the Acer Nitro 5 (15.6" FHD, GTX 1650), ASUS X1503ZA (15.6" W11 Home, i5-12500H), MSI Prestige 14 (14" A115C-204TW, i7-1195G7), HP 14 (14" i5-1155 G7), Legion S7 (15.6" R7★RTX3050Ti), AVITA 14 (14" i5-11400H), ASUS ZenBook Duo 14 (14" i7-1195G7), MSI Raider GE76 (17.3" i9-12900HK), Lenovo Gaming 3 (15.6" RYZEN 7), ASUS ROG Zephyrus G14 (14.0" R9-5900H), and ASUS VivoBook 15X (15.6" i5-12500H). Each listing includes the screen size, processor, graphics card, storage, and price.

3. 優化商品分類頁

要將商品分類頁做 SEO 優化，首先要做的是要畫出網站的架構圖，商品分類頁就像是網站的主幹，可以先行畫出網站分之圖，再來進行商品的優化。

網站商品分類頁範例



當然這只是範例，實際上的分類不會像這樣這麼陽春，要記住的是，每一個分類路線都是一個行銷上的轉換，假設第一層的關鍵字詞，不會是消費者常搜尋的字，那麼會讓消費者第一時間就找不到他想要的產品，可能會因為這樣而離開網站，這就是考慮到使用者體驗而需要做的調整。

因此關鍵字的探勘可以說是非常重要的事情，可以根據販售最好的商品當作是大分類，再來依序排列下來，這邊提供小技巧是，可以設置一熱門商品等內容，與其讓消費者慢慢找尋，不如直接幫他們選，這樣還可以稍微提高些銷售哦！

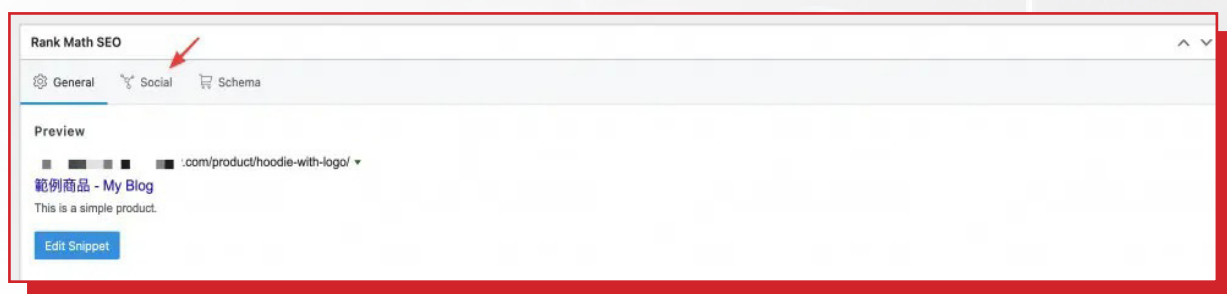
4.

設定商品分類 SEO

設定商品類別的 SEO 也是很重一件事，可以在每一個商品分類頁設置標題 (Title)、中繼說明 (Meta Description)，並且將廣泛、主體與長尾關鍵字詞設置其中，可以增加該商品的 SEO 程度。

以 WordPress 為例，一般我們常用的外掛 [Rank Math](#)，就可以很方便的協助設定商品的 SEO，只要將上面的內容填妥，就可以讓 Google 演算法更容易理解這些商品的內容，可以更有機會的在搜尋結果上得到很好的排名。

Rank Math SEO 介面



Preview Snippet Editor

General

Social

Preview

'product/hoodie-with-logo/ ▼

範例商品 - My Blog

This is a simple product.

Title 1

14 / 60 (170px / 580px)

%title% %sep% %sitename%

▼

This is what will appear in the first line when this post shows up in the search results.

Permalink

57 / 75

hoodie-with-logo

This is the unique URL of this page, displayed below the post title in the search results.

Description 2

25 / 160 (151px / 920px)

This is a simple product.

▼

This is what will appear as the description when this post shows up in the search results.



■ SEO 策略四：站內頁面優化

在闡述完網站架構與分類頁面後，接下來就是針對所有網站內的各個項目做 SEO 調整的建議。有學過網站的人應該知道，網站是由 HTML 的撰寫所架設的，也因此 Google 皆是透過爬取 HTML 資料來排序的，也就是說將 HTML 資訊調整的好，就更有機會讓 Google 讀懂你的網站是什麼，更可以爬到高分，而最基本要調整的有網頁的標題 (Title)、中繼說明 (Meta Description)、H1H2 標籤、圖片 ALT 屬性等內容。

1. 網頁的標題 (Title)

每個頁面的標題是最大的重點，因為這些標題會出現在 Google 的搜尋引擎上，依據 Google 的 SEO 公開入門指南中所示，「**每個標題需要準確的描述網頁內容，用簡短明瞭的方式且獨一無二的去設置**」。

這邊要注意的是，切記不要用太多關鍵字去唐塞，也不要過於內容農場的標題，也不要使用特殊的符號，更不要只有輸入空白或者是不輸入，這邊都會被 Google 判定是有問題的內容，而降低分數的。

最好的方式是帶有關鍵字敘述，若需要放品牌名、品牌 Slogan，則可以放在敘述後，讓 Google 可以先讀到標題的關鍵字，且字數在 25 個中文字左右為最佳。可使用 [Google search results preview tool](#) 去確認，標題長短是否適合。

延伸閱讀 ▶

[怎麼做才能寫出 Google 喜愛的 SEO 文章標題](#)

2. 中繼說明 (Meta Description)

這個中繼說明是 Google 在判斷標題之外，另外一個判斷網頁內容的依據，也可以提供消費者在讀取標題之外，可以了解該網頁在說明一些什麼樣的內容，也是一個極為重要的優化地方。

建議是衍生 Title 沒有辦法說明的內容，且要與整個網頁有高度的關聯性，也可以加入 2~3 個關鍵字詞在內，並且保持語意通順，最後更重要的一點是，不要讓每一個頁面都用相同 Meta Description，這樣反而會造成重複性問題而讓 Google 難以判斷，字數也需要控制在 100~150 個中文字左右為最佳。

標題下方為 Description

<https://www.apple.com> › Mac › MacBook Pro ▾

購買13 吋MacBook Pro - Apple (台灣)

13 吋MacBook Pro，現在配備全新Apple M1 晶片，擁有歷來最快的效能與全新可能性。立即購買。

\$39,900.00 至 \$45,900.00

3. H1H2 標籤

H 標籤全名是 Heading tags，主要是用於網站架構的 HTML 程式語言，是用來強調文章內容的方式。也是 Google 爬蟲都在讀取的資訊，前面有提到要讓 Google 看懂網站在講什麼，因此 H 標籤絕對不可以少。

以文章為例，一篇好的文章內容，通常會分別有「文章主標題」、「副標題」、「小標題」.. 等等，以 H 標籤來劃分的話，分別是 H1、H2、H3、H4、H5、H6，數字由小排到大，數字越小代表標題重要性越高，基本上常用的標籤就是 H1、H2、H3，後面 H4、H5、H6 相較其他資訊較為不影響。

這邊要注意的是 H1 標籤一個頁面只會有一個，有些網站可以設定好幾個 H1 標籤，但這會干擾 Google 判斷你的網站標題為何，因此只能設置一個 H1 的標籤。至於 H2 之後的標籤，則沒有限制組數。

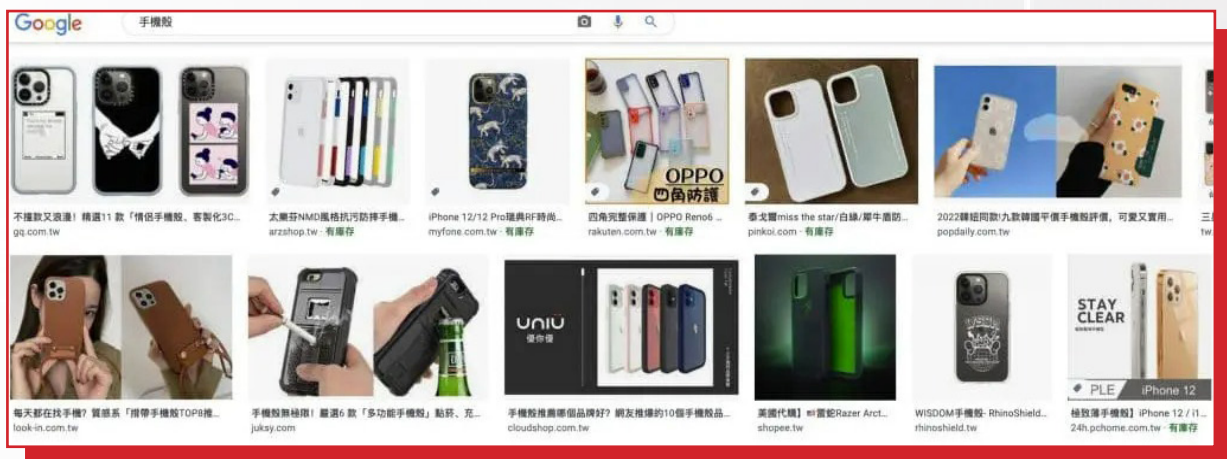
4. 圖片 ALT 屬性

圖片 ALT 全名是 Alternative text，意思是圖片替代文字，主要是用於網路速度太慢、圖片檔案出錯，甚至是瀏覽器禁用圖片等「圖片失效時」，這 Alt 就可以替代文字描述圖像的內容，作為補救措施，同時 Google 也是利用這些描述內容來判斷這個圖片是什麼東西。

而 ALT 還可以做 SEO，提供完整的句子來描述圖片中的內容，且最好是與內文有所關聯，如此一來就完成圖片 ALT 屬性的優化了，不難想像，當想要找尋某種款式的衣服時，肯定是會直接在搜尋引擎輸入相對應的關鍵字，再來點選圖片一次看有哪些相似的服飾對吧？而這些就是 ALT 屬性可以幫助到的地方。

因此對於電子商務網站來說，ALT 是一個需要規劃完善的地方。以 WordPress 為例，這些圖片會出現在「媒體庫」，點選圖片後，將這些替代文字都一一做說明，就完成 ALT 屬性的優化了。

WordPress 的媒體庫可直接編輯圖片 ALT 屬性



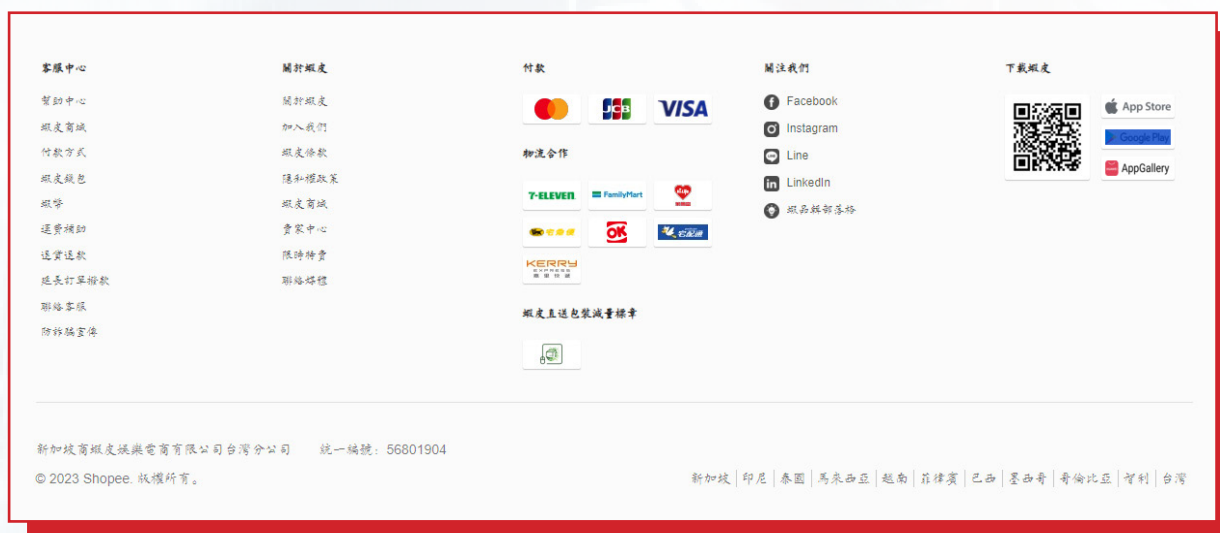
■ SEO 策略五：網站內容行銷規劃

SEO 的優化大致分成兩個部分，一是網站的架構，二是網站的內容，在前面的一些事項說明了網站架構與關鍵字的優化，接下來對於 SEO 是很重要的部分，那就是網站內容，而內容又可以分成網站的頁首與頁尾、產品頁面等資訊。

1. 網站頁首與頁尾優化

網站的頁首，也就是使用者會率先點擊近來看到的資訊之一，可以將目錄資訊用樹狀圖方式來排序優化，頁尾的地方也建議品牌電商一定要建立「退換貨政策」、「常見問答」、「隱私權政策」等內容，特別是 **YMYL** 產業，不僅可以提升更好的服務體驗，增加信任感之外，Google 也會因為有這些資訊的設置，而提升你的網頁權重，同時在投放 Google 購物時，這些頁面的項目，也會影響廣告的投遞，因此越早設置好越好。

範例：蝦皮的頁尾資訊



2. 產品頁面優化

產品的頁面對於品牌電商來說是非常重要的一個地方，畢竟是要販售些東西，也是消費者必經之路，因此乾淨、簡單又整潔的資訊，可以協助使用者找到相對應的需求。

要注意的是，雖然說介紹產品時用圖片來介紹是一件非常舒服的事情，可以用很漂亮的圖片以及使用情境，來吸引消費者的購買意願，但這樣做對於 Google 來說是一件不好的事情，因為他們沒辦法讀懂圖片在說什麼，就此會下降 SEO 的排名。

因此產品的「文字敘述」必需要輸入文字，且加上幾組關鍵字詞在內，如此一來就可以讓 Google 讀懂，排名就隨之增加了。折衷的方法，可以文字與圖片交叉，可以兼顧 Google 理解與網頁美感需求。

3. 經營 Blog 且持續發布內容

除了把產品頁面都優化完成之外，還有一個很棒的方式來經營 SEO，那就是透過 Blog 的形式來經營。就如同前面所說的，網站權重來說至少要超過 100 個頁面才算是有些許份量的網站，好不容易把網站的頁面開設了 100 個頁面了，那麼再來就可以好好的經營部落格內容了。

像是可以撰寫「夏日防曬乳十大推薦」、「萬人推薦的防摔手機殼實測」、「日本鄉民爆推，神級居家好物」等等的內容來吸引淺在的消費者，再來

就是新增一些 CTA 來推廣自己所販售的產品或活動頁面，不但可以增加 SEO 的排名，還可以實質的得到一些產品的轉換。

但更重要的是持續發布的內容，對於 Google 來說新聞媒體類的網站，大概每小時都會更新，因此時常去爬取資訊，就怕錯過了新內容的誕生；假設你的網站一個月一次，甚至是一季才發布一次新內容，那麼對於 Google 來說你的網站不太重要，因此幾個月再去爬一次也沒什麼問題，所以這樣的 SEO 能力會稍微下降一些。

延伸閱讀 ▶

[內容行銷是什麼？不會寫文章，也能用 6 個步驟打造優質內容](#)



■ SEO 策略六：外部連結建立

網站建立外部連結，目的是為了提升內容相關性，有時也是為了補充內文的佐證資料來增加可信度，但這一點不是說，你的網站隨便搪塞各種連結就是做了外部連結，但近年來 Google 非常在意內容的相關性，因此外部連結沒有做好，也有可能會受到 Google 演算法的懲罰。



Google 會針對錨點文字和周圍的內容與連結的內容做比對，如果內容相關，會提升頁面的一些相關性。假設你的品牌電商是 iPhone 手機殼的網站，新增一些到 Apple 公司的網站是再合理不過了。

補充一點，若是由另外一個角度出發，當其他的網站外部連結指向你的網站，搜尋引擎則會自動判斷你獲得其他網站的背書，這則稱之為「反向連結」。假設你受 Apple 公司的反向連結，那麼也就是被官方所認可，網站的權重則會得到不少提升。

延伸閱讀 ▶

[反向連結懶人包！了解連結規則，才能在 SEO 取得好排名](#)

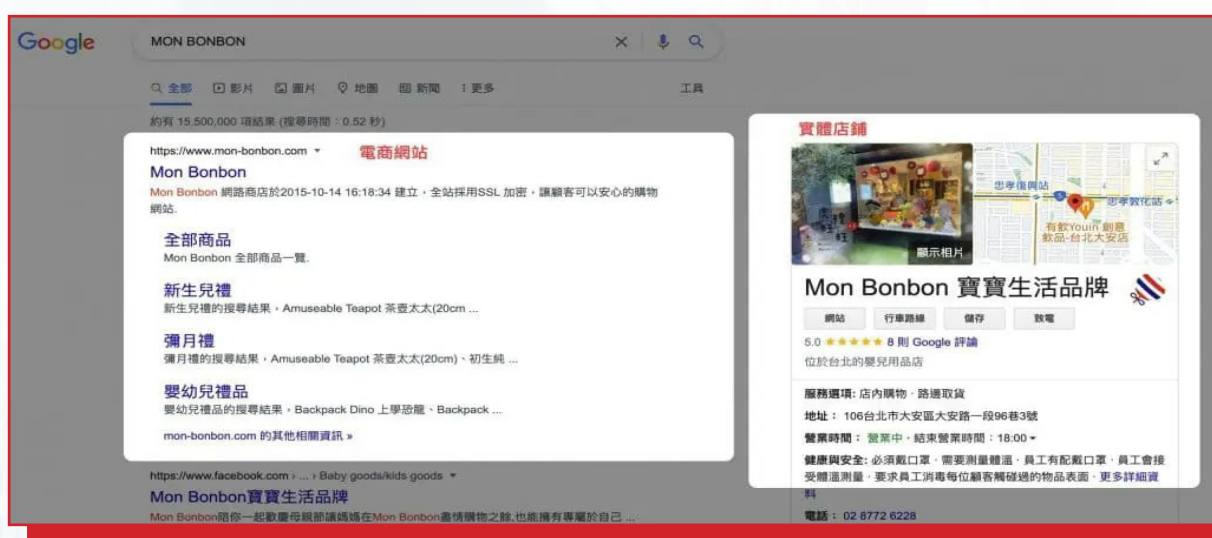
[網站連結優化秘技公開！內外部連結技巧讓 SEO 文章排名到首頁](#)

■ SEO 策略七：Google 我的商家 SEO 優化

品牌電商的最後一招可以做的項目就是「Google 我的商家 SEO 的優化」，根據 Google 演算法來說，會針對你的地區不同，而提供不同的搜尋結果給使用者，假設你在台北市中正區搜尋「餐廳」，那麼 Google 會以你最近的位置推薦一些餐廳或文章，以提高搜尋結果的幫助。

對於品牌電商來說，大部分都是沒有實體的店鋪作為營運的，但總是有一個辦公的地點對吧？因此可以建立一個辦公地點的地址作為 Google 我的商家的設置，可以將公司的地址、網站連結、客服資訊等內容放到 Google 我的商家內，同時也可以提升搜尋者的信任感。

有時候也可以提供消費者直接到辦公室取貨的服務，更重要的是有些關鍵字詞還會出現地圖等版位，而且這些版位是免費的，如此好用的工具怎麼可以錯過呢？因此推薦品牌電商們都一定要來設置這樣的內容。如果你還有實體店面，更是要好好經營 Google 我的商家 SEO。



延伸閱讀 ▶

Google 在地商家 SEO 優化策略，實體店家必須掌握！

為什麼把 Google 我的商家及五星評價提升很重要？

Google 我的商家是 Google 推出的一項免費服務，只要通過幾簡單的申請與認證之後，就可以讓自己的公司資訊出現在 Google 地圖上，不僅能夠了解店家提供的資訊之外，也可以知道店家在網路上的評價，快速讓消費者了解你的店家。

根據調查：

- 86% 的消費者會閱讀 Google 我的商家評論（18-34 歲的消費者其中 95%）
- 57% 的消費者只會選擇評價在 4 顆星以上的店家
- 89% 的消費者會閱讀店家對客戶評價的回覆
- 消費者平均閱讀 10 則線上評論 才會開始信任店家
- 18-34 歲的消費者中有 91% 更相信網路評價及口碑推薦

所以增加五星評論在「Google 我的商家」可以增加網站流量、電話量、曝光度、諮詢量、是簡單又對集客而言十分重要的網路行銷工具之一。

進行 Google 我的商家的四大優化指標：

- 1 提供店家完整的資訊內容
- 2 定期發佈優質的商家貼文
- 3 累積商家的評論與分數
- 4 積極回覆消費的意見與評論

使用 Google 商家資訊可有效吸引在 Google 中尋找您的消費者上門。戰國策同時提供 [Google 我的商家代運營及增加五星評價的行銷服務](#)，分享商家實用資訊、各種最新消息或特惠活動的舉辦時間，用心與顧客建立穩固關係，藉由直接回應留言和評論積極與消費者互動交流。藉此提升客戶的來電及來店率，有效提升業績。

台中西餐廳



執行前

3.7 ★★★★★ 6 則 Google 評論

位於臺中的餐廳

服務選項: 店內購物・來店取貨

地址: [模糊]

營業時間: 已打烊・開始營業時間: 14:00

提出修改建議・你是這個商家的擁有者嗎?

新增缺少的資訊

新增地點的電話號碼

執行後

4.6 ★★★★★ 187 則 Google 評論

位於臺中的餐廳

服務選項: 店內購物・來

地址: [模糊]

營業時間: 已打烊・開

提出修改建議・你是這

新增缺少的資訊

新增地點的電話號碼

- 評價提升到4.6
- 銷售業績成長30%
- 來電數成長40%
- 網站曝光度成長15%

台中醫美外科診所



執行前 行車路線 儲存 致電

3.9 ★★★★★ 49 則 Google 評論

位於臺中的整形外科

地址：[模糊]

營業時間：已打烊 · 開始營業時間：13:00 ▾

電話：[模糊]

預約：line.me

提出修改建議 · 你是這個商家的擁有者嗎？

執行後 行車路線 儲存 致電

4.8 ★★★★★ 195 則 Google 評論

位於臺中的整形外科

地址：[模糊]

營業時間：已打烊 · 開始營業時間：13:00 ▾

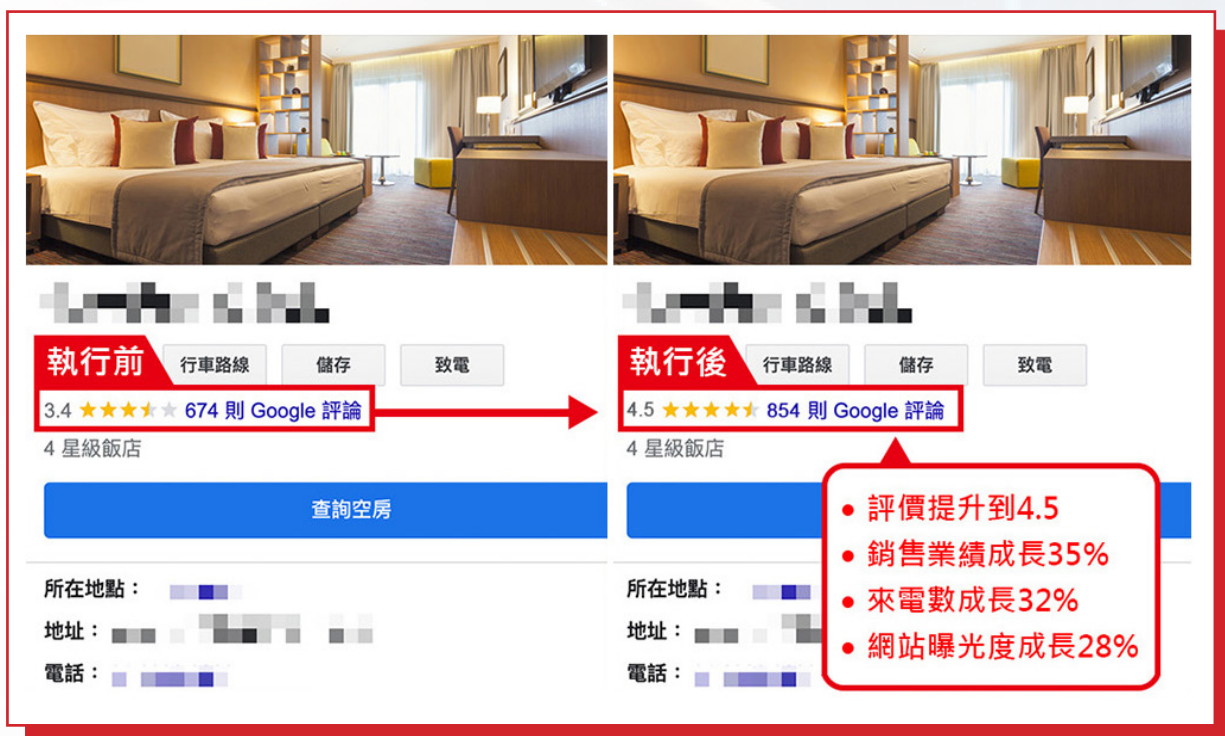
電話：[模糊]

預約：line.me

提出修改建議 · 你是這個商家的擁有者嗎？

- 評價提升到4.8
- 銷售業績成長25%
- 來電數成長36%
- 網站曝光度成長20%

高雄四星級飯店



執行前 行車路線 儲存 致電

3.4 ★★★★★ 674 則 Google 評論

4 星級飯店

查詢空房

所在地點：[模糊]

地址：[模糊]

電話：[模糊]

執行後 行車路線 儲存 致電

4.5 ★★★★★ 854 則 Google 評論

4 星級飯店

所在地點：[模糊]

地址：[模糊]

電話：[模糊]

- 評價提升到4.5
- 銷售業績成長35%
- 來電數成長32%
- 網站曝光度成長28%

網站 SEO 優化項目檢查表

SEO 策略	檢驗項目
網站佈局的優化	網站是否為響應式設計？
	網站是否有獨立網域？
	網站是否有SSL加密協議？
	網站是否已串接Google Search Console？
	網站是否有Sitemap，並上傳、提交Google Search Console？
關鍵字的研究	網站是否有使用結構化資料？
	網站是否有規劃關鍵字並安置於適合頁面？
	網站是否有正確的使用產品類別和標籤？
網站分類與架構	網站是否有優化商品分類頁？
	網站是否有設定商品分類SEO？
	網站是否有設定網頁的標題(Title)？
站內頁面優化	網站是否有設定中繼說明(Meta Description)？
	網站是否有設定H1、H2標籤？
	網站是否有設定圖片ALT屬性？
網站內容行銷規劃	網站頁首與頁尾是否優化？
	網站產品頁是否有面優化？
	是否有經營Blog且持續發布內容？
外部連結建立	網站是否有持續規劃外部連結建立？
Google 我的商家 SEO 優化	網站是否針對實體店面經營Google我的商家 SEO 優化？

Part ④

SEO 要經營的好 「持續」最重要

- 客戶SEO成功案例
- 戰國策SEO優化服務
- 知名企業客戶

■ SEO 要經營的好「持續」最重要

說了這麼多的 SEO 全攻略的內容，相信讀到這邊的你一定有些許收穫，事實上 SEO 手法有很多種，要把每一種都做到 100 分是需要很多時間且難度很高的，但 Google 的核心概念一直都是「提供最正確且有用的資訊給使用者」。

要做到這一點除了要讓 Google 爬蟲看懂你的網站在做什麼之外，提供正確又可靠的內容也是相當關鍵的一部分。而要把 SEO 經營的好，長時間經營是必須的，根據多位 SEO 專家的說法，至少要 6~12 個月的 SEO 優化，才可以看出 SEO 的效果，因此持續且耐心的經營才是 SEO 優化上最重要的一環。

延伸閱讀 ▶ [品牌執行 SEO 網站策略，要寫幾篇文章，多久才可以排上排行榜呢？](#)

以上就是本次的 SEO 全攻略的分享，若是對於以上內容有些許不懂，或者是一些內容想要找專家來解釋的，都非常歡迎直接聯繫我們戰國策，將有最專業的顧問團隊為您一一解答，一起讓你的品牌電商衝到排行榜的高峰！

GODA- 台中鞋店

月份	曝光次數	點擊次數	第一頁關鍵字數	交易次數
2022/05/1~31	26,800	1,689	103	13
2023/03/1~31	529,000	19,700	771	41
成長%	▲1,873%	▲1,066%	▲648%	▲216%



地圖 購物 圖片 推薦 dcard 新聞 影片 書籍 航班 財經

約有 15,700,000 項結果 (搜尋時間: 0.28 秒)

搜尋結果: 台中市 · 選擇地區

GODA 夠搭選貨商店
https://www.goda666.com, blogs, taichungshoes

【台中鞋店推薦】想買鞋？就怕這10家台中選貨店讓你逛斷腿

2022年7月11日 — GODA不僅提供各大球鞋品牌、潮牌的鞋子衣服，還會賣一些時尚配件等，商品皆是正品公司貨，基本上很多鞋款這邊都找得到；另外還提供業界首創的「尋貨服務」...

美仁欣 - 玻尿酸拉提

月份	曝光次數	點擊次數	第一頁關鍵字數
2022/09/1~30	21,300	846	4
2023/09/1~30	257,000	5,789	732
成長%	▲1,107%	▲784%	▲10,700%



玻尿酸拉提

約有 5,370,000 項結果 (搜尋時間：0.23 秒)

雅丰診所
<https://www.aphrodite.com.tw> > aesthetic-surgery-serv...
玻尿酸臉部拉提應用與功效
 玻尿酸拉提注射，打造立體輪廓及雕塑臉部線條，向來是玻尿酸的強項，新式拉提打破玻尿酸填補凹陷的觀念，在臉部兩側各注射八個關鍵支撐點，以少量大分子玻尿酸順型打底撐起...

ISKIN尚行美健康聯合診所
<https://www.iskin.com.tw> > service > 玻尿酸-中頰拉...
玻尿酸-中頰拉提及法令篇
 玻尿酸-填補凹陷，針對中頰拉提及法令(改善淚溝、法令紋、木偶紋、夫妻宮)、讓五官更立體(隆鼻、山根、填下巴、蘋果肌、豐唇)以及改善小局部凹洞填補(痘疤)。

林政賢皮膚科診所
<https://www.dr-skin.com.tw> > health > view
玻尿酸8點拉提術，拉提效果立見，長效持久
 2012年12月7日 — 在進行Voluma V+ 8點拉提注射，以及填補下巴(共2cc)後，淚溝明顯改善，下臉頰也向上拉提，臉形變得較為修長，從無精打采的素人，變成神采飛揚的明星臉囉...

美仁欣診所
<https://www.beauty-beauty.com.tw> > info > 玻尿酸拉提
【玻尿酸拉提】NEW！全新臉部拉提概念（案例），逆轉你的...
 2022年9月20日 — 四、玻尿酸拉提施打常見8大部位：顴骨弓：具有拉提整個中半臉的功效。 · 眼窩：填補眼窩能讓您立即減齡。 · 淚溝：臉部輪廓的立體感明顯增加。 · 蘋果肌...
 玻尿酸拉提是什麼？為什麼可以... · 玻尿酸拉提施打的常見8大部位



■ 戰國策 SEO 優化服務

戰國策擁有超過 20 年的網路相關服務經驗，服務超過上百間大企業，是一個很穩健的團隊，當競爭對手都還在花費投放網路廣告，只要透過專業的 **SEO 關鍵字優化規劃**，就能夠讓貴公司享有長期免費流量，穩穩的佔領 Google 搜尋頁面的第一頁，每天都有新訪客到訪，達成穩定高流量，搭配**內容行銷**的手法與規劃，順利讓整體企業形象加分以外，更能夠實質的幫助企業的整體 SEO 優化。若是有不懂得地方，歡迎聯繫我們，將有最專業的顧問與您聯繫，量身為您的品牌打造最適合您的方案。

延伸閱讀 ▶

● [台灣 SEO 優化服務](#)

● [美國 SEO 優化服務](#)

● [新加坡 SEO 優化服務](#)

● [馬來西亞 SEO 優化服務](#)

● [印尼 SEO 優化服務](#)

● [戰國策 SEO 經銷商計畫](#)

有任何問題，歡迎撥打

免付費專線：**0800-003-191** 或

LINE ID：**@119m**，將有專人為您服務！



戰國策集團

SINCE 2000