

練習文章格式

關鍵字:SEO文章架構

每月搜尋量區間:100 - 1000

文章需求的判斷:自然流量, 有人搜尋

這篇文章為何跟業主的產品服務有關:

使用 cmd + F or Ctrl + F 進行搜尋

關鍵字研究	
文章標題	關鍵字出現次數
SEO文章怎麼寫?7招拆解文案結構, 教你寫好SEO文!	1
如何寫出符合SEO結構的文章?想做好SEO先搞懂文章怎麼寫	0
打造好的 SEO文案(初學者篇)- 認識文章結構	0
SEO 文章怎麼寫? 關鍵字研究、議題、寫文案通通教給你!	0
SEO文章要怎麼寫才符合SEO架構?	0

建議為上述平均的1.5倍, 至少10個!

本篇文章總共出現關鍵字次數:18

大小標題的關鍵字次數:8

內文的關鍵字次數:10

本文為何能夠競爭 SEO 第一名:

1. 直線競爭
2. 原創

架構以及內文

.

別再亂寫！搞懂SEO文章架構，排名與流量一起來



(圖片來源: Photo by [Lukas Müller](#) on [Unsplash](#))

我們身處在資訊量爆炸多的網路時代，想讓一篇文章脫穎而出、穩居搜尋引擎首頁前幾名，關鍵不只是關鍵字，而是SEO 文章的整體架構。

「SEO文章架構」，不只是排版好看，更是讓搜尋引擎理解內容邏輯、讓讀者不知不覺讀得它的技術。

這篇文章將從觀念釐清、技巧整理、實戰練習，完整解析高排名SEO文章的架構秘密，無論你是寫部落格、官網內容，還是品牌行銷文案，都能學會一套實用、有效的 SEO 架構寫作法。

1.什麼是 SEO 寫作？為什麼SEO寫作在現在特別重要？SEO 文章與一般文章有什麼差異？什麼是 SEO文章架構？



(圖片來源: Photo by [Edho Pratama](#) on [Unsplash](#))

什麼是 SEO 寫作？

SEO寫作是指創作讓Google讀得懂、使用者有興趣想閱讀、願意分享、轉發的優質內容。

目標是寫出跟搜尋關鍵詞高度相關的文章，提供完整資訊，讓Google 覺得這篇內容值得排在前面。

SEO寫作的工作流程包括：研究、發想主題、規劃內容、撰寫初稿、優化文章。

目的是讓內容更容易在網路上被看到、吸引流量、抓住目標讀者，並促使他們採取你希望的行動。

只要SEO文章優化得好，SEO寫作能幫助你：

✓提升網站能見度

✓吸引更多潛在客戶

✓在你的專業領域中建立權威、增加信任感和影響力

高品質的SEO內容還能過濾掉對你產品沒興趣的人，避免網站數據被影響，你吸引到的會是對你的專業有興趣、願意追隨你的讀者。

為什麼SEO寫作在現在特別重要？

💡 更好的曝光

數據會說話：一半以上的點擊都發生在首頁搜尋結果前三名。所以你的頁面排名越高，看到的人越多，這些人就有機會成為你的粉絲、甚至是未來的客戶。

但要讓Google把你的頁面放前面，光有好內容還不夠，還需要正確的優化方式，而這正是SEO寫手的專業強項。

💡 獲得更多反向連結

好的SEO內容會讓讀者停留更久、跳出率更低，還會獲得讀者留言與社群分享。只要能滿足搜尋意圖，就能讓內容獲得讀者認同，也更容易獲得其他網站的引用連結。

反向連結對SEO排名很重要，現在的重點已經從過往的「數量」轉向現今的「品質」。

有深度、優化完善的內容，更容易獲得同領域權威網站的連結，向Google 傳達你的文章內容是可靠又具有高價值的。

💡 更高的排名

SEO寫作的關鍵在於策略性地使用SEO關鍵字，來達成「搜尋任務完成度」(Search Task Accomplishment, STA)。

「搜尋任務完成度」指的是：搜尋結果是否能幫助使用者完成他們的搜尋目標，以及他們在找到內容後是否感到滿意。

簡單說，SEO寫作就是讓內容有明確目的，幫助使用者解決具體問題，這樣Google才會認為這篇文章值得高排名。

SEO 文章與一般文章有什麼差異？

雖然多數文案寫手擅長駕馭不同題材與風格，但要真正寫出能讓搜尋引擎喜歡、能脫穎而出的SEO文章，卻需要額外的專業技巧與邏輯思維。那麼，SEO文章與一般文章究竟有哪些差異呢？

一般文章的核心目的是溝通與表達，內容可包羅萬象，像是散文、報導、隨筆、社群貼文等，重點在於與讀者建立情感連結或傳遞資訊。

而SEO文章則有雙重任務：除了提供對讀者有價值的內容外，還必須考慮搜尋引擎的收錄邏輯，像是關鍵字佈局、標題結構、內文層次、甚至內容長度等，都是影響排名的關鍵因素。

簡單來說：

一般文章重視內容本身的可讀性與表現力；

SEO文章則必須兼顧讀者需求與搜尋機器的運作機制，形式上也較偏好條列、分段清晰、且有明確主題的長文內容。

什麼是 SEO文章架構？

SEO文章架構	
重點	說明
了解搜尋意圖	判斷讀者是想找資訊、比較產品、直接購買產品，內容要符合需求。
鎖定正確關鍵字	選擇有搜尋量、符合主題的關鍵字，自然融入標題與內文中。
加入LSI關鍵字	補充語意相關字詞，幫助Google更懂你的內容，提升排名機會。
下標要有情緒張力	標題有情緒、數字或疑問句，更容易吸引點擊。
優化Meta標題與描述	精簡、有吸引力的文字，讓搜尋結果看起來值得點。
注重內容結構	善用H2/H3標題、段落與項目符號，讓內容清楚又好讀。
使用短網址	簡單有關鍵字的網址，不但好記，也有助於SEO。
圖片也要做SEO	設定ALT文字、檔名含關鍵字，並壓縮圖片大小，加快讀取速度。
定期更新舊內容	加入新資料或趨勢，提升內容價值，讓Google持續青睞。

想讓SEO文章有排名、能吸引讀者，以下關鍵步驟不可少：

掌握搜尋意圖、精準鎖定關鍵字、寫出有感標題、善用內容結構、短網址最有利、圖片也要優化、舊內容要持續優化。

除了上方表格已精簡重點，下方也會一一詳列說明何謂完整的SEO文章架構。

請記得SEO寫作不是堆砌關鍵字，而是站在搜尋者角度，打造結構清晰、語意完整、具體有料又容易被Google理解的內容。

這樣一來，你的文章才有機會排名到首頁，又讓讀者停下來仔細閱讀，進而帶來轉換與信任。

當一個SEO寫作者要寫出有能見度、能排上搜尋排名的內容時，會做以下幾件事來確保SEO文章架構是完整的：

了解搜尋意圖

Google評估頁面排名時有數百種演算法與因素，所以沒人能保證哪個方式一定有效。

不過Google 有提供明確的指引，說明什麼樣的內容會被認為是高品質的：

那就是 E-A-T (Expertise 專業性、Authoritativeness 權威性、Trustworthiness 可信度)。雖然它不是傳統的排名因素，但它仍是SEO寫作者進行內容優化的重要依據：

✿ 內容來自專家或具可信度的來源

✿ 符合語意搜尋 (Semantic Search) 的原則

✿ 對讀者有實際幫助

到了2023-2024年，E-A-T升級為 E-E-A-T，多了一個「Experience」(經驗)。換句話說，Google 現在特別重視那些「作者親身經歷」的內容。

Google會根據使用者與你網站的互動來判斷你的內容值不值得排前面。

因此，你的內容必須符合搜尋者的搜尋意圖，讓使用者有好的體驗。

搜尋意圖就是使用者為什麼搜尋這個詞。

他們是想了解某個主題(資訊型搜尋)？還是想比較選項(導航型)？

還是已經準備好要購買或下單了(交易型、商業型)？

那Google怎麼知道你的頁面有沒有符合搜尋意圖呢？

看的是「停留時間」和「跳出率」！

如果有人點進來，待了幾分鐘沒馬上離開，Google就會認為這頁面是有價值的。因此，SEO寫作的任務，就是讓讀者能夠在你這裡找到他們要的資訊。

那要怎麼判斷關鍵字背後的搜尋意圖呢？

看關鍵字詞組，例如「什麼是」、「如何做」通常是資訊型；「報名」、「購買」、「註冊」則是交易型。

每次準備要寫一個關鍵字之前，先搜尋一下該關鍵字，看排在首頁前幾名的內容，跟著那個方向寫。

看Google搜尋頁下方的「其他人也搜尋了」區塊，那裡的問題可以幫助你了解讀者在想什麼。

✓ 鎖定正確的關鍵字

SEO離不開關鍵字。這些字就是搜尋引擎用來理解你內容、幫你排位置的重要依據。

現在搜尋引擎會使用語意分析 (Semantic Search) 來理解查詢背後的意圖：包括使用者的情境、自然語言處理、搜尋紀錄脈絡與實體辨識。

所以除了你想主打的核心關鍵字之外，建議你加入以下幾種關鍵字：

長尾關鍵字：這些是讀者實際會搜尋的問題，有時和搜尋引擎建議的不太一樣，可以去論壇、社群挖寶。

垂直關鍵字：和你產業相關的其他領域關鍵字，可以幫你吸引更多類似目標群。

利基關鍵字 (LSI) : 和你核心關鍵字概念上有關聯的詞, 能幫搜尋引擎更清楚理解你的內容主題。

✓ 一定要加上LSI關鍵字

現在 Google 會看你是否放入語意相關的詞彙, 也就是LSI (Latent Semantic Indexing) 關鍵字。

LSI關鍵字就是同義字或概念相近的詞, 用來幫助搜尋引擎理解你在說什麼主題。

比如你寫一篇關於「搖擺舞」的SEO文章, Google怎麼知道你講的是會讓身體搖擺的舞蹈, 還是指以爵士樂為基礎跳的Swing Dance搖擺舞? 這時候你加上像「爵士樂」、「藍調」、「第二拍是重拍」這些詞, 就能讓Google知道你指的是「Swing Dance搖擺舞」。

在Google搜尋結果頁的「相關搜尋」區看看, 可以從這邊發想LSI關鍵字。

✓ 寫出有情感的標題

標題是搜尋結果中讀者第一眼看到的東西。

標題決定了讀者會不會點你的文章。即使你的內容再好, 標題不吸引人也沒用。

廣告教父大衛·奧格威 (David Ogilvy, 1911-1999) 說過:「一個好的標題有時可以頂下一整支廣告的功效。」

『A good headline can be worth the entire ad.』

✓ 標題加一點額外資訊, 更能吸引點擊

在標題中加入一點額外資訊, 不僅能增加搜尋者的好奇心, 也會提高他們點進去查看內文的機會。

範例:

👁️ 長期用眼過度! 舒緩眼睛疲勞、保護眼睛的十二種方法

👁️ 護眼食物排名, 舒緩眼睛疲勞第一名竟是它!

👁️ 眼壓高很不舒服, 十大降眼壓方法一次告訴你

✓ 記得優化Meta標題與描述

這段話是每個SEO寫手都該記住的重點:

Meta標籤對搜尋引擎來說還是非常關鍵。請盡量在<title>裡加入目標關鍵字, 並在<description>(前言)中撰寫有描述性、資訊明確的文字。

對搜尋引擎而言, 寫得好的描述可以吸引更多點擊。這些文字就像是「銷售內容」的文案, 幫助搜尋者快速了解你的內容是否符合他們的需求。

🔥 提醒: 網站上的每一個頁面都應該有一段meta描述, 而且要寫成一句完整有意義的句子, 不要只是把關鍵字用逗號串在一起。

✓ 注意內容的結構

雖然技術層面的SEO(像是標籤與關鍵字使用)很重要,但如果你想讓內容在搜尋結果中勝過競爭對手,還必須進一步提升內容的可讀性與吸引力。

良好的內容架構與格式,可以有效吸引讀者並讓他們願意停留更久。
讀者在你的網頁上停留的時間越長、跳出率越低,搜尋引擎就越有可能判定這是優質內容,自然會給你更高的排名。

以下是幾個幫助你提升曝光、可讀性與互動的建議:

✍ 遵守網路寫作的基本規則:網路上的閱讀速度**比紙本慢25%**,大多數人只會讀你20 %-28 %的內容。

因此要考量閱讀者的使用體驗:用短段落、靠左對齊、簡單明瞭的文字架構、適合的字體顏色與背景配色等等。

✍ 簡短有力的開頭:文章一開始就要用一個吸引人的鉤子來抓住注意力,而且要跟主題有關。整篇文章中也應適時使用轉折詞來維持讀者興趣,引導他們繼續往下讀。

✍ 善用視覺內容:若文字篇幅較長,可加入圖片、影片、資訊圖或其他相關視覺元素來分段,減少閱讀疲勞。

✓ 提升排名的進階內容結構技巧

優化內容讓它有機會被Google選為精選摘要(Position 0):這樣可以大幅提升曝光率、網站流量與品牌信任感。

採用主題集群(Topic Cluster)策略:把網站內容分成一篇核心主題文章(針對搜尋量大的關鍵字),再搭配多篇子主題文章(針對相關但搜尋量較小的關鍵字),彼此互相連結。這種結構能提升整體流量與轉換率。

針對常見問題進行優化:找出與你內容相關的常見問題,決定哪些需要解答,並針對這些問題調整你的內容。

✓ 使用短網址(Short URLs)

根據[Brian Dean](#)的研究,短網址在Google的排名通常會比較好,而且包含關鍵字的網址更容易被點擊。

所以請盡量讓你的網址簡短又含有目標關鍵字。

其他SEO友善網址的撰寫建議:

✓ 避免使用自動產生的亂碼網址

✓ 不建議放日期或數字

✓ 英文單字之間用「-」連接

✓ 刪除無意義的介系詞或連接詞(如: the, and, of, to, for...等)

✓ 一個網址只對應一個網頁, 避免重複

✓ 不要塞滿關鍵字, 只放真正有意義的字詞即可

✓ 全部使用小寫英文字母

⚠ 注意: 如果你現在的網址已經很長, 先不要急著改, 避免影響網站排名。但往後新增網頁時請遵守以上原則。

✓ 圖片SEO也不能忽略

圖片不只能美化內容, 也能對SEO產生很大的幫助。只要適當優化圖片, 就能加快載入速度、增加網站流量, 甚至帶來額外排名機會。

簡單來說:

圖片SEO是為了讓你的圖片能被Google正確抓取、索引, 並在Google圖片搜尋中獲得良好排名的技巧組合。

以下是圖片SEO的實用做法:

★ 製作專屬圖片, 不用完全依賴圖庫圖

★ 為圖片檔案命名時要有意義(避免像IMG001.jpg這種沒資訊的名字)

★ 有需要的話請先壓縮、調整圖片尺寸再上傳

★ 使用合適的圖片格式: JPG、PNG最常見, 也可以考慮WebP(動畫)、GIF、SVG(Logo與圖示)

★ 為每張圖片撰寫清楚的alt文字(替代文字)

★ 把圖片放在與它最相關的段落旁邊

★ 為網站建立圖片Sitemap(網站地圖)

★ 加入結構化資料, 幫助搜尋引擎更懂你的網頁內容

✓ 定期更新舊內容

這不只能提升網站的可信度與讀者忠誠度, 還能為你帶來更多外部連結:

其他網站通常會願意分享內容新穎且與他們主題相關的資源。因此, 善用已經表現良好的舊內容, 持續優化, 能省下你不少產出新內容的時間, 卻依然能帶來成效。

○ 哪些內容值得更新？

- ✚ 有穩定流量但轉換率不佳的頁面
- ✚ 流量不高但有優質反向連結的頁面
- ✚ 曾經熱門但流量下滑、有好連結的頁面

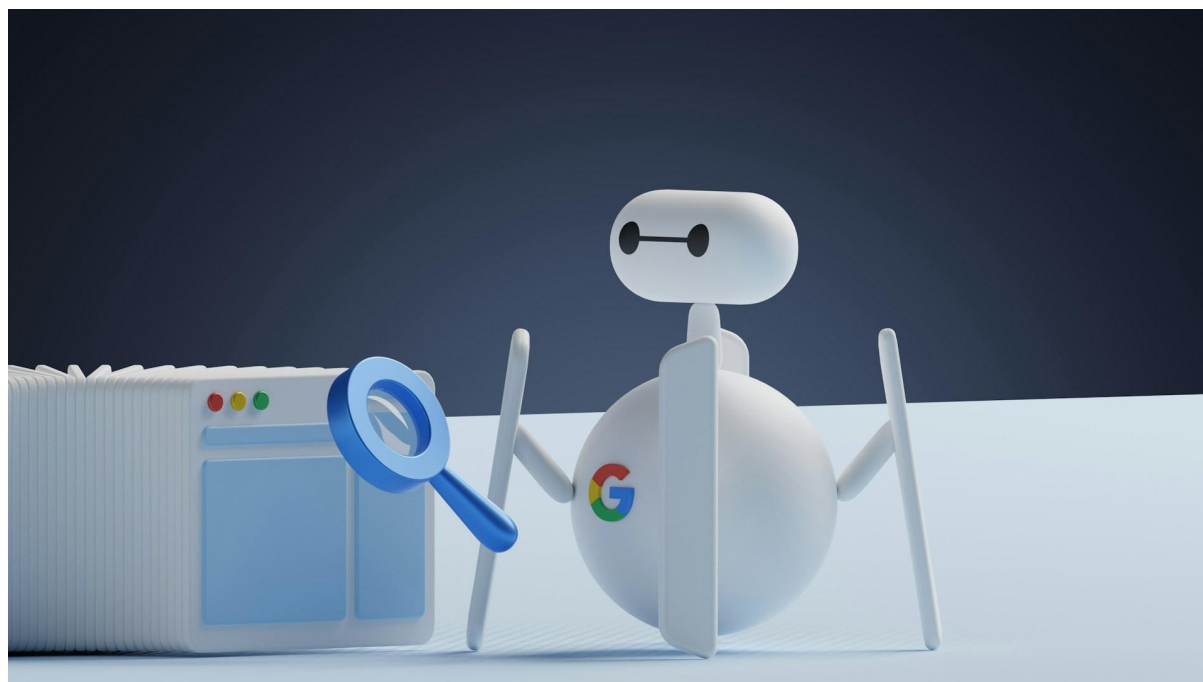
○ 如何更新舊內容？

- ✚ 檢查你的目標關鍵字：搜尋量還有嗎？是否該更新？有沒有相關的新關鍵字？
- ✚ 更新標題，讓它更有點擊吸引力
- ✚ 檢查內容中的數據、圖片與外部連結是否過時，有需要就更新
- ✚ 如果有相關內部內容，記得加上內部連結
- ✚ 視情況更新meta標籤與圖片的alt文字
- ✚ 改善內容本身：重寫開頭吸引人、更新CTA、補充新資訊與專家觀點等
- ✚ 更新發文日期，有助於提升點擊率（使用者通常偏好最新的內容）

總結一下，想要寫出讓搜尋引擎與讀者都愛的SEO內容，SEO文章架要留意這些重點：

- 📌 了解搜尋意圖
- 📌 鎖定正確關鍵字
- 📌 加入語意相關的LSI關鍵字
- 📌 下標要有情緒張力
- 📌 優化Meta標題與描述
- 📌 注重內容結構
- 📌 使用短網址
- 📌 別忘了圖片SEO
- 📌 定期更新舊內容

2.SEO文章寫作七步驟、SEO 文章到底要寫幾字才夠？Google 演算法對SEO的影響



(圖片來源: Photo by [Growtika](#) on [Unsplash](#))

SEO文章寫作七步驟		
步驟	重點內容	實作建議與小提醒
1. 決定目標	根據使用者目的規劃主題與內容方向	釐清網站現況(導流／轉換)、鎖定使用者階段(新手／進階)
2. 規劃關鍵字	找出使用者會搜尋的字詞與問題	使用 Google Trends、關鍵字規劃工具、Ahrefs 等輔助工具
3. 蒐集競品資料	研究排名前段的競爭對手內容	比較標題、架構、段落邏輯，分析使用者搜尋意圖
4. 安排大綱與撰寫	設計符合SEO邏輯的內容架構，並開始撰寫	採用金字塔寫法、用字淺白、排版清楚、內容超過1,000字
5. 圖片加Alt文字	圖片需加註說明，幫助 Google 理解圖像內容	Alt文字描述圖片內容，對視障者與搜尋引擎都友善
6. 加內外部連結	增加網站互連與外部推薦，提升使用者體驗與排名潛力	加內部導流連結、爭取外部網站Backlink、善用社群導流
7. 最後檢查與上架	發布前檢查內容品質、SEO 設定與CTA	檢查錯字、標題階層、Meta 資訊、是否有行動呼籲(CTA)

SEO文章寫作七步驟

✓ 步驟一：先搞清楚你的目標是什麼（從使用者的角度去想）

寫文章之前。先問自己兩個問題：

🤔 你目前的網站狀況如何？是剛起步，需要先衝流量？還是經營一段時間，想提高轉換率？

🤔 你想吸引哪一群人？是初學者？專家？還是已經買過一次，準備再回購的客戶？

舉個例子，如果你經營的是SEO教學網站，搜尋「SEO」的人，可能是完全沒概念的新手，也可能是想進階學習的行銷人員，甚至是行業多年的專家。這三類人想看的內容就完全不一樣，你得先選擇好你要服務哪一種。

再舉個例子，像對搖擺舞有興趣的人，有人想找下班後的休閒活動，有人想認識異性，也有人只是拓展人脈。

這些「需求出發點」都不同，所以你必須先決定你想打哪一塊市場。

✓ 步驟二：用對工具，找出正確的關鍵字

決定目標族群之後，接下來就是找出他們會用哪些關鍵字來搜尋你要寫的主題。這時候就要借助一些工具來幫忙，像是：

💡 Google Trends（搜尋趨勢比一比）

💡 Google Ads關鍵字規劃工具（抓搜尋量）

💡 Ahrefs、Ubersuggest（進階版工具）

比如你想寫一篇「SEO是什麼」的文章，可以先用Google Trends比比看「seo 是什麼」和「什麼是 seo」哪個比較常被搜尋。結果可能會發現前者熱度比較高，這時你文章就應該以這個關鍵字為主軸。

用Google Ads的關鍵字規劃工具，還可以知道這個關鍵字大概每月被搜尋幾次、競爭有多激烈，甚至會自動推薦相關長尾關鍵字，讓你文章可以寫得更全面。

如果你沒投放Google廣告，也可以用Ubersuggest、Ahrefs這類免費或付費工具，一樣可以有效找到對的關鍵字。

✓ 步驟三：研究你的競爭對手

知道關鍵字之後，別急著開寫。建議先搜尋一下這些關鍵字，看看現在Google首頁有哪些人在排第一名。

✓ 他們寫了哪些內容？

✓ 標題怎麼下？

✓ 文章架構怎麼安排？

✓他們解決了什麼問題？

✓留下了哪些你可以做得更好的地方？

這個步驟就是「探查敵情」，把對手優缺點記錄下來，有助於你下一步安排自己的文章大綱。

✓步驟四：規劃文章架構，再開始寫作

這一步就是正式動筆前的準備。根據前面蒐集的資料，開始寫出你自己的文章大綱。

大綱怎麼排？有幾個原則可以參考：

✓把最重要的關鍵字往文章前段放，這樣容易被Google抓到重點。

✓同主題的內容集中寫，不要跳來跳去。

✓參考對手的架構，想辦法做得比他更有條理。

另外，SEO文章不像一般部落格閒聊文或流水帳，它比較講究「金字塔寫法」：也就是開頭就要破題，直接說重點，讓讀者一進來就知道你這篇文章在幹嘛，不然他可能滑一下就跳出網頁了。

寫的時候也要注意：

✓文字要白話，不要寫太艱深，避免用太冷門的詞。

想學習白話一點的寫法，可參考[周加恩](#)、[Jemmy Ko](#)的文章。

✓善用小標、粗體、項目符號來排版，提升可讀性。

✓避免錯字、資訊錯誤，關鍵字用法要統一。

✓文章至少要寫2000字以上，越有深度越好。

✓步驟五：圖片也要優化，加上「Alt文字」

一張圖比一萬個文字還更快讓人秒懂。

加入圖片不只讓文章更生動，也能提高讀者停留時間。

重點來了：Google看不懂圖片，它需要你幫忙加上說明，這就是所謂的「Alt屬性」。

簡單來說，加Alt文字就是告訴Google：「這張圖在講什麼」，也能幫助視障者或圖片沒載出時理解內容。例如：

這樣做對SEO有加分效果，也讓網站更友善。

✓步驟六：加上內部連結、外部連結，提升整體網站價值

一篇文章寫完後，還可以透過「內部連結」帶讀者去看你網站的其他好文章，讓他們多停留一下；這不只提升使用者體驗，也會被Google當作好文章的指標。

如果你有經營Facebook、IG等社群，也記得分享文章，社群流量能加速Google的收錄速度，這叫做「[社交訊號](#)」（Social Signal）。

另外，如果你能讓其他權威網站願意放你的連結(Backlink)，等於替你背書，也是SEO排名的一大加分項目。

☑️ 步驟七：最後檢查，別急著按「發佈」
文章寫完別急著上傳，最後還有幾件事一定要檢查清楚：

✓ 有沒有錯字？語句通不通順？

✓ 有沒有正確使用標題層級(H1、H2、H3)？

✓ Meta標題跟描述有沒有填寫好？

✓ 有沒有清楚的行動呼籲(CTA)讓讀者知道下一步要做什麼？

這些細節沒做好，可能會直接影響你的排名和轉換率，千萬別忽略了。

SEO 文章到底要寫幾字才夠？

各種網站類型的建議字數		
網站類型	建議字數範圍	寫作要點
部落格文章	300–1,000 字	✓ 口語化 ✓ 生活感 ✓ 輕鬆好讀
教學文章	1,500–2,000 字	✓ 條理清晰 ✓ 步驟明確 ✓ 講清楚
產品介紹	約 300 字	✓ 圖多文少 ✓ 圖片搭關鍵字文案
新聞報導	500–800 字	✓ 快速帶出重點 ✓ 標題吸睛
登陸頁/會員專區	約 500 字	✓ 有行動呼籲(CTA) ✓ 簡單明瞭

很多人寫文章都會問：「字數到底要多少才對 SEO 有幫助？」其實，沒有一個標準答案，但可以根據你的網站類型來做調整。

比方說，如果你是推廣搖擺舞的公司，重點是圖片吸睛、文案簡潔；
但如果你是做專業知識分享的網站，文章就必須有深度、有邏輯、有料，Google 才會給你排名。

過去研究顯示，知識型文章的**理想字數**大約落在 1,447 字左右，
請記住，重點不是字數，而是內容是否「**有價值**」。

怎麼寫出達標又好讀的 SEO 文？

1. 先寫大綱再動筆

跟寫作文一樣，先規劃好文章結構，分段列點、每段大約寫幾字，這樣寫起來更有方向，不容易離題或水字數。

2. 用標題(H1、H2、H3)把文章「分段整理」

標題不只幫助讀者快速抓重點，也能幫助 Google 理解文章架構。記得主標題用 H1，小標題依照層級用 H2、H3。每個標題內最好塞入關鍵字，幫 SEO 加分。

3. 文章要淺顯易懂

再專業的東西也要寫得讓人看得懂。用教學文的方式，一步一步說明，像在教朋友。技術類文章更要用白話文講清楚，必要時可以加上圖片、表格或影片輔助。

4. 用數據和研究佐證內容

引用數據、研究報告或第三方權威網站的內容，能讓文章更有說服力，也讓人更願意轉貼或收藏。

5. 精簡多餘內容

不要為了湊字數亂塞字。文章應該言之有物、乾淨俐落。請多檢查幾遍，刪除冗詞和調整句子流暢度。

不同競爭度的關鍵字建議字數	
關鍵字競爭度	建議字數範圍
低	600–800 字
中至高	1,000–4,000 字
高至非常高	4,000–10,000 字

Google 演算法對SEO的影響

Google 演算法就像是一個評審團，當你在 Google 上輸入關鍵字搜尋，這套系統會從全世界幾千億個網頁中挑選出「最符合你需求」的答案。它不是隨便排的，而是根據一連串複雜的規則和條件，來決定誰該出現在前面，誰又該被排到後面。

Google 演算法更新是什麼？

Google 不會永遠使用一套固定的規則，它會不斷修正演算法、加入新技術、調整排序標準，讓搜尋結果更準確、更有幫助。

這些更新有大有小：

✓大更新(像是核心演算法更新)可能每年有 10 次左右，Google 會公告。

✓小更新可能每週、甚至每天都在偷偷進行，不一定公開。

每次更新，都有可能讓某些網站流量突然上升或下滑，所以 SEO 做得好不好，有時是「演算法有沒有更新」的問題，不完全是你的錯。

其實這些狀況都能提早預防，只要你：

✓有持續追蹤 Google 演算法的動態

✓關注產業對手的變化

✓網站改版前，願意找專業的 SEO 顧問先做檢查，歡迎諮詢**XX行銷**公司了解。

SEO 的世界變化很快，等你發現流量掉了才補救，通常生意已經受到影響了。

三個你一定要知道的演算法更新重點

✓重點 1：哪裡找得到 Google 演算法更新資訊？

官方資訊：Google 官方部落格、員工的 Twitter、Facebook

非官方觀察：像是 Search Engine Land 或 SEO 顧問公司，會根據網站數據變化推測演算法更新

建議你追蹤：[Search Engine Land](#)（全英文）、[Moz Blog](#)（全英文）

或關注熟悉台灣市場的 SEO 顧問（像 Harris）

✓重點 2：Google 不會告訴你更新了什麼

Google 有時只會說：「最近有大更新」，但不會說是改了哪些規則。為什麼？因為他們怕網站業者利用規則作弊（像是灌流量、硬塞關鍵字等）。

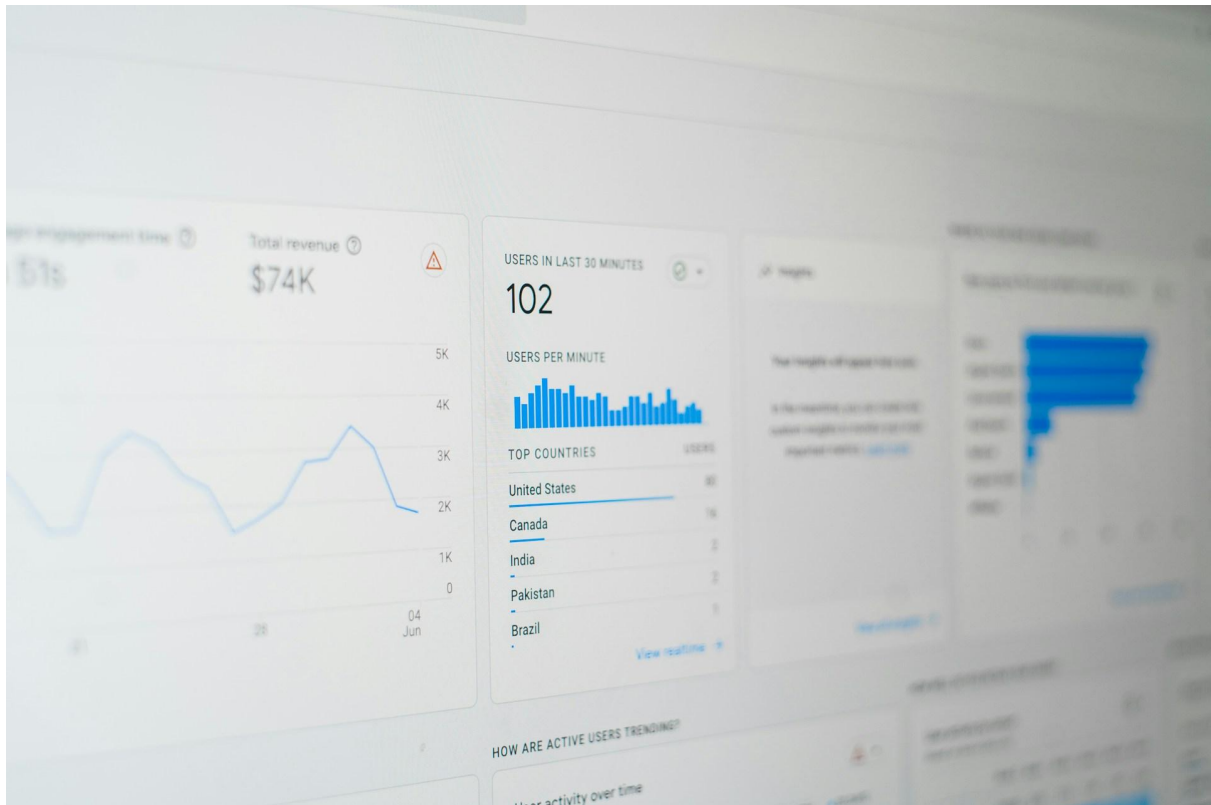
✓重點 3：更新不是馬上發生，也不一定立即影響你

Google 有時會提前幾個月預告演算法會有大變動，讓你有時間準備。但有時也會突然來個更新沒預告，直接讓網站流量掉一半。

所以做 SEO 的長期之道，是持續追蹤演算法趨勢，不要等問題發生才補救。

📖 幾個歷史上的關鍵演算法			
演算法	功能	年份	備註
熊貓 (Panda)	打擊低品質內容農場	2011	現已併入核心演算法
企鵝 (Penguin)	清除垃圾連結、打擊黑帽 SEO	2012	現已併入核心演算法
侵入式廣告懲處	降低會擋住內容的大廣告頁排名	2017	尤其針對手機版網站
行動優先索引	以手機版網站內容作為排名依據	2018	沒手機版會被扣分！

3.強化SEO文章架構的四個步驟、好的 SEO 內容寫作，核心其實只做這三件事



(圖片來源: Photo by [1981 Digital](#) on [Unsplash](#))

強化SEO文章架構的四個步驟

🕶️使用內部與外部連結

不論是導向你網站其他頁面的內部連結，或是導向其他網站的外部連結，都對 SEO 很重要。

內部連結：幫助搜尋引擎爬文，提升網站整體結構。

外部連結：引用優質網站，可以增加你內容的可信度與權威感。

🔍 小提示：不要亂放連結，要挑選真正有幫助、有權威的內容，提升讀者體驗才重要。

🕶️善用 AI，但要負責任

你可以用像 ChatGPT 或 Gemini 這類 AI 工具來幫你發想主題、產生草稿、或做內容優化。

但要記住，AI 是輔助，不是代寫。

AI 寫出來的內容還是需要你親自檢查、修改，確保正確性與原創性。

🕶️透過社群媒體推廣內容

把 SEO 內容分享到社群平台(如 Twitter、LinkedIn、Facebook、Threads)，可以大幅提高能見度。

曝光度高, 互動多, 就有機會獲得更多反向連結(backlinks)與 社群分享。
這些都是搜尋引擎判斷「有價值內容」的指標, 有助於提升排名。
社群流量有機會吸引大量流量導入網站, 進一步幫助 SEO排名提升。

🕶️分析成效, 持續優化

使用 Google Analytics 查看網站或部落格的流量、使用者行為、互動率等數據;
使用 Google Search Console 查看網站在搜尋中的表現, 從中進行分析、優化。
這些資料可以幫助你發現問題、找出改進空間, 未來才能做出更好的內容策略。

🔧 強化 SEO 文章架構的 4 個實用步驟	
步驟	說明
使用內部與外部連結	☀️內部連結幫助爬蟲了解網站結構; ☀️外部連結提升內容可信度與專業度。 ☀️連結要放得有價值、有意義。
善用 AI 工具輔助	可使用 ChatGPT、Gemini 等 AI 工具發想、優化內容, 但最終仍需親自審稿、修改, 確保正確性與原創性。
社群平台推廣內容	將內容分享到 Facebook、LinkedIn、Threads 等, 提升曝光率、流量與反向連結, 有助 SEO 排名。
分析數據持續優化	用 GA 與 GSC 追蹤表現, 了解流量來源、點擊率與使用者行為, 找出可以優化的地方, 提升整體內容策略。

好的 SEO 內容寫作, 核心其實只做這三件事:

- 🔍找出足夠的重點內容, 讓整篇 3000 字(或更多字數)的文章從頭到尾都有價值
- 🔍用有邏輯的結構安排文章, 幫助讀者理解每一段內容
- 🔍讓整篇文章從頭到尾都能吸引人繼續讀下去

規劃一篇長篇內容的架構, 跟老師為學生規劃一堂課是一模一樣的。

設計一篇長文的架構, 就跟老師備課一樣。你可以這樣思考:

- 🔪這堂課(這篇文章)的核心重點是什麼?
- 🔪有哪些關鍵觀念?
- 🔪要從哪個切入點開始, 才能帶出整體脈絡?

🔥 我們要從多大的角度來說明這些概念？

🔥 讀者會在每一個段落產生哪些問題？

🔥 哪些問題我們要解釋清楚？

🔥 哪些問題應該放到未來延伸參考的地方？

🔥 哪些問題可以略過不提？

🔥 哪些資料是必要的背景補充？

🔥 哪些資料不是必須的，但有助於理解？

✉ 提醒：如果你邊寫邊想架構，效率會變得很低。
你越能在一開始就用「老師備課」的角度來思考文章，就越容易成功。

📖 你可以用這些方式來檢查文章的架構：

⚡ 瀏覽整份大綱的副標題時，會不會像是在看文章摘要？如果不是，可能要調整。

⚡ 有沒有段落跟其他段落可以對調但不影響整體邏輯？如果有，代表結構不夠緊密。

⚡ 你是不是在文章最後塞了個「額外技巧」或「補充觀點」的小節？這通常是架構沒設計好的警訊。

當你把大綱做好，就可以開始寫作了。

4.實戰練功！強化你對SEO文章架構的掌握力、SEO文案寫作的常見問題



(圖片來源: Photo by [sarah b](#) on [Unsplash](#))

實戰練功！強化你對SEO文章架構的掌握力

✍️ 練習一：一個關鍵字，打造三種不同 SEO文章架構開頭

要讓文章在搜尋結果中脫穎而出，第一段開頭就是關鍵。試著挑選一個關鍵字，例如「搖擺舞」，用三種方式寫出開頭段落：第一種用數據切入，例如引用研究或市場報告；第二種用故事帶入，像是某個品牌逆轉勝的真實案例；第三種則用問題開場，激起讀者好奇心。

延約閱讀：[搞懂 SEO關鍵字優化：新手也能馬上上手的内容寫作教學](#)

透過這個練習，你會更理解不同 SEO文章架構如何影響讀者的閱讀意願與停留時間，也能幫助你在實際撰寫時更靈活運用開場技巧。

✍️ 練習二：拆解競爭對手的 SEO文章架構，練習「結構模仿」

請從你目標關鍵字搜尋結果中，選出前五名文章，進行結構拆解。先觀察每篇文章的 SEO文章架構：它用了哪些 H2/H3 標題？段落之間邏輯是否清楚？有沒有引用數據、FAQ、小結語等模組化結構？

接著記錄每篇的關鍵字配置：主關鍵字出現幾次？有沒有搭配長尾關鍵字與語意相關詞？最後，請你嘗試模仿其中一篇的段落結構，重新寫一篇屬於你的內容。這種結構模仿練習，能大幅提升你打造有效 SEO文章架構的能力。

SEO文案寫作的常見問題

🤔 SEO文章能提高我的網站在Google上的排名嗎？

SEO文章和連結建立幾乎是唯一能提高你的網站在Google搜尋中排名的因素。排名需要結合優化後的優質內容、透過反向連結建立權威性，以及強大的網站內部基礎，例如內部連結和結構化標題。

🤔 SEO寫手應該具備哪些技能？

強大的研究能力、寫作技巧和對搜尋意圖的深入理解至關重要。寫手要知道如何優化網站SEO文章、分析關鍵字競爭程度，並透過優質的內容吸引反向連結。

🤔 在AI生成內容的時代，SEO文章仍然重要嗎？

AI生成的內容本身毫無價值，因為它仍然無法實現定義SEO文章成功的任何分發和轉換目標。所以目前SEO文章對於提高自然流量仍然非常重要，不過AI可以幫助你提升寫作速度。

5. 結論 搞懂SEO文章架構，讓優質內容幫你找到更多潛在客戶

寫一篇 SEO 文章，就像在蓋一棟會吸引人駐足的建築物。外觀看得見的是標題與段落內容，真正撐起整體的是內部的結構設計。

這篇文章除了拆解SEO文章架構，還讓你知道Google演算法對SEO的影響、SEO與一般文章的差異性等觀念。

當你了解了什麼是有效的 SEO文章架構、怎麼設計清楚的段落邏輯、如何合理使用關鍵字與視覺元素，再配合原創、有價值、能解決客戶問題的優質內容，就有機會讓你的文章在搜尋引擎中脫穎而出。

不論你是初學者、自由接案寫手，還是負責品牌內容的行銷人，這些技巧都能成為你寫作的穩定底盤。與其追求短期操作技巧，不如一步一腳印打造一套屬於自己的 SEO文章架構流程。當你每一篇文章都能打好基礎，搜尋引擎自然會給你穩定而長久的回報。

參考資料

1. [SEO Content Writing Tips, And Dos & Don'ts for Top Rankings in 2025](#)
2. [SEO Writing 2025: How to Craft Content That Ranks High](#)
3. [The Anatomy Of A High-Ranking Blog Post: An SEO Content Writing Blueprint](#)
4. [SEO文章怎麼寫？7招拆解文案結構，教你寫好SEO文！](#)
5. [如何寫出符合SEO結構的文章？想做好SEO先搞懂文章怎麼寫](#)
6. [打造好的 SEO文案\(初學者篇\)- 認識文章結構](#)
7. [SEO 文章怎麼寫？關鍵字研究、議題、寫文案通通教給你！](#)
8. [SEO文章要怎麼寫才符合SEO架構？](#)
9. [解鎖語意SEO的潛力：提升你的內容策略](#)
10. [在SEO中使用相關語意的關鍵字](#)
11. [SEO Copywriting Guide From The #1 Ranking SEO Copywriter](#)
12. [EEAT 是什麼？SEO最重要的搜尋質量評估](#)
13. [Here's What We Learned About SEO](#)

- 14.[使用社交信號 \(Social Signals\)來提升你的頁面排名:為何重要以及如何操作?](#)
- 15.[【有效的 SEO 文案長度是多少?】Meta Title、Description 字數限制](#)
- 16.[有利於SEO的文章最佳字數是多少](#)