做關鍵字排名優化，真的只要埋關鍵字就好嗎?
從關鍵字研究、工具到注意事項，帶你做關鍵字優化！

今年因為台灣的確診數增加劇烈，口罩在五月十日到十二日內從平均搜尋量的**10**據增到**93**，而酒精也同樣在同一時間內從原本的平均搜尋量的**3**來到了**31**。**(Google trend**的數據**)**
身為**SEO**優化新手的你，在做關鍵字優化的時候是否了解這些行銷數據所代表的意義是什麼呢**?**
然而這些數據都是能幫助你的網頁關鍵字優化非常重要的數據，他能幫助你分析現在關鍵字的趨勢、競爭**...**等數據，你絕對不能不知道。
關鍵字優化聽起來蠻好上手，以為只要把自己的關鍵字不停地放在文章中就能提升點擊嗎**?** 那你就錯了！
本文將介紹關鍵字優化的四大步驟，一步一步找到切中核心的關鍵字，讓你做出不再令人厭倦的內容！

1.為什麼要做關鍵字優化**?**

新手可能會有疑問，「我做關鍵字優化要幹嘛?」「能對品牌有什麼幫助?」
做了關鍵字優化後，能有好的關鍵字排名、能夠提升文章曝光、自然流量。而且關鍵字優化跟做Google廣告不一樣，Google廣告能帶給你短期排名，立即見效，但是SEO卻是長期排名，需要積累一段時間，才有機會取得高排名。

2.關鍵字排名優化四部曲

那麼我該怎麼做到關鍵字優化進而提升排名呢?

做關鍵字優化，你不用樣樣精通

只要掌握這最重要的關鍵字優化四部曲，就能有效提升Google 關鍵字排名！

<u>一、進行關鍵字優化的時候你要注意一下六點：</u>

1. 審核你現在的網站
   在你真正要做優化前，先審核、檢視你的網站，找出哪個部分需要做優化。
2. 設定你的網頁關鍵字
   找出你的品牌現在主要目標的關鍵字是什麼。
3. 找到所有關於網站的相關關鍵字
   利用一些關鍵字分析、研究工具和網站(接下來會有更詳細的介紹)，找出搜索者對於此關鍵字的延伸問題或相關關鍵字。
4. 增加這些關鍵字到你的網頁
   找出其相關的關鍵字或是搜索者的延伸問題之後，當然就是將這些加入你的網頁中。
5. 不可以毫無意義的填充關鍵字
   但是在優化你的網頁時，最常出現的錯誤(接下來也會詳細介紹)就是毫無意義的增加、填充關鍵字，但這樣的作法無助於提升你的排名，反而使搜索者的體驗品質下降。
6. 別忘了「你的」搜索者
   這個是最重要的一點，假設你的關鍵字優化做得很完整，因此你的網頁排名因此也有所提升，但是如果你的文章內容並不是搜索者要找的，那豈不是很尷尬。

只要遵循這幾點，相信你會明白大致上該做什麼，在這之後我們要來告訴你，所有步驟中你該具備什麼觀念和工具。

<u>二、搜尋意圖</u>

搜索者在不同階段蒐尋的關鍵字分為以下三種，透過架構性的思考，了解不同動機的族群想要的資訊。

See: 觀察大家的看法、建議、風向。
Think: 一步步定向尋找實際的技能、方向。
Do: 已經有了確切的方向和決定。

每個階段都會產生不同的關鍵字和相關關鍵字，了解和研究各個過程會產生的關鍵字才能讓你的文章結構更完善。

三、關鍵字研究

當你了解不同階段會有不同的關鍵字搜索時，那我怎麼知道搜索者屬於哪一個階段?

下面就提供幾個行銷公司和關鍵字優化公司都在用的方法，讓你的SEO關鍵字研究就跟專業行銷公司一樣！

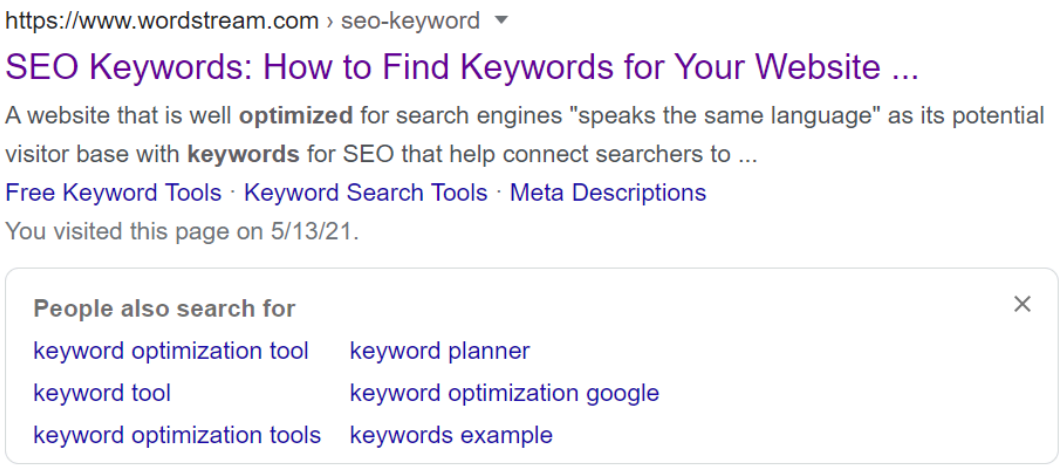
1. **LSI :** 搜尋關鍵字的時候，在搜尋結果尾端內的相關搜尋也可以採用，加在你的網頁中。

(關鍵字優化的相關搜尋)

2. **PAA(People also ask):** 在搜尋結果頁面的中間，目前台灣沒有這種功能，但你可以透過語言種換成英文，設計出文章內其他搜索者可能會有的疑問。

(keywords optimization的搜尋結果)

3. **PASF(People also search for):**當你點及搜索結果的一個網頁，然後立即跳回搜尋結果，他會顯示在網頁的下方，透過這個方式，你也可以知道搜索者可能還有的其他好奇和疑問。



(keywords optimization的搜尋結果)

以上的關鍵字研究只是針對搜索者會搜索的相關問題做解答，如果你需要更精準的數據優化工具幫助你分析關鍵字，以下我們提供了多個能夠幫助你的優化工具。

<u>四、優化工具</u>

在提供關鍵字優化工具前，我們要了解關鍵字的相關專有名詞，以便你在使用這些工具時能知道每個數值所代表的意義。

- 關鍵字聲量**(Volume)**：檢視關鍵字是否太過冷僻，搜尋量是否足夠。

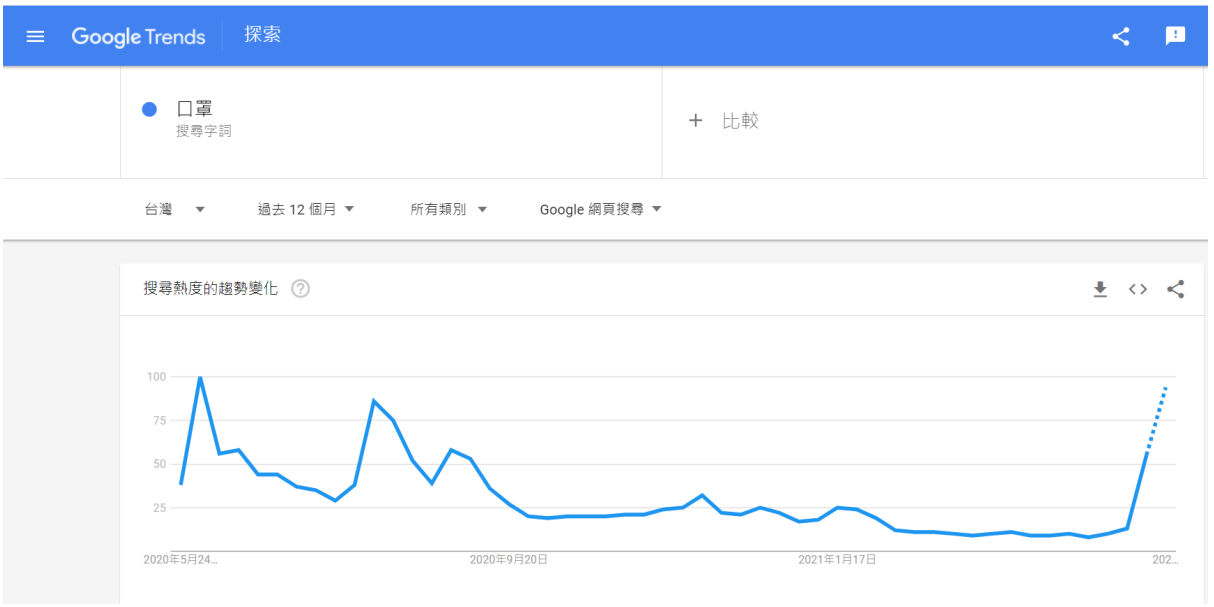
- 關鍵字趨勢**(Trend)**：從關鍵字歷史流量觀察，以後的發展會不會持續，後續的發展如何？
- 關鍵字競爭度**(SD)**：競爭度越高，也表示越難攻下第一頁。
- 廣告難度**(PD)**：與關鍵字競爭度有點相似，當廣告同一個關鍵字時，難度也會提升，需要謹慎選擇，以免錢白花了。
- 平均每次點擊廣告費**(CPC)**：通常平均點擊廣告費越高，也表示關鍵字搶手度非常高，貿然投入也不行。
- 每次點擊廣告費**(PPC)**：這個計價以Google Ads為主，與CPC一樣，廣告費越高越搶手。
- 網域權威值**(DA)**：用於預測網站在搜索引擎結果頁面上的排名。評分的分數範圍從1分到100 分，分數越高，在搜尋結果的排名能力越強。
- 頁面權威值**(PA)**：跟DA是相輔相成的，也是代表分數越高，搜尋結果的排名能力越好。

如果你想知道詳細的DA和PA應該如何提升、他們之間的差異是什麼，這裡有更詳細的介紹。

接下來，我們提供了兩種不同的研究工具，你可以利用關鍵字分析網站來找尋新的延伸關鍵字，你也可以利用審核取向的網站來針對你現在的網站，找尋問題。

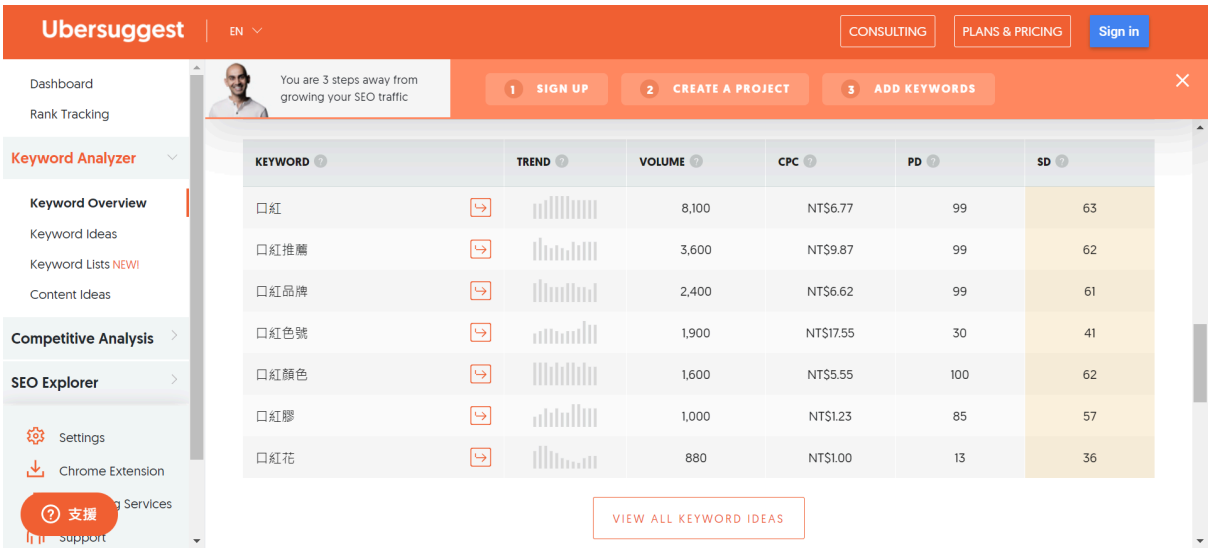
關鍵字研究網站	Google Trends	Ubersuggest	KWFinder	Google Search Console
審核網站	Google Analytics	Sitebulb	Page speed	

A. Google Trends
利用Google Trends可以看到關鍵字的歷年搜尋趨勢。藉由選擇不同類別、時間區段、找出更詳細的趨勢變化。還可以再用多個字詞作關鍵字趨勢比較，比對出最適合的關鍵字建議。



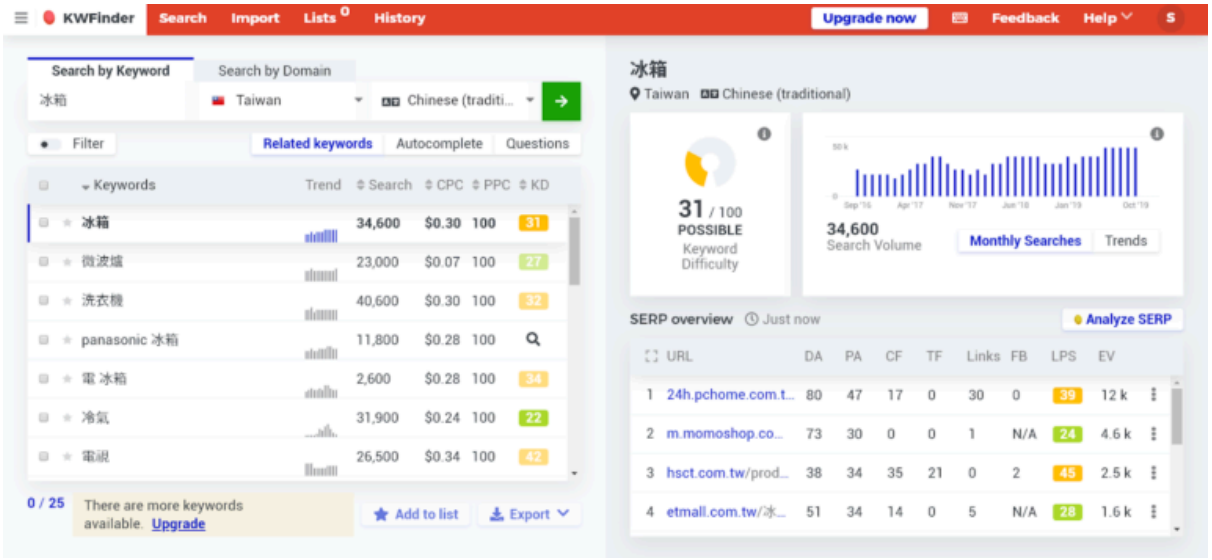
(口罩的搜索趨勢)

B. [Ubersuggest]
選擇地區後輸入你所想鎖定的關鍵字，就會出現關鍵字流量、關鍵字熱度、關鍵字競爭度、關鍵字建議、每一廣告點擊花費等多種資訊。



(口紅在Ubersuggest的結果)

C. [KWFinder]
跟Ubersugguest蠻像的，但是他擁有一個功能：Questions，可以找到大家通常都會如何查詢這個關鍵字，取得關鍵字建議。但是如果你想長期使用這個網站，就需要付費。



(冰箱在KWFinder的結果)

D. [Google Search Console]
Google Search Console需要你是網站擁有者才能使用的，他可以查詢搜尋者輸入哪些字詞來看到、點擊你的網站。從「成效」還可以瀏覽過去瀏覽的搜尋者所使用的關鍵字，從而找出合適的關鍵字。

E. [Google Analytics]
他是一個用即時的資料可以分析、檢視你的網站的使用者地區、使用者喜好，可以讓你根據使用者的喜好優化你的網站。

F. [Sitebulb]

掃描錯誤的方面比Ubersuggest多，他也會根據你的網頁提供他所建議的解決方案，還會告訴你為什麼需要解決這個問題。

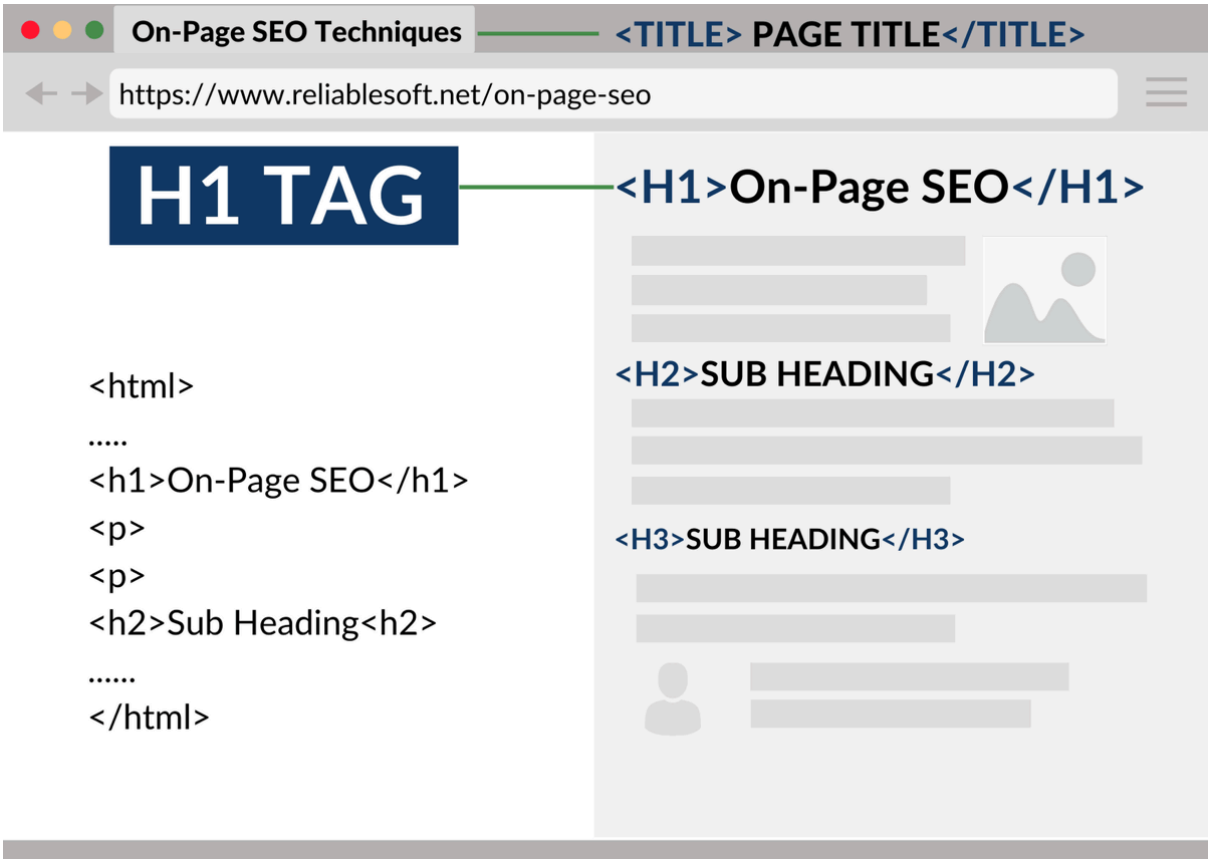
G. Page Speed
根據你的網站幫你的網站速度打分數，並且告訴你哪個部份的網頁速度比較慢、比較有問題，讓你可以根據這個數據跟你的工程師討論該如何改善，對你的Backlink非常有幫助。

如果你想更完整的審核你的網站狀態，這裡有更深入的網站健檢指南。
以上的工具能幫助你精準地找出搜索者想要找的答案，能讓你更方便知道自己應該用什麼關鍵字才能符合搜索者的需求。

3.在做SEO關鍵字優化應該注意什麼?

關鍵字設定時應該做:

1. title tag、alt tag中的關鍵字
在title tag 上，使用H1、H2的標籤，在這兩個的標題上，應該要使用關鍵字或是LSI，這樣可以增加你文章的相關搜尋結果，讓Google更好爬取。

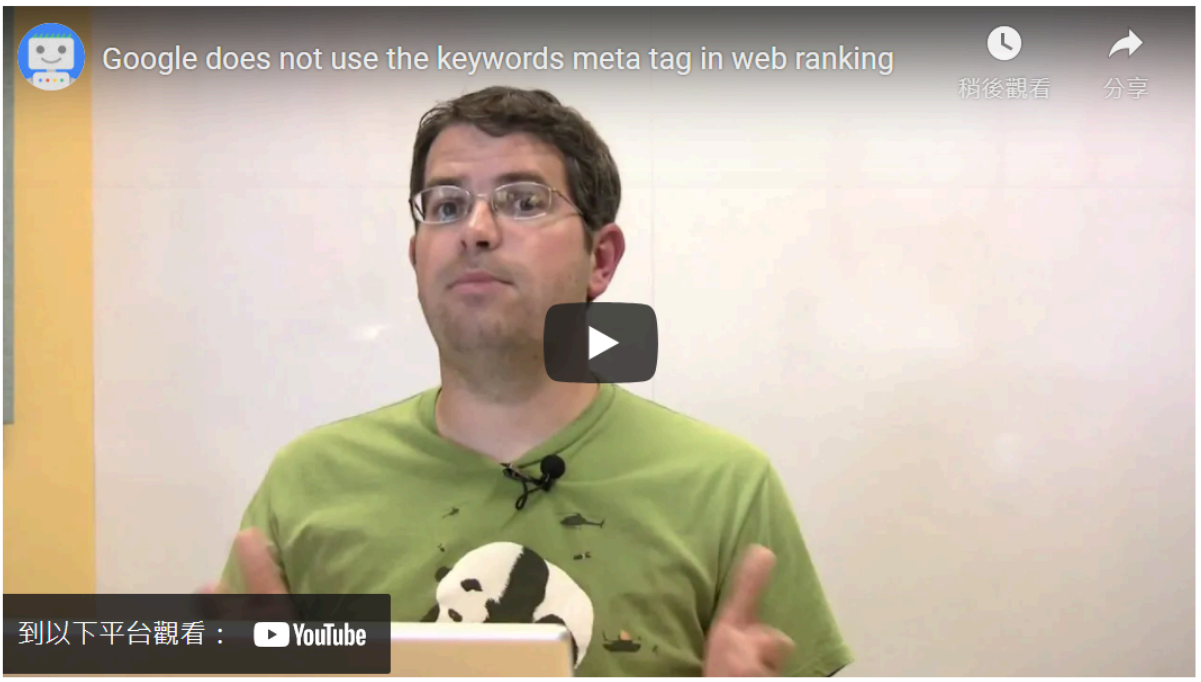


(資料來源:H1 H2示意圖)

Alt tag就是圖片的敘述標籤，圖片是無法被Google讀取內容的，所以要在標籤上寫上敘述，協助Google爬取。

在做關鍵字時，還要特別注意有些人常犯的錯誤。
關鍵字優化的NG作法:

1. 做Meta Keyword關鍵字設定
   2009年Google就發表官方聲明，表示早已不看Meta Keywords，但網路還有許多謠言與錯誤資訊，有興趣可以點擊下方官方影片。



   Google 現在重視的是網站整體的用戶體驗、網站的內容品質，所以現在就開始停止花時間做 Meta Keyword吧！
2. 使用隱藏文字，埋在網頁程式碼裡面
   Google 的演算法十分嚴密且常常更新，如果你用黑帽SEO作弊來提升排名，除了不一定有效果，如果被抓到，Google還有可能會關閉該網站當作懲罰！
3. 填充大量的關鍵字
   關鍵字雖然是提升排名的助力，但如果使用太多，不僅會被認為是毫無意義的文章，排名會掉到低谷，還會影響到使用者體驗。相信大家都不喜歡看到一篇文章不斷重複相同字眼吧！

   除此之外，一個網頁被搜索者看見的第一個部分是標題，而在來就是Description。Google還會根據你搜索的關鍵字幫你加深。

(2018德國交換搜尋結果)

為什麼Description重要呢？

因為我們在點擊文章時，除了看標題，還會看描述的內容，雖然Description不會直接影響到文章關鍵字排名，卻會影響到大家的點擊意願。因此，適當且不填充關鍵字的Description是很重要的。

4.結語

關鍵字優化是內容的基底，除了要做好事前研究、掌握搜索者的喜好，然後再經過不斷的修正和調整，搞懂關鍵字，才能做好SEO，最後關鍵字排名才有機會出現在第一。
如果真的沒時間做那麼細緻的關鍵字優化該怎麼辦呢？別怕！零一行銷擁有以內容驅動品牌、讓網站流量從零到破萬的實戰經驗，能透過一系列的關鍵字研究針對你的品牌，量身打造出屬於你們的SEO行銷計畫，讓你的品牌轉換率提升、自然流量增加，你還在等什麼？快動動手指讓零一行銷幫助你吧！

onpage seo步驟	
keyword	關鍵字排名優化
文章標題(H1) 要包含關鍵字(keywords)	**做關鍵字排名優化，真的只要埋關鍵字就好嗎 ？**
數個 段落標題 (H2)	**關鍵字優化** 可以提升排名？ **關鍵字排名優化** 四部曲 在**優化關鍵字** 時應該注意什麼？
全部至少包含兩次keywords	
整體內容 包含 5-12 個指定關鍵字(keywords)	
把關鍵字加上綠色	
前100字請盡量使用多組Google suggestion(lsi)	「在做**網站站內優化**的時候卻不知道如何下手?」 「不知道關鍵字該如何**規劃**?」 「要如何**設定關鍵字**?」 這些是**網頁SEO優化**新手都會有的疑難雜症，然而關鍵字優化聽起來蠻好上手，做的時候卻不知道優化關鍵字有什麼**工具**，有哪些基本觀念，如何取得**關鍵字建議**，我們今天就來告訴你關鍵字優化的觀念、大家常犯的錯誤以及優化工具吧！
3-5 internal link（附上連結）	關鍵字研究https://growthmarketing.tw/%E9%97%9C%E9%8D%B5%E5%AD%97%E7%A0%94%E7%A9%B6/ 網站健檢指南 https://growthmarketing.tw/google-seo%E6%95%99%E5%AD%B8-%E7%B6%B2%E7%AB%99%E5%81%A5%E6%AA%A2-10%E5%80%8B%E6%AD%A5%E9%A9%9F-part-2/ 黑帽SEO https://growthmarketing.tw/%E9%BB%91%E5%B8%BDseo-%E5%AE%9A%E7%BE%A9%E8%88%87%E9%A2%A8%E9%9A%AA/ CTA https://growthmarketing.tw/
3 outbound link（附上連結）	Google 聲明https://www.youtube.com/watch?v=jK7lPbnmvVU&t=7s&ab_channel=GoogleSearchCentral https://blink.com.tw/board/post/49046/ 各個關鍵字優化網站

outbound link 增加:https://wp-valley.com/what-is-domain-authority-and-page-authority