

修平科技大學

資訊網路技術系

搜尋引擎最佳化之研究

組長：蔡耀文 YN99007

組員：曾名弘 YN99043

組員：陳少晏 YN99048

組員：簡秋文 YN99052

組員：蘇建升 YN99055

指導老師：_____

中華民國 103 年 1 月 4 號

第一章 前言	1
第二章 SEO 入門指南.....	2
2.1 什麼是 SEO.....	2
2.2 搜尋引擎排名因素	3
2.3 網頁內容的 5 種衡量標準.....	6
2.4 HTML 語法與 SEO 優化.....	9
2.5 網站結構對 SEO 優化的影響	12
2.6 建立連結的三大重點	14
2.7 社群網站對 SEO 優化的影響	16
2.8 網站的信任度和權威度對排名的影響	17
2.9 個人化搜尋對排名的影響	19
2.10 負面 SEO:六種要避免的違規做法.....	21
第三章 SEO 搜尋排名.....	25
第四章 SEO 與 PPC 的比較.....	28
4.1 SEO 與 PPC 優缺點	29
4.2 SEO 與 PPC 優缺點分析	31
第五章 如何做到 SEO 優化	33
5.1 網站標題要下的準確	33

5.2 用心經營網站標題的補充說明文字.....	34
5.3 改善網址名稱	35
5.4 建立自然流暢的層級架構.....	36
5.5 提供優質的內容服務	39
5.6 置入淺顯易懂的點擊文字.....	39
5.7 將圖片的替代文字最佳化.....	40
5.8 為網友設想的貼心設計.....	41
5.9 SEO 優化的十八條守則	42
第六章 結論	45
參考文獻.....	46

圖 5-1 檢視原始檔	33
圖 5-2 原始碼	33
圖 5-3 關鍵字搜尋.....	34
圖 5-4 改善網址名稱.....	35
圖 5-5 扁平式的分類.....	37
圖 5-6 垂直式的分類.....	37
圖 5-7 圖片檔名	40
圖 5-8 錯誤提示	41

第一章 前言

SEO是通過采用搜尋引擎索引的合理手段，使網站對用戶和搜尋引擎更友好，從而更容易被搜尋引擎收錄及優先排序。SEO是一種搜尋引擎營銷指導思想，而不僅僅是對百度的排名。SEO工作要貫穿網站策劃、建設、維護全過程的每一個細節，而參予這些工作的每一個都要對SEO有一個整體認知。

因為自然排名原本就是建立在公平、公開、民主、免費的基礎上的，所以更值得用戶信賴，尤其是百度的競爭排名，很多情況下是有錢就給你排名，使得用戶的信任感一降再降，這就給我們SEO的工作帶來發展的希望。

各個搜尋引擎在排名上基本都是以搜尋用戶的需求為中心，所以為用戶提供最佳的信息，這一基本原則是不會變的，因此也要堅持這一原則，為用戶提供最佳的需求信息。

第二章 SEO 入門指南

2.1 什麼是 SEO?

稱之為『搜尋引擎最佳化』，或是『搜尋引擎優化』；以符合搜尋引擎自然排序規則的技術，針對企業網站的頁面調整，及網站內、外的持續優化維護，使 SEO 關鍵字排名的網站，符合搜尋引擎的排序規則，進而提高網站各個網頁在搜尋引擎相關關鍵字搜尋結果，讓網站排名在搜尋引擎的關鍵字搜尋排名，能夠排上前三頁，甚至在第一頁。

所以說 SEO 是為了讓大家能盡快找到您想要的資料，而進行排名的。不然沒有經過篩選，明明你要找這個，他給你找一個毫不相干的網頁出來給你，你不是要一個一個看，那樣太麻煩了。所以這才有了 SEO 優化。

2.2 搜尋引擎排名因素

所有排名因素加起來超過 200 多項，如果要做好 SEO，切記沒有任何一項因素可以獨立主導或保證搜尋排名。譬如說，你有一個很棒的標題，你也提供了 html 程式碼幫助搜尋引擎辨認網頁內容；可是假如你的內容很爛，那即使你有再棒的標題，也對你的網頁排名沒有幫助。同樣地，即使你的網頁獲得很多連接，但假如這些都是低質量的，那對你的排名也沒有長遠的幫助。但是，如果你的網站符合多種的正面排名因素，那你成功的機會也會相應增加。相反地，你的負面因素越多，你的網站成功機率也越低。

SEO 排名因素大致可分為四大類別：

1. 站內排名因素 (On-page ranking factors)
2. 站外拍排名因素 (Off-page ranking factors)
3. 違規 (Violations)
4. 阻隔 (Blocking)

1. 站內因素

站內優化因素有三大分類，包括所有在站長控制範圍內的因素。

1. 內容(的品質)

2. HTML 語法 (以協助搜尋引擎判斷內容的相關性)

3. 網站的架構 (是否易於讓搜尋引擎解讀網站內容)

2. 站外因素

站外排名因素包括了那些站長無法直接控制的元素。搜尋引擎認識到，單是倚賴站內因素是不足以全面地確定網站質量或相關性的。尤其是當有些站長會刻意或過度利用站內因素，來製造其網頁相關性的假象。

更重要的是，網路上有數以十億計的網頁，單從站內所得到的線索，是不夠的。因此搜尋引擎需要更多的信號，用以評估哪些是針對某個搜尋的最佳網頁。

這些站外優化因素包括：

連接的數量，質量，穩定度等等

社群媒體的反饋

網站的信任度

網站的個人化因素

3. 違規

搜尋引擎公司希望所有站長都執行正確的 SEO，以利於他們提供優質的搜尋結果給用戶。因此，搜尋引擎公司會直接支援站長，提供 SEO 的技術協助。

4. 阻隔

網站是否被搜尋用戶阻隔，是另一個判別網站優劣的信號。如果搜尋者不喜歡某網站的內容，那麼，即使該網站沒有違反任何詐騙規則，他們也可以阻隔該網站。而這個阻隔的動作，會對該網站的排名有決定性的影響。

總結：好的 SEO 應該是經得起時間考驗的，而不是在搜尋引擎的演算法中找漏洞，找捷徑。因為搜尋引擎公司有大量的資源，可以不斷地修定各種排名因素(像 Google 演算法)；他們也有隨時改變遊戲規則的優勢。所以，與其花時間走捷徑，還不如花時間建構一個真正的優質網站，前期可能會多花點時間，但以後即可以享受搜尋引擎帶給你的長遠的流量了！

2.3 網頁內容的 5 種衡量標準

好的網頁內容應該在 5 個方面都要符合標準：

1. 內容品質
2. 內容研究（關鍵字研究）
3. 內容的文字/關鍵字運用
4. 內容的吸引度
5. 內容的新鮮度

1. 內容的品質

在你製作任何內容前，要問自己的第一個問題是：我的內容是否有品質？譬如說，我的網頁內容是否超越了其他同業的內容？還是只在重複其他人的東西？你有沒有給訪客一個理由，使他們想多待幾秒鐘瀏覽你的網頁內容？你有沒有提供實質的價值給你的訪客，讓他們覺得這種價值是獨一無二的，跟別人不一樣的，很有用的，而且在別處找不到的？這幾個問題可以幫助評估你的內容是否有好的品質。如果你想做 SEO，你最好能做到這點。因為優質的內容是 SEO 的基石，其餘的排名因素都建立在其上面。

2. 內容研究（關鍵字研究）

如果說好的內容是 SEO 策略中最重要的一環的話，那麼好的研究，尤其是關鍵字研究(keyword research)，可能是第二重要的。因為關鍵字研究可以幫助你發掘各種途徑，讓訪客可以通過搜尋而找到你的內容。做過關鍵字研究後，你可以根據相關的關鍵字，也就是訪客正在搜尋的詞彙，製定內容。通過關鍵字研究而製作的內容，較容易讓搜尋者找到，而且有高度的針對性，也有效地為訪客提供了所需的資訊。譬如說，假如有人搜尋“脂肪肝如何治療”，而你的內容標題卻是“如何治療 NAFLD”，那麼搜尋引擎可能會認為你的內容與該搜尋關鍵字無關，而跳過它，因此你的內容的排名也不會很理想。因此，關鍵字研究可以確保你的內容與一般人搜尋的東西是相應的。這樣可以實質地提高你的網頁排名。

3. 內容的文字/關鍵字運用

做了關鍵字研究後，就可以適當地把相關的文字/關鍵字運用在內容裡。而如果你已經做了很多優質的內容，但還沒做關鍵字研究的話，沒關係，你可以現在補做這一道程序，然後再把相關的關鍵字加插到現有的內容裡。做關鍵字研究最主要的目的，是讓你的網頁內容，更容易被找到。因此，最好把有一定搜尋量的關鍵字加入你的文案內容中。

至於關鍵字要在文章內容中出現幾次，其實沒有絕對的準則。最好的方法是用你的常識，挑選你認為最符合文章內容的關鍵字，以最自然的方式呈現，讓搜尋引擎看懂，閱讀者覺得通順即可。

4. 內容的吸引度

如果你的內容夠優的話，讀者自然會被吸引而與產生互動。怎樣判斷內容的吸引度呢？搜尋引擎自有一套方法。譬如說，有人上網搜尋某關鍵字，然後找到你的網頁，點進去以後就立即“彈出”，回到原來的搜尋結果頁，然後再嘗試其他的網頁。這個立刻”彈出“的動作，對於搜尋引擎來說是一個信號，說明你的內容吸引度可能不夠。這也是被搜尋引擎納入考量的一種衡量標準。如果訪客沒有立即“彈出”，那他們是否在你的網站上逗留相對長的時間呢？這段“站內時間”是另一個可供搜尋引擎衡量的標準。除此之外，在社群網站如 Facebook 上取得的“讚”的數量，也是另一個衡量吸引度的標準。我們會在這個指南有關“社群因素”的章節中詳述。其實搜尋引擎公司對於他們是否真的使用“內容吸引度”的衡量標準很含糊其詞，更不要說用了那些衡量標準了；但 SEO 專家普遍認為，內容的吸引度確實是以不同的方式被衡量的因素之一。但是無論如何，SEO 的成功與否，與內容品質是高度相關的。

5. 內容的新鮮度

內容新鮮度指的不是你每天都在網站上加添新的文章或網頁內容。對搜尋引擎來說，“新鮮”指的是你是否有甚麼內容，是與某關鍵字的激增搜尋量有關的。在這種情況下，搜尋引擎會針對與該議題相關的內容作查詢，然後把相關的網頁推到排名前面。

舉例：假如你的網站是與電子產品相關的，當蘋果將在明天推出最新產品時，而你在這個節骨眼上 PO 了一篇與此相關的文章報導，那你的這個網頁很可能會有非常好的排名。你的網頁很可能會在未來一兩週內享受到高排名的待遇，然後逐漸隱退，因為新鮮度已過。從這點可以看出，搜尋引擎喜歡”新鮮“的內容，如果你的內容 涉及到時事性或有時效性的內容的話，搜尋引擎是會給以“回報“的。

2.4 HTML 語法與 SEO 優化

HTML 是 Hyper Text Markup Language 的縮寫。中文翻譯為“超文字標示語言”，是一種用來製造和描述網頁結構的語法。我們在網路上所看到的網頁，就是以 HTML 格式編寫的檔案為主。HTML 的檔案是純文字檔，是以各種不同的資料“標籤”（“Meta 標籤”或”meta tag”）所組成的語言。搜尋引擎會從隱藏在網頁裡某些 HTML meta tags，取得“信號”，作為衡量排名的資料。

SEO 優化的主要 HTML 標籤有下面三種：

標題標籤(Title Tag)

描述標籤(Description Tag)

標題文字標籤(Header Tag)

1. 標題標籤(Title Tag)

Title tag 是 SEO 程序裡面一個重要部分。這個步驟做起來很簡單，但是很多網站卻忽略了這點。

Title Tag 的標準 HTML 格式：

```
<Head>
```

```
<title>標題</title>
```

```
</Header>
```

2. 描述標籤(Description Tag)

描述標籤讓你設定你的網頁在搜尋列單中的描述。

純理論型的 SEO 專家認為，meta 描述標籤不是排名因素之一，因為它不能幫助你的網頁排名飆升；它最多起到“展示”作用。因此，他們認為描述標籤只能在你的網頁排名(通過其他排名因素)出現在首頁時，才會對你的網頁如何展示有所作用。

技術上來說，那是正確的。可是，既然搜尋引擎把內容的吸引度納入考量，那當你的網頁出現在搜尋結果列表上時，你的描述是否吸引，當然也很重要。一個好的描述可以增加被點擊的機會。所以 meta 描述標籤在實際上也應被視為排名因素只一。

3. 標題文字標籤(Header Tag)

標題文字標籤可以幫助搜尋引擎分辨網頁的內容主要區塊，以更準確地瞭解內容。如果你的關鍵字出現在 header tag 中，你的網頁出現在該搜尋字的結果中的機率就會相應增加。

Header tags 可以用來表現一張網頁的邏輯性架構。一般情況下，你的大標題(main headline) 應該用 H1 標籤，而分標題(sub-headline) 用 H2 標籤比較合理。

以這篇文章為例，我的大標題是“HTML 語法對 SEO 優化的影響”，用的是 H1 標籤。而分標題則包括：“甚麼是 HTML？”，“主要的 HTML 標籤”等等，用的是 H2 標籤。

總之一切要以自然，合邏輯為準，這樣也會為你的其他排名因素加分；不需要過度緊張，覺得非得用不可，header tag 在整個排名演算法中只佔很輕的份量，如果你的網頁內容沒有需要用到標題文字標籤，也沒關係。

2.5 網站結構對 SEO 優化的影響

評估一個網站的架構，可從三個方面著手：

1. 網站的易讀取度
2. 網站的速度
3. 網站的 URL

1. 網站的易讀度

搜尋引擎就像蜘蛛一樣，在網路上“爬行”。它們以超快的速度從一個網頁爬到另一個。在過程中，它們會複製你的網頁，然後收錄在其“索引”（index）裡。當有人上網搜尋時，搜尋引擎就會翻查它們的索引，找到相關的網頁，然後挑出它認為最佳的網頁，依次列出，越好的排在越前面。如果你要被搜尋引擎找到，首先你的網頁要在搜尋引擎的索引裡。而要在其索引裡，則你的網站首先必須能被搜尋引擎“讀到”。多數網站在這方面都沒有太大的問題，可是在某些情況下，有些因素可能會產生問題，例如你的網頁含有錯誤的或損壞的連結。遇到這種情況，搜尋引擎就像走到“死胡同”裡，不能繼續爬下去，因此也不會收錄這篇網頁。

如果你要確認你的網站是否被收錄在索引裡，可以上 Google 或 Yahoo!，輸入：

site:你的網址（例如：site:www.inboundjournals.com），然後查看你

有多少網頁已被收錄，而且是正確地被收錄。如果有某些網頁沒有被收錄，那可能搜尋引擎無法讀到這些網頁。想要避免不必要的問題，一個最好的方法就是為你的網站製定網站地圖(Sitemap)，可以讓你輕鬆而快速地通知搜尋引擎，關於網站有哪些可供檢索的網頁，也讓搜尋引擎能夠更有效地檢索你的網站。

2. 網站的速度

在網路上，速度是被用戶重視的一環。搜尋引擎公司也因此須要把網路變成一個快速的空間。他們甚至宣稱，較快速的網站在排名上會比稍慢的網站佔優勢。要記住一點，單是把你的網站速度加快，也不能保證你的網頁可就以快速飆升到搜尋結果的第一頁。畢竟這只是一項較次要的因素，但是它的確可以為其他因素起到加分的作用，而且也能提升你的訪客的瀏覽體驗。

3. 網站的 URL

URL 是 “Uniform Resource Locator “的縮寫，(中文翻譯為 “統一資源定位器”)，常被稱為 “網頁位址”。如果你的網頁位址包含了你所要的關鍵字，或有描述性的文字在內，那會對你的排名稍有幫助。根據往年多項研究報告，搜尋用戶比較偏向選擇點擊短而清楚描述內容的 URL。這個步驟很容易就辦到，而且也很合理，所以一般做 SEO 的人都會做。但記住這也是一項較次要的因素。

2.6 建立連結的三大重點

搜尋引擎會評估連結的幾個特質。讓我們看看以下三種主要特質：

1. 連結的品質

想像一下，如果你出國旅遊，在街上想找餐廳吃飯，你會進去只有幾個顧客的那家，還是客滿的那家？正常情況下，你大概會選第一家對不對？因為客滿的那家顯然有較多的正面“評價”。這些評價是有品質的。

搜尋引擎也是以同樣的道理考量連到某個網站的連結。但是搜尋引擎對於不同性質的連結會給予不一樣的權重。對於來自搜尋引擎認評定為優質網站的連結，該連的品質較高，較有分量，因而得到較多的權重。那麼，你可能會問，甚麼才是品質高的鏈結呢？一般而言，來自大型網站或聲譽較佳的網站的連結，往往會比來自一個小小的部落格留言的連結優勝。

2. 連結的文字

連結文字(anchor text)是指網頁內文中可以被點擊的文字連結，目的是讓連結內容簡潔明瞭，告訴搜尋引擎與訪客這個連結的相關內容。而連結出去的網頁可以是其他網站的網頁或本站的網頁。

看看這組 html 超連結語法：`連結文字 `，其中“連結文字”就是 anchor text。

搜尋引擎根據連結文字瞭解某頁網頁是如何描述另一頁網頁的。就好比 Amazon 會得到很多“書籍”的連結文字，搜尋引擎因此知道 Amazon 是與書相關的網站。

當另一個網站連到你的網頁時，你是無法控制別人用甚麼連結文字的。譬如你的網站是關於保養品的，別人可能會用“好用的保養品”，“天然的保養品”等文字來形容他們連到你的網頁的連結，因此連結文字是自然而多元的。

同樣道理，如果你要為網站建立連結，最好以自然為主。多用不一樣的 anchor text，而不要重複使用同樣的文字。做到這點，你的 SEO 操作就比一般人優勝了。

3. 連結的數量

建立連結連結已經越來越趨重質不重量了。但是，連結有一定的量還是有用的(當然，要在不建立垃圾連結的情況下)。

譬如 linkbaiting(連結之餌)就是其中一個 SEO 專家常用的手法，做法就是寫一篇文章，誘使別人去連結。如果你的文章題材吸引，或有爭議性，或非常有參考價值，是吸引連結的非常有效的方法。但是無論如何，在你建立連結時，謹記不要使用自動化的軟體，更不要作垃圾網頁，搜尋引擎遲早會逮到的。

總結： 隨著 SEO 演算法的不斷進步，搜尋引擎越來越會分辨“人造”與“自然”的差別。搜尋引擎的邏輯是，一個網站有越多的“自然連結”，越能說明該網站有優質的內容；相反地，如果一個網站有很多低品質的人工連結，該網站品質低下的可能也相對提高。而事實上，這個邏輯也有道理，雖然不是 100% 準確，但卻有一定的可靠性。

因此，善用建立連結的時間，把較多的功夫放在創造優質的網頁內容上，這樣可以提高自然連結的機率，搜尋引擎自然會給以回報。

2.7 社群網站對 SEO 優化的影響

利用社群媒體行銷的方式來提高你的網站排名，要兩點需要注意：

社群網站的名聲

就像看待鏈接一樣，搜尋引擎對各個社群媒體賬戶也不是一視同仁的。其實這也是非常合理的做法。因為，當網站站長發現社群媒體的作用後，任何人都可以在任何社群網站上登記一個賬號，用來操作他的網站在社群媒體上的受歡迎度。因此搜尋引擎必須制止某些人利用大量的社群網站來製造網站受歡迎的假象。

而這些虛假的賬號是非常容易被發現的。因此，要獲得搜尋引擎的信任，你需要真誠地經營好你的社群網站(例如你的 Facebook 粉絲專

頁)，建立信任度，這樣來自你的社群網絡的“投票”在搜尋引擎眼裡的權重就會增加。

社群網站的分享廣泛度

就像搜尋引擎會評估連接的品質和數量一樣，它們也會較看重來自於有品質的社群網站上的分享內容，以及在社群媒體上被分享的廣度。因此，如果想利用網路行銷技巧來增加你的網站流量，你幾乎必須要在社群網站上有所參與。而即使你不需要在每一個社群媒體網站上都登記一個帳號，但起碼也要選擇一個最適合你的社群網站，例如為你的企業開立一個 Facebook 粉絲專頁，或開設一個 Google+ 帳號，建立你的社群網絡。

社群媒體成為網路上成長最快的族群，已經是一個大趨勢。有效經營社群網站來支援你的網站是有必要的，否則你將錯過一個獲得分享和有效提高網站排名的好機會。

2.8 網站的信任度和權威度對排名的影響

搜尋引擎是如何評估這兩個標準的：

網站的信任度

因為搜尋引擎經常性地到訪你的網站，它們會“感覺”到你的網站是否一切正常。例如：你的網站是否突然獲得大量來自壞鄰居(垃圾網站)的連結？或是你是否突然之間連結到壞鄰居的網站呢？還是你剛剛

發了一貼跟往常的主題不太一樣的貼文？諸如此類的線索都可能會引起注意。

當然這些突然的改變不會獨立地被拿來分析，搜尋引擎會把其他因素結合在一起作整體評估。此時，一個有良好紀錄的網站就會大大地幫上你。

基本上，一個經營了一段時間的網站往往在搜尋排名方面較佔上風。而剛剛建立的網站可能需要付出一些時間上的代價，從數週到數月甚至數年不等，才能贏得應有的信任。

網站的權威值

搜尋引擎非常看重一個網站的權威度。這點很容易理解，一個有權威的網站的內容多半都是優質的，讓這些網頁出現在搜尋的第一頁，會提高搜尋用戶的體驗，這是搜尋引擎的最終目標和宗旨。所以它們要判別你的網站在你的產業或領域裡，是否被廣泛地認為是權威。這也是你必須要達到的目標。

雖然沒有人確實知道搜尋引擎是如何判斷權威度的，但是可以確定的是，搜尋引擎會同時偵察多項有暗示性的權威度信號，例如：連向你的網站的連結數量、品質、多樣性、及來自社群網站的分享行為等。

總結：從這一節的主題我們可以看出，如果想建構網站做行銷，那麼把她經營成一個有信任度和權威度的網站是必須的、大勢所趨的目

標。把重點放在製定原創、豐富、精準的內容上，可以幫助你吸引自然的、優質的連結；再配合完善的社群行銷規劃，就可養成一個無論個是在搜尋引擎眼裡，還是在訪客心裡，都是一個值得信賴的權威資訊來源了。

2.9 個人化搜尋對排名的影響

什麼是個人化搜尋？

個人化搜尋(personalized search)其實是根據資料的個人化所得到的搜尋結果，讓你看到的結果跟我看到的是不同的。

那麼為甚麼搜尋引擎要這樣做呢？其實各大搜尋引擎在過去幾年間都在不斷地做一件事：改善它們的服務品質。要做到這一點，它們必須要把最精準、最相關的搜尋結果擺在用戶面前。而除了眾多的相關因素外，搜尋引擎推出了個人化的搜尋，讓每個用戶看到的搜尋結果（除了一些基本的結果會是一樣的外），都是根據其個人的資料而產生的，每個人都會獲得一個獨一無二的個人搜尋體驗。

看看以下三項基本的個人化資料：

你的地理位置（國家／城市）

如果你在台灣搜尋“護唇膏”，你看到的結果會以台灣的相關購物網站或部落格為主，一般不會看到國外的網站出現在第一頁。同樣的理

論也實用在城市上。搜尋引擎能做到這點，是因為它們已經掌握了你的地理位置。

所以，如果搜尋引擎認為你的網站對於某個用戶的國家是不相關的，那你的網頁就不會出現在搜尋結果裡。而如果你覺得你的網頁對於另一個國家或地區的用戶是相關的，那可能你就須要在跨國或跨地域 SEO 優化上下一點功夫了。

你的社交連結

你的社交圈內的朋友的活動，會影響搜尋引擎對於你的搜尋的猜測。也就是說，你的朋友對於某個網站的意見，會影響到你的搜尋結果。譬如你的朋友曾經在 Facebook 上給某個台北的泰國餐廳按讚，當你下一次搜尋“台北泰國餐廳”時，這家餐廳就非常有可能出現在你的搜尋結果。

這也是為甚麼社群網站對網站的推舉，已經成為排名因素之一的原因。如果有人 Twitter 上推你；或在 Facebook 上給你的網頁按讚、留言或分享，這會增加你的網頁出現在他的朋友圈的搜尋結果裡。

你的搜尋歷史

你過去的搜尋歷史資料可以間接地透露你的興趣喜好，譬如說，如果你是 SEO 業者，經常瀏覽 SEO 優化網站，當你的搜尋詞彙是“SEO”

時，搜尋引擎就會根據你的個人資料，包括你常用的搜尋語言、常瀏覽的網站，產生你的主要搜尋結果。

相較於地理位置，這個部份的個人資料比較難準確地掌握，搜尋引擎也在針對這個部份不斷地在發展中。

總結：就像網路世界不斷地進化一樣，SEO 也在不斷地發展，個人化搜尋更是其中越來越重要的焦點，它的出現催使我們把更多的工作和重點放在創造最新、更精準、更吸引人注意和分享的內容(content)上；聚集培養更多的追隨者；站在回頭訪客的角度考慮問題，而不是目光短淺地只考慮如何吸引新的訪客。

2.10 負面 SEO: 六種要避免的違規做法

六種負面 SEO / 違規行為：

空洞的內容(Thin Content)

過去 Google 苦於無法分辨垃圾網站、中等或二流網站、以及高品質網站的差別。直至 2011 年 2 月，這個處境永遠改變了。Google 透過各種指標的衡量技術，更新了它的排名演算法，代號為“熊貓”(Panda Update)，對內容品質低落，包括：缺乏實質內容、非原創內容(如拷貝他站文章)、廣告比例過高等等的網站造成很大的影響，使網站流量大幅下降。

要避免遭到搜尋引擎的處罰，可以作出以下修正：

- 刪除從他站拷貝過來的文章
- 增加原創性的、有參考價值的文章
- 刪除站內重複內容
- 減少會稀釋實質內容的項目，如：過剩的導覽結構、頁尾連結、重複的影相、動態內容等
- 減低廣告與內容的比例

關鍵詞堆砌(Keyword Stuffing)

把同一個關鍵詞重複地硬塞在文章裡，其實是一種過時的作弊手法。這對於 Google 來說已經是非常容易偵察到的伎倆了，因此也很可能會讓違規的網站被懲罰。

那麼，怎樣才算是堆砌呢？雖然這沒有標準答案，但是最好的做法是：

- 確定標題標籤包含主要的關鍵詞
- 描述標籤包含主要的關鍵詞
- 內文包含主要和多個(視文章長短和流暢度而定)次要和相關關鍵詞
- 站在讀者的角度，使文章讀起來通順自然，在網頁的瀏覽時間自然會延長

隱藏文字(Hidden Text)

隱藏文字是另一個違反 Google 品質指南的作弊手法，具體做法有多種，最常見的是把網頁的關鍵詞的顏色設定為背景顏色，讓人眼看不到。這種做法是不被搜尋引擎認可的，受處罰的機率是很高的。最簡單的方法是，不要試圖做任何隱藏文字的伎倆，搜尋引擎要“看到”跟人眼一樣的東西。

障眼法(Cloaking)

障眼法是典型的 SEO 黑帽作弊手法，比隱藏文字更進階，具體做法是把網頁偽裝成非常優化的版本，然後分辨訪客是人還是搜尋引擎的爬行者(crawler 或 spider)，如果訪客是後者，便會讓它看到這個經過優化的網頁。

因為這種做法是明顯的作弊手段，並非一般人在不知情的情況下所犯的無心之失，所以搜尋引擎會嚴懲這種行為，極有可能會進行封殺，把整個網站刪除。

付費連結(Paid Links)

Google 是否應該打擊買賣連結的網站，在過去幾年一直都是爭論不休的議題。目前，購買連結以求提高網頁排名，在 Google 眼裡屬違

規行為。如果你要在 Google 得到好的自然排名，就得按照 Google 的遊戲規則，否則一旦被逮到就要做好接受處罰的可能。

而 Bing 在這個問題上似乎比較寬容，沒有公然地對購買連結作出懲罰，目前仍允許網站在不違規的情況下，向可信任的網站購買連結，但同時也帶保留地表示付費連結有其風險。

垃圾連結(Link Spam)

就如它的名稱，製造垃圾連結不會為 SEO 帶來價值，也觸犯了站長管理守則。如果以為把網站連結丟在各個論壇或部落格就是在做 SEO，或更甚的是運用軟體完成這項工作的話，那這就是大大的誤導了。因為這種做法不會為你帶來任何排名上的好處，即使目前有，也不會長遠。

結論：從以上的負面 SEO 的項目中可以看出，搜尋引擎一再地逼使網站經營者把重點放在製作優質的內容上。其實這也是對的，與其把時間浪費在各種作弊手法上，短期地比贏了搜尋引擎，然後被識破後再不斷地找其他漏洞，還不如專注於創造價值—有用的、精準的內容，為你的網站增值。假以時日，你的網站也會成為搜尋引擎眼裡值得信任、有權重的網站。即使日後有再多的演算法更新，也不會在排名上受太大的衝擊。這就是最可靠的 SEO。

掌握搜尋引擎排名，就等於掌握顧客

網海茫茫數以千萬的網站如何被目標客戶看到呢？搜尋引擎（Google、Yahoo、MSN…）解決了這個問題，快速而精準的排列出網友輸入條件的相關網站資料，這個『輸入條件』稱做『關鍵字』，輸入關鍵字就可以在零點幾秒內快速精準的排列出相關資訊，但在數以萬計的資料廣告業主如何名列前茅讓網友看見？有很多種相關要件我們把它統稱為 SEO 技術（Search engine optimization），說白一點就是透過網站"優化"讓網站的排序重要性的積分增加，而在特定關鍵字的自然搜尋結果中名列前茅，增加曝光率。

Why? SEO 網路行銷效益佳

網友沒事會搜尋資料嗎？一定是有需求才会有搜尋的動作，如果這時候你的網站因此被有需求的網友尋找到，你會因此得到商機，這不是守株待兔而是有效攔截有效客戶，這個位置可是網路黃金店面呢強手的很。想想全世界有多少網站？目前是 350 億而且還快速增加中，你記得有哪些網站嗎？根據研究你最常用的前三個網站佔了你 85% 的使用率，不知道的網站就是需要時再到 Google or Yahoo 等大型搜尋引擎尋

找，如果你是 Buyer 在找 Supplier，Supplier 能不能被搜尋到就是致勝的關鍵。

企業網站為什麼需要 SEO 關鍵字排名服務？

做網站的目的不是擺著好看，網路行銷是任何企業都必需爭取的市場，在數位時代，網路已然成為人們每天依賴的資訊來源，而搜尋引擎則是爭取企業網站行銷曝光的最佳機會，關鍵字搜尋排序，是企業網路行銷成本最低、時效最長、效益最佳、客源最廣的選擇。

SEO 網站排名優化服務內容

- **優化客戶網站結構、程式代碼標準化：**以執行 SEO 關鍵字優化的專業技術經驗，對客戶網站頁面進行搜尋優化的調整，符合搜尋引擎排名的規則，使搜尋引擎正確收錄及排名，堅決不使用作弊手段或是不正當的程式點擊。
- **擬訂目標排名關鍵字：**協助客戶正確而精準的擬訂搜尋引擎排名關鍵字及延伸關鍵字，正確的設定各主選單功能頁面的各項設定。
- **網站內容頁面導覽連結優化：**針對搜尋排名網站功能資訊導覽連結檢查，製作網站資訊導覽，使網站對搜尋引擎友善度提高。
- **通盤考慮各個搜尋引擎排名規則各項的權重及規則，**調整相關網站頁面及關鍵字排名比重。

- **加強外部連結及品質：**運用成果網路行銷的高權重自有平台及結盟平台增加客戶網站的外部連結品質權重，進而提高網站分數，以獲得更好的網站排名成效。
- **搜尋引擎收錄數量提昇：**客戶網站經過優化後，針對搜尋引擎收錄網頁數量觀察及優化改善，使網站收錄頁面大幅度提高，進而增加排名提昇機會。
- **定期提供排名成果：**透過網站流量監控，分析各項優化數據，做為網站排名優化維護的調整依據，持續的優化維護網站程式與內容調整，以穩定網站在搜尋引擎的排名。

第四章 SEO 與 PPC 的比較

1、就字面意義：

SEO 是 Search Engine Optimization 的縮寫，中文名稱為搜尋引擎最佳化，或稱為「搜尋引擎優化」。

PPC 是 Page Per Click 的縮寫：中文名稱為依每次點擊付費制，也可稱為關鍵字廣告。

2、就付費而言：

SEO：因為是自然排序，可由該公司自己執行或委託由專業 SEO 公司執行，費用是 0~未知。

PPC：是付費給搜尋引擎業者，費用視該關鍵字競爭度而定，另外多少人點閱也影響費用。

3、就時間而言：

SEO：視關鍵字及網站架構而變，可能數天至數個月不等。

PPC：付費就可以申請，數小時就馬上看到。

4、就效益而言：

SEO：為自然排序，前 20 名點閱率高達 70%以上。

PPC：屬於廣告，點閱率通常僅 3%~10%。

5、就廣告預算而言：

SEO：不因點閱人數高而花費大量預算，成本大部分在於關鍵字排序上

去的時間與費用。

PPC：時間成本低，但若關鍵字熱門或點閱人數高，將支付龐大廣告費用。

6、適合的類型：

SEO：適合關鍵字熱門度高，點閱人數流量高的產業，及長期依賴網路人潮的公司。

PPC：適合較冷門產業，或臨時短期的活動，點閱人數流量低的產業。

7、整體而言：

若能找到費用低及時間短的 SEO 公司，當然執行 SEO 比較好，再搭配

PPC 加強執行或機動更換行銷活動，即 SEM 搜尋引擎行銷 (Search Engine Marketing)，是最理想方式。

4.1 SEO 與 PPC 的優缺點：

SEO 排名(自然排序)

運作方式:網頁語法正規劃 + SEO 核心技術導入

計費方式:SEO 服務一次性費用

優點

1. SEO 穩定持續提升網站排名
2. 為自然搜尋結果
3. 建立自有建議關鍵字

4. 乃漸進式效果, 不易被取代

5. 多家搜尋引擎同時運作

6. 上線越久成本下降

缺點

1. SEO 顯示效果較慢(近來效率已明顯改善約數週到 1.5 個月不等),

2. 無法準確預估網站排名位置

3. 效果若不顯著, 除費時與貽誤商機外, 若廠商 SEO 方式不被搜尋引擎

認同, 有被列入黑名單之虞, 每次點擊成本: SEO 不需付費

PPC(付費關鍵字廣告)

運作方式: 廣告點閱

計費方式: 關鍵字每次點擊計費

優點

1. 關鍵字快速獲得排名與效果

2. 可清楚控制每日成本

3. 關鍵字可靈活替換

缺點

1. 關鍵字被取代性高

2. 每個搜尋引擎均需付費

3. 費用停止即無效果

4. 同業惡性點擊

5. 熱門關鍵字價格高

6. 無法提升網站自然排名

每次點擊成本：

關鍵字越高排名越貴，越熱門越貴，越高排名越貴

關鍵字也會因為越多廠商使用而越貴

4.2 SEO 與 PPC 的優缺點分析：

1、花錢買關鍵字廣告：

排名就可以馬上上前 10 或前 20 名，不用等待，要第幾名就第幾名；缺點就是：當日預算被點擊完就下線了，有時中午網站就不見了。

2、花錢請關鍵字行銷公司做自然排序：

排名前面，點閱率及流量會很高，上前 10 或前 20 名的話有 60%~80%的關鍵字搜尋點閱率〈關鍵字廣告大約只有 3%~10%的點閱率〉；缺點就是：需等待 1~3 月，甚至更久才會排名前 10 或 20。

3、不花錢自己做自然排序：

最大優點當然就是不用花錢，只要網站存在就可以獲得關鍵字搜尋帶來

的流量及效果；缺點就是：需花時間研究雅虎奇摩或 Google 的搜尋引擎排序規則，浪費的是時間成本。

第五章 如何做到 SEO 優化

5.1 網站標題要下的準確

在檢視列表中會看到原始碼，點擊之後會看到這個頁面的 HTML 撰寫碼：



圖 5-1 檢視原始檔

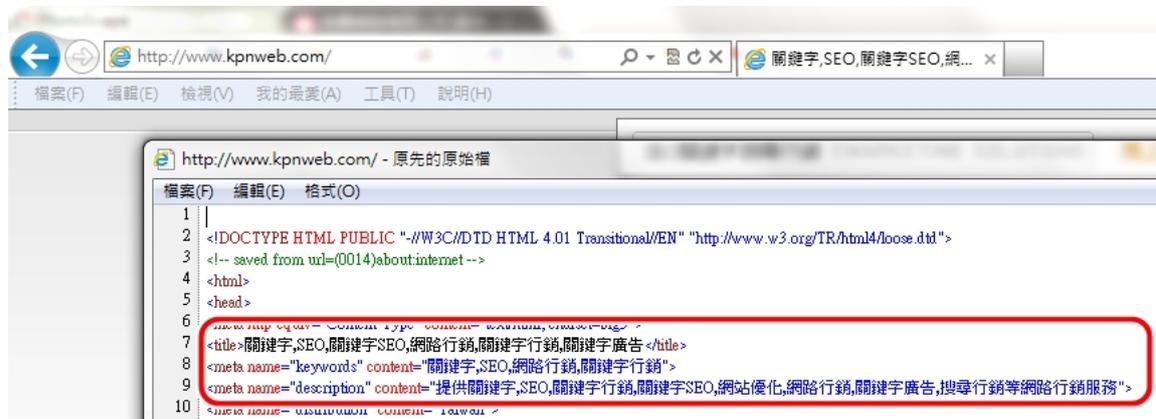


圖 5-2 原始碼

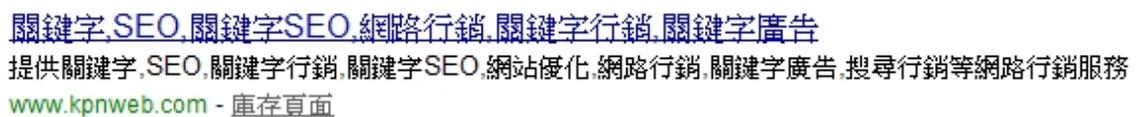
我們會看到中間的 就是所謂的網站標題，這就是會顯示在網頁最上方以及蒐尋引擎結果頁的標題文字。標題要與公司經營的產品項目密切相關；如上例，奇寶經營 SEO 搜尋行銷服務，自然也會在撰寫 title

時強調產品內容，如此網友在搜尋引擎輸入 SEO 單字時，網站才會被搜尋引擎準確地找到。

標題撰寫的原則看似簡單，但有一些禁忌是絕對需要避免的。例如寫一些與公司產品內容關聯度過低的標題(像是賣香水的公司在網站 title 中沒有寫到「香水」的字樣，反而寫網頁 1、未命名等)，這樣會使得搜尋引擎不容易找到您的網站。另外，因為過度地希望網站被搜尋引擎找到，堆砌了一堆冗長又重複的產品字串，這也會讓精明的搜尋引擎判定您的網站並不是值得優先排序的網站，反而適得其反。

5.2 用心經營網站標題的補充說明文字

我們在上例圖示中看到，有關網站標題的敘述之後有 meta 的命名，簡而言之，meta 就是網站標題的補充說明，功用是解釋標題內容或者呈列公司相關產品。



關鍵字,SEO,關鍵字SEO,網路行銷,關鍵字行銷,關鍵字廣告
提供關鍵字,SEO,關鍵字行銷,關鍵字SEO,網站優化,網路行銷,關鍵字廣告,搜尋行銷等網路行銷服務
www.kpnweb.com - [庫存頁面](#)

圖 5-3 關鍵字搜尋

上例圖片中看到，奇摩網路的 meta name 有包括關鍵字、SEO、關鍵字 SEO 網路行銷等；在詳細補述、強調了標題內容後，網友在輸入

SEO 或關鍵字行銷、關鍵字等相關單字後，搜尋引擎會尋找擁有相關單字的標題(title)或者補充說明標題的文字(meta name)，並從中找到最適合的網站。

同樣的，標題的補敘文字也有避免的禁忌；例如寫一些與標題不相干的文字(例如標題是「關鍵字搜尋行銷」，補充說明卻寫便宜、好用、效益高)，或者過於籠統的文字(例如例如標題是「關鍵字搜尋行銷」，補充說明寫「這是最新網路技術」或「幫助排名提升的方法」)，同樣的，補充說明也儘量避免冗長並且堆疊相似的文字，這樣只會增加搜尋引擎判別的困難。

5.3 改善網址名稱

網址多數是以英文字與數字排列組成，雖然不一定每一個人都要懂得英文字義，但網址應該確實地與產品或企業名稱相關，且儘量簡潔，搜尋分數才會更高。例如以網路服務為業務核心的奇寶網路網站，以奇寶公司的縮寫 KPN 以及網路 WEB 作為網址名稱：



圖 5-4 改善網址名稱

網址名稱也有一些不可不注意的事項，例如儘量不要出現不必要的參數和工作階段的網址(例如/page1.html/、/%1352348%.html/)，或者過度堆砌的網域名稱(例如 kpnnet-web-internet-webnet.netweb.com)，子目錄命名也儘量切和主題，(例如奇寶首頁下的子目錄最新消息頁面 <http://www.kpnweb.com/news.asp> 或者客戶服務頁面 <http://www.kpnweb.com/service.asp>)而不要出現語意不清或者層數過多(例如.../page1/1-1/1-1/2/1-1-2-3/1-1-2-3-2html)的子目錄名稱。

5.4 建立自然流暢的層級架構

一個好的網站能讓網友能夠充分使用到每一頁的資訊，如果網友只看首頁就跳出去，或者有一些頁面永遠只有極少數網友點閱，如果不是內容的問題，那大多數是網站架構出了問題。

如果您的網站內容相當多，那麼設計分類子選單就是必要的；我們建議您，網站架構儘量作扁平式的分類而不要垂直式，所謂垂直式分類，就是過度細分的網站路徑，網友必須要按好幾次才能找到最深層的內容，徒然增加使用者的不便，也可能在尋找資訊過程消耗他們的耐性而直接跳出網站。

<扁平式的分類>

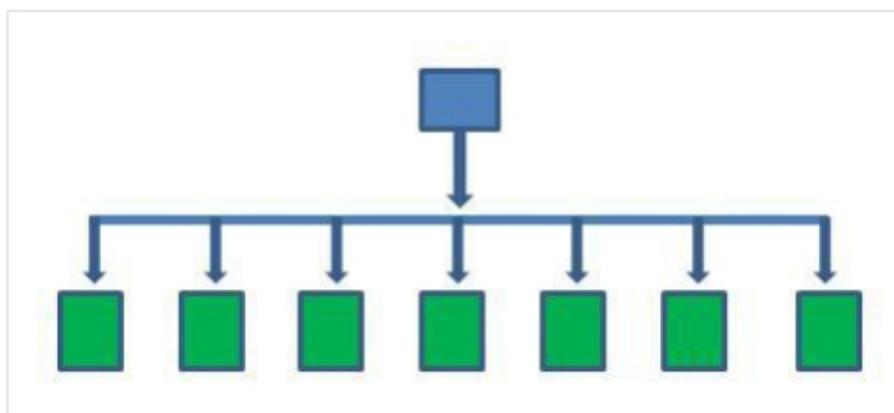


圖 5-5 扁平式的分類

<垂直式的分類>

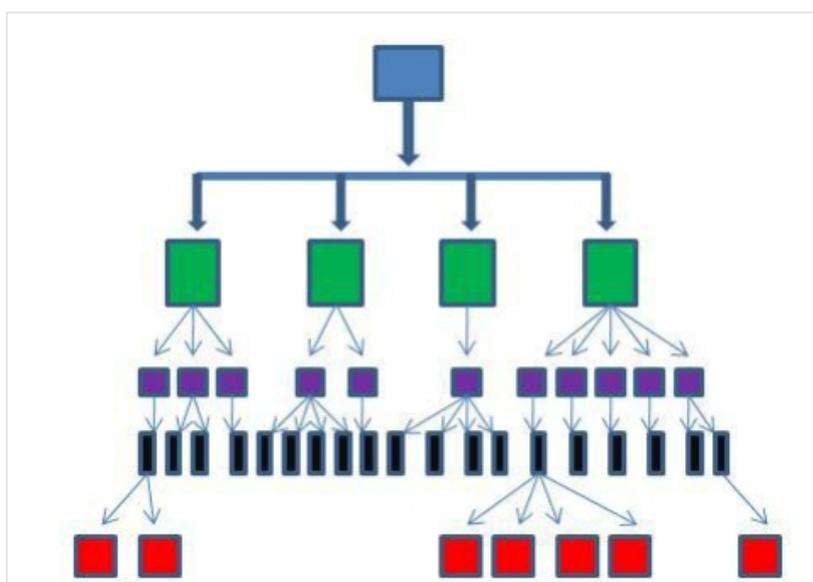


圖 5-6 垂直式的分類

另外一點經常被網頁設計者忽略且不利於 SEO 操作的地方，就是使用過多的動態選單；對於網站所有人而言，許多人喜歡看起來豐富

且具變化的動態選單(例如 FLASH 選單),動畫會顯得網站更活潑具有生氣,但是這不利的因素有兩點:

(1)不是所有的網友的電腦裝置都能處理 FLASH 或 JavaScript 程式,且過多的動畫也不利於網站開啟的流暢度,這對於使用者而言並不是一個很好的網站閱覽經驗;

(2)搜尋引擎的偏好是文字連結,網站動畫固然可以吸引網友停留的興趣,但是對於搜尋引擎的排名上則毫無實質的幫助。因為 FLASH 網站的程式碼和內嵌文字內容並非外連,搜尋引擎並不會找到這些字串,因此做得再多並不會提升搜尋引擎排名。而且網站動畫要跑得順必須有穩定快速的頻寬,對於大多數網路使用者來說,跑得不順的動畫只是增加訪客閱覽的困難,動畫太多反而適得其反。

(3)最後一個可以讓網站每一頁都充分被網友使用到的小技巧就是—「麵包屑導覽」。麵包屑導覽是一種路徑提醒小幫手,通常出現在文章最頂端或文末,可以讓使用者閱讀文章的同時隨時知道自己在哪個地方。例如網友現在在奇寶網路的公司介紹頁面下的人事組織頁面,那麼在文章的上方或下方,麵包屑導覽可能就會出現:奇寶首頁>公司介紹>人事組織

5.5 提供優質的內容服務

搜尋引擎搜尋網站的時候，優質且適切網站主題的文章內容將會更優先被檢索到。為了達到這樣的目標，您的網站必須謹守幾個原則：

第一，避免冗長且文法錯誤的內容，而且儘量不要把文字鑲嵌於圖片中，使得網友無法複製剪貼這些文字，而搜尋引擎也無法讀取到這些文字。

第二，儘量使用親切的語言，例如世界杯足球賽、國際足球協會，這些字較不口語也較少為網友搜尋，但是改用世足賽、FIFA 等字取代，就符合熱門關鍵字，也較易被搜尋引擎找到。

第三，避免複製文章，而使用創新且自製的內容，使用過多的複製文章並不會讓搜尋引擎更容易找到您的網站。

5.6 置入淺顯易懂的點擊文字

「可點擊文字」就是出現在網站文章內容裡面的某些關鍵字，這些關鍵字可以連結到外部網站或者內部網頁，可以提高網站使用效率，同時也可以增進搜尋引擎找到您網站的機會。

例如奇摩官網中介紹了網路行銷的定義，文章內出現粗體且藍色的文字，就是所謂的可點擊文字，這些文字不但隨時幫助網友理解文章內

名詞的意義，且增加了網站相互連結的機率，將大幅提高網頁被搜尋引擎尋找到的機會。

5.7 將圖片的替代文字最佳化

我們知道網站通常都由許多圖片組成，每一個圖片都有其檔名，例如一個檔名叫做 new_images/seo.gif 的 gif 圖片，在置入網站上時，檔名後面通常有著替代的文字說明，文字說明內容位在檔名後面的 alt 中，如下例：

```
 奇寶網路
4. [http:// www.asmseo.com.tw/tier/front/bin/home.phtml](http://www.asmseo.com.tw/tier/front/bin/home.phtml)  
飛行船多媒體事業有限公司
5. [http:// zh.wikipedia.org/wiki/SEO](http://zh.wikipedia.org/wiki/SEO) 維基百科
6. [http:// www.winho.com.tw/seo.html](http://www.winho.com.tw/seo.html) 威宏科技
7. <http://www.promotel68.com.tw/> 168 商業行銷全方案
8. [http:// service.taiwandns.com/?page\\_id=2579](http://service.taiwandns.com/?page_id=2579) 台灣網域
9. [http:// www.awoo.com.tw/seo.html](http://www.awoo.com.tw/seo.html) awoo
10. [http://http://www.888boss.net/seo/seo\\_1\\_1.html\\_g/](http://http://www.888boss.net/seo/seo_1_1.html_g/)  
笙凱科技有限公司