

關鍵字挖掘技巧與避免地雷

關鍵字分析是做 SEO 的重要前置作業，而它能發揮的效果也不只僅只是在網站優化上而已，一個好的**關鍵字研究分析**，可以有效地提高**對受眾族群的認識**、合理的規畫網站**頻道分類**、具體的提供未來網站**發展藍圖**、**準確的監控網站優化達成率**。

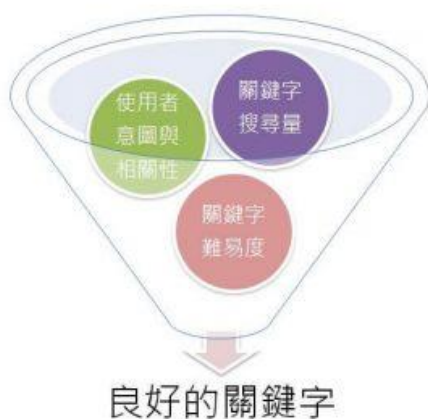
我們建議在做 SEO 優化、投放關鍵字廣告、甚至是網站架設之前，都可以花一點時間做關鍵字的研究分析，能夠有效的減少霧裡摸象的狀況，避免白做工夫的窘境

基本：了解怎麼樣選出合理的關鍵字，減少在錯誤的關鍵字上白做工，並且提高對於目標族群的認識。

深入：學會制定並拓展完整關鍵字清單的方法，並利用這份清單提供各種重要資訊，包含：頻道分類概念、轉化目標設定、未來網站發展方向…等等。

基本功、選擇關鍵字的重點概念

從三個方向綜合考量可以決定一個關鍵字是否合適：
關鍵字搜尋量、使用者的意圖與網站關聯性、關鍵字的難度。



關鍵字搜尋量

搜尋量很直接的顯示了關鍵字的潛力，利用 google 關鍵字規劃工具，我們就可以輕易的獲得這項數據。



| 搜尋字詞 | 平均每月搜尋量 | 競爭程度 |
|--------------|------------|------|
| seo | 10萬 - 100萬 | 中 |
| seo services | 1萬 - 10萬 | 中 |

(藉由 google adwords 查看搜尋量區間)

使用者的意圖與網站關聯性

每一次搜尋都是有目的的，可能是尋找產品、服務、知識...等等，挑選關鍵字的時候要特別注意意圖是否與使用者期望的相同，不要刻意操作與使用者意圖違背的關鍵字，如果提供的內容與使用者的目的不夠契合，就算使用者進到網站也只是馬上離開，不僅無法達到網站想要的目的，還會增加網站的跳出率，流量不但沒有意義，可能還會影響到網站的權威性，是得不償失的。

關鍵字操作難度

這是一個很現實的問題，對於很多小型網站與剛起步的網站來說，與其操作龐大的關鍵字，不如尋找意圖更相近、競爭程度較小的關鍵字，等到網站具有一定權重後才試圖爭取大型關鍵字。



(意圖越明確的關鍵字，競爭強度越低，也越能提高轉化率)

另外挑選競爭度較低的關鍵字還有另一個好處：使用者的意圖會更相近，這個因素會直接影響到網站的轉化率，例如：與其讓 1000 個找「家具」的人進入賣枕頭的頁面，效果可能沒有 10 人個找「枕頭」的好。

尋找關鍵字的核心大致如上所述，藉由調整這三者之間的關係，就可以挑選出合適的目標關鍵字。

關鍵字分析報表實作

基礎的概念解釋完了，接著我們更進一步，帶著各位走一趟關鍵字研究的完整流程，了解這整個程序，可以幫助網站做出合理有效的規劃，不論在網站架構的改動、未來內容增加方向、檢視轉化率等等，都相當有幫助。

完整的關鍵字規劃可以參考這幾個步驟：

訂出核心關鍵字
拓展周邊關鍵字
歸類、分類
補充細節
檢視網站現況
設定轉換目標
執行並持續追蹤



第一個步驟：訂出核心關鍵字

核心關鍵字代表著網站主題的主軸，依據網站規模的大小可以有多個核心關鍵字。例如：SEO 就是這個網站的核心字。

第二個步驟：拓展周邊關鍵字

拓展關鍵字分成水平與垂直兩個模式：

水平拓展指的是依據不同的主題、使用者背景、相關內容去拓展出來的關鍵字，通常會成為一個頻道的主要關鍵字，例如：SEO、網路行銷、廣告...等等，這些關鍵字就具有水平的特質。

垂直拓展就是把關鍵字的細節加深，進入更精確的使用者意圖，通常會成為文章或者產品的主要關鍵字，例如：SEO 教學、SEO 效果、SEO 方法...等等。

要快速完整的拓展關鍵字我們可以利用 google 關鍵字規劃工具，先簡單的把幾個水平關鍵字輸入工具就會出現大量相關關鍵字，下載後我們進行初步篩選，篩選條件有兩個：

刪除沒有流量的關鍵字
刪除不相關的關鍵字。

接著我們再根據找到的關鍵字清單，挑選出一些搜尋量較大的，或者是在篩選中新產生的靈感，重複進行丟入工具進行篩選的工作，最後累積這份清單就會出現關鍵字清單的雛形。



(進入 google adwords > 工具 > 關鍵字規劃工具)



(輸入關鍵字 > 選擇正確區域 > 取得提案)

| 廣告群組提案 | | 關鍵字提案 | | 資料欄 | 下載 | 全部新增 (共 702 個) |
|--------|---------|-------|-----------|-------|-------|----------------|
| 搜尋字詞 | 平均每月搜尋量 | 競爭程度 | 建議出價 | 廣告曝光比 | 加入企劃書 | |
| seo | 14,800 | 中 | NT\$47.93 | | » | |
| 網路行銷 | 9,900 | 中 | NT\$33.26 | | » | |

(下載報表進行後續操作)

小補充:

從 search console、google 搜尋推薦、yahoo 搜尋推薦等地方可以獲得更多關鍵字的靈感。



google 關鍵字規劃工具中的搜尋量必須在有付費廣告的狀況下才會顯示細節，不過即使是使用沒有明確數字的帳號，對於關鍵字拓展也沒有太大的影響。

第三個步驟：歸類、分類

在拓展完關鍵字以後需要適當的歸類資料，藉由把關鍵字集合成分類，可以快速地檢視網站現在的狀況，同時也可以快速地看出未來發展的重點。

歸類的方式需要根據領域的狀況作調整，同時也會依據每個在不同領域有不一樣的情況，以資訊服務的 SEO 行業為例，可以先用使用者背景做最初步的區隔，分成：沒聽過 SEO 的使用者、正在了解 SEO 的使用者、熟悉 SEO 的使用者，依據這三種背景分割，可以看出不同背景所使用的關鍵字群差異性。例如寫給沒聽過 SEO 的使用者的文章，要提及的關鍵字主題應該放在網站排名、自然流量、網路行銷這類關鍵字。

做出初步分類後，可以在依據字群與使用者意圖進行進一步分類，這個分類做得越細緻，後續的定位就會越清楚，但是工作量也會飛線性的上升，實際上要分到多仔細可以依據不同情況決定。

| Keyword | 次分類名稱 | 細節分類名稱 |
|----------------|-------|------------|
| 網頁 設計 | 正在架站 | 架站各類問題 |
| 追 夢 人 | 公司品牌 | 產品名 |
| seo | SEO概念 | SEO概念 |
| google adwords | 網路廣告 | 網路廣告-關鍵字廣告 |
| 網 路 行 銷 | 網路行銷 | 網路行銷-SEO相關 |
| 電 子 商 務 | 電子商務 | 電子商務 |
| adwords | 網路廣告 | 網路廣告-關鍵字廣告 |
| 網站 設計 | 正在架站 | 架站各類問題 |

第四步驟：補充細節

根據已經做過分類的清單，可以進一部在清單分類中加入更多關鍵字，來補充一開始沒留意到的細節。

盡可能地在這個階段確定要鎖定的全部關鍵字細節，避免後續要再增加更多關鍵字造成麻煩。

第五步驟：檢視網站狀況

針對已經完成的關鍵字群分類進行全面檢視，建議檢視的項目包含：目前的排名狀況、著陸頁面、search console 中的資料比對。

這些資訊視關鍵字的多寡可能需要借助工具的幫忙，例如：<https://serps.com/> (查大量排名可以用的工具)，或者辛苦一點就要用手動查詢。

查看網站排名等數據可以快速的看出目前經營的狀況，包含主力的流量來源、值得競爭的關鍵字群組，依據其中的數據，可以訂出**優先優化目標**，**從高搜尋量**、**優化空間大**、**相關性高**的主題開始出發，可以最大程度的發揮效果。

使用 awoo 工具查詢並持續追蹤排名變化，請參考：

從關鍵字找到網站內有排名的網頁，「關鍵字排名查詢」超實用新功能上線！

第六階段：確定轉化目標

針對意圖的關鍵字，網站也會對使用者產生不同的期許，也許是**購買**、**閱讀全部**、**點擊到某個地方**...等等，能否在頁面中完成這個目標就稱為轉化率。

利用關鍵字清單分類好的頻道，可以清楚的定出不同關鍵字族群適合的轉化目標，並且利用 GA 的內容分組就可以追蹤這些資訊，確立後續的優化動作有沒有實質效果。能夠更明確的知道還能夠從甚麼角度進行優化。

第七步驟：執行與持續追蹤

沒有執行只是空談，最重要的還是確實執行優化，值得一提的是 SEO 的優化往往是需要一小段時間發酵的，密集的關注看到的大多都只是雜訊，建議把觀察時間拉到 2~4 週的週期，如果人力時間允許可以每兩週看一次優化狀況，不然一個月一次也就足夠了。

| 使用者背景 | 使用者意圖 | 關鍵字群 | 字群關鍵字數 | 總搜尋量 | 平均排名(依搜尋量比例計算) | 轉換目標 |
|-----------|-------|------------|--------|-------|----------------|-----------|
| 不知道什麼是SEO | 網路行銷 | 網路行銷-無特定 | 166 | 43200 | 98.77 | 頁面瀏覽 |
| | | 網路行銷-SEO相關 | 75 | 22850 | 72.75 | 進入SEO相關頁面 |
| | | 網路行銷-社群行銷 | 34 | 9450 | 83.26 | 頁面瀏覽 |
| | | 網路行銷-各產業 | 35 | 3080 | 100.00 | 頁面瀏覽 |
| | | 網路行銷-品牌行銷 | 57 | 11210 | 100.00 | 頁面瀏覽 |
| | | 電子商務 | 56 | 21490 | 99.98 | 頁面瀏覽 |
| | 廣告 | 網路廣告-關鍵字廣告 | 28 | 29450 | 87.37 | 頁面瀏覽 |
| | | 網路廣告-FB廣告 | 8 | 4420 | 100.00 | 頁面瀏覽 |
| | | 網路廣告-其他廣告 | 48 | 30580 | 93.71 | 頁面瀏覽 |

(完整的關鍵字分析表)

推薦工具：awoo 天下無狗

雖然說 Google 提供的工具可以提供我們一些關鍵字的資訊，不過基於他的工具本身是為關鍵字廣告所打造，使用上不一定非常符合 SEO 需要的操作。（如：關鍵字搜尋量是以區間的方式顯示）awoo 因此開發了一套為 SEO 打造的關鍵字研究工具 - 天下無狗，只要輸入你所想要鎖定的核心關鍵字、並按下分析，天下無狗便會自動延伸出更多相關關鍵字，並提供每個關鍵字確切的搜尋量。此外，每個關鍵字在 SEO 與關鍵字廣告上的競爭度也將反映在「SEO 推薦值」與「PPC 推薦值」上（Google 提供的競爭度僅限於關鍵字廣告、並僅以「中」「高」「低」做區隔）。

| Google | | | | Yahoo | | | |
|--|------------|---------|---------|-----------|---------|---------|-------|
| 日本 <input type="checkbox"/> 日本 <input type="checkbox"/> 日本必買 <input type="checkbox"/> 日本地圖 <input type="checkbox"/> 日本旅遊 <input type="checkbox"/> 日本航空 <input type="checkbox"/> 日本樂天 <input type="checkbox"/> 日本代購 | Google 搜尋量 | | | Yahoo 搜尋量 | | | reset |
| | 368000 | 9.25 | 12.47 | 962 | 1.2 | 6.31 | |
| | 90500 | 11.43 | 12.27 | 3258 | 8.21 | 4.47 | |
| | 49500 | 8.17 | 11.53 | 304 | 5.43 | 3.91 | |
| | 40500 | 7.21 | 3.95 | 381 | 1.46 | 0.15 | |
| | 135000 | 10.24 | 9.39 | 3895 | 6.16 | 3.76 | |
| | 33000 | 11 | 9.03 | 1758 | 2.73 | 4.4 | |
| | 33000 | 10.13 | 3.74 | 1583 | 1.05 | 0.01 | |
| 關鍵字拓展 | 搜尋量 | SEO 推薦值 | PPC 推薦值 | 搜尋量 | SEO 推薦值 | PPC 推薦值 | |

透過「天下無狗」可以快速拓展並分析關鍵字群在 Google 與 Yahoo 的資料

| 列表 | 落點圖 | 過濾功能：關閉 | 匯出 | | | | | | | | | |
|------------------|------------|---------|---------|-------------|-----------|---------|---------|-------------|---------------------|---------------------|-------------|---|
| 關鍵字列表 | Google 搜尋量 | SEO 推薦值 | PPC 推薦值 | 搜尋結果第一頁網站特徵 | Yahoo 搜尋量 | SEO 推薦值 | PPC 推薦值 | 搜尋結果第一頁網站特徵 | 加入時間 | 數值更新時間 | 母關鍵字 | |
| 1 youtube 行銷 | 1300 ↑ | 4.12 | 6.48 | | 338 ↑ | 4.44 | 2.16 | | 2018-01-29 09:59:34 | 2018-01-29 09:59:34 | youtube 行銷 | 自 |
| 2 youtube 影片 | 4400 ↑ | 4.46 | 7.45 | | 22241 ↑ | 7.1 | 0.1 | | 2018-01-29 09:51:04 | 2018-01-29 09:51:03 | youtube 影片 | 自 |
| 3 youtube 優化 | 20 ↑ | 2.9 | 0.1 | | 5 ↑ | 3.77 | 0.1 | | 2018-01-29 09:51:00 | 2018-01-29 09:51:00 | youtube 優化 | 自 |
| 4 youtube 點擊率 賺錢 | 320 ↑ | 2.86 | 0.1 | | | | | | 2018-01-29 09:39:20 | 2018-01-29 09:39:20 | youtube 點擊率 | 自 |
| 5 youtube 點擊率最高 | 90 ↑ | 2.69 | 0.1 | | 2 ↑ | 0.91 | 0.1 | | 2018-01-29 09:39:16 | 2018-01-29 09:39:16 | youtube 點擊率 | 自 |
| 6 youtube 點擊率 | 590 ↑ | 5.08 | 8.85 | | 6 ↑ | 3.88 | 0.1 | | 2018-01-29 09:39:15 | 2018-01-29 09:39:15 | youtube 點擊率 | 自 |
| 7 台灣 youtube 排名 | 90 ↑ | 3.81 | 0.1 | | | | | | 2018-01-29 09:39:11 | 2018-01-29 09:39:11 | youtube 排名 | 自 |
| 8 youtube 排名 | 480 ↑ | 3.44 | 0.1 | | 8 ↑ | 3.88 | 0.1 | | 2018-01-29 09:39:02 | 2018-01-29 09:39:02 | youtube 排名 | 自 |
| 9 youtube 流量分析 | 70 ↑ | 4.75 | 0.1 | | | | | | 2018-01-29 09:38:56 | 2018-01-29 09:38:55 | youtube 流量 | 自 |
| 10 youtube 流量 | 320 ↑ | 4.34 | 0.1 | | 0 | 0.01 | 0.01 | | 2018-01-29 09:38:54 | 2018-01-29 09:38:54 | youtube 流量 | 自 |
| 11 開島在哪 | 1000 ↓ | 5.84 ↑ | 7.09 ↓ | 一般 | | | | | 2017-07-06 19:56:01 | 2018-03-13 15:36:14 | 開島 | 自 |
| 12 開島必買 | 2900 ↓ | 6.74 ↓ | 8.21 ↓ | 一般 | 173 ↓ | 3.89 ↓ | 3.63 ↑ | 一般 | 2017-07-06 19:55:50 | 2018-03-13 15:19:56 | 開島 | 自 |
| 13 開島 | 49500 | 9.7 ↓ | 8.52 ↑ | 一般 | 1445 ↓ | 2.84 ↓ | 3.02 ↓ | 一般 | 2017-07-06 19:55:48 | 2018-03-13 15:19:56 | 開島 | 自 |
| 14 傢俱 推薦 台北 | 140 ↑ | 4.18 ↑ | 2.68 ↓ | 一般 | | | | | 2017-06-29 11:24:11 | 2018-03-14 10:28:09 | 傢俱 推薦 | 自 |
| 15 台北 傢俱 推薦 | 170 ↓ | 0.63 ↓ | 2.28 ↓ | 一般 | | | | | 2017-06-29 11:24:02 | 2018-03-14 10:28:13 | 台北 傢俱 | 自 |

也可以將需要長期追蹤的關鍵字加入清單，並依需求匯出

》馬上免費試用 awoo「天下無狗」與其他成長駭客工具：www.awoo.org

》「天下無狗」超有感升級，功能更全面：一站式的關鍵字數據研究工具—「天下無狗」強力改版



最後總結

了解關鍵字概念並利用關鍵字做出分類表，可以有效地增加對於整體行銷的了解，更清楚受眾族群的認知狀況，能有效率的制定網站規劃方向，也能夠快速地在重要的關鍵字上做出調整與優化。希望大家能夠藉由這篇文章，找到自己網站的優化方向。