

文稿

從使用者網路點閱習慣探討搜尋引擎最佳化

張甘青*

摘要

由於網際網路的快速發展下，訊息可以快速又大量的在網路上流通，使得搜尋引擎不但成為現今全球消費者蒐集產品資訊的主要方式，也成為企業進行廣告行銷的重要管道。Google和Yahoo均推出關鍵字廣告排名服務，使得付費的廣告商得以藉此佔到搜尋引擎上比較好的排名，也就是所謂的『廣告排序』的方式，不僅可以快速曝光搶得先機外，也能迅速提昇公司形象，這也是現今流行的行銷模式。不過此方式卻是短暫的、需耗費許多廣告經費，故一般小企業較無法承受。另一種透過關鍵字的搜尋，被搜尋引擎找到並依序排名即是為所謂的『自然排序』方式，在前十名的網站又是常被使用者點閱的，這也是所有網站擁有者想要達到的目的之一。

本研究根據SEO網站製作流程構面，藉由個案範例的分析與檢驗印證搜尋引擎最佳化的實務，以提供業者作為改善網站在搜尋引擎的搜尋結果頁裡排名的重要參考指標，使搜尋引擎能將網站安排到更顯著的瀏覽位置，提升網站的曝光率，有助於在SEO的過程中建立清楚的目標，並了解如何讓網站提升其競爭力，爭取搜尋引擎的最佳曝光位置且不用投入大量的廣告費就能帶來龐大的瀏覽量，擴展更多行銷的機會。

關鍵詞：點閱率、搜尋引擎最佳化、網站排名

一、緒論

1.1 研究背景

隨著技術的整合和發展，網際網路也隨之快速的成長，帶動了電子商務的發展，使得網路廣告運用更加的普及。由於很多數據報導一再的指出，大多數的瀏覽者在上網的時候不會太去注意網路廣告，因此許多網路廣告與點擊率之間關係的探討論文也漸漸的出現。但是在這些研究論文中，大多是研究商品品牌、瀏覽者熟悉度、出現次數等等這類的影響變數；台灣雅虎(YAHOO)奇摩網在2002年11月也針對消費者搜尋行為公開徵求網路問卷做為調查，其目的在於調查使用者使用搜尋引擎與搜尋資訊的習慣，藉由了解上網者的行為

* 中州科技大學時尚創意設計與管理系專任講師

進而調整其商業策略來提昇競爭力。(張元龍，2008)

在網路世界中，搜尋引擎是使用者尋找所需資料及相關網站的最主要管道，在搜尋引擎的排名順序、曝光量、廣告量也決定了企業網站被找到並瀏覽的機率，所以如何提高被找到的機率，也成了現今網路行銷爭相研究的議題。

1.2 研究動機

TWNIC 表示，根據 2008 年『台灣無線網路使用』調查報告顯示，有三成六以上的曾上網之台灣民眾近半年曾使用無線上網，另針對網路族群，則有超過七成以上網民近半年曾使用無線上網；台灣民眾與網民在無線上網使用的設備則是以「筆記型電腦或 PDA」占比例最高；最常以無線網路使用之前三項功能為「搜尋資訊」、「瀏覽資訊、網頁」及「收發電子郵件」。

本研究根據SEO網站製作流程構面，藉由個案範例的分析與檢驗印證搜尋引擎最佳化的實務，以提供業者作為改善網站在搜尋引擎的搜尋結果頁裡排名的重要參考指標，使搜尋引擎能將網站安排到更顯著的瀏覽位置，提升網站的曝光率，有助於在SEO的過程中建立清楚的目標，並了解如何讓網站提升其競爭力，爭取搜尋引擎的最佳曝光位置且不用投入大量的廣告費就能帶來龐大的瀏覽量，擴展更多行銷的機會。

1.3 研究目的

SEO 意即運用企業網站中出現的關鍵字，以及掌控搜尋引擎排名變項，拉高自己網站在搜尋的排名權重。SEO 的好處在於，除了追求關鍵字搜尋排名，更能提高企業在自然搜尋排名，如此一來，可以大幅節省成本，且能掌握行銷真正的巨大效益。因此，本研究的目的為：

- (一)搜尋引擎最佳化對網站排名的影響。
- (二)建立搜尋引擎最佳化與使用者點閱率習慣之部落格經營綜合運用策略。
- (三)分類網站的類型，以及質化分析。
- (四)選取代表性網站，進行個案分析研究，找出網站的成功經營模式。

二、文獻探討

搜索引擎最佳化的優勢得以突顯，並且正在滲透到網路的各個方面。隨著網路的深入普及化，搜索引擎的作用越來越大，如今，類似於 Google 排名(RANK)、百度推廣排名的搜索引擎優化，已經得到許多商業網站的認可，成為電子商務網站推廣不得不重視的一種電子商務行銷方式。對於企業電子商務網站推廣來說，採用面向搜索引擎的網站設計思路，重視網站的搜索引擎

優化，重視網站的人性化設計，也是真正關心使用者的方便性、查詢性、易用性的一個不可忽略的方面。

大多數的網站流量主要來自搜尋引擎如-Yahoo!、MSN 及 Google。如果您的網站無法讓搜尋引擎發現或網站內容無法被收錄到搜尋引擎的資料庫並索引，您將失去透過利用搜尋引擎之網路客戶，來參觀您網站的大好網路行銷機會。不論您的網站提供何種內容、服務、產品或資訊，要導引網路客戶利用搜尋引擎並發現你的網站，是現今主要節省成本的網路行銷方法—SEO 網站行銷。網路使用者通常都是利用關鍵字搜尋來到您的網站。所以使用 SEO 優化網站不但能讓潛在的訪客來到您的網站，還可以輕而易舉地，達到網路行銷宣傳和增加網站收益的目標。所以儘速利用 SEO 之網站行銷方式，除了縮短客戶找到您網站的時間，並能提高營業額，這是一項投資報酬率極高的支出。

2.1 相關理論說明

(一)搜尋引擎最佳化(SEO)

根據維基百科(2008)網站對搜索引擎的介紹：指自動從網際網路搜集信息，經過一定整理以後，提供給用戶進行查詢的系統。而搜索引擎，則為用戶繪製一幅一目了然的信息地圖，供用戶隨時查閱。目前搜尋引擎站台很多，常見的搜尋引擎整理如表 2-1 所示。

表 1 常見的搜尋引擎站台列表

台灣搜尋引擎			
站台名稱	網址	站台名稱	網址
Yahoo	http://www.yahoo.com.tw	PC home	http://www.pchome.com.tw
Google	http://www.google.com.tw	Seednet	http://www.seednet.net.tw
MSN	http://www.msn.com.tw	Sina	http://www.sina.com.tw
Gais	http://www.gais.com.tw	Super Search	http://supersearch.net.tw
Hinet	http://www.hinet.tw	Yam	http://www.yam.com.tw
Open Find	http://www.openfind.com.tw	TW Seo	http://dir.twseo.org
大陸搜尋引擎			
Yahoo	http://www.yahoo.com.cn	百度	http://www.baidu.com
Google	http://www.google.com.cn	愛問/新浪	http://iask.com
MSN	http://www.msn.com.cn	搜狐/搜狗	http://www.sogou.com

Yahoo 香港	http://www.yahoo.com.hk	中國搜尋	http://www.zhongsou.com
一搜	http://www.yisou.com	Tom 搜尋	http://i.tom.com
國外搜尋引擎			
Yahoo	http://www.yahoo.com	Big Clique	http://www.bigclique.com
Google	http://www.google.com	Big Finder	http://www.bigfinder.com
MSN	http://www.msn.com	Buzzle	http://www.buzzle.com
A9 search	http://a9.com	Can Links	http://www.canlinks.net
Abacho	http://www.abacho.com	Clikey	http://www.clik.com

資料來源：張元龍(2009)

搜尋引擎最佳化對於任何一家網站來說，要想在網站推廣中取得成功，搜尋引擎最佳化都是至為關鍵的一項任務。同時，隨著搜尋引擎不斷變換它們的排名演算法規則，每次演算法上的改變都會讓一些排名很好的網站在一夜之間名落孫山，而失去排名的直接後果就是失去了網站固有的可觀訪問量。所以每次搜尋引擎演算法的改變都會在網站之中引起不小的騷動和焦慮。可以說，搜尋引擎最佳化是一個愈來愈複雜的任務。

(二)關鍵字廣告

PPC-關鍵字廣告：英文全名 Pay Per Click，簡稱PPC。用競標方式決定網站排名的機制，是目前常見搜尋行銷的方式，PPC中作法是由廠商或是關鍵字廣告的顧問提出想要購買的關鍵字，再透過競標的方式來決定每個關鍵字的網站排名與每次被點閱的費用，廠商也可自行設定每日預算來控制成本。

PPC在台灣算是比較新型的網路行銷模式，但隨著雅虎在各大媒體播放的相關廣告，學習力高的台灣企業已經對PPC有了初步的認識，所謂的PPC就是保證安置在設定關鍵字的搜尋結果頁的付款小廣告，但只有當有人點擊該廣告，登廣告者才需要付費，於是通常被稱為付費點擊。

PPC的優勢在於，上線快速，當你存入一定金額後就可以上線，並且有人點擊才會扣款，並且可以設定無限組關鍵字，但他仍有缺陷，缺點在於：

- 1.同業之間會互相點擊，目的就是讓你耗盡存入的金額，廣告因此下線。
- 2.價高者得，於是你想要常保前三名，就得不斷監測價格的變動。
- 3.相對於 SEO 來說公信力較低，因為仍然是廣告(seo 優化王網站，2009)。

(三)PPC 關鍵字廣告與 SEO 搜尋引擎最佳化比較

表 2 PPC 關鍵字廣告與 SEO 搜尋引擎最佳化比較

比較項目	SEO-搜尋引擎最佳化	PPC-關鍵字廣告
意義	自然搜尋結果	廣告
計費方式	前期建置後採月費制	每次點擊費用
優點	1.不易被其他網站取代名次 2.為自然搜尋結果 3.品牌形象建立 4.上線越久成本下降	1.可立即顯示效果 2.可挑選無限多組關鍵字 3.可清楚控制每日成本 4.關鍵字可靈活替換
缺點	1.無法立即顯示效果 2.關鍵字排序位置無法精確預估	1.被取代性高 2.同業惡性點選 3.價格越來越高
CTR/點閱率	第一頁 65% 第二頁 25% 第三頁 5% (FIND & Insight Explorer 資料)	3%~10%
CPC 每次點擊成本	成本下降	越高排名越貴，關鍵字也會因為越多廠商使用而越貴

資料來源：awoo(2008)網站

(四)使用者的點閱習慣

點閱意願指網路使用者在閱覽網頁時對於超連結的一種單擊行為。單擊(click)代表使用滑鼠或者其他的人機交流設備控制電腦屏幕上的游標指向某一目標，並短暫的按一下按鍵以代表選定它的動作。而點閱意願則代表網路使用者對於超連結進行單擊點擊之意願。網路使用者瀏覽網頁廣告，受到網路廣告吸引引起注意力，進而進行點擊進入廣告頁面之行為，達到廣告主期望之廣告效果（李明德，2000）。網路使用者之點選意願與廣告效果之間的關係相當密切，因每個人之不同的喜好度與審美觀不同，造成意願與需求的不同，網路廣告傳達的訊息要成功達到使網路使用者有點閱意願，並對商品產生認知、印象與需求，並促成購買行為（江子儂，2004）

(五)網站排名

在網路排名中目前大部分都交由搜尋引擎來執行，搜尋引擎大概可分為兩種類型，一種是分類搜尋，另一種則是索引搜尋。搜尋引擎最初都是以分類搜尋為主要搜尋方式。所謂的分類搜尋，就是將搜尋資料細分類別，並由各個網站的網站管理員自行向搜尋引擎申請登錄網站之所在類別，這種分類搜尋資料的方式正確性頗高，因為是屬於人工建置搜尋資料模式，但缺點也

是由於人工建置的緣故，導致搜尋資料量增加緩慢與搜尋資料更新不易，且搜尋的方式較不便利，譬如想要搜尋哪個網佔有賣相機，您必須得先自行判別相機的網站會被分類到哪個搜尋類別才行。

網路排名最重要的是靠索引搜尋，其索引搜尋應該可以說是屬於分類搜尋的進階技術，它的基本運作原理是搜尋引擎透過搜尋程式或稱蜘蛛程式 (Spiders)，藉由每個網站與網站之間的連結，蜘蛛程式搜集完 A 網站資料後，在透過 A 網站的連結點“爬”到其他的網站蒐集資料，就這樣一個網站接著一個網站搜集資訊，再依照特定的索引編碼排序規則分類完成，而構成一個大幅的網站索引搜尋資訊結構。

三、研究方法

3.1 研究架構

我們由文獻探討出網頁的標題、連結的文字描述、搜尋引擎的關鍵字、文章的可讀性、網站的內部連結、網站的外部連結，在相關性網站的廣泛連結、搜尋引擎關鍵字的競爭性……等因素會影響到網站排名的成效。如圖 1 延就架構圖所示。

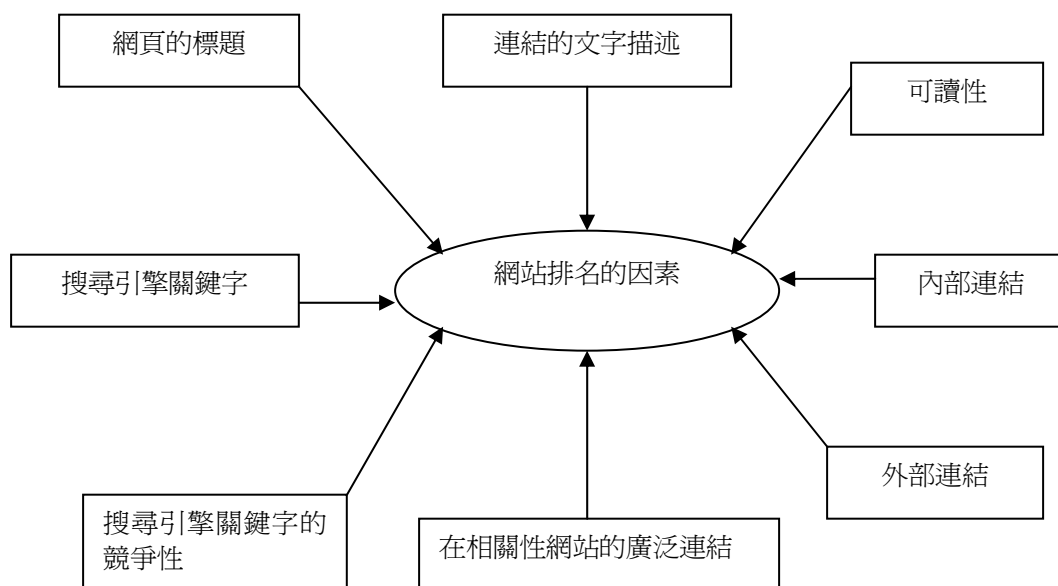


圖 3 研究架構圖

3.2 研究假設

我們根據研究架構圖及相關文獻探討，建立以下假設。

一、網頁的標題對網站排名的影響

排在搜索引擎搜索結果前幾頁的網頁或網站中，一般是這個網頁或網站的標題標籤（Title Tag）中包含著搜索關鍵字。所以，反過來，要讓自己網頁或網站排到搜索結果的前列，網頁的標題標籤（Title Tag）非常重要。

H1：網頁的標題對網站排名的成效有顯著影響。

二、連結的文字描述對網站排名的影響

超文字連結亦稱「單純指向之連結」，乃是在網頁中以不同的顏色或字體來呈現特定的關鍵字、網站名稱或網址，而使用者只要加以點選，就能夠前往被連結的網站。當使用者連結至其他人之網站時，即可脫離原來之網站。

H2：連結的文字描述對網站排名的成效有顯著影響。

三、搜尋引擎的關鍵字對網站排名的影響

- (1) 多樣化、鋪天蓋地的下關鍵字
- (2) 鎖定可能出現的錯字或相關關鍵字
- (3) 搭配創意活動下關鍵字
- (4) 扣連時事或節慶增加搜尋機會

H3：搜尋引擎的關鍵字對網站排名的成效有顯著影響。

四、文章的可讀性對網站排名的影響

- (1) 流暢的文句
- (2) 錯別字
- (3) 鏗鏘有力的文字

H4：文章的可讀性對網站排名的成效有顯著影響。

五、網站的內部連結對網站排名的影響

首先，內部鏈接可以平均站內網頁的權威度。

其次，內部鏈接可以加快頁面的收錄速度。

搜尋引擎蜘蛛一般都是按照連結路徑爬行的，而頁面只有經過爬行才有可能被收錄的可能，爬行得越多收錄的機會也越大。所以一個經驗是：盡量縮短各個頁面之間路徑長度，讓頁面之間聯繫更加緊密不但收錄更快，權威度也會更高。

最後，內部鏈接可以增加網站 pv，提升訪問流量。一方面，內部連結更多，頁面被點擊的機會就越大，pv 增加是顯然的事情，如熱門文章，相關閱讀等就是提升 pv 的好辦法。另一方面，內部連結平均頁面權威後，排名就可能靠前的了，排名一上去訪客自然就會接腫磨肩而來。

H5：網站的內部連結對網站排名的成效有顯著影響。

六、網站的外部連結對網站排名的影響

一般來說，當搜尋引擎收錄你的網頁數量越多(site)，表示你的網站規模越大。當連結至你的網址數量越多(link)，表示你的網站受歡迎程度高，同時網站內容值得分享給其他人知道。譬如到大的論壇、發表區，發表您的意見時，附上您的網址..更多的連結，會導致使用者和搜尋引擎，更有機會找到您。

外部連結就有點類似投票行為，當其他網站會連結給你，就表示認同你的網站內容充實，所以你獲得越多的外部連結，就表示你獲得越多的投票數，當你的網站獲得越多的投票數，你的網站排名就自然提升了。

H6：網站的外部連結對網站排名的成效有顯著影響。

七、在相關性網站的廣泛連結

(1)網站交換連結有甚麼益處？

益處可分兩方面：首先，對於擁有相關性連結的網站，大部份的搜尋引擎會給與此類網站較高的排名位置。另外，網站交換連結，能讓其他網站瀏覽的訪客看見並通過貴司網站的連結進入閣下網站，因而增加網站人流和瀏覽次數。

(2)網站連結有甚麼要求？

由於交換連結的目的，旨在改善網站在找尋引擎的排名，增加網站人流，故網站連結必須能為網站追縱器所紀錄，這意味到放置連結的網站，不應用 Frame 的技術展示，也不應是自動生成的網頁，放置連結的網頁更不應該超過兩層的按鍵進入。

(3)何謂有效的交換連結？

因為網站追縱器不會將橫幅廣告和圖檔視為相關的連結，因此應該避免以橫幅廣告或圖檔作為連結，由於搜尋引擎會將關鍵字詞視為重要資料，一般來說，有效的連結會包括具網站重要關鍵字詞的連結文字，同時具有不超過 25 個字的簡略連結描述。

H7：在相關性網站的廣泛連結對網站排名的成效有顯著影響。

八、搜尋引擎關鍵字的競爭性

(1)從行業關鍵字集合中選擇適合你自己的。包括：關鍵字相關性，關鍵字搜索量，關鍵字商業價值。

(2)針對選擇的關鍵字（我們稱為二級關鍵字），按了解行業概況的方式了解二級關鍵字的排名概況。

(3)二級關鍵字的競爭往往沒有那麼強，如果搜索結果第一頁出現目錄鏈接或內容頁，則可以確定為目標關鍵字之一。

(4)需要對自然排名前5位的站點進行分析，包括搜索引擎優化水平，主關鍵字，網站規模，建站時間，公關值等。

(5)一般需要3-6個月時間的發展，你是否有這樣的耐心？如果不能忍受這樣的時間，則需要考慮競爭性更低的。

H8：搜尋引擎關鍵字的競爭性對網站排名的成效有顯著影響。

3.3 研究設計

研究設計方法通常來講有下列這幾種：

我們採取的是調查研究法中其中的抽樣法，因為調查研究法-普查所需的人力資源太龐大故我們選擇調查研究法-個案研究法。調查研究法的優點：

1.不具名的意見調查，可使受訪者以自己的實際情況、感受來回答，而沒有他人干擾或支配的壓力。

2.每位受訪者均有充裕時間來思考填答問卷。

3.可以統計方式整合眾人之意見。

4.注重個人經驗的複雜性和獨特性。

3.4 研究對象

為了更加符合本次研究目的，以Google網站為搜尋關鍵字的分析工具，在Google網頁中的搜尋列中打上關鍵字，然後搜尋，排名在第一位的網頁為研究對象，研究這網頁為什麼能佔居第一，採取十個關鍵字所找到網頁，去證實是否符合我們所列出的條件。

3.5 實例網站驗證分析

本表共有10個題目，由8個網站排名因素所延伸出來，本表是參考8個網站排名因素共同討論而來，本表整理如表3-1，由非常符合、符合、普通，不符

合，非常不符合為衡量。

表3 調查分析表

	非常符合	符合	普通	不符合	非常不符合
1. 網頁標題是否引人注意或是關注？					
2. 連結的文字描述是否與關鍵字有相關？					
3. 使用網頁中的搜尋引擎是否有助於搜尋者？					
4. 網頁內容的流暢度是否淺顯易懂？					
5. 字形大小、文句間隔、行距與字距，及每行文字的長度是否符合易讀性？					
6. 網頁的內部連結架構是否良好順暢？					
7. 網站中的網頁地圖是否有利於瀏覽網頁？					
8. 在網頁中提供的外部網頁連結，是否能夠讓內容更加完善？					
9. 外部連結流行度是否順暢？					
10. 搜尋引擎關鍵字是否具有競爭性？					

四、實證分析

4.1 前言

為了更加符合本次研究目的，以Google網站為搜尋關鍵字的分析工具，在Google網頁中的搜尋列中打上關鍵字，然後搜尋，排名在第一位的網頁為研究對象，研究這網頁為什麼能佔居第一，採取十個關鍵字所找到網頁，去證實是否符合我們所列出的條件。

4.2 相關網站調查分析

本研究為了解及探討搜尋引擎最佳化實際應用的情形，乃透過Google 的分析工具，對「搜尋引擎網站排名關鍵字」做網站的實例探討，並利用Google 分析工具內建的幾項重要指標，來發覺使用者點閱習慣。

(一) 搜尋關鍵字排名第一的網站

我們在 Google 的搜尋列打上關鍵字如：台灣文學(圖 4-1)、台灣美食(圖 4-2)、遊戲(圖 4-3)、傳統藝術 (圖 4-4)、台灣旅遊觀光(圖 4-5)、台灣時尚(圖 4-6)飲料(圖 4-7)、科博館(圖 4-8)、台灣運動(圖 4-9)、台灣漫畫(圖 4-10)等十個關鍵字，所找出排名第一的網站。(舉例圖 4)



圖 4—關鍵字為「台灣文學」

(二)實例網站驗證

從以上敘述中，找出 10 個不同類型排名第一的網站，證實是否符合我們所列出的條件，1.國立台灣文學館、2.台灣美食網、3. 遊戲天堂、4. 國立傳統藝術中心互動雙語入口網、5. 交通部觀光局、6. MSN 女性時尚頻道、7. 台灣區飲料工業同業公會、8. 歡迎蒞臨國立自然科學博物館全球資訊網、9. 2009 台灣運動暨休閒產業展、10. 首頁-台灣漫畫家數位博物館，以下是排名第一的網頁圖和調查分析表，圖表如下：(舉例圖 5)



圖 5—國立台灣文學館 資料來源：國立台灣文學館

表 4 調查分析表--國立台灣文學館

	非常符合	符合	普通	不符合	非常不符合
1. 網頁標題是否引人注意或是關注？	✓				
2. 連結的文字描述是否與關鍵字有相關？	✓				
3. 使用網頁中的搜尋引擎是否有助於搜尋者？	✓				
4. 網頁內容的流暢度是否淺顯易懂？	✓				
5. 字形大小、文句間隔、行距與字距，及每行文字的長度是否符合易讀性？	✓				
6. 網頁的內部連結架構是否良好順暢？	✓				
7. 網站中的網頁地圖是否有利於瀏覽網頁？	✓				
8. 在網頁中提供的外部網頁連結，是否能夠讓內容更加完善？					
9. 外部連結流行度是否順暢？	✓				
10. 搜尋引擎關鍵字是否具有競爭性？	✓				

(三)資料統計分析

(◎非常符合、●符合、△普通、※不符合、×非常不符合)

項目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 網頁標題是否引人注意或是關注？	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
2. 連結的文字描述是否與關鍵字有相關？	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
3. 使用網頁中的搜尋引擎是否有助於搜尋者？	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
4. 網頁內容的流暢度是否淺顯易懂？	◎	◎	●	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
5. 字形大小、文句間隔、行距與字距，及每行文字的長度是否符合易讀性？	◎	◎	◎	◎	◎	●	◎	◎	◎	◎

6. 網頁的內部連結架構是否良好順暢？	◎	●	◎	◎	◎	◎	◎	◎	●	◎	◎
7. 網站中的網頁地圖是否有利於瀏覽網頁？	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	●
8. 在網頁中提供的外部網頁連結，是否能夠讓內容更加完善？	●	◎	◎	●	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
9. 外部連結流行度是否順暢？	◎	◎	◎	●	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
10. 搜尋引擎關鍵字是否具有競爭性？	◎	◎	◎	◎	◎	●	◎	◎	◎	●	●

表 5 資料統計分析表

4.3 分析結果

由表 3 資料統計分析表得知，當我們在搜尋工具列上打關鍵字進行搜尋時，所顯現出來的網頁標題是最符合我們所需的；連結的文字描述也符合我們所要找尋的關鍵字；當你在此網站找不到所需要的資料時，可以運用本網頁中的搜尋引擎進行搜尋，可以快速的找到所需的搜尋資料，也不需再多開網頁做搜尋；網頁中的內容流暢能夠讓瀏覽者更加的一目了然；網頁的文字編排、字型大小、以及每行文字的長度都會影響到瀏覽者的閱讀；網頁中的內部連結架構良好順暢有助於瀏覽者瀏覽網站；網頁中的網頁地圖有利於 Spider 瀏覽網頁並抓取資料，相關性資料抓的越多，對搜尋引擎排名也相對的提昇；網頁提供的外部連結可以讓本網站的條目內容更加完善；網頁的外部連結流行度目的就是為了讓新的連結自然排序連結站點可以把網站放在更重要的地方；搜尋引擎關鍵字的競爭包含了解競爭者用過哪些關鍵字、不要使用單一詞語或廣泛字，多重排列組合、不要使用對手商標名稱、使用地區名稱。

統合以上所研究分析的網站及資料統計分析表之所以排名第一，是因為都具符合我們所列出的網站排名因素，證實了我們的研究。

五、結論與建議

本研究主要針對搜尋關鍵字排名第一的網站做為研究對象，進而進行實例網站驗證分析，深入探討排名第一網站是因哪些因素造成成功的主要因素，藉由理論探討及實證研究建立本研究的模式。

5.1 結論

使用者在網路搜尋企業與產品資訊最常使用的是搜尋引擎，而搜尋引擎爲了迎合大眾的需要，當然就得做到「人性化」；網站在網路上最主要的就是尋求在搜尋引擎有最好的曝光效果，所以就得做到「搜尋引擎最佳化」，有了最佳的曝光，自然就容易被使用者搜尋到。

搜尋引擎是有它的侷限性的，是沒有秘訣或技巧可以讓你一學一用就可以排在最前面，有的人說公司會說只要交錢就可以讓你排再第一，這種說法聽起來厲害卻不現實，另外，SEO需要即時的信息和見識，需經常操心，尤其更是需要時間，需要每一週甚至每一天來分配時間，持續數個月來應用。

耐心是SEO的關鍵字，SEO在開始做之前被問最多的問題是，需要多少時間？然後當你開始做SEO之後，則是，都幾個月了，爲什麼我的網頁在搜尋引擎還是看不到？之後當網頁出現的時候，排在第2頁時，則又會問什麼時候可以排再第一，首先，在做SEO時要提前告訴你的老闆或者客戶，SEO是需要耐心的等待才可以做出效果的，如果SEO做的不錯，也的確要花好幾個月才能在各大搜尋引擎下出現效果，花費做排名，你的網頁很快就可以出現在各大搜尋引擎，但是如果不懂的話，沒有人更新，沒有人來選擇精準的關鍵字，所以還是需要有人來維護的。

自然排名的結果與付費排名結果之比較，自然排名的結果，靠的是內容好、關鍵字相關、網站流行性高，想提高自然排名，需要花費時間與精力來優化網頁。而付費的結果，靠的是付費多少來排名，如果想讓付費排名錢花的值得的話，其實不只要投入錢，關鍵字的挑選也要精準，也需挑選懂的人來維護，

5.2 建議

(一)對相關網站業者的建議

1.建立部落格

以目前的網頁結構來說，blog 是最適合搜尋引擎抓資料的，因爲標題/類別/發佈日期等等要素，讓文章與文章之間會自然產生關聯，這些關聯會讓片段的文章形成一串互相有關的內容，這些關聯可以讓搜尋引擎知道如何 index 這些片段，也可以讓讀者去一層層找到需要的資料，因此如果網站沒有 blog 的結構，應該盡快構思組織內容去建立有價值的 blog。

2.使用正確的關鍵字

考慮誰會使用的服務或產品，然後以這些爲准，列出所有相關的主要關

鍵字。例如，居於誰的狗將要生小狗，而需要小狗食物，因此就能增加相關的關鍵字群組，就會有像「狗懷孕」和「小狗健康」的關鍵字增加到名單。

3.需要排名的各種關鍵字組合

使用者將搜尋網站使用各種各樣的搜尋引擎關鍵字或詞組。爲了使最佳化網站更容易被搜尋到，應考慮包括被拼錯的字詞和詞組，或是包括關鍵字的長度。例如，使用 2~3 個字所組合成的關鍵字詞群組。

4. 避免使用錯誤的關鍵字

關鍵字與主題、服務、產品等，關連性越具體或越詳細越好。需要的是那些對相關關鍵字有興趣或想了解有關資訊的使用者，而不是那些上網瀏覽打發時間的瀏覽者。

5.避免垃圾郵件

小心選擇搜尋引擎關鍵字。如果所有的關鍵字與網站的內容完全是不相關的，網站很可能會被搜尋引擎視爲垃圾郵件，搜尋引擎愈來愈聰明了，所以適當慎重選擇搜尋引擎關鍵字。

(二)對使用者的建議

先列一些自己認爲合適的關鍵字，然後查看你的網站統計或參考別人的意見，另外，有一些詞是需去除的，像是統學術型、模稜兩可、太廣泛、太難懂、太有競爭性的關鍵字，都去除，還有不要忽略地方市場，讓關鍵字具體有描述性，加些動詞讓關鍵字更活潑，也不要容易容易被搜尋引擎忽略的詞。

參考文獻

一、學立論文

- 1.李政忠，民 93，應用類神經網路於網站排名預測，國立高雄師範大學資訊教育研究所碩士論文
- 2.徐嘉淳，民 94，廠商進入市場時機、發展策略與獲利來源之關係---以搜尋引擎 Google 及 Yahoo 爲例，國立交通大學傳播研究所碩士論文
- 3.張元龍，民 98，從消費者網站點閱習慣及搜尋引擎最佳化探討網站經營行銷策略之研究，義守大學管理研究所碩士論文
- 4.陳志成，民 93，網路資訊搜尋行爲影響因素之研究，國立中正大學資訊管理研究所碩士論文
- 5.陳麴合，民 91，超連結與關鍵字頻分析之搜尋引擎研究，屏東科技大學資訊管理研究所碩士論文

6.鄭郁芬，民 94，搜尋引擎與關鍵字廣告，國立中央大學產業經濟研究所碩士論文

7.賴秀珊，民 92，網路企業先佔優勢之研究，國立中山大學資訊管理研究所碩士論文

二、網站

8. awoo 搜尋行銷 <http://www.awoo.com.tw/>

9. SEO 優化王 <http://www.2helpyoursite.com/>

10. SEO 網站排名部落 <http://www.888boss.net/seoblog/>

11. SEO 關鍵字行銷 <http://tw-seo.wikidot.com/>

12. SEO 排名王 <http://www.seo8888.com/>

13. SEO Blog，SEO 部落格 <http://www.surehigh.com.tw/duncan/>

14. 女性時尚頻道 <http://fashion.msn.com.tw/> MSN

15.天下雜誌 <http://www.cw.com.tw/article/index.jsp?id=2574>

16.台灣文學館 <http://www.nmtl.gov.tw/>

17.台灣美食 <http://www.tw-food.com.tw/>

18.台灣漫畫家數位博物館 <http://www.tcdm.org/tw/index.aspx>

19.台灣運動暨休閒產業展 <http://www.leisuretaiwan.com.tw/2009>

20.交通部觀光局(Welcome to Taiwan) <http://taiwan.net.tw/w1.aspx>

21.松炎 SEO <http://seo.songyan.com.tw/>

22.拍樂得數位行銷有限公司 <http://seo.palada.com.tw/document.html>

23.香港 SEO 研究網 <http://xiaodiseo.mysinablog.com/>

24.科博館 <http://www.nmns.edu.tw/>

25.首頁科技 <http://actionone.pixnet.net/blog/post/25950445>

26.飲料 <http://www.bia.org.tw/>

27.搜尋優化 <http://banner.com.tw/seo/>

28.遊戲 <http://www.i-gamer.net/>

29.傳統藝術 http://www.ncfta.gov.tw/ncfta_ce/main/index.aspx

30.網路排名-首頁科技網路行銷 <http://www.pageone.cc/Service/service02.html>

31.模板天下 <http://mid.lt263.com/mb/jiaocheng/seo/index.html>