

## 課程名稱：18468\_SEO 搜尋佈局實戰班 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

### 1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
  - 剛起步的商業品牌與電商賣家：希望從 0 到 1 打造品牌，建立長期穩定自然流量與低成本獲客機制者。
  - 剛性需求與高客單價產品業者：產品屬於「理性訴求」（如皮鞋、西裝、助聽器、吹風機、繪圖板），消費者購買前會大量搜尋比較者。
  - 連鎖加盟與實體門市經營者：希望透過「區域關鍵字」將線上流量精準帶入在地實體門市者。
  - 行銷企劃與內容創作者：希望學習如何運用 AI 生成文章架構與內容模組，高效撰寫 SEO 文章者。
- 能力門檻：入門級。不需要具備複雜的網站寫程式能力，只需對數位行銷概念與內容撰寫有基本認識即可。

### 2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
  - 章節一：SEO 基本概念與演算法喜好 — 分析流量獲取雙管道（廣告 vs 搜尋），剖析高轉換產業類型（理性/剛需/高客單價），並解構演算法喜歡的 6 大要素（獨立網站、知識型內容、結構化標記、高點閱率標題、良好體驗與站外連結）。
  - 章節二：品牌關鍵字佈局表擬定 — 介紹 4 大關鍵字蒐集途徑與工具（Google 關鍵字規劃工具、Ubersuggest、Semrush），並將關鍵字精準歸類為「重點字、競品字、區域字、延伸字」。
  - 章節三：快速拆解文章模組與 4 大類型實戰 — 剖析 SEO 漏斗，拆解 4 大標準文章架構：品牌推薦文、知識型 QA 文、競品排行文（Top11 懶人包）與在地商家單店介紹文。
  - 章節四：從 0 到 1 的 SEO 實戰流程與企業心法 — 解構從網

站架設、佈局表、批量撰文、流量檢視（以 5% 點閱率為基準）到一魚多吃（再行銷受眾包/護城河）的全流程，並說明企業經營 SEO 的長期思維。

### 3. 必備前置知識清單

- **基礎網站與社群概念**：了解獨立網站（如 WordPress、SHOPLINE、CYBERBIZ）與社群平台（FB、IG）的差異。
- **basic 關鍵字工具或 AI 操作**：具備使用 Google 搜尋引擎，或操作 ChatGPT、Google 關鍵字規劃工具查找資料的基礎體驗。

### 4. 專有名詞與概念辭典

- **自然流量（Organic Traffic）與點閱率（CTR）**：透過搜尋引擎排名前往網站的免費流量；文章標題點閱率以 5% 為好壞的重要指標線。
- **結構化標題（H1, H2, H3）與目錄**：寫給搜尋引擎爬蟲看的文章架構。透合階層標題、列點與對照表格，能大幅提升文章在搜尋結果與 AI 摘要（AI Overview）中的收錄排名。
- **站外連結與護城河（SERP）**：獲得高權重第三方網站（如康健雜誌）反向連結以提升官網權重，或透過經營多個品牌/媒體網站佔據搜尋結果前幾名，打造流量護城河。
- **再行銷受眾包**：將透過 SEO 自然搜尋進站的「高意圖精準訪客」打包，再於社群廣告投放再行銷，能大幅提升廣告 ROAS 與轉換率。

### 5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃師 / SEO 搜尋行銷專家 / 內容行銷策略師
- **主要工作任務/能力指標**：
  - **[分析與決策能力]**：能分析品牌產品屬性（理性/感性/區域性），挑選適合的關鍵字佈局（重點字/競品字/區域字/延伸字），並透過 GA 數據檢視點閱率與互動率進行成效優化。
  - **[工具操作與執行能力]**：能使用關鍵字工具（Ubersuggest、Semrush 等）查找流量，運用 AI 拆解 4 大文章模組

(H1/H2、表格、QA 目錄)，並配置內部連結與站外連結提升網站權重。