



# 搜尋行銷SEM

-關鍵字廣告成效分析與優化策略-

**Hello!** 我是您的數位行銷顧問

魏婉芸 Alice



[mktg@kpnweb.com](mailto:mktg@kpnweb.com)



02-2369-8858分機210



# 大綱

- SEO與關鍵字廣告的使用時機
- 廣告執行的前置作業
- 評估廣告預算
- 關鍵指標分析
- 分析實例:個案解說
- 評估廣告成效

小預算大成效有可能嗎？

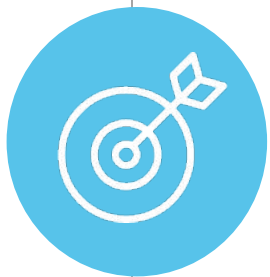
行銷之前，我該從何下手？

哪些顧客才會買單？

該如何分析  
廣告成效好不好？

關鍵指標是什麼？

如何更精準的投放？



# SEO與關鍵字廣告的使用時機

# 什麼時候該使用關鍵字廣告

	SEO	關鍵字廣告
操作方式	優化網站架構及內容	購買關鍵字並撰寫廣告文案
適用時機	想要長期維持品牌曝光及流量	想要快速增加曝光或推廣活動方案
執行成本	可自行操作優化，也可找專業的SEO行銷團隊協助，使用者每次點擊網站時，不需額外付費	可自行投放，也可找專業的數位廣告行銷團隊協助。不同產業的關鍵字競價金額會有所不同，依據競價金額及廣告點擊次數計費
技術需求	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 基本需求：需有網站工程師能配合各項的網站優化調整，且對搜尋引擎演算法有基礎了解</li> <li>2. 專業能力：產業分析、個案分析、搜尋意圖分析、網站架構優化、意圖內容文案撰寫</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 基本需求：需熟悉廣告系統，對廣告競價方式有基礎了解，並擁有廣告優化或調教的經驗</li> <li>2. 專業能力：產業分析、個案分析、廣告帳戶操作、廣告優化、廣告文案撰寫</li> </ol>

# 什麼時候該使用關鍵字廣告

	SEO	關鍵字廣告
操作速度	較慢, 需半年以上才會有成效	較快, 付費即可馬上曝光
優勢	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 成效穩定度較高, 能獲得較長期有效的免費流量</li> <li>2. 搜尋結果排名越好, 消費者信賴度越高, 點擊率也會越佳</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 付費後, 即可快速有效地曝光廣告</li> <li>2. 除了主動搜尋的消費者外, 還可以曝光到聯播網站上, 觸及更多潛在消費者</li> <li>3. 可隨時依據活動檔期, 調整廣告文案內容</li> </ol>
劣勢	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 需長時間經營才會有比較明顯的成效</li> <li>2. 需擁有網站程式背景, 才能優化網站的架構</li> <li>3. 需隨時注意搜尋引擎演算法的更新, 因應演算法調整網站內容</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 同業競爭激烈, 需有良好的關鍵字策略規劃能力, 並隨時監控優化, 才能避免廣告執行成本過高</li> <li>2. 因為廣告為競價方式, 需投入較高的廣告預算才能持續維持成效</li> </ol>

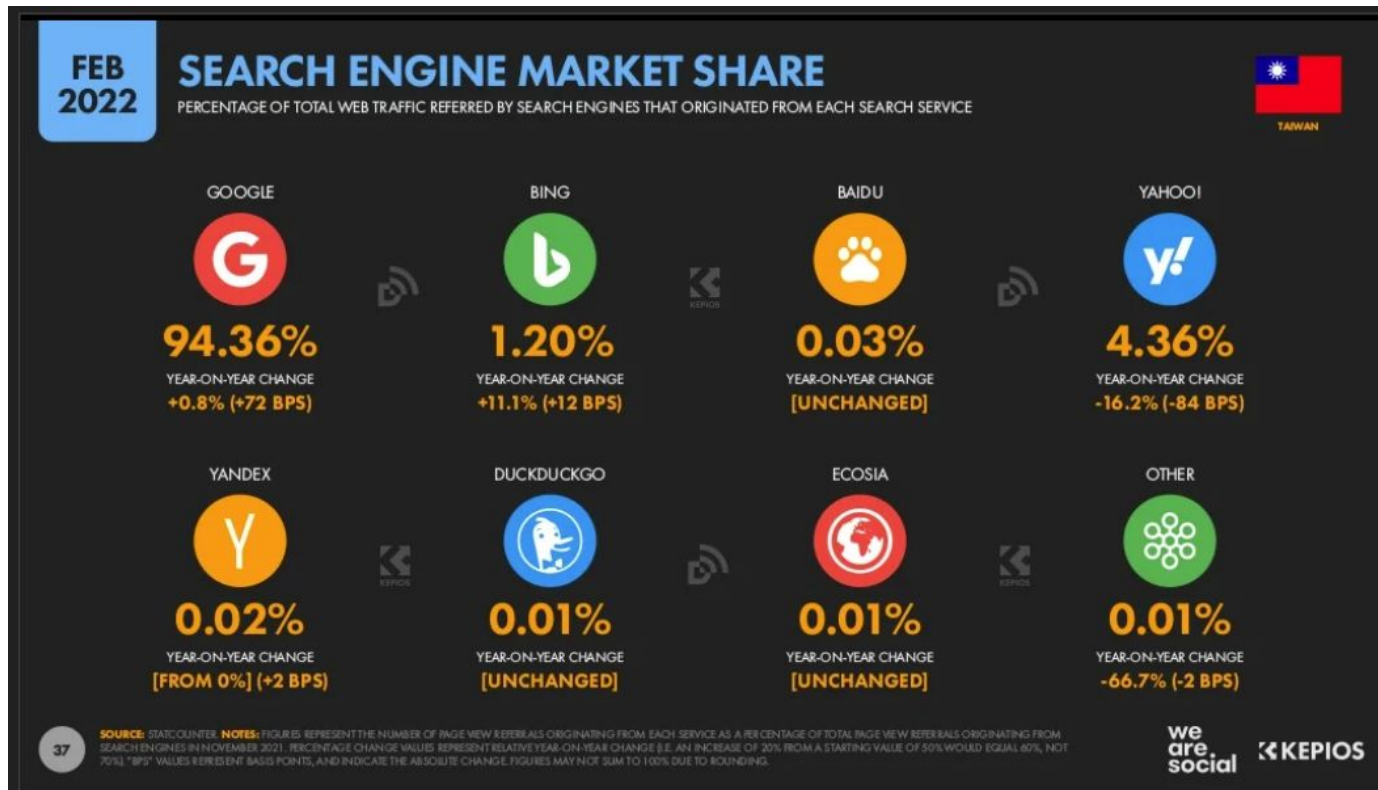


# 關鍵字廣告執行的前置作業

- 基本概念
- 確認目標
- 確認市場及目標對象
- 競品分析及自身優勢
- 文案
- 廣告頁面參考



# 以 Google 搜尋引擎為主



資料來源: [datareportal](https://www.datareportal.com/)

# 先確認廣告目標

## 選擇您的目標

選取所需目標，針對最適合廣告活動的目標和設定自訂體驗



### 銷售

提升網路、應用程式、電話或實體店家等通路的銷售量



### 待開發客戶

鼓勵客戶採取行動，藉此吸引待開發客戶並促成其他轉換



### 網站流量

吸引目標客群造訪您的網站



### 產品與品牌考慮度

鼓勵使用者探索您的產品或服務



### 品牌意識和觸及率

接觸廣大目標對象並打響知名度



### 應用程式宣傳

為您的應用程式爭取更多安裝、互動和預先註冊



### 親臨當地門市與促銷

提升當地親臨門市成效，包括餐廳和經銷商。



### 不依據任何目標建立廣告活動

先選擇廣告活動類型，但不顯示系統根據您的目標所提出的建議。

# 從消費者出發 擬定行銷策略



# 確認市場定位，分析優劣勢

**STP**

Segmenting 市場區隔  
Targeting 目標市場  
Positioning 市場定位

**7P**

Product 產品  
Price 價格  
Place 通路  
Promotion 推廣  
Participant 人員  
Process 過程  
Physical Evidence 環境氛圍

**SWOT**

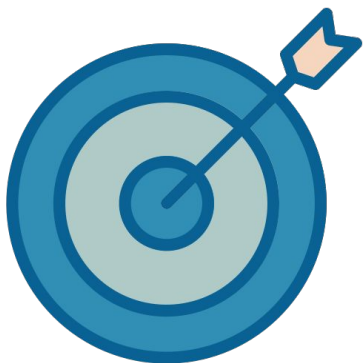
Strength  
優勢

Weakness  
劣勢

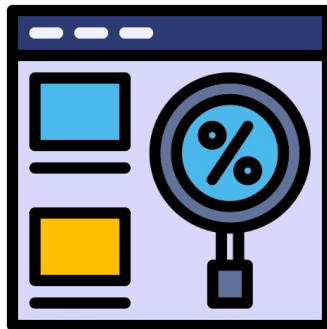
Opportunity  
機會

Threat  
威脅

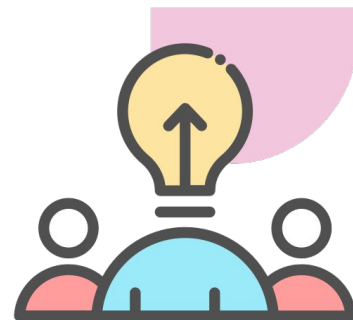
# 內部分析



行銷KPI

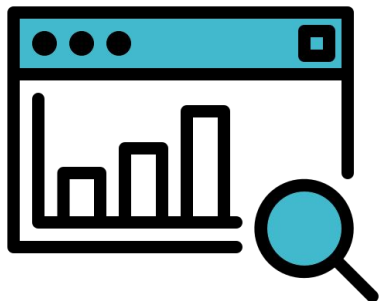


行銷商品

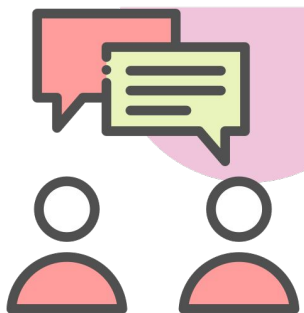


客戶樣貌

# 外部分析：市場狀況



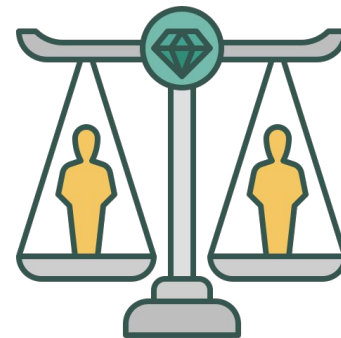
平均搜尋量



消費者評價



市場價格



競爭者

# 目標市場選定

以販售「中高價位的電子鎖」為例：

- 目標客群：35-54歲男女皆可，單身 or 家庭客？有沒有小孩？生活型態？



情侶族群



家庭客



單身女性 15



# 競品分析-流量解析

## Engagement ⓘ

📅 Nov 2022 - Jan 2023 🌐 Worldwide 🏠 All traffic

Metric	●	●	●
📅 Monthly visits	17,465	< 5,000	<b>63,433</b> 🏆
👤 Monthly unique visitors	7,699	< 5,000	<b>42,319</b> 🏆
👤 Visits / Unique visitors	<b>2.27</b> 🏆	1.62	1.50
🕒 Visit duration	00:01:00	<b>00:02:17</b> 🏆	00:00:42
📄 Pages per visit	1.49	<b>2.04</b> 🏆	1.85
📈 Bounce rate	71.18%	63.79%	<b>62.2%</b> 🏆

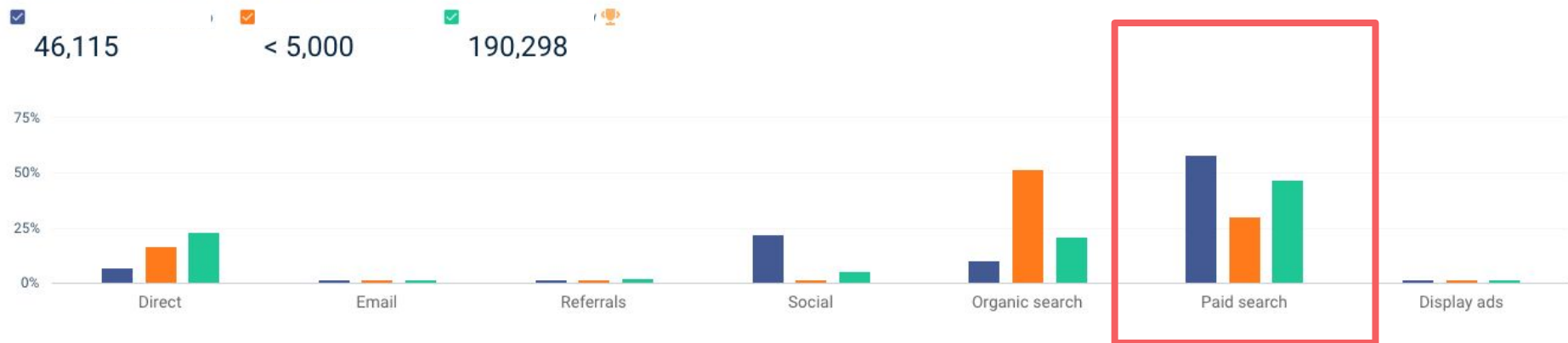














# 競品分析-流量解析

## Channels overview ⓘ

Nov 2022 - Jan 2023 Worldwide All traffic



# 競品分析-流量解析

	Search terms (198)	Traffic ↓	KD	Intent	Competitive traffic share	Volume	CPC
1	電子鎖	1.3K <u>9.18%</u>	● 9	LOCAL INFO		10,150	\$0.68
2	復興空廚	511 <u>3.60%</u>	N/A	INFO		3,000	\$0.18
3	年菜預購	507 <u>3.57%</u>	● 53	TRANSAC.		3,980	\$0.10
4	料理包	411 <u>2.90%</u>	● 70	TRANSAC.		2,290	\$0.32
5	公館 電子鎖	375 <u>2.64%</u>	N/A	N/A		1,150	-
6	華豫寧電子鎖	322 <u>2.27%</u>	N/A	INFO NAV		220	\$0.36
7	sa-hx03	310 <u>2.19%</u>	N/A	N/A		610	-
8	yale電子鎖homekit	282 <u>1.99%</u>	N/A	INFO		440	-
9	5v 3a 行動電源	280 <u>1.97%</u>	N/A	N/A		560	-
10	heren咖啡機	280 <u>1.97%</u>	N/A	N/A		620	-

# 競品分析-廣告訴求解析

廣告 · <https://www.elockmaster.com/> ▾

《電子鎖大師》品牌選擇交給專家 - 10年超過8萬隻電子鎖安裝...

銷售安裝保固一條龍，刷卡分期，安裝後付，全台安裝，你想要的我們都有，韓國已經90%都裝電子鎖。保證是你今年買過使用率最高的家電，全世界都在裝，你還不跟上。

廣告 · <https://www.0800249569.com.tw/> ▾

全台最大電子鎖旗艦店 全省服務 - 全台最大電子鎖專賣店

無論是住家、公司行號、出租物件，從事前評估到安裝、售後，提供您全方位電子鎖服務，馬上諮詢！大台北地區電子鎖，一通電話到府服務！專營國際品牌電子鎖，資深師傅團隊為您服務，品質有保障。售前評估。舊機移機評估。到府安裝。...



廣告 · <https://www.ljtwm.com/>飛利浦智能鎖 ▾

PHILIPS電子鎖台灣總代理 - 立即諮詢

支援指紋、卡片等多種解鎖方式，便利再升級，關門即上鎖，提升居家安全性及居家智能化，立即諮詢。室內設計裝修必備飛利浦電子鎖，提升居家安全性及居家智能化，24hr線上客服即時處理，加倍安心。指紋容量100、卡片...



廣告 · <https://elockmaster.cyberbiz.co/>電子鎖大師/02\_2368\_6992 ▾

【Yale電子鎖】台灣合法經銷商 - 產品原廠保固兩年，24hr售後...

通過NCC標章認證，防火，防電擊，防衝擊，穩定度極佳，百年經典品牌，守護您家！可安裝後刷卡。LINE ID :@elockmaster。台灣Yale電子鎖經銷商。客製化電子門鎖規劃。北中南花東 全台皆可安裝。可刷卡6期零利率。全省維修服務。9年電子鎖安裝經驗。

# 競品分析-廣告訴求解析

廣告 · <https://www.tiscservice.com/> ▾

## 大門要換電子鎖？宥勝最推這一款 - 市場唯一 榮獲台灣優良精品...

唯一擁有國際第三方認證 耐用性保證，並採美國知名大廠晶片，四段全自動鎖匣，大門防盜最安全！電子鎖款式百百種，到底該如何挑選？帶你一探藝人宥勝都指定安裝的台灣原創品牌

【AiLock智慧鎖】杜絕特斯拉線圈&小黑盒攻擊。支援Line即時通知開關門。

AiLock智慧鎖-4合1經典款 · 常見Q&A 專業一次解答 · AiLock智慧鎖 旗艦款plus

📍 台北市中正區忠孝西路一段66號 10F - 今日正常營業 · 11:00 – 21:30 ▾

廣告 · <https://www.ulock.com.tw/> ▾

## 全台最大連鎖直營電子鎖體驗館 - 電子門鎖安裝找樂客全台聯鎖...

韓劇愛的迫降指定用鎖，鈦金屬打造機身，直覺式開門設計，給您回家全新體驗。愛的迫降指定用鎖。直覺式開門解鎖方式。現代電子鎖台灣指定經銷商。保固三年。原廠保固。

全球市佔率第一的電子鎖 · 德國紅點設計獲獎款IDL-300 · 愛的迫降指定款遠端版

📍 新北市板橋區民族路153號 - 今日正常營業 · 09:00 – 18:00 ▾

廣告 · <https://www.livingplus.com.tw/> ▾

## 居家智慧型電子鎖 免費到府安裝 - 免費到府安裝到好

支援多種開門方式與智慧生活連線，居家安全更有保障。贈送2年保固，免費到府安裝到好。生活連線，安全有保障！支援多種開門模式，遠端監控即時通報，智慧門鎖啟動新生活。

智慧門鎖限時優惠中 · 中保無限+智慧電子鎖(旗艦) · 中保任意門智慧鎖分期0利率

# 廣告投遞前置作業

以販售「中高價位的電子鎖」為例：

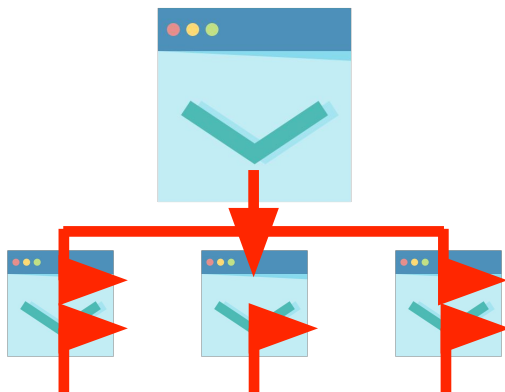
- 商品規格比較
- 決定廣告投放方式：設定什麼關鍵字
- 觀察競品文案訴求後，**比較後**，產出具有優勢的文案
- 包含目標對象在乎的訴求

廣告 · [www.kpnweb.com/kpn奇寶/17年seo經驗](http://www.kpnweb.com/kpn奇寶/17年seo經驗)

**KPN奇寶17年經驗帶你邁向顛峰 | 超過50家醫療品牌選KPN奇寶**

上千企業信賴首選，排名驅動詢價，專業工程師團隊技術力穩健紮實，現在卡位立即詢問！17年經驗，重點關鍵字皆在第一頁，

# 一般頁面VS到達頁面



一般頁面

包含首頁及子網頁等多個頁面  
涵蓋大量的資料  
網頁跳轉路徑複雜



到達頁面

將可以引起轉換動機的內容濃縮一頁  
以適當順序提供內容  
使用者行為簡單直覺

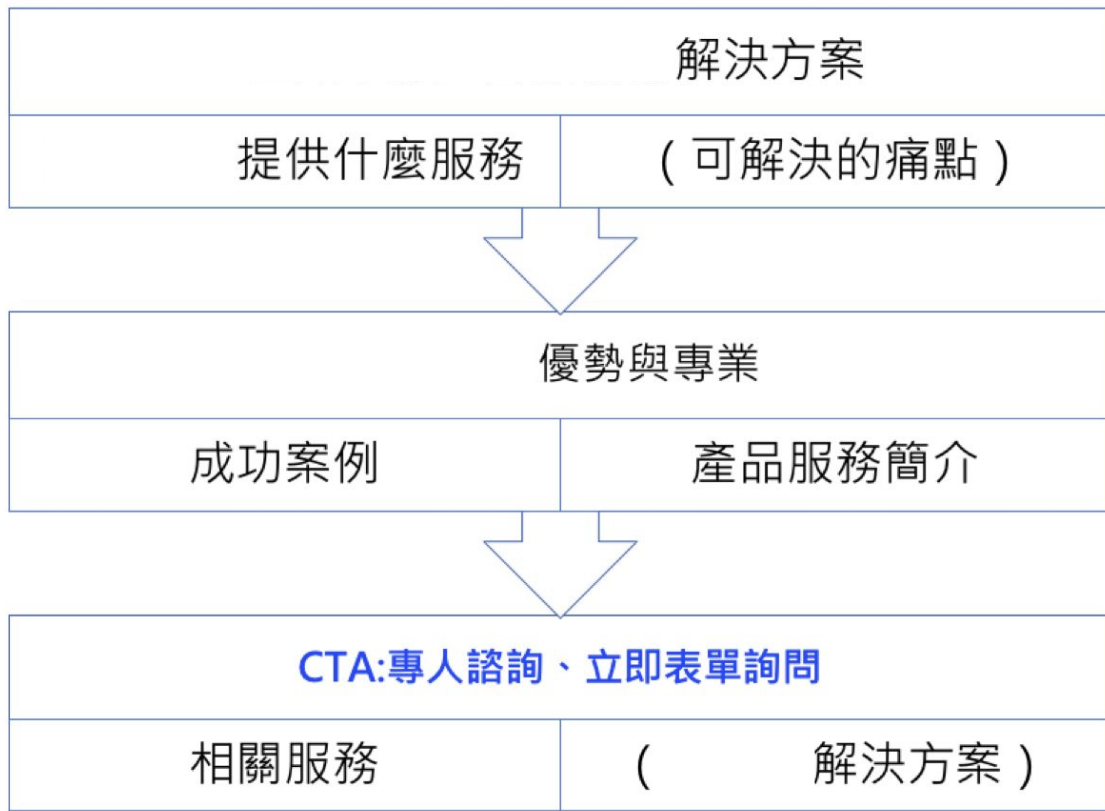
# 優秀的到達頁面具備條件



廣告到達頁面

桌機/手機網頁載入速度  
 產品功能介紹  
 消費者使用產品的情境  
 吸引消費者的折扣優惠  
 行動呼籲CTA(立即報名)  
 轉換要素(電話、信箱、LINE)  
 信心要素(獲獎、認證)

# 優秀的到達頁面架構參考





# 優秀的到達頁面參考

完成 cathaylife.com.tw

國泰人壽 Cathay Life Insurance

EVA AIR 長榮航空 A STAR ALLIANCE MEMBER

旅平險 年金險

國泰人壽 e悠遊  
長榮航空「無限萬哩遊」會員  
成功投保國泰人壽「e悠遊」長榮航空專案旅平險  
安心出遊有保障。  
更可獲得「無限萬哩遊」100哩。  
【春日哩享遊】哩程加碼活動  
2019/3/18-2019/04/30, 哩程限時2倍送!

活動辦法 商品特色 投保規定 保單條款 常見問題 理赔案例

### 專案保障

保障內容	保額(*註)
意外身故	1,000萬元
傷害醫療保證金	100萬元
突發疾病醫療保險金	100萬元
長榮航空無限萬哩遊哩程	100哩

【春日哩享遊】哩程加碼活動  
2019/3/18-2019/04/30哩程限時2倍送!

詳細專案說明  
\*註：保額將依被保險人年齡調整，詳情見專案詳細說明  
單位：新台幣

投保試算

我去玩 1天

總保費501元

立即投保

更多好康

- 國泰世華卡友滿額享旅遊不便險
- 日、韓Wi-Fi機租借享45折優惠
- 機場投保同享哩程回饋

# 優秀的到達頁面參考

米家掃地機器人

[概述](#)
[感應器](#)
[清掃系統](#)
[設計](#)
[耗材](#)
[圖集](#)
[FAQ](#)
[規格](#)
[F碼通道](#)
[立即購買](#)



## 我，米家掃地機器人

智商高，掃得乾淨掃得快

**\*米粉節期間下單，7天內發貨**

智慧路徑規劃 | 大風壓澎湃吸力 | 遠端智慧遙控 | 大電池持久清掃

NT\$ 6,895 ~~NT\$ 7,895~~

[▶ 點此觀看完整產品影片](#)

註：鑑賞期非試用期，商品經拆封使用後，除功能瑕疵外，恕不接受退貨。  
辦理退換貨商品必須是全新狀態且包裝完整。

# 優秀的到達頁面參考



Landing Page是**不斷優化**的過程



## 廣告新機制

- PMax(最高成效廣告)

# All in One Google 自動化廣告組合

S

Search

搜尋廣告

P

Performance  
Max

最高成效廣告

A

Video Action  
Campaign

影音行動廣告

D

Discovery  
Campaign

探索廣告

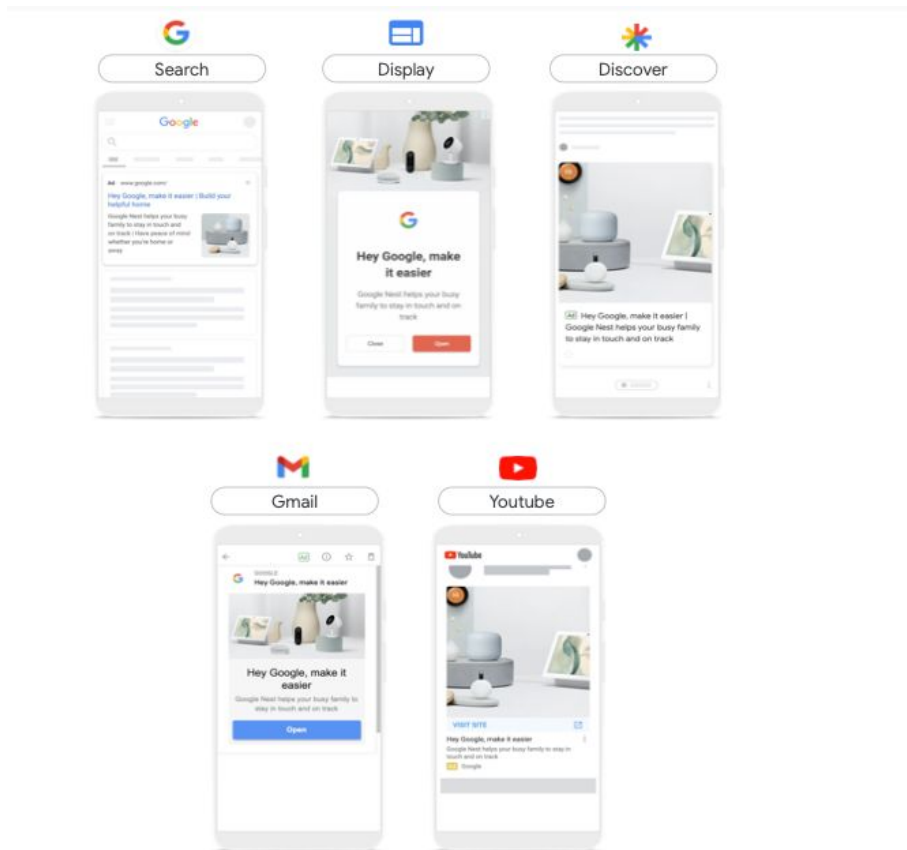
E

Enhanced  
Conversion

強化轉換



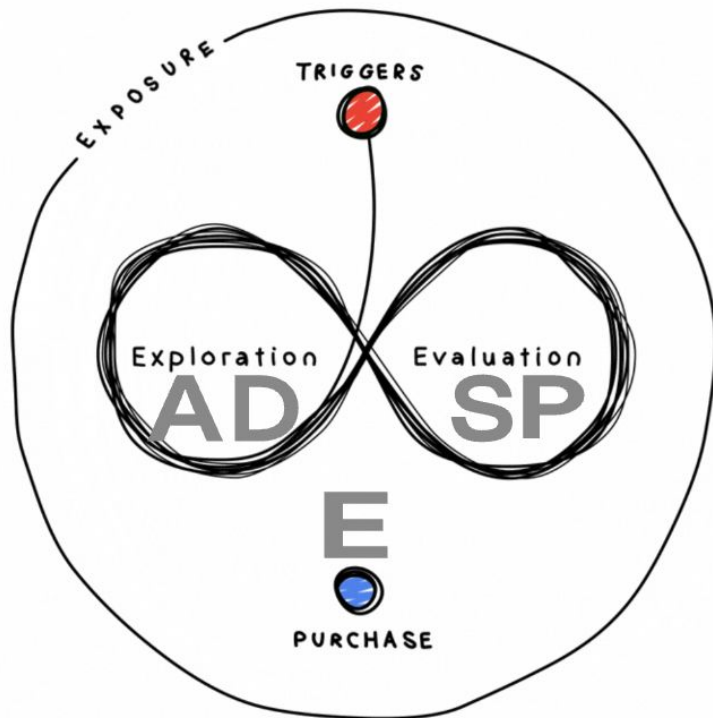
# 結合眾多版位， 全方網羅



## 成功應用SPADE, 必須掌握: 自動化+素材

### 自動化

- 客群數據
- 轉換數據
- 智慧出價



### 素材

- 視聽效果
- 故事結構



# 最高成效廣告(Performance Max)的價值定位：電商客戶

1

**擴量**

以購物廣告流量為主，延伸至 Google 六大廣告平台流量，實現轉換擴增



2

**拓新**

利用 YouTube & GDN & Discovery 的主動觸及流量，優化轉換路徑，拓展新客獲取機會



3

**智慧**

採取全自動化智慧優化，包含素材優化、客群優化、競價優化



# 根據目標來投遞版位及對象



The world is changing  
incredibly quickly.



**Performance Max** can help  
you automate to deliver the  
best of Google reach and  
performance at scale.

# 素材準備，立即上線

## Getting started with Performance Max

### Key Requirements:

- Google Ads Conversion Tracking
  - (Recommended) Enable Enhanced Conversions for more accurate conversion measurement
- Recommend campaign timeframe: At least 4 weeks

#### Text

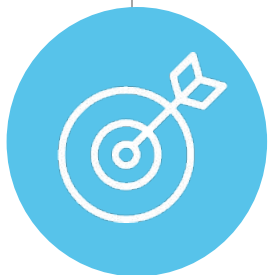
- 3 x 30 character headline
- 2 x 90 character descriptions
- 1 x 90 character headline

#### Video (Recommended, but optional)

- > 10 seconds in length

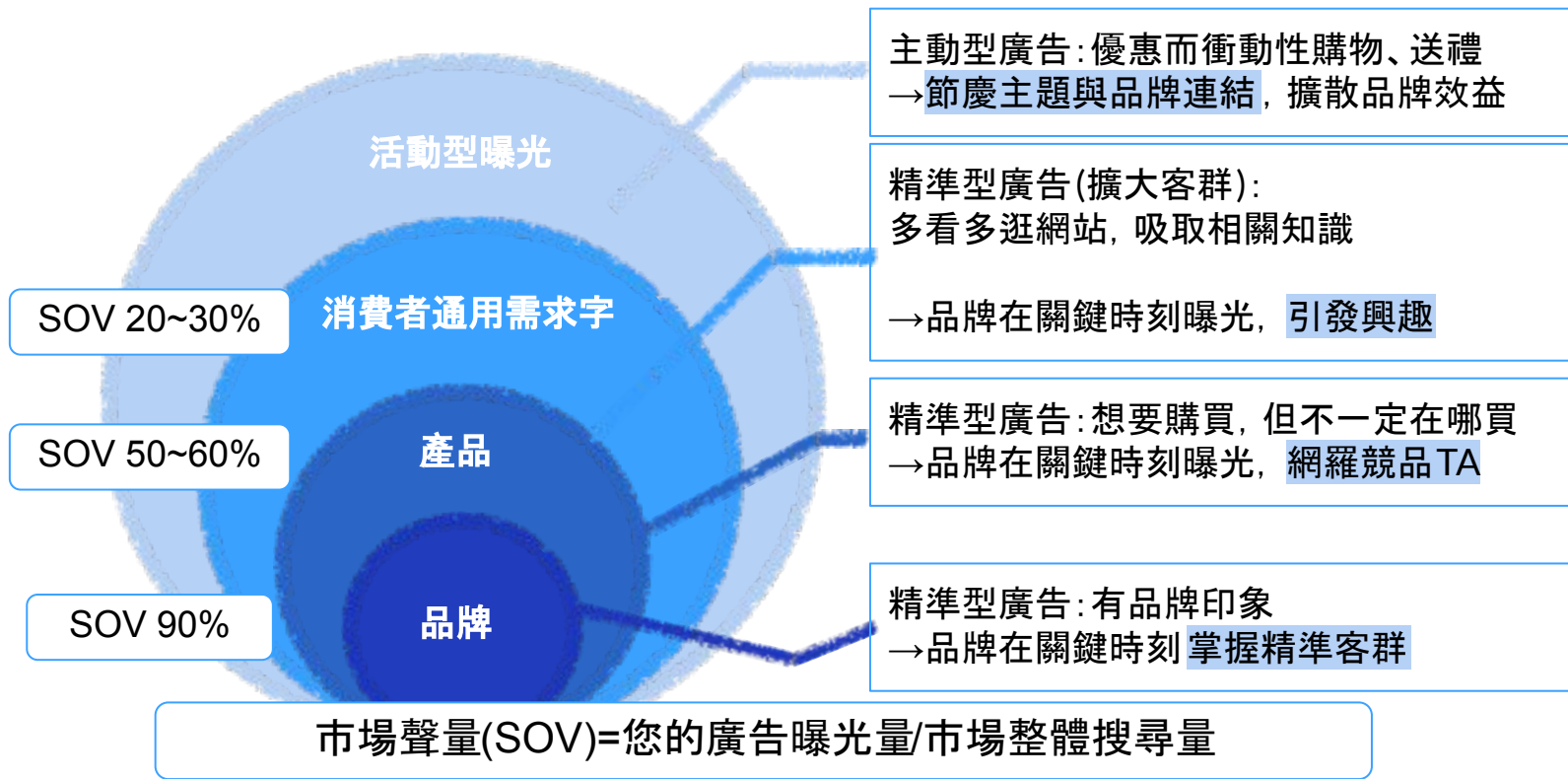
#### Image

- 1 x 600x316 landscape
- 1 x 300x300 square
- 1 x 314x314 square (for campaigns with Store Visits goal)
- 1 x 128x128 logo
- Recommended: 1200 × 628
- Max file size: 5,120KB

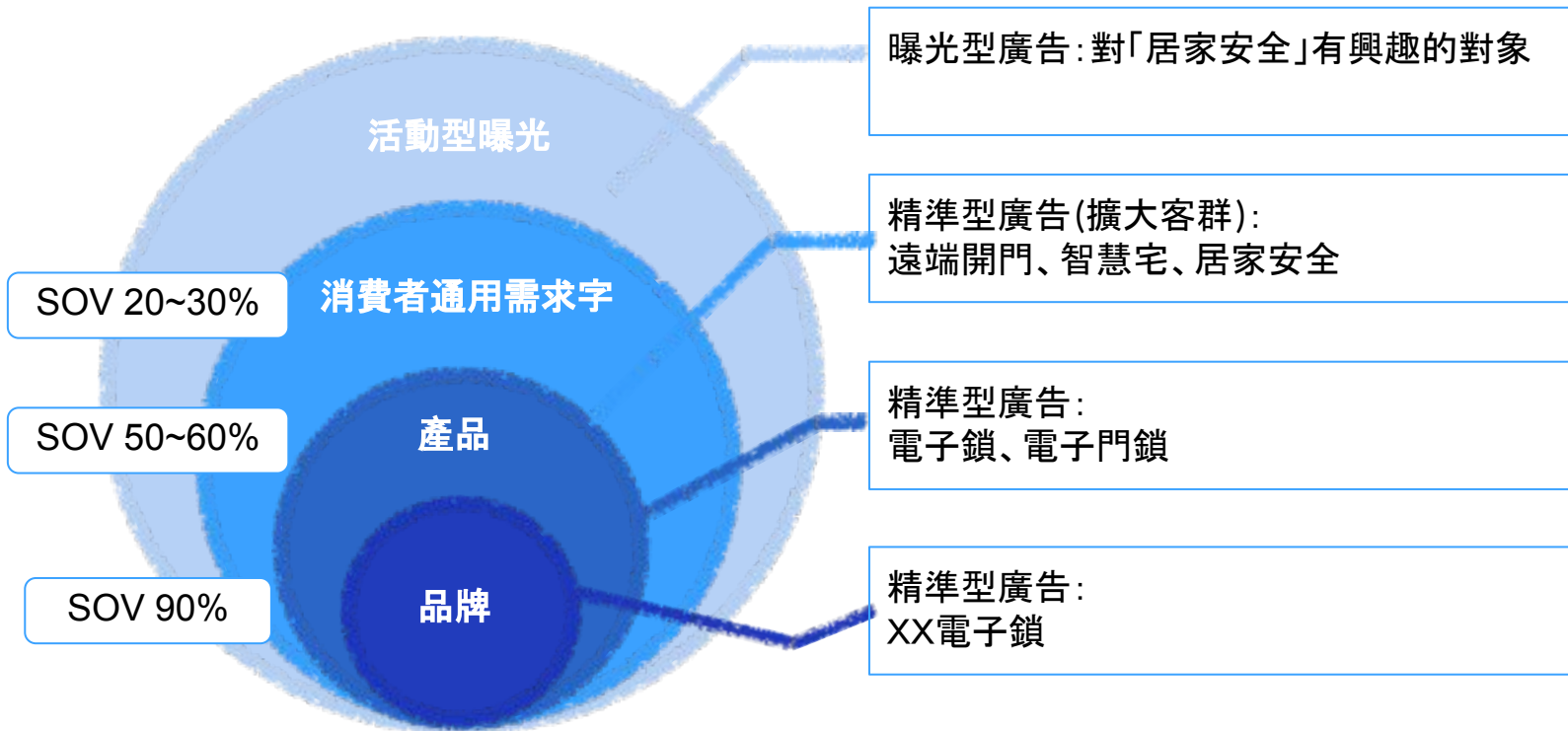


# 評估廣告預算

# 廣告投放字詞挑選



# 廣告投放字詞挑選



# 每日廣告預算評估 =

關鍵字搜尋量x預估的單次點擊費用xSOV

+

不同目標對象名單量x預估的單次點擊費用

# 每日廣告預算評估 =

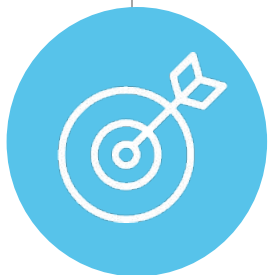
關鍵字詞搜尋量(10,000)x預估的單次點擊費用(\$10)xSOV(50%)

+

不同目標對象名單量(1億~5億)x預估的單次點擊費用(\$3)

=1600+800





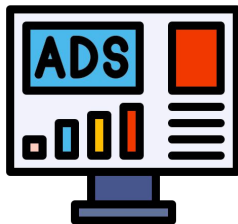
# 關鍵指標分析

# 分析成效需要了解的項目

判斷流量來源  
參數設定追蹤

基礎廣告帳戶數據  
GA 數據(跳出率、停留時間)

依行銷目標設定轉換追蹤  
送出表單、撥打電話



接下來會分兩個部分說明:觀察項目 & 觀察指標

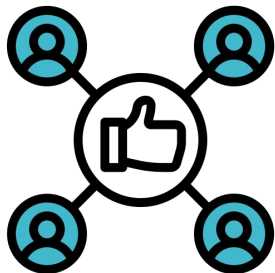
# 觀察項目



消費者樣貌

性別、年齡層、興趣類別  
裝置、地區、職稱  
需求情境、在乎點

比對觀察指標，搭配  
實際訪談，更了解目  
標客群，來優化行銷  
成效



流量來源

精準型廣告、展示型廣告  
社群廣告、自然搜尋  
推薦流量、口碑推薦  
轉介紹

不同管道的目的與表  
現不同

# 觀察指標



廣告基本數據

轉換數  
轉換率  
單次轉換費用

曝光量  
點擊量  
點閱率  
曝光率(頂端)  
SOV  
廣告在線時間

反映廣告素材  
的吸引程度

平均點閱率  
搜尋:2%~3%  
多媒體:0.2~0.4%  
SOV至少40%  
廣告在線24小時

# 通用版GA觀察指標



站內基本數據

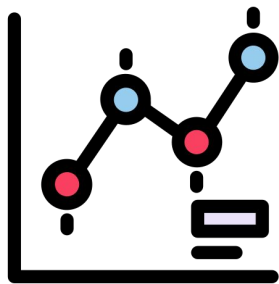
流量  
平均瀏覽頁數  
平均停留時間  
跳出率  
新訪客數量

網站內容是否  
符合消費者需求

跳出率—  
搜尋40~60%  
多媒體 80~90%

來源/媒介 ?	客戶開發			行為		
	使用者 ? ↓	新使用者 ?	工作階段 ?	跳出率 ?	單次工作階段頁數 ?	平均工作階段時間長度 ?
google / cpc						
Google多媒體	12,375 (100%)	10,300 (100%)	10,170 (100%)	83.04%	1.33	00:00:26
Google搜尋	12,170 (100%)	11,300 (100%)	21,430 (100%)	64.25%	2.10	00:01:05
Google再行銷	11,420 (100%)	11,140 (100%)	22,200 (100%)	73.40%	1.58	00:00:42

# GA4觀察指標：參與度



站內基本數據

流量  
平均瀏覽頁數  
平均停留時間  
跳出率  
新訪客數量

網站內容是否  
符合消費者需  
求

工作階段預設管道分組	↓ 使用者	工作階段	互動工作階段	平均單次工作階...	每位使用者互動...	每個工作階段的...	參與度
總計	9,296 總數的 100%	12,517 總數的 100%	6,006 總數的 100%	0 分 39 秒 和平均值相同	0.65 和平均值相同	3.58 和平均值相同	47.98% 和平均值相同
1 Organic Search	8,581	11,505	5,712	0 分 40 秒	0.67	3.57	49.65%
2 Direct	696	995	323	0 分 34 秒	0.46	3.65	32.46%

參與度低，檢視來源、字詞、受眾、訴求、頁面元素

# GA4觀察指標



轉換前置指標

到達產品頁  
瀏覽服務流程  
瀏覽產品規格  
瀏覽收費方式  
到達諮詢頁  
分店據點頁  
加入購物車  
到達結帳頁  
下載檔案

觀察消費者在乎的要素

圖片來源:[iconfinder](#)

工作階段預設管道分組 +	互動工作階段	平均單次工作階...	每位使用者互動...	每個工作階段的...	參與度	事件計數 所有事件 ▾	轉換 所有事件 ▾
總計	4,513 總數的 100%	0 分 45 秒 和平均值相同	0.83 和平均值相同	8.79 和平均值相同	67.9% 和平均值相同	58,439 總數的 100%	225.00 總數的 100%
1 Organic Search	1,972	0 分 54 秒	0.97	9.08	72.88%	24,569	21.00
2 Direct							00
3 Paid Search							00

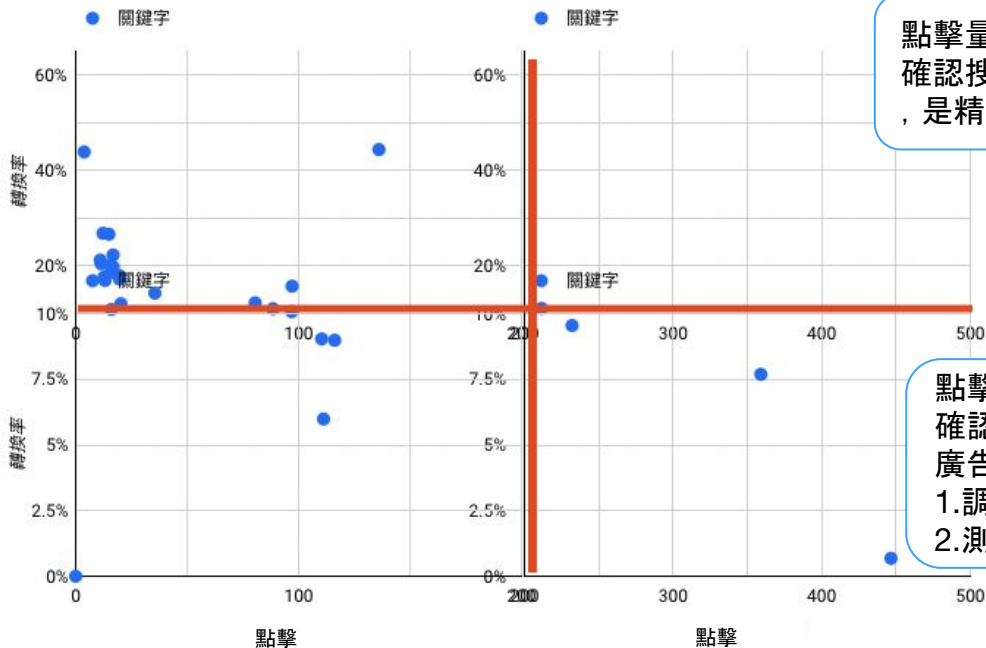
哪些是消費者在乎的訴求？頁面動線、呈現順序、是否呼應廣告訴求



# 廣告優化方式：矩陣分析

細部分析可以透過矩陣(四象限)分析, 找出改善或擴大的點

點擊量少、轉換率好  
預算是否足夠, 擴大曝光



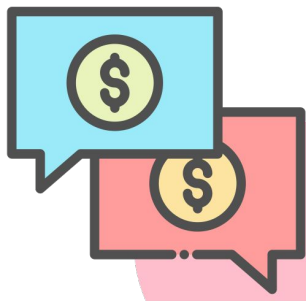
點擊量多、轉換率好  
確認搜尋廣告有加入這些字詞  
，是精準必須把握住的

點擊量少、轉換率低  
確認字詞意圖, 若不精準則排除集中預算  
如果精準, 確認意圖調整呈現文案

點擊量多、轉換率較低  
確認實際搜尋結果, 發現多數廣告都是低價產品  
1.調整標題呈現強調坪數不同  
2.測試不同商品組合



# 觀察指標



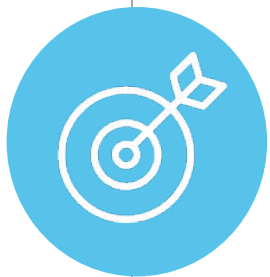
轉換指標

撥打電話  
點擊line  
送出表單  
線上客服  
交易金額  
購買品項

消費者喜歡透過哪種方式轉換

表單必填欄位是否可以簡化？  
電話號碼、轉換按鈕是否夠明顯？  
是否有提供多種諮詢方式？  
消費者都購買哪些品項？  
轉換時段在什麼時間？

是否有符合行動裝置瀏覽的頁面與行動呼籲？



# 評估廣告成效

# 必觀察的六項指標

## 行銷成效分析，這6個 KPI 最重要！

### 4 個預測指標

Trac

例如，會員數

流量



Impression

例如，開信數

曝光量



Engagement

例如，開信數 / 會員數

參與數



Conversion

例如，交易數 / 會員數

轉換數



### 2 個財務指標

CPA

例如，單次行銷活動成本  
/ 單次交易數

每次互動成本



OPI

例如，行銷活動總毛利  
/ 總交易收入

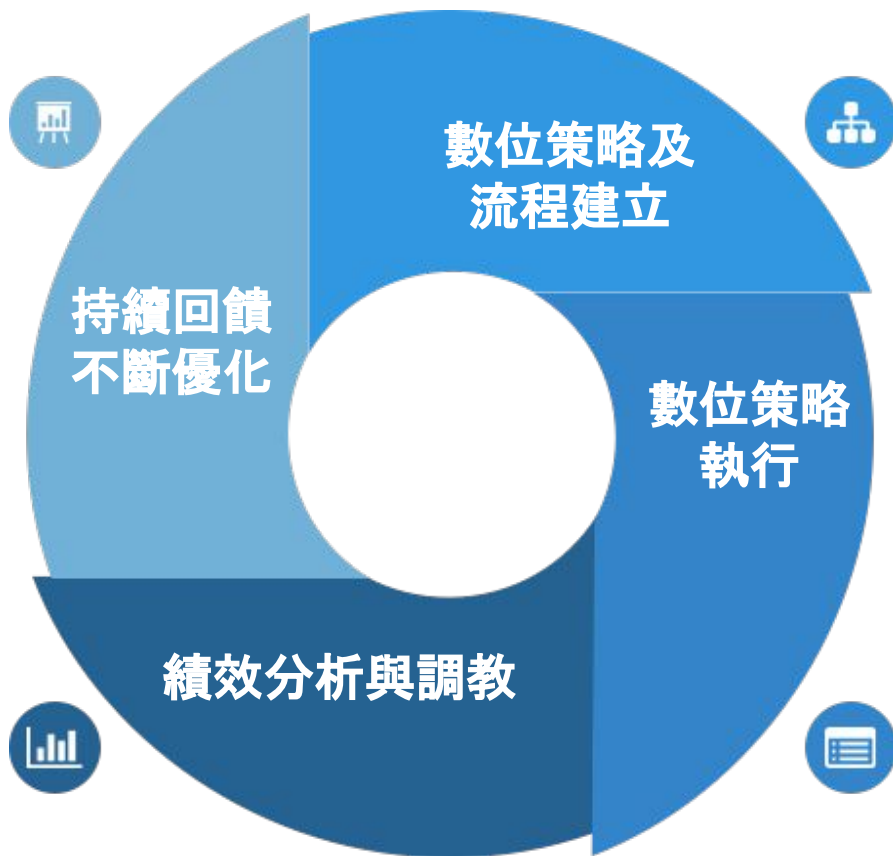
毛利指數



# 成效分析與優化策略

1. 從消費者需求出發, 擬定行銷策略
  - a. 內部分析、外部分析
  - b. 訂出目標市場
2. 關鍵字廣告: 搜尋類廣告
  - a. 關鍵字挑選
  - b. 廣告文案
3. 分析到決策的關鍵指標
  - a. 觀察項目、觀察指標
  - b. 矩陣分析
  - c. landing page 優化

# 打造持續成長的循環流程



加入奇寶 L i n e 獲得簡報！

