



嶺東科技大學
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系

網站優化技巧與 Google Analytics 因子的關聯性

指導教授： 林甘敏 教授
組員名單： 金怡瑄 A18C128
 林佳玄 A18C104
 趙澤一 A18C116
 徐振華 A18C137

中華民國 105 年 5 月

嶺東科技大學

資訊管理系

網站優化技巧與
G o o g l e

A n a l y t i c s
因子的關聯性

中華民國一〇五年五月



嶺東科技大學
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系專題口試委員審定書

網站優化技巧與 Google Analytics 因子的關聯性

指導教授： 林甘敏 教授

組員名單： 金怡瑄 A18C128

林佳玄 A18C104

趙澤一 A18C116

徐振華 A18C137

指導教授： _____ 教授

口試委員： _____

中華民國 一〇五 年 五 月 十 一 日

謝 誌

本專題報告得以順利完成，首先要感謝我們的指導教授林甘敏教授，在這一年半來細心的指導我們專題的方向，並糾正專題上的錯誤，且不厭其煩的指導我們專題內容，也感謝透過甘敏老師讓我們的專題得以跟偉瑟科技有限公司產學合作，透過公司專業的指導，鉅細靡遺的教導我們網站優化技巧跟 Google Analytics，並實際提供一個網站讓我們操作，使我們在網站優化技巧跟 Google Analytics 的應用上更熟能生巧，透過老師跟公司的雙方指導下，也讓我們的專題更順利完成。

另外也感謝嶺東科技大學資訊管理系指導教授王曉玫、李靜怡教授擔任我們的口試委員，點出本專題的不足之處以及需加強的地方，讓我們的專題報告更加完整。

最後，感謝系上諸位老師在各學科領域的悉心指導，增進我們的商業管理知識範疇，在此一併致上最高謝意。

林佳玄
金怡瑄
趙澤一
徐振華

謹誌

中華民國105年5月於嶺東

摘要

隨著資訊爆炸性的成長和革新，現代人經常透過網路來取得自己需要的資訊，近年來有許多人透過網路進行消費，並透過搜尋引擎來搜尋評價或是在相同性質的產品上做詳細的比較，例如電影、餐廳或是 3C 產品等等，這意味著搜尋引擎被當成不可或缺的工具。而目前兩大搜尋引擎為 Google 和 Yahoo，已經成為人類解決生活問題的重要管道，也顯示出搜尋結果的重要性，搜尋結果越前面就越容易被使用者點擊到，而如何讓網站的搜尋結果位在前幾頁，就要靠網站優化技巧，提升網站排名。

本專題之目的在於探討網站優化技巧與 Google Analytics 因子之間的關聯性，因此透過目標網站之實際操作，在目標網站裡加入網站優化技巧，並透過 Google Analytics 評估在每個階段加入不同的網站優化技巧後，Google Analytics 的因子所呈現的變化，藉由變化探討彼此的關聯性。

結果顯示實施網站優化技巧後，會讓 Google Analytics 的因子產生變化，實施網頁版型優化會影響到 Google Analytics 的工作階段、使用者、瀏覽量這三個因子；而實施文案優化會影響到 Google Analytics 的單次工作階段瀏覽頁數、平均工作階段時間長度、跳出率這三個因子。

關鍵字：網站優化技巧、Google Analytics、搜尋引擎、關聯性

目 錄

摘 要	I
目 錄	II
表 目 錄	IV
圖 目 錄	V
第壹章 緒論	1
1.1 研究動機與目的	1
第貳章 文獻探討	2
2.1 網站優化的定義	2
2.2 網頁設計使用搜尋引擎最佳化的方法	4
2.3 GOOGLE ANALYTICS 介紹	6
2.4 網路流量的蒐集方法	7
2.5 GOOGLE ANALYTICS 如何運作	9
2.6 GOOGLE ANALYTICS 之啟用	10
2.7 GOOGLE ANALYTICS 的使用者介面	11
2.8 GOOGLE ANALYTICS 的分析層面	12
第參章 研究方法	14
3.1 研究流程	14
3.2 研究方法	16
3.3 分工	19
3.4 甘特圖	20
第肆章 結果	21
4.1 GOOGLE ANALYTICS 的因子分析說明	21
4.2 設計網站內容	30
4.3 持續更新文案	35

4.4 實施網站優化的技巧.....	36
4.5 分析網站優化技巧前後的數據變化與分析結果.....	53
4.6 詢價單.....	67
4.7 網站排名.....	69
第五章 討論.....	71
5.1 第二階段跟第一階段的分析結果討論.....	71
5.2 第三階段跟第二階段的分析結果討論.....	73
第陸章 結論與建議.....	75
參考文獻.....	76

表目錄

表 2-1 兩種資料蒐集技術的比較.....	10
表 2-2 Google Analytics 主要分析層面的各項因子.....	14
表 4-1 各項因子的計算方式.....	26
表 4-2 頻率與回訪率範例表.....	28
表 4-3 主動參與率範例表.....	30
表 4-4 廣告平台名稱和廣告網址.....	43

圖目錄

圖 2-1 網站優化.....	2
圖 2-2 GOOGLE ANALYTICS 的工作原理示意圖	9
圖 2-3 X 維度和指標的差異	11
圖 3-1 研究流程	15
圖 3-2 研究方法圖	16
圖 3-3 目標網站首頁圖.....	17
圖 3-4 目標網站服務項目分頁圖	18
圖 3-5 分工圖	19
圖 3-6 甘特圖	20
圖 4-1 GOOGLE ANALYTICS 的首頁因子說明	21
圖 4-2 頻率與回訪率	25
圖 4-3 主動參與率	27
圖 4-4 抵達頁面	29
圖 4-5 一開始網站首頁版型	30
圖 4-6 一開始網站的關於我們版型	31
圖 4-7 一開始網站服務項目版型	32
圖 4-8 一開始網站常見問題版型	33
圖 4-9 一開始網站客戶見證版型	34
圖 4-10 一開始撰寫的文案內容	35
圖 4-11 更改後的首頁版型.....	37
圖 4-12 更改後的關於我們版型	38
圖 4-13 更改後的服務項目版型	39
圖 4-14 新增後的價格資訊頁面	40
圖 4-15 6688 網路商店街的廣告頁面圖.....	42

圖 4-16 106TV.COM 銘網的廣告頁面圖.....	43
圖 4-17 CATHAYLIST 台灣免費關鍵字廣告的廣告頁面圖.....	44
圖 4-18 51AD 免費廣告刊登網的廣告頁面圖.....	45
圖 4-19 好 OK 工商平台的廣告頁面圖.....	46
圖 4-20 代書租屋網的廣告頁面圖.....	47
圖 4-21 搬家公司文案知識圖譜.....	48
圖 4-22 未優化前的文案.....	49
圖 4-23 優化後的文案版面.....	50
圖 4-24 較吸引訪客閱讀的文案題材.....	51
圖 4-25 優化後的標題、摘要.....	52
圖 4-26 比較死板的標題、摘要.....	52
圖 4-27 第一、二階段的總覽比較圖.....	54
圖 4-28 第一、二階段的新訪客與舊訪客比較圖.....	55
圖 4-29 第一、二階段的瀏覽頁數比較圖.....	56
圖 4-30 第一、二階段的首頁停留時間比較圖.....	57
圖 4-31 第二、三階段的總覽比較圖.....	59
圖 4-32 第三階段的單次工作階段頁數.....	60
圖 4-33 第二階段的單次工作階段頁數.....	60
圖 4-34 第二、三階段的平均工作階段時間長度比較圖.....	62
圖 4-35 第二、三階段的跳出率比較圖.....	64
圖 4-36 第三階段訪客使用的關鍵字圖.....	65
圖 4-37 詢價單 1.....	67
圖 4-38 詢價單 2.....	67
圖 4-39 詢價單 3.....	68
圖 4-40 詢價單 4.....	68
圖 4-41 詢價單 5.....	68

圖 4-42 網站搜尋結果排名.....	70
圖 5-1 第一、二階段優化未成功圖.....	72
圖 5-2 第二、三階段優化未成功圖.....	74

第壹章 緒論

1.1 研究動機與目的

近年來網路越來越發達，社會大眾已經將網路視為生活必需品，對於許多生活忙碌的人來說，更將網路視為獲得資訊的重要管道，許多民眾會透過網路，查詢自己所需的資訊，許多企業也開始注意到透過搜尋引擎，可以增加網站的曝光率、知名度和點閱率。

搜尋引擎會透過網路蜘蛛(Web Spider、Web Crawler或Robot)，在成千上萬的網頁中爬行，來對網路上的資訊進行比對和分類，最後把這些內容以最貼近使用者需求的方式，呈現給網路搜尋的使用者；而有研究指出，在使用者輸入關鍵字，進行搜尋時，只會瀏覽搜尋結果前三頁的比例為92%，企業若想讓自己的網頁在前三頁顯示出來，除了透過購買關鍵字廣告之外，另一個方法就是做好網站優化，隨著網站優化的技術日益成熟，網站優化之技術也成為企業必備之技術。

為了讓搜尋引擎注意到目標網站，藉由網站優化的技巧應用在目標網站上，若網站優化技巧執行成功，就可以替網站帶入流量，提升網站搜尋排名，而要如何得知網站流量，就靠Google在2005年推出的Google Analytics網站計量分析工具，可以透過此分析工具中得知目標網站與訪客之間的互動關係，包括瀏覽頁面、社交來源媒介、停留時間等，也可以知道該網站的瀏覽量、跳出率、回訪率等等。同時可以利用Google Analytics評估在操作網站優化技巧後，與操作之前的數據有無產生變化，進而得知實施網站優化的成果。

網站優化技巧如將網站單一文字敘述改成圖文並茂的方式，並安插關鍵字，設超連結等，再觀察Google Analytics的數據上是否出現變化，進而了解網站優化技巧與Google Analytics因子的關聯性。透過本專題研究除了可以更加深入了解網站優化技巧所帶來的效益外，研究結果亦可作為其他網站優化的參考，進而幫助網站獲得較佳的排名以及增加點閱率與網站曝光率。

第貳章 文獻探討

2.1 網站優化的定義

網站優化就是CLOUDS，我們可以用六大項目來進行網站優化，亦即網站優化(Website Optimization) = 內容優化(Content Optimization) + 配置優化(Layout Optimization) + 目的優化(Objective Optimization) + 使用者介面優化 (User-interface Optimization) + 顯示優化 (Display Optimization) + 搜尋引擎優化(Search-engine Optimization) (嚴家成/盧盟晃，2009)。

亦即網站優化(CLOUDS)包含以下幾個部分：



圖 2-1 網站優化

一、**C=內容優化(Content optimization)**：內容為王，網站內容應該要能夠吸引人且有特色的，一個沒有特色或不符合主題的內容是無法吸引人家觀看的，進行內容優化有兩項原則：(1)獨特性 (2)快速且經常性，要保持持續更新網站內容，其內容必須獨特不能重複，有利於搜尋引擎尋找，文章內的外部連結也須符合相對應的網站主題，才不會容易就被人 Off-page。

可以用 4 個技巧增加內容價值，如下：

(一)重要的關鍵字往前面移動：可以增加文章的可讀性

(二)內容要回答標題：一篇文章內容須符合標題的主題，東扯西扯不相關的內容，讓閱讀者搞不懂重點，看不下去的話，會降低評分。

(三)要有明顯的句子來呼應主題：除了主題內容要明瞭，若內容過多沒有排版，觀看者是不會有耐心看的，可以妥善利用分段，文章要有摘要、結尾等方式撰寫。

(四)增加連結與參考資料：利用外連的方式，連結到相對應的網站上，增加對使用者的需求及幫助。

二、L=配置優化(Layout optimization)：將網站外觀設計成瀏覽者喜歡的樣式，可以採用圖文並茂的方式，不要一昧的只有文字，這樣不會吸引人停留，須配合瀏覽器的解析度，才能夠讓網站賞心悅目。

三、O=目的優化(Objective optimization)：不同企業網站賦予的目的不同，電子商務網站要增加銷售量，形象網站希望傳遞訊息，靠廣告賺錢的需要網友點擊廣告，不同類型網站有不同的目的要達成，要設計出符合其目的的網站，不可能使用同一個網站達成多種目標。

四、U=使用者介面優化(User-interface optimization)：了解使用者的使用習慣，把自己融入使用者的角色，進行同樣的動作、處理同樣的問題，和使用者相同的情境，去優化使用者與網站的互動，考量網站功能、資訊架構、操作介面、配色、視覺元素、內容易讀性、功能佈局、頁面描述…等網站要件，讓瀏覽網站的過程更加流暢，提升網站的轉換率。

五、D=顯示優化(Display optimization)：能夠讓網站快速回應，若每點一頁都要都要等個幾十秒以上，瀏覽者是會沒有耐心的。

六、S=搜尋引擎優化(Search-engine optimization)：透過了解搜尋引擎的運作規則來調整網站，以提高目的網站在有關搜尋引擎內排名的方式 (台灣搜尋引擎優化與行銷研究院，2010)。

2.2 網頁設計使用搜尋引擎最佳化的方法

搜尋引擎優化就是調整目標網站的「內容」、「結構」，讓目標網站達到自然搜尋排名優勢的作業，早期搜尋引擎優化只需注意網站的結構與外部連結，現在搜尋引擎越來越重視使用者對搜尋資料的滿意度，因此目前在進行搜尋引擎優化時需要把人的因素考慮進來，在某種程度上已與網站優化的作業密不可分。

網站的結構包括2個重點，一個是網站HTML的標記，如<TITLE>、<META>、Anchor Text等標記的使用，另外利用部落格標籤<Tag>的使用及善用Link把相關的內容串聯。

搜尋引擎排行可對影響網頁在搜尋引擎排名的因素做出以下歸類：

一、關鍵字的使用因素：

商品網頁設計時，所有商品關鍵字應出現在以下所列的地方：

- (一)關鍵字使用於網頁HTML裡的title meta data。
- (二)關鍵字使用於內文的標題 (H1, H2, H3 tag)。
- (三)關鍵字加入超連結網址。
- (四)關鍵字用於網頁圖片的說明。
- (五)網頁內文的關鍵字可以使用粗體、斜體加強。

二、頁面屬性

對於企業網站內網頁整體設計架構屬性，如果要增加網頁或網站可靠度，則要注意以下幾個項目：

- (一)網站內網頁的超連結連到受歡迎的網址。
- (二)網頁文件存在的時間長短。
- (三)文字內容可索引的文字數量。
- (四)網頁文件內容的品質(是否符合上述之關鍵字的使用因素)。
- (五)網頁的更新次數是否頻繁。

(六)網頁設計內容加入全網站地圖 (Site Map)。

(七)正確的拼字與文法。

三、網站或網域屬性

設計完企業網站後，網頁排名及網站受歡迎的程度會隨著時間的改變，這些影響搜尋排名的因素有以下幾點：

(一)網站本身在全球網站及討論社群裡的受歡迎程度。

(二)從外部連結到網站的主題是否恰當。

(三)網站內容是否符合網路使用者搜尋的主題。

(四)網頁累計查閱時間以及在搜尋結果頁被點閱或拜訪次數等。

(五)搜尋引擎給予該網站的權重(Page Rank)。

(六)網站裡新網頁增加的比例。

(七)搜尋引擎 Webmaster 中心所驗證過的網站。

四、從外部來的超連結屬性

Google 創辦人 Larry Page 最早提出由搜尋引擎根據網頁之間相互的超連結來計算網頁排名(Page Rank)，這是一種頁面的「得票數」，由所有連向它的頁面來決定其重要性，因此外部的超連結屬性對網頁的排名仍具有相當的影響：

(一)外部連結的錨點文字及周圍的關鍵字內容。

(二)來自外部新的超連結連到網站的比例。

(三)外部連結網站的超連結在全球及討論社群裡受歡迎程度。

(四)外部連結頁面與主題的相關性。

(五)外部超連結的年齡(時效性)。

(六)外部連結在該網站裡的受歡迎程度。

(七)外部超連結頁面的Page Rank(Google評估的網頁重要性等級評分)(賴思嘉，2010)。

2.3 Google Analytics 介紹

Google Analytics是Google公司免費提供的「網站分析工具」，能夠幫助網站行銷人員或企業了解訪客於網站上的瀏覽行為，在早期只有較大型的企業網站，有能力花費數十萬來架設昂貴的訪客技術系統，以蒐集訪客在網站上的行為模式，個人或小型企業的網站只能使用較簡單或免費的訪客計數器；然而就算是大學公司的訪客技術系統，通常也只能提供訪客在網站上的相關「數據」，企業常要耗時耗力來讀盼數據背後所包含的意義與趨勢。近年來訪客數據系統已逐漸發展成「網站分析工具」，不只提供訪客在網站上的數據，更能提供訪客網站上的行為數據，這是早期的「訪客技術系統」與現今的「網站分析工具」最為不同的地方。

Google公司於2005年4月併購Urchin公司，原先Urchin在網站分析工具市場上屬於低價的一端，專門設計給小型企業使用，每月只索價200美元。2005年10月，Google把這個服務改名成Google Analytics，且將免費提供此服務。網站行銷人員或企業主登入Google Analytics 看到整合完成的訪客相關資訊，以內容網站為例，重要的數據包括訪客的瀏覽時間、深度及他們重新造訪的頻率；以銷售網站為例，有的資訊包括銷售平均時間、購物車中途放棄的比例。一但了解哪些數據對網站或企業最為重要，便可加以利用這些資訊以改善網頁績效，進而加強企業績效。這項服務更可與Google AdWords結合，幫助AdWords客戶追蹤關鍵字廣告的成效，並為自己的網站及AdWords廣告做好最佳化(莊智竣，2010)。

2.4 網路流量的蒐集方法

根據「流量的秘密」一書中提到，要成功運用蒐集到的資訊，最重要的就是如何確保資料的正確性，掌握哪些資訊可以從何獲取，其中的限制為何。因此，資料蒐集技術分為兩種：網頁標籤(Page Tag)與網站伺服器紀錄(Server LogFiles)，而Google Analytics使用的正是網頁標籤(Page Tag)的方法。何謂網頁標籤和網站伺服器紀錄呢，以下將分別介紹(鄭江宇，2014)。

(一). 網頁標籤(Page Tag)：透過訪客瀏覽器將資訊傳達至遠端的資料伺服器中儲存。而分析人員再透過遠端伺服器查閱資料，而這些資料通常會透過網頁中嵌入的JavaScript程式來擷取，此種技術就是客戶端資料收集(Client-side Data Collection)。

(二). 網站伺服器紀錄(Server LogFiles)：透過網站伺服器收集而非使用瀏覽器，會將所有的活動紀錄在文字檔中，分析人員可以從中查閱報表，此種技術就是伺服器端資料蒐集(Server-side Data Collection)，可以收集用戶端向伺服器提出的請求。

近年來，網頁標籤(Page Tag)使用上越來越普遍，不僅在執行網頁標籤的技術上較為容易，針對資料管理所需的投入人力也大幅減少，通常會透過SaaS(Software as a Service)這類廠商來進行資料收集與管理，節省資料收集、儲存、備份等工作投入的人力與時間。

但因這兩種技術都有限制，因此兩種技術混和可以有截長補短的作用，如表2-1是兩種技術之比較彙整：

表2-1 兩種資料蒐集技術的比較

資料蒐集技術	網頁標籤(Page Tag)	網站伺服器紀錄 (Server LogFiles)
優點	<p>不受代理 (Proxy) 和暫存 (Caching) 伺服器的影響，提供更準確的造訪追蹤。</p> <p>可追蹤客戶端事件。例如：JavaScript、Flash等web2.0的動作。</p> <p>收集客戶端關於電子商務的資料。</p> <p>以接近即時的方式收集和處理來自客戶端的流量資料。</p> <p>功能自動升級無須安裝額外程序。</p> <p>數據資料存放在雲端上。</p>	<p>自動化收取資料，不須對網頁做任何更改。</p> <p>可以重新處理歷史資料。</p> <p>資料不受防火牆阻隔。</p> <p>可以追蹤頻寬使用率或檔案是否下載完成。</p> <p>可以追蹤搜尋引擎的行為。</p> <p>可以追蹤透過手機上網的訪客。</p>
缺點	<p>如果標籤安裝錯誤或不完整，會導致資料遺失或不完整，且不能重新整理。</p> <p>設定錯誤會導致資料流失，且無法再回頭分析資料。</p> <p>會受到防火牆阻礙。</p> <p>無法追蹤頻寬使用率或檔案是否下載完成。</p> <p>因為搜尋引擎會忽略標籤。因此不能追蹤搜尋引擎動作。</p>	<p>代理和暫存會影響資料正確性，如網頁暫存在代理和暫存伺服器中，網站伺服器就不會有存取紀錄。</p> <p>有 JavaScript、Flash 等 web2.0 的事件不能追蹤。</p> <p>需自行安裝軟體升級。</p> <p>資料的儲存、備份需自行處理。</p> <p>搜尋引擎造訪會造成資料虛增(造訪、網頁瀏覽)。</p>

2.5 Google Analytics如何運作

Google Analytics 的運作原理很單純，他可以很廣泛也可以很細膩的去鑽研資訊，同時，也涉及到網站訪客數據的追蹤與報告。在 Google Analytics 是使用網頁標籤技術的服務，其使用的是第一方 cookies 來收集資料，不論資料的收集、處理、維護、系統更新及管理都是由 Google 所負責的，在這些服務背後的資料處理流程是甚麼？以下將依執行步驟來說。

- 一、當訪客經由不同的路徑來進入裝有 Google Analytics 追蹤碼(Google Analytics Tracking Code, GATC)的網站時，追蹤碼會呼叫一個 Google Analytics 的主要檔案，但是每個造訪只會下載一次，再把此檔案存在訪客瀏覽器的快取，之後如果有相同的訪客就可以直接從快取中讀出，不須再從伺服器上讀取，只要檔案的位置放置正確，流量來源與相關資訊(例如：瀏覽網頁的 URL、時間戳記、識別代碼、螢幕解析度、螢幕色彩)就會被傳回 Google Analytics 系統中，而訪客回訪時，其中狀態也會被更新，示意圖如圖 2-2。
- 二、每瀏覽一個網頁，Google Analytics 追蹤碼會透過呼叫 Google Analytics 伺服器上的一個檔案，將資料傳回資料收集伺服器，訪客在網頁內的活動也是以同樣的方式將資料傳回，例如：用滑鼠點選播放 Flash 動畫，上述整個資料的傳送過程會在一秒內完成。
- 三、Google 會定期處理所收集來的資料，並且更新使用者帳號中報表資料，因為處理的方法不同，再加上資料量龐大，報表中顯示的資料一般都會有三至四小時的延遲，有時候延遲的時間還會更長，但不會超過 24 小時 (Brian Clifton, 2013)。



圖 2-2 Google Analytics 的工作原理示意圖

2.6 Google Analytics之啟用

一、建立Google Analytics帳戶

要開始使用Google Analytics之前，必須要先擁有Google Analytics帳戶，而建立Google Analytics帳戶有兩種方式，一種是直接申請，但是建立帳戶的電子郵件地址必須是Google帳戶，若已經擁有Google帳戶的使用者，則會在使用Google Analytics時自動登入；另一種方式是透過Adwords帳戶直接建立，這樣在Adwords中廣告活動、曝光和成本資訊，會自動匯入到Google Analytics中。

二、Google Analytics的啟用過程

在Google Analytics中建立新的Google帳戶的方式包括以下幾個步驟：

- (一) 在 Google 分析首頁 (Google Analytics ，
<http://www.google.com/intl/zh-TW/analytics/>) ， 點擊按鈕「使用 Analytics(分析)」進行申請。
- (二) 接著請輸入網站網址、帳戶名稱、設定時區，最後點「繼續」按鈕。
- (三) 出現頁面為請同意服務條款，在實際閱讀後，勾選「是，我同意以上的條款及細項」，然後點「建立新帳戶」。
- (四) 申請完畢後，點選網頁上方「新版」按鈕連結，點一下切換到新版，接著點擊網頁右手邊的「齒輪」狀連結，進入後找到使用者的帳戶之網站名稱」點一下。
- (五) 進入後點選使用者欲追蹤的網站，再點選「追蹤程式碼」即可 (Brian Clifton, 2013) 。

2.7 Google Analytics的使用者介面

Google Analytics的操作介面採用web2.0建立報表，搭配易操作的介面，讓報表中的數據更容易理解，與其採用過去的傳統式導覽列瀏覽，Google Analytics更推薦使用者直接點選有興趣的資料，從報表中可以得知更深一層的資料，這樣子的操作方式會讓使用者可以更快速的分析報表中的資訊。

如何快速了解網頁應用程式系統功能，最好的方式就是從操作中學習，Google Analytics報表中會呈現出兩種類型的資料，分別是維度資料和指標資料。

- 一、維度：描述某一項目的文字，例如：網址、網頁標題文字、推薦來源、媒介等等，維度是報告左側第一列的數據，可參考圖2.3之左側。
- 二、指標：與各維度相關的數字，例如：訪客量、平均頁面停留時間、跳出率等等 (Brian Clifton, 2013)。

來源 媒介	客戶開發			行為			轉換		
來源 媒介	工作階段	% 新工作階段	新使用者	跳出率	單次工作階段頁數	平均工作階段時間長度	目標轉換率	目標達成	目標價值
	132 % 總計: 100.00% (132)	78.79% 資料檢視平均值: 78.79% (0.00%)	104 % 總計: 100.00% (104)	66.67% 資料檢視平均值: 66.67% (0.00%)	1.81 資料檢視平均值: 1.81 (0.00%)	00:02:31 資料檢視平均值: 00:02:31 (0.00%)	0.00% 資料檢視平均值: 0.00% (0.00%)	0 % 總計: 0.00% (0)	\$0.00 % 總計: 0.00% (\$0.00)
1. yahoo / organic	38(28.79%)	92.11%	35(33.65%)	65.79%	1.92	00:00:43	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. google / organic	25(18.94%)	40.00%	10 (9.62%)	68.00%	1.64	00:06:22	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. (direct) / (none)	21(15.91%)	90.48%	19(18.27%)	42.86%	3.24	00:02:56	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. qualitymarketzone.com / referral	20(15.15%)	100.00%	20(19.23%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. www.event-tracking.com / referral	7 (5.30%)	100.00%	7 (6.73%)	0.00%	0.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. sexyali.com / referral	5 (3.79%)	0.00%	0 (0.00%)	80.00%	1.40	00:08:31	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7. baidu / organic	4 (3.03%)	100.00%	4 (3.85%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8. www.Get-Free-Traffic-Now.com / referral	4 (3.03%)	100.00%	4 (3.85%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
9. bestservice.com.tw / referral	3 (2.27%)	33.33%	1 (0.96%)	66.67%	2.00	00:08:12	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

圖2-3 X維度和指標的差異

2.8 Google Analytics的分析層面

Google Analytics的分析層面是指以有網站流量資料為前提，針對這些訪客行為資料進行分析與彙整。由於網站流量分析的資料來源是訪客的網站造訪流量，網站經營者可依據分析結果得知哪些網站內容較受到訪客青睞，或是哪些內容成功的吸引訪客目光，進而衍生出後續的網路行為，包括如何對網站內如進行優化等。表2-2是Google Analytics主要分析層面的各項因子，以下將逐一介紹。

表2-2 Google Analytics主要分析層面的各項因子

子目標	因子
行為	工作階段、使用者、瀏覽量、單次工作階段頁數、平均工作階段時間長度、跳出率、新工作階段等。
流量來源	直接流量、推薦連結網站流量、搜尋流量。
內容	所有網頁、內容深入、到達網頁、離開網頁等
轉換	完成目標活動的使用者。

一、行為

在Google Analytics中所定義的工作階段是指在某個時段內，網站上發生的一組互動，例如：使用者在網站上，閱讀多篇文章，且針對文章發表評論。而這一連串的動作，被視為一次的工作階段。

不重複使用者定義為網站在一段時間內獲得的不重複計算的使用者人次。其計算方式為透過Google Analytics在瀏覽器上設置Cookies，利用Cookies來辨識不重複使用者。

跳出率是Google Analytics中相當重要的指標，使用者可以利用跳出率判斷網站是否有吸引力。跳出率的定義是使用者進入網站後，只觀看一個網頁就離開的比例。

二、流量來源

流量來源主要是得知使用者從何而來，可以分為直接流量、搜尋流量、參照連結流量、社群連結流量四種。

直接流量是透過直接輸入網址或是使用書籤直接進入網站獲得的流量，在Google Analytics中無法被辨識的流量，都會被歸類成直接流量。在報表中可以發現哪些網站是最受歡迎的直接流量目的地、哪些網站容易被使用者記住；推薦連結流量的資料中，可以顯示出網站的流量分別是由哪些網域所帶來的、以及其帶來的流量數，也可以發現哪些推薦連結的人氣較高，以及推薦連結的使用者與網站的互動成果；搜尋連結流量是指使用者透過搜尋引擎的搜尋結果直接進入網站的流量；社群連結流量則是指透過社群網站上發布的連結進入網站的流量。

三、內容

Google Analytics中的「內容」子目標主要是探討使用者重視網站中的甚麼內容。其中不僅顯示最受歡迎的網頁，也可以看出使用者進入(到達網站的第一個瀏覽網頁)和離開的網頁(離開網站最後一個瀏覽網頁)的時間。

四、轉換

觀察 Google Analytics 網站分析報表，分析數據代表的意義都是為了提昇整體網站的數據表現。「轉換」的定義主要取決於管理者。以一個連結網址為目標，分析使用者是否抵達目標網頁；網站停留時間目標，可自由設定，使用者在網站停留時間高於(或低於)某個時間時即算轉換；單次造訪頁數目標，就是當使用者瀏覽頁面超過某個頁面數時即算達成。

若網站管理者想了解網站上的使用者流量從何而來、使用者在網站關注哪些頁面等，只能透過網站流量去做分析。然和指標中卻沒有絕對數據，或是一個標準來判斷成效，而是要搭配其他相關參考文獻的數據資料及網站本身的特性，來解讀指標意義(鄭江宇，2014)。

第參章 研究方法

3.1 研究流程

本研究首先確認研究動機與目的，接著了解網站優化和 Google Analytics 後，確認要研究的架構和方法，接下來分三階段在目標網站上實際加入網站優化的技巧，每個階段等待七十天，讓 Google Analytics 記錄網站流量，接下來再分析每個階段實施網站優化技巧所呈現出來的數據，觀察加入網站優化技巧後，Google Analytics 的哪部分因子出現變化，確認之間的關聯性。研究流程如圖 3-1 所示。

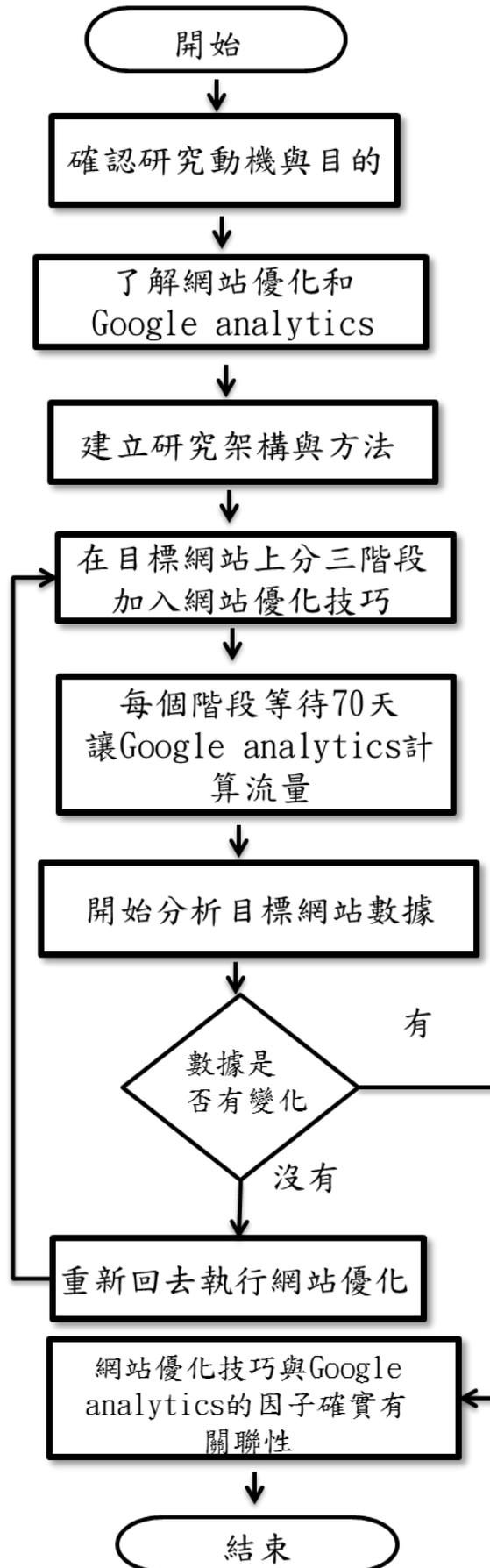


圖 3-1 研究流程

3.2 研究方法

本專題主要是透過目標網站上執行網站優化技巧後，觀察 Google Analytics 因子的變化情形，因此我們會先執行網站優化技巧，再利用 Google Analytics 分析出數據，再將執行優化技巧前後之間的數據進行比較，以找出兩者之間的關聯，如下圖 3-2 所示。

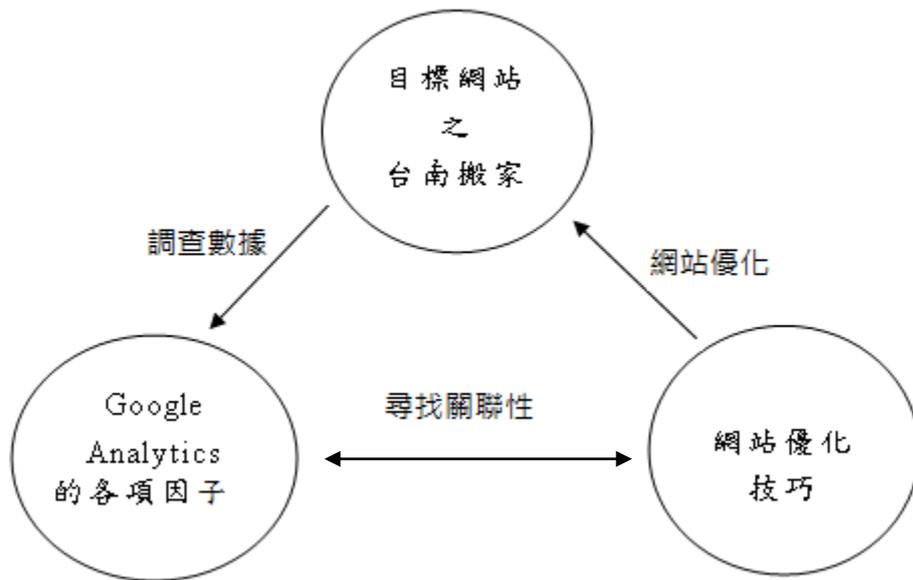


圖 3-2 研究方法圖

- 一、網站優化技巧：本專題根據文獻探討中所提出的技巧進行網站優化，將網站操作時間分為三階段，在每個階段實施不同的優化技巧。
- 二、目標網站：本專題選定目標網站-台南搬家，針對目標網站進行網站優化。
- 三、Google Analytics 的各項因子：透過 Google Analytics 調查各個階段實施優化後的數據，並比對出網站優化前後呈現出的數據差異性，藉由這些數據差異，判斷網站優化技巧與 Google Analytics 的因子關聯性；舉例來說，先執行內容优化的部分，觀察 Google Analytics 中哪些因子的數據是受到影響的，並假設實施網站優化技巧後，訪客的行為是否出現改變，連帶影響數據呈現變化。而下圖 3-3 和圖 3-4 是目標網站的畫面。



圖 3-3 目標網站首頁圖



圖 3-4 目標網站服務項目分頁圖

3.3 分工

本專題研究之工作項目包括資料查詢、設計網站內容、網站美編設計、文案撰寫、文案上架至網站、在廣告平台分享目標網站訊息、數據分析比較、計畫書撰寫、撰寫報告PPT、PPT美編、上台報告。各組員分配項目如下圖3-5分工圖。

姓名 工作項目	金怡瑄	林佳玄	趙澤一	徐振華
資料查詢	●	●	●	
設計網站內容	●	●	●	●
網站美編設計	●	●	●	●
文案撰寫		●	●	●
文案上架網站		●		
在廣告平台分享 目標網站訊息		●		
數據分析比較	●	●		
計畫書撰寫	●	●	●	●
撰寫報告PPT	●	●	●	●
PPT美編		●		
上台報告	●	●		●

圖3-5 分工圖

3.4甘特圖

根據本專題之工作項目如利用Google Analytics調查目標網站的數據、在目標網站上實際操作網站優化技巧、將調查加入網站優化前後的數據變化，等進行工作時間規劃與安排如圖3-6所示。

年份		2015年										2016年			
日期(月日)		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
工作清單		月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月
	了解網站優化與Google Analytics	■	■												
實際操作 Google Analytics	調查數據，整理成Excel表格	■	■	■	■										
	分析數據				■	■	■								
	交叉比對數據				■	■	■								
實際操作 網站優化	設計網站內容						■	■							
	設計網站版型								■	■					
	將設計好版型上架至目標網站上									■	■	■	■	■	■
	定期撰寫文案並更新至網站上							■	■	■	■	■	■	■	■
利用 Google Analytics 分析目標 網站並找 出結果	用 Google Analytics 分析目標網站數據						■	■	■	■	■	■	■	■	■
	觀察執行網站優化技巧後，數據有呈現變化的 Google Analytics 因子									■	■	■	■	■	■
	確認網站優化技巧和 Google Analytics 因子之間的關聯性														■

圖3-6 甘特圖

第肆章 結果

4.1 Google Analytics的因子分析說明

本專題試著在實施網站優化技巧後，判斷Google Analytics可能會出現變化的因子，並篩選出與我們操作網站優化技巧上較有關聯性的因子，並且針對這些因子列出詳細說明與其計算方式。

一、總覽

在這個頁面可以直接看出網站的工作階段、使用者數量、瀏覽量、單次工作階段頁數、平均工作階段時間長度、跳出率的數據，如下圖4-1到圖4-5，以下將介紹每個因子和計算方式。



圖4-1 Google Analytics的首頁因子說明

(一)工作階段

是指每位訪客從進入網站到離開網站時，不論在這之間點擊多少次分頁，數據上都只會增加一次，而離開網站後再度回到網站又將會重新計算次數。

(二)使用者

造訪網站的訪客數量，計算方式是以植入cookie來計算，例如：甲使用A電腦進入網站，使用者次數增加一次，瀏覽器將被植入cookie，下次回訪時，因為已被植入cookie，所以被判斷為回訪者，就不會再被計算次數；若甲再使用B電腦進入網站時，因B電腦沒有被植入cookie，所以使用者次數又會增加一次。

(三)瀏覽量

是指訪客瀏覽網站時點擊任何頁面的次數，每點擊一次分頁，數據上都會增加一次，假設訪客點擊到首頁，又點擊另一個分頁，此時瀏覽量次數就會增加兩次。

(四)單次工作階段頁數

是指在一段時間內，造訪網站的訪客平均點擊多少次頁面，計算方式為瀏覽量/工作階段次數。

(五)平均工作階段時間長度

是指每位訪客從進入網站到離開網站時的平均停留時間。

(六)跳出率

是指造訪者進入網站後沒有點擊其他頁面就離開的機率。

為了讓大家更明確的了解上述因子所計算的方式，因此我們舉一個例子來當作計算範例。假設在一段時間內，某網站總共被造訪3次，而我們列出三位使用者在網站上進行的所有動作：

A使用者：入站→離站，停留了30秒。

B使用者：入站→商品服務頁面→與我們聯絡→離站，總共停留200秒。

B使用者(回訪)：入站→商品服務頁面→離站，總共停留150秒。

C使用者：入站→客戶評價區→最新消息區→商品服務頁面→公司介紹→與我們聯絡→離站，總共停留了280秒。

那麼本網站在這段時間內的因子計算為工作階段為4，使用者為3，瀏覽量為12次，單次工作階段頁數為3次，平均工作階段時間長度為165秒，跳出率為25%。

以上的計算方式如表4-1：

表4-1 各項因子的計算方式

因子	計算方式
工作階段	A入站+B入站+B回訪+C入站=4
使用者	<p>A使用者+B使用者+C使用者=3</p> <p>B使用者之所以只計算一次，是因為回訪時電腦已經植入cookie，被認定為舊訪客，所以算同一個使用者。</p>
瀏覽量	<p>A使用者：入站=1</p> <p>B使用者：入站+商品服務頁面+與我們聯絡=3</p> <p>B使用者(回訪)：入站+商品服務頁面 =2</p> <p>C使用者：入站+客戶評價區+最新消息區+商品服務頁面+公司介紹+與我們聯絡=6</p> <p>A+B+B(回訪)+C=1+3+2+6=共12次</p>
單次工作階段頁數	瀏覽量/工作階段=12/4=3
平均工作階段時間長度	停留秒數/工作階段=(30+200+150+280)/4=165秒
跳出率	四次工作階段中只有A沒有造訪其他分頁，因此跳出率為25%

二、頻率與回訪率

該網頁是在計算回訪者在經過幾天之後再度回訪網站，以及在此次回訪網站後所瀏覽網站的瀏覽量，如圖4-2，以下也將有詳細的計算說明。



圖4-2 頻率與回訪率

以一個例子來解釋該因子計算方式。例如：在同一個時段內有6位訪客造訪網站，間隔兩天後A訪客和B訪客回訪、C訪客在間隔5天後回訪、D訪客在間隔6天後回訪、E訪客和F訪客在7天後回訪，那麼計算方式為下表4-2。

表4-2 頻率與回訪率範例表

間隔天數	工作階段
0	6
1	0
2	2
3	0
4	0
5	1
6	1
7	2

上表4-2計算方式為：

間隔天數(0)為6是(訪客A、B、C、D、E、F各1次)

間隔天數(1)為0是(沒有回訪者)

間隔天數(2)為2是(回訪者A、B各一次)

間隔天數(3)為0是(沒有回訪者)

間隔天數(4)為0是(沒有回訪者)

間隔天數(5)為1是(回訪者C一次)

間隔天數(6)為1是(回訪者D一次)

間隔天數(7)為2是(回訪者E、F各一次)

三、主動參與率

此因子是在說明使用者會瀏覽多少數量的瀏覽頁數以及每個頁數有多少的瀏覽量，如下圖4-3，以下也將有詳細的計算方式。

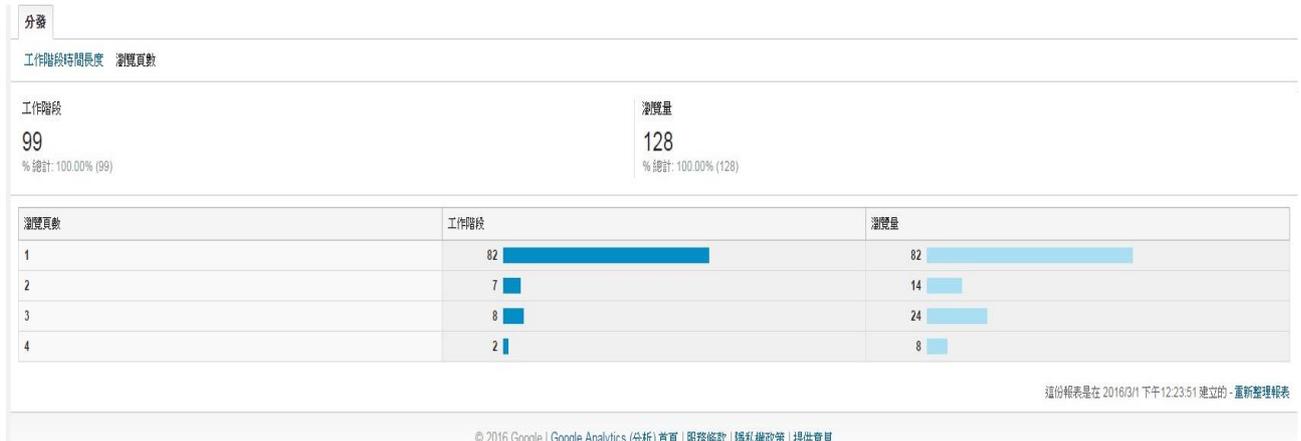


圖4-3 主動參與率

以一個例子來解釋該因子計算方式。例如：在同一個時段內有5位訪客造訪網站，A訪客為1次、B訪客為2次、C訪客為2次、D訪客為3次、E訪客為5次，那麼計算方式為下表4-3。

表4-3 主動參與率範例表

造訪次數	工作階段
1	5
2	4
3	2
4	1
5	1

則：造訪次數(1)為5是(訪客A、B、C、D、E各1次)

造訪次數(2)為4是(訪客B、C、D、E各一次)

造訪次數(3)為4是(訪客D、E各一次)

造訪次數(4)為4是(訪客E一次)

造訪次數(5)為4是(訪客E一次)

四、抵達頁面

該頁面是在說明訪客有點擊到的網站頁面，也可以得知每個網頁的流量，可以從中看出瀏覽量、不重複瀏覽量、平均網頁停留時間、入站、跳出率等等，藉此判斷出該頁面有沒有符合訪客需求，如圖4-4。

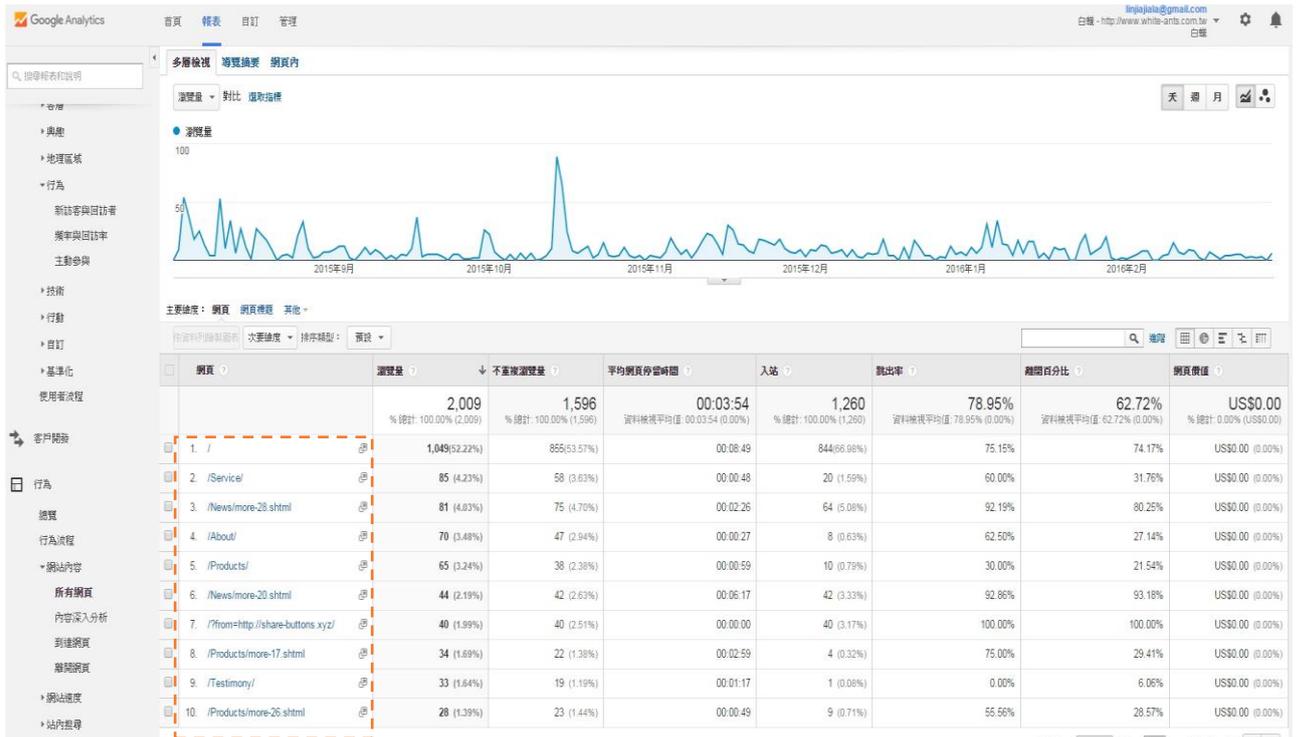


圖4-4抵達頁面

4.2 設計網站內容

起初我們依照公司提供的網站版型來撰寫每個網站單元的內容，並依據公司提供的知識圖譜，在每個頁面佈下關鍵字，並插入超連結，實施這些搜尋引擎優化技巧，目的是為了吸引訪客進入網站，在設計完網站內容後，將其上架至網站，以下是我們一開始的網站內容以及網站版型，如圖4-5~圖4-9。



圖4-5 一開始網站首頁版型

Service Content

- 關於博士
- 服務項目
- 常見問題Q & A
- 客戶見證
- 動態與知識
- 與我聯絡

最新動態分享

- 【會員註冊中享9折優惠】
- 【免費估價企業享8折優惠】

體驗者分享

- 【搬家前中後盤算三步驟】
- 【搬家事項和禁忌】
- 【搬家流程步驟與圖解】
- 【搬家時的經驗點點】
- 【學生搬家小撇步】

台南高雄搬家公司 - 專業服務館

[Facebook](#)
[Google+](#)
[Line](#)

「博士搬家公司」於1996年成立，創無至今以「專業」、「優質」、「細心」、「負責」經營理念服務在地支持鄉親朋友，我們堅信以合理的價格、優質的服務、完善的包裝及各式的人力支援服務，給每一位高雄搬家公司推薦 地每一位客戶物超所值的滿足感！

我們 多年以來秉持客戶至上、服務保證的經營理念，用南部人的熱情和客戶交流，讓這項服務不再只是單純的搬家服務，每一次的搬家服務，除了給客戶最高品質的服務體驗之外，和客戶的之間的交流也非常不錯；不管是 家庭搬家、公司搬遷、全省南北部遠遷、雙鹿屏東搬遷 或是學生自助搬家 服務皆有提供，您與回收會有專業的師傅幫你評估折扣優惠，更重要的是心的交流，讓每一位服務過的客戶感受到我們的誠意，完成您所託付的每一份搬家任務，這也是我們對自己的堅持。

博士搬家服務地區更是涵蓋台灣南部地區，包含大台南市區、嘉義縣市、高雄市、屏東縣市、等南部地區我們皆有服務，即日起撥打 [高雄搬家公司](#) 及 [台南搬家公司](#) 服務專線預約現抵優惠，嘉義搬家-台南搬家-高雄市搬家-免費到府(家庭、公司行號及機關團體)專業評估，大小搬家快速定位，歡迎致電！

服務介紹
關於我們
我有興趣，請與我聯繫

- 公司名稱**
Dr.move博士搬家公司
- 公司簡介**
博士搬家公司的服務地區以台灣南部地區為主，包括了 [台南搬家](#)、[高雄搬家](#)、[嘉義搬家](#) 等，不管是 一般家庭、公司行號，或是學生住家的搬遷服務皆有提供，您與的部分公司會請專業的人幫你評估，若是需要以傢俱折裝、一般貨物運送或是廢棄物處理，當然也可以依照客戶的需求來整理，我們會用心的完成您託付的任務，讓您可以放心的把搬家交給我們公司。
- 公司地址**
【台南搬家公司】71746臺南市仁德區仁愛里大馬路3段238號
【高雄搬家公司】82443高雄市燕巢區榮林五街27號
- 營業時間**
星期一至星期日 早上09:00~晚上18:00
- 聯絡電話**
免費估價專線：台南據點(06)3356-999、高雄據點(07)6142-999
- E-mail**
dr.mover@yahoo.com.tw
- LINE ID**
0977134999
- 公司創立時間**
1996年
- 政府核准字號**
台南市政府經工商字第1040181242號

快速留言：

您好，若您對本產品有興趣，請在此留言，我們會儘快與您聯絡，謝謝！

姓名
電子郵件
聯絡電話
驗證碼

Dr3mu

送出留言

圖4-6 一開始網站的關於我們版型



圖4-7 一開始網站服務項目版型



優質搬家 專業防護 平價保證 博士首選

服務內容

Service Content

- 關於博士
- 服務項目
- 常見問題 Q & A
- 客戶見證
- 勳勞與知識
- 與我聯絡

最新動態分享

- 【會員招募中享9折優惠】
- 【奇美關係企業享8折優惠】

體驗者分享

- 【搬家前中後準備三步驟】
- 【搬家事項和禁忌】
- 【搬家流程步驟與圖解】
- 【搬家與的經驗點點】
- 【學生搬家小撇步】

台南高雄搬家公司 - Q&A專區

Facebook Google+ Share

Q 1. 搬家前有哪些注意事項?

1. 移騰前請先將有抽屜的家具(如衣櫃、書櫃等)上鎖。如果無法上鎖，則使用膠帶將抽屜黏緊。
2. 冰箱、書櫃、衣櫃、桌子等裡面的東西必須清空，以避免在搬家過程中掉落造成損害。
- A** 3. 家具、櫃體等應先清潔，且噴上除蟲藥劑，以避免將病菌帶到新家。
4. 如有貴重物品(如古董、精密儀器、珠寶等)，需在搬家前特別註明，且最好另外投保保險，否則搬家公司會一律視為普通傢俱。
5. 建議將電腦中資料備份，以免搬運過程中的搬運造成硬碟資料遺失。

Q 2. 搬家時要注意那些事情?

1. 一定要將瑣碎物品確認整理搬家打包。千萬不可在搬家當天才讓搬家人員替您整理，這樣會大幅延誤搬家的時間。
- A** 2. 可以準備開水、毛巾等，在搬家師傅在休息時可以使用。
3. 搬家地點若不易停車，須提前向鄰居或是管理室詢問停車問題，以免因交通問題造成其他困擾。
4. 因法令有規定搬運貨物的高度，若已達到規定高度，不可硬要搬運車搬家人員在裝載貨物。

Q 3. 搬完家以後要注意那些事情?

1. 可以多給予 **台南高雄搬家公司** 人員讚美及鼓勵，獲得客戶的讚美是師傅最大的成就或 2. 若搬運物品有損毀時，請在搬家完後七天內向業者反應，超過期限請自行負責。
- A** 3. 因搬家公司無法進入公立垃圾場，所以無法清運廢棄物及廢物傢俱，但可另外付費搬運至私人垃圾場。※建議提早預約當地清潔隊進行廢棄物清理。
4. 新居落成前兩週，可帶一些帶有好運氣的親朋好友到家中拜訪，為自己帶來好運。

Q 4. 搬家過程中要如何避免物品碰撞損毀?

A 鋼琴搬運、貴重物品以及易碎物品最好由自己搬運，也可向搬家師傅指明需要特別保護的物品，且在箱子加上標示。

Q 5. 搬家時如果遇到下雨天或是惡劣天氣怎麼辦?

A 一般來說搬家車輛都有帆布遮擋，如果不是當天搬運，建議先將易受潮物品進行打包。因為在大雨中搬運無法保證物品完全不淋濕，建議擇日或是等雨停再進行搬運。

快速留言:

您好，若您對本產品感興趣，請在此留言，我們會盡快與您聯絡，謝謝！

姓名

電子郵件

聯絡電話

驗證碼

送出留言

圖4-8 一開始網站常見問題版型

服務內容

Service Content

- 關於博士
- 服務項目
- 常見問題Q & A
- 客戶見證
- 動態與拍攝
- 與我聯絡

最新動態分享

- 【會員招募中享9折優惠】
- 【優惠關係企業享8折優惠】

體驗者分享

- 【搬家前中後步驟三步解】
- 【搬家事項和禁忌】
- 【搬家流程步驟與圖信】
- 【搬家黨的輕鬆時刻】
- 【學生搬家小腳步】

台南高雄搬家公司 - 客戶見證

讚 1 G+ 0 FB 0

博士台南搬家公司秉持顧客至上，提供給顧客最優良的服務，我們「專業搬家」的服務地區以台南搬家、高雄搬家、嘉義搬家、屏東搬家為主，提供市區、工廠、學生、公司、跨區搬家、廢棄物處理、精選搬家、自助搬家、回頭車服務等多項服務，我們擁有南部人熱情的精神，搬家品質保證您滿意。 *高雄搬家費用*，高雄搬家公司給客戶物超所值的搬家服務，多名客戶一致推薦，效率高又做事細心，要解決您的搬家問題，台南搬家推薦，請找專業的優質搬家公司。

見證一

2 顧客見證



客戶名稱： 高雄上班族 林太太

見證內容： 因為平日有在上班，假日也在兼另一份，根本沒有時間搬家，非常感謝 *高雄搬家公司* 幫我們搬，替我們解決一個很大的困擾!而且做事超細心的，真的很不後悔找你們這間公司!!



客戶名稱： 學生搬家 全同學

見證內容： 這次找上 *台南搬家公司* 的博士搬家，真的找對了!做事出乎我意料的還有效率，大學四年累積的物品越來越多，導致畢業後根本無法自己搬阿!多虧了搬家公司才能夠順利搬完，而且物品幾乎沒有碰撞刮傷!!真是太感謝了!



客戶名稱： 單親家庭 吳媽媽

見證內容： 因為丈夫早逝，家中只有我跟女兒相依為命，這次搬家實在太多重物，女生根本搬不動，所以只能找搬家公司，經過大家的推薦，我們選擇了博士搬家的 *自助搬家* 方案，果真像大家說的，做事很有效率又很細心，真心推薦給大家!



客戶名稱： XX股份有限公司 全副理

見證內容： 因最近公司規模擴大，決定換一種空間較大的辦公大廈，謝謝博士專業搬家為我們服務，本來以為東西太多，會需要一段時間，沒想到竟然在很快的時間內就完成了，真是太讓人驚訝了!



客戶名稱： 家庭搬家 徐先生

見證內容： 因為工作關係，必須要從台南搬到高雄，來來回回數也不是辦法，上網搜尋關鍵字高雄搬家公司費用，看到博士台南搬家公司的資訊，我覺得不論是在價格上還是服務上都很好，她們公司的服務人員一早就很有一禮貌地來協助我跟我太太搬家，是一間讓我滿意的公司，下次有需要，還是會找你們的!

快速留言：

您好，若您對本產品有興趣，請在此留言，我們會盡快與您聯絡，謝謝!

姓名

電子郵件

聯絡電話

驗證碼

圖4-9 一開始網站客戶見證版型

4.3 持續更新文案

為了讓搜尋引擎得知網站有定期更新，所以我們會撰寫文案定期發佈在網站上，寫出符合搜尋引擎優化規則的搬家文案，首先要符合搬家內容，讓訪客看到文案後，不會因為主題不符而離開，其次會依照知識圖譜裡的關鍵字，將其分布在文案裡，通常一篇文案會安插一個主關鍵字跟三個附加關鍵字，並設超連結在每一個關鍵字上，連結到對應其關鍵字內容的網站分頁，引導訪客點擊到其他分頁，才能有效增加瀏覽量，並降低網站跳出率。如下圖4-10是我們一開始撰寫文案的內容！

台南搬家公司、高雄搬家公司，保藏珍貴的土地

現在有許多遺蹟慢慢的被發覺，而嘉五新村也是其中一項，但是裡面本就就有住著許多的居民，而第一批60戶列眷戶，在政府宣告後，就交屋舍，之後搬到政府規劃的，萬一樂群新村地點居住，而在搬家的時候，讓居民很煩惱，因為在這一地方也居住很久了，要搬真的很不習慣，但還是每一個居民還是無耐的上網找搬家公司推薦，然後請[台南搬家公司](#)、還有高雄搬家公司來搬家，並且留下他們曾經的空屋，交還給國防部。但是有人趁搬家的時候，拿走能變賣的東西，像是：「鋁門窗、不鏽鋼流理台與電線，甚至整片鐵皮屋頂都搬走」讓整個現場就像廢墟，許多居民在回來看這一片土地的時候，說這個畫面讓人看了很難過，而[高雄搬家公司](#)，也努力讓居民的搬家過程可以順利。

文化需要被保留

位於嘉五新村的居民，住在這裡相當的長久，可是因為日治營房，後來改建為通訊修理工廠，後來才改成勤眷村。但是在後期更有增建的連建，非常的興盛，這也形成與鄰近閩客族群融合的特殊情形，不同年代興建的建築彰顯眷村文化的歷史演變。但是卻計畫變更，讓嘉五新村將改建為公園，120戶住戶分成兩批點交搬遷。有部分居民找了許多間的專業搬家公司，但是還有找來一位專門拆眷村的搬家貨運公司負責人，他將鋁門窗、不鏽鋼流理台等變賣後，折抵搬家費，但卻將原有眷村房屋大卸八塊，已看不出原有面貌，讓居民看了很難過。

保持完整遺留歷史

有一位居民說，她住在永益街15巷，他很希望可以在搬家之後，還是可以保留完整的眷村模樣，讓整個歷史可以記錄，於是他們找來專業搬家公司，這間[台南搬家公司](#)、還有[高雄搬家公司](#)有相當多人推薦，因為他們的專業，現在15巷保持完整。而走訪現場可發現，嘉五新村後期興建的連連戶街道，地上布滿碎玻璃，房屋因為多是鐵皮屋頂，部分房屋屋頂破了大洞，大門、窗戶被拆走後，恐有倒塌之虞，而且還有只留下一個大洞，而許多人都希望能以暫定古蹟方式，保護這片珍貴的聯動眷村。

觀看以上「體驗者分享」的人，都對以下有興趣：

- 1.換一個好環境
- 2.一起創造空間

圖4-10 一開始撰寫的文案內容

4.4 實施網站優化的技巧

之前我們在操作網站時，主要都著重在搜尋引擎優化技巧上，而我們為了探討操作網站優化技巧後，是否會影響Google Analytics的因子數據出現變化，因此我們針對網站優化的技巧，進行網站內容的優化，首先我們會先更改目標網站的首頁、關於我們和服務項目的版型；接著將目標網站的訊息及連結分享到外部廣告網站；最後就是優化文案內容和版型，希望透過網站優化技巧後，能夠讓網站的數據呈現明顯正變化，以下是我們實施的網站優化技巧和順序：

一、更改目標網站的版型

我們將目標網站的首頁、關於我們及服務項目更改為圖文並茂的方式，以往的網站首頁、關於我們及服務項目都是單一文字敘述，因此，我們希望以圖片搭配文字敘述的方式，呈現給瀏覽者觀看，希望他們能夠延長停留在網頁的時間，並在網站首頁中加入引導至其他分頁的連結資訊，期望瀏覽者能夠在觀看首頁資訊時，也可以點擊到其他頁面，增加更多的瀏覽量。

另外新增了單獨的價格資訊頁面，以往網站並沒有單獨的價格資訊頁面，我們希望能夠讓使用者可以單獨的瀏覽整個價格資訊，更明瞭每個服務項目的價格，並在每個服務項目頁面都插入價格引導按鈕，希望能夠引導使用者點擊到價格頁面，增加瀏覽量和為目標網站帶來實際的詢價單。更改後的首頁版型如圖4-11，關於我們如圖4-12，服務項目如圖4-13，價格頁面如圖4-14。



圖4-11 更改後的首頁版型

服務內容

Service Content

- 關於博士
- 服務項目
- 常見問題Q & A
- 客戶見證
- 動態與知識
- 與我聯絡

最新動態分享

- 【會員招募中享9折優惠】
- 【新舊關係企業享8折優惠】

體驗者分享

- 【搬家前中後應辦三步驟】
- 【搬家事項和禁忌】
- 【搬家流程步驟與圖解】
- 【搬家樂的輕鬆輕鬆】
- 【學生搬家小撇步】

台南高雄搬家公司 - 專業服務館

「博士搬家公司」於1996年成立，秉持「專業」、「優質」、「細心」、「負責」的經營理念，以合理的價格、優質的服務、完善的包裝及各式的人力支援服務，給每一位客戶物超所值的滿足感，不論是 家庭搬家、公司搬家、全省南北回籍遷、專業吊車搬運 或是學生自助搬家 服務皆有提供。我們涵蓋台灣南部地區，包含大台南市區、嘉義縣市、高雄市、屏東縣市，每日起撥打 **高雄搬家公司** 及 **台南搬家公司** 服務專線預約現抵優惠，嘉義搬家、台南搬家、高雄市搬家，我們是最優質的高雄搬家公司推薦！！

服務介紹
關於我們
我有興趣，請與我聯繫

關於我們 about us

	Dr.move博士搬家公司
	以台灣南部地區為主，包括了 台南搬家 、 高雄搬家 、 嘉義搬家 等
	台南搬家公司：71746臺南市仁德區仁愛里大同路3段238號 高雄搬家公司：82443高雄市燕巢區安林五街27號
	創立於1996年
	營業時間 星期一至星期日 早上09:00~晚上18:00
	免費估價專線：台南據點(06)3356-999、高雄據點(07)6142-999
	dr.mover@yahoo.com.tw
	0977134999
政府核准字號	台南市政府經工商字第1040181242號

若您需要搬家，需要更詳細的資訊，可以打電話聯絡我們，或是直接以留言的方式告知我們，我們會以最快的速度回答您的問題！

點我留言

快速留言：

您好，若您對本網頁有興趣，請在此留言，我們會盡快與您聯絡，謝謝！

姓名

電子郵件

聯絡電話

LINE

k1wai7

送出留言

圖4-12 更改後的關於我們版型

SERVICE CONTENT

- 關於博士
- 服務項目
- 常見問題Q & A
- 客戶見證
- 動態與知識
- 與我聯絡

最新動態分享

- 【會員招募中華9折優惠】
- 【安樂樂保企業家8折優惠】

體驗者分享

- 【搬家前中後步驟三步驟】
- 【搬家事項知該知】
- 【搬家流程步驟與圖解】
- 【搬家變的輕鬆輕鬆】
- 【學生搬家小撇步】

快速留言：

您好，若您對本產品有興趣，請在此留言，我們會儘快與您聯絡，謝謝！

姓名

電子郵件

聯絡電話

驗證碼

台南高雄搬家公司 - 專業服務館



兩部優質最推薦的高雄搬家公司提供給您最優質的服務，我們是一間合法搬家公司，不僅政府登記在案，並且我們專業的服務團隊擁有南部人的熱情精神，不論是公司搬家、回頭車搬家還是鋼琴搬運等，我們保證以細心及快速的服務精神，滿足您的需求，以誠待人，迅速周到為宗旨，提供價位合理及多項優惠價格，我們會先了解您的需求及狀況，為您規劃符合您的搬家方式，不要再為了搬家的事情煩惱，找台南搬家公司就對了，現在推出限時優惠，請把握機會來洽詢！

服務基本資料



搬家

- 服務項目： 政府搬家
- 服務範圍： 南部地區為主
- 服務價格： 每車NT\$800元起(指定時間)
- 客戶評價： 請參考[誠信風采](#)
- 推薦程度： ★★★★★

服務標準與遵守

高雄搬家公司 - 台南搬家公司

服務說明

服務範圍

- 【服務地區】 台南市區
- 【服務對象】 建議學生族群
- 【未來目標】 計畫將服務地區由南部延伸至中部及北部



自助搬家 3 步驟

Step1.請客戶先將行李整理好
Step2.請客戶先將一人方式，客戶帶同行到目的地，我們將將物品搬運上車運往目的地
Step3.請客戶先將行李整理好

※註：當搬家時如有搬運物品下樓，費用可以加註於費用，此種方式適合學生搬家，有樓梯好走可以幫忙搬運行李下樓

服務時間

- 每天上午9點到下午6點
- 預約好的客戶，會在時間前先行通知，請客戶先將物品搬運到停車地點，等到車子一到，即卸上車，新舊定製費的時間。

提供免費服務

※提供免費服務，但需收取押金

箱體規格	大 (90 x 45 x 40)	中 (60 x 30 x 40)	小 (50 x 30 x 30)
押金(元)	\$60	\$40	\$30

1.搬運費：因各區差異，建議自取
2.搬運期限：兩個禮拜(逾期押金不退)

契約說明

- 1.本公司以誠信經營立企業文化為商業原則，如有因高雄台南搬家公司誠信中心服務人員因搬運上到該車導致客戶的損失，本公司絕對與自身公司的運作並增加人員的對策訓練，對於客戶的損失我們也會以專業品質的優質搬家公司給出價格優惠機制，詳情如下：
 - 2.詳述的《搬運契約與費用》請參考附件1：[下載](#)
 - 3.本公司《搬運契約與費用》請參考附件2：[下載](#)
 - 4.本服務網/主理師或/公司搬運師傅專業協助請參考：[運費說明](#)。

點擊我觀看詳情

點我預約

提供專業搬運服務，需要自助搬家的您們，可以

圖4-13 更改後的服務項目版型

優質搬家 專業防護 平價保證 博士首選

服務內容

Service Content

- 關於博士
- 服務項目
- 常見問題Q & A
- 客戶見證
- 對照與規範
- 與我聯絡

最新動態分享

- 【會員超贈中第9折優惠】
- 【專業搬家企業家3折優惠】

體驗者分享

- 【搬家前中後簡單三步驟】
- 【搬家車運物禁忌】
- 【搬家流程步驟與圖解】
- 【搬家時的經驗貼】
- 【學生搬家小撇步】

台南高雄搬家公司 - 專業服務館

提供超優質服務的**台南搬家公司**和**高雄搬家公司**，我們有最便宜的價格和最貼心又快速的服務，還有詳細的價格資訊表，提供給您參考!

搬家價格 price

公司以車型計價(搬家需要幾台車，就幾台車的费用)，絕不漫天喊價，契約保證，價格滿意再搬家。

服務項目	服務內容	車型	價格	運費
優質搬家	基本防護服務	2.6噸	\$2,500	\$300
		3.49噸	\$3,500	\$500
		10.5噸	\$10,500	\$1,500
穩妥搬家	打包服務	2.6噸	\$5,000	\$600
		3.49噸	\$7,000	\$1,000
		10.5噸	\$21,000	\$3,000
專業搬家	貴重物品防護	2.6噸	\$7,500	\$900
		3.49噸	\$10,500	\$1,500
		10.5噸	\$31,500	\$4,500

※自估搬家，以車輛計算，一車800元

【附註】

- ✔ 樓層費 = 樓層 中庭 電梯 特殊地形，
- ✔ 整理費(區價) = 總運費 X 10% / 半小時，
- ✔ 人力支援(不需出車) = 每人每小時500~1000元(視工程難易)
- ✔ 特殊費用、其他費用，因為各地形、物品不同，需視現場實際狀況另計。(吊車、高樓、超量、耗材、折裝、外縣市、廢棄、輕重貴重物、特殊物...等)

【契約說明】

- 1.本公司以誠信經營之企業文化為最高原則，如有因高雄/台南搬家公司營運中心服務人員因排班上的疏失導致客戶的損失，本公司絕對勇於承認自己的過失並加強人員的教育訓練，對於客戶的損失我們也會以最高品質的優質搬家公司設立標準賠償機制，詳情如下。
- 2.詳細的《搬運契約說明》請參考附件1：[下載](#)
- 3.本公司《搬運契約費動立》請參考附件2：[下載](#)
- 4.專業搬家《計費方式(詳細版)》請參考附件3：[下載](#)



博士搬運券九折優惠卡

1. 購買的客戶我們將在收到會員登記資料後於 3~5 個工作天寄出。
2. 本券不供本人使用，需於分手結帳時與一併使用。
3. 請於現場結帳時施工單上的結帳人員核對。
4. 申請辦法有以下兩種一附錄：
 - A. 若客戶已讓我們服務三次以上，即可擁有。
 - B. 第一次服務結帳 1000 元入會費，即可擁有。
 - C. 搬家總運費超過 6 小時或 2 次車以上。
5. 本券不適用於結帳時的購買、外縣市搬運。
6. 本公司保有一切權益、變更、取消等權利。

點我預約

圖4-14 新增後的價格資訊頁面

二、在廣告平台分享目標網站訊息

我們在網路上搜尋可以免費刊登廣告的廣告平台，並在其平台分享目標網站的資訊，主要是分享我們目標廣告站—台南搬家公司的訊息，並在內容上分享目標網站的網站連結，希望能夠透過此種方式，讓使用者可以在廣告平台尋找搬家公司的資訊時，能夠看到我們分享的搬家資訊，並透過我們分享的連結而點進網站，增加外部連結流量、工作階段、瀏覽量和使用者的數據。

以下是我們所利用的廣告平台，如表4-4：

表4-4 廣告平台名稱和廣告網址

網站名稱	廣告網址	瀏覽量
6688網路商店街	http://6688.tw/main/ad_in.aspx?aid=406875	29
106TV.com 銘網	http://www.106tv.com/publish_data/publish_show32531-28402-I05T0	110
Cathaylist 台灣免費 關鍵字廣告	http://www.cathaylist.com.tw/sell/6256	35
51AD免費廣告刊登網	http://51ad.com.tw/post/573.html	網頁沒有記錄 瀏覽量功能
好 OK 工商平台	http://b2b.okgood.com.tw/offer-offer_detail-1139.html	網頁沒有記錄 瀏覽量功能
代書租屋網	http://www.scrivener.com.tw/company_T000349.html	68

以下是在各個廣告平台所顯示出的廣告訊息，如圖4-15到圖4-20：

The screenshot shows a webpage from 6688.com.tw. The top navigation bar includes '商店街', '商店總覽', '刊登廣告', '介紹路徑', '購買儲值', and '會員登入/加入會員'. The breadcrumb trail is '6688首頁 > 專業服務 > 搬家清潔 > 高雄市 > 燕巢區 > 安林五街'. The main content area features a placeholder for an image, a title '高雄搬家公司|提供您優質搬家服務，合理搬家價錢', and a '投標' button. Below the title are search engines (Google, Yahoo, Bing) and social media links. The text describes the company's services, including pricing and contact information. A right sidebar contains '相關廣告' and '優良商家推薦' sections. The '優良商家推薦' section lists several businesses, including '珠泰茗茶' and '武當強腎回春功'.

6688 商店街 商店總覽 刊登廣告 介紹路徑 購買儲值 會員登入/加入會員

6688首頁 > 專業服務 > 搬家清潔 > 高雄市 > 燕巢區 > 安林五街 在此分類刊登廣告

暫無圖片 刊登者: mykeywordanalytic (1)

刊登日期: 2016-01-28 ~ 2016-06-05 投票人數: 0 點閱數: 18 相關人氣排行榜 廣告範圍: 燕巢區

留言數: 0 留言送1點 剩100名

網址: <http://move.charter-car.com.tw/>

投標 送1點儲值

高雄搬家公司|提供您優質搬家服務，合理搬家價錢

分享到FB

Google Yahoo Bing 關鍵字登錄 修改廣告內容 發送廣告廣告 互動設定 好康設定 轉寄好友 推測廣告

我們是一間位於南部的合法搬家公司，提供您專業的搬家服務，在南部我們擁有優良的評價

在這邊可以看到大家對我們的評比--<http://move.charter-car.com.tw/Customer.aspx>

我們知道顧客搬家最想知道價錢合不合理，搬家是否專業

在價錢部分，我們針對每一項搬家項目，訂定符合的搬家價格，且有會員優惠方案，可以享受9折服務

而搬運部分，我們擁有專業又有多年搬家經驗的搬家師傅，替民眾妥善的搬運傢俱

【搬家服務地區】

台南 嘉義
高雄 屏東

【搬家項目】

學生搬家 精緻搬家 人力支援
自助搬家 優質搬家 鋼琴搬運
貴重搬家 回頭車搬家 廢棄物清運

有需要搬家的您，相信我們給您一個最好的搬家服務，我們用顧客至上的服務態度為您服務!

有需要可以到網站聯絡我們，在網站也都可以看到更專業的搬家訊息

我們的網站-- <http://move.charter-car.com.tw/contact.aspx>

廣告留言 (0)

相關廣告

- 家事清潔
- 極品汽車美容-龍岡店 ***即日起，預約美容優惠8折禮:
- 歲末送禮，幫助智能障礙孩子迎接希望好天天
- TCBC 城慶商務中心
- ARES BUSINESS CENTER 艾爾斯商務中心
- 桃園市平鎮區-奧活市漂亮兩房屋
- 民間各項法律專業
- 店面出售
- 個人居家清潔
- DG543

優良商家推薦

珠泰茗茶

in hao

武當強腎回春功 劉正文

民國102年2月1日創立

好方

圖4-15 6688網路商店街的廣告頁面圖

首頁 > 居家生活 > 搬家/運送/倉運 【在這類別張貼廣告】

【在這類別張貼廣告】

返回 廣告編號: 20160128213326 觀看人數: 94

登錄 | 收藏 | 轉寄給朋友

高雄市 高雄搬家公司最專業的搬家師傅，幫您妥善搬運傢俱



張貼者: 高雄搬家公司 張貼日期: 2016/1/28
 地址: 高雄市燕巢區安林五街27號 [查看地圖](#)
 網址: <http://move.charter-car.com.tw/about.aspx>

附加資訊 問與答

我們是一家位於南部的**合法搬家公司**，主要提供【高雄、台南、嘉義、屏東】等南部地區的搬家服務，我們有搬家多年經驗的搬家師傅，擁有**專業搬家服務**，對於每一個搬家細節都很清楚，我們在南部也小有名氣，也獲得優良的評價，對於搬家價格，我們都提供給客戶合理的價格，不會隨便亂開價

不管您是因為畢業要**自動搬家**或是換新房子要搬家，甚至是公司搬家等等都可以委託我們我們提供相當多樣化的搬家服務，希望能給顧客更多的選擇如果民眾有需求的話，可以放心地選擇我們，我們會給您一個不會後悔的服務!

有需求的民眾可以到我們的網站觀看更多的搬家資訊，包括顧客評價、搬家項目、聯絡方式等等。



放大圖片

Google 提供的廣告

Google Apps For Work

使用您所喜愛的 Google 工具完成工作，免費30天試用，即刻了解詳情！

106TV 站內廣告

devildom Vape

伏三手作 twac.com

伏三手作 Fu Shan craft

歡迎台灣地區批發經銷 <http://twac.com>

圖4-16 106TV.com 銘網的廣告頁面圖

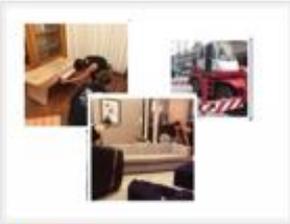
CathayList 分類廣告通 分類廣告 關鍵字熱門：搬家 租屋 百貨批發 女裝 休閒 健身 車 動信

首頁 分類廣告 商品 服務 批發 商家 團購 買家需求 加登頂議 新聞 **張貼免費廣告** 舊版免費廣告

ezChance 廣告網

當前位置：首頁 > 分類廣告 > 裝潢/搬家/維修服務 > 搬家貨運 >

高雄搬家公司，最專業的搬家技術，要搬家找我們就對了



品牌：高雄搬家公司・台南搬家公司

單價：**商議**

起訂：

出貨地區：

發貨期限：自買家付款之日起 天內發貨

所在地：高雄 高雄市

有效期限：長期有效

最後更新：2016-01-29 18:09

瀏覽次數：33

商家基本資料訊息

高雄搬家公司

☎ [商家聯繫]

聯絡人 高雄搬家公司(先生)

會員 [當前開辦] [加為關注] [發送信件]

電話 **04-229854781**

手機 **0988780019**

地區 高雄-高雄市

地址 82443高雄市燕巢區安林五街27號

產品詳細說明

我們是位於南部的**高雄搬家公司**，主要替南部地區提供搬家服務

服務地區有【台南・嘉義・高雄・屏東】

提供的**搬家項目**有

- *學生搬家 *自助搬家 *公司搬家
- *異地搬家 *精緻搬家 *優質搬家
- *居家搬運 *人力支援等

如果您有搬家的需求可以聯絡我們，我們有**合法的營業執照**，也有經驗老道的搬家師傅和細心又專業的搬家技術，妥善地幫您把傢俱移到目的地，也提供**合理的搬家價錢**，讓顧客不用擔心會被A錢!

我們具有優良的評價，在南部獲得**基隆搬家公司**和**台南搬家公司** 有搬家需求的您可以到我們的官方網站觀看，上面會有更多的詳細資訊，也可以聯絡我們進行預約! 我們的網站--<http://move.charter-car.com.tw/>

相關評論

共0條

好評 <input checked="" type="radio"/>	☆☆☆	<div style="width: 0%;"></div>	0%	<input type="button" value="0"/>
中評 <input type="radio"/>	☆☆	<div style="width: 0%;"></div>	0%	<input type="button" value="0"/>
差評 <input type="radio"/>	☆☆	<div style="width: 0%;"></div>	0%	<input type="button" value="0"/>

◎ 好評☆☆☆ ◎ 中評☆☆ ◎ 差評☆☆

(內容限5至500字) 當前已輸入 0 字

圖4-17 Cathaylist 台灣免費關鍵字廣告的廣告頁面圖



SEO關鍵字上首頁只要100元!
免費SEO優化,網站登入,交換連結,增加外連!

飛哥
網路
行銷

- 首頁
- 居家裝潢
- 仲介服務
- 婚禮喜慶
- 算命占星
- 搬家會運
- 美容美髮
- 護髮保養
- 攝影拍照
- 其他服務

您的位置: 首頁 > 休閒生活 > 搬家會運 > 專業高雄搬家公司, 多樣化搬家服務



網站名片



高雄搬家公司

網站名稱: 專業高雄搬家公司, 多樣化搬家
 類別: 休閒生活, 搬家會運
 聯絡人: 高雄搬家公司
 Email: mykeywordanalytic@gmail.com
 公司住址:
 官方網址: http://move.charter-car.com.tw/

刊登時間: 2016-01-29 14:03:12

所在地區: 高雄市-南區

連絡電話: 04226895748

Line:



網站簡介

聯絡我們

我們是高雄搬家公司, 提供民眾多樣化的搬家服務

【服務對象】

- ◎個人/單家搬家 ◎家庭搬家
- ◎公司/企業搬遷 ◎工廠搬遷
- ◎機關團體/學校、社團、銀行、政府單位/搬運等我們皆有服務

【服務地區】

- ◎高雄 ◎屏東 ◎台南 ◎嘉義

【服務項目】

- ◎學生搬家 ◎自助搬家 ◎公司搬家
- ◎優質搬家 ◎貴重搬家 ◎專業搬家
- ◎人力支援 ◎廢棄物清運等等...

我們公司成立於1996年, 在高雄和台南皆有設立公司, 成立時間已有19年, 這個時間說長不長, 說短不短, 但是我們有著專業的技术和細心的態度, 在南部已有不小的名聲, 也榮獲民眾的「高雄搬家推薦」和「台南搬家推薦」等優良評比, 而且我們不隨意抬高價位, 所有搬家價格皆很合理!!

有需要搬家的民眾, 不妨可以考慮以下我們, 我們秉持顧客至上、細心注意的服務精神, 帶給客戶最大的滿意, 若想知道更多的搬家資訊或是要預約搬家, 可以在我們的官網獲得資訊。我們的網站-->http://move.charter-car.com.tw/

推薦廣告



圖4-18 51AD免費廣告刊登網的廣告頁面圖



www.okgood.com.tw

找供應商 商品/服務 買賣看板 產業報導

搜尋
免費刊登

熱門:

首頁 商品/服務 買賣看板 產業報導 活動/展會 廠商分類 產業Video 協助中心

您的位置: 首頁 > 產品中心 > 商務/生活服務 > 商務服務/其他 > 品質好的高雄搬家公司, 給您最專業的搬家技術

最優質的高雄搬家公司, 給您最專業的搬家技術

【瀏覽次數: 28】

同類產品





廠商

公告類型 優惠供應

廠商區域

刊登日期 2016-01-29 15:16:05



歡迎來電洽詢 請說在 好OK 工商平台看到的囉, 謝謝

← 回上一頁
☎ E-mail 諮詢


加入收藏

商情說明

我們是南部優質**高雄搬家公司**, 成立於1996年, 經營時間已有19年, 在台南和高雄均有設立公司, 我們提供多樣的搬家服務, 針對民衆的需求給予最佳的建議, 在南部也小有名氣, 獲得優質評比-高雄搬家公司和台南搬家公司, 擁有多年經驗的搬家師傅, 對每一次的搬家服務, 都秉持細心周到地為顧客服務, 就怕損壞顧客產品, 我們希望給顧客得到物超所值的感受, 因此我們絕不忽略顧客的需求, 希望能夠做到盡善盡美!

【服務對象】

- 個人/單家搬家 ○家庭搬家
- 公司/企業搬遷 ○工廠搬遷
- 機關團體(學校、社團、銀行、政府單位)搬遷等我們皆有服務

【服務地區】

- 高雄 ○屏東 ○台南 ○嘉義

【服務項目】

- 學生搬家 ○自助搬家 ○公司搬家
- 優質搬家 ○貴重搬家 ○專業搬家
- 人力支援 ○廢棄物清運等等...

【服務價格】

對於每一項產品我們都訂定符合他的價格, 絕對不會因為想要賺錢, 就故意抬高價格, 另外, 我們也有會員優惠制, 只要擁有會員卡的民衆, 都可享有9折優惠, 給您一個合理的高雄搬家費用。

有需要搬家的民衆, 可以考慮一下我們, 若想知道更多的搬家資訊或是要預約搬家, 可以在我們的官網獲得資訊。
我們的網站--><http://move.charter-car.com.tw/>

圖4-19 好 OK 工商平台的廣告頁面圖

燕巢區搬家公司-高雄搬家公司

代書租屋網 > 免費刊登廣告 > 搬家公司

找廠商 評價最好的高雄搬家公司，給您最優質的搬家服務

分享

廣告刊登分類	燕巢區搬家公司
公司名稱	高雄搬家公司
公司地址	高雄市燕巢區安林五街27號
聯絡人	高雄搬家公司 小姬
電話	04-22897458
行動電話	098780019
電子信箱	mykeywordanalytic@gmail.com
服務時段	星期一至星期日 早上09:00~晚上18:00
主要服務地區	高雄市、屏東縣、台南市、嘉義市
服務項目	學生搬家,貴重搬家,回頭車搬家,自助搬家,精緻搬家,廢棄物清運,優質搬家,專業搬家,人力支援.
公司簡介	<p>我們是一家位於南部的合法搬家公司，成立於1996年，在高雄和台南皆有設立公司，主要提供【高雄、台南、嘉義、屏東】等南部地區的搬家服務，我們有搬家多年經驗的搬家師傅，擁有專業搬家服務，靠著專業的技術和細心的態度，在南部已有不小的名聲，也榮獲民眾的「高雄搬家推薦」和「台南搬家推薦」等優良評比，而且我們不隨意抬高價位，所有搬家價格皆很合理!!</p> <p>如果民眾有需求的話，可以放心地選擇我們，我們秉持顧客至上、細心注意的服務精神，帶給客戶最大的滿意，若想知道更多的搬家資訊或是要預約搬家，可以在我們的官網獲得資訊。</p> <p>我們的網站—http://move.charter-car.com.tw/</p>

地址/地圖

高雄市燕巢區安林五街27號



留言板/討論區

李瑞平 代書

網站資訊

點閱次數: 33
 刊登日期: 2016-01-24
 更新時間: 2016-01-24
 收藏人數: 0

列印範本

我要收藏 我要檢舉 友善列印

刊登廣告分類

- 搬家公司
- 房屋仲介公司,經紀人,營業員
- 室內設計裝潢公司
- 居家清潔除蟲消毒公司
- 油漆工程,漏水處理
- 水電裝修工程
- 刊登廣告分類其它



代書租屋網

Step1. 來電諮詢方案



Step2. 了解完成簽約



Step3. 預送紙箱耗材



Step4. 施工完成確認



Step5. 舊物回收處理



代書租屋網

圖4-20 代書租屋網的廣告頁面圖

三、優化更新在網站上的文案

在以往撰寫文案時，是找一篇可以插入搬家公司關鍵字的新聞來撰寫，文案內容沒有精挑細選，因此內容可能沒有符合訪客的閱讀需求，所以在這階段我們稍微調整了文案方向，以訪客需求的角度來撰寫，例如：搬家的注意事項、搬家習俗等等，並優化文案的頁面配置，增加使用者停留在頁面的時間，期望訪客能夠繼續瀏覽其他文案，並在文案中佈入知識圖譜中的關鍵字，這次關鍵字更改為佈入一個主關鍵字和五個附加關鍵字，也在關鍵字上植入超連結，佈入關鍵字的目的是為了讓使用者在搜尋引擎中輸入關鍵字時，可以直接讓訪客透過點擊關鍵字進入網站，以達到優化的效果。知識圖譜如下圖4-21；未優化時的文案如下圖4-22；優化後的文案如下圖4-23至圖4-24。

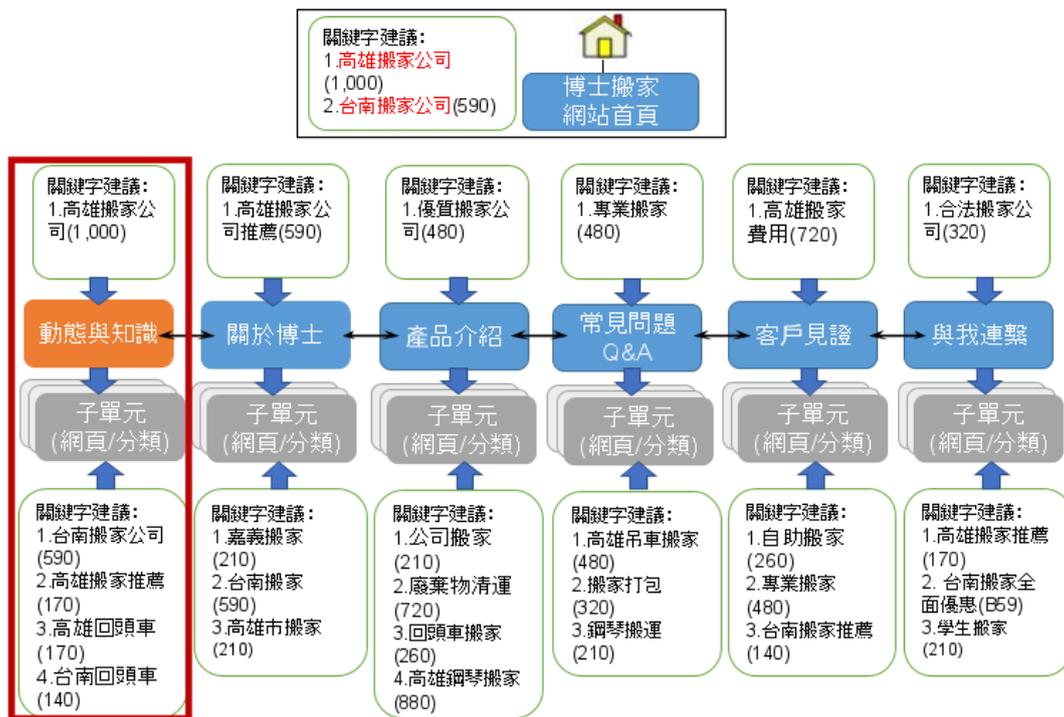


圖4-21 搬家公司文案知識圖譜

不斷進化轉型成功

現在社會的經濟景氣不好，有許多人吃不消，就連創業也非常的難，也有許多傳統產業也慢慢因為經濟的問題慢慢的轉型；有一個產業日本獨立遊戲創作者，還有從傳統搬運公司慢慢的統計思想，在慢慢轉型從原本傳統搬家的模式，慢慢的轉型成線上搬運媒合服務業者，創新的模式大受好評，許多人都覺得新的模式搬家這件事變的很方便，[高雄搬家公司](#)在高雄分享創業經驗，大膽的發表自己的想法，他們認為「創業就是要照自己的想法去創作，勇敢的將自己的想法，這樣才會成功」，您還可以從工作中經歷過的事，慢慢的思考如何創新，不斷的讓自己的產業在變的更好，有許多案例因為將自己的想法，反而會受到市場歡迎，還可能會大受矚目，這樣成功的機會就不遠了。

傳統行業轉型線上媒合服務業

現在有搬過家的人，他們對搬家公司的印象一般就是對於大多數搬家工人不好，印象都處於大半貶過於褒，因為他們的印象中有一些是服裝不整，或者喝酒等不正確行為等等，但是[台南搬家公司](#)，經營理念不一樣，在公司裡的員工皆受過嚴格的專業訓練，並且還會要定期接受勞工安全教育的課程，培訓新進員工最為優先，就是要為了顧客兼顧好搬家的品質，從轉型線上搬運媒合服務業之後，「搬運先生公司」會先整合客戶的貨運、搬家模式、精緻搬家等優質服務模式，希望可以將搬運交易媒合服務做的更好、更棒，現在還有二手物資媒合平台，就是為了替民眾省搬家費、同時還做公益，一舉兩得。

搬家公司愛心不間斷

新型產業的搬家公司這樣說，有許多創新構想從每一個工作同仁在工作的時候在腦裡不斷的產生新的想法，就像是一位搬家工人，他看到有許多的弱勢家庭都缺乏物資，需要社會大眾來幫助，但是在他幫客戶搬家的時候，有一些人卻會把還可以用的物資丟掉，所以在腦中想出建立二手物交換平台的想法，像是一般在收購二手家電的產業，如果可以在網路上經過媒介的整合就很方便。

圖4-22 未優化前的文案

高雄搬家公司|幫您擬定搬家計劃表，搬家變得更輕鬆

如何讓搬家變輕鬆，高雄搬家公司替您擬定搬家計劃表

一個「專業搬家」計劃表，讓您不會亂了手腳

依照時間安排一個「專業搬家」計劃表

搬家前的時間	搬家事項
一個月	<ul style="list-style-type: none">● 替家中小朋友辦轉學手續● 決定是否要自助搬家或尋找一間合法搬家公司● 轉賣或轉送家中不需要的傢俱● 開始思考新家的裝潢規畫
三個禮拜	<ul style="list-style-type: none">● 通知親朋好友新家的聯絡方式● 變更帳單及保單、雜誌等寄信地址
兩個禮拜	<ul style="list-style-type: none">● 列出打包清單，開始準備要打包的物品● 與搬家公司聯絡，確認搬家價格● 打掃新家環境
一個禮拜	<ul style="list-style-type: none">● 請清潔隊前來處理大型垃圾● 移轉電話● 停閱報紙並移轉寄送地址
搬家當天	<ul style="list-style-type: none">● 安置好打包箱子，並將貴重物品隨身攜帶● 關閉水、電、瓦斯等電器用品● 抵達新居後，檢查物品是否損壞● 與搬家公司結算搬家費用● 檢查新家的水電瓦斯狀況
搬家後	<ul style="list-style-type: none">● 回到舊家整理好環境，做好「廢棄物清運」● 辦理戶籍遷入● 拜訪新鄰居● 移轉駕照、行照等地址變更

列出一個搬家計劃表，按照上面的事項一一執行，有條不紊的執行，才不會亂了手腳!

搬完家後別忘了跟搬家工人說謝謝，保持雙方愉快

特地提醒再連絡搬家公司時，也要跟對方說清楚需要幾台車輛，以及搬家的樓層或有無電梯等等，避免因為沒說清楚而讓搬運工人有理由增加費用，在搬完時也要跟搬家工人說一聲辛苦了，可以請請飲料，慰勞對方的辛苦，保持雙方合作愉快，以後說不定還有機會合作。

圖4-23 優化後的文案版面

台南高雄搬家公司 - 體驗者分享

f 贊 0 G+1 0

Share

負責高雄市搬家和台南搬家的搬家公司分享一條關於搬家的新聞，是關於真假搬家公司的事件，有民眾找搬家公司幫忙**專業搬家**，卻發現怎麼會有同時兩家公司出現，且都互相表示我們才是真正的，搞得委託人霧煞煞!分不清楚，所以在這裡，我們要分享給民眾知道，找搬家公司要事先確認是不是**合法搬家公司**，也要確認有正當的營業執照，才避免遇到仿冒的公司喔!接下來就讓我們跟您分享這則新聞!

體驗者分享

最新動態

契約範本

公益活動

仿冒搬家公司出現，「高雄搬家公司」提醒民眾不要上當

高雄搬家公司分享新聞，不要上了真假搬家公司的當!

中國出現仿冒搬家公司，為了騙民眾上當!

這件新聞發生在中國廣州荔灣區，有一位周姓男子因為要搬新家所以委託了搬家公司幫忙，可是到了當天，卻有兩家搬家公司分別上門，且都自稱是○○搬家公司，並都互相指認對方是仿冒的!

周姓男子對此感到很納悶，而且兩批搬家工人的車子都有印著○○搬家公司的標誌，連同公司商標和車子顏色都一樣，很難從外觀上判定到底哪一間是真的，看著兩家公司的華人在互相爭吵也不是辦法，於是只好報警，請警察來處理。

警察來到現場後，還在原地爭吵的兩批工人，其中身穿迷彩服的工人馬上散開，躲到周姓男子的家，而穿著○○搬家公司制服的搬家工人則是開始幫周姓男子**搬家打包**，而後記者來到現場，看到此種情形也覺得納悶，為什麼一看到警察就躲起來，經過採訪後得知，身穿迷彩的工人表示：「他們並不是○○搬家公司，名字只有多一個字，他們自己也不知道是不是同一家，只是接到老闆指示所以才來，詳細情形還要問他們的負責人。」

事後○○搬家公司說，那一間仿冒的公司都很沒道德，一接受客戶報警或是投訴，就撤退，還留下他們的電話跟地址，害他們常常接到客訴電話，防不勝防，只能多多提醒自己的客戶不要上當受騙!

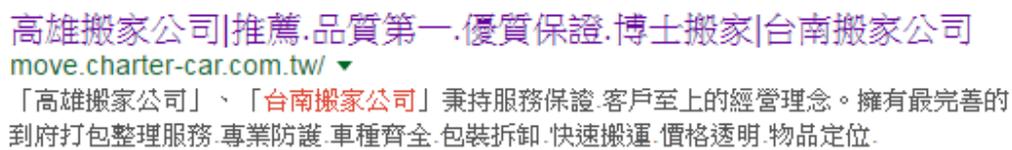
事先確認好，避免受騙!

分享完這件新聞，可以得知最近詐騙手法越來越多，滲透到各行各業，若是稍微不注意，可能就會上當，物品家具可能都會直接被拖走，所以**高雄搬家公司**想要讓民眾知道，為了防範這種事發生，提醒民眾在委託時可以先跟搬家公司確認好，他們的車型號、工人制服等等，確保不是冒牌公司，以免發生悲劇!

圖4-24 較吸引訪客閱讀的文案題材

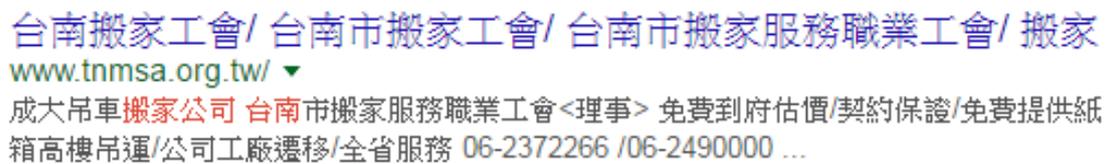
四、優化頁面的標題和摘要

我們優化了每個頁面的標題跟摘要(title、description)，標題跟摘要會出現在搜尋結果的頁面，圖4-25是以比較吸引使用者的方式下去撰寫，避免過於死板的平鋪直述(如圖4-26)，希望能夠透過優化標題和摘要的部分，可以吸引更多使用者點擊到我們的網站，增加工作階段、新訪客的數據。



高雄搬家公司|推薦.品質第一.優質保證.博士搬家|台南搬家公司
move.charter-car.com.tw/ ▼
「高雄搬家公司」、「台南搬家公司」秉持服務保證.客戶至上的經營理念。擁有最完善的到府打包整理服務.專業防護.車種齊全.包裝拆卸.快速搬運.價格透明.物品定位.

圖4-25 優化後的標題、摘要



台南搬家工會/ 台南市搬家工會/ 台南市搬家服務職業工會/ 搬家
www.tnmsa.org.tw/ ▼
成大吊車搬家公司 台南市搬家服務職業工會<理事> 免費到府估價/契約保證/免費提供紙箱高樓吊運/公司工廠遷移/全省服務 06-2372266 /06-2490000 ...

圖4-26 比較死板的標題、摘要

4.5 分析網站優化技巧前後的數據變化與分析結果

我們將實施網站優化前後的時段分為三階段，這三階段分別為：

第一階段：從開始設計網站內容到更改網站版型這之間的數據，時段為2015年09月10號至2015年11月18號。

第二階段：更改網站的部分單元版型到發佈文案這之間的數據，時段為2015年11月19號至2016年1月27號。

第三階段：在廣告平台分享目標網站訊息、優化文案和文案的版型和優化頁面標題、摘要後的數據，時段為2016年1月28號至2016年4月6號段。

利用這三階段去比較前後的數據，第二階段跟第一階段相比較；第三階段跟第二階段相比較，藉由這幾個階段的比較，觀察出每實施一個優化技巧，數據所呈現出的變化，再藉由這些變化探討出網站優化技巧跟Google Analytics之間的關聯性，並分析出訪客在網站上的行為，從中判斷我們實施的網站優化技巧是否成功。

一、第二階段跟第一階段的數據比較

(一)總覽

利用Google Analytics中的調整時段列表，可以將兩個時段互相比較，因此我們將第二階段跟第一階段相互比較，所呈現出的數據如下圖4-27，藉由這張比較圖可以得知在更改網站優化版型這段時間內，工作階段、使用者和瀏覽量的數據是呈現正變化。

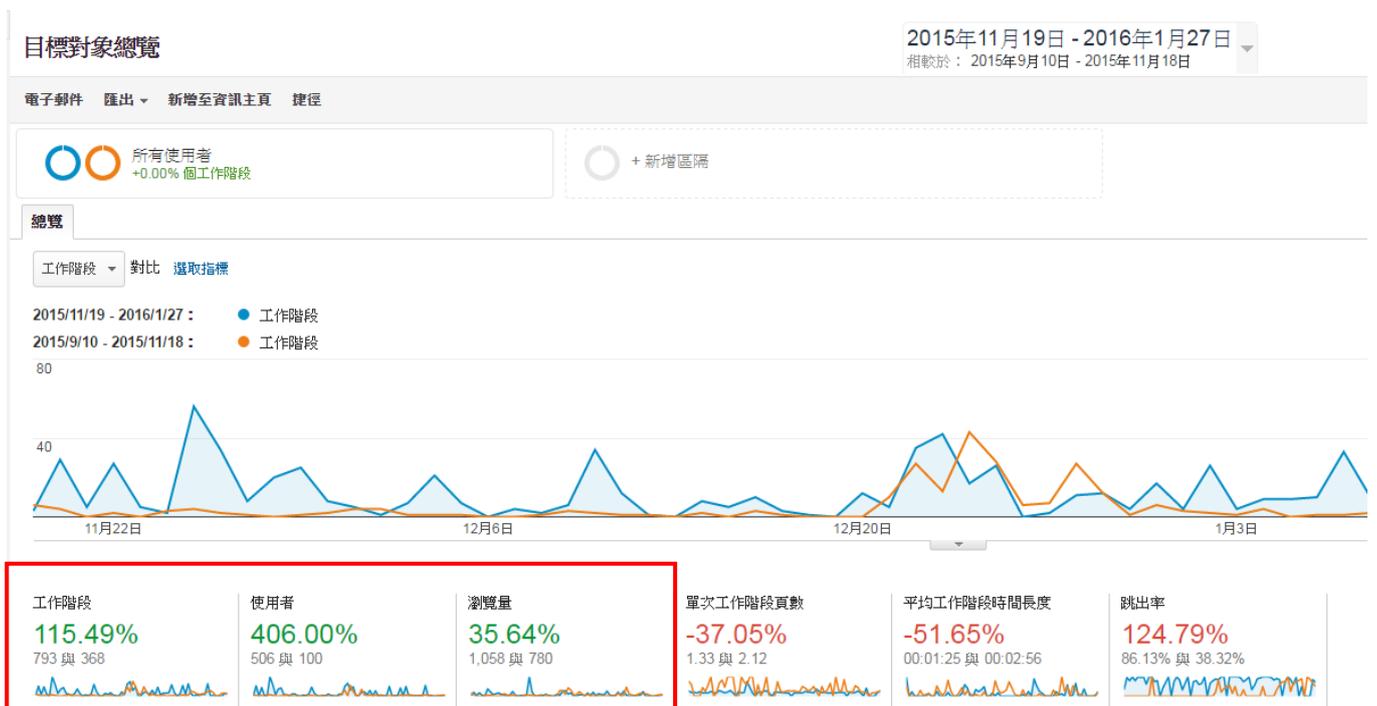


圖4-27 第一、二階段的總覽比較圖

(二)新訪客與回訪者

利用Google Analytics中的新訪客與回訪者可以得知兩階段的數據，如下圖4-28，其兩階段的數據分別為：

- 1.新訪客(New Vistor)：第二階段的數據為499，第一階段為92，第二階段比第一階段的數據量多了402。
- 2.回訪者(Returning Vistor)：第二階段的數據為294，第一階段則為276，第二階段的數據量比第一階段多了18。

由此可知，我們在更改網站版型的這段期間吸引了大量的訪客進入，也多了願意再回到網站的舊訪客。



摘要 網站使用情況 電子商務

工作階段 對比 匯聚指標

天 週 月

2015/11/19 - 2016/1/27 : ● 工作階段
 2015/9/10 - 2015/11/18 : ● 工作階段



主要維度：使用者類型

依資料列繪製圖表 次要維度 排序類型：預設

使用者類型	客戶開發		行為		
	工作階段	新使用者	跳出率	單次工作階段頁數	平均工作階段時間長度
	115.49% 793 與 368	442.39% 499 與 92	124.79% 86.13% 與 38.32%	37.05% 1.33 與 2.12	51.65% 00:01:25 與 00:02:56
1. New Visitor					
2015/11/19 - 2016/1/27	499 (62.93%)	499 (100.00%)	93.39%	1.24	00:00:24
2015/9/10 - 2015/11/18	92 (25.00%)	92 (100.00%)	0.00%	0.95	00:00:06
% 變更	442.39%	442.39%	∞%	30.75%	319.23%
2. Returning Visitor					
2015/11/19 - 2016/1/27	294 (37.07%)	0 (0.00%)	73.81%	1.50	00:03:09
2015/9/10 - 2015/11/18	276 (75.00%)	0 (0.00%)	51.09%	2.51	00:03:53
% 變更	6.52%	0.00%	44.48%	-40.26%	-19.04%

圖4-28 第一、二階段的新訪客與舊訪客比較圖

(三) 主動參與

利用Google Analytics中的主動參與可以看到訪客在網站上的瀏覽頁數，以下圖4-29為例，藍色線條為第二階段；橘色線條為第一階段，利用這兩階段相比可得知，瀏覽頁數共為1、2、20頁以上的數據明顯增加，至於其他頁數雖然沒有明顯增加，但以總瀏覽量來看，還是增加了278，所以可以得知我們執行完版型優化後，瀏覽量是有成長的。

電子郵件 匯出 新增至資訊主頁 捷徑

分類

工作階段時間長度 瀏覽頁數

工作階段
115.49%
 793 與 368

瀏覽量
35.64%
 1,058 與 780

瀏覽頁數	工作階段	瀏覽量
<1		
2015/11/19 - 2016/1/27	0	0
2015/9/10 - 2015/11/18	7	0
1		
2015/11/19 - 2016/1/27	717	717
2015/9/10 - 2015/11/18	247	247
2		
2015/11/19 - 2016/1/27	49	98
2015/9/10 - 2015/11/18	33	66
3		
2015/11/19 - 2016/1/27	15	45
2015/9/10 - 2015/11/18	40	120
4		
2015/11/19 - 2016/1/27	5	20
2015/9/10 - 2015/11/18	6	24
5		
2015/11/19 - 2016/1/27	1	5
2015/9/10 - 2015/11/18	1	5
6		
2015/11/19 - 2016/1/27	1	6
2015/9/10 - 2015/11/18	22	132
7		
2015/11/19 - 2016/1/27	1	7
2015/9/10 - 2015/11/18	3	21
9		
2015/11/19 - 2016/1/27	1	9
2015/9/10 - 2015/11/18	0	0
10		
2015/11/19 - 2016/1/27	1	10
2015/9/10 - 2015/11/18	1	10
11		
2015/11/19 - 2016/1/27	0	0
2015/9/10 - 2015/11/18	2	22
12		
2015/11/19 - 2016/1/27	0	0
2015/9/10 - 2015/11/18	1	12
13		
2015/11/19 - 2016/1/27	0	0
2015/9/10 - 2015/11/18	1	13
18		
2015/11/19 - 2016/1/27	0	0
2015/9/10 - 2015/11/18	2	36
19		
2015/11/19 - 2016/1/27	0	0
2015/9/10 - 2015/11/18	1	19
20*		
2015/11/19 - 2016/1/27	2	141
2015/9/10 - 2015/11/18	1	53

圖4-29 第一、二階段的瀏覽頁數比較圖

(四) 首頁停留時間

利用Google Analytics中的所有網頁可以得知訪客到達的頁面，也可以得知每個頁面的訊息，下圖4-30是首頁的資訊，可以看到第二階段的平均停留時間為06：11，第一階段停留時間為02：50，從這裡判斷出，我們優化版型後，訪客停留在首頁的時間明顯增長，由此推斷，我們優化後的版型較受訪客的青睞。

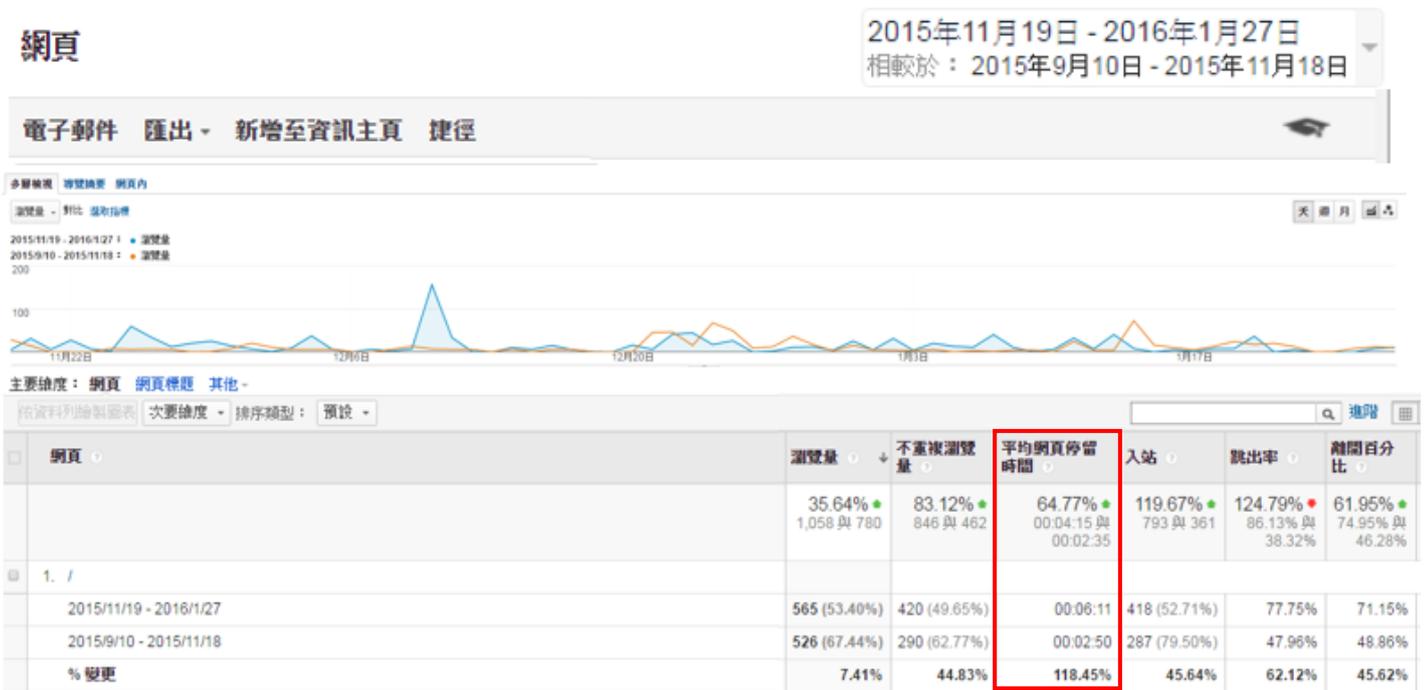


圖4-30 第一、二階段的首頁停留時間比較圖

二、第一、二階段的分析結果

由上一章節的分析結果可以發現，從新訪客與回訪者和主動參與的因子頁面來做分析，判斷出總覽頁面的工作階段、使用者和瀏覽量數據會成正比的關係，其因素如下：

- (一)從新訪客與回訪者的頁面得知訪客數量有增加，所以總覽頁面的使用者數據成長，連帶著工作階段數據也跟著成長。
- (二)從主動參與的頁面可以得知瀏覽頁數的數量有增加，因此可以得知總覽頁面的瀏覽量也成正比。

透過上述的數據變化，我們推斷出以下幾點訪客行為：

- (一)訪客在造訪網站時，可能因為更改後的網站版型符合訪客的需求，會再度回訪，此時身分則成為舊訪客，藉由這些訪客的瀏覽，工作階段、使用者和瀏覽量的數據才會成長，另外也會使網站排名上升，讓網站更容易被搜尋引擎檢索。
- (二)訪客在搜尋搬家公司相關網站資訊時，因為網站排名上升，更加容易點擊到我們網站，因而帶進了大量的新訪客，造成工作階段呈現正變化，若此時訪客在造訪網站時，網站內容有達到訪客需求，因此願意瀏覽其他頁面，造成瀏覽量的數據明顯增加；而訪客認為此網站若有符合需求，就願意再度造訪網站，因此舊訪客的數據就跟著成長，使用者數據也跟著上升。

三、第三階段跟第二階段的數據比較

(一) 總覽

利用Google Analytics中的調整時段列表，可以將兩個時段互相比較，因此我們將第三階段跟第二階段相互比較，所呈現出的數據如下圖4-31，藉由這張比較圖可以得知在廣告平台分享目標網站訊息、優化文案、優化頁面標題和摘要這段期間，單次工作階段頁數、平均工作階段時間長度有明顯成長，和跳出率下降。



圖4-31 第二、三階段的總覽比較圖

(二) 第二、三階段單次工作階段頁數比較

將兩階段的數據分開來計算單次工作階段頁數，計算方式為瀏覽量/工作階段，下圖4-32是第三階段的數據圖，工作階段數據為103，瀏覽量為242，所以計算的結果為2.35；圖4-33則是第二階段的數據圖，工作階段為793，瀏覽量為1,058，所以計算結果為1.33，從兩階段的計算結果來看，雖然第三階段的工作階段跟瀏覽量數據比第二階段還要少，但是兩個階段分開相除後，從計算結果比較，可以發現第三階段的單次工作階段數據是有提升，因此我們可以推斷出我們所撰寫的文案可以吸引訪客閱讀，進而點擊其他分頁，使單次工作階段頁數提升。



圖4-32 第三階段的單次工作階段頁數



(三) 第二、三階段平均工作階段時間長度比較

我們從Google Analytics中的抵達網頁指標，可以看出每個頁面的平均工作階段時間長度，如圖4-34，我們取前八筆資料來分析，可以看出第三階段的平均工作階段時間長度普遍比第二階段的時間還長，將時間排序可以得知，訪客停留時間較長的前三頁為/service/more-6.aspx(廢棄物清運服務項目頁面)、/knowledge.aspx(文案列表頁面)、/(首頁)，從中可以得知訪客比較關注的訊息，訪客在這三頁停留時間較久的原因可能為：

1. 訪客對廢棄物清運的服務需求比較大，所以停留在該頁面瀏覽訊息的時間比較長。
2. 文案列表則是因為我們有定期更新文案，所以訪客可以在文案列表看到關於搬家資訊的文章。
3. 首頁則是做了版面優化，因此在視覺呈現上比以前純文字的頁面還要精采。

由此可得知訪客會願意花更多時間停留在他們有興趣的網頁上，因此可以根據這些頁面，找出會吸引訪客停留的原因，去加強其他頁面的配置，看是否能夠增加其他頁面的停留時間。

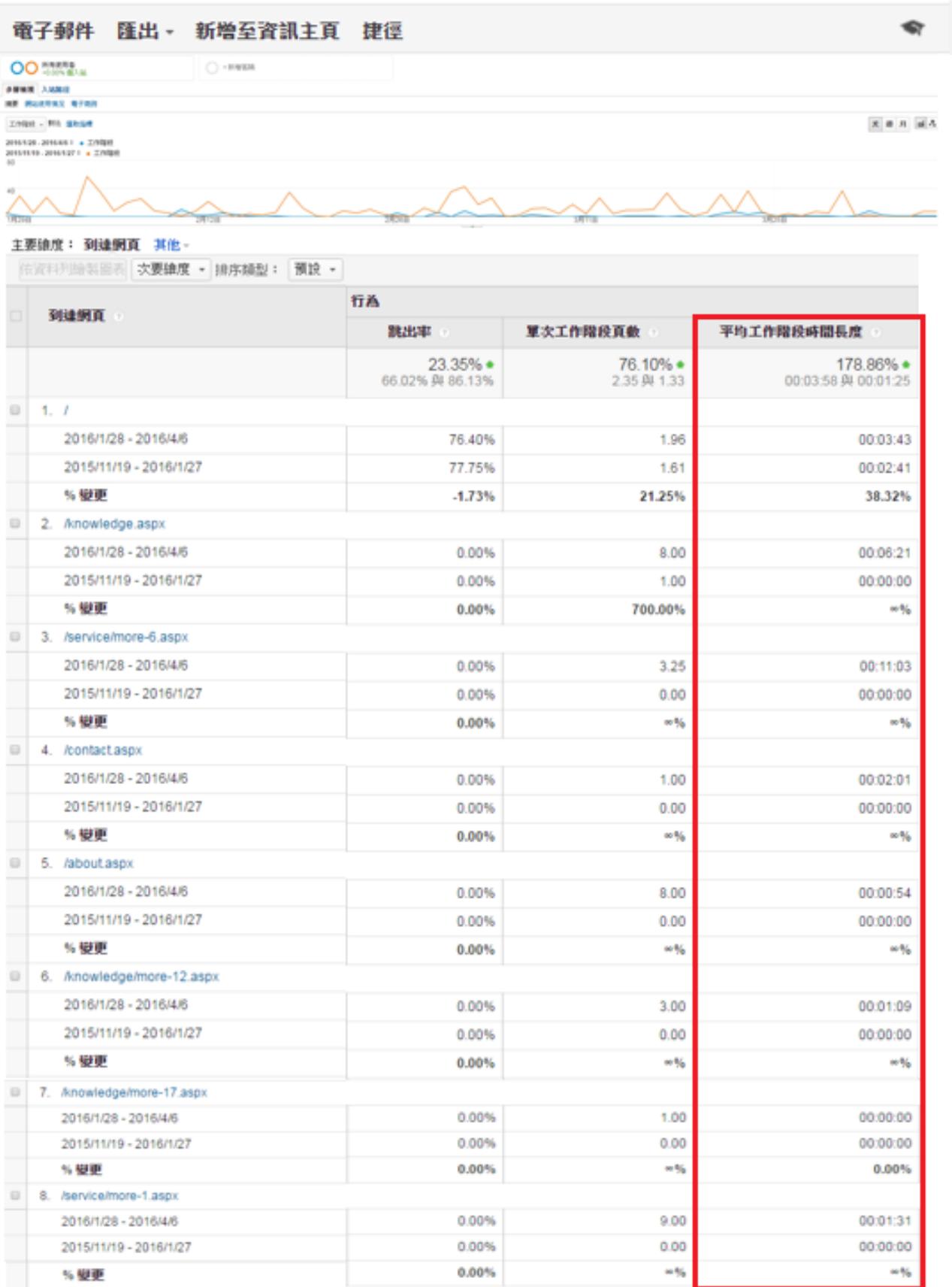


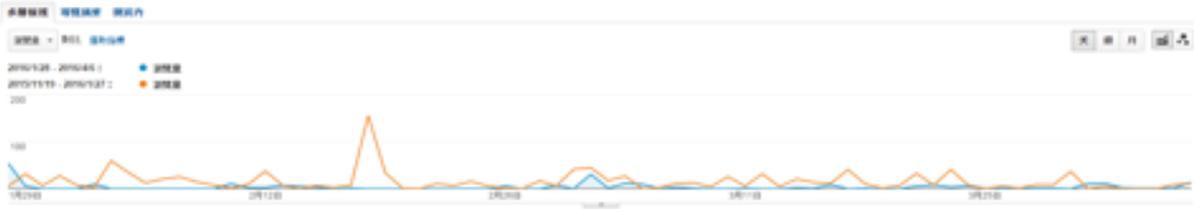
圖4-34 第二、三階段的平均工作階段時間長度比較圖

(四) 第二、三階段跳出率比較

從Google Analytics中的所有網頁指標可以得知每個網站頁面的資訊，也可以看出兩個階段的跳出率比較。我們取前七筆來做分析，如圖4-35，可以看出每個網頁頁面的跳出率，除了/(首頁)之外，其他分頁的跳出率都是0.00%，代表沒有訪客從這些頁面離開，而首頁在第三階段的跳出率為76.40%，第二階段則為77.75%，雖然下降幅度不大，但是還是可以看出沒有繼續往上升的情況。

由跳出率下降也可以得知訪客在造訪我們網站時，不會馬上離開網站，而是會繼續停留觀看並且前往下一個頁面，所以跳出率不會持續往上攀高，因此我們可以藉由跳出率的變化，來得知執行完網站優化後的方向是否正確，若跳出率下降就代表我們實施的優化有符合訪客需求，反之跳出率上升就代表我們實施的方向錯誤，需要做調整。

電子郵件 匯出 新增至資訊主頁 捷徑



網頁	瀏覽量	不重複瀏覽量	平均網頁停留時間	入站	跳出率	離開百分比
	77.13% 242 與 1,058	81.21% 159 與 846	30.94% 00:02:56 與 00:04:15	87.01% 103 與 793	23.35% 8.02% 與 86.13%	43.21% 42.56% 與 74.95%
1. /						
2016/1/28 - 2016/4/6	118 (48.76%)	94 (59.12%)	00:05:15	89 (86.41%)	76.40%	71.19%
2015/11/19 - 2016/1/27	565 (53.40%)	420 (49.65%)	00:06:11	418 (52.71%)	77.75%	71.15%
% 變更	-79.12%	-77.62%	-15.12%	-78.71%	-1.73%	0.05%
2. /service.aspx						
2016/1/28 - 2016/4/6	26 (10.74%)	7 (4.40%)	00:01:29	0 (0.00%)	0.00%	3.85%
2015/11/19 - 2016/1/27	31 (2.93%)	15 (1.77%)	00:01:17	0 (0.00%)	0.00%	19.35%
% 變更	-16.13%	-53.33%	15.73%	0.00%	0.00%	-88.13%
3. /knowledge.aspx						
2016/1/28 - 2016/4/6	15 (6.20%)	5 (3.14%)	00:00:12	4 (3.08%)	0.00%	26.67%
2015/11/19 - 2016/1/27	7 (0.66%)	4 (0.47%)	00:02:41	1 (0.13%)	0.00%	14.29%
% 變更	114.29%	25.00%	-92.31%	300.00%	0.00%	86.67%
4. /news.aspx						
2016/1/28 - 2016/4/6	12 (4.96%)	8 (5.03%)	00:02:29	0 (0.00%)	0.00%	8.33%
2015/11/19 - 2016/1/27	27 (2.55%)	5 (0.59%)	00:00:29	0 (0.00%)	0.00%	0.00%
% 變更	-55.56%	60.00%	418.46%	0.00%	0.00%	∞%
5. /service/more-1.aspx						
2016/1/28 - 2016/4/6	9 (3.72%)	3 (1.89%)	00:02:18	1 (0.97%)	0.00%	0.00%
2015/11/19 - 2016/1/27	3 (0.28%)	1 (0.12%)	00:01:04	0 (0.00%)	0.00%	0.00%
% 變更	200.00%	200.00%	115.80%	∞%	0.00%	0.00%
6. /contact.aspx						
2016/1/28 - 2016/4/6	7 (2.89%)	7 (4.40%)	00:10:16	2 (1.94%)	0.00%	42.86%
2015/11/19 - 2016/1/27	5 (0.47%)	2 (0.24%)	00:00:23	0 (0.00%)	0.00%	20.00%
% 變更	40.00%	250.00%	2,636.67%	∞%	0.00%	114.29%
7. /about.aspx						
2016/1/28 - 2016/4/6	5 (2.07%)	3 (1.89%)	00:05:03	1 (0.97%)	0.00%	0.00%
2015/11/19 - 2016/1/27	4 (0.38%)	1 (0.12%)	00:00:28	0 (0.00%)	0.00%	0.00%
% 變更	25.00%	200.00%	971.86%	∞%	0.00%	0.00%

圖4-35 第二、三階段的跳出率比較圖

(五) 關鍵字搜尋

在Google Analytics中的查詢指標中，可以得知訪客是透過何種搜尋字詞搜尋而進入到網站，也可以得知訪客使用最多次數的關鍵字，下圖4-36是查詢的結果，我們列出前25筆資料，用紅線框出的部分是知識圖譜中的關鍵字，也代表我們放入文案中的關鍵字有被訪客搜尋點擊，而其他沒有框出來的關鍵字，代表訪客也會利用那些字詞搜尋有關搬家的資訊。

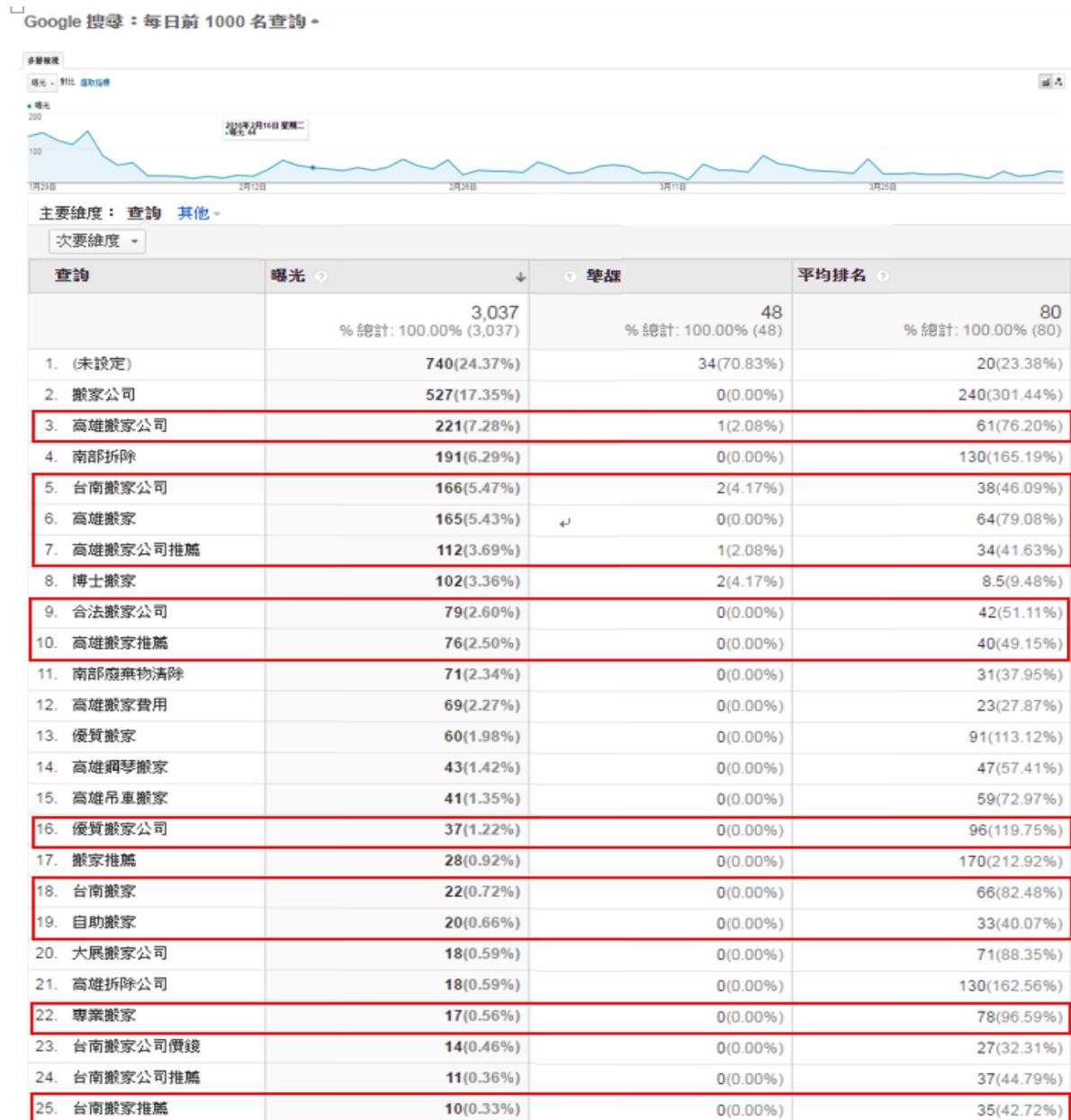


圖4-36 第三階段訪客使用的關鍵字圖

四、第二、三階段的分析結果

由上一章節的分析結果可以發現，單次工作階段頁數、平均工作階段時間長度和跳出率數據會成正比的關係，總結如下：

(一)從總覽頁面可以計算出兩個階段的單次工作階段頁數，互相比較後發現第三階段比第二階段瀏覽的網頁頁數平均還要多出一頁。

(二)從抵達網頁頁面可以得知第三階段平均工作階段時間長度比第二階段還要長。

(三)從所有網頁頁面中可以判斷出第三階段的跳出率比第二階段的機率還要低。

綜合上述分析結果可以得知，我們在優化文案方面更改了文案題材以及文案版面配置優化，會吸引訪客停留在網站閱讀並想點擊到其他頁面觀看，因此單次工作階段頁數和平均工作階段時間長度的數據才會增加，也因為有點擊其他頁面，所以沒有造成跳出率持續攀升。

4.6 詢價單

從我們開始更改頁面版型到後期的優化文案等這段網站優化期間時，陸續出現訪客詢問價錢的訂單，在我們做優化之前，網站上是沒有訪客詢問訂價的，因此可以得知，我們優化後的網站內容，有準確的達到訪客想得知的資訊，進而提出詢價要求，不再只是以往單純的瀏覽頁面，我們取五張詢價單來做圖例，如圖4-37至圖4-41。



圖4-37 詢價單1



圖4-38 詢價單2



2016/1/8 (週五) 下午 12:30
 tam[redacted]@gmail.com
 網站產品詢價 - 高雄搬家公司服務專業網站

姓名：呂[redacted]
 聯絡電話：-09[redacted]
 地址：
 電子郵件：[tam\[redacted\]@gmail.com](mailto:tam[redacted]@gmail.com)
 詢價內容：高雄到台東縣太麻里（台9線路邊），高雄在二樓有電梯，太麻里在一樓 只有四件家具(一組藤沙發、一組梳妝台、1台7公斤容量洗衣機、1台400公升冰箱)。

1/8/2016 12:29:53 PM

圖4-39 詢價單3



2016/1/11 (週一) 上午 12:54
 wcj[redacted] <service@fansio.com>
 網站產品詢價 - 高雄搬家公司服務專業網站

姓名：吳小姐
 聯絡電話：-09[redacted]
 地址：
 電子郵件：[wcj\[redacted\]@yahoo.com.tw](mailto:wcj[redacted]@yahoo.com.tw)
 詢價內容：請問分離式冷氣1台(屋主會自拆)+3+2人座沙發 北高搬運多少元? 是否有回頭車可以搭較便宜呢?

1/11/2016 12:54:26 AM

圖4-40 詢價單4



2016/3/4 (週五) 下午 02:47
 h83125@yahoo.com.tw
 網站產品詢價 - 高雄搬家公司服務專業網站

收件者 [redacted]

姓名：施奕堂
 聯絡電話：[redacted]
 地址：高雄中筋鎮區錢洋路[redacted]號
 電子郵件：h83125@yahoo.com.tw
 詢價內容：您好，我的房間是六坪的雅房(含陽台無衛浴)，另外有垃圾要處理，我是學生，但是沒有人可以幫忙搬家 所以不考慮自助搬家，請問這樣大概要多少花費

3/4/2016 2:46:42 PM

圖4-41 詢價單5

4.7 網站排名

是本專題在目標網站執行網站優化技巧後的搜尋排名(如圖4-42所示)，目前已經進入到搜尋結果的第四頁，由此可知，我們在執行網站優化技巧的這段期間，為網站帶入了大量的訪客，而訪客在網站上的行為，也增加了其他因子的流量，例如：瀏覽其他頁面，增加瀏覽量的數據、單次工作階段頁數上升、跳離率下降，而停留在網站的時間越長，平均工作階段時間數據也提升.....等，藉由這些流量的提升，因此讓我們的網站排名跟著上升，這也表示我們實施的優化技巧對網站排名的提升是有用的。



圖4-42 網站搜尋結果排名

第五章 討論

5.1 第二階段跟第一階段的分析結果討論

由下圖5-1可以得知單次工作階段頁數、平均工作階段時間長度和跳出率的指標呈現紅字，我們推斷出這階段實施的版面優化，對這三項指標的數據變動較無關聯性，這階段實施的網站版型優化確實吸引了新訪客造訪，也因為我們優化後的版型有符合訪客需求，願意再度回訪，所以工作階段跟瀏覽量隨之增加，但是單次工作階段頁數、平均工作階段時間長度和跳出率這三項指標卻呈現負變化，我們認為的原因有以下幾點：

- 一、網站版型只有優化首頁、關於我們和服務項目這三個頁面，導致於有些訪客點進來的是沒有優化的頁面，因此沒興趣瀏覽其他頁面。
- 二、在這個階段撰寫的文案都是抓一則可以佈入搬家公司關鍵字的新聞，並沒有確實做到文案優化，導致於文案內容枯燥乏味，沒辦法吸引訪客瀏覽，進而不會點擊到其他頁面。

綜合上述兩點原因，因為沒有點擊到其他頁面，以至於跳出率上升，單次工作階段頁數和平均工作階段時間長度也跟著減少，會造成這種情況出現，表示我們需要調整的優化方向不單單只有三個頁面，而是要針對每個頁面進行版面優化；文案內容也要順帶調整，以訪客的角度去撰寫文案並豐富文案內容，才能吸引訪客停留並點擊其他頁面，提升單次工作階段頁數、平均工作階段時間長度和跳出率的數據量。

目標對象總覽

2015年11月19日 - 2016年1月27日
相較於：2015年9月10日 - 2015年11月18日

電子郵件 匯出 新增至資訊主頁 捷徑

所有使用者
+0.00% 個工作階段

+ 新增區隔

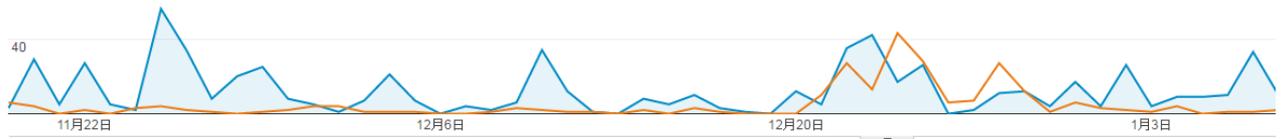
總覽

工作階段 對比 選取指標

2015/11/19 - 2016/1/27 : ● 工作階段

2015/9/10 - 2015/11/18 : ● 工作階段

80



工作階段
115.49%
793 與 368

使用者
406.00%
506 與 100

瀏覽量
35.64%
1,058 與 780

單次工作階段頁數
-37.05%
1.33 與 2.12

平均工作階段時間長度
-51.65%
00:01:25 與 00:02:56

跳出率
124.79%
86.13% 與 38.32%

圖5-1 第一、二階段優化未成功圖

5.2 第三階段跟第二階段的分析結果討論

由下圖5-2可以得知工作階段、使用者和瀏覽量的指標呈現紅字，但可以從其他三項指標看出，訪客願意停留在頁面的時間和點擊其他頁面觀看的意願有上升，仍導致工作階段、使用者和瀏覽量這三項指標沒有增加的原因，如以下幾點：

- 一、第三階段的時段是屬於搬家公司淡季，會關注搬家訊息的訪客數量減少，連帶著在廣告平台分享目標網站訊息的成效也不大，進來網站瀏覽的人數減少，工作階段和瀏覽量也下降。
- 二、這個階段我們實施的文案優化，主要調整文案撰寫的方向和文案版型優化，並且以訪客的角度為出發點去撰寫文案，例如：搬家禁忌、搬家須知……等，但有些訪客也許只是想觀看這類訊息，沒有委託搬家公司的需求，因此觀看完後就直接離開網頁，導致於瀏覽量下降。

綜合上述分析結果，我們判斷影響最大的主因是遇到搬家公司的淡季，再來就是我們撰寫的文案方向需要調整，建議改善方法如下：

- 一、文案內容穿插一些搬家公司的訊息，並不能完全以訪客的角度撰寫，且在文案內加入導覽至其他頁面的相關連結，讓訪客點擊到其他頁面，使瀏覽量上升。
- 二、可以從查詢頁面中得知，訪客會使用哪些搬家關鍵字搜尋，我們可以將未放入知識圖譜卻有搜尋量的關鍵字放入文案中，增加更多以該關鍵字搜尋至網站的新訪客，提升使用者與工作階段和瀏覽量的數據。
- 三、在廣告平台發布目標網站的訊息，應該要挑選搬家旺季時間，藉由旺季時間訪客對搬家需求較大時發佈，可以為網站帶來外部連結流量、使用者、工作階段和瀏覽量等數據流量，並且為目標網站帶入更多的詢價單。

目標對象總覽

2016年1月28日 - 2016年4月6日
相較於：2015年11月19日 - 2016年1月27日



圖5-2 第二、三階段優化未成功圖

第陸章 結論與建議

本專題經過實際操作網站優化後，可以得出網站優化與Google Analytics的因子關聯性有以下兩點：

- 一、實施網站版型優化後，可以發現訪客因為網頁的版型做更改，因此吸引他們繼續瀏覽其他頁面以及觀看其他資訊，也願意再度造訪網站，根據觀察產生變化的數據是Google Analytics中的工作階段、使用者和瀏覽量，亦即優化網站版型和這三個因子間是有關聯性的，只要網站版型優化成功，就可以成功吸引更多訪客造訪網站，並瀏覽其它頁面。
- 二、優化文案內容後可以得知，藉由調整對訪客有興趣的題材，吸引訪客停留在網站上瀏覽，或是閱讀其他文案資訊或網頁資訊瀏覽，並優化文案頁面的版型，就可以更方便訪客瀏覽，一眼得知文案的重點，所以產生變化的數據就是Google Analytics中的單次工作階段頁數、平均階段時間長度和跳出率，證明優化文案和這三個因子之間的關聯性，只要文案優化成功，就會讓訪客停留在網站上的時間變長，並瀏覽其它資訊，不會馬上點擊離開，降低跳出率。

本專題藉由實際操作過程發現，使用不同的網站優化技巧會產生不同的結果，需透過不斷的調整方可達到更好的成效，因此建議未來研究可以結合兩個階段的優化技巧，在同一個時段內一同實施，除了可以節省優化的時間，也可以提升Google Analytics的整體因子流量。

參考文獻

參考文獻：

1. Brian Clifton(2013)，流量的秘密。台北：聚思文化股份有限公司。
2. 台灣搜尋引擎優化與行銷研究院(2012)，2013年，取自：
<http://seo.dns.com.tw/>。
3. 莊智竣(2010)，搜尋引擎最佳化對網站績效的影響之研究。育達商業科技大學資訊管理研究所碩士學位論文。
4. 鄭江宇/張佳榮 (2014)，掌握行銷新區是你不可不知的網站流量分析 Google Analytics。新北：新頁圖書股份有限公司。
5. 賴思嘉(2010)，應用搜尋引擎優化提升網站排名之研究。國立勤益科技大學通管理系碩士在職專班碩士論文。
6. 嚴家成/盧盟晃(2009)，SEO 關鍵解碼:網站行銷與排名優化實戰。台北：電腦人文化事業股份有限公司。
7. 嚴家成/盧盟晃(2013)，網站排名的秘密: 最多人想知道的 SEO 關鍵問答。台北：電腦人文化事業股份有限公司。