
Google SEO 實戰工作坊

E-E-A-T 深度心法實戰營

第一堂課【究極加長版】

好的，學員們，精神拿出來！我知道，經過前面的震撼教育，你們腦袋裡可能塞滿了各種新觀念，有點消化不良。沒關係，這是正常現象。

所以今天，我們要慢下來，把第一堂課，也就是最重要的那堂課——「**靈魂拷問**」——給它拆開來、揉碎了，講到你就算半夜被叫起來，都能像背九九乘法表一樣朗朗上口。

準備好，我們要開始今天的旅程了！

1

你的網站，是「神棍」還是「神人」？

E-E-A-T 搞笑實戰指南

我們要專注在 **E-E-A-T**。我知道，這四個字母聽起來像某種新型病毒，或是美國中情局的秘密代號。但相信我，搞懂它，你的網站就能從「路邊攤」體質，直接三級跳，變成「米其林三星」等級的潛力股。

我：「來，同學們，誰能告訴我，E-E-A-T 分別是什麼？」

台下某位勇敢的同學 A：「呃...老師，是...經驗、專業、權威...還有...還有...T...T...踢足球？」

我：「哈哈哈哈哈！很好，至少你記得三個！同學，你很有潛力，但 Google 不看世界盃。那個 T 是 **Trustworthiness (信賴)**。沒關係，今天下課後，你這輩子都不會再忘記。」

你看，這就是問題所在。我們都知道這些詞，但感覺很空，很虛，不知道怎麼用。所以，我們今天不用這些文縷縷的詞。我們換個說法，一個你絕對懂的說法。

2025 年的 E-E-A-T，翻譯成白話文就是：

「你這個人，到底靠不靠譜？」

Google 現在就像一個準備要嫁女兒的老丈人，而你的網站，就是那個想娶他女兒的臭小子。老丈人會拿著放大鏡，從頭到腳，把你家世背景、人品、工作、存款...全部查個底朝天。E-E-A-T，就是老丈人的那份 **「女婿審核清單」**。現在，我們一項一項來攻克它。

2

第一關：經驗 (Experience)

你是「鍵盤俠」還是「實戰家」？

我：「同學們，問個問題。你想學『如何追到心儀的女生』，你會找誰問？」

A：一個母胎單身 30 年，但把所有戀愛理論書籍倒背如流的「愛情理論大師」。

B：一個長得普普通通，但成功交過 5 個女朋友，而且每次都和平分手的「鄰家情聖」。

全班（異口同聲）：「選 B 啊！」

我：「為什麼？理論大師懂的不是比較多嗎？」

同學 B：「老師，理論都是假的！實際去追，會遇到各種鳥事...這些書上都沒寫！只有真正追過的人，才知道那些眉眉角角！」

我：「賓果！完全正確！這，就是『經驗』的價值！」

Google 已經受夠了那些「愛情理論大師」型的網站。它們只是把網路上的資料東拼西湊，整理成一篇「看起來很完整」的文章，但裡面沒有任何「靈魂」。

所謂的靈魂，就是你親身經歷過的「鳥事」、「蠢事」、「爽事」和「私房秘技」。

3

【實戰案例教學：賣『帳篷』的網站】

✗ 鍵盤俠的寫法 (爛到掉渣)：

文章標題：《如何挑選帳篷》

內容：「挑選帳篷要注意防水係數、骨架材質、重量...」

圖片：全都是從供應商那裡拿來的、美美的、背景全白的「商品圖」。

老丈人模式：「哼，紙上談兵！你是不是連帳篷都沒搭過，只會複製貼上？」（審核分數：20 分，直接刷掉）

✓ 實戰家的寫法 (讓老丈人點頭如搗蒜)：

文章標題：《營地主人的真心話：我幫 1000 個人搭過帳篷後，泣血整理出的 5 個新手帳篷選購誤區》

內容開頭：「嘿，各位露營菜鳥！我叫阿德...過去五年，我親眼看過至少 20 次，新手夫妻因為搭帳篷吵到要離婚的慘劇...今天，我不是要賣你帳篷，我是要救你的命（和你的感情）。」

內容細節（這就是黃金！）：

- **分享「鳥事」：**「千萬別買那種標榜『3 秒快開』的拋帳！...這裡附上我當時拍的，它變成一坨『鹹菜乾』的悲慘照片（附圖）。」
- **提供「私房秘技」：**「很多人只看防水係數，我告訴你，那都是屁！你該看的是『縫線處有沒有壓膠條』！...直接拿到水龍頭底下沖 3 分鐘給你看！（附上 15 秒短影片）」
- **使用「第一人稱」照片/影片：**放上你本人在風雨中搭帳篷、在帳篷裡煮泡麵的照片。這些照片不用多美，但必須「真實」。

老丈人模式：「哎唷！不錯喔！這小子玩真的！他不是在賣東西，他是在分享他的人生。有意思！」（審核分數：85 分，列入考慮名單）

【經驗 Experience 技巧總結】

- ✓ **標題就要「秀資歷」：**《一個修了 500 台 iPhone 的工程師告訴你...》、《我減了 30 公斤後才明白的...》。
- ✓ **多用「我」這個字：**分享「我認為」、「我發現」、「我踩過的坑」。
- ✓ **曬出你的「證據」：**失敗的照片、手繪的草圖、做實驗的影片...這些都是你經驗的勳章。

經驗 (Experience) - 重點總結

✗ 鍵盤俠	✓ 實戰家
標題就要秀資歷 《如何挑選帳篷》	標題就要秀資歷 《營地主人泣血整理... 我幫1000人搭帳篷後...》
多用「我」分享 複製貼上，沒有靈魂	多用「我」分享 「我發現...」「我踩過的坑」 充滿鳥事與私房秘技
曬出「證據」 官方商品圖	曬出「證據」 真實失敗照、實測影片

5

第二關：專業 (Expertise)

你是「路邊大叔」還是「持牌專家」？

我：「好，我們繼續用『追女生』的例子。那位鄰家情聖，雖然經驗豐富，但他跟你說：『相信我，女生都喜歡霸道總裁，直接壁咚就對了！』你敢信嗎？」

同學 C：「老師...這要看臉吧...帥哥壁咚是浪漫，醜男壁咚是性騷擾啊！」

我：「說得太好了！你看，光有經驗還不夠，因為每個人的經驗可能是『特例』。這時候，我們就需要『專業』來做支撐。」

專業，就是那些有系統、有理論、有根據的知識。它讓你的經驗，從「**個人心得**」昇華成「**可信賴的方法論**」。

【實戰案例教學：講『投資理財』的部落格】

投資理財，是最需要「專業」的領域，因為講錯話是會害人家破產的。這種網站，我們稱之為 **YMYL (Your Money or Your Life)** 網站，Google 會用最高、最嚴格的標準來審核。

✗ 路邊大叔的寫法 (準備被告)：

作者簡介：「我是老王，股市打滾 20 年，獨創『老王流』K 線心法，跟著我買，穩賺不賠！」

內容：「我看這支股票的線圖，『黃金交叉』了，明天肯定漲！兄弟們，歐印 (All in) 啦！」

老丈人模式：「這是哪來的神棍？一點根據都沒有，就想騙我女兒的養老金？拖出去！」（審核分數：-100 分，永久黑名單）

6

✓ 持牌專家的寫法 (讓老丈人掏錢請你吃飯)：

1. 建立權威的「關於我」頁面：

- **作者簡介：**「我是賴家榮，擁有國際認證理財規劃顧問 (CFP) 執照（執照號碼：XXXXX），曾任職於 XX 銀行...」
- **秀出證據：**把你的 CFP 證書照片、名片、受邀演講簡報...全部放上去！

2. 內容有根據、可查證：

- **引用權威來源：**「根據諾貝爾經濟學獎得主 Harry Markowitz 的投資組合理論指出...」
- **數據佐證：**「我們回測了過去 20 年 S&P 500 指數的數據...（附上數據來源連結與自製圖表）」

3. 附上免責聲明：

- 在頁尾清楚標示「本文僅為資訊分享，不構成任何投資建議...」

老丈人模式：「哇！這小子不只會賺錢，還懂理論，更重要的是，他很誠實，知道要提醒風險！有肩膀、有擔當！女兒交給他，我放心！」（審核分數：95 分，可以約時間提親了）

【專業 Expertise 技巧總結】

- ✓ **打造「閃瞎狗眼的關於我」頁面：**把所有能證明你專業的豐功偉業，毫不客氣地全部放上去。
- ✓ **讓你的名字可以被 Google 到：**建立 LinkedIn、接受媒體專訪、發表學術論文...讓 Google 知道你是個咖。
- ✓ **引用、引用、再引用：**論點附上權威機構、學術研究、政府報告的連結，證明你不是信口開河。

專業 (Expertise) - 重點總結

✗ 路邊大叔

✓ 持牌專家

打造權威「關於我」

「我是老王，穩賺不賠」



打造權威「關於我」

證照、經歷、獎項
可被 Google 驗證的身份

引用、引用、再引用

「我看...」「我覺得...」



引用、引用、再引用

數據、研究、權威來源
附上連結供查證

誠實與風險

「兄弟們，歐印啦！」



誠實與風險

清楚的免責聲明

8

上半場，暫告一段落...

OK，上半場先到這裡。大家先去上個廁所，喝口水，消化一下。我們把最難的「經驗」和「專業」都搞定了。下半場，我們要來講更玄的「權威」和「信賴」，這兩關過了，你就可以準備封神了。

我：「有沒有問題？」

同學 A：「老師！如果我只是一個素人，沒有證照，也沒有顯赫的經歷，那我是不是就沒救了？」

我：「問得太好了！這正是我們下半場要解決的關鍵問題！素人，有素人的玩法！素人最大的武器，就是我們第一關講的——無可取代的『真實經驗』！一個分享自

己如何從 5000 元開始，一步步存到人生第一個 100 萬的素人，他的『經驗』價值，有時候比一個只會講理論的理財顧問還要高！」

關鍵在於，你要如何把你的「真實」，包裝得讓人「信賴」。

這個，我們下半場揭曉！

9

第三關：權威 (Authoritativeness)

你是「孤芳自賞」還是「眾人景仰」？

我：「好，歡迎回來！我們繼續剛才的『女婿審核』。現在這位臭小子（你的網站）有實際經驗（Experience）、有專業知識（Expertise），看起來好像很不錯了。但老丈人還是不放心，他會做什麼？」

同學 D：「他會去問街坊鄰居、親戚朋友，打聽這小子的風評！」

我：「完全正確！給這位同學一個讚！**權威，就是『別人口中的你』。**」

你自己說自己多棒，那叫自賣自誇。但如果是**有份量的人或機構**也說你棒，那才是真正的權威。

在網路上，這些「街坊鄰居」就是其他網站。而他們的「推薦」，就是所謂的「**反向連結 (Backlinks)**」。

【實戰案例教學：一個講『寵物訓練』的部落格】

這也是個 YMYL 相關領域，因為牽涉到毛小孩的健康與行為。

✖ 孤芳自賞的寫法 (自嗨型)：

你的部落格寫滿了你和家裡狗狗「阿福」的感人故事、訓練心得。內容很真實、很有愛。但所有的內容都只存在於你自己的網站，沒有人引用，沒有人討論。

老丈人模式：「這小子人是不錯，但好像沒什麼朋友？是不是人緣不好，還是...根本沒人認識他？」（審核分數：60 分，再觀察看看）

10

✓ 眾人景仰的寫法 (建立生態系)：

你除了寫好自己的內容，還做了以下幾件事：

- **被動引用 (高品質 Backlinks)：**你寫了一篇《破解狗狗吠叫的 5 大迷思》，因為內容太實用，被「台灣流浪動物保護協會」的官網文章引用，並附上你的文章連結。這就是一個**超高品質**的推薦票！
- **主動出擊 (Guest Posting)：**你主動聯繫知名的寵物雜誌網站，投稿一篇《新手飼主最常犯的 10 個錯誤》，並在作者介紹欄位放上你的部落格連結。
- **媒體曝光 (Media Mentions)：**你的故事或專業知識被網路新聞、電視節目報導。例如：新聞標題是《訓犬達人賴家榮，用愛與耐心改變惡犬》。
- **社群證明 (Social Proof)：**你的文章底下，有許多讀者留言感謝，分享他們照著你的方法成功改善寵物行為的案例。你在社群媒體上也被大量分享。

老丈人模式：「喔？不只隔壁老王，連里長、議員都稱讚這小子！看來是個有頭有臉的人物啊！我女兒跟他在一起，有面子！」（審核分數：98 分，婚期可以訂一訂了！）

【權威 Authoritativeness 技巧總結】

- ✓ **權威的核心是「被引用」**：努力創造會被其他權威網站（政府、學術機構、知名媒體）引用的內容。
- ✓ **從「素人」到「權威」**：這是最耗時的一步。素人可以從和其他部落客交換連結、到論壇或社群分享專業知識開始，慢慢累積聲量。
- ✓ **建立你個人的品牌**：讓你的名字或網站名稱，成為該領域的關鍵字。當大家想找寵物訓練資訊時，會直接搜尋「賴家榮訓犬」。

11

權威 (Authoritativeness) - 重點總結



12

第四關：信賴 (Trustworthiness)

你是「誠實可靠」還是「鬼鬼崇崇」？

終於來到最後一關，也是最重要的一關：信賴。

信賴，是 E-E-A 的總和。它像一個保護傘，籠罩著其他三個要素。你有再多的經驗、專業和權威，如果使用者覺得你的網站**不安全、不透明、不誠實**，他們會立刻轉頭就走，老丈人也絕對會把你踢出家門。

我：「想像一下，那個女婿候選人，各方面條件都很好，但就是講話閃爍其詞，問他住哪、電話幾號都支支吾吾。你會把女兒嫁給他嗎？」

全班：「當然不會！太可怕了！」

我：「對！網站也是一樣。鬼鬼崇崇的網站，誰敢相信？」

【實戰案例教學：任何一個『電商網站』】

電商網站是最需要信賴感的，因為你要讓使用者安心地掏出信用卡。

✗ 鬼鬼崇崇的網站 (使用者嚇到跑)：

- 網站沒有 **HTTPS** 加密（網址列沒有那個小鎖頭）。
- 找不到「關於我們」或「聯絡我們」的頁面，就算有，也只有一個 email 表單，沒有地址和電話。
- 退換貨政策、運費說明寫得不清不楚，甚至找不到。
- 網站設計充滿廉價感的彈出式廣告，看起來像中毒一樣。
- 商品評論區一片空白，或全是五星好評，看起來就很假。

✅ 誠實可靠的網站 (讓使用者安心下單)：

- **網站安全是基本：** 全站使用 HTTPS (SSL 憑證)，給使用者最基本的安全感。
- **透明的聯絡資訊：** 有一個清楚的「關於我們」頁面，介紹品牌故事。並提供**真實的公司地址、客服電話、營業時間**。讓使用者知道你不是空殼公司。
- **清楚的政策說明：** 購物流程、運費計算、退換貨政策、隱私權政策，都必須有獨立的頁面，並且寫得簡單易懂。
- **專業乾淨的設計：** 網站介面清爽、專業、載入速度快。沒有侵入性的廣告。
- **真實的顧客回饋：** 整合第三方評論系統 (如 Google Reviews)，或鼓勵顧客留下帶有照片的真實評論，就算是負評也不用刪，誠實回覆更能贏得信任。

老丈人模式：「這小子，身家清白，誠實可靠，對我女兒的一切規劃都公開透明，還買了保險（HTTPS）。好！沒問題了，這門親事，我准了！」（審核分數：100分！完美女婿！）

【信賴 Trustworthiness 技巧總結】

- ✓ **信賴是 E-E-A 的結果：** 把前面三項做好，信賴感自然會提升。
- ✓ **透明度是關鍵：** 不要隱藏任何資訊。你越是公開透明，使用者越是信任你。
- ✓ **網站安全是底線：** 在 2025 年，沒有 HTTPS 的網站基本上等於不存在。
- ✓ **使用者體驗 (UX) 就是信賴感：** 一個好用的網站，本身就會說話。

信賴 (Trustworthiness) - 重點總結

打造一個讓「老丈人」點頭的網站



網站安全 (Security)

安裝 SSL 憑證，全站啟用 HTTPS 加密



資訊透明 (Transparency)

清楚的「關於我們」、聯絡地址、電話



政策清晰 (Clear Policies)

退換貨、運費、隱私權政策一目了然



專業設計 (Professional UX)

介面乾淨、無侵入式廣告、真實的客戶評論

15

課程總結：從「神棍」到「神人」之路

好了，同學們，我們把 E-E-A-T 這隻怪獸徹底解剖了一遍。讓我們再回到最初的問題：

「你這個人，到底靠不靠譜？」

- **Experience (經驗)**：證明你真的做過，而不是道聽塗說。

- **Expertise (專業)**：證明你懂其中的原理，而不只是瞎貓碰到死耗子。
- **Authoritativeness (權威)**：證明有其他人（尤其是大咖）也認為你很行。
- **Trustworthiness (信賴)**：證明你誠實、透明、安全，值得託付。

對於我們這些「素人」來說，這條路可能很漫長，但並非遙不可及。我們的起點，就是最寶貴的資產——**真實的經驗**。從記錄你的第一個「鳥事」開始，把它變成有系統的「專業」分享，再勇敢地去和外界「權威」交流，最後用「信賴」的一切細節來打造你的網站。

你的網站，就是你在網路世界的人格。請用心塑造它。

16

Q & A

提問與交流時間

今天的內容就到這裡，感謝各位的參與！

E-E-A-T 不是一條捷徑，而是一張地圖，
指引我們建立真正有價值的網站。

17