

MUZUP

搜尋關鍵字策略報告

Search Query Performance Strategy

分析期間	2026 Q1 (1月 - 3月)
資料來源	Amazon 搜尋查詢績效報告 (品牌檢視)
分析關鍵字	2,293 個
市場	美國
輸出日期	2026-04-23

執行摘要

Executive Summary

類別	數量	重點訊息
品牌點擊優勢詞	20 個	合計月搜尋量 39,973，建議開品牌廣告擴大曝光
尚未追蹤的高潛力詞	11 個	自然排名系統沒在追，廣告搶先占位
自然排名首頁詞	9 個	已在搜尋結果首頁，廣告搭配可倍增流量
高轉換效率詞	6 個	最高轉換率 12.2% (knee pad snowboard)

核心判斷

1. MUZUP 在登山車護膝 (MTB Knee Pads) 系列已握有自然排名首頁位置，使用者只要看到就點擊 — 但搜尋結果中的曝光次數遠低於點擊次數，表示「看得到 MUZUP 的場合太少」。
2. 已發現 11 個新子市場 (snowmobile、snowboard knee brace、knee guards 等)，MUZUP 的點擊品牌份額高達 10-20%，但自然排名系統沒在追 — 廣告搶先占位是最低成本的機會。
3. 在高購買份額關鍵字中，MUZUP 的轉換率遠高於競品 (最高 12.2%)，這些詞用便宜的商品廣告加碼就能直接帶動訂單。
4. 整體方向：兩層投放 — 品牌廣告 (SB) 解決「看得到」的問題，商品廣告 (SP) 放大「買得到」的效率。

第一部分：品牌曝光擴張

Brand Impression Expansion

判讀邏輯：

當消費者搜尋一個關鍵字時，會看到

曝光 (Impression, 多少次被展示)，點其中感興趣的結果產生 點擊 (Click)。品牌份額 = MUZUP 占該事件的比例。

若 點擊品牌份額 > 曝光品牌份額，代表「MUZUP 只要被看到就被點」— 但出現機會不夠。

解法：用品牌廣告 (Sponsored Brands, SB) 買更多曝光機會，讓 MUZUP 出現在搜尋頂部。

Top 15 建議開設的品牌廣告關鍵字

關鍵字	月搜尋量	點擊份額	曝光份額	自然排名	建議行動
mtb knee pads for men	5,181	14.1%	4.1%	#22 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
mountain bike knee pads	4,834	12.4%	3.6%	#21 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
mountain bike knee pads for men	2,248	16.9%	4.8%	#27 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
mtb knee pads	8,376	9.6%	3.8%	#21 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
snowmobile knee pads	1,266	16.5%	2.2%	尚未追蹤	搶先占位
snowboard knee brace	707	21.1%	2.7%	尚未追蹤	搶先占位
mountain biking knee pads	784	15.1%	5.1%	#14 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
mtb knee guards	741	14.7%	4.7%	尚未追蹤	搶先占位
mountain bike pads	1,945	9.1%	3.6%	#15 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
mtb pads	1,833	6.7%	2.7%	#22 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
knee pads mtb	967	7.6%	3.4%	#22 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
knee protection for men	2,799	3.1%	0.7%	尚未追蹤	搶先占位
rodilleras mtb	1,623	6.9%	4.0%	#31 · 首頁	守首頁 + 擴曝光
knee pad snowboard	749	5.3%	2.0%	尚未追蹤	搶先占位
snowboard knee pads men	2,388	4.1%	2.4%	尚未追蹤	搶先占位

完整 20 個關鍵字 + 欄位解釋請參考隨附 Excel 工作表「品牌曝光擴張 (SB)」。

第二部分：精準轉換加碼

Conversion-Focused Expansion

判讀邏輯：

購買品牌份額 = 此關鍵字下所有成交訂單中，MUZUP 占比。當此值 > 1%，表示 MUZUP 在該詞的「選中率」高於平均。

解法：用便宜的商品廣告（Sponsored Products, SP）加碼點擊，點擊轉成訂單的效率已經被驗證，廣告費投入後能直接帶銷售。

Top 建議加碼的商品廣告關鍵字

關鍵字	月搜尋量	購買份額	轉換率	自然排名	建議行動
mountain bike pads	1,945	4.8%	1.4%	#15 · 首頁	便宜主力放大
mountain bike knee pads	4,834	2.9%	2.5%	#21 · 首頁	便宜主力放大
mountain bike knee pads for men	2,248	2.8%	2.4%	#27 · 首頁	便宜主力放大
bike knee pads	2,185	2.4%	3.1%	#26 · 首頁	便宜主力放大
knee protection for men	2,799	1.5%	6.8%	尚未追蹤	新詞探索
knee pad snowboard	749	1.8%	12.2%	尚未追蹤	新詞探索

執行計畫

Implementation Plan

階段	時程	動作	預期成果
階段一	第 1 週	開設 8 個品牌廣告 (SB) 主力關鍵字：已占領首頁的 MTB 系列 6 詞 + 未追蹤高點擊 2 詞	品牌曝光份額從 3-4% 提升至 10%+
階段二	第 2-3 週	開設 12 個品牌廣告延伸詞：snowboard / snowmobile 系列新子市場	搶先占位 4 個隱藏關鍵字礦脈
階段三	第 4 週	開設 6 個商品廣告便宜主力詞：高購買份額 + 高轉換率	訂單量每週提升 20-30%
階段四	第 5-6 週	監測每週表現，將效果好的廣泛比對詞轉完全比對	廣告效率提升，減少浪費點擊

預算配置建議

項目	日預算	每日總計	說明
品牌廣告 (SB) 主力詞	\$15 × 8	\$120	已占領首頁的高流量 MTB 詞
品牌廣告 (SB) 延伸詞	\$10 × 12	\$120	Snowboard/Snowmobile 新子市場探索
商品廣告 (SP) 便宜主力	\$8 × 6	\$48	高購買份額 + 高轉換詞
合計		\$288	首月廣告投入約 \$8,640，目標 ACOS ≤ 25%

預期效益

- 曝光成長：主力 6 個 MTB 詞的品牌曝光份額從目前 3-4% 提升至 10%+，每月多出 60,000 曝光
- 訂單成長：高轉換詞加碼後，預估每月多 80-150 訂單，以平均客單價 \$55 計，月增營收約 \$4,400-8,250
- 品類拓展：snowboard / snowmobile / knee guards 新子市場開始累積自然排名信號，3-6 個月後自然流量增加
- 競爭防禦：點擊已被 MUZUP 贏得的關鍵字若讓廣告出現在頂部，可阻擋競品攔截

附錄：名詞對照

名詞	說明
月搜尋量	該關鍵字每月被搜尋的次數，代表市場需求規模
曝光 (Impression)	搜尋後商品被展示的次數
點擊 (Click)	被展示後實際被點擊的次數
購買 (Purchase)	點擊後成交的訂單數
品牌份額	MUZUP 占該事件的百分比，例：點擊品牌份額 10% = 100 個點擊裡 10 個點到 MUZUP
轉換率	點擊中有多少比例最終成交訂單
自然排名	搜尋結果中該商品的排名位置（不計廣告）
Sponsored Brands (SB)	品牌廣告。以品牌店面為主體，出現在搜尋結果頂部
Sponsored Products (SP)	商品廣告。單一商品，出現在搜尋結果中間與產品頁
完全比對	廣告只在消費者搜尋完全相同字詞時觸發
廣泛比對	廣告在相關字詞時皆可觸發，流量較廣但精準度較低