

SEO

101

เครื่องมือไม่ลับ
ดันเว็บติดอันดับแรก

เผยความลับการทำ SEO
สู่เส้นทางความสำเร็จ
ด้านการตลาดออนไลน์
และเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจคุณ



คีวัฒน์ ทองช่วง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลเว็บไซต์ของ Google
เจ้าของเพจ "รับทำ Backlink SEO คุณภาพสูง by Pompom"

01	SEO เครื่องมือไม่ลับ สำหรับคนทำเว็บ	13
1.1	Search Engine คืออะไร ?	14
1.2	เข้าใจหลักการทำงาน Search Engine	16
1.3	Search Engine ในมุมมองผู้ค้นหา และความสำคัญต่อธุรกิจ	17
	Search Engine ในมุมมองผู้ค้นหา ความสำคัญต่อธุรกิจ	17
	ความสำคัญต่อธุรกิจ	18
1.4	SEM VS SEO	19
	SEM คืออะไร ?	19
	SEO คืออะไร ?	21
1.5	ข้อแตกต่างระหว่าง SEM และ SEO	23
1.6	ทำไมเราถึงต้องทำ SEO ?	24
	ปัญหาที่พบ...หากไม่ทำ SEO	24
02	เตรียมพร้อมก่อนเริ่มทำ SEO	27
2.1	ไม่ใช่โปรแกรมเมอร์ทำ SEO ได้ไหม ?	28
2.2	ก่อนเริ่มต้นทำ SEO	28
	วางเป้าหมายทำเว็บไซต์	29
	สร้างเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (CMS)	29
	รู้จัก Domain Name และ Hosting	31

2.3	แผนการทำ SEO ให้สำเร็จ	33
2.4	ติดตั้งโปรแกรมวัดผล Google Search Console	34
	วิธีติดตั้ง Google Search Console	35
	สิ่งที่ควรรู้เมื่อติดตามผลการทำ SEO	40
2.5	ติดตั้งโปรแกรมวัดผล Google Analytics 4	42
	วิธีติดตั้ง Google Analytics 4	43
	วัดผลลัพธ์ของการทำ SEO	50

03

ปรับ On-Page SEO ให้เป็นที่รักของ Google 53

3.1	รู้จัก On-Page SEO	54
	On-Page SEO คืออะไร ?	54
3.2	เช็กลิสต์องค์ประกอบ On-Page SEO	55
3.3	ตั้งชื่อ Domain Name อย่างไรให้โลกจดจำ	56
	ตั้งชื่อ URL เว็บไซต์	56
	ตั้งชื่อ URL เนื้อหา	59
3.4	Title Tags & Meta Description ทำง่าย	
	แต่คนชอบมองข้าม	62
	ตั้งชื่อ Title Tags แบบไหนดี	62
	เขียน Meta Description ให้โดน	65
3.5	Site Structure ดี ๆ คนชอบบอาก็ชอบ	68
	ทำความรู้จัก Site Structure	68
	เชื่อมโยงหน้าเว็บไซต์ด้วย Internal Link	69
	External Link และ Backlinks คืออะไร ?	70
	Site Structure ที่ดีเป็นแบบไหน ?	71

รูปแบบของ Site Structure 72

ขั้นตอนการออกแบบ Site Structure 77

04 Content ในเว็บสำคัญไฉน 79

4.1 Content กับ SEO 80

4.2 Content มีกี่รูปแบบ 81

Evergreen Content (มีคุณค่า) 81

Tropical Content (มาไวไปไว) 83

เลือกทำ Content แบบไหนดี ? 84

4.3 เขียน Content ให้มีคุณภาพ 85

กำหนดหัวข้อบทความ 85

วิเคราะห์ Keyword ที่ใช้ในเนื้อหา 86

วางโครงสร้างบทความ 86

เคล็ดลับเขียนบทความ 89

ใส่รูปประกอบพร้อมทำ SEO 90

ใช้สกุลไฟล์ภาพที่เหมาะสม 95

กำหนดขนาดรูปภาพตามแพลตฟอร์ม 95

วางรูปให้สัมพันธ์กับเนื้อหา 96

ใส่ลิงก์เชื่อมโยงในบทความ 96

ใส่ชื่อหัวเรื่องและคำอธิบายเนื้อหา 96

ตั้งชื่อ URL ของเนื้อหาให้เหมาะสม 97

ตรวจสอบความถูกต้องก่อนลง Content 97

แฮร์ Content ลงช่องทางต่าง ๆ 97

05	Keyword ดีมีชัยไปกว่าครึ่ง	99
5.1	Keyword กับ SEO	100
	Keyword คืออะไร...สำคัญตรงไหน ?	100
	หลักการเลือก Keyword	101
	ความสำคัญของการเลือก Keyword	102
5.2	รู้จัก Keyword แต่ละชนิด	103
	Generic Keyword	103
	Niche Keyword	104
	Brand Keyword	104
	Long Tail Keyword	105
5.3	เจาะลึก Keyword หางยาว (Long-Tail Keyword)	106
	Keyword ที่ Google ชอบ	107
	ข้อควรระวังจำเป็นต้องรู้	107
5.4	ทำความเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการผ่าน Search Intent	108
	Informational (ค้นหาเพื่อหาข้อมูล)	108
	Navigational (ค้นหาเพื่อนำทางไปยังเว็บไซต์)	109
	Commercial Investigation (ค้นหาเพื่อการตัดสินใจ)	109
	Transactional (ค้นหาเพื่อจะซื้อ)	110
5.5	ใช้โปรแกรมหา Keyword สุดเจ๋ง !	110
	Google Keyword Planner	111
	Ubersuggest	112
	Ahrefs	113
	KWFinder	114
	การค้นหาที่เกี่ยวข้อง (Google Related Searches)	115

5.6	หา Keyword ที่ใช้...ง่ายกว่าที่คิด	116
	สมัคร Google Ads ก่อน	116
	ใช้งาน Google Keyword Planner	119
	ใช้งาน Ubersuggest	123

06 **อยากให้โลกรู้จัก ห้ามลืมทำ Local SEO** 127

6.1	รู้จักกับ Local SEO	128
	Local SEO คืออะไร ?	128
	ประโยชน์ของ Local SEO ต่อธุรกิจ	130
6.2	สร้างโปรไฟล์ธุรกิจ Google Business Profile	131
	เริ่มสร้างโปรไฟล์ธุรกิจ	132
	เลือกประเภทธุรกิจ	133
	ยืนยันตัวตนธุรกิจ	140
	กำหนดค่าโปรไฟล์ของธุรกิจ	141
6.3	แนวทางการทำ Local SEO	145
	ปรับแต่งโปรไฟล์ธุรกิจ	145
	ใส่รีวิวร้านลง Google Business Profile	146
	ปรับแต่งเนื้อหาบนเว็บไซต์	147
	ปรับ Title Tags และ Meta Description	147

07 **กลยุทธ์การทำ Backlink ให้เว็บของเราเป็นที่หนึ่ง** 149

7.1	ทำความเข้าใจ Backlink	150
	Backlink คืออะไร ?	150
	ประโยชน์ Backlink ต่อการทำ SEO	152
	Backlink ที่มีคุณภาพเป็นแบบไหน ?	153

7.2	ประเภทและรูปแบบ Backlink	156
	DoFollow และ NoFollow	156
	ประเภทของ Backlink	158
	รูปแบบของ Backlink	159
	Content vs Backlink	161
7.3	แนวทางการทำ Backlink	162
	วิเคราะห์เว็บไซต์คู่แข่ง	162
	เขียน Content มีคุณภาพ	163
	สร้าง Resource เพื่อแจกฟรี	163
	เขียนบทความให้เว็บอื่นแบบฟรี ๆ	164
7.4	Backlink ยิ่งทำยิ่งดีจริงหรือเปล่า ?	164

08

	Technical SEO เรื่องน่ารู้ของมือใหม่	167
8.1	Technical SEO คืออะไร ?	168
8.2	ติดจรวดให้เว็บไซต์ โหลดเร็วจน Google รัก	169
	วัดความเร็วเว็บไซต์อย่างไร ?	169
	สาเหตุหลักทำให้เว็บไซต์โหลดช้าลง	170
	PageSpeed Insights วัดคะแนนความเร็วการโหลด	171
	ปรับความเร็วให้เว็บไซต์	174
8.3	ออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะกับอุปกรณ์เคลื่อนที่	
	Mobile Friendly	176
	ตรวจสอบเว็บไซต์ว่าเป็น Mobile Friendly หรือไม่	177
	เคล็ดลับทำให้เว็บไซต์ Mobile Friendly	179
	หากเว็บไม่ได้เป็น Mobile Friendly	180

8.4	แก้ปัญหา 404 Not Found	181
	ตรวจหาหน้าเว็บเพจ 404 Not Found	182
	แก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธี 301 Redirect	186
	แก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธี 410 Redirect	195
	แก้ปัญหา Error Page อย่างมีสไตล์	197
8.5	HTTPS มีผลต่อการทำ SEO	200
	รู้จักโพรโทคอล HTTPS และ HTTP	200
	เปลี่ยน HTTP เป็น HTTPS	202
	ข้อควรระวังหลังเปลี่ยนเป็น HTTPS	204
8.6	Canonical Tag เครื่องมือสำคัญทำ SEO	204
	Canonical Tag สำคัญไฉน ?	204
	หลักการทำงาน Canonical Tag	205
	ลักษณะเว็บไซต์ที่ควรใช้ Canonical Tag	206
	วิธีใส่ Canonical Tag	207
	ตรวจสอบ Canonical Tag	208
	ข้อควรระวังก่อนทำ Canonical Tag	209
8.7	เจาะลึก Core Web Vitals	211
	Largest Contentful Paint (LCP)	212
	First Input Delay (FID)	213
	Cumulative Layout Shift (CLS)	214

09	สร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง กับเทคนิควิเคราะห์คู่แข่ง	215
9.1	ซีป้า ! เครื่องมือวิเคราะห์คู่แข่ง	216
	วิเคราะห์ผ่าน Ubersuggest	216
	วิเคราะห์ผ่าน Ahrefs	217
	วิเคราะห์ผ่าน SimilarWeb	217
	วิเคราะห์ผ่าน SEOquake	218
	วิเคราะห์ผ่าน Wappalyzer	220
9.2	ส่องเว็บไซต์คู่แข่ง ควรดูอะไรบ้าง ?	222
	On-page SEO	222
	Backlink	222
	Traffic Rank	226
	Mobile Friendly	228
	Page Speed	228
	อายุโดเมน (เว็บไซต์)	228
	บทส่งท้าย...จาก 100 ไปถึง 1	231

0

1

**SEO เครื่องมือไม่ลับ
สำหรับคนทำเว็บ**

2

1.1 Search Engine คืออะไร ?

เมื่อก่อนเวลาเรามีคำถามหรือข้อสงสัยอะไร ถ้าไม่หาคำตอบจากหนังสือ อาจไปสอบถามกับผู้ที่มีความรู้เรื่องนั้นโดยตรง กว่าจะได้คำตอบที่ต้องการก็ใช้เวลาค่อนข้างนาน ไม่เหมือนในปัจจุบันที่เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ง่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้การค้นหาสิ่งที่อยากรู้ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป เพียงพิมพ์คำถามหรือสิ่งที่อยากรู้ผ่านหน้าเว็บไซต์ แค่นี้ก็ได้คำตอบออกมาแล้ว

เว็บไซต์ที่คนส่วนใหญ่นิยมเข้าไปค้นหาคำตอบ แน่ใจว่าต้องเป็น Google หรืออากู๋นั่นเอง ไม่ว่าจะคุณจะทำอะไรหรือทำงานเกี่ยวกับอะไรก็ตาม นั่นทำให้ Google เป็นช่องทางชั้นยอดที่ช่วยต่อยอดธุรกิจของคุณ และเพิ่มรายได้ให้แก่ใครหลาย ๆ คน

“

แล้ว Search Engine คืออะไร ?
เกี่ยวข้องกับ Google อย่างไร ?
เจ้าสิ่งนี้มีความสำคัญหรือมีประโยชน์
กับธุรกิจของเราอย่างไร ?

”

“*Search Engine*” เป็นเครื่องมือหรือโปรแกรมสำหรับค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้ค้นหาต้องการทราบบนโลกอินเทอร์เน็ต ในปัจจุบันมี Search Engine ให้เลือกใช้งานมากมายหลายโปรแกรม แต่มีอยู่ 5 โปรแกรมที่คนนิยมใช้กันมากที่สุด คือ

1.4 SEM VS SEO

วิธีช่วยให้หน้าเว็บไซต์ติดอยู่ในอันดับแรก ๆ จากการค้นหา ปัจจุบันมีอยู่ 2 รูปแบบที่นิยมใช้ คือ SEM และ SEO

The screenshot shows a Google search for 'รถยนต์ไฟฟ้ามือสอง'. The results include:

- SEM (Search Engine Marketing):**
 - Advertisement for 'ORA Good Cat - GWM ช่วยผ่อน 30,000 บาท* - Future Ready' with a yellow highlight 'ได้รับการสนับสนุน'.
 - Advertisement for 'รถยนต์ ต้องที่ CARSOME - รถบ้านสภาพเยี่ยมที่ CARSOME' with a yellow highlight 'ได้รับการสนับสนุน'.
- SEO (Search Engine Optimization):**
 - Organic result for 'รถยนต์ EV มือสอง สภาพดี เลือกได้ที่นี่ - Kaidee Auto' with a yellow highlight 'รถยนต์ EV มือสอง'.
 - Organic result for 'ซื้อขายรถยนต์ไฟฟ้า EV มือสอง รถบ้านเจ้าของขายเอง ราคาดีที่สุดใน ...' with a yellow highlight 'รถยนต์ไฟฟ้า EV'.

SEM คืออะไร ?

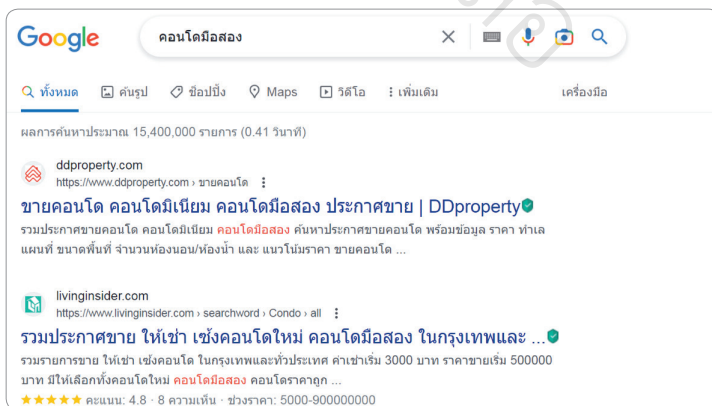
“SEM” ย่อมาจาก Search Engine Marketing หมายถึง การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ตด้วยสิ่งที่เรียกว่า Search Advertising หรือ การซื้อโฆษณาจากทาง Google ซึ่งจะเรียกว่า Google Ads ก็ได้ (ซื้อผ่านบัญชี Google Ads ที่ลงทะเบียนเอาไว้แล้วได้เลย)

จุดเด่นของการทำ SEM

ด้วยวิธี SEM ส่งผลให้เว็บไซต์ของเราสามารถติดอันดับแรก ๆ ของ Google ได้ทันทีหลังจากชำระเงิน แต่หากหยุดชำระเงินเมื่อไร ก็หมายความว่า เว็บไซต์ของเราจะกลับไปอยู่ลำดับเดิมตามการจัดลำดับของ Google เช่นกัน นั่นทำให้การทำ SEM เพียงอย่างเดียวไม่ตอบโจทย์กับคนที่อยากทำเว็บไซต์ให้อยู่อันดับแรก ๆ ในระยะยาวด้วยเงินทุนจำกัดได้

SEO คืออะไร ?

“SEO” ย่อมาจาก Search Engine Optimization เป็นวิธีการทำการตลาดออนไลน์ผ่าน Google เช่นเดียวกับ SEM ที่มีเป้าหมายให้เว็บไซต์ติดอันดับแรกผ่านคำหรือ Keywords ที่ต้องการ ต่างกันตรงที่ SEO ไม่ได้เป็นการซื้อโฆษณาที่มีค่าใช้จ่ายรายครั้ง แต่เป็นการทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพในด้านต่าง ๆ เช่น โครงสร้างเว็บไซต์ เนื้อหาคอนเทนต์ ไปจนถึงการทำ Backlink เพื่อให้ตัวเว็บไซต์มีโอกาสติดอันดับที่ดีขึ้นบน Google แทน



Q เว็บไซต์ติดอันดับด้วยการทำ SEO

1.6 ทำไมเราถึงต้องทำ SEO ?

จากจุดเด่นของ SEO ที่กล่าวไป นอกจากจะประหยัดค่าใช้จ่ายด้านโฆษณา เพื่อให้เว็บติดอันดับแล้ว การทำ SEO สามารถเพิ่มการมองเห็น เพิ่มการเข้าถึงของลูกค้าที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มโอกาสสร้างยอดขาย และยังเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจหรือร้านค้าของผู้อ่านด้วย

นอกจากนี้ข้อมูลสถิติของผู้ใช้งาน Google บอกว่า มีผู้ค้นหามากกว่าครึ่งเลือกจะเลื่อนผ่านเว็บไซต์ที่ติดอันดับผ่านการโฆษณาไป แล้วคลิกเว็บไซต์อันดับแรก ๆ ที่มาจากการทำ SEO แทน นั่นหมายความว่าเว็บไซต์ที่ทำ SEO จนติดอันดับดี ๆ มีโอกาสเข้าถึงลูกค้าในจำนวนมาก โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเลย



🔍 ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มียอดเข้าถึงมากขึ้นผ่านการทำ SEO

ปัญหาที่พบ...หากไม่ทำ SEO

ถ้าคุณเลือกไม่ทำ SEO เลยจะเป็นอย่างไร ? เว็บไซต์ของคุณอาจเจอกับปัญหาเหล่านี้ได้ ทั้งถูกลดความสำคัญ เสียโอกาสทางธุรกิจ หรือเสียค่าใช้จ่ายโฆษณาเพิ่ม

SEO นับเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และควรทำให้กับเว็บไซต์ของตัวเองมาก ๆ แต่การทำให้เว็บไซต์ของเราได้โฆษณาฟรีตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านการติดอันดับค้นหาดี ๆ บน Google มีรายละเอียดอีกหลายอย่าง และใช้เวลานานพอสมควร อย่างน้อยประมาณ 6 เดือน ถึงจะเริ่มเห็นผล

2



**ปรับ On-Page SEO
ให้เป็นที่รักของ Google**



4

3.1 รู้จัก On-Page SEO

ในบทนี้เราจะเริ่มต้นทำ SEO ด้วยการปรับแต่งองค์ประกอบภายในเว็บไซต์ ที่ถือเป็นหัวใจการทำ SEO กัน โดยมีหลายเรื่องจำเป็นต้องรู้ เพื่อปรับแก้ได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านเห็นภาพมากขึ้น เรามารู้จัก On-Page SEO ก่อนดีกว่า

On-Page SEO คืออะไร ?

“

On-Page คือ ทุกสิ่งที่ผู้เข้าชมจะเห็นบนหน้าเว็บไซต์
On-Page SEO คือ การทำ SEO โดยมุ่งเน้นไปที่การปรับ
องค์ประกอบและเนื้อหาภายในเว็บไซต์ เพื่อช่วยให้ผู้ที่กำลัง
ค้นหา เจอคำตอบที่ต้องการได้ง่ายขึ้น

”

เบื้องต้นการปรับ On-Page SEO นั้น จะเริ่มตั้งแต่การตั้งชื่อเว็บไซต์ เขียนคำอธิบายเว็บไซต์ให้ผู้เข้าชมเข้าใจได้ง่าย และรู้ว่าอาจมีคำตอบที่กำลังตามหาอยู่ ปรับแต่งหน้าเว็บไซต์ให้ดูสวยงามน่าสนใจ เนื้อหาตอบโจทย์ผู้เข้าชม หรือเลือกใช้ Keyword ภายในเว็บไซต์ให้เหมาะสม

ขณะเดียวกันการทำ On-Page SEO ยังช่วยให้ Google รู้จักและเข้าใจสิ่งที่เว็บไซต์ของเรากำลังทำอยู่ ส่งผลต่อการจัดอันดับโดยตรง ให้ขึ้นไปอยู่เหนือคู่แข่งอันดับต้น ๆ ได้ โดยบอตของ Google จะจัดอันดับจากการวิเคราะห์คุณภาพเว็บไซต์ผ่านปัจจัยหลักทั้งหมด 3 ข้อ คือ

1. **เข้าใจง่าย (Usability)** เข้าถึงหรือค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ได้สะดวก
2. **ความเกี่ยวข้อง (Relevance)** เนื้อหาที่นำเสนอเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ และเกี่ยวข้องกับคำที่ผู้ใช้งานบน Google ค้นหา
3. **คุณภาพ (Quality)** เนื้อหาและหน้าเว็บมีคุณภาพ

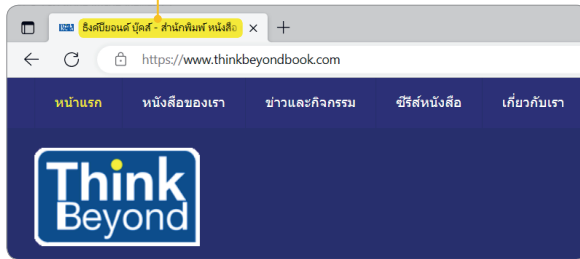
3.2 เช็กลิสต์องค์ประกอบ On-Page SEO

การปรับหน้าเว็บไซต์ให้ตอบโจทย์ปัจจัยหลักทั้ง 3 ข้อของบอต Google ทำได้หลายวิธีและมีหลายองค์ประกอบมาก ๆ แต่เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย ผู้เขียนขอเริ่มต้นด้วยการทำเช็กลิสต์ 5 ข้อสำคัญ ก่อนลงลึกเนื้อหาในแต่ละองค์ประกอบต่อไป (ในบทนี้จะอธิบายถึงสามหัวข้อแรก อีกสองหัวข้อจะยกไปพูดบทถัด ๆ ไป)

● ● ●
↑

1. **Domain Name** ชื่อเว็บไซต์เป็นสิ่งแรกที่คุณค้นหา มองเห็น ดังนั้นการตั้งชื่อให้เหมาะสมถือเป็นสิ่งแรกที่คุณจำเป็นต้องทำ อาจดูเป็นขั้นตอนที่ง่ายที่สุด แต่การตั้งชื่อตามหลัก SEO มีรายละเอียดที่ลึกกว่านั้นมากครับ
2. **Title Tags & Meta Description** ชื่อหัวเรื่องและคำอธิบายเนื้อหาเป็นอีกจุดที่ช่วยบอกผู้ค้นหาว่าเว็บไซต์ของเรามีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร ถ้ากดเข้าไปจะพบคำตอบที่ตัวเองกำลังตามหาหรือไม่ ซึ่งการเขียนชื่อหัวเรื่องและคำอธิบายให้เหมาะสมสอดคล้องกัน ช่วยดึงดูดผู้เข้าชมได้มากกว่าที่คิด
3. **Site Structure "โครงสร้างเว็บไซต์ดี ก็มีชัยไปกว่าครึ่ง"** หากใครทำโครงสร้างเว็บไซต์ได้ถูกต้อง นอกจากจะประสบความสำเร็จในการทำ SEO แล้ว ยังช่วยให้ผู้เข้าชมใช้งานได้สะดวกด้วย
4. **Content** การลงเนื้อหาหรือบทความบนเว็บไซต์ มีหลักการเขียนที่ช่วยตอบใจห้ทั้งผู้ค้นหาและส่งผลกระทบต่อการจัดอันดับ โดยนอกจากตัวเนื้อหาที่ดีแล้ว ความยาวของเนื้อหา รูปประกอบ และการจัดวาง ถือเป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน
5. **Keyword** การเลือกคำหรือข้อความเพื่อนำมาใช้ในเนื้อหา ถือว่ามีความสำคัญมาก ๆ เหมือนกัน เพราะผู้เข้ามาเยี่ยมชมจะตรงกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งเป้าเอาไว้หรือไม่ ขึ้นอยู่ที่ขั้นตอนนี้เลย

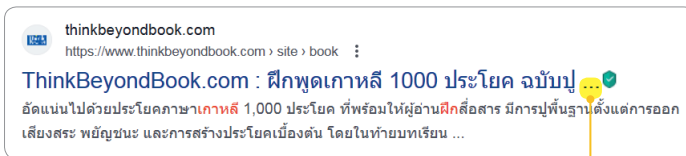
Title Tags บนแท็บเบราว์เซอร์



Title Tags เวลาแชร์ไปช่องทางอื่น ๆ

วิธีเขียน Title Tags ที่เหมาะสม

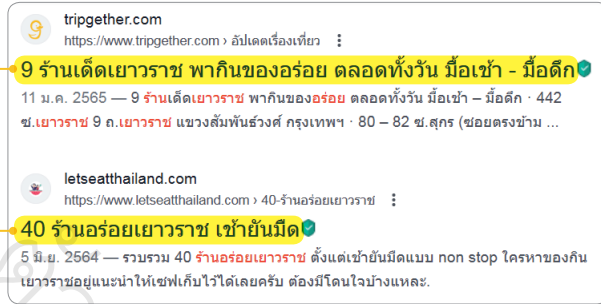
1. **อย่าเขียนยาวเกินไป** ค่าเฉลี่ยจำนวนคำที่เหมาะสมควรยาวไม่เกิน 60 ตัวอักษร เนื่องจากการเขียนที่ยาวเกินไป อาจทำให้ข้อความส่วนที่เขียนเกินมาแสดงไม่ครบได้



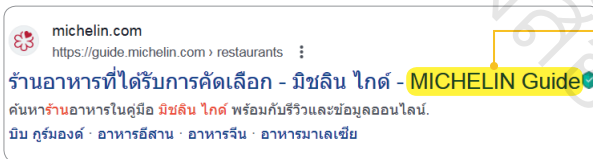
Title Tags เขียนยาวเกินจนแสดงไม่ครบ

2. เขียนให้มีความหมายครอบคลุมเนื้อหา เรียกว่าทั้งหมดของเว็บไซต์หรือหน้า Content เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจว่าเนื้อหาเว็บไซต์เกี่ยวข้องกับอะไร

Title Tags
ที่เขียน
ครอบคลุม
เนื้อหา



3. ใส่ชื่อแบรนด์หรือธุรกิจของคุณต่อท้าย ต่อเนื่องจากชื่อที่แล้ว หากยังมีจำนวนตัวอักษรในการเขียนเหลือ ผู้เขียนแนะนำให้ใส่ชื่อแบรนด์หรือธุรกิจของคุณต่อท้าย Title Tags ไปด้วย โดยอาจใส่เครื่องหมาย - หรือเครื่องหมาย | คั่นเอาไว้ก่อนใส่ชื่อ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถแยกออกได้อย่างชัดเจน

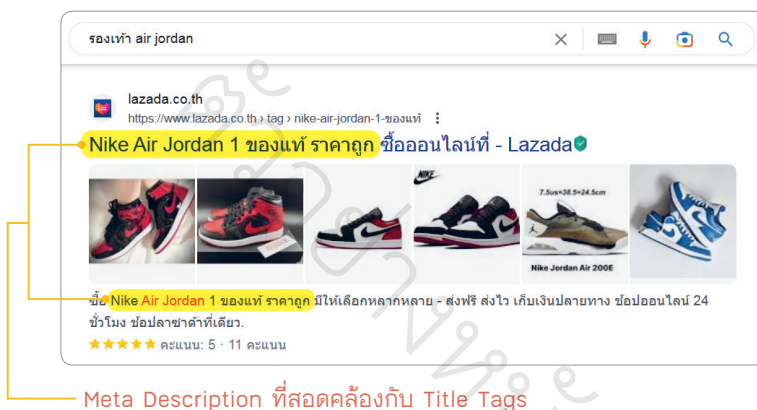


Title Tags
ที่ใส่ชื่อแบรนด์
ต่อท้าย

4. เขียนให้น่าสนใจ ควรเขียน Title Tags ให้ตรงประเด็นกับสิ่งที่ผู้ค้นหาต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องเขียนเนื้อหาสำคัญทั้งหมด เพื่อไว้ดึงดูดให้คนอยากคลิกเข้ามาอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมในเว็บไซต์ต่อ

วิธีเขียน Meta Description ที่เหมาะสม

1. **เขียนให้สอดคล้องกับ Title Tags** ไม่ว่าจะเขียนเป็น Meta Description หรือ Keyword เพื่อเพิ่มโอกาสที่ผู้ค้นหาจะคลิกเข้าเว็บไซต์ของเรามากขึ้น เพราะหากใส่ Meta Description ไม่สอดคล้องกับชื่อหัวเรื่องที่ตั้งไว้ อาจสร้างความสับสนให้ผู้ค้นหาจนส่งผลต่อการตัดสินใจคลิกเข้าไปชมได้



2. **เขียนให้มีความยาวเหมาะสม** จำนวนข้อความที่เหมาะสมคือไม่เกิน 150 ตัวอักษร ซึ่งเหมือนกับการเขียนชื่อหัวเรื่อง หากใส่ Meta Description ที่มีความยาวมากเกินไป อาจถูก Google ตัดคำส่วนเกินออก จนทำให้ระบบแสดงผลเนื้อหาไม่ครบ
กลับกันการใส่ Meta Description ที่สั้นเกินไปก็ไม่ใช่อะไรดี เช่น เว็บไซต์ธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องดนตรีที่ใส่แค่คำว่า “กีตาร์” หรือ “ขายกีตาร์” หัวน ๆ ไม่มีคำอธิบายอื่น ๆ เพิ่มเติม แบบนี้นอกจากไม่ช่วยในการจัดอันดับเว็บไซต์ ยังดูไม่มีเสน่ห์และไม่น่าคลิกเข้าไปอ่านด้วย

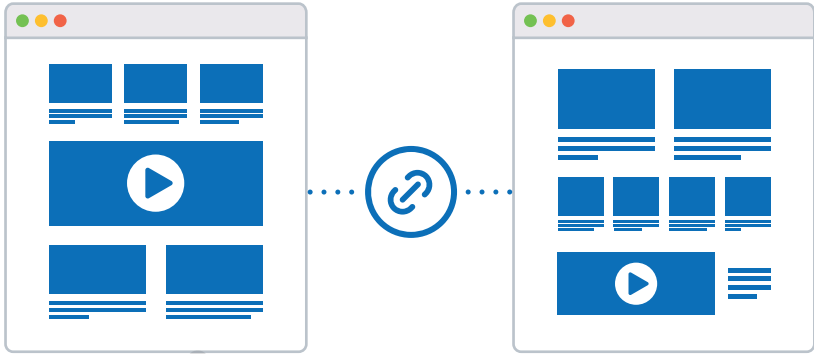
3.5 Site Structure ดี ๆ คนชอบบอตก๊ชอบ

มาถึงเช็กลิสต์ข้อที่ 3 เรื่องการออกแบบ Site Structure หรือโครงสร้างเว็บไซต์ให้เหมาะสม ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลลัพธ์การทำ SEO ของเราประสบความสำเร็จได้เลย ดังนั้นการเรียนรู้วิธีออกแบบ Site Structure ที่ถูกต้องจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ไม่ว่าจะคุณจะเป็นมือใหม่ในการทำเว็บไซต์หรือไม่ก็ตาม

ทำความเข้าใจ Site Structure

ก่อนเรียนรู้การออกแบบ เรามาทำความรู้จักความหมายจริง ๆ ของ Site Structure ก่อนดีกว่า เจ้านี้เปรียบเสมือนแผนที่ที่คอยบอกผู้เข้ามาชมเว็บไซต์และบอตของ Google ว่าเว็บไซต์ของเรามีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร แต่ละเนื้อหาเชื่อมโยงถึงกันอย่างไร ทำให้ทั้งผู้เข้าชมและบอตเข้าใจได้ง่ายขึ้น หากทำให้ออกมาสมบูรณ์เท่าไร ยิ่งมีความสำคัญหลายอย่างกับผู้ค้นหาและบอต ไม่ว่าจะเป็น

1. **ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับผู้เข้าชม** Site Structure ที่ดีช่วยให้ผู้มาเยือนสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย ครบถ้วน สะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้กลับมาเข้าชมซ้ำได้ ถ้าเว็บไซต์ของเราเป็นเช่นนั้น ก็ส่งผลโดยตรงต่อการจัดอันดับในการค้นหา เนื่องจาก Google ให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานของผู้เข้าชมเว็บไซต์นั่นเอง
2. **ช่วยให้บอต Google รู้จักเว็บไซต์มากขึ้น** ใ้โครงวาง Site Structure ที่ดีก็เหมือนมีแผนที่และไกด์คอยนำทางให้ เวลาบอตเข้ามาเก็บข้อมูลเว็บไซต์ของเรา ทำให้เก็บข้อมูลได้ครบถ้วนและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น



Q Backlinks ที่เชื่อมไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ

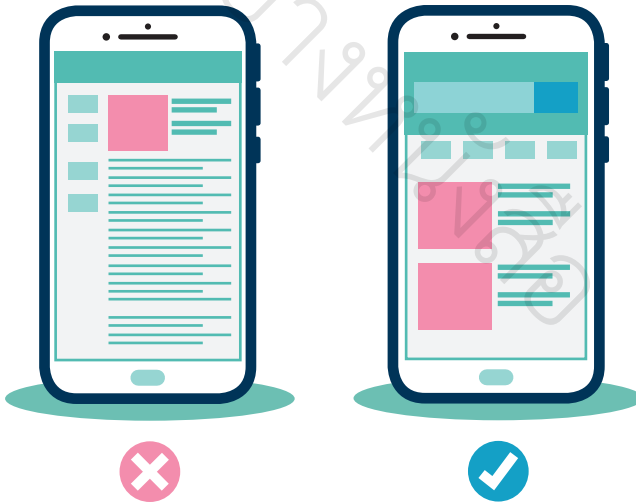
Site Structure ที่ดีเป็นแบบไหน ?

ตรงนี้ควรออกแบบ Site Structure ให้เหมาะสมตั้งแต่แรก เพื่อง่ายต่อการใช้งานและปรับแก้ในอนาคต โดยควรประกอบด้วย

1. **จัดกลุ่มเนื้อหา** นำเนื้อหาที่เป็นเรื่องเดียวกันหรือเกี่ยวข้องมารวมไว้ด้วยกัน
2. **จัดลำดับชั้นการนำเสนอ** เรียงลำดับชั้นของเนื้อหาจากภาพรวม ไปยังเนื้อหาที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเรื่อย ๆ
3. **จัดหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการทำอันดับให้เข้าถึงได้ง่าย** แนะนำว่าไม่ควรให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ต้องกดเกิน 5 คลิก นับตั้งแต่เริ่มเข้าสู่หน้าแรกของเว็บไซต์เลยครับ

8.3 ออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ Mobile Friendly

ปัจจุบันการเข้าชมเว็บไซต์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การออกแบบเว็บไซต์ให้เป็น Responsive (แสดงผลได้เหมาะสมบนอุปกรณ์ที่ต่างกัน) ตามนิยาม Mobile Friendly โดยปรับเปลี่ยนไปตามขนาดและรูปแบบหน้าจอของอุปกรณ์ต่าง ๆ จึงควรทำอย่างยิ่ง เพื่อสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ง่าย ไม่ต้องมานั่งขยายหน้าจอ แค่นิ้วโป้งนิ้วเดียวก็เลื่อนอ่านข้อมูลได้แล้ว



Q ต้องออกแบบเว็บไซต์ให้ Mobile Friendly ด้วย

เคล็ดลับทำให้เว็บไซต์ Mobile Friendly

ในการทำเว็บไซต์ให้เหมาะกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ ไม่เพียงแต่คำนึงถึงการออกแบบเท่านั้น แต่ยังต้องดูองค์ประกอบต่าง ๆ บนเว็บไซต์ด้วย ซึ่งผู้เขียนก็มีเคล็ดลับดี ๆ ทำให้เว็บไซต์ให้ Mobile Friendly มาฝากด้วย

จดจำไว้เสมอว่าผู้ใช้ไม่มีเมาส์ใช้งาน

เราควรออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะกับการใช้งานบนอุปกรณ์จอสัมผัสเสมอ พวกปุ่มกดต่าง ๆ ไม่ควรอยู่ใกล้กันเกินไป หรือไม่เกิดอะไรขึ้นหากแตะผิดพลาด เพราะการออกแบบที่ไม่ดีอาจทำให้ผู้ใช้งานไม่สะดวก และเป็นสาเหตุให้พวกเขาออกจากเว็บไซต์

ใช้ฟ็อบอปอย่างระมัดระวัง

การใช้ฟ็อบอปบนหน้าเว็บไซต์ดูไม่ค่อยสะดวกต่อผู้ใช้งานที่ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่นัก เพราะชอบไปบังหน้าจอ อาจทำให้ผู้ใช้งานไม่พอใจจนปิดเว็บไซต์เอาได้

เพิ่ม PageSpeed ให้เว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญ

หากเว็บไซต์ของคุณใช้เวลาโหลดนานกว่า 2-3 วินาที อาจทำให้ผู้เข้าชมออกจากเว็บไซต์ได้ง่าย ๆ เสียโอกาสได้ลูกค้าไปอย่างไม่รู้ตัว (เทคนิคปรับ Page Speed ดูได้ที่หน้า 171)