



ดันเว็บไซต์ให้เป็นที่ 1 ในใจลูกค้าด้วย



SEO

ดันเว็บไซต์ให้ติดอันดับต้นๆ ของผลการค้นหา เหมาะกับ SEO สายขาวที่ต้องการเติบโตติดอันดับอย่างยั่งยืน อัปเดตเนื้อหาใหม่ของวิธีการให้คะแนนเว็บไซต์ที่ Google ปรับปรุงใหม่ล่าสุด

ศุภณัฐ สุขโง

SEO vs Google Ads

กระบวนการทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับในผลการค้นหาของ Google หน้า SERP โดยหลักๆ แล้วเราสามารถทำได้อยู่ 2 กระบวนการ นั่นก็คือ

1

การทำ SEO คือ การปรับแต่งเว็บไซต์
ของเราให้ถูกจัดอันดับโดย
Search Engine หรือบางคนจะเรียกว่า
เป็นผลการค้นหาโดยธรรมชาติ
วิธีการนี้มีข้อดีคือ เราไม่ต้องเสียเงิน
เพื่อแสดงในอันดับต้นๆ

2

Paid Search หรือผลการค้นหาที่เจ้าของ
เว็บไซต์ต้องจ่ายเงินเป็นค่าโฆษณาให้กับ
Google เพื่อซื้อพื้นที่ในอันดับต้นๆ
ของหน้า SERP และโซวเว็บไซต์ของ
ผู้ลงโฆษณาโดยอัตโนมัติ

โดยทั้ง 2 กระบวนการต่างก็มีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับเจ้าของเว็บไซต์ด้วยว่า
เหมาะสมกับกระบวนการแบบไหนมากกว่ากัน เพราะการทำ SEO ถึงแม้ว่าจะไม่เสียเงินในการดันเว็บไซต์
ขึ้นไปติดอันดับสูงๆ แต่ก็แลกมาด้วยระยะเวลาที่ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะบาง Keyword ที่มีการแข่งขัน
ค่อนข้างสูง นั่นเป็นข้อเสียที่เจ้าของเว็บไซต์บางคนอาจจะรอไม่ได้และเลือกที่จะจ่ายเงินผ่าน Google Ads
เพื่อลงโฆษณาโปรโมทเว็บไซต์ในทันที แต่ข้อดีของ SEO คือ เว็บไซต์จะถูกแสดงอยู่ในส่วนของการค้นหา
โดยธรรมชาติซึ่งเป็นจุดที่ผู้ค้นหาที่มีความเชื่อถือมากที่สุด

ข้อดีของ Google Ads ที่มีมากกว่า SEO คือ ความรวดเร็วทันใจ เพราะ SEO เป็นโปรเจกต์ระยะยาว
ที่ต้องใช้เวลามากกว่า แต่สำหรับ Google Ads เมื่อคุณสร้างแคมเปญโฆษณาขึ้นมาแล้ว มันสามารถแสดง
ใน SERP ได้ทันที แต่ข้อดีของ SEO คือ มันเป็น Free Channel ไม่ว่าลูกค้าจะคลิกเว็บไซต์คุณกี่ครั้ง
คุณก็ไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินเลย

เปรียบเทียบ	SEO	Google Ads
จ่ายเงินเพื่อแสดงเว็บไซต์	ไม่ต้องจ่าย	ต้องจ่าย
ระยะเวลาในการขึ้นไปติดหน้าแรก	ระยะเวลานาน	จ่ายเงินแล้วขึ้นเลย
ระดับความยาก	ยาก	ง่าย
ความน่าเชื่อถือของผู้ชม	ผู้ค้นหาเชื่อถือผลการค้นหาโดยธรรมชาติ	ผู้ค้นหาบางคนไม่ชอบคลิกที่โฆษณา
ตรงกลุ่มเป้าหมาย	ตรงกลุ่ม	ตรงกลุ่ม

หนึ่งในคำถามสุดคลาสสิกที่ผู้เขียนมักจะเจออยู่เสมอก็คือ เราควรจะทำ SEO หรือจะจ่ายเงินเพื่อซื้อโฆษณาใน Google Ads ดี แบบไหนดีกว่ากัน เพราะทั้งคู่ต่างก็มีข้อดีและข้อเสียเป็นของตัวเอง คำตอบของผมคือ “เราควรใช้ประโยชน์จากทั้ง 2 ช่องทางนี้ควบคู่กันไป” เราไม่จำเป็นต้องเลือกแต่อย่างใดอย่างหนึ่ง

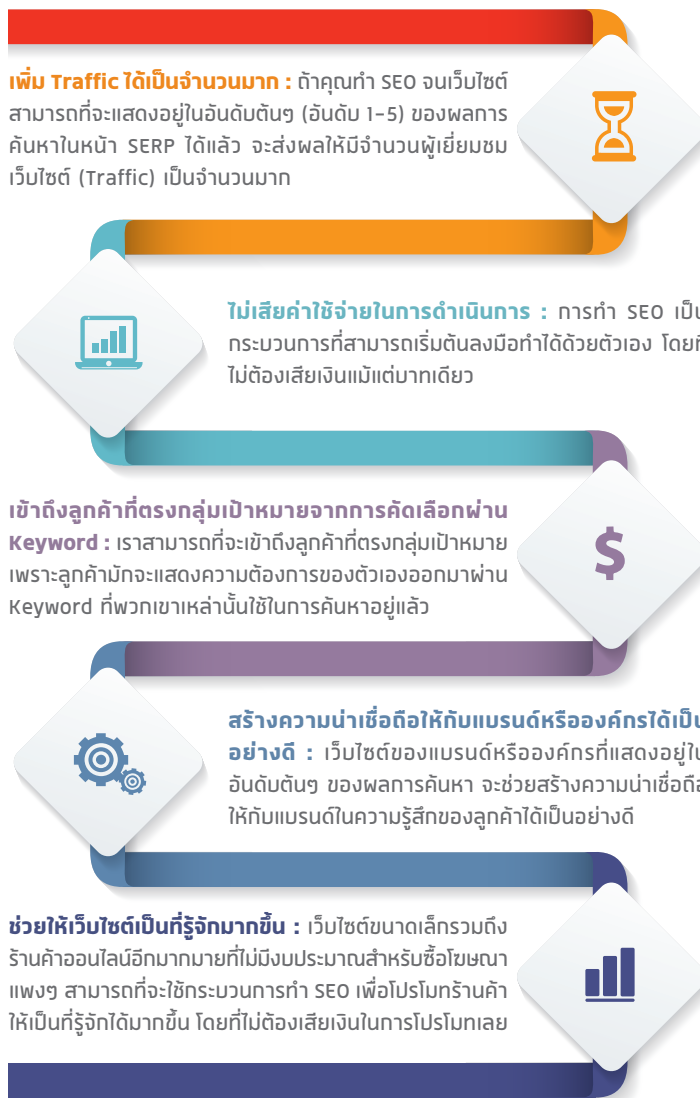
ความหมายคือ แม้ว่าคุณจะจ่ายเงินเพื่อซื้อโฆษณาใน Google Ads อยู่แล้ว ก็ควรที่จะทำ SEO ไปด้วย หรือถ้าเว็บไซต์ของคุณมีการทำ SEO อยู่แล้ว คุณก็ควรลงทุนซื้อโฆษณา Google Ads ควบคู่ไปด้วยการใช้ประโยชน์จากทั้ง 2 ช่องทางไม่ใช่เรื่องเสียหายอะไร แต่เป็นเรื่องดีเสียด้วยซ้ำ

ลองคิดว่าในหน้า SERP จะแสดงผลการค้นหาที่เป็นโฆษณาเอาไว้ด้านบนสุดประมาณ 4 อัน และแสดงผลการค้นหาแบบปกติอีก 10 อัน รวมเป็นผลการค้นหาทั้งหมด 14 อัน ถ้าคุณทำ SEO ให้ติดอันดับในหน้า SERP นี้ได้ เว็บไซต์ของคุณจะเป็นตัวเลือก 1 ใน 14 แต่ถ้าคุณมีการซื้อโฆษณาเพิ่มเข้าไปด้วย เว็บไซต์ของคุณจะแสดงผลในหน้า SERP เพิ่มมาอีก 1 อัน กลายเป็น 2 ใน 14 ซึ่งแน่นอนว่าจะช่วยเพิ่มโอกาสที่จะถูกคลิกมากยิ่งขึ้น

นั่นจึงเป็นเหตุผลว่าทำไมผู้เขียนจึงแนะนำให้คุณทำทั้ง SEO และซื้อโฆษณา Google Ads ควบคู่กันไป นอกจากจะมีโอกาสถูกคลิกมากยิ่งขึ้นแล้ว การแสดงผลหลายๆ อันในหน้า SERP ยังช่วยสร้าง Awareness หรือการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีอีกด้วย เปรียบเทียบเหมือนเวลาเราขับรถขึ้นทางด่วน ถ้าเราเห็นโฆษณาจากแบนเนอร์เต็มซ้ำๆ ก็มีโอกาที่เราจะจดจำแบนเนอร์นั้นได้มากยิ่งขึ้น

สรุปข้อดีของการทำ SEO

การทำ SEO ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจของเราในหลายด้าน ทั้งในมุมมองการสื่อสาร การตลาด การขาย คุณ
สามารถใช้การทำ SEO เป็นช่องทางในการผลักดันธุรกิจของคุณให้ไปข้างหน้าได้ ก่อนที่เราจะไปเริ่มทำ
SEO ผู้เขียนขอ 요약สรุปประเด็นที่เป็นข้อดีของการทำ SEO ไว้ก่อน ดังนี้



Google เปลี่ยนไปแต่แก่นยังเหมือนเดิม

หลายคนอาจจะไม่รู้สึกว่า Google มีอะไรเปลี่ยนแปลงเลย เพราะถ้ามองในมุมมองของผู้ใช้งานแล้ว Google ก็ดูจะเหมือนเดิม เมื่อ 10 ปีที่แล้ว 5 ปีที่แล้ว หรือแม้แต่ 1 ปีที่แล้ว เราเคยใช้ Google อย่างไร ปัจจุบันนี้เราก็ยังใช้ Google แบบนั้น หน้าตาของ Google แทบจะไม่เปลี่ยนไป ผลการค้นหาก็ดูหน้าตาเหมือนเดิม เราจึงอาจจะสรุปไปเองว่า Google ก็ดูเหมือนเดิมไม่ได้มีอะไรเปลี่ยน แต่อันที่จริงแล้วต้องบอกว่าเบื้องหลังนั้นอะไรเปลี่ยนแปลงเยอะมากๆ การทำงานของ Google มีการอัปเดตเยอะมาก ส่งผลต่อคนทำ SEO ที่ต้องอัปเดตตัวเองตามไปด้วย

วงการ SEO เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ตั้งแต่ปี 2011 เป็นต้นมา ในปีนั้น Google ได้เปิดตัวอัลกอริทึม Panda เพื่อจัดการกับเว็บไซต์ที่มีคุณภาพต่ำ หลังจากนั้นในปีถัดมาก็ได้เปิดตัวเพื่อนของมันไม่ว่าจะเป็น Penguin และ Hummingbird ตามมาเขย่าวงการ SEO อย่างรุนแรง เพราะทุกครั้งที่อัลกอริทึมชื่อสัตว์เหล่านี้เปิดตัวออกมา จะสร้างผลกระทบต่ออันดับของเว็บไซต์ต่างๆ เป็นจำนวนมาก หลายเว็บไซต์อันดับร่วงจากหน้าแรกไปไกลสุดลูกหูลูกตา บางเว็บไซต์ Traffic หายเกลี้ยงภายในชั่วข้ามคืน เจ้าของธุรกิจจำนวนมากสูญเสียรายได้มหาศาล เพราะอันดับของเว็บไซต์ในผลการค้นหาร่วงไปจากหน้าแรก เรียกได้ว่า อัลกอริทึมชื่อสัตว์ที่ฟังดูน่ารัก ได้กลายเป็นการอัปเดตที่สร้างความโกลาหลให้กับวงการ SEO ทั่วทั้งโลกอยู่ไม่น้อย

หลังจากนั้นในช่วงปี 2017-2020 ก็ยังมีการอัปเดตใหญ่ๆ อีกหลายครั้ง ส่วนใหญ่แล้วจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของ AI หรือการที่ Google เอาระบบสมองกลอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการประมวลผล แทนที่จะจัดอันดับเว็บไซต์จากการใช้อัลกอริทึมที่มนุษย์คิดค้นขึ้นมา Google เริ่มที่จะให้คอมพิวเตอร์สมองกลเหล่านี้ตัดสินใจแทนมากยิ่งขึ้น สาเหตุหนึ่งก็เป็นเพราะ Google มีข้อมูลขนาดใหญ่ หรือ Big Data ทำให้ AI ของ Google สามารถเรียนรู้จากข้อมูลขนาดใหญ่เหล่านี้ได้

หลายๆ ครั้งที่มีการอัปเดตอัลกอริทึมของ Google สร้างผลกระทบต่อเว็บไซต์ต่างๆ หลายๆ เว็บไซต์ยอดขายหายไปทันทีหลังจากที่ Google อัปเดตอัลกอริทึม แต่ไม่ใช่ว่าการอัปเดตอัลกอริทึมของ Google จะมีแต่ผลกระทบต่อเว็บเท่านั้น เพราะการอัปเดตเหล่านี้ก็กลายมาเป็นผลดีให้กับเว็บไซต์อีกหลายแห่งเช่นกัน โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่ตั้งใจสร้างเนื้อหาที่ดีและมีคุณภาพ เว็บไซต์ที่พัฒนาจนมีประสิทธิภาพสูง และเว็บไซต์ที่ทำ SEO แบบสายขาวคือ การทำ SEO ที่ตั้งใจพัฒนาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพสูง นำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าชม และไม่พยายามอาศัยช่องโหว่ของ Google เพื่อดันอันดับของเว็บไซต์ในผลการค้นหา

การเปลี่ยนแปลงใหญ่ ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา

ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาหลังจากที่ตีพิมพ์ต้นฉบับของหนังสือ SEO ใน Edition ที่ 2 ออกไปแล้ว Google ยังได้มีการอัปเดตอัลกอริทึมในการเลือกเว็บไซต์มาแสดงผลอีกหลายอย่าง ถือเป็นช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดช่วงหนึ่งตั้งแต่ผู้เขียนทำ SEO มาเลยก็ว่าได้ และมีการเปลี่ยนแปลงหลายๆ เรื่องที่ค่อนข้างสำคัญด้วย ในฐานะของคนทำ SEO, เจ้าของธุรกิจ, นักการตลาด (หรือบทบาทใดๆ ที่ทำให้คุณต้องทำ SEO) คุณควรรู้การอัปเดตเหล่านี้เอาไว้ เพื่อที่จะได้นำไปใช้ประโยชน์กันอย่างเต็มที่ในตอนที่เราทำ SEO กันครับ

การอัปเดต E-A-T

ในช่วงปี 2019 มีการอัปเดตใหญ่ของ Google ที่เรียกว่า EAT ซึ่งคำว่า EAT ในที่นี่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับอะไรกับการกิน แต่ EAT ย่อมาจาก Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness หรือแปลเป็นไทยว่า “ผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับความน่าเชื่อถือ” เป็นการอัปเดตที่เกี่ยวข้องกับความเชี่ยวชาญของผู้เผยแพร่ Content หรือในบางการค้นหา Google จะพยายามจัดอันดับโดยดูจากความน่าเชื่อถือของผู้เผยแพร่ Content ว่าเชี่ยวชาญใน Content เรื่องนั้นหรือไม่ เว็บไซต์ที่เผยแพร่ Content นั้นดูน่าเชื่อถือหรือไม่

ถ้าเป็นเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือมากๆ Google ก็อาจจะจัดอันดับให้เว็บไซต์นั้นๆ อยู่ในตำแหน่งที่ดีกว่าแม้ว่าเว็บไซต์ของคุณจะทำ SEO ได้ดีก็ตาม สิ่งที่ต้องทำหลังจากนี้คือ เจ้าของเว็บไซต์จะต้องสร้างตัวตนให้กลายเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่ง หรือทำเว็บไซต์ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่งจน Google รู้สึกมั่นใจ

การอัปเดต BERT

เป็นการอัปเดตที่ทำให้ระบบของ Google ที่เป็นหุ่นยนต์อ่านชาวลดเข้าใจภาษาของมนุษย์มากยิ่งขึ้น โดยการพยายามตีความว่าคำค้นหาของผู้ใช้นั้น เป็นคำถามที่ต้องการคำตอบเรื่องใด จากนั้นก็จะพยายามไปค้นหาคำตอบจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตมาให้ นับเป็นการอัปเดตที่ทำให้หุ่นยนต์เริ่มมีการตีความที่เข้าใจกลไกความเป็นมนุษย์มากขึ้น ไม่ใช่แค่การเทียบคำค้นหากับข้อความในเว็บไซต์

การกระจายผลค้นหา

ในอดีตเวลาที่เราค้นหาใน Google เราอาจจะเจอผลลัพธ์ที่มาจากเว็บไซต์เดียวกันหลายๆ อัน เช่น ถ้าเรา Search คำว่า “กระเบื้อง” ผลลัพธ์ทั้ง 10 อันดับของหน้า SERP อาจจะเป็นเว็บไซต์ของผู้จำหน่ายกระเบื้องเจ้าหนึ่งไป 3-4 อันดับ เพราะเว็บไซต์นี้ทำ SEO ใน Keyword คำว่า “กระเบื้อง” ได้ดี Google ก็เลยโชว์ผลลัพธ์เป็นเว็บไซต์นี้หลายอันดับ แต่ในปัจจุบัน Google จะไม่พยายามแสดงผลการค้นหาที่มาจากเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่งเกินกว่า 2 อันดับ (ส่วนใหญ่แล้วจะโชว์แค่ 1 อันดับ) สาเหตุก็เพื่อต้องการกระจายผลการค้นหาไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ไม่ให้กระจุกอยู่กับเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่ง

Mobile First Indexing

อีกหนึ่งอัปเดตที่มีความสำคัญเมื่อปี 2018 ที่ผ่านมาก็คือ Mobile First Indexing ซึ่งถ้าจะอธิบายก็ต้องเล่าถึงสถานการณ์ในปัจจุบันที่ Google จะยึดเอา Mobile เป็นหลักในการจัดอันดับ ทำให้คุณต้องให้ความสำคัญกับการทำเว็บไซต์ในเวอร์ชัน Mobile มากกว่า Desktop ในอดีตคุณอาจจะทำเว็บไซต์ในเวอร์ชัน Desktop ได้ดีแล้วทำเวอร์ชัน Mobile แบบง่ายๆ แค่นี้พอมีไปเท่านั้น

ปัจจุบันคุณจะต้องทำเว็บไซต์เวอร์ชัน Mobile ให้ดีเท่ากับที่คุณทำในเวอร์ชัน Desktop เพราะ Google จะใช้เวอร์ชัน Mobile ของเว็บไซต์ในการจัดอันดับ เนื่องจาก Google ให้เหตุผลว่าการค้นหาใน Google ส่วนใหญ่มาจาก Mobile มากกว่า ดังนั้น การทำเว็บไซต์แบบที่ขอบตัดข้อความออก ตัดรูปภาพออก เพื่อให้สามารถแสดงผลใน Mobile ได้ วิธีแบบนี้อาจจะไม่เวิร์คอีกต่อไปแล้ว

Rankbrain

Google เอา AI (หรือระบบปัญญาประดิษฐ์) เข้ามาช่วยในการจัดอันดับผลการค้นหาที่ Google ไม่เคยพบเจอมาก่อน ปกติถ้าเป็นคำค้นหาที่ Google ค้นเคย อย่างเช่น “iPhone”, “รองเท้าวิ่ง”, “ประกันชีวิต” เวลาที่เจอผลการค้นหาแบบนี้ Google จะรู้ว่าควรจัดอันดับด้วยเว็บไซต์อะไรบ้าง เพราะเป็นคำค้นหาที่ Google รู้จักดีและมีคนค้นหาทุกวันกันอยู่แล้ว

แต่ทุกวันนี้จะมีผู้ใช้ที่เข้าไปค้นหาใน Google ด้วยคำที่ระบบของ Google ไม่เคยพบเจอมาก่อน ไม่เคยมีใครค้นหาด้วย Keyword คำนั้นมาก่อน สิ่งที่ Google จะต้องทำก็คือ “เดา” ไขแล้วครับ Google ต้องเดาว่าผู้ค้นหาอยากได้อะไร แต่เป็นการเดาอย่างมีหลักการโดยการใช้ AI ตีความคำค่านั้นแล้วค้นหาเว็บไซต์ที่น่าจะเกี่ยวข้องกับคำค่านั้นมากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้ Google รับมือกับคำค้นหาแปลกๆ ได้ดีมากยิ่งขึ้น

การทำ SEO แบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ

การทำ SEO จะถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้

01

SEO On-Page : ก็คือ การปรับแต่งส่วนต่างๆ ภายในเว็บไซต์ของเรา เพื่อให้ส่งผลต่อการจัดอันดับของ Google เป็นการทำให้หุ่นยนต์ที่วิ่งเข้ามาเก็บข้อมูลในเว็บไซต์ของเรา รับรู้เว็บไซต์แต่ละหน้าของเรา เกี่ยวข้องกับเรื่องใด เกี่ยวข้องกับ Keyword อะไร ไม่ว่าจะเป็นการปรับแต่ง Meta Tag, การเขียนเนื้อหาภายในเว็บ (Content), URL, โครงสร้างของเว็บไซต์และองค์ประกอบอื่นๆ ที่อยู่ภายในเว็บไซต์ของเรา

02

SEO Off-Page : ก็คือ การปรับแต่งและใช้องค์ประกอบภายนอก เข้ามาช่วยในการส่งเสริมเว็บไซต์ของเรา ให้ติดอันดับผลการค้นหา เมื่อ Google รู้แล้วว่าเว็บไซต์ของเราเกี่ยวข้องกับ Keyword อะไร การทำ Off-Page จะช่วยให้ Google เชื่อถือเว็บไซต์ของเรามากยิ่งขึ้น ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีประโยชน์ต่อผู้อ่านจริงๆ ตัวอย่างของ Off-Page ก็อย่างเช่น การทำ Backlink, การโปรโมทเว็บไซต์, การใช้ Social Media อย่าง Facebook, Twitter เข้ามาช่วย, การแลกเปลี่ยนกับเว็บอื่นๆ เป็นต้น

03

SEO Content : ในหัวข้อก่อนหน้านี้เพื่อนจะได้เห็นความสำคัญของการสร้างเนื้อหา หรือที่เราเรียกกันว่า Content และถ้าเรามีการปรับแต่ง Content จนเหมาะกับ SEO ก็มีโอกาที่จะติดอันดับใน Google ได้ เนื้อหาอาจจะอยู่ในรูปของบทความก็ได้ ซึ่งก็จะไม่ใช่บทความแบบปกติที่เราเขียนกัน แต่จะต้องมีการปรับแต่งบทความ ทั้ง Format และ Topic ของบทความ รวมถึงการใส่ Keyword เพื่อให้บทความนี้มีโอกาสที่จะติดอันดับใน Google ได้มากยิ่งขึ้น เราจะกลับมาพูดถึงเรื่องนี้กันอีกครั้งต่อไปภายในเล่ม

SEO On-Page

- ปรับแต่ง Keyword
- ปรับแต่ง Meta Tag
- โครงสร้างของเว็บไซต์และองค์ประกอบอื่นๆ

SEO Off-Page

- ทำ Backlink
- การโปรโมทเว็บไซต์
- ใช้ Social Media

การทำ On-Page เป็นการปรับเปลี่ยนภายใน ส่วนการทำ Off-Page คือ การปรับเปลี่ยนภายนอก ทั้ง 2 เป็นองค์ประกอบในการทำ SEO ที่เสริมซึ่งกันและกัน โดยไม่สามารถทำเพียงอย่างเดียวหนึ่งได้

อีกหนึ่งคำถามยอดฮิตสำหรับมือใหม่ที่คิดจะทำ SEO ก็คือ “ถ้าเขียนโปรแกรมไม่เป็น เขียนโค้ด HTML ไม่เป็น จะทำ SEO ได้หรือไม่?”

อย่ากังวลไปเลย เพราะเทคโนโลยีในปัจจุบันมันแทบจะไม่ใช่อุปสรรคอีกต่อไปแล้ว เดี่ยวนี้คนเขียนภาษา HTML, PHP ไม่เป็นหลายคน ยังสามารถที่จะสร้างเว็บไซต์ขายของกันจนร่ำรวยมากมายกันมา นักต่อนักแล้ว เพราะเขาเข้าใจแล้วว่า การทำ SEO ไม่ใช่กระบวนการที่ต้องอาศัยความสามารถในการเขียนโค้ดโปรแกรมมากมายอะไร แค่เข้าใจในหลักการเบื้องต้น และรู้ว่าเราจะต้องเข้าไปแก้ไขโค้ดหรือเพิ่มเติมโค้ดในส่วนไหนก็เพียงพอแล้ว

Google Keyword Planner का Keyword ที่น่าใช้

เราคงไม่มีทางที่จะนึกขึ้นมาเองได้ว่าผู้คนที่ Search ใน Google ด้วยคำค้นหาอะไรบ้าง แล้วจะมี Keyword คำว่าอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ของเรา อาจจะพอนึกออกได้สัก 2-3 คำ ซึ่งมันก็อาจจะเป็น Keyword คำที่มี Traffic Volume น้อยหรือไม่ตรงกับที่กลุ่มเป้าหมายใช้จริงๆ ก็ได้ เราจึงต้องใช้เครื่องมือเข้ามาช่วยในการค้นหา Keyword

Google Keyword Planner เป็นเครื่องมือสำหรับค้นหา Keyword ที่ได้ได้รับความนิยมมากที่สุดแล้ว มันเป็นหนึ่งในเครื่องมือย่อยที่อยู่ภายใต้ Google Ads ที่ใช้ในการซื้อโฆษณาทั้งหมดของ Google อีกทั้ง เราสามารถใช้ Keyword Planner เพื่อดูว่ามี Keyword อะไรที่ถูกค้นหาใน Google บ้าง โดยคัดเลือกเฉพาะคำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเรา แล้วเอามาทำ SEO (หรือซื้อโฆษณาใน Google) ความเจ๋งของ Keyword Planner นอกจากจะใช้งานได้ฟรีแล้วยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับ Keyword ที่เป็นประโยชน์ เช่น มีการแข่งขันมากน้อยแค่ไหน และที่สำคัญคือ มันเป็นโปรแกรมที่มาจาก Google โดยตรง ทำให้ข้อมูลต่างๆ ค่อนข้างเชื่อถือได้

ก่อนที่จะเข้าไปใช้เครื่องมือตัวนี้ได้จะต้องมีบัญชี Google Account เสียก่อน (ถ้ามี Gmail อยู่แล้วก็สามารถใช้ได้เลย) ใครยังไม่มีการสมัครให้รีบร้อยเสียก่อน

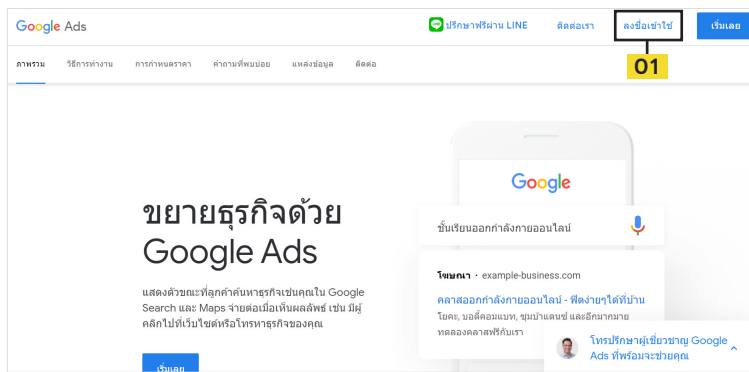
The screenshot shows the Google Ads homepage with the following text:

- Google Ads logo and contact number: 021 040 608*
- Buttons: ลงชื่อเข้าใช้ (Sign in), เริ่มเลย (Get started)
- Headline: ขยายธุรกิจ ด้วย Google Ads
- Text: ลुकค่าจะเห็น โฆษณาของคุณเมื่อพวกเขาค้นหาสิ่งที่คุณนำเสนอบน Google พิเศษ เครดิต โฆษณาสูงสุด 1,500 บาท เพียงใช้จ่ายตามเงื่อนไขที่กำหนด**
- Text: เริ่มสร้างแคมเปญแล้วประหยัดสูงสุด 1,500 บาท
- Image of a smartphone displaying the Google logo.
- Text: ชั้นเรียนออกกำลังกายออนไลน์
- Text: โฆษณา · example-business.com
- Text: คลาสออกกำลังกายออนไลน์ - ฝึกง่าย ๆ ได้ที่

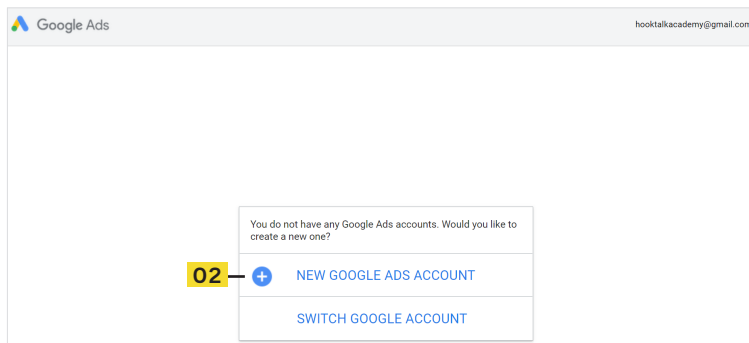
เมื่อเราเข้าใช้งาน Google Ads เป็นครั้งแรก ระบบจะบังคับให้คุณสร้างแคมเปญโฆษณาในทันทีตั้งแต่ครั้งแรกที่เปิดบัญชีใช้งาน ดังนั้น ถ้าคุณยังไม่เคยสร้างแคมเปญโฆษณาใน Google มาก่อน จะเจอข้อความแจ้งเตือนให้สร้างแคมเปญโฆษณาแสดงขึ้นมาทันที

และจะมีตัวเลือกให้เราตั้งค่าเพื่อสร้างแคมเปญโฆษณาอันแรก ถ้าหากว่ายังไม่ตั้งค่าให้เรียบร้อย เราจะไม่สามารถเข้าไปใช้งานส่วนอื่นของ Google Ads ได้เลย แต่ถ้าคุณยังไม่พร้อมที่จะทำโฆษณาตอนนี้ก็ไม่ต้องกังวล ให้สร้างมันขึ้นมาก่อน แล้วเดี๋ยวเมื่อเราสร้างแคมเปญโฆษณาเสร็จแล้ว ผู้เขียนจะสอนวิธีหยุดโฆษณาไม่ให้มันทำงาน

- 01** วิธีการคือ เข้าไปที่ URL : ads.google.com จากนั้นให้คลิกปุ่ม Sign in (ลงชื่อเข้าใช้) ที่ด้านขวามือบนให้ล็อกอินด้วย Gmail เพื่อเปิดใช้งานบัญชี Google Ads เป็นครั้งแรก



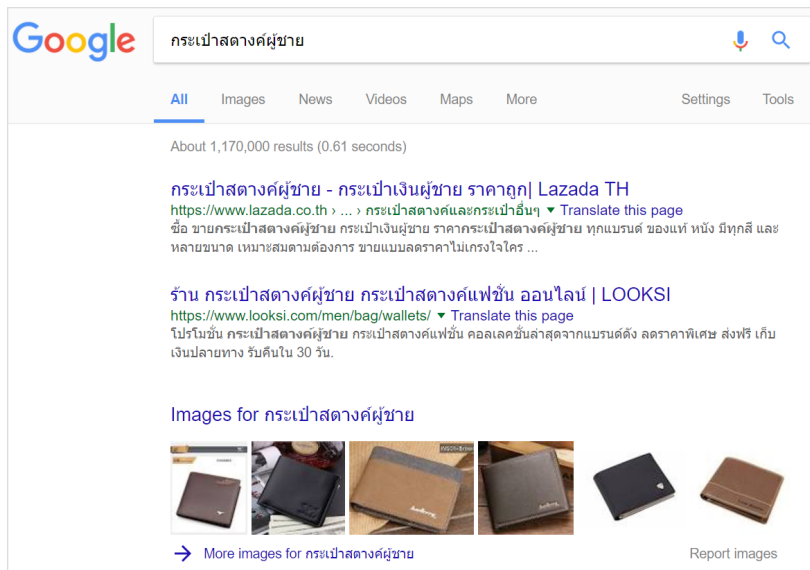
- 02** ให้คลิกที่ NEW GOOGLE ADS ACCOUNT เพื่อเปิดใช้บัญชีอันใหม่



เทคนิคการเขียน Meta Tag ให้เกิด CTR% สูงๆ

ใส่ Keyword เข้าไปด้วยเสมอ

การเขียน Meta Tag ที่ดีนั้นควรจะมี Keyword เข้าไปด้วยทั้งใน Title, Description Tag เพราะนอกจากจะช่วยบอก Google ถึงความเกี่ยวข้องกันระหว่าง Keyword กับหน้าเว็บเพจของเราแล้ว ยังช่วยส่งผลต่อค่า CTR% ด้วยเนื่องจากผู้ค้นหาจะคลิกเลือกเว็บไซต์ที่มี Keyword อยู่ใน Snippet เพราะรู้สึกว่ามันตรงกับสิ่งที่เขากำลังค้นหาอยู่



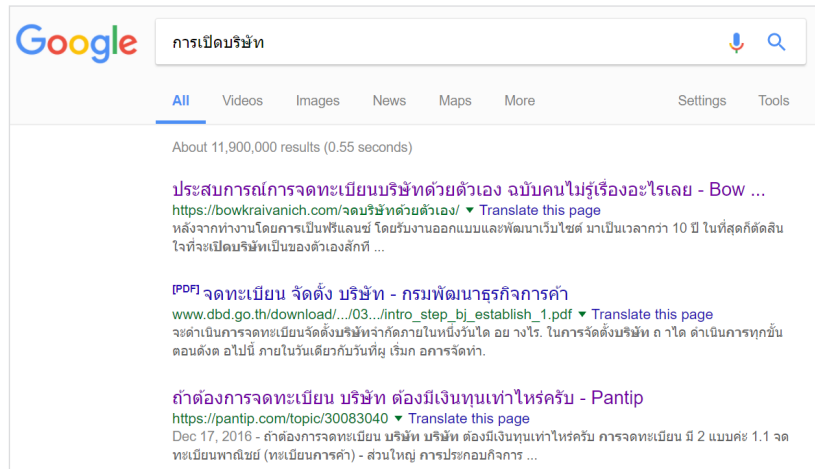
มีการใส่ Keyword คำว่า “กระเป๋าตังค์ผู้ชาย”
ใน Title และ Description

ให้ใส่ Call to Action

การใส่ Call to Action คือหนึ่งในเทคนิคสำคัญสำหรับการเพิ่มค่า CTR% ให้สูงขึ้น โดยการใส่คำที่กระตุ้นให้เกิดการกระทำเข้าไป เช่น “เข้ามาดู!”, “ต้องอ่าน!”, “อย่าพลาดบทความนี้” จากบทวิจัยและการทดลองมากมายในต่างประเทศ ทำให้เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าการใส่ Call to Action สามารถที่จะช่วยเพิ่มอัตราการคลิกได้จริง

เขียนบอกเหตุผลว่า ทำไมผู้คนหาจึงต้องคลิกที่เว็บไซต์ของเรา

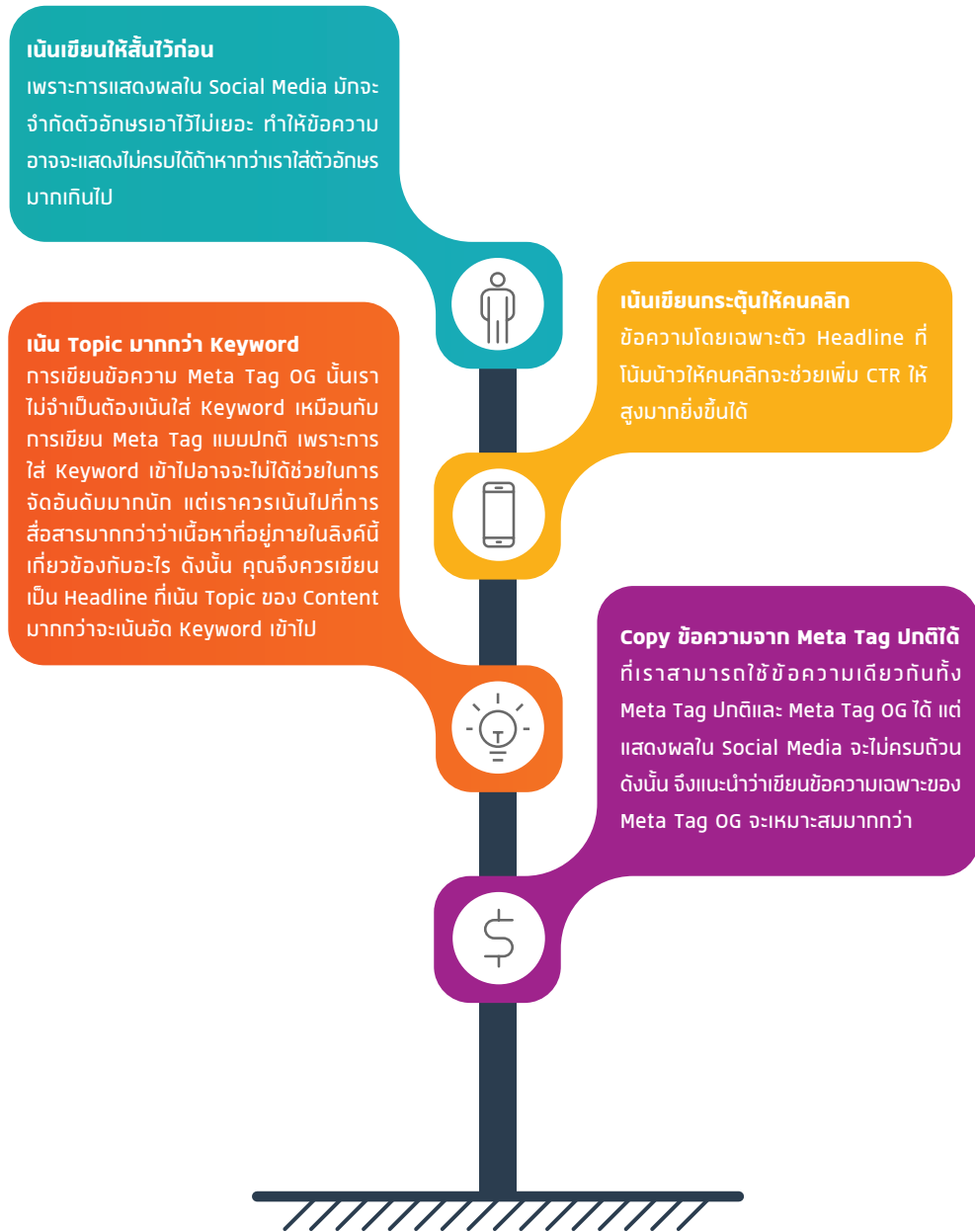
ลองจินตนาการเวลาที่เรามีปัญหาอะไรบางอย่าง และเข้าไปค้นหาวิธีแก้ไขใน Google พอใส่ Keyword เข้าไปเพื่อค้นหา แน่นอนว่าเราต้องเลือกเข้าไปอ่านเว็บไซต์ ที่อธิบายวิธีแก้ไขปัญหานั้นที่เรากำลังพบเจออยู่ สำหรับคนทำ SEO แล้วนอกจากเขียน Meta Tag โดยการใส่ Keyword เข้าไปแล้ว ก็ควรจะเขียน Meta Tag เพื่ออธิบายเหตุผลด้วยว่าหน้าเพจนั้นจะให้ประโยชน์อะไรกับผู้อ่าน



อย่าเขียนยาวจนเกินจำนวน

Title Tag และ Description Tag มีจำนวนตัวอักษรจำกัด ซึ่งเราไม่ควรเขียนเกินจำนวนนี้ ถ้าเขียนเกิน Google จะเปลี่ยนตัวอักษรส่วนที่เกินเป็น ... ใน Snippet ของเราแทน

เทคนิคในการทำ Meta Tag OG



Social Media Affect SEO

เมื่อพูดถึง Social Network แล้ว มันกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้คนในปัจจุบันมาก แนนอนว่า Google เองก็มองเห็นความนิยมนี้และใช้ผลกระทบของ Social Network มาเป็นปัจจัยใหญ่ในการจัดอันดับผลการค้นหาด้วย

อย่างแรกที่ยากพูดถึงเลยก็คือ จำนวน Like ของ Fanpage ไม่ได้ส่งผลทางตรงกับคุณภาพของ Backlink ไม่ว่าเพจนั้นจะมีคนกดไลค์เป็นล้านกับอีกเพจที่มีคนกดไลค์เพียงแค่ 100 คน Backlink ที่มาจากทั้ง 2 เพจจะมีคุณภาพเท่ากัน เพราะฉะนั้นไม่ต้องเป็นกังวลว่า Fanpage ที่มีคนกดไลค์น้อยจะมีผลต่อการทำ SEO ให้ทำ Backlink ไปเลยตราบดีที่มันช่วยสร้าง Traffic ให้กับเว็บไซต์ของเราได้ และกรณีนี้ก็จริงเช่นเดียวกับ Twitter ด้วย

แต่ถึงแม้ว่า Backlink ที่มาจาก Social Network เช่น Facebook และ Twitter ที่มีจำนวนคน Like หรือ Follow จำนวนมาก อาจจะไม่ส่งผลในทางตรงกับการทำ SEO แต่จะส่งผลทางอ้อมต่อการทำ SEO เพราะว่ามันเป็นเหมือนแหล่งที่รวบรวมผู้คนเอาไว้ และเมื่อผู้คนเห็นลิงค์ของเราแชร์อยู่ใน Fanpage เหล่านี้ ก็มีโอกาที่ผู้คนเหล่านั้นจะคลิกเข้ามาดูเนื้อหาในเว็บไซต์ของเรา

แน่นอนว่านอกจากจะทำให้มี Traffic ที่เยอะขึ้นแล้ว ยังทำให้มีโอกาสมากขึ้นที่บทความจะถูกนำเอาไปแชร์ต่อ (Lead to Link) เพราะบทความที่มีคนเห็นเยอะๆ อาจจะทำให้ผู้อ่านชอบและนำไปแชร์ต่อกลายเป็น Backlink ที่เพิ่มทวีขึ้นมาในภายหลังได้

จะเห็นว่าเมื่อนำเอาบทความไปแชร์ใน Social Media ที่มีฐานแฟนเพจมาก ถึงแม้ว่าจำนวนไลค์ของเพจนั้นจะไม่ส่งผลต่อคะแนน SEO โดยตรง แต่ด้วยความที่บทความถูกกระจายให้กับคนจำนวนมากได้อ่าน ทำให้อาจจะไปเตะตาผู้อ่านซึ่งเป็นนักเขียนบทความ และอาจจะมีส่วนคนในกลุ่มนั้นเขียนบทความโดยอ้างอิงกลับมาที่เว็บไซต์ของเรา ทำให้เกิดเป็น Backlink ซึ่งส่งผลต่อคะแนน SEO ของเราในภายหลังได้

