



ทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับ 1 ด้วย

SEO

— New Edition —

เข้มครบจบในเล่มเดียว วิธีการดันอันดับเว็บไซต์ให้ติดอันดับต้นๆ
เพื่อการทำการตลาดแบบยั่งยืนกับการค้นหาใน Google ด้วยเนื้อหาใหม่ล่าสุด

โดย บัญชา เหลืองทวีทรัพย์



01

SEO Introduction

รู้จัก SEO แบบ

เข้าใจง่าย 1

10 Min

SEO คืออะไร	2
SEO ศาสตร์ของการตลาดออนไลน์ ที่จะเปลี่ยนธุรกิจของคุณไปตลอดกาล	2
SEO ทำงานอย่างไร?	3
การแสดงผลเว็บไซต์ที่หน้า Google	9
สรุปความสำคัญของการทำ SEO	12
เรื่องควรรู้ก่อนทำ SEO	14
คำศัพท์พื้นฐานเกี่ยวกับ SEO	19

02

SEO Content

หัวใจสำคัญของ

การทำ SEO 25

14 Min

บทบาทสำคัญของ SEO Content	26
ประเภทของ SEO Content	29
ขั้นตอนการทำ SEO Content	31
SEO Keyword	39
สรุปง่าย เข้าใจเลยกับเรื่อง SEO Keyword	41

03

SEO Content
Planning วางแผน
การทำ SEO Content
อย่างมืออาชีพ.....45

15 Min

Keyword Research	
ค้นหาคำที่ใช้สำหรับ SEO Content	46
SEO Content Planning เริ่มวางแผน SEO Content	
อย่างมืออาชีพ	59
4 เรื่องต้องรู้สำหรับ SEO Planning Content	63
รู้จัก T-Graph Keyword คำลึก คำกว้าง	
กลยุทธ์การใช้คำเป้าหมายที่ได้ผล	65
เครื่องมือตัวเทพสำหรับ SEO	67

04

Content SEO
Structure โครงสร้าง
บทความ SEO
Content.....69

4 Min

ส่วนที่ 1 : Title	70
ส่วนที่ 2 : Meta Description	71
โครงสร้างเนื้อหาในเว็บไซต์	73

05

วิธีการเขียน SEO
Content.....77

25 Min

5.1 Onsite Content Structure	78
5.2 Blog SEO Content	90
5.3 Off-Site SEO Content	100
5.4 SEO FAQ Content	107
5.5 PR Content	114

06

**Content Tracking
& Duplicated
Content ติดตาม
วัดผลการทำ SEO
และรู้จัก “บทความซ้ำ”
ที่ต้องระวัง.....121**

6 Min



5 Metrics มาตราวัด SEO Content	123
รู้จักกับเครื่องมือวัดผล SEO	125
Duplicated Content “บทความซ้ำ” เรื่องต้องห้ามที่ไม่ควรทำ	127

KEYNOTE | บทสรุปเรื่อง SEO CONTENT 131

2 Min

07

**SEO Onsite ปูพื้นฐาน
SEO Onsite หนึ่งใน
องค์ประกอบสำคัญ
ของการทำ SEO135**

11 Min



SEO Onsite 101 บทบาทของ SEO Onsite	136
5 ขั้นตอนการทำ SEO Onsite ให้ได้คุณภาพ	137
SEO Onsite 101	
ปูพื้นฐานเรื่องสำคัญ รู้ไว้ก่อนลงมือทำ SEO Onsite	142
Google Algorithm	144
ความสำคัญของ Domain Name	146
คำศัพท์พื้นฐานเกี่ยวกับ SEO Onsite	147

08

**Onsite Audit
วิเคราะห์ ตรวจสอบ
เพื่อคุณภาพของ
SEO149**

45 Min



Critical Issues ปัญหาระดับโซนสีแดง	150
Crucial Issues ปัญหาระดับโซนสีส้ม	162
Warning Issues ปัญหาระดับโซนสีเหลือง	172

09

ติดตามและวัดผล
SEO Onsite.....187

20 Min

Google Analytics (GA)	
เครื่องมือสำคัญของคนที่ทำ SEO	188
Google Search Console	
เครื่องมือสำหรับสื่อสารกับ Google เพื่อทำ SEO	192
Screaming Frog เครื่องมือสำหรับเช็คและตรวจสอบข้อมูล	
รวมถึงแสดงผลพอร์ตเพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูล	197
Google Lighthouse เครื่องมือพิเศษจาก Google	202
การติดตามและวัดผล SEO Onsite	207

KEYNOTE | บทสรุปเรื่อง SEO Onsite
เคล็ดลับ SEO Onsite ที่ควรรู้ก่อนลงมือทำ 211

2 Min

10

SEO Off-Site ปูพื้นฐาน
การทำ SEO จากนอก
เว็บไซต์.....215

8 Min

SEO Off-Site กับปัจจัยสำคัญในการไปถึงเป้าหมาย	216
แล้ว SEO Off-Site	
มีความสำคัญกับการทำ SEO อย่างไรบ้าง?	218
บทบาทของ SEO Off-Site	
ที่ส่งผลดีกับการติดอันดับของเว็บไซต์	218
SEO Off-Site 101	
ปูพื้นฐานที่สำคัญก่อนลงมือทำ SEO Off-Site	219
แล้วคะแนนนี้มีวิธีการจัดการอย่างไร?	220
ขั้นตอนการสร้าง Link Juice	223
SEO Off-Site ที่ดีควรเป็นอย่างไร?	225
คำศัพท์พื้นฐานเกี่ยวกับ SEO Off-Site	226

11

Backlinks

ส่วนสำคัญของ SEO

Off-Site.....229

16 Min



Backlinks คืออะไร?	230
ประเภทของ Backlinks ที่เหมาะสำหรับทำ SEO	230
SEO Off-Site Metrics	
มาตรวัดคุณภาพของเว็บไซต์เพื่อทำ SEO Off-Site	236
SEO Backlinks Audit	
ตรวจสอบคุณภาพ Backlinks ก่อนตัดสินใจทำ SEO	241

12

SEO Off-Site

Planning วางแผนดี

มีชัยไปกว่าครึ่ง.....251

14 Min



รู้กระบวนการ Outreach Process	252
วางแผนทำ Anchor Text และ Backlinks	254
5 เทคนิคน่าสนใจของการทำ SEO Off-Site	
รู้ก่อนได้เปรียบกว่า	256
ตามหา Backlinks คุณภาพ	
เพื่อประโยชน์ของ SEO Off-Site	259
เทคนิควิธีการหา Backlinks ที่ได้ผลดี	262
เทคนิคเพิ่มเติมสำหรับทำ Backlinks	266

13

SEO Off-Site Content

การทำบทความ

นอกเว็บไซต์.....269

8 Min



Content Structure	270
Outreach Content Structure	272
PR SEO Content	274

14

เก็บตก 3 เรื่องต้องทำ!
SEO Off-Site279

10 Min

15

การติดตาม วัดผล
และข้อควรระวังในการ
ทำ SEO Off-Site
.....289

9 Min

เรื่องที่ 1 Google My Business กับการทำ SEO Off-Site	280
เรื่องที่ 2 Social Signal กับการติดอันดับใน SEO	283
เรื่องที่ 3 Local Listing สร้างการมีตัวตนในโลกออนไลน์	286

Backlinks Analysis Checklists	290
เคล็ดลับ SEO Off-Site รู้ไว้ก่อนลงมือทำจริง	291
เช็กลิสต์ 6 เรื่องควรระวังในการทำ SEO Off-Site	293

KEYNOTE SEO Off-Site Summary	
สรุป 6 เรื่องสำคัญ SEO Off-Site	296
Final Page unsubscribe การทำ SEO	299

Author Info	301
--------------------	------------

CHAPTER

01

SEO

Introduction

รู้จัก SEO แบบเข้าใจง่าย



10 Min

เชื่อว่าตอนนี้ ธุรกิจส่วนใหญ่ต่างก็มีเว็บไซต์เป็นของตัวเองกันแทบทั้งนั้น จึงเป็นเหตุผลว่าทำไม ‘SEO’ ถึงกลายเป็นประเด็นที่คนหยิบยกขึ้นมาพูดถึง เมื่อต้องการให้เว็บไซต์ของตัวเองติดอันดับการค้นหาของ Search Engines ยอดฮิตอย่าง Google

Google ได้เปิดเผยว่า ในทุกวินาทีจะมีการเสิร์ชเกิดขึ้นโดยประมาณ 99,000 ครั้ง หรือสูงมากถึง 8.5 พันล้านครั้งต่อวัน และจะดีแค่ไหนหากเว็บไซต์ของเราสามารถแสดงผลติดเป็นอันดับต้นๆ เมื่อกลุ่มเป้าหมายของเราได้ค้นหาสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของเราใน Google

แต่ก่อนจะไปลงลึกถึงรายละเอียดในวิธีการทำให้ SEO ติดอันดับ ผมขอเริ่มต้นบทแรกนี้ ด้วยการพาผู้อ่านมาทำความเข้าใจเรื่องของ SEO พร้อมกับปูพื้นฐานของ SEO ในระดับเบื้องต้นแบบเข้าใจง่ายๆ กันซะก่อน และมั่นใจได้เลยว่า เนื้อหาในหน้าต่อๆ ไปจนจบหนังสือเล่มนี้ จะมีความเข้มข้นในเรื่องของความรู้ด้าน SEO ที่ผู้อ่านสามารถหยิบนำไปใช้ในการประกอบอาชีพและพัฒนาการตลาดของตัวเองได้อย่างแน่นอน

ถ้าพร้อมสนุกไปกับเรื่อง SEO ด้วยกันแล้ว ก็มาเริ่มกันเลยครับ

SEO คืออะไร

“SEO” หรือ Search Engine Optimization เรียกว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญมาก ๆ ที่จะทำให้เว็บไซต์ของคุณติดอันดับการค้นหาใน Google แต่ถ้าจะให้อธิบายแบบเป็นหลักการขึ้นมาอีกหน่อย SEO ก็คือวิธีการหนึ่งในการพัฒนาเว็บไซต์ของเราให้ได้คุณภาพตามที่ Google ต้องการ เพื่อให้ Google นำขึ้นมาแสดงผลอันดับต้นๆ ของการค้นหานั้นเอง

SEO ศาสตร์ของการตลาดออนไลน์

ที่จะเปลี่ยนธุรกิจของคุณไปตลอดกาล

แล้วการที่เว็บไซต์ของเราถูกนำขึ้นมาแสดงผล จะมีข้อดีอย่างไรล่ะ?

คำตอบคือ ทันทีที่เว็บไซต์ของเราอยู่ในอันดับต้นๆ หรืออันดับที่ 1-10 ของ Google ก็จะทำให้คนคลิกเข้ามาที่เว็บไซต์ของเราสูงขึ้น เมื่อมีคนเข้ามาในเว็บไซต์ของเราแล้ว ก็หมายถึงโอกาสมากมายที่ตามมานั่นเอง ไม่ว่าจะเป็น

- + โอกาสสร้างฐานลูกค้าให้มากขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยที่ไม่ต้องเสียเงินโฆษณา
- + โอกาสในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ โดยที่ไม่ต้องเสียเงินประชาสัมพันธ์
- + โอกาสในการเพิ่มช่องทางและแหล่งที่มาของรายได้ เพื่อสร้างมูลค่าของธุรกิจให้เติบโตขึ้น

“

SEO เป็นหนทางหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจของคุณ
มีลูกค้ามากขึ้น มีคนรู้จักแบรนด์มากขึ้น
มียอดขายหรือมูลค่าทางธุรกิจที่สูงมากยิ่งขึ้น

”

ในมุมมองของการตลาดเอง SEO ก็เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่จะช่วยขับเคลื่อนการทำงานให้ไปถึงเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน

SEO ทำงานอย่างไร?

รู้จัก SEO กันไปพอสมควรแล้ว ต่อจากนี้ ผมก็อยากที่จะอธิบายให้ทุกคนเข้าใจถึงการทำงานของ SEO ในแบบภาพรวม ก่อนที่เราจะไปลงลึกในรายละเอียดแบบเข้มข้นกันในบทต่อไป

1. เข้าใจ SEO Customer Journey

อย่างแรกเลย ก็ต้องมาทำความเข้าใจกันถึง Journey หรือเส้นทางการใช้งานของคนทั่วไปที่เข้ามาค้นหาใน Google กันก่อน เบื้องต้นผมจะขอยกตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้เป้าหมายการเข้าชมเว็บไซต์เป็นเกณฑ์

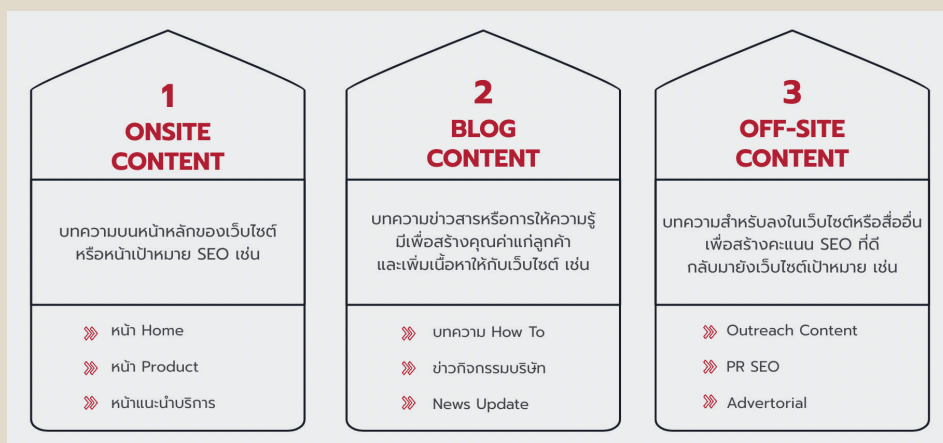


- A.** Blog Page Journey ที่ส่วนใหญ่แล้วจะรองรับบุคคลทั่วไป ที่มักจะมีพฤติกรรมในการค้นหาสิ่งที่ต้องการผ่าน Google จนได้มาเจอกับบทความในเว็บไซต์หรือหน้า Blog Page ที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหานั้น และหากว่าได้พบเจอกับเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาตรงกับสิ่งที่ต้องการ คนกลุ่มนี้ก็มักจะใช้เวลา และให้ความเชื่อใจกับเว็บไซต์นั้น จนมาถึงปลายทางที่ลูกค้าแสดงความต้องการในการติดต่อกับธุรกิจ และแปรเปลี่ยนมาเป็นลูกค้าของธุรกิจนั้นในที่สุด โดยสามารถเกิด Journey แบบนี้กับธุรกิจ เช่น
- α)** B2B หรือ Long Journey Process อย่างธุรกิจที่ขายของและบริการซึ่งใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ และต้องการข้อมูลศึกษาประกอบ

ประเภทของ SEO Content

เมื่อเข้าใจถึงบทบาทความสำคัญของ SEO Content กันแล้ว เรื่องต่อมาที่ควร
รู้ก่อนจะไปถึงขั้นตอนในการทำ SEO Content ก็คือ การแบ่งประเภทของ SEO
Content ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญอีกเช่นกัน เนื่องจากรูปแบบการทำ SEO Content แต่ละ
ประเภทจะมีทั้งความเหมือนและความต่างกันในแต่ละจุด โดยที่รายละเอียดเพียง
เล็กๆ น้อยๆ ตรงนี้เอง ที่จะส่งผลต่อการให้คะแนนเรื่องคุณภาพของบทความ และ
การติดอันดับของ Google ได้เลย

สำหรับประเภทของ SEO Content สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้



1 Onsite Content

คือบทความที่จะอยู่ในหน้าหลัก หรือหน้าเป้าหมายในการทำ SEO ของเรานั้นเอง โดยที่ Onsite Content จะมีความยาวและรายละเอียดในตัวคอนเทนต์ที่มากกว่าบทความประเภทอื่นๆ ได้แก่ หน้า Home, หน้า Product หรือหน้าการให้บริการต่างๆ ที่คนส่วนใหญ่จะต้องกดเข้ามาอ่านข้อมูล

2 Blog Content

ซึ่งจะเป็นส่วนของบทความความรู้ ข่าวสารการอัปเดตต่างๆ ที่เราอัปเดตเข้าไปในเว็บไซต์ของเรานั้นเอง ซึ่งหน้าเหล่านี้ก็จะมีประโยชน์ที่ช่วยให้เว็บไซต์ของเรามีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับเนื้อหา หรือคำเป้าหมายนั้นๆ ที่เรากำลังทำอยู่ รวมถึงเป็นส่วนช่วยสำคัญที่คนจะได้ความรู้และอยู่ในเว็บไซต์ของเรานานขึ้นด้วย และที่สำคัญคือ จะเป็นการเพิ่มจำนวนคนเข้าชมเว็บ หรือ Traffic

3 Off-Site Content

หรือบทความนอกเว็บไซต์ของเรา ส่วนใหญ่แล้วเราทำเพื่อที่จะลงบทความในเว็บไซต์อื่นๆ และมีความเชื่อมโยง โดยมี Link กลับมาที่เว็บไซต์เรา

และถ้าจะให้ยกตัวอย่าง Off-Site Content ว่ามีอะไรบ้าง ก็ได้แก่ ข่าว PR SEO ที่ไปลงตามเว็บไซต์ข่าว เว็บไซต์อื่นๆ หรือลักษณะที่เป็น Advertorial Content บทความโฆษณาที่เราไปลงในเว็บไซต์อื่น เป็นต้น

ขั้นตอนการทำ SEO Content

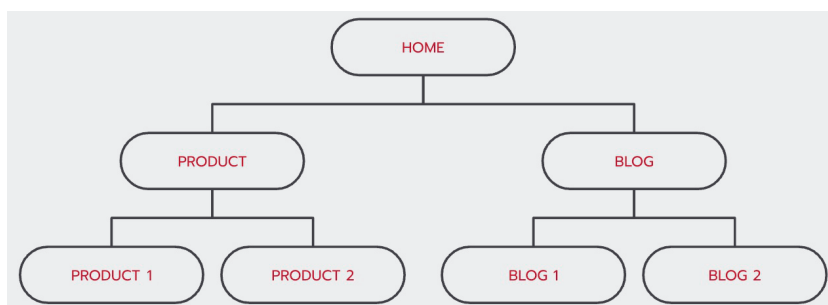
เอาละตอนนี้เราเริ่มที่จะทำ SEO Content กันแล้ว

เพราะฉะนั้นผู้เขียนจึงอยากให้ทุกคนเข้าใจก่อนว่า ขั้นตอนในการทำ SEO Content มันมีรายละเอียดอะไรบ้าง โดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนหลักๆ ด้วยกัน



1 Target Page Planning

เป็นขั้นตอนที่จะเป็นตัวกำหนดเลยว่า เว็บไซต์ของเราจะมีหน้าไหนบ้างที่จะทำ SEO หน้าไหนบ้างที่เป็นหน้าเป้าหมายที่ทำให้คนเข้ามาเยี่ยมชมเป็นหลัก เพราะฉะนั้นใน 1 เว็บไซต์ควรจะต้องมีหน้าเป้าหมาย หรือหน้า Target Page ประมาณ 3-5 หน้าขึ้นไป เหตุผลเพราะเราต้องการทำให้เว็บไซต์ของเรา มีค่าที่หลากหลายระดับหนึ่ง มีหน้าเป้าหมายที่เข้าถึงกลุ่มคนที่มีความต่างกันในเรื่องของสินค้าและบริการที่ต่างกัน แต่ก็ยังคงค้นหาเว็บไซต์ของเราเจอ เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเราได้หลากหลาย



ตัวอย่างตามภาพ จะทำให้ทุกคนเห็นภาพและเข้าใจตรงกันมากขึ้นว่า เว็บไซต์ของเราจะมีหน้า Home หน้า Product 1, 2, 3, 4 กี่วากันไป โดยที่เราสามารถกำหนดได้ว่าหน้าไหนที่เราอยากให้เป็นหน้า Target Page ที่มีคนเข้ามาเยี่ยมชม

แต่ก่อนจะไปวางตัว Target Page ผู้เขียนขอแนะนำเทคนิคที่น่าสนใจ 3 ข้อ ที่จะช่วยให้การทำ Target Page มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เลือกหน้าหลักเป็น Target Page	วางแผนหน้าให้เชื่อมโยงกันได้	1 หน้า 1 เป้าหมายหลัก
 » หน้าหลักของเว็บไซต์ถือเป็นหน้าสำคัญที่เราต้องการให้คนเข้าชม เพื่อตอบโจทย์ทางการตลาด » หน้าสินค้า, หน้าประเภทสินค้า, หน้าเกี่ยวกับเรา หรือนำราคา	 » ความเชื่อมโยงกันของหน้า Target จะช่วยทำให้ผู้ใช้งานสะดวกขึ้น » การเชื่อมโยงยังเป็นการเพิ่มคุณภาพของ SEO อีกด้วย	 » มีเป้าหมายแต่ละหน้าที่ชัดเจนในการสื่อสารว่าต้องการให้ข้อมูลอะไรแก่ผู้อ่าน » เพราะเราสามารถวาง Keywords ในแต่ละหน้าได้อย่างชัดเจนด้วยนั่นเอง

Tip 1 ควรจะเลือกหน้าหลักเป็น Target Page

ได้แก่ หน้า Home, หน้า Product และหน้าที่เป็น Main หลักของเว็บไซต์เรานั่นเอง เพราะว่าหน้าเหล่านี้เป็นหน้าที่เราต้องการให้มี Traffic เข้ามา โดยที่จะมีรายละเอียดของสินค้าและบริการที่เรา กำลังจะสื่อสาร หรืออาจจะมีสินค้าให้ลูกค้าเข้ามาเลือกผ่านหน้านั้นๆ ได้เลย

Keyword Research

ค้นหาคำที่ใช้สำหรับ SEO Content

ในเรื่องของ Keyword Research เรียกว่าเป็นขั้นตอนที่ผมเคยบอกไปตั้งแต่แรกๆ ของหนังสือเล่มนี้ว่าเป็นหนึ่งในหัวใจที่สำคัญเลย เพราะมันคือการหา “คำ” ที่เราจะใช้ทำ SEO

“

การทำ Keyword Research สำหรับ SEO Content
เปรียบเสมือนการออกแบบทริปการเดินทาง
ที่จะทำให้รู้ว่าเราจะไปที่ไหน ด้วยเส้นทางไหน

”

อธิบายแบบให้เข้าใจมากขึ้น การทำ Keyword Research ก็คือ ขั้นตอนในการ Research ค้นหา “คำเป้าหมาย” ในการมาทำ SEO และเขียนใน SEO Content ซึ่งจะมีการใช้เครื่องมือต่างๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลว่าควรที่จะใช้คำไหนดี ต้องมีการวางแผนอย่างไร ต้องเรียงลำดับขั้นตอนต่างๆ เพื่อจะนำคำ Keyword เหล่านั้นมาทำ SEO Campaign ในลักษณะไหนนั่นเอง

ทีนี้จะพาผู้อ่านมาดู 3 ขั้นตอนในการทำ Keyword Research เพื่อให้ได้ SEO Content ที่มีคุณภาพและโดนใจ Google กัน



ขั้นตอนที่ 1 Keyword Planning การจัดตำแหน่งคำ

ในบทก่อนหน้านี้เราได้พูดถึงเรื่องของ Target Page Planning กันไปแล้ว ที่ว่ากันด้วยเรื่องว่าหน้าไหนของเว็บไซต์เราที่จะนำมาทำ Target SEO ซึ่งการวางแผน Keyword Planning เราก็นำ Target Page ในหน้านั้นขึ้นมาวางแผนต่อว่าจะมี Keyword อะไรที่จะใช้บ้าง

ขอยกตัวอย่างเป็นโครงสร้างโดยรวมเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น (ตามภาพ)



จากภาพจะเห็นว่าเราวางหน้า Home ไว้ให้มี Keyword ทั้งหมด 4 คำ ต่อด้วยหน้า Page 2, 3, 4, 5 ซึ่งจำนวน Page ก็ขึ้นอยู่กับตอนที่เราวาง Target Page Planning กันไว้นั่นเอง

ต่อมาในแต่ละหน้าเป้าหมาย เราก็จะมีการกำหนดเรื่องของ Focus Keyword และ Supportive Keyword เอาไว้

Focus Keyword คือ คำหลัก คำเป้าหมายหลักที่เราตั้งใจจะติดอันดับในคำนี้ โดยอาจเป็นคำที่ตอบ Intent และสามารถมีการแข่งขันพอสมควร

Supportive Keyword คือ คำเป้าหมายที่มีหน้าที่นอกจากจะติดอันดับที่ดีได้แล้ว ยังเป็นคำที่ช่วยเสริมคำหลักให้ได้ผลลัพธ์ดีขึ้น

ดังนั้น คำ Supportive ควรมีคำที่ใกล้เคียง หรือเป็นคำเสริมต่อยอดจากคำ Focus ก็จะช่วยส่งผลให้มีการติดอันดับที่ดีมากยิ่งขึ้น

โดยที่เวลานำคำ Keyword มาจัดตามหน้าแล้ว เราก็จะมีการใส่คำ Focus Keyword ในแต่ละหน้าประมาณ 1 คำ ที่เหลือก็จะเป็น Supportive Keyword ประมาณ 2-4 คำ แนะนำว่าเมื่อรวมกันไม่ควรเกิน 5 คำ หรือหากมีคำเป้าหมายมากกว่านั้น ก็ควรเป็นคำที่มีความสอดคล้องกันที่เสริมกันจริงๆ

เห็นภาพของโครงสร้างคำ Keyword Planning กันไปแล้ว ทีนี้ผมจะลองเอาคำที่จะใช้งานจริงๆ มาวางให้ทุกคนได้เข้าใจมากขึ้นกว่าเดิม

ขอสมมติว่า ตอนนี้เราเป็นร้านหรือโรงงานผลิตขายเสื้อยืด ที่กำลังทำ SEO Content โดยเราจะเริ่มต้นด้วยการวาง Keyword Planning กันก่อน



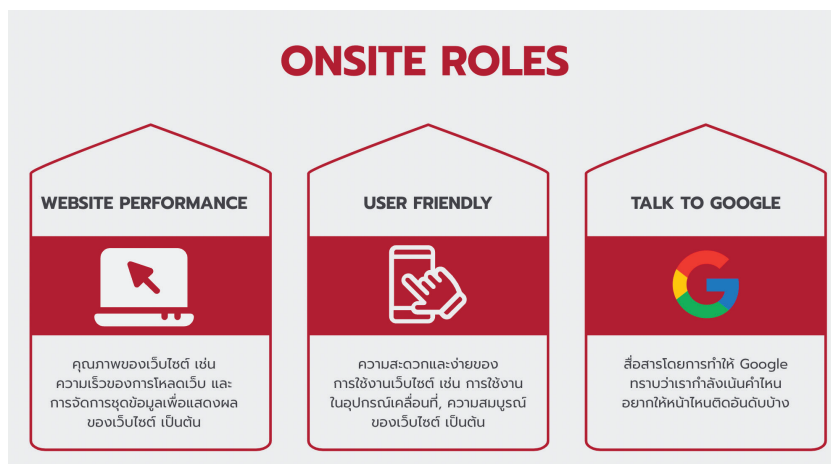
กำหนดให้คำในหน้า Home ซึ่งเป็นคำ Focus Keyword ของเราด้วย โดยเลือก
ใช้คำที่เป็น Big Head เลยว่า “ร้านเสื้อยืด” ซึ่งก็จะมีคำย่อยลงมาเป็นกลุ่มของ
Middle Keyword บ้าง เป็น Long-Tail Keyword บ้าง ซึ่งจะทำหน้าที่ช่วยสนับสนุน
คำ Focus Keyword โดยที่ผมจะขอเรียกคำลักษณะนี้ว่า Supportive Keyword

โดยเราควรใช้คำที่เป็น Supportive Keyword ส่วนใหญ่จะมีรากศัพท์มาจากคำ
Focus Keyword หลักอยู่แล้ว ตามตัวอย่างก็จะได้แก่ “ร้านขายเสื้อยืด” “ร้านขาย
เสื้อยืด ออนไลน์” “ร้านเสื้อยืด ออนไลน์”

SEO Onsite 101

บทบาทของ SEO Onsite

ซึ่งในการทำ SEO Onsite ประกอบไปด้วยบทบาทที่สำคัญทั้งหมด 3 ส่วน



1. การพัฒนา Performance ของเว็บไซต์

หรือการพัฒนาประสิทธิภาพของเว็บไซต์ เช่น เรื่องของความเร็วในการดาวน์โหลดเว็บไซต์ การจัดเก็บข้อมูลต่างๆ การแสดงผลข้อมูลของเว็บไซต์

ซึ่งแน่นอนว่าการที่ Website Performance ดีและมีคุณภาพ ก็จะทำให้มุมมองของ Google และในมุมมองของคนใช้งานเองก็จะรู้สึกว่าการใช้งานเว็บไซต์ของเราได้ง่าย ไม่ติดขัด ไม่สะดุด ก็จะทำให้เกิดประสบการณ์การใช้งานที่ดี เว็บไซต์ของเราก็จะดูเป็นเว็บไซต์ที่มีความเป็น Professional สามารถสร้างผลลัพธ์ที่ดีในเชิง SEO ได้

2. User Friendly

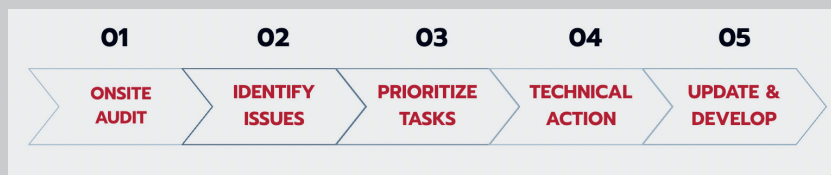
หรือการทำเว็บไซต์ให้เป็นมิตรกับผู้ใช้งาน ต้องบอกว่าเป้าหมายของการทำ SEO Onsite ข้อหนึ่งก็คือ การทำให้การใช้งานของคนที่เข้ามาในเว็บไซต์มีความง่ายขึ้น สะดวกขึ้น ทำให้รู้สึกว่าการเข้าเว็บไซต์นี้ดี มีประโยชน์ ทำให้สามารถอ่านบทความในเว็บไซต์ได้มากขึ้น อยู่ในเว็บไซต์ได้นานขึ้น ซึ่งปลายทางสุดท้ายแล้ว ก็จะเป็นเรื่องส่งผลที่ดีกับการทำ SEO ของเรากลับมานั่นเอง

3. Talk To Google

หรือการสื่อสารโดยตรงกับ Google อย่างที่ทราบกันดีว่า Google จะมีการปล่อย Googlebot มาเพื่อ Crawl ดูคุณภาพของเว็บไซต์ และโครงสร้างต่างๆ ของเว็บไซต์ว่าเป็นไปตามหลักการของการทำ SEO หรือไม่ และตรงตามคุณภาพที่ตั้งไว้หรือไม่ ในส่วนของเราเองที่มีการทำ SEO Onsite ตรงนี้ ก็สามารถที่จะสื่อสารกลับไปยัง Google ได้ว่า เว็บไซต์ของเรามีส่วนไหนที่ดีบ้าง เพื่อให้ Bot มาดูข้อมูลเหล่านั้น โดยจะอธิบายเรื่องนี้เพิ่มเติมในหน้าต่อไป

5 ขั้นตอนการทำ SEO Onsite ให้ได้คุณภาพ

เพื่อที่จะทำ SEO Onsite ได้อย่างมีคุณภาพและเห็นผล ผู้เขียนได้เรียบเรียงขั้นตอนการทำงานออกมาเป็น 5 ส่วน และหากเราสามารถทำตามขั้นตอนทั้งหมดนี้ได้ ก็จะสามารถทำให้แคมเปญการทำ SEO ของเรามีผลลัพธ์ที่ดีมากๆ ตามเป้าหมายที่ต้องการได้เลย



ขั้นตอนที่ 1 Onsite Audit

คือขั้นตอนที่เราจะเข้ามาตรวจสอบ ประเมิน วิเคราะห์คุณภาพของเว็บไซต์ ด้วยปัจจัยต่างๆ มากมาย โดยในการประเมินก็จะมีการใช้เครื่องมือที่เป็นเครื่องมือเฉพาะของการทำ SEO เข้ามาใช้งาน ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้มีตั้งแต่เครื่องมือที่ใช้งานง่าย ไปจนถึงเครื่องมือที่ต้องอาศัยความรู้และความชำนาญในการใช้งาน โดยที่เครื่องมือเหล่านี้จะทำให้เราทราบว่าเว็บไซต์ของเรามีปัญหาตรงไหน มีส่วนไหนที่ควรปรับปรุง มีส่วนไหนที่ Google ไม่ชอบ รวมถึงมีจุดไหนที่สามารถพัฒนาให้ดีขึ้นได้บ้าง

แต่ถ้าใครที่อยากรู้ว่าจะมีเครื่องมืออะไรที่น่าสนใจ และเครื่องมือแบบไหนเหมาะกับการ Audit เรื่องไหนบ้าง ต้องคอยติดตามกันต่อในหนังสือเล่มนี้

สำหรับตอนนี้ขอยก Case ตัวอย่างเบื้องต้นที่จะทำให้ทุกคนเห็นภาพว่า “มีปัจจัยอะไรบ้าง” ที่เราเองสามารถปรับปรุงด้าน Onsite ให้เหมาะสมและรองรับกับการทำ SEO ได้บ้าง โดยเคสที่ผมยกมาในหนังสือเล่มนี้ เกิดจากประสบการณ์ของการทำ SEO ที่มักพบได้บ่อยครั้ง ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับทุกคน

เรื่องของ Responsive Design หรือการออกแบบเว็บไซต์ ให้สามารถใช้งาน
 ได้กับอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่มีความหลากหลาย หมายความว่านอกจากจะใช้งาน
 กับคอมพิวเตอร์แล้ว เว็บไซต์ก็ต้องสามารถรองรับกับอุปกรณ์อื่นๆ อย่างมือถือ
 แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ต่างๆ ซึ่งการออกแบบให้เว็บไซต์มีความสามารถ
 รองรับการใช้งานกับอุปกรณ์ต่างๆ ได้ ก็จะส่งผลดีกับการทำ SEO แน่ๆ

Broken Links หรือลิงก์ของเว็บไซต์ที่มีปัญหา ที่ควรได้รับการปรับปรุง
 โดยที่ Google จะไม่ชอบการที่เว็บไซต์มี Broken Links เนื่องจากเป็นการสร้าง
 ประสบการณ์ที่ไม่ดีกับผู้ใช้งาน โดยที่ Google จะมองว่าสิ่งที่เกิดขึ้นกับ Broken
 Links นี้ไม่มีคุณภาพสำหรับเว็บไซต์ และจะมีการหักคะแนนจากเรื่องนี้ด้วยเช่นกัน

Page Speed ความเร็วของเว็บไซต์ก็มีส่วนสำคัญ เนื่องจากทุกวันนี้หากเข้า
 เว็บไซต์ไหนแล้วมีการดาวน์โหลดที่นานเกินไป โอกาสที่จะกดออกจากเว็บไซต์ก็มี
 สูงมาก เพราะฉะนั้นเรื่องของ Page Speed เป็นปัจจัยที่สำคัญของคุณภาพเว็บไซต์
 ที่เราจะต้องอาศัยการใช้เครื่องมือในการตรวจสอบ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาต่อไป

Initial SEO Set-Up เนื่องจากในการทำ SEO ก็จะต้องมีการติดตั้งเครื่องมือ
 ต่างๆ ที่เราจะเอาไว้ใช้สื่อสารโดยตรงกับ Google ซึ่งหากมีการติดตั้งที่ไม่สมบูรณ์
 แน่ๆว่าจะเป็นส่วนที่ทำให้เว็บไซต์เกิดความไม่สมบูรณ์ และควรรีบดำเนินการ
 เพื่อการทำ SEO ในขั้นตอนต่อไป ก่อนที่เว็บไซต์ของเราจะถูกหักคะแนน

ทั้ง 4 เรื่องนี้ เป็นเพียงปัจจัยเบื้องต้นที่ยกขึ้นมาให้เห็นภาพ ในรายละเอียด
 ลึกๆ แล้วยังมีหัวข้อปัจจัยเรื่องของคุณภาพ SEO ในเรื่องอื่นๆ ที่จะมีการพูดถึง
 อย่างละเอียดในบทต่อไป