



สำนักวิทยบริการ  
และเทคโนโลยีสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## โครงการอบรมการติดตาม การพัฒนาและดูแลเว็บไซต์ ของหน่วยงาน

# SEO

Search Engine Optimization

แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพ  
เนื้อหาของเว็บไซต์โดยใช้ SEO  
เพื่อให้เข้ากับเกณฑ์ Google

SEO ความหมายที่แท้จริง คือ อะไร

SEO คำนี้ ย่อมาจาก SEARCH ENGINE OPTIMIZATION หมายถึง กระบวนการในการเรียกการเข้าชม (Traffic) จากผลการค้นหา แบบฟรีและเป็นธรรมชาติ บนเครื่องมือค้นหา (Search Engine) ด้วยการใช้เทคนิคในการปรับแต่งองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ให้ถูกต้องตามกฎเกณฑ์การพิจารณาในการจัดอันดับผลการค้นหาของเครื่องมือค้นหา แปลความหมายเข้าใจง่ายคือ “การทำเว็บไซต์ของเราให้ Search Engine ชอบ”





Search Engine คืออะไร



คำตอบแบบตรงตัวที่สุดเห็นจะเป็น ‘โปรแกรมค้นหา’ โดยส่วนมากแล้ว Search Engine จะทำหน้าที่ค้นหาข้อมูลภายในคลังข้อมูลของมัน (หรือคลังข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต) แล้วนำเสนอให้ผู้ใช้ในรูปแบบต่างกันไป เช่น เว็บไซต์ รูปภาพ วิดีโอ ไปจนถึงหน้าจอพยากรณ์อากาศ แล้วแต่ที่เราจะเลือกค้นหาอะไร

เดิมที Search Engine จะใช้การค้นหาด้วยคำสั้นๆ เป็นหลักที่เรียกกันว่า Keyword หรือ ‘คำสำคัญ’ แต่ในปัจจุบันมันก็ได้รับการพัฒนาจนสามารถทำได้เหนือกว่าเดิมมาก รวมไปถึงการรับคำสั่งเสียงจากอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อค้นหาข้อมูลด้วย

นอกจากการให้คำตอบแล้ว Search Engine ยังมีการเก็บสถิติ โปรแกรมให้คำตอบนี้จะสังเกตว่ามีผลลัพธ์ใดบ้างที่ถูกเลือก หรือไม่ถูกเลือกจากคีย์เวิร์ดนั้นๆ และใช้ข้อมูลสถิติการค้นหาเพื่อเลือกผลลัพธ์ที่ดีที่สุดสำหรับการค้นหาครั้งต่อไป เพื่อเพิ่มความเป็นไปได้ที่ว่าสิ่งที่มันนำเสนอจะเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือมีประโยชน์ที่สุดสำหรับผู้ค้นหาตัวเอง (เทคนิคเหล่านี้เรียกกว้างๆ ว่า Machine Learning)

Search Engine มีอะไรบ้าง

SEARCH ENGINES	Percentage Market Share
 Google	99.3%
 Yahoo!	0.4%
 Bing	0.2%
 DuckDuckGo	0.03%

 YANDEX RU	0.03%
 Baidu	0.01%

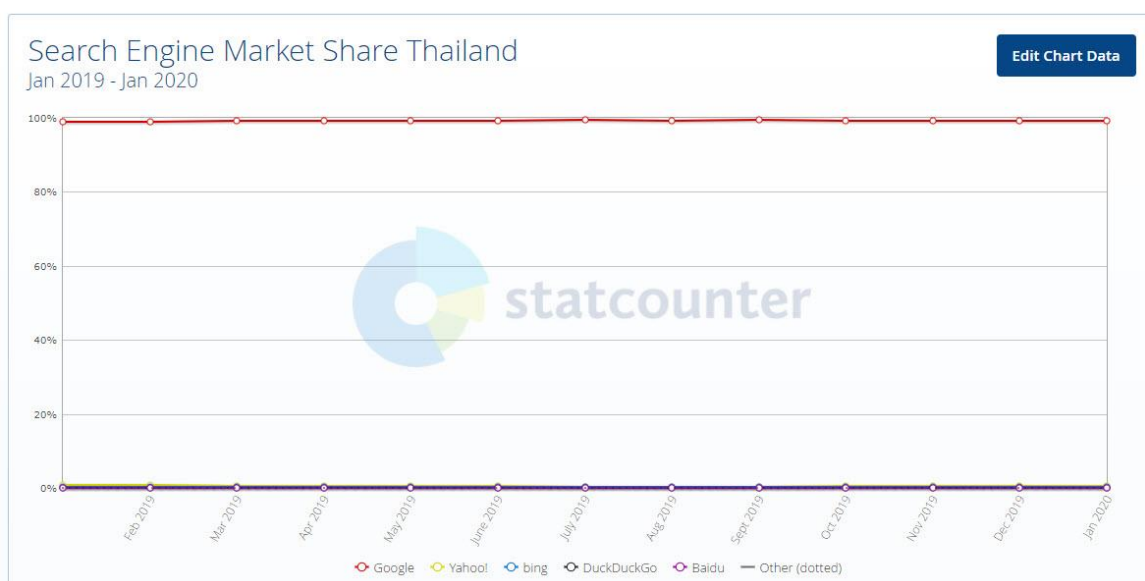


Chart Data : Market Share Search Engine

อ้างอิงจาก : StatCounter Global Stats - Search Engine Market Share Thailand สิงหาคม ปี 2018 - สิงหาคมปี 2019

จากข้อมูล พบว่าตั้งแต่สิงหาคม ปี 2018 - สิงหาคมปี 2019 Google เป็นเสิร์ชเอนจินที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วนสูงกว่า 98.84% ไปจนถึง 99.33% เลยทีเดียว

และสอดคล้องกับเงื่อนไขของเกณฑ์การจัดอันดับ **Webometrics Ranking of World University** ตัวชี้วัดที่ 1 PRESENCE (5%) วัดจำนวนเว็บเพจทั้งหมดบนเว็บไซต์ภายใต้โดเมนหลัก โดเมนย่อย ทั้งหมดของ

มหาวิทยาลัย รวมถึงจำนวนไฟล์เอกสารต่างๆ เช่น pdf, doc, docx, ppt (ไฟล์ .pdf ดีที่สุด) วัตโดย Google Search Engine

### การทำงานของ Search Engine

ไม่ว่า Search Engine จะมีกี่เจ้า และจะแบ่งประเภทได้ยับย่อยแค่ไหนอย่างไร แต่สุดท้ายหลักการทำงานของ Search Engine จะมีแค่ 3 ขั้นตอนหลักๆ คือ

1. การเก็บข้อมูลเว็บ (Crawling)
2. ทำดัชนี (Indexing)
3. ค้นหาและจัดอันดับ (Retrieval & Ranking)

#### 1.การเก็บข้อมูลเว็บ (Crawling)

อินเทอร์เน็ตเป็นโครงข่ายข้อมูลขนาดมหึมาที่เชื่อมโยงติดต่อกันอย่างทั่วถึง ดังนั้นมันไม่ใช่เรื่องง่ายเลยที่ Search Engine จะดำเนินการค้นหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ในทันทีที่คุณกดปุ่ม ‘ค้นหา’ ดังนั้น Search Engine จะมีการ ‘Crawl’ หรือการตระเตรียมข้อมูลไว้ล่วงหน้า

กรรมวิธีของ Search Engine คือการส่ง Bot ที่ถูกเรียกว่า Crawler (หรือ Spider) ไปตามหน้าเว็บไซต์ต่างๆ มันจะรวบรวมข้อมูลทุกส่วนของเว็บไซต์ที่เข้าถึงได้ ทั้ง URL รูปภาพ หัวเรื่อง เนื้อหา ตั้งแต่หน้าแรกไปจนถึงหน้าสุดท้าย เมื่อเสร็จเว็บไซต์หนึ่ง เหล่า Crawler ก็จะมีมุ่งออกไปที่อื่นตามลิงก์ที่อยู่ในหน้าเพจ หรือหน้าเว็บนั้นๆ เพื่อทำการค้นหาเพิ่มเติมไปเรื่อยๆ ไม่มีหยุด

สุดท้ายแล้วสิ่งที่ Search Engine แต่ละตัวจะได้คือคลังข้อมูลมหาศาลเกี่ยวกับหน้าเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีการอัปเดตเรื่อยๆ รวมไปถึงรูปภาพ วิดีโอ และอื่นๆ อีกมากมายที่สามารถเข้าถึงได้

นี่เป็นแค่ขั้นแรก ขั้นต่อไปเหล่า Search Engine จะเริ่มแสดงความสุดยอดของมันให้เห็น

#### 2.ทำดัชนี (Indexing)

ว่ากันง่ายๆ ก็คือการจัดการข้อมูลมหาศาลที่ได้มาให้เป็นหมวดหมู่นั้นล่ะ และไม่ใช่หมวดหมู่แบบธรรมดา มันเป็นการจำแนกหมวดหมู่ย่อยชนิดคำต่อคำไม่ว่าจะละเอียดขนาดไหนก็ตาม ทาง Google ได้ระบุว่าเอาแค่ตัวดัชนีการค้นหาที่มีปริมาณมากกว่าร้อยล้านก็กะไบต์เข้าไปแล้ว และมันยังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทุกวันๆ อีกด้วย

สิ่งหนึ่งที่สามารถสังเกตได้ง่ายๆ เลยคือเวลาพิมพ์อะไรซักอย่างลงใน google มันจะขึ้น Keyword มากมายมาให้อัตโนมัติ (หากคุณไม่ได้พิมพ์ผิดหรือแปลกจนเกินไปนัก)

แล้วทำไมต้องลำบากจัดหมวดหมู่มากมายขนาดนี้ แค่เอาข้อมูลกองๆ แล้วค้นหาเลยไม่ได้หรืออย่างไร คำถามนี้คือประเด็นที่จะโยนไปหาข้อที่สาม ข้อที่สำคัญที่สุด

### 3. ค้นหาและจัดลำดับ (Retrieval and Ranking)

ลองนึกสภาพเราค้นหาคำว่า ‘สุนัข’ ในอินเทอร์เน็ต

ถ้าเราไม่มีการจัดหมวดหมู่ เราก็คงเจอข้อมูลของ ‘สุนัข’ เป็นล้านๆ ที่อาจจะทั้งเกี่ยว หรือไม่เกี่ยวเลยก็ได้ เพราะตอนรวบรวมข้อมูล ตัว Search Engine จะเก็บข้อมูลมาทุกหน้า มันอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของย่อหน้าสุดท้ายนิยาย หรืออาจเป็นแค่คำบ่นของบล็อกเกอร์ซักรุ่นหนึ่ง ซึ่งต่อให้จัดหมวดหมู่แล้ว มันก็ยังคงไม่ดีพอ

แล้วอะไรล่ะที่มันจะเวิร์ค ข้อมูลอะไรล่ะที่จะโผล่มาในหน้าแรกของ Search Engine มันรู้ได้ยังไงว่าเราต้องการอะไรมากที่สุดในขณะที่เรากำลังค้นหา

มีหลายปัจจัยสำหรับเรื่องนี้ ในตอนที่ค้นหาข้อมูล Search Engine จะทำการตรวจสอบสิ่งที่ได้มาไปในตัวเลยว่ามันสำคัญขนาดไหน เช่น

- มี Keyword อยู่ใน URL หรือไม่
- Keyword เป็นหัวข้อหรือไม่
- Keyword มีปริมาณมากขนาดไหน
- มีคำอธิบายหรือคำเหมือนของ Keyword ในหน้าเพจนั้นหรือไม่
- เพจที่ได้มาน่าเชื่อถือมากแค่ไหน

เมื่อประมวลผลทุกอย่างเสร็จ ผลลัพธ์ก็จะปรากฏขึ้นมาเรียงตามสิ่งที่ Search Engine คิดว่าสำคัญ และตรงกับใจเรามากที่สุด และตัดผลลัพธ์ที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป

หลังจากเราคลิกเข้าไปในลิงก์ที่มันให้มา ตัว Search Engine ก็มีการบันทึกสถิติไว้ซะ ว่าหากคนค้นหาสิ่งนี้ จะเลือกเข้าเว็บไซต์นี้มากกว่า มันตรงใจคนมากกว่า การจัดลำดับเว็บไซต์ก็จะเริ่มทำงาน ทำให้เว็บไซต์ที่ถูกคลิกมากครั้งเด่นขึ้นไปกว่าเดิม ซึ่งในบางครั้งรวมถึงคำผิดด้วยนะ เช่นถ้าเราค้นหา ‘ดพแนนา’ ลงใน google หรือ bing แม้แต่ duckduckgo มันก็จะระบุข้อมูลทันทีว่าเราค้นหา ‘Facebook’ แล้วแต่งผลลัพธ์มาให้เลย

นี่คือหลักการการทำงานของ Search Engine แบบไม่ต้องอิงวิชาการมากนัก

#### ทำไมเราจึงต้องสนใจการทำงานของ Search Engine

การรู้ว่า Search Engine ทำงานอย่างไรคือก้าวแรกของการทำความเข้าใจกับ SEO หรือ Search Engine Optimization หรือการดันหน้าเว็บไซต์ไม่ก็เพจของตัวเองขึ้นไปอยู่หน้าแรกของการค้นหา มันจะช่วยเพิ่มโอกาสให้เว็บไซต์ของเราเป็นที่รู้จักมากขึ้นในวงกว้าง แม้ว่าจะไม่ได้ค้นหาตัวเว็บของเราตรงๆ

การประยุกต์ความรู้ในด้านนี้เคียงคู่ไปกับการคำนึงถึงผู้ใช้คือสิ่งสำคัญในการทำเว็บไซต์ เพราะสุดท้ายต่อให้เราทำทุกอย่างดีแค่ไหนสำหรับ Search Engine แต่อย่าลืมว่าคนคลิกเข้ามาอ่านคือผู้ใช้งาน เราต้องทำให้ผู้ใช้

พึงพอใจในเว็บหรือเพจของเรามากพอที่จะเข้ามาเป็นครั้งที่สองหรือสาม และเพิ่มปริมาณผู้ใช้ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ ไม่ใช่เน้นด้านใดด้านหนึ่งเพียงอย่างเดียวประโยชน์ ของ search engine มีอะไรบ้าง?

จากสถิติในอินเทอร์เน็ตเน็ทนั้น มีเว็บไซต์ (ที่ยังใช้งานได้) อยู่มากกว่า 625 ล้านเว็บ! ถ้าไม่มี Google หรือ Bing เวลาต้องการหาข้อมูลอะไรสักอย่าง เห็นที่จะต้องสิ้นเปลืองเวลาชีวิตกันมากโขอยู่

**ประโยชน์หลักๆ ที่เราได้จาก search engines**

#### 1. ประหยัดเวลา

- **ถาม:** สมัยก่อนตอนที่ยังไม่มี internet เวลาที่คุณต้องการหาข้อมูล ทำยังไง?
- **ตอบ:** สมุดหน้าเหลือง! ก็ไล่เปิดไปสิ แล้วก็โทรไปถามสิ (ถี่มาก)
- **ถาม:** สมัยก่อนตอนที่มี internet แล้ว แต่ยังไม่มี Google หรือ Yahoo เวลาที่คุณต้องการหาอะไร ทำยังไง?
- **ตอบ:** ก็ต้องไล่เข้าไปทีละเว็บ เช็คไปกว่าจะเจอเว็บที่มีเนื้อหาตรงใจ

สรุปคือ เสียเวลามากกก ถ้าเราไม่มี search engines

ทุกวันนี้จะหาอะไรที แป๊บเดียวเสร็จ บางทีหา 10 อย่างใน 5 นาที ก็ยังหาเจอ

#### 2. ความแม่นยำ

ได้พูดกันไปบ้างแล้วเรื่องการคำนวณความแม่นยำ ของ search engines ตอนนี้เรามาดูตัวอย่างให้เห็นภาพกันดีกว่า ว่าเขาแม่นยำยังไง

สมมุติว่าคุณหิว และอยากกินพิซซ่า คุณก็เปิด Google แล้วพิมพ์คำว่า "พิซซ่า" ลงไป ผลลัพธ์ที่ได้ในหน้า 1 เต็มไปด้วยเว็บขาย Pizza ที่คุณสามารถโทรสั่ง (เช่น 1112) หรือสั่งออนไลน์ให้มาส่งถึงบ้านก็ได้

**[โปรโมชั่นพิซซ่า ชื่อ 1 แกรม 1 - เดอะ พิซซ่า คอมปะนี 1112 - Pizza Company](https://www.1112.com/bogo)**

<https://www.1112.com/bogo> ▼

สั่งออนไลน์ได้แล้ววันนี้ที่ [www.1112.com](http://www.1112.com) หรือ แอปพลิเคชัน เดอะ พิซซ่า คอมปะนี หรือ โทร 1112. ... โปรโมชั่น พิซซ่า ชื่อ 1 แกรม 1 ... ดับเบิลชีสพิซซ่า. 299 ฿ เลือก ...

ต่อไปเป็นผลลัพธ์หน้า 3 ของกูเกิล เป็นหน้าเพจที่มีรูปพิซซ่าเต็มไปหมด ให้เลือกโหลดมาใช้งาน

**[พิซซ่า รูปภาพ - Pixabay - ดาวน์โหลดรูปฟรี](https://pixabay.com/th/images/search/พิซซ่า/)**

<https://pixabay.com/th/images/search/พิซซ่า/> ▼

ดาวน์โหลดภาพสุดอลังการฟรีจาก พิซซ่า สำหรับใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ฟรี ✓ ไม่มีลักษณะที่ต้องการ.

ลองจินตนาการดูนะ ถ้าหน้าแรกของผลการค้นหาเต็มไปด้วยเว็บ download รูป pizza ในขณะที่คุณอยากบริโภคฮาวายเอี้ยนสักถาดหนึ่ง แบบนี้อาจมีถาดใจกันบ้าง ต้องปั่นจักรยานไปซื้อถ้วยจิบ ที่ปากซอย มาซด ประทับชีวิตไปก่อน ก็เป็นไปได้

### 3. ความสามารถในการหาขั้นสูง

หลายท่านใช้งาน Google อยู่ทุกวันแต่ยังไม่ทราบว่า มีวิธีหาอะไรที่ซับซ้อนมากกว่าการที่ใส่ คำค้นหาลงไปเฉยๆ เช่น ถ้าคุณต้องการให้มีคำที่คุณต้องการค้นหาอยู่ใน URL ของเว็บด้วย คุณก็ใช้ search operator "inurl:", หรือ ต้องการหาเว็บที่มีคำที่คุณต้องการ ให้อยู่ใน title ของหน้า คุณก็ใช้ "intitle:" เป็นต้น

บทความนี้จะไม่พูดมากเรื่องนั้นๆ เพราะมันยาว ถ้าท่านสนใจอ่านวิธีการใช้งานการค้นหาขั้นสูงแบบละเอียดเรียนเชิญ >> <https://seobooks.org/google-advanced-search-how-to/>

### 4. ฟรี!

Search engines ยอดนิยมอย่าง Google หรือ Bing เองก็ดี จริงๆ แล้วไม่ฟรี !!



[source](#)

คือเขาเก็บตังค์นะ แต่ไม่ได้เก็บกับผู้ใช้ แต่ไปเก็บกับผู้ที่มาลงโฆษณา ดังนั้นเนี่ยในฐานะ user เรามีเครื่องมือค้นหาที่เจ๋งๆ ให้ใช้กันฟรีๆ ต้องยอมรับว่า ชีวิตที่ดี มีประโยชน์

### ทำไมต้องทำ SEO ?

“เพื่อให้เว็บไซต์ของเราติดหน้าแรกในอันดับต้น ๆ ของผลการค้นหา” บนเครื่องมือค้นหา (Search Engine) นั้น ๆ หรือ Rankings

# Rankings



ทำ SEO แล้วดียังไง ?

- สร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ธุรกิจของคุณ (ในระดับที่เหนือกว่าเว็บไซต์ธุรกิจประเภทเดียวกันที่มีอยู่จำนวนมาก)
- เว็บไซต์มีผู้เข้าชมมากยิ่งขึ้น
- ข้อมูลหรือบริการบนเว็บไซต์ แสดงสู่สายตาผู้คนมากยิ่งขึ้น
- มีจำนวนนักศึกษาที่สนใจเข้าศึกษาต่อมากขึ้นหรือให้บริการเกี่ยวกับหน่วยงานของคุณได้มากยิ่งขึ้น

ลูกค้า : มีความต้องการ > ทำการค้นหา > ได้รับข้อมูล > ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

ยกตัวอย่างแบบเห็นภาพ

ในการค้นหาสินค้าหรือบริการ บนเครื่องมือการค้นหา Google Search :

เราใช้คำค้นหา (Keyword) เป็นคำว่า “ซ่อมแอร์” เมื่อผลการค้นหาแสดงขึ้นมา เราจะเจอเว็บไซต์ของคู่แข่งที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหาเดียวกันที่เราใช้ค้นหาเยอะมาก



**Paid Search**  
(โฆษณาบนเครื่องค้นหาที่เสียค่าใช้จ่าย)  
ในที่นี้คือ Google AdWords

**Organic Search Results**

ผลการค้นหาที่แสดงธุรกิจหรือบริการในท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหา ซึ่งได้มาจากการพิจารณาอันดับเชิงอันดับที่ผู้ดูแลข้อมูลการค้นหา (พิกัดจาก Google Maps)

ผลการค้นหาแบบวิดีโอ (Video) ที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหานี้ ๆ

ผลการค้นหาที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหาแบบปกติ

ผลการค้นหาแบบรูปภาพ (Images) ที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหานี้ ๆ

ผลการค้นหาที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหาแบบปกติ

**Paid Search**  
(โฆษณาบนเครื่องค้นหาที่เสียค่าใช้จ่าย)  
ในที่นี้คือ Google AdWords

เพิ่มเติม : คำค้นหานี้ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ และคำค้นหานี้ที่เชื่อมโยงกับผู้ค้นหาต่อไป

สิ่งที่เราต้องทำคือ : “ทำให้เว็บไซต์เราเกี่ยวข้องกับคำค้นหานั้นให้มากที่สุด” ด้วยการปรับแต่งองค์ประกอบภายใน (On-Site) และภายนอก (Off-Site) ของเว็บไซต์ให้ตรงตามกฎเกณฑ์ในการพิจารณาให้มากที่สุด ในที่นี้คือ คำว่า “ซ่อมแอร์”

## แนวทางการทำ SEO

การทำ SEO คือ ทำเว็บไซต์ให้ตรงตามเกณฑ์การให้คะแนนของ Google ให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ โดย Google จะเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์คุณเป็นอยู่เรื่อยๆ แล้วดูความเกี่ยวข้องของเนื้อหากับ Keyword ใดบ้าง อีกทั้งโครงสร้างและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์เป็นอย่างไร

วิธีการให้คะแนนอย่างละเอียดนั้นทาง Google ไม่เปิดเผยออกมา แต่มีผู้เชี่ยวชาญภายนอกจำนวนมากได้ทดลองและคาดการณ์กันว่า Google ใช้เกณฑ์อะไรบ้าง เราจึงใช้เกณฑ์เหล่านี้เป็นแนวทางในการทำ SEO โดยเว็บไซต์ Backlinko ได้สรุปปัจจัย 200 อย่างที่คาดว่าจะมีผลต่ออันดับใน Google ไว้ในบทความ Google's 200 Ranking Factors: The Complete List

จากหลักเกณฑ์จำนวนมากในการทำ SEO สรุปเป็นด้านหลักๆ เป็น 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา, ด้านโครงสร้าง และประสิทธิภาพเว็บไซต์ และด้านความน่าเชื่อถือ ทั้ง 3 ด้านนี้เป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไป เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

## ด้านเนื้อหา

เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการทำ SEO เพราะการที่เว็บไซต์จะเกี่ยวข้องกับ Keyword ใด Google จะดูจากความสำคัญของ Keyword ในเนื้อหาที่อยู่บนเว็บ ทั้งปริมาณ Keyword, ตำแหน่งที่ Keyword นั้นปรากฏอยู่ว่าจะอยู่ใน Title, URL, ส่วนบนล่างของเว็บไซต์ หรือรูปแบบของ Keyword ว่าเป็นหัวข้อ, ตัวหนา, ตัวเอียง หรือ Link เป็นต้น

การทำ Content Marketing โดยการเขียนบทความให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าให้กับผู้ชมเว็บไซต์ ก็มีส่วนช่วยในการทำ SEO ได้ทางหนึ่ง เพราะบทความจะช่วยเพิ่มปริมาณ Keyword บนเว็บไซต์คุณโดยอัตโนมัติ

## ตัวอย่าง

ถ้าคุณทำเว็บไซต์เกี่ยวกับธุรกิจขาย บ้าน/คอนโด การเขียนบทความให้ความรู้ เช่น “วิธีเลือก บ้าน/คอนโด ที่เหมาะสมสำหรับคุณ”, “วิธีตรวจรับ บ้าน/คอนโด อย่างมืออาชีพ” และลงบทความอื่นอย่างต่อเนื่อง นอกจากจะช่วยด้าน Content Marketing แล้วก็จะช่วยด้าน SEO อีกด้วย เว็บไซต์คุณก็จะมีคะแนนความเกี่ยวข้องกับคำว่า บ้าน/คอนโด มากขึ้น อันดับเว็บไซต์บน Google คำว่า บ้าน/คอนโด ก็จะมีอันดับสูงขึ้นด้วย

**\*ข้อควรระวัง :** หากบทความมี Keyword ที่มากเกินไปจนผิดธรรมชาติ (Keyword spamming) นอกจากจะสร้างความรำคาญให้ผู้ใช้และสร้างภาพลบให้กับแบรนด์แล้ว Google อาจมองว่าเว็บไซต์จงใจหลอก Google และลดความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์หรือแม้กระทั่งนำเว็บไซต์ออกจากการจัดอันดับไปเลยด้วย การเขียนบทความจึงควรเขียนให้เป็นธรรมชาติที่สุด

ด้านโครงสร้างและประสิทธิภาพเว็บไซต์

- เป็นส่วนที่เกี่ยวกับเทคนิคการทำเว็บไซต์ทั้งในด้านโครงสร้าง ความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัย และประสิทธิภาพด้านความเร็ว ซึ่งส่วนนี้มักจะต้องให้ผู้เชี่ยวชาญดูแลให้ เช่น
- การทำ HTTPS เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการรับส่งข้อมูลบนเว็บ
- \*การทำ Responsive Design เพื่อให้สามารถแสดงผลอย่างเหมาะสมได้บนอุปกรณ์ทุกขนาด ทั้ง Mobile, Tablet และ PC (ปี 2020 ทุกเว็บต้องเป็น Responsive Design แล้ว)
- การทำ Inbound Link เพื่อให้แต่ละหน้าบนเว็บไซต์เชื่อมต่อกันอย่างทั่วถึง และเพิ่มคะแนน Backlink ให้แต่ละหน้า
- เทคนิคอื่นๆ เช่น เพิ่มความเร็วของเว็บไซต์, การบีบอัดภาพและสคริป, การใช้ Hosting ที่น่าเชื่อถือ, การสร้าง robot.txt สำหรับ Search Engine เป็นต้น

ควรให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเรื่องเหล่านี้ แล้วพิจารณาว่าจะปรับแก้เว็บไซต์เดิมให้ดีขึ้นหรือบางครั้งอาจจำเป็นต้องสร้างเว็บไซต์ใหม่ โดยเฉพาะเรื่อง Responsive Design เพราะหากเว็บไซต์เดิมไม่รองรับการแสดงผลบน Mobile Device แล้วการปรับแก้ของเดิมอาจยากกว่าการสร้างใหม่

ด้านความน่าเชื่อถือ

เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพูดถึงหรืออ้างอิงมาที่เว็บไซต์จากแหล่งภายนอก ทั้ง Social Network และเว็บไซต์อื่นๆ (ซึ่งส่วนนี้จะมีผลต่อการทำ SEO มากที่สุดอย่างหนึ่ง) ในปี 2020 อายุของเว็บไซต์หรือโดเมน จะไม่มีผลต่อการจัดเกณฑ์

การเขียนบทความที่มีคุณภาพเพื่อให้เว็บไซต์อื่นใช้ในการอ้างอิง หรือให้แพร่หลายใน Social Network เป็นวิธีที่น่าสนใจและเป็นวิธีที่มีคุณภาพวิธีหนึ่ง ทั้งยังช่วยสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์อีกด้วย

**\*ข้อควรระวัง :** หาก Link ที่มาเว็บไซต์คุณส่วนใหญ่มาจากเว็บที่ไม่มีคุณภาพ (เช่น เว็บที่รับจ้างใส่ Link) เว็บไซต์คุณอาจถูกลดความน่าเชื่อถือลงได้ หรือ Link ที่เกิดจากการซื้อโฆษณาจะไม่ได้คะแนนในส่วนนี้เช่นกัน หรือการโพสต์ Link ในส่วน Comment ของ Webboard ต่างๆ ส่วนใหญ่เจ้าของเว็บไซต์จะทำให้ Link นั้นไม่ได้คะแนนการอ้างอิงอยู่แล้ว เพื่อกันการ Spam Link จนสร้างความรำคาญกับผู้ใช้งานบนเว็บ

## ก่อนทำ SEO

ก่อนจะเริ่มทำ SEO บนเว็บไซต์ คุณควรจะวางแผนก่อนว่าจะให้เว็บไซต์แสดงที่ผลการค้นหา Keyword (คำค้น) โดยเริ่มจากการที่คิดว่าถ้าผู้ใช้จะเข้ามาที่เว็บของคุณ เขาจะค้นหา Google ด้วย Keyword อะไรบ้าง เมื่อได้ชุดของ Keyword แล้ว คุณสามารถตรวจสอบด้วยเครื่องมือ Ubersuggest ได้ว่า Keyword แต่ละคำมีปริมาณการค้นหาประมาณเท่าไร และมีสภาพการแข่งขันกับเว็บอื่นๆ สูงหรือไม่ (สภาพการแข่งขันดังกล่าวเป็นการแข่งขันชื่อโฆษณา Google Adword แต่เราก็สามารถนำมาประเมินสภาพการแข่งขันตลาดคร่าวๆ ได้) จากนั้นเลือก Keyword ที่มีปริมาณการค้นหาที่คุ้มค่าเป็น Keyword ชุดหลักที่เราที่จะทำ SEO

## การใช้งาน “Ubersuggest” โปรแกรมหา keyword

Ubersuggest คืออะไร

โปรแกรม SEO ที่ดูแลโดยคุณ Neil Patel นักการตลาดออนไลน์ที่มีผู้ติดตามจากทั่วโลก ซึ่งเจ้าตัว Ubersuggest ตัวนี้ เดิมเป็นโปรแกรม Keyword research เท่านั้น แต่ปัจจุบัน Neil Patel ก็ได้เพื่อฟีเจอร์อื่นๆ เช่น Traffic Analyzer, SEO Analyzer เป็นต้น เพื่อช่วยให้ทำ SEO ให้ได้ผลดียิ่งขึ้น (ถ้าพึ่งแค่ Keyword research ไม่เพียงพอ เภณท์อื่นๆ ก็สำคัญ)

ข้อดีของ Ubersuggest และเครื่องมือของ Neil Patel

1. ง่ายแรกเลย คือ ฟรี! และเสิร์ช Keyword ได้ ไม่จำกัด
2. ไม่ต้องสมัคร Account ใช้งานได้ทันที สองใช้เลย
3. ใช้งานง่าย เหมาะกับมือใหม่ เห็นภาพรวมได้ในหน้าเดียว
4. เป็นโปรแกรมทำ SEO ที่ใช้หา Keyword ภาษาไทยได้
5. สามารถดู Backlink ได้แบบเพจต่อเพจ และดู Traffic ทั้งของเว็บเราและเว็บคู่แข่งได้
6. สามารถวิเคราะห์คุณภาพ SEO บนเว็บไซต์ของเราได้ด้วย พร้อมบอกปัญหาที่ควรปรับปรุงด้วย

ข้อเสีย

1. เมื่อเทียบการค้นหา Keyword ภาษาไทยกับโปรแกรมอื่นๆ Ubersuggest ยังไม่ค่อยแม่นยำ
2. เนื่องจากไม่มี Account จึงไม่สามารถย้อนดูประวัติการค้นหา และไม่สามารถทำ Keyword lists ที่ค้นหาไว้ก่อนหน้านี้ได้
3. โปรแกรมนี้อาจจะยังไม่เหมาะสำหรับการทำ SEO แบบเจาะลึกมากๆ หรือเพื่อวางแผนการตลาดแบบจริงจัง ด้วยข้อด้อยทั้ง 2 ข้อข้างต้น และฟีเจอร์ที่ไม่ได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ซับซ้อนและเจาะลึกเท่าบริการอื่น

สรุป Ubersuggest เป็นเครื่องมือทำ SEO ที่ฟรีและมีฟังก์ชันค่อนข้างครบ เมื่อเทียบกับโปรแกรมอื่นๆ ที่ต้องเสียเงินซื้อแพลงที่ Advanced มากขึ้น และใช้งานง่าย เหมาะสำหรับผู้ที่เริ่มต้นทำ SEO แต่ถ้าต้องการทำ SEO ในเชิงลึก อาจจะไม่ละเอียดเท่าโปรแกรมที่ต้องเสียเงินซื้อแพลงเพิ่ม

Ubersuggest มีฟีเจอร์หลักๆ อยู่ด้วยกัน 3 ฟีเจอร์ ได้แก่

1. Ubersuggest หรือฟีเจอร์ค้นหา Keyword
2. Traffic Analyzer หรือเครื่องมือวิเคราะห์ Traffic
3. SEO Analyzer หรือเครื่องมือวิเคราะห์และประเมินคุณภาพ SEO

#### 1. วิธีใช้ฟีเจอร์ Ubersuggest เพื่อหา Keyword

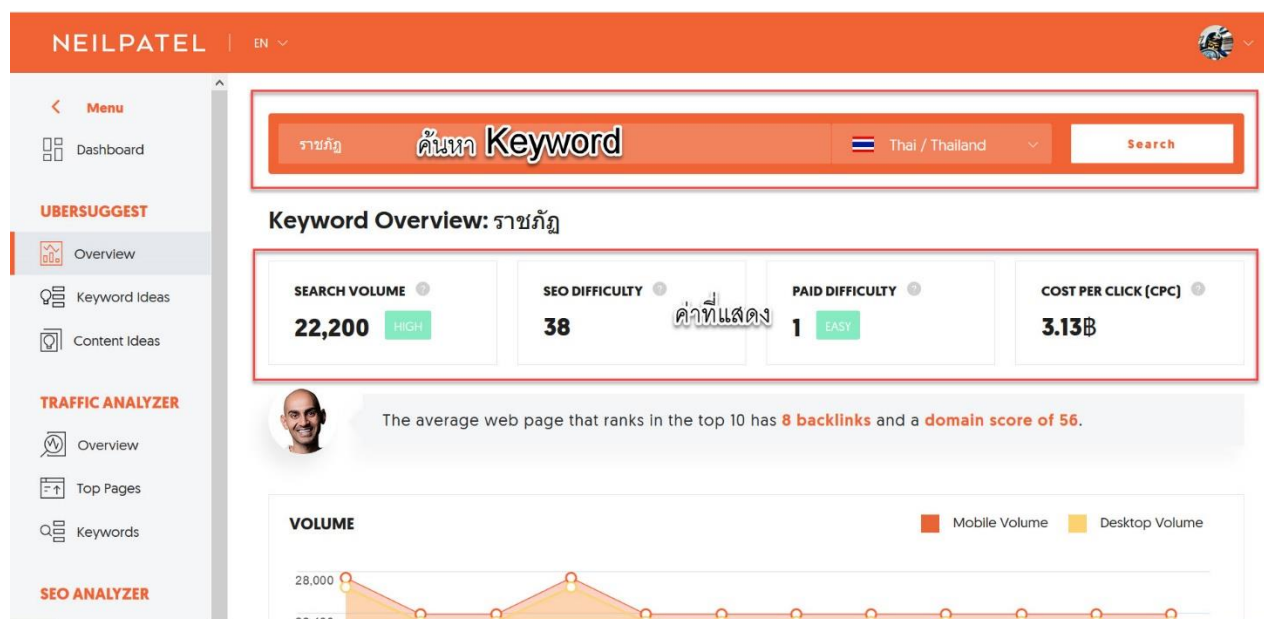
ข้อมูลที่ Ubersuggest นำมาเสนอ นั้น จะแบ่งเป็น 3 ส่วนด้วยกัน ตามฟังก์ชันการใช้งานจริงๆ ตามชื่อของเขาเลย ได้แก่ Overview, Keyword Ideas และ Content Ideas ซึ่งค่าทั้งหมดที่แสดงได้ก็มีดังนี้

ฟีเจอร์แรกตัวนี้ คือ Keyword research tool ไว้ใช้สำหรับให้เราหา Keyword เพื่อตรวจสอบดูว่าคำหลักที่เราค้นหาผู้คนค้นหาบ่อยต่อเดือนแค่ไหน รวมทั้งดูค่า KD: Keyword difficulty ว่าการแข่งขันของคำนั้นๆ สูงหรือเปล่า

#### ฟังก์ชัน Overview

วิธีค้นหา Keyword

1. ใส่ Keyword ที่ต้องการดูข้อมูล
2. เลือกประเทศ (ภูมิภาค) ที่ต้องการทราบข้อมูลการค้นหาของ Keyword และ กด “Search”



ซึ่งค่าทั้งหมดที่แสดงได้ก็มีดังนี้

- Search Volume คือ จำนวนครั้งที่คนค้นหา Keyword นี้ ต่อเดือน ซึ่งโปรแกรมทำ SEO ตัวนี้พิเศษ มากๆ เลย คือ บอกเราเลยว่าตกลงแล้วคนเสิร์ชค่านี้น้อย (Low) หรือมาก (High) ไม่ต้องมาเดาว่า เสิร์ช 8,000 ครั้ง นี่เยอะหรือน้อยกันแน่
- SEO Difficulty (SD) คือ ค่าที่แสดงอัตราการแข่งขันของ Keyword ตัวนี้แบบ Organic (ไม่ใช่ Ad) ยิ่งค่าสูงเท่าไร ก็ยิ่งแข่งขันยาก ซึ่ง Ubersuggest ก็จะฟันมาเลยว่าง่ายหรือไม่ง่าย (ถ้าง่ายจะขึ้นว่า “Easy” แต่ถ้าไม่ง่ายจะไม่ขึ้นค่าอะไร)
- Paid Difficulty คือ อัตราการแข่งขันของ Keyword แบบที่ใช้ Search Ad ซึ่งโปรแกรมตัวนี้ก็ฟันมา ให้อีกด้วยว่าง่ายหรือไม่ง่าย
- Cost per click (CPC) คือ ราคา Search Ad ที่ต้องจ่ายต่อคลิก ซึ่งโปรแกรมทำ SEO ของคุณ Neil นี้ ตีมากๆ ตรงที่แปลงดอลลาร์เป็นค่าเงินบาทด้วย เป็นประโยชน์สำหรับใครที่อยากซื้อ Search Ad มากๆ

## ฟังก์ชัน Keyword Ideas

เป็นหน้าพีเจอร์ที่แสดง Keyword ที่ใกล้เคียงกับ Keyword ที่เราค้นหา เพื่อว่าจะเป็นไอเดียให้เราเลือกใช้คำ อื่นๆ หากค่าที่ตั้งใจใช้ค่า SD สูงเกินไป หรือ Keyword คำอื่นจะเหมาะกับงานของเรามากกว่า

นอกจากนี้ ในตารางด้านขวาจะแสดงตำแหน่ง SERP (Search Engine Result Page) หรือตำแหน่งที่คำคำนั้น ไปปรากฏบนหน้าที่เท่าไรของหน้าค้นหา ซึ่งพีเจอร์นี้ก็เหมือน Keyword research tool ทั่วไปที่จัดลำดับ เอาไว้ พร้อมแสดงข้อมูลอื่นๆ ประกอบ ได้แก่ จำนวนการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ จำนวน Backlink ค่า Domain Score (ความแข็งแกร่งของเว็บไซต์) และยอดแชร์บนโซเชียลมีเดีย

## ฟังก์ชัน Content Ideas

**Content Ideas: ราชภัฏ**

PAGE TITLE	URL	EST. VISITS	BACKLINKS	f	p
เป็นเรื่องใหญ่! ราชภัฏ 40 แห่ง ยกเลิกทำธุรกรรมกับไทยพาณิชย์!! (เหล่าปรชภาครับพนักงานเลือกสนาม!!)	thaijobsgov.com	0	0	63,953	0
'ขอเป็น 1 ใน 15 มหาวิทยาลัยดีที่สุดในไทย' เบิร์ดลีย์ทัก 'อธิการบดี' ราชภัฏ สวนสุนันทา	thairath.co.th	6	0	26,082	0
ดราม่า ! บริษัทสุดดัง..คอมชัดไม่รับคนจบ ม.ราชภัฏ-ราชภัฏ และ เอกชน	highlight.kapook.com	0	0	23,605	0
10 อันดับ 'ม.ราชภัฏ' ที่มีการสมัครจากอินเตอร์เน็ตมากที่สุด จาก Webometrics	blog.eduzones.com	0	0	16,101	0
ประกาศ ! เลื่อนพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ม.ราชภัฏ เขตภาคเหนือ	education.kapook.com	0	0	7,406	0

ที่ระบบประมวลผลหน้าเพจต่างๆ ที่ใช้ Keyword ที่เรามา เพื่อให้เราลองดูเป็นไอเดียในการคิด Topic คอนเทนต์ ถือว่าตัวนี้สะดวกมากๆ แถมยังดูได้อีกด้วยว่ามีการแชร์ออกไป Facebook หรือ Pinterest เท่าไหร่ ช่วยให้เรารู้ได้ว่าผู้คนชอบหัวข้อแนวไหน

reg.psu.ac.in

แนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย ราชภัฏ [] | Dek-D.com

dek-d.com

22 Keywords

0 Links

77

0

This page gets an estimated 22 visits a month from Google. Here are the keywords that generate those visits.

Keyword	Volume	Position	Est. Visits	CPC	Paid Difficulty	SEO Difficulty
แนวข้อสอบเข้ามหาลัยราชภัฏ	140	2	23	1.41฿	55	48
แนวข้อสอบเข้ามหาลัยราชภัฏ คณะครุศาสตร์	90	2	15	0.66฿	6	20
แนวข้อสอบคณะครุศาสตร์ ราชภัฏ	40	2	6	0.00฿	00	18
แนว ข้อสอบ เข้า มหา ลัย ราชภัฏ พรหมเจलय	110	7	3	0.24฿	100	36
แนวข้อสอบครูปฐมวัย 2559	50	56	0	0.00฿	00	18
แนวข้อสอบเข้ามหาลัยราชภัฏนครปฐม	10	3	1	0.00฿	11	35
ราชภัฏ จำ โท พรรณี คณะ ครุศาสตร์	30	53	0	0.00฿	1	6

นอกจากนี้ เรายังสามารถคลิกดูได้ว่า บนหน้าเพจนั้นๆ มี Keyword อะไรบ้างที่ดึงดูดคนให้เข้ามาเยี่ยมชมหน้าเพจด้วย

2.วิธีใช้ Traffic Analyzer เพื่อดูจำนวน Traffic ของเว็บไซต์

ฟีเจอร์ Traffic Analyzer คือ เครื่องมือที่เอาไว้ใช้ดูว่าเว็บไซต์มียอดคนเข้าถึงเท่าไร (ซึ่งยอดนี้ส่งผลต่อ

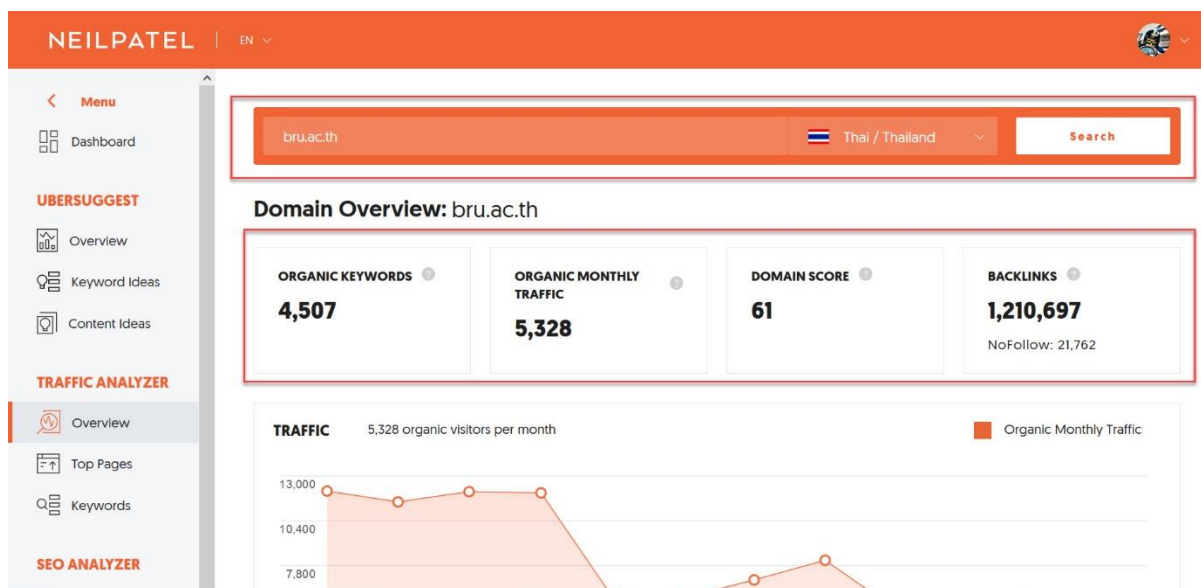
Authority ของเว็บไซต์ที่ทำให้เว็บไซต์เรามีพลัง SEO แข็งแกร่งขึ้น) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่รวมอยู่ในหน้า

Ubersuggest เดียวกัน ทำให้ง่ายต่อการใช้งานมากๆ ไม่ต้องกระโดดจากโปรแกรมหา Keyword ไปตรวจ

Traffic ที่อื่นให้ยุ่งยาก

## วิธีใช้ Traffic Analyzer

1. ใส่ชื่อ Domain เว็บไซต์ที่ต้องการตรวจสอบ Traffic
2. เลือกประเทศที่ต้องการให้แสดง Traffic ของเว็บไซต์นั้นๆ
3. กด “Search” และมาอ่านค่ากันเลย



## การอ่านค่า Traffic เว็บไซต์

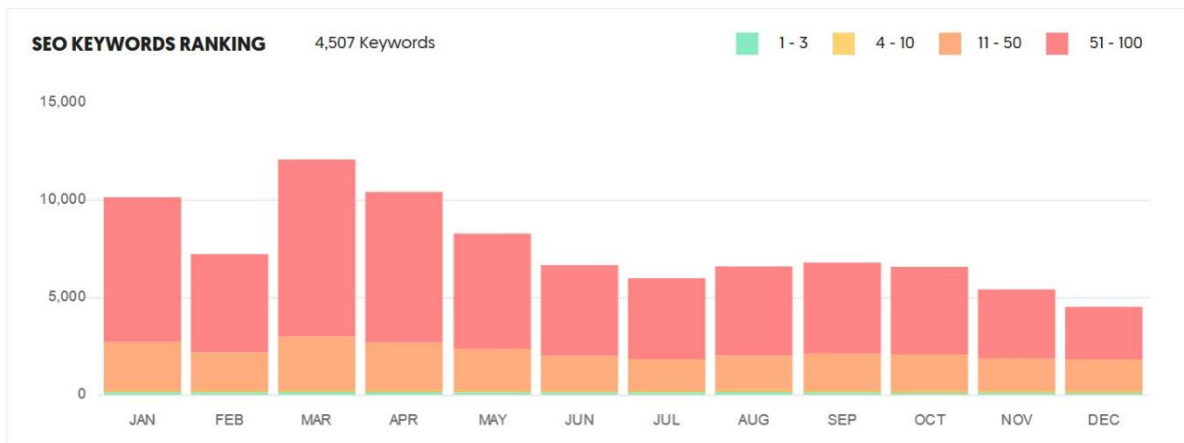
ตัว Traffic Analyzer จะแสดงค่าหลักๆ ที่เป็นข้อมูลจำเป็นในการวิเคราะห์และทำ SEO ได้แก่

- Organic Keyword คือ จำนวน Keyword ที่ติด Rank บนหน้าค้นหา แบบ Organic (ไม่ใช่ Ad) และสิ่งเดิมที่ชอบมากๆ เลย คือ บอกเรามาเลยว่าค่าเนนด้านนี้ของเว็บไซต์ดีหรือไม่ จากตัวอย่างนี้ “Good” เลย
- Organic Monthly Traffic คือ จำนวน Traffic หรือยอดคนเข้าถึงเว็บไซต์ต่อเดือนแบบ Organic คือ ผู้คนเข้ามาเองผ่าน Keyword ที่เว็บไซต์ใช้
- Domain Score คือ ค่าความแข็งแกร่งของเว็บไซต์ซึ่งวัดจากหลายๆ ปัจจัยที่ทำให้ Authority หรือความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ในสายตาของ Search Engine สูง คะแนนส่วนนี้เต็ม 100 คะแนน ยิ่งคะแนนเยอะ ก็แสดงถึงเว็บแข็งแกร่งมาก
- Backlinks คือ จำนวนลิงก์ที่เว็บไซต์อื่นๆ ลิงก์กลับมา (Backlink) ยังมีจำนวน Backlink มากเท่าไร Authority ของเว็บไซต์ก็ยิ่งสูง มีกำลังแข่งขันทำอันดับได้ง่ายขึ้น เป็นเทคนิคการทำ Off-page SEO ที่ได้ผลดีมากๆ





แนวโน้มของ Traffic จำนวน Keyword ที่ติด Rank บนหน้าค้นหา แบบ Organic ใน 1 ปี



SEO Keyword Ranking แสดงจำนวน Keyword ที่ติด Rank หน้าค้นหา โดยสีเขียว คือ ติดหน้าที่ 1 – 3 สีเหลืองติดหน้า 4 – 10 สีส้มติดหน้า 11 – 50 และสีแดงติดหน้า 51 – 100 ซึ่งเราควรโฟกัสที่สีเขียว

**TOP SEO PAGES**

TOP PAGES BY COUNTRY					TH [5,326]	US [2]	NL [0]	IT [0]	MORE
SEO TITLE URL	EST. VISITS	BACKLINKS	f	p					
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์: Buriram Rajabhat University bru.ac.th/	8,896 <a href="#">View All</a>	362 <a href="#">View All</a>	7,639	0					
คณะผู้บริหาร - Buriram Rajabhat University - มหาวิทยาลัย ราชภัฏบุรีรัมย์ <a href="https://www.bru.ac.th/about/board/แคช">https://www.bru.ac.th/about/board/แคช</a> bru.ac.th/about/board/	402 <a href="#">View All</a>	0 <a href="#">View All</a>	0	0					
คณะครุศาสตร์ - Buriram Rajabhat University - มหาวิทยาลัย ราชภัฏบุรีรัมย์ bru.ac.th/education-faculty/	309 <a href="#">View All</a>	0 <a href="#">View All</a>	0	0					
การเข้าศึกษาต่อ - Buriram Rajabhat University - มหาวิทยาลัย ราชภัฏบุรีรัมย์ bru.ac.th/admissions/	250 <a href="#">View All</a>	0 <a href="#">View All</a>	2	0					
เข้าศึกษาขงระดับปริญญาตรี - Buriram Rajabhat University bru.ac.th/admissions/undergraduate/	162 <a href="#">View All</a>	0 <a href="#">View All</a>	0	0					

Top SEO Pages คือ อันดับหน้าเพจที่ดึงเข้าเข้ามา Visit มากที่สุด คือ เว็บเพจที่แข็งแกร่ง ซึ่งเราสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนา หรือเอาไปสู้เว็บคู่แข่งเพื่อแข่งขันแย่ง Traffic จากเขาก็ได้

#### SEO KEYWORDS

TOP KEYWORDS BY COUNTRY					
	TH [5,326]	US [2]	NL [0]	IT [0]	MORE ▾
SEO KEYWORDS	VOLUME	POSITION	EST. VISITS		
bru	9,900	1	3,010		
มหาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	8,100	1	2,462		
มหาวิทยาลัย ราชภัฏ บุรีรัมย์	8,100	1	2,462		
ราชภัฏ บุรีรัมย์	8,100	1	2,462		
มร.ภ.บร	5,400	2	875		
ผ	74,000	10	836		
คณะ ครุศาสตร์	6,600	6	223		
มหาวิทยาลัย บุรีรัมย์	720	1	219		
ม บุรีรัมย์	720	1	219		

SEO Keywords คือ เอาไว้สืบ Keyword ที่ดึง Traffic เข้าเว็บไซต์มากที่สุด โดยบอกเราด้วยว่า Keyword ตัวนี้ของเว็บไซต์ปรากฏอยู่บนหน้าที่เท่าไรของหน้าค้นหา (Position) ข้อมูลส่วนนี้เราสามารถสืบ Keyword เจ๋งๆ ของเว็บคู่แข่งมาแย่ง Traffic เขาได้เช่นกัน

### 3. SEO Analyzer หรือเครื่องมือวิเคราะห์และประเมินคุณภาพ SEO

พีเจอรต์ัวนี้เป็นพีเจอรต์ัวที่ชวนตื่นตาตื่นใจมาก เพราะ SEO Analyzer จะวิเคราะห์เว็บไซต์ในด้าน SEO ให้ค่อนข้างละเอียด ซึ่ปัญหาแบบเพจต่อเพจ และไม่เพียงเท่านั้น คุณ Neil Patel ยังมีคำแนะนำสำหรับปรับปรุง SEO ให้มีคุณภาพมากขึ้นอีกด้วย

วิธีใช้ SEO Analyzer วิเคราะห์เว็บไซต์

1. ใส่เว็บไซต์ที่ต้องการวิเคราะห์คุณภาพ SEO
2. ใส่ประเทศที่ต้องการดูคุณภาพ SEO ของเว็บไซต์นั้นๆ
3. กด “Search”

## การอ่านค่า SEO บนเว็บไซต์

The screenshot shows the Neil Patel SEO tool interface for a site audit of bru.ac.th. The top navigation bar includes the name 'NEILPATEL' and a language dropdown set to 'Thai / Thailand'. The sidebar on the left lists various tools and sections: Dashboard, UBERSUGGEST (Overview, Keyword Ideas, Content Ideas), TRAFFIC ANALYZER (Overview, Top Pages, Keywords), UBERSUGGEST (Overview, Keyword Ideas, Content Ideas), TRAFFIC ANALYZER (Overview, Top Pages, Keywords), and SEO ANALYZER (Site Audit).

The main content area displays the following metrics:

- ON-PAGE SEO SCORE:** 75 (GREAT)
- ORGANIC MONTHLY TRAFFIC:** 5,328 (GREAT)
- ORGANIC KEYWORDS:** 4,507 (GREAT)
- BACKLINKS:** 1,210,697 (GREAT)

A message box states: "We've scanned 1 pages on your site and laid out what you need to fix in order to achieve the maximum amount of SEO traffic. Above you'll find your overall score and general site metrics. Below you'll see how fast your site loads as well as a list of other issues that are hurting your rankings."

The **HEALTH CHECK** section shows:

Category	Count
Crawled Pages	1
Healthy	0
Broken	1
Have Issues	0
Redirects	0
Blocked	0

The **CRITICAL ERRORS** section indicates 2 errors, described as the most technical issues that have the highest impact on overall SEO health. A note suggests these errors may need help from a webmaster to correct.

The **WARNINGS** section shows 0 warnings, described as less impactful errors to overall SEO health. A note suggests these are usually less technical and something most people can start fixing immediately.

The **RECOMMENDATIONS** section shows 0 recommendations, described as having little or no impact on SEO health but still important to be aware of and correct. A note suggests these are usually the easiest issues to correct.

The **SITE SPEED** section notes that site speed is crucial to SEO health, and every additional 0.5s it takes to load the site drastically increases the percentage of visitors that will leave the site. It mentions that the time taken to load on desktop and mobile devices using a 3G connection speed will be shown below.

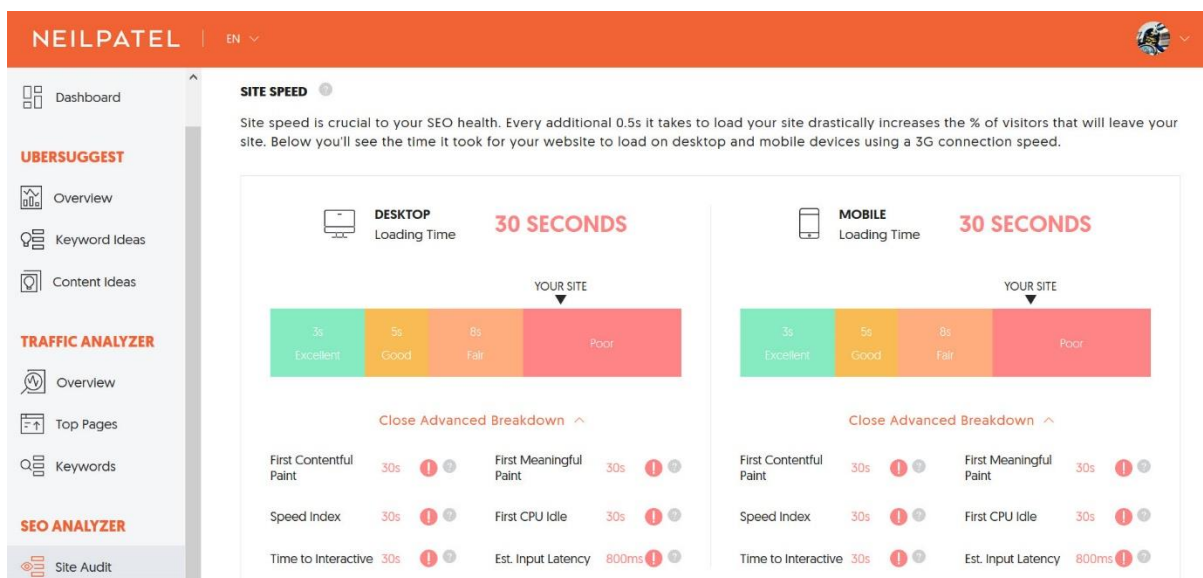
จากรูปข้างบน คุณจะเห็นแล้วว่า หน้าตา Data Analysis ของเขา ดูง่าย ๆ มากๆ เลย มีทั้งบอกคุณภาพว่าดีหรือไม่ดี Good/Great ไปเลย

ที่ชอบมากๆ คือ หน้า Health Check ที่บอกภาพรวมดูสุขภาพ SEO ของเว็บไซต์ บอกเลยว่ามีหน้าเพจที่หน้าเพจที่ SEO แย่ๆ หรือควรแก้ไข ซึ่งทางกล่องด้านขวา เขาก็สรุปมาเลยว่ามีหน้าที่ต้องเร่งแก้ไข (Critical Errors) ควรปรับปรุง (Warnings) และที่แนะนำให้พัฒนาเพิ่มเติม (Recommendation) โดยเราสามารถคลิก "View All" ไปดูปัญหาพร้อมคำแนะนำแบบหน้าเพจต่อหน้าเพจได้เลย

ส่วนค่าอื่นๆ ก็ไม่ยาก

- On-Page SEO Score คือ คะแนนที่ประเมินจากการทำ On-Page SEO ซึ่งเป็นเรื่องการปรับแต่ง Optimize บนหน้าเพจเว็บไซต์ (อ่าน 12 เรื่อง ทำ On-page SEO ให้เว็บเป็นที่รักของ Google)
- Organic Monthly Traffic คือ จำนวน Traffic หรือยอดคนเข้าถึงเว็บไซต์ต่อเดือนแบบ Organic
- Organic Keywords คือ จำนวน Keyword ที่ติด Rank บนหน้าค้นหา แบบ Organic เหมือนกับในหน้า Traffic Analyzer

- Backlinks คือ จำนวนลิงก์ที่เว็บไซต์อื่นๆ ลิงก์กลับมา (Backlink) ซึ่งโปรแกรมทำ SEO ตัวนี้มีฟีเจอร์ที่ลงลึกไปกว่านั้นอีก



ไม่เพียงเท่านั้น เจ้าโปรแกรมทำ SEO ตัวนี้ ยังวิเคราะห์ Site speed หรือความเร็วเว็บแบบแยกออกมาเลยว่า บนหน้า Desktop ใช้เวลาโหลดเท่าไร แล้วแบบ Mobile ละต้องรอนานแค่ไหน ซึ่งสะดวกมากๆ ครบสุดๆ สำหรับการวิเคราะห์ SEO เพราะเรื่องความเร็วเว็บก็เป็นอีกเรื่องที่ทำให้ผู้คนที่อยู่บนหน้าเพจของเรา ส่งผลต่อ Authority เว็บไซต์ และค่า SEO

การทำ SEO รูปภาพ บน WordPress ให้เป็นมิตรกับการค้นหาของ Google

นอกจากการทำ SEO เพื่อให้เว็บเราติดหน้าแรกในหมวด text ตัว google เองเขายังมีช่องค้นหาหมวดอื่นๆ เช่น วิดีโอ รูปภาพ แผนที่ ฯลฯ การทำ SEO รูปภาพ (Optimizing images for search engines) จึงมีความสำคัญมาก เราควรทำให้ถูกต้อง ควบคู่กับการทำ SEO ส่วนเนื้อหานั้นเอง

การทำ SEO รูปภาพ คืออะไร?

การทำ SEO รูปภาพ คือ การทำให้ Search Engine เข้าใจว่ารูปภาพที่เราใส่บนเว็บของเราคือรูปอะไร เพื่อสร้างโอกาสให้มีรูปภาพจากเว็บของเรา ไปปรากฏบนการค้นหา หมวดรูปภาพ และรูปภาพที่สวยงาม ยังช่วยให้ลูกค้าอยากคลิกเข้ามาเยี่ยมชม หรือซื้อสินค้าบนเว็บเราได้ง่ายขึ้น

Google มองเห็นรูปภาพบนเว็บเราอย่างไร?

Google กับ Facebook มองรูปภาพคนละแบบ Google นั้นตาบอดสี หมายความว่าเว็บเราจะมีสีส้ม หรือรูปภาพสวยสดเพียงใด Google นั้นมองไม่เห็น สิ่งที่ Google เห็นเป็นเพียงชื่อไฟล์ หรือ Code ต่าง ๆ ที่อยู่ด้านหลังของภาพ เราต้องพยายามทำให้ Google เข้าใจภาพของเราให้ได้ว่าเป็นภาพอะไร ในทางกลับกันรูปภาพหนึ่งใบ ที่เราโพสต์ลงบน Facebook ตัว bot ของ Facebook สามารถมองเห็นสีส้ม หรือคาดเดาได้ว่า

ภาพนั้นเป็นภาพประเภทใด รูปใดเป็นภาพบุคคล รูปใดเป็นภาพวิว รูปใดเป็นภาพ Hard sale ซึ่งรูปแต่ละประเภทจะได้คะแนนการเข้าถึง (Reach) ไม่เหมือนกัน

## 6 เทคนิคการทำ SEO รูปภาพ

### 1. ภาพที่ถ่ายใหม่ดีกว่าภาพที่เราซื้อจาก Stock Image

หากเราต้องการเพิ่มความน่าเชื่อถือจากผู้เข้ามาดูเว็บไซต์ของเรา ภาพจริงๆ ของบริษัทน่าจะส่งผลต่อความไว้วางใจ มากกว่าภาพฝรั่งใส่สูทผูกเนคไท ที่เราซื้อมาอย่างแน่นนอน ภาพที่ไม่เหมือนใคร ย่อมมีโอกาสถูกคลิกต่อมากกว่า ภาพโหลๆ ที่เราเห็นจนคุ้นตา

### 2. ควรตั้งชื่อรูปภาพให้สื่อความหมายที่ถูกต้อง

เนื่องจาก Google เขาตาบอดสี ไม่ได้มองเห็นภาพในแบบที่เรามองเห็น สิ่งที่ Google เห็นเป็นเพียงชื่อไฟล์ หรือ Code ต่าง ๆ ที่อยู่ด้านหลังของภาพ เราจึงจำเป็นต้องใส่ keyword เพื่อบอกให้ google รู้ว่าภาพนี้คือภาพอะไร และดึงมาแสดงผลเมื่อมีการค้นหาคำนั้นๆ

สิ่งที่เรามองเห็น



สิ่งที่ Search Engines มองเห็น



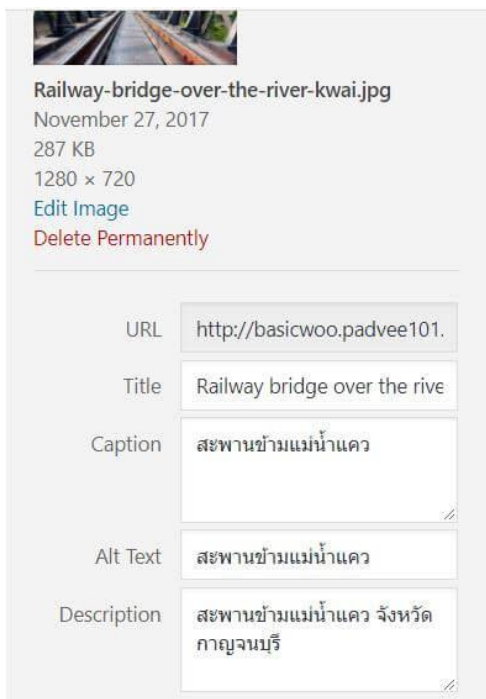
```

```

### หลักการตั้งชื่อรูปให้ถูกต้อง มีดังนี้

- ต้องตั้งชื่อภาพเป็นภาษาอังกฤษให้สื่อความหมาย
- เราจะใส่คำอะไรไปก็ได้ แต่ต้องเป็นคำที่สื่อความหมายในภาษาอังกฤษ
- เช่น lovely-cat.jpg , nike-air-max-97-ultra-17-shoe.jpg
- ไม่ควรใช้ชื่อรูปภาพแบบนี้ DSC4536.jpg , image1.jpg
- ห้ามตั้งชื่อภาพเป็นภาษาไทยเด็ดขาด (เฉพาะเว็บ WordPress นะ)
- ปัญหาสำคัญที่จะเจอกับรูปภาพที่เราตั้งชื่อเป็นภาษาไทยคือ หากเราต้อง backup เว็บไซต์ ผ่านปลั๊กอิน ต่าง ๆ เช่น All-in-one-wp migration ตอนที่เรา Export เว็บพวกรูปภาพมันจะไม่ออกมาด้วย ทำให้เว็บเราดูเพี้ยน หรือหายไปได้

- ใส่ alt text เป็นคำ keyword และเก็บรายละเอียดๆ ในส่วน info ของรูปภาพด้วย



### คำอธิบาย

- Title > คือชื่อรูปที่เราตั้งไว้ที่คอมของเราก่อนอัปโหลดขึ้นมา
- Caption > คือคำอธิบายใต้รูป ถ้าใส่ช่องนี้ จะแสดงผลที่หน้าเว็บของเราด้วยใต้รูปภาพนั้นๆ
- Alt text > หน้าหลักของเขาที่จะแสดงข้อความ กรณีที่รูปภาพโหลดไม่ขึ้น เพื่อบอกว่ารูปนี้คืออะไรหน้าเว็บ ซึ่งจุดนี้สำคัญมาก เป็นคำที่ทำ google ใช้ดูว่ารูปภาพของเราคือรูปอะไรด้วย
- Description > คือ คำอธิบายขนาดยาวของรูปภาพนั้นอีกที แต่คำตรงส่วนนี้จะไม่แสดงที่หน้าเว็บของเรา

ควรใส่ข้อมูลภาพให้มากที่สุด คือใส่ให้ครบทุกช่องนั่นเอง แต่ Alt text นี้ต้องใส่ทุกครั้ง พลาดไม่ได้เด็ดขาด bot google จะเข้ามาเก็บค่าส่วนนี้ก่อนเป็นอันดับแรก อาจจะเปรียบเทียบได้ว่า Alt text เหมือนหมัดน็อก ส่วน image info ช่องอื่นๆ เหมือนหมัดแย็บ นั่นเอง ใช้ทุกส่วนให้ได้ประโยชน์ที่สุด แล้ว Google จะเข้าใจเว็บของเรามากกว่าคู่แข่งได้

### 3. ควรใช้ไฟล์ภาพที่มีขนาดเล็ก

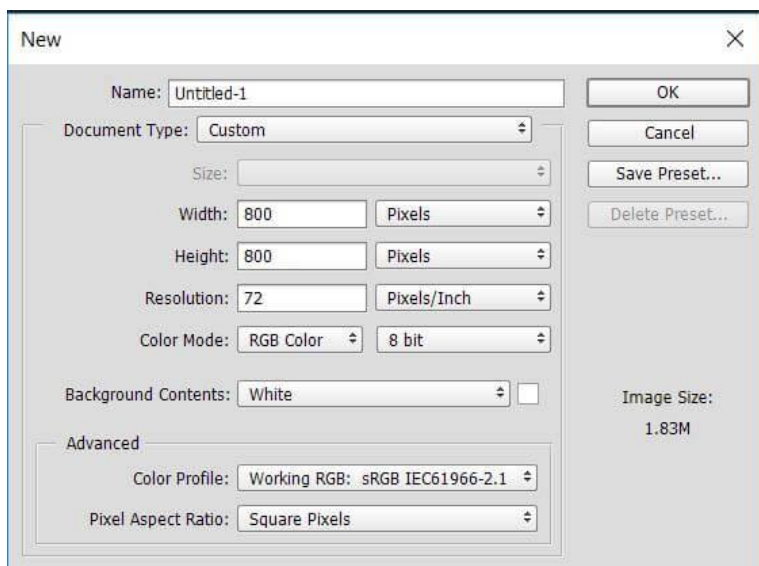
Google ให้ความสำคัญกับเว็บที่เป็น mobile friendly เป็นอย่างมาก คือต้องโหลดไว และแสดงบนมือถือได้ชัดเจน



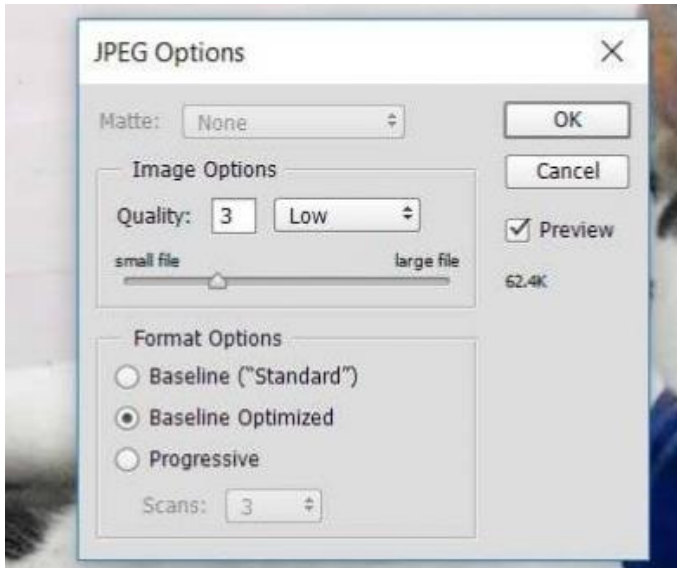
ดังนั้นรูปภาพที่เราอัปโหลดขึ้นเว็บ จะมีขนาดกว้างxยาว เท่าไรก็ได้ แต่ขนาดของไฟล์ของรูปภาพต้องอย่าให้เกิน 200 kb ซึ่งเราควรบีบไฟล์ตั้งแต่ตอนการออกแบบรูปเลย

#### หลักการบีบไฟล์ให้เล็กมีดังนี้

หากเราใช้ photoshop ออกแบบรูป เราควรตั้งค่า resolution แค่ 72



ไฟล์ที่ใช้ถ้ารูปทั่วไปควรใช้ไฟล์ .jpg และถ้ารูปไหนต้องการพื้นหลังโปร่งใสก็ใช้ไฟล์ .png การ save ภาพ เพื่อให้รูปภาพมีขนาดไฟล์เล็กที่สุด ตรง Quality ของภาพเราเลือกเป็น low หรือ medium ก็พอเพื่อให้ขนาดไฟล์มีขนาดเล็กที่สุด



ควรใช้โปรแกรมช่วยบีบอัดไฟล์ หลังจากออกแบบรูปภาพและย่อไฟล์เรียบร้อยแล้ว ก่อนที่เราจะอัปโหลดรูปภาพขึ้นบนเว็บ เราควรบีบอัดไฟล์ ให้เล็กลงอีก ด้วยโปรแกรม หรือเว็บไซต์บีบอัดรูป เช่น tinypng, JPEGMini, Kraken.io หรือ ImageOptim

#### 4. ขนาด กว้างxยาว ของรูปควรใส่ให้พอดี

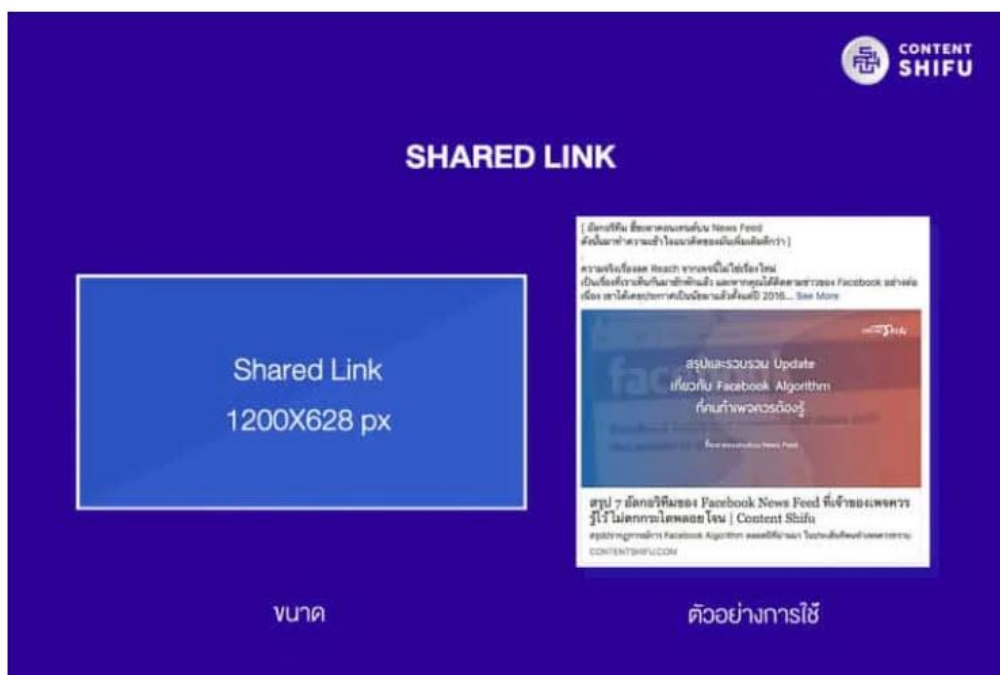
หมายความว่า รูปภาพประกอบเว็บบางจุดหากเป็นส่วนที่ไม่จำเป็นต้องแสดงเต็มหน้า การใส่รูปที่มีขนาดใหญ่เกินไปก็อาจเกินความจำเป็น และทำให้เว็บของเราโหลดช้าอีกด้วย ลองเช็คขนาดรูปภาพ ด้วยการ inspect element ดู เราจะได้เห็นขนาดที่แท้จริงของภาพแต่ละส่วน บนเว็บของเรา

#### 5. ตั้งรูปเพื่อการแชร์ไปยัง social media ให้ถูกต้อง

ทุก ๆ platform บน social media มีธรรมชาติของการใช้งานไม่เหมือนกัน หากเราจะโพสต์หรือจะแชร์สิ่งต่าง ๆ เราควรใช้รูปภาพในขนาดที่เหมาะสม เข้าไปเช็คขนาดรูปภาพของแต่ละ platform ที่ 2019 SOCIAL MEDIA IMAGE SIZES CHEAT SHEET



Shared Link ของ Facebook นั้นจะเป็นสัดส่วนประมาณ 1.9:1 ซึ่งขนาดที่แนะนำคือขนาด 1200 x 628 px



เมื่อไรที่ควรใช้?: ใช้โดยทั่วไปเมื่อต้องการพา User ไปสู่หน้าเว็บ และเมื่อ Copywrite และรูปภาพที่แชร์เข้ามาเพื่อ Social media ดีแล้ว เริ่มต้นจากแชร์ลิงก์ก่อน และหลังจากนั้นบางครั้งเราก็แชร์บทความเต็มแต่เปลี่ยนรูปแบบจากแชร์ลิงก์มาเป็นทำภาพ และใส่ลิงก์ในคำบรรยายใต้ภาพแทน

อ้างอิงจาก : <https://padveewebsschool.com/image-seo/> และ

<https://contentshifu.com/facebook-image-guideline/>

## เริ่มทำ SEO

โดยการเริ่มวิเคราะห์การเขียนบทความโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนด Keyword ของเว็บไซต์ (ถ้าเราใช้ Keyword ที่หน้านี้ ก็จะไม่สามารถใช้ที่หน้าอื่นได้)
2. กำหนด ชื่อหน้าพร้อม Keyword (Slug)
3. กำหนด Meta Description
4. กำหนด ลิงภายในหน้า
5. กำหนด ลิงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
6. เพิ่ม รูปภาพภายในหน้า
7. มี ข้อความภายในเว็บไซต์ขั้นต่ำ 300 คำ\*
8. สร้าง Traffic และ Blacklink

หลังจากที่ได้ Keyword เพื่อใช้ในการเขียนเนื้อหาหรือบทความแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการเขียนเนื้อหา อย่างที่ข้าเสมอว่าเนื้อหาหน้าเว็บไซต์ของเรา มีความสำคัญอย่างมากในการทำ SEO เวลาที่ Google เข้ามาเก็บข้อมูลใน เว็บไซต์ของเรา ก็จะทำการอ่านข้อมูลในหน้าเว็บไซต์ หรือว่า Page ของเรา เรียกได้ว่า ทุกตัวอักษร แล้วนำไปประมวลผลต่อไป จากการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่า มีขั้นตอนค่อนข้างเยอะและรายละเอียดค่อนข้างมาก จึงขอแนะนำตัวช่วยในการทำ SEO ในเนื้อหาบนเว็บไซต์ WordPress ได้ง่ายขึ้น โดยใช้ Plugin ที่โด่งดังมากที่สุดในขณะนี้ก็คือ Yoast SEO

### Yoast SEO ตัวช่วยในการทำ SEO ในเนื้อหา

การจะทำให้เว็บไซต์ของเราให้ติดอันดับ google อาจจะมีอยู่หลายวิธี สอน Yoast SEO คือ การใช้ปลั๊กอินมาช่วย (เฉพาะเว็บ WordPress) โดยตัว Yoast คือปลั๊กอินที่ดีที่สุดสำหรับการทำ SEO บน WordPress



Yoast SEO คืออะไร

Yoast SEO คือ ปลั๊กอิน ที่ช่วยปรับโครงสร้างของบทความ ให้เป็นมิตรกับการค้นหาของ Google ตัวปลั๊กอินนี้ไม่ได้ช่วยให้เว็บเราติดหน้าแรก แต่เขาจะช่วยให้เราเช็คโครงสร้างเนื้อหาหน้าเว็บของเรา โดยใช้สัญญาณไฟจราจรเป็นตัวบอกว่าโครงสร้างบทความของเราดีพอหรือยัง

ถ้ามีไฟแดงปรากฏขึ้น โครงสร้าง SEO ในบทความนี้ยังไม่ดี ต้องปรับแต่งอีกนะ ถ้าเป็นสีเหลืองแสดงว่าพอใช้ได้ แต่ถ้าไฟเขียวติดเมื่อไหร่ แสดงว่าบทความของเรา มีการใช้ เทคนิคทำ SEO ที่ดีเยี่ยม และถูกหลักการในแบบที่ Google ต้องการ แล้วนั่นเอง

ตัวอย่างสิ่งที่ปลั๊กอินนี้ตรวจเช็คหน้าบทความ

The screenshot shows the Yoast SEO analysis interface. At the top, there are two tabs: 'Readability' (active) and 'Keyword: วิธี backup เว็บไซต์'. Below the tabs is an 'Analysis' section with a list of items:

- 0% of the sentences contain a **transition word** or phrase, which is less than the recommended minimum of 30%.
- The copy scores 100 in the **Flesch Reading Ease** test, which is considered very easy to read.
- The amount of words following each of the subheadings doesn't exceed the recommended maximum of 300 words, which is great.
- None of the paragraphs are too long, which is great.
- 5.6% of the sentences contain **more than 20 words**, which is less than or equal to the recommended maximum of 25%.
- 0% of the sentences contain **passive voice**, which is less than or equal to the recommended maximum of 10%.

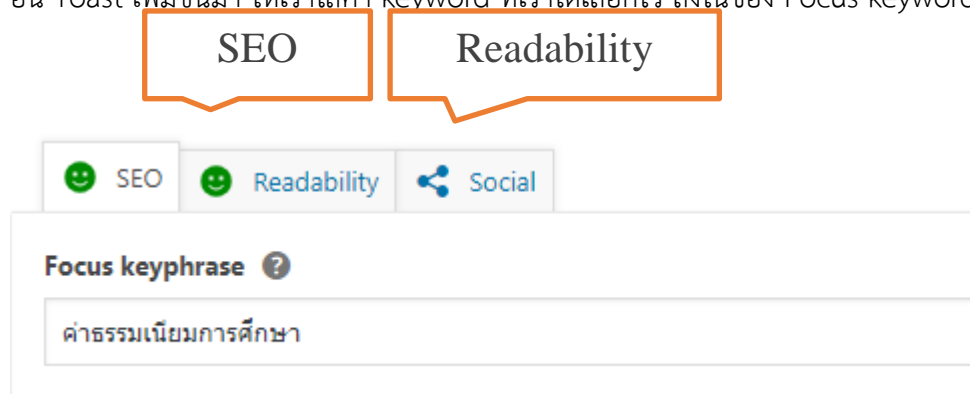
- The focus keyword does not appear in the URL for this page. If you decide to rename the URL be sure to check the old URL 301 redirects to the new one!
- This page has 0 nofollowed link(s) and 4 normal outbound link(s).
- The text contains 361 words. This is more than or equal to the recommended minimum of 300 words.
- The length of the meta description is sufficient.
- The focus keyword appears in 2 (out of 8) subheadings in the copy. While not a major ranking factor, this is beneficial.
- The images on this page contain alt attributes with the focus keyword.
- The keyword density is 1.7%, which is great; the focus keyword was found 6 times.
- The focus keyword appears in the first paragraph of the copy.
- The SEO title contains the focus keyword, at the beginning which is considered to improve rankings.
- The page title has a nice length.
- The meta description contains the focus keyword.
- You've never used this focus keyword before, very good.

ขั้นตอนใช้งานปลั๊กอิน Yoast SEO

### 1. บทความของเราต้องมีคำที่เป็น keyword ชัดเจน 1 คำ

ในทุกบทความ หรือในหน้าเพจบนเว็บของเรา ต้องโฟกัสไปที่เรื่องเดียว 1 หน้า 1 focus keyword อย่าพยายามยัด keyword ทุกอย่างลงไป การเลือกคำ keyword ให้ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าของเราอยากรู้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เข้าไปดูหลักการเลือก keyword เพื่อทำ SEO ที่บทความนี้ได้ วิธีการเลือกใช้ keyword ให้เว็บติดอันดับ SEO

กลับไปทีหลังบ้านหน้าบทความของเรา ให้มองไปทางด้านล่างของของหน้า post จะมี ส่วน option จากปลั๊กอิน Yoast เพิ่มขึ้นมา ให้เราใส่คำ keyword ที่เราได้เลือกไว้ ลงในช่อง Focus keyword



เมื่อใส่ Keyword ลงไปเราจะเริ่มเห็นแล้วว่า SEO Analysis แสดงไฟสีแดง หรือ สีส้ม ขึ้นมา แปลว่า SEO ของบทความควรปรับปรุงอย่างยิ่ง ส่วนตรง Readability Analysis ด้านบน คือ ดีกรี ความอ่านง่ายของบทความ

## 2. ชื่อเรื่องบทความต้องไม่ยาวเกินไปหรือสั้นเกินไป

หลักการเขียนมีดังนี้ ที่ SEO Title **ให้วาง Keyword ไว้ต้นประโยคให้ได้** วางเป็นคำแรกได้ยิ่งดี แต่หากวางคำแรกแล้วดูไม่น่าอ่าน ขยับมาวางที่เป็นที่ 2 ได้

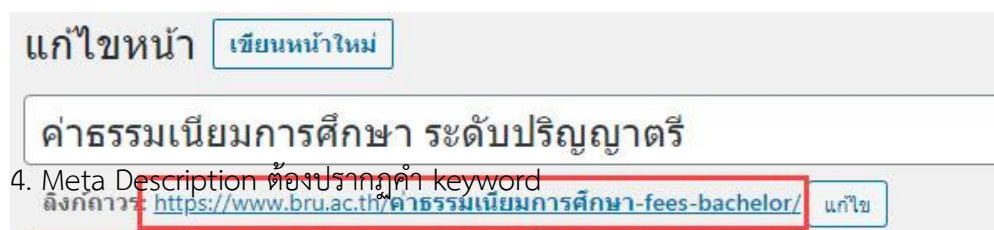
แต่ในการเขียนบทความเพื่อทำ SEO จริงๆ เราไม่ต้องเปลี่ยนสี เขียนให้เป็นธรรมชาติตามที่เราต้องการได้เลย จะทำเน้นสี หรือไม่เน้นสี ถือว่าไม่มีความแตกต่างกันในสายตา Google

เขียน SEO title ให้น่าสนใจ กระตุ้นให้คนอยากคลิกเข้าไปอ่านบทความของเรา นอกจากนี้ถ้า Relate Keywords มีคำที่น่าสนใจ ให้นำ Relate Keywords มาผสมลงไปใน การเขียน SEO Title ด้วยนั่นเอง

## 3. มี keyword อยู่ที่ url ซึ่งอยู่ในส่วนของลิงก์ถาวร หรือ slug

เขียน URL ให้สอดคล้องกับ Focus Keyword แต่ให้สั้น กระชับ เขียนเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษก็ได้ แต่หากคุณสร้างเว็บด้วย WordPress แนะนำให้เขียน URL เป็นภาษาอังกฤษจะดีที่สุด

หากเขียน URL เป็นภาษาอังกฤษ เราไม่จำเป็นต้องใส่พวกคำคุณศัพท์ เช่น The, a, to เป็นต้น



## 4. Meta Description ต้องปรากฏคำ keyword

คำอธิบายบทความแบบย่อ หรือที่เรียกว่า meta description ต้องปรากฏคำ keyword และมีความยาวที่เหมาะสมไม่ควรสั้นหรือยาวเกินไป ในส่วนของ Meta Description ซึ่งเปรียบเหมือนเป็นคำนำของบทความ

ก็ต้องเขียนให้น่าสนใจเช่นเดียวกัน และต้องมี Focus Keyword และ Related Keywords ปรากฏอยู่ในนั้นด้วย แต่ไม่ควรนำ Focus Keyword วางไว้ต้นประโยค ให้วางเขยิบออกไปหน่อย เพื่อให้บทความ SEO ดูเป็นธรรมชาติ และป้องกัน Google มองว่าเรากำลังทำ Spam keyword

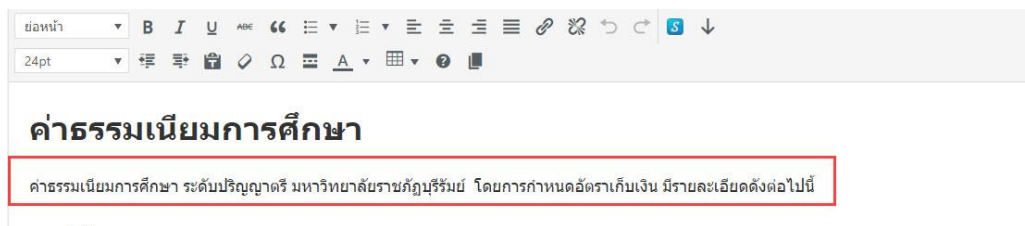
จากคำแนะนำข้อ 2-4 ในส่วนของ SEO title กับ Meta Description เมื่อคุณแต่งข้อความเสร็จแล้ว ให้นำไปวางที่ฟิงซ์ของ Yoast SEO ด้านล่างของบทความ ซึ่งตรงจุดนี้ ตัว Yoast จะช่วยเช็คความยาวของประโยค หากขึ้นเป็นแถบสีเขียว แสดงว่าคุณเขียนข้อความยาวกำลังดีในการทำ SEO

The image shows a screenshot of the Yoast SEO interface. At the top, there is a 'Google preview' section with a 'Preview as:' dropdown set to 'Mobile result'. Below this is a snippet preview for the URL 'https://www.bru.ac.th > ค่าธรรมเนียมการศึกษา-fees-bach...'. The snippet title is 'ค่าธรรมเนียมการศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์'. The snippet text is 'มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ได้กำหนด ค่าธรรมเนียมการศึกษา ตามประกาศเรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์การเก็บเงินการศึกษา ระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา ไว้ดังต่อไปนี้'. There is an 'Edit snippet' button below the preview. Below the preview are three main editing fields: 'SEO title' with the text 'ค่าธรรมเนียมการศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์', 'Slug' with the text 'ค่าธรรมเนียมการศึกษา-fees-bachelor', and 'Meta description' with the text 'มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ได้กำหนด ค่าธรรมเนียมการศึกษา ตามประกาศเรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์การเก็บเงินการศึกษา ระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา ไว้ดังต่อไปนี้'. Each field has an 'Insert snippet variable' button to its right. A red box highlights the 'Edit snippet' button and the three main editing fields.

### ข้อห้ามสำหรับการเขียน SEO title กับ Meta Description

- ห้ามวาง focus keyword เป็นคำตันประโยคตรงกัน
- ห้ามเขียน title กับ Meta เป็นข้อความชุดเดียวกัน
- ห้ามเขียนยาวหรือสั้นเกินไป
- อย่าใส่ focus keyword ซ้ำกันเกิน 2 ครั้ง ทั้งใน title และ Meta
- อย่าเขียนเป็น spam keyword พยายามเขียนให้น่าสนใจ

## 5. ต้องมี keyword ปรากฏอยู่ที่ย่อหน้าแรก (first paragraph) ของบทความ



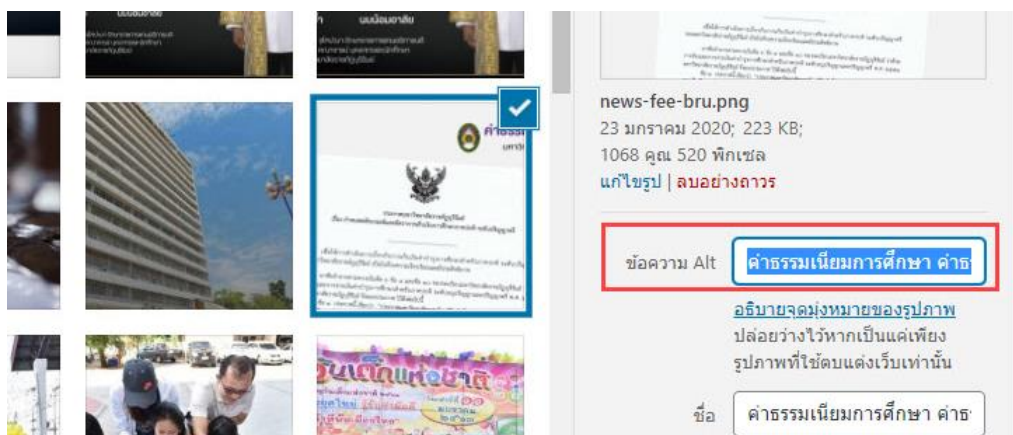
ย่อหน้าแรกของทุกๆ บทความ ควรวางคำ focus keyword ลงไปด้วย เพราะย่อหน้าแรกนั้นเปรียบเหมือนภาพรวม หรือบทสรุปของเนื้อเรื่องทั้งหมด จึงจำเป็นต้องมี keyword เพื่อช่วยบอกให้ google และผู้ใช้งานเข้าใจในสิ่งที่เราจะสื่อสารนั่นเอง

## 6. ความยาวเนื้อหาของบทความที่ดีต้องยาวไม่น้อยไปกว่า 300 คำ \*ไม่ต้องกังวล

Yoast ได้แนะนำเราว่าบทความที่ดีควรมีความยาวอย่างน้อย 300 คำ (คำภาษาอังกฤษ) แต่ปัญหาตรงจุดนี้คือ ปลั๊กอิน Yoast ยังนับคำภาษาไทยยังไม่ถูกต้อง เราต้องเขียนคำไทย 700 คำ ถึงจะเท่ากับ 300 คำ ภาษาอังกฤษ ดังนั้นตรงจุดนี้เราอาจไม่ต้องแต่งบทความให้ครบ 300 คำ แคพยายามเขียนบทความให้ Yoast นับคำตรงส่วน The text contains ให้ได้สัก 200 เป็นอย่างต่ำก็เพียงพอแล้ว แม้ว่าไฟท์โชว์จะไม่ใช่ไฟสีเขียวก็ตาม

## 7. ต้องมีรูปภาพประกอบบทความ และต้องใส่ Alt text ของรูปภาพเป็นคำ keyword ด้วย

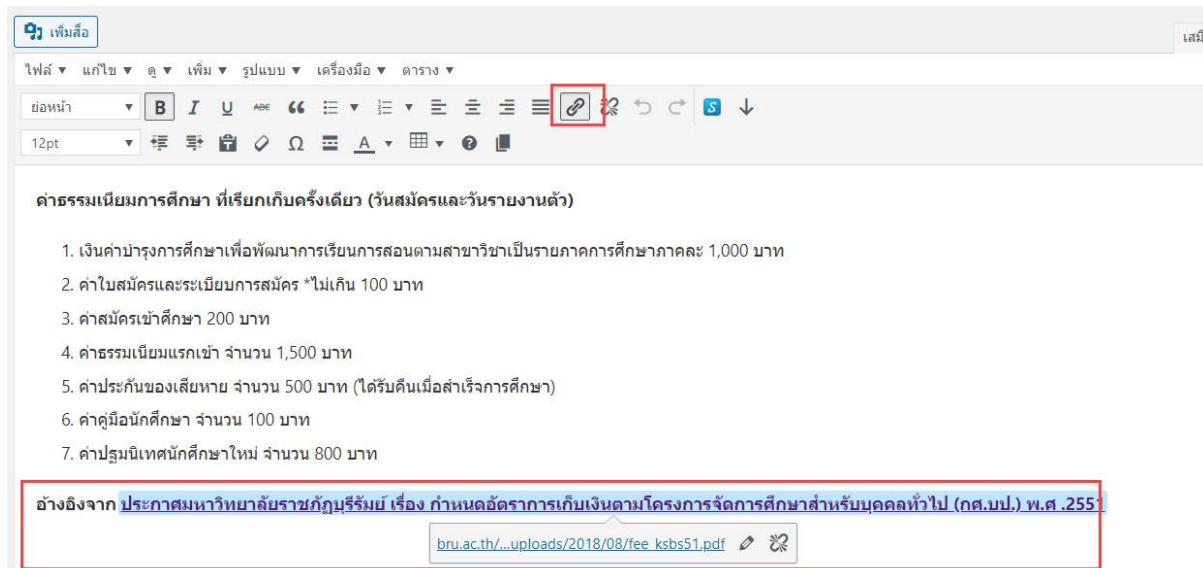
ทุกบทความที่คุณเขียนต้องมีภาพหน้าปก นอกจากความสวยงาม น่าสนใจ ดึงดูดให้คนอยากคลิกเข้าไปอ่านแล้ว การมีภาพหน้าปก จะช่วยเพิ่มโอกาสให้รูปภาพเราไปปรากฏบนการค้นหาภาพ (image search) อีกด้วย ควรมีรูปภาพประกอบ อย่างน้อย 1 รูปขึ้น หรือใส่ในรูปแบบประจำเรื่อง และบทความใน 1 หน้าบทความเราจะมีกี่รูปก็ตาม ต้องมี 1 ภาพเป็นอย่างน้อย ใส่คำหลังรูป ที่เราเรียกกันว่า Alt text หรือ ข้อความ Alt เป็นคำ focus keyword ด้วยอย่างน้อย 1 รูป



\*ไม่ควรใส่คำ Alt text เป็นคำ focus keyword ในทุกรูป ควรกระจายๆ หาคำอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องก็ได้

## 8. ต้องมีทั้ง external link และ internal links

เว็บที่ดีต้องมีความน่าเชื่อถือ เราควรมีลิงค์จากภายนอกเว็บไซต์ของเรา (external link) ซึ่งเป็นที่มาที่ไป (reference) ของบางแนวคิดที่เราหยิบยกมาใส่ในบทความของเรานั่นเอง รวมถึงต้องมีลิงค์ภายในเว็บของตัวเองปรากฏอยู่ในเนื้อหาด้วย เราสามารถเพิ่มลิงค์ต่างๆ ด้วยฟังก์ชัน hyper link บน visual text editor



SEO tip: การทำลิงค์บนหน้าบทความเราควรทำลิงค์แบบ Anchor Text คือ การทำ hyper link บนข้อความ เพื่อใช้เชื่อมโยงระหว่างเว็บ คำที่เป็น Anchor Text กับลิงค์ที่ส่งไป ต้องมีความสัมพันธ์กัน

## 9. สัดส่วนของ keyword เมื่อเทียบกับปริมาณ Text ทั้งหมดในบทความ ไม่ควรเกิน 2.5 %

- This page has 0 nofollowed outbound link(s) and 1 normal outbound link(s).
- This page has 0 nofollowed internal link(s) and 1 normal internal link(s).
- The focus keyword appears in the first paragraph of the copy.
- The keyword density is 2.1%, which is great; the focus keyword was found 7 times.
- The images on this page contain alt attributes with the focus keyword.
- The text contains 328 words. This is more than or equal to the recommended minimum of 300 words.
- The SEO title has a nice length.

จำนวนคำ keyword ที่เราพยายามยัดลงไปบทความ ไม่ควรเกิน 2.5% Keyword density หมายถึง สัดส่วนของคีย์เวิร์ดเมื่อเทียบกับปริมาณ Text ทั้งหมดในบทความ คำแนะนำคือ ถ้าเป็นไปได้ เราควรใส่คีย์เวิร์ดในประโยคแรกของบทความ จากนั้นคือให้กระจายหลวมๆ ทั่วทั้งบทความ

## 10. บทความต้องมีหัวข้อใหญ่ ที่เรียกว่า Subheading และต้องมีคำที่เป็น keyword เป็น Subheading รวมอยู่ด้วย

บทความที่ดีต้องเขียนให้อ่านง่ายๆ การมีหัวข้อแยกเนื้อหาแต่ละส่วนช่วยให้ผู้อ่าน อ่านบทความของเราได้สะดวก และเข้าใจเนื้อหาของเราได้ง่ายขึ้นนั่นเอง

### ค่าธรรมเนียมการศึกษา ที่เรียกเก็บครั้งเดียว (วันสมัครและวันรายงานตัว)

\*ยกเว้น หลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต

1. เงินค่าบำรุงการศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนตามสาขาวิชาเป็นรายภาคการศึกษาภาคละ 1,000 บาท
2. ค่าใบสมัครและระเบียบการสมัคร \*ไม่เกิน 100 บาท
3. ค่าสมัครเข้าศึกษา 200 บาท
4. ค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำนวน 1,500 บาท
5. ค่าประกันของเสียหาย จำนวน 500 บาท (ได้รับคืนเมื่อสำเร็จการศึกษา)
6. ค่าคู่มือนักศึกษา จำนวน 100 บาท
7. ค่าปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ จำนวน 800 บาท

### ค่าธรรมเนียมการศึกษา หลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต (พย.บ.) ที่เรียกเก็บครั้งเดียว (วันสมัครและวันรายงานตัว)

1. ค่าใบสมัครและระเบียบการสมัคร \*ไม่เกิน 100 บาท
2. ค่าสมัครเข้าศึกษา 200 บาท
3. ค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำนวน 12,000 บาท
4. ค่าบำรุงการศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน จำนวน 1,500 บาท
5. ค่าประกันของเสียหาย จำนวน 1,000 บาท (ได้รับคืนเมื่อสำเร็จการศึกษา)
6. ค่าคู่มือนักศึกษา จำนวน 100 บาท
7. ค่าปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ จำนวน 800 บาท

ตัวอักษรเนื้อหาทั่วไปเราควรเลือกใช้ฟอนต์ประเภท paragraph แต่ในส่วนที่หัวข้อเราควรเลือกใช้ฟอนต์ที่เป็นประเภท heading (ฟอนต์ H1-H6) และต้องมีคำที่เป็น keyword เป็น heading 2 รวมอยู่ด้วย

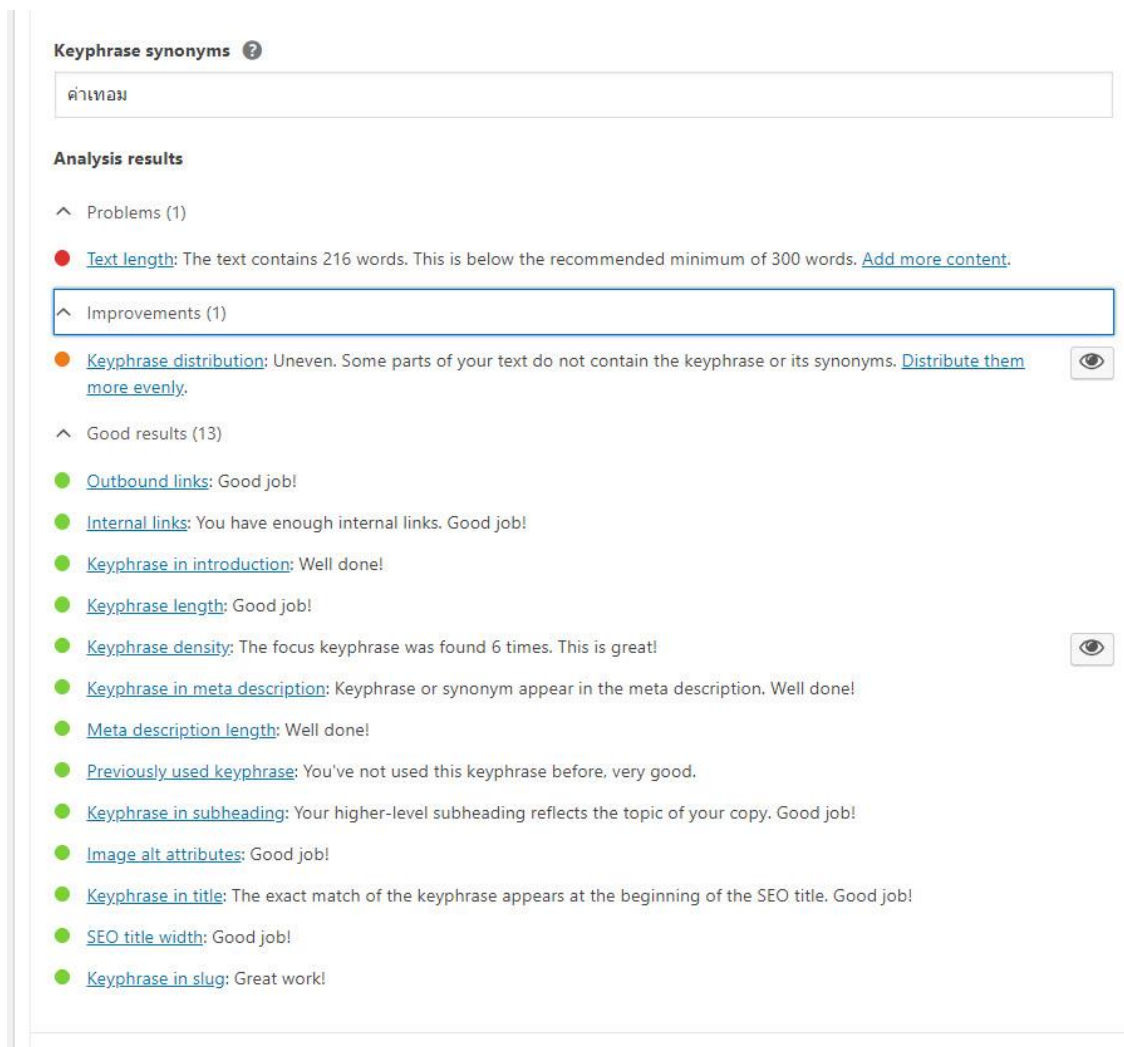
## 11. บทความต้องจัดวางให้อ่านง่าย

บทความต้องจัดวางให้อ่านง่าย แต่ละย่อหน้าต้องไม่ยาวเกินไป (ไม่ควรเกิน 5 บรรทัด) ควรมีการเว้นบรรทัด เพื่อให้มีช่องไฟ ให้คนอ่านได้ง่ายขึ้น

เนื้อหาควรมีการแสดงที่หลากหลาย เช่น มี ออร์เดอร์ลิสต์ มีบูลเลตต์ มีตัวหนา มีตัวเอียง ถ้าเป็นไปได้ควรมีสื่อผสม คือมีการนำลิงค์วิดีโอ หรือลิงค์ไฟล์เสียงต่างๆ มาแสดงบนหน้าเว็บของเราด้วย



หลังจากทำทุกขั้นตอนแล้ว สามารถใช้ผลการทำงานได้จาก SEO Analysis

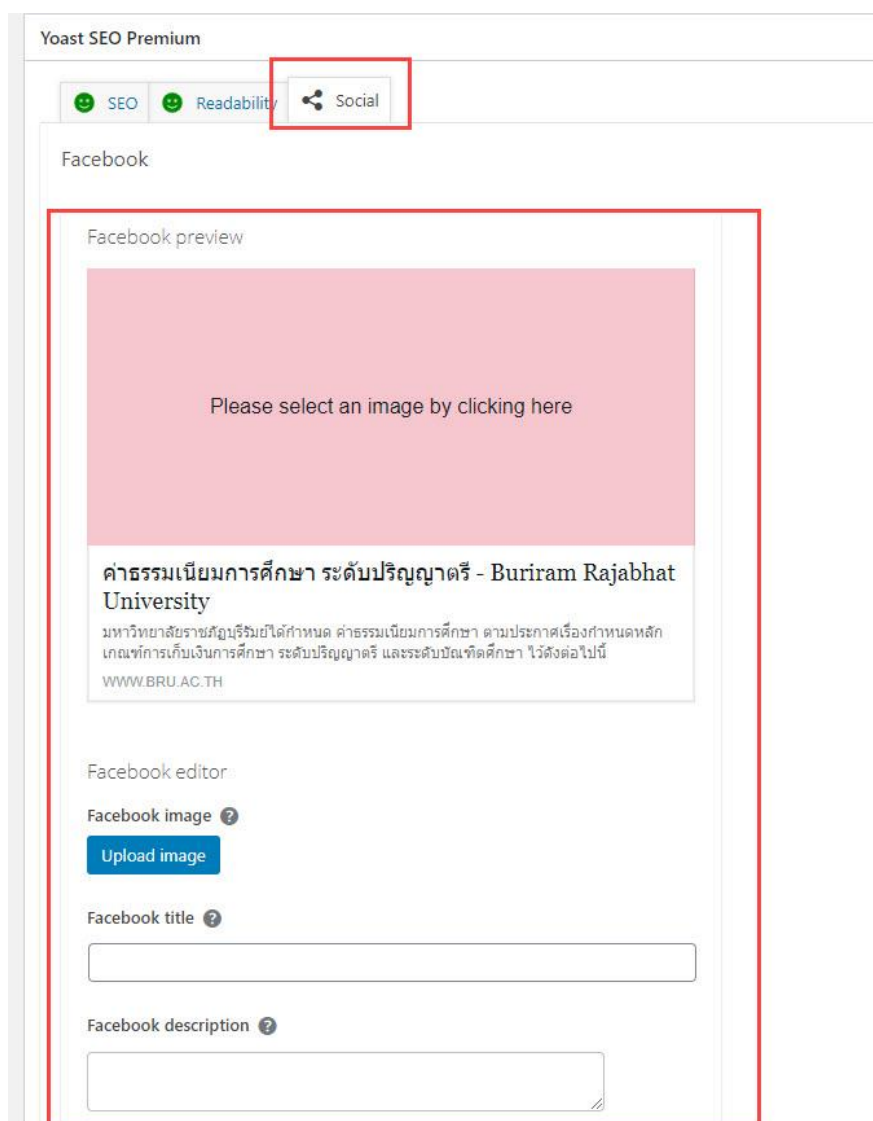


ผลลัพธ์ดูได้จากด้านบนของปลั๊กอิน



จากตัวอย่างยังมีข้อที่เราไม่สามารถทำให้ปรากฏไฟสีเขียวได้ในบางข้อ นั้นหมายความว่าเราไม่จำเป็นต้องทำให้ปรากฏสีเขียวทั้งหมดทุกข้อ แต่ทำให้ปรากฏสีเขียวให้มากที่สุด

นอกจากนี้ Yoast ยังมีฟังก์ชันการควบคุมรูปภาพ และ title เพื่อใช้ในการแชร์ไปยัง social media ให้แสดงผลถูกต้องอีกด้วย โดยให้เราคลิกตรงสัญลักษณ์ social share ให้เราใส่ข้อมูลให้ครบตามรูปภาพด้านล่าง และจุดสำคัญ ทุกบทความเราต้องมีรูปภาพ



เมื่อทำทุกอย่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ลองไปทดสอบการแชร์ไปยัง Facebook ดูภาพที่โชว์ เป็นภาพที่เราต้องการรึยัง หากบางครั้งภาพที่แชร์ไป ไม่แสดงภาพที่เราต้องการ เราอาจต้องไปเคลียร์แคช การจำรูปภาพบน Facebook สักเล็กน้อย ที่บทความนี้ได้ แชร์ลิงก์ใน Facebook แล้วรูปไม่ขึ้น แก้ปัญหาด้วย Facebook Debugger

## ความหมายของ ปัญหา ต่างๆ ใน Yoast SEO

- Outbound links: No outbound links appear in this page.  
หมายความว่า บทความของเรา ไม่ได้ลิงค์ไปภายนอกเว็บไซต์เลย วิธีแก้ไขคือ ให้เราทำลิงค์ออกไปข้างนอกเว็บไซต์เราบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เราต้องลิงค์ไปที่เว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องกับบทความของเรา
- internal links: No internal links appear in this page.  
หมายความว่า เราไม่มี Link ไปในหน้าอื่น ภายในเว็บไซต์ของเราเลยนั่นเอง วิธีแก้ไข ให้เราทำลิงค์ไปภายในเว็บไซต์ของเรา ไปหน้าที่เกี่ยวข้องกับบทความของเรา
- Keyphrase in introduction: Your keyphrase or its synonyms do not appear in the first paragraph.  
ไม่มี Keyword ใน ย่อหน้าแรกของบทความของเรา วิธีแก้ไขคือ ให้เราเขียนย่อหน้าแรก ของบทความเราใหม่ แล้วเติม Keyword ของเราเข้าไป
- Meta description length: No meta description has been specified. Search engines will display copy from the page instead.  
หมายความว่าเราไม่ได้ใส่ Meta Description ให้กับหน้าของเรา วิธีการใส่ Meta Description ให้เริ่มจากการกดตรงนี้
- Keyphrase in meta description: The meta description has been specified, but it does not contain the keyphrase.  
หลังจากที่เราใส่ Meta Description แล้ว เราอาจจะเจอปัญหานี้ ปัญหานี้ก็คือเราไม่มี Keyword อยู่ใน Meta Description ของเราเลย ให้เราทำการ ใส่ Keyword ลงไปใน Meta Description ให้เรียบร้อย
- Image alt attributes: No images appear on this page.  
ปัญหานี้ เป็นปัญหา Classic ปัญหาก็คือ Yoast บอกว่า เราไม่มีรูปในบทความของเรานั่นเอง วิธีแก้ไข ทำได้สองแบบ แบบแรก ให้เราใส่รูปภาพเข้าไปในบทความของเรา แบบที่สอง ให้เราไป Set Featured Image
- Text length: The text contains number words. This is far below the recommended minimum of 300 words.  
ในข้อนี้ Yoast กำลังบอกเราว่า บทความของเรา มีจำนวน คำในบทความน้อยเกินไป วิธีแก้ไขคือ ให้เราเพิ่มเนื้อหาของบทความของเราให้ยาวกว่านี้ แต่ในข้อนี้ Yoast มีปัญหาอยู่นิดนึง
- Keyphrase density: The focus keyphrase was found X times. That's way more than the recommended maximum of X times for a text of this length.

ในข้อนี้ เป็นข้อที่เราต้องแก้ไขโดยด่วนที่สุด เพราะ Yoast กำลังบอกว่า ในบทความของเรา มี Keyword มากเกินไป มันดูเหมือนว่า เราตั้งใจจะปั่น Keyword นั้นนั่นเอง วิธีแก้ไขคือ ให้เราลอง Rewrite บทความของเราใหม่ ให้ Keyword น้อยลง

- Keyphrase in title: Not all the words from your keyphrase “โอซาก้า” appear in the SEO title.

ปัญหาในข้อนี้ถือว่าสำคัญมาก คือ ไม่มี Keyword ของเรา (ในที่นี้คือ โอซาก้า) อยู่ในหัวข้อ หรือ SEO Title วิธีแก้ไขคือ ให้เราใส่หัวข้อของเราไปใน ชื่อเรื่อง และ SEO Title สำหรับ SEO Title ใส่ที่เดียวกับ Meta Description แต่จะแตกต่างกันนิดหน่อย

- Previously used keyphrase: You’ve used this keyphrase once before  
ปัญหานี้หมายความว่า เราได้ทำ SEO โดยใช้ Keyword นี้ไปแล้วกับบทความอื่น วิธีแก้ไขคือ ให้เราเปลี่ยน Keyword ที่เราใช้ทำ SEO กับบทความปัจจุบัน

- Image alt attributes: Images on this page do not have alt attributes that reflect the topic of your text.

ความหมายคือ รูปภาพที่เราใส่ในบทความของเรา ไม่มี Keyword อยู่ใน Alt Text ของรูปภาพ วิธีการใส่ Alt Text ทำแบบนี้

- Keyphrase in title: The exact match of the keyphrase appears in the SEO title, but not at the beginning.

ปัญหานี้เกิดจากการที่ เรามี Keyword ใน SEO Title หรือ ในชื่อของหน้าแล้ว แต่ Keyword ของเรา ไม่ได้อยู่ที่ตำแหน่งแรกของ SEO Title หรือ ชื่อของหน้า เราสามารถแก้ไขได้โดย เขียน SEO Title ใหม่ ให้ Keyword ของเรา อยู่ที่ด้านหน้าสุดของ Title

- SEO title width: The SEO title is too short.

หมายความว่า SEO Title ของเราสั้นเกินไป ให้เราพิมพ์ SEO Title ของเราให้ยาวจนเขียว ใน Snippet Preview

- Keyphrase in slug: (Part of) your keyphrase does not appear in the slug.

ปัญหา ไม่มี Keyword ใน Slug หรือ URL

- Keyphrase in subheading: Use more keyphrases or synonyms in your higher-level subheadings!

กรณีนี้จะเกิดก็ต่อเมื่อ บทความของเรา มีการแบ่งหัวข้อย่อยภายใน Yoast บอกว่า เราต้องใส่ Keyword ในหัวข้อย่อยอย่างน้อย 1 หัวข้อ

## สร้าง Traffic ให้เว็บไซต์

หลังจากเสร็จสิ้นขั้นตอนในการเขียนเนื้อหาหรือบทความแล้วสิ่งที่เราจำเป็นต้องทำอย่างยิ่งคือ การสร้าง traffic พาคนมายังเว็บไซต์ของเรา เมื่อเราเขียนบทความเสร็จ ทุกอย่างยังนิ่งสนิท ไม่มีใครเห็นบทความของเราแน่นอน สิ่งที่เราต้องทำเป็นลำดับต่อไปคือการสร้าง traffic พาคนเข้ามาเว็บของเราให้ได้ แต่ละคนย่อมมีวิธีการสร้าง traffic แตกต่างกันไป

### แปะลิงค์โพสต์ไปที่ Facebook fan page

### แปะลิงค์โพสต์ไปที่ Facebook ส่วนตัว

### แปะลิงค์โพสต์ไปที่ช่อง Youtube

### แปะลิงค์โพสต์ไปที่ Twitter และ โซเชียลมีเดียที่มีอยู่ในมือ

เป้าหมายของทุกคนที่แชร์ลิงค์บทความจากเว็บตัวเองมาบน Facebook คืออยากให้คนเห็น อยากให้คนอ่าน บทความของเรา เพื่อสร้าง traffic กลับไปยังเว็บไซต์ แต่สิ่งแรกที่จะทำให้คนหยุดคลิกอ่านบทความของเรา คือรูปภาพหน้าปกมันต้องสวย (featured image) นั่นหมายความว่าเราต้องตั้งค่ารูปภาพหน้าปกของเรา ให้แสดงผลอย่างถูกต้องบน Facebook ด้วย

### แปะลิงค์โพสต์ไปที่ Facebook Group

สิ่งที่แนะนำเลย คือทุกธุรกิจ ทุกวงการ จะมี Facebook group ถ้าเป็นไปได้ให้เราไปขอเข้าร่วมกลุ่มบน Facebook ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ หรือสินค้าของเรา ให้มากที่สุด แต่เราอย่าไปโพสต์ขายของแบบไม่ดูตาม้าตาเรือ บนกลุ่มเหล่านั้น

สิ่งที่เราจะทำได้คือ สังเกตว่าผู้คนที่ในกลุ่มเหล่านั้นเขามีปัญหาอะไรกัน ในทุกวงการจะมีคำถามของมือใหม่เสมอ เช่น ในวงการทำเว็บไซต์ของ คนที่เป็นมือใหม่ก็จะมีคำถามพื้นฐาน ประมาณว่า จดโดเมนเช่าโฮสติ์ไหนดี? จดโดเมนอย่างไร? วิธี backup เว็บทำยังไง? ฯลฯ ให้เราเขียนบทความตอบปัญหาเหล่านี้เก็บไว้บนเว็บของเรา

รอจังหวะให้มีคนถามแล้วเราค่อยเอาลิงค์บทความที่เราเขียนไว้ไปแปะ ทุกครั้งที่เราแปะลิงค์ คนอื่นๆ ในกลุ่มเรานั้นก็จะมองเห็นโพสต์ของเราด้วย อาจจะมีคนอยากรู้คำตอบนี้พอดี เขาก็อาจจะคลิกลิงค์เพื่อเข้ามาดูข้อมูลบนเว็บไซต์ของเราก็ได้ แต่เราอย่าไปพยายามขายของตรงๆ บนกลุ่มพวกนี้นะ ไม่อย่างนั้นเราอาจจะถูกแบนออกจากกลุ่มก็เป็นได้

## ลงโฆษณาบน Facebook หรือที่เรียกว่าการโปรโมทโพสต์

3 วิธีสร้าง traffic ก่อนหน้านี้คือการสร้าง traffic แบบไม่ใช้เงิน แต่อาจต้องลงแรงซักนิดนึง คราวนี้หากเราอยากเร่งให้เว็บเรามีคนเข้ามาดูมากขึ้น เราก็อาจต้องลงโฆษณาบน Facebook ช่วย สำหรับผู้เริ่มต้นอาจต้องศึกษาวิธีการลงโฆษณากันสักนิดนึงนะ ว่าทาง Facebook เขามีกฎเกณฑ์ในการลงโฆษณาอย่างไรบ้าง อาจจะต้องเข้าไปศึกษาวิธีการลงโฆษณาได้ที่นี้ >> Facebook ads guide

## หาเว็บหรือเพจพันธมิตร ช่วยทำ backlink

เว็บที่ดีต้องมีการถูกพูดถึงจากเว็บอื่นๆ ด้วย หมายความว่า มีเว็บอื่นๆ เขียนข้อมูลแล้วเขาพูดถึงข้อมูลบางอย่างบนเว็บของเราแล้วใส่ลิงค์กลับมาที่เว็บของเรา แบบนี้เราเรียกว่า Backlink เราจะได้คะแนนตรงส่วนนี้สูง หากเว็บหรือเพจที่ส่ง backlink เป็นเว็บใหญ่หรือมีผู้ติดตามมาก

## สร้าง backlink

จะดีที่สุดหากเรารู้จักผู้สร้างเว็บหรือเจ้าของเพจเหล่านั้น อาจจะต้องไปหาเขาไปว่าถ้าพูดถึงเรื่องนี้ทำ backlink มาหาเราหน่อยนะ แล้วเดี๋ยวถ้าเรามีบทความที่เกี่ยวข้องกับเว็บคุณ เราจะทำ backlink กลับไปหา หรือภาษาในวงการเขาจะเรียกว่า การแลกเปลี่ยนกันเอง

Google จะให้คะแนนเฉพาะ backlink ที่ส่งกลับมาจากเว็บที่มีคุณภาพเท่านั้นนะ เราจะทำ backlink จากเว็บหลอกๆ ที่เราแอบไปสร้างขึ้นเองไม่ได้แล้ว Google เขาฉลาดกว่าเรามาก ดีไม่ดีเราอาจจะถูกลงโทษ ลดอันดับลงอีกด้วย

นอกจากเราจะหาวิธีสร้าง traffic พาคนเข้าเว็บตามวิธีที่ได้แนะนำมาทั้งหมด ขั้นตอนต่อไปสำหรับ การทำ seo ที่เราต้องทำ คือการเอาเว็บของเราไปลงทะเบียนกับ Google search console และส่ง site map ไปให้ Google วิธีดังกล่าวจะเป็นการช่วยเร่งให้ Google bot เข้ามาเก็บข้อมูลบนเว็บของเราได้เร็วขึ้น

## จะตรวจสอบความก้าวหน้าของการทำ SEO ยังไง? และต้องรอนานแค่ไหน?

วิธีตรวจสอบง่ายๆ ให้คุณเปิด Chrome ขึ้นมา แล้วเข้าโหมด Incognito (เนื่องจากโหมดปกติ Google จะพยายามดึงเว็บที่เราเข้าบ่อยๆ เช่น เว็บเราเอง ขึ้นมาเป็นอันดับต้นๆ ซึ่งทำให้เราเห็นผลการค้นหาไม่ตรงกับผู้ใช้ส่วนใหญ่) ลองใส่ Keyword ที่คิดว่าผู้ใช้จะค้นหาแล้วดูว่าเว็บไซต์เราอยู่อันดับที่เท่าไร (ถ้าเปิดไป 2-3 หน้าแล้วยังไม่เจอก็พอแล้ว ต้องเริ่มทำ SEO คำนี้ได้แล้ว)

**Q: ถ้าลองทำ SEO บนเว็บไซต์แล้ว กว่าจะเห็นผลต้องรอนานแค่ไหน?**

A: หลายคนคาดหวังว่าพอทำ SEO ปรับเว็บวันนี้ พรุ่งนี้อันดับเว็บเราต้องขึ้น!!! ผมบอกก่อนเลยว่ามันไม่ได้เร็วขนาดนั้น! ก็มีวิธีบางอย่างที่เร่งให้ Google ทำงานเร็วขึ้นได้บ้างเล็กน้อย โดยทั่วไปว่าการเปลี่ยนแปลงจะเห็นผลก็ยังเป็นเดือนอยู่ดี

**Q: ปรับเดือนนี้ เดือนหน้าถึงจะเห็นผล!? กว่าจะทำเสร็จไม่เป็นปีเลยหรือ?**

A: ผมแนะนำให้ทำ SEO อย่างต่อเนื่องไม่ต้องหยุดรอ ทั้งเขียน Content, ปรับโครงสร้าง, เพิ่มความเร็ว ไปโรมท์เว็บ ค่อยๆ ทำสิ่งเหล่านี้ให้ได้มากที่สุดที่คุณทำได้ แล้วคะแนนและอันดับใน Google ของคุณจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเอง และอย่าลืมว่า SEO เป็นเรื่องของการแข่งขันกัน ถึงแม้เว็บจะขึ้นอันดับ 1 แล้วถ้าหยุดทำ SEO ก็อาจถูกอันดับ 2 แซงขึ้นมาได้ง่ายๆ (ตกมาอันดับ 2 Traffic คำนี้หายไปครึ่งนึงเลยนะ)