



คู่มือเริ่มต้น SEO  
(Search Engine Optimization)



# ยินดีต้อนรับสู่คู่มือเริ่มต้น SEO (Search Engine Optimization) ของ Google

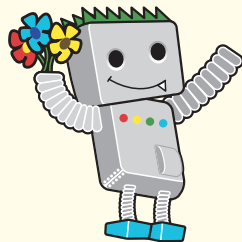
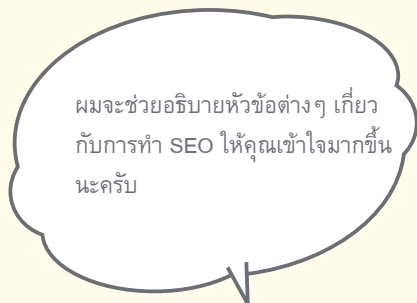
คู่มือนี้เริ่มต้นจากจุดมุ่งหมายในการช่วยเหลือทีมงานของ Google ให้เข้าใจถึงหลักการสำคัญในการทำ SEO ต่อมาเราก็คิดว่าคู่มือนี้น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับเว็บมาสเตอร์ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำ SEO มากนัก แต่ต้องการปรับปรุงการโต้ตอบระหว่างไซต์กับผู้ใช้และ Search Engine คู่มือนี้จะไม่พูดถึงเคล็ดลับที่จะทำให้ไซต์ของคุณปรากฏเป็นอันดับแรกๆ ในการค้นหาของ Google (ขอโทษทีนะ!) แต่หากลองทำตามแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดนี้ คู่มือนี้ Search Engine ของเราจะสามารถรวบรวมข้อมูล ทำดัชนี และเข้าใจเนื้อหาของคุณได้ง่ายขึ้น

SEO คือการปรับแต่งเนื้อหาของเว็บไซต์บางส่วนเล็กๆ น้อยๆ ซึ่งหากพิจารณาแยกกันเป็นส่วนๆ อาจไม่เห็นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มากนัก แต่เมื่อรวมทุกส่วนเข้าด้วยกัน คุณจะสังเกตเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ของผู้ใช้ที่ดีขึ้นและตำแหน่งที่สูงขึ้นในผลการค้นหาทั่วไป คุณอาจจะคุ้นเคยกับหัวข้อต่างๆ ในคู่มือนี้ เนื่องจากเป็นส่วนประกอบสำคัญสำหรับหน้าเว็บ แต่คุณอาจยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ของเนื้อหาส่วนต่างๆ อย่างเต็มที่

แม้ว่าคู่มือนี้อาจเป็นคู่มือการปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะกับ "Search Engine" แต่เราอยากให้คุณพิจารณาการปรับแต่งไซต์โดยคำนึงว่าอะไรที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้เข้าชมไซต์ เพราะพวกเขาคือผู้ใช้เว็บไซต์ตัวจริง Search Engine เป็นเพียงอุปกรณ์ในการค้นหา หากคุณเน้นแต่เรื่องอันดับในผลการค้นหาทั่วไปเพียงอย่างเดียว ไซต์ของคุณอาจจะมีผลเสียมากกว่าผลดี จงอยู่ที่ว่าการทำ SEO จะช่วยให้เว็บไซต์ปรากฏในตำแหน่งดีๆ บน Search Engine แต่ท้ายที่สุดแล้ว เว็บไซต์ของคุณจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ ไม่ใช่ Search Engine

เว็บไซต์ของคุณอาจมีขนาดและเนื้อหาที่แตกต่างจากตัวอย่างของเรา แต่เราเชื่อว่าคุณสามารถนำหัวข้อต่างๆ ในคู่มือนี้ไปประยุกต์ใช้กับเว็บไซต์ได้ทุกขนาดและทุกประเภท เราหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือนี้จะช่วยให้คุณมีความคิดใหม่ๆ ในการปรับปรุงเว็บไซต์ คุณสามารถไปที่ฟอรัมความช่วยเหลือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google หากมีคำถาม ต้องการแสดงความคิดเห็น หรือแบ่งปันเรื่องราวความสำเร็จ

## สารบัญ



Googlebot  
จะรวบรวมข้อมูลบน  
อินเทอร์เน็ตเพื่อทำดัชนีของ  
Google ทุกวัน ไม่มีวันหยุด

- ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ SEO
- 4 สร้างชื่อหน้าให้ถูกต้องและน่าสนใจ
- 6 ใช้เมตาแท็ก "คำอธิบาย"
- การปรับปรุงโครงสร้างของไซต์
- 8 ปรับปรุงโครงสร้าง URL
- 10 ปรับปรุงการนำทางบนไซต์ให้ง่ายขึ้น
- การปรับเนื้อหาให้เหมาะสม
- 14 นำเสนอเนื้อหาและบริการที่มีคุณภาพ
- 16 เขียน Anchor Text ที่ดียิ่งขึ้น
- 18 ปรับการใช้งานรูปภาพให้มีประสิทธิภาพ
- 20 ใช้แท็กหัวข้อความเหมาะสม
- การทำงานกับโปรแกรมรวบรวมข้อมูล
- 21 ใช้ robots.txt อย่างมีประสิทธิภาพ
- 22 รู้จัก rel="nofollow" สำหรับลิงก์
- SEO สำหรับเว็บไซต์มือถือ
- 24 ทำไม่ต้องทำเว็บไซต์ ให้ mobile-friendly
- 25 3 สิ่งที่คุณควรรู้ก่อนสร้างเว็บสำหรับมือถือ
- 26 ตรวจสอบว่าเว็บของคุณ Mobile Friendly หรือไม่
- 27 Responsive Web Design
- การโปรโมตและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 28 โปรโมตเว็บไซต์ให้ถูกวิธี
- 30 ใช้ประโยชน์จาก Search Console ฟรี

เราสร้างเว็บไซต์สมมติขึ้นเพื่อใช้เป็นตัวอย่างประกอบคำอธิบายในคู่มือนี้ เพื่อให้คุณเห็นภาพประกอบที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายขึ้น เราจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ในแต่ละหัวข้ออย่างละเอียด เพื่อให้ครอบคลุมข้อมูลต่างๆ อย่างครบถ้วน ข้อมูลพื้นฐานสำหรับเว็บไซต์ตัวอย่างมีดังนี้:

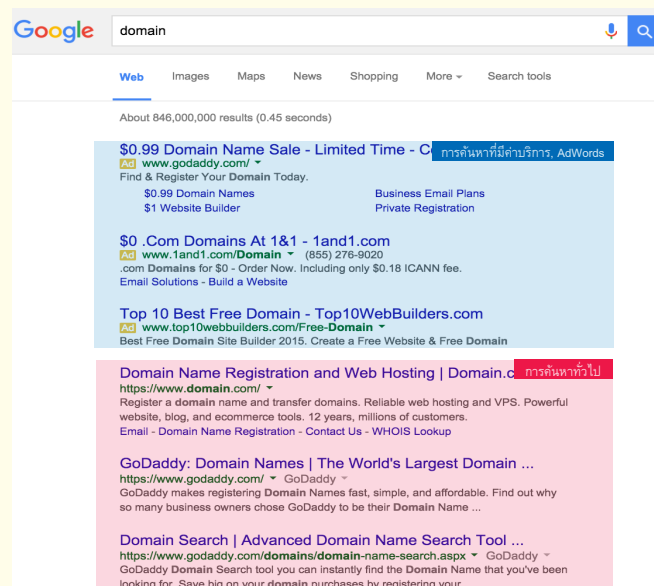
ชื่อเว็บไซต์/ธุรกิจ: "คุณแบ่งเบเกอร์"

ชื่อโดเมน: example.com

ข้อมูลหลัก: ร้านเบเกอรี่รับสั่งสินค้าออนไลน์ ข้อมูลสินค้า บทความ ข่าวสารต่างๆ

ขนาด: เล็กไม่เกิน 250 หน้า

การทำ SEO จะมีผลกับผลการค้นหาทั่วไปเท่านั้น ไม่รวมถึงผลการค้นหาที่มีค่าบริการหรือ "มีผู้สนับสนุน" เช่น Google AdWords



# สร้างชื่อหน้าให้ถูกต้องและน่าสนใจ

## ระบุชื่อหน้าโดยใช้แท็กชื่อเรื่อง

แท็กชื่อเรื่องจะบอกให้ผู้ใช้และ **Search Engine** ทราบว่าหน้าเว็บเกี่ยวกับอะไร โดยใช้แท็ก `<title>` จะอยู่ในแท็ก `<head>` ของเอกสาร **HTML** (1) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด คุณควรสร้างแท็กชื่อเรื่องให้ไม่เหมือนกันในแต่ละหน้า

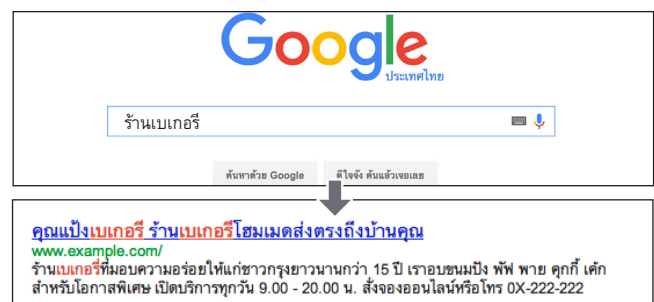
## เนื้อหาของชื่อหน้าจะปรากฏขึ้นในผลการค้นหา

หากไซต์ของคุณปรากฏขึ้นในหน้าผลการค้นหา **เนื้อหาของแท็กชื่อเรื่องมักจะปรากฏในบรรทัดแรกของผลการค้นหา** (หากคุณไม่คุ้นเคยกับส่วนต่างๆ ในผลการค้นหาของ Google คุณสามารถดูวิดีโอเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลการค้นหาอย่างละเอียด และศึกษาแผนภาพแสดงหน้าผลการค้นหาของ Google โดย Matt Cutts ซึ่งเป็นวิศวกรของ Google) คำที่อยู่ในชื่อเรื่องซึ่งตรงกับ **ข้อความค้นหา** ของผู้ใช้จะแสดงเป็นตัวหนา **ช่วยให้ผู้ใช้เห็นชัดเจนว่าหน้าเว็บตรงกับการค้นหาของพวกเขาหรือไม่** (2)

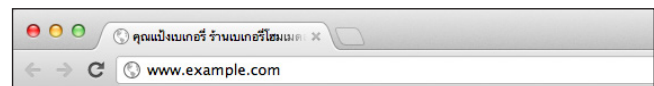
ในชื่อเรื่อง คุณสามารถแสดงชื่อของเว็บไซต์/ธุรกิจ รวมทั้งข้อมูลที่สำคัญอื่นๆ เช่น ตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจ หรือเป้าหมายของธุรกิจ หรือบริการและสินค้าที่นำเสนอ (3)

```
<html>
<head>
<title>คุณแบ่งเบเกอร์ ร้านเบเกอรี่โฮมเมดส่งตรงถึงบ้านคุณ</title>
<meta name="description" content="ร้านเบเกอรี่ที่มอบความอร่อยให้แก่ชาวกรุงมานานกว่า 15 ปี เราอบขนมปัง พัพพาย คุณก็ เกิดสำหรับโอกาสพิเศษ เปิดบริการทุกวัน 9.00 - 20.00 น. สั่งจองออนไลน์หรือโทร 0X-222-222">
</head>
<body>
```

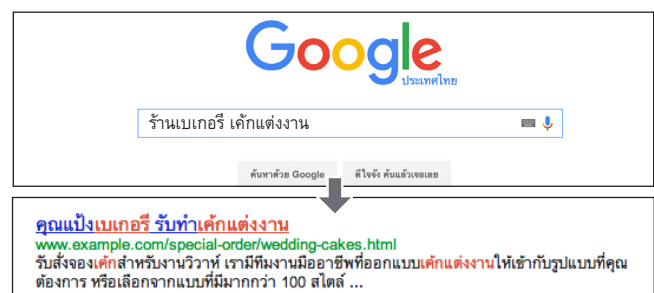
(1) ชื่อหน้าแรกของไซต์ควรแสดงชื่อธุรกิจและเป้าหมายของธุรกิจ 3 อย่าง



(2) ผู้ใช้ทำการค้นหาด้วยคำว่า [ร้านเบเกอรี่] เว็บไซต์จะปรากฏขึ้นในผลการค้นหา ชื่อหน้าจะอยู่ที่บรรทัดแรก (โปรดสังเกตว่าข้อความค้นหาที่ใช้ทำการค้นหาจะปรากฏเป็นตัวหนา)



หากผู้ใช้คลิกที่ผลการค้นหาและเข้าชมหน้าเว็บ ชื่อหน้าจะปรากฏที่ด้านบนของเบราว์เซอร์



(3) ผู้ใช้ทำการค้นหาด้วยคำว่า [ร้านเบเกอรี่ เล็กแต่งงาน] หน้าเว็บที่เกี่ยวข้องที่อยู่ลึกๆ ในไซต์จะปรากฏขึ้นในผลการค้นหา (หากมีชื่อหน้าตรงตามเนื้อหาของหน้า)

### อภิธานศัพท์

#### Search Engine

ฟังก์ชันของคอมพิวเตอร์ที่ค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตโดยใช้คำหลักหรือข้อความค้นหาที่ระบุ หรือโปรแกรมที่มีฟังก์ชันนี้

#### แท็ก <head>

เป็นแท็กส่วนหัวในเอกสาร HTML เนื้อหาของแท็กจะไม่ปรากฏในเบราว์เซอร์

#### HTML

ย่อมาจาก HyperText Markup Language ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้ในการสร้างเว็บ ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของหน้าเว็บ เช่น เนื้อหา ไอเปอร์ลิงก์ และรูปภาพ

#### ข้อความค้นหา

คำหรือกลุ่มคำที่ใช้เพื่อทำการค้นหาผ่าน Search Engine

## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

### ระบุเนื้อหาของหน้าเว็บให้ถูกต้อง

เลือกชื่อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของเนื้อหาบนหน้าเว็บได้

#### หลีกเลี่ยง:

- การเลือกชื่อเรื่องที่ไม่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาของหน้าเว็บ
- การใช้ชื่อเรื่องที่เป็นคำเริ่มต้นหรือไม่ชัดเจน เช่น "Untitled" หรือ "New Page 1"

### สร้างแท็กชื่อเรื่องที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละหน้า

หน้าเว็บของคุณควรมีแท็กชื่อเรื่องที่ไม่ซ้ำกัน ซึ่งจะช่วยให้ Google สามารถแยกเนื้อหาที่แตกต่างกันในแต่ละหน้าบนไซต์ของคุณ

#### หลีกเลี่ยง:

- การใช้แท็กชื่อเรื่องเหมือนกันทุกหน้า

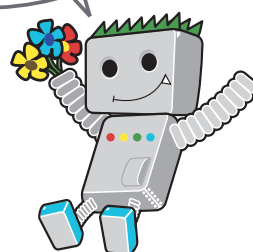
### ใช้ชื่อเรื่องที่กระชับแต่สื่อความหมาย

ชื่อเรื่องจะต้องสั้นและได้ใจความ หากชื่อเรื่องยาวเกินไป Google จะตัดและแสดงข้อมูลบางส่วนในผลการค้นหา

#### หลีกเลี่ยง:

- ใช้ชื่อเรื่องที่มีความยาวมากเกินไปไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้
- ใส่คำหลักที่ไม่จำเป็นไว้ในแท็กชื่อเรื่องของคุณ

ชื่อหน้าคือส่วนสำคัญ  
สำหรับการทำ SEO



ลิงก์

- การวิเคราะห์ผลการค้นหาอย่างละเอียด  
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/11/anatomy-of-search-result.html>
- แผนภาพแสดงหน้าผลการค้นหาของ Google  
<http://www.google.com/support/websearch/bin/answer.py?answer=35891>

# ใช้เมตาแท็ก "คำอธิบาย"

## อธิบายข้อมูลสรุปของแต่ละหน้า

เมตาแท็กคำอธิบายของหน้าเว็บจะให้ข้อมูลสรุปเกี่ยวกับหน้าเว็บนั้น ๆ กับ Google และ Search Engine อื่น ๆ (1) ในขณะที่ชื่อหน้าอาจประกอบด้วยคำไม่กี่คำหรือวลี เมตาแท็กคำอธิบายอาจประกอบด้วยข้อความหนึ่งหรือสองประโยคหรือย่อหน้าสั้น ๆ เครื่องมือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google มี [ส่วนการวิเคราะห์เนื้อหา](#) ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งจะบอกให้คุณทราบเกี่ยวกับเมตาแท็กคำอธิบายที่สั้นหรือยาวเกินไป หรือซ้ำซ้อนมาก ๆ (แสดงข้อมูลเหมือนกับแท็ก <title> </title> เมตาแท็กคำอธิบายจะอยู่ภายในแท็ก <head> ของเอกสาร HTML ของคุณ

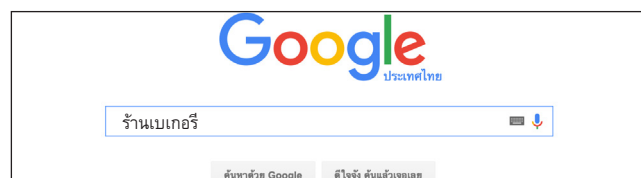
## เมตาแท็กคำอธิบายมีประโยชน์อย่างไร

เมตาแท็กคำอธิบายมีความสำคัญเนื่องจาก Google อาจใช้เป็นตัวอย่างข้อมูลสำหรับหน้าเว็บของคุณ ที่เราใช้คำว่า "อาจ" เนื่องจาก Google อาจเลือกแสดงข้อความบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน้าเว็บที่ตรงกับข้อความค้นหาของผู้ใช้ หรือ Google อาจใช้คำอธิบายใน Open Directory Project หากไซต์ของคุณมีข้อมูลอยู่ที่นั่น (เรียนรู้วิธีป้องกันไม่ให้ Search Engine แสดงข้อมูล ODP) การเพิ่มเมตาแท็กคำอธิบายลงในหน้าเว็บแต่ละหน้าเป็นวิธีปฏิบัติที่ดีในกรณีที่ Google ไม่สามารถค้นหาข้อความที่เหมาะสมเพื่อใช้แสดงตัวอย่างข้อมูลได้ ในบล็อกศูนย์กลางเว็บมาสเตอร์จะมีโพสต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ [การปรับปรุงตัวอย่างข้อมูลด้วยเมตาแท็กให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น](#)

คำที่ตรงกับข้อความค้นหาของผู้ใช้จะแสดงเป็นตัวหนา ดังภาพที่ (2) ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้ทราบว่าเนื้อหาบนหน้าเว็บตรงกับสิ่งที่พวกเขาค้นหา ภาพ (3) คืออีกหนึ่งตัวอย่างที่ระบบดึงเอาข้อมูลจากเมตาแท็กคำอธิบายสำหรับหน้าเว็บที่อยู่ลึก ๆ มาแสดงเมื่อคำอธิบายตรงกับคำหลักที่ใช้ค้นหา (เมตาแท็กคำอธิบายที่ไม่ควรซ้ำกันในแต่ละหน้า)

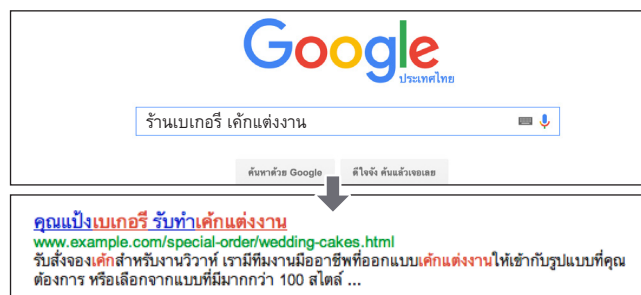
```
<html>
<head>
<title>คุณแบ่งเบเกอร์ ร้านเบเกอรี่โฮมเมดส่งตรงถึงบ้านคุณ</title>
<meta name="description" content="ร้านเบเกอรี่ที่มอบความอร่อยให้แก่ชาวกรุงเทพมหานครกว่า 15 ปี เราอบขนมปัง พาย ลูกเกิ้ล และเค้กสำหรับโอกาสพิเศษ เปิดบริการทุกวัน 9.00 - 20.00 น. สั่งจองออนไลน์หรือโทร 0X-222-2222">
</head>
<body>
```

(1) เมตาแท็กคำอธิบายสำหรับหน้าแรกควรให้ภาพรวมโดยสรุปของผลิตภัณฑ์ที่คุณนำเสนอบนไซต์



**คุณแบ่งเบเกอร์ ร้านเบเกอรี่โฮมเมดส่งตรงถึงบ้านคุณ**  
[www.example.com/](http://www.example.com/)  
 ร้านเบเกอรี่ที่มอบความอร่อยให้แก่ชาวกรุงเทพมหานครกว่า 15 ปี เราอบขนมปัง พาย ลูกเกิ้ล เค้ก สำหรับโอกาสพิเศษ เปิดบริการทุกวัน 9.00 - 20.00 น. สั่งจองออนไลน์หรือโทร 0X-222-222

(2) ผู้ใช้การค้นหาด้วยคำว่า [ร้านเบเกอรี่] หน้าแรกของไซต์จะปรากฏขึ้นในผลการค้นหา และแสดงเมตาแท็กคำอธิบายเป็นตัวอย่างข้อมูล



(3) ผู้ใช้ค้นหาด้วยคำว่า [ร้านเบเกอรี่ เล็กแต่งงาน] หน้าเว็บสำหรับเค้กแต่งงานจะแสดงขึ้นในผลการค้นหา เนื่องจากเมตาแท็กคำอธิบายตรงกับคำค้นหา

### อภิธานศัพท์

#### ตัวอย่างข้อมูล

ข้อความอธิบายที่แสดงอยู่ในหน้าผลการค้นหา ซึ่งเป็นข้อมูลสรุปของหน้าเว็บและหรือส่วนของหน้าเว็บที่ตรงกับคำหลักที่ใช้ค้นหา

#### Open Directory Project (ODP)

เว็บไดเรกทอรีที่ใหญ่ที่สุดในโลก (ไดเรกทอรีสำหรับสิ่งที่มีการจัดระเบียบเป็นหมวดหมู่)

#### โดเมน

ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตที่แสดงตำแหน่งของคอมพิวเตอร์หรือเครือข่าย ซึ่งมีการจัดการเพื่อไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน

## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

### สรุปเนื้อหาของหน้าเว็บให้ถูกต้อง

เขียนคำอธิบายให้ละเอียดและดึงดูดความสนใจ เพราะเครื่องมือการค้นหาจะแสดงเมตาแท็กคำอธิบายในตัวอย่างข้อมูลหากตรงกับคำค้นหา

#### หลีกเลี่ยง:

- การเขียนเมตาแท็กคำอธิบายที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของหน้าเว็บ
- การใช้คำอธิบายที่ธรรมดาเกินไป เช่น "นี่คือหน้าเว็บ" หรือ "หน้าเว็บเกี่ยวกับเบเกอรี่"
- การใช้เฉพาะคำหลักในคำอธิบาย
- การคัดลอกและวางเนื้อหาทั้งหมดลงในเมตาแท็กคำอธิบาย

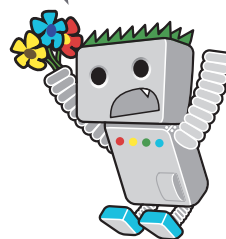
### ใช้คำอธิบายที่แตกต่างกันในแต่ละหน้า

ใช้เมตาแท็กคำอธิบายที่ไม่ซ้ำกันจะช่วยให้ทั้งผู้ใช้และ Google ทำงานง่ายขึ้น โดยเฉพาะการค้นหาที่อาจแสดงหน้าเว็บหลายๆ หน้าบนโดเมนของคุณ (เช่น การค้นหาโดยใช้ [site: operator](#)) หากไซต์ของคุณมีหน้าเว็บหลายหน้า การปรับแต่งเมตาแท็กคำอธิบายด้วยตนเองอาจไม่ใช่วิธีการที่เหมาะสม ในกรณีนี้คุณสามารถสร้างเมตาแท็กคำอธิบายตามเนื้อหาแต่ละหน้าเว็บโดยอัตโนมัติ

#### หลีกเลี่ยง:

- การใช้เมตาแท็กคำอธิบายเดียวกันในทุกหน้าหรือเกือบทุกหน้า

ใช้เมตาแท็กคำอธิบายเพื่อให้  
ข้อมูลสรุปเกี่ยวกับหน้าเว็บสำหรับ  
ผู้ใช้และ Search Engine !



ลิงก์

#### ● การวิเคราะห์เนื้อหา

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/12/new-content-analysis-and-sitemap.html>

#### ● การป้องกันไม่ให้ Search Engine แสดงข้อมูล ODP

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35264>

#### ● การปรับปรุงตัวอย่างข้อมูลด้วยเมตาแท็กให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/09/improve-snippets-with-meta-description.html>

#### ● site: operator

<http://www.brianwhite.org/2007/04/27/google-site-operator-an-ode-to-thee/>

# ปรับปรุงโครงสร้าง URL

## URL ที่เข้าใจง่ายจะสื่อข้อมูลเนื้อหาได้ดี

การสกรีนหน้าเว็บและชื่อไฟล์ที่สื่อความหมายถึงเนื้อหาของเว็บไซต์ได้อย่างกระชับจะช่วยให้การจัดระเบียบเว็บไซต์ดีขึ้น และยังช่วยให้ **Search Engine** สามารถรวบรวมข้อมูลเอกสารได้ง่ายขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังช่วยผู้ใช้ที่ต้องการลิงก์มายังเนื้อหาของคุณจำ URL ได้ง่ายขึ้น URL ที่สลับซับซ้อน มีความยาวมาก และใช้คำแปลกๆ จะทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนได้ง่าย

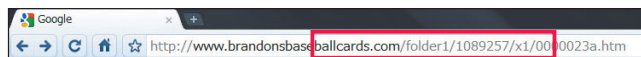
URL ในรูปที่ (1) ดูสับสนและจดจำได้ยาก ผู้ใช้อาจจะไม่สามารถจำ URL และสร้างลิงก์เชื่อมโยงได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ผู้ใช้อาจคิดว่าบางส่วนของ URL อาจไม่จำเป็น โดยเฉพาะเมื่อ URL นั้นมีพารามิเตอร์ที่ไม่เป็นที่รู้จักหลายตัว พวกเขาอาจลบส่วนนั้นทิ้งไปทำให้ลิงก์ไม่สามารถใช้งานได้

ผู้ใช้งานบางคนอาจยังไม่เข้าใจหน้าเว็บของคุณโดยใช้ URL แบบ Anchor Text หากคุณเลือกใช้ URL ที่มีคำที่เกี่ยวข้อง แทนที่จะเป็นรหัสหรือพารามิเตอร์ที่แปลกๆ ผู้ใช้และ Search Engine ก็จะเข้าใจข้อมูลหน้าเว็บได้ง่ายมากขึ้น (2)

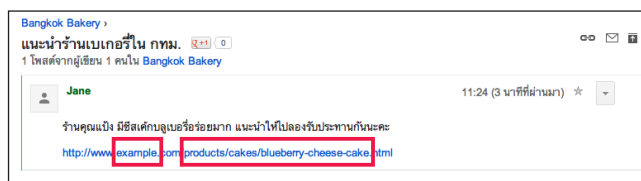
## URL ปรากฏในผลการค้นหา

สุดท้าย อย่าลืมว่าผลการค้นหาของ Google จะแสดง URL ไว้ได้ชื่อและคำอธิบาย โดยมีคำที่อยู่ใน URL ที่ตรงกับคำหลักค้นหาเป็นตัวหนา เช่นเดียวกับชื่อและคำอธิบาย (3) ภาพตัวอย่างการแสดงผล URL ในหน้าผลการค้นหาของเรา สำหรับคำหลัก [เค้กแต่งงาน] คำบน URL อาจดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ การค้นหาหมากกว่าหมายเลขรหัส เช่น "www.example.com/article/102125"

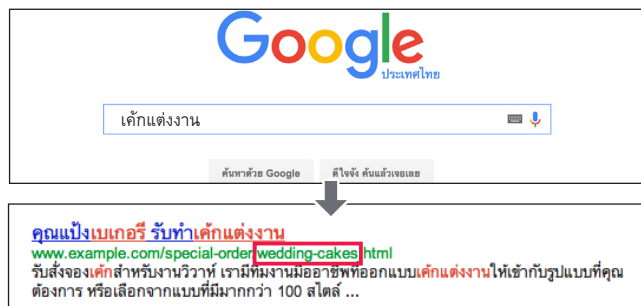
แม้ว่า Google จะสามารถรวบรวมข้อมูลโครงสร้าง URL ได้ทุกชนิด ไม่ว่าจะซับซ้อนแค่ไหน แต่การที่คุณใช้ URL ที่เรียบง่ายก็เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้และ Search Engine เว็บไซต์บางคนที่พยายามแก้ไข URL แบบใดนามิกให้เป็นแบบคงที่ (ซึ่งไม่เป็นปัญหาสำหรับ Google) แต่เราอยากเตือนว่าขั้นตอนนี้เป็นการทำงานที่ซับซ้อน หากทำไม่ถูกต้องอาจก่อให้เกิดปัญหาในการรวบรวมข้อมูลสำหรับไซต์ของคุณได้ หากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงสร้าง URL ที่ดี เราขอแนะนำให้อ่าน [การปรับปรุงโครงสร้าง URL ที่เข้าใจง่ายสำหรับ Google](#) ในหน้าศูนย์ช่วยเหลือของเว็บไซต์



(1) URL สำหรับไซต์เบเกอร์ที่อาจก่อให้เกิดปัญหาให้ผู้ใช้



(2) คำที่ไฮไลต์ด้านล่างจะบอกให้ผู้ใช้หรือ Search Engine ทราบถึงเนื้อหาของหน้าเว็บที่จะลิงก์ไป



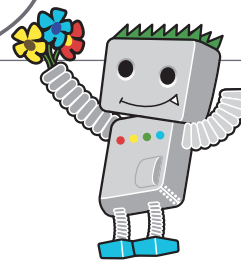
(3) ผู้ใช้ค้นหาว่า [เค้กแต่งงาน] หน้าแรกของคุณจะปรากฏขึ้นในผลการค้นหาพร้อม URL ได้ชื่อเรื่องและตัวอย่างข้อมูล

### อภิธานศัพท์

<b>การรวบรวมข้อมูล</b>	301 redirect
การสำรวจเว็บไซต์โดยซอฟต์แวร์ Search Engine (Bot) เพื่อทำดัชนีเนื้อหาของเว็บไซต์	รหัสสถานะ HTTP (ดูหน้า 12) ที่จะนำผู้เข้าชมไปยัง URL ที่ระบุโดยอัตโนมัติ
<b>พารามิเตอร์</b>	<b>โดเมนย่อย</b>
ข้อมูลที่ใส่ใน URL เพื่อระบุลักษณะการทำงานบนเว็บไซต์	ชนิดของโดเมนที่ใช้ในการระบุหมวดหมู่ที่เล็กกว่าโดเมนทั่วไป (ดูหน้า 6)
<b>รหัส (รหัสเซสชัน)</b>	<b>โดเมนหลัก</b>
ข้อมูลที่ใส่เพื่อระบุและหรือการจัดการลักษณะการทำงานของผู้ใช้ที่กำลังเข้าสู่ระบบหรือสื่อสารบนเครือข่าย	โดเมนหลักของโครงสร้างลำดับชั้นของเว็บไซต์ ซึ่งบางครั้งจะเรียกว่า "root"



เลือก URL ที่ผู้ใช้และ Search Engine เข้าใจได้ง่าย!



## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

### ใช้คำอธิบายใน URL

URL ที่มีคำที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของไซต์และโครงสร้างจะช่วยให้การใช้งานของผู้ใช้ง่ายขึ้น เพราะจะช่วยให้ผู้ใช้จดจำ URL ได้ง่ายขึ้นและอาจต้องการลิงก์มายัง URL ดังกล่าว

#### หลีกเลี่ยง:

- การใช้ URL ที่ยาวเกินไปและมีพารามิเตอร์และรหัสของเซสชันที่ไม่จำเป็น
- การเลือกใช้ชื่อหน้าเว็บที่ซ้ำๆ ไป เช่น "page1.html"
- การใช้คำหลักมากเกินไป เช่น "wedding-cakes-wedding-cake-weddingcake.html"

### สร้างโครงสร้างไดเรกทอรีที่เรียบง่าย

ใช้โครงสร้างไดเรกทอรีในการจัดระเบียบเนื้อหาและช่วยให้ผู้ใช้ชมทราบตำแหน่งในไซต์ได้ง่ายขึ้น ลองใช้โครงสร้างไดเรกทอรีในการระบุชนิดของเนื้อหาที่พบใน URL นั้น

#### หลีกเลี่ยง:

- การใช้ไดเรกทอรีย่อยในระดับลึก เช่น ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html"
- การใช้ชื่อไดเรกทอรีที่ไม่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาที่อยู่ในไดเรกทอรี

### ใช้ URL แบบเดียวในการเข้าใช้เนื้อหาในแต่ละหน้า

เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ใช้สับสนและลิงก์ไปยัง URL ที่แตกต่างกัน (ซึ่งจะทำให้ความน่าเชื่อถือของ URL แต่ละอันแตกต่างกัน) โครงสร้างและการลิงก์ภายในของหน้าเว็บควรใช้และอ้างอิง URL เดียวกัน หากคุณสามารถเข้าถึงเนื้อหาเดียวกันจากหลายๆ URL วิธีการแก้ไขง่ายๆ ก็คือการตั้งค่า **301 redirect** จาก URL ที่ไม่ต้องการใช้มายัง URL ที่จะใช้ นอกจากนี้ คุณยังสามารถใช้ URL ตามรูปแบบบัญญัติ หรือใช้เอลิเมนต์ของลิงก์ **rel="canonical"** หากคุณสามารถเปลี่ยนเส้นทางได้

#### หลีกเลี่ยง:

- การให้หน้าเว็บในโดเมนย่อยและไดเรกทอรีเข้าใช้เนื้อหาเดียวกัน
  - เช่น "domain.com/page.htm" และ "sub.domain.com/page.htm"
- การใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ใน URL อย่างไม่เหมาะสม
  - ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะคิดว่า URL จะต้องเป็นตัวพิมพ์เล็ก และช่วยให้พวกเขาจดจำได้ง่ายกว่า

ลิงก์

#### ● URL แบบโดเมนหลัก

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=40349>

#### ● การสร้าง URL ที่เข้าใจง่ายสำหรับ Google

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=76329>

#### ● 301 redirect

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93633>

#### ● rel="canonical"

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=139394>

# ปรับปรุงการนำทางบนไซต์ให้ง่ายขึ้น

## การนำทางคือสิ่งที่สำคัญมากสำหรับ Search Engine

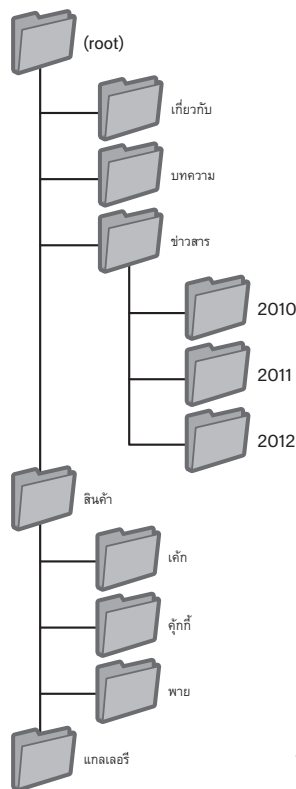
การนำทางของเว็บไซต์คือสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และยังช่วยให้ Search Engine สามารถเข้าใจเนื้อหาส่วนไหนที่เว็บมาสเตอร์คิดว่ามีความสำคัญ แม้ว่าการค้นหาของ Google จะแสดงหน้าเว็บที่คุณต้องการอยู่แล้ว แต่ Google ยังต้องการเข้าใจบทบาทของหน้าดังกล่าวโดยรวมด้วย

## ใช้หน้าแรกเป็นหลักในการนำทาง

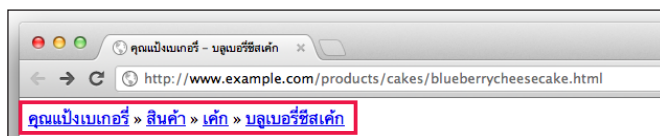
ทุกเว็บไซต์ควรมีหน้าแรกหรือหน้าที่เป็น "root" ซึ่งโดยปกติจะเป็นหน้าที่มีผู้เข้าชมบ่อยที่สุด และเป็นจุดเริ่มต้นในการนำทางผู้เข้าชม แต่หากว่าไซต์ของคุณมีเพียงไม่กี่หน้า สิ่งที่คุณควรคำนึงก็คือผู้เข้าชมจะเปลี่ยนจากหน้าหลัก (หน้าแรกของคุณ) ไปหน้าอื่นๆ อย่างไร คุณมีหน้าเว็บสำหรับข้อมูลอื่นๆ มากพอที่จะสร้างหน้าเว็บใหม่อีกอันเพื่อแสดงหน้าเว็บเหล่านี้หรือไม่ (เช่น หน้าแรก -> หน้าสำหรับหัวข้อที่เกี่ยวข้อง -> หน้าสำหรับหัวข้ออื่นๆ) หรือคุณมีผลิตภัณฑ์หลายรายการที่จำเป็นต้องแยกหน้าเว็บออกเป็นกลุ่มๆ และหมวดหมู่ย่อยๆ หรือไม่

## ใช้ "รายการแสดงเส้นทาง" เพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้

การแสดงผลเส้นทางหรือ Breadcrumb คือเส้นทางลิงก์ภายในหน้าเว็บ มักจะอยู่ด้านบนหรือด้านล่างของหน้าเว็บ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถย้อนกลับไปยังหน้าก่อนหน้าหรือหน้าแรกได้ (1) โดยส่วนใหญ่จะแสดงหน้าหลัก (หน้าแรก) หรือลิงก์แรกทางซ้ายสุด และแสดงหน้าต่อไปทางด้านขวาเป็นลำดับ



โครงสร้างไดเรกทอรีของเว็บไซต์ขนาดเล็กสำหรับร้านเบเกอรี่



(1) ลิงก์รายการแสดงเส้นทางจะแสดงเมื่อคุณเปิดเข้าไปดูเนื้อหาที่อยู่ลึกๆ ในไซต์

## เตรียมแผนรับมือเมื่อผู้ใช้ลบบางส่วนของ URL ออก

คุณคิดว่าอะไรจะเกิดขึ้นหากผู้ใช้ลบบางส่วนของ URL ออกไป ผู้ใช้อาจเข้าไปใช้หน้าที่ผิด คุณควรเตรียมรับมือกับสถานการณ์เช่นนี้ไว้ด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้อาจลบบางส่วนของ URL ออก เพราะนึกว่าเขาจะสามารถไปที่หน้าหลักได้ แทนที่จะใช้รายการแสดงเส้นทางเพื่อกลับไปหน้าหลัก ผู้ใช้อาจกำลังเปิด <http://www.example.com/news/2012/upcoming-bakery-fair.html> จากนั้นก็ติดบางส่วนของ URL ออก เหลือเพียง <http://www.example.com/news/2010/> เพราะคิดว่า URL นั้นจะแสดงข่าวทั้งหมดจากปี 2010 (2) เว็บไซต์ของคุณจะแสดงเนื้อหาตามตัวอย่างข้างบน หรือจะแสดงหน้า 404 (ข้อผิดพลาด "page not found") แล้วหากผู้ใช้ลบเหลือเพียง <http://www.example.com/news/> คุณจะทำอย่างไร

## จัดเตรียมแผนผังเว็บไซต์ไว้สองชนิด ชนิดแรกสำหรับผู้ใช้ และชนิดที่สองสำหรับ Search Engine

แผนผังเว็บไซต์ (site map ที่เขียนด้วยตัวพิมพ์เล็ก) คือหน้าเว็บที่แสดงโครงสร้างของเว็บไซต์ ประกอบด้วยรายการโครงสร้างของเว็บไซต์ตามลำดับชั้น ผู้ใช้มักจะไปที่หน้านี้ หากมีปัญหาในการค้นหาหน้าเว็บ วัตถุประสงค์หลักของแผนผังเว็บไซต์คือการให้ข้อมูลกับผู้ใช้ แต่ Search Engine ก็อาจไปรวบรวมข้อมูลในหน้านี้ด้วย

ไฟล์แผนผังเว็บไซต์ XML (Sitemap ที่เขียนด้วยตัวพิมพ์ใหญ่) ซึ่งคุณสามารถส่งผ่านเครื่องมือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google จะช่วยให้ Google สามารถค้นหาหน้าเว็บบนเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น การใช้ไฟล์แผนผังเว็บไซต์คือวิธีการหนึ่ง (แม้ว่าจะไม่มีการรับประกัน) ในการบอกให้ Google ทราบว่า URL ไหนที่คุณต้องการใช้ (เช่น <http://example.com/> หรือ <http://www.example.com/> โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมที่ [โดเมนที่ต้องการคืออะไร](#)) Google ได้สร้างสคริปต์โปรแกรมสร้างแผนผังเว็บไซต์แบบโอเพนซอร์สเพื่อช่วยคุณในการสร้างไฟล์แผนผังเว็บไซต์ หากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนผังเว็บไซต์ คุณสามารถดูคู่มือเกี่ยวกับไฟล์แผนผังเว็บไซต์ได้ในศูนย์ช่วยเหลือของเว็บมาสเตอร์



(2) ผู้ใช้สามารถไปยังโดเมนที่ต่ำกว่า โดยลบข้อความส่วนท้ายของ URL

### Sitemap

ข้อมูลด้าน	เค็กในโอกาสต่างๆ	ประเภทของสินค้า
<ul style="list-style-type: none"> <li>ข่าวสาร</li> <li>เกี่ยวกับร้าน</li> <li>ติดต่อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>งานแต่งงาน</li> <li>วันเกิด</li> <li>งานเลี้ยง ประชุม สัมมนา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ขนมปัง</li> <li>เค้ก</li> <li>พาย</li> <li>คุกกี้</li> </ul>

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.example.com/</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/news/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/news/2008/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/news/2009/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/news/2010/</loc>
  </url>
</urlset>
```

ภาพข้างบนเป็นตัวอย่างของแผนผังเว็บไซต์ HTML และ XML แผนผังเว็บไซต์ HTML ช่วยให้ผู้ค้นหาเนื้อหาที่ต้องการได้ง่ายขึ้น ในขณะที่แผนผังเว็บไซต์ XML จะช่วย Search Engine ในการค้นหาหน้าเว็บบนเว็บไซต์ของคุณ

ลิงก์

#### ● Search Console

<https://www.google.com/webmasters/tools/>

#### ● โดเมนที่ต้องการคืออะไร

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=44231>

#### ● สคริปต์โปรแกรมสร้างแผนผังเว็บไซต์

<http://code.google.com/p/googlesitemapgenerator/>

#### ● คู่มือเกี่ยวกับไฟล์แผนผังเว็บไซต์

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156184>

## ปรับปรุงการนำทางบนไซต์ให้ง่ายขึ้น

### แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

#### สร้างลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาให้ต่อเนื่องเป็นธรรมชาติ

การจัดลำดับเนื้อหาควรทำออกมาให้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเริ่มจากเนื้อหาทั่วๆ ไป ค่อยๆ ไปถึงเนื้อหาที่เฉพาะที่ผู้เยี่ยมชมต้องการดูบนไซต์ ควรเพิ่มหน้าการนำทางในกรณีที่เหมาะสม ลองคิดว่าจะนำไปใช้กับโครงสร้างลิงก์ภายในให้มีประสิทธิภาพอย่างไร

##### หลีกเลี่ยง:

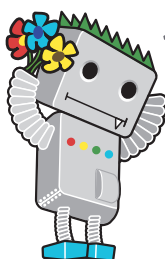
- การสร้างเว็บที่มีลิงก์นำทางที่สลับซับซ้อน เช่น การใช้ลิงก์ในทุกๆ หน้าของไซต์และลิงก์ไปหน้าภายในอื่นๆ
- การนำเสนอข้อมูลแบบวกไปวนมา (เพื่อให้ผู้ใช้คลิกดูข้อมูลต่างๆ)

#### เน้นการใช้ลิงก์ข้อความในการนำทาง

Search Engine สามารถรวบรวมข้อมูลและเข้าใจไซต์ของคุณได้ง่ายขึ้น หากใช้ลิงก์ข้อความในการนำทางจากหน้าหนึ่งไปยังอีกหน้าหนึ่ง ผู้ใช้โดยส่วนใหญ่ก็ชอบวิธีการนี้มากกว่าวิธีการอื่นๆ เนื่องจากอุปกรณ์บางอย่างไม่รองรับ Flash หรือ JavaScript

##### หลีกเลี่ยง:

- การใช้ **เมนูแบบเลื่อนลง** รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวเพียงอย่างเดียว
- Search Engine โดยส่วนใหญ่จะสามารถค้นหาลิงก์บนไซต์ได้ แต่หากผู้ใช้สามารถเข้าถึงหน้าเว็บผ่านลิงก์ข้อความ ไซต์ของคุณจะ **มีการเข้าถึง** ที่ดียิ่งขึ้น โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [Google จัดการไฟล์ที่ไม่ใช่ข้อความอย่างไร](#)



เน้นการนำทางที่ไม่ซับซ้อนและใช้งานง่าย!

#### อภิธานศัพท์

**Flash** เว็บเทคโนโลยีหรือซอฟต์แวร์ที่พัฒนาโดย Adobe Systems Incorporated ซึ่งสามารถสร้างเว็บทั้งในรูปแบบเสียง วิดีโอ และภาพเคลื่อนไหว

**JavaScript** ภาษาโปรแกรมมิ่งชนิดหนึ่งสำหรับเว็บบริการ ซึ่งสามารถเพิ่มคุณลักษณะแบบไดนามิกให้กับหน้าเว็บได้

**เมนูแบบเลื่อนลง** ช่วยให้ผู้เยี่ยมชมเลือกการจากเมนู เมื่อคลิกที่เมนูจะมีการดึงตัวเลือกปรากฏในลักษณะแบบเลื่อนลง

**ความสามารถในการเข้าถึง** ผู้ใช้และ Search Engine สามารถเข้าถึงและทำความเข้าใจเนื้อหา

#### ประสบการณ์ของผู้ใช้

ประสบการณ์ที่ผู้ใช้ได้รับผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ฯลฯ ซึ่งจะเน้นประสบการณ์ที่ผู้ใช้ได้รับจริง เช่น "พึงพอใจ" "สะดวก" และ "สบาย"

**รหัสสถานะ HTTP** รหัสการตอบกลับจากเซิร์ฟเวอร์เมื่อคอมพิวเตอร์มีการส่งข้อมูลถึงกัน โดยใช้ตัวเลขสามหลักที่ให้ความหมายแตกต่างกัน

## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

### เพิ่มหน้าแผนผังไซต์ HTML และใช้ไฟล์แผนผังไซต์ XML

คุณควรใช้หน้าแผนผังไซต์แบบใดที่แสดงลิงก์สำหรับหน้าเว็บทั้งหมดหรือหน้าเว็บที่สำคัญ (หากคุณมีหน้าเว็บมาก) และการสร้างไฟล์แผนผังไซต์ XML ก็จะช่วยให้คุณมั่นใจได้ว่า Search Engine จะพบหน้าเว็บต่างๆ บนไซต์

#### หลีกเลี่ยง:

- การไม่อัปเดตหน้าแผนผังไซต์ HTML จนมีลิงก์ที่ใช้งานไม่ได้
- การสร้างแผนผังไซต์ HTML ที่แสดงรายการหน้าเว็บที่สูญหาย คุณควรทำการแยกออกตามชื่อเรื่อง เป็นต้น

### ใช้หน้า 404 ให้เป็นประโยชน์

บ่อยครั้งที่ผู้ใช้จะไปยังหน้าที่ไม่ได้อยู่บนไซต์โดยบังเอิญ จากการคลิกลิงก์ที่ใช้งานไม่ได้ หรือพิมพ์ URL ที่ไม่ถูกต้อง การมีหน้า 404 แบบกำหนดเองจะช่วยนำทางให้ผู้ใช้กลับไปยังหน้าที่ใช้งานได้ ซึ่งจะช่วยให้ปรับปรุงประสบการณ์การใช้งานให้ดียิ่งขึ้น หน้า 404 ควรมีลิงก์ที่นำกลับไปที่หน้าแรก และลิงก์ที่นำไปยังเนื้อหาที่ได้รับความนิยมหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง Google มี [วีดิโอ 404](#) ที่คุณสามารถฝังไว้ในหน้า 404 เพื่อแสดงหน้าดังกล่าวโดยอัตโนมัติ พร้อมกับคุณลักษณะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์อีกมากมาย คุณยังสามารถใช้เครื่องมือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google ในการค้นหา [แหล่งที่มาของ URL ที่ทำให้เกิดข้อผิดพลาด "not found" ได้อีกด้วย](#)

#### หลีกเลี่ยง:

- การให้ Search Engine ทำดัชนีหน้า 404 ของคุณ (ตรวจสอบว่ามีกำหนดค่าให้เว็บเซิร์ฟเวอร์ [ส่งรหัสสถานะ 404 HTTP](#) เมื่อมีการขอแสดงหน้าเว็บที่ไม่มีอยู่)
- การแสดงข้อความที่ไม่ชัดเจน เช่น "not found", "404" หรือไม่แสดงหน้า 404 เลย
- การใช้หน้า 404 ที่มีการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับหน้าอื่นๆ ของไซต์

ลิงก์

- Google จัดการไฟล์ที่ไม่ใช่ข้อความอย่างไร  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=72746>
- หน้า 404 แบบกำหนดเอง  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93641>
- วีดิโอ 404  
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/08/make-your-404-pages-more-useful.html>

- แหล่งที่มาของ URL ที่ทำให้เกิดข้อผิดพลาด "not found"  
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/10/webmaster-tools-shows-crawl-error.html>
- รหัสสถานะ 404 HTTP  
<http://www.w3.org/Protocols/rfc2616/rfc2616-sec10.html>

# นำเสนอเนื้อหาและบริการที่มีคุณภาพ

เนื้อหาบนเว็บไซต์ที่น่าสนใจเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างฐานผู้ใช้

การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เว็บไซต์ของคุณดึงดูดผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี (1) ผู้ใช้รู้ว่าเนื้อหาใดที่น่าสนใจ และพร้อมจะบอกต่อไปยังผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการบอกต่อผ่านบล็อกโพสต์ **บริการสื่อสังคมออนไลน์** อีเมล ฟอรัม หรือวิธีการอื่นๆ เนื้อหาที่มีคุณภาพจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้เว็บไซต์ภายในกลุ่มผู้ใช้และ Google

คาดการณ์ระดับความเข้าใจของเนื้อหาที่แตกต่างกันตามผู้ใช้ และนำเสนอเนื้อหาที่ครบถ้วนสำหรับผู้ใช้ทุกระดับ

ลองนึกถึงคำต่างๆ ที่ผู้ใช้อาจใช้ในการค้นหาไซต์ของคุณ ผู้ใช้ที่รู้สึกในหัวข้อนั้นๆ อาจใช้คำหลักที่แตกต่างจากคำหลักของผู้ใช้ใหม่ ตัวอย่างเช่น คนที่เคยเรียนทำขนมอาจค้นหาคำว่า Le Cordon Bleu ในขณะที่ผู้ที่สนใจอยากเรียนทำขนมอาจใช้ข้อความค้นหาทั่วไป เช่น โรงเรียนสอนทำขนม การคาดการณ์พฤติกรรมการค้นหาที่แตกต่างกันเหล่านี้และปรับกลยุทธ์ในการเขียนเนื้อหาของคุณให้สอดคล้อง (การใช้คำหลักต่างๆ ที่เหมาะสม) จะช่วยให้คุณได้รับผลลัพธ์ที่น่าพอใจ **Google AdWords** มี **เครื่องมือคำหลัก** ที่เป็นประโยชน์ซึ่งช่วยให้คุณพบคำหลักใหม่ๆ และดูจำนวนการค้นหาสำหรับแต่ละคำได้ (2) นอกจากนี้ เครื่องมือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับ **ข้อความค้นหายอดนิยม** ที่เกี่ยวข้องกับไซต์ของคุณ รวมถึงข้อความที่นำผู้เข้าชมยังไซต์มากที่สุด

ลองนึกถึงการสร้างบริการใหม่ๆ ที่แตกต่างจากไซต์อื่นๆ คุณสามารถเขียนเกี่ยวกับงานวิจัยใหม่ๆ ข่าวที่น่าสนใจ หรือสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มผู้ใช้ของคุณโดยเฉพาะ ที่ไซต์อื่นๆ อาจไม่มีองค์ความรู้หรือความเชี่ยวชาญในการทำสิ่งเหล่านี้



(1) บล็อกเกอร์อ่านและชอบเนื้อหาของคุณ จึงกล่าวถึงในบล็อกโพสต์

About this data ?

Download

View as text

Sorted by Relevance

Columns

Save all

Search terms (1)

1 - 1 of 1

Keyword

Competition

Global Monthly Searches

Local Monthly Searches

เบเกอรี่ -

Low

9,900

9,900

Save all

Keyword ideas (36)

1 - 36 of 36

Keyword

Competition

Global Monthly Searches

Local Monthly Searches

สูตรเบเกอรี่ -

Low

1,000

1,000

ขนมปัง -

Low

246,000

246,000

วิธีทำเบเกอรี่ -

Low

210

210

ขนม -

Low

1,220,000

1,220,000

ร้าน ขนม เบเกอรี่ -

Low

720

720

ร้าน จำหน่าย อุปกรณ์ เบเกอรี่ -

Low

3,600

3,600

ร้านขายอุปกรณ์ทำเบเกอรี่ -

Low

22

22

ราคาอุปกรณ์เบเกอรี่ -

Low

170

170

ร้านเบเกอรี่ -

Low

2,900

2,900

อุปกรณ์เบเกอรี่ -

Low

4,400

4,400

เค้ก -

Low

1,500,000

1,500,000

สูตรเบเกอรี่ต่างๆ -

Low

210

210

สูตรขนม -

Low

33,100

27,100

สอนทำเบเกอรี่ -

Low

260

260

เรียนทำเบเกอรี่ -

Low

320

320

ขาย โดนัท เค้ก -

Low

46

46

ขนม และ เบเกอรี่ -

Low

110

110

จำหน่าย วัสดุ อุปกรณ์ เบเกอรี่ -

Low

480

480

การทำ ขนม เบเกอรี่ -

Low

260

260

(2) เครื่องมือคำหลักของ Google AdWords สามารถช่วยคุณค้นหาคำหลักที่เกี่ยวข้องกับไซต์ของคุณ และดูจำนวนการค้นหาด้วยคำหลักเหล่านั้น

## อภิธานศัพท์

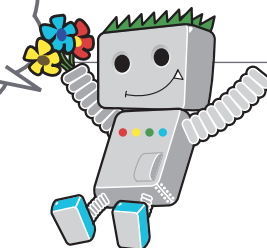
### บริการสื่อสังคมออนไลน์

บริการเว็บสำหรับชุมชนที่โปรโมตและสนับสนุนการติดต่อกันระหว่างเพื่อนฝูง

### Google AdWords

บริการโฆษณาที่จะแสดงโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับคำที่ใช้ค้นหาบนหน้าผลการค้นหาและหน้าอื่นๆ เมื่อผู้ใช้ทำการค้นหาผ่าน Google โฆษณา AdWords ที่เกี่ยวข้องกับคำหลักที่ใช้ค้นหาจะปรากฏขึ้นที่ด้านขวา ด้านบน และหรือด้านล่างของหน้าผลการค้นหา

การปรับปรุงเนื้อหาและบริการถือเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับทุกเว็บไซต์!



## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

### เขียนเนื้อหาให้อ่านง่าย

ผู้ใช้ชอบเนื้อหาที่มีการเรียบเรียงอย่างดีและเข้าใจง่าย

#### หลีกเลี่ยง:

- การเขียนเนื้อหาที่มีตัวสะกดและไวยากรณ์ผิดพลาด
- การฝังข้อความไว้บนรูปภาพ
  - ผู้ใช้อาจต้องการคัดลอกและวางข้อความ และ Search Engine ไม่สามารถอ่านข้อความดังกล่าวได้

### จัดระเบียบเนื้อหาเป็นหัวข้อต่าง ๆ

การจัดระเบียบเนื้อหาของบล็อกช่วยให้ผู้ใช้สามารถแยกหัวข้อต่างๆ ของเนื้อหาได้เป็นอย่างดี การแบ่งเนื้อหาของบล็อกออกเป็นกลุ่มหรือส่วนอย่างสมเหตุสมผลจะช่วยให้ผู้ใช้ค้นหาเนื้อหาที่ต้องการได้เร็วขึ้น

#### หลีกเลี่ยง:

- การเขียนเนื้อหายาวๆ ที่พูดถึงหลายหัวข้อในหน้าเว็บ โดยไม่ใช้ย่อหน้า หัวข้อย่อย หรือโครงสร้างที่ดี

### สร้างเนื้อหาใหม่ที่ไม่ซ้ำใคร

การสร้างเนื้อหาใหม่ๆ จะช่วยรักษาฐานผู้ใช้เก่าๆ และดึงดูดผู้ใช้ใหม่ๆ ให้เข้ามาอีกด้วย

#### หลีกเลี่ยง:

- การคัดลอก (หรือคัดลอก) เนื้อหาจากไซต์อื่นๆ โดยไม่มีการเพิ่มเนื้อหาประโยชน์ใหม่ๆ ต่อผู้ใช้
- การมีเนื้อหาที่ซ้ำๆ กันหรือคล้ายๆ กันทุกหน้า
  - ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ [เนื้อหาที่ซ้ำกัน](#)

### สร้างเนื้อหาโดยยึดผู้ใช้เป็นหลัก ไม่ใช่ Search Engine

การออกแบบเว็บไซต์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้และให้ Search Engine เข้าถึงได้ง่ายจะช่วยส่งผลดีแก่คุณ

#### หลีกเลี่ยง:

- การใส่คำหลักที่ไม่จำเป็นจำนวนมากเพื่อลวง Search Engine เพราะจะสร้างความรำคาญแก่ผู้ใช้และไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อะไรขึ้น
- การใส่ข้อความยาวๆ เช่น "คำที่มักสะกดผิดที่ใช้ในการมายังหน้าเว็บนี้" ที่อาจไม่มีความหมายสำหรับผู้ใช้
- การแอบซ่อนข้อความไม่ให้ผู้ใช้เห็นเพื่อใช้กับ Search Engine

ลิงก์

● เครื่องมือค้นหาหลัก  
<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

● ข้อความคำแนะนำ  
<http://www.google.com/webmasters/edu/quickstartguide/sub1guide5.html>

● เนื้อหาที่ซ้ำกัน  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66359>

● การซ่อนข้อความไม่ให้ผู้ใช้เห็น  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66353>

# เขียน Anchor Text ให้ดียิ่งขึ้น

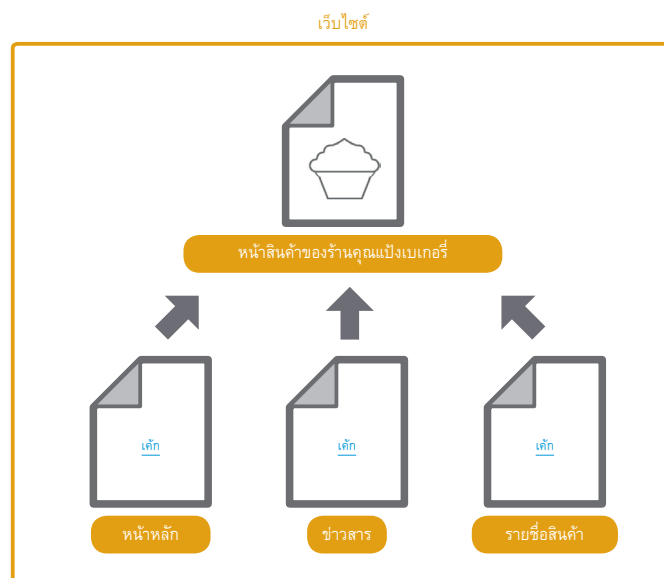
## Anchor Text ที่จะช่วยอธิบายถึงเนื้อหาที่ลิงก์ไปได้ง่าย

Anchor Text คือข้อความที่คลิกได้หรือลิงก์ โดยจะวางไว้ในแท็ก `<a href="..."></a>`

ข้อความนี้จะบอกผู้ใช้และ Google เกี่ยวกับเนื้อหาของหน้าเว็บที่ลิงก์ไป อาจจะเป็นลิงก์ภายใน โดยลิงก์ไปยังหน้าอื่นๆ บนไซต์ หรือเป็นลิงก์ภายนอกไปยังเนื้อหาที่อยู่บนไซต์อื่น แต่ไม่ว่าในกรณีใด การใช้ Anchor Text อย่างเหมาะสมจะช่วยให้ผู้ใช้ไปยังเนื้อหาที่ต้องการได้ง่ายขึ้น และช่วยให้ Google ทราบว่าหน้าเว็บที่คุณลิงก์ไปมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องใด

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm">บูตเบอร์รี่สีแดง</a>
```

Anchor Text จะช่วยอธิบายเนื้อหาในหน้าเว็บได้อย่างถูกต้อง



การใช้ Anchor Text อย่างเหมาะสมจะช่วยให้ผู้ใช้และ Search Engine ทราบว่ามีอะไรอยู่ในหน้าเว็บได้อย่างง่ายดาย

### อภิธานศัพท์

#### CSS

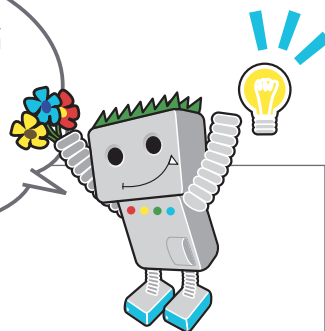
ย่อมาจาก Cascading Style Sheets ซึ่งเป็นภาษาสำหรับการกำหนดการออกแบบและเค้าโครงของหน้าเว็บ

#### รูปแบบข้อความ

การจัดรูปแบบข้อความ เช่น แบบอักษร ขนาด และสีของข้อความ



ทั้งผู้ใช้และ Search Engine ต่างก็  
ชอบ Anchor Text ที่เข้าใจง่าย!



## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

### ใช้ข้อความที่อธิบายชัดเจน

Anchor Text ควรบอกให้ผู้ใช้ทราบว่าหน้าเว็บมีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร

#### หลีกเลี่ยง:

- การเขียน Anchor Text โดยใช้คำธรรมดาๆ เช่น "หน้าเว็บ", "บทความ" หรือ "คลิกที่นี่"
- การใช้ข้อความที่ไม่เกี่ยวข้องกับหัวข้อ หรือไม่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาของหน้าเว็บที่ลิงก์ไป
- การใช้ URL ของหน้าเว็บเป็น Anchor Text
- การใช้งานแบบนี้จะเหมาะสมในกรณีเช่น การโปรโมตหรือแนะนำที่อยู่ใหม่ของเว็บไซต์

### เขียนข้อความให้กระชับ

เขียนข้อความสั้นๆ ที่สื่อความหมาย โดยใช้คำหรือวลีสั้นๆ

#### หลีกเลี่ยง:

- การเขียน Anchor Text ที่มีความยาวมากๆ หรือเขียนออกมาเป็นย่อหน้า

### จัดรูปแบบลิงก์เพื่อให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน

ให้ผู้ใช้สามารถแยกความแตกต่างระหว่างข้อความทั่วไปกับ Anchor Text ได้อย่างง่ายดาย เพราะพวกเขาอาจพลาดประโยชน์บางอย่าง หากข้ามบางลิงก์หรือกดผิดลิงก์โดยไม่ได้ตั้งใจ

#### หลีกเลี่ยง:

- การใช้ CSS หรือการจัดรูปแบบข้อความที่ทำให้ลิงก์ดูคล้ายกับข้อความทั่วไป

### ใช้ Anchor Text เพื่อลิงก์ไปยังเนื้อหาภายใน

โดยทั่วไปเวลาพูดถึงลิงก์ คุณก็คิดถึงลิงก์สำหรับเว็บไซต์ภายนอก แต่จริงๆ แล้วการใช้ Anchor Text เพื่อลิงก์ไปยังเนื้อหาภายในจะช่วยให้ผู้ใช้และ Google ใช้งานไซต์ของคุณได้ดีขึ้น

#### หลีกเลี่ยง:

- การใช้คำหลักจำนวนมากหรือ Anchor Text ที่มีความยาวเกินไปสำหรับ Search Engine
- การสร้างลิงก์ที่ไม่จำเป็นซึ่งไม่ได้ช่วยในการนำทางผู้ใช้

# ปรับการใช้งานรูปภาพของคุณให้มีประสิทธิภาพ

## ใช้แอตทริบิวต์ Alt ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปภาพ

รูปภาพเป็นส่วนประกอบที่สำคัญบนเว็บไซต์ และคุณก็สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้รูปภาพได้ เคล็ดลับง่ายๆ สองประการที่คุณควรใช้ก็คือ ตั้งชื่อรูปภาพทั้งหมดให้ต่างกัน และใช้แอตทริบิวต์ Alt ที่ไม่ซ้ำกัน แอตทริบิวต์ Alt ช่วยให้คุณสามารถแสดงข้อความแทนรูปภาพ ในกรณีที่ไม่สามารถแสดงรูปภาพได้ เนื่องจากเหตุขัดข้องบางประการ (1)

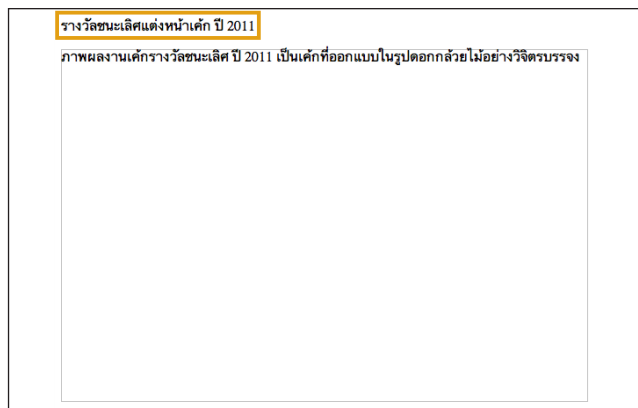
เหตุผลข้อแรกที่คุณควรใช้แอตทริบิวต์นี้ หากมีผู้ใช้ดิสabledของคุณบนเบราว์เซอร์หรือใช้เทคโนโลยีอื่นๆ ที่ไม่สนับสนุนการดูรูปภาพ เช่น โปรแกรมอ่านหน้าจอ แอตทริบิวต์ Alt จะแสดงข้อความเกี่ยวกับรูปภาพนั้นแทน

เหตุผลข้อที่สองก็คือ เมื่อคุณใช้ลิงก์รูปภาพ Alt Text สำหรับรูปภาพนั้นๆ จะมีคุณลักษณะเดียวกับ Anchor Text ของลิงก์ข้อความ อย่างไรก็ตาม เราไม่แนะนำให้ใช้ลิงก์รูปภาพสำหรับการนำทางในไซต์มากนักเกินไป หากคุณสามารถใช้ลิงก์ข้อความแทนที่ สุดท้าย การใช้ชื่อไฟล์ของรูปภาพและ Alt Text ให้เหมาะสมจะช่วยให้โปรแกรมค้นหารูปภาพทำงานได้ง่ายขึ้น เช่น [Google Image Search](#) ก็จะเข้าใจรูปภาพของคุณได้ดียิ่งขึ้น

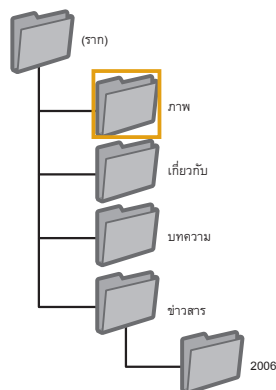
## จัดเก็บไฟล์ไว้ในไดเรกทอรีเฉพาะและจัดการไฟล์โดยใช้รูปแบบไฟล์ที่ใช้โดยทั่วไป

แทนที่จะเก็บไฟล์รูปภาพไว้อย่างกระจัดกระจายในไดเรกทอรีและไดเรกทอรีย่อยต่างๆ ในโดเมนของคุณ เราอยากให้คุณพิจารณาารรวมรูปภาพของคุณไว้ในไดเรกทอรีเดียว (เช่น [brandonsbaseballcards.com/images/](#)) ซึ่งจะช่วยให้เราค้นหารูปภาพของคุณได้ง่ายมากขึ้น

คุณควรใช้ไฟล์ที่ได้รับการสนับสนุนทั่วไป เบราว์เซอร์ส่วนใหญ่จะสนับสนุนไฟล์รูปภาพต่อไปนี้ [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#) และ [BMP](#) นอกจากนี้ คุณควรใช้ชื่อไฟล์ที่มีส่วนขยายที่ตรงกับชนิดไฟล์อีกด้วย



(1) ด้วยเหตุผลบางประการ รูปภาพเลยไม่แสดง แต่อย่างน้อยผู้ใช้ก็จะเห็น Alt Text



(2) การค้นหารูปภาพจะทำได้ง่ายขึ้น หากจัดเก็บไว้ในไดเรกทอรีเดียว

## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

### ใช้ชื่อไฟล์และ Alt Text ที่เป็นข้อความสั้น ๆ และสื่อความหมาย

ชื่อไฟล์และ Alt Text (สำหรับภาษา ASCII) ก็เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่จะช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของไซต์ ควรใช้ชื่อข้อความสั้น ๆ แต่สื่อความหมายได้ กระชับ

#### หลีกเลี่ยง:

- การใช้ชื่อไฟล์ทั่วไป เช่น "image1.jpg", "pic.gif", "1.jpg" สำหรับไซต์ที่มีรูปภาพจำนวนมากอาจลองใช้วิธีการตั้งชื่อรูปภาพแบบอัตโนมัติ
- การเขียนชื่อไฟล์ที่มีความยาวมาก
- การใส่คำหลักไว้ใน Alt Text หรือการตัดลอกและวางข้อความทั้งประโยค

### ใส่ Alt Text เมื่อใช้ลิงก์รูปภาพ

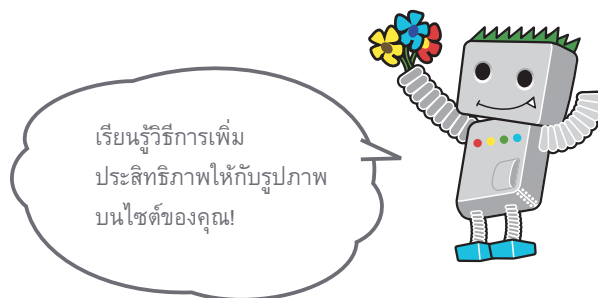
หากคุณตัดสินใจที่จะใช้ลิงก์รูปภาพ การใส่ Alt Text จะช่วยให้ Google เข้าใจหน้าเว็บที่คุณกำลังลิงก์ไปมากขึ้น เสมือนว่าคุณกำลังเขียน Anchor Text สำหรับลิงก์ข้อความ

#### หลีกเลี่ยง:

- การเขียน Alt Text ที่มีข้อความยาวมากเกินไป เพราะอาจดูเหมือนเป็นสแปม
- การใช้แต่ลิงก์รูปภาพในการนำทางในไซต์

### ให้ไฟล์แผนผังไซต์สำหรับรูปภาพ

ไฟล์แผนผังไซต์สำหรับรูปภาพจะช่วยให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับ Googlebot เกี่ยวกับรูปภาพที่พบในไซต์ของคุณ โครงสร้างไฟล์ดังกล่าวจะเหมือนกับไฟล์แผนผังไซต์ XML



ลิงก์

● Google Image Search  
<http://images.google.com/>

● JPEG  
<http://th.wikipedia.org/wiki/JPEG>

● GIF  
<http://th.wikipedia.org/wiki/GIF>

● PNG  
[http://th.wikipedia.org/wiki/Portable\\_Network\\_Graphics](http://th.wikipedia.org/wiki/Portable_Network_Graphics)

● BMP  
[http://th.wikipedia.org/wiki/BMP\\_file\\_format](http://th.wikipedia.org/wiki/BMP_file_format)

● แผนผังไซต์สำหรับรูปภาพ  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=178636>

## ใช้แท็กหัวเรื่องอย่างเหมาะสม

## ใช้เท็กหัวเรื่องเพื่อเน้นข้อความสำคัญ

แท็กหัวเรื่อง (ไม่ใช่แท็ก <head> ของ HTML หรือส่วนหัว HTTP) ใช้ในการจัดโครงสร้างของหน้าเว็บ

แท็กหัวเรื่องจะมียุ่กษณาดเริ่มจาก <h1> ที่ใช้เน้นข้อความที่มีความสำคัญมากที่สุด ไปจนถึง <h6> ที่ใช้เน้นข้อความที่มีความสำคัญน้อยที่สุด (1)

โดยทั่วไป แท้ก็หัวเรื่องจะทำให้ข้อมูลที่อยู่ในแท็กมีขนาดใหญ่กว่าข้อความปกติ ซึ่งเป็นการเน้นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญ และช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจถึงประเภทของเนื้อหาที่อยู่ใต้หัวเรื่องนั้น การใส่แท็กหัวเรื่องหลายๆ ขนานตามลำดับจะช่วยสร้างโครงสร้างลำดับชั้นที่น่าสนใจให้กับเนื้อหา และช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

```
</head>

<body>

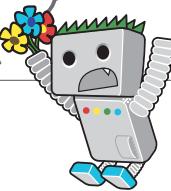
<h1>คุณแบ่งเบเกอรี่</h1>

<h2>ข้าว - ข้าวารงวัฒนธรรมและเท่งหน้าเด็ก</h2>

<p>เมื่อวันเสาร์ที่ 1 ธันวาคม 2555 ร้านเบเกอรี่คุณแบ่งครัวารงวัฒนธรรมและเท่งหน้าเด็กจากงาน Thailand's Pastry Chef 2012 ซึ่งในงานมีผู้เข้าแข่งขันกว่า 40 ทีมจากทั่วประเทศ ผลงานชนะเลิศได้แรงบันดาลใจมาจาก ลวดลายของดอกกล้วยไม้ไทยและศิลปะไทย </p>
```

(1) สำหรับหน้าเว็บสำหรับการประกาศข่าวสารใหม่ๆ คุณอาจใส่ชื่อไซด์ในแท็ก <h1> และรายละเอียดเพิ่มเติมในแท็ก <h2>

แท็กหัวเรื่องเป็นส่วนประกอบสำคัญของเว็บไซต์ เพราะจะช่วยให้โครงสร้างดูน่าสนใจมากขึ้น แต่ก็ต้องใช้อย่างระมัดระวัง!



## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

## จินตนาการว่าคุณกำลังเขียนโครงร่างรายงาน

หลักการโดยทั่วไปก็คล้ายๆ กับการเขียนรายงาน โดยเริ่มจากการเขียนโครงร่าง วางแผนว่าจะทำอะไรเนื้อหาหลักและอะไรคือส่วนประกอบรอง แล้วค่อยตัดสินใจว่าจะใช้เท็กซึ่งเรื่องตรงไหนให้เหมาะสม

### หลักเสียง:

- การใช้แท็กหัวเรื่องกับข้อความที่ไม่จำเป็น ซึ่งอาจทำให้โครงสร้างของเนื้อหาในสไลด์ดูไม่น่าสนใจ
- การใช้แท็กหัวเรื่องผิดๆ เช่นใช้ควบคู่กับแท็ก `<em>` และ `<strong>`
- การใช้ขนาดแท็กหัวเรื่องที่ไม่น่าสนใจ

## ใช้แท็กหัวเรื่องอย่างเหมาะสม

การใช้แท็กหัวเรื่องในตำแหน่งที่เหมาะสม หากใช้แท็กหัวเรื่องมากเกินไปอาจทำให้ผู้ใช้แยกไม่ออกว่าหัวข้อแต่ละอันเริ่มและจบตรงไหน

หลักเลียง:

- การใช้แท็กหัวเรื่องมากเกินไป
- การใส่ข้อความทั้งหมดของหน้าเว็บไว้ในแท็กหัวเรื่องเดียว
- การใช้แท็กหัวเรื่องสำหรับการจัดแต่งข้อความ โดยไม่คำนึงถึงโครงสร้างของเนื้อหา

## อภิธานศัพท์

## ส่วนหัว HTTP

ใน HTTP (HyperText Transfer Protocol) จะหมายถึงข้อมูลชนิดต่างๆ ที่ส่งก่อนข้อมูลจริง

<em>

แท็ก HTML สำหรับการเน้นข้อความ โดยใช้ตัวเอียง

**<strong>**

แท็ก HTML สำหรับการเน้นข้อความ โดยใช้ตัวหนา

(\*)

ใช้แทนอักขระหรือชุดอักขระอื่นๆ

## .htaccess

ไฟล์การเข้าถึง Hypertext ซึ่งเป็นไฟล์ที่ช่วยจัดการการกำหนดค่าเว็บเซิร์ฟเวอร์

บันทึกอ้างอิง

ข้อมูลอ้างอิงที่บันทึกการเข้าถึง ซึ่งจะระบุว่าผู้ใช้มาจากไซต์ใด

# ใช้ robots.txt อย่างมีประสิทธิภาพ

## จำกัดการรวบรวมข้อมูลในส่วนที่ไม่จำเป็นด้วยไฟล์ robots.txt

ไฟล์ robots.txt จะบอกให้ Search Engine ทราบว่าสามารถเข้าถึงและรวบรวมข้อมูลจากส่วนต่าง ๆ ของไซต์ได้หรือไม่ (1) ไฟล์ต้องใช้ชื่อว่า robots.txt และต้องวางไว้ในไดเรกทอรีรากของไซต์ (2)

คุณอาจไม่ต้องการให้มีการรวบรวมข้อมูลบางส่วนของไซต์ เพราะอาจไม่มีประโยชน์สำหรับผู้ใช้งาน หากแสดงข้อมูลนั้นบน Search Engine ในการป้องกันไม่ให้ Search Engine รวบรวมข้อมูลหน้าเว็บของคุณ เครื่องมือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google มีโปรแกรมสร้าง robots.txt ที่ใช้งานง่าย เพื่อช่วยคุณสร้างไฟล์นี้ โปรดทราบว่าในกรณีที่ไซต์ของคุณใช้โดเมนย่อย และคุณไม่ต้องการให้มีการรวบรวมข้อมูลหน้าเว็บบางหน้าในโดเมนย่อยดังกล่าว คุณจะต้องสร้างไฟล์ robots.txt แยกกันสำหรับโดเมนย่อยนั้น สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ robots.txt ขอแนะนำให้อ่านคู่มือเกี่ยวกับการใช้ไฟล์ robots.txt นี้ในศูนย์ช่วยเหลือของเว็บมาสเตอร์

นอกจากนี้ยังมีวิธีอื่นๆ อีกหลายวิธีในการป้องกันไม่ให้ไซต์ปรากฏในผลการค้นหา เช่น การเพิ่ม noindex ลงในเมตาท็ก robots, การใช้ .htaccess ในการป้องกันไดเรกทอรีด้วยรหัสผ่าน หรือการใช้เครื่องมือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google เพื่อลบไซต์ที่ทำการรวบรวมข้อมูลแล้วออกไป ลองดูวิดีโอของ Matt Cutts วิศวกรของ Google เกี่ยวกับ [คำแนะนำในการบล็อก URL แต่ละวิธี](#)

User-agent: \*

Disallow: /images/

Disallow: /search

(1) Bot ของ Search Engine ที่เกี่ยวข้อง (สังเกตสัญลักษณ์อัฒจันทร์ตัวหนา) ไม่สามารถเข้าถึงและรวบรวมข้อมูลใน /images/ หรือ URL ที่มีเส้นทางที่ขึ้นต้นด้วย /search

คุณแม็กเบเกอรี่ ร้านเบเกอรี่แสนดี

http://www.example.com/robots.txt

(2) ที่อยู่ของไฟล์ robots.txt

จัดการประเภทข้อมูลที่คุณต้องการและไม่ต้องทำให้มีการรวบรวมข้อมูล!

## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

## ใช้การรักษาความปลอดภัยที่ดีขึ้นสำหรับเนื้อหาที่สำคัญ

คุณไม่ควรใช้ robots.txt ในการบล็อกเนื้อหาที่สำคัญหรือเป็นความลับ เหตุผลก็คือ Search Engine ยังคงสามารถเข้าถึง URL ที่คุณบล็อก (โดยแสดงเฉพาะ URL แต่ไม่มีชื่อเรื่องหรือตัวอย่างข้อมูล) ในกรณีที่ลิงก์ไปยัง URL เหล่านั้นอยู่บนอินเทอร์เน็ต (เหมือนกับ [บันทึกแหล่งที่มา](#)) นอกจากนี้ Search Engine ที่ไม่สามารถทำงานร่วมกับ Robots Exclusion Standard อาจไม่ทำตามคำสั่ง robots.txt ของคุณ ห้ายสุด ผู้ใช้ยังสามารถเข้าไปดูไดเรกทอรีหรือไดเรกทอรีย่อยในไฟล์ robots.txt และพยายามเดา URL ของเนื้อหาที่คุณไม่ต้องการให้ดู การเข้ารหัสเนื้อหาหรือการป้องกันด้วยรหัสผ่านไฟล์ดังกล่าวด้วย .htaccess จึงเป็นทางเลือกที่ปลอดภัยกว่า

### หลีกเลี่ยง:

- การรวบรวมข้อมูลหน้าเว็บที่แสดงผลเหมือนหน้าผลการค้นหา
  - ผู้ใช้ไม่ต้องการออกจากหน้าผลการค้นหาหนึ่งไปยังหน้าผลการค้นหาอีกหน้าหนึ่ง ซึ่งไม่ได้ให้ผลลัพธ์ที่พวกเขาต้องการ
- การรวบรวมข้อมูล URL ที่สร้างขึ้นจากบริการฟรี

### ลิงก์

- โปรแกรมสร้าง robots.txt  
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/03/speaking-language-of-robots.html>
- การใช้ไฟล์ robots.txt  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156449>
- คำเตือนเกี่ยวกับวิธีการบล็อก URL  
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/01/remove-your-content-from-google.html>

### Robots Exclusion Standard

วิธีการป้องกันไม่ให้โปรแกรมรวบรวมข้อมูล เช่น Googlebot เข้าถึงเว็บไซต์ทั้งหมดหรือบางส่วนของเว็บไซต์โดยอัตโนมัติ

### บริการฟรี

คอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่แทนในกรณีที่มีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายภายในและเครือข่ายภายนอก หรือซอฟต์แวร์ที่ทำหน้าที่สำหรับวัตถุประสงค์นี้

# เรียนรู้ rel="nofollow" สำหรับลิงก์

## รับมือกับสแปมความคิดเห็นด้วย "nofollow"

การตั้งค่าแอตทริบิวต์ "rel" ของลิงก์เป็น "nofollow" จะแจ้งให้ Google ทราบว่าไม่ควรติดตามลิงก์ใดบนไซต์หรือส่งผ่านความน่าเชื่อถือไปหน้าเว็บที่ลิงก์ไป โดยเพิ่ม rel="nofollow" ไว้ในแท็ก Anchor (1)

การตั้งค่านี้มีประโยชน์เมื่อ ไซต์ของคุณมีบล็อกที่เปิดรับความคิดเห็นแบบสาธารณะ ลิงก์ที่อยู่ในความคิดเห็นเหล่านั้นอาจส่งผ่านความน่าเชื่อถือไปหน้าเว็บที่คุณอาจไม่ต้องการ โดยส่วนใหญ่ หน้าแสดงความคิดเห็นในบล็อกจะเป็นส่วนที่มีการส่งสแปมความคิดเห็นมากที่สุด (2) การใช้ "nofollow" ในลิงก์เหล่านี้จะช่วยป้องกันความน่าเชื่อถือสำหรับไซต์ที่คุณสร้างขึ้นด้วยความยากลำบากให้กับไซต์สแปม

## เพิ่ม "nofollow" ลงในคอลัมน์การแสดงความคิดเห็นและกระดานข้อความโดยอัตโนมัติ

แพ็คเกจซอฟต์แวร์สร้างบล็อกส่วนใหญ่จะมีการใส่แท็ก "nofollow" โดยอัตโนมัติ แต่สำหรับโปรแกรมที่ไม่มีคุณสมบัติดังกล่าว คุณสามารถทำการแก้ไขได้ด้วยตนเอง คุณยังสามารถนำไปใช้กับคุณลักษณะอื่นๆ บนไซต์ที่อาจเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น เช่น สมุดเยี่ยม, ฟอรัม, Shout Boards, การแสดงรายการแหล่งที่มา ฯลฯ หากคุณยอมรับประกันลิงก์ที่เพิ่มโดยบุคคลที่สาม (เช่น ในกรณีที่คุณเขียนความคิดเห็นเป็นผู้ที่คุณเชื่อถือ) คุณไม่จำเป็นต้องใช้ "nofollow" บนลิงก์ อย่างไรก็ตาม การลิงก์ไปยังไซต์ที่ Google พิจารณาว่าเป็นสแปมอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของไซต์ของคุณเอง ศูนย์ช่วยเหลือสำหรับเว็บมาสเตอร์มีเคล็ดลับเพิ่มเติมเกี่ยวกับ [การหลีกเลี่ยงสแปมความคิดเห็น](#) เช่น การใช้ CAPTCHA และการเปิดการตรวจสอบความคิดเห็น (3)

```
<a href="http://www.shadyseo.com" rel="nofollow">ผู้ส่งสแปมความคิดเห็น</a>
```

(1) ใช้ "nofollow" เพื่อกันไม่ให้ผู้ใช้ลิงก์ไปยังไซต์ที่คุณไม่เชื่อถือและ/หรือคุณไม่ต้องการให้ความน่าเชื่อถือ

### 1 ความคิดเห็น:

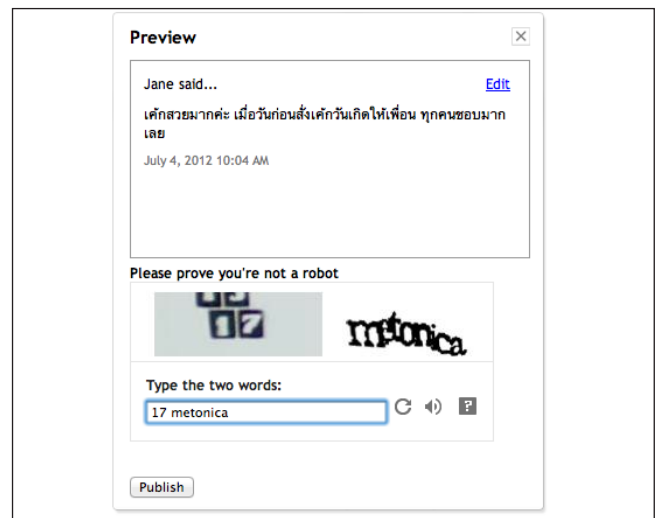
เอ็กกล่าวว...

ไซต์สวยจังเลยครับ!

ลองไปดู [เว็บไซต์ไวอากร้าราคาถูก](#) ของผมบ้างนะ  
ขอบคุณครับ!

12 กรกฎาคม 2010 19:39 น.

(2) ผู้ส่งสแปมความคิดเห็นจะเขียนข้อความลงในบล็อกโพสต์เพื่อหวังใช้ความเชื่อถือในไซต์ของคุณ



(3) ตัวอย่างของ CAPTCHA ที่ใช้บนบล็อกเกอร์ของ Google ซึ่งเป็นภาพตัวอักษร เพื่อให้ผู้ใช้ระบุเพื่อตรวจสอบว่าเป็นคนจริง

#### การส่งสแปมความคิดเห็น

หมายถึงการโพสต์ข้อความในคอลัมน์การแสดงความคิดเห็นบนบล็อกหรือกระดานข้อความ การโฆษณา ฯลฯ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องับเนื้อหาของหน้าเว็บแต่อย่างใด

#### CAPTCHA

ย่อมาจาก Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart

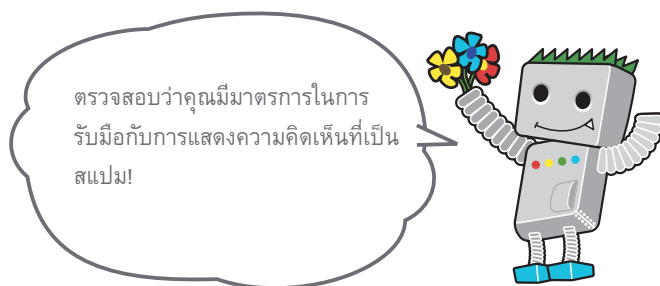
## การใช้ "nofollow" สำหรับบนหน้าเว็บไซต์ ทุกหน้าของไซต์ ฯลฯ

อีกกรณีหนึ่งในการใช้ "nofollow" คือ เมื่อคุณกำลังเขียนเนื้อหาและต้องการอ้างอิงเว็บไซต์อื่น แต่ไม่ต้องการให้ความน่าเชื่อถือของเว็บของคุณผ่านไปยังเว็บไซต์ดังกล่าว ตัวอย่างเช่น คุณกำลังเขียนบล็อกโพสต์เกี่ยวกับความคิดเห็นที่เป็นสแปม และต้องการยกตัวอย่างไซต์ที่เขียนความคิดเห็นที่เป็นสแปมในบล็อกของคุณ คุณต้องการเตือนผู้อื่นเกี่ยวกับไซต์นั้น คุณจึงใส่ลิงก์ของไซต์นั้นในโพสต์ แต่คุณไม่ต้องการให้ความน่าเชื่อถือของคุณไปที่ไซต์นั้น การใช้ "nofollow" คือวิธีการที่เหมาะสมสำหรับกรณีนี้

สุดท้าย หากคุณต้องการใช้ "nofollow" ในทุกลิงก์บนหน้าเว็บ คุณสามารถใช้ "nofollow" ในเมตาแท็ก robots ซึ่งอยู่ในแท็ก <head> ของโค้ด HTML ของหน้าเว็บ (4) บล็อกศูนย์กลางเว็บมาสเตอร์จะมีโพสต์ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการใช้เมตาแท็ก robots วิธีนี้จะเขียนโค้ดในลักษณะ <meta name="robots" content="nofollow">

```
<html>
<head>
<title>คุณแบ่งเบอร์ ร้านเบอร์โฮมเมดส่งตรงถึงบ้านคุณ</title>
<meta name="description" content="ร้านเบอร์โฮมเมดที่มอบความอร่อยให้แก่ชาวกรุงเทพมหานครมานานกว่า 15 ปี เปิดบริการ
ทุกวัน 9.00 - 20.00 น. สั่งจองออนไลน์โทร xx-xxx-xxxx">
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
```

(4) ตั้งค่า "nofollow" ให้กับทุกลิงก์บนหน้าเว็บ



### ลิงก์

- การหลีกเลี่ยงสแปมความคิดเห็น  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=81749>
- การใช้เมตาแท็ก robots  
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/03/using-robots-meta-tag.html>

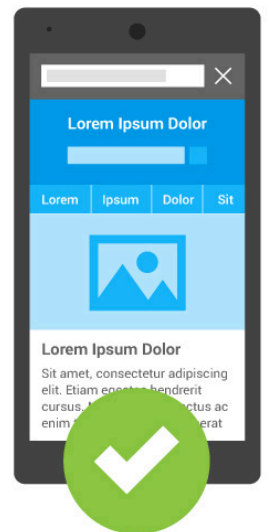
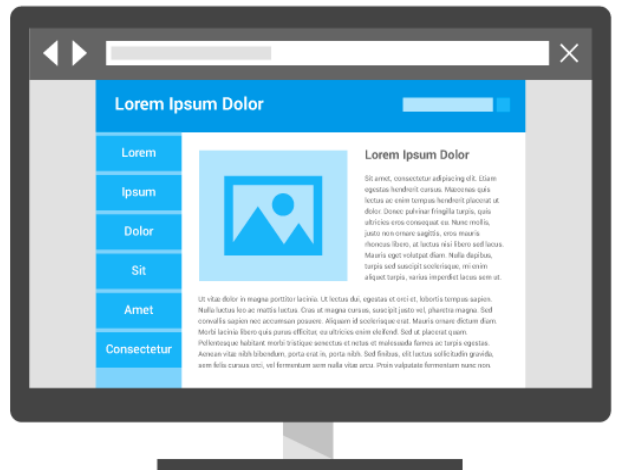
# ทำไมต้องทำเว็บให้ mobile-friendly?

ลองนึกถึงเวลาผู้ใช้เปิดเว็บของคุณบนมือถือ พวกเขาสามารถอ่านหรือหาข้อมูลบนเว็บของคุณได้ง่ายหรือไม่ เว็บคุณใช้อยากไปหรือเปล่า

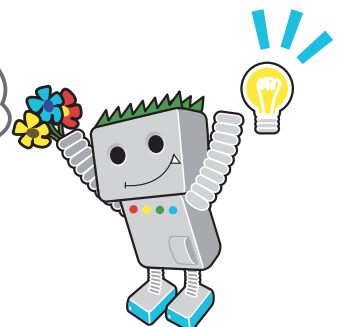
เว็บเวอร์ชันเดสก์ท็อปของคุณอาจจะใช้งานยากบนอุปกรณ์มือถือ เวลาผู้ใช้เข้าเว็บที่ไม่ **mobile-friendly** พวกเขาจะต้องซูมเข้าออกเพื่ออ่านข้อมูลบนเว็บ ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้รำคาญและออกจากเว็บไซต์ของคุณไปแตกต่างจากเว็บแบบ mobile-friendly ที่ผู้ใช้สามารถอ่านและหาข้อมูลได้สะดวกทันที

ในประเทศสหรัฐอเมริกา **94%** ของคนที่มี smartphones ค้นหาข้อมูลท้องถิ่นจากมือถือ สิ่งที่น่าสนใจไปกว่านั้นคือ **77%** ของการค้นหาบนมือถือเกิดขึ้นที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งเป็นสถานที่ที่จริงจังแล้วน่าจะมีคอมพิวเตอร์เดสก์ท็อปอยู่

มือถือจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับธุรกิจของคุณในปัจจุบันและอนาคต ไม่ว่าคุณจะเขียนบล็อกเกี่ยวกับทีมกีฬาโปรดของคุณ ทำเว็บให้โรงเรียนท้องถิ่นของคุณ หรือขายสินค้าออนไลน์ อย่าลืมทำให้ผู้ใช้มีประสบการณ์ที่ดีบนอุปกรณ์มือถือ



ในเมื่อผู้ใช้ของคุณอยู่บนมือถือ  
เว็บของคุณต้องใช้ได้บนมือถือด้วย



## อภิธานศัพท์

### Mobile-friendly

ความเป็นมิตรกับมือถือ เว็บไซต์สามารถใช้งานได้ดีและใช้งานได้ง่ายบนอุปกรณ์มือถือ

### Responsive Web Design

หน้าเว็บที่ใช้ URL เดียว แต่ปรับขนาดและแสดงหน้าจอที่ต่างกันตามอุปกรณ์ที่ผู้ใช้ เช่น มือถือ แท็บเล็ต และเดสก์ท็อป

### Conversion

สิ่งที่เป็นเป้าหมายเว็บของคุณ เช่น ถ้าคุณขายของออนไลน์ Conversion ของคุณคือการซื้อ Conversion ของคุณอาจเป็นรูปแบบอื่น เช่น การที่มีลูกค้าโทรมา หรือเมื่อลูกค้ากรอกแบบฟอร์มที่คุณต้องการให้พวกเขกรอก



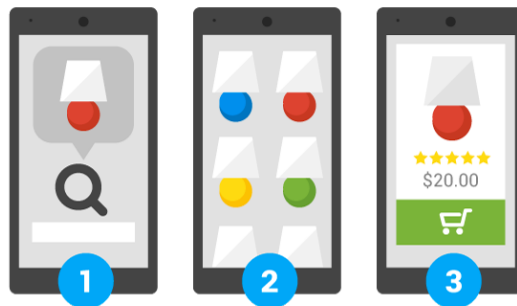
# 3 สิ่งที่คุณควรรู้ก่อนสร้างเว็บสำหรับมือถือ

## 1. ทำเว็บให้ง่ายสำหรับผู้ใช้งาน

ช่วยผู้ชมเว็บของคุณให้พวกเขาทำในสิ่งที่เขายากทำได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นการคลิกเลือกสินค้าในบล็อกของคุณ หาข้อมูลที่อยู่ของร้านอาหาร อ่านรีวิวของผลิตภัณฑ์ต่างๆ

Abhi Dhar (GVP และ Chief Technology Officer of eCommerce ของบริษัท Walgreens) กล่าวไว้ว่า [“จุดมุ่งหมายสำหรับทุกสิ่งที่เราทำบนมือถือ คือการทำให้ชีวิตของลูกค้าง่ายขึ้น”](#)

ออกแบบเว็บของคุณเพื่อให้ลูกค้าทำสิ่งต่างๆบนเว็บของคุณได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะสิ่งที่ลูกค้ามีแนวโน้มจะทำบ่อยๆ ตั้งแต่การค้นหา เข้าเว็บ ไปจนถึงการซื้อ



วางโครงร่างของขั้นตอนที่ลูกค้าจะทำและทำให้มันง่ายขึ้นจนกระทั่งขั้นตอนนั้นสามารถทำผ่านมือถือได้ง่ายดาย พยายามทำให้ขั้นตอนไม่เยิ่นเย้อเกินไป ในตัวอย่างนี้:

- (1) ลูกค้ากดเข้ามาในเว็บหลังจากที่ค้นหาโมไฟ
- (2) เลือกแบบโมไฟหลายแบบ
- (3) ซื้อโมไฟแบบที่ต้องการ

## 2. วัดประสิทธิภาพโดยวัดว่าผู้ใช้สามารถทำสิ่งที่ทำบ่อยๆได้

การสร้างเว็บมือถือต้องอาศัยการเรียงลำดับความสำคัญ เริ่มต้นจากสิ่งที่สำคัญที่สุดบนเว็บและสิ่งที่ผู้ใช้จะทำบ่อยๆบนมือถือ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญ คุณสามารถออกแบบให้เว็บไซต์ใช้งานง่ายได้หลายวิธี โฟกัสในเรื่องความสอดคล้อง และความคงเส้นคงวาในทุกๆอุปกรณ์

“เว็บมือถือที่ใช้งานง่ายเป็นสิ่งสำคัญอันดับหนึ่งสำหรับนักช้อปปิ้งมือถือ 48% ของผู้ใช้ให้สิ่งนี้เป็นสิ่งที่สำคัญอันดับหนึ่ง” โดยรายงานจาก [MediaPost](#).

## 3. เลือกเทมเพลต ทีม (Theme) แบบเว็บหรือ ดีไซน์ที่สอดคล้องกันในทุกอุปกรณ์ (หรือใช้ responsive web design)

**“Responsive web design”** หรือ RWD หมายถึงหน้าที่ใช้ URL และโค้ดที่เหมือนกันสำหรับผู้ชมที่มาจากเดสก์ท็อป แท็บเล็ต หรือมือถือ โดยที่แบบหน้าจะ “ตอบสนอง” (responds) ตามขนาดจอของอุปกรณ์

Google แนะนำให้ใช้การออกแบบแบบ RWD มากที่สุด หนึ่งในประโยชน์ของ RWD คือ คุณไม่ต้องมีเว็บสองเวอร์ชัน ซึ่งทำให้การบริหารจัดการเว็บง่ายขึ้น (ตัวอย่างเช่น คุณไม่ต้องบริหารเว็บเดสก์ท็อป [www.example.com](#) และเว็บมือถือ [m.example.com](#) คุณเพียงต้องบริหารเว็บเดียวเท่านั้น)

**“การใช้เว็บแบบ RWD ช่วยให้ Baines & Ernst สร้างประสบการณ์เว็บดีให้กับลูกค้าในแต่ละอุปกรณ์ พวกเขาค้นพบว่าผู้ที่เข้ามาชมเว็บดูจำนวนเพจเพิ่มขึ้น 11% และ conversions บนมือถือเพิ่มขึ้น 51%.”**

**“Conversions”** หมายถึงสิ่งที่เป้าหมายเว็บของคุณ เช่น การซื้อ การที่มีลูกค้าโทรมา หรือเมื่อลูกค้ากรอกแบบฟอร์มที่คุณต้องการให้พวกเขากรอก

สำหรับรายละเอียดในการทำเว็บแบบ responsive web design ดูเพิ่มเติมได้จาก [Web Fundamentals](#) ในหน้าช่วยเหลือสำหรับ Developer ถ้าหากคุณอยากเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของการทำเว็บแบบต่างๆ สำหรับมือถือ แท็บเล็ต และเดสก์ท็อป อ่านเพิ่มเติมที่ [การสร้างเว็บสำหรับลูกค้าแบบ Multi-Screen](#)



เว็บแบบ responsive ปรับแบบของเว็บให้ขึ้นกับขนาดหน้าจอหลายขนาด โดยใช้ URL เดียวกัน อุปกรณ์ทั้งสามอย่างข้างบนนี้ใช้ URL เดียวกัน คือ [www.example.com](#) (แทนที่จะใช้ [m.example.com](#) สำหรับมือถือหรือ [t.example.com](#) สำหรับแท็บเล็ต เป็นต้น)

### ลิงก์

- 94% ของคนที่มี smartphones ค้นหาข้อมูลถึงถิ่นจากมือถือ

<https://think.withgoogle.com/mobileplane/en/downloads/>

- 77% of mobile searches occur at home or at work

<https://www.thinkwithgoogle.com/research-studies/creating-moments-that-matter.html>

- อธิบายว่า “จุดมุ่งหมายสำหรับทุกสิ่งที่เราทำบนมือถือ คือการทำให้ชีวิตของลูกค้าง่ายขึ้น”

[http://www.themobileplaybook.com/en-us/#/chapter1\\_6](http://www.themobileplaybook.com/en-us/#/chapter1_6)

- MediaPost

<http://www.mediapost.com/publications/article/207924/make-it-easy-m-shoppers-active-but-impatient.html>

- Responsive Web Design

<https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/mobile-seo/configurations/responsive-design>

- การใช้เว็บแบบ RWD ช่วย Baines & Ernst

<https://www.thinkwithgoogle.com/case-studies/baines-and-ernst-responsive-web-design.html>

- Web Fundamentals

<https://developers.google.com/web/fundamentals/>

- การสร้างเว็บสำหรับลูกค้าแบบ Multi-Screen

<https://www.google.com/think/multiscreen/whitepaper-multiscreenconsumer.html>

# ตรวจสอบว่าเว็บของคุณ Mobile Friendly หรือไม่

## ตรวจสอบแต่ละเพจ

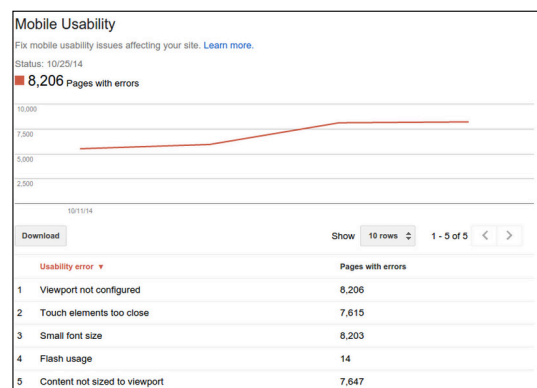
เพจทุกหน้าสามารถรับการทดสอบได้ที่ [Mobile-Friendly Test](#)



ทดสอบ Mobile-friendliness แต่ละ URL ได้แบบ real-time

## ตรวจสอบหลายๆเพจในเว็บ

หากต้องการดูข้อมูล mobile-friendliness สำหรับเว็บไซต์ในระดับไซต์ ([Site-level](#)) ลองใช้ [รายงาน Mobile Usability](#) (ความสามารถในการใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่) ใน [Search Console](#) ข้อมูลนี้ได้มาจากการ crawl (รวบรวมข้อมูล) และ index (จัดทำดัชนี) ครั้งล่าสุด



Mobile Usability ใน Search Console ช่วยให้เห็นภาพรวมของ mobile-friendliness ของทั้งเว็บ

### อภิธานศัพท์

#### Mobile Friendly Test

แบบทดสอบเพื่อตรวจว่าเพจของคุณใช้งานได้ดีบนมือถือหรือไม่

#### Site level

ระดับไซต์ หรือทั้งเว็บไซต์ (หลายๆเพจ) ซึ่งตรงข้ามกับ Page level หรือ ระดับแต่ละเพจ

#### User agent

ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่ใช้สำหรับเข้าถึงเว็บไซต์

# Responsive Web Design

**Responsive web design (RWD)** เป็นการออกแบบที่ทำให้เซิร์ฟเวอร์ส่ง HTML แบบเดียวกันสำหรับทุกอุปกรณ์ และใช้ CSS ในการเปลี่ยนรูปแบบของเพจให้อุปกรณ์แต่ละชนิด Algorithms ของ Google's ควรจะเข้าใจการออกแบบแบบนี้ได้โดยอัตโนมัติสำหรับ User Agent ของ Googlebot ทุกแบบสามารถ Crawl ไฟล์ของเว็บได้ (CSS, JavaScript และรูปภาพ)

เพื่อจะส่งสัญญาณให้เบราว์เซอร์ว่าเพจของคุณจะปรับตัวให้เข้ากับอุปกรณ์ทุกอุปกรณ์ เพิ่ม meta tag ในส่วน head ของเพจของคุณ ดังนี้:

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
```

**Meta viewport tag** บอกให้เบราว์เซอร์ปรับความกว้างและขนาดของเว็บให้เป็นไปตามขนาดของอุปกรณ์ หากคุณไม่ใช้ meta viewport element นี้ เบราว์เซอร์จะแสดงเว็บสำหรับความกว้างของเดสก์ท็อปโดยอัตโนมัติ (โดยปกติแล้วประมาณ 980px อาจแตกต่างกันในแต่ละอุปกรณ์) เบราว์เซอร์สำหรับมือถือจะพยายามทำให้เพจดูดีขึ้นโดยปรับขนาดฟอนท์ให้ใหญ่ขึ้น และจะปรับขนาดเพจให้เท่ากับขนาดหน้าจอ หรือแสดงเฉพาะเนื้อหาส่วนที่อยู่ในกรอบหน้าจอ

สำหรับผู้ใช้งาน สิ่งนี้อาจจะทำให้ขนาดฟอนท์ไม่สมดุลกัน และผู้ใช้อาจจะต้องซูมเข้าออกหรือแตะหลายครั้งเพื่ออ่านเนื้อหาบนเพจหรือเลือกปุ่มบนเพจ

สำหรับ Google เราอาจจะตัดสินใจไม่ให้เพจเหล่านี้เป็น mobile-friendly เพราะว่าเว็บแบบนี้ทำให้ผู้ใช้ต้องลำบากในการซูมเข้าออก หรือแท็บหน้าจอมากเกินไปจนเป็นบ่อนมือถือ

สำหรับรูปภาพ ให้ใช้ <picture> เพื่อให้รูปเป็นแบบ Responsive

โดยปกติแล้ว ถ้าเว็บของคุณทำงานได้ดีกับเบราว์เซอร์ใหม่ๆ เช่น Google Chrome หรือ Apple Mobile Safari เว็บของคุณก็จะทำงานได้ดีกับ Algorithm ของ Google เช่นกัน

## ทำไมต้องออกแบบเว็บแบบ Responsive Design

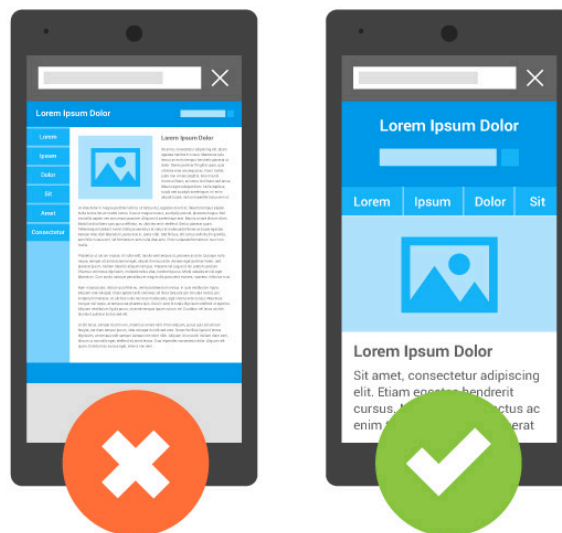
เราแนะนำให้ใช้ responsive web design เพราะว่า:

- ผู้ใช้จะสามารถแชร์และเข้าดูเนื้อหาของคุณได้โดยใช้ URL เดียว
- ช่วย algorithms ของ Google ให้สามารถ index ได้แม่นยำมากขึ้น และเก็บข้อมูล index ได้โดยตรงกับเจนนิง แทนที่จะต้องส่งสัญญาณไปยังเครื่องมือหรือเพจเดสก์ท็อป
- สะดวกกว่าสำหรับผู้ดูแลเว็บเนื่องจากมี URL และเว็บเพียงเว็บเดียว
- ลดความเสี่ยงของการเกิด **ข้อผิดพลาดที่พบบ่อย** จากเว็บแบบมือถือ
- ผู้ใช้สามารถเห็นเว็บขนาดที่เหมาะสมกับมือถือได้โดยไม่ต้องมีการ redirect ซึ่งทำให้เวลาโหลดน้อยลง หลีกเลี่ยงความบกพร่องของการ redirect และทำให้ประสบการณ์เว็บดีขึ้น
- Googlebot crawls เว็บของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับเพจแบบ responsive web design เราใช้ Googlebot **user agent** เพียงหนึ่งอัน แทนที่จะใช้ user agent หลายอัน crawl หลายครั้งในทุกระยะของเว็บของคุณ ทำให้การ crawl มีประสิทธิภาพ และช่วยให้ Google index เพจของคุณมากขึ้นและทำให้ข้อมูลอัปเดตอยู่เสมอ

หากคุณสนใจ responsive web design เริ่มต้นได้ที่ [โพสของเว็บmaster Webmaster Central](#) และอ่านเพิ่มเติมที่ [Web Fundamentals](#)



Responsive design ส่งโค้ดที่เหมือนกันให้อุปกรณ์แต่ละอย่าง แต่จะปรับรูปแบบให้เข้ากับหน้าจอแต่ละขนาด



เพจซ้ายคือเพจที่ไม่ได้ทำ meta viewport

- ดังนั้นเบราว์เซอร์จึงแสดงเพจสำหรับเดสก์ท็อป และย่อขนาดหน้าให้เท่ากับจอ
- เพจขวาคือเพจที่เหมือนกันแต่มีการกำหนด viewport ที่เหมาะสมกับความกว้างของหน้าจออุปกรณ์
- ดังนั้นเบราว์เซอร์จึงไม่ย่อขนาดหน้าเพจ และเนื้อหาบนเพจจึงอ่านง่าย

ลิงก์

- **Mobile Friendly Test**  
<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>
- รายงาน **Mobile Usability** (ความสามารถในการใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่) ใน Search Console  
<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-usability/>
- **Meta viewport tag**  
<https://developers.google.com/web/fundamentals/design-and-ui/responsive/fundamentals/set-the-viewport>
- <picture>  
<https://developers.google.com/web/fundamentals/design-and-ui/media/images/art-direction-in-responsive-images-with-picture>

- **Meta viewport tag**  
<https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/mobile-seo/common-mistakes/>
- โพสของเว็บmaster **Webmaster Central**  
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2012/04/responsive-design-harnessing-power-of.html>
- **Web Fundamentals**  
<https://developers.google.com/web/fundamentals/>

# โปรโมตเว็บไซต์ให้ถูกวิธี

## เพิ่มการใช้ลิงก์ย้อนกลับจะช่วยเพิ่มคุณค่าของไซต์

โดยปกติคุณจะมีจำนวนลิงก์มากขึ้นเรื่อยๆ ตามจำนวนผู้ใช้ที่เจอไซต์ของคุณผ่านการค้นหาหรือวิธีการอื่นๆ และทำการลิงก์ไปที่ไซต์ Google ตระหนักว่าคุณต้องการให้ผู้อื่นทราบเกี่ยวกับไซต์ที่คุณทุ่มเทสร้างขึ้นมา การโปรโมตเนื้อหาใหม่ๆ อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้คุณใช้ที่ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันหาไซต์ของคุณได้เร็วขึ้น (1) อย่างที่กล่าวไว้ในคู่มือนี้ การปฏิบัติตามคำแนะนำเหล่านี้จะเพิ่มความน่าเชื่อถือต่อความน่าเชื่อถือของไซต์ของคุณ

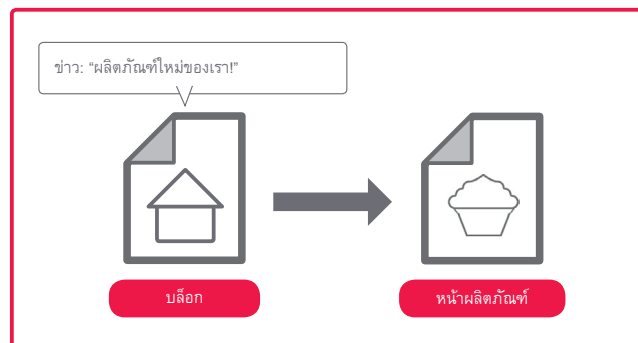
## พัฒนาทักษะในการโปรโมตข้อมูลผ่านบล็อกให้เป็นที่ยอมรับออนไลน์

การเขียนบล็อกบนไซต์ของคุณเองเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีมาก เพื่อให้ผู้ใช้รับทราบถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ เว็บไซต์ของคนอื่นที่ติดตามไซต์ของคุณหรือฟีด RSS ก็จะสามารถติดตามข่าวสารใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

การโปรโมตบริษัทหรือไซต์ของคุณทางออนไลน์ก็เป็นอีกวิธีที่เป็นประโยชน์ ตัวอย่างเช่น หากคุณมีไซต์ของธุรกิจ ลองพิมพ์ URL ไว้บนนามบัตร หัวจดหมาย แผ่นโปสเตอร์ ฯลฯ นอกจากนี้ คุณยังสามารถส่งจดหมายข่าวให้กับลูกค้าเป็นประจำ เพื่อแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ บนเว็บไซต์

หากคุณมีธุรกิจ การเพิ่มข้อมูลธุรกิจลงใน Google Places จะช่วยให้คุณเข้าถึงลูกค้าผ่านทาง Google แผนที่และการค้นเว็บได้ ศูนย์ช่วยเหลือสำหรับเว็บมาสเตอร์จะมีเคล็ดลับเพิ่มเติมเกี่ยวกับ**การโปรโมตธุรกิจของคุณ**

เว็บไซต์



บล็อกผู้ใช้



บริการสื่อสังคมออนไลน์

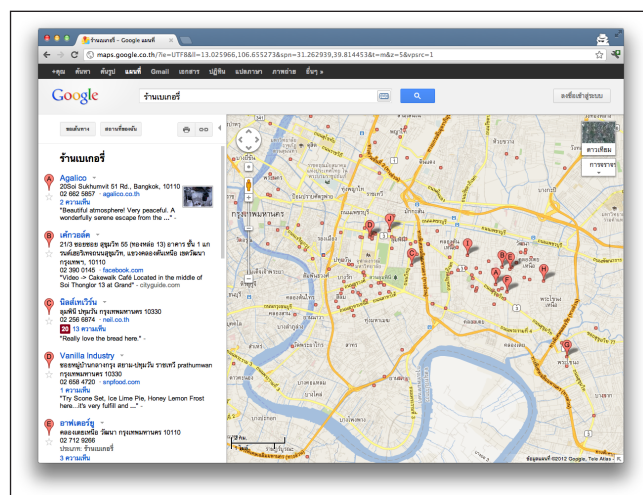


จดหมายข่าว, DM, โปสเตอร์ ฯลฯ

ออนไลน์

ออฟไลน์

(1) การโปรโมตไซต์และลิงก์อย่างเหมาะสมจะช่วยให้ความน่าเชื่อถือของไซต์มากขึ้น



(2) การลงทะเบียนธุรกิจกับ Google Places ช่วยให้คุณสามารถโปรโมตไซต์ผ่าน Google แผนที่และการค้นเว็บได้

### อภิธานศัพท์

#### ฟีด RSS

เป็นข้อมูลทั้งหมดหรือโดยสรุปที่ให้ข้อมูลการอัปเดตไซต์บล็อก RSS ย่อมาจาก RDF Site Summary เป็นบริการรูปแบบข้อมูลที่เหมือนกับ Atom

## แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

### ทำความเข้าใจกับไซต์สื่อสังคมออนไลน์

ไซต์ที่มีการโต้ตอบและแบ่งปันระหว่างผู้ใช้ช่วยให้คุณเข้าถึงกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจในเนื้อหาที่คล้ายๆ กันได้ง่ายขึ้น

#### หลีกเลี่ยง:

- การโพสต์ข้อมูลใหม่จำนวนเล็กๆ น้อยๆ คุณควรทำเฉพาะเนื้อหาสำคัญและน่าสนใจ
- การใช้บริการเชื่อมโยงต่างๆ ที่ทำให้ไซต์มีการโพสต์มากเกินไป

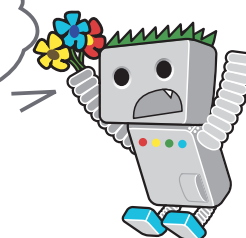
### ติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้ในชุมชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับไซต์ของคุณ

มีโอกาเป็นไปได้ว่า มีไซต์จำนวนไม่น้อยที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกับคุณอยู่แล้ว และการสื่อสารกับไซต์เหล่านั้นจะเป็นประโยชน์สำหรับคุณ การติดตามหัวข้อที่ได้รับความนิยมเฉพาะกลุ่มหรือในชุมชนของคุณจะช่วยให้คุณกระตุ้นให้เกิดแนวคิดเนื้อหาใหม่ๆ หรือการสร้างแหล่งข้อมูลที่มีคุณค่าสำหรับชุมชน

#### หลีกเลี่ยง:

- การส่งสแปมลิงก์ไปยังทุกไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของไซต์คุณ
- การซื้อลิงก์จากไซต์อื่นเพื่อให้ได้เพจแรงก์แทนที่จะเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม

ไซต์ของคุณทำงานได้ดีหรือไม่



ลิงก์

- Google Places  
<http://www.google.com/local/add/>
- โปรแกรมตรวจหาข้อบกพร่องของไซต์  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=92319>

# ใช้ประโยชน์จาก Search Console ฟรี

## ใช้ Search Console เพื่อช่วยให้ Googlebot รวบรวมข้อมูลได้ง่ายขึ้น

Search Engine หลักๆ เช่น Google จะมี Search Console ให้ใช้งานได้ฟรี ซึ่งจะช่วยให้เว็บมาสเตอร์สามารถควบคุมวิธีที่ Google โต้ตอบกับเว็บไซต์ได้ดีขึ้น พร้อมรับข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับไซต์จาก Google การใช้ Search Console ไม่ได้ทำให้ไซต์ของคุณ

มีสิทธิพิเศษแต่อย่างใด แต่จะช่วยระบุปัญหาที่ควรแก้ไข เพื่อให้ไซต์ของคุณมีผลลัพธ์การค้นหาที่ดีขึ้น เว็บมาสเตอร์สามารถดำเนินการต่อไปนี้:

- ตรวจสอบว่าส่วนใดของไซต์ที่ Googlebot มีปัญหาในการรวบรวมข้อมูล
- แจ้งข้อมูลไฟล์แผนผังไซต์ XML ให้เราทราบ
- วิเคราะห์และสร้างไฟล์ robots.txt
- ลบ URL ที่ Googlebot รวบรวมข้อมูลแล้ว
- ระบุโดเมนที่คุณต้องการใช้
- ระบุปัญหาเกี่ยวกับเมตาแท็กชื่อเรื่องและคำอธิบาย
- ศึกษาคำค้นหายอดนิยมที่ใช้ในการค้นหาไซต์
- เรียนรู้ Googlebot มองเห็นหน้าเว็บอย่างไร
- ลบไซต์ลิงก์ที่ไม่ต้องการออก ไม่ให้ Google แสดงในผลลัพธ์
- รับการแจ้งเตือนเกี่ยวกับการละเมิดหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพและขอให้มีการพิจารณาไซต์ใหม่

Yahoo! (Yahoo! Site Explorer) และ Microsoft (Bing Webmaster Tools) ก็มีเครื่องมือเว็บมาสเตอร์ใช้งานได้ฟรี

## ใช้ Google Analytics และ Website Optimizer สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับสูง

หากคุณทำการปรับปรุงการรวบรวมข้อมูลและการจัดทำดัชนีสำหรับไซต์ของคุณโดยใช้ Search Console ของ Google หรือบริการอื่นๆ คุณอาจต้องการทราบจำนวนผู้เข้าชมไซต์ของคุณ โปรแกรมวิเคราะห์เว็บ

เช่น Google Analytics คือเครื่องมือที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับเรื่องนี้ คุณสามารถใช้เครื่องมือเหล่านี้ในการดำเนินการต่อไปนี้:

- ศึกษาข้อมูลเชิงลึกว่าผู้เข้าชมยังไซต์และใช้งานไซต์อย่างไร
- ดูเนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไซต์
- วัดผลหลังการทำ SEO

- เช่น การเปลี่ยนเมตาแท็กชื่อเรื่องและคำอธิบายช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมจาก Search Engine หรือไม่

สำหรับผู้ที่มีประสบการณ์ คุณสามารถนำข้อมูลจาก Analytics ไปใช้ร่วมกับข้อมูลประวัติกิจกรรมจากเซิร์ฟเวอร์ เพื่อให้เข้าใจการใช้งานของผู้ใช้เว็บอย่างละเอียดมากขึ้น (เช่น คำหลักในการค้นหาไซต์ของคุณ)

นอกจากนี้ Google ยังมีเครื่องมือที่เรียกว่า Google Website Optimizer ซึ่งสามารถใช้ทดสอบว่าการเปลี่ยนแปลงบนหน้าเว็บแบบไหนที่จะช่วยเพิ่มอัตรา Conversion ได้สูงสุด เมื่อนำ Google Analytics และ Search Console มาใช้ด้วยกันจะช่วยให้คุณปรับปรุงไซต์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (ดูวิดีโอการใช้ ["Google Trifecta"](#))

## ฟอร์มความช่วยเหลือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google

<http://www.google.com/support/forum/p/webmasters/>

หากคุณมีข้อสงสัยหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของเรา โปรดแจ้งให้เราทราบ

## บล็อกศูนย์กลางเว็บมาสเตอร์ Google

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/>

โพสต์จากพนักงาน Google เกี่ยวกับวิธีการปรับปรุงเว็บไซต์ของคุณ

## ศูนย์ช่วยเหลือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google

<http://www.google.com/support/webmasters/>

ให้บริการเอกสารข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาของเว็บมาสเตอร์

## เครื่องมือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google

<https://www.google.com/webmasters/tools/>

เพิ่มประสิทธิภาพให้กับ Google ในการโต้ตอบกับเว็บไซต์ของคุณ

## หลักเกณฑ์สำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google

<http://www.google.com/webmasters/guidelines.html>

หลักเกณฑ์ในการออกแบบ เนื้อหา เทคนิค และคุณภาพจาก Google

## Google Analytics

<http://www.google.com/analytics/>

ค้นหาแหล่งที่มาของผู้เข้าชม สิ่งที่คุณคาดหวัง และเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง

## Google Website Optimizer

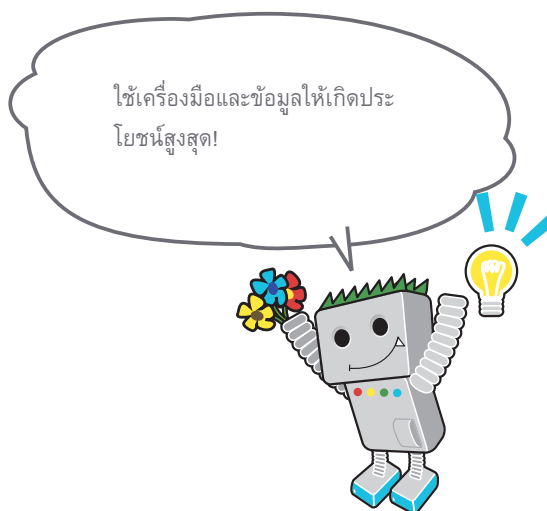
<http://www.google.com/websiteoptimizer/>

ทดสอบหน้าเว็บของคุณ ดูว่าส่วนไหนที่ติดอยู่แล้วและควรเปลี่ยนส่วนไหน

## เคล็ดลับในการเลือกจ้างบริษัททำ SEO

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35291>

หากคุณไม่ต้องการทำ SEO เอง เคล็ดลับเหล่านี้จะช่วยให้คุณเลือกจ้างบริษัทที่ให้บริการด้าน SEO ได้อย่างง่าย



ลิงก์

● Google Trifecta

<http://www.youtube.com/watch?v=9yKjrdC8wA>

เอกสารนี้อยู่ในรูปแบบ PDF ด้วย คุณสามารถดาวน์โหลดไฟล์ PDF ได้ที่...

<http://www.google.co.jp/intl/en/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>

เว้นแต่ในกรณีที่มีการระบุไว้เป็นอย่างอื่น เนื้อหาของเอกสารนี้อยู่ภายใต้เอกสารการใช้งานใบอนุญาต Creative Commons Attribution 3.0



ศูนย์กลางเว็บมาสเตอร์ของ Google ค้นหา



<http://www.google.com/webmasters/>

