

คัมภีร์ผู้บริหาร

SEO

Handbook

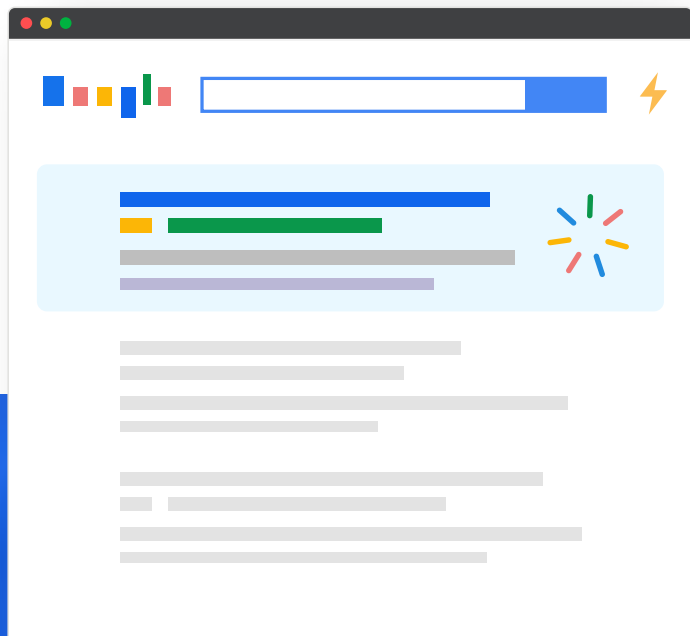
เพิ่มยอดขายให้ธุรกิจ



 Search...

หัวข้อ

SEO คืออะไร?	1
ทำไมการทำ SEO จึงมีความสำคัญและช่วยเพิ่มยอดขาย?	2
ความแตกต่างระหว่างการติดอันดับแบบธรรมชาติ (Organic) และการโฆษณา (Paid Search) ด้วย Google Ads	4
Search Engine ทำงานอย่างไร?	5
วิธีการจัดอันดับของ Search Engine	6
ทำ SEO ให้เพิ่มยอดขาย ได้อย่างไร?	8
หากคนทำ SEO ได้ที่ไหน?	14
การวางกลยุทธ์ในการทำ SEO คืออะไร?	17
การวัดผลความสำเร็จของการทำ SEO ทำอย่างไร?	19
บริการ SMART SEO ของ Readyplanet คืออย่างไร	21



1 SEO

คืออะไร?

SEO หรือ Search Engine Optimization คือ กระบวนการในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเว็บไซต์และเนื้อหาบนเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มการมองเห็นและติดอันดับบนหน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหาให้ดีขึ้น

เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการทำ SEO คือการเพิ่มการเข้าชมแบบออร์แกนิก หรือการเข้าชมแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายมายังเว็บไซต์ ทำให้เว็บไซต์เข้าถึงได้ง่ายและเกี่ยวข้องกับคีย์เวิร์ดที่มีการค้นหา และผู้เยี่ยมชมเปลี่ยนเป็นผู้ซื้อหรือผู้ติดต่อในที่สุด

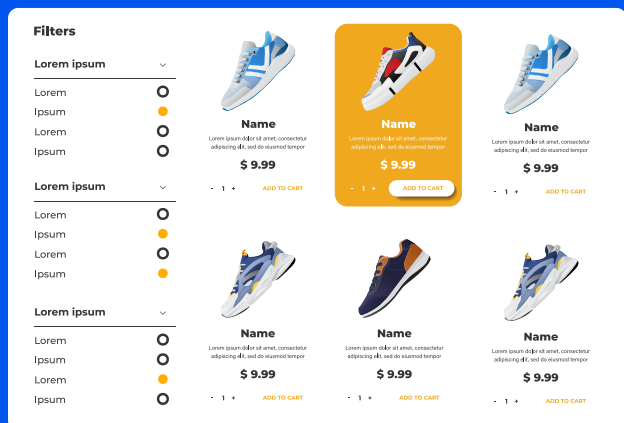
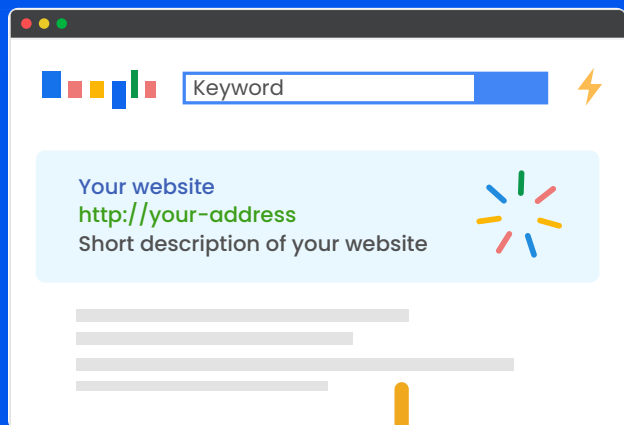
2) ทำไมการทำ SEO ถึงมีความสำคัญและช่วยเพิ่มยอดขาย

การทำ SEO มีความสำคัญด้วยกันหลายประการ ดังนี้

2.1

การช่วยเพิ่มการมองเห็น และ ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และผู้ติดต่อหรือผู้ซื้อ อันดับของเว็บไซต์ที่ดีขึ้นในหน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหา ทำให้เว็บไซต์ถูกมองเห็นและมีผู้คลิกที่อันดับเพื่อเข้าเว็บไซต์มากขึ้น มีโอกาสเพิ่มลูกค้าได้

การเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเว็บไซต์ ต้องปรับแต่งด้วยคีย์เวิร์ดที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจลงไป จะสามารถช่วยดึงดูดการเข้าชมจากกลุ่มเป้าหมาย มีโอกาสจะเปลี่ยนผู้ชมมาเป็นลูกค้าหรือสมาชิกได้ในอนาคต



2.2

สร้าง traffic ตามธรรมชาติ

การทำ SEO จะมุ่งเน้นไปที่การสร้างผู้เข้าชมเว็บไซต์ในรูปแบบออร์แกนิก ซึ่งจะสามารถช่วยประหยัดต้นทุนเป็นทางเลือกที่ดีโดยไม่ต้องทำโฆษณาแบบเสียค่าใช้จ่ายหรือทำ SEO ควบคู่ไปกับการทำโฆษณาที่ได้เช่นกัน



PAID RESULTS

ORGANIC RESULTS



2.3

สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ธุรกิจ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การทำ SEO เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงคุณภาพของเว็บไซต์ ปรับปรุงความเร็วในการโหลดหน้าเว็บไซต์ ปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ ตลอดจนปรับปรุงการใช้งานเว็บไซต์ในภาพรวม

สร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีมากขึ้นสำหรับผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ (user friendliness)

3

ความแตกต่าง

ระหว่าง การติดอันดับแบบธรรมชาติ Organic และการโฆษณา Paid Search ด้วย Google Ads



การติดอันดับแบบธรรมชาติ Organic

การติดอันดับแบบธรรมชาติ (ออร์แกนิก, Organic) หมายถึง การติดอันดับโดยการจัดของ Google เอง ไม่เสียค่าใช้จ่าย ที่ผลลัพธ์ในการค้นหาจะปรากฏอยู่บนหน้าของเครื่องมือค้นหา ตามความเกี่ยวข้องกับคำค้นหา (คีย์เวิร์ด, Keywords)

ผลการค้นหาจะถูกจัดโดยอัลกอริทึม (หลักการจัดอันดับ) โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความเกี่ยวข้องของคีย์เวิร์ด, ประสิทธิภาพของเว็บไซต์, คุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ และประสบการณ์ของผู้ใช้งาน เพราะฉะนั้น การทำ SEO จึงเป็นการมุ่งเน้นไปที่การปรับแต่งเว็บไซต์ให้มีคุณภาพดีขึ้น เพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในการค้นหาแบบออร์แกนิก

การโฆษณา Paid Search ด้วย Google Ads

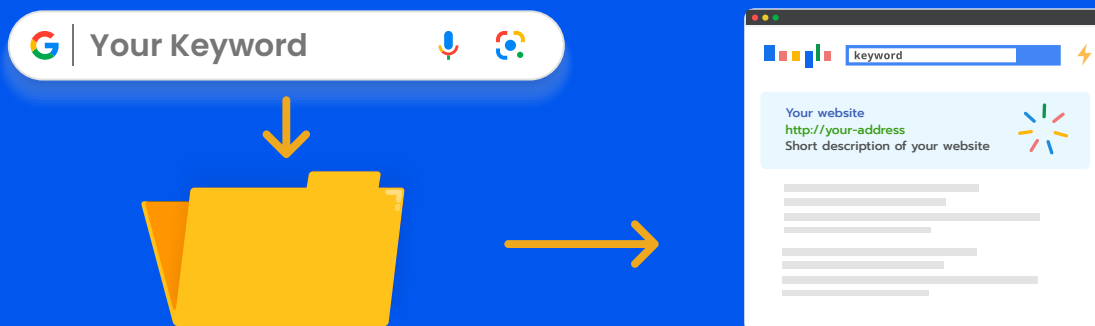
การโฆษณา Paid Search หมายถึง วิธีการโฆษณาที่ธุรกิจจ่ายเงินเพื่อให้โฆษณาของตนเองปรากฏอยู่ในหน้าของผลการค้นหา ซึ่งระบบของ Google เรียกว่า Google Ads

ธุรกิจจะต้องทำการประมูลราคาคีย์เวิร์ดที่ต้องการเพื่อให้โฆษณาของตนเองปรากฏอยู่ที่บริเวณด้านบนของผลการค้นหาแบบออร์แกนิก ซึ่งแน่นอนว่าในทางการตลาด การโฆษณา Google Ads นับได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีคุณค่าแต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าเมื่อเทียบกับการทำ SEO

ทั้งการค้นหาแบบออร์แกนิก (Organic) และการค้นหาแบบเสียค่าใช้จ่าย (Paid Search) ต่างก็มีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน แม้ว่าการค้นหาแบบออร์แกนิกจะนำไปสู่การทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและคุ้มค่ากว่าในระยะยาว แต่ก็อาจจะต้องใช้เวลาสักระยะหนึ่งถึงจะเห็นผล ในส่วนของการค้นหาแบบเสียค่าใช้จ่ายนั้น แม้ว่าจะสามารถช่วยสร้างการมองเห็นและการเข้าชมได้ทันที แต่ก็นับได้ว่ามีราคาที่แพงกว่า และการเข้าชมก็อาจลดลงเมื่อจบประมาณในการทำโฆษณาหมดลง เพราะฉะนั้นแล้ว กลยุทธ์การทำการตลาดแบบดิจิทัลที่สมดุลจึงมักจะต้องมีการนำเอา SEO และการทำโฆษณาแบบเสียค่าใช้จ่ายมาผสมรวมเข้าด้วยกัน

4

Search Engine ทำงานอย่างไร



เครื่องมือค้นหา (Search Engine) เช่น Google, Bing ช่วยให้ผู้ใช้งานได้รับผลการค้นหาที่มีความเกี่ยวข้องและมีคุณภาพสูงที่สุดสำหรับคำค้นหาของตนเองซึ่งเครื่องมือค้นหาจะทำงาน 3 ขั้นตอนดังนี้

4.1



การรวบรวมข้อมูล (Crawling)

โปรแกรมอัตโนมัติ (Bot) ของเครื่องมือค้นหา หรือที่นิยมเรียกว่า Spiders หรือ Crawlers จะเยี่ยมชมและรวบรวมข้อมูลของเว็บไซต์ต่าง ๆ บนระบบอินเทอร์เน็ตโดยการไปที่ลิงก์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาหน้าเพจและเนื้อหาใหม่ ๆ โดยการอาศัยการนำทางผ่านลิงก์ภายใน (Internal Links) และลิงก์ภายนอก (External Links) บนเว็บไซต์

4.2



การสร้างดัชนี (Indexing)

หลังจากที่โปรแกรมอัตโนมัติหรือบอทได้ทำการรวบรวมข้อมูลบนหน้าเว็บเป็นที่เรียบร้อยแล้วบอทเหล่านี้จะทำการเก็บข้อมูลเอาไว้ในฐานข้อมูลขนาดใหญ่และสร้างหมวดหมู่ดัชนีข้อมูลเกี่ยวกับแต่ละหน้าเพจ เช่น คอนเทนต์บนเว็บไซต์ คีย์เวิร์ด รูปภาพ และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.3



การจัดอันดับ (Ranking)

เมื่อผู้ใช้งานป้อนคำค้นหาลงบนเครื่องมือค้นหา เครื่องมือค้นหาจะทำการดึงผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องมากที่สุดออกมาจากดัชนี ตามปัจจัยในการจัดอันดับต่างๆ จากนั้นอัลกอริทึมของเครื่องมือค้นหาจะทำการจัดเรียงผลลัพธ์เหล่านี้ตามความเกี่ยวข้องแล้วแสดงผลออกมาบนหน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหา (Search Engine Result Page - SERP)

5 วิธีการจัดอันดับของ Search Engine



เครื่องมือค้นหา (Search Engine) มีการใช้ปัจจัยหลายอย่างในการพิจารณาอันดับของหน้าเว็บบน ผลการค้นหา (Search Engine Result Page - SERP) โดยปัจจัยการจัดอันดับที่สำคัญที่สุด ได้แก่

5.1

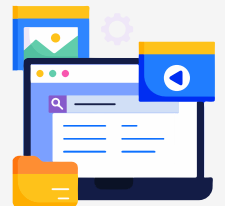
ความเกี่ยวข้องของคีย์เวิร์ด (Keyword Relevance)



การใส่คีย์เวิร์ดในเนื้อหาของหน้าเว็บเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าเนื้อหาบนเว็บไซต์ของคุณมีคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องอยู่ในองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ชื่อเรื่องหัวเรื่องและเนื้อความจะสามารถช่วยปรับปรุงอันดับเว็บไซต์ของคุณได้

5.2

คุณภาพเนื้อหา (Content Quality)



เครื่องมือค้นหาให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง แปลกใหม่ไม่ซ้ำใครและเนื้อหาเข้าถึงได้ที่สามารถให้คุณค่าแก่ผู้ใช้งานได้ เพราะฉะนั้นแล้ว การสร้างเนื้อหาที่ช่วยให้ข้อมูลและมีโครงสร้างที่ดีจึงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการจัดอันดับที่ดีขึ้น

5.3

ประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (User Experience)



ปัจจัยต่าง ๆ เช่น การออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะสำหรับการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือเวลาในการโหลดที่รวดเร็วการเข้าถึงข้อมูลบนเว็บไซต์ได้อย่างสะดวก และการจัดหน้าเว็บให้อ่านง่าย มีส่วนทำให้ผู้ใช้งานได้รับประสบการณ์ที่ดี และทำให้เว็บไซต์ได้อันดับที่สูงขึ้น

5.4

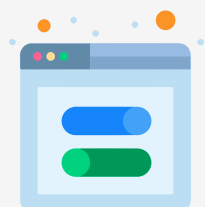
การทำ Backlinks



จำนวนและคุณภาพของเว็บไซต์จากภายนอกที่มีการเชื่อมโยงกลับไปยังเนื้อหาบนเว็บไซต์ของคุณมีบทบาทสำคัญในการกำหนดประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ของคุณ ดังนั้นการได้รับ Backlinks คุณภาพสูงจึงสามารถช่วยปรับปรุงอันดับของคุณได้

5.5

ปัจจัยด้าน On-page SEO



การใช้ Meta Tags, Header Tags, โครงสร้าง URL และลิงก์ภายใน (Internal Links) อย่างเหมาะสม ล้วนมีส่วนช่วยให้อันดับดีขึ้น

5.6

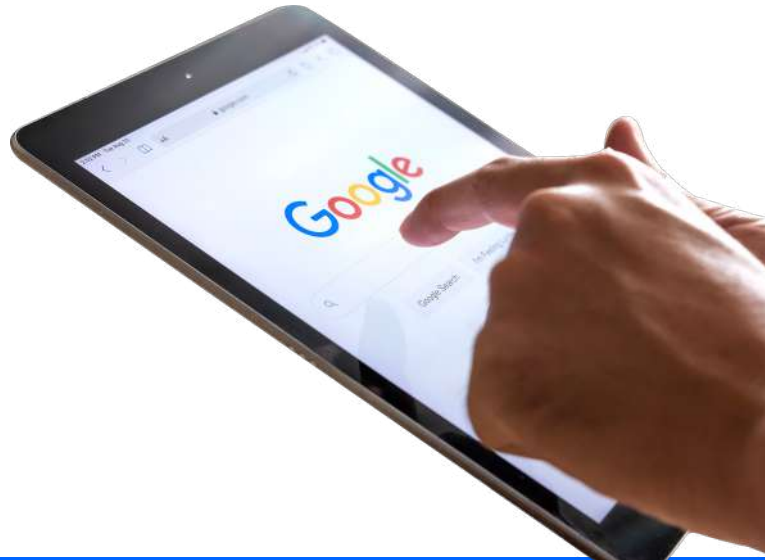
การตอบรับทางสังคม (Social Signals)



แม้ว่าจะไม่ใช่ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดอันดับโดยตรง แต่การแชร์การกดถูกใจและการกล่าวถึงบนโซเชียลมีเดียสามารถบ่งบอกถึงความนิยมและความเกี่ยวข้องของเนื้อหาของคุณที่อาจส่งผลทางอ้อมต่อการจัดอันดับของคุณได้เช่นกัน

การอัปเดตอัลกอริทึมของเครื่องมือค้นหา

อัลกอริทึมของเครื่องมือค้นหาเป็นระบบที่มีความซับซ้อน และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อกำหนดว่าเว็บไซต์ควรจะได้รับการจัดอันดับอย่างไรบน SERP โดยอัลกอริทึมเหล่านี้จะทำการพิจารณาจากปัจจัยการจัดอันดับหลายร้อยรายการเพื่อประเมินความเกี่ยวข้องและคุณภาพของหน้าเว็บที่มีความสอดคล้องกับคำค้นหาของผู้ใช้งาน



เพื่อให้ผลลัพธ์ในการค้นหาที่ดีขึ้น ต่อสู้กับสแปม และการปรับตัวให้เท่าทันกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไป เครื่องมือค้นหาจึงมักจะมีการอัปเดตอัลกอริทึมอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น Google ที่เป็นที่รู้จักจากการอัปเดตอัลกอริทึมที่สำคัญอย่าง Panda, Penguin, Hummingbird และ BERT ซึ่งส่งผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการจัดอันดับการค้นหาและการทำ SEO ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

เพราะฉะนั้นแล้ว การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการอัปเดตของระบบอัลกอริทึม ถือเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยรักษาและปรับปรุงอันดับเว็บไซต์ของคุณ อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญ คือ การมุ่งเน้นไปที่การสร้างเนื้อหาคุณภาพสูง เพิ่มประสิทธิภาพให้กับการทำ On-page SEO และการได้รับ Backlinks คุณภาพสูง จะทำให้การทำ SEO ประสบความสำเร็จในระยะยาวภายใต้การเปลี่ยนแปลงของอัลกอริทึมของเครื่องมือค้นหาที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

6 ทำ SEO ให้ เพิ่มยอดขาย

ได้อย่างไร?



6.1

ค้นหาคีย์เวิร์ดของธุรกิจ

คีย์เวิร์ด เป็นรากฐานที่สำคัญของการทำ SEO เนื่องจากคีย์เวิร์ดเหล่านี้ คือ ตัวแทนของคำและวลีที่ผู้ใช้งานทำการป้อนลงในเครื่องมือค้นหาเพื่อค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง คีย์เวิร์ดที่จะช่วยให้ SEO ประสบความสำเร็จดังนี้

- ทำความเข้าใจกับพฤติกรรมการค้นหา และความชอบของกลุ่มเป้าหมายของคุณ
- ค้นพบแนวทางในการทำคอนเทนต์บนเว็บไซต์ ที่ดึงดูดใจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
- ปรับองค์ประกอบบนหน้าเว็บไซต์ของคุณด้วยคีย์เวิร์ด เพื่อช่วยให้เครื่องมือค้นหาสามารถมองเห็นได้ดีขึ้น

ประเภทของคีย์เวิร์ด (Types of Keywords)

มีประเภทของคีย์เวิร์ดที่คุณควรเลือกพิจารณาเมื่อวางแผนการใช้คีย์เวิร์ด ดังนี้

1

คีย์เวิร์ดแบบกว้าง (Generic Keywords)

เป็นคีย์เวิร์ด หรือวลีสั้น ๆ ทั่วไปที่จะมีเพียงแค่นึงหรือสองคำ ตัวอย่างเช่น "รองเท้าวิ่ง" โดยทั่วไปแล้วคีย์เวิร์ดแบบนี้จะมีการแข่งขันสูงเช่นเดียวกัน

2

คีย์เวิร์ดแบบเฉพาะเจาะจง (Long-tail Keywords)

เป็นคำที่ยาวและมีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะประกอบไปด้วยคำตั้งแต่สามคำขึ้นไป ตัวอย่างเช่น "รองเท้าวิ่งเทรลที่ดีที่สุดสำหรับผู้หญิง" โดยคีย์เวิร์ดแบบยาวมักจะมีปริมาณการค้นหาที่ต่ำกว่า แต่มีการแข่งขันที่น้อยกว่าและก่อให้เกิดอัตราการเข้าชมเนื้อหาในเว็บไซต์ที่สูงกว่า

3

คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ (Brand Keywords)

คีย์เวิร์ดเหล่านี้ คือ คำค้นหาที่มีชื่อแบรนด์ในรูปแบบที่เฉพาะเจาะจง ตัวอย่างเช่น "รองเท้าวิ่ง ยี่ห้อ A" โดยการเลือกกำหนดเป้าหมายโดยการใช้คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์จะมีประโยชน์ในการช่วยดึงดูดผู้ใช้งานที่สนใจในแบรนด์ของคุณอยู่แล้ว

รองเท้าวิ่ง



รองเท้าวิ่งถนน
พื้นโฟมออกใหม่



รองเท้าวิ่งยี่ห้อ A รุ่น B



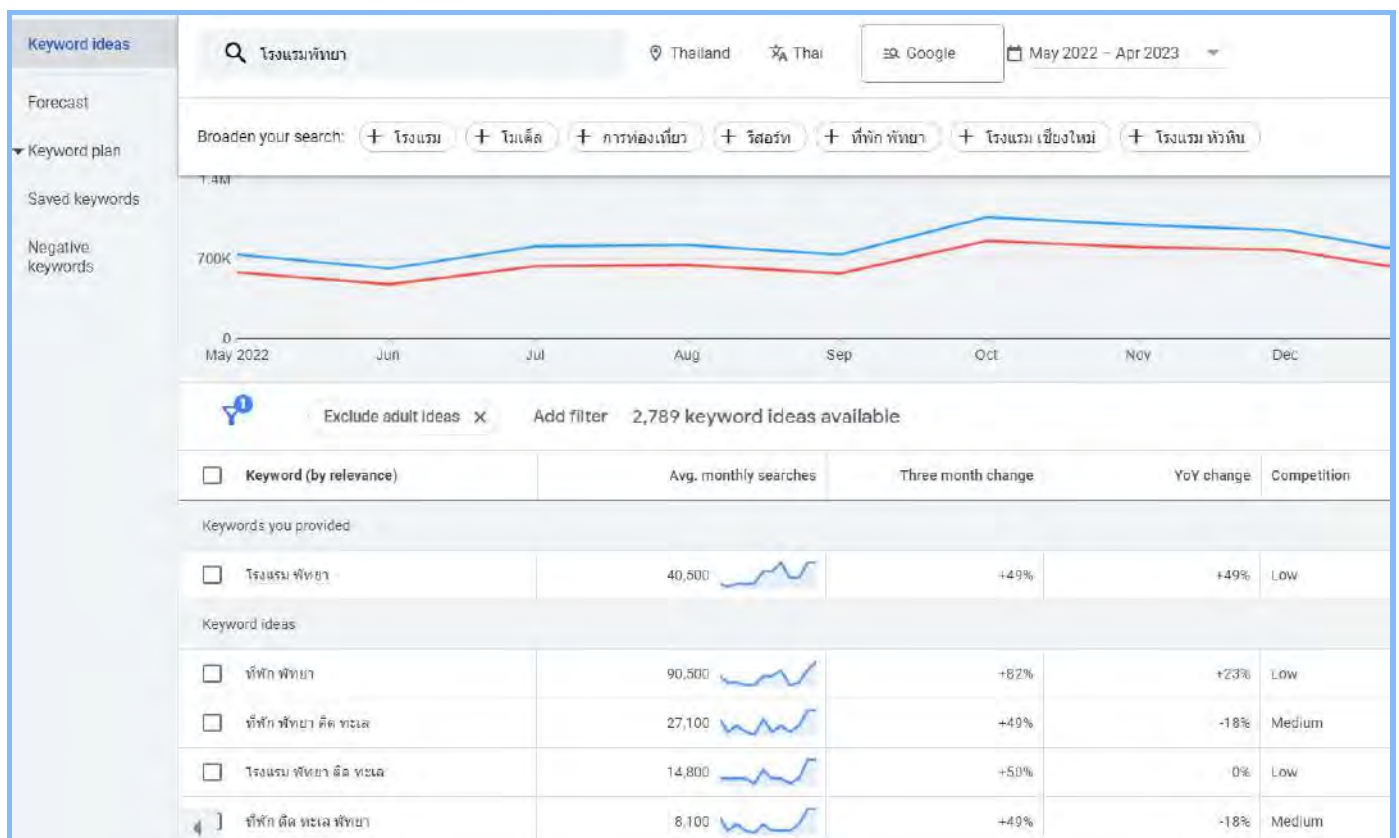
เครื่องมือในการค้นหาคีย์เวิร์ด

Google Keyword Planner

เป็นเครื่องมือในการค้นหาคีย์เวิร์ดแบบฟรีจาก Google Ads ที่สามารถช่วยแนะนำคีย์เวิร์ด ปริมาณการค้นหา (Search Volume) และข้อมูลการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับการค้นหาคีย์เวิร์ด

ตัวอย่างการอ่านข้อมูลจาก Keyword Planner

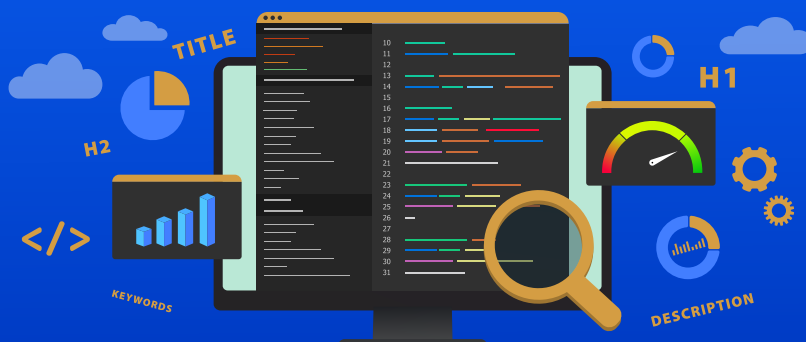
เมื่อมีการเลือกกำหนดเป้าหมายโดยการใช้คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สิ่งที่สำคัญ คือ การต้องพิจารณาระดับการแข่งขันที่คุณกำลังจะต้องเผชิญหน้าโดยคีย์เวิร์ดที่มีการแข่งขันสูงอาจทำให้เว็บไซต์ติดอันดับได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเว็บไซต์ใหม่หรือเว็บไซต์ที่มีขนาดเล็กกว่า เลือกและกำหนดคีย์เวิร์ดเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมของคุณได้มากที่สุดเพื่อการสร้างโอกาสที่ดีที่สุดในการประสบความสำเร็จจากการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา



6.2

การทำ On-Page SEO

การทำ On-Page SEO หมายถึง การปรับแต่งหน้าเว็บไซต์แต่ละหน้า รวมถึงเนื้อหา และโค้ด HTML เพื่อเป้าหมายในการช่วยปรับปรุงการแสดงผลบนหน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหา (SERP) โดยแง่มุมที่สำคัญของการทำ On-Page SEO มีดังนี้



การเพิ่มประสิทธิภาพให้ Meta Title และ Description

- Title tags: ควรมีความเป็นเอกลักษณ์ สามารถสื่อความหมาย และประกอบไปด้วยคีย์เวิร์ดหลักสำหรับหน้าเพจ
- Meta Descriptions: ควรสรุปเนื้อหาทั้งหมดออกมาได้อย่างกระชับ และมีการใส่คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องโดยที่คีย์เวิร์ดไม่ควรมีความซ้ำซ้อนหรือมีจำนวนมากเกินไป

แท็กหัวเรื่อง (Heading Tag)

- การใช้แท็กหัวเรื่อง (H1, H2, H3 ฯลฯ) จะช่วยให้เครื่องมือค้นหาเข้าใจโครงสร้างและลำดับชั้นของเนื้อหาได้ดีมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยปรับปรุงคุณภาพในการอ่านสำหรับผู้ใช้งานได้เช่นกัน

การปรับแต่งรูปภาพให้เหมาะสม

- ใช้ชื่อไฟล์ที่มีคีย์เวิร์ดและคำอธิบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปภาพ
- บีบอัดขนาดไฟล์รูปภาพให้เล็กลง เพื่อลดระยะเวลาในการโหลดหน้าเว็บ
- เพิ่ม Alt Text หรือ คำอธิบายรูปภาพ ลงไปในรูปภาพ โดยใช้คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องในการอธิบายเนื้อหาของรูปภาพ เพื่อช่วยทำให้เครื่องมือค้นหาเข้าใจ

ลิงก์ภายใน (Internal Link)

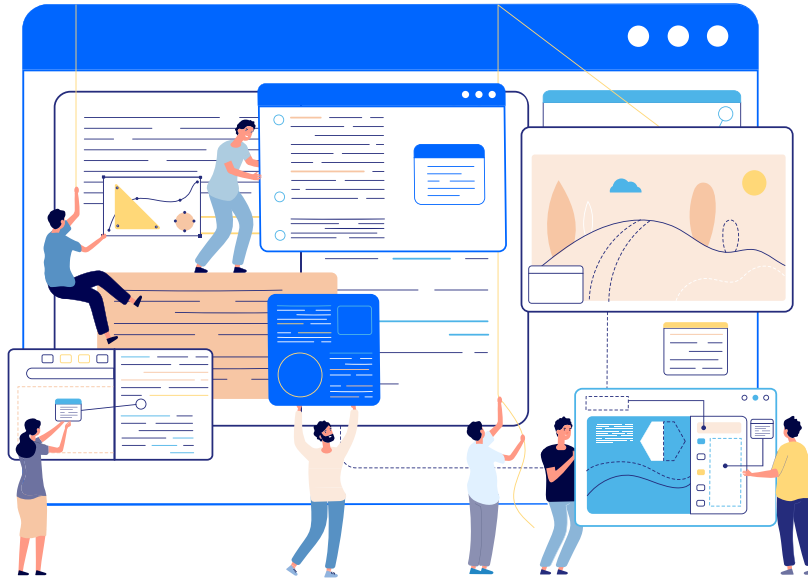
- ใช้ Anchor Text หรือ ลิงก์ตัวอักษรที่สามารถกดคลิกไปยังหน้าที่ต้องการได้ ที่สื่อความหมายและเต็มไปด้วยคีย์เวิร์ดสำหรับ Internal Linking
- ใช้ Internal Linking ไปยังหน้าเว็บที่เกี่ยวข้อง ซึ่งให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหา

การเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเนื้อหาและการใช้คีย์เวิร์ด

- ใช้คีย์เวิร์ดอย่างเป็นธรรมชาติตลอดทั้งเนื้อหา รวมถึงชื่อเรื่อง หัวข้อเรื่อง และเนื้อความ
- ปรับแต่งเนื้อหาของคุณให้อ่านง่ายขึ้น โดยการใช้ย่อหน้าสั้น ๆ สัญลักษณ์แสดงหัวข้อย่อย หรือองค์ประกอบมัลติมีเดีย เช่น รูปภาพ และวิดีโอ และอัปเดตและปรับปรุงเนื้อหาของคุณอยู่เสมอ

6.3

การทำ SEO ในเชิงเทคนิค (Technical SEO)



ความเร็วและประสิทธิภาพของไซต์

หน้าเว็บไซต์ที่สามารถโหลดได้อย่างรวดเร็วช่วยทำให้การใช้งานดีขึ้นและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้และเครื่องมือค้นหาด้วย

แสดงผลได้ดีในโทรศัพท์มือถือ

- ออกแบบให้เหมาะสมกับขนาดของหน้าจอมือถือ แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์รุ่นต่างๆ
- ตรวจสอบให้แน่ใจว่าปุ่ม ลิงก์ และองค์ประกอบอื่น ๆ สามารถคลิกและเข้าถึงได้ง่ายบนอุปกรณ์มือถือ
- ปรับรูปภาพและเนื้อหาให้เหมาะสมกับอุปกรณ์มือถือ เพื่อลดเวลาในการโหลดและช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพในการอ่านให้ดียิ่งขึ้น
- ทดสอบความเหมาะสมของเว็บไซต์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยการเลือกใช้เครื่องมือทดสอบต่าง ๆ เช่น Google's Mobile-Friendly Test

6.4

การทำ Off-Page SEO

ความสำคัญของการทำ Backlinks

Backlinks คือ การทำลิงก์จากเว็บไซต์อื่น ๆ กลับเข้าที่เว็บไซต์ของคุณ โดยการทำให้ Backlinks ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดประสิทธิภาพและความเกี่ยวข้องของเว็บไซต์ของคุณในมุมมองของเครื่องมือค้นหา โดยยิ่งเว็บไซต์ของคุณมีการทำ Backlinks ที่มีคุณภาพสูงมากเท่าไรก็จะยิ่งทำให้เว็บไซต์ของคุณมีโอกาสที่จะอยู่ในอันดับที่สูงมากขึ้นเท่านั้น

คุณภาพ VS ปริมาณในการทำ Backlinks

แม้ว่าการมี Backlinks จำนวนมากอาจจะดูเหมือนเป็นเรื่องดี แต่ในความเป็นจริงแล้วนั้นคุณภาพของ Backlinks เหล่านั้นถือได้ว่ามีความสำคัญมากกว่าปริมาณ เนื่องจากเครื่องมือค้นหาส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับลิงก์จากเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้ในอุตสาหกรรมของคุณ และถือว่าลิงก์เหล่านั้นมีค่ามากกว่าลิงก์จากเว็บไซต์ที่มีคุณภาพต่ำหรือไม่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ในการสร้าง Backlinks

มีกลยุทธ์ในการสร้างลิงก์มากมายที่สามารถช่วยทำให้เว็บไซต์ของคุณได้รับ Backlinks ที่มีประสิทธิภาพ โดยหนึ่งในกลยุทธ์ที่ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด คือ การสร้างเนื้อหาคุณภาพสูง เพื่อให้เว็บอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมของคุณต้องการทำลิงก์มาหาเองโดยธรรมชาติ นอกจากนั้นคุณสามารถติดต่อไปยังเจ้าของเว็บไซต์รายอื่น ๆ และเสนอการทำเนื้อหาให้บนเว็บไซต์ของพวกเขา และขอให้เขาทำลิงก์มายังเนื้อหาของคุณเป็นการตอบแทน และอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญคือการเข้าร่วมในชุมชนออนไลน์ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมของคุณเพื่อร่วมแบ่งปันเนื้อหาของคุณกับชุมชนเหล่านั้น และทำลิงก์มาที่เว็บไซต์ของคุณ

สื่อสังคมออนไลน์และการทำ SEO

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) สามารถมีบทบาทในการทำ SEO ของคุณ โดยถึงแม้ว่า การถูกใจ การแชร์ และความคิดเห็น จะไม่ส่งผลกระทบต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา แต่โซเชียลมีเดียก็ส่งผลต่อการมองเห็นเว็บไซต์ของคุณที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ การโปรโมตเนื้อหาของคุณบนโซเชียลมีเดียยังสามารถช่วยเพิ่มการเข้าชมเว็บไซต์ของคุณและเพิ่มการมีส่วนร่วมกับผู้ชมของคุณได้อีกด้วย

7



ทำ SEO ได้แค่ไหน?

7.1 ทำ SEO ด้วยตัวเอง

การทำ SEO ด้วยตัวเองเป็นทางเลือกสำหรับธุรกิจที่มีเวลาและ เพราะคุณไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินให้คนอื่นทำงานให้คุณ มีข้อดี ข้อเสีย สรุปได้ดังนี้

ข้อดี	ข้อเสีย
ประหยัดค่าใช้จ่าย : ประหยัดเงินในการจ้างคนอื่นทำแทนคุณได้ และคุณสามารถควบคุมแนวทางการทำ SEO ได้อย่างสมบูรณ์และสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว มีโอกาสในการเรียนรู้ด้วยตนเอง : การเรียนรู้เกี่ยวกับ SEO และนำไปปฏิบัติด้วยตนเอง คุณจะได้รับความรู้และทักษะอันมีค่า	ใช้เวลานาน : SEO ต้องใช้เวลาและความพยายามอย่างมาก และคุณอาจต้องใช้เวลานานเพื่อดำเนินการดังกล่าว มีโอกาสไม่สำเร็จ : SEO อาจซับซ้อนและมีอะไรมากมายที่ต้องเรียนรู้เพื่อที่จะทำ SEO อย่างมีประสิทธิภาพ หากมีความเชื่อวชาญที่จำกัด ไม่มีพื้นฐานด้าน SEO หรือการตลาดดิจิทัล คุณอาจไม่สามารถทำ SEO ให้สำเร็จได้

7.2 จ้างฟรีแลนซ์เพื่อทำ SEO ให้คุณ

การจ้างผู้เชี่ยวชาญ SEO ฟรีแลนซ์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับธุรกิจที่ต้องการจ้างงาน SEO จากภายนอก นี่อาจเป็นตัวเลือกที่ดีหากคุณไม่มีความเชี่ยวชาญหรือทรัพยากรในการทำ SEO ด้วยตัวเอง มีข้อดี ข้อเสีย สรุปได้ดังนี้

ข้อดี	ข้อเสีย
ประหยัดค่าใช้จ่าย : อาจมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการจ้างพนักงานประจำหรือบริษัทรับทำ SEO ความยืดหยุ่น : มีความยืดหยุ่นในการจ้างฟรีแลนซ์เป็นระยะเวลาดสั้น ๆ หรือยาวตามที่ธุรกิจต้องการ ความเชี่ยวชาญ : ฟรีแลนซ์อาจมีความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ในการทำ SEO มากกว่าคุณ	การควบคุมคุณภาพ : อาจเป็นเรื่องยากที่จะรับประกันคุณภาพของงานที่ทำโดยฟรีแลนซ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากคุณไม่มีความสัมพันธ์ในการทำงานที่ดีกับพวกเขา ความทุ่มเท : ฟรีแลนซ์อาจมีลูกค้านรายอื่นและไม่มีความพร้อมในการทำงานให้คุณ ปัญหาด้านการสื่อสาร : อาจจะคุยกันไม่เข้าใจ

7.3

จ้างบริษัทผู้เชี่ยวชาญด้าน SEO

การจ้างบริษัทผู้เชี่ยวชาญด้าน SEO เป็นทางเลือกที่ครอบคลุมที่สุดสำหรับธุรกิจที่ต้องการจ้างงาน SEO จากภายนอก นี่อาจเป็นตัวเลือกที่ดีหากคุณต้องการทำงานร่วมกับทีมผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้บริการ SEO ได้หลากหลาย มีข้อดี ข้อเสีย สรุปได้ดังนี้

ข้อดี	ข้อเสีย
ความเชี่ยวชาญ : บริษัท SEO มีทีมผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้บริการได้ครอบคลุมทั้งกระบวนการทำ SEO ที่กล่าวมาข้างต้น เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพในหน้าเว็บ การสร้างลิงก์ และอื่นๆ การควบคุมคุณภาพ : บริษัท SEO ได้กำหนดกระบวนการและมาตรการควบคุมคุณภาพเพื่อให้แน่ใจว่างานของพวกเขาเป็นไปตามมาตรฐานระดับสูง มุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ : บริษัท SEO มักจะมุ่งเน้นไปที่การส่งมอบผลลัพธ์ให้กับลูกค้าของตน ซึ่งจะช่วยให้คุณบรรลุเป้าหมาย SEO ของคุณได้	ค่าใช้จ่าย : บริษัท SEO อาจมีราคาสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากคุณต้องการบริการต่อเนื่อง ปัญหาการยืดหยุ่น : หากคุณทำงานกับบริษัท SEO ขนาดใหญ่ คุณอาจประสบปัญหาในการปรับเปลี่ยนการทำ SEO เช่น ไม่สามารถเปลี่ยน Keywords ได้ เนื่องจากมีการทำสัญญาไปแล้ว

ตัวเลือก	ข้อดี	ข้อเสีย
การทำ SEO ด้วยตัวเอง	- ประหยัดค่าใช้จ่าย - ควบคุมกลยุทธ์ SEO ได้และเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว - มีโอกาสเรียนรู้และได้รับทักษะมีค่า	- ใช้เวลานาน - โอกาสไม่สำเร็จเนื่องจากความเชี่ยวชาญจำกัด
การจ้างฟรีแลนซ์	- ประหยัดค่าใช้จ่าย - ยืดหยุ่นในการจ้างในโครงการสั้นหรือยาวตามที่ต้องการ - มีโอกาสหาฟรีแลนซ์ที่มีทักษะ	- ควบคุมคุณภาพยาก - อาจมีความทึ่มทู่และความพร้อมจำกัด - อาจมีปัญหาด้านการสื่อสาร
การจ้างบริษัท SEO	- มีความเชี่ยวชาญในกระบวนการ SEO - มาตรการควบคุมคุณภาพสูง - มุ่งเน้นผลลัพธ์สำหรับลูกค้า	- มีค่าใช้จ่ายสูง - ต้องทำตามแผนงานหรือสัญญาที่ตกลงไว้

8



การวางกลยุทธ์ ในการทำ SEO คืออะไร

ขั้นตอนแรกในการวางกลยุทธ์ในการทำSEOคือการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เช่น การเพิ่มผู้ชมเว็บไซต์ เพิ่มผู้ติดต่อ (Leads) เพิ่มยอดขาย และวิเคราะห์คีย์เวิร์ดทั้งแบบกว้าง แบบเฉพาะเจาะจง และแบบแบรนด์

8.1 การวิเคราะห์จุดเด่นของตัวเองและคู่แข่ง

การวิเคราะห์จุดเด่นของตนเองและคู่แข่งจะสามารถช่วยให้คุณหาโอกาสทางธุรกิจ จุดเด่น จุดขาย ความแตกต่างจากคู่แข่ง และพัฒนาแผนการที่จะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณเองมีความโดดเด่นในผลการค้นหา การวิเคราะห์ตัวเองและคู่แข่งรวมถึงการวิเคราะห์การจัดอันดับของคีย์เวิร์ด ประสิทธิภาพของ Backlinks การสร้างเนื้อหา และการแสดงตัวตนบนโซเชียลมีเดีย

8.2 การสร้างคอนเทนต์แพลน

การสร้างคอนเทนต์แพลนจะเกี่ยวข้องกับการระบุหัวข้อและคีย์เวิร์ดที่กลุ่มเป้าหมายของคุณกำลังค้นหา และการสร้างเนื้อหาคุณภาพสูงที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความสนใจของพวกเขาได้เป็นอย่างดี โดยคอนเทนต์แพลนของคุณควรประกอบไปด้วยเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย อาทิ บล็อกโพสต์ อินโฟกราฟิก วิดีโอ และเนื้อหาโซเชียลมีเดีย

8.3 การตรวจสอบและปรับกลยุทธ์

การตรวจสอบการเข้าชมเว็บไซต์และการจัดอันดับคีย์เวิร์ด การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ของคุณ จะช่วยในการปรับกลยุทธ์การทำ SEO เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของคุณได้ดีมากยิ่งขึ้น การปรับกลยุทธ์การทำ SEO ยังรวมไปถึงการอัปเดตคอนเทนต์แพลนของคุณสำหรับคีย์เวิร์ดใหม่ ๆ หรือปรับกลยุทธ์การสร้างลิงก์หรือโซเชียลมีเดียของคุณ เพื่อให้หน้าคู่แข่งบนหน้าเครื่องมือค้นหา

9

การวัดผลความสำเร็จของ การทำ SEO อย่างไร?



Google Analytics

Google Analytics เป็นเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ที่ให้บริการโดย Google ซึ่งช่วยให้คุณสามารถติดตามและวิเคราะห์การเข้าชมเว็บไซต์และพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้โดยการติดตั้งโค้ดติดตาม (tracking code) ลงบนเว็บไซต์ของคุณ ซึ่งคุณสามารถติดตามแหล่งที่มา หน้าที่เข้าชม และระยะเวลาที่ผู้ชมอยู่บนเว็บไซต์ของคุณ และข้อมูลอื่น ๆ อีกมาก ซึ่งจะช่วยให้คุณเข้าใจได้ว่า การทำ SEO มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

นอกจากนี้ Google Analytics ยังสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลประชากรของผู้ใช้ (demographics), behavior flow, และอัตรา Conversion ได้อีกด้วย

Google Search Console

Google Search Console เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือจาก Google ที่ช่วยให้คุณสามารถตรวจสอบและปรับปรุงการแสดงผลของเว็บไซต์ของคุณในผลการค้นหาของ Google โดยเมื่อทำการยืนยันเว็บไซต์ของคุณด้วย Google Search Console คุณก็จะได้รับการแจ้งเตือนเกี่ยวกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับเว็บไซต์ของคุณ เช่น ข้อผิดพลาดในการรวบรวมข้อมูล ปัญหาการใช้งานบนมือถือ หรือปัญหาด้านความปลอดภัย โดยที่คุณยังสามารถส่งแผนผังเว็บไซต์ ตรวจสอบการจัดอันดับคีย์เวิร์ด ได้อีกด้วย



โดยสรุป การทำ SEO เป็นศาสตร์ที่มีความซับซ้อนและต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยการปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติใน E-book เล่มนี้ และการติดตามแนวโน้มหรือกลยุทธ์ในการทำ SEO อยู่เสมอ คุณจะก็สามารถเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ของคุณให้มีความเหมาะสมกับเครื่องมือค้นหาและติดอันดับได้ดียิ่งขึ้นในผลการค้นหา ซึ่งการทำ SEO เป็นวิธีช่วยธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดวิธีหนึ่ง

10 บริการ SMART SEO ของ Readyplanet ได้อย่างไร?



10.1 | ยกระดับคุณภาพเว็บไซต์ในภาพรวม 10-40 คีย์เวิร์ดสำคัญของธุรกิจท่าน

ให้เว็บไซต์ของคุณมีทั้งคุณภาพและประสิทธิภาพในระยะยาวเพิ่มการมองเห็นและการคลิกเข้าชมเว็บไซต์การติดอันดับที่ติดบน Google ช่วยเพิ่มโอกาสให้มี Traffic ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่กำลังค้นหาสินค้าหรือบริการ ผ่านคีย์เวิร์ดต่างๆ เข้ามายังเว็บไซต์ของคุณมากขึ้น



ได้ลูกค้าตัวจริงเพิ่มขึ้น จากหลากหลายคีย์เวิร์ดสำคัญ



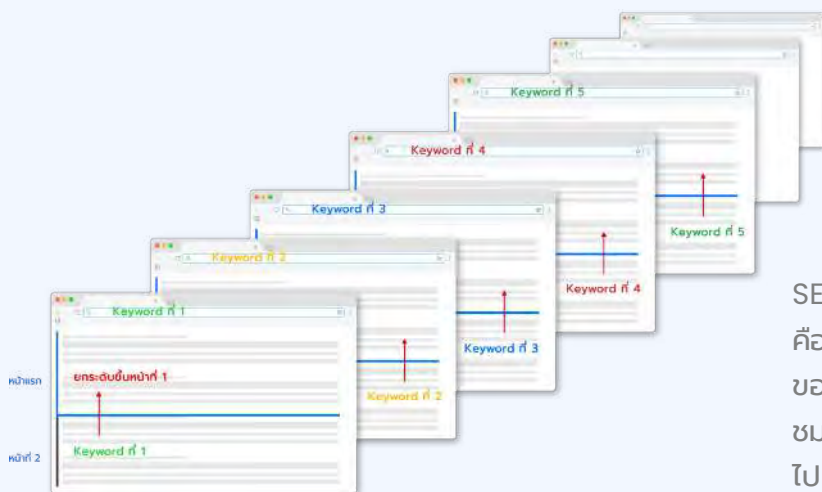
ช่วยให้ธุรกิจประหยัด ค่าโฆษณาได้มากขึ้น



การวางแผน Keyword ที่หลากหลายตาม Purchase Funnel ของธุรกิจ



ได้เว็บไซต์ที่เป็นระเบียบและมีประสิทธิภาพมากกว่าที่เคย



ยกระดับ 10-40 คีย์เวิร์ด

ให้ติดอันดับที่ดีขึ้น (ไม่จำเป็นต้องหน้าแรก)

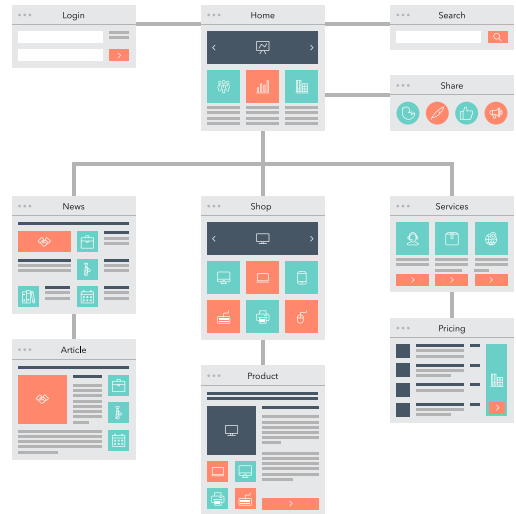
SEO ย่อมาจาก Search Engine Optimization คือการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับในหน้าผลการค้นหาของ Search Engine เพื่อการมองเห็นและเพิ่มผู้เข้าชมเว็บไซต์เข้ามายังเว็บไซต์ของคุณมากขึ้นจนเปลี่ยนไปเป็นยอดขายได้ในที่สุด

10.2 | On-Page SEO

ปรับแต่งเนื้อหาภายในเว็บไซต์ของคุณเพื่อเพิ่มโอกาสให้คอนเทนต์ถูกจัดอยู่ในลำดับที่ดีขึ้น โดยการทำ On-Page SEO บนเว็บไซต์ของคุณ

- โครงสร้างเว็บไซต์
- Keyword ในแต่ละ Web page
- Title Tag, Meta Description
- Internal Links ไปยังหน้าอื่นๆ & Anchor Text
- Menu , URL , Sitemap
- การใส่ชื่อรูปภาพ Image Alt Text
- อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

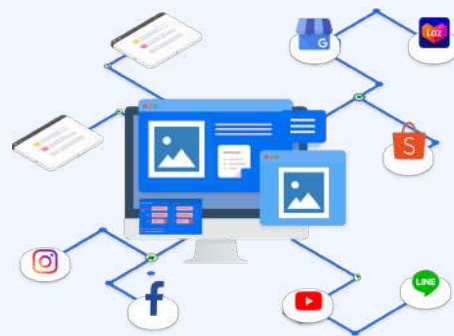
เข้ามายังเว็บไซต์ของคุณมากขึ้น



10.3 | Off-Page SEO

สร้าง Backlink จากแพลตฟอร์มหรือเว็บไซต์อื่นช่วยเพิ่มอันดับ SEO ของคุณ เช่น การสร้าง Link กลับมายังเว็บไซต์ หน้าที่ความหรือการสร้างลิงก์จาก Social Media เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ในมุมมองของ Google

- การเพิ่ม Backlink จากเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือ
- Articles Submission
- Social Media (Facebook/IG/YouTube)
- Google My Business
- E-Marketplace (Shopee/Lazada)
- Directories
- อื่นๆที่เกี่ยวข้อง



10.4 | Contents & Conversions



สร้าง Content ครอบคลุมเชิงลึก และน่าสนใจ มีการใส่คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มโอกาสในการแสดงผลเมื่อค้นหาธุรกิจของคุณ

- ปรับแต่ง Content บนหน้าเว็บไซต์ให้อ่านง่าย
- มีหัวข้อหลัก (H1) และ หัวข้อรอง (H2) และสัมพันธ์กับ Keywords
- จัดวางได้อย่างน่าสนใจ ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือกับกลุ่มเป้าหมาย
- ถูกต้องตามหลักการของ Google
- เกิด Conversions ตามวัตถุประสงค์แต่ละธุรกิจเข้ามายังเว็บไซต์ของคุณมากขึ้น

10.5 | Blog

เราช่วยคุณสร้าง SEO Blog Content (ภาษาไทย)

ให้เว็บไซต์ของคุณแข็งแกร่งขึ้นในระยะยาว

- เพิ่ม Keywords สำคัญที่เกี่ยวข้องใน Blog นั้น
- เพิ่ม Website Traffic ที่มีคุณภาพให้กับเว็บของคุณ
- สร้าง Content ให้ได้คุณภาพ เพิ่มโอกาสติดอันดับ
- ได้ประโยชน์ในการสร้าง Conversions



ตัวอย่างรายงานบางส่วนที่คุณจะได้รับ

Traffic from SEO

Period	Users	New Users	Pages/Vis	Pages / User	Session Duration	Source Ratio
Jan 1-10	276	196	397	2.51	2:34 min	46.87%
Jan 11-20	298	186	297	2.44	2:18 min	47.47%
Jan 21-31	390	280	485	2.48	2:37 min	48.25%
Feb 1-10	268	204	325	2.58	2:07 min	45.85%
Feb 11-20	354	257	420	2.40	2:17 min	50.47%
Feb 21-28	294	243	343	2.51	2:08 min	50.44%
Mar 1-10	285	203	322	2.45	2:18 min	45.03%
Mar 11-20	180	141	216	2.49	1:41 min	51.16%
Mar 21-31	287	192	306	2.77	2:27 min	50.33%

ตัวอย่างรายงานอันดับของคีย์เวิร์ดสำคัญ

Keyword	Keywords & Rankings							
	Jan 1-10	Jan 11-20	Jan 21-31	Feb 1-10	Feb 11-20	Feb 21-28	Mar 1-10	Mar 11-20
Keyword A	2	2	2	1	1	1	1	1
Keyword B	3	2	2	1	1	1	1	1
Keyword C	3	2	2	2	2	2	1	1
Keyword D	5	4	3	3	3	3	2	2
Keyword E	10	10	9	10	9	8	5	5
Keyword F	14	14	14	12	12	12	10	10
Keyword G	14	14	14	12	12	12	10	10
Keyword H	16	16	16	12	12	12	10	10

10.6 | Report

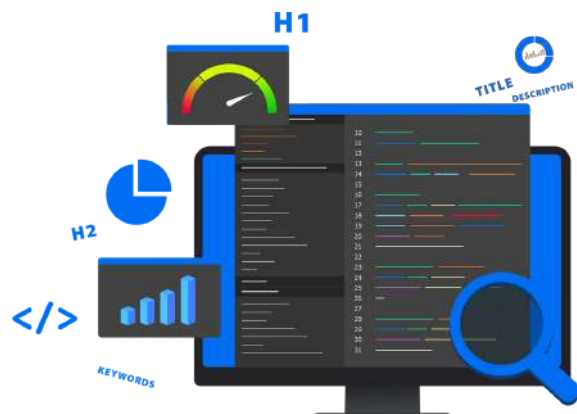
การวิเคราะห์ผลเป็นสิ่งสำคัญมากและต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้นำมาปรับปรุงผลการทำ SEO ของคุณให้ดีขึ้น

- การติดตั้ง Google Analytics
- การติดตั้ง Search Console
- การติดตั้ง R-Widget
- รายงานผลอันดับบนหน้าผลการค้นหา
- รายงานสถิติผู้เข้าชมเว็บไซต์จากทาง Organic
- รายงานสถิติ Conversion Report
- การเปลี่ยนจากผู้เข้าชมเป็นโอกาสทางธุรกิจที่คาดหวังจนเปลี่ยนไปเป็นยอดขายได้ในที่สุด

10.7 | Setup Website

สร้าง Performance Based Website ทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพให้ทำงานทำเงินได้เต็มที่บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่ต้องการ

- ประเมินปัจจัยพื้นฐาน และ Setup Website
- ติดตั้ง Google Tag Manager , Google Analytics
- ติดตั้ง Google Search Console
- ตรวจสอบผล SEO จากรายงานต่างๆ



10.8 | มีระบบการทำงานที่ชัดเจนและต่อเนื่อง

เรามีแผนงานอย่างชัดเจนและติดตามผลต่อเนื่องให้คีย์เวิร์ดที่มีศักยภาพติดอันดับตรงจุดประสงค์และได้ประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้มี Traffic เข้ามายังเว็บไซต์ได้อย่างต่อเนื่องเราทำงานแบบ ROI Focused วัดผล Conversions ชัดเจน รายคีย์เวิร์ด ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับธุรกิจของคุณ



10.9 | เรามีทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้าน SEO ที่มากด้วยประสบการณ์

ที่เรดดี้แพลนเน็ต เรามีทีมผู้เชี่ยวชาญด้าน SEO โดยเฉพาะ มีผลงานและความสำเร็จในการทำ SEO ให้กับองค์กรต่างๆ เราพร้อมช่วยคุณทำ SEO ที่ปลอดภัยแบบระยะยาว พร้อมความพิเศษกว่าที่อื่นคุณจะได้รับเครื่องมือ MarketingTech ที่ทรงพลังและครอบคลุมเครื่องมือการขายการตลาดและระบบลูกค้าสัมพันธ์แบบ All-in-One



เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ค้นหาธุรกิจของคุณ
ด้วยบริการ SMART SEO ของ Readyplanet
ที่ออกแบบมาเพื่อยกระดับเว็บไซต์ในภาพรวม

แพ็คเกจ SMART SEO

เริ่มต้นสร้างความสำเร็จและความได้เปรียบเหนือคู่แข่งแบบยั่งยืนด้วยบริการ
SMART SEO ที่เน้น Performance Based และ ROI Focused โดยทีมผู้
เชี่ยวชาญด้าน SEO ที่มากด้วยประสบการณ์ของเรดดีแพลนเนต

ค่าบริการเริ่มต้น
15,000 บาท / เดือน



บริษัท เรดดีแพลนเนต จำกัด (มหาชน)
www.readyplanet.com/smart-seo
โทร 02-016-6789 (24ชม.)