

บทที่ 4

การทำ SEO สำหรับเว็บไซต์ www.beauty-melody.com

จากการรวบรวมข้อมูล ทฤษฎี และแนวทางการทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ SEO สามารถนำมาประยุกต์ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์บริษัทวีดีโอโลดี (www.beauty-melody.com) ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดเป้าหมายการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ แบบ SEO
2. วิธีดำเนินการ SEO
 - 2.1 การกำหนดคีย์เวิร์ด (Key word)
 - 2.2 การจัดทำ On-Page Optimization
 - 2.3 การจัดทำ Off-Page Optimization
 - 2.4 การวิเคราะห์และติดตามผล
3. สรุปผลการทำ SEO ต่อการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์วีดีโอโลดี

การกำหนดเป้าหมายการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์แบบ SEO

ในเบื้องต้นผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบการทำ SEO ในช่วงระยะสั้น คือ คาดหวังผลลัพธ์ในช่วง 1-6 เดือน เนื่องจากการทำ SEO มีปัจจัยทั้งภายนอกและภายในประกอบเป็นจำนวนมาก ระยะเวลาที่เป็นไปได้เร็วที่สุดคือ 1-6 เดือน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น การปรับเปลี่ยนอัลกอริทึมของเสิร์ชเอนจินเองในระหว่างทำ SEO หรือเว็บไซต์คู่แข่งที่กำลังคิดอันดับต้นๆ อยู่แล้ว อาจจะทำ SEO อย่างสม่ำเสมอ อันจะส่งผลให้ผลการทำ SEO มีผลล่าช้าออกไปได้

เป้าหมายอีกประการหนึ่งก็คือเพื่อเพิ่มจำนวนคนเข้าชมเว็บไซต์ให้มีมากขึ้น โดยการวางเป้าหมายในเบื้องต้นนี้คาดหวังให้มีจำนวน Pageviews³⁰ เฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 โดยคิดเปรียบเทียบจากจำนวน Pageviews เฉลี่ยในช่วงเวลาก่อนการทำ SEO ตั้งแต่เริ่มต้นจัดตั้งเว็บไซต์ คือ เดือนมิถุนายน 2551 จนถึงเดือนเมษายน 2552 ที่มีเฉลี่ยประมาณ 76 Pageviews ต่อวัน (อ้างอิงจากข้อมูลในตารางที่ 4.1) นั่นคือวางเป้าหมายในระหว่างที่ทำ SEO ให้มี Pageviews เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 114 Pageviews ต่อวัน

³⁰ จำนวนครั้งของเว็บไซต์ที่ถูกเปิดเข้าชม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน Pageviews ในแต่ละเดือน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2551 ถึง เมษายน 2552

เดือน	Pageviews
มิถุนายน 2551	1,289
กรกฎาคม 2551	3,353
สิงหาคม 2551	3,167
กันยายน 2551	1,945
ตุลาคม 2551	2,179
พฤศจิกายน 2551	3,201
ธันวาคม 2551	2,152
มกราคม 2552	1,722
กุมภาพันธ์ 2552	1,543
มีนาคม 2552	2,248
เมษายน 2552	2,484

วิธีดำเนินการ SEO

1. การกำหนดคีย์เวิร์ด (Keyword)

ทางผู้ศึกษาได้ใช้เวลาดำเนินการกำหนดคีย์เวิร์ดประมาณ 2 สัปดาห์ เนื่องจากเป็นเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพสตรี หลายประเภทได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เครื่องสำอาง กระเป๋าแฟชั่น และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น ทางเจ้าของเว็บไซต์ มีความต้องการเร่งประชาสัมพันธ์ตัวสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ดังนั้น Keyword³¹ หลักจึงเป็นคำว่า เครื่องสำอาง และเมื่อตรวจสอบจาก Google Suggestion มี Keyword แนะนำขึ้นมาอีก 2 คำ ได้แก่คำว่า เครื่องสำอางเกาหลี และคำว่า เครื่องสำอางญี่ปุ่นจึงได้ทำการกำหนด Keyword หลักเป็นคำว่า “เครื่องสำอาง” และกำหนด Keyword รองเป็นคำว่า “เครื่องสำอางเกาหลี” และคำว่า “เครื่องสำอางญี่ปุ่น” จากนั้นจึงได้ทำการตรวจสอบ Keyword (Keyword Research) ทั้ง 3 คำดังกล่าว กับเครื่องมือค้นหาเว็บไซต์ต่างๆ (Search Engine) ที่ติดอันดับต้นๆอยู่ในปัจจุบัน ว่าแต่ละ Keyword นั้น ในเสิร์ชเอ็นจิ้นได้จัดเก็บจำนวนเว็บไซต์คู่แข่งไว้ทั้งหมดกี่หน้า และในเสิร์ชเอ็นจิ้น

³¹ คำสำคัญที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลจากเสิร์ชเอ็นจิ้น

หลัก (Google) ในหน้าแรกของผลลัพธ์การค้นหา (SERP) ในแต่ละ Keyword คู่แข่งมีความหนาแน่นมากน้อยเพียงใด จึงได้ผลลัพธ์ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการตรวจสอบจำนวนเว็บไซต์ที่ถูกจัดเก็บไว้ในเสิร์ชเอ็นจินแต่ละ Keyword

	Google	Sanook	Yahoo	Bing
เครื่องสำอาง	9,780,000	9,750,000	15,400,000	104,000
เครื่องสำอางเกาหลี	3,250,000	1,730,000	559,000	12,500
เครื่องสำอางญี่ปุ่น	2,410,000	1,120,000	78,100	240

ข้อมูล ณ วันที่ 20 เมษายน 2552

จากตารางที่ 4.2 จะเห็นว่า Keyword หลักเครื่องสำอาง มีจำนวนเว็บไซต์คู่แข่งมากที่สุด และใน Keyword รองเครื่องสำอางเกาหลี และเครื่องสำอางญี่ปุ่นมีจำนวนคู่แข่งใกล้เคียงกัน

เมื่อทำการตรวจสอบ Keyword ทั้ง 3 Keyword จากผู้ให้บริการค้นหาเว็บไซต์ (Search Engine) อันดับ 1 อย่าง Google ได้ผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการตรวจสอบคู่แข่งใน Keyword เครื่องสำอาง

ลำดับ	URL	PR	indexed
1	www.thippyshop.com	4	2,740
2	www.beautyintrend.com	4	10,700
3	www.beautygirly.com	3	3,690
4	webdb.dmsc.moph.go.th/cosmetic/mainpage.asp	4	6,410
5	www.elleroom.com	4	4,090
6	www.ladyissue.com	3	7,540
7	www.weloveshopping.com/plaza/index_shop.php?g=735	2	516,000
8	http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/cosmetic/cosmetic/page/products.htm	4	80,700
9	th.wikipedia.org/wiki/เครื่องสำอาง	4	196,000
10	www.kohfashion.com	0	28

ข้อมูล ณ วันที่ 20 เมษายน 2552

จากตารางที่ 4.3 พบว่าสำหรับ Keyword หลัก “เครื่องสำอาง” คู่แข่งใน 10 อันดับแรกมีค่า PR (Page Rank)³² อยู่ที่ระหว่าง 0-4 โดยเฉพาะ 3 อันดับแรกมี PR (Page Rank) อยู่ระหว่าง 3-4 และมีจำนวนหน้าเว็บที่ถูกเก็บไว้(Indexed)³³ โดย Google เป็นจำนวน 17,130 หน้า แต่ในอันดับที่ 10 มี PR 0 และ Indexed เพียง 28 หน้า ดังนั้นหากใครเข้าทำการแข่งขันที่ Keyword นี้โอกาสติดอันดับที่ 10 ได้

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการตรวจสอบคู่แข่งใน Keyword เครื่องสำอางเกาหลี

ลำดับ	URL	PR	indexed
1	www.manythingsfromkorea.com	1	1
2	www.beautygirly.com	3	3,690
3	www.thippyshop.com	4	2,740
4	www.love2chic.com	N/A	265
5	www.one2sale.net	0	1,650
6	www.ladyissue.com/index.php?mo=5&qid=61500	0	7,540
7	www.koreapreorder.com	2	2
8	market.yellowpages.co.th/proddesc.php?prod=123543	N/A	58,600
9	www.pinkyhome.com	1	950
10	www.kaekai.com	0	209

ข้อมูล ณ วันที่ 20 เมษายน 2552

ตารางที่ 4.4 พบว่าสำหรับ Keyword รอง “เครื่องสำอางเกาหลี” มีการแข่งขันน้อยกว่า Keyword หลักอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากมี PR กระจายตัวตั้งแต่ N/A – 4 โดยเฉพาะกลุ่มอยู่ในช่วงค่า N/A – 2 โดยเฉพาะอันดับ 1 มีค่า PR เพียง 1 และ Indexed เพียง 1 หน้า นั่นคือหากใครเข้าทำการแข่งขันที่ Keyword นี้โอกาสติดอันดับต้นๆ ได้

³² การจัดลำดับความสำคัญของเว็บไซต์จะมีค่าตั้งแต่ 0-10 มีค่า PR ค่าสูงจะส่งผลดีต่อเว็บไซต์เป็นอย่างมาก

³³ ปริมาณหน้าเว็บที่ติดอยู่ในฐานข้อมูลของ Search Engine

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการตรวจสอบคู่แข่งใน Keyword เครื่องสำอางญี่ปุ่น

ลำดับ	URL	PR	indexed
1	www.thippyshop.com	4	2,740
2	www.shinkiyuki.com	1	1
3	www.weloveshopping.com/shop/shop.php?shopid=21599	N/A	516,000
4	www.weloveshopping.com/shop/happygirl	1	516,000
5	www.brightmove2006.com	2	2,100
6	www.koreapreorder.com	2	2
7	http://www.beautymolly.com/index.php?lay=show&ac=cat_sho wcat&l=2&cid=14825	3	3,260
8	www.kaekai.com	0	209
9	classified.sanook.com/item/5504192	N/A	1,980,000
10	http://www.pantip.com/cafe/woman/topic/Q8221054/Q8221054 .html	N/A	708,000

ข้อมูล ณ วันที่ 20 เมษายน 2552

ตารางที่ 4.5 พบว่าสำหรับ Keyword รอง “เครื่องสำอางญี่ปุ่น” มีการแข่งขันน้อยกว่า Keyword หลัก แต่เนื่องจากคู่แข่งมีความแข็งแกร่งกว่า Keyword “เครื่องสำอางเกาหลี” ซึ่งจะเห็นได้จากค่า PR มีการกระจายค่าในช่วง N/A – 4 และเว็บที่ติดอันดับที่ 1 มี PR 4 ดังนั้นหากเข้าทำการแข่งขันใน Keyword นี้อาจมีโอกาสดีอันดับที่ 2 ได้

จากการวิเคราะห์ Keyword ทั้ง 3 คำ ทำให้ผู้ศึกษาเลือกทำ SEO ใน Keyword เครื่องสำอางเกาหลี เครื่องสำอางญี่ปุ่น และคำว่าเครื่องสำอาง ตามลำดับ

2. การจัดทำ On-Page Optimization

ในขั้นตอนนี้จุดประสงค์หลัก คือ ทำการปรับแต่ง HTML Code ในเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับหลักการทำ SEO โดยในแต่ละจุดที่ทำการปรับแต่งต้องเป็นอิสระต่อกันและควรที่จะปรับแต่งทุกจุดเพื่อให้ทุกองค์ประกอบ สามารถทำงานส่งเสริมกันและส่งผลดีในด้าน SEO อีกด้วย ดังนั้นทางผู้ศึกษาจึงได้ใช้เวลาในการปรับแต่งในจุดนี้ประมาณ 2 สัปดาห์ ซึ่งวิธีการปรับแต่ง HTML Code นั้นสามารถทำได้โดยการใช้โปรแกรมประเภท FTP Client ทำการเชื่อมต่อและ Login

ไปยัง Web Hosting ที่ให้บริการอยู่ ซึ่งจะให้เห็นไฟล์ต่างๆ ที่อยู่ในเว็บไซต์ ซึ่งในที่นี้ทางเว็บไซต์ www.beauty-melody.com ได้ใช้ระบบ SMEweb และเมื่อทำการ Login สำเร็จแล้วจึงทำการแก้ไข HTML code ในส่วนต่างๆ หลายจุดดังต่อไปนี้

2.1 ปรับแต่งให้มี Keyword อยู่ใน TITLE TAG โดยหลังจากที่ได้ทำ Keyword Research มาแล้วได้ Keyword ที่ต้องการทำ SEO 3 คำ จึงนำทั้ง 3 คำนี้ไปเพิ่มใน TITLE TAG ในไฟล์ index.php

ลักษณะ TITLE TAG ก่อนปรับแต่ง

```
<TITLE>Beauty Melody ศูนย์รวมความงามสำหรับผู้หญิง</TITLE>
```

ลักษณะ TITLE TAG หลังปรับแต่ง

```
<TITLE>Beauty Melody ศูนย์รวมความงาม สำหรับผู้หญิง เครื่องสำอาง  
เครื่องสำอางเกาหลี เครื่องสำอางญี่ปุ่น</TITLE>
```

2.2 ปรับแต่งให้มี Keyword อยู่ใน Meta Keyword³⁴ หรือเป็นการระบุคำค้นหา (Keywords) ต่างๆเก็บไว้กับหน้าเว็บไซต์นั้นๆ ซึ่งสามารถใส่คำค้นหาได้หลายคำ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) เป็นตัวช่วยแบ่งคำ

โดยก่อนหน้านี้ใน Meta Keyword ของเว็บไซต์ไม่ได้มีการใส่ Keyword ใดๆ เข้าไปเลย ดังนั้นจึงนำ Keyword ทั้ง 3 คำ เติมลงไป แต่ทั้งนี้ใน Meta Keyword นี้มีไว้เพื่อการแจ้ง Keyword เกี่ยวกับเว็บไซต์ ดังนั้นจึงสามารถเพิ่ม Keyword อื่นๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าเข้าไปได้อีกด้วย

ลักษณะ Meta Keyword ก่อนปรับแต่ง

```
<META NAME="Keyword" CONTENT="">
```

ลักษณะ Meta Title หลังปรับแต่ง

```
<META NAME="Keyword" CONTENT="เครื่องสำอาง, เครื่องสำอาง  
เกาหลี, เครื่องสำอางญี่ปุ่น, Beauty, Health, 24 ince, Baschi, เสื้อผ้า, กระเป๋า,  
เครื่องประดับ, อาหารเสริม">
```

³⁴ คำสำคัญที่เน้นในหน้าเว็บเพจนั้นๆ

2.3 ปรับแต่งให้มี คีย์เวิร์ดอยู่ใน Meta Description โดย Meta Description นี้เป็นส่วนที่มีไว้เพื่อเขียนอธิบายสั้นๆ เกี่ยวกับเว็บไซต์ของเรา ว่าตั้งขึ้นมาเพื่ออะไร หรือมีอะไรอยู่ในเว็บไซต์ ในคำอธิบายนี้ เมื่อเราติดอันดับในเสิร์ชเอนจิน ข้อความใน Meta Description นี้เองจะถูกดึงไปแสดงผลในหน้ารายงานผลการค้นหา และยังสามารถเขียนอธิบายโดยเพิ่ม Keyword เข้าไปตรงนี้ได้ อีกด้วย

ลักษณะ Meta Description ก่อนปรับแต่ง

```
<META NAME="Description" CONTENT="Beauty Melody">
```

ลักษณะ Meta Description หลังปรับแต่ง

```
<META NAME="Description" CONTENT=" Beauty Melody ศูนย์รวม
ความงาม สำหรับผู้หญิง เครื่องสำอาง เครื่องสำอางเกาหลี เครื่องสำอาง
ญี่ปุ่น">
```

2.4 ปรับแต่งข้อความและบทความในหน้าแรกของเว็บไซต์ให้มีความหนาแน่นของคำสำคัญ หรือ คีย์เวิร์ดของเว็บไซต์ ซึ่งจะส่งผลให้ Search Engine เข้าใจว่าเว็บไซต์ของเราต้องการสื่ออะไร หรือเป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับอะไร โดยนำบทความที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง เครื่องสำอางเกาหลี เครื่องสำอางญี่ปุ่น หรือ คำสำคัญใดๆที่เกี่ยวข้องกับคำว่า เครื่องสำอางมาเพิ่มเติมในเนื้อหาที่หน้าแรกของเว็บไซต์ โดยความหนาแน่นของคำสำคัญ (Keyword Density) ควรมีประมาณร้อยละ 5 ทั้งนี้ในการตรวจสอบความหนาแน่นของคำสำคัญดังกล่าวนี้ จะใช้ Tool ตัวหนึ่งของโปรแกรม Firefox ที่ชื่อว่า SeoQuake ซึ่งลักษณะการตรวจสอบมีดังนี้ เมื่อนำบทความมาเพิ่มเติมที่หน้าแรกของเว็บไซต์แล้ว ทำการคลิกขวา ในพื้นที่ของหน้าเว็บไซต์ แล้วจะมีเมนูของ SeoQuake ขึ้นมาหลังจากนั้นจึงเลือกไปที่เมนูย่อย Page Info แล้วระบบจะทำการคำนวณความหนาแน่นของ Keyword ให้โดยอัตโนมัติ หรือถ้าเลือกเมนูย่อย Keyword Density ระบบก็จะทำการคำนวณและแสดงผลแบบละเอียดมากยิ่งขึ้น

2.5 จัดทำ robots.txt เพื่อทำการบอกกับ Search Engine ว่า ไฟล์หรือโฟลเดอร์ (Directory) ไหนที่อนุญาตให้เข้า หรือไม่ให้เข้า ไปเก็บข้อมูล โดยปกติแล้ว Bot ของ Search Engine จะเข้าไปทุกไฟล์ที่มีการเชื่อมโยง แต่บางครั้งหากจะป้องกันไม่ให้ Bot เข้าไปยัง directory ส่วนตัว หรือไฟล์ส่วนตัว หรือหากไม่อยากจะเปิดเผยข้อมูลบางไฟล์ ก็สามารถใส่ไฟล์ Robots.txt เป็นตัวกำหนด

ตารางที่ 4.6 แสดงตัวอย่างการจัดทำ robots.txt ของเว็บไซต์บีวตี้เมโลดี้

```
sitemap: http://www.beauty-melody.com/sitemap.xml
User-agent: *
Disallow: /images/java
Disallow: /gallery
Disallow: /Generator
```

จาก File robots.txt ของ <http://www.beauty-melody.com> สามารถอธิบายความหมายในแต่ละบรรทัดได้ดังต่อไปนี้

- บรรทัด 1 แจ้งว่าไฟล์ Sitemap.xml วางอยู่ ณ ตำแหน่งไหน
- บรรทัด 2 แจ้งว่าอนุญาต/ไม่อนุญาต ให้ Bot จาก Search engine ใดบ้างเข้ามาเก็บข้อมูล
- บรรทัด 3-5 แจ้งว่าไม่อนุญาตให้ Bot เข้าไปเก็บข้อมูลใน Directory ใดบ้าง

2.6 จัดทำ sitemap.xml ซึ่งเว็บไซต์ <http://www.xml-sitemaps.com/> เป็นผู้ให้บริการสร้างไฟล์นี้ให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เมื่อเปิดเข้าไปยังเว็บไซต์ดังกล่าวแล้ว เพียงกรอกชื่อเว็บไซต์เข้าไปแล้วกดปุ่ม Start ระบบก็จะทำการสร้างไฟล์ sitemap.xml ให้โดยอัตโนมัติ จากนั้นใช้โปรแกรมประเภท FTP Client นำแฟ้มดังกล่าวไปวางไว้ในเว็บไซต์ของเรา ตามตำแหน่งที่ระบุไว้ในไฟล์ robots.txt ในที่นี้คือตำแหน่งนอกสุดของเว็บไซต์ ตำแหน่งเดียวกับไฟล์ index.php

2.7 จัดทำ SEF ทั้ง 2 ส่วนคือใน domain name และชื่อในหน้าแรกของเว็บไซต์โดยทำการแทรก Keyword เข้าไปในทั้งสองส่วน ซึ่งใน domain name ไม่สามารถแก้ไขได้ เนื่องจากเป็นชื่อของเว็บไซต์ที่เจ้าของเว็บไซต์ได้เลือกและจดทะเบียนไว้เรียบร้อยแล้ว โดยใช้ชื่อของร้านค้าเพื่อประโยชน์ทางด้าน Brand Awareness ส่วนในหน้าแรกของเว็บไซต์นั้น เนื่องจากระบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้คือ SMEweb ดังนั้นการที่จะแทรก Keyword เข้าไปในชื่อเว็บไซต์ของหน้าแรกจะต้องอาศัยความสามารถของระบบเว็บไซต์ แต่เนื่องจากระบบ SMEweb ไม่รองรับการทำ SEF ได้จึงทำให้ไม่สามารถจัดทำขั้นตอน SEF นี้ได้

2.8 ทำการปรับแต่งแก้ไข HTML ให้มี ลิงก์ออก (Outbound link) ไปยังเว็บไซต์ภายนอกให้น้อยที่สุด เพื่อป้องกันการรั่วไหลของ PR วิธีการแก้ไขในประเด็นนี้สามารถทำได้โดยตรวจสอบว่ามีการเชื่อมโยงออกไปข้างนอกเท่าไร โดยสังเกตได้จาก Menu bar ของ SeoQuake ทางด้านขวาบน จะระบุ Ext. Link เมื่อคลิกปุ่มนี้แล้ว ระบบจะแจ้งว่าเว็บไซต์ได้ทำการเชื่อมโยงออกไปยังเว็บไซต์ภายนอกกี่เว็บ และไปที่ไหนบ้าง เมื่อทราบดังนี้แล้วจึงนำกลับมาแก้ไข ให้มีน้อย

ที่สุด จากการตรวจสอบพบว่า การเชื่อมโยงออกไปยังภายนอกของ www.beauty-melody.com จะเป็นบริเวณล่างซ้ายของเว็บไซต์ ดังนั้นจึงมาพิจารณาแก้ไข HTML code ในจุดนี้วิธีการแก้ไขทำได้ โดยการ Login เข้าไปในระบบ SMEweb เพื่อแก้ไข Link ดังกล่าว แล้วลบ HTML code ในส่วน TAG <A HREF> ที่ไม่จำเป็นออก ซึ่งการแก้ไขแสดงไว้ในภาคผนวก

3. การจัดทำ Off-Page Optimization

ขั้นตอนนี้มีจุดประสงค์คือทำให้มี Link กลับมาที่เว็บไซต์ของเราจากเว็บไซต์คุณภาพ หรือเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับของเราให้มากที่สุด อันจะส่งผลให้ Bot ที่มาเก็บข้อมูลเว็บไซต์ดังกล่าวเห็นชื่อเว็บไซต์ของเราแล้วตามต่อมาเก็บข้อมูลเว็บไซต์ของเรา รวมไปถึงการหวังผลเพื่อเพิ่มค่า PR ให้กับเว็บไซต์ของเราด้วย โดยในขั้นตอนการจัดทำ Off-page Optimization นี้ทาง ผู้ศึกษาได้ใช้เวลาในการจัดทำประมาณ 5 เดือนเนื่องจากจำเป็นต้องทำอยู่เสมอ ซึ่งในรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

3.1 ทำ Back link จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ทำได้โดยการนำ Keyword ที่กำลังทำ SEO อยู่ ไปค้นในเสิร์ชเอ็นจิ้น จะทำให้เราได้รายการเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับ Keyword ที่กำลังทำ SEO อยู่ แล้วเข้าไปดูในแต่ละเว็บไซต์ว่าสามารถพิมพ์ข้อความเข้าไปได้หรือไม่ หากทำได้จึงทำการพิมพ์ข้อความเข้าไปให้มีการเชื่อมโยงมายังเว็บไซต์ของเรา โดยหลักการแล้วควรทำให้เป็นธรรมชาติ ทอยเพิ่ม ไม่อย่างนั้นแล้วอาจจะถูกเสิร์ชเอ็นจิ้นมองว่าเป็นการ Spam ได้

3.2 ทำ Back link จากเว็บไซต์ที่มี Robot ชุกชุม เพื่อให้มี Robot เข้ามาเก็บข้อมูลเว็บไซต์ปริมาณมากและสม่ำเสมอ อันจะส่งผลให้มีปริมาณหน้าที่เสิร์ชเอ็นจิ้นเก็บไว้มากขึ้น โดยส่วนใหญ่เว็บไซต์ที่มี Robot ชุกชุมจะเป็นกระดานข่าวสนทนา เนื่องจากมีการพูดคุยกันมาก เนื้อหาเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อย ๆ โดยสมาชิก ทำให้ Robot เข้ามาบ่อย เทคนิคการทำ Back link จากเว็บไซต์ประเภทนี้คือทำ Signature ให้เป็น link ไปยังเว็บไซต์ของเรา หรือพิมพ์ข้อความให้มีการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของเราก็ได้

3.3 เพิ่มข้อมูลเข้าไปในเสิร์ชเอ็นจิ้น (Submit Search Engine) โดยในแต่ละเสิร์ชเอ็นจิ้นจะมีบริการให้เพิ่มข้อมูลเข้าไปในเสิร์ชเอ็นจิ้นอยู่แล้ว เพื่อเป็นการประกาศให้ทราบว่าเว็บไซต์นี้เกิดขึ้น และให้ Bot เข้ามาเก็บข้อมูลไปโดยตัวอย่างของ URL ที่มีให้เพื่อเพิ่มข้อมูลเข้าไปได้แก่ www.google.com/webmasters/tools

3.4 เพิ่มข้อมูลเข้าไปในเว็บไดเรกทอรี (Submit directory) เว็บไซต์ประเภทเว็บไดเรกทอรีเป็นเว็บไซต์ที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อเก็บรวบรวมเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีอยู่ แล้วแบ่งหมวดหมู่ให้

เป็นระบบ และทำการ Link ไปยังเว็บไซต์ต่างๆ นั้น ดังนั้นเราสามารถนำมาประยุกต์เพื่อเพิ่มลิงก์เข้า(Inbound Link) ให้กับเว็บไซต์ของเราได้โดยการเพิ่มชื่อเว็บไซต์ของเราเข้าไปในเว็บไดเรกทอรี

3.5 Ping เซิร์ฟเอิ้นจิ้น เพื่อเรียก Bot ให้มาเก็บข้อมูลในเว็บไซต์ เนื่องจากในบางครั้งที่เราปรับเปลี่ยนข้อความในเว็บไซต์ หรือเพิ่มเนื้อหาเข้าไปทางเสิร์ฟเอิ้นจิ้นอาจจะยังไม่ทราบ หรือ Bot ของเสิร์ฟเอิ้นจิ้นเหล่านั้นยังไม่ได้เข้ามาเก็บข้อมูล หากรอให้ Bot เข้ามาอย่างเดียว อาจจะเป็นเวลานาน ดังนั้นจึงใช้การ Ping เซิร์ฟเอิ้นจิ้น เพื่อบอกว่าเว็บไซต์ของเรามีการปรับปรุงเนื้อหา ให้ทำการส่ง Bot เข้ามาเก็บข้อมูล โดยใช้บริการจากเว็บไซต์ที่ให้บริการ Ping Bot เซิร์ฟเอิ้นจิ้น

4. การวิเคราะห์และติดตามผล

ผู้ศึกษาเลือกใช้บริการจากเว็บไซต์ OneStatFree.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการเก็บข้อมูลสถิติผู้เข้าชมเว็บไซต์โดยละเอียดและง่ายต่อการวิเคราะห์และติดตามผล ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเว็บไซต์ที่เหมาะสมสำหรับการตรวจสอบสถิติสำหรับการทำ SEO โดยเฉพาะ โดยเริ่มเก็บสถิติตั้งแต่เริ่มจัดตั้งเว็บไซต์ เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2551 เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนตั้งแต่ก่อนทำ SEO และ หลังจากทำ SEO นั้น โดยใช้เวลาในการดำเนินงานในช่วงตรวจสอบและติดตามผลนี้ทั้งสิ้นประมาณ 6 เดือนของการทำ SEO เพราะเป็นช่วงเวลาที่จำเป็นต้องทำการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงทุกวัน โดยลักษณะการทำงานของเว็บไซต์นี้จำเป็นต้องสมัครเป็นสมาชิกและเข้าไปในเว็บไซต์ดังกล่าว เพื่อที่จะได้ Tracking code นำไปติดในทุกหน้าของเว็บไซต์ และระบบดังกล่าวจะทำการเก็บข้อมูลแล้วนำไปประมวลผลต่อไป

ซึ่งในรายละเอียดการเก็บข้อมูลนั้น เว็บไซต์ OneStatFree.com สามารถให้บริการข้อมูลสถิติการค้นหาข้อมูลได้หลายช่วงเวลาตามที่สมาชิกต้องการ เพื่อนำข้อมูลสถิติมาเปรียบเทียบอย่างละเอียด ซึ่งช่วงระยะเวลาในการแสดงผลข้อมูลทางเว็บไซต์ได้แบ่งเป็น

1. วันปัจจุบัน
2. วันก่อนหน้า
3. สัปดาห์ปัจจุบัน
4. เดือนปัจจุบัน
5. ปีปัจจุบัน
6. สัปดาห์ก่อนหน้า
7. เดือนก่อนหน้า
8. ปีก่อนหน้า

ข้อมูลที่แสดงประกอบด้วย

1. ข้อมูลโดยสรุป ประกอบด้วย
 - 1.1 จำนวนครั้งของเว็บไซต์ที่ถูกเปิดเข้าชม (Pageviews) รวม
 - 1.2 จำนวนครั้งในการเข้าชม
 - 1.3 จำนวนผู้เข้าชมที่ไม่ซ้ำกัน
 - 1.4 จำนวนผู้เข้าชมรายใหม่
 - 1.5 จำนวน Pageviews เฉลี่ยต่อการเยี่ยมชมแต่ละครั้ง
2. Pageviews แบ่งเป็น
 - 2.1 จำนวน Pageviews ตามช่วงเวลา
 - 2.2 Pageviews เฉลี่ยตามชั่วโมงของวัน
 - 2.3 Pageviews เฉลี่ยตามวันในสัปดาห์
3. การเข้าชม บอกลถึงกลุ่มผู้เข้าชมล่าสุด และจำนวนผู้เข้าชมที่มีการกลับเข้ามาอีก
4. จำนวนหน้าที่ถูกเข้าชมมากที่สุด
5. เว็บไซต์อ้างอิงที่ผู้เข้าชมคลิกเข้ามา
6. ผู้เข้าชมแบ่งตามภูมิภาค
7. ข้อมูลทางเทคนิคของผู้เข้าชม ได้แก่ ระบบปฏิบัติการ Browsers ขนาดหน้าจอ
8. สรุปสถิติตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน

ในการวิเคราะห์ติดตามผลข้อมูลนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือช่วงก่อนการทำ SEO (มิถุนายน 2551 – เมษายน 2552) และช่วงระหว่างการทำ SEO (พฤษภาคม 2552 – กันยายน 2552)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน Pageviews ในแต่ละเดือนตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2552 ถึง กันยายน 2552

ก่อนดำเนินการ		หลังดำเนินการ	
เดือน	Pageviews	เดือน	Pageviews
มิถุนายน 2551	1,289	พฤษภาคม 2552	3,328
กรกฎาคม 2551	3,353	มิถุนายน 2552	3,801
สิงหาคม 2551	3,167	กรกฎาคม 2552	3,975
กันยายน 2551	1,945	สิงหาคม 2552	3,528
ตุลาคม 2551	2,179	กันยายน 2552	2,963
พฤศจิกายน 2551	3,201		
ธันวาคม 2551	2,152		
มกราคม 2552	1,722		
กุมภาพันธ์ 2552	1,543		
มีนาคม 2552	2,248		
เมษายน 2552	2,484		

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าในช่วงระหว่างการทำ SEO มี Pageviews เพิ่มขึ้นมากกว่าช่วงเวลาที่ยังไม่ได้เริ่มทำ SEO

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน Pageviews ของแต่ละวันในเดือนกันยายน 2552

วันที่	Pageviews	วันที่	Pageviews	วันที่	Pageviews
1	164	11	69	21	77
2	102	12	70	22	105
3	108	13	82	23	75
4	103	14	85	24	103
5	111	15	105	25	163
6	93	16	106	26	53
7	99	17	125	27	51
8	113	18	86	28	115
9	112	19	114	29	65
10	133	20	58	30	118

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้ว่าจำนวน Pageviews รวมในเดือนกันยายน 2552 มี 2,963 Pageviews คิดเป็นเฉลี่ยวันละประมาณ 99 Pageviews

ตารางที่ 4.9 แสดงสถิติความนิยมเว็บไซต์ต้นทางของผู้เข้าชมในปี พ.ศ. 2551

Referring domain	จำนวนการเข้าชม	ร้อยละ
Google.co.th	3,029	76.55
Bookmark	567	14.33
Google.com	188	4.75
Beauty-melody.com	130	3.29
Sanook.com	6	0.15
Google.co.uk	5	0.13
Google.com.sg	4	0.10
Ebuddy.com	4	0.10
Yahoo.com	3	0.08
Thaiza.com	3	0.08
รวม	3,939	99.55

ข้อมูลจากเว็บไซต์ OneStatFree.com

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าชมในปี 2551 คลิกเข้ามาเว็บไซต์โดยผ่านทาง Google.co.th มากที่สุดร้อยละ 76.55 รองลงมา คือ ผ่านทาง Bookmark ร้อยละ 14.33 และผ่านทาง Google.com ร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.10 แสดงสถิติความนิยมเว็บไซต์ต้นทางของผู้เข้าชมช่วง มกราคม 2552 – กันยายน 2552

Referring domain	จำนวนการเข้าชม	ร้อยละ
Google.co.th	9,201	84.71
Bookmark	862	7.94
Google.com	412	3.79
Beauty-melody.com	172	1.58
Sanook.com	40	0.37
Bing.com	24	0.22
Conduit.com	13	0.12
Google.com.sg	12	0.11
ThaiSEOBoard.com	12	0.11
รวม	10,748	98.95

ข้อมูลจากเว็บไซต์ OneStatFree.com

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าในช่วง มกราคม 2552 ถึง กันยายน 2552 ผู้เข้าชมคลิกเข้ามาเว็บไซต์โดยผ่านทาง Google.co.th มากที่สุด ร้อยละ 84.71 รองลงมาคือ ผ่านทาง Bookmark ร้อยละ 7.94 และผ่านทาง Google.com ร้อยละ 3.79

นอกจากนี้เห็นได้ว่าหลังจากที่ทำ SEO แล้วทำให้สถิติการเข้าชมผ่านทาง Google.co.th เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16 (84.71 – 76.55) ส่วนการเข้าชมผ่านทาง Bookmark และ Google.com ลดลงในสัดส่วนร้อยละ 6.39 และ 0.96 ตามลำดับ

เมื่อรวบรวมสถิติจำนวน Pageviews ของผู้เข้าชมในช่วงเวลาก่อนการทำ SEO คือในช่วงตั้งแต่เริ่มต้นเว็บไซต์ในเดือนมิถุนายน 2551 จนถึงเดือนเมษายน 2552 มีจำนวน Pageviews ทั้งหมด 25,283 Pageviews คิดเป็นเฉลี่ยเดือนละประมาณ 2,298 Pageviews หรือคิดเป็นเฉลี่ยวันละประมาณ 76 Pageviews

สถิติการเข้าชมเว็บไซต์ในช่วงเวลาระหว่างการทำ SEO คือในช่วงตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2552 จนถึงเดือนกันยายน 2552 มีจำนวน Pageviews ทั้งหมด 17,595 Pageviews คิดเป็นเฉลี่ยเดือนละ 3,519 Pageviews หรือคิดเป็นเฉลี่ยวันละประมาณ 117 Pageviews

เมื่อนำ Pageviews เฉลี่ยต่อวันในช่วงเวลาที่ทำ SEO มาเปรียบเทียบกับ Pageviews เฉลี่ยต่อวันในช่วงที่ไม่ได้ทำ SEO พบว่าในช่วงที่ทำ SEO สามารถเพิ่ม Pageviews เฉลี่ยต่อวันให้ได้มากกว่าช่วงที่ไม่ได้ทำ SEO ร้อยละ 53.94

สรุปผลการทำ SEO ต่อการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์บัณฑิตเมโลดี้

จากการทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของบริษัทบัณฑิตเมโลดี้ ด้วยวิธี SEO ในครั้งนี้ทำให้สามารถเพิ่มปริมาณการเข้าชมเว็บไซต์มากขึ้นถึง 53.94 % ซึ่งถือได้ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดเอาไว้ กล่าวคือ ในการพยายามทำการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธี SEO ในครั้งนี้ สามารถทำให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market) ได้รู้จักเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น (Awareness) โดยพิจารณาจากการคลิกเข้ามาเยี่ยมชมในปริมาณที่มากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งถือได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับที่น่าพอใจกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ในระยะสั้นสำหรับการศึกษาครั้งนี้ โดยเจ้าของเว็บไซต์มีความเชื่อว่าเมื่อมีผู้เข้าชมเว็บไซต์มากขึ้น แสดงถึงความต้องการในสินค้าบริการที่เพิ่มขึ้น ถ้าหากเจ้าของเว็บไซต์สามารถที่จะตอบสนองความต้องการในด้านสินค้าและบริการนั้นได้ย่อมมีโอกาสสูงที่จะทำให้ลูกค้าซื้อ สินค้าบริการจากเว็บไซต์ของเราได้