



คู่มือเช็กलिस्टการวัดผล ตอบแทน (ROI) สำหรับ Content & SEO

เขียนบทความลงเว็บไซต์มามากมาย แต่ยังเปลี่ยนผู้เข้าชมให้กลายเป็น
ลูกค้าไม่ได้ใช่ไหม?

คุณอาจรู้ดีว่าคอนเทนต์เป็นสิ่งสำคัญ แต่ถ้าผลลัพธ์ที่ได้มีเพียงยอดผู้
เข้าชมเว็บไซต์ โดยไม่ก่อให้เกิดการติดต่อหรือยอดขาย แสดงว่าคอน
เทนต์ของคุณยังทำหน้าที่ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ

ถึงเวลาเปลี่ยนแล้ว

เช็กลิสต์นี้รวบรวมสิ่งสำคัญที่ช่วยให้คุณสร้างคอนเทนต์ที่สร้างผล
ตอบแทน (ROI) ให้กับธุรกิจในประเทศไทยได้อย่างแท้จริง





ขั้นตอนที่ 1: วางแผนคอนเทนต์ให้ถูกทาง

ก่อนเริ่มเขียน ควรเลือกหัวข้อที่ดึงดูดลูกค้าที่มีแนวโน้มจะซื้อ ไม่ใช่แค่คนที่เข้ามาหาข้อมูลทั่วไป

- ☐ **โฟกัสคีย์เวิร์ดที่สะท้อนความตั้งใจซื้อ:** อย่าเลือกเฉพาะคีย์เวิร์ดกว้าง ๆ แต่ควรมองหาคำค้นที่มีคำอย่าง “ดีที่สุด”, “วิธีเลือก” หรือ “เปรียบเทียบ” เพราะผู้ที่ค้นหาคำเหล่านี้มักอยู่ในช่วงตัดสินใจซื้อ
- ☐ **ศึกษาว่าคู่แข่งทำอะไรแล้วได้ผล:** วิเคราะห์เว็บไซต์ของคู่แข่ง ดูว่าหน้าไหนสร้างกราฟฟิคที่มีคุณภาพมากที่สุด แล้ววางแผนสร้างคอนเทนต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์มากกว่า
- ☐ **กำหนดเป้าหมายของบทความให้ชัดเจน:** ก่อนเริ่มเขียน ควรรู้ว่าการให้ผู้อ่านทำอะไรต่อ เช่น สมัครรับข่าวสาร หรือคลิกเข้าไปดูบริการของคุณ



ขั้นตอนที่ 2: เขียนเพื่อคนอ่าน และให้ Google เข้าใจ

ทำให้บทความค้นหาเจอง่ายสำหรับ Google และอ่านง่ายสำหรับผู้อ่าน

- ☐ **เข้าเรื่องให้เร็ว:** สรุปประเด็นสำคัญและใส่ลิงก์ที่เป็นประโยชน์ภายใน 200 คำแรก ไม่ควรให้ผู้อ่านต้องเลื่อนผ่านข้อความยาว ๆ กว่าเจอคำตอบ
- ☐ **แทรกลิงก์ที่เป็นประโยชน์ตลอดบทความ:** ไม่ควรวางปุ่ม “ติดต่อเรา” ไว้เฉพาะท้ายบทความ แต่ควรใส่ลิงก์ในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องและเป็นธรรมชาติระหว่างเนื้อหา
- ☐ **จัดรูปแบบให้อ่านง่าย:** ใช้หัวข้อย่อย Bullet Point และตัวหนาอย่างเหมาะสม เพราะคนส่วนใหญ่มีกสแกนหาข้อมูลมากกว่าอ่านทุกคำ
- ☐ **นำเสนอประสบการณ์จริง:** Google ให้ความสำคัญกับคอนเทนต์ที่มีความเป็นต้นฉบับ ใช้ตัวอย่างจากประสบการณ์จริง กรณีศึกษาจากธุรกิจ หรือเรื่องราวของลูกค้า แทนการเขียนแบบทั่วไปที่ดูแข็งและเหมือนสร้างโดย AI



ขั้นตอนที่ 3: ปรับปรุงคอนเทนต์เดิม และนำไปเผยแพร่ต่อ

วิธีที่เห็นผลเร็วที่สุดคือการอัปเดตบทความที่เผยแพร่ไปแล้ว

- ☐ **ค้นหาหน้าที่อยู่ในหน้าสองของ Google:** เลือกหน้าที่มีโอกาสได้อันดับ แล้วอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัย เพิ่มรายละเอียด และใช้รูปภาพใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสขึ้นสู่หน้าแรก
- ☐ **จัดการหน้าที่ไม่มีกราฟฟิก:** ตรวจสอบหน้าที่ไม่มีผู้เข้าชมตลอด 6 เดือนที่ผ่านมา แล้วตัดสินใจว่าจะปรับปรุงใหม่หรือถอดออก เพื่อไม่ให้ส่งผลเสียต่อคุณภาพโดยรวมของเว็บไซต์
- ☐ **เผยแพร่คอนเทนต์ในหลายช่องทาง:** อย่าหยุดแค่การกดเผยแพร่บนเว็บไซต์ นำบทความหนึ่งชิ้นไปต่อยอดเป็นโพสต์บนโซเชียลมีเดีย หรือส่งผ่านอีเมล เพื่อเพิ่มโอกาสให้เข้าถึงผู้ชมมากขึ้น



ขั้นตอนที่ 4: ตัวเลขสำคัญที่ควรติดตามทุกเดือน

คุณไม่จำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลทุกอย่างบน Dashboard เพียงติดตาม 3 ตัวชี้วัดนี้ก็เพียงพอ:

- **อัตราการเปลี่ยนผู้เข้าชมเป็นลูกค้า (Page Conversion Rate):** จากผู้เข้าชม 100 คน มีจำนวนกี่คนที่สมัคร ติดต่อ หรือดำเนินการตามเป้าหมายที่กำหนด
- **ต้นทุนต่อการได้ลูกค้า 1 ราย (Cost to Get a Customer):** คอนเทนต์ที่คุณลงทุนไป สร้างลูกค้าได้คุ้มค่ากับงบประมาณหรือไม่
- **เส้นทางการตัดสินใจของลูกค้า (The Customer Journey):** ลูกค้าเข้ามาอ่านบทความให้ความรู้ก่อน แล้วจึงตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการในภายหลังหรือไม่

ต้องการแนวทางเพิ่มเติมไหม? เราพร้อมช่วยคุณ

การทำตลาดที่ดีต้องอาศัยความสมดุล คุณอาจวางกลยุทธ์ SEO ได้อย่างยอดเยี่ยม แต่หากคอนเทนต์ไม่น่าสนใจ ก็อาจเสียโอกาสในการเปลี่ยนผู้เข้าชมให้เป็นลูกค้า ในทางกลับกัน ต่อให้คอนเทนต์ดีแค่ไหน หากไม่มี SEO ที่เหมาะสม ผู้คนก็อาจไม่มีโอกาสค้นพบเนื้อหาของคุณ

คุณจึงจำเป็นต้องมีทั้งสองอย่างควบคู่กัน

หากคุณกำลังมองหาทีมผู้เชี่ยวชาญที่สามารถสร้างคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ทั้ง Google และผู้อ่าน เราพร้อมช่วยคุณ

ติดต่อเรา เพื่อเริ่มวางกลยุทธ์คอนเทนต์และ SEO ที่สร้างผลลัพธ์ให้ธุรกิจของคุณได้ตั้งแต่วันนี้

Contact our team of experts:

Phone: 2260 0424

Email: info@moveaheadmedia.com





Tel: 02 260 0424

www.moveaheadmedia.co.th

Move Ahead Media Co Ltd, อาคารบีบี บีวดิ่ง, ห้อง 1711-
12, 54 ถนนสุขุมวิท 21(อโศก), แขวงคลองเตยเหนือ, เขต
วัฒนา, กรุงเทพฯ 10110