

Shopify SEO

Checklist 100 รายการ



Checklist 10 หมวดหมู่ ครอบคลุมทุกด้านของการทำ SEO
สำหรับ Shopify Store

การใช้งาน Checklist นี้

- ✓ Checklist นี้แบ่งออกเป็น 10 หมวดครอบคลุมทุกด้านของการทำ SEO สำหรับ Shopify Store ไม่จำเป็นต้องทำทั้ง 10 รายการในคราวเดียว คุณสามารถเริ่มต้นจากหมวดที่ 1- 3 ก่อน แล้วค่อย ๆ ขยับไปทำในหมวดอื่น ๆ
- ✓ สำหรับร้านค้าที่เพิ่งเริ่มต้น ควรให้ความสำคัญกับรายการที่มี Quick Wins ก่อน เช่น การเพิ่ม Meta Robots Tag, การปรับแต่ง Title Tags และ Meta Descriptions, การเพิ่ม Alt Text ให้กับรูปภาพ และการปรับปรุงความเร็วของเว็บไซต์
- ✓ สำหรับร้านค้าที่มีอยู่แล้ว ควรเริ่มจากการวิเคราะห์เว็บไซต์ด้วย Google Search Console และ Google Analytics เพื่อค้นหาจุดอ่อนที่สำคัญ แล้วเริ่มปรับปรุงตามลำดับความสำคัญ
- ✓ จำไว้ว่า SEO เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ใช่กิจกรรมครั้งเดียว การทำตาม Checklist นี้อย่างสม่ำเสมอจะช่วยเพิ่มการจัดอันดับใน Google และเพิ่มกราฟฟิคแบบออร์แกนิกให้กับร้าน Shopify ของคุณ



www.cipher.co.th



Support@cipher.co.th



081-633-3636

สแกน QR Code

เพื่อใช้งานบริการ **Shopify Implement**

SCAN
ME



หมวดที่ 1: การตั้งค่าพื้นฐาน Shopify

- ☐ 1. เพิ่ม Meta Robots Tag: ใส่ <meta name="robots" content="index,follow"> ในไฟล์ theme.liquid ส่วน <head>
- ☐ 2. ตั้งชื่อร้านค้า ให้มีคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในส่วน Settings > General
- ☐ 3. ตั้งชื่อโดเมนที่เป็น SEO-friendly ไม่ควรมีตัวเลขหรืออักขระพิเศษมากเกินไป
- ☐ 4. กำหนด Canonical URL เพื่อป้องกันปัญหา Duplicate Content
- ☐ 5. ตรวจสอบการกำหนด Default Title Tag ในส่วน theme.liquid
- ☐ 6. ตรวจสอบการกำหนด Default Meta Description ในส่วน theme.liquid
- ☐ 7. ติดตั้ง Sitemap ให้เรียบร้อย (Shopify สร้างให้อัตโนมัติที่ /sitemap.xml)
- ☐ 8. ตรวจสอบการสร้าง robots.txt (Shopify สร้างให้อัตโนมัติที่ /robots.txt)
- ☐ 9. ตั้งค่าภาษาหลักของร้าน ใน Settings > Languages
- ☐ 10. ตั้งค่า Time Zone ให้ถูกต้อง ใน Settings > General

หมวดที่ 2: โครงสร้างเว็บไซต์และ URL

- ☐ 11. ปรับแต่ง URL โครงสร้าง ให้เป็น SEO-friendly
- ☐ 12. เปิดใช้งาน SSL (Shopify มีให้ฟรี) และตรวจสอบว่าทุกลิงก์เป็น https://
- ☐ 13. จัดโครงสร้างเมนูหลัก ให้เป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน
- ☐ 14. ลบ URL พารามิเตอร์ที่ไม่จำเป็น เช่น ?variant= ที่ไม่เกี่ยวข้องกับ SEO
- ☐ 15. ตั้งชื่อ Collections และ Products URL ให้มีคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง
- ☐ 16. ตรวจสอบ Navigation Breadcrumbs ว่าทำงานถูกต้อง
- ☐ 17. กำหนด URL Structure สำหรับบล็อก ให้มีรูปแบบที่สั้นและกระชับ
- ☐ 18. ปรับแต่ง Internal Linking ระหว่างหน้าสินค้าและหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้อง
- ☐ 19. ตรวจสอบการเชื่อมโยงระหว่างบทความและสินค้า อย่างเหมาะสม
- ☐ 20. สร้าง Category Tree ที่มีความลึกไม่เกิน 3 ระดับ

หมวดที่ 3: เนื้อหาและ On-Page SEO

- ☐ 21. เขียน Title Tags ที่ไม่ซ้ำกัน สำหรับทุกหน้า ควรมีความยาว 50-60 ตัวอักษร
- ☐ 22. เขียน Meta Descriptions ที่น่าสนใจ สำหรับทุกหน้า ควรมีความยาว 150-160 ตัวอักษร
- ☐ 23. เพิ่ม H1 Tag ที่มีคีย์เวิร์ดสำคัญสำหรับทุกหน้า (หนึ่งหน้าควรมี H1 เพียงตัวเดียว)
- ☐ 24. ใช้โครงสร้าง Heading (H2, H3) อย่างเหมาะสม
- ☐ 25. เพิ่มคำอธิบายสินค้าที่มีเนื้อหาที่ไม่ซ้ำใคร อย่างน้อย 300 คำ
- ☐ 26. ใช้คีย์เวิร์ดในเนื้อหา อย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ยัดเยียดจนเกินไป
- ☐ 27. เพิ่มข้อมูล Alt Text ให้กับรูปภาพทั้งหมด ที่มีคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง
- ☐ 28. ตั้งชื่อไฟล์รูปภาพ ให้มีความหมายและมีคีย์เวิร์ด
- ☐ 29. เพิ่มวิดีโอสาริตสินค้า พร้อม Transcript
- ☐ 30. สร้างหน้า About Us ที่มีเนื้อหาคุณภาพ และแสดงความน่าเชื่อถือของแบรนด์

หมวดที่ 4: การเพิ่มประสิทธิภาพเทคนิคและความเร็ว

- ☐ 31. บีบอัดรูปภาพทั้งหมด ให้มีขนาดเหมาะสม (ไม่เกิน 100KB ต่อรูป)
- ☐ 32. เปิดใช้งาน Lazy Loading สำหรับรูปภาพ
- ☐ 33. ลด HTTP Requests โดยรวมไฟล์ CSS และ JavaScript
- ☐ 34. ลด Apps ที่ไม่จำเป็นออก เพื่อเพิ่มความเร็วให้กับเว็บไซต์
- ☐ 35. ใช้ Liquid Minification เพื่อลดขนาดไฟล์
- ☐ 36. ตรวจสอบและแก้ไข Render-blocking Resources
- ☐ 37. ใช้ Next-gen รูปแบบรูปภาพ เช่น WebP
- ☐ 38. ตรวจสอบและปรับปรุง Core Web Vitals
- ☐ 39. ตั้งค่า Browser Caching ที่เหมาะสม
- ☐ 40. ปรับปรุงประสิทธิภาพ Mobile สำหรับ Shopify Store

หมวดที่ 5: ความเป็นมิตรกับมือถือ

- ☐ 41. ตรวจสอบความเข้ากันได้กับอุปกรณ์มือถือ ด้วย Google's Mobile-Friendly Test
- ☐ 42. ตรวจสอบขนาดปุ่มและลิงก์ ว่าสามารถกดได้ง่ายบนหน้าจอสัมผัส
- ☐ 43. ปรับแต่งตัวอักษรให้อ่านง่ายบนมือถือ (ขนาดไม่ต่ำกว่า 16px)
- ☐ 44. ตรวจสอบเนื้อหาที่ซ่อนอยู่บนมือถือ ว่าเหมาะสมหรือไม่
- ☐ 45. ปรับแต่ง Navigation บนมือถือ ให้ใช้งานง่าย
- ☐ 46. ทดสอบ Mobile Checkout Process ว่าใช้งานได้ดี
- ☐ 47. ตรวจสอบความเร็วในการโหลดบนมือถือ โดยใช้ Google PageSpeed Insights
- ☐ 48. ตรวจสอบการแสดงผลบนมือถือหลายรุ่น ด้วย Chrome DevTools
- ☐ 49. ปรับปรุง Popup และ Interstitials ให้เป็นไปตามแนวทางของ Google
- ☐ 50. ทดสอบฟอร์มบนมือถือ ว่ากรอกข้อมูลได้ง่าย

หมวดที่ 6: Structured Data และ Schema Markup

- ☐ 51. เพิ่ม Product Schema ให้กับสินค้าทั้งหมด
- ☐ 52. เพิ่ม Review Schema เพื่อแสดงดาวรีวิวใน SERP
- ☐ 53. เพิ่ม Breadcrumb Schema เพื่อแสดงโครงสร้างเว็บไซต์ใน SERP
- ☐ 54. เพิ่ม Organization Schema ให้กับเว็บไซต์
- ☐ 55. เพิ่ม FAQ Schema สำหรับคำถามที่พบบ่อย
- ☐ 56. เพิ่ม Article Schema สำหรับเนื้อหาบล็อก
- ☐ 57. เพิ่ม Local Business Schema ถ้ามีหน้าร้านจริง
- ☐ 58. ตรวจสอบ Schema Markup ด้วย Google's Rich Results Test
- ☐ 59. เพิ่ม Video Schema สำหรับวิดีโอสาริตสินค้า
- ☐ 60. เพิ่ม Price Schema ให้กับสินค้าทั้งหมด

หมวดที่ 7: การจัดการลิงก์และแก้ไขข้อผิดพลาด

- ☐ 61. ตรวจสอบและแก้ไข Broken Links ทั้งหมดในเว็บไซต์
- ☐ 62. ตั้งค่า Redirects (301) สำหรับ URL ที่เปลี่ยนแปลง
- ☐ 63. แก้ไขข้อผิดพลาด 404 ด้วยการเพิ่มหน้า 404 ที่เป็นประโยชน์
- ☐ 64. ตรวจสอบ Crawl Errors ใน Google Search Console
- ☐ 65. ตรวจสอบและแก้ไข Duplicate Content
- ☐ 66. ตรวจสอบและปรับปรุง Internal Links
- ☐ 67. ติดตามและจัดการ Backlinks ด้วยเครื่องมือ SEO
- ☐ 68. ปรับปรุงคุณภาพ External Links ที่ออกจากเว็บไซต์ของคุณ
- ☐ 69. เพิ่มลิงก์ Nofollow ให้กับลิงก์โฆษณาหรือลิงก์ที่ไม่ต้องการให้ส่งผลต่อ SEO
- ☐ 70. ใช้ URL Parameter Handling ใน Google Search Console

หมวดที่ 8: เนื้อหาและการตลาด

- ☐ 71. สร้างบล็อกที่มีเนื้อหาคุณภาพ อย่างสม่ำเสมอ
- ☐ 72. จัดทำปฏิทินเนื้อหา และรักษาความสม่ำเสมอ
- ☐ 73. สร้างเนื้อหา Long-form ที่มีความยาวมากกว่า 1,500 คำ
- ☐ 74. ทำการวิจัยคีย์เวิร์ด และเลือกคีย์เวิร์ดที่มีโอกาสในการจัดอันดับ
- ☐ 75. ใช้ภาพประกอบที่มีคุณภาพ ในบทความและหน้าสินค้า
- ☐ 76. สร้าง Infographics ที่สรุปข้อมูลสำคัญ
- ☐ 77. สร้างเนื้อหาแบบ How-to Guides ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของคุณ
- ☐ 78. ตอบคำถามผู้ใช้ ในรูปแบบบทความ
- ☐ 79. สร้างเนื้อหาที่เป็น Evergreen (ไม่ล้าสมัย)
- ☐ 80. พัฒนากลยุทธ์ Content Repurposing

หมวดที่ 9: การส่งเสริมการขายและ Social SEO

- ☐ 81. เพิ่ม Social Media Meta Tags (Open Graph, Twitter Cards)
- ☐ 82. ตั้งค่าการแชร์บนโซเชียลมีเดีย ให้แสดงรูปภาพและข้อความที่เหมาะสม
- ☐ 83. เชื่อมต่อบัญชีโซเชียลมีเดียกับเว็บไซต์
- ☐ 84. เพิ่มปุ่มแชร์โซเชียลมีเดีย ในหน้าสินค้าและบทความ
- ☐ 85. สร้างกลยุทธ์การสร้าง Backlinks ที่มีคุณภาพ
- ☐ 86. เข้าร่วม Shopify Community และเว็บบอร์ดที่เกี่ยวข้อง
- ☐ 87. ทำ Guest Blogging บนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
- ☐ 88. เชื่อมโยงกับ Influencers ในอุตสาหกรรมของคุณ
- ☐ 89. สร้าง Brand Mentions บนเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง
- ☐ 90. ใช้ Google My Business ถ้ามีหน้าร้านจริง

หมวดที่ 10: การวิเคราะห์และการติดตาม

- ☐ 91. ติดตั้ง Google Analytics และเชื่อมต่อกับ Shopify
- ☐ 92. ติดตั้ง Google Search Console และส่ง Sitemap
- ☐ 93. ติดตั้ง Tag Manager สำหรับการจัดการแท็กอื่นๆ
- ☐ 94. ติดตามอันดับคีย์เวิร์ด ด้วยเครื่องมือ SEO
- ☐ 95. ติดตาม Conversion Rates และ Goal Completion
- ☐ 96. ติดตาม Bounce Rate และหาวิธีลดอัตราการตีกลับ
- ☐ 97. วิเคราะห์ User Behavior ด้วย Heatmaps
- ☐ 98. ติดตาม E-commerce Metrics ใน Google Analytics
- ☐ 99. ตั้งค่า Custom Alerts สำหรับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ
- ☐ 100. สร้างรายงาน SEO เป็นประจำทุกเดือนเพื่อติดตามความคืบหน้า