

คู่มือปฏิบัติงานในการพัฒนาเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับหลักการ SEO

คู่มือเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับนักพัฒนาหรือผู้ดูแลเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในการพัฒนาหรือปรับปรุงเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับหลักการ SEO (Google, 2010) โดยมีรายละเอียดดังนี้

Title Tag (แท็กชื่อเรื่อง)

แท็กชื่อเรื่องจะบอกให้ผู้ใช้และเครื่องมือค้นหาทราบว่าหน้าเว็บเกี่ยวกับอะไร

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- ระบุเนื้อหาของหน้าเว็บให้ถูกต้อง
 - หลีกเลี่ยง
 - การเลือกชื่อเรื่องที่ไม่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาของหน้าเว็บ
 - การใช้ชื่อเรื่องที่เป็นคำเริ่มต้นหรือไม่ชัดเจน เช่น “Untitled” หรือ “New Page 1”
- สร้างแท็กชื่อเรื่องที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละหน้า หน้าเว็บควรมีแท็กชื่อเรื่องที่ไม่ซ้ำกัน ซึ่งจะช่วยให้ Google สามารถแยกเนื้อหาที่แตกต่างกันในแต่ละหน้าบนเว็บไซต์
 - หลีกเลี่ยง
 - การใช้แท็กชื่อเรื่องเหมือนกันในทุกหน้า
- ใช้ชื่อเรื่องที่กระชับแต่สื่อความหมาย ชื่อเรื่องจะต้องสั้นและได้ใจความ หากชื่อเรื่องยาวเกินไป Google จะตัดและแสดงข้อมูลบางส่วนในผลการค้นหา
 - หลีกเลี่ยง
 - ใช้ชื่อเรื่องที่มีความยาวมากเกินไปไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้
 - ใส่คำหลักที่ไม่จำเป็นไว้ในแท็กชื่อเรื่อง

Description tag อธิบายหน้าเว็บ

Description Tag ของหน้าเว็บจะให้ข้อมูลสรุปเกี่ยวกับหน้านั้นๆ กับ Google และเครื่องมือค้นหาอื่นๆ ประกอบด้วยข้อความหนึ่งหรือสองประโยคหรือย่อหน้าสั้นๆ

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- สรุปเนื้อหาของหน้าเว็บให้ถูกต้อง เขียนคำอธิบายให้ละเอียดและดึงดูดความสนใจ เพราะเครื่องมือการค้นหาคะแสดงเมตาแท็กคำอธิบายในตัวอย่างข้อมูลหากตรงกับคำค้นหา
 - หลีกเลี่ยง
 - การเขียนเมตาแท็กคำอธิบายที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของหน้าเว็บ

- การใช้คำอธิบายที่ธรรมดาเกินไป เช่น “นี่คือหน้าเว็บ” หรือ “หน้าเว็บเกี่ยวกับเบเกอรี่”
 - การใส่เฉพาะคำหลักในคำอธิบาย
 - การคัดลอกและวางเนื้อหาทั้งหมดลงในเมตาแท็กคำอธิบาย
- ใช้คำอธิบายที่แตกต่างกันในแต่ละหน้า ใช้เมตาแท็กคำอธิบายที่ไม่ซ้ำกันจะช่วยให้ทั้งผู้ใช้และ Google ทำงานง่ายขึ้น โดยเฉพาะการค้นหาที่อาจแสดงหน้าเว็บหลายๆหน้าบนโดเมน (เช่น การค้นหาโดยใช้ site: operator) หากไซต์มีหน้าเว็บหลายหน้า การปรับแต่งเมตาแท็กคำอธิบายด้วยตนเองอาจไม่ใช่วิธีการที่เหมาะสม ในกรณีนี้สามารถสร้างเมตาแท็กคำอธิบายตามเนื้อหาแต่ละหน้าเว็บโดยอัตโนมัติ
 - หลักเลียง
 - การใช้เมตาแท็กคำอธิบายเดียวกันในทุกหน้าหรือเกือบทุกหน้า

ปรับปรุงโครงสร้าง URL

URL ที่เข้าใจง่ายจะสื่อข้อมูลเนื้อหาได้ดี ทำให้ผู้ใช้งานจำ URL ได้ง่ายขึ้น

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- ใช้คำอธิบายใน URL URL ที่มีคำที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของไซต์และโครงสร้างจะช่วยให้การใช้งานของผู้ใช้งานง่ายขึ้น เพราะจะทำให้ผู้ใช้จดจำ URL ได้ง่ายขึ้น และอาจต้องการลิงค์มายัง URL ดังกล่าว
 - หลักเลียง
 - การใช้ URL ที่ยาวเกินไปและมีพารามิเตอร์และรหัสของเซสชันที่ไม่จำเป็น
 - การเลือกใช้ชื่อหน้าเว็บทั่วไป เช่น “page1.html”
 - การใช้คำหลักมากเกินไป เช่น “wedding-cakes-wedding-cake-weddingcake.html”
- สร้างโครงสร้างไดเรกทอรีที่เรียบง่าย ใช้โครงสร้างไดเรกทอรีในการจัดระเบียบเนื้อหาและช่วยให้ผู้เข้าชมทราบตำแหน่งบนไซต์ได้ง่ายขึ้น ลองใช้โครงสร้างไดเรกทอรีในการระบุชนิดของเนื้อหาที่พบใน URL นั้น
 - หลักเลียง
 - การใช้ไดเรกทอรีย่อยในระดับลึก เช่น “.../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html”
 - การใช้ชื่อไดเรกทอรีที่ไม่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาที่อยู่ในไดเรกทอรี
- ใช้ URL แบบเดียวในการเข้าใช้เนื้อหาในแต่ละหน้า เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ใช้สับสนและลิงค์ไปยัง URL ที่แตกต่างกัน โครงสร้างและการลิงค์ภายในของหน้าเว็บควรใช้และอ้างอิง URL เดียวกัน
 - หลักเลียง
 - การให้หน้าเว็บในโดเมนย่อยและไดเรกทอรีรากเข้าใช้เนื้อหาเดียวกัน เช่น “domain.com/page.html” และ “sub.domain.com/page.html”

- การใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ใน URL อย่างไม่เหมาะสม ผู้ใช้ส่วนใหญ่มักคิดว่า URL จะต้องเป็นตัวพิมพ์เล็กและจะช่วยให้จดจำได้ง่ายกว่า

Site map

การนำทางของเว็บไซต์คือสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และยังช่วยให้เครื่องมือค้นหาสามารถเข้าใจเนื้อหาส่วนไหนที่คิดว่ามีความสำคัญแม้ว่าการ ค้นหาของ Google จะแสดงหน้าเว็บที่คุณต้องการอยู่แล้ว แต่ Google ยังต้องการเข้าใจบทบาทของหน้า ดังกล่าวโดยรวมด้วย

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- สร้างลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาให้ต่อเนื่องเป็นธรรมชาติหลีกเลี่ยง การจัดลำดับเนื้อหาควรทำออกมาให้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเริ่มจากเนื้อหาทั่วไป ค่อยๆ ไปถึงเนื้อหาที่เฉพาะที่ผู้ใช้งานต้องการดูบนไซต์ ควรเพิ่ม หน้าการนำทางในกรณีที่เหมาะสม ลองคิดว่าจะนำไปใช้กับโครงสร้างลิงก์ภายในให้มีประสิทธิภาพอย่างไร
 - หลีกเลี่ยง
 - การสร้างเว็บที่มีลิงก์นำทางที่สลับซับซ้อน เช่น การใช้ลิงก์ในทุกๆ หน้าของไซต์และลิงก์ไปหน้าภายในอื่นๆ
 - การนำเสนอข้อมูลแบบวกไปวนมา (เพื่อให้ผู้ใช้คลิกดูข้อมูลต่างๆ)
- เน้นการใช้ลิงก์ข้อความในการนำทาง เครื่องมือค้นหาสามารถรวบรวมข้อมูลและเข้าใจไซต์ของคุณได้ง่ายขึ้น หากใช้ลิงก์ข้อความในการนำทางจากหน้าหนึ่งไปยังอีกหน้าหนึ่ง ผู้ใช้โดยส่วนใหญ่ก็ ชอบวิธีการนี้มากกว่าวิธีการอื่นๆ เนื่องจากอุปกรณ์บางอย่างไม่รองรับ Flash หรือ JavaScript
 - หลีกเลี่ยง
 - การใช้เมนูแบบเลื่อนลง รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวเพียงอย่างเดียว - เครื่องมือค้นหาโดยส่วนใหญ่จะสามารถค้นหาถึงกับไซต์ได้ แต่หากผู้ใช้สามารถเข้าถึงหน้าเว็บผ่านลิงก์ข้อความ ไซต์ของคุณจะมีการเข้าถึงที่ดียิ่ง ขึ้น โปรดดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ Google จัดการไฟล์ที่ไม่ใช่ข้อความอย่างไร
- เพิ่มหน้าแผนผังไซต์ HTML และใช้ไฟล์แผนผังไซต์ XML ควรใช้หน้าแผนผังไซต์เรียบๆ ที่แสดงลิงก์สำหรับหน้าเว็บทั้งหมดหรือหน้าเว็บที่สำคัญ (ในกรณีมีหน้าเว็บมาก) และการสร้างไฟล์แผนผังไซต์ XML ก็จะช่วยมั่นใจได้ว่าเครื่องมือค้นหาจะพบหน้าเว็บต่างๆ บนไซต์
 - หลีกเลี่ยง
 - การไม่อัปเดตหน้าแผนผังไซต์ HTML จนมีลิงก์ที่ใช้งานไม่ได้
 - การสร้างแผนผังไซต์ HTML ที่แสดงรายการหน้าเว็บที่วุ่นวาย คุณควรทำการแยกออกตามชื่อเรื่อง เป็นต้น

- ใช้หน้า 404 ให้เป็นประโยชน์ บ่อยครั้งที่ผู้ใช้อาจจะไปยังหน้าที่ไม่มีอยู่บนไซต์โดยบังเอิญ จากการคลิกลิงก์ที่ใช้งานไม่ได้ หรือพิมพ์ URL ที่ไม่ถูกต้อง การมีหน้า 404 แบบกำหนดเองจะ ช่วยนำทางให้ผู้ใช้กลับไปยังหน้าที่ใช้งานได้ ซึ่งจะช่วยปรับปรุงประสบการณ์การใช้งานให้ดียิ่งขึ้น หน้า 404 ควรมีลิงก์ที่นำกลับไปหน้าแรก และลิงก์ที่นำไป ยังเนื้อหาที่ได้รับความนิยมหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง Google มี วิดเจ็ต 404 ที่สามารถฝังไว้ในหน้า 404 เพื่อแสดงหน้าดังกล่าวโดยอัตโนมัติ พร้อมกับคุณลักษณะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์อีกมากมาย นอกจากนี้ยังสามารถใช้เครื่องมือสำหรับเว็บมาสเตอร์ของ Google ในการค้นหาแหล่งที่มาของ URL ที่ทำให้เกิดข้อผิดพลาด "not found" ได้อีกด้วย
 - หลักเลียง
 - การให้เครื่องมือค้นหาทำดัชนีหน้า 404 (ตรวจสอบว่ามีการกำหนดค่าให้เว็บเซิร์ฟเวอร์ส่งรหัสสถานะ 404 HTTP เมื่อมีการขอแสดงหน้าเว็บที่ไม่มีอยู่)
 - การแสดงข้อความที่ไม่ชัดเจน เช่น "not found", "404" หรือไม่แสดงหน้า 404 เลย
 - การใช้หน้า 404 ที่มีการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับหน้าอื่นๆ ของไซต์

นำเสนอเนื้อหาและบริการที่มีคุณภาพ

การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เว็บไซต์ของคุณดึงดูดผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- เขียนเนื้อหาให้อ่านง่าย ผู้ใช้ชอบเนื้อหาที่มีการเรียบเรียงอย่างดีและเข้าใจง่าย
 - หลักเลียง
 - การเขียนเนื้อหาที่มีตัวสะกดและไวยากรณ์ผิดหลายจุด
 - การฝังข้อความไว้บนรูปภาพ - ผู้ใช้อาจต้องจะการคัดลอกและวางข้อความ และเครื่องมือค้นหาไม่สามารถอ่านข้อความดังกล่าวได้
- จัดระเบียบเนื้อหาเป็นหัวข้อต่างๆ การจัดระเบียบเนื้อหา ช่วยให้ผู้ใช้สามารถแยกหัวข้อต่างๆ ของเนื้อหาได้เป็นอย่างดี การแบ่งเนื้อหาออกเป็นกลุ่มหรือส่วนอย่างสมเหตุสมผลจะช่วยให้ผู้ใช้ ค้นหาเนื้อหาที่ต้องการได้เร็วขึ้น
 - หลักเลียง
 - การเขียนเนื้อหายาวๆ ที่พูดถึงหลายหัวข้อในหน้าเว็บ โดยไม่ใช่อย่อหน้า หัวข้อย่อย หรือ โครงร่างที่ดี
- สร้างเนื้อหาใหม่ที่ไม่ซ้ำใคร การสร้างเนื้อหาใหม่ๆ จะช่วยรักษารฐานผู้ใช้เก่าๆ และดึงดูดผู้ใช้ใหม่ๆ ให้เข้ามาอีกด้วย
 - หลักเลียง
 - การดัดแปลง (หรือคัดลอก) เนื้อหาจากไซต์อื่นๆ โดยไม่มีการเพิ่มเนื้อหาประโยชน์ใหม่ๆ ต่อผู้ใช้

- การมีเนื้อหาที่ซ้ำๆ กันหรือคล้ายๆ กันทุกหน้า
- สร้างเนื้อหาโดยยึดผู้ใช้เป็นหลัก ไม่ใช่เครื่องมือค้นหา การออกแบบไซต์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ และให้เครื่องมือค้นหาเข้าถึงได้ง่ายเป็นการดี
 - หลีกเลี่ยง
 - การใส่คำหลักที่ไม่จำเป็นจำนวนมากเพื่อลวงเครื่องมือค้นหา เพราะจะสร้างความรำคาญแก่ผู้ใช้และไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อะไรขึ้น
 - การใส่ข้อความยาวๆ เช่น "คำที่มักสะกดผิดที่ใช้ในการมายังหน้าเว็บนี้" ที่อาจไม่มีความหมายสำหรับผู้ใช้
 - การแอบซ่อนข้อความไม่ให้ผู้ใช้เห็นเพื่อใช้กับเครื่องมือค้นหา

เขียน Anchor Text ให้ดียิ่งขึ้น

Anchor Text คือข้อความที่คลิกได้หรือลิงก์ โดยจะวางไว้ในแท็ก `<a href="..."></a>` ข้อความนี้จะบอกผู้ใช้และ Google เกี่ยวกับเนื้อหาของหน้าเว็บที่ลิงก์ไป การใช้ Anchor Text อย่างเหมาะสมจะช่วยให้ผู้ใช้ไปยังเนื้อหาที่ต้องการได้ง่ายขึ้น และช่วยให้ Google ทราบว่า หน้าเว็บที่ลิงก์ไปมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องใด

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 หากข้ามบาง ลิงก์ หรือกดผิดลิงก์โดยไม่ได้ตั้งใจ
 - หลีกเลี่ยง
 - การใช้ CSS หรือการจัดรูปแบบข้อความที่ทำให้ลิงก์ดูคล้ายกับข้อความทั่วไป

- ใช้ Anchor Text เพื่อลิงก์ไปยังเนื้อหาภายใน โดยทั่วไปเวลาพูดถึงลิงก์ คนทั่วไปก็คงนึกถึงลิงก์สำหรับเว็บไซต์ภายนอก แต่จริงๆ แล้วการใช้ Anchor Text เพื่อลิงก์ไปยังเนื้อหาภายในจะช่วยให้ผู้ใช้และ Google ใช้งานไซต์ได้ดีขึ้น
 - หลักเลียง
 - การใส่คำหลักจำนวนมากหรือ Anchor Text ที่มีความยาวเกินไปสำหรับเครื่องมือค้นหา
 - การสร้างลิงก์ที่ไม่จำเป็นซึ่งไม่ได้ช่วยในการนำทางผู้ใช้

ปรับการใช้งานรูปภาพของคุณให้มีประสิทธิภาพ

รูปภาพเป็นส่วนประกอบที่สำคัญบนไซต์ และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้รูปภาพได้ เคล็ดลับง่ายๆ สองประการคือ ตั้งชื่อรูปภาพทั้งหมดให้ต่างกัน และใช้แอตทริบิวต์ Alt ที่ไม่ซ้ำกัน แอตทริบิวต์ Alt ช่วยให้สามารถแสดงข้อความแทนรูปภาพ ในกรณีที่ไม่สามารถแสดงรูปภาพได้ เนื่องจากเหตุขัดข้องบางประการ นอกจากนี้ควรจัดเก็บไฟล์ไว้ในไดเรกทอรีเฉพาะและจัดการไฟล์โดยใช้รูปแบบ ไฟล์ที่ใช้โดยทั่วไป

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- ใช้ชื่อไฟล์และ Alt Text ที่เป็นข้อความสั้นๆ และสื่อความหมาย
 - หลักเลียง
 - การใช้ชื่อไฟล์ทั่วไป เช่น "image1.jpg", "pic.gif", "1.jpg" สำหรับไซต์ที่มีรูปภาพจำนวนมากอาจลองใช้วิธีการตั้งชื่อรูปภาพแบบอัตโนมัติ
 - การเขียนชื่อไฟล์ที่มีความยาวมาก
 - การใส่คำหลักไว้ใน Alt Text หรือการคัดลอกและวางข้อความทั้งประโยค
- ใส่ Alt Text เมื่อใช้ลิงก์รูปภาพ
 - หลักเลียง
 - การเขียน Alt Text ที่มีข้อความยาวมากเกินไป เพราะอาจดูเหมือนเป็นสแปม
 - การใช้แต่ลิงก์รูปภาพในการนำทางในไซต์
- ให้ไฟล์แผนผังไซต์สำหรับรูปภาพ

ใช้แท็กหัวเรื่องอย่างเหมาะสม

ใช้แท็กหัวเรื่องเพื่อเน้นข้อความสำคัญ ซึ่งแท็กหัวเรื่องจะมีอยู่หกขนาดเริ่มจาก <h1> ที่ใช้เน้นข้อความที่มีความสำคัญมากที่สุด ไปจนถึง <h6> ที่ใช้ เน้นข้อความที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- จินตนาการว่าคุณกำลังเขียนโครงร่างรายงาน หลักการโดยทั่วไปก็คล้ายๆ กับการเขียนรายงาน โดยเริ่มจากการเขียนโครงร่าง วางแผนว่าอะไรคือเนื้อหาหลักและอะไรคือส่วนประกอบรอง แล้วค่อยตัดสินใจว่า จะใช้แท็กหัวเรื่องตรงไหนให้เหมาะสม
 - หลีกเลี่ยง
 - การใช้แท็กหัวเรื่องกับข้อความที่ไม่จำเป็น ซึ่งอาจทำให้โครงสร้างของเนื้อหาในไซต์ดูไม่น่าสนใจ
 - การใช้แท็กหัวเรื่องผิดที่ เช่น ใช้ควบคู่กับแท็ก `<em>` และ `<strong>`
 - การใช้ขนาดแท็กหัวเรื่องที่ไม่แน่นอน
- ใช้แท็กหัวเรื่องอย่างเหมาะสม การใช้แท็กหัวเรื่องในตำแหน่งที่เหมาะสม หากใช้แท็กหัวเรื่องมากเกินไปอาจทำให้ผู้ใช้แยกไม่ออกว่าหัวข้อแต่ละอันเริ่มและจบตรงไหน
 - หลีกเลี่ยง
 - การใช้แท็กหัวเรื่องมากเกินไป
 - การใส่ข้อความทั้งหมดของหน้าเว็บไว้ในแท็กหัวเรื่องเดียว
 - การใช้แท็กหัวเรื่องสำหรับการจัดแต่งข้อความ โดยไม่คำนึงถึงโครงสร้างของเนื้อหา

ใช้ robots.txt อย่างมีประสิทธิภาพ

ไฟล์ robots.txt จะบอกให้เครื่องมือค้นหาทราบว่าสามารถเข้าถึงและรวบรวมข้อมูลจากส่วนต่างๆ ของไซต์ได้หรือไม่ โดยไฟล์นี้ต้องใช้ชื่อว่า robots.txt และต้องวางไว้ในไดเรกทอรีรากของไซต์

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- ใช้การรักษาความปลอดภัยที่ดีขึ้นสำหรับเนื้อหาที่สำคัญ ไม่ควรใช้ robots.txt ในการบล็อกเนื้อหาที่สำคัญหรือเป็นความลับ เหตุผลก็คือเครื่องมือค้นหายังคงสามารถอ้างอิง URL ที่บล็อก (โดยแสดงเฉพาะ URL แต่ไม่มีชื่อเรื่องหรือตัวอย่างข้อมูล) ในกรณีที่มีลิงก์ไปยัง URL เหล่านั้นอยู่บนอินเทอร์เน็ต (เหมือนกับบันทึกแหล่งที่มา) นอกจากนี้ เครื่องมือค้นหาที่ไม่สามารถทำงานร่วมกับ Robots Exclusion Standard อาจไม่ทำตามคำสั่ง robots.txt ท้ายสุด ผู้ใช้ยังสามารถเข้าไปดูไดเรกทอรีหรือไดเรกทอรีย่อยในไฟล์ robots.txt และพยายามเดา URL ของเนื้อหาที่เจ้าของไซต์ไม่ต้องการให้ดู การเข้ารหัสเนื้อหาหรือการป้องกันด้วยรหัสผ่านไฟล์ดังกล่าวด้วย .htaccess จึงเป็นทางเลือกที่ปลอดภัยกว่า
 - หลีกเลี่ยง
 - การรวบรวมข้อมูลหน้าเว็บที่แสดงผลเหมือนหน้าผลการค้นหา ผู้ใช้ไม่ต้องการออกจากหน้าผลการค้นหาหนึ่งเพื่อไปยังหน้าผลการค้นหาอีกหน้าหนึ่ง ซึ่งไม่ได้ให้ผลลัพธ์ที่พวกเขาต้องการ

- การรวบรวมข้อมูล URL ที่สร้างขึ้นจากบริการพร็อกซี

เรียนรู้ rel="nofollow" สำหรับลิงก์

การตั้งค่าแอตทริบิวต์ "rel" ของลิงก์เป็น "nofollow" จะแจ้งให้ Google ทราบว่าไม่ควรติดตามลิงก์ใดบนไซต์ หรือส่งผ่านความน่าเชื่อถือไปหน้าเว็บที่ลิงก์ไป โดยเพิ่ม rel="nofollow" ไว้ในแท็ก Anchor

เพิ่ม "nofollow" ลงในคอลัมน์การแสดงความคิดเห็นและกระดาน ข้อความโดยอัตโนมัติ

การใช้ "nofollow" สำหรับบนหน้าไซต์ ทุกหน้าของไซต์ ฯลฯ อีกกรณีหนึ่งในการใช้ "nofollow" คือเมื่อเรากำลังเขียนเนื้อหาและต้องการอ้างอิงเว็บไซต์อื่น แต่ไม่ต้องให้ความน่าเชื่อถือของเว็บเราผ่านไปยังเว็บไซต์ดังกล่าว

แจ้งข้อมูลไซต์มือถือให้ Google

- กำหนดค่าไซต์มือถือเพื่อให้สามารถทำดัชนีได้อย่างถูกต้อง เคล็ดลับในการแก้ไขปัญหาเพื่อช่วยให้การรวบรวมข้อมูลไซต์และทำดัชนีให้ถูกต้องมีดังนี้
 - ตรวจสอบว่า Google ได้ทำดัชนีสำหรับไซต์มือถือของเราให้แล้ว หากเว็บไซต์ของเราไม่ปรากฏในผลการค้นหาของ Google บนมือถือ แม้ว่าจะใช้ site: operator ไซต์ของเราอาจมีปัญหาต่อไปนี้:
 - Googlebot อาจไม่พบไซต์ของเรา
 - Googlebot อาจไม่สามารถเข้าถึงไซต์ของเรา
 - ตรวจสอบว่า Google รู้จัก URL ของไซต์มือถือ หน้าเว็บที่ไม่สามารถเปิดบนโทรศัพท์มือถือจะถูกบล็อก จากดัชนีไซต์มือถือ

นำผู้ใช้มือถือไปยังไซต์มือถือ

- นำผู้ใช้โทรศัพท์มือถือไปยังหน้าเว็บสำหรับมือถือ ควรเปลี่ยนเส้นทางผู้ใช้มือถือไปยังหน้าเว็บสำหรับโทรศัพท์มือถือ เมื่อผู้ใช้หรือโปรแกรมรวบรวมข้อมูล (เช่น Googlebot-Mobile) เข้าใช้งาน URL สำหรับเดสก์ท็อป Google จะสังเกตเห็นการเชื่อมโยงระหว่าง URL ทั้งสอง แล้วจะเลือกแสดงหน้าการค้นหาสำหรับเดสก์ท็อปหากมาจากเดสก์ท็อป และจะแสดงหน้าสำหรับมือถือหากมาจากมือถือ
- เปลี่ยนเนื้อหาตาม User-agent ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือและผู้ใช้เดสก์ท็อปจะเข้าใช้งาน URL เดียวกัน แต่เนื้อหาและรูปแบบจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยตาม User-agent

โปรโมตเว็บไซต์ให้ถูกวิธี

- เพิ่มการใช้ลิงก์ย้อนกลับจะช่วยเพิ่มคุณค่าของไซต์
- พัฒนาทักษะในการโปรโมตข้อมูลผ่านบล็อกให้เป็นที่รู้จัก ออนไลน์

แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

- ทำความรู้จักกับโซเชียลสื่อสังคมออนไลน์
 - หลีกเลี่ยง
 - การโปรโมตข้อมูลใหม่จำนวนเล็กๆ น้อยๆ ควรทำเฉพาะเนื้อหาสำคัญและน่าสนใจ
 - การใช้บริการฉ้อโกงต่างๆ ที่ทำให้ไซต์มีการโปรโมตที่เกินจริง
- ติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้ในชุมชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับไซต์
 - หลีกเลี่ยง
 - การส่งสแปมลิงก์ไปยังทุกไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของไซต์
 - การซื้อลิงก์จากไซต์อื่นเพื่อให้ได้เพจแรงก์แทนที่จะเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม

ใช้ประโยชน์จากเครื่องมือของเว็บมาสเตอร์ฟรี

- ใช้เครื่องมือของเว็บมาสเตอร์เพื่อช่วยให้ Googlebot รวบรวมข้อมูลได้ง่ายขึ้น เว็บมาสเตอร์สามารถดำเนินการต่อไปนี้:
 - ตรวจสอบว่าส่วนใดของไซต์ที่ Googlebot มีปัญหาในการรวบรวมข้อมูล
 - แจ้งข้อมูลไฟล์แผนผังไซต์ XML ให้ Google ทราบ
 - วิเคราะห์และสร้างไฟล์ robots.txt
 - ลบ URL ที่ Googlebot รวบรวมข้อมูลแล้ว
 - ระบุโดเมนที่คุณต้องการใช้
 - ระบุปัญหาเกี่ยวกับเมตาแท็กชื่อเรื่องและคำอธิบาย
 - ศึกษาคำค้นหายอดนิยมที่ใช้ในการค้นหาไซต์
 - เรียนรู้ว่า Googlebot มองเห็นหน้าเว็บอย่างไร
 - ลบไซต์ลิงก์ที่ไม่ต้องการออก ไม่ให้ Google แสดงในผลลัพธ์
 - รับการแจ้งเตือนเกี่ยวกับการละเมิดหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพและขอให้มีการพิจารณาไซต์ใหม่
- ใช้ Google Analytics และ Website Optimizer สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับสูง สามารถใช้เครื่องมือเหล่านี้ในการดำเนินการต่อไปนี้:
 - ศึกษาข้อมูลเชิงลึกว่าผู้ใช้อย่างไรและใช้งานไซต์อย่างไร
 - ดูเนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไซต์
 - วัดผลหลังการทำ SEO เช่น การเปลี่ยนเมตาแท็กชื่อเรื่องและคำอธิบายช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมจากเครื่องมือค้นหาหรือไม่