



www.wb30.ir



راهنمای جامع سفارش سایت و سئو به زبان ساده

مدرس: پرویز میرزایی
مدیر کسب و کار اینترنتی



parviz_mirzaee



09353530711

مقدمه

در حوزه سئو تازه کار هستید؟
دوست دارید دانش خود را در این حوزه بیشتر کنید؟

این مقاله با عنوان “راهنمای جامع سفارش سایت و سئو به زبان ساده” می تواند اطلاعات جامع و وسیعی را در این مسیر برایتان فراهم آورد.

در این سری از مقالات با موارد زیر آشنا خواهید شد:

۱. موتورهای جستجو چگونه کار میکنند؟
۲. کاربر چگونه با موتور جستجو تعامل میکند؟
۳. چرا بازاریابی در موتورهای جستجو مهم است؟
۴. اصول سئو برای طراحی و توسعه سایت
۵. راهنمای پژوهش کلمات کلیدی
۶. تاثیر تجربه کاربری و محتوا بر سئو
۷. لینک بیلدینگ و تاثیر آن بر سئو
۸. معرفی ابزارهای سئو برای وبمسترها
۹. تصورات اشتباه درباره موتورهای جستجو
۱۰. ابزارها و معیارهای اندازه گیری سئو

فهرست

سئو چیست؟! و مفاهیم اولیه سئو

۱. سئو چیست؟
۲. چرا به سئو نیاز داریم؟
۳. چطور سایت خود را سئو کنیم؟
بهرتر نیست به متخصص مراجعه کنم؟
۴. کلمات رایج در سئو
تفاوت سئو On-page و Off-page
تفاوت سئو کلاه سفید و کلاه سیاه چیست؟

به تازگی با مفاهیم سئو آشنا شدید؟ دوست دارید بدانید چه فاکتورهایی بر کسب جایگاه در نتایج گوگل تاثیرگذار هستند؟ به جای درستی مراجعه کردید. در این کتاب با عنوان آموزش سئو مبتدی قصد داریم دانش اولیه مورد نیاز برای سئو را به شما آموزش دهیم.

در فصل اول تلاش میکنیم با معرفی مفاهیم اولیه سئو و عبارات رایج در آن دید بهتری برای شما ایجاد کنیم. اولین سوالی که باید به آن پاسخ دهیم این است؛ سئو چیست؟

سئو چیست؟

این عبارت مخفف Search Engine optimization یا همان بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو است که هدف اصلی آن کسب جایگاه بهتر در نتایج گوگل است. روزانه کاربران بسیاری کلمات مورد نظر خود را در گوگل جستجو میکنند و این موتور جستجو پیشنهاداتی متناسب با عبارات جستجو شده به آنها نمایش میدهد. هر چقدر جایگاه شما در لیست نتایج بالاتر باشد شانس بیشتری برای جذب کاربر خواهید داشت و اصطلاحاً سئو سایت شما بهتر است.

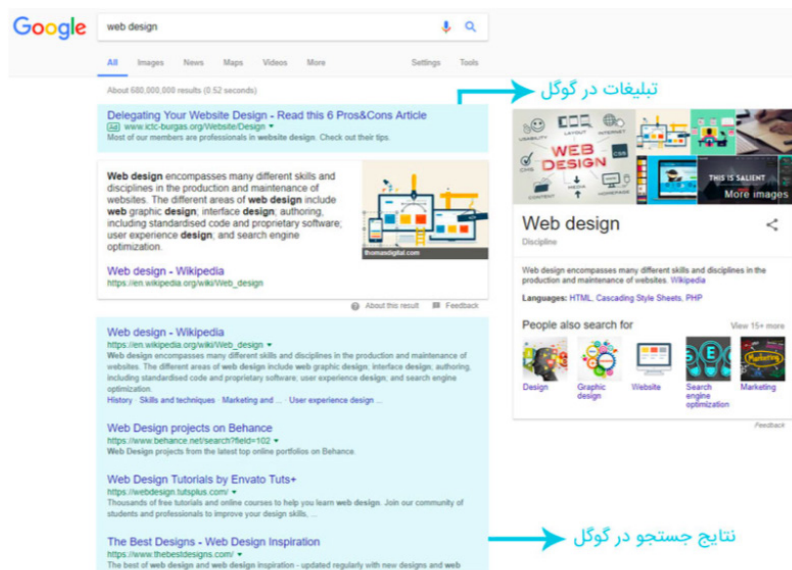
تکنیک های سئو مجموعه ای از دانش، خلاقیت و آنالیز هستند. روش های متنوعی برای سئو سایت وجود دارد ولی همه آنها در یک هدف مشترک هستند. هدف اصلی رسیدن به رتبه یک گوگل است.

برای موفقیت در سئو نیازمند تولید محتوا هستیم، محتوایی که برای کاربر ارزشمند بوده و برای موتور جستجو قابل درک باشد. علاوه بر این، استراتژی درست برای تولید و ارایه محتوا در کنار طراحی مناسب سایت میتواند شانس شما را برای کسب جایگاه بهتر افزایش دهد. ورود کاربر به سایت اولین هدف ما و تبدیل بازدیدکننده به مشتری مهم ترین هدف خواهد بود.

سئو پیچیدگی و ظرافت زیادی دارد که نیازمند مطالعه همیشگی و دانش به روز است. نکته مثبت این است که شما همیشه در حال رشد و یادگیری خواهید بود.

چرا به سئو نیاز داریم؟

موتورهای جستجو مانند یاهو، بینگ، یاندکس و از همه مهمتر گوگل با ورود به سایت های اینترنتی محتوای آنها را بررسی کرده و براساس موضوع، ارزش گذاری و رتبه بندی میکنند. برای این کار از الگوریتم های پیچیده ای استفاده میشود که کسی از آن اطلاع ندارد بعنوان مثال فاکتورهای گوگل برای رتبه بندی سایت ها بیش از ۲۰۰ مورد است.



کاربران اینترنتی برای یافتن محتوای مورد نظر خود به موتور جستجو مراجعه کرده و از میان نتایج نمایش داده شده پاسخ خود را دریافت میکنند. تعداد جستجو در اینترنت روزانه در حال افزایش است و در حال حاضر بیش از ۷ میلیارد جستجو در روز انجام میشود. هرچقدر سهم شما از این کاربران بیشتر باشد شانس بالاتری برای فروش محصولات، ارائه خدمات یا حتی دریافت تبلیغات خواهید داشت. برای جذب مخاطب بیشتر به سئو و حضور در **صفحه اول گوگل** وابسته خواهیم بود.

چطور سایت خود را سئو کنیم؟ بهتر نیست به متخصص مراجعه کنیم؟

در کتاب سئو برای همیشه شما را با اصول اولیه و دانش کاربردی سئو آشنا میکنیم و میتوانید خودتان کار بر روی سایت را آغاز کنید. ولی همانند هر حرفه دیگری تجربه و دانش تخصصی نقش مهمی در موفقیت شما خواهد داشت. اگر قصد دارید یک متخصص حرفهای

سئو باشید باید مطالعات خود را گسترش داده و هر روز تازه ترین اخبار و مقالات این حوزه را رصد کنید. همچنین بعنوان یک میانبر مطمئن و سریع میتوانید در کارگاه های آموزش حرفه ای سئو که توسط وبسیما برگزار میشود شرکت کنید. اگر وقت و حوصله کافی برای این کار را ندارید بهتر است به متخصصین سئو و مشاورین شناخته شده در این زمینه مراجعه کنید و کار را به آنها بسپارید. به طور حتم این کار هزینه های زیادی برای شما به همراه خواهد داشت ولی ممکن است در مقایسه با زمانی که برای آموزش و کسب تجربه صرف میکنید برای شما به صرفه باشد. در این مرحله مهم ترین کار شما انتخاب درست متخصص یا مشاور سئو است.

کلمات رایج در سئو

در ادامه به طور حتم با عبارات بیشتری آشنا خواهیم شد ولی برای شروع بهتر است با مفاهیم زیر آشنا شوید:



تفاوت سئو On-page و Off-page

سئو On-page یا همان سئو داخلی سایت به معنی بهینه‌سازی سایت برای درک بهتر توسط ربات های گوگل است. هر فعالیتی که در سایت خود انجام می‌دهید؛ از تولید محتوا گرفته تا طراحی صفحات و نسخه موبایل بر سئو تاثیر گذار خواهد بود. به مجموعه فعالیت های انجام شده در سایت سئو داخلی می‌گوییم. مهمترین بخش ها عبارتند از:

- استفاده صحیح از تگ های متا
- تعیین درست عنوان ها و تگ های هدینگ
- تدوین ساختار مناسب برای آدرس دهی صفحات
- بهینه سازی تصاویر سایت
- تولید محتوای اختصاصی و با کیفیت
- طراحی نسخه موبایل سایت و ریسپانسیو بودن صفحات
- بهینه سازی سرعت لود شدن صفحات و بسیاری فاکتورهای دیگر
- که در آموزش های پیش رو به آنها خواهیم پرداخت.

سئو Off-page یا سئو بیرونی مجموعه فعالیت های شما در خارج از سایت برای انتشار بهتر محتوا در اینترنت و ایجاد مسیرهای دسترسی از بیرون سایت است. مهمترین فعالیت ما در بیرون سایت کسب بک لینک های ارزشمند است. هر سایتی غیر از سایت شما که به یکی از صفحات شما لینک داده باشد یک بک لینک محسوب شده و میتواند بر جایگاه شما در نتایج

گوگل تاثیرگذار باشد. روش های مختلفی برای کسب بک لینک ارزشمند وجود دارد که مهم ترین آن ها عبارتند از:

- تبادل لینک
- خرید بک لینک
- ریپورتاژ آگهی
- فعالیت در شبکه های اجتماعی
- نوشتن محتوای ارزشمند و مرجع
- ارسال دیدگاه در سایت های مرتبط با سایت شما

لینک سازی درست تاثیر بسیار زیادی بر جایگاه شما خواهد داشت و همین امر موجب شده در سال های اخیر تکنیک های مختلفی برای کسب بک لینک رایج شوند. تاثیر این تکنیک ها بر نتایج گوگل به حدی زیاد بوده که این موتور جستجو برای جلوگیری از همهگیر شدن آنها الگوریتم های جدیدی را معرفی کرده است. الگوریتم هایی به نام های پنگوئن، پاندا و مرغ مگس خوار. این الگوریتم ها سایت هایی که قوانین گوگل در لینک سازی را نادیده گرفته اند شناسایی کرده و جایگاه آنها در نتایج گوگل را کاهش میدهند یا به عبارت دیگر سایت هایی با لینک سازی غیرطبیعی را جریمه میکنند.

براساس همین طبیعی یا غیرطبیعی بودن روند کاری یک سایت مفهوم جدیدی به نام سئو کلاه سفید و سئو کلاه سیاه شکل گرفت که در ادامه به بررسی آنها میپردازیم.

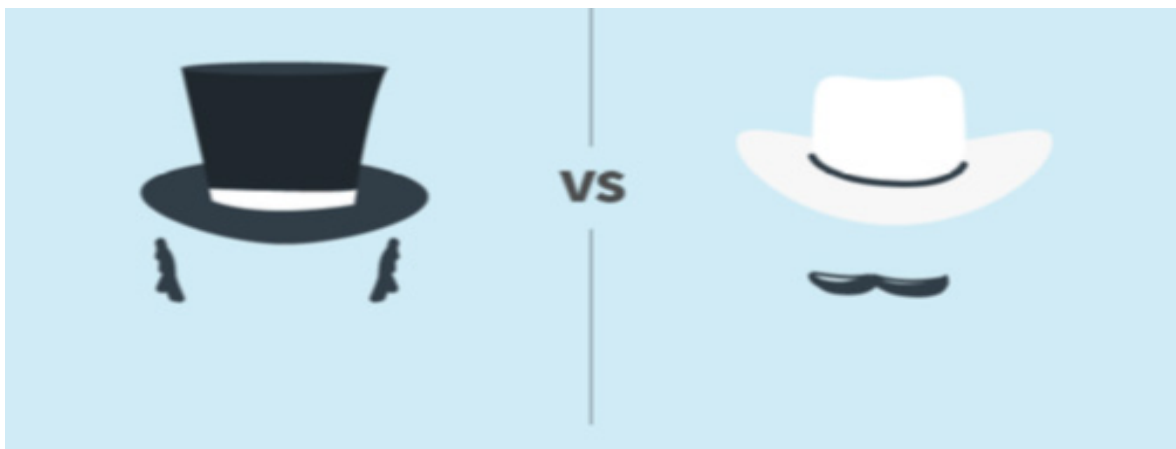
تفاوت سئو کلاه سفید و کلاه سیاه چیست؟

این مفهوم از فیلم های وسترن سینمای کلاسیک دریافت شده است که معمولا نقش منفی فیلم ها کلاه سیاه به سر داشتند. در واقع تقابل خیر و شر در سئو است. البته این نام گذاری را خیلی جدی نگیرید هدف مشخص کردن مرز میان تکنیک های استاندارد و تکنیک های فریبنده برای گوگل است.

تکنیک های کلاه سیاه عموما بر رشد سریع سایت در نتایج گوگل تمرکز میکنند و توجهی به میزان رضایت کاربر نخواهند داشت. هدف اصلی از این کار کسب جایگاه بهتر ولی غیرواقعی است و تلاش میشود از نقطه ضعف گوگل در تشخیص صفحات بهتر استفاده شود. برخی از تکنیکهایی که گوگل مستقیما به آنها اشاره کرده است به شرح زیر است:

- ایجاد صفحاتی با محتوای اتوماتیک و جمع آوری شده
- ریدایرکت مخفیانه
- تقلب در نشانه گذاری محتوا
- انجام جستجو و رفتار تقلبی در گوگل
- متن یا لینک پنهان شده در صفحه
- محتوای کم و بی ارزش
- تکرار غیرمعمول کلمات در صفحه

تکنیک های کلاه سیاه مدام در حال تغیر هستند و هر زمان که گوگل راه حلی برای شناسایی این سایت ها پیدا میکند روش های جدیدی برای فریب گوگل ایجاد میشوند. در این روش شما خیلی سریع رشد میکنید و به جایگاه مناسب میرسید ولی جایگاه شما بسیار لغزنده خواهد بود و هر روز ممکن است توسط گوگل جریمه شده و از لیست نتایج حذف شوید.



در مقابل سئو کلاه سفید به تکنیک هایی گفته میشود که براساس اصول و قواعد اعلام شده توسط گوگل محتوای خود را تهیه و منتشر میکنند و از هر گونه راه میانبر پرهیز میکنند. مهمترین نشانه های سئو کلاه سفید عبارتند از:

- محتوای اختصاصی و با کیفیت
- لینک سازی واقعی میان صفحات داخلی سایت
- ارسال پست مهمان در سایت های مرتبط
- لینک سازی واقعی از طریق معرفی شما توسط سایت های دیگر

تکنیک های کلاه سفید معمولا زمان زیادی برای نتیجه گیری نیاز دارند و استراتژی بلند مدت محسوب میشوند ولی زمانیکه شما به نقطه موفقیت برسید حفظ و ارتقای آن بسیار راحت تر است.

تکنیک هایی نیز وجود دارند که در میان سئو کلاه سفید و کلاه سیاه قرار میگیرند که به آنها سئو کلاه خاکستری می گویم. این تکنیک ها عموما به روش های کلاه سیاه نزدیک تر هستند ولی به گونه ای برنامه ریزی و اجرا میشوند که گوگل قادر به درک و تشخیص آنها از روش های سفید نباشد.

موتورهای جستجو چگونه کار میکنند!؟

۱. موتورهای جستجو چطور محتوای صفحات را بررسی میکنند؟

Crawling چیست؟

Index گوگل چیست؟

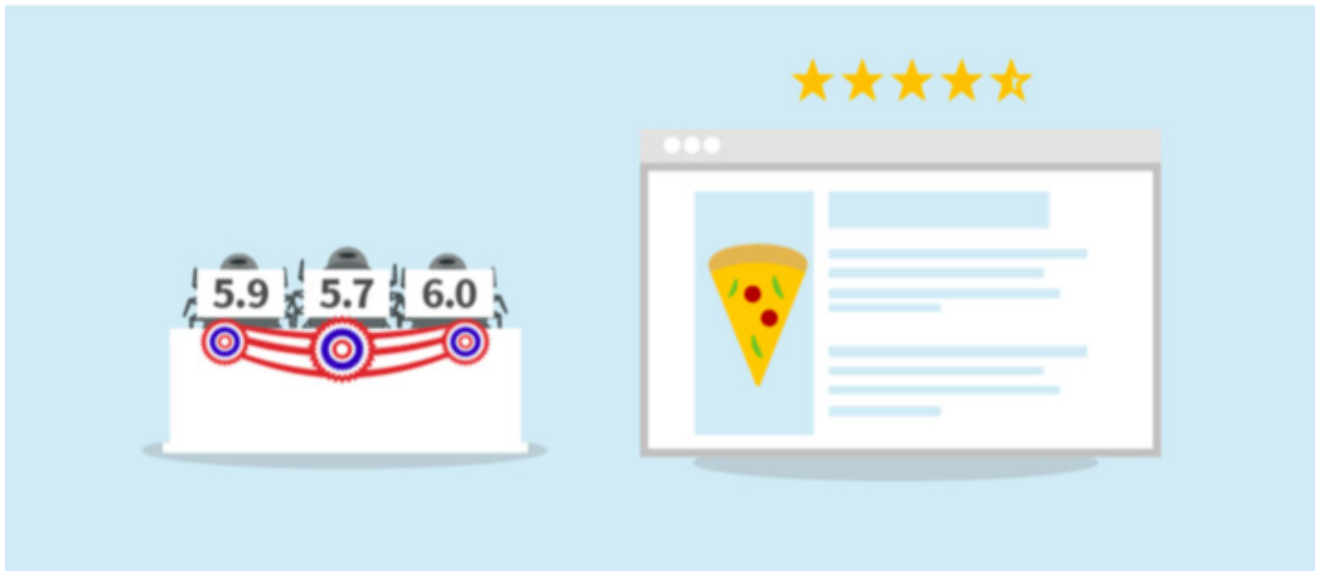
تهیه لیست نتایج جستجو برای کاربر

۲. تاثیر رفتار کاربران بر نتایج جستجو

۳. هر کدام از موتورهای جستجو چه سهمی از بازار دارند؟

۴. ارزش صفحه اول گوگل در مقایسه با رتبه اول نتایج

در این فصل نگاهی دقیقتر به موتورهای جستجو و عملکرد آنها در سطح وب خواهیم داشت. دانستن اینکه کاربران چطور از موتور جستجو استفاده میکنند و موتورهای جستجو چطور صفحات وب را رتبه بندی میکنند میتواند مهمترین معیار ما برای شناخت تکنیک های سئو و بهینه سازی سایت باشد.



موتورهای جستجو چگونه کار می کنند؟

موتورهای جستجو برای تحلیل محتوای وب و سرویس دهی مناسب به کاربران خود سه وظیفه اصلی دارند که عبارتند از:

Crawling خزش در محتوای سایت ها

Indexing تهیه یک نسخه از صفحه و تحلیل محتوای آن

Results نمایش نتایج مناسب براساس محتوای ایندکس شده



Crawling چیست؟

گوگل برای دسترسی به محتوای سایت، ربات های نرم افزاری طراحی کرده است که همانند یک کاربر وارد سایت شما شده و با خزش (crawl) در آن تلاش میکنند محتوای صفحه را دریافت کنند. در این فرآیند همه ی بخش ها شامل محتوا، عنوان، تصاویر، لینک و هرچیزی که دسترسی به آن برای

ربات گوگل ممکن باشد بررسی خواهد شد.

ربات ها هنگام بررسی یک صفحه احتمالا با لینک به صفحات دیگر مواجه میشوند، اگر این لینک نوفالو (Nofollow) نشده باشد ربات وارد آن صفحه نیز شده و به همین شکل مسیر خود را در وب ادامه میدهد. یکی از دلایل اهمیت بالای بک لینک در سئو نیز همین رفتار ربات ها برای شناسایی و ایندکس صفحات جدید است. ربات های گوگل معمولا در بازه های زمانی مختلف (متغیر برای هر صفحه) دوباره به همان صفحات رجوع کرده و تغذرات آن را بررسی میکنند.

ربات های گوگل از پروتکل های مشخصی برای بررسی صفحات وب استفاده میکنند و اگر دوست داشته باشید صفحهای از سایت شما توسط گوگل بررسی نشده و در نتایج گوگل نمایش داده نشود میتوانید از طریق فایل robots.txt این کار را انجام دهید.

Index گوگل چیست؟

زمانی که بررسی یک صفحه توسط ربات تمام شد فرآیند ایندکس کردن آغاز میشود. تصور کنید که وب یک کتابخانه بسیار بزرگ است و گوگل تلاش میکند یک فهرست کامل از کتاب های موجود، موضوع هرکدام و محتویات آنها تهیه کند. زمان ایندکس شدن یک صفحه توسط گوگل همیشه به یک اندازه نیست و فاکتورهای مختلفی بر آن تاثیرگذار است.

هر بار که ربات گوگل به صفحه شما مراجعه کند اگر متوجه تغییراتی در آن صفحه؛ شامل تغییر محتوا یا اضافه شدن محتوا شود مجدد فرآیند ایندکس کردن گوگل برای آن صفحه انجام میشود.

تا زمانی که یک صفحه توسط گوگل ایندکس نشود هرگز در نتایج جستجو نمایش داده نمیشود. پس اولین قدم برای قرار گرفتن در نتایج جستجو مطمئن شدن از ایندکس صفحات است.

تهیه لیست نتایج جستجو برای کاربر

نتایج جستجو هم برای کاربران و هم برای صاحبان وب سایت اهمیت زیادی دارد. زمانی که بعنوان یک کاربر عبارت مورد نظر خود را در گوگل جستجو میکنید، گوگل از میان صفحاتی که پیش از آن ایندکس کرده است نتایج مرتبط با جستجوی شما را پیشنهاد میدهد. این فرآیند بسیار پیچیده است زیرا از میان صدها میلیون وب سایت و شاید میلیاردها صفحه موجود در وب باید نتایج مورد نظر شما را شناسایی کرده و نمایش دهد.

برای اینکار الگوریتم های متنوعی نوشته شده است و گوگل همواره در حال ارتقا و بهینه کردن این الگوریتم هاست. هرگز فرآیند بررسی صفحات و رتبه بندی توسط گوگل اعلام نشده

و نخواهد شد ولی براساس مشاهدات و همستران و آموزشهایی که توسط خود گوگل منتشر میشود چندین فاکتور تاثیرگذار براین رتبه بندی شناسایی شده اند. گوگل اعلام کرده که برای رتبه

بندی صفحات بیش از ۲۰۰ فاکتور را در نظر میگیرد.

در اینجا به تعدادی از مهمترین فاکتورهای مورد نظر گوگل اشاره میکنیم:

- میزان به روزرسانی سایت و نرخ تولید محتوا
- حجم صفحات سایت و سرعت بارگذاری
- میزان اعتبار و ارتباط موضوعی بک لینک های سایت
- حجم محتوای صفحه و ارتباط موضوعی محتوای همه صفحات سایت
- نحوه استفاده از کلمات کلیدی در متن، عنوان، تصاویر و لینک ها
- نوع نگارش محتوا و غلط های املایی
- ساختار لینک سازی داخلی سایت
- طراحی ریسپانسیو سایت و نمایش صحیح در موبایل و تبلت
- اعتبار دامنه
- فعالیت در شبکه های اجتماعی
- رفتار کاربران، ارسال دیدگاه و امتیازدهی در صفحه
- تجربه کاربری و میزان رضایت کاربران (User Experience)
- ضریب خروج (Bounce rate) از سایت و نرخ کلیک در نتایج گوگل (CTR)

همانطور که در فصل پیشین صحبت کردیم میتوان فاکتورهای تاثیر گذار در سئو را به دو دسته اصلی سئو داخلی و بیرونی یا همان On-page و Off-page تقسیم نمود. که هر یک از این دو بخش در فصل های پیش رو به صورت کامل بررسی خواهند شد.



تأثیر رفتار کاربران بر نتایج جستجو

اولین نکته ای که باید در سئو بیاموزیم آن است که همزمان به کاربر و سئو اهمیت دهیم و تعادل درستی میان این دو برقرار کنیم. شما تمام تمرکز و انرژی خود را بر روی موفقیت در سئو قرار میدهید ولی کاربرانی که وارد سایت شما میشوند از صفحه‌های که مشاهده میکنند رضایت نخواهند داشت. رفتار کاربران در این شرایط میتواند بر سئو سایت شما تأثیر منفی داشته و شما جایگاه خود را به مرور زمان از دست بدهید.

تصور کنید که کاربر به دنبال دستور پخت پیتزا باشد و این عبارت را در گوگل جستجو کند، گوگل سایت شما را در نتایج خود نمایش داده و کاربر هم شما را انتخاب میکند. ولی بعد از ورود به سایت شما به هر دلیل (مثلا نبود محتوای مناسب، سرعت پایین صفحه، طراحی نامناسب، فونت بد، عدم نمایش صحیح در موبایل) به سرعت از آن خارج شده و دوباره به نتایج جستجو باز میگردد. این رفتار کاربر توسط گوگل قابل درک بوده و به او نشان میدهد که کاربر از سایت شما راضی نبوده است.

عدم رضایت کاربران از یک صفحه اگر چندین بار تکرار شود میتواند موجب از دست رفتن جایگاه شما در نتایج گوگل شود. نقطه مقابل این داستان زمانی است که کاربر شما را در رتبه‌های پائین‌تر پیدا میکند و به سایت شما وارد میشود اما از محتوای آن رضایت کافی داشته و دیگر این عبارت را در گوگل جستجو نمیکند. حتی ممکن است کاربر با اشتراک گذاری محتوای شما یا ارسال دیدگاه سطح بالاتری از میزان رضایت خود را به شما و گوگل نمایش دهد. در این شرایط شما به سرعت رشد کرده و جایگاه بهتری در نتایج گوگل کسب میکنید.

عدم رضایت کاربران از یک صفحه اگر چندین بار تکرار شود میتواند موجب از دست رفتن جایگاه شما در نتایج گوگل شود. نقطه مقابل این داستان زمانی است که کاربر شما را در رتبه های پائین تر پیدا میکند و به سایت شما وارد میشود اما از محتوای آن رضایت کافی داشته و دیگر این عبارت را در گوگل جستجو نمیکند. حتی ممکن است کاربر با اشتراک گذاری محتوای شما یا ارسال دیدگاه سطح بالاتری از میزان رضایت خود را به شما و گوگل نمایش دهد. در این شرایط شما به سرعت رشد کرده و جایگاه بهتری در نتایج گوگل کسب میکنید.

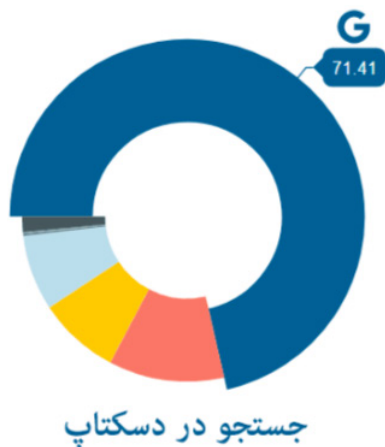
مسیر حرکت کاربران در نتایج جستجو و سایت ها میتواند متنوع باشد ولی رایج ترین روش ممکن به شرح زیر است:

- کاربر ابتدا برای دریافت اطلاعات، محصول و یا پاسخ یک پرسش به گوگل مراجعه میکند.
- عبارت مورد نظر خود را در گوگل جستجو میکند.
- اولین نتایج ارائه شده توسط گوگل را مشاهده و بررسی میکند.
- یک یا چند گزینه در لیست را انتخاب میکند.
- محتوای صفحات باز شده را بررسی کرده و به دنبال پاسخ خود میگردد.
- در صورت عدم دریافت پاسخ به گوگل بازگشته و نتایج بعدی را بررسی میکند یا عبارت دیگری را جستجو میکند.

این فرآیند به صورت یک چرخه اتفاق می افتد تا کاربر به پاسخ مورد نظر خود برسد. این رفتار به صورت کامل توسط گوگل رصد شده و در این میان برخی سایت ها با بهبود جایگاه و برخی با افت جایگاه مواجه میشوند.

هرکدام از موتورهای جستجو چه سهمی از بازار دارند؟

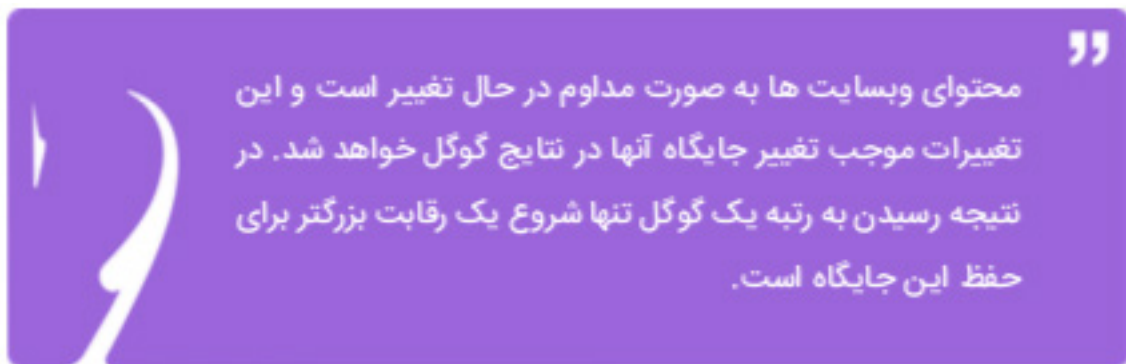
در نمودارهای زیر میتوانید میزان استفاده کاربران از هر موتور جستجو را مشاهده کنید. نمودار اول سهم موتورهای جستجو از کاربران دسکتاپ و نمودار دوم سهم آنها از کاربرانی که با موبایل و تبلت جستجو کرده اند را نمایش میدهد. طی سالهای اخیر معمولاً گوگل ۷۱ درصد از دسکتاپ و ۹۵ درصد از موبایل را به خود اختصاص داده است که درصد بسیار بالایی است. دلیل بالاتر بودن این عدد در موبایل استفاده گوشی های هوشمند از سیستم عامل اندروید است که در این سیستم عامل گوگل به عنوان موتور جستجوی پیش فرض تعریف شده است.



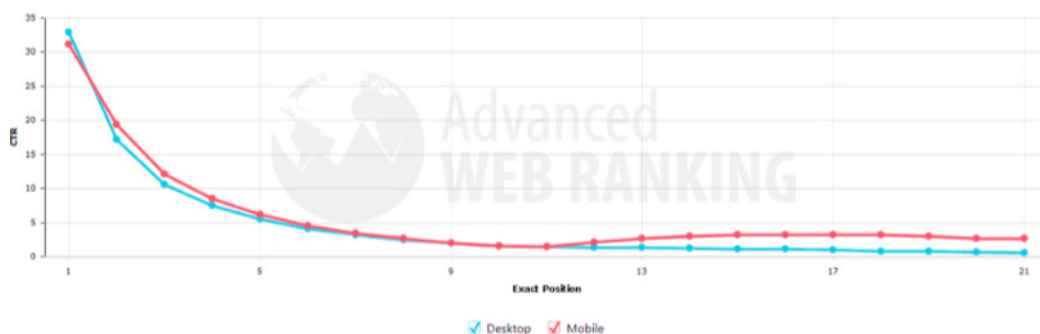
بررسی نمودار و توجه به سایت ها نشان میدهد که درصد کاربران گوگل در ایران احتمالاً بیشتر از متوسط جهانی است زیرا کاربران ایرانی از بایدهو یا بینگ بسیار کمتر استفاده میکنند. با در نظر گرفتن همه این موارد تمرکز ما در سئو باید بر روی فاکتورهای گوگل باشد و تا حد امکان کاربران این موتور جستجو را به سایت خود جذب کنیم.

صفحه اول در مقایسه با رتبه اول

بودن در صفحه اول نتایج گوگل خوب است و بودن در میان سه نتیجه اول خیلی خوب است ولی در واقع تنها یک برنده واقعی وجود دارد؛ رتبه اول گوگل. جایی که شما میتوانید ۳۰ تا ۵۰ درصد از کاربران را به خود جذب کنید.



در نمودار زیر میتوانید تاثیر رتبه های بالاتر در جذب کاربر را به خوبی مشاهده کنید. هرچقدر توانایی گوگل در بررسی صفحات و پیشنهاد نتایج مرتبط افزایش یابد درصد کلیک بر روی نتایج پائین تر نیز کاهش خواهد یافت و ارزش رتبه یک گوگل هر روز بیشتر از قبل خواهد شد. میزان کاربرانی که رتبه اول از گوگل جذب میکند تقریباً برابر با مجموع کاربران رتبه های ۲ و ۳ است. یعنی اگر شما نفر اول گوگل باشید مانند آن است که همزمان رتبه های ۲ و ۳ در نتایج گوگل را داشته باشید.

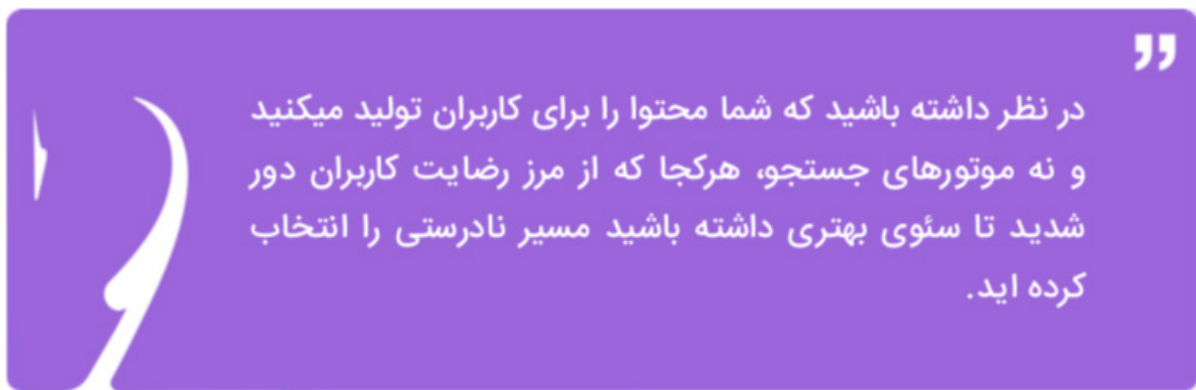


دستورالعمل سئو داخلی سایت

۱. کلمات کلیدی که جستجوی بالایی دارند را شناسایی کنید
۲. عنوان و توضیحات مناسب انتخاب کنید و بنویسید
۳. از تگ های هدینگ به خوبی استفاده کنید
۴. آدرس صفحه را بهینه کنید
۵. از ویدیو، تصویر صوت و نمودار استفاده کنید
۶. لینک دهی درست به صفحات سایت و سایت های دیگر
۷. فعالیت کاربران در صفحه را افزایش دهید

تا همین چند سال پیش تگ های متا (Meta Tags) ، تگ های هدینگ، مبداران متن با کلمه کلیدی هدف و تصاویر بهینه شده کلید موفقیت در سئو داخلی بودند. از سال ۲۰۱۶ تغذراتی اساسی در الگوریتم های گوگل ایجاد شد که با معرفی الگوریتم مرغ مگس خوار به اوج خود رسید. در این الگوریتم های جدید تلاش شده رفتار کاربران و میزان رضایت آنها از محتوا نیز مورد توجه قرار داده شود.

در این فصل مهمترین فاکتورهای موثر در سئو را بررسی میکنیم ولی پیش از شروع، ذکر یک نکته اهمیت بالایی خواهد داشت؛



کلمات کلیدی پر جستجو را شناسایی کنید
انتخاب کلمه کلیدی یکی از مهمترین وظایف ما هنگام نوشتن یک مقاله یا تولید یک صفحه جدید است. قبل از شروع به نوشتن باید به این فکر کنیم که کاربران چه موضوعاتی را جستجو میکنند، با چه ادبیات و عباراتی این موضوعات را در گوگل جستجو میکنند، چه محتوایی میتوان در این مورد تولید کرد و چه سوالات دیگری را میتوان در همین صفحه پاسخ داد.
همه این سوالات به شما کمک میکنند لیستی از کلمات کلیدی تهیه کنید که باید در محتوای خود از آنها استفاده کنید. علاوه بر این ابزارهای دیگری مانند Keyword Planner وجود دارند که به شما در تعیین میزان جستجوی عبارات کمک میکنند.

عنوان و توضیحات مناسب بنویسید

تگ های متا یا همان Meta Tags معمولا بخشی از کدهای سایت هستند که در هدر قرار داده میشوند و به معرفی محتوای صفحه میپردازند. این اطلاعات توسط کاربرانی که در صفحه حضور دارند قابل مشاهده نیست ولی ربات های خزنده گوگل از آنها برای درک بهتر صفحه استفاده خواهند کرد و در بیشتر موارد همین محتوا در نتایج جستجوی گوگل نمایش داده میشود؛

پس اهمیت بسیاری زیادی برای سئو خواهند داشت.

تگ های بسیار متنوعی وجود دارند که میتوان در هدر سایت قرار داد و هریک کارایی مشخصی دارند ولی مهمترین تگ هایی که برای سئو داخلی با آنها کار داریم دو تگ title و description هستند.

تگ title برای معرفی عنوان صفحه و تگ description برای توضیحات کوتاه در مورد صفحه استفاده میشود. ممکن است به صورت تکنیکال تاثیر این دو فاکتور در رتبه بندی صفحات پائین اعلام شود ولی در عمل اهمیت بسیار بالایی خواهند داشت. زیرا کاربر هنگام جستجو در گوگل مستقیما این دو عبارت را مشاهده کرده و بر همین اساس سایت شما را از میان سایر لینک ها انتخاب میکند. هرچقدر عنوان و توضیحات شما جذاب تر باشد شانس بیشتری برای جذب مخاطب خواهید داشت.

اگر عنوان و توضیحات انتخاب شده توسط شما با محتوای موجود در صفحه همخوانی نداشته باشد گوگل آن را به کاربران نمایش نمیدهد و براساس محتوای صفحه عنوان و توضیحات را برداشت میکند. در نتیجه نمیتوانید در این بخش بیش از حد خلاق باشید و باید تعادل موضوعی با محتوای صفحه را حفظ کنید.

در همین مقاله اشاره ای کوتاه به نکات نگارش عنوان و توضیحات متا خواهیم داشت:

- برای عنوان حداکثر ۷۰ کاراکتر و برای توضیحات متا تا ۳۲۰ کاراکتر در نظر بگیرید زیرا اگر بیشتر شود ممکن است گوگل بقیه آن را به کاربر نمایش ندهد.

- در توضیحات متا یک بار کلمه کلیدی هدف را استفاده کنید و از ترکیب های جذاب برای مخاطبان بهره بگیرید. بعنوان مثال برای یک فروشگاه اینترنتی میتوان از عباراتی مانند کمترین قیمت، ارزان و ... استفاده نمود.

- دقت کنید title شما به تگ h۱ یا یکی از هدینگ های h۲ در صفحه شبیه باشد.

- تا حد امکان از کاراکترهای جدا کننده و ویرگول در متن توضیحات متا و عنوان استفاده نکنید.

از تگ های هدینگ به خوبی استفاده کنید

هر صفحه از سایت شما باید فقط و فقط یک تگ $h1$ داشته باشد. یعنی حتما این تگ را داشته باشد و در صفحه بیشتر از یک تگ $h1$ نباشد. این عنوان باید دقیقا توضیح دهنده محتوای صفحه و دارای کلمه کلیدی هدف شما باشد. همچنین از نظر طراحی و ابعاد با سایر محتوای صفحه متمایز بوده و در اولین نگاه قابل شناسایی باشد.



علاوه بر تگ $h1$ که اهمیت بسیار بالایی دارد میتوانیم از تگ های $h2$ و $h3$ نیز برای معرفی بهتر موضوع مورد بحث استفاده نماییم. بر اساس اصول نگارشی بعد از هر ۳۰۰ کلمه نیازمند یک تگ هدینگ جدید هستیم تا کاربر بتواند به راحتی تمامی ز موضوع این بخش از محتوای مورد مطالعه را درک کند.

آدرس صفحه را بهینه کنید

آدرس دهی صفحات از دو منظر مورد توجه است. اولاً کوتاه بودن آدرس و استفاده از کاراکترهای با معنی و دوما زیرشاخه بندی آدرس ها و تعداد / در آن. هرچقدر تعداد کاراکتر / در آدرس شما کمتر باشد یعنی این محتوا در سطح بالاتری از سایت شما قرار دارد و ارزش بیشتری از نظر گوگل خواهد داشت. همچنین تلاش کنید از کلمات کلیدی هدف در آدرس صفحه استفاده کنید؛ بدون اینکه آدرس صفحه خیلی طولانی شود. معمولاً برای سایت های فارسی از آدرس دهی فارسی نیز استفاده میکنیم ولی عبارات اضافی مثل از، در، با، به، برای و ... را از آن حذف میکنیم.



از تصویر، ویدیو و نمودار استفاده کنید

اگر قصد دارید محتوا سریعتر به کاربران منتقل شود و سطح رضایت آنها را بالا ببرید بهتر است از ابزارهای چند رسانه ای مانند تصویر و ویدیو استفاده کنید یا در بخش هایی از مقاله خود محتوا را به صورت نمودار و جدول در اختیار کاربر قرار دهید.

بعنوان مثال استفاده از ویدئو زمان حضور کاربر در صفحه را افزایش داده و ضریب خروج کاربران شما را کاهش میدهد. همچنین تجربه نشان داده است صفحاتی که دارای تصویر و ویدئو هستند آمار بهتری در اشتراک گذاری توسط کاربران داشته اند. از همه اینها مهمتر آن است که گوگل توجه بسیاری زیادی به این موارد داشته و وجود تصویر یا ویدئو را نشانه‌ای بر رضایت کاربران از صفحه میداند، در نتیجه شانس شما در رتبه بندی گوگل به صورت چشم گیری افزایش خواهد یافت.



لینک دهی به صفحات سایت و سایت های دیگر

بسیاری از ما تصور میکنیم که لینک دهی به سایت های دیگر میتواند موجب کاهش اعتبار ما و افت جایگاه کسب شده در نتایج گوگل باشد، این تصور در برخی موارد درست و در برخی نادرست است.

اگر شما به یک سایت مرجع و صفحه ای کاملاً مرتبط از آن لینک بدهید تاثیر منفی در جایگاه شما نخواهد داشت. حتی این ارتباط موضوعی به گوگل کمک میکند تا موضوع صفحه شما را نیز به خوبی شناسایی کند. حال اگر همین لینک سازی به سایتی نامرتبط و یا حتی صفحه ای نادرست از سایتی مرتبط انجام شود میتواند در عملکرد شما تاثیر منفی داشته باشد.



لینک سازی داخلی؛ یعنی لینک دادن به صفحاتی دیگر از سایت خودتان، موجب میشود ارتباط معنایی میان این صفحات ایجاد شده و با تقویت یکدیگر همه آنها پیشرفت کنند. بسیاری از وبمستران با دانستن تاثیر لینک سازی داخلی سعی میکنند به صورت اتوماتیک کلمات هدف را در تمام متون سایت به صفحه ای مشخص لینک کنند و یا در یک مقاله به چندین مقاله دیگر که حتی مرتبط هم نیستند لینک میدهند. این روش ها اشتباه هستند و کلاه سیاه محسوب میشوند.

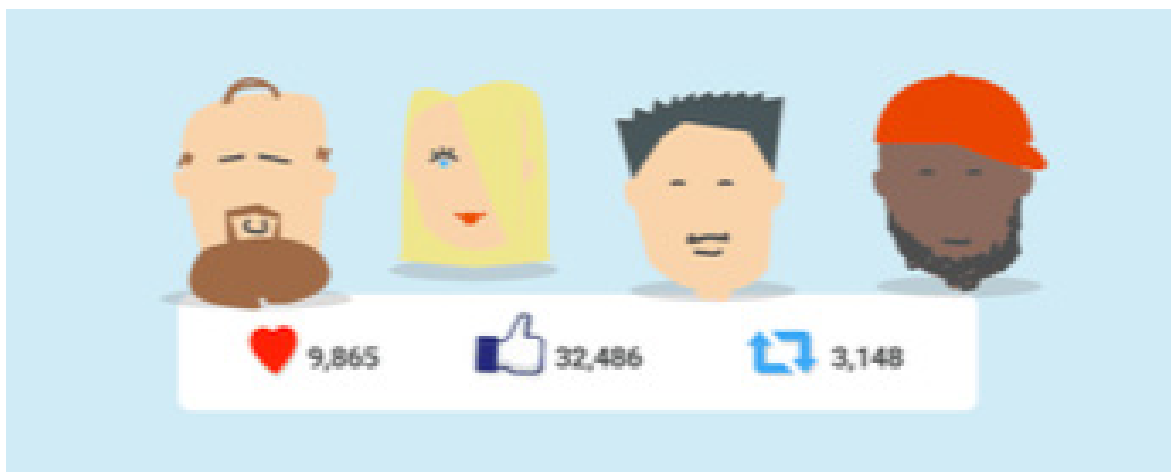
برای لینک سازی داخلی در نظر داشته باشید که هرچقدر تعداد لینک های موجود در یک مقاله بیشتر شود ارزشی که به هریک از آنها منتقل میشود تقسیم خواهد شد. به عبارتی دیگر اگر در یک صفحه ۲ لینک خروجی داشته باشید، ارزشی ۵ برابر زمانیکه در صفحه ۱۰ لینک خروجی داشته باشید به هرکدام خواهد رسید.

نکته مهم دیگر در این بخش لینک های مخفی شده است. بسیاری فکر میکنند با مخفی کردن لینک ها میتوانند بدون آزدن کاربر وضعیت سئو خود را بهبود دهند ولی این تکنیک به شدت از طرف گوگل نهی شده و یکی از معیارهای گوگل برای شناسایی سایتهای متقلب است. در نظر داشته باشید که ربات های گوگل هم اکنون دستورات CSS را به خوبی درک میکنند و متوجه مخفی کردن لینک های شما خواهند شد.

فعالیت کاربران در صفحه را افزایش دهید

محتوای ارزشمند خودش را در سطح اینترنت پخش میکند، فقط کافیست شما ابزار لازم برای کاربران تبیل را فراهم کنید. یکی از این روش ها قراردادن دکمه های اشتراک گذاری در صفحه است. بررسی کنید که مخاطبین شما عموماً در کدام شبکه اجتماعی فعال هستند و گزینه های اشتراک گذاری را بیشتر از سه مورد قرار ندهید. بعنوان مثال در ایران قراردادن گزینه تلگرام ضروری بنظر میرسد ولی در خارج از ایران ممکن است بدون استفاده باشد. قابلیت ارسال دیدگاه را به صفحات خود اضافه کنید و کاربران را تشویق کنید که نظرات و سوالات خود را بیان کنند. هنگامی که دیدگاهی برای شما ارسال میشود به دقت به آن پاسخ دهید و به شکلی پاسخ کاربران را بدهید که برای ارسال دوباره دیدگاه و مطرح کردن سوالات جدید اعتماد به نفس بگیرند. هرچقدر میزان فعالیت کاربران در سایت شما بیشتر باشد

نشاندنده میزان رضایت آنها از مطالب شماست و همین امر تاثیر زیادی در رتبه بندی نتایج گوگل و سئو سایت شما خواهد داشت.



مهمترین و کارآمدترین ابزارهای سئو داخلی

۱. گوگل سرچ کنسول
جایگاه شما در نتایج گوگل و گرفتن بازدید از گوگل
گوگل سرچ کنسول و معرفی سایت به آن
ابزار کارآمد Fetch as Google
ابزار کارآمد Security Issues
فایل تکست Robots.txt
معرفی نقشه سایت شما به گوگل
۲. ابزار بررسی سرعت سایت شما
۳. بهینه سازی سایت شما برای موبایل و تبلت

گوگل سرچ کنسول

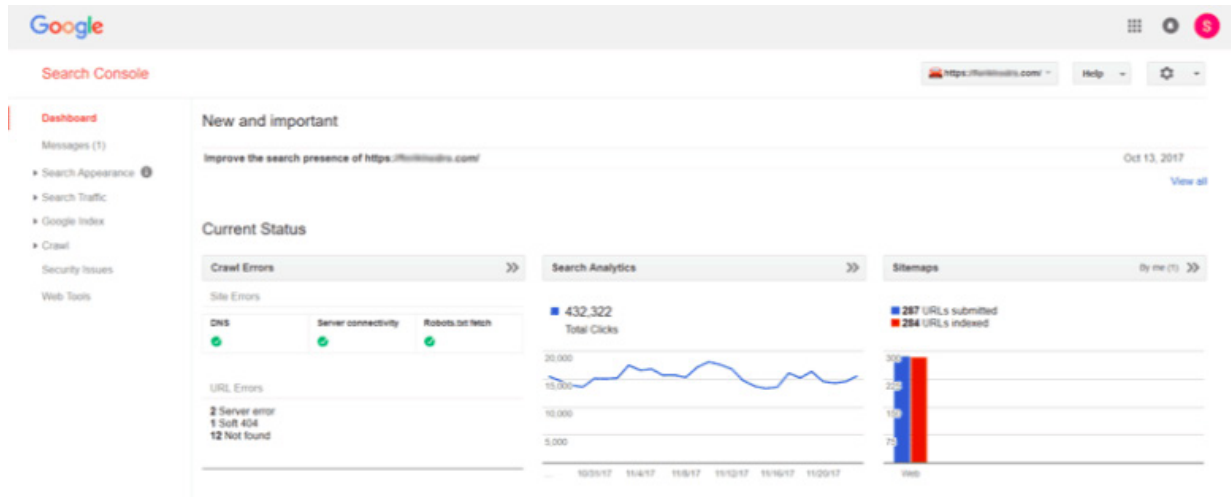
ابزار google search console که پیش تر با نام گوگل وبمستر تولز شناخته میشد را میتوان مهمترین و کارآمدترین ابزار سئو دانست. سرچ کنسول به شما کمک میکند حضور خود در نتایج گوگل را بررسی کرده و بهبود دهید. این ابزار مستقیماً از طرف گوگل معرفی شده و امکانات موجود در آن براساس رفتار کاربران هنگام جستجو طراحی شده است. اطلاعاتی که هیچ شرکتی به جز گوگل به آنها دسترسی مستقیم ندارد.

میزان بازدید از گوگل و جایگاه شما در نتایج جستجو

یکی از جذاب ترین ابزارهای موجود در سرچ کنسول search analytics است. این ابزار لیستی از تمام کلمات جستجو شده توسط کاربران که سایت شما در نتایج جستجو وجود داشته است را نمایش میدهد. در مقابل هر کلمه دقیقاً مشخص است که چند نفر در ماه آن عبارت را جستجو کرده اند، شما به طور متوسط چه جایگاهی در نتایج گوگل داشته اید و چند درصد از آنها سایت شما را انتخاب کرده اند.

”

این اطلاعات به شما کمک میکند روند پیشرفت خود را به خوبی تحت نظر بگیرید و کلمات و صفحات باپتانسیل را به راحتی شناسایی کنید.



معرفی سایت به گوگل سرچ کنسول

برای استفاده از امکانات این ابزار باید ابتدا سایت خود را به گوگل معرفی کنید و اندکی صبر کنید تا جمع آوری اطلاعات از سایت شما آغاز شود. همچنین دقت کنید که سایت خود را با هر دو آدرس با `www` و بدون آن در گوگل ثبت کنید. پس از ثبت هر دو آدرس باید مشخص کنید که کدامیک دامنه اصلی شما خواهد بود.

ابزار Fetch as Google

به طور معمول برای سایت هایی که به تازگی کار خود را آغاز کرده اند، زمان ایندکس صفحات جدید توسط گوگل طولانی خواهد بود، به طور مثال شما یک صفحه جدید بر روی سایت ایجاد میکنید ولی گوگل یک هفته بعد برای اولین بار آن را ایندکس میکند و این موجب میشود سایت های دیگر مطالب شما را کپی کرده و به نام خود منتشر کنند. حتی در مواردی دیده شده که سایت های کپی کننده سریعتر از سایت اصلی در گوگل ایندکس میشوند.

برای جلوگیری از این اتفاق ابزاری پیش بینی شده است که به شما اجازه میدهد مستقیماً صفحات خود را به گوگل معرفی کنید. شما آدرس صفحات جدید سایت یا صفحات قدیمی که محتوای آن تغییر کرده است را به گوگل معرفی میکنید و ربات های گوگل خارج از نوبت آن را بررسی میکنند.

ابزار Security Issues

در گذشته زمانیکه یک سایت هک میشد هدف اصلی فخر فروشی و قدرت نمایی هکرها بود ولی امروز سایت ها با هدف استفاده از منابع سرور و یا اعتبار محتوایی هک میشوند و این روش ها به گونه ای ست که حتی ممکن است شما متوجه هک شدن سایت خود نشوید! یکی از این تکنیک ها قراردادن یک کد مخرب در هاست شماست که برای کاربران عادی هیچ کاری انجام نمیدهد ولی به محض ورود ربات های گوگل به سایت محتوایی دیگر را به آنها نمایش میدهد. احتمالاً شما هم سایت هایی که به یکباره تمام صفحات آنها ژاپنی میشوند را در نتایج گوگل دیده اید. یکی از ابزارهای سرچ کنسول با همین هدف طراحی شده و میتوان گفت گوگل اولین کسی است که متوجه هک شدن سایت شما خواهد شد. ربات های گوگل به صورت مستمر به صفحات سایت شما سر میزنند و اگر متوجه تغییرات اساسی در محتوا یا اضافه شدن لینک های نامرتب به آن بشوند در بخش Security Issues به شما اطلاع میدهند.

فایل Robots.txt

این فایل عملکردی متضاد نقشه سایت خواهد داشت. در این فایل میتوانید دسترسی گوگل به بخش هایی از سایت خود را محدود کنید. بعنوان مثال در سایت شما صفحاتی هستند که مربوط به پروفایل کاربران هستند و شما دوست ندارید با جستجوی نام یک فرد صفحه او در سایت شما در نتایج گوگل دیده شود.

این فایل به شما اجازه میدهد منابع در دسترس گوگل را بر روی سایت خود محدود نمایید.

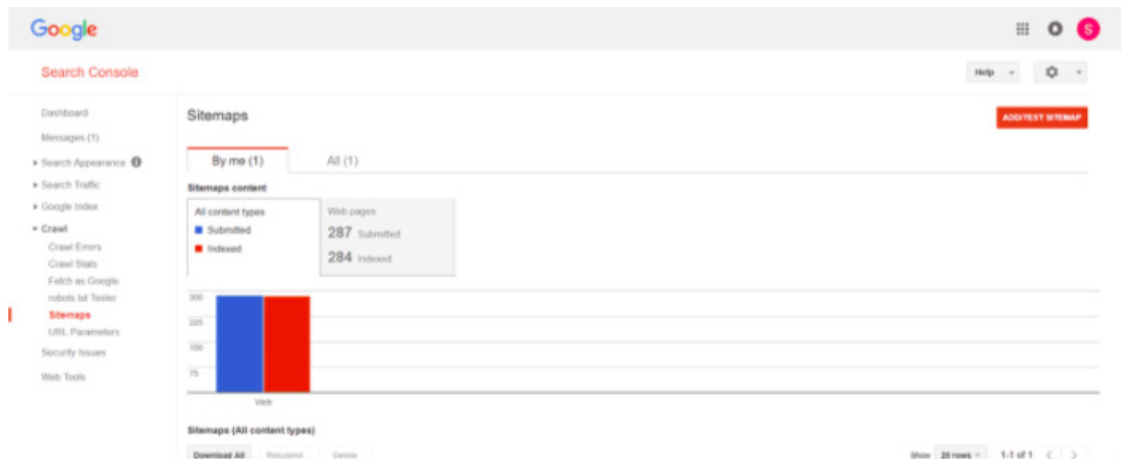
ابزارهای بسیاری در سطح اینترنت پیدا میکنید که هریک از آنها برای آنالیز بخشی از سایت شما کارآمد هستند. در این فصل ما سعی کردیم ابزارهای استاندارد که توسط خود گوگل معرفی شده اند را بررسی کنیم.

نقشه سایت خود را به گوگل معرفی کنید

نقشه سایت عملا یک راهنما برای ربات های گوگل است که با بررسی آن میفهمند چه صفحاتی در اولویت ایندکس قرار دارند. تصور کنید که شما ۱۰۰ صفحه بر روی سایت دارید که ۲۰ تای آنها جدید هستند. ربات های گوگل ممکن است به صورت متوسط روزانه ۳۰ صفحه از سایت شما را بررسی کنند (این عدد برای سایت های مختلف متفاوت است) در این شرایط کدام صفحات را بررسی خواهند کرد؟

در نقشه سایت شما دقیقا تاریخ انتشار صفحات را مشخص میکنید و گوگل سریعا متوجه میشود چه صفحاتی را باید اول ایندکس کند. همچنین درجه اهمیت صفحه نیز قابل تعیین است در نتیجه اگر ۱۰۰۰ صفحه جدید داشته باشید گوگل زمان خود را صرف صفحات با اهمیت خواهد کرد.

علاوه بر اینها آخرین تغذرات صفحه و بازه زمانی احتمالی برای تغذریک صفحه را به گوگل اعلام میکنید. در نتیجه صفحاتی که به صورت ماهانه دستخوش تغییر میشوند هر روز توسط گوگل بررسی نمیشوند.



ابزار بررسی سرعت سایت

سرعت بارگذاری صفحات اهمیت زیادی دارد زیرا یکی از فاکتورهای تاثیرگذار در سئو و رتبه بندی نتایج گوگل است. علاوه براین میتواند تاثیر بسزایی در میزان رضایت کاربران و رفتار آنها هنگام جستجو داشته باشد.

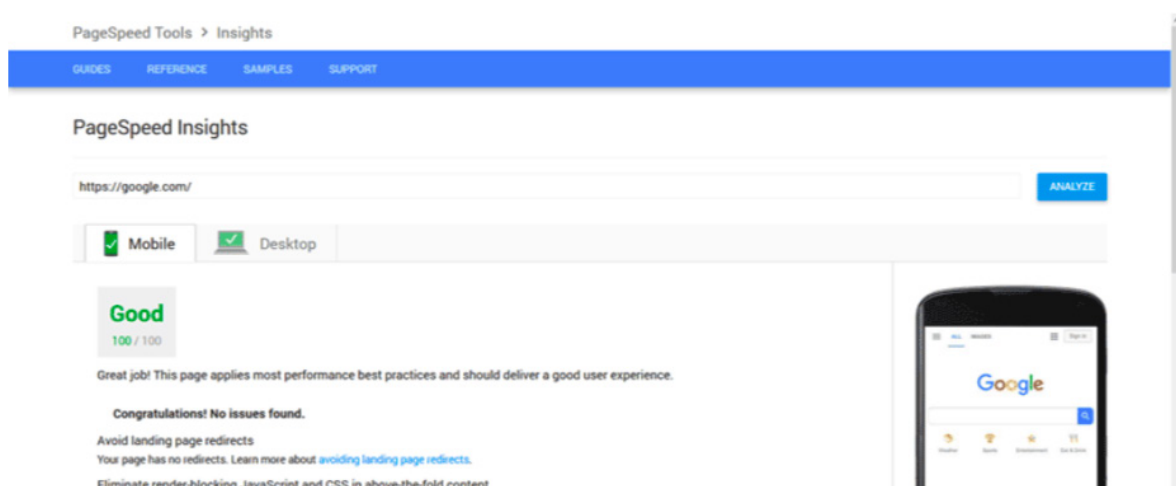
یکی از عادت های رایج میان کاربران اینترنتی آن است که چند گزینه در نتایج گوگل را انتخاب کرده و در تب های جدید باز میکنند. هر کدام از آنها که سریعتر لودینگ صفحه شان تمام شود انتخاب کرده و مطالعه میکنند.

اگر کاربر در این مرحله پاسخ خود را دریافت کند بدون نگاه کردن به محتوا، تب های دیگر را میبندد.

همین مسئله موجب میشود ضریب خروج سایت شما افزایش یافته و پالس هایی مبنی بر عدم رضایت به گوگل ارسال شود. پس سرعت سایت هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیر مستقیم بر سئو شما تاثیرگذار خواهد بود.

یک تحقیق گسترده در اینترنت نشان داده است که ۵۰ درصد کاربران انتظار دارند یک صفحه وب در کمتر از ۲ ثانیه باز شود و اگر این زمان بیشتر از ۳ ثانیه بشود آن را خواهند بست. با توجه به سرعت اینترنت در ایران میتوان صبر بیشتری از کاربران انتظار داشت اما این موضوع از اهمیت سرعت سایت در سئو کم نمی کند. بعنوان یک تازه کار و در حال مطالعه کتاب سئو برای همیشه، همین که بدانید سرعت سایت چگونه بر سئو تاثیرگذار است بسیار با اهمیت است.

گوگل به قدری به این موضوع اهمیت میدهد که ابزاری برای تست سرعت سایت ها و صفحات داخلی آنها طراحی کرده است. در این ابزار که با نام PageSpeed Insights شناخته میشود میتوانید آدرس صفحه ای از اینترنت را وارد کرده و سرعت آن را بررسی کنید.



در این تست فاکتورهایی مانند بهینه بودن تصاویر، فعال بودن فشرده سازی Gzip بر روی سرور، استفاده از کش مرورگر، بهینه بودن فایل های CSS و JS و سرعت پاسخ گویی سرور بررسی شده و یک امتیاز از ۰ تا ۱۰۰ به صفحه شما داده میشود. علاوه براین موارد دارای ایراد را برای شما مشخص میکند تا آنها را برطرف کنید.

بهینه سازی سایت برای موبایل

تعداد کاربرانی که از طریق گوشی هوشمند جستجوی خود را انجام میدهند هر روز بیشتر میشود تا جاییکه در برخی موضوعات ۷۰ درصد کاربران جستجوها از طریق تلفن همراه انجام میشود.

در گذشته گفته میشد سایت هایی که برای موبایل بهینه هستند یا اصطلاحا طراحی سایت Responsive دارند جایگاه بهتری در نتایج گوگل خواهند داشت ولی این موضوع هم اکنون به یک پیش فرض تبدیل شده و میتوان گفت سایت هایی که این قابلیت را ندارند عملا از طرف گوگل جریمه میشوند.

”

خیلی از طراحان وب قبل از شروع نسخه دسکتاپ سایت به طراحی و عملکرد آن در موبایل فکر میکنند و ایده های مناسبی برای تجربه کاربری در موبایل پیشنهاد میدهند.

برای بررسی عملکرد سایت خود در تلفن همراه میتوانید از ابزار Mobile Friendly Test که توسط گوگل معرفی شده است استفاده نمایید. این ابزار به شما کمک میکند اولاً وضعیت کلی صفحه از نظر عملکرد در موبایل را بسنجید و ثانياً ایراداتی که از نظر گوگل در نسخه موبایل صفحه وجود دارد را برطرف نمایید.

به تازگی مفهوم جدیدی به نام Accelerated Mobile Pages که به صورت مخفف AMP نوشته میشود توسط گوگل معرفی شده است که میتواند نقشی انقلابی در نسخه موبایل و تجربه کاربری داشته باشد.

سئو و انواع پورتال های آن

۱. آیا cms در سئو اهمیت دارد ؟
۲. انواع cms
۳. سئو و وردپرس
۴. پورتال اختصاصی آری یا نه ؟
۵. تشخیص cms خوب برای سئو
۶. تغییر cms و convertor اطلاعات

آیا cms در سئو اهمیت دارد؟!؟

قطعه cms اهمیت داره و حتما قبل از اینکه وارد کارتونی بشید بدونین با چه cms کار می کنید

انواع cms

انواع cms ها رو به روشهای مختلف می توان گفت cms هایی که با دادن دات نت نوشته شده اند، cms هایی که با php نوشته شده اند، cms هایی که با جاوا نوشته شده اند زبان برنامه نویسی cms هیچ ارتباطی به سئو سایتتون ندارد اشتباهی که خیلی از دوستان می کنند.

سئو و وردپرس

آیا واقعا وردپرس برای سئو مناسب هست؟! وردپرس گزینه خوبی برای سئو هست همیشه رد کرد این رو اما سایت های سنگینی رو میاره بالا و هاستینگ مخصوص به خودشو داره اگر بتونید وردپرس روی هاست وردپرس مخصوص خودش بیارید بالا نتیجه فوق العاده خوبی می گیرید . اگر بتونید وردپرس رو استفاده کنید برای چیزی که ساخته شده . برای این که باهاش لندینگ پیج بسازید . باهاش تولید محتوا کنید . باهاش مطالبتون رو بنویسید . باهاش یک سایت شرکتی و معرفی ایجاد می کنید سایت بسیار خوبه

پورتال اختصاصی اری یا نه ؟

در مورد پورتال اختصاصی خیلی ها می ترسند که پورتال اختصاصی بگیریم و به سئو سایتمون لطمه میخوره یا نمیخوره ؟

به نظر من اگر از فرد درستی تهیه بشه و اصول سئو رو توش رعایت بکنن اصول خاصی نداره همین که بشه کلمات کلیدی رو بشه گذاشت متا ها رو درست تنظیم کرده باشند و تعداد درخواست ها سرورشون پایین باشه خیلی تاثیر خوبی داره.

تشخیص cms خوب برای سئو

قبل از هر چیز شما یاد بگیرید سئو رو کامل با وردپرس انجام بدید، یاد میگیرید و تشخیص میدد که هر cms برای سئو تون مناسب هست یا نه.

تغییر cms و convertor اطلاعات

تعداد افراد زیادی براشون سوال پیش اومده که cms مون رو عوض بکنیم به سیستم وارد میشه یا سئو مون لطمه میخوره یا نه که این بسته convertor ها هستش اگر با شرکت کار بکنید که بتونه convertor بنویسه به هیچ عنوان به صوت نمی خوره.

استراتژی انتخاب کلمات کلیدی مناسب

۱. انتخاب کلمه کلیدی مناسب
۲. استراتژی انتخاب کلمات کلیدی
۳. معرفی ابزار google suggest
۴. معرفی ابزار kwfinder.com
۵. پیشنهاد های مهم گوگل
۶. در نظر گرفتن تعداد نتایج گوگل
۷. ساختن لیست شخصی

انتخاب کلمات کلیدی مناسب

انتخاب کلمات کلیدی می تونه تاثیر زیادی در سایت شما داشته باشه و همچنین بالا آمدن سایت شما در نتایج جستجو گوگل رو داشته باشه برای همین برای انتخاب کلمات کلیدی مناسب باید وقت گذاشت و به دقت کلمات کلیدی مناسب را انتخاب کرد.

استراتژی انتخاب کلمات کلیدی

مهمترین نکاتی در رابطه با انتخاب کلمات کلیدی اول اینکه موقع انتخاب کلمات کلیدی مثل مشتری فکر کنید، این را فکر نکنید که شما می خواهید یک چیزی رو سرچ کنید بین مشتریان چی فکر میکنه.

معرفی ابزار google suggest

در بسیاری موارد هنگام سرچ کلمه یا یک عبارت و حتی موضوع خاص در گوگل می بینید که با تایپ هر کلمه قبل از نمایش کلمه بعدی خود گوگل پیشنهاداتی را به صورت پیش فرض به شما نمایش می دهد به این کلمات و عبارات google suggest گفته می شود.

معرفی ابزار kwfinder.com

بین ۵۰ ابزاری که سرچ شده تنها بزاری هستش که بدون رجیستر آمار سرچ رو بهتون می ده ابزاری هستش که هنوز داره کار میکنه و اگر زمانی ببند شمارو میتونید رجیستر کنید باز دوباره براتون آمار میده و تا حد خیلی زیادی تعداد سرچ واقعی رو نشون میده.

پیشنهاد های مهم گوگل

انواع کلمه کلیدی را داخل گوگل سرچ می کنید گوگل به طور خودکار پایین همین صفحه پیشنهادهایی را به شما ارائه میکنه که با این پیشنهاد ها را جدی بگیرید و میتونید از این پیشنهادها به عنوان کلمات کلیدی استفاده کنید

در نظر گرفتن تعداد نتایج گوگل

کلمات کلیدی مناسب سایت خودتون رو پیدا کنید و در نظر داشته باشید که تعداد نتایج گوگل واسه هیچ کلمه کلیدی چقدر هست و اگر سرچ زیادی نداشت پیشنهاد نمی شود از این کلمه کلیدی استفاده کنید.

ساختن لیست شخصی

یک لیست شخصی بسازید از کلماتی که فکر می کنیم مشتری سرچ میکنه اصلا مهم نیست چقدر سرچ داره کلمه ها اصلا لپ تاپ بنشینید کاغذ بردارید از دور و براتون خانوادتون همکاراتون دوستاتون پرسید که اگر میخواهید کسب و کار من رو پیدا کنید چی سرچ می کنید این کلمات رو لیست کنید و بعد شروع کنید جستجو کردن کلمات تو وب ببینید رقبا تون کلمات چه وضعیتی دارند رقبایی که بررسی کردید تعداد نتایج گوگل در نظر بگیرید و پیشنهادهایی که گوگل بهتون میده.

وردپرس و سئو

۱. ساختن فروشگاه با وردپرس درست است؟
۲. اگر وردپرس بروز نشود امن نیست!
۳. چرا وردپرس سئو خوبی دارد؟!
۴. تا کجا می توان با وردپرس پیش رفت؟!
۵. مزایای وردپرس در سئو

بک لینک چیست و چه تاثیری در سئو سایت داره!؟

۱. بک لینک چیست؟
 - * تفاوت لینک سازی داخلی و خارجی
 - * تفاوت بک لینک فالو و نوفالو
 - * متن لینک شده یا Anchor Text
۲. تعیین ارزش بک لینک توسط گوگل
 - * اعتبار دامنه یا Domain Authority
 - * اعتبار صفحه یا Page Authority
 - * تعداد لینک های خروجی
 - * ارتباط موضوعی سایت
 - * محل قرارگیری بک لینک

دامنه و استفاده از امنیت سایت و تاثیر آن در سئو

۱. مفهوم ssl چیست؟!
۲. چطور برای سایت ssl بگیریم؟
۳. آیا فعال سازی ssl روی سئو تاثیر دارد؟
۴. مشکل تحریم در ایران جدی است؟
۵. معرفی سرویس lets Encrypt

انتخاب هاست و تاثیر آن در سئو

۱. هاست لینوکس یا ویندوز؟
۲. هاست کدام کشور بهتر است؟
۳. کنترل پنل هاست مهم است؟
۴. cpanel یا direct Admin
۵. پشتیبانی از htaccess
۶. پشتیبانی از ssl