

همه چیز درباره یک **سئوی** کامل

**seo** کامل بر اساس الگوریتم های گوگل

**آذران وب**



با این همه تغییر الگوریتم گوگل تو سال جدید و روند سئو تاریخ گذشته ما، بهتره برم به سایت خرید لوازم دست دوم پیدا کنم که بیاد لوازم شرکتی بخره! کاملاً مشخصه که چیزی تا ورشکستگی نمونده!! مگه اینکه یه مقاله توپ از آخرین تغییرات گوگل پیدا کنم که همه چیو توش نوشته باشه!!!!

**آذران وب**  
azaranweb.org

سئوی است و به شما کمک می‌کند سایت خودتان را همتراز با استانداردهای موتور جستجوی گوگل در سال ۱۳۹۸ نگه دارید.

اگر ترافیک گوگل منبع اصلی هدایت مشتری به سمت شماست در همین ابتدا باید به شما هشدار بدهم که عواقب خوب و بدی در انتظارتان است! بله. عواقب بدی هم در انتظارتان است! چرا؟ چون قوانین و اصول سئو همیشه در حال تغییر و بروزرسانی هستند. ممکن است در سال ۲۰۱۸ نتایج قابل قبولی از سایتتان دریافت کرده باشید اما باید بدانید ماندن در گذشته و ادامه دادن روال قبل، تضمینی برای موفقیت شما در سال جاری یعنی ۲۰۱۹ نخواهد بود.

با تغییرات الگوریتم‌های گوگل، نتایج و دستاوردهای دنیای سئو نیز متحول و قدرتمندتر می‌شوند. منظورم از این جمله این است کسب و کارهایی که می‌خواهند در دنیای رقابت باقی بمانند و گرفتار جریمه و کارت قرمز گوگل نشوند باید بدانند در سال جاری چه کارهایی انجام دهند و چه کارهایی نه.

امروز تصمیم گرفتیم چک لیست سئویی کامل از کلیه تغییرات سئو در سال ۲۰۱۹ را برای‌تان آماده کنیم تا با خیالی آسوده تغییرات لازم را روی سئو سایتتان اعمال کرده و بدون کوچک‌ترین وقفه‌ای در مسیر موفقیت کسب و کار آنلاین‌تان قدم بردارید و اتفاقاً بهتر از قبل در میدان رقابت حاضر شوید.

یکی از دلایلی که این چک لیست بزرگ را آماده کردیم این بود که گوگل در سال جدید میلادی دوبار در تاریخ‌های مارس ژوئیه با نام [Google Core Algorithm Update March ۲۰۱۹](#) و همینطور [Google Core Algorithm Update June ۲۰۱۹](#) که هر دویشان دو بروزرسانی بزرگ آخر گوگل هستند. البته که Core Update هم منظور از اینست که آپدیت در هسته این الگوریتم‌ها بوده و گوگل تقریباً اعلام کرده که سایت خودتان را بهتر کنید (پس عملاً هیچ تغییر بزرگی نباید در سایت شما اتفاق بیافتد).

کمی در مورد هسته آپدیت شده الگوریتم‌های گوگل برایتان بگویم:

از زمانی که گوگل از برجسب آپدیت هسته الگوریتم Core Update استفاده می‌کند تنها ۳ بروزرسانی منتشر شده که آخرین آنها تا قبل از آپدیت ماه ژوئیه همین آپدیت مارس بوده که تغییرات زیادی در نتایج جستجو ایجاد کرده و کیفیت نتایجی که به کاربران نمایش داده می‌شد را هم بالا برده است.

آپدیت مارس و همینطور ژوئیه دو آپدیت بزرگ روی هسته الگوریتم‌های گوگل هستند و گوگل قول داده که فقط روی کیفیت سایت‌ها تمرکز کند، بله ما سایت‌های زیادی دیدم که ترافیکشان به شدت افت کرد و بازنده این جریان بودند و سایت‌هایی را هم دیدیم که ترافیکشان سر به آسمان کشیده بود طوری که حس برنده شدن داشتند. برای اینکه شما هم به جمع برندگان اضافه شوید (اگر بازنده این جریان بوده‌اید) پس نیاز دارید تمام چیزهایی برای سئو و تطبیق یافتن با آپدیت‌های الگوریتم‌های گوگل به آن توجه کنید را در اختیار داشته باشید. بنابراین این راهنمای سئو یا این چک لیست بزرگ، بهترین نمونه در وب پارسی است که حاصل دو ماه جمع‌آوری اطلاعات کامل توسط تیم بلاگینگ و

اگر شما هم جزو این کسب و کارها هستید باید با برخی از آمارهای موتورهای جستجو در این زمینه نیز آشنا شوید. برای ساده‌تر کردن درک این مسئله که واقعا قرار است در سال ۲۰۱۹ چه اتفاقی برای سئو سایت‌تان بیفتد، نه تنها آمارهایی از وب سایت‌های مختلف در سراسر دنیا را جمع‌آوری کردم، بلکه آنها را برای روش‌های مختلف سئو نیز تقسیم‌بندی کردم. در این مقاله قرار است با این موارد آشنا شوید:

**۱. روش جستجوی گوگل**

- ۱,۱• هوش مصنوعی
- ۱,۲• چطور سایت‌م را با هوش مصنوعی سازگار کنم؟
- ۱,۳• جستجوی تصویری
- ۱,۴• چطور سایت‌م را با جستجوی تصویری سازگار کنم؟
- ۱,۵• درک نیت کاربر/جستجوی معنایی
- ۱,۶• چطور نیت کاربران هدف سایت‌م را درک کنم؟
- ۱,۷• پاسخ‌گویی سریع به کاربر
- ۱,۸• جستجوی صوتی
- ۱,۹• چطور سایت‌م را با جستجوی صوتی سازگار کنم؟
- ۱,۱۰• کپی‌رایت Copy Right

- ۱,۱۱• چطور می‌توانم کپی‌رایت را در محتوا حفظ کنم؟
- ۱,۱۲• نتیجه‌گیری از روش جستجوی گوگل

**۲. سئو درون سایت On Site SEO**

- ۲,۱• تحقیق کلمه کلیدی
- ۲,۱,۱• پیدا کردن بازار هدف
- ۲,۱,۲• چطور بازار هدف کسب و کارم را پیدا کنم؟
- ۲,۱,۳• آنالیز رقیب/رقابت و سطح آن
- ۲,۱,۴• چطور رقبا و سطح رقابت را در حوزه کسب و کارم آنالیز کنم؟
- ۲,۱,۵• تهیه استراتژی سئو
- ۲,۱,۶• چطور استراتژی سئو خوبی برای وب سایت‌م داشته باشم؟
- ۲,۱,۷• تعیین ساختار سایت برای هدف‌گیری کلمه کلیدی
- ۲,۲• محتوا
- ۲,۲,۱• کیفیت محتوا
- ۲,۲,۲• چطور کیفیت محتوای مطالب سایت‌م را افزایش دهم؟
- ۲,۲,۳• طول محتوا
- ۲,۲,۴• پس‌طول محتوای ایده‌آل برای محتوای سایت من

چقدر است؟

- ۲,۲,۵• کاربردی بودن و دسترسی آسان
- ۲,۲,۶• چطور دسترسی کاربران به محتوای سایت‌م را آسان‌تر کنم؟
- ۲,۲,۷• استراتژی تولید محتوا
- ۲,۲,۸• چطور یک استراتژی تولید محتوای خوب و ارزشمند داشته باشم؟
- ۲,۲,۹• ساختن وبلاگ
- ۲,۲,۱۰• روش دسته‌بندی و برچسب‌گذاری
- ۲,۲,۱۱• چطور بیشترین استفاده را از دسته‌ها و برچسب‌ها ببرم؟
- ۲,۲,۱۲• برای کاربر نوشتن و برای گوگل بهینه کردن

**۳. سئو درون برگه On Page SEO**

- ۳,۱• لینک‌سازی داخلی
- ۳,۲• انکر تکست‌ها
- ۳,۳• کلمه کلیدی در محتوا/هدینگ‌ها/URLها و...
- ۳,۴• تصاویر- رسانه‌ها (ویدیو و پادکست)

**۴. ابزارهای سئو درون سایت**

- ۴,۱• نصب افزونه Yoast

- ۴,۲• نصب افزونه گوگل آنالیتیکس / برای سایت یا فروشگاه
- ۴,۳• نصب افزونه‌های بهینه‌سازی روی سایت
- ۴,۴• نصب افزونه‌های کنترل لینک‌سازی داخلی
- ۴,۵• نتیجه‌گیری از سئو درون سایت
- ۵. سئو تکنیکال**
- ۵,۱• متا تگ‌ها/عناوین/توضیحات متا
- ۵,۲• عملکرد صفحه اصلی/سرعت سایت و کد نویسی
- ۵,۳• فرمت صحیح برای تصاویر
- ۵,۴• فرمت JPEG یا jpg.
- ۵,۵• فرمت PNG
- ۵,۶• فرمت GIF
- ۵,۷• طراحی سایت ریسپانسیو/نسخه موبایل
- ۵,۸• بهینه‌سازی هدر سایت/فوتر سایت
- ۵,۹• بهینه‌سازی ابزارک‌ها (ساید بار)
- ۵,۱۰• امنیت
- ۵,۱۱• هاست
- ۵,۱۲• رفع خطاهای سرچ کنسول
- ۵,۱۳• وصل شدن به موتور بینگ
- ۵,۱۴• داده‌های ساختار یافته

۵,۱۵۰ شناسایی ریدایرکت‌های اشتباه

۵,۱۶۰ استفاده از پاپ آپ

۵,۱۷۰ استفاده از پوش نوتیفیکیشن

۵,۱۸۰ فایل نقشه سایت

۵,۱۹۰ فایل ربات سایت

۵,۲۰۰ فایل عملکرد سایت htaccess.

۵,۲۱۰ خوانایی سایت +چیدن المان‌ها و دکمه‌های فراخوان

در جای درست

۵,۲۲۰ تست سایت در ابزار موبایل فرندلی گوگل

۵,۲۳۰ نتیجه‌گیری از سئو تکنیکال

**۶. پروفایل لینک درست و استاندارد**

۶,۱۰ آنالیز لینک‌های رقبا

۶,۲۰ رفع (حذف) لینک‌های اسپم

۶,۳۰ تهیه رپورتاژ آگهی/ خرید بک لینک/ لینک سازی

خارجی

۶,۴۰ اقتدار و اعتبار/ حضور در شبکه‌های اجتماعی

**۷. استراتژی سئو**

۷,۱۰ مشتری مداری

۷,۲۰ بازاریابی داخلی

۷,۳۰ تولید محتوای ویژوال

۷,۴۰ سئو محلی

۷,۵۰ چه کسب و کارهایی باید روی سئو محلی تمرکز

کنند؟

امیدوارم با خواندن این مقاله فقط به درک درستی از قوانین

اصلی حاکم بر سئو ۲۰۱۹ نرسید بلکه بتوانید به خوبی

آنها را روی وبسایت‌تان پیاده کرده و در استراتژی سئو

خود استفاده کنید، و در نهایت موفق به کسب رتبه‌ای

بهتر در نتایج جستجوی گوگل و بینگ شوید.

اما باز هم یادآوری می‌کنم:

سئو همیشه در حال تغییر است! پس دست از مطالعه بر

ندارید و همیشه آپدیت باشید. به شما خواندن مقاله‌های

**آذران وب** را توصیه می‌کنم.

**آمار بدست آمده از دنیای سئو:**

۳۹۰٪ از تمام ترافیک سایت‌ها در دنیا از طریق موتورهای

جستجوست.

۴۶۰٪ از جستجوهای گوگل محلی هستند.

در سال ۲۰۲۰ تقریباً ۵۰٪ از جستجوها به

جستجوی صوتی تبدیل می‌شوند.

۵۸٪ از جستجوها از طریق تلفن همراه

انجام می‌شوند.

هر ثانیه در گوگل ۶۷ هزار جستجو انجام

می‌شود.

حدود ۸۰٪ از کاربران توجهی به تبلیغات

موتورهای جستجو ندارند.

۹۷٪ از نتایج صفحه اول گوگل دارای حداقل

یک تصویر در صفحه هستند.

**۱. روش جستجوی گوگل**

همه چیز در دنیا رو به پیشرفت و بهبود

است حتی روش جستجو در گوگل. شاید

در سال‌های گذشته وقتی کاربری به

دنیال خرید یک برند کفش مثل پوما بود

فقط عبارت "کفش پوما" را جستجو میکرد

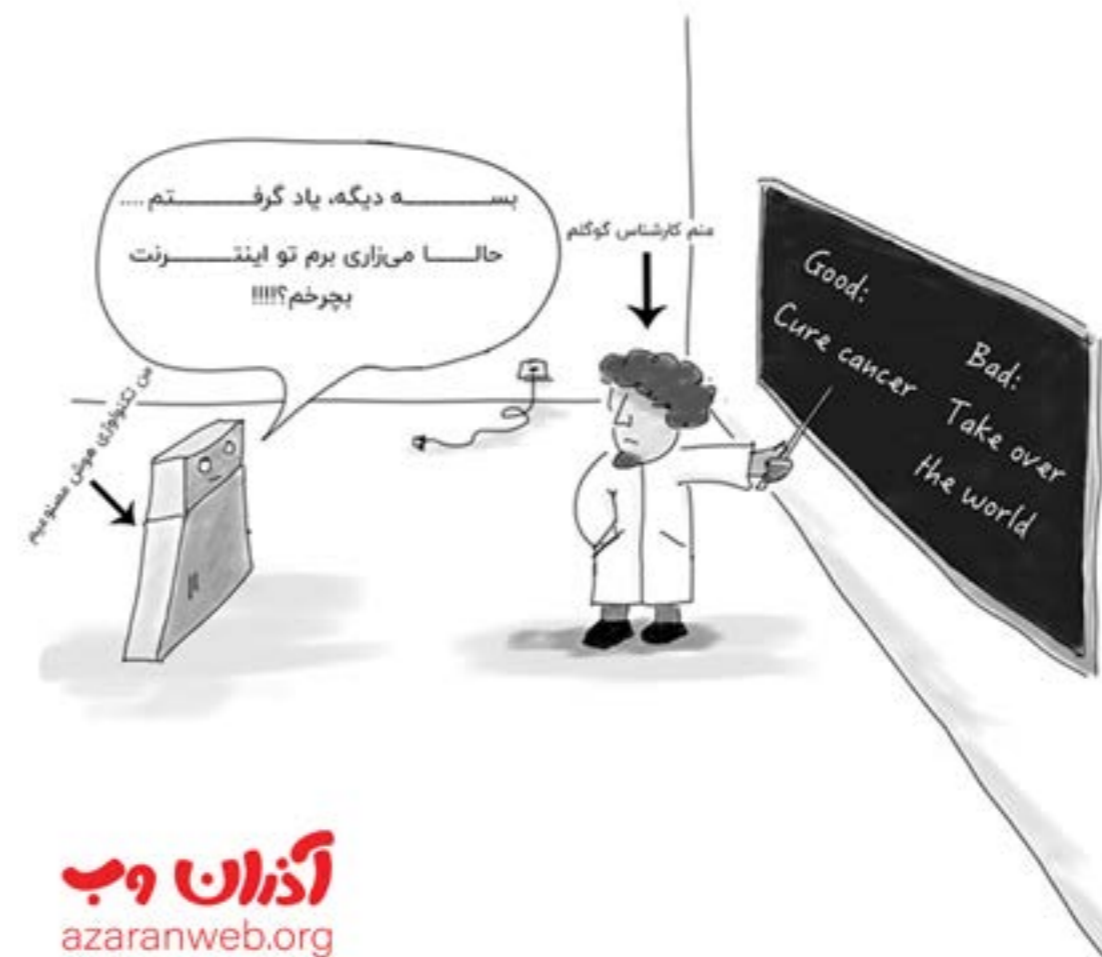


**آذران وب**  
azaranweb.org

اما امروزه عباراتی مثل "خرید کفش پوما در تهران"، "قیمت کفش پوما مردانه" و ... را جستجو می‌کنند. گوگل هم از این قافله عقب نمانده و همپا با پیشرفت مردم در جستجو، الگوریتم‌های خود را روز بروز هوشمندتر کرده است تا پاسخی کاربردی‌تر و نزدیک‌تر به خواسته آنها ارائه کند. در این بخش بطور کامل درباره تغییرات بوجود آمده در الگوریتم‌ها و روش‌های گردآوری پاسخ به جستجو -که پیش‌بینی می‌شود در آینده‌ای نه چندان دور روش تعامل کاربر و شکل استفاده از موتورهای جستجو را رفته رفته تغییر دهند- صحبت می‌کنیم.

## ۱,۱ هوش مصنوعی

گوگل همیشه در تلاش بوده کاربران خود را به نزدیک نتیجه در مورد چیزی که جستجو کرده‌اند برساند و رضایت آنها را جلب کند. در سال جاری یکی از تاثیرگذارترین موارد در رتبه‌بندی وب سایت‌ها، هوش مصنوعی (به انگلیسی: Artificial Intelligence) است. در واقع گوگل برای شبیه‌سازی رفتار کاربران



واقعی، بهبود الگوریتم‌های خود، درک محتوای صفحات سایت‌ها، هدف از جستجوی هر کلمه و نمایش کاربردی‌ترین نتایج، از تکنولوژی هوش مصنوعی AI استفاده می‌کند. تکنولوژی هوش مصنوعی در حال حاضر توسط موتورهای جستجوی عظیم دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد و حدود ۳۰٪ از نتایج آنها بر اساس AI رتبه‌بندی می‌شوند. انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۹ تاثیر بیشتری در رتبه‌بندی سایت‌ها بر اساس درک رفتار کاربران داشته باشد.

## ۱,۲ چطور سایت‌ها را با هوش مصنوعی سازگار کنیم؟

توصیه می‌کنیم به منظور سازگاری با این تکنولوژی پیشرفته، برای تولید محتوای سایت‌تان یک تحقیق کلمه کلیدی خوب و اصولی انجام دهید و محتوایی مناسب و واقعاً به درد بخور درباره آن تولید کنید. اگر اطلاعات کافی درباره تحقیق کلمه کلیدی ندارید هیچ جای نگرانی نیست چون ما قبلاً روش صحیح تحقیق کلمه کلیدی از "الف تا یا" را توضیح داده‌ایم.

## ۱,۲ جستجوی تصویری

چندی پیش گوگل بیان کرد بخشی از [Google Search Console](https://www.google.com/search-console/) را به نمایش و بررسی میزان ترافیک سایت از سوی جستجوی تصویری اختصاص داده است. که علت این کار را رشد میزان جستجوی تصویری بین کاربران اینترنت اعلام نمود. در واقع اگر فردی به دنبال عکسی از یک محصول باشد، تصاویر ظاهر شده در جستجوی تصویری می‌توانند مانند لینک عمل کنند و کاربر را به داخل سایت بکشانند.

## ۱,۴ چطور سایتیم را با جستجوی تصویری سازگار کنم؟

وب سایت‌هایی که در نتایج جستجو رتبه بالاتری دارند، تصاویر آنها نیز در نتایج جستجوی تصویری رتبه تقریباً مشابهی خواهند داشت.

البته عوامل دیگری هم در این مسئله دخیل هستند مثل:

- بهینه‌سازی تصویر از نظر حجم، اندازه و کیفیت

- بهینه‌سازی تصویر از لحاظ نام

- متن جایگزین مناسب و توضیح دهنده برای تصویر

### نکته

با استفاده از کلمه کلیدی مدنظرتان در موارد بالا می‌توانید شانس حضورتان در رتبه‌های برتر نتایج جستجوی تصویری را افزایش دهید.

پس با بهینه‌سازی تصاویر سایتتان بر اساس موارد بالا و قرار دادن کلمات کلیدی هدف در متن جایگزین آنها می‌توانید رتبه خوبی در نتایج جستجوی تصویری کسب کنید (در ادامه مقاله بیشتر توضیح دادیم).

## ۱,۵ درک نیت کاربر/جستجوی معنایی

بهینه‌سازی برای موتورهای جستجو تنها درباره گنجاندن کلمات کلیدی پرطرفدار در محتوای صفحات سایت نیست بلکه درباره نوشتن یک محتوای کاربردی است که کاملاً تمام جنبه‌های چیزی که کاربر به دنبال آن است را در بر بگیرد و

با سرعت بیشتری در اختیار وی قرار دهد.

کاربران فضای مجازی بی‌دلیل وارد موتورهای جستجو نمی‌شوند و مطمئناً پشت هر جستجویی یک هدف برای برطرف کردن نگرانی‌ها و شاید نیازهای آنان وجود دارد. گوگل همیشه مرتبط‌ترین و کاربردی‌ترین نتایج را بر اساس جستجوی کاربر در صفحه اول رتبه‌بندی می‌کند. همچنین بر اساس میزان رضایت کاربران از صفحه نتایج، رتبه برخی از صفحات را جابجا می‌کند. این میزان رضایت توسط الگوریتم رنک برین گوگل سنجیده می‌شود. همانطور که در تصویر زیر می‌بینید، گوگل رتبه نتایج جستجو برای عبارت "دم کردن قهوه سرد" را جابجا کرده است.

در ضمن ما قبلاً ارتباط الگوریتم رنک برین و نتایج جستجو را توضیح داده‌ایم.



نیت مخاطب از جستجو با ۳ روش تقسیم بندی می‌شود:

۱. ناوبری: در این روش جستجو، مخاطب به دنبال آدرس یا موقعیت جغرافیایی (همان لوکیشن) به خصوصی است.

۲. جستجوی اطلاعاتی: در این روش جستجو، مخاطب به دنبال گردآوری اطلاعات در مورد موضوعی است.

۳. خرید: در این روش جستجو، مخاطب به دنبال خرید یک کالا به صورت اینترنتی است.

## آنالیز رفتار کاربران با نتایج جستجو توسط گوگل



## ۱,۶ چطور نیت کاربران هدف سایت را درک کنیم؟

اولین مرحله در درک نیت کاربر، سپردن بخش تولید محتوا به فردی است که در زمینه فعالیت سایت متخصص باشد و بتواند واقعاً اطلاعات صحیح و مفیدی درباره موضوع در اختیار کاربر قرار دهد. همچنین می‌توانید با رعایت موارد زیر به درک بهتری در این زمینه برسید:

۱. خودتان را جای مخاطب بگذارید، نیازهای وی را درک کنید و عملکردی فراتر از کلیدواژه‌ها داشته باشید.

۲. اگر سایت‌تان فروشگاه‌ای است سعی کنید بخشی از تمرکزتان را روی چرخه خرید قرار دهید. بیش از ۸۰٪ کاربران قبل از خرید، درباره محصول مورد نظرشان تحقیقات گسترده‌ای انجام می‌دهند!

۳. سراغ گوگل بروید، سعی کنید مثل کاربران فکر کنید و شروع به جستجو نمایید. با بررسی نتایج نخست می‌توانید به درک صحیحی از نیت کاربر



برسید و عملکرد وب سایت‌های موفق را آنالیز کنید. چراکه نتایج صفحه اول گوگل کاربردی‌ترین موارد برای جستجوی کاربر هستند!

۵. بدون حاشیه رفتن، نیاز و خواسته کاربران را از خودشان پرسید! اگر هیچ یک از راهکارهای بالا برایتان کارساز نیست، می‌توانید با استفاده از المان‌هایی مثل نظرسنجی‌ها یا شبکه‌های اجتماعی این فرصت را ایجاد کرده و خواسته کاربران را مستقیماً از خودشان سوال کنید. تحقیقات به شما می‌کند به طور کامل بازار هدف‌تان را بشناسید و آنچه مورد نیازشان است را عرضه کنید.

## ۱,۷ پاسخ گویی سریع به کاربر

دزدی در روز روشن! گوگل خیلی ساده و زیر پوستی با نیتی تیره و تار در کسب رضایت کاربران جستجو کننده‌اش نشان داده اصلاً دوست ندارد کاربرانش را از صفحه اصلی خودش به جای دیگری بفرستد. تا دیروز گوگل برای متن آهنگ‌های شادمهر شما را به ویکی پدیا می‌فرستاد اما امروز می‌خواهد همه محتوای وب را در همان صفحه اول خودش به کاربر قالب کرده و در نمایشگر وی بچپاند. باور نمی‌کنید؟ بفرمایید مدارک موجود است:

گوگل! اینجا کاربرانش را به هیچ سایتی وصل نمی‌کند و این کاملاً در تضاد هدفی است که گوگل سابقاً ادعای آن را داشت، اینکه کاربران را پس از جستجو به سایت‌های مختلف هدایت کند. پس وقتی نمی‌خواهد کاربران را به سایت‌های دیگر بفرستد عملاً رزق و روزی کلیک‌های آنها را می‌دزدد.

## ۱,۸ جستجوی صوتی

جستجوی صوتی جدیدترین روش جستجو در موتورهای جستجوست که به کاربر این اجازه را می‌دهد بدون تایپ کردن چیزی که می‌خواهد و بدون اتلاف وقت، تنها در چند ثانیه آن را با صدای بلند برای موتور جستجو بگوید و نتیجه را مشاهده کند.

پیش‌بینی می‌شود در دو سال آینده جستجوی صوتی به بزرگترین روش جستجو در سراسر دنیا تبدیل شود (کاری باایران خودمان ندارم). در واقع وب سایت‌هایی که می‌خواهند همواره در بهترین جایگاه نتایج جستجو باشند باید استراتژی سئوی خود را با نوع جدیدی از هدف و روش جستجو وفق دهند و تغییراتی در استراتژی خود اعمال کنند.

کاربران در جستجوی صوتی تمایل بیشتری به سوالات طولانی دارند. از این رو چالش پیش رو این است که درک کنید کدام کلمات کلیدی برای کاربران شما مناسب‌تر هستند و استراتژی خود را بر اساس آنها بچینید. اگرچه این روش جستجو هنوز برای زبان پارسی کاربرد ندارد اما درک تفاوت بین جستجوی صوتی و جستجوی متنی و [بهینه‌سازی محتوا](#) برای هر دو روش جستجو می‌تواند تضمینی برای موفقیت مدت کسب و کار آنلاین شما در طولانی مدت باشد.

## ۱,۹ چطور سایت‌م را با جستجوی صوتی سازگار کنم؟

بهترین راه جهت بهینه‌سازی سایت برای Voice Search این است که خودتان را جای کاربران سایت‌تان قرار دهید و ببینید:

- به عنوان یک کاربر دنبال چه چیزی هستید؟
- چه نوع از اطلاعاتی نیاز است تا کاربر برای کلیک روی بخش Call To Action سایت کلیک کند؟
- ارزشمندترین تجربه سایت شما مربوط به کدام بخش است؟



• اگر قرار است متن صفحه توسط مرورگر برای کاربر خوانده شود، قرار است نتیجه کار چه چیزی از آب در بیاید؟ به طور کلی هر چه سایت شما بهتر و بیشتر بتواند مخاطبین را راضی نگه دارد، آنها را با خود درگیر کند و به خواسته‌های احتمالی‌شان پاسخ دهد، شانس بیشتری برای کسب رتبه در نتایج جستجوی صوتی خواهید داشت.

### ۱,۱۰ کپی رایت Copy Right

در سال جاری اهمیت حفظ حق کپی رایت برای گوگل دوچندان شده است. طی بیانیه‌ای گوگل اعلام کرده از سال ۲۰۱۹ به بعد تصاویر نیز دارای حقوق کپی رایت خواهند بود. یعنی وقتی شما تصویری را از صفر تا ۱۰۰ خودتان طراحی و در سایت‌تان آپلود می‌کنید، اگر سایت دیگری تصویر شما را بدون

توجه به کپی رایت، بردارد و گوگل متوجه این موضوع شود، سایت خاطی را جریمه کرده و تصویر را از جستجوی تصویری برای نتایج آن سایت حذف می‌کند. این مسئله از دیرباز درباره محتوای کپی شده نیز صدق می‌کند!

### ۱,۱۱ چگونه می‌توانم کپی رایت را در محتوا حفظ کنم؟

برای تولید محتوا به هیچ عنوان از وب سایت‌های دیگر، مطالب را کپی نکنید و تا حد امکان خودتان بنویسید و اگر مجبور به استفاده از محتوای یک وب سایت خاص شدید حتما آن را از اول تا آخر باز نویسی کنید. اگر هم خواستید بخشی از محتوای سایتی را عینا تکرار کنید حتما منبع آن را ذکر کنید. (اگر منبع مطلب وب سایتی انگلیسی است حتما با استفاده از کلمه source به منبع محتوا لینک دهید.)



آزادان وب  
azaranweb.org



آزادان وب  
azaranweb.org

همچنین برای تصاویر نیز تا جایی که می‌توانید از تصاویر یونیک استفاده کنید و اگر نیاز به تصویر از سایت دیگر داشتید، حتما آن تصویر را به سایت منبع لینک دهید.

## ۱,۱۲ نتیجه‌گیری از روش جستجوی گوگل

تا به اینجا با مهم‌ترین نکات درباره روش جستجوی گوگل در سال جاری و راه‌حلهایی درباره سازگاری سایت‌تان با :

- هوش مصنوعی به انگلیسی: (Artificial Intelligence)
  - جستجوی تصویری به انگلیسی (Image Search)
  - جستجوی صوتی به انگلیسی: (Voice Search)
- و راهکارهایی جهت:

- درک نیت کاربر از جستجو در گوگل
- حفظ حق کپی رایت محتوا و تصاویر
- و پاسخ‌گویی سریع به کاربر

آشنا شدید. از اینجا به بعد آستین بالا میزنم تا شما را با تمام نکات کاربردی در زمینه سئو درون سایت (به انگلیسی: On Site SEO) آشنا کنم و راهکارهایی برای بهبود و تطبیق سئو سایت‌تان با سیاست‌های سئو در سال ۲۰۱۹ آشنا کنم.

$$\text{ک.ب.م} = \frac{\text{ک.ب.م}}{\text{ک.ب.و}} \text{ نرخ پرش}$$

**ک.ب.م :** کل بازدید های مفرد، یعنی بازدید هایی که کاربر بدون حرکت دیگری در وبسایت بوده و سپس خارج میشود

**ک.ب.و :** کل بازدید های ورودی، یعنی بازدید هایی که کاربر به وبسایت وارد شده و بازدید میکند

منظور از سنو درون سایت، سنو تمام بخش‌های درون وب سایت است. بهینه بودن بخش‌هایی که در ادامه با آنها آشنا می‌شوید تا مقدار زیادی روی رتبه وب سایت در نتایج گوگل تاثیرگذار خواهد بود. پس اگر صاحب وب سایت هستید و می‌خواهید تمام عناصر داخلی سایت‌تان را به راحتی کنترل کنید و با آنالیز آنها خیالتان از بهینه بودن‌شان راحت شود، این بخش را حتما مطالعه کنید.

۲,۱ تحقیق کلمه کلیدی:

تحقیق کلمه کلیدی نخستین بخش از سنو درون سایت است. با انتخاب بهترین عباراتی که کاربران در گوگل جستجو می‌کنند می‌توانید محتوای سایت‌تان که به نظر من مهم‌ترین بخش سایت است را کاربردی‌تر کنید و حجم وسیع‌تری از مباحث مورد نیاز کاربران را پوشش دهید. این بخش خود شامل ۵ قسمت یعنی پیدا کردن بازار هدف، آنالیز رقیب، تهیه استراتژی سنو و تعیین ساختار سایت برای هدف‌گیری کلمه کلیدی است. در ادامه همراه من باشید تا بیشتر با این موارد و راه‌های اعمال آنها روی سایت خودتان آشنا شوید.

### ۲,۱,۱ پیدا کردن بازار هدف

برای موفقیت در بازار کسب و کارهای آنلاین و جذب مشتریان بیشتر، پیش از هر چیزی ابتدا باید بازار هدف‌تان را شناسایی کنید و استراتژی بازاریابی سایت خود را بر پایه رسیدن به آن برنامه‌ریزی کنید. منظور از بازار هدف، گروه خاصی از کاربران است که به خدمات یا محصولات سایت شما نیاز دارند. و منظور از شناخت بازار هدف، شناخت خلق و خوی آنهاست اینکه چطور می‌خواهند به وب سایت شما برسند.

### ۲,۱,۲ چطور بازار هدف کسب و کارم را پیدا کنم؟

شناسایی بازار هدف کسب و کار، آنچنان پیچیده نیست. کافیت فقط به موارد زیر توجه داشته باشید:

۱. اگر در ابتدای راه دنیای تجارت آنلاین هستید، سعی نکنید تمام کاربران در هر سن و سلیقه‌ای را پوشش دهید. تمرکزتان را روی کاربرانی بگذارید که در نزدیک‌ترین نقطه به خدمات و محصولات‌تان هستند. به عنوان مثال اگر وب سایت شما در زمینه فروش لوازم آشپزخانه است، مخاطبین زیر ۱۸ سال برای شما مناسب نیستند.

۲. مشتریانی که دارید را بررسی کنید. با این کار می‌توانید تا حدودی نیاز مخاطبین بازار هدف‌تان را درک کنید و استراتژی‌های مربوط به حوزه بازاریابی سایت‌تان را بهتر کنید. به عنوان مثال می‌توانید گروه سنی، محل زندگی و یا جنسیت مشتریان فعلی سایت‌تان را بسنجید و مواردی که نیاز به تلاش بیشتر دارند را پیدا کنید.



۳. آنالیز خدمات و کالاهای سایتتان را فراموش نکنید! در بخش توضیحات محصولات سعی کنید، بُلدترین ویژگی‌های آن را ذکر کنید و دقیق‌تر درباره آنها فکر کنید.

۴. خودتان را به عنوان یک بازدیدکننده فرض کنید و ببینید وب سایت شما دارای چه ویژگی‌های منحصر به فردیست که از بین وب سایت‌های دیگر، شما را مجاب به انتخاب و خرید از سایتتان می‌کند. از عمه و خاله و فامیل هم می‌توانید در این قسمت کمک بگیرید.

۵. استراتژی سئو و استراتژی بازاریابی سایت‌های رقیب را تحلیل کنید زیرا آنها بازار هدف مشترکی با شما دارند. پس با بررسی روش کار آنها و بازخوردی که از مشتریان‌شان گرفته‌اند، می‌توانید موارد که در سایتتان نیاز به بهبود دارند را پیدا کنید. همچنین می‌توانید بخش‌هایی از حوزه کسب و کارت‌تان که حضور رقبا در آنها کمرنگ‌تر است را نیز شناسایی و به خوبی پوشش دهید.

## ۲,۱,۳ آنالیز رقیب / رقابت و سطح آن

در هر حوزه‌ای از کسب و کار همیشه افراد دیگری وجود دارند که رقیب تلقی می‌شوند و همواره در تلاش‌اند کسب و کار شما را از بازار رقابت و فروش خارج کنند و مشتریان را به سمت خود بکشانند.

## ۲,۱,۴ چطور رقبا و سطح رقابت را در حوزه کسب و کارم آنالیز کنم؟

امروزه برای تحلیل رفتار و عملکرد وب سایت‌های رقیب، ابزارهای آنلاینی در دسترس صاحبان سایت‌ها قرار داده شده.

در ادامه چند مورد از کاربردی‌ترین آنها را برای شما آورده ام:

• وب سایت **MOZ**: این وب سایت یکی از معتبرترین سایت‌های سئو در دنیاست که امکان تحلیل سئو وب سایت‌های

دیگر را برای شما فراهم می‌کند. برای استفاده از تمامی امکانات این وب سایت نیاز به استفاده از نسخه پریمیوم آن دارید.

• وب سایت و افزونه **Alexa**: با استفاده از این وب سایت هم می‌توانید وب سایت رقیب‌تان را آنالیز کنید. استفاده از این وب سایت کاملاً رایگان است. بانصب افزونه Alexa روی مرورگرتان نیز می‌توانید وضعیت وب سایت‌های رقیب را در همان نتایج جستجو مشاهده کنید.

وب سایت **Semrush**: این ابزار یکی از بهترین‌ها در این زمینه است که امکان تحلیل چند سایت رقیب را از نظر میزان ترافیک، لینک‌ها، زمان ماندگاری کاربر، رتبه در نتایج جستجو و... را به شما می‌دهد.

• از این دست ابزارهای سئو که کارشان تجزیه و تحلیل وب سایت‌هاست.

۱. SEO SiteCheckup

۲. Ahrefs

ما قبلاً لیست کامل‌تری از کاربردی‌ترین ابزارها برای تجزیه و تحلیل سایت‌های رقبا را معرفی کرده‌ایم.

همچنین اگر می‌خواهید به صورت دستی سایت رقیب‌تان را بررسی کنید تنها کافیست طبق مراحل زیر قدم بردارید:

۱. قلم و کاغذ بردارید و جنبه‌های خوب و بد وب سایت رقیب را یادداشت کنید.

۲. استراتژی‌های جذب مشتری‌شان را پیدا و تحلیل کنید.

۳. المان‌ها و بخش‌های مختلف سایت رقیب را هم در نسخه دسکتاپ و هم در نسخه موبایل بررسی کنید.

۴. نوع استراتژی محتوای سایت‌شان را بررسی کنید.

۵. مقدار هزینه مربوط به تبلیغات و بازاریابی رقیب را با بررسی فعالیت‌های آنها تخمین بزنید و راه‌هایی که انتخاب آنها

منجر به بازگشت حجم بیشتری از هزینه‌های شما می‌شوند را بیابید.

ما در یکی از مقالات قبلی فرمول آنالیز رقبا را توضیح دادیم. اگر به اطلاعات بیشتری در این زمینه نیاز دارید بد نیست سری به آن بزنید.

استراتژی سئو به مجموعه‌ای از اقدامات و برنامه‌ریزی‌ها گفته می‌شود که می‌خواهد از کمترین منابع در کمپین سئو برای دستیابی به بیشتری میزان بازدهی برسد. در واقع استراتژی سئو با ارزیابی تمام منابع موجود و بودجه آغازین کسب و کار و بر اساس وضعیت سایت تعریف شده و نهایتاً برای رسیدن به اهداف کسب و کار، برنامه‌ریزی می‌شود. در استراتژی سئو معمولاً زمان، فاکتوری متغیر و غیر قابل پیش‌بینی است چون هیچ چیز در سئو به طور قطعی مشخص شده نیست.



اگر استراتژی سئو ندارید یا دارید اما نمی‌توانید به نتیجه مطلوب و اهداف‌تان دست یابید و می‌خواهید خودتان آن را تهیه یا بروزرسانی کنید باید به شما بگویم که این مسئله کار خودتان نیست و باید آن را به یک سئو کار ماهر بسپارید. از آنجایی که تهیه استراتژی سئو یک کار کاملا حرفه‌ایست پیشنهاد می‌کنم ابتدا میزان بودجه خودتان را بسنجید سپس با یک شرکت [دیجیتال مارکتینگ](#) یا یک سئو کار مشورت کنید و با ارائه اهداف و مشخص نمودن بازار هدف، استراتژی جدیدی از طرف قراردادتان بخواهید. (در چند پاراگراف قبلی همین مقاله بررسی کردیم که چطور بازار هدف کسب و کار را پیدا کنیم.)

## ۲,۱,۷ تعیین ساختار سایت برای هدف‌گیری کلمه کلیدی

حُب حالا که با ۲ رکن اصلی تحقیق کلمه کلیدی آشنا شدیم، وقت آن رسیده که ساختار سایت‌تان را برای هدف‌گیری کلمه کلیدی تنظیم کنید.

وقتی تحقیق کلمه کلیدی خوبی انجام دهید می‌توانید با هر یک از صفحات سایت‌تان یک کلمه کلیدی را هدف قرار دهید و رتبه نخست نتایج جستجو را از آن خودتان کنید.

اگر سیستم مدیریت محتوای سایت‌تان وردپرس باشد پیشنهاد می‌کنم برای پیکربندی از افزونه Yoast SEO استفاده کنید. ما قبلا روش پیکر بندی سایت به کمک افزونه سئو Yoast را توضیح داده‌ایم. همچنین کل تنظیمات این افزونه را در قالب یک مقاله برای شما آماده کرده‌ایم. از این رو اگر هنوز این افزونه را نصب نکردید سری به این مقالات بزنید و با خیالی راحت دکمه دانلود افزونه یوست را بزنید.

اگر هم این افزونه را قبلا نصب کرده‌اید توجه شما را به نکاتی درباره بخش محتوای آن جلب می‌کنم. با این افزونه، سئو محتوا مثل آب خوردن است. به محض اینکه متن‌تان را در باکس ویرایش و کلمه کلیدی را در بخش عبارت کلیدی کانونی وارد می‌کنید گزینه آنالیز خوانایی این افزونه با نمایش چراغ‌های قرمز، نارنجی و سبز رنگ، وضعیت بهینه‌سازی

و خوانایی متن را برای شما مشخص می‌کند. ما کمی پیش‌تر هر چیزی که نیاز است در مورد استفاده از ابزار آنالیز خوانایی افزونه سئو Yoast SEO بدانید را به طور کامل توضیح داده‌ایم.

از برجسته‌ترین مواردی که توجه به آنها می‌تواند تاثیر شگفت‌انگیزی روی سئو محتوای صفحه مورد نظرتان داشته باشد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- استفاده از کلمه کلیدی در تگ H1 صفحه (همان عنوان صفحه)
- استفاده از کلمه کلیدی در عنوان سئو صفحه
- استفاده از کلیدواژه کانونی و عبارات مرتبط با آن در تگ‌های هدینگ و ساب‌هدینگ و حفظ ساختار درختی آنها
- طول مناسب محتوا. (حداقل طول مناسب برای یک محتوا در یک سایت محتوا محور ۸۰۰ کلمه است)
- طول مناسب پاراگراف هر یک از هدینگ‌ها



(کمتر از ۱۵۰ کلمه)

- استفاده از کلیدواژه در مقدمه متن
- استفاده از کلیدواژه در متن جایگزین تصاویر

## ۲,۲ محتوا:

همانطور که در بخش قبلی خواندید، محتوا مهمترین بخش یک سایت است. محتوایست که کاربر را در سایت شما نگه می‌دارد و او را به کاربر همیشگی و یا حتی مشتری سایت‌تان تبدیل می‌کند. تولید محتوای سایت را کاری پیش پا افتاده نشمارید! این کار کاملاً تخصصی است و هر کسی نمی‌تواند آن را به خوبی انجام دهد. در وهله اول باید فردی متخصص و حرفه‌ای در زمینه فعالیت‌تان را برای تولید محتوا در نظر بگیرید. اگر خودتان در زمینه فعالیت‌تان متخصص هستید و می‌خواهید مطالب سایت‌تان را بنویسید اما اصول محتوا نویسی را نمی‌دانید، نترسید! هدف از نوشتن این بخش دقیقاً همین موضوع است.

نکات بسیاری در تولید محتوای اصولی و صحیح، دخیل هستند به همین دلیل این بخش از چک لیست سئو را به محتوا اختصاص دادم. در ادامه با مهمترین نکات در این زمینه یعنی:

- کیفیت محتوا
- طول محتوا
- کاربردی بودن
- دسترسی آسان
- استراتژی تولید محتوا
- ساختن وبلاگ

- روش دسته بندی و برچسب گذاری آشنا می‌شوید.

## ۲,۲,۱ کیفیت محتوا

محتوای سایت موثرترین عنصر در میزان بازدید و رتبه سایت است. از این رو هرچه محتوا از کیفیت بالاتری برخوردار باشد تعداد بازدید و رتبه آن افزایش خواهد یافت. در ادامه نکاتی را برای شما گردآوری کردم که با توجه به آنها می‌توانید کیفیت محتوای سایت‌تان را افزایش دهید و بطور اصولی با معیارهایی که کیفیت یک محتوا را مشخص می‌کنند آشنا شوید.

## ۲,۲,۲ چطور کیفیت محتوای مطالب سایت را افزایش دهیم؟

۱. سعی کنید محتوای شما بار علمی بالا و صحت کامل داشته باشد.
۲. اصلا و ابدا نباید از محتوای سایت‌های دیگر کپی کنید. از آنجایی که گوگل الگوریتم‌های فوق پیشرفته‌ای دارد براحتی می‌تواند محتوای کپی شده را تشخیص داده و رتبه آن برگه را کاهش دهد و یا حتی آن را از نتایج جستجو برای مدتی حذف کند.
۳. سراغ مباحثی در حوزه کسب و کارت‌ان بروید که کاملا به آنها مسلط هستید، همچنین بروزترین مباحث را مطرح کنید و اولین نفری باشید که درباره آنها می‌نویسد.
۴. سعی کنید از تیترهای جنجالی و جذاب استفاده کنید. بیش از ۸۴٪ از کاربران فضای مجازی وقتی وارد یک صفحه می‌شوند فقط نگاهی به تیترها می‌اندازند و اگر یکی از آنها نظرشان را جلب کند، متن صفحه را هم می‌خوانند.

این روزها کاربران واقعا سخت پسند شده‌اند و هرچیزی توجه آنها را جلب نمی‌کند! پس خاص باشید و اثربخش‌ترین تیترهایی که به ذهن‌تان می‌رسد را بنویسید.

۵. وقتی راجع به موضوعی می‌نویسید سعی کنید تمام عناصر مرتبط با آن را در خود مقاله توضیح دهید. شاید مقاله شما خیلی طولانی شود اما این کار باعث می‌شود محتوای شما برای گوگل به عنوان جامع‌ترین منبع شناخته شود از این رو شانس بیشتری برای کسب رتبه اول خواهید داشت. کاربر نیز وقتی وارد مقاله شما شود خیالش راحت است که همه موارد درباره آن چیزی که جستجو کرده است در صفحه شما وجود دارد. از این رو سایت شما را ترک نمی‌کند و مدت زمان زیادی را در سایت‌تان سپری می‌کنند. این امر تاثیر مثبتی روی کاهش نرخ پرش نیز خواهد داشت. ما قبلا توضیحاتی کامل درباره نرخ پرش به انگلیسی ( Bounce rate ) ارائه نموده‌ایم.

۶. محتوای کاربر پسند بنویسید. این نوع از محتوا با رشد جستجوی معنایی و درک بیشتر گوگل از رفتار و نیت کاربران، اهمیت بیشتری برای گوگل پیدا کرده است. وب سایت‌هایی که محتوای خود را برای کاربر واقعی (نه صرفا برای گوگل و کسب رتبه) تولید می‌کنند شاید مدت زمان بیشتری طول بکشد به رتبه خوبی برسند اما این تضمین را به شما می‌دهم که پایداری در جایگاهی که به دست می‌آورد نسبت به محتوای سئو محور بیشتر خواهد بود.

البته در آخر این را هم بگویم رعایت نکات بالا می‌تواند باعث بهبود روند مقاله نویسی شما شود اما اگر بخواهید در این کار خبره شوید ۳ راهکار پیش روی شماست:

- در کلاس‌های تولید محتوا شرکت کنید.
- به شرکت‌های مشاور تولید محتوا مراجعه کنید.
- از متخصصین بازاریابی محتوا محور مشاوره بگیرید.

## ۲,۲,۳ طول محتوا

طول محتوا یکی از مهم‌ترین فاکتورهای سئو سایت بشمار می‌رود. عوامل بسیاری وجود دارد که در زمان تولید محتوا برای هر برگه یا مقاله تاثیرگذارند.

هم نباید کیفیت محتوا را فدای کمیت کرد، هم از نظر گوگل محتوای کوتاه، محتوایی کاربردی و قدرتمند به حساب نمی‌آید، از این رو نمی‌تواند رتبه خوبی کسب کند.

## ۲,۲,۴ پس طول محتوای ایده‌آل برای محتوای سایت من چقدر است؟

کمی صبور باشید. در ادامه به جواب این سوال می‌رسید.

اگر از وردپرس استفاده می‌کنید و افزونه وردپرس Yoast SEO را نصب کرده‌اید حتما بخش طول محتوا به انگلیسی: (text length) را دیده‌اید.

اگر محتوای صفحه شما کمتر از ۳۰۰ کلمه باشد این افزونه با یک چراغ قرمز به شما هشدار می‌دهد از این رو می‌توان نتیجه گرفت حداقل طول محتوای ایده‌آل ۳۰۰ کلمه است. اما مطمئنا این حجم از محتوا برای رسیدن به رتبه اول گول کافی نخواهد بود.

بر اساس آمارهایی که از بررسی ۱۰ مورد از نتایج گوگل بر اساس طول محتوا انجام شده مشخص است صفحاتی که به این نتایج برتر رسیده‌اند حدودا متنی ۲۰۰۰ کلمه‌ای دارند. پس اگر صفحه اول گوگل را می‌خواهید سعی کنید تا ۲۰۰۰ کلمه (هر چه بیشتر بهتر) برای موضوع مورد نظرتان بنویسید.



من در یکی از مباحث گذشته، علت اهمیت و تاثیر طول متن روی سئو و رتبه سایت را موشکافانه توضیح دادم. از این رو اگر به اطلاعات بیشتری در این زمینه نیاز داشتید می‌توانید نگاهی به آن بیندازید.

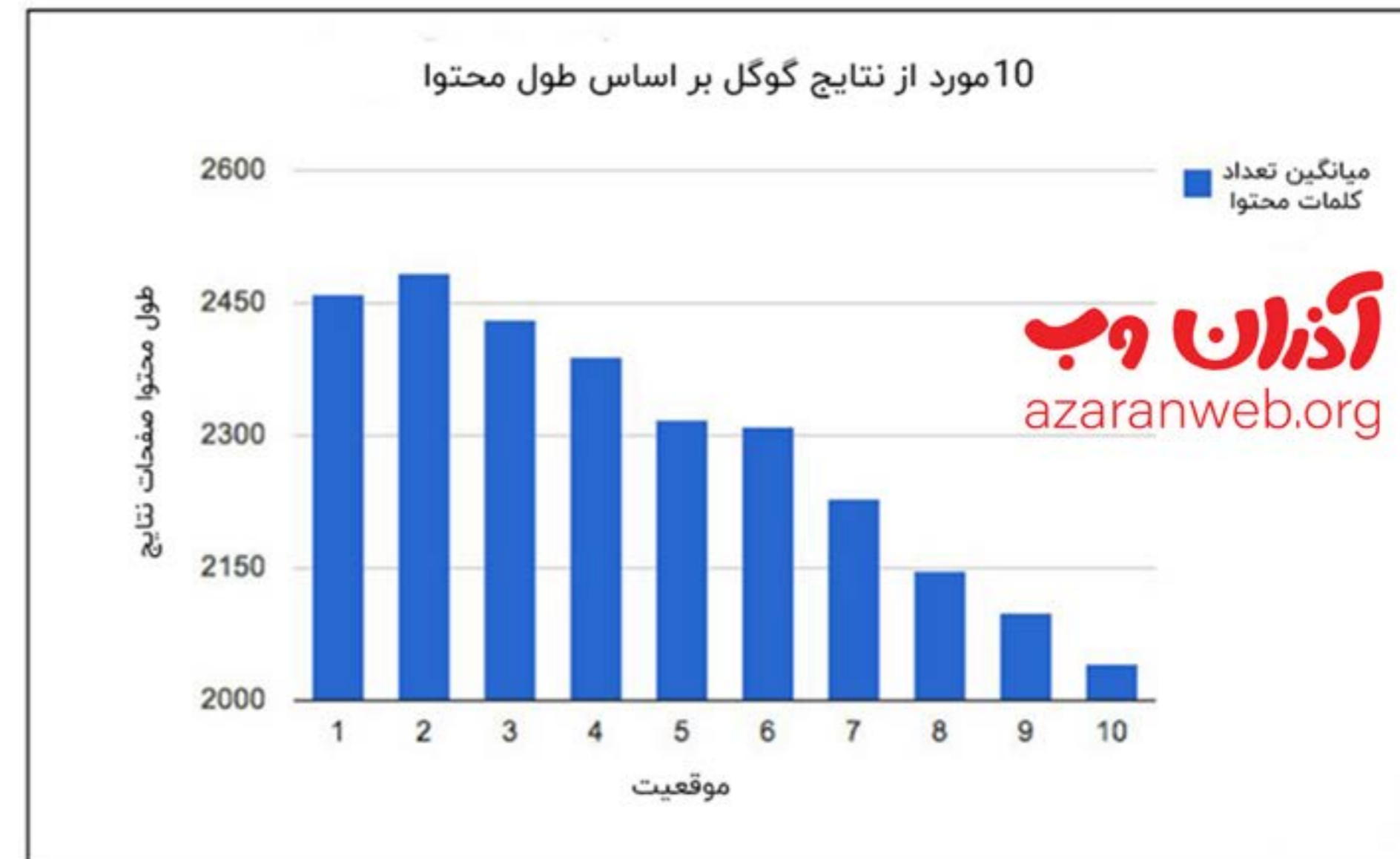
### ۲,۲,۵ کاربردی بودن و دسترسی آسان

اگر تمام اصول محتوا نویسی و سئو را در محتوای سایت‌تان رعایت کنید و به رتبه خوبی هم برسید اما برای کاربر، کاربردی و مفید نباشد، ذره‌ای ارزش نخواهد داشت. وقتی چنین مطلبی در نتایج رتبه بگیرد، کاربران به محض کلیک و خواندن چند تیر یا مقدمه متن از آن خارج می‌شوند. گوگل براحتی متوجه این موضوع می‌شود و وب سایتی با مطالب مفید را جایگزین آن سایت می‌کند.

از این رو باید تلاش کنید تا جایی که می‌توانید واقعا کاربردی بنویسید و در یک کلام "برای مخاطب دل بسوزانید". اما دسترسی به محتوا! مطمئنا تا بحال شده راجع به موضوعی جستجو کنید و وارد یک سایت شوید و آن وب سایت آنقدر دیر لود شود که از کلیک روی آن پشیمان شوید و سریع به نتایج گوگل بازگردید. دسترسی به محتوا دقیقا درباره همین موضوع است.

### ۲,۲,۶ چطور دسترسی کاربران به محتوای سایت را آسان‌تر کنم؟

- سرعت سایت‌تان را بهبود بخشید (در بخش سئو تکنیکال کاملا با راهکارهای افزایش سرعت لود سایت آشنا می‌شوید. خیالتون راحت)
- سایت‌تان را برای تمامی صفحات نمایش بهینه کنید تا کاربر در هر دستگاهی بتواند محتوای صفحه را به صورت کامل و واضح ببیند.



• از رنگ‌های مناسب برای متن و صفحه زمینه استفاده کنید تا چشم کاربر خسته نشود

• از پاپ آپ‌های آزار دهنده به هیچ عنوان استفاده نکنید.

• از بنرهای چشم‌کزن و فایل‌های فلش استفاده نکنید. این المان‌ها برای هیچ کاربری جذاب نیست و فقط باعث خروج کاربر از سایت می‌شود.

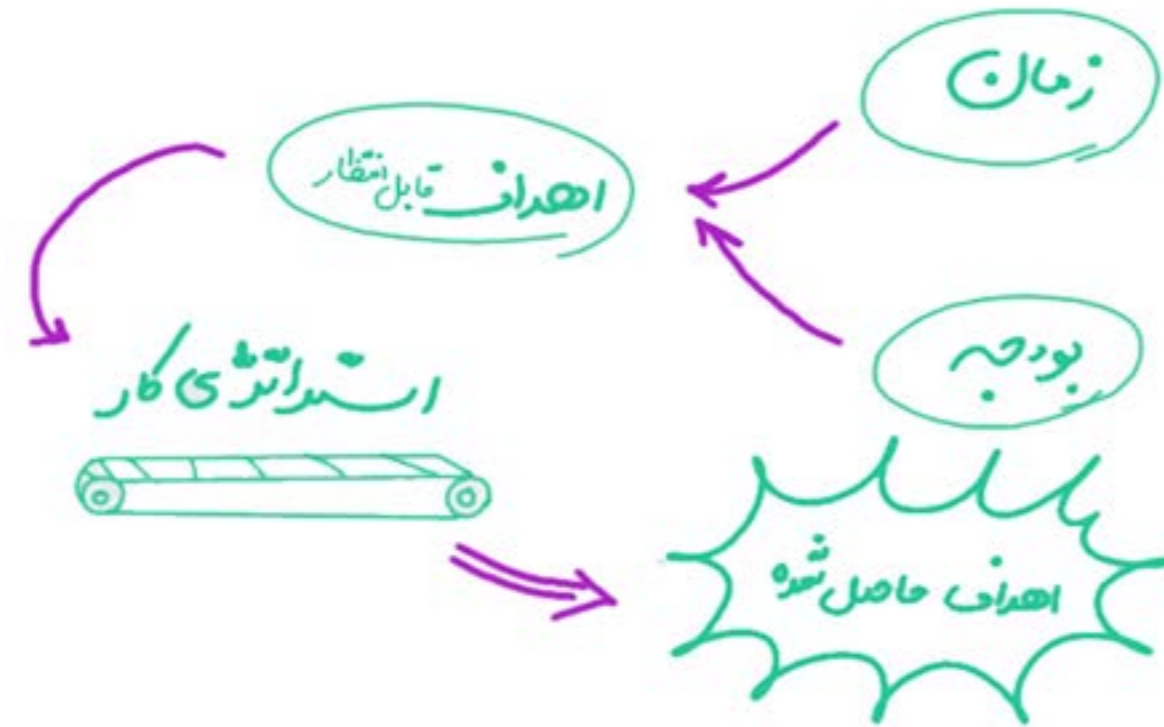
### ۲,۲,۷ استراتژی تولید محتوا

منظور از استراتژی، برنامه‌ریزی بر اساس منابع موجود آن هم به بهترین شکل ممکن برای رسیدن به هدف یا اهداف از قبل مشخص شده‌ای است. به بیان دیگر استراتژی یعنی برای رسیدن به اهداف از کمترین منابع بیشترین استفاده را در کوتاه‌ترین زمان ممکن ببرید.

پس منظور از استراتژی تولید محتوا، برنامه‌ریزی بر اساس منابع، بودجه، تیم محتوا، مقدار زمان و وب سایت برای رسیدن به اهدافی که در حوزه بازاریابی محتوا قرار دارند مثل برندینگ، مشتری‌مداری، سئو، بازاریابی داخلی و... با صرف کمترین هزینه و در سریع‌ترین زمان ممکن است.

### ۲,۲,۸ چطور یک استراتژی تولید محتوای خوب و ارزشمند داشته باشیم؟

در واقع برای داشتن یک استراتژی محتوای موفق باید میزان بودجه، اهداف و زمانی که می‌توانید برای دستیابی به اهداف‌تان صرف کنید را تعیین کنید و به کمک یک استراتژیست محتوا بالانس بین این ۳ بوجود آورید.



اگر گشت و گذار کوچکی در اینترنت انجام دهید می‌بینید بسیاری از سایت‌های صفحه اول دارای بخش وبلاگ یا مقالات هستند. ممکن است زمینه کاری این وب سایت‌ها خیلی متفاوت از یکدیگر باشد (از سایت مرغداری گرفته تا فروش عطر) اما بسیاری از آنها بخش وبلاگ دارند.

### علت این است:

استفاده از وبلاگ تاثیر بسزایی در بهبود رتبه سایت در نتایج جستجو گوگل دارد. وقتی در سایت‌تان بخش وبلاگ داشته باشید و بر اساس استراتژی محتوا در بازه‌های زمانی مشخص مطالب مفیدی و کاربردی در زمینه فعالیت سایت‌تان منتشر کنید، گوگل متوجه فعال بودن سایت شما می‌شود و سریعتر در نتایج گوگل به شما رتبه می‌دهد. در واقع اگر بخواهم در یک جمله بگویم، ”ساختن وبلاگ اساس اصلی بازاریابی محتوای درون سایت است.“

وب سایت دیجی کالا را که دیگر همه می‌شناسند. این فروشگاه اینترنتی بزرگ با راه‌اندازی دیجی کالا مگ از طریق بازاریابی محتوا دو گروه از کاربران را هدف قرار داده است.

۱) کاربرانی که مشتریان ثابت هستند و

۲) کاربرانی که فقط به دنبال جمع‌آوری اطلاعات در زمینه‌ای خاص هستند.

به زبان ساده بخش وبلاگ سایت مثل یک دکه بستنی فروشی در شهر بازی است که باعث لذت بردن کاربر از مدت زمانی که در سایت‌تان است، می‌شود.

اگر هنوز در سایت‌تان بخش وبلاگ ندارید پیشنهاد می‌کنم حتما بخشی از سایت را به وبلاگ اختصاص دهید و با در نظر گرفتن مخاطبین هدف کسب و کارتان و دغدغه‌های آنها محتوا تولید کنید. همچنین برای نظم دهی به مطالب از چند دسته بندی و برچسب استفاده نمایید.

همانطور که در بخش قبل خواندید از دسته بندی و برچسب برای طبقه بندی و نظم بخشیدن به مطالب سایت استفاده می‌شود. قطعا می‌دانید هر وب سایتی دارای یک سیستم مدیریت محتوا به انگلیسی: (Content management system) است. در هر یک از آنها سیستم طبقه بندی به یک شکل است اما در محبوب‌ترین آنها یعنی وردپرس دسته بندی‌ها (به انگلیسی: Category) و برچسب‌ها به انگلیسی: (tag) به صورت پیش فرض برای طبقه بندی و سازمان دهی محتوا وجود دارند. (در وردپرس استفاده از دسته بندی برای مطالب سایت اجباریست اما استفاده از برچسب‌ها اختیاریست).

اگر به درستی از این دسته بندی‌ها و برچسب‌ها استفاده کنید، تجربه کاربری و سئو سایت‌تان تحت تاثیر قرار می‌گیرند.

در واقع استفاده از این طبقه بندی محتوایی به یافتن مطالب مرتبط و مشاهده تمام محتوای سایت را برای خزنده‌های موتورهای جستجو آسان‌تر می‌کند، همچنین محور محتوای سایت را برای آنها مشخص می‌سازد.

طبقه بندی محتوا کار را برای کاربر سایت نیز راحت‌تر می‌کند و تمام مطالبی که به خواسته کاربر مرتبط هستند را یک جا در اختیارش قرار می‌دهند.

### ۲,۲,۱۱ چطور بیشترین استفاده را از دسته‌ها و برچسب‌ها ببرم؟

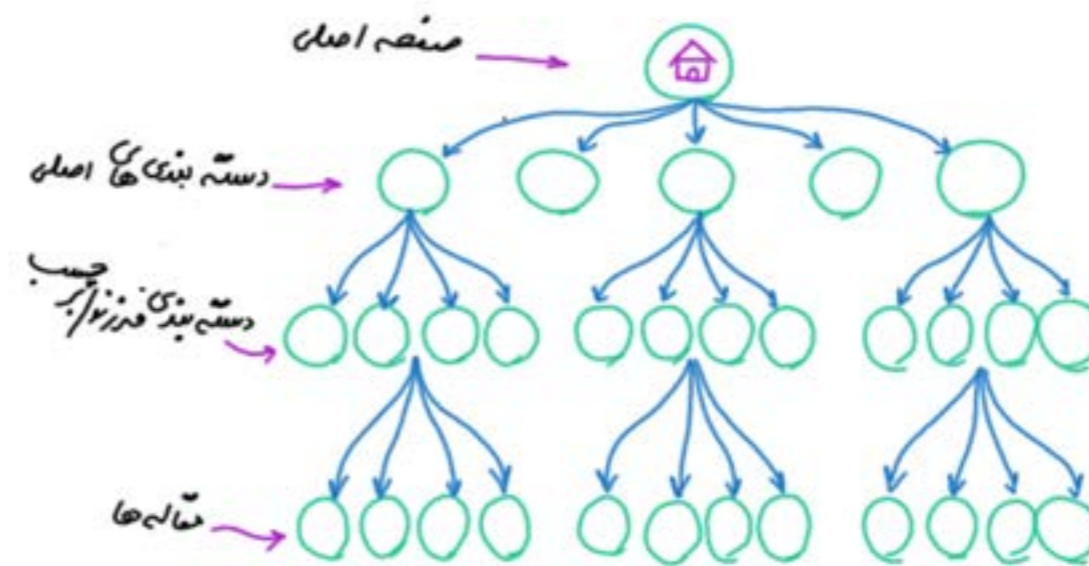
اگر سایت‌تان وردپرسی است و می‌خواهید دستی به سر و روی دسته بندی‌های آن بکشید و سرو سامانی بهش بدهید تنها کافیست وارد بخش دسته‌ها شوید. ما قبلا روش سئو دسته بندی‌ها را توضیح دادیم.

نکته مهمی که به نظر باید در این قسمت بدانید این است که برای دسته بندی‌های سایت‌تان ساختار درختی بسازید و بخش‌هایی که از نظر موضوعی مرتبط هستند را زیر مجموعه هم قرار دهید.

یک استراتژی موفقیت آمیز سئو به معنای نادیده گرفتن عناصر انسانی نیست. هدف وب سایت‌ها تنها انتخاب کلمه کلیدی خوب و کسب رتبه نیست بلکه انتخاب عبارات کلیدی مناسب آن هم به نحوی که برای کاربر مفید و جذاب بوده و به آنچه که درباره آن جستجو می‌کند، نزدیک باشد.

هر وقت خواستید دست به تولید محتوا بزنید در وهله اول به مخاطبین سایت‌تان فکر کنید. محتوای شما باید هم برای

آنها جالب باشد و هم آنقدر جذاب باشد که به خواندن ادامه متن علاقمند شوند. زمانی که شروع به درک محتوایی که کاربران‌تان می‌خواهند می‌کنید، می‌توانید مطالب سایت‌تان را بهتر بهینه‌سازی کنید. تولید محتوایی که هیچ خواننده‌ای ندارد به هیچ عنوان برای سایت شما خوب نیست و پیامدهای منفی را برای سئو شما به همراه خواهد داشت. برای تولید محتوا نیازی نیست همانطور که برای شروع یک جستجو در گوگل چیزی می‌نویسید، کلمات کلیدی را وارد متن کنید. گوگل و دیگر موتورهای جستجو دارای تکنیک‌های بسیار پیچیده‌ای در این زمینه هستند.



هر یک از ترفندهای سئو به نوبه خود در رتبه‌بندی وب سایت شما در نتایج جستجو تاثیر گذارند. این ترفندها در دو گروه سئو داخلی یا On Page و سئو خارجی یا Off Page (فعلا با آن کاری نداریم. در بخش‌های بعدی درباره آن می‌خوانید) قرار می‌گیرند. منظور از سئو درون برگه به انگلیسی: On Page SEO بهینه‌سازی تمام عناصری است که در یک سایت آپلود می‌شوند مثل تصاویر، محتوای متنی، لینک‌ها و... به همین دلیل از آنجایی که می‌توان کنترل بیشتری روی این المان‌ها داشت همیشه و همیشه قبل از سئو خارجی باید عناصر مربوط به سئو داخلی بهینه‌سازی شوند. در ادامه شما را با برخی از مهم‌ترین آنها آشنا می‌کنم.

### ۲,۱ لینک سازی داخلی

لینک سازی داخلی یکی از عوامل موثر در سئو درون برگه است که اگر به درستی انجام شود می‌تواند تا میزان زیادی باعث بهبود رتبه شما در نتایج شود. همانطور که می‌دانید لینک سازی یعنی لینک دادن از یک صفحه به صفحه دیگر. گاهی اوقات این لینک‌ها از منابع خارجی مثل رسانه‌های اجتماعی به یک صفحه داده می‌شوند و گاهی اوقات از داخل صفحات دیگر خود وب سایت، به صفحه‌ای از همان سایت داده می‌شوند. ما در این قسمت با لینک‌هایی که از داخل صفحات خودتان باید به دیگر صفحات‌تان می‌دهید سرو کار داریم. در ادامه اصول و قوانین لینک سازی داخلی صحیح را برای شما جمع آوری کرده‌ام:

۱. صفحات مرتبط را به یکدیگر لینک دهید. مثلا در مقاله آموزش کامل تنظیمات ایندکس صفحات در افزونه یوست و سایت مپ XML، لینکی به مقاله‌ای که قبلا در مورد روش ساخت نقشه سایت نوشته بودیم، داده‌ام.

۲. اگر می‌خواهید به در صفحه لینک خارجی داشته باشید سعی کنید به سایت‌های بزرگ و پر بازدیدتر از سایت خودتان لینک دهید چون این کار به مراتب باعث بهبود اعتبار سایت شما هم می‌شود ولی اگر به سایت‌های ضعیف لینک دهید این کار نتیجه‌ای عکس برای‌تان به همراه خواهد داشت.

۳. تنها زمانی یک لینک را در متن‌تان قرار دهید که بدانید واقعا در آن قسمت کاربر به آن نیاز دارد و باعث درک بهتر مسئله برای او می‌شود. زیاده‌روی در لینک سازی داخلی اتفاقا اثراتی منفی روی سئو سایت‌تان خواهند داشت.

۴. به صورت پراکنده در متن لینک سازی کنید و لینک‌هایی که برای شما از اهمیت بیشتری برخوردارند را در ابتدای متن قرار دهید زیرا نخستین لینک‌ها ارزش بیشتری دارند.

۵. برای لینک دادن از عباراتی با بیش از ۳ کلمه استفاده کنید. هرچه عبارت شما توضیح دهنده‌تر باشد احتمال کلیک روی آن بیشتر خواهد بود.

۶. گوگل همیشه از وب سایت‌های قابل اعتماد (ویژگی های یک سایت قابل اعتماد از نظر گوگل) و صادق خوشش می‌آمده از این رو اگر قرار است در متن‌تان لینکی قرار دهید سعی کنید از رنگ دیگری برای عبارات لینک‌دار استفاده کنید تا هم گوگل و هم کاربر راحتی متوجه شوند کدام بخش از متن دارای لینک است.

## ۲,۲ انکر تکست‌ها

انکر تکست‌ها به انگلیسی: (Anchor Text) همان عباراتی هستند که در متن‌ها به رنگ دیگر می‌بینید و دارای لینک هستند. در استفاده از انکر تسکت‌ها خلاقیت به خرج دهید. موتور جستجوی گوگل توسط یکی از مهم‌ترین الگوریتم‌های خود یعنی الگوریتم پنگوئن انکر تسکت‌های صفحات را آنالیز می‌کند. از این رو برای سازگاری با این الگوریتم و قدرت بخشیدن به انکر تکست‌ها پیشنهاد می‌کنم برای لینک دادن به یک صفحه از عبارات مختلف استفاده کنید. مثلا اگر صفحه‌ای درباره آموزش سئو سایت دارید می‌خواهید به آن لینک دهید یک بار عبارت “راهکارهای بهینه‌سازی سایت” را

لینک دهید و یک بار عبارت “نکات سئو”. (ما قبلا روش استفاده صحیح از انکر تکست‌ها را توضیح دادیم. نگاهی هم به آن بیاندازید. مطمئنا ضرر نمی‌کنید.)

## ۲,۲ کلمه کلیدی در محتوا/ هدینگ‌ها/ URL ها و...

کلمه کلیدی عاملی است که یک محتوا در راستای آن نوشته می‌شود. اگر بدرستی و در جای مناسب از کلمه کلیدی مدنظرتان استفاده کنید می‌توانید یکی از عوامل موثر در کسب رتبه صفحه یعنی کیفیت متن را بالا ببرید. کلمات کلیدی در واقع همان عباراتی هستند که کاربران در موتورهای جستجو می‌نویسند و از طریق آنها به اطلاعات مورد نظر خود می‌رسند. این که کلمه کلیدی صحیح را چگونه انتخاب کنیم در بخش تحقیق کلمه کلیدی توضیح دادیم، اما در این بخش قرار است یاد بگیرید کدام بخش از متن یک صفحه نیاز به کلمه کلیدی دارد.

- از کلمه کلیدی در عنوان سئو صفحه استفاده کنید. عنوان سئو در واقع همان متنی است که در نتایج گوگل با رنگ آبی می‌بینید. این متن می‌تواند از متنی که برای عنوان صفحه در نظر گرفته‌اید متفاوت باشد و به جای یک عبارت چندین عبارت کلیدی را با آن هدف قرار دهید. اگر نمی‌دانید اصلا چرا باید از کلمات کلیدی در تیتل سئو استفاده کرد نگران نباشید. ما قبلا مفصل این قضیه را توضیح داده‌ایم.

- از کلمه کلیدی در مقدمه متن یا همان پاراگراف نخست استفاده کنید. بااینکار مسیر محتوا را برای گوگل و بازدیدکننده مشخص می‌کنید. برای آشنایی با اهمیت استفاده از کلمه کلیدی در مقدمه محتوا می‌توانید به مقاله آن در وبلاگ ما مراجعه کنید.

- از کلمه کلیدی در هدینگ‌ها یا همان تیترهای درونی متن‌تان استفاده کنید. از آنجایی که هدینگ‌ها باعث بهبود تعامل کاربر و گوگل با محتوا می‌شوند استفاده از کلمه کلیدی در آنها می‌تواند در سئو صفحه نیز تاثیر گذار باشد. ما در یکی

از مقالات گذشته ساخته ساختار صحیح هدینگ‌ها و روش استفاده از آنها را توضیح داده‌ایم.

• از کلمه کلیدی در نامک صفحه استفاده کنید. ما در مقاله‌ای مزایا و معایب استفاده از نامک پارسی را توضیح دادیم. به نظر ما استفاده از نامک انگلیسی برای سئو صفحه بهتر است اما خب وب سایت‌های بسیاری مثل دیجی کالا از نامک پارسی استفاده می‌کنند. انتخاب با شماست. ما نتایج استفاده از هر دو نوع نامک را بررسی کرده‌ایم.

• از کلمه کلیدی در متن جایگزین تصاویر استفاده کنید. البته اگر استفاده از آن باعث از دست رفتن معنی جمله شود می‌توانید از آن استفاده نکنید چون نخستین هدف از نوشتن متن جایگزین ارائه متنی توضیح دهنده برای تصویر است تا در وهله اول گوگل بتواند متوجه ارتباط تصویر با متن شود همچنین کاربرانی که نمی‌توانند آن را ببینند (به دلیل سرعت اینترنت ضعیف یا کاربرانی که نابینا هستند و از طریق مرورگرها آن را می‌شنوند)، متوجه مضمون تصویر شوند. برای آشنایی با اصول نگارش متن جایگزین تصاویر ما قبلا مقاله‌ای نوشته‌ایم.

• از کلمه کلیدی در توضیحات متا استفاده کنید. توضیحات متا یکی از المان‌هایی است که در نتایج جستجو ظاهر می‌شود از این رو می‌تواند در سئو کلمه کلیدی شما تاثیر گذار باشند. هرچند توصیه ما اینست، توضیحات متا را خالی بگذارید تا خود گوگل مرتبط‌ترین بخش از متن شما با عبارت جستجو شده توسط کاربر را در توضیحات متا نمایش دهد. اما اگر می‌خواهید خودتان آن را بنویسید پیشنهاد می‌کنم سری به وبلاگ ما بزنید چون درباره نوشتن یک توضیح متا سئو شده توضیحات مفصلی داده‌ایم.

• در استفاده از کلمه کلیدی نباید افراط کنید! اصطلاحا تراکم کلمه کلیدی را در یک بالانس نگه دارید. ما قبلا مقاله‌ای کامل درباره اینکه چگالی کلمه کلیدی چیست و چطور آن را در سایت اعمال کرد نوشته‌ایم. در افزونه سئو Yoast نیز به راحتی می‌توانید میزان چگالی کلمه کلیدی را بررسی کنید.

## ۳,۴ تصاویر- رسانه‌ها (ویدئو و پادکست)

استفاده از تصاویر و رسانه‌ها می‌تواند باعث ماندگاری کاربر در سایت شما و علاقمند شدن وی به مشاهده دیگر مطالب یا صفحات سایت‌تان شود. همچنین جلوه دیگری به محتوای صفحه شما می‌دهند. هیچ کاربری به صفحاتی که کلا متنی هستند یا نهایتا یک یا دو تصویر دارند، علاقه ندارد. بعضی‌ها حتی علاقه‌ای به خواندن متن ندارند از این رو وجود ویدئو و فایل‌های صوتی می‌تواند نظر این دسته از کاربران را هم جلب کند. در ادامه با اصول استفاده از هر کدام این رسانه‌ها همراه شما هستیم.

• اصول استفاده از تصویر:

• بهتر است تصاویر تازه و جذاب باشند.

• اگر می‌خواهید از تصاویر وب سایت‌های دیگر استفاده کنید حتما کپی رایت آن را رعایت کنید.

• حتما از تصاویری با کیفیت بالا و حجم مناسب استفاده کنید.

• از فرمت‌های مناسب وب برای تصاویر استفاده کنید. ( در ادامه مفصل راجع به این بخش صحبت می‌کنیم اما همین را فعلا بدانید که فرمت‌های محبوب تصویر در وب png، jpeg و gif هستند)

• نامشان را انگلیسی و توضیح دهنده بنویسید.

• متن جایگزین‌شان را فراموش نکنید!

• اصول استفاده از ویدئو:

• اگر می‌توانید ویدئوها را خودتان تهیه کنید و از جایی کپی نکنید.

• اگر نیاز به کپی یک ویدئو دارید حتما حق کپی رایت آن را رعایت کنید.

• ابعاد ویدئو را طوری قرار دهید که در هر صفحه نمایشی به درستی نمایش داده شود.

• تا حد امکان از ویدئوهای مفید و کوتاه استفاده کنید.

- اصول استفاده از پادکست (فایل‌های صوتی):
- از موضوعات جذاب استفاده کنید.
- سعی کنید فایل صوتی را خودتان تولید کنید.
- مختصر و مفید صحبت کنید. پادکست‌های طولانی بشدت خسته کننده‌اند.
- حتما فرمت فایل صوتی خود را mp3 قرار دهید.
- نام و تاریخ ساخت پادکست را روی آن درج کنید.
- از سرویس‌های میزبانی پادکست مثل [ناملیک](#)، [شینوتو](#) و... استفاده کنید.

## ۴. ابزارهای سئو درون سایت

ابزارهای سئو درون سایت به عنوان آنالیز کننده‌های درون سایت مانتیتورینگ وضعیت سایت را برای شما که مدیر سایت یا مدیر سئو هستید، ساده‌تر می‌کنند. این ابزارها به شما در کنترل و مدیریت سئو کمک می‌کنند تا تمام بخش های سایت‌تان را زیر نظر گرفته و از نظر وضعیت سئو مورد تجزیه و تحلیل قرار دهید.

### ۴,۱ نصب افزونه Yoast

اگر از سیستم مدیریت محتوای وردپرس استفاده می‌کنید اولین کار شما نصب افزونه سئو Yoast SEO است. این افزونه دارای دو نسخه تجاری و رایگان است که تعداد زیادی از امکانات این افزونه مثل ساخت سایت مپ، لینک بیلدینگ، فایل robots.txt و... در نسخه رایگان قابل استفاده‌اند، از این رو این افزونه به عنوان یکی از کاربردی‌ترین افزونه‌های سئو وردپرس شناخته شده است. برای دانلود و نصب آن تنها کافیست در وردپرس نام افزونه را جستجو کنید. برای انجام

تنظیمات این افزونه نیز خیالتان راحت باشد چون ما قبلا به طور مفصل درباره پیکربندی سئو سایت با افزونه وردپرس Yoast SEO صحبت کردیم.

### ۴,۲ نصب افزونه گوگل آنالیتیکس / برای سایت یا فروشگاه

افزونه گوگل آنالیتیکس یکی از حرفه‌ای‌ترین ابزارهای تحلیل آمارهای وب سایت مثل ترافیک است که توسط گوگل ارائه شده است. از مهم‌ترین کاربردهای این افزونه می‌توان به بهبود نرخ فروش، بهینه‌سازی نرخ پرش سایت، بررسی کمپین‌های تبلیغات و... اشاره داشت. اگر نمی‌دانید وب سایت شما به گوگل آنالیتیکس متصل هست یا نه می‌توانید برای چک کردن آن از سایت [gachecker.com](http://gachecker.com) استفاده کنید. در صورتی که این ابزار به سایت‌تان متصل نبود هیچ جای نگرانی نیست چون توسط تیم دیجیتال مارکتینگ ما این فرآیند قابل انجام می‌باشد.

### ۴,۳ نصب افزونه‌های بهینه‌سازی روی سایت

افزونه‌ها یا پلاگین‌های بهینه‌سازی کمک شایانی در زمینه بهبود سرعت بارگذاری صفحات‌تان می‌کنند. با رعایت تمام استانداردهای لود وب سایت و نصب بهترین افزونه‌ها در این زمینه می‌توانید زمان انتظار مخاطبین سایت‌تان را تا حد زیادی کاهش دهید. در ادامه لیستی از کاربردی‌ترین افزونه‌های بهینه‌سازی را برای شما آماده کرده ام:

- افزونه [WP Fastest Cache](#)
- افزونه [WP Rocket](#)
- افزونه [WP-Optimize](#)

## ۴,۴ نصب افزونه‌های کنترل لینک سازی داخلی

همانطور که در بخش‌های قبلی گفتیم، لینک سازی داخلی یکی از مهم‌ترین عناصر استراتژی سئو است. از این رو کنترل تعداد لینک‌هایی که قرار است در صفحات سایت‌تان بگذارید از اهمیت بالایی برخوردار می‌شود. در ادامه لیستی از کاربردی‌ترین آنها را برای شما آماده کرده ام:

- افزونه [SEO Post Content Links](#)

- افزونه Interlinks Manager

- و امکان شمارنده لینک در وردپرس

## ۴,۵ نتیجه‌گیری از سئو درون سایت

سئو درون سایت لازمه موفقیت شما در نتایج جستجو است. ما در این بخش یاد گرفتیم چطور تحقیق کلمه کلیدی انجام دهیم. تحقیق کلمه کلیدی شامل مراحل:

- پیدا کردن بازار هدف

- آنالیز رقبا

- تهیه استراتژی سئو

- و تعیین ساختار سایت برای هدف‌گیری کلمات کلیدی

بود که به‌ترتیب با آنها آشنا شدیم همچنین با مهم‌ترین نکات درباره سئو محتوا یعنی:

- کیفیت محتوا

- طول محتوا

- کاربردی بودن و دسترسی آسان

- استراتژی تولید محتوا

- ساختن وبلاگ

- روش دسته بندی و برچسب گذاری

آشنا شدید.

همچنین با تکنیک‌های سئو درون برگه یعنی:

- لینک سازی داخلی

- انر تکست‌ها

- کلمه کلیدی در محتوا

- تصاویر و رسانه‌ها

و روش بهینه‌سازی عناصر هر یک از برگه‌های سایت آشنا شدید.

و در آخر با مهم‌ترین ابزارهای سئو درون سایت همراه شما بودیم. این ابزارها سئو سایت را بسیار آسان می‌کنند و به طور اتوماتیک بسیاری از المان‌های سایت که در سئو موثر هستند را تجزیه و تحلیل می‌کنند.

در ادامه چک لیست سئو با یکی دیگر از ارکان مهم سئو، یعنی سئو تکنیکال همراه شما هستیم. در ادامه با مهم‌ترین بخش‌های سئو تکنیکال سایت و روش اعمال آنها روی سایت‌تان آشنا می‌شوید.



## ۵. سنو تکنیکال

سنو تکنیکال مربوط به عملکرد و به طور کلی امور فنی سایت است. در واقع هر فعالیتی که مربوط به سنو باشد و در سایت شما صورت بگیرد بخشی از سنو تکنیکال است.

هدف از سنو تکنیکال برقراری الزامات خزنده‌های موتورهای جستجو به بهترین شکل ممکن برای خزش بهتر و دسترسی آسان‌تر به تمام اطلاعات سایت و در نهایت کسب رتبه بهتر در نتایج جستجوست. از آنجایی که این الزامات هر چند وقت یکبار دچار تغییر و تحول می‌شوند و هم‌سو با گوگل و دیگر موتورهای جستجو دائماً در حال پیچیده‌تر شدن هستند، هر وب سائیتی از نظر تکنیکال و فنی نیاز به بررسی و بروزرسانی دارد.

### ۵,۱ متا تگ‌ها / عناوین / توضیحات متا

متا تگ‌ها برچسب‌هایی هستند که بخش‌های اصلی وب سایت‌تان را به صورت کلی کنترل می‌کنند. مثل تگ عنوان و توضیحات متا صفحه اصلی سایت شما. گاهی اوقات متا تگ‌ها فقط بخش‌های کوچکی از سایت‌تان را کنترل می‌کنند که می‌توانید آنها را به صورت جزئی تغییر دهید. متا تگ‌ها انواع مختلفی دارند که روی اسکلت‌بندی و ساختمان سایت وظیفه کنترل مشخصات سایت را دارند. مثل متا تگ‌های عنوان، برچسب‌ها، دسته بندی‌ها و...

متا تگ‌ها تاثیر مثبتی در افزایش اعتبار وب سایت‌ها نیز دارند. برای استفاده صحیح از متا تگ‌ها حتماً با یک سئوکار ماهر مشورت کنید چون استفاده اشتباه از آنها می‌تواند نتایجی منفی در سنو سایت‌تان داشته باشند.

### ۵,۲ عملکرد صفحه اصلی / سرعت سایت و کد نویسی

کل یک وب سایت با صفحه اصلی آن شناخته و مورد قضاوت قرار می‌گیرد از این رو عملکرد صفحه خانه سایت مهم‌ترین

بخش وب سایت شماست چون هر کاربری که وارد سایت شود حداقل یکبار گذرش به صفحه اول می‌افتد. سطح کیفیت عملکرد صفحه اصلی سایت‌تان واسه به دو عامل مهم یعنی سرعت بارگذاری و کدنویسی سیستم مدیریت محتوای آن است. هر چه سرعت لود سایت شما پایین‌تر باشد (نزدیک به ۱ ثانیه) کاربران بیشتری تمایل به مشاهده آن دارند، چون خودتان هم می‌دانید همه کاربران نمی‌توانند به اینترنت‌های پرسرعت دسترسی داشته باشند. پس مهم‌ترین فاکتور در برقراری ارتباط با کاربری که شما را می‌شناسد سرعت سایت است. اگر می‌خواهید سرعت سایت‌تان را آنالیز کنید می‌توانید از [ابزار های تست سرعت سایت](#) استفاده کنید، معمولاً انتخاب کاربران ایرانی ابزار [GTMetrix](#) است. اگر دنبال افزایش سرعت سایت خودتان هستید توسط تیم دیجیتال مارکتینگ ما قابل انجام می‌باشد. [سیستم مدیریت محتوا](#) دسترسی کاربران و خزنده های موتور های جستجو را به صفحات و محتوای آنها کنترل میکند از این رو کد نویسی صحیح این سیستم بسیار حائز اهمیت است. از نظر ما [سیستم مدیریت محتوا](#) یکی از بهترین سیستم ها در این زمینه است چون کدنویسی آن بسیار اصولی و همیشه براساس آخرین متدهای روز دنیا بروزرسانی می‌شود.

### ۵,۳ فرمت صحیح برای تصاویر

تصاویر از مهم‌ترین عناصر یک وب سایت هستند و همین‌طور تاثیر زیادی در سرعت لود سایت دارند. هرچه تصاویر از لحاظ حجم بهینه‌تر باشند، صفحات وب سایت با سرعت بیشتری در مرورگر کاربر لود می‌شوند. حجم تصاویر تنها عامل تاثیرگذار در سرعت بارگذاری آنها نیست! فرمت آنها هم بسیار موثر است.

فرمت‌های مختلفی برای تصاویر وجود دارند که هر یک از آنها متناسب با یک محتوای بصری به خصوص است. از این رو اگر درستی انتخاب نشوند باعث سنگینی وب سایت و افزایش سرعت بار گذاری آن می‌شوند. در این بخش یاد می‌گیرید کدام فرمت برای کدام تصویر مناسب است.

همانطور که در بخش تصاویر و رسانه‌ها خواندید، محبوب‌ترین فرمت‌های تصویر در وب png، jpg و Gif هستند.

## ۵,۴ فرمت JPEG یا jpg.

این فرمت تقریباً برای هر تصویری مناسب است و توانایی به تصویر کشیدن میلیون‌ها کد رنگ را در حجمی فشرده دارد و محبوب‌ترین فرمت تصویر در سراسر دنیاست. البته این فرمت از آنجایی که پیکسل‌های تصویر را به حالت مات تبدیل می‌کند و هیچ خبری از پیکسل‌های شفاف و نیمه شفاف در آن نیست، مقداری از کیفیت تصویر را کاهش می‌دهد از این رو پیشنهاد می‌کنم از فرمت jpg برای تصاویر بزرگ که رنگ‌های زیادی دارند استفاده کنید.

## ۵,۵ فرمت PNG

فرمت png در دو حالت ۸-bit و ۲۴-bit وجود دارد. فرمت اول مشابه فرمت gif است اما فرمت دوم تقریباً مشابه فرمت JPEG است، با این تفاوت که در آن پیکسل‌ها می‌توانند به هر سه صورت مات، شفاف و نیمه شفاف باشند. این فرمت جایگزینی برای فرمت gif است و نسخه‌ای کامل‌تر از آن تلقی می‌شود با این تفاوت که png از تصاویر متحرک پشتیبانی نمی‌کند.

## ۵,۶ فرمت GIF

با استفاده از این فرمت می‌توانید چند تصویر را به صورت متحرک پشت هم نمایش دهید. این فرمت از شفافیت پشتیبانی می‌کند اما تعداد رنگ‌های آن محدودیت دارند از این رو تصاویری با تعداد رنگ بالا کیفیت خود را در این فرمت از دست می‌دهند.

## ۵,۷ طراحی سایت ریسپانسیو/ نسخه موبایل

کاربران فضای مجازی به دو دسته کاربران دسکتاپ و کاربران موبایل تقسیم می‌شوند. امروزه استفاده از موبایل برای انجام جستجوهای احتمالی، خرید اینترنتی و در کل هر چیزی که مربوط به فضای اینترنت باشد آسان‌تر از دسکتاپ است. از این رو تعداد کاربرانی که از دسکتاپ برای این کارها استفاده می‌کنند رو به کاهش می‌رود. گوگل و موتورهای جستجو به خوبی متوجه این موضوع شده‌اند از این رو برای آنها وب سایت‌هایی که کاربران نسخه موبایل و دیگر دستگاه‌های هوشمند را پشتیبانی می‌کنند، اولویت بالاتری دارند و رتبه بهتری در نتایج جستجو در انتظارشان است. برای بررسی ریسپانسیو بودن سایت، گوگل ابزاری را در اختیار صاحبان سایت‌ها قرار داده است که در ادامه با آن آشنا می‌شوید.

## ۵,۸ بهینه‌سازی هدر سایت/ فوتر سایت

از آن جایی که هدر سایت در تمامی صفحات سایت شما نمایش داده می‌شود این مسئله که فقط و فقط لینک‌های مهم سایت‌تان را در آنها قرار دهید از اهمیت بالایی برخوردار است. در واقع مهم‌ترین لینک‌های یک سایت در منو یا همان هدر سایت قرار می‌گیرد از این رو باید مهم‌ترین و قدرتمندترین لینک‌های سایت را در این بخش قرار دهید. فوتر هم مثل هدر سایت در تمامی صفحات سایت نمایان می‌شود با این تفاوت که لینک‌های آن از اهمیت کمتری برخوردارند. به همین دلیل می‌توانید لینک‌هایی که می‌خواهید در هدر سایت‌تان قرار دهید اما از نظر سئو اهمیت چندانی ندارند (مثل صفحه تماس با ما یا درباره ما) را در آن قرار دهید.

## ۵,۹ بهینه‌سازی ابزارک‌ها (ساید بار)

ساید بار هم مانند هدر و فوتر، جزو لینک‌های عریض سایت است و در تمامی صفحات تکرار می‌شود با این تفاوت که اهمیت آن کمتر از لینک‌های فوتر است. پیشنهاد ما اینست لینک‌های مهم سایت تان مثل جدیدترین مطالب یا محصولات منتخب را در بخش ساید بار قرار دهید و لینک‌های کم‌اهمیت را از آن حذف کنید.

## ۵,۱۰ امنیت

امنیت فاکتور بسیار مهمی برای گوگل و کاربران است. وب‌سایت‌هایی که از امنیت بالایی برخوردار نیستند جایی بین نتایج برتر گوگل ندارد. مسئله امنیت باید مهم‌ترین اولویت شما بعنوان یک مالک وب‌سایت باشد. بیشتر از این درباره امنیت نمی‌خواهم صحبت کنم چون خودتان می‌دانید این موضوع چقدر مهم است. از نشانه‌های یک وب‌سایت امن، مجهز بودن به پروتکل امنیتی HTTPS یا به اختصار SSL است.

SSL یک پروتکل امنیتی لایه انتقال است و از اطلاعات کاربران یک وب‌سایت مثل شماره حساب بانکی در برابر هکرها حفاظت می‌کند.

برای افزایش امنیت سایت‌تان می‌توانید از افزونه‌های امنیتی وردپرس نیز استفاده کنید. این افزونه‌ها مثل گارد حفاظت برای سایت شما خواهند بود. از مهم‌ترین این افزونه‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

- [WordFence](#): معروف‌ترین افزونه امنیتی وردپرس در سال ۲۰۱۹ با بیش از یک میلیون نصب فعال که امکانات کامل و بی‌نظیر امنیتی را در اختیارتان قرار می‌دهد.

- [iThemes Security](#): محصولی از شرکت معروف iThemes که امکان انتخاب بیش از ۳۰ آیتم محافظتی را برای شما فراهم می‌کند .

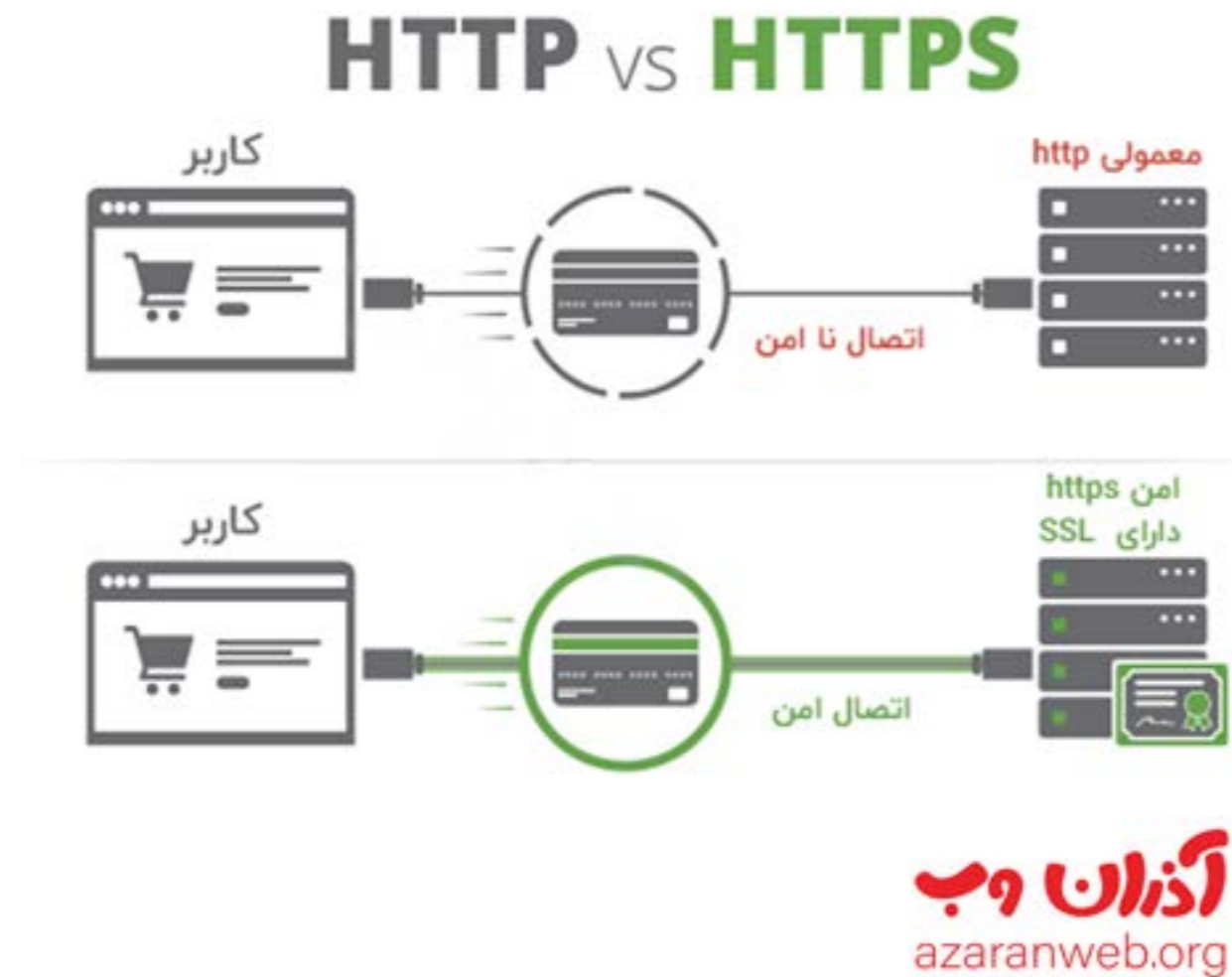
- [Sucuri](#): افزونه امنیتی که مانند یک کارآگاه به بازرسی دیگر افزونه‌های سایت می‌پردازد و آنها را از نظر مشکلات امنیتی بررسی می‌کند.

**هاست** همانند صندوق امانت بانک، تمام اطلاعات وبسایت شما را در خود جای می‌دهد. این شما هستید که انتخاب می‌کنید دارایی‌هایتان را در کدام بانک قرار دهید.

به زبان ساده هاست یک کامپیتر ۲۴ ساعت روشن است که در شرکت‌های هاستینگ قرار دارد و اطلاعات یک سایت را روی خود نگه می‌دارد و از طریق اینترنت می‌توان به آن دسترسی داشت. شرکت‌های هاستینگ خدمات میزبانی خود را به دو شکل اختصاصی و اشتراکی ارائه می‌دهند. هاست اشتراکی فضایی است که چند وبسایت به صورت همزمان از آن استفاده می‌کنند، هاست اختصاصی هم در اصل فضایی است که در اختیار چند وبسایت است با این تفاوت که تعداد سایت‌ها در هاست اختصاصی کمتر از اشتراکی است.

بهتر است از همان ابتدای راه اندازه‌ی سایت به کمک یک مشاور **طراحی سایت** هاست مناسبی برای سایت‌تان انتخاب کنید. البته بعد از انتخاب یک هاست و راه‌اندازی سایت هم می‌توانید هاست را تغییر دهید اما به دلیل تغییر IP که رخ می‌دهد، اگر سایت‌تان فروشگاه‌گانه‌ی باشد و از درگاه بانکی استفاده کنید، به مشکل می‌خورید و چند روزی سایت‌تان کارایی نخواهد داشت. اگر به اطلاع بیشتری درباره هاستینگ سایت نیاز دارید بد نیست با مشاوران ما تماس حاصل نمایید

**تلفن : ۴۳۹۷۹**



## ۵,۱۲ رفع خطاهای سرچ کنسول

هر سایتی دارای یک بودجه ایندکس است و اگر سایت شما به سرچ کنسول متصل شده باشد می‌توانید آدرس‌های ایندکس شده سایت‌تان را در بخش Index Coverage مشاهده کنید. ممکن است برخی از این آدرس‌ها را نخواهید، پس بسته به میزان فعالیت سایت باید بررسی روزانه، ماهانه و یا سالانه ایندکس‌های سایت را در برنامه خود قرار دهید. برای حذف این آدرس‌ها نیاز به استفاده از کد دستوری خطای ۴۱۰ دارید، ما قبلاً روش ساخت کد دستوری خطای ۴۱۰ را توضیح داده‌ایم. ما همچنین روش ساخت ریدایرکت ۳۰۱ را هم توضیح داده‌ایم. این ریدایرکت مخصوص حذف دائمی یک آدرس و ارجاع آن به آدرسی دیگر است و بر اساس گفته گوگل تمام قدرت صفحه قبلی را به صفحه جدید منتقل می‌کند.



## ۵,۱۳ وصل شدن به موتور بینگ

امروزه موتور جستجوی بینگ هم کم کم راه خودش را بین کاربران پیدا کرده و جستجوی‌های بسیاری از طریق آن انجام می‌شود. پیش‌بینی می‌شود این موتور جستجو در سال ۲۰۱۹ پیشرفت قابل توجهی داشته باشد، از این رو نباید موتور جستجوی بینگ را فراموش کنید و برای کسب ترافیک و مشتری از طریق آن، به وبمستر تولز بینگ متصل شوید. متصل کردن سایت‌تان به بینگ اصلاً کار دشواری نیست فقط کافیست نگاهی به مقاله روش اتصال سایت به بینگ وبمستر تولز به کارشناسان آذران وب بسپارید و از مشاوره تیم دیجیتال مارکتینگ ما بهره مند شوید.

## ۵,۱۴ داده‌های ساختار یافته

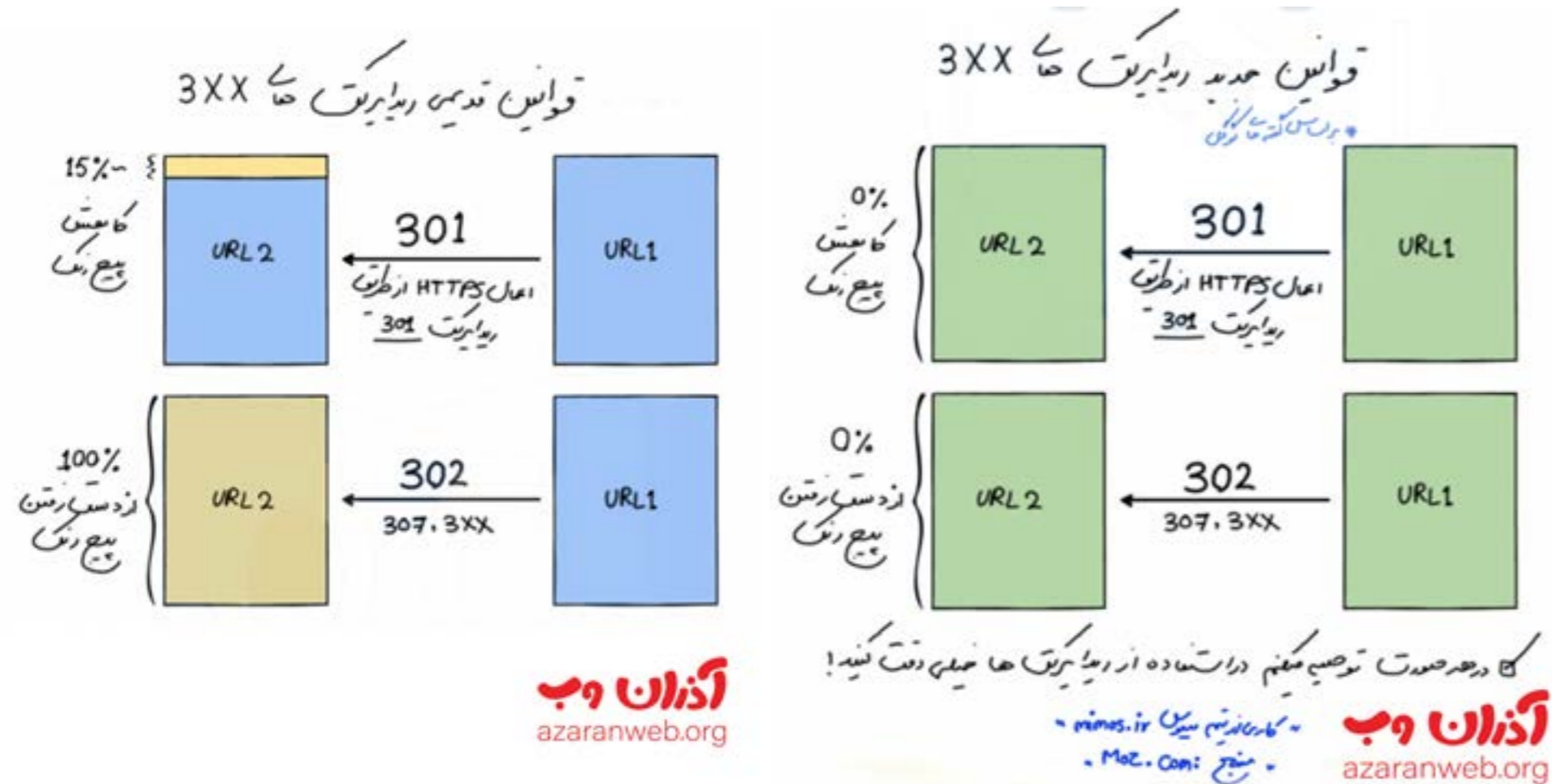
داده‌های اسکیمایم، اطلاعات اضافه بر سازمانی هستند که گوگل از سایت شما می‌گیرد و از آن در نتایج جستجو خود استفاده می‌کند. مثل نظرات ستاره‌دار کاربران و یا قیمت محصولات فروشگاه شما که مستقیماً در نتایج جستجوی گوگل نمایش داده می‌شوند. گوگل در واقع می‌خواهد اطلاعات مهم را پیش از وارد شدن کاربر به سایتی در اختیار کاربرانش قرار دهد. از این رو گوگل در سال جاری یعنی ۲۰۱۹ علاقه بسیاری به این داده‌ها نشان داده، پس اطلاعات را دست کم نگیرید و حتماً از آنها استفاده کنید. برای استفاده از داده‌های اسکیمایم دو راه پیش روی شماست:

۱. از یک کدنویس کمک بخواهید تا آن را از طریق راهنمای گوگل به وب سایت‌تان اضافه کند.
۲. از افزونه‌های وردپرس برای افزودن داده‌های اسکیمایم به سایت‌تان استفاده کنید.

## ۵,۱۵ شناسایی ریدایرکت‌های اشتباه

در هر وب سائتی پیش می‌آید که مدیر سایت قصد حذف یک صفحه یا ارجاع دادن آن به صفحه‌ای دیگر را داشته باشد. ریدایرکت‌های مختلفی وجود دارد که هر کدام دارای یک کاربرد به خصوص هستند. ما قبلاً انواع ریدایرکت و کاربرد هر یک از آنها را توضیح دادیم. پس اگر نمی‌دانید برای انتقال یا حذف صفحات سایت‌تان از کدام مسیر استفاده کنید، پیشنهاد می‌کنم سری به این مقاله بزنید. ما همچنین روش ساخت ریدایرکت ۳۰۱ در افزونه وردپرس Yoast (کاربردی ترین ریدایرکت) را هم توضیح داده‌ایم.

برای شناسایی ریدایرکت‌های اشتباه هم می‌توانید از داخل افزونه‌ای که با آن ریدایرکت ساخته‌اید (مثل افزونه Yoast SEO یا Broken Link Checker یا هر افزونه دیگری که استفاده می‌کردید) می‌توانید به صورت دستی ریدایرکت‌ها را چک کنید و ببینید کدام یک از آنها اشتباه‌اند. همچنین یکی از نشانه‌های اشتباه بودن تغییر مسیر، افت رتبه شدید آن صفحه است. پس اگر صفحه‌ای که ریدایرکت کرده‌اید دارای افت رتبه شدید بود، ریدایرکت آن اشتباه است.



پاپ آپ‌ها همان پنجره‌های مزاحمی هستند که وقتی وارد یک سایت می‌شوید به طور ناگهانی در مرورگر شما باز می‌شوند و در بیشتر موارد جنبه تبلیغاتی دارند. هدف وب سایت‌هایی که در سایت‌های دیگر پاپ آپ می‌خرند و در ازای آن مبالغی پرداخت می‌کنند، اغلب بهبود رتبه الکسا است. اما وب سایت‌هایی که این پنجره‌ها را در خود جای می‌دهند در بیشتر مواقع کاربران خود را از دست داده و نرخ پرش سایت خود را افزایش می‌دهند. پنجره‌های پاپ آپ همیشه برای کاربران مزاحم بوده‌اند. این مسئله تا حدی پیشروی داشته که سازنده سیستم پاپ آپ‌ها از تمام کاربران فضای مجازی برای این سیستم مزاحم عذرخواهی کرده است!

استفاده از پاپ آپ علاوه بر اینکه برای مخاطب آزاردهنده است به دلیل مصرف پهنای باند زیاد (مخصوصا اگر برگه فرود آن برگه‌ای سنگین، مثل صفحه اصلی یک سایت باشد) هزینه‌های بالایی هم برای وی به همراه خواهد داشت. استفاده از پاپ آپ روی سئو سایت شما هم به شدت تاثیر منفی می‌گذارد چون بسیاری از آنها دارای کدهای مخرب جاوا اسکریپت هستند. این کدها هم جز المان‌هایی هستند که الگوریتم رنک برین و پاندای گوگل روی آن حساس هستند.

بطور کلی استفاده از پنجره‌های پاپ آپ باعث افت رتبه شما در نتایج جستجو گوگل می‌شود از این رو پیشنهاد ما اینست از آنها استفاده نکنید.

در صورتی هم که می‌خواهید از آنها استفاده کنید حتما با یک سئو کار مشورت کنید تا به صورت اصولی از آنها بهره ببرید.



یه پاپ آپ کش پیدا کردم در حد ۲۰۶!!!

میزنه همه پاپ آپارو داغون میکنه

## ۵,۱۷ استفاده از پوش نوتیفیکیشن

پوش نوتیفیکیشن پیامی است که روی صفحه نمایش کاربران (چه کاربران موبایل چه کاربران دسکتاپ) وب سایت ظاهر می‌شود و سیستمی است که باعث ایجاد یک ارتباط موثر بین وب سایت و کاربران شما می‌شود و آنها را به مخاطبین دائمی سایت شما تبدیل می‌کند. امروزه این سیستم به یکی از تاثیرگذارترین روش‌های تبلیغاتی و بازاریابی آنلاین تبدیل شده است. با مراجعه به توسعه دهندگان وب می‌توانید تنها با افزودن چند خط کد از این سیستم استفاده کنید و پیام‌هایی را به صورت یکطرفه از سرور به کلاینت ارسال کنید و آن را به عنوان یکی از تاثیرگذارترین ارکان‌های استراتژی بازاریابی خود قرار دهید. این روش از امنیت بالایی هم برخوردار است.

به عنوان مثال می‌توانید از پوش نوتیفیکیشن برای ارسال کد تخفیف یا خبرنامه استفاده کنید و کاربران را به هر نحوی که شده به سایت‌تان بازگردانید. اگر استفاده هوشمندانه‌ای از این سیستم داشته باشید می‌توانید تعداد مشتریان سایت‌تان را به شدت افزایش دهید.

## ۵,۱۸ فایل نقشه سایت

نقشه سایت (به انگلیسی: Sitemap) یکی از مهم‌ترین فایل‌های سایت شما بشمار می‌رود و برای خزنده‌های گوگل و بینگ مثل فانوسی برای حرکت در مسیر یا لینک‌های جدید سایت است. نقشه سایت XML در واقع فایلی با ساختار زبان نشانه‌گذاری XML است و لیستی از لینک‌هایی که می‌خواهید در دسترس عمومی قرار بگیرند را در خود جای می‌دهد. اگر نمی‌دانید وب سایت‌تان نقشه سایت XML دارد یا خیر پیشنهاد می‌کنم از ابزارهای Sitemap Checker استفاده کنید. اگر وب سایت‌تان فاقد این فایل بود می‌توانید با مراجعه به وبلاگ ما ساخت سایت مپ XML را به طور مفصل یاد بگیرید و یکی از فاکتورهای مهم برای خزنده‌های موتورهای جستجو را در سایت‌تان فعال کنید.

## ۵,۱۹ فایل ربات سایت

هر وب سایتی در سراسر دنیا (به خصوص سایت‌های وردپرسی) دارای حداقل یک فایل ربات یا robots.txt است. این فایل ربات به موتورهای جستجو می‌گوید با سایت چطور رفتار کنند. فایل robots.txt در واقع فایلی متنی با ساختار txt است و در بخش root هاست جای می‌گیرد. اگر مطمئن نیستید سایت‌تان فایل ربات دارد یا خیر می‌توانید با تایپ یک اسلش بعد از آدرس سایت‌تان و نوشتن عبارت robots.txt از وجود آن اطمینان حاصل کنید. در صورتی که وب سایت‌تان این فایل را نداشت هیچ جای نگرانی نیست چون ما همراه‌تان هستیم! ما قبلاً [روش ساخت بهترین فایل ربات و کنترل دسترسی‌های آن](#) را به طور کامل توضیح داده‌ایم.

## ۵,۲۰ فایل عملکرد سایت htaccess.

فایل htaccess. برای پیکربندی دایرکتوری‌ها و فولدرها روی وب سرور Apache استفاده می‌شود. ساخت آن با استفاده از ویرایشگر HTML به آسانی انجام می‌شود و به کمک FTP آپلود می‌شود. این فایل در سرور لینوکس میزبانی می‌شود و کنترل موارد بسیاری از جمله:

- ریدایرکت‌ها
- دسترسی به فایل‌ها
- دسترسی به پوشه‌ها
- تنظیمات مربوط به بخش URL
- مسدود نمودن چندین آی پی به خصوص
- ایجاد پسورد برای یک فولدر خاص



- تنظیمات مربوط به کش و داده‌های Expire

- تنظیمات پیش فرض PHP، Apache و MySQL

- عدم نمایش برخی از فایل‌ها که دارای پسوندی مشابه هستند و... را به شما می‌دهد. تمام وب سایت‌ها دارای این فایل هستند از این رو قطعا سایت شما هم آن را دارد.

اگر راه کنترل موارد بالا را از طریق این فایل نمی‌دانید یا می‌خواهید یک فایل htaccess جدید بسازید پیشنهاد می‌کنم حتما با یک کدنویس سایت و یک متخصص سنو مشورت کنید.

## ۵,۲۱ خوانایی سایت +چیدن المان‌ها و دکمه‌های فراخوان در جای درست

می‌خواهید کاربران وقتی وارد سایت شما می‌شوند چه عکس‌العملی نشان دهند؟ سریع آن را ترک کنند یا در آن بمانند و از خدمات شما استفاده کنند؟ قطعا هیچ‌کس نمی‌خواهد کاربر را از کلیک روی سایت خودش پشیمان کند و تجربه کاربری بدی برای وی به وجود بیاورد. این مسئله در واقع همان خوانایی سایت شماست. هر چه راحت‌تر آن چیزی که مورد نیاز کاربر است را در اختیارش قرار دهید و صفحه را با دکمه‌های المان‌های زیاد و مزاحم پر نکنید، کاربر راحت می‌تواند با وب سایت شما ارتباط برقرار کند و زمان خودش را در آن بگذراند. به طور مثال سایت‌های دانلود موزیک را در نظر بگیرید. بعضی از آنها آنقدر بنر و دکمه‌های فراخوان عمل و پاپ آپ و غیره دارند که کاربر را سردرگم می‌کند و برای وی راهی جز خروج از وب سایت نمی‌گذارد.

برای بررسی و چیدمان المان‌های سایت‌تان به بهترین شکل پیشنهاد می‌کنم با یک طراح رابط کاربری مشورت کنید تا بتوانید سایت‌تان را به یک حالت استاندارد برسانید و بهترین تجربه کاربری را در اختیار بازدیدکنندگان سایت‌تان قرار دهید.

## ۵,۲۲ تست سایت در ابزار موبایل فرندلی گوگل

گوگل وقتی در سال ۲۰۱۵ مشاهده نمود که میزان جستجو در تلفن همراه از میزان جستجو در دسکتاپ پیشی گرفت، اهمیت بیشتری برای وب سایت‌هایی که متناسب با تلفن‌های همراه هستند قائل شد و رتبه‌های بالاتر را به آن سایت‌ها اختصاص داد. پیش‌بینی می‌شود در سال بعدی بیش از ۸۰٪ جستجوها، از طریق دستگاه‌های هوشمند انجام شوند. از این رو ریسپانسیو بودن سایت‌تان در سال ۲۰۱۹ بسیار مهم است. اگر نمی‌دانید سایت‌تان ریسپانسیو هست یا نه نترسید چون گوگل ابزاری ارائه کرده تا به صاحبان وب سایت‌هایی که نمی‌دانند سایت‌شان ریسپانسیو هست یا نه کمک کند. این ابزار [موبایل فرندلی](#) نام دارد. با وارد شدن به این وب سایت تنها کافیست آدرس سایت‌تان را وارد کنید تا نتیجه را ببینید. اگر سایت‌تان اصطلاحا موبایل فرندلی نبود پیشنهاد می‌کنم هرچه سریع‌تر با یک طراح سایت صحبت کنید.

## ۵,۲۳ نتیجه‌گیری از سنو تکنیکال

در این بخش یاد گرفتیم سنو تکنیکال هویت سایت شماست. هرچه سایت بزرگ‌تر باشد، اهمیت سنو تکنیکال آن هم به مراتب افزایش می‌یابد. اکنون می‌دانید سنو تکنیکال تمام اجزای سایت را دربر می‌گیرد. با توجه به موارد بالا اگر خودتان می‌توانید سایت‌تان را از نظر سنو تکنیکال آنالیز کنید اما اگر نمیتوانید، پیشنهاد می‌کنم از یک سنوکار کمک بگیرید.

## ۶. پروفایل لینک درست و استاندارد

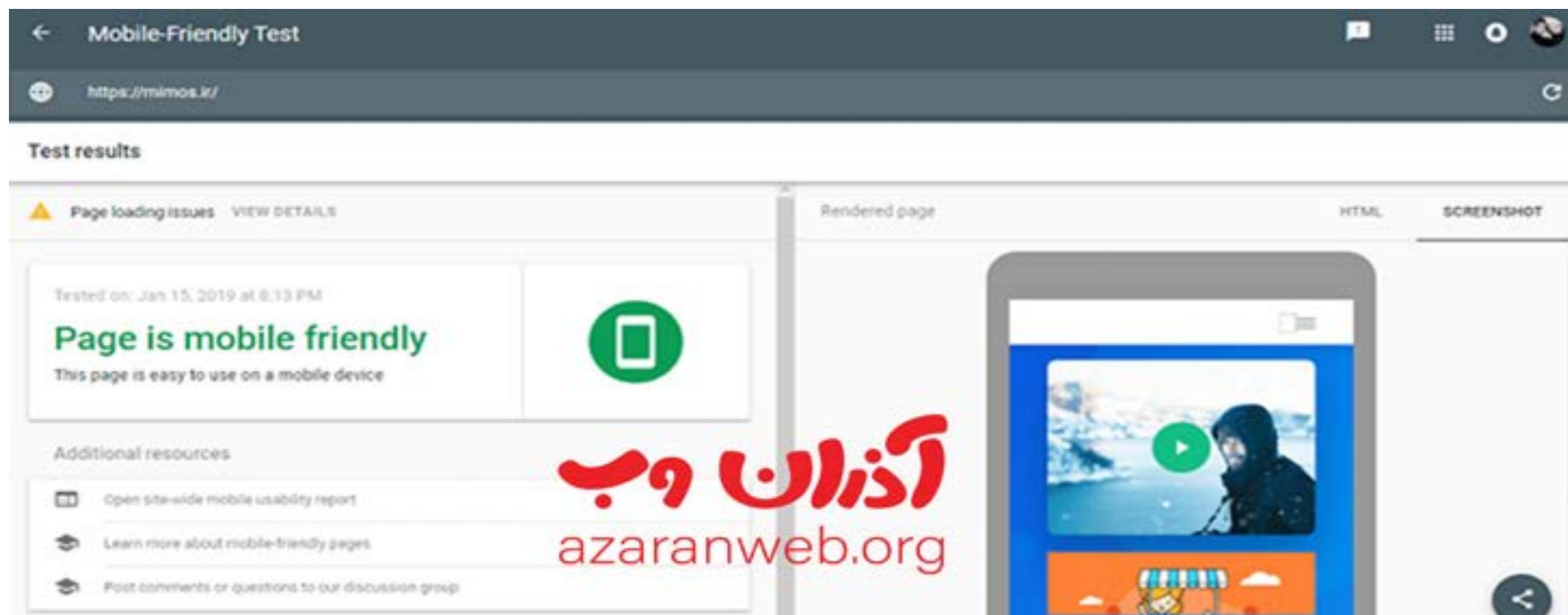
منظور از پروفایل لینک تمام بک لینک‌هایی است که خارج از سایت‌تان کسب می‌کنید. لینک‌های خارجی (به انگلیسی: External Website Links) می‌توانند از طریق رپورتاژ، شبکه‌های اجتماعی، وب سایت‌های فروش بک لینک و کاربران واقعی به سایت شما داده شوند. در این بخش با روش اصولی ساخت یک پروفایل لینک صحیح و استاندارد آشنا می‌شوید.

### ۶,۱ آنالیز لینک‌های رقبا

یکی از روش‌هایی که سئوکاران برای بهبود رتبه سایت‌ها به کار می‌گیرند، آنالیز وب سایت رقبا است. با آنالیز وب سایت رقیبان‌تان علاوه بر اینکه می‌توانید منابع بک لینک و انکرتکست‌های آنها را شناسایی کنید می‌توانید نقاط ضعف و اشتباهات سئو آنها را نیز پیدا کنید. به عنوان مثال اگر یک فروشگاه اینترنتی دارید می‌توانید با بررسی لینک‌های قوی‌ترین رقیبان‌تان که احتمالاً در لینک‌های نخست گوگل هستند و سئوکار دارند با برخی از روش‌ها و ترفندهای خرید بک لینک و رپورتاژ و... آشنا شوید. برای بررسی وب سایت رقیب‌تان می‌توانید از ابزارهای سئو (در بخش‌های قبلی به آنها اشاره داشتیم.) انکرلینک به ابزارهای سئو استفاده کنید..

### ۶,۲ رفع (حذف) لینک‌های اسپم

لینک‌های اسپم لینک‌هایی هستند که باعث افت رتبه و حتی جریمه شما توسط گوگل می‌شوند. وقتی از وب سایت‌هایی با اعتبار کم لینک دریافت کنید یا در زمانی کوتاه تعداد زیادی بک لینک خریداری کنید، این لینک‌ها از نظر گوگل اسپم



شناخته می‌شوند از این رو گرفتار جریمه می‌شوید. گاهی اوقات ممکن است رقبای شما برای پایین کشیدن رتبه شما این کار را انجام دهند و شما از آن بی‌خبر باشید.

ما در این بخش وب سایت [moz.com](http://moz.com) را به شما معرفی می‌کنیم. به جرات می‌توان گفت برای شناسایی بک لینک‌های اسپم، استفاده از وب سایت Moz کاربردی‌ترین روش است. ابتدا وارد وب سایت ماز شوید و در بخش لینک اکسپلور، آدرس وب سایت‌تان را وارد کنید. با قرار دادن فیلتر روی Spam Squire یا میزان اسپم می‌توانید لینک‌های اسپم را شناسایی کنید و یک لیست از آنها تهیه کنید. سپس وارد بخش Disavow links سرچ کنسول شوید و لینک‌هایی که در لیست ذخیره کردید را به آن بدهید و خواهان حذف آنها شوید.

### ۱,۳ تهیه رپورتاژ آگهی / خرید بک لینک / لینک سازی خارجی

خرید رپورتاژ یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای لینک سازی خارجی سایت‌هاست. وب سایت‌های زیادی سالانه هزینه‌های سنگینی برای خرید رپورتاژ در نظر می‌گیرند و قطعا نتیجه مطلوب خود را هم دریافت می‌کنند.

با خرید رپورتاژ آگهی علاوه بر اینکه برای سایت‌تان بک لینک ایجاد می‌کنید، افزایش بازدیدهای سایت، افزایش تعداد مشتری، افزایش فروش و بهبود بازاریابی آنلاین را نیز بدست خواهید آورد.

نکته قابل توجهی که در خرید رپورتاژ وجود دارد عدم زیاده روی در خرید آن است.

اگر نمی‌دانید از کجا رپورتاژ بخرید یا درباره نوع نگرش متن رپورتاژ اطلاعی ندارید پیشنهاد می‌کنم حتما با بخش دیجیتال مارکتینگ ما تماس حاصل نمایید. در آنجا سیر تا پیاز رپورتاژ را توضیح می‌دهیم

### ۱,۴ اقتدار و اعتبار / حضور در شبکه‌های اجتماعی

امروزه تقریبا تمام کاربران فضای اینترنت حداقل در یک شبکه اجتماعی فعال هستند، از این رو شبکه‌های اجتماعی به یکی از اصلی‌ترین ارکان دیجیتال مارکتینگ تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی در بحث برندسازی نیز نقش بسزایی دارند. البته حضور در شبکه‌های اجتماعی تاثیر مستقیمی روی رتبه وب سایت شما ندارد (به گفته مت کاتس مدیر اسبق تیم اسپم گوگل) اما فعالیت وب سایت در شبکه‌های اجتماعی و به اشتراک گذاشته شدن مطالب سایت در آنها باعث خزش بهتر خزنده‌های گوگل و معتبر تلقی کردن وب سایت می‌شود. خزنده‌های گوگل تنها در سایت‌ها خزش نمی‌کنند، بلکه توانایی خزش در شبکه‌های اجتماعی را هم دارند.

یکی دیگر از دلایلی که بسیاری از سئوکاران روی فعالیت در شبکه‌های اجتماعی تاکید دارند این است که می‌توانید از این شبکه برای سایت‌تان بک لینک‌های طبیعی و قدرتمند کسب کنید.

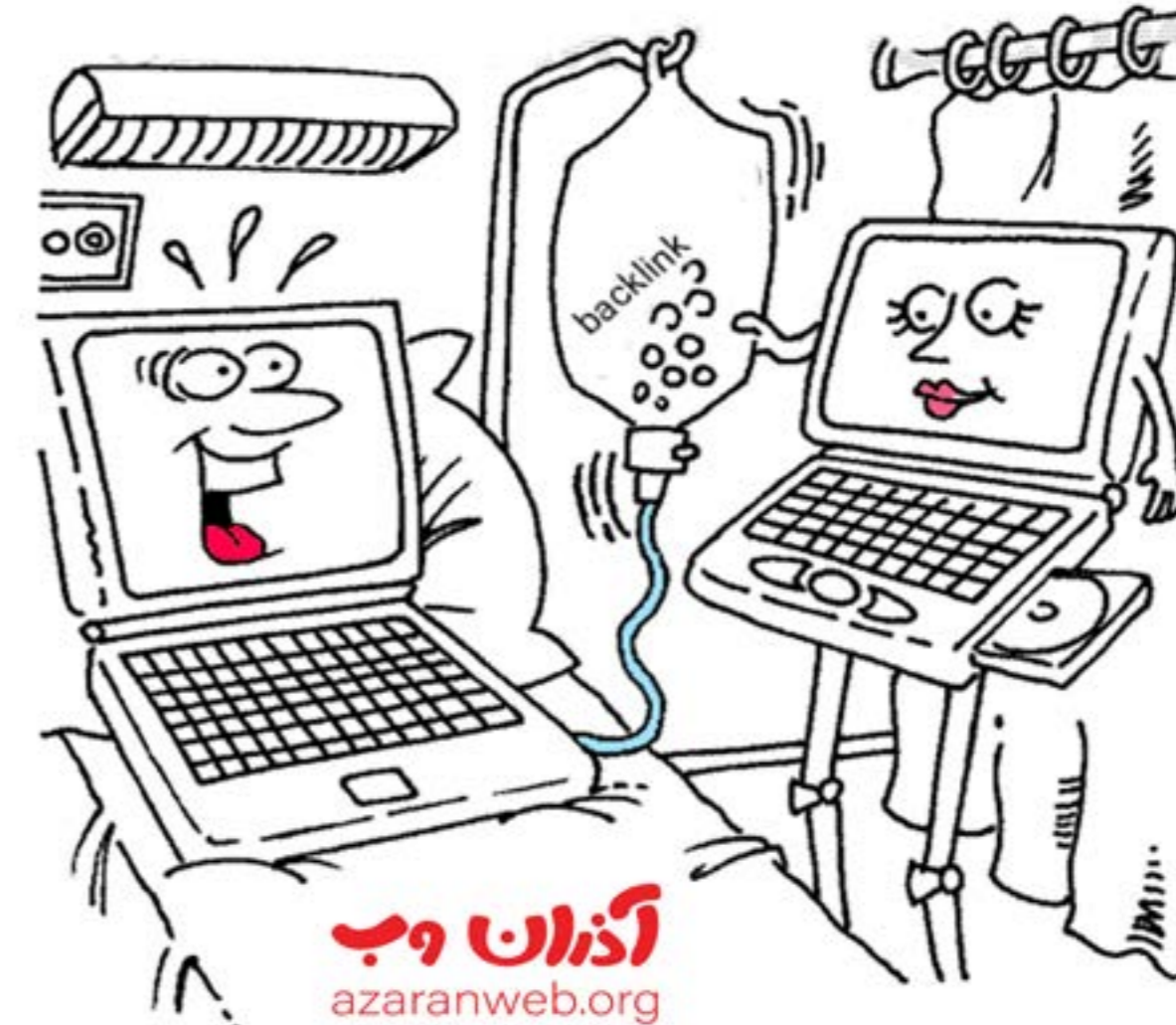
پس اگر برای سایت‌تان در هیچ شبکه اجتماعی حساب کاربری نداشته‌اید یا حساب کاربری دارید اما فعالیتی نمی‌کند پیشنهاد می‌کنم هرچه سریع‌تر آنها را راه‌اندازی کنید و حضور پر رنگی داشته باشید. چراکه محبوبیت یک برند از فعالیت آن در شبکه‌های اجتماعی‌اش مشخص می‌شود.

## ۷. استراتژی سئو

همانطور که در بخش تهیه استراتژی سئو خواندید استراتژی سئو، مجموعه‌ای از کارها و برنامه‌ریزی‌ها است که در جهت استفاده از کمترین منابع در کمپین سئو برای دستیابی به بیشترین میزان بازدهی طراحی می‌شود. اگر تا به امروز استراتژی سئو نداشتید یا از روند استراتژی سئویی که در حال حاضر دارید راضی نیستید می‌توانید با کمک یک سئوکار، استراتژی سئو جدیدی برای سایت‌تان بسازید و نگران هیچ چیزی نباشید چون پیاده‌سازی استراتژی سئو در هر زمانی ممکن است! (البته بهتر است در همان ابتدای کار که سایت‌تان را راه‌اندازی می‌کنید به کمک یک سئو کار ماهر، استراتژی سئو صحیحی برای سایت‌تان بچنید و اهداف و آینده سایت را برنامه‌ریزی کنید.) در ادامه با انواع محور یک استراتژی سئو موفق آشنا می‌شوید.

### ۷,۱ مشتری مداری

مشتری مداری در واقع به مهارتی گفته می‌شود که باعث تبدیل مشتریان بالقوه به مشتریان همیشگی سایت‌تان شود. (اما استراتژی سئو بر محور مشتری مداری، یعنی وب سایت‌تان را برای مشتریانی که دارید بهینه‌سازی کنید. برای آنها مطالب جذاب و سرگرم کننده بنویسید.) جشنواره‌های تخفیف راه بیاندازید و خلاصه دل مشتریان‌تان را بیشتر از قبل به دست بیاورید. اگر نمی‌دانید از کجا شروع کنید یا کدام روش نتیجه بهتری برای شما به همراه خواهد داشت پیشنهاد می‌کنم وب سایت رقبای خود را بررسی کنید و ببینید آنها چه پیشنهادهاتی برای مشتریان خود در نظر گرفته‌اند.



نگران نباش عزیزم، پرستارا یه کم سرم بک لینک زدن برات، الان همه سایتات میان رتبه یک .....

## ۷,۲ بازاریابی داخلی

استراتژی سئو با محوریت بازاریابی داخلی، بخشی از بازاریابی است که در بخش قبلی با آن آشنا شدید. بسیاری از وب سایت‌های خدماتی از این روش برای افزایش مشتریان خود استفاده می‌کنند.

این روش نوعی از بازاریابی هوشمندانه هم تلقی می‌شود و نسبت به بازاریابی خارجی تأثیری چند برابر بیشتر روی افزایش درآمد و تبدیل مشتریان تازه وارد به مشتریان وفادار می‌گذارد. در واقع بازاریابی داخلی یعنی به جای تمرکز روی به دست آوردن چیزهای جدید روی داشته‌های فعلی کسب و کارتان تمرکز می‌کنید.

به عنوان مثال وب سایت ریحون هرچند وقت یکبار برای مشتریان خود پیام ارسال می‌کند و با ارائه تخفیف‌ها و آفرهای ویژه سعی در بازگشت آنها به سایت و خرید مجدد آنها دارد.

عزیز، سال نو مبارک.  
۲۰٪ تخفیف برای سفارش مجدد شما از ریحون.  
کد: RHN-JB6FGP  
حداقل میزان سفارش: ۴۰ هزار تومان  
مهلت استفاده: فقط ۲ روز  
همین حالا سفارش بدین:  
آذران وب  
azaranweb.org

## ۷,۳ تولید محتوای ویرال

محتوای ویرال یا بصری نسبت به سال‌های گذشته پیشرفت چشم‌گیری داشته است و انتظار می‌رود در سال جاری، محتوای بصری به مهم‌ترین شکل تولید محتوا برای کسب و کارهای آنلاین تبدیل شود.

منظور از استراتژی سئو با محور محتوای ویرال همان چیزی است که در سایت‌های محبوب [Instagram](#) و [Pinterest](#) می‌بینید.

به طور کلی کاربران به مطالبی که عکس‌های گرافیکی و ویدیو داشته باشند تمایل بیشتری نشان می‌دهند. خودتان را به عنوان یک کاربر فرض کنید، از بین دو تصویر زیر کدام یک برای شما جذاب‌تر است و علاقه به خواندن آن دارید؟ پاسخ روشن است...





## ۷,۴ سنو محلی

منظور از استراتژی سنو با محور سنو محلی این است که کسب و کارهایی که بر اساس لوکیشن کاربر به آنها خدمات می‌دهند برای وب سایت‌شان نیز همین کار را انجام دهند. در واقع این دسته از کسب و کارها باید سایت‌شان را برای کاربرانی که از نظر منطقه جغرافیایی در نزدیکی‌شان هستند، بهینه‌سازی کنند و خدمات مبتنی بر لوکیشن مخاطب ارائه دهند.

ویدیوها نیز می‌توانند برای معرفی بهتر کالاهای یک وب سایت فروشگاهی مورد استفاده قرار بگیرند. وجود یک ویدیو کار را برای مخاطبین آسان می‌کند و حجم زیادی از اطلاعات متنی و حوصله سر بر درباره یک کالا را در یک ویدیو چند دقیقه‌ای در اختیار آنها قرار می‌دهد. از این رو می‌توان نتیجه گرفت استفاده از ویدیو نه تنها باعث جلب توجه کاربر و افزایش زمان سپری شده توسط آنها در سایت می‌شود بلکه موجب افزایش احتمال اشتراک گذاری ویدیو و لینک صفحه مربوطه می‌شود. (استفاده از ویدیوهای باکیفیت، منحصر به فرد و جذاب در سایت یکی از روش‌های بازاریابی اینترنتی است که اصطلاحاً بازاریابی ویدیویی نام دارد.)

برای پشت سر گذاشتن این بخش پیشنهاد می‌کنم در محتوای وب سایت‌تان از تصاویر:

- باکیفیت
- گرافیکی
- اختصاصی
- مفهومی

استفاده کنید، همچنین در صورت نیاز و امکان از ویدیو نیز هم در برخی از صفحات سایت‌تان استفاده کنید.

## نکته

اگر می‌خواهید از ویدیو استفاده کنید حتی اگر به زبان پارسی هم هست از زیر نویس استفاده کنید زیرا شاید برخی از کاربران نمی‌توانند در آن لحظه صدای ویدیو را پخش کنند و یا کاربر مورد نظر ناشنوا باشد. همچنین برای حفظ کپی رایت ویدیو و دریافت بک لینک نام یا آدرس سایت‌تان را به صورت واترمارک روی ویدیو قرار دهید.

## ۷,۵ چه کسب و کارهایی باید روی سئو محلی تمرکز کنند؟

۱. کسب و کارهایی که به جز ارائه خدمات به صورت آنلاین، به صورت حضوری هم خدمات را ارائه می‌کنند و کاربر نیاز دارد موقعیت جغرافیایی کسب و کار را بداند تا بتواند مواردی مثل مسافتی که قرار است سفارش وی به دستش برسد را بسنجد.
۲. کسب و کارهایی که وب سایت ندارد اما می‌خواهند روی نقشه و برای جستجوی ناوبری در بهترین جایگاه در دسترس مخاطبین باشد.

## نتیجه‌گیری

فرقی نمی‌کند در سال ۲۰۱۹ باشیم یا ۲۰۲۹! در دنیای سئو بروز بودن و بررسی مداوم تغییرات موتورهای جستجو، در [افزایش ترافیک وب سایت](#) موثر خواهد بود. رعایت قوانین حاکم بر سئو می‌تواند کمک شایانی در بازاریابی دیجیتال به شما کند به همین دلیل ما در این مطلب سعی داشتیم تمام مواردی که در سال جاری یعنی ۲۰۱۹ برای سئو مهم هستند را به شما آموزش دهیم تا بتوانید سایتتان را بر اساس آنها بروز و بهینه نگه دارید. مطمئن باشید اگر به درستی موارد چک لیست را روی وب سایتتان اعمال کنید رتبه اول گوگل در انتظار شما خواهد بود. فقط کافیست همیشه گوش به زنگ باشید! اگر هنوز بخشی از این چک لیست برای شما نامفهوم است یا فکر می‌کنید موردی را از قلم انداخته‌ایم می‌توانید ما را از طریق دیدگاه مطلع کنید.



**AzaranWeb**  
azaranweb.org