



CONTENT IS THE KING

سئو محتوا

بازاریابی محتوا محور







مهندس امیرحسین اسماعیلی

- مدیرعامل آژانس خلاقیت وبسیما
- کارشناس حرفه ای بازاریابی آنلاین و سئو
- کارشناس رسمی گوگل در تحلیل Google analytics
- کارشناس رسمی woorank و ورنک بلژیک
- مولف بیش از ۲۰۰ مقاله معتبر در زمینه سئو
- مشاور بیش از یکصد استارتاپ مبتنی بر تکنولوژی
- نویسنده کتاب راهنمای جامع کنسول جستجوی گوگل
- مشاور بازاریابی معتبرترین برندهای داخلی و خارجی





با تشکر از تمامی کسانی که در تهیه این اثر مرا یاری نمودند
محمد امین اسماعیلی . شادی پناهی . محمد بنایی

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به آژانس خلاقیت وبسیما می باشد

فهرست

- فصل اول
..... محتوای با کیفیت. ■
۰
- فصل دوم
..... کلمات کلیدی متن چگونه تعیین می شوند. ■
۱۰
- فصل سوم
..... انتخاب کلمات کلیدی مناسب. ■
۳۲
- فصل چهارم
..... گام به گام یک محتوای بهینه تولید کنیم. ■
۴۴
- فصل پنجم
..... اصول برچسب گذاری صحیح در سایت. ■
۵۵
- فصل ششم
..... تاثیر SCHEMA بر سئو. ■
۶۱
- فصل هفتم
..... چگونه تعداد دیدگاه ها را افزایش دهیم ؟ ■
۷۰

فصل اول

معیار کیفیت محتوای سایت چیست؟

گوگل در سالهای اخیر توجه زیادی به تولید محتوا از نوع با کیفیت دارد. ولی واقعا معیار کیفیت یک محتوا چیست؟ و چگونه میتوان موضوعات مناسب را انتخاب نمود؟

بسیاری از سایت های اینترنتی با مشکل نبود موضوع برای تولید محتوا مواجه هستند و نمیتوانند مطالب مفیدی را در زمینه کاری خود برای ارائه پیدا کنند. بطور قطع میتوان گفت که هیچ شرکت یا سایتی وجود ندارد که نتواند در زمینه تولید محتوای مرتبط با کار خود فعالیت کند؛ زیرا اگر واقعا هیچ اطلاعات و موضوعاتی پیرامون زمینه کاری شما وجود ندارد چگونه میتواند برای شما درآمدزایی داشته باشد؟

بطور حتم مهمترین معیار برای کیفیت محتوا؛ رضایت کاربران سایت و معرفی شما به دیگران است.

روش های تولید محتوا

۱. انتخاب موضوع مناسب

قبل از هرچیز باید تسلط کافی در زمینه کاری خود داشته باشید و مطالعات روزانه خود را در سطح اینترنت یا کتاب افزایش دهید. همه آن چیزی که شما در زمینه کاری خود میدانید و تجربه کرده اید میتواند برای دیگران ارزشمند باشد، هرچقدر این نکات ظریف تر و دقیق تر باشند مخاطبین مناسب تری نیز خواهند داشت.

بطور مثال اگر شما سایت فروشگاه لوازم الکترونیکی داشته باشید اطلاعات زیادی برای ارائه به مخاطبین خواهید داشت که عموماً از اینترنت و سایت های تولید کننده خارجی بدست می آید. ولی اگر فروشگاه شما در زمینه فروش کیف و کمر بند چرم باشد چطور؟ آیا میتوانید اطلاعات مناسبی بر روی اینترنت پیدا کنید؟ خیر. در چنین شرایطی شناخت دقیق از زمینه کاری و تجربیات شما بسیار ارزشمند خواهد بود. مقالاتی مانند “تشخیص چرم طبیعی از مصنوعی”، “نحوه و پروسه تولید چرم” یا مواردی شبیه این میتوانند مخاطبان محدود ولی مرتبط و مناسبی را به سایت شما جذب کنند.

خبر خوب این است که، هرچقدر کار تولید محتوا در زمینه کاری شما سخت تر باشد برای شما بهتر است! زیرا رقبای کمتری خواهید داشت. محتوای عمومی براحتی در اینترنت قابل دسترسی بوده و منابع زیادی برای دریافت آن وجود دارد. راه ایجاد تفاوت در اینترنت ارائه محتوای تخصصی و ارزشمند است.

تا همین چند صد سال پیش “مهندس” واژه ای مستقل و معنادار بود، ولی با گسترش علوم، شاخه های جدیدی به آن اضافه شد تا جاییکه اگر از کسی بپرسید رشته تحصیلی تو چیست و بگوید مهندسی بنظر بی معنی میرسد و در سوال بعدی حتما میپرسید چه رشته ای؟ همین مسئله را میتوان به سایت های اینترنتی تعمیم داد.

اگر سال ۸۵ تا ۸۹ شما یک سایت دانلود داشتید همه میدانستند که دقیقا چه کاری انجام میدهید ولی امروز اگر بگویند که من سایت دانلود دارم حتما در مسیر اشتباهی قرار گرفته اید! به مرور زمان عبارت “سایت دانلود” به “سایت دانلود فیلم” یا “سایت دانلود نرم افزار” تبدیل شد و امروز حتی رقابت در عباراتی مانند “سایت دانلود فیلم کلاسیک” یا “سایت دانلود نرم افزار موبایل” نیز دشوار شده است. این روند به همین شکل ادامه خواهد داشت و در صورتی موفق خواهید بود که در تولید محتوای با کیفیت یک قدم جلوتر از بقیه باشید.

۲. نحوه ارائه محتوا

در بسیاری موارد محتوای مورد نظر شما بسیار اندک است و بیش از چند خط ساده نخواهد بود. در این شرایط ممکن است ارائه آن بصورت متنی، جذابیت زیادی نداشته باشد و یا با توجه به متن کم مورد توجه موتورهای جستجو قرار نگیرد. تغییر در نحوه ارائه و افزودن جذابیت های بصری میتواند کیفیت محتوای شما را افزایش دهد.

برای درک بهتر این مورد به یک مثال موجود بر روی اینترنت اشاره میکنیم. یک سایت معتبر فروش کیف پول چرمی مطلبی را در مورد اینکه چگونه میتوان کیف پول خود را کم حجم تر کنید ارائه کرده است. شاید اگر این پرسش را از هرکسی داشته باشید با چند راهکار ساده مانند خارج کردن کارت های اضافی یا استفاده از کارت الکترونیکی بجای پول نقد مشکل را حل کند. ولی سایت Bellroy رویکردی متفاوت به این مسئله داشته و به همین دلیل نام و لینک آن را در این [اینجا](#) مشاهده کنید.



روش درست ارائه محتوای سایت

این سایت با ساخت یک ویدئو، یک صفحه مجزا و با بکارگیری المان های گرافیکی عالی این مسئله ساده را شرح و بسط داده است، به شکلی که شما هم ممکن است با دیدن آن چند دقیقه ای را سرگرم شده و یا حتی آن را به دوستانتان معرفی کنید. اگر بخواهیم نوع جذب بازدیدکننده به سایت را ارزش گذاری کنیم، استفاده از تبلیغات کمترین درصد بازدهی را خواهد داشت و ممکن است از هر ۱۰۰۰ نفر یک نفر به مشتری شما تبدیل شود. جذب افراد از موتورهای جستجو ارزشمندتر است و احتمال تبدیل بازدیدکننده به مشتری ۱ به ۱۰۰ خواهد بود. این عدد در معرفی شما توسط افراد به دوستان و آشنایان تفاوت چشم گیری خواهد داشت و ممکن است از هر ۳ نفر یک نفر در آینده به مشتریان شما پیوندد.

تغییر در نحوه ارائه و افزودن جذابیت های بصری میتواند کیفیت محتوا و شانس معرفی شما از طرف کاربر به دیگران را افزایش دهد.

۳. اهمیت محتوای تازه

طی سالهای گذشته موتور جستجوی گوگل توجه ویژه ای به محتوای تازه موجود در سایت ها نشان داده و بدلیل کسب رتبه مناسب در نتایج گوگل برای صفحات تازه، امکان رقابت سایت های نوپا و کوچک با سایت های بزرگ و قدیمی فراهم شده است. توجه گوگل به محتوای تازه در سایت شرایط مناسبی را برای وبمستران ایجاد کرده تا بدون ترس از جریمه گوگل نهایت استفاده را از آن ببرند.

بطور حتم شما نیز هنگام جستجو در گوگل و به ویژه برای کلمات کلیدی سایت خود با سایت هایی مواجه میشوید که در گذشته اثری از آنها برای کلمه کلیدی مورد نظر در صفحه اول گوگل نبوده ولی به یک باره و در زمانی کوتاه در رتبه سوم تا دهم قرار گرفته است. در نظر داشته باشید که استفاده از این فرصت نه تنها برخلاف قوانین گوگل نبوده و سایت شما اسپم نمیشود، بلکه مورد تشویق و تایید گوگل نیز می باشد. به همین دلیل برخلاف تکنیک های رایجی مانند خرید بک لینک دیگر ترسی از جریمه سایت در آینده نخواهید داشت.



برای استفاده از این فرصت سه روش اصلی به شما معرفی خواهیم کرد ولی قبل از شروع به کار بدنبال کلمات یا عبارتی باشید که نتایج جستجوی گوگل در صفحه اول دچار تغییرات زیادی میشود. معمولاً این اتفاق در عبارات طولانی تر بیشتر مشاهده میشود که در میان آنها میتوان کلمات پر جستجو و ارزشمند زیادی نیز یافت.

راهکارهای تولید محتوای تازه

۱. تولید محتوای تازه بصورت هدفمند

کلمات و عباراتی که با زمینه کاری شما مرتبط هستند ولی رقابت کمی در صفحه اول گوگل برای آنها وجود دارد و یا نتایج صفحه اول بطور مرتب تغییر میکنند را شناسایی کرده و یک محتوای تازه و مفید متناسب با آن تهیه کنید. اگر در تلاش اول و با گذشت دو تا سه روز از ایندکس صفحه توسط گوگل خود را در نتایج صفحه اول مشاهده نکردید همین کار را با عبارتی طولانی تر و ساده تر امتحان کنید. با آزمون و خطا بخوبی با نحوه استفاده از این روش آشنا خواهید شد. گاهی اوقات عبارتی که گوگل بعنوان کلمه کلیدی محتوای تازه سایت انتخاب میکند با چیزی که در نظر شماست متفاوت است و فکر میکنید که جایگاه مناسبی بدست نیاورده اید. قبل از نتیجه گیری ترکیبات مختلف و عبارات پرکاربرد متن خود را مورد بررسی قرار دهید زیرا ممکن است با لینک همان صفحه در عبارت دیگری به صفحه اول گوگل رسیده باشید.

۲. محتوای تازه برای مطلب قدیمی

همه ما تجربه این موضوع را داشته ایم که صفحه مشخصی از سایت در یک یا دو کلمه کلیدی رتبه بسیار مناسبی مانند نتیجه اول یا دوم گوگل را داشته و بعد از گذشت مدتی جایگاه خود را از دست داده است. در این موارد استفاده از محتوای تازه و بروزرسانی آن صفحه میتواند تاثیر بسزایی در بهبود رتبه و برگشت به مکان قبلی را داشته باشد. برای اینکار کافی است تا در حد یک پاراگراف

توضیحات تکمیلی به متن خود اضافه کنید. البته در نظر داشته باشید که محتوای تازه شما مربوط به موضوع صفحه بوده و شامل کلمه کلیدی مورد نظر نیز باشد. در برخی موارد مشاهده شده است که قرار گرفتن نظرات جدید در پایین یک صفحه میتواند از نظر گوگل به معنی محتوای تازه یا بروزرسانی مطلب شناخته شود ولی استفاده ابزاری از آن و ارسال نظرات هرز توسط خود صاحب سایت ممکن است موجب کاهش رتبه آن نیز گردد.

پس از مدتی ممکن است امکان بروزرسانی یا افزودن محتوای جدید به یک صفحه وجود نداشته باشد، در این شرایط میتوانید مطلب جدیدی در همین موضوع نوشته و صفحه قبلی را با کد ۳۰۱ به آن ریدایرکت کنید. در نظر داشته باشید که این کار معمولاً برای سایت هایی که در زمینه دانلود فعال هستند و نسخه های جدیدی از نرم افزارهای قبلی را معرفی میکنند بسیار مناسب است.

۳. محتوای تازه و مستمر

اگر شما عبارتی را میشناسید که به محتوای تازه رفتار مناسبی نشان میدهد و برای زمینه کاری شما با اهمیت است، میتوانید یک صفحه مشخص برای آن در سایت خود ایجاد کرده و بصورت مستمر اخبار و اطلاعات مربوط به آن را بروزرسانی کنید. بعنوان مثال برای یک سایت آموزش زبان انگلیسی ایجاد یک صفحه با نام “اصطلاحات انگلیسی” و افزودن مطالب مستمر به آن میتواند بسیار موثر باشد. در واقع این روش تنها دلیل موفقیت بسیاری از وبلاگ ها می باشد. اگر دقت کرده باشید در چند ماه اخیر آدرس یک وبلاگ در صفحه اول گوگل

بندرت به چشم میخورد مگر آنکه بطور مشخص و تخصصی در یک زمینه خاص فعال باشد.

نکته ای که باید در نظر داشته باشید آن است که محتوای تازه به معنی تغییر محتوای قبلی سایت و انتشار دوباره آن نیست.

ممکن است شما به این فکر بیافتید که یک مطلب را به چندین بیان مختلف نوشته و هر بار بعنوان محتوای تازه در سایت خود انتشار دهید!

جدا از تمام مسائل و نکات مربوط به سئو و محتوای تکراری این روش میتواند موجب نارضایتی بازدیدکنندگان سایت و کاربران شما شود. بسیاری از وبمستران تلاش زیادی برای جذب بازدیدکننده از طریق گوگل انجام میدهند ولی کوچکترین توجهی به حفظ آنها و تبدیل به بازدیدکنندگان دائمی و وفادار انجام نمیدهند.

تجربیات خود از ایجاد محتوای تازه یا بروزرسانی یک مطلب قدیمی و تغییرات ایجاد شده در رتبه بندی نتایج گوگل بر اثر این کار را با ما در میان بگذارید.

فصل دوم

کلمات کلیدی متن چگونه تعیین میشود؟

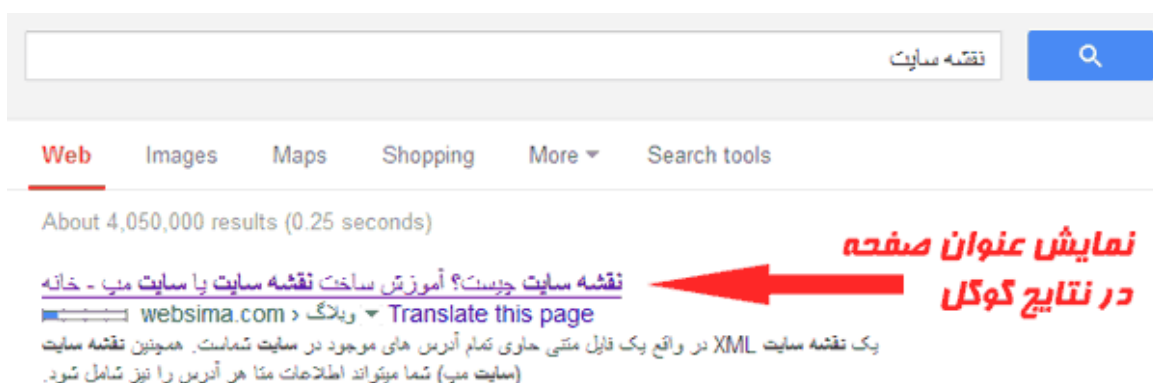
بطور معمول استفاده از کلمات کلیدی در متن به هدف سئو در تناقض با کاربری مطلب و انتقال صحیح مفاهیم خواهد بود. استفاده بیش از حد یک کلمه یا عبارت در متن میتواند موجب رنجش کاربران هنگام مطالعه شود. به هیچ عنوان پیشنهاد نمیکنم که متن خود را با کلمات کلیدی بمباران کرده یا از جملات تکراری استفاده کنید زیرا مهمترین چیز برای یک سایت رضایت کاربران است.

با این وجود بخش های موثر و مهمی هستند که در هنگام نوشتن یک مطلب جدید بهتر است به آنها توجه کرده و کلمات کلیدی خود را در آنها بکار بگیرید. با اینکار شما میتوانید کلمه مورد نظر خود را برای روبات های گوگل بعنوان کلمه کلیدی معرفی کرده و جایگاه مناسبی در نتایج گوگل کسب کنید.

قبل از شروع به نوشتن یا سئو یک مطلب به موضوع مورد نظر فکر کرده و کلمات کلیدی مناسب برای آن را مشخص کنید، سپس با مطالعه فصل سوم همین کتاب بهترین گزینه را شناسایی کرده و تمرکز خود را هنگام نوشتن بر روی آن قرار دهید.

۱. عنوان نوشته

کلمه کلیدی مورد نظر خود را حداقل یک بار در عنوان صفحه ذکر کنید و تا حد امکان در ابتدای آن. عنوان صفحات هم برای موتورهای جستجو و هم برای کاربرانی که به دنبال موضوع خاصی هستند با اهمیت است.



یکی از فاکتورهای گوگل برای رتبه بندی نتایج میزان علاقه کاربران به یک صفحه خاص است. استفاده صحیح از کلمات کلیدی در کنار انتخاب عنوان جذاب میتواند تعداد کلیک صفحه شما را در نتایج بالا برده و در مرور زمان موجب بهبود رتبه شما گردد.

چرا باید به عنوان صفحه اهمیت بدهیم؟

عنوان صفحه تاثیر زیادی بر سئو سایت شما خواهد داشت و میتوانید با تعریف درست آن میزان ورودی سایت خود از گوگل را افزایش دهید. در ادامه دلایل آنکه باید به سئو عنوان صفحه اهمیت بدهیم را ذکر میکنیم:

- مرورگرها عنوان صفحه شما را نشان میدهند

مرورگرهای پر استفاده مانند فایرفاکس، گوگل کروم، اینترنت اکسپلورر، اپرا و ... همگی عنوان صفحه را در بالای پنجره های خود به نمایش میگذارند.



- موتورهای جستجو عنوان صفحه را در نتایج نشان میدهند

زمانیکه کاربران در موتورهای جستجو کلمات کلیدی مورد نظر خود را جستجو میکنند اولین خطی که در نتایج نمایش داده میشود عنوان صفحه شما است که در تگ متا تعریف کرده اید. همین امر موجب اهمیت سئو عنوان صفحه میشود که در ادامه این مقاله به آن خواهیم پرداخت.

- در اشتراک گذاری شبکه های اجتماعی عنوان صفحه شما نمایش داده میشود

زمانیکه شما صفحه ای در شبکه های اجتماعی به اشتراک میگذارید بطور پیش فرض عنوان صفحه در مطلب منتشر شده نمایش داده میشود.

سه دلیل ذکر شده در بالا همگی اهمیت عنوان صفحه و نحوه نمایش آن به بازدیدکنندگان سایت شما را نشان میدهند، با اینکه هیچ محدودیتی در تعداد کاراکترهای عنوان صفحه وجود ندارد بهتر است که مهمترین بخش آن در بین ۶۰ تا ۷۰ کاراکتر اول باشد زیرا فقط این بخش در نتایج جستجو نمایش داده میشود.

Save on Crafts, Wedding Supplies, Flowers, Tulle, Lights... 
www.save-on-crafts.com/
 Discount party, wedding reception supplies, flowers, lights at discount prices.

۷ نکته اصلی در سئو عنوان صفحه

در نتایج جستجو اولین چیزی که به چشم میخورد خط آبی رنگ با کلمات درشت تر است که عنوان صفحه را در خود جای داده است، شما باید با رعایت نکات سئو بازدیدکنندگان را ترقیب کنید تا سایت شما را از میان دیگر نتایج پیشنهادی گوگل انتخاب کنند.

۱. نام شرکت را در عنوان صفحه قرار دهید

عنوان صفحه اصلی سایت شما باید نام شرکت را در ابتدای خو داشته باشد و برای صفحات داخلی سایت بهتر است که نام شرکت در انتهای عنوان صفحه قرار گیرد و اطلاعات مهمتر را در ابتدای آن قرار دهید.

سئو چیست؟ چرا باید به سئو سایت اهمیت بدهم؟ - گروه شرکت های وبسima
 Translate this page - وبلاگ > websima.com
 سئو چیست؟ سئو سایت یا بهینه سازی برای موتورهای جستجو، به منظور بهبود عملکرد سایت شما بر اساس - 6 days ago
 استانداردها و جذب بازدیدکنندگان بیشتر از این ...

۲. کلمات کلیدی را در ابتدای عنوان صفحه قرار دهید

برای بهبود وضعیت سئو صفحه، کلمات کلیدی اصلی خود را در ابتدای عنوان صفحه قرار دهید. زیرا:

موتورهای جستجو صفحاتی که کلمات کلیدی در ابتدای عنوان صفحه وجود دارد را بیشتر به کاربران پیشنهاد میدهند.

کلمه کلیدی در ابتدای عنوان صفحه توجه بیشتری از کاربران جلب میکند و شانس کلیک بر روی سایت شما را افزایش میدهد.

جلب توجه کلمات کلیدی موجود در عنوان صفحه نسبت کلیک بر نمایش شما را در گوگل افزایش میدهد که موجب بالاتر آمدن شما در نتایج موتور جستجو میشود.

۳. استفاده از خط عمودی در عنوان صفحه

شما میتوانید با استفاده از کاراکتر (|) در عنوان صفحه عبارات را از یکدیگر جدا کرده و ظاهری تمیز و مرتب به آن بدهید با این کار کاربران متن آن را سریعتر تشخیص میدهند و شانس کلیک بر آن افزایش می یابد.

۴. استفاده از اعداد در عنوان صفحه

استفاده از اعداد در ابتدای عنوان صفحه کاربرد صفحات را بیشتر میکند بطور مثال مطلبی با عنوان ۱۰ نکته اساسی در سئو عنوان صفحه افراد را به بازدید صفحه شما ترغیب میکند زیرا میدانند که چه انتظاری از صفحه شما باید داشته باشند.

۵. از عنوان صفحه تکراری خودداری کنید

این امر بسیار مهم بوده تا جاییکه گوگل در وبمستر خود صفحاتی که عنوان یکسانی دارند را شناسایی کرده و تذکر میدهد، اگر تعداد صفحات شما بسیار زیاد است و امکان تعیین عنوان صفحه بصورت دستی برای شما وجود ندارد حداقل برای صفحه اول و صفحات مهم سایت عنوان صفحه را مشخص کرده و نکات سئو را مدنظر قرار دهید.

۶. برتری خود را در عنوان نشان دهید

قرار دادن حجم زیادی از اطلاعات در ۷۰ کاراکتر کار راحتی نیست پس سعی کنید تا مهمترین برتری های خود را در آن بگنجانید. بشور مثال عبارت بهترین پیشنهاد یا کمترین قیمت میتواند افراد را به بازدید از سایت شما ترغیب کند.

۷. عنوان صفحه مرتبط با مطالب سایت باشد

نوشتن عنوان صفحه با رعایت تمام نکات سئو و جذابیت بالا اگر در ارتباط با مطلب صفحه نباشد ارزشی ندارد. کاربران انتظار دارند تا عنوان صفحه چکیده ای از محتوای صفحه باشد و در صورتیکه با محتوایی غیرمرتبط روبرو شوند به سرعت صفحه شما را ترک خواهند کرد و این امر باعث بدتر شدن رتبه شما در نتایج جستجو خواهد شد.

۲. تگ های HTML

عنوان بخش های مختلف یک نوشته یا همان تگ های HTML بر تصمیم گیری موتور جستجو برای انتخاب کلمات کلیدی یک صفحه بسیار موثر هستند.

قرار دادن کلمه مورد نظر شما در تگ h1 و h2 صفحه میتواند نقشی کلیدی در سئو نوشته شما داشته باشد.

لزومی ندارد که عنوان صفحه و تگ h1 یکسان باشد ولی تفاوت بسیار زیاد میان آنها میتواند موجب مشکوک شدن یا سردرگمی روبات های گوگل در انتخاب کلمات کلیدی نوشته شما شود.

سئو تگ های HTML

تگ های HTML یا عنوان همانطور که از نام آنها مشخص است برای متمایز کردن سرتیترهای نوشته از متن بکار میروند. آنها همچنین به نام سرتیتر هدر یا h1، h2 و ... شناخته میشوند. مهمترین تگ های HTML، سرتیتر h1 و کم اهمیت ترین آنها h6 است. در کدنویسی سایت خود باید ترتیب استفاده از تگهای HTML را بدرستی رعایت کنید و اگر بطور مثال بعد از h1 از h3 استفاده کنید، بر سئو سایت شما تاثیر منفی خواهد داشت.

بعنوان یک مثال کاملتر نحوه کدنویسی و استفاده از تگ های HTML در یکی از مطالب وبسایما به نام سئو چیست را بررسی می کنیم:

<h1/> سئو چیست؟</h1>

<h2/> اهمیت سئو در چیست؟</h2>

<h2/> چرا موتورهای جستجو نیاز به سئو دارند؟</h2>

<h3/> کلاه سیاه و کلاه سفید</h3>

توجه داشته باشید که استفاده از سرتیتر h1 اهمیت بسیار بالایی دارد و هر صفحه از سایت باید یکی از آنها داشته باشد.

ترتیب استفاده از تگ های HTML در متن

کاربردهای تگ های HTML

تگ های HTML برای مشخص کردن بخش های مختلف یک متن بکار میروند و بر کاربردی بودن سایت از نظر کاربران و سئو نوشته تاثیر بسزایی دارند.

کاربرد تگ های HTML از نظر سئو

- ارتباط: موتورهای جستجو ارتباط موضوعی میان تگها با متن را بررسی میکنند.
- تعیین کلمه کلیدی: گوگل برای تعیین درصد استفاده از کلمات کلیدی به سرتیترهای عنوان اهمیت بالایی میدهد و با میزان استفاده از آنها در متن مقایسه میکند.
- اهمیت تگ h1: مهمترین تگ HTML، بوده و نباید هرگز از آن چشم پوشی نمود. موتورهای جستجو اهمیت ویژه ای به کلمات بکار رفته در آن

میدهند و باید همانند title tag حاوی توضیحات مختصری در مورد صفحه باشد.

- محتوای مناسب بازدیدکنندگان: تگ های HTML دید مناسب برای درک بهتر محتوای صفحه به بازدیدکنندگان میدهند. گوگل اهمیت بالایی برای تجربه مناسب بازدیدکنندگان در سایت شما قائل است، از اینرو استفاده از تگ های HTML بر سئو صفحه شما تاثیرگذار است.

کاربرد تگ های HTML از نظر کاربردی بودن سایت

- سر تیتل h1 اطلاعات مختصر و مناسبی از آنچه که در ادامه خواهند خواند به بازدیدکننده سایت شما میدهد.
- استفاده از تگ های HTML متنوع و این امکان را به کاربر میدهد که به سرعت بخش مورد نظر خود را در متن پیدا کند.
- استفاده از تگ های HTML موجب میشود تا مطلب ارائه شده تمیز و مرتب به نظر برسد.

کارهایی که نباید با تگ های HTML انجام دهید

- آنها را با کلمات کلیدی بمباران نکنید، استفاده بیش از حد کلمات کلیدی در تگهای HTML بر سئو سایت شما تاثیر منفی دارد.
- بیش از یک تگ h1 در مطلب استفاده نکنید، اینکار ممکن است گوگل را به شما مشکوک کند که قصد دارید کلمات کلیدی خود را به او تحمیل کنید، بجای اینکار از تگ های HTML بعدی استفاده کنید و یا مطلب را در چند قسمت منتشر کنید.
- تگهای HTML تکراری در صفحات مختلف استفاده نکنید و سعی کنید که مطالب با هدرهای متفاوت داشته باشید.
- هر متنی که در صفحه از دید کاربران پنهان باشد بر سئو شما تاثیر منفی خواهد گذاشت و تاثیر آن در تگ های HTML چندیدن برابر است.
- سر تیتل h1 و عنوان صفحه را یکسان انتخاب نکنید.

۳. کلمات کلیدی در محتوای نوشته

بطور حتم مهمترین مکان برای قرار دادن کلمات کلیدی محتوای نوشته خواهد بود. چگونه ممکن است شما در مورد موضوع خاصی بنویسید ولی در هیچ کجای نوشته آن کلمه را بکار نبرید؟

استفاده از کلمه کلیدی در متن به معنی بمباران نوشته نیست، لازم نیست که هر یک خط در میان عین عبارت را تکرار کنید، شما میتوانید با بکارگیری کلمات مرتبط و یا ترکیب های مختلف هم در نتایج گوگل رتبه مناسبی کسب کنید و هم به خوانندگان سایت خود احترام بگذارید. گوگل قادر به تشخیص کلمات هم معنی، مرتبط و همچنین ترجمه انگلیسی عبارت است. بعنوان مثال سه کلمه “ورزش”، “ورزشی” و “Sport” میتوانند تاثیر مشابهی در تعیین کلمه کلیدی صفحه شما توسط گوگل داشته باشند.

بکار بردن بیش از حد یک کلمه یا عبارت در متن موجب میشود گوگل آن را بعنوان یک عبارت عمومی یا حرف ربط مانند “از”، “در”، “است” و غیره بشناسد، در نتیجه کلمه کلیدی صفحه شما نخواهد بود.

۴. آدرس صفحات

استفاده از کلمات کلیدی در آدرس صفحه تاثیر کمتری به نسبت سایر موارد خواهد داشت، ولی نکته قابل توجه آن است که همین آدرس در بسیاری از سایت ها و بخصوص زمانی که کاربران آدرس شما را مستقیما کپی میکنند بعنوان انکر تکست لینک شما شناخته میشود و حضور کلمه کلیدی در آن میتواند بر پیشرفت صفحه در آینده بسیار تاثیرگذار باشد. البته به شرطی که صفحه شما آنقدر کارآمد و جذاب باشد که کاربران به دیگران پیشنهاد دهند.



همانطور که در تصویر مشاهده میکنید، آدرس سایت از بخش های مختلفی برای قرار گرفتن کلمه کلیدی در آن تشکیل شده است. در میان قسمت های مختلف آدرس سایت شامل دامنه اصلی، زیر دامنه، دسته و صفحه، بهتر است که کلمه کلیدی مربوط به هر صفحه را در پایان آدرس سایت و مختص همان صفحه قرار دهید، به این ترتیب شما

برای هر صفحه از سایت کلمه کلیدی مجزایی داشته و پتانسیل جذب بازدیدکننده از گوگل افزایش می یابد.

گویا بودن آدرس سایت، اگر از کلمات کلیدی در URL استفاده نمیکنید تا حد امکان کلماتی به کار ببرید که بخوبی گویای محتوای صفحه باشند، با این کار بازدیدکنندگان دید بهتری نسبت به صفحه ای که به آن وارد میشوند خواهند داشت و در نهایت بر سئو سایت شما موثر خواهد بود.

کوتاه بودن آدرس سایت، هرچه آدرس سایت کوتاهتر باشد خواندن آن راحتتر خواهد بود در نتیجه از کلماتی مانند "از" "در" "با" "برای" و شبیه اینها در آدرس سایت خود استفاده نکنید. کم بودن تعداد کلمات ارزش هرکدام را از نظر موتورهای جستجو بیشتر خواهد کرد.

کلمات کلیدی در ابتدای آدرس ، کلمه یا عبارت کلیدی اصلی خود را در ابتدای بخش صفحه آدرس سایت قرار دهید. روباتهای گوگل اهمیت چندانی به کلمات انتهایی آدرس های طولانی نمیدهند.

کلمات تکراری در URL، از تکرار کلمات پرهیز کنید، بطور مثال استفاده از یک کلمه در آدرس دسته و صفحه کار درستی نیست.

websima.com/blog/blog.php

آدرس زیر جایگزین مناسبی برای آدرس فرضی بالا است:

websima.com/blog/seoblog.php

یکسان نبودن با عنوان صفحه، لزومی ندارد که کلمات بکار رفته در آدرس نوشته با عنوان صفحه یکسان باشند، شما میتوانید آدرس دهی را با کلمات دیگری انجام دهید.

کاراکترهای نامناسب، تا حد امکان از کاراکترهای نامناسب مانند ؟، & و % در آدرس سایت خود استفاده نکنید.

زیاده روی در سئو، استفاده بیش از حد کلمات کلیدی در URL میتواند تاثیر معکوسی بر سئو شما داشته باشد.

حروف بزرگ، اگر آدرس سایت را با کلمات انگلیسی مشخص کرده اید، از حروف بزرگ در آن استفاده نکنید.

۵. نام تصویر و متن جایگزین

متن جایگزین یا همان Alt Tag مهمترین فاکتور برای سئو یک تصویر در موتور جستجوی گوگل است. همچنین بکارگیری کلمات کلیدی در این بخش میتواند بر سئو نوشته نیز تاثیرگذار باشد. اگر تصاویر شما به صفحه ای از سایت یا حتی یک سایت دیگر لینک شده باشند ارزش عنوان لینک یا alt attribute نیز بسیار بالا خواهد بود.

۱. بهینه سازی توضیحات تصاویر

سه روش اصلی برای توضیح یک تصویر در کدهای HTML وجود دارد که امکان شناسایی و بهینه سازی تصاویر را برای موتورهای جستجو فراهم میکند که عبارتند از نام فایل، عنوان و متن جایگزین یا همان Alt tag.

نام فایل تصاویر کمک زیادی به موتورهای جستجو در شناسایی و درک موضوع آنها میکند. برای بهینه سازی تصاویر بهتر است که نام آنها را متناسب با موضوع عکس انتخاب کرده و در نام گذاری از خط تیره بجای خط زیر استفاده کنید.

متن جایگزین یا همان Alt tag، در صورت لود نشدن تصویر به کاربر نمایش داده میشود. این اتفاق زمانی میافتد کاربر اجازه لود شدن تصویر در مرورگر خود را نداده باشد و یا با توجه به سرعت پایین اینترنت زمان زیادی برای نمایش صحیح تصاویر نیاز باشد. همچنین زمانی که نشانگر موس را بر روی عکس قرار میدهیم متن جایگزین نمایش داده میشود. برای بهینه سازی تصاویر سایت استفاده از

متن جایگزین اهمیت ویژه ای دارد زیرا موتور جستجوی گوگل توجه ویژه ای به آن در شناسایی تصاویر میکند.

تگ عنوان یا همان Title tag برای زمانی که تصویر شما به صفحه مشخصی لینک شده باشد استفاده میگردد و در صورت تعریف آن با حرکت موس بر روی تصاویر بجای متن جایگزین عنوان عکس نمایش داده خواهد شد. برای بهینه سازی تصاویر، تگ عنوان بهتر است که با متن جایگزین تفاوت داشته باشد و حاوی اطلاعاتی از صفحه لینک شده به تصویر باشد. توجه موتور جستجو به این تگ کمتر از بقیه بوده ولی تعریف صحیح آن میتواند به کاربران برای درک بهتر موضوع تصویر کمک کند.

۲. استفاده از ابعاد درست و مشخص

یکی از مهمترین فاکتورها در بهینه سازی تصاویر بارگذاری آنها با ابعادی است که در سایت نمایش داده خواهند شد. مشخص نمودن طول و عرض تصویر و یکسان بودن آن با چیزی که به کاربر نمایش داده میشود سرعت صفحات سایت شما را افزایش میدهد. اکثر سیستم های مدیریت محتوا تصاویر شما را در ابعاد مشخصی بازسازی و ذخیره میکنند تا در مکانهای مختلف از آن استفاده کنند ولی در بعضی از سیستم ها اینکار توسط کدهای HTML صورت میگیرد که گزینه مناسبی برای بهینه سازی تصاویر نمی باشد. شاید بهترین انتخاب آن است که تصاویر را از ابتدا در ابعاد مورد استفاده در سایت ذخیره و بارگذاری کنید.

The screenshot shows a media editor interface with the following sections:

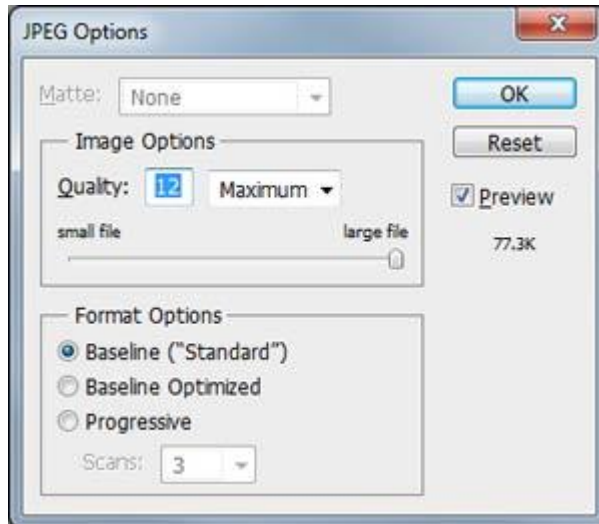
- Link URL:** A text input field with three buttons: "None", "File URL", and "Attachment Post URL". Below the buttons is the text: "Enter a link URL or click above for presets."
- Alignment:** Four radio button options: "None", "Left", "Center" (which is selected), and "Right".
- Size:** Four radio button options: "Thumbnail (120 × 61)", "Medium (300 × 32)", "Large", and "Full Size (566 × 61)" (which is selected).
- Buttons:** At the bottom, there are three buttons: "Insert into Post", "Use as featured image", and "Delete".

برای فروشگاه های اینترنتی ممکن است تصویر محصول در صفحات مختلف سایت با ابعاد متفاوتی نمایش داده شود، برای بهینه سازی تصاویر خود از چند عکس با سایزبندی استفاده کرده و هرکدام را در بخش مناسب آن فراخوانی کنید.

۳. بهینه سازی تصاویر با انتخاب پسوند مناسب

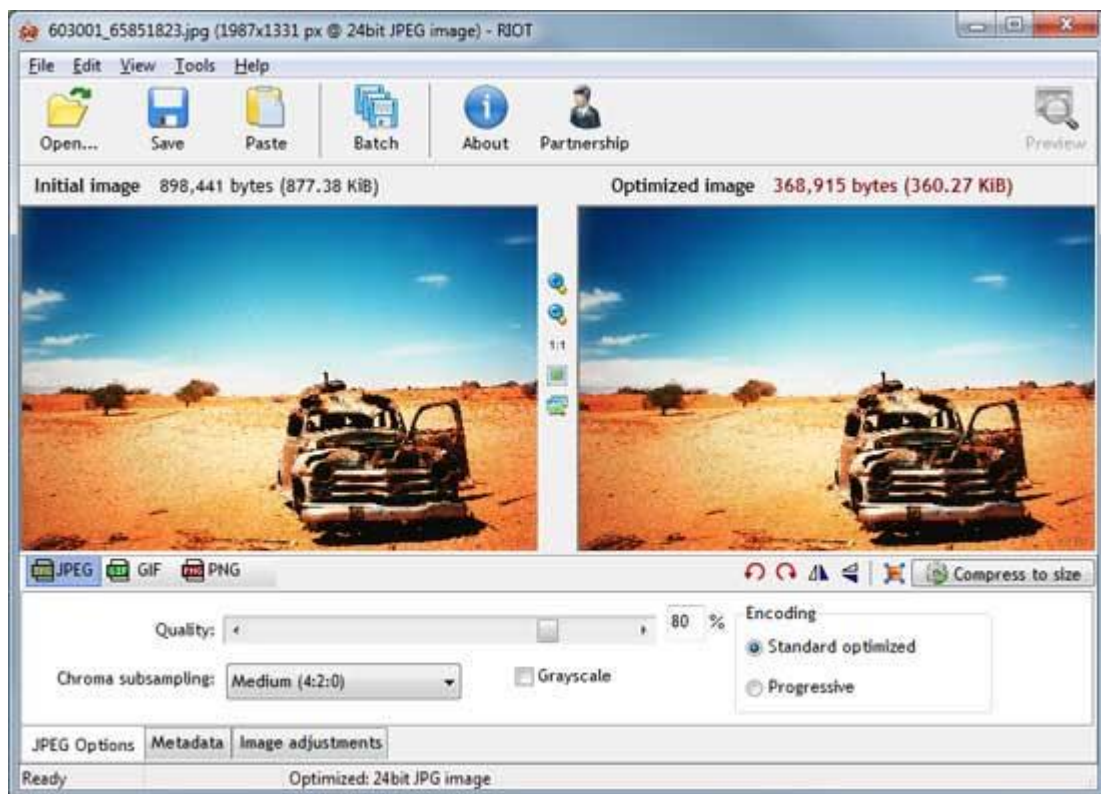
پسوندها و فرمت های زیادی برای ذخیره و نمایش تصاویر وجود دارد که پرکاربردترین آنها JPG و PNG هستند. انتخاب پسوند مناسب برای هر تصویر میتواند در بهینه سازی تصاویر و کاهش حجم فایل نقش مهمی داشته باشد. بطور مثال برای عکس هایی به تعداد رنگ بالا و سایز بزرگ پسوند JPG مناسب بوده و برای تصاویر کوچکتر یا تعداد رنگ پایین پسوند PNG توصیه میشود. برای اطمینان از بهینه سازی تصاویر میتوانید حجم فایل با پسوند PNG و JPG را مقایسه کرده و هرکدام مناسب تر بود را بکار ببرید.

۴. کاهش حجم تصاویر



پس از انتخاب پسوند فایل هنوز میتوانید به روشهای دیگری حجم آن را کاهش داده و بهینه سازی تصاویر را بهبود بخشید. مهمترین مرحله زمان ذخیره یک تصویر است که نرم افزارهای گرافیکی انتخاب های متنوعی را در اختیار شما قرار

میدهند. برای بهینه سازی تصاویر معمولاً با کاهش حجم تا ۸۰ درصد سایز اولیه آن تغییر ایجاد شده قابل تشخیص برای چشم انسان نخواهد بود ولی همین کار



بخصوص در صفحات گالری یا فروشگاه‌های می‌تواند تا حد زیادی موجب افزایش سرعت بارگذاری شود.

نرم افزار فتوشاپ گزینه ای با عنوان “Save for Web Devices” در نظر گرفته است که به شما امکان کاهش حجم فایل و مقایسه همزمان کیفیت تصویر اولیه با نمونه بهینه سازی شده را میدهد. در صورت عدم دسترسی به آن می‌توانید برای بهینه سازی تصاویر خود از نرم افزار RIOT که رایگان بوده و به همین منظور طراحی شده است استفاده کنید. این نرم افزار تمام امکانات مربوط به بهینه سازی تصاویر را در اختیار شما قرار میدهد.

۶. لینک های داخلی و خارجی

هر صفحه از سایت شما باید با کمتر از چهار کلیک از هر جای دیگر سایت قابل دسترسی بوده و بهتر است که دارای لینک های خروجی به صفحات مرتبط سایت خودتان یا سایت های دیگر باشد. استفاده از کلمه کلیدی در این لینک ها بر سئو صفحه تاثیرگذار است به شرطی که صفحه مقصد ارتباط مفهومی و معنایی با این کلمه داشته باشد. بطور مثال لینک دهی به سایت وبسیتا با عبارت “خرید خودرو” کار درستی در سئو نوشته شما نیست.

بسیاری از کاربران اینترنتی مطالب را بدون ذکر منبع در سایت خود قرار داده و همواره سعی میکنند تا حد امکان لینک خروجی از سایت خود نداشته باشند. در حالیکه معرفی منابع کمکی، اشاره به مرجع یا صفحات مرتبط هم برای کاربران و هم موتورهای جستجو ارزشمند است.

۷. کلمات کلیدی در توضیحات متا

مطابق اعلام گوگل و بینگ توضیحات متا تاثیری بر رتبه بندی نتایج جستجو نخواهند داشت. ولی همانطور که میدانیم این موتورهای قادر به تشخیص کلمات کلیدی در توضیحات متا یا Meta Description هستند. همچنین جمله بندی مناسب و قرار دادن اطلاعات مرتبط با موضوع صفحه در آن میتواند مشوق کاربران برای کلیک روی لینک شما باشد.

همانطور که در تصویر مشاهده میکنید اگر کلمات کلیدی در توضیحات متا قرار داشته باشند بصورت Bold نشان داده خواهند شد که موجب جلب توجه بیننده میشود. همین تغییر ساده میتواند شانس شما را برای جذب بازدیدکننده افزایش

بیلبورد و 8 نکته اساسی در طراحی بیلبورد تبلیغاتی - خانه

Translate this page > وبلاگ > websima.com

بیلبورد Billboard بهترین راه برای انتقال پیام به مردم یک محله یا مسیر مشخص خواهد بود. با توجه به قیمت بالای

بیلبورد توجه به طرح و ایده اهمیت ویژه ای دارد.

نمایش کلمات کلیدی در توضیحات متا

دهد.

bold کردن کلمات کلیدی

همانطور که میدانید عوامل زیادی بر سئو یک مطلب موثر هستند و یکی از آنها bold کردن کلمات کلیدی در متن می باشد. بیشتر کارشناسان سئو معتقدند که تاثیر این عامل در مقابل موارد دیگری که کلمه کلیدی متن را تعیین میکنند

بسیار کم است و حتی در بعضی مقالات اینترنتی می خوانیم که آن را بی اثر دانسته اند. البته استفاده صحیح از این تکنیک علاوه بر سئو، بر فهم بهتر مطالب توسط خواننده نیز موثر است. زیرا کاربر میتواند با یک نگاه گذرا بخش های اصلی متن و موضوع آن را درک کند.

تفاوت **** و ****

در این میان و با توجه به دستورات کدنویسی HTML دو روش برای Bold کردن یک نوشته وجود دارد که در ظاهر تفاوتی با یکدیگر نمیکنند ولی کارشناسانی که این تکنیک را بر سئو متن موثر میدانند همواره تفاوت هایی را میان این دو در نظر میگیرند. مت کاتس در ویدئو اخیر خود بطور رسمی و در پاسخ به سوال یکی از کاربران گفت که از نظر روبات های گوگل تفاوتی میان تگ های **** و **** وجود نداشته و هر دو به یک اندازه بر تشخیص کلمه کلیدی متن تاثیر گذارند.

تاثیر توضیحات متا بر سئو

در میان متا تگ ها، توضیحات متا (Meta Description) از اهمیت بالایی برخوردارند. تگ توضیحات متا در واقع چکیده ای از محتوای سایت را ارائه میدهد که از چشم بازدیدکنندگان پنهان است و فقط برای فهم بهتر موتورهای جستجو استفاده میشود.

استفاده صحیح از توضیحات متا و رعایت نکات سئو علاوه بر بهبود جایگاه شما در رتبه بندی گوگل میتواند شانس شما را برای کلیک کاربران و ورد به سایت از صفحه جستجوی گوگل افزایش دهد. هنگام جستجو در اینترنت با ویدئو جدید از مت کاتس مدیر ارشد گوگل مواجه شدیم که عنوان کرده بود "برای مقالات وبلاگ خود توضیحات متا ننویسم و این بخش را خالی میگذارم"

مت کاتس در ادامه میگوید که "بهتر است بخش توضیحات متا را برای مطالب خود خالی بگذارید تا اینکه از توضیحات تکراری در صفحات استفاده کنید. مسلماً بهترین حالت ممکن آن است که هر صفحه توضیحات مربوط به خود را داشته باشد و اگر نمیتوانید این کار انجام دهید اجازه دهید تا گوگل برای شما تصمیم بگیرد."

استفاده صحیح از توضیحات متا

در واقع عدم استفاده متا از توضیحات متا اهمیت آن را بیشتر نشان میدهد! توضیحات متا بر سئو صفحه و تعیین کلمه کلیدی آن موثر است. در نتیجه با تعریف صحیح آن برای هر مطلب جدید میتوانید شانس خود را برای جذب بازدیدکننده افزایش دهید. مشکل زمانی ایجاد میشود که صاحبان سایت ها از افزونه های مختلفی برای تکمیل خودکار این بخش استفاده میکنند و یا صفحات متعددی در سایت خود دارند که پاراگراف اول آنها یکسان است. در چنین مواردی متن های تکراری در توضیحات متای صفحات متفاوت مشاهده میگردد که از نظر روبات های گوگل قابل پذیرش نیست.

اهمیت این موضوع تا جایی است که در ابزار وبمستر گوگل بخشی مجزا به نام HTML Improvements قرار داده شده تا صفحاتی که عنوان یا توضیحات مشابه دارند را به شما معرفی کند.

۸. متای کلمات کلیدی

استفاده از کلمات کلیدی در بخش Meta keywords که هنوز در بسیاری از افزونه های سئو و سیستم های مدیریت محتوا وجود دارد هیچ تاثیری بر سئو سایت شما نخواهد داشت. پس بهتر است به این بخش توجهی نکرده و از زمان خود برای بازبینی متن و رفع غلط های املائی بهره ببرید.

فصل سوم

انتخاب کلمات کلیدی مناسب

ابزار Keyword Planner

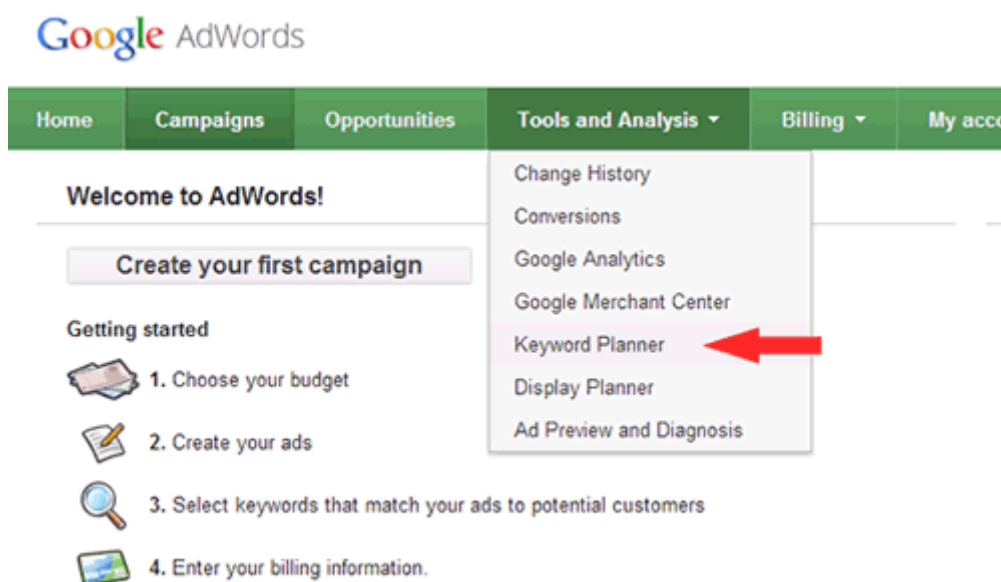
گوگل به تازگی سرویس جدیدی به نام Keyword Planner را معرفی کرده است که امکاناتی ویژه برای انتخاب کلمات کلیدی مناسب و پر جستجو به شما ارائه میدهد. با وجود تغییراتی چشمگیر و کاهش امکانات آن نسبت به Keyword tools، افزودن برخی قابلیت های جدید مانند ترکیبات کلمات کلیدی و ارتباط مستقیم با ادوردز میتواند موجب موفقیت این ابزار و رضایت کاربران از آن شود.

قبل از شروع به کار با ابزار Keyword Planner توجه داشته باشید که متأسفانه دسترسی به این ابزار از ایران مسدود شده و گوگل هیچ پیغامی در این رابطه به شما نمیدهد که این امر موجب سردرگمی کاربران ایرانی شده است. برای ورود به آن و استفاده از امکانات ادوردز باید آی پی خود را تغییر داده یا از نرم افزارهای فیلتر شکن استفاده کنید.

ایجاد ارتباط با بخش تبلیغات گوگل و سفارش پلن های تبلیغاتی در ابزار Keyword Planner موضوع بحث نبوده و در اینجا به شما آموزش میدهیم که چگونه میزان جستجوی ماهانه یک عبارت را محاسبه کنید و از بین چند گزینه احتمالی بهترین را برگزینید.

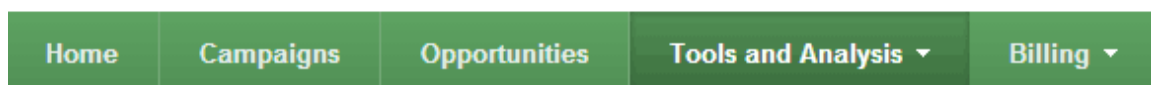
آموزش جستجوی کلمات در Keyword Planner

قبل از هرچیز شما باید یک اکانت Gmail داشته باشید تا از طریق آن به بخش Google Adwords دسترسی پیدا کنید. پس از ورود به صفحه ادوردز با محیطی مشابه تصویر زیر روبرو خواهید شد که جهت دسترسی به ابزار Keyword Planner از منوی بالا و بخش Tools & Analysis باید به صفحه مربوط به آن بروید.



در این صفحه شما با تصویری مشابه آنچه در شکل زیر نشان داده شده روبرو خواهید شد و برای ادامه کار با سه ابزار اصلی روبرو خواهید بود. برای تعیین تعداد جستجوی یک کلمه در ماه شما باید گزینه اول یعنی Search for keyword and ad group ideas را انتخاب کنید. با اینکار در صفحه ابزار Keyword Planner بخش جدید باز خواهد شد که محل وارد کردن کلمات کلیدی است.

Google AdWords



Keyword Planner

Plan your next search campaign

What would you like to do?

- ▶ Search for keyword and ad group ideas
- ▶ Enter or upload keywords to see how they perform
- ▶ Multiply keyword lists



در این بخش شما با چند فیلد برای سفارشی کردن جستجوی خود مواجه خواهید شد.

۱. شما کلمه یا عبارت مورد نظر خود را وارد میکنید، همچنین میتوانید گروهی از کلمات را برای بررسی معرفی نمایید که باید با کاما از یکدیگر جدا شوند و یا هر کدام را در خطی جداگانه وارد کنید.

۲. برای معرفی صفحه ای از سایت هدف و یا کل سایت مورد نظر است. وارد کردن آدرس یک سایت نه تنها انتخاب شما را محدود نمی کند بلکه به Keyword Planner کمک میکند تا ایده های دیگری نیز متناسب با محتوای سایت مورد نظر به شما معرفی کند.

۳. مربوط به انتخاب زمینه کاری و بهبود پیشنهادات ارائه شده می باشد و در واقع نوعی فیلترینگ برای نتایج است.

The screenshot shows the Google Ads interface for finding keyword and ad group ideas. It includes several input fields and filters, each numbered for reference:

- 1**: Input field for "Your product or service" with the example text "For example, flowers or used cars".
- 2**: Input field for "Your landing page" with the example text "www.example.com/page".
- 3**: Dropdown menu for "Your product category" with the placeholder text "Enter or select a product category".
- 4**: "Targeting" section with checkboxes for "All locations", "All languages", "Google", and "Negative keywords".
- 5**: "Customize your search" section with "Keyword filters" including "Avg. monthly searches ≥ 0", "Avg. CPC ≥ \$0.00", and "Ad impr. share ≥ 0%".
- 6**: "Keyword options" section with checkboxes for "Hide keywords in my account" and "Hide keywords in my plan".
- 7**: "Include/Exclude" section with a checkbox.
- 8**: "Get ideas" button.

۴. شما با سه انتخاب برای تعیین کشور افرادی که جستجو میکنند، زبان آنها و نوع موتور جستجو دارید که موجب بهبود پیشنهادات این ابزار در مورد کلمه مورد نظر شما و نمایش تعداد واقعی جستجوی کلمه با این شرایط خواهد شد. بخش دیگری به نام Negative Keywords معرفی شده که کلماتی را از پیشنهادات احتمالی حذف خواهد کرد. بعنوان مثال اگر شما عبارت "کلمه کلیدی" را مورد بررسی قرار دهید، عبارت "آموزش لغات انگلیسی" نیز به شما پیشنهاد میشود و با قرار دادن کلمه "انگلیسی"

در بخش Negative Keywords ابزار Keyword Planner نتایجی که شامل این عبارت هستند حذف خواهند شد.

۵,۶,۷. بیشتر برای افرادی که قصد تبلیغات در ادوردز و گوگل را دارند کارایی داشته و برای انتخاب یک کلمه کلیدی از میان چند گزینه مشخص و هدف گذاری یک سایت، کارایی خاصی نخواهند داشت. در پایان و با فشردن دکمه Get ideas در بخش ۸ میتوانید نتایج بررسی خود را مشاهده کنید.

Keyword Planner
Add ideas to your plan

Your product or service:

Your landing page:

Targeting: All locations, All languages, Google, Negative keywords

Customize your search: Keyword filters (Avg. monthly searches ≥ 0, Avg. CPC ≥ \$0.00, Ad impr. share ≥ 0%), Keyword options (Hide keywords in my account, Hide keywords in my plan), Include/Exclude

Keyword ideas

Search terms	Avg. monthly searches	Competition	Avg. CPC	Ad impr. share
عبارت شما	210	Low	\$0.00	0%

1 - 1 of 1 keywords

عبارات پیشنهادی

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Avg. CPC	Ad impr. share
سایت نقشه سایت	50	Low	\$0.00	0%
سایت نقشه	70	Low	\$0.00	0%
نقشه سایت چیست	50	Low	\$0.00	0%
نقشه برداری کشور	10	Low	\$0.00	0%
سایت نقشه دگر	10	Low	\$0.00	0%

1 - 5 of 5 keywords

توجه داشته باشید که شما هر زمان بخواهید میتوانید از نوار بالای صفحه Keyword Planner کلمه کلیدی مورد نظر خود و یا سایت هدف را تغییر دهید و نیازی به طی کردن مراحل قبلی نیست. همچنین سایدبار سمت چپ امکان محدود کردن نتایج را برای شما فراهم کرده است.

در این صفحه پیشنهاد میکنیم تا بر روی بخش Keyword Ideas کلیک کنید تا نمایشی مناسب از تعداد جستجوی کلمات مورد نظر خود در بخش اول و تعداد جستجوی کلمات پیشنهادی Keyword Planner در بخش دوم داشته باشید. توجه داشته باشید که در حال حاضر تنها نتایج مربوط به Exact Match برای هر عبارت نشان داده میشود. با اینکه امکان انتخاب حالت های Broad و Phrase نیز برای کاربران ایجاد شده ولی تغییری در نتایج اعمال نمیشود. ممکن است در آینده گوگل دسترسی به این بخش ها را نیز برای کاربران آزاد کند که در اینصورت Keyword Planner ابزار بسیار بهتری نسبت به Keyword Tool خواهد بود.

فرمول انتخاب کلمات کلیدی مناسب

در ابتدا لیست کاملی از کلمات کلیدی مورد نظرتان آماده کنید، تعداد کلمات کلیدی در این لیست محدودیتی ندارد. تا جایی که می توانید از منابع مختلف مانند سایت های رقیب در یافتن ایده های مناسب برای کلمات کلیدی بهره بگیرید، غلط های املائی احتمالی را لحاظ کنید و عبارت های دو، سه و چهار کلمه ای را نیز در کلمات کلیدی خود بگنجانید. در بهینه سازی سایت یا همان سئو ، انتخاب کلمات کلیدی مناسب نقش بسزایی را ایفا می کنند پس زمان کافی برای این کار صرف کنید. لیست اولیه کلمات کلیدی شما می تواند در حدود ۳۰۰ یا ۴۰۰ کلمه و عبارت را شامل شود که برای تازه کاران می تواند

مناسب باشد ولی اجازه دهید که در کنار هم این لیست را در حد امکان کوتاه کرده و کلمات کلیدی مناسب را از میان آنها انتخاب کنیم.

ساخت لیست نهایی کلمات کلیدی

محاسبه شاخص KEI

با استفاده از چوب جادویی سئو یعنی شاخص بازدهی کلمات کلیدی (KEI: Keyword Efficiency Index) مشخص می شود که از هر کلمه یا عبارت انتظار چه تعداد ورودی از موتورهای جستجو را باید داشته باشید. هرچقدر این شاخص بالاتر باشد کلمات کلیدی مناسب تر هستند.

عوامل موثر در کیفیت کلمات کلیدی به شرح زیر است:

۱. ارتباط (R: Relevance) در واقع همان میزان ارتباط کلمات کلیدی شما با مطالب موجود در صفحه و آن چیزی که به کاربران ارائه می دهید است. ما کلمات کلیدی را با توجه به این فاکتور به سه دسته تقسیم می کنیم و براساس میزان ارتباط آنها با سایت نمره ی 1، 2 و یا 3 برایشان منظور می کنیم و در یک ستون جدا در فایل اکسل در مقابل هر کلمه کلیدی یادداشت می کنیم.

• 1 برای ارتباط زیاد

• 2 برای ارتباط متوسط

• 3 برای ارتباط کم

۲. تعداد جستجو (Sv: Search Volume) که نشانگر تعداد دفعات جستجوی کلمات کلیدی مورد نظر توسط کاربران در طول یک ماه می باشد.

free ecard

44,557 searches (top 100 only)

Searches	Keyword
11384	free ecard
4783	funny rude free ecards
3787	free romantic ecards
2913	free animated ecards
2580	free animated musical ecards
2239	free sensuous romantic ecards
1388	free interactive ecards
1366	free musical ecards
1102	free hallmark ecards
1099	free musical romantic ecards
1040	romantic free animated ecards
992	interactive ecards for free
792	free christian musical ecards
774	free animated ecards romantic
598	free funny animated ecards

ابزارهای مناسب گوناگونی برای این کار موجود است برای مثال با استفاده از Wordtracker و جستجوی کلمه مورد نظر (برای مثال free ecard) نتایجی شبیه به عکس زیر به شما نمایش می دهد که در آن تعداد جستجوی ماهانه برای کلمه مورد نظر توسط کاربران و همچنین کلمات کلیدی پیشنهادی دیگری قابل مشاهده است. برای مثال کلمه کلیدی free ecard در هر روز ۱۱۳۸۴ بار و در نتیجه ۳۴۷۲۰۱ بار در ماه نمایش داده می شود.

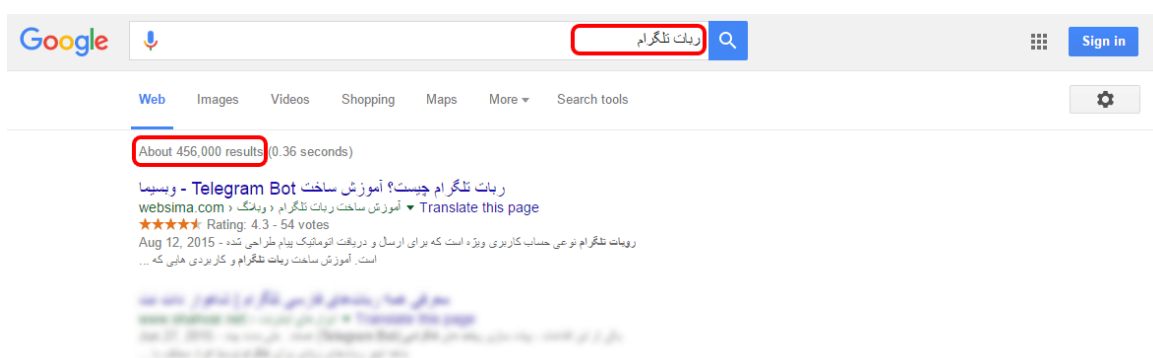
نکته ای که در این بخش باید به آن توجه کنید آن است که این ابزار کلمات کلیدی فارسی را پشتیبانی نمی کند و بهتر است که برای یافتن کلمات کلیدی مناسب فارسی در این بخش از سرویس رایگان Keyword planner خودمان استفاده کنید که زبان فارسی را بخوبی پشتیبانی می کند و کلمات کلیدی دیگری را نیز به شما پیشنهاد می دهد.

در پایان ستون دیگری به فایل اکسل اضافه می کنیم و نتایج این بخش را برای هر کلمه کلیدی در آن قرار می دهیم.

۳. رقابت (C: Competition)

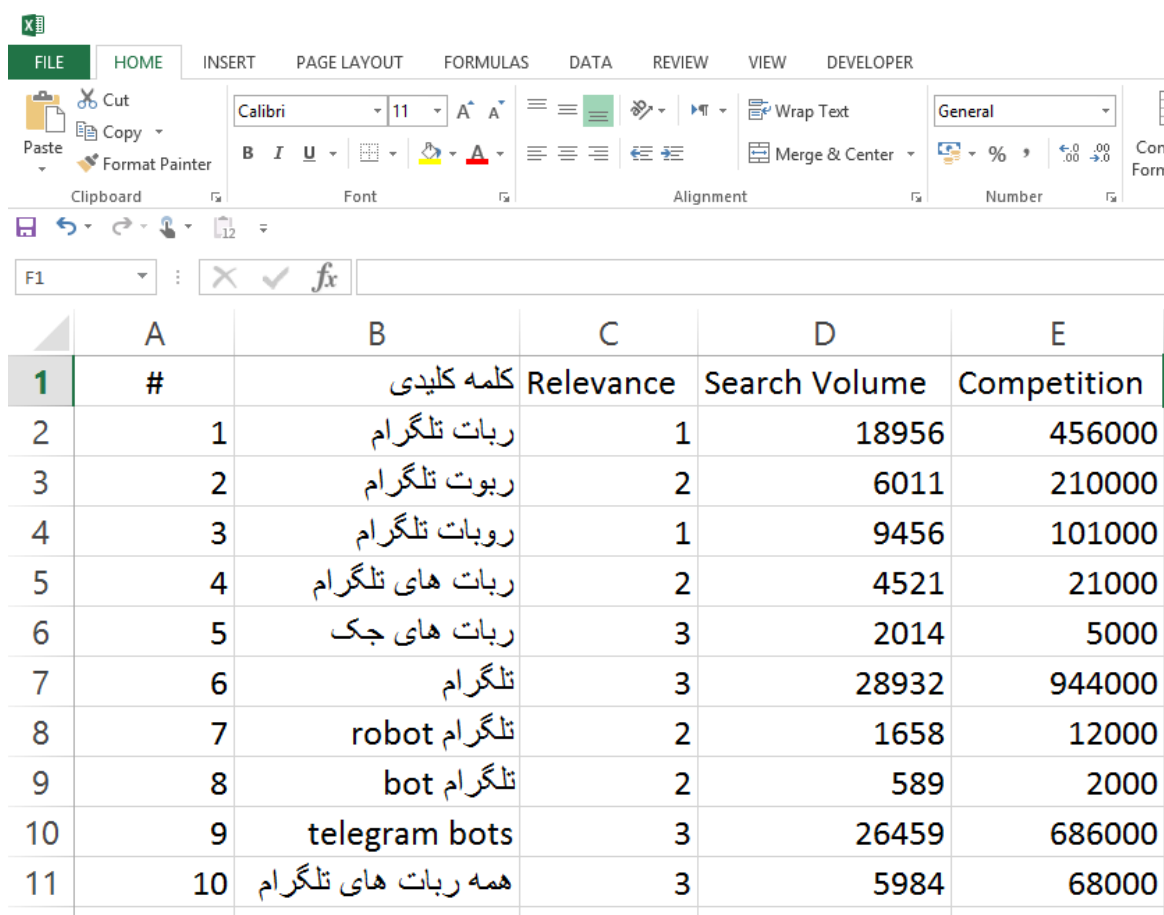
به شما نشان می دهد که چه تعداد از رقیبان صفحه خود را برای این کلمات کلیدی سئو کرده اند. در واقع تمام سایتهایی که کلمات کلیدی مشابه به شما دارند رقبای آنلاین شما در جذب کاربران هستند. نتیجتاً کلمات کلیدی که رقبای کمتری برای شما به همراه دارند شاخص بالاتری خواهند داشت و برای شما کلمات کلیدی مناسب تری هستند.

تشخیص میزان رقابت راه ساده ای دارد. در موتور جستجوی گوگل کلمات کلیدی مورد نظرتان را جستجو کنید و با توجه به تصویر زیر این معیار را بدست خواهید آورد.



در ستون دیگری از فایل اکسلی که تهیه کردید نتایج این بخش را برای هر کلمه کلیدی در مقابل آن قرار دهید.

در نهایت جدولی به شکل زیر خواهید داشت



	A	B	C	D	E
1	#	کلمه کلیدی	Relevance	Search Volume	Competition
2	1	ربات تلگرام	1	18956	456000
3	2	ربات تلگرام	2	6011	210000
4	3	روبات تلگرام	1	9456	101000
5	4	ربات های تلگرام	2	4521	21000
6	5	ربات های جک	3	2014	5000
7	6	تلگرام	3	28932	944000
8	7	تلگرام robot	2	1658	12000
9	8	تلگرام bot	2	589	2000
10	9	telegram bots	3	26459	686000
11	10	همه ربات های تلگرام	3	5984	68000

ارتباط بیشتر، تعداد جستجوی بیشتر و رقبای کمتر شاخص شما را برای کلمات کلیدی افزایش می دهد.

محاسبه شاخص هر کلمه کلیدی یا KEI

در فرمول کلاسیک که به شکل زیر است میزان ارتباط نقشی ندارد.

$$KEI = \frac{Sv^2}{C}$$

ولی با استفاده از فرمول جدید به شکل زیر می توانید نقش ارتباط با محتوا را نیز در فرمول لحاظ کنید و تخمین مناسب تری بدست آورید.

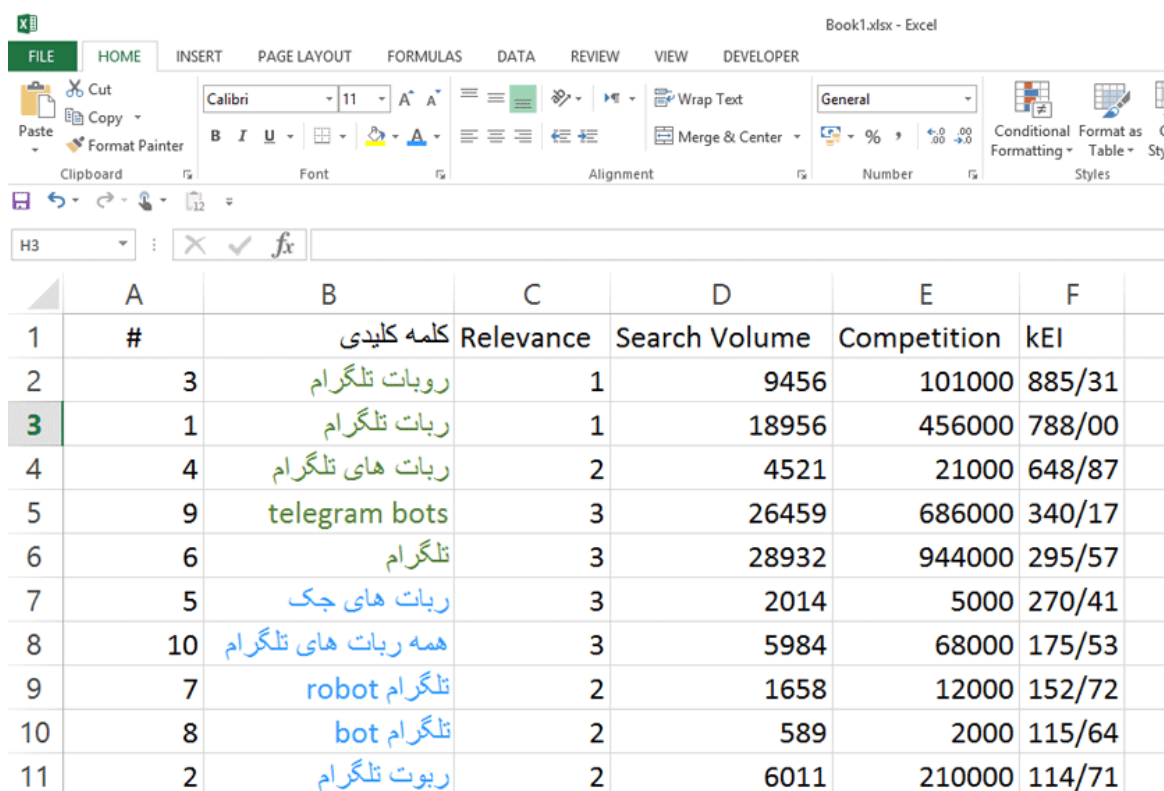
$$KEI_R = \frac{(4 - R)}{3} * \frac{Sv^2}{C}$$

حالا ستون دیگری به فایل اکسل اضافه می کنیم و با استفاده از فرمول گذاری در اکسل که در شکل نمایش داده ایم به محاسبه شاخص بازدهی کلمات کلیدی میپردازیم.

#	کلمه کلیدی	Relevance	Search Volume	Competition	KEI
1	ربات تلگرام	1	18956	456000	=((4-C2)/3)
2	روبات تلگرام	2	6011	210000	114/7051
3	روبات تلگرام	1	9456	101000	885/3063
4	ربات های تلگرام	2	4521	21000	648/8711
5	ربات های جک	3	2014	5000	270/4131
6	تلگرام	3	28932	944000	295/5723
7	تلگرام robot	2	1658	12000	152/7202
8	تلگرام bot	2	589	2000	115/6403
9	telegram bots	3	26459	686000	340/1743
10	همه ربات های تلگرام	3	5984	68000	175/5307

انتخاب بهترین کلمات کلیدی

در ابتدا تمام کلمات کلیدی را بر اساس شاخص بازدهی مرتب کنید، همانطور که قبلاً اشاره کردیم بالا بودن شاخص بازدهی نشانگر کلمه کلیدی مناسب تر است. شما برای افزایش بازدید سایتتان از موتورهای جستجو نیاز به کلمات کلیدی زیادی ندارید. ۵ کلمه کلیدی برتر را انتخاب کنید و به آنها رنگ سبز دهید سپس ۳۰ کلمه کلیدی مناسب بعدی را انتخاب کرده و با رنگ زرد مشخص کنید و ۶۵ کلمه کلیدی بعدی را بعنوان مکمل با رنگ قرمز متمایز کنید.



	A	B	C	D	E	F
1	#	کلمه کلیدی	Relevance	Search Volume	Competition	kEI
2	3	روبات تلگرام	1	9456	101000	885/31
3	1	ربات تلگرام	1	18956	456000	788/00
4	4	ربات های تلگرام	2	4521	21000	648/87
5	9	telegram bots	3	26459	686000	340/17
6	6	تلگرام	3	28932	944000	295/57
7	5	ربات های جک	3	2014	5000	270/41
8	10	همه ربات های تلگرام	3	5984	68000	175/53
9	7	تلگرام robot	2	1658	12000	152/72
10	8	تلگرام bot	2	589	2000	115/64
11	2	ربات تلگرام	2	6011	210000	114/71

در پایان لیست مناسبی از کلمات کلیدی دارید که رنگ سبز را بعنوان اولین انتخاب، رنگ آبی را بعنوان گزینه بعدی و رنگ قرمز را تنها در موارد خاص بکار بگیرید.

فصل چهارم

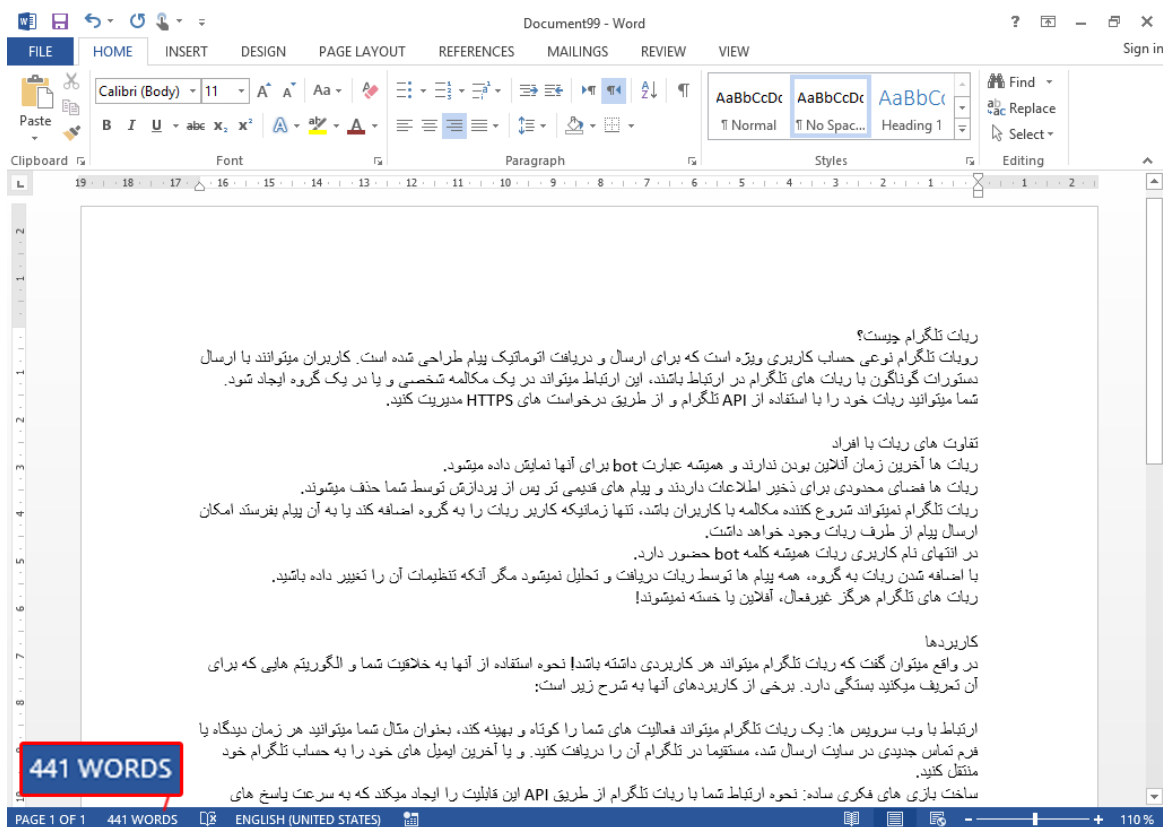
گام به گام، یک محتوای بهینه تولید کنیم

۱. تهیه محتوا

در گام اول برای یک کلمه یا عبارت کلیدی مناسب یک محتوای با کیفیت تولید می کنیم. این مطلب یا محتوا باید شامل ۳۵۰ الی ۵۰۰ کلمه باشد و مستقیماً با عبارت کلیدی مورد نظر مطابقت داشته باشد. بهترین ابزار شما برای بهینه سازی مطالب نرم افزار های word و excel می باشد. اما وبسایت هایی که از سیستم مدیریت محتوای wordpress استفاده می کنند می توانند از افزونه شرکت yoast با نام wordpress seo هم استفاده کنند. اما لطفاً به چراغ های سبز و زرد و قرمز خیلی توجه نکنید، زیرا فرآیند بهینه سازی مطالب نیازمند خلاقیت و هوش است چیزی که هنوز کامپیوترها و نرم افزارها از آن بی نصیبند.

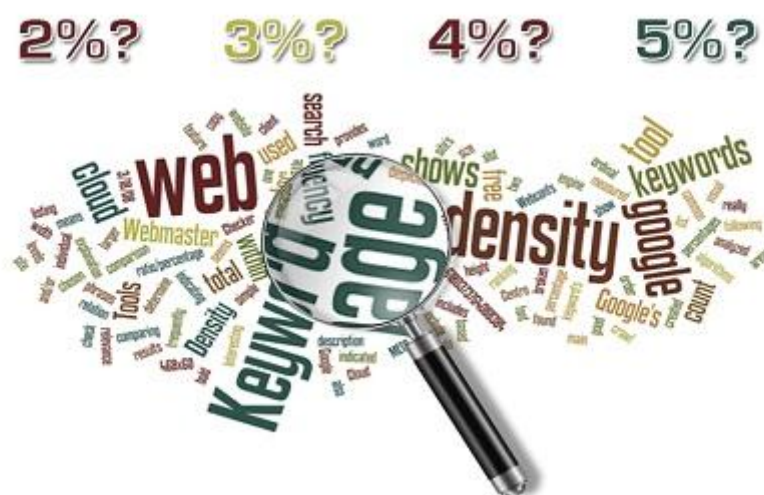
برای کنترل تعداد کلمات می توانید از نوار زیرین نرم افزار word استفاده کنید. به این نکته دقت کنید که محتوای مربوطه نباید کمتر از ۳۵۰ کلمه باشد، اما طبق تجربه شخصی متون ۴۰۰ الی ۴۵۰ کلمه ای در موتور جستجوی گوگل محبوب تر هستند.

برای مثال من محتوای نمونه زیر را انتخاب کردم.



بهتر است با توجه به آموزش های پیشین ، کلمه کلیدی مورد نظر را از بین کلمات کلیدی بررسی شده انتخاب کنیم تا آموزش سئو محتوای مورد نظر کاربردی تر و واقعی تر باشد. برای این منظور من عبارت “روبات تلگرام” را به عنوان عبارت کلیدی مورد نظرم انتخاب می کنم.

چگالی کلمه کلیدی یکی از مباحث پیچیده در سئو محتواست. به همین منظور من در این قسمت به طور کامل روش محاسبه و بهترین حالت چگال کلمه کلیدی را برای شما شرح می دهم.



چگالی کلمات کلیدی یکی از معیارهایی است که در بهینه سازی موتور جستجو جهت بررسی اینکه صفحه مورد نظر راجع به چه چیزی است استفاده می شود.

چگالی کلمات کلیدی یک صفحه، نسبت کلمات و یا عبارات کلیدی به باقی کلمات در یک صفحه وب تعریف می شود.

در موتورهای جستجوی اولیه، چگالی کلمات کلیدی به عنوان مهمترین عامل جهت مشخص کردن رتبه یک صفحه استفاده می شد. ولی در حال حاضر این معیار از اهمیت کمتری برخوردار است زیرا داشتن چگالی زیاد کلمات کلیدی باعث جریمه شدن توسط موتورهای جستجو مخصوصا گوگل خواهد شد و سایت به عنوان اسپم معرفی می شود.

نحوه محاسبه چگالی کلمات کلیدی

فرمول محاسبه چگالی کلمات کلیدی در یک صفحه جهت بهینه سازی موتور جستجو عبارت است از:

$$(Nkr / Tkn) \times 100$$

Nkr: تعداد دفعات تکرار یک کلمه کلیدی

Tkn: تعداد کل کلمات در صفحه مورد نظر

خروجی فرمول بالا چگالی کلمات کلیدی را محاسبه می نماید. برای مثال چنانچه یک کلمه کلیدی ۵ مرتبه در صفحه ای که حاوی ۱۰۰ کلمه است بکار رود، چگالی این کلمه ۵٪ می باشد. چنانچه چگالی یک کلمه بسیار پایین باشد، موتورهای جستجو اهمیت زیادی به آن نخواهند داد و اگر چگالی خیلی بالا باشد، موتورهای جستجو ممکن است سایت شما را به عنوان اسپمر در نظر بگیرند. در صورت وقوع این اتفاق، موتورهای جستجو صفحه مورد نظر را جریمه نموده و جایگاه آن صفحه در نزد موتورهای جستجو به شدت کاهش میدهند. در صورتی که کلمه کلیدی تکرار متناسبی با متن مورد نظر نداشته باشد منتظر شناسایی کلمات غیرکلیدی مانند (از، به، را، می و ...) باشید.

نحوه محاسبه چگالی عبارت کلیدی

فرمولی محاسبه چگالی عبارت کلیدی در یک صفحه جهت بهینه سازی موتور جستجو عبارت است از:

$$(Nkr \times Nwp / Tkn) \times 100$$

Nkr: تعداد دفعات تکرار یک کلمه کلیدی

Nwp: تعداد کلمات در عبارت

Tkn: تعداد کل کلمات در صفحه مورد نظر

خروجی فرمول بالا چگالی عبارت کلیدی را مشخص می نماید. به عنوان مثال اگر یک عبارت از ۳ کلمه کلیدی تشکیل شده باشد و این سه کلمه ۴ دفعه تکرار شده باشد و مجموع کل کلمات ۴۰۰ عدد باشد چگالی عبارت کلیدی برابر است با ۳ درصد.

بهترین چگالی کلمات کلیدی

درصد بهینه برای چگالی کلمات کلیدی ما بین ۱ تا ۳ درصد در هر صفحه است. نکته ای که می بایست به آن توجه نمایید این است که چگالی کلمات کلیدی تنها یکی از معیارهایی است که موتورهای جستجو جهت مشخص نمودن جایگاه یک صفحه استفاده می نمایند.

تا اینجا مطالب عمومی را بازگو کردیم با استناد به منابع داخلی و خارجی، اما برویم سراغ تجربیات شخصی.

فرمول بهینه شده چگالی کلمات یا عبارات کلیدی وبسایم برای زبان فارسی

$$(Nkr \times Nwp / (Tkn + Nlt2)) \times 100$$

Nkr: تعداد دفعات تکرار یک کلمه کلیدی

Nwp: تعداد کلمات در عبارت

Tkn: تعداد کل کلمات در صفحه مورد نظر

Nlt2: تعداد کلمات دو حرفی در صفحه مورد نظر معمولاً ۵٪ الی ۸٪ متن اصلی

بهترین چگالی کلمات کلیدی

درصد بهینه برای چگالی کلمات کلیدی در این تکنیک ۲٫۷ الی ۴٫۶ درصد در صفحه می باشد . نکته مهم در این چگالی این است که چگالی کلمات دو حرفی بر روی درصد ها محاسبه شده است و نیازی به محاسبه دوباره نیست.

چگونه چگالی عبارت کلیدی را محاسبه کنیم؟

انتخاب چگالی بین ۲,۷ الی ۴,۶ درصد بستگی مستقیم به شاخص رقابت یا Competition دارد. هر چه رقابت سخت تر باشد، میانه رو تر باشید و هرچه رقابت آسان تر بود بیشتر به عدد ۴,۶ نزدیک شوید.

من برای عبارت کلیدی مورد نظر خودمان "روبات تلگرام" چگالی ۴ را در نظر گرفته ام. از آنجایی که متن دارای ۴۴۱ کلمه است از طریق فرمول زیر تعداد عبارت کلیدی را محاسبه می کنیم.

$$0.04 \times (Tkn / Nwp) = Nkr$$

$$0.04 \times (441 / 2) = 8.82$$

محل قرار گیری کلمات کلیدی

هر چه کلمه یا عبارت کلیدی سایت شما به اوایل متن یک صفحه نزدیکتر باشد، مورد توجه بیشتر موتورهای جستجو قرار می گیرد. فرض کنید که یک صفحه وب دارید که دارای متنی با ۱۰۰۰ کاراکتر است، حال در صورتیکه بتوانید از تعداد بیشتری از کلمات کلیدی خود در ۳۰۰ کاراکتر اولیه متن استفاده نمایید بسیار سودمند تر از این خواهد بود که در اواخر متن استفاده نمایید.

کلمات کلیدی را کجا استفاده کنیم؟

یکی از اشتباهات رایج در سئو این است که اکثر مدیران سایت ها فکر می کنند که روبات های گوگل همان تصویری را در سایت می بینند که کاربران سایت ملاحظه می کنند. اما اینطور نیست. برای اینکه ببینیم که روبات گوگل بعد از مراجعه به صفحه مورد نظر با چه چیزی روبرو می شود، می توانید صفحه را در مرورگر خود باز کنید و از طریق view source ، مشاهدات روبات را بررسی کنید.

با توجه به این نکته مهم، گوگل چگالی کلمه کلیدی را تنها در فضای متن منتشر شده در سایت بررسی نمی کند. تمامی اطلاعات موجود در صفحه در فرایند تشخیص کلمه کلیدی بررسی می شود.

به زبان ساده تر، در مثال مورد بررسی کلمه کلیدی به تعداد 8.82 کلمه باید در کل صفحه در نظر گرفته شود و استفاده از این تعداد کلمه فقط در متن منتشر اشتباه خواهد بود و ممکن است گوگل شما را جریمه کند.

برای آنکه کلمه کلیدی را به صورت متناسب در بخش های با اهمیت سایت تقسیم کنیم بهتر است از روش زیر استفاده کنیم.

url – آدرس صفحه

- یک بار استفاده از کلمه کلیدی

مثال :

روبات-تلگرام/<http://websima.com>

Title – تیتتر صفحه

- یک بار استفاده از کلمه کلیدی
 - باید ۱۰ الی ۷۰ حرف باشد
- توجه کنید که در برخی سیستم های مدیریت محتوا یک یا چند کلمه به صورت اتوماتیک به تیتتر صفحه افزوده می شود (وبسیما | چگونه روبات تلگرام بسازیم؟)
- مثال :

چگونه روبات تلگرام بسازیم؟

Meta Description – توضیحات صفحه

- حداقل یک بار و حداکثر دوبار استفاده از کلمه کلیدی
 - باید ۷۰ الی ۱۶۰ حرف باشد
- مثال : ۱۰۰ حرف با احتساب کارکتر فاصله
- آموزش بهترین روش ایجاد روبات تلگرام، در این آموزش یاد میگیریم که چگونه روبات یک روبات برای تلگرام بسازیم...

H1 – سر تیتر

- یک بار استفاده از کلمه کلیدی
- از تگ سر تیتر فقط یکبار در صفحه استفاده کنید
- سعی کنید از کلمه کلیدی در ابتدای سر تیتر استفاده کنید

مثال :

روبات تلگرام چیست و چه استفاده ای دارد؟

H2 – تیتر دوم

- یک بار استفاده از کلمه کلیدی
- از تگ تیتر دوم – H2 حداکثر دو بار در صفحه استفاده کنید
- سعی کنید از کلمه کلیدی در ابتدای سر تیتر استفاده کنید

مثال :

برای ایجاد روبات تلگرام از کجا شروع کنیم؟



Content – متن

وقتی به متن اصلی مطلب می‌رسیم باید به این نکته توجه کنیم که چه تعداد از کلمات کلیدی مجاز را در قسمت های قبلی استفاده کرده ایم. کلمات باقی مانده را می‌توانیم در متن اصلی بگنجانیم. اما به این نکته توجه کنید که استفاده از تگ Alt برای تصاویر هم تعدادی از کلمات کلیدی شما را استفاده خواهد کرد، پس با توجه به این نکته برای تصاویر هم به تعداد آنها کلمه کلیدی در نظر بگیرید.

استفاده از کلمه کلیدی هدف به میزانی بیش از حد تعیین شده توسط فرمول فصل قبل، ممکن است موجب جریمه شدن صفحه شما شود. پس وسوسه نشوید. دقت کنید که به استانداردها وفادار باشید.

با رعایت این استانداردها شما می‌توانید به ایندکس شدن سریع مطالب خود بر اساس کلمه کلیدی مورد نظر مطمئن باشید، اما اینکه چه جایگاهی برای مطالب شما در نظر گرفته شود به فاکتور های بسیاری وابسته خواهد بود و رعایت این اصول نمی‌تواند تضمینی برای دستیابی به جایگاه ایده آل شما باشد.

فصل پنجم

اصول برچسب گذاری صحیح در سایت

برچسب چیست؟

دسته بندی و برچسب گذاری هر دو کاربردهای خود را در ارائه مطالب سایت یا وبلاگ دارا هستند. برای حفظ سادگی و دسترسی بهتر کاربران به مطالب سایت، پیشنهاد میشود که تعداد دسته ها را بیشتر از پنج عدد قرار ندهید. کاربران برای دسترسی به موضوع مشخصی در سایت شما از دسته ها استفاده میکنند و زیاد بودن تعداد آن میتواند موجب سردرگمی آنها شود، همچنین محدود بودن آن به نویسندگان این امکان را میدهد تا موضوع مقاله بعدی خود را براحتی انتخاب کرده و محل نمایش صحیح آن را تعیین کند. برچسب گذاری نیز با هدفی مشابه به کار میرود و ترکیب این دو میتواند راهنمای مناسبی برای کاربران در یافتن مطالب مورد نظرشان در سایت شما باشد.

برچسب ها دسته بندی های خاص و کوچک تر را برای مطالب سایت شما انجام میدهند و به محتوای هر نوشته بستگی خواهند داشت در حالیکه دسته بندی

براساس موضوع نوشته انجام میگیرد. برای ایجاد ارتباط بین مطالب در دسته های مختلف باید از برچسب گذاری استفاده کنید.

برای مثال فرض کنید که شما مطلبی در مورد فیلم “گذشته” به کارگردانی “اصغر فرهادی” نوشته اید، بطور حتم دسته بندی این مطلب چیزی مانند “نقد فیلم” یا “معرفی فیلم” خواهد بود و انتخاب عبارت “اصغر فرهادی” بعنوان دسته نمیتواند انتخاب مناسبی باشد. با این حال در دسته “اخبار سینما” شما مطلبی در مورد تقدیم جایزه اسکار به اصغر فرهادی منتشر کرده اید.

حال فرض کنید که کاربر سایت شما در حال خواندن مطلب مربوط به فیلم “گذشته” بوده و تمایل دارد که اطلاعات بیشتری در مورد کارگردان آن داشته باشد. اگر شما در هر دو مطلب ذکر شده برچسب “اصغر فرهادی” را تعریف کرده باشید کاربر میتواند براحتی و با کلیک بر روی آن تمام مطالبی که به نوعی با “اصغر فرهادی” در ارتباط است را مشاهده کند.

همین مثال را میتوانید در مورد هر زمینه کاری یا موضوع دیگری بکار ببرید. در واقع برچسب ها کلمات مهم در متن شما هستند (با کلمات کلیدی اشتباه نگیرید).

با امید به اینکه مثال بالا شما را در انتخاب برچسب برای مطالب سایت راهنمایی کرده باشد، ۴ نکته اساسی که در برچسب گذاری اهمیت ویژه دارند را در ادامه بیان خواهیم کرد:

۱. برچسب باید کوتاه باشد

یک قانون کلی در برچسب گذاری آن است که باید کوتاه باشند و در زبان فارسی بهتر است که حداکثر از سه کلمه استفاده کنید. استفاده از عبارات طولانی یا جمله روش درستی نیست. شما باید در چند عبارت کوتاه تمام موضوعاتی که به نوشته مربوط میشوند را تعیین کنید. اگر به مثال بالا برگردیم برای مطلبی در مورد نقد فیلم “گذشته” برچسب هایی مانند “اصغر فرهادی” و “فیلم گذشته” مناسب خواهند بود.

بیکودی برفی بایترون هدیه ای زیبا برای آنان که زیبایی را دوست دارند

برچسب ها: [بیکودی برفی](#)، [مسافرتی](#)، [جراتی](#)، [بایترون](#)

در تصویر بالا که مربوط به یک سایت فروشگاهی است برای هر Tag از یک کلمه استفاده شده ولی تعریف نادرست آنها در بخش مدیریت موجب شده که از یکدیگر جدا نباشند و بعنوان یک عبارت طولانی شناخته شوند!

۲. تعداد برچسب های یک نوشته کم باشد

استفاده از Tag به هدف راهنمایی کاربران در یافتن مطالب مرتبط انجام میگیرد. با زیاد کردن تعداد آنها موجب سردرگمی کاربران، زیاد شدن بیش از حد صفحات سایت و ایجاد دسته بندی هایی کم استفاده و نامناسب خواهید شد. در نظر داشته باشید که گوگل زمان مشخصی را در روز برای بررسی و ایندکس سایت شما اختصاص میدهد، زیاد بودن صفحات بی استفاده موجب نادیده گرفته شدن صفحات اصلی سایت و گمراه کردن روبات های گوگل خواهد شد.



یک نمونه اشتباه برچسب گذاری در سایت های فروشگاهی

۳. از Tag های قبلی استفاده کنید

موضوعات مورد علاقه کاربران سایت را شناسایی کنید و همان ها را بعنوان برچسب بکار ببرید. تعدادی مشخص و از پیش تعیین شده برچسب داشته باشید و در هر نوشته متناسب با محتوای آن از آنها استفاده کنید. تعریف Tag خیلی خاص و غیرعمومی برای هر مطلب کار اشتباهی است زیرا ممکن است دیگر هیچ نوشته ای مرتبط با آن نداشته باشید و یا آن Tag مورد توجه و نیاز کاربران

سایت نباشد. بطور مثال انتخاب نام یک محصول فروشگاهی بعنوان برچسب به هیچ عنوان مناسب نیست زیرا شما هرگز محصول دیگری با همان نام نخواهید داشت.

۴. به تفاوت آنها با دسته دقت کنید

نام دسته بندی های سایت را بعنوان برچسب مطالب استفاده نکنید. دسته بندی ها به تنهایی مطالب مربوط به خود را به کاربران نشان خواهند داد. قرار دادن آنها بعنوان Tag و نمایش در صفحه ای جدید با محتوای یکسان نتیجه ای جز تاثیر منفی بر سئو سایت نخواهد داشت و کاربران شما را در یافتن مطالب کمک نمی کند.

برچسب ها در حال حاضر تاثیر چندانی بر سئو سایت شما نخواهند داشت و به هدف افزایش کارایی سایت استفاده میشوند. قرار دادن کلمات کلیدی مورد نظرتان بعنوان Tag و استفاده بیش از حد از آنها تاثیری بر بهبود رتبه شما در نتایج گوگل نخواهد داشت و حتی ممکن است برای شما جریمه به همراه داشته باشد. امروزه در اینترنت با صفحاتی مواجه میشویم که در پایین مطلب تعداد بسیار زیادی برچسب مشابه را بکار میبرند و برخی از آنها رتبه مناسبی نیز در نتایج گوگل بدست آورده اند. من به شما اطمینان میدهم که رتبه کسب شده به دلیل استفاده از برچسب های زیاد و مشابه نبوده و احتمالا به دلایل دیگری مانند ضعیف بودن سایر رقبا در این جایگاه هستند. پیشنهاد میکنم که به

خوانندگان سایت خود احترام بگذارید و کارایی سایت را فدای تکنیک های نادرست سئو نکنید.

فصل ششم

تاثیر SCHEMA بر سئو

کاربرد Schema Markup در سئو

با بکارگیری Schema Markup سایت خود را برای ماشین های کند ذهن، ساده کنید.

اگرچه سالها است که نشانه گذاری schema و دستورالعمل های نظیر آن وجود داشته است اما تعداد کمی از سایت ها زحمت استفاده از آن را به خود داده اند و خوب البته تعداد خیلی اندکی هم اصلا نمی دانستند که کد نشانه گذاری schema چیست و یا اصلا برای چه از آن استفاده می کنند. اما اصلا نیازی نیست که خجالت زده باشید، من اینجا هستم تا به تک تک سوالات شما درباره schema پاسخ دهم و به شما بگویم که چرا باید در استراتژی سئو سایت به عنوان یک جزء جدایی ناپذیر استفاده شود.

SCHEMA چیست؟

Schema مجموعه ای از اطلاعات کوچک است که بیانی مشخص و از پیش تعیین شده در سایت قرار میگیرند. این روش از نشانه گذاری کار، تجزیه و تحلیل اطلاعات سایت را برای موتورهای جستجو خیلی ساده تر و موثر تر کرده و موتور های جستجو قادر خواهند بود نتایجی را که مرتبط با سوال جستجو شده کاربر باشد به نمایش بگذارند.

SCHEMA.ORG چیست؟



Schema.org در سال ۲۰۱۱ فعالیت خود را بعنوان همکار تجاری موتورهای جستجوی اصلی شامل گوگل، یاهو و بینگ آغاز کرده و وظیفه استانداردسازی زبان نشانه گذاری و یکپارچه سازی آن را برعهده دارد. دستورالعمل های موجود در این سایت برای بیشتر موتورهای جستجو قابل فهم بوده و مثال های کاربردی بسیاری در آن یافت میشود.

جالب است بدانید مهمترین هدف از راه اندازی زبان نشانه گذاری Schema جایگزینی آن با بک لینک و کاهش ارزش لینک بوده است.

چگونه از نشانه گذاری SCHEMA استفاده کنیم؟

schema نیز همانند کدهای نشانه گذاری دیگر در محتوای صفحه قرار می گیرد. عناصر schema و صفت های مرتبط با آن، به منظور جلوگیری از گردش موتور های جستجو در اطلاعات اضافی صفحه، مستقیماً در کد HTML، قرار میگیرند.



به عنوان مثال

اگر سایت شما در زمینه معرفی فیلم فعالیت میکند، راهکارهای مناسبی برای درک بهتر روبات های گوگل از سایت شما وجود دارد. با استفاده از نشانه گذاری Schema شما میتوانید مستقیماً به گوگل بفهمانید که در مورد یک فیلم صحبت میکنید! برای این کار کافیست از استانداردهای مشخص مربوط به فیلم در سایت schema.org استفاده کنید. در این مثال اطلاعات جانبی شامل نام فیلم، ژانر فیلم، آدرس آنونس فیلم و حتی نام کارگردان برای روبات های گوگل مشخص شده است.

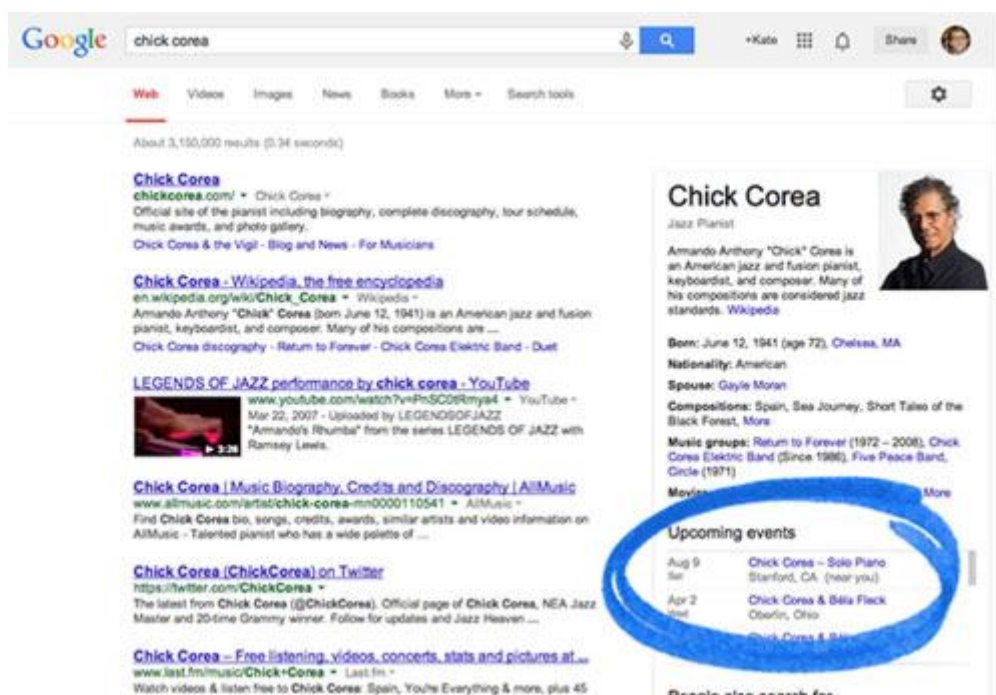
```
<div itemscope itemtype="http://schema.org/Movie">
  <h1 itemprop="name">Avatar</h1>
  <span>Director: <span itemprop="director">James Cameron</span> (born August 16, 1954)</span>
  <span itemprop="genre">Science fiction</span>
  <a href="../movies/avatar-theatrical-trailer.html" itemprop="trailer">Trailer</a>
</div>
```

اجازه دهید توجه شما را به مثال دیگری جلب کنم:

تشخیص تاریخ و زمان برای موتورهای جستجو کار مشکلی است، همه این ها به علت تفاوت در چگونگی فرمت تاریخ هاست که آیا مورد جستجو شده مربوط به حوادث گذشته است یا زمانبندی برای آینده. واقعیت این است که موتور های جستجو همانند همه کامپیوتر ها در تشخیص دادن مواردی از این قبیل کند ذهن هستند. در این مثال وارد کردن صفت Event item type مشخص می کند که این موضوع، ماجرای است که در یک زمان مشخص اتفاق افتاده است (همان طور که می بینید با استفاده از صفت start Date و datet time این کار انجام

شده است) و باعث می شود که در نتایج مرتبط با موضوع جستجو شده به نمایش گذاشته شود.

استفاده از نشانه گذاری Event برای نمایش یک رویداد بسیار مفید می باشد، گوگل در ابتدا این روش را برای خوانندگان راه اندازی کرده و هدفی جز ارائه زمان کنسرت های بعدی و یا انتشار آلبوم بعدی خوانندگان نداشته است. تصویر زیر نمونه ای از نمایش یک رویداد در نتایج گوگل می باشد.



نمایش رویداد با نشانه گذاری schema

آیا نشانه گذاری SCHEMA می تواند باعث بهبود سئو شود؟

وقتی کد html شما شامل ریز داده های schema می شود، موتور های جستجو راحت تر می توانند محتوای مطالب شما را تفسیر کنند و بنابراین این موضوع به نوبه ی خود باعث افزایش قابلیت دیده شدن سایت شما و تشخیص کلمه کلیدی اصلی توسط گوگل می شود.

لازم است بدانید که استفاده از کد نشانه گذاری schema ویا فرمت های دیگر در کد html به معنی هک در سئو نمی باشد، در عوض بکار گیری schema در سایت را به عنوان روشی برای کمک کردن به موتورهای جستجو برای به نمایش گذاشتن سایت تان در صفحه نمایش نتایج گوگل بدانید.

آیا به کارگیری SCHEMA موجب افزایش رتبه در نتایج جستجو می شود؟

خیر، تا این زمان که اینگونه نبوده است، گوگل ادعا کرده است که استفاده از نشانه گذاری schema فاکتوری برای افزایش رتبه سایت شما نمی باشد، هرچند که باعث تقویت rich snippets محتوای شما در نمایش نتیجه جستجوی موتور جستجوی گوگل می شود.

با این روش نحوه نمایش نتایج مربوط به سایت شما با سایر رقبا متفاوت خواهد بود و همین تغییر ساده (مثلا نمایش ستاره های امتیازدهی) شانس کلیک شدن

بر روی سایت شما را افزایش میدهد. بطوریکه ممکن است شما جایگاه سوم را در نتایج گوگل کسب کرده باشید ولی تعداد ورودی شما از کسی که جایگاه دوم را در همان عبارت دارد بیشتر باشد.

نشانه گذاری صفحات سایت کاری دشوار است مخصوصا اگر سایت شما دارای صدها و شاید هم هزاران صفحه باشد. نشانه گذاری باید به صورت دستی برای همه صفحات سایت وارد شود با یک عالمه کار بیشتر برای سایت های بزرگتر. البته در بسیاری از سیستم های مدیریت محتوا و با طرح ریزی صحیح ساختار صفحات میتواند این نشانه گذاری را به صورت یکباره برای تمامی محصولات و صفحات سایت انجام داد.

اما اگر تازه در شروع کار هستید و یا سایت کوچکی دارید می توانید نشانه گذاری schema را بدون هیچ زحمتی انجام دهید. هنگامی که شما کارهای نشانه گذاری را انجام دادید از ابزار Structured Data Testing Tool در گوگل جهت چک کردن اینکه همه دستورالعمل ها به درستی عمل می کنند، استفاده کنید.

آیا باید همه اطلاعات سایت خود را با SCHEMA بهینه سازی کنیم؟

خیر، اما هرچه اطلاعات بیشتری را با استفاده از کد نشانه گذاری schema بهینه سازی کنید، هدف و طبیعت محتوای سایت شما برای موتور های جستجو واضح تر می شود. همچنین به یاد داشته باشید که بهتر است نشانه گذاری schema را برای تعداد خاصی از ویژگی ها ایجاد کنید تا گوگل قبل از اینکه rich snippet

سایت شما را ساخته باشد، بتواند از این ریز اطلاعات شما استفاده کند. برای اینکه متوجه شوید که از نشانه گذاری های انجام شده چه اطلاعاتی استخراج می شود می توانید از ابزار Structure Data Testing Tool گوگل استفاده کنید.

توجه کنید که هریک از این ساختارهای موجود در سایت schema.org به منظور و کاربردی مشخص طراحی شده است و استفاده از آنها در جایی نامناسب نتیجه ای برای شما به همراه نخواهد داشت. بعنوان مثال استفاده از سیستم امتیازدهی محصولات و خدمات در بخش نظرات یک وبلاگ روش مناسبی نیست و زحمات شما نتیجه ای به همراه نخواهد داشت زیرا گوگل رتبه بندی شما را در نتایج خود نمایش نخواهد داد.

OPEN GRAPH در فیس بوک و TWITTER CARDS در توییتر

برخی از بازاریابان به اشتباه تصور می کنند که استفاده از تگ open graph همه آن چیزی است که برای دیده شدن محتوای آنها نیاز است، در صورتی که کد نشانه گذاری schema می تواند همراه با تگ های رسانه های اجتماعی همزمان به منظور دستیابی موتورهای جستجو به اطلاعات جزئی تر، استفاده شود. ب رای بهینه سازی سایت خود و افزایش شانس دیده شدن محتوای خود از کد نشانه گذاری schema همزمان با تگ های open graph استفاده کنید.

open graph صفحات سایت شما را برای فهم بهتر توسط فیسبوک نشانه گذاری میکند، این مسئله هنگامی که صفحات شما در فیسبوک به اشتراک گذاشته میشود و یا کاربر از سیستم جستجوی وب فیسبوک استفاده میکند بسیار مهم

خواهد بود. همچنین سیستم Twitter Cards برای شبکه اجتماعی توییتر و اشتراک گذاری اطلاعات مناسب در آن مورد استفاده قرار میگیرد. این دو سیستم بصورت مستقل از Schema و همزمان میتوانند مورد استفاده قرار گیرند.

زمانی که گوگل پروژه ی Schema. Org را مطرح کرد، بسیاری از وب مستران نگران این شدند که نوع اطلاعات شان که با فرمت های دیگری نشانه گذاری شده بودند با کد نشانه گذاری Schema سازگاری ندارد، گوگل به وب مستران توجه داشته و امروزه schema با فرمت RDF و فرمت های دیگر سازگاری دارد.

موتور جستجوی گوگل اعلام کرده که از هر سه روش نشانه گذاری Microdata، RDF و Microformat پشتیبانی میکند ولی برای حفظ یکپارچگی میان وبمستران و نشانه گذاری در اینترنت پیشنهاد اول آنها بکارگیری روش Microdata است.

فصل هفتم

چگونه تعداد دیدگاه در مقالات خود را افزایش دهیم؟

در سالهای اخیر بازاریابی بر اساس ایجاد محتوای با ارزش یا همان Content Marketing نقش مهمی را در بازاریابی دیجیتال ایفا کرده است و وبلاگ ها نقشی اساسی در کمک به ارتقای این نوع از بازاریابی دارند. موارد زیادی برای موفقیت یک وبلاگ وجود دارد، اما بعد از این که مراحل جستجو، جمع آوری و ساماندهی مقاله خود را سپری کردید چگونه روند موفقیت خود را ارزیابی می کنید؟ البته شما می توانید با استفاده از ابزارهای آمارگیر سایت، میزان بازدیدکنندگان را اندازه گیری کنید اما پیش بینی درست درباره میزان موفقیت شما در بخش دیدگاه و درحقیقت در میزان فعالیت کاربران وبلاگ شما نهفته است.

اهمیت فعالیت کاربران در سایت چقدر است؟

فضایی برای گفتگو

بخش نظرات در سایت، سد بین مولف و مخاطب را می شکند و باعث افزایش فعالیت کاربر می گردد، همچنین مخاطب را به طور مستقیم درگیر محتوا می کند. این کار برپایی یک مذاکره سالم و مثمرتر را ترویج می دهد. از دید خوانندگان مطالب، بخش دیدگاه به آنها اجازه به اشتراک گذاری نظراتشان و فعالیت در وبلاگ را می دهد و آنها می توانند سوالات خود را در رابطه با موضوعاتی که با جستجو در گوگل به نتیجه نرسیده اند، مطرح کنند.

خلاصه اینکه، فعالیت کاربران در وبلاگ، صحبت تک نفره وبلاگ نویس را به یک مذاکره چند نفره تبدیل می کند و در نتیجه باعث افزایش فعالیت کاربران می شود.

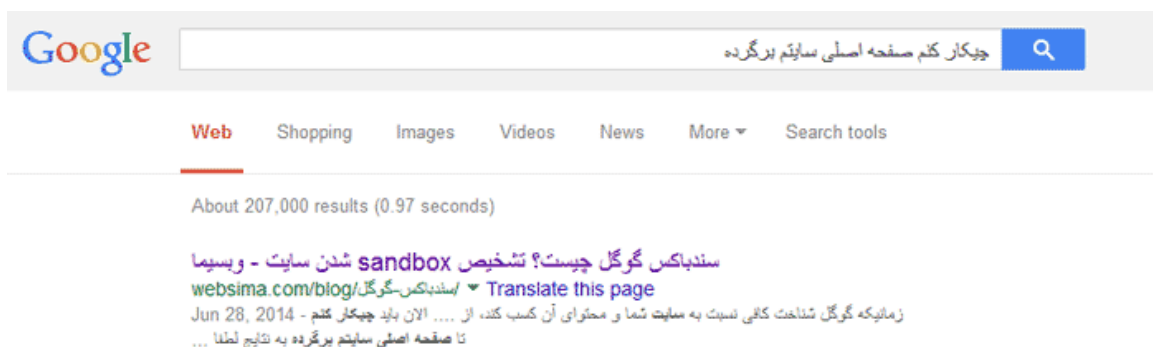
تاثیر تعداد دیدگاه بر سئو

در حال حاضر سندی در رابطه با تاثیر فعالیت کاربران در بهبود روند سئو وجود ندارد. هرچند اینطور به نظر می رسد که گوگل فعالیت سالم کاربران در سایت را در نظر می گیرد و ارسال دیدگاه تاثیر کوچکی در بهبود سئو سایت شما دارد. هنگامی که یک وبلاگ دارای تعداد زیادی دیدگاه از طرف افرادی است که پروفایل آنها در شبکه های اجتماعی تصدیق شده است، این خود دلیل محکمی

است که وبلاگ، محتوای با ارزشی دارد و سزاوار کسب رتبه ای بالا در رتبه بندی گوگل است. علاوه بر آن ارسال هر دیدگاه جدید در صفحه شما موجب یک آپدیت یا بروزرسانی در محتوا میگردد که تازگی و طراوت مطالب شما از دید گوگل را تضمین میکند.

افزایش چگالی کلمات کلیدی

کلمات و عبارات کلیدی به کار رفته در دیدگاه ها می توانند رتبه شما را در آن کلمات کلیدی به کار رفته افزایش دهد، حتی اگر آن عبارت کلیدی در خود متن به کار نرفته باشد. به مثال زیر توجه کنید:



این صفحه از سایت به دلیل کلمات کلیدی که در دیدگاه ها به کار رفته و اصلا در خود متن نبوده رتبه گرفته است، بخش پررنگ شده نشانگر کلمه کلیدی ایجاد شده در بخش دیدگاه ها است.

افزایش اعتبار سایت و نویسنده

فعالیت کاربران در سایت باعث افزایش تعامل آنها با شما می شود و در واقع رونق یافتن دیدگاه گذاری در وبلاگ شما باعث می شود که شما صمیمی، با هوش و قابل احترام نشان داده شوید و افزایش فعالیت کاربران، دیگران را ترغیب به ملحق شدن به گروه شما می کند.

حال شما می دانید که چرا افزایش فعالیت کاربران باعث بهبود روند موفقیت شما می شود، بنابراین اجازه دهید به این موضوع که چگونه باعث افزایش فعالیت کاربران شویم بپردازیم.



۱۰ توصیه برای افزایش فعالیت کاربران در بخش نظرات

۱. وضعیت سئو سایت را بهبود دهید

به منظور فعالیت کاربران در وب سایت ابتدا کاربران باید قادر باشند تا وبلاگ شما را بیابند. مطمئن شوید که مطالب شما در ایندکس گوگل قرار گرفته است و تمام فاکتور های رتبه گیری را رعایت کرده اید. به منظور فراگیری بیشتر در باره ی روش های بهبود رتبه وبلاگ، مقاله های موجود در بخش آموزش سئو مطالب وبسیتما را بدقت مطالعه فرمایید.

علاوه بر آن شما می بایست وبلاگ خود را در شبکه های اجتماعی نیز ارتقاء دهید زیرا به طور حتم مخاطبان شما شبکه های اجتماعی را به خوبی درک می کنند. معرفی محصولات شما به افراد مرتبط با موضوع تان باعث می شود تا دیدگاه های مثمرترم زیادی دریافت کنید.

۲. تنظیمات بخش دیدگاه وبلاگ خود را بررسی کنید

اگر شما از وردپرس، بلاگر ویا هر cms دیگری استفاده می کنید مطمئن شوید که تنظیمات شما به کاربران اجازه ارسال دیدگاه می دهد. تصویر زیر نمونه ای از تنظیمات بخش نظرات در ورد پرس را نمایش می دهد.

☐ کوشش برای آگاه کردن همه ی وبلاگ‌هایی که پیوندشان در این نوشته است ☒ پذیرفتن بازتاب از دیگران (بازتاب فرستادن) ☒ اجازه ی گذاشتن دیدگاه برای نوشته‌های جدید (این گزینه‌ها ممکن است برای نوشته‌های یکتا لغو شود).	گزینه‌های پیش‌فرض نوشته
☒ نویسنده ی دیدگاه باید نام و نشانی ایمیل خود را بنویسد ☐ کاربران باید نام‌نویسی کرده باشند و وارد شده باشند تا بتوانند دیدگاهشان را بنویسند ☐ بستن دیدگاه‌ها در نوشته‌های قدیمی‌تر از ۱۴ روز به‌صورت خودکار ☒ فعال‌کردن دیدگاه‌های تودرتو با عمق ۵ دیدگاه ☐ صفحه‌بندی دیدگاه‌ها با ۵۰ دیدگاه در هر صفحه و آخرین صفحه به‌صورت پیش‌فرض نشان داده‌شود. ☐ نمایش دیدگاه‌های کهنه‌تر در هر صفحه	دیگر تنظیمات دیدگاه‌ها
☒ کسی دیدگاهی نوشته است ☒ دیدگاهی نیازمند بررسی است	برایم نامه بفرستید هرگاه
☐ دیدگاه‌ها باید به صورت دستی تایید شوند. ☒ نویسنده باید یک دیدگاه پذیرفته شده داشته باشد	پیش از این‌که دیدگاهی نمایان شود

تنظیمات ارسال دیدگاه در وردپرس

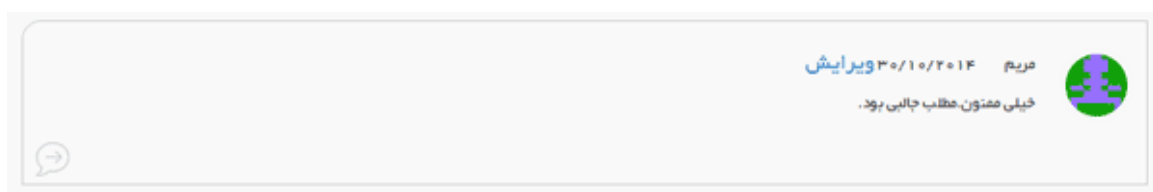
در تصویر بالا ما با انجام تنظیمات به کاربران سایت اجازه ارسال دیدگاه می‌دهیم و شرکت در گفتگو را برای افراد ساده می‌کنیم، اما احتیاجی به فعال کردن گزینه‌هایی مبنی بر رجیستر کردن و لاگ این کردن نمی‌باشد. درخواست اطلاعات اضافی و شخصی از کاربران هنگام ارسال دیدگاه موجب کاهش تعداد نظرات ارسالی در سایت خواهد شد.

بعضی وبلاگ‌ها همچون بلاگسیما از ابزار CAPTCHA برای تصدیق اینکه کاربر انسان است و نه ماشین استفاده می‌کنند، هرچند که این کار همیشه توصیه نمی‌شود چرا که ممکن است کاربر حوصله و صبر کافی برای وارد کردن اعداد و حروف نا مشخص را نداشته باشد، بنابراین CAPTCHA و ابزار تصدیقی از این

قبیل ممکن است خوانندگان واقعی را دور کند. اگر به استفاده از این روش اصرار دارید حتما از نمونه های ساده تر مانند جمع یا ضرب دو عدد استفاده کنید.

۳. بخش نظرات وبلاگ خود را مدیریت کنید

مهم است که دیدگاه ها مدیریت شوند در غیر اینصورت اسپم ها با لینک های نامرتب در وبلاگ شما قرار می گیرند و اگر اینگونه دیدگاه ها بدون مدیریت باقی بمانند ممکن است مخاطبان واقعی شما را آزرده کنند. دیدگاه زیر نمونه ای از یک اسپم است که در دید اول ممکن است یک دیدگاه واقعی به نظر برسد اما نکته اینجا است که دیدگاه ارسالی ربطی با موضوع مورد نظر نداشته است و هیچ ارزشی برای خوانندگان مقاله نخواهد داشت، بنابراین فوراً آن را پاک می کنیم.



نمونه دیدگاه نامناسب

بسته به میزان بازدیدکنندگان سایت خود، دیدگاه ها را هفته به هفته یا ماهیانه بررسی کنید و مطمئن شوید که دیدگاه های اسپم و لینک های نامرتب را بدون هیچ تاخیری از صفحه وبلاگ خود پاک کرده اید.

۴. اجازه انتشار لینک های واقعی را بدهید

گاهی اوقات ممکن است دیدگاه گذاران حقیقی لینکی مرتبط در سایت شما قرار دهند، آیا این گونه لینک ها بر اعتبار سایت شما هم تاثیری دارد؟ بله، آیا می بایست اجازه انتشار اینگونه لینک ها را در وبلاگ خود بدهیم؟ بله

لینکی مرتبط با موضوع شما و مفید برای خوانندگان شما تاثیر کوچکی بر روی اعتبار سایت شما دارد، با برداشتن اینگونه لینک ها از روی صفحه وبلاگ خود، کاربر را از دیدگاه گذاری های مجدد دلسرد می کنید. اگر بر ثابت نگه داشتن اعتبار سایت خود خیلی حساس هستید می توانید لینک هایی که در سایت شما قرار می گیرد را نوفالو کنید. برای کسب اطلاعات بیشتر به مقاله معرفی نوفالو و دلایل استفاده از آن مراجعه کنید.

مثال زیر یک دیدگاه با لینک مرتبط با موضوع است که ما آن را دست نخورده نگه داشته ایم.

محسن ۲۴/۱۰/۲۰۱۴ ویرایش



با سلام، مقالات شما واقعا بی عیب و نقص هستند، من نیاز به آموزشی پیرامون تغییر دامنه سایت بدون از دست رفتن اینکس ها داشتم. همکار تون آقا مسعود یک ادمین گذاشته بودن اما فکر کنم مشکل داشت، کد ریدایرکت ۳۰۱ که ایشون گذاشتن کد زیر هستش که با این کد توی گوگل ویستر هم تغییر آدرس دادم. اما این کد فقط دامنه اصلی رو ریدایرکت می کنه و پست ها رو انتقال نمیده، ضمن اینکه تمامی محتوایت فایل htaccess بنده فقط . و فقط کد زیر هستش این هم لینک مطلب ایشون <http://admin.ir/complete-guide-to-change-site-domain> کد این سایت ایا درست هستش؟ چرا پس فقط دامین رو ریدایرکت می کنه و مثلا `site1.com/post1` رو به `site1.com/post1` ریدایرکت نمی کنه

قرار دادن لینک در دیدگاه

۵. از مخاطبان خود درخواست کنید نظرات خود را بیان کنند

از کاربران بخواهید تا دیدگاه خود را ارسال کنند و از اینکه مستقیماً از آنها بخواهید که نظرات و بازخوردها را برای شما ارسال کنند، مضطرب و شرمند نباشید.

وبلاگ مکانی برای به اشتراک گذاری دانسته های افراد است اما شما باید کاربران را تشویق به اشتراک گذاری دانسته هایشان کنید. ممکن است شما خود فردی خبره باشید اما با روی گشاده رفتار کنید تا کاربران شما را قابل نزدیک شدن و دستیافتنی ببینند. برای مثال شما متنی مبنی بر ده روش برای افزایش فعالیت کاربران در سایت می نویسید، ممکن است شما هر توصیه ای را که برای افزایش فعالیت کاربران لازم است را ارائه کرده باشید اما فروتن باشید و از آنان بخواهید تجربیاتشان و همچنین اگر مطالب بیشتری به ذهن شان می رسد با شما در میان بگذارند.

آیا شما تجربیاتی مشابه داشته اید؟ یا با مواردی از این دست هنگام جستجو در گوگل برخورد کرده اید؟ نظرات خود در مورد مرغ مگس خوار و الگوریتم های جدید گوگل را در همین صفحه بیان کنید تا به بحث و بررسی آنها بنشینیم.

نمونه درخواست ارسال نظرات از کاربران

شما می توانید نحوه درخواست ما را از کاربران سایت وبسایم جهت دیدگاه گذاری که در آخر هر مقاله وجود دارد مشاهده کنید، همچنین در اینجا به چند توصیه برای درخواست از فعالیت کاربران اشاره شده است:

- می توانید با سوال شروع کنید (به نظر شما عداد دیدگاه یک مقاله بر سئوی آن تاثیرگذار است؟)
- لحن بیانتان دوستانه و متواضع باشد
- درخواست خود را در آخر هر پست قرار دهید و با ضخیم کردن متن آن، نوشته تان را در چشم قرار دهید.
- سوالات خود را بر اساس موضوع مقاله و خوانندگان آن طراحی کنید.
- سوالات تان ساده و مختصر باشد.
- به دیدگاه ها ی ارسال شده پاسخ دهید

این بخش در ادامه مبحث مدیریت دیدگاه ها قرار دارد. زمانی که شما به مدیریت دیدگاه ها می پردازید، زمانی را هم برای پاسخ گویی به نظرات، سوالات و بازخوردهای مخاطبانتان اختصاص دهید. اگر مخاطبان شما بدانند که پاسخ دیدگاه هایی را که ارسال می کنند دریافت خواهند کرد به انتشار افکارشان در وبلاگ شما ادامه می دهند.

به عنوان یک متخصص، این وظیفه شما است که به سوالات پاسخ دهید، اگر پاسخ سوال در یکی دیگر از پست های شما قرار دارد لینک آن را بین

مخاطبانان به اشتراک بگذارید. دیدگاه ها به شما اجازه می دهند تا در بحث ها شرکت کنید و اطلاعات بیشتری در اختیار مخاطبانان بگذارید. سعی کنید پاسخ های شما بطور کامل پاسخ گوی سوالات کاربران باشد و از پاسخ های کوتاه و سطحی پرهیز کنید، شما در مقابل مطالب ارسالی خود مسئول هستید. تصویر زیر نمونه ای از پاسخ به دیدگاه های ارسال شده است.

زمانی که یک بازخورد مثبت از مخاطب خود دریافت می کنید از مخاطب خود قدردانی کنید، فرض کنید که او زمانی را صرف کرده و برای شما دیدگاه ارسال کرده است و شما در پاسخ فقط بخواهید که آن را بخوانید و از آن بگذرید، این کار منصفانه نیست پس پاسخ کاربر را بدهید و بخاطر دیدگاهش از او تشکر کنید.



پاسخ گویی به نظرات مثبت کاربران

در مورد بازخوردهای منفی کمی نمک وارد قضیه کنید و در پاسخ به انتقاد کاربران از حس شوخ طبعی استفاده کنید و پاسخ آنها را با نیش و کنایه و یا گستاخانه ندهید، چرا که هر فردی اجازه دارد نظر خود را بگوید و اگر کسی ایراد مقاله تان را به شما گوش زد کرد دوباره آن را چک کنید و از کاربری که اشتباه شما را به شما یادآوری کرده به خاطر توجهش تشکر کنید.

نحوه پاسخ گویی شما به کاربران در حسی که به شما پیدا می کنند تاثیر گذار است و حتی نحوه پاسخ گویی شما مشخص می کند که آیا آنان باز هم به سایت شما مراجعه می کنند یا خیر.

۶. یک مکالمه به منظور افزایش فعالیت کاربران آغاز کنید

اغلب دیدگاه ها یک و یا حداکثر دو پاسخ گویی دارند، اما اگر می خواهید که مخاطبانان تشویق به دیدگاه گذاری شوند یک مکالمه را با آنها آغاز کنید و یک موضوع در دیدگاه هایتان به راه بیندازید.



داغ کردن بحث در نظرات وبلاگ

همانطور که با دوستانتان به تعامل می پردازید، در پاسخ گویی به دیدگاه های ارسالی تان نیز رفتار کنید. زمانی که پاسخ کاربر خود را می دهید، در پایان پاسخ خود، از او سوالی مرتبط با موضوع مورد بحث خود بپرسید تا به احتمال ادامه فعالیت کاربر افزوده شود. همچنین امکان دارد که شانسی داشته باشید و کاربران دیگر هم پاسخی برای سوالات شما داشته باشند و در بحث شما شرکت کنند.

۷. به کاربران فعال در ماه جوایزی اهدا کنید

اگر از تعداد دیدگاه های ارسالی در وبلاگ خود رضایت ندارید، به کاربران خود جهت دیدگاه گذاری انگیزه دهید. برخی از وبلاگ نویسان کاربرانی که بیشترین دیدگاه را ارسال می کنند را انتخاب می کنند و برای آنها جوایزی برای قدر دانی در نظر می گیرند

اگر شما امکان هدیه دادن را ندارید، می توانید بایک تشکر از آنها در سایت و یا شبکه اجتماعی تان حمایت کنید. اگر آنها از توییتر استفاده می کنند، شما هم می توانید از همان شبکه اجتماعی برای تشکر از آنها استفاده کنید. قدر دانی کردن از کاربران سایت به طور منظم، آنها را ترغیب به ارسال دیدگاه های بیشتر می کند.

۸. دوستان و همکارانتان را نیز درگیر ارسال دیدگاه کنید

گرفتن اولین دیدگاه سخت ترین بخش کار است، خواننده مقاله شما ممکن است واقعا از آن لذت برده باشد و امکان دارد نظرات زیادی برای به اشتراک گذاری آن با شما داشته باشد اما به دلیل اینکه هنوز کسی دیدگاهی برای مقاله مورد نظر ارسال نکرده است ممکن است برای ارسال دیدگاه خود دست نگه دارد! چراکه که این یک عارضه ی همگانی است که هیچ کس نمی خواهد اولین نفر باشد.

برای رفع این مشکل از دوستان و یا همکاران خود بخواهید که پست شما را بخوانند و نظری مرتبط با موضوع ارسال کنند تا یخ خوانندگانی که تمایل دارند در رابطه با موضوع صحبتی داشته باشند آب شود.

۹. گزینه ای با عنوان عضویت در خبرنامه قرار دهید

و در آخر گزینه ای با عنوان عضویت در خبر نامه اضافه کنید و آن را در مکانی برجسته و قابل دید قرار دهید.

در اینصورت حتی کسانی که تا به حال برای مقالات شما دیدگاهی ارسال نکرده اند، از مقالات جدید شما باخبر می شوند و آنها را می خوانند و ممکن است شانس برای دیدگاه گذاری اینگونه افراد در مقالات جدید خود داشته باشید و این خود باعث افزایش فعالیت کاربران سایت شما می شود. برای ایجاد انگیزه در افراد برای عضویت در خبر نامه شما می توانید به آنها امکاناتی مانند ویدئو های

آموزشی و کتاب الکترونیکی پس از عضویت شان در خبرنامه را بدهید؛ به یاد داشته باشید که وبلاگ مکانی برای اطلاعات دادن و اطلاعات گرفتن است.

عضویت در خبرنامه وبسима

مهم است که به خاطر داشته باشید که عدم فعالیت کاربران در سایت به معنی این نیست که آنان قدردان زحمات شما نبوده اند و یا اصلاً مقاله ی شما را نخوانده اند. شما فقط نیاز دارید که سایت خود را آماده ی پذیرا بودن برای کاربران خود و راحتی در تعامل کنید که در زیر به ذکر چند ابزار کمک کننده برای افزایش فعالیت کاربران در سایت پرداخته شده است.

۱۰. ابزارهای ارسال دیدگاه در سایت یا وبلاگ

ابزارهای زیر مکملی برای افزایش فعالیت کاربران در سایت هستند:

• ارسال دیدگاه با CommentLuv

CommentLuv یک افزونه ی وردپرس است که امکان لینک dofollow را به کاربر می دهد. شما می توانید تنظیماتی مبنی براینکه چه زمانی لینک dofollow شود انجام دهید، برای مثال بعد از پنجمین ارسال دیدگاه از یک

شخص. علاوه بر آن اگر کاربر CommentLuv را در وبلاگ خود نصب کرده باشد: دیدگاه او لینک می شود به آخرین مقاله در سایت خودش که این به نوبه خود انگیزه ای برای دیدگاه گذاری کاربران می شود چراکه می دانند بعد از هر دیدگاه گذاری از کاربران سایت او را بازدید خواهند کرد. این افزونه جهت فیلتر کردن دیدگاه های اسپم نیز کاربرد دارد. در حال حاضر نسخه رایگان افزونه CommentLuv در مخزن وردپرس موجود است.

• ارسال دیدگاه با Disqus

Disqus بروی اغلب انواع وب سایت ها کار می کند و تنظیمات آن اجازه ی انتقال دیدگاه ها به یک سیستم یکپارچه را می دهد. همچنین Disqus امکان ارسال ایمیل برای شما در صورتی که کاربری برای شما دیدگاهی ارسال کرده باشد و یا پاسخ دیدگاه شما را داده باشد را نیز فراهم می کند و این ابزار شما را از طریق ایمیل با خبر می سازد. Disqus به شما امکان دسترسی مستقیم به رسانه اجتماعی را می دهد. ابزارهای دیدگاه گذاری زیادی وجود دارد که معروف ترین آنها شامل Livefyre, IntenseDebate و Facebook's Comment Plugin می باشند.

با انجام این ۱۰ مرحله، شما بدون شک افزایش فعالیت کاربران در سایت خود را مشاهده می کنید، هرچند من اطمینان دارم که شما بر اساس تجربیات خود

ممکن است راه های بیشتری را پیشنهاد دهید و باعث خوشحالی ام می شود که از پیشنهادهای شما با خبر شوم.



کتابهای دیگر من

کتاب بک لینک سازی جلد 1

■ اگر شما تا قبل از این از بک لینک سازی استفاده نکرده اید و یا برای مدت زمان کوتاهی از آن استفاده کرده اید، اطمینان دارم که نکات مفیدی از این کتاب خواهید آموخت. تاثیر سئو و بک لینک سازی در هر زمانی متفاوت بوده است، اما امروز ایجاد یک بک لینک با کیفیت بیش از هر زمان دیگری اهمیت دارد.



بیش از **30.000** دانلود

کتاب آموزش وبمستر گوگل

■ آموزش های وبمستر گوگل در 6 فصل و 82 صفحه ارائه شده است. بیان کتاب بسیار ساده و روان بوده و مطالعه بخش های مختلف آن زمان زیادی از شما نخواهد گرفت. کل محتویات کتاب را میتوانید در یک بعدازظهر بخوانید ولی برای اجرای دقیق و یادگیری تکمیلی مسلماً نیاز به تمرین و تجربه خواهید داشت.



بیش از **20.000** دانلود



WEBSIMA.
CREATIVE AGENCY
آژانس خلاقیت وب سیمما

www.WEBSIMA.com
2201 9286 - 2201 5851

طراحی سایت و بازاریابی آنلاین

