



منظور از کلمات کلیدی چیست :

کلمات مهمی که نشانگر موضوع محتوا شما هستند .
در دید سئو کلماتی که جستجوگران استفاده می کنند کلمات کلیدی محسوب می شوند .

چرا کلمات کلیدی مهم است ؟

برای جذب ترافیک و رتبه بالا از گوگل باید بتواند محتوایی در اختیار مخاطب بگذارید که او را جذب کند و نیاز او را برطرف کند . برای برطرف کردن نیاز باید در ابتدا نیاز را شناسایی کنید و کلمات کلیدی حکم نیاز مخاطب ما را دارند.



موارد قابل توجه در انتخاب کلمات کلیدی

بهتر است زمانی که قصد داریم کلمات کلیدی مورد نظر یک صفحه را تعیین می کنیم به موارد زیر توجه داشته باشیم :

۱- میزان سختی کلمه یا کلمات کلیدی مورد نظر

۲- تناسب کلمات کلیدی مورد نظر با محتوای صفحه و زمینه فعالیت موضوعی سایت

۳- توجه به میزان بازخورد مثبت کلیدی مورد نظر

هر قدر سطح سختی کلمات کلیدی بالا می رود امکان کسب رتبه بالاتر در نتایج جستجوی گوگل کمتر می شود .

برای مثال میزان درجه سختی کلمه برندینگ در مقایسه با عبارت وب برندینگ بالاتر است .



- کلیدواژه اصلی خود را در عنوان قرار دهید.

- در صورت امکان کلمه کلیدی خود را اضافه کنید.

- استفاده از کلیدواژه ها در سراسر متن :

هر محتوای سئو شده ای باید بیش از یک کلمه کلیدی را مورد هدف قرار داد. این به این دلیل است که مردم از کلمات یا عبارات مختلفی برای پرسیدن ایم سوال استفاده می کنند ، استفاده از کلیدواژه اصل و کلیدواژه های فرعی و مرتبط در بدنه متن و هدینگ ها و عنوان ها به بهینه سازی بهتر محتوای شما کمک زیادی می کند .

- ابتدا چند جمله اول محتوای خود را واقعا کوتاه کنید :

تحقیقات نشان می دهد که مردم ترجیح می دهند جملات کوتاه بخوانند . خوانندگان همچنین بلوک های گسترده ای از متن را که از یک انتهای صفحه به انتهای دیگر پخش می شوند دوست ندارند .

- مقدار زیادی چند رسانه ای به محتوای خود اضافه کنید : از ویدئو، صداها ، نمودارها و اینفوگرافیک ها استفاده کنید .

این کار باعث می شود فردی که حوصله خواندن ندارد ویوئو ببیند و یا پادکست شما را گوش دهد که تمام اینها بر جذب کمک میکند .



- از کلمه کلیدی خود در ۱۰۰ کلمه اول متن استفاده کنید . زیرا هر چه کلمه بالاتر و زودتر ذکر شود گوگل آن محتوا را بیشتر برای عبارت ثبت میکند .
- از محتوای نوشته شده برای لینک دهی به سایر مطالب خود استفاده کنید که باعث رشد تمام مطالب خود و بالا بردن رنک خود شوید.



بهترین راه حل ، تولید محتوای منحصر به فرد ، جدید و بهبود کیفیت محتوای منتشر شده :

- میزان ماندگاری در سایت :

پاسخگویی به نیاز بازدیدکننده

تقسیم بندی متن

استفاده از تصاویر

استفاده از ویدئو و صوت

نظرسنجی و توجه به بازخوردها

فعال بودن بخش نظرات

- میزان گردش در سایت :

پرهیز از پراکندگی موضوعی

استفاده از پربازدیدترین متن ها

استفاده از منوهای مناسب

- میزان فرار از سایت :

عدم استفاده از عنوان های فریب دهنده

جذب بازدیدکننده در چند ثانیه اول



سئو چیست ؟

سئو مخفف Search Engine Optimization به یک وب سایت کمک می کند از موتورهای جستجو مانند گوگل ترافیک و بازدید رایگان دریافت کند .

هدف اصلی سئو افزایش ترافیک وب سایت به صورت رایگان و از طریق موتورهای جستجو است .

چرا باید به سئو اهمیت بدهیم؟

طبق آمار روزانه بیش از ۴.۶ میلیارد جستجو در گوگل و سایر موتورهای جستجو انجام می شود و افراد ، سوال ها و نیازهای اطلاعاتی و تجاری خود را از این طریق برآورده می کنند .



Ranking : رتبه بندی

به طور کلی ۵ مرحله برای رتبه بندی وجود دارد :

مرحله ۱: طبقه بندی

در این مرحله گوگل در نظر میگیرد این عبارت جستجو شده در چه دسته بندی است .

مرحله ۲: زمینه

در این مرحله به بررسی فرد جستجو کننده می پردازد به طور مثال پارامترهایی همچون : محل ، زمان ، آیا پرس و جو یک سوال است ؟ و ... می پردازد .

مرحله ۳: وزنه ها

در این مرحله با استفاده از الگوریتم هایی همچون Rank Brain بررسی می کند سیگنال های کدام وبسایت قوی تر است و بار بیشتری دارد .

مرحله ۴ : چیدمان

در این بخش گوگل نتایج را بر اساس جایگشت های مختلف که ممکن است هدف کاربر را محقق کند میچیند .

مرحله ۵: رتبه بندی



رتبه بندی :

فاکتورهای رتبه بندی عواملی هستند که توسط موتورهای جستجو برای ارائه نتایج بهتر به کاربران شناخته شده اند و برای رتبه بندی نتایج استفاده می شوند. الگوریتم های گوگل مسئول تطبیق فاکتورهای رتبه بندی با نتایج جستجو و جستجوی کاربران هستند.

۱- فاکتورهای داخل سایت (ارتباط) :

مهم ترین فاکتورهای گوگل مربوط به فاکتورهای داخل سایت هستند. در وهله اول گوگل باید متوجه شود کدام اطلاعات ایندکس شده، بیشترین ارتباط را با جستجوی کاربر دارد. مثلا اگر کاربری عبارت هرزگان را در گوگل سرچ کند گوگل نمی تواند به او نتایج مربوط به تهران را نشان دهد.

۲- فاکتورهای خارج سایت (اعتبار):

بعد از اینکه گوگل متوجه ارتباط صفحه با نتایج جستجو شد، حالا اعتبار صفحه را مورد سنجش قرار می دهد.

۳- فاکتورهای تجربه کاربری (تجربه جستجو) :

فاکتورهای تجربه کاربری در بعضی اوقات مهم تر از فاکتورهای اعتبار سایت هستند و در بعضی اوقات اهمیت کمتری دارند. اما در هر صورت گوگل با استفاده از سیگنال های قابل سنجش متوجه می شود کاربر تا چه حد از محتوای صفحه لذت برده است.



عملکرد موتورهای جستجو شامل چهار مرحله است :

۱- Crawing (خزیدن): مشاهده و بررسی صفحات وبسایت ها که اصطحاحا به آن کراولینگ یا خزیدن می گویند .

۲- Indexing (فهرست کردن) : فهرست کردن صفحات مشاهده شده

۳- Ranking (رتبه بندی کردن): رتبه بندی نتایج بر اساس کلمه کلیدی وارد شده توسط کاربر

۴- SERP : نمایش نتایج به کاربر



SERP چیست :

SERP مخفف Search Engine Result Page به معنای صفحه نتایج موتور جستجو است و شامل اینک وب سایت ها ، تصاویر ، ویدیوها و قطعات اطلاعاتی دیگر است .

انواع سئو و کاربرد آنها

سئو داخلی :

شامل تمام فاکتورهایی است که از منظر تکنیکی ، فنی و محتوایی و بر اساس استاندارد تعیین شده بر روی وب سایت شما اجرا می شود . رعایت این نکات در خصوص بهینه سازی سایت داخلی ضروری است و باعث بهبود عملکرد وب سایت و افزایش رتبه شما در گوگل می شود . در بیشتر موارد این به **معنای محتوا** است .



سئو داخلی چیست ؟





سئو خارجی

به تاکتیک هایی اشاره دارد که خارج از وب سایت شما برای کسب رتبه های بالاتر در نتایج جستجو انجام می شود و به ایجاد اعتماد ، اعتبار و اقتدار کمک می کند .





سئو فنی

مجموعه عملیات هایی که در زمینه فنی به شما کمک می کند تا سایت شما برای خزنده های وب آماده تر و مناسب تر باشد .

در این مدل ، شما از دید انسان وبسایت خود را بررسی میکنید و بر اساس سلايق و علاقه مخاطب وبسایت را تولید میکنید .

چند نمونه نکات مورد علاقه چشم انسان

- طراحی رسپانسیو مناسب
- طراحی تجربه کاربری مناسب
- استفاده از عناوین و عبارات امکان سوال برای مخاطب
- نوشتن پست های کوتاه و مفید



سئو فنی : تاثیر فرم جستجو بر سئو

استفاده به جا از فرم های جستجو موجب بهبود تجربه کاربری و در نتیجه افزایش زمان ماندن فرد در سایت می شود.

UPL Error یا خطای ۴۰۴ :

خطای ۴۰۴ زمانی رخ می دهد که کاربر یا خزنده جستجو سعی میکند به صفحه ای دسترسی پیدا کند که به نظر می رسد در یک دامنه وجود ندارد.

۱- یک صفحه بدون تغییر مسیر از وب سایت شما حذف می شود.

۲- شخصی با تایپ URL صفحه در نوار آدرس مرورگر خود اشتباه می کند.

وب سایت دیگری به یک URL نادرست پیوند می دهد .



نکاتی که باید در ایجاد محتوای پربازدید در نظر گرفته شود :

- ۱- پیش از شروع به نوشتن به نیاز مخاطب فکر کنید.
- ۲- کیفیت را فدای کمیت نکنید.
- ۳- استانداردهای گوگل برای درک محتوای صفحات را بشناسید .
- ۴- از عبارات کلیدی متنوع و عبارات توصیفی استفاده کنید .
- ۵- نرخ پرش را کاهش و زمان حضور کاربر در سایت را افزایش دهید .
- ۶- از نظرات کاربران و پرسش و پاسخ بهره بگیرید .



وبومتریکس :

وبومتریک یک نوع رتبه بندی وب سایت های دانشگاهی می باشد که به منظور در دسترس قرار گرفتن محتوای علمی و درسی دانشگاه ها در اینترنت و برای همه ایجاد شده است.

شاخص های وبومتریک اهدافی مانند نشان دادن میزان توجه موسسات و دانشگاه ها به نشر اینترنتی و... را دنبال می کنند



شاخص های وبومتریک بر پایه ۴ شاخه موسسات علمی دنیا نشان می دهد که عبارتند از :

- شاخص IMPACT : این شاخص تعداد لینک های ورودی یا برگشتی (backlink) شناسایی شده توسط موتورهای جستجوگر Majestic SEO و ahrefs را بررسی می کند. این شاخص ضریب تاثیر ۵۰ درصدی را در رتبه بندی دارد.
- شاخص PRESENCE : این شاخص تعداد صفحات ایندکس شده از وبسایت را که توسط موتور جستجوگر Google (شامل همه ساب دامین ها) شناسایی شده اند را مورد بررسی قرار می دهد و ضریب تاثیر ۵ درصدی را نیز دارد.
- شاخص OPENNESS : مجموع ارجاعات مقالات ۹ استاد برتر دانشگاه بر اساس پروفایل Google Scholar را مورد بررسی قرار می دهد که این شاخص هم ضریب تاثیر ۱۰ درصدی را به همراه دارد.
- شاخص EXCELLENCE : این شاخص نیز تعداد مقالات دانشگاهی که بیشترین ارجاع را داشته اند را در بین سال های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ بر اساس Scimago مورد بررسی قرار می دهند. این شاخص از ضریب تاثیر بالایی برخوردار است که ۳۵ درصد می باشد.