

سئو ، علم دیده شدن

"یک طراحی ساده ، قابل فهم و کاملا علمی برای شروع یک تجارت در دنیای اینترنت"



پارسا قربانیان

بهمن ماه 1396

trainingsitedesign.ir



تاثیر تبلیغات اینترنتی بر کسب و کارهای کوچک

تکنیک‌هایی که در این کتاب ارائه شده است شامل تحقیق و پژوهش‌های چند ساله گروه اینترنتی شیرین سافت می‌باشد که اگر به آنها با دقت عمل کنید هم می‌توانید رتبه و آمار بازدید سایت خود را به بالاترین حد ممکن برسانید و هم از دید تجاری به کسب و کار خود رونق بدهید.

همین که این کتاب، هم اکنون در دستان شماست، مشخص است که راه درستی را انتخاب کرده‌اید که اگر در آن تلاش و پشتکار داشته باشید، مطمئناً از برکات آن بهره‌مند خواهید شد.

شاید بارها شنیده اید که ما در عصر ارتباطات زندگی میکنیم. جمله بسیار کلیشه ای اما واقعی ...

ارتباطات بسیار شدت گرفته و در هر ثانیه زندگی ما، خود را دخالت داده است. از گوشی های تلفن همراه که صبح ها با زنگ آنها از خواب بیدار میشویم گرفته تا تلویزیون و اینترنت که شب هایمان را با آنها سپری میکنیم.

انسان های امروز به دو دسته بزرگ تقسیم میشوند. یا زندگی روزمره و بسیار ساده ای دارند و به نوعی فقط برای گذراندن اوقات فراغت با تکنولوژی در ارتباط هستند. (پس در نتیجه جز موارد سرگرمی نیازی به استفاده علمی از تکنولوژی ارتباطات نخواهند داشت) یا دسته دوم که پر دغدغه اند، دوست دارند مدیر یک پایگاه مجازی باشند، تفکری را منتشر کنند و یا دائما به فکر رونق دادن به کسب و کار خود میباشند. اگر شما هم جز این گروه از مردم هستید میبایست با کسب اطلاعات درباره عصر ارتباطات و هم چنین شیوه استفاده مفید از تکنولوژی های برتر ارتباطی تغییر و تحولی در شیوه و سبک کار و فعالیت خود بوجود آورید تا به روز بمانید و رقیب سرسختی برای دیگران به شمار بروید.

شاید راه های زیادی برای رسیدن به موفقیت در موارد بالا وجود داشته باشد، ولی در این کتاب سعی شده است ساده ترین، کم هزینه ترین و در دسترس ترین راه یعنی اینترنت برای این منظور به شما شرح داده شود.

تنها شرط لازم و البته کافی برای موفقیت در دنیای اینترنت این است که در گام اول از صرف هزینه های گزاف، بدون داشتن اطلاعات کافی خودداری کنید و در مرتبه دوم با کسب دانش این کار، در این راه قدم گذاشته و به امید خدا به موفقیت های خوبی برسید.

در سه فصل اول سعی شده مباحث به زبان کاملاً ساده بیان شود تا حتی کسانی که هیچ گونه پیش زمینه ذهنی درباره اینترنت ندارند هم بتوانند نقشه راه خود را پیدا کنند. در این فصول به مباحث تبلیغات و چگونگی رونق کسب و کار از طریق اینترنت نگاه اجمالی شده است و بطور کلی به جز چند عنوان، تمرکز اصلی بروی شیوه تبلیغات موثر است تا سئو. شاید به نوعی این مباحث کاربرد زیادی روی مبحث SEM (Search Engine Marketing) هم داشته باشد، زیرا SEM بازاریابی موتورهای جستجو به منظور ایجاد تبلیغات و دیده شدن سریع در موتورهای جستجو است .

از فصل چهارم با عنوان "شروع دید علمی" سعی شده است مباحث تخصصی برای کسانی که علاقه دارند کار را بصورت کاملاً حرفه ای دنبال کنند، ذکر شده است. این قسمت برای مدیران وبسایت ها بسیار توصیه میشود. هم چنین کسانی که در کار کد نویسی هستند میتوانند ایده های خوبی را برای هر چه بهتر و بهینه تر شدن صفحات وبسایت خود کسب کنند.

در کل، کتاب با این تقسیم بندی سعی کرده است طیف گسترده ای از مخاطبان را با هر سطح علمی به سمت خود بکشد و بتواند در کنار مباحث آموزشی، راه حل های مناسب برای حل مسائل مختلف در مقابل راهشان قرار دهد، البته به شرط علاقه طرف مقابل! امیدواریم بتوانید با این تقسیم بندی از مطالب کتاب استفاده کافی را ببرید.

درباره نویسنده

پارسا قربانیان، متولد پایتخت.

از دوران کودکی علاقه مند به برد های الکترونیکی بودم. همین علاقه سبب شد بعد از چند سال تحقیق و پژوهش در زمینه های مکانیک و برنامه نویسی، پکیج رباتیک خود را کامل کنم و با ساخت نزدیک به بیست ربات متنوع در بیش از پنج مسابقه کشوری و بین المللی شرکت کنم.

سپس داستان تمام سفرهایی که به شهر های مختلف برای مسابقات رباتیک داشتم را به گنجینه خاطراتم سپردم و در مقطع کارشناسی رشته کامپیوتر در تهران مشغول به تحصیل شدم.

در این دوران هم خود را بیکار نگذاشتم و بعد از یک استراحت خیلی کوتاه به سراغ تخصص قدیمی خود، یعنی اینترنت رفتم. از این دنیای بیکران ابتدا به سراغ مبحث ساخت، طراحی و توسعه وبسایت پرداختم. گروهی بنام شیرین سافت با همکاری خانم شیرین جلالی تاسیس شد و به فعالیت خود به شکل رسمی ادامه دادیم.

گوشه ای از فعالیت ها

1. شرکت در مسابقات جهانی و داخلی رباتیک
2. ارائه بیش از 20 طرح ساخت روبات های هوشمند
3. ویرایش کتاب "سئو ، علم دیده شدن"
4. ویرایش رمان چهار قهرمان کوچک در ژانر نوجوان
5. تاسیس انجمن علمی کامپیوتر در دانشگاه یادگار امام تهران
6. ساخت نسخه رنگین کمان نرم افزار کودکانه بنام باغ خاله شیرین
7. قبول و به سرانجام رساندن بیش از 100 پروژه طراحی سایت و سئو
8. ارائه دو طرح تحقیقاتی، علمی و کار بروی آنها
9. تدریس بعنوان استاد در جهاد دانشگاهی دانشگاه علامه طباطبایی تهران
10. تدریس به عنوان استاد رسمی مجتمع فنی تهران

در طول این چند سال تجربه های جذاب و البته کم یابی به دستمان رسید که سعی کرده ایم به زبان خیلی ساده در داخل کتاب با متن روان بیان کنیم تا شاید توانسته باشیم ذکات علممان را از این راه پرداخت کنیم.

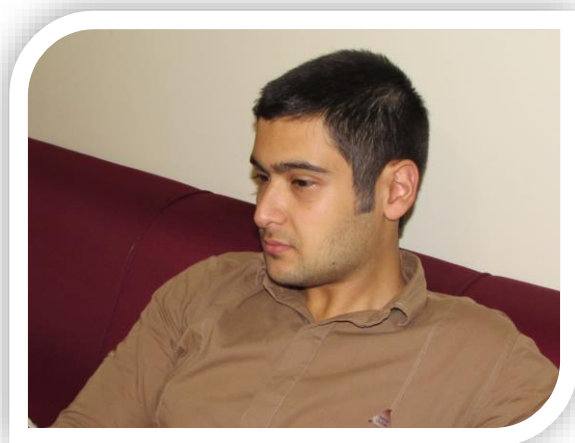
شاید ارائه نقطه نظرات و انتقادات شما دوستان عزیز درباره کتاب بتواند کمک موثری برای پیشرفت این اثر در نسخه های بعدی خود باشد.

خوشحال میشویم از طریق پل های ارتباطی زیر با شما در ارتباط باشیم.

ایمیل : info@shirinsoft.ir

وبسایت : www.shirinsoft.ir

شماره تلگرام : +989194723906



با تقدیم احترام

پارسا قربانیان

گروه اینترنتی شیرین سافت

تقديم به

تمام انسان های آزاده جهان

که فکری جز آرمش

امنیت و پیشرفت ندارند....

**عاقبت این نردبان بشکس تنیست
استخوانش سخت ترخواهد شکست**

**نردبان این جهان ما و منی ست
هر که او یک پله بالاتر نشست**

11	مقدمه
13	انجمن Community
16	فصل اول
17	آشنایی مقدماتی با فضای اینترنت
17	سرمنشا اینترنت
18	اعجاز اینترنت
18	مفهوم هاست، دامین و سرور
19	تأثیر هاست و دامین در سئو
23	www
23	پروتکل HTTP و HTTPS
24	مباحث تکمیلی هاست و دامین
26	جمع بندی فصل اول
27	فصل
28	چرا بازاریابی در اینترنت
29	تاریخچه تبلیغات
29	تاریخچه تبلیغات در ایران
30	تکنیکهای تبلیغات
31	تبلیغات در اینترنت یا تلویزیون؟
34	مزیت های تبلیغات در اینترنت
36	شیوه صحیح ارسال پست تبلیغاتی در سایت ها
39	جمع بندی فصل دوم
40	فصل سوم
41	پیدا کردن بازار هدف در اینترنت
42	بازاریابی در شبکه های اجتماعی
42	آمار استفاده از شبکه های اجتماعی
46	ویدئو مارکتینگ
47	ایمیل مارکتینگ
49	جمع بندی فصل سوم
50	شروع دید علمی

فصل چهارم 51

- 52 مبانی سنو
- 53 سوالات متداول بهینه سازی سایت
- 54 بهترین موتور جستجو کدام است؟
- 56 موتور های جستجو چگونه کار میکنند؟
- 57 پیج رنک چیست؟
- 57 الگوریتم های گوگل
- 59 الگوریتم گوگل پاندا
- 61 الگوریتم گوگل پنگوئن
- 63 الگوریتم مرغ مگس خوار
- 64 یک نکته طلایی
- 65 جمع بندی فصل چهارم

فصل پنجم 66

- 67 سایت alexa.com
- 68 امکانات الکسا
- 69 مفهوم Bounce Rate
- 72 ساخت وبسایت بهینه
- 72 ناوبری
- 73 سرعت سایت
- 73 حجم وبسایت
- 74 کد نویسی سایت
- 74 استفاده از کدهای جاوا اسکریپت
- 74 استفاده از سی ام اس ها
- 75 سیستم مدیریت محتوی وردپرس
- 76 سایت مپ SiteMap
- 77 فایل robots.txt
- 80 آنالیز سایت
- 82 جمع بندی فصل پنجم

فصل ششم 83

- 84 استفاده از تگ عنوان
- 86 بهینه سازی عناصر داخل سایت
- 86 مشخص کردن موضوعات سایت
- 89 عنوان سایت Title

90	 تعیین کلمات کلیدی اصلی سایت
92	 ابزار گوگل ادوردز Adwords google
93	 بهینه سازی آدرس های سایت
94	 استفاده از تصاویر مناسب
95	 افزونه های معتبر در سنو
96	 دکمه امتیاز گوگل
97	 انواع لینک دهی در سایت
99	 جمع بندی فصل ششم
100	 فصل هفتم
101	 معرفی سایت به Google Webmaster Tools
103	 مراحل ثبت سایت در دایرکتوری گوگل
110	 جمع بندی فصل هشتم
111	 پیشنهاد
112	 واژه نامه

رایانه و یا به اصطلاح انگلیسی "computer" امروزه به بخش جدایی ناپذیر زندگی ما تبدیل شده است. بطوریکه کاری را نمیتوان یافت که رایانه از قبل راه حلی برای آن در نظر نگرفته باشد. از پرداخت قبوض و صورت حساب ها گرفته تا دریافت جدیدترین اخبار و...

به همین دلیل در تمام دنیا قشر وسیعی از مخاطبان را به سمت خود کشانده و تا حد زیادی در جلب رضایت آنها موفق بوده است. شاید سرعت ، تکنولوژی روز ، ارزانی و در دسترس بودن چهار فاکتور بسیار مهم و اساسی برای محبوبیت این وسیله باشد.

چند سالی میشود که اینترنت در ایران هم جایگاه خود را پیدا کرده است. با تبلیغات گسترده ارگان ها و نهاد های دولتی و خصوصی (از دولت الکترونیک گرفته تا خرید ماشین و لوازم منزل) مردم ایران هم با فضای مجازی آشنایی پیدا کرده و از آن استفاده میکنند. بطوریکه آمارها ، جمعیتی بیش از چهل میلیون نفر کاربر فعال اینترنت در ایران را نشان میدهد.

با توضیحات اندک فوق تقریباً میتوان به اهمیت فضای مجازی یا همان اینترنت پی برد. اگر از فعالیت های تفریحی و وبگردی بگذریم، میتوان رتبه دوم محبوبیت را به فعالیت های تجاری و اقتصادی اختصاص داد. امروزه بسیاری از بنگاه ها و فعالان اقتصادی از فضای مجازی برای بهبود بخشیدن به کسب و کار خود استفاده میکنند که اگر این کار با تفکر قبلی و مشاوره با افراد متخصص صورت گیرد، نتیجه خوبی به همراه خواهد داشت.

برای اثبات این ادعا، فرض میکنیم شرکتی درخواست ساخت یک فروشگاه مجازی دارد. از نتیجه های مثبت این کار میتوان به موارد زیر اشاره کرد.

1. ایجاد یک پایگاه دائمی و همیشگی در فضای مجازی و در کنار رقبای خود
2. پیدا کردن مشتریان جدید از سراسر کشور و حتی جهان
3. ایجاد یک پروژه تبلیغاتی صرف در بدترین حالت
4. ایجاد کلاس کاری خاص برای شما در مقایسه با رقبا
5. دیگر ویژگی های فرعی قابل ذکر :

- ارزان و بدون خرج اضافه
- 24 ساعته باز بودن
- بدون هزینه های جانبی
- بدون نیاز به کارمندان زیاد
- ارائه سرویس به مشتریان در هر شرایطی
- ارسال آنلاین پول به حساب کارفرما حتی قبل از انجام کاری

- بدون محدودیت زمانی در معرفی کار و محصولات شما به مشتریان
- امکان تعریف تمام محصولات در یک پکیج
- امکان گفتگوی آنلاین با مشتریان خود
- بازاریابی برای خود در محیطی امن و آرام
- و...

با ذکر تمامی این مسائل شاید شما هم قانع شده باشید که اگر برای کسب و کار خود با خرج یک هزینه کم وارد دنیای اینترنت شوید، ضرر نخواهید کرد، دقیقا مانند دیگر شرکت ها و موسسات که در فضای مجازی حضور پررنگ و جدی دارند.

جالب است بدانید چندین برند برتر دنیا از سال 2004 تا 2018 از شرکت های برتر اینترنتی بوده اند. (مانند کمپانی های گوگل، بینگ، یاهو، آمازون، اسک، تویتر، فیس بوک، تلگرام، آکسا و...)

اینترنت یک دنیای بیکران از اطلاعات است که همیشه فضای پیشرفت در آن وجود دارد. فقط کافیست کمی ذوق و سلیقه به خرج داده و طرح های نو و ایده های بدیع خلق کرد. آن زمان است که حرفی برای گفتن خواهید داشت و طبعا به پیروزی خواهید رسید.



قبل از شروع فصل اول لازم است شما را با مفهوم community آشنا کنیم. مفهومی که شاید معنی کل تبلیغات و سئو را در بر داشته باشد. در فرهنگ لغت این کلمه انگلیسی به معنای انجمن، اجتماع، عموم و در مفهوم عامه به اشتراک، تبادل نظر و تبادل افکار مردم از دسته های مختلف اجتماعی با هم گفته میشود. حال این مفهوم چه ارتباطی به بحث ما دارد؟

ما میخواهیم راجع به سئو و در نتیجه دیده شدن موثر بحث و تحقیق کنیم. پس لازم است ابتدا به صورت کلی با بزرگترین عامل دیده شدن آشنا شویم و بعد با ریز شدن در مباحث آن بتوانیم در این راه به موفقیت برسیم.

شاید برای شما جالب باشد که به نوعی تمام راز سئو و دیده شدن در همین کلمه community گنجانده شده است. به این معنا که تمامی موتور های جستجو گر که صاحبان اینترنت جهان به شمار میآیند، یکی از اصلی ترین فاکتور های خود برای رتبه بندی سایت های جهان را همین اشتراک گذاری قرار داده اند.

بگذارید کمی ساده تر بگوییم. بعنوان مثال، گوگل میگوید هر چقدر از سایت شما در سایت های دیگر بیشتر نام برده شود و لینک های مفید به سایت شما زیاد باشد، (یعنی در اجتماعی بنام اینترنت، مردم شما را بیشتر میشناسند، دوست دارند و بیشتر میبینند) طبیعتاً شما دارای یک وبگاه قدرتمند هستید و برای گوگل مورد احترام قرار خواهید گرفت.

این احترام است که شما را در جستجو های گوگل در رتبه های اول قرار میدهد. (البته فاکتور های بسیار دیگری در این امر دخیل هستند که در ادامه به آنها اشاره خواهیم کرد) موتور های جستجو به مقدار بسیار زیاد متوجه جلب رضایت کاربران هستند. این رفتار است که مفهوم اجتماعی بودن آنها را توجیه میکند. در بیشتر جوامع معمولاً مردم هنرمندان و یا ورزشکاران را دوست دارند، راجع به آنها حرف میزنند و مایلند که با آنها دیدار داشته باشند. همین رفتار الگوی الگوریتم های موتور های جستجو شده است؛ به این معنا که اگر سایتی را کاربران دوست داشته باشند، به آن لینک دهند و هر روز تمایل داشته باشند که به آن سر بزنند، پس این سایت از نظر موتور های جستجو گر یک سایت مفید و با ارزش است و رتبه های اول به آن اختصاص خواهد داشت.

این مباحث را خیلی ساده میتوان با مبحث community ترکیب کرد و به یک شباهت منطقی رسید. بسیاری از سایت ها با همین تکنیک به درجات بالایی رسیده اند. البته این الگوریتم مشکلاتی هم دارد که در اینجا از ذکر آن صرف نظر میکنیم. برای اثبات ادعای خود، ابتدا سری به وبسایت گوگل آنالیتیک میزنیم:

<http://www.google.com/analytics>

(گوگل آنالیتیک با سرویس فوق العاده و کاربردی خود آمار کلی و جزئی بسیار خوبی را از عملکرد سایت و همچنین بازدید کاربران و وضعیت کلی آن در اختیار مدیر قرار می دهد. این تصویر برای چند سال پیش میباشد.)



همانطور که در شکل میبینید، در صفحه اول سایت دو تصویر انتخاب شده است. تصویر سمت چپ مربوط به تگ یا کلمات کلیدی میباشد (در فصل های آینده بیشتر آشنا خواهید شد) و تصویر سمت راست مربوط به مارکتینگ (در فصل های آینده بیشتر آشنا خواهید شد) است.

اما نکته مشترک این تصاویر با حرف ما، دقیقاً مبحث community است. یعنی همان ارتباط مردم جامعه با هم و معرفی یک عنصر واحد بعنوان یک محصول شاخص که در نهایت اهمیت آن را در مقابل افراد جامعه در معرض نمایش میگذارد.



درواقع گوگل با انتخاب این تصاویر به نوعی خواسته است به کاربران خود این موضوع را بفهماند که هر چه دیگران از شما بیشتر بگویند (در مورد سایت، یعنی هرچه بک لینک های موثر سایت شما بیشتر باشد) یعنی شما مهمتر هستید.

شاید در ابتدا این مبحث برای شما کمی پیچیده بنظر آید، ولی مایل بودیم قبل از شروع کار یک آمادگی ذهنی در شما بوجود آوریم که بتوانید با کمک این ذهنیت مطالب کتاب را با جهت گیری درستی دنبال کنید.

فصل اول

:. آشنا شوید با مقدمات فضای اینترنت .:

آشنایی مقدماتی با فضای اینترنت

فصل را با یک پرسش شروع میکنیم که اینترنت چیست و سرمنشا آن کجاست؟ شاید در ذهن بیشتر کاربران باشد که اولاً فضای مجازی چیست و دوماً آیا این فضا دارای مکان مشخصی میباشد؟ سرمنشا آن در کجا قرار دارد؟

اینترنت مخفف interconnected networks (شبکه‌های به هم پیوسته) میباشد و در دهه 1960 توسط سازمان‌های نظامی ایالات متحده آمریکا برای انجام پروژه‌های تحقیقاتی استارت زده شد. اینترنت ابتدا یک سرویس نظامی بود که در اختیار ارتش ایالات متحده قرار داشت (آرپا نت) اما بعد از گذشت چند سال و از اواسط دهه ۱۹۹۰، با گسترش مشارکت‌های جهانی، تحقیق و پژوهش‌های زیاد و اجماع نظر صاحب نظران، اینترنت به صورت یک شبکه جهانی و همگانی در آمد و در اختیار عموم مردم قرار گرفت.

از آن پس بود که با گسترش شرکت‌های اینترنتی و ارائه خدمات و همچنین آشنایی عمومی با این سرویس، اینترنت بعنوان گسترده‌ترین و در دسترس‌ترین سرویس و بعنوان یک شبکه ارتباطی/اجتماعی قوی شناخته شد.

اما سرمنشا اینترنت مکان یا فضای خاصی نیست. اینترنت همه جا و در همه کشورها میتواند باشد. همانطور که میدانید در این فضا اطلاعاتی از قبیل متن، مدیا، عکس، موزیک، نرم افزار و... بارگذاری شده است. دقیقاً مشابه رایانه شخصی شما!

در اصل اینترنت از به اشتراک گذاشتن اطلاعات رایانه‌های سراسر جهان بوجود می‌آید که دائماً با هم در حال تبادل اطلاعات هستند و یا به عبارت دیگر اینترنت، مجموعه عظیمی از میلیون‌ها شبکه خصوصی، عمومی، دانشگاهی، تجاری، دولتی و.. که در اندازه‌های کوچک تا جهانی و بسیار بزرگ تشکیل شده است که با فناوریهای الکترونیکی و نوری به هم متصل گشته‌اند، مانند فیبرهای نوری که بسیار اسم آن‌ها را شنیده اید.

جالب است بدانید از زمان ظهور پدیده اینترنت خیلی از رسانه های پراستفاده، به عنوان ابزار ارتباطی قدیمی نامگذاری شدند. ابزاری همچون تلفن، روزنامه و تلویزیون. از این رو دست اندرکاران این صنایع را به فکر چاره ای انداخت و آنها راهی جز همراست شدن با اینترنت پیدا نکردند. ابزاری همچون صدا روی پروتکل اینترنت، وبگاه، خوراک وب، تالارهای گفتگو، شبکه های اجتماعی و تلویزیون پروتکل اینترنت راه حل هایی بود که ابزارهای ارتباطی قدیمی و پرهزینه را هم چنان در چرخه حیات نگه دارد.

مفهوم هاست، دامین و سرور

همانطور که اطلاعات در رایانه شخصی شما احتیاج به فضا دارد، در اینترنت هم فضا امری حیاتی و ضروری است. اطلاعات در رایانه بروی RAM & H.D.D (رم و دیسک سخت) ذخیره سازی میشوند ولی در اینترنت مفهوم فضا را با هاست نام گذاری میکنند. در اصل اینترنت مقوله ای خارج از رایانه نیست. ولی شاید از لحاظ کاربری با رایانه شما تفاوت هایی داشته باشد.

سرور دقیقاً همانجایی است که اطلاعات یک سایت در اینترنت داخل آن قرار دارد و شما میتوانید به آن دسترسی پیدا کنید و اصطلاحاً از آن سرویس بگیرید. در بیشتر کشورها شرکت هایی هستند که خدمات هاستینگ ارائه میدهند. در ایران نیز چند سالی میشود که سرورهای پر قدرت و با کیفیتی عرضه میشود. پس نمیتوان برای اینترنت منشا یا جایگاه خاصی قائل شد. مدیران سایت ها از شرکت های ارائه دهنده این خدمات بر طبق نیاز خود HOST هاست (میزبان) تهیه میکنند و سایت خود را با نام دلخواه در آن ارائه میدهند.

به تعریف دیگری درباره هاست توجه کنید. در اینترنت، میزبانی وب (یا «وب هاستینگ» Web Hosting) به مفهوم فراهم ساختن فضایی است که کاربر میتواند فایل های وبگاه خود را در آن قرار دهد. میزبانها با اختصاص فضا در وب، به کاربران اینترنت این امکان را میدهند که مطالبشان را در شبکه جهانی اینترنت ارسال کرده و آنها را منتشر کنند. در واقع هر سایتی که بروی اینترنت دیده میشود و قابل دسترسی با آدرس خاصی هست،

برروی کامپیوتری پر قدرت از نظر حافظه و پردازش میزبانی می‌شود که به آن رایانه‌ی سرویس دهنده یا رایانه سرور گفته می‌شود. اصطلاح دیگر در این زمینه DOMAIN دامین (نام سایت) می‌باشد. اتصال یا پارک دامین بروی هاست دقیقاً مانند پلاک خودرو، معرف و شناسنامه سایت شما می‌باشد. درکل برای تهیه و آماده سازی یک وبسایت وجود دو عنصر هاست و دامین لازم و ضروری است که تمامی سایت‌ها از این اجزا برخوردار هستند. مناسب است که از همان شرکت تهیه هاست، دامین نیز با مدت زمان تمدید طولانی تهیه شود. دامین‌ها از یک تا ده سال زمان تمدید دارند.

تاثیر هاست و دامین در سئو

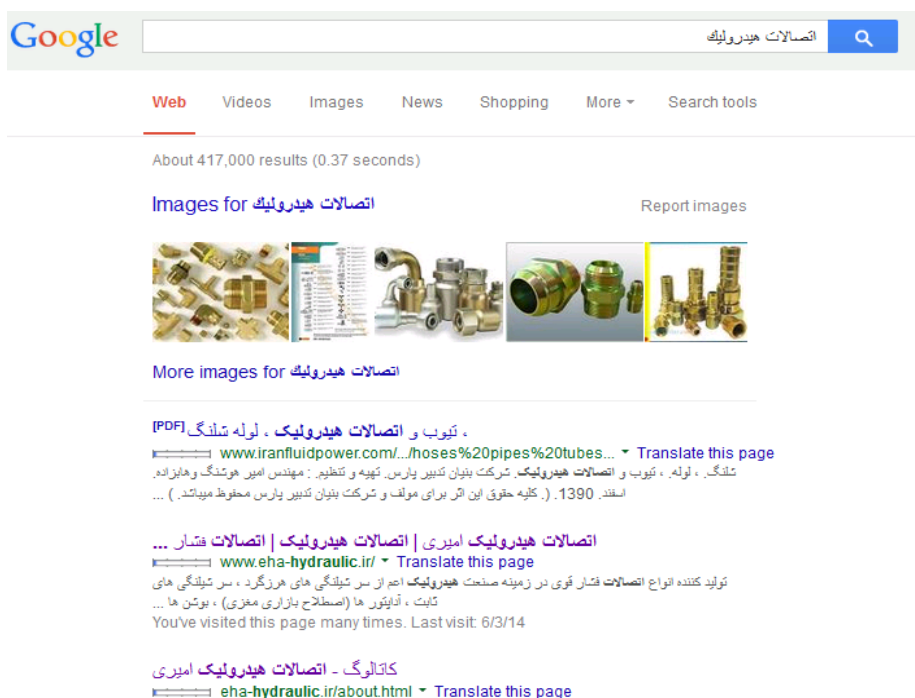
شما لازم است در ابتدا یک هاست و دامین با پسوند مناسب برای خود تعریف کنید. این کار اهمیت به سزایی در سئو دارد.

در بحث انتخاب هاست مناسب، لازم است سعی کنید آن را از شرکت‌های معتبر خریداری کنید. قبل از خرید از مشتریان قبلی تحقیق کنید تا از سرعت سرورهای آن شرکت مطمئن شوید. آپ تایم (زمان دسترسی سرورها) این هاست‌ها باید بالای 99% باشد تا سایت شما همیشه در دسترس بماند. قبل از خرید هاست درباره تامین امنیت سرورهای آن شرکت تحقیق کافی را انجام دهید. اگر برایتان خیلی مهم است که کاربران ایرانی سایت شما را با سرعت چند برابر سایت‌های دیگر ببینند، حتما هاست خود را از سرورهای داخل کشور تهیه نمایید. (که البته کمی گرانتر از سرورهای خارج از کشور می‌باشد) دلیل این امر هم کاملاً واضح است، زیرا سرورهای داخل کشور نسبت به کاربران داخل ایران مسافت کمتری دارند و چون همانطور که گفته شد این سرورها عمدتاً با کابل‌های فیبر نوری به هم متصل هستند، طبیعتاً بعد مسافت هم در سرعت آنها تاثیر گذار خواهد بود.

اگر پیش زمینه‌ای در این مبحث ندارید و اصلاً نمیدانید که چه پلن‌های مناسبی شما می‌باشد، به شما پیشنهاد میشود برای شروع کار خود هاست اشتراکی از نوع لینوکس تهیه بفرمایید. این هاست اولیه میتواند مابین 100 الی 500 مگابایت حجم داشته باشد. هر چند مبحث تهیه هاست مناسب خیلی گسترده است و آن هم به دلیل انواع و اقسام مختلف هاست‌ها می‌باشد، ولی ارائه کل این مباحث در حوصله این کتاب نمیگنجد.

پس حتما پیشنهاد میشود قبل از اقدام به خرید با یک جستجوی کوچک در اینترنت و مراجعه به فروم های مربوطه و پرسش و پاسخ در این رابطه، بتوانید به یک پیش زمینه حداقلی برسید و با ذهنی باز بهترین پلن هاست را برای خود انتخاب نمایید.

در بحث انتخاب دامین، رعایت دو نکته ضروری و حیاتی است. نکته اول سعی کنید کلمه کلیدی سایت خود را داخل نام دامین بگنجانید. می‌خواهیم این مطلب را با یک مثال عملی از یکی از نمونه کار های خود به شما اثبات کنیم. به تصویر زیر دقت کنید.



(ابتدا باید عرض کنیم شرکت اتصالات هیدرولیک امیری یکی از مشتریان قدیمی گروه شیرین سافت بوده است که علاوه بر ساخت سایت، پروژه سنوی این شرکت نیز در دست گروه ما قرار داشته است و بطور کل به اتمام رسیده و دیگر فعالیتی در این زمینه وجود ندارد. این فقط یه نمونه مثال میباشد و جنبه تبلیغاتی به هیچ وجه ندارد.)
اگر دقت کنید ما آدرس دامینی که برای این شرکت انتخاب کردیم این گونه است.

<http://www.eha-hydraulic.ir>

دقت کنید. هم از کلمه **eha** که نماد شرکت است استفاده کردیم و هم از کلمه کلیدی و مهم **hydraulic** که اعراب اصلی و انگلیسی کلمه هیدرولیک میباشد. از طرفی اگر در تصویر بیشتر دقت کنید میبینید که در جایگاه دوم و سوم که مختص شرکت eha میباشد، کلمه hydraulic در آدرس بار بصورت پر رنگ و Bold نوشته شده است.

از این موضوع نتیجه میگیریم که ربات های گوگل بسیار باهوش هستند و ریزترین نکات را بعنوان سرنخ های حل مسئله یا بهتر بگوییم، معمای سئو در نظر گرفته اند و با این کار میخواهند به ما بگویند که ربات گوگل متوجه شده است که شما در سرچ باکس کلمه کلیدی هیدرولیک را وارد کرده اید. گوگل توسط سرویس مترجم توانسته است متوجه شود که معادل این کلمه با حروف فارسی میشود hydraulic به انگلیسی و آن را در جایگاه های مختلف سایت یافته است.

پس در نتیجه حتما به خاطر داشته باشید که کلمه کلیدی خود را در خریدن دامین مد نظر قرار دهید. (هرچند برخی از سئو کاران بر این باورند که این موضوع، کمی برای گوگل کم رنگ شده است ولی ما همچنان بر این باوریم که باید تمامی نکات را رعایت کنیم تا به یک پاسخ منطقی و مناسب برای سایت خود برسیم).

نکته دوم راجع به پسوند آن میباشد. میتوان گفت که پسوند، تاثیر بسزایی در قدرت سئو یک سایت ندارد، ولی بسیار خوب است که پسوند انتخابی شما با حوضه فعالیتتان هم خوانی داشته باشد. بطور مثال خیلی صورت بدی دارد که شما یک سایت مجله تفریحی را با پسوند Info. در اینترنت به نمایش بگذارید.

در لیست زیر به برخی از رایج ترین دامین های موجود اشاره کرده ایم. انتخاب با شماست ولی حتما باید این نکته را مد نظر داشته باشید که انتخاب شما باید با فعالیتتان هماهنگی داشته باشد.

1. com. مناسب برای کمپانی ها و شرکت ها (یک دامین مشترک و پراستفاده جهانی)
2. net. مناسب برای شرکت ها
3. info. مناسب برای شرکت های اطلاعاتی
4. biz. مناسب برای کسب و کار
5. gov. مناسب برای سایت های دولتی
6. org. مناسب برای سازمان ها، نهاد ها و ارگان ها

7. co. مناسب برای دامین های کوتاه (جدید)

8. asia. مناسب برای سایت های حوزه آسیا

...و

و دامین های مخصوص کشور ها مانند:

1. IR. مناسب برای سایت های کشور ایران

2. US. مناسب برای سایت های کشور امریکا

3. IN. مناسب برای سایت های کشور هند

4. RU. مناسب برای سایت های کشور روسیه

...و

(از ما نشنیده بگیرید اما، com. بهتر است ☺)

نکته دیگر در امر سئو مدت زمان گذشت از فعالیت شما میباشد. موتور های جستجو برای سایت هایی که 1 الی 2 سال از مدت زمان فعالیتشان میگذرد ارزش و اعتبار بیشتری قائل هستند. پس میتوانید هنگام خرید دامین، بجای یک ساله، دامین خود را پنج ساله ثبت کنید تا اعتبار بیشتری به وبسایت خود دهید.

تذکر: هیچ گاه فراموش نکنید که سئو یک امر نسبی و در طول زمان است. این جایگاه دوم و سوم شرکت eha که در بالا ذکر شد، برای تاریخ 1393/5/1 میباشد. اگر شما چند سال بعد این کتاب را مطالعه کنید، ممکن است با سرچ این کلمه دیگر جایگاه دوم و سوم مختص این شرکت نباشد. این امر به دلایل مختلف صورت میپذیرد. شاید این سایت دیگر فعالیت نکند. شاید ما دیگر با این شرکت فعالیت نکنیم و شاید های بسیار دیگر...

یک نکته خیلی ریز و باریک در این قضیه وجود دارد که از دید بسیاری از سنوکاران به دور است و آن www یا همان world wide web اول سایت است.



مسئله اینجاست که حتما باید سعی کنید در هنگام تعریف دامین برای سرور خود هر سه W را در ابتدای نام دامین قرار دهید. زیرا برای برخی این قضیه مهم است که هم با W و هم بدون W سایتشان بالا بیاید. شما می‌توانید خودتان انتخاب کنید که WWW باشد یا نباشد، ولی حتما سعی کنید فقط یکی از این دو راه را انتخاب کنید. اگر هر دو را انتخاب کنید، موتورهای جستجو وبسایت شما را در واقع دو وبسایت جداگانه در نظر می‌گیرند که این می‌تواند تاثیر منفی بزرگی روی رنکینگ و کیفیت لینک‌های وبسایت شما بگذارد.

برای حل این مشکل می‌توانید از ریدایرکت 301 استفاده کنید. ریدایرکت ۳۰۱، ریدایرکت دائمی است که از یک URL به یک URL دیگر صورت می‌گیرد. در واقع، ریدایرکت ۳۰۱ بازدیدکنندگان و موتورهای جستجو را برای همیشه به آدرسی غیر از آنچه کاربر در مرورگر خود تایپ کرده (یا بر روی لینک آن در نتایج جستجو کلیک کرده) است، منتقل می‌کند.

با استفاده از ریدایرکت ۳۰۱ می‌توانید تمام URL‌های مختلف که برای یکی از صفحات سایت‌تان وجود دارند را یک جا جمع کنید تا موتورهای جستجو تمام این آدرس‌ها را تحت عنوان یک صفحه رتبه‌بندی کنند.

حتما در هنگام ورود به سایت های اینترنتی مشاهده کرده اید هنگام وارد کردن URL یک سایت قبل از WWW ، HTTP و یا HTTPS میآید. تفاوت آنها را در زیر توضیح خواهیم داد. پروتکل HTTP به انگلیسی Hypertext Transfer Protocol ، برای سیستمهای توزیع شده می باشد. این پروتکل عمومی علاوه بر استفاده اصلی آن در ابرمتن ها در بسیاری از زمینه های دیگر کامپیوتری مانند سامانه نام دامنه (DNS) قابل استفاده است. از نسخه اولیه، این پروتکل در وب جهانی استفاده می شد و آخرین به روز رسانی آن در ماه جون ۱۹۹۹ تحت عنوان «HTTP/1.1» صورت گرفت.

پروتکل انتقال ابرمتن یک پروتکل درخواست و پاسخ در مدل کلاینت-سرور می باشد. برای مثال یک مرورگر وب می تواند یک مشتری و نرم افزار موجود بر روی سرورس دهنده وبسایت، یک سرور باشد. شروع این پروتکل از طرف کلاینت است که با ارسال یک درخواست HTTP به سمت سرور گفت و گو را آغاز می کند. سرور بر اساس درخواست ارسالی یا منبعی مانند یک فایل را در اختیار کلاینت می گذارد و یا عملیات خاصی را انجام می دهد. نتیجه این عمل سرور در بسته پاسخ HTTP برای کلاینت ارسال می شود. بسته پاسخ شامل اطلاعات وضعیت و احتمالاً محتویات منبع درخواست شده می باشد.

این پروتکل در حال انتقال اطلاعات بین کاربر و سرور البته بصورت ناامن می باشد، یعنی احتمال نفوذ شخص سوم مانند هکر در این بین وجود دارد.

اما پروتکل امن انتقال ابرمتن یا HTTPS به انگلیسی Hypertext Transfer Protocol Secure، یک پروتکل امن برای انتقال اطلاعات در شبکه های کامپیوتری می باشد که به صورت خاص برای استفاده در اینترنت توسعه یافته است. این استاندارد در واقع به خودی خود یک پروتکل نیست، بلکه با قرار گرفتن HTTP بر روی پروتکل امنیت لایه انتقال به وجود آمده است. به این ترتیب امنیت موجود در پروتکل امنیت لایه انتقال به ارتباطات HTTP افزوده شده است. به همان دلیل است که می بینید سایت های بزرگ اینترنتی و یا صفحات بانک ها و مراکز دولتی بزرگ، همگی از این سرورس بهره می برند.

تنها ایراد این سرورس زمان بالای آن می باشد، زیرا در HTTPS اطلاعات ابتدا رمزگذاری شده و به سمت سرور فرستاده میشود، سپس آنجا رمز گشایی شده و از آنها استفاده میشود. همین کار که برای افزایش امنیت سایت ها انجام میشود باعث شده است که نسبت به سایت های معمول زمان بیشتری را از کاربران بگیرد.

اگر قصد تهیه این سرویس برای سایت خود را دارید در لیست شرکت های معتبر ایرانی به دنبال ارائه گواهینامه SSL بگردید.

نکته مهم اینجاست که گوگل اعلام کرده است که تا چند سال آینده و فراهم شدن زیرساخت های لازم، تمام سایت ها باید از این پروتکل امن بهره مند باشند و در اصل سال های پایانی http را در حالت نا امن سپری میکنیم.

مباحث تکمیلی هاست و دامین

تمامی موضوعات بالا ذکر شد تا از طریق آن بتوانیم شما را با اهمیت هاست و همچنین اهمیت انتخاب صحیح دامین مورد انتخاب شما آشنا کنیم. چنانچه شما دامین تهیه نکنید، سایت شما با شماره آی پی هاست در دسترس خواهد بود. (البته فقط در صورتیکه سایت شما دارای سرور اختصاصی باشد).

بطور مثال بجای اینکه شما در اینترنت وارد کنید www.shirinsoft.ir برای دسترسی به سایت شرکت شیرین سافت مجبورید از شماره آی پی آن استفاده کنید. (بطور مثال 37.162.12.1)

این کار اصلا منطقی نیست و ظاهر جالبی هم ندارد و از همه مهمتر در مسائل بازار یابی و بهینه سازی برای موتور های جستجوگر که در فصل های آینده مطرح خواهد شد، بدون دامین به هیچ موفقیتی دست پیدا نخواهید کرد. زیرا در موتور های جستجوگر بزرگ اعم از گوگل، یاهو، بینگ، به هیچ وجه آی پی مورد قبول نیست و حتما باید یک دامین با پسوند مجاز تعریف شود. (هرچند در مواردی بسیار کم قبول آی پی نیز دیده شده، اما در صفحات بی رونق و کم ارزش..!)

حال شاید این سوال در ذهنتان بوجود آید که تمام سئو همین بود؟! باید خدمتتان عرض کنیم که تا به اینجای کار به جز مبحث لینک سازی (که در فصل های بعدی صحبت خواهد شد) زیر 5 درصد کار را با موفقیت پشت سر گذاشتید. در فصل های دوم و سوم هم کمی مباحث تئوری دیگر را با هم مرور خواهیم کرد و از فصل چهارم به بعد بصورت تخصصی وارد مبحث سئو خواهیم شد. پس کمی صبر کنید و قدم به قدم با کتاب به پیش بروید.

جمع بندی فصل اول

در یک جمع بندی کلی از فصل آشنایی مقدماتی با اینترنت، ما دریافت کردیم که لازمه حضور در اینترنت ابتدا داشتن یک هاست و دامین مناسب و استاندارد میباشد. میتوان گفت که فضای مجازی یک سرویس جهانی بسیار ارزان و در همه جا در دسترس است و به دلیل وجود کاربران فعال زیاد میتواند بازار فوق العاده خوبی برای بهبود بخشیدن به کسب و کار شما باشد.

از ویژگی های بارز این فضا این است که حداقل، فعلا هرکسی که در این رابطه کمی اطلاعات داشته باشد میتواند وارد این بازار جهانی شود و برای خود جایگاه مناسبی کسب کند.

فصل دوم

:. آشنا شوید با بهترین فضای دیده شدن :.

چرا بازاریابی در اینترنت

همانطور که در فصل قبل اشاره کردیم جمعیت زیادی (بیش از یک سوم جمعیت جهان) از اینترنت بعنوان یک رسانه کامل استفاده میکنند. از مزایای بازاریابی اینترنتی می توان به در دسترس بودن وسیع و نامحدود اطلاعات اشاره نمود، کاربران با اتصال به اینترنت و جستجوی کالای مورد نظرشان به راحتی قادرند در هر ساعتی از شبانه روز اطلاعات کاملی از آن کالا دریافت نمایند و در صورت تمایل نسبت به خرید آن اقدام کنند.

در بسیاری از کشور ها مانند آذربایجان و ارمنستان، تا حد زیادی تلویزیون و رادیو کنار رفته است و اینترنت جای آن را بطور کامل گرفته است. مردم در شبکه های اجتماعی مانند توئیتر و سایت های محلی به راحتی با هم در ارتباط اند و از سایت هایی مانند یوتیوب برای تماشای ویدئو استفاده رایگان میکنند.(البته سرویس های پولی همانند نتفلیکس هم جایگاه بالایی در این میان دارد).

اما بعضی بر این باورند که اینترنت هنوز نتوانسته است جایگاه خود را در میان رسانه ها پیدا کند، اما ما در این فصل باارائه دلایلی سعی میکنیم کمی ذهنیت شما را درباره این موضوع تغییر دهیم ولی به هیچ وجه قصد نداریم رتبه اول را به اینترنت خودمان اختصاص دهیم. با این توضیحات میتوان دریافت که اینترنت مکان مناسبی برای شروع یک فعالیت تجاری خوب میباشد.

بازاریابی از طریق اینترنت بهینه ترین روش برای کسب درآمد اضافی برای خودتان و افزایش درآمد وب سایت بازرگانان بعثت تقسیم سود حاصله با بازاریابان، می باشد. همچنین این سیستم باصرفه ترین سیستم بازاریابی می باشد چرا که بازرگانان تنها برای به فروش رساندن محصول خود وادارند به بازاریابان خود پورسانت پرداخت کنند.

سیستم شبکه بازاریابی اینترنتی تنها سیستم کسب و کار الکترونیکی است که در آن هم بازاریابان و هم بازرگانان به پول می رسند و بنابراین به آن سیستم پرداخت در مقابل عمل نیز می گویند.

تاریخچه تبلیغات

به نظر بد نیست قبل از شروع این مبحث کمی ذهن شما را در رابطه با تاریخچه تبلیغات آشنا کنیم. از این رو از مقاله جناب آقای حسین شینی در رابطه با تاریخچه تبلیغات استفاده میکنیم.

از دروان ما قبل تاریخ نوعی ارتباط در خصوص آگاهی از وجود و در دسترس بودن اجناس و کالاها وجود داشته است.

برخی از تصاویری که بر روی دیواره غارهای اولیه نقش بسته است مربوط به سازندگان اشیای ابتدایی می باشد، بنابراین تبلیغ مقوله ای نیست که چندان جدید باشد و مربوط به سالهای اخیر گردد، بلکه ریشه در زندگی اجتماعی انسانها داشته است. در کتابها و متون مختلف تعاریف متفاوتی از تبلیغات آمده است اما در تمامی آنها موارد مشترکی وجود دارد که عبارتند از:

1. ارتباط غیر شخصی
 2. میبایست برای آن پول پرداخت شود
 3. از طریق رسانه های مختلف انجام می پذیرد
 4. برای متقاعد ساختن یا تاثیر بر اذهان افراد صورت می پذیرد
- با توجه به موارد مذکور می توان تبلیغات را اینگونه تعریف نمود: تبلیغات عبارتست از ارتباط و معرفی غیر شخصی محصول یا خدمت از طریق حامل های مختلف در قبال دریافت وجه برای موسسات انتفاعی یا غیر انتفاعی و یا افرادی که به نحوی در پیام مشخص شده اند.

تاریخچه تبلیغات در ایران

اولین بار در سالهای 1324 تا 1334 مهمترین وقایع تجاری رخ داده است. این وقایع را می توانیم بشرح ذیل بیان کنیم.

- 1- تهیه اسلاید و نمایش آن که خصوصاً در سینماها اوج گرفت. طرحهای اسلاید فقط متن تبلیغاتی را تشکیل می داد، نقاشهای موسسات تبلیغاتی طرح اسلاید را روی کاغذ سفید با مرکب نقاشی می کردند و سپس عکاسخانه ای در خیابان سپه

نزدیک چهارراه حسن آباد این طرحها را روی شیشه های مربع به سایز 6*6 چاپ می کرد.

2- در دهه 40 شرکتهای وارداتی بزرگی شروع بکار کردند و شرکتهای مختلط ایرانی، اروپایی، امریکایی در تهران یکی پس از دیگری تاسیس شد. در این دوره هنوز فعالیتهای تولیدی چندان رونق نیافته بود، بعنوان مثال یکی از تبلیغات قرص مسکن بنام حب دکتر راس شعر تبلیغاتی زیرا را چنین بیان کرد:

آدمی بودی که خوردی لوبیا	لوبیا بود به دهانش زولبیا
بعد از آن درد دل و اشکم گرفت	شکم درد و بعدش بلغم گرفت

تکنیکهای تبلیغات

1- تبلیغات با توجه به ملاحظات فرهنگی:

شناخت تنوعات فرهنگی بخصوص نمادهای مرتبط با ویژگی فرهنگی در تبلیغ مهم و لازم است. مدیران در محلی قراردادند که در این مورد اطلاعات ارزشمندی را ارائه می نمایند بعنوان مثال در ارائه تبلیغ استفاده از رنگها و ارتباط بین زن و مرد گاهی می تواند در نوع تبلیغ تاثیر داشته باشد.

2- تبلیغات با توجه به ملاحظات سیاسی:

تبلیغ در دنیای امروز در چهار نوع کلی تبلیغ بازرگانی، سیاسی، مردمی و آموزشی طبقه بندی می شود. معمولاً تبلیغات سیاسی جنبه اقناع به خود می گیرد این نوع تبلیغ یا پروپاگاندا، تلاشی است سنجیده و منظم برای شکل دادن به درک ها، ساختن یا دستکاری کردن شناختها و هدایت رفتار برای دستیابی به یک پاسخ که خواسته مورد نظر مبلغ را تقویت می کند.

اصطلاحاتی که بعنوان مترادف پروپاگاندا بکار میروند عبارتند از: دروغ، تحریف، فریب، دستکاری، جنگ روانی و شستشوی مغزها

3-تبلیغات باتوجه به ملاحظات تجاري:

آگهي هايي كه امروز مورد استفاده توليد كنندگان هستند يا آگهي هاي كه از نظر هدف مورد دسته بندي قرار گرفته اند عبارتند از:

الف : تبليغ مصرفي : يك نوع تبليغ بخصوص براي انواع محصولات است و بيشتر متوجه فرد و كساني است كه براي خود و خانواده خريد مي كنند.

ب : تبليغات صنعتي : اين نوع از تبليغات جنبه عمومي ندارند و فقط مورد احتياج بعضي از طبقات مشخص هستند. بيشتر اين كالاها از نوع فرآورده هاي صنعتي مي باشد كه در كارخانه ها , امور ساختماني و پزشكي مورد استفاده قرار مي گيرند.

ج : تبليغات خدماتي : تبليغي كه در آن ارائه خدمتي و فرهنگ جديد، هنري و غيره به مخاطبان عرضه مي شود.

د : تبليغات بازرگاني : توليد كنندگان براي اينكه كالاي خود را به فروشندگان و بطور كلي تاجران و معامله گران بفروش برسانند ناچارند كه براي جلب توجه آنها به آگهي متوسل شوند و به اين وسيله فروشندگان را در جريان كالاهاي خود قرار دهند.

تبلیغات در اینترنت یا تلویزیون؟

همانطور كه گفتيم اينترنت يك فضای بيكران است. بيايد بطور مثال 10 نوبت پخش يك تيزر تبليغاتی از يك شبکه ماهواره ای را با تبليغات در يك سايت پربازديد اينترنتی مقايسه كنيم. فرض كنيد براي گسترش كار خود در يکی از شبکه های روی پخش ماهواره تبليغات کرده ايد.

بايد توجه داشته باشيد كه يك انسان معمولی در يك نقطه از کره خاکی حداکثر 20 تا 60 ثانيه فرصت دارد تا از میان آن همه آگهي كه هيچ موضوعيت خاصی با هم ندارند، فقط چند بار به تيزر تبليغاتی شما توجه کند، آن را مفيد تشخيص دهد و در آخر يك راه ارتباطی از شما برای خود ذخيره کند. توجه داشته باشيد كسانيكه شما با آنها سروكار داريد اغلب ساعات خود را در محيط های کاری به سر ميبرند و در نتيجه زمان کمی برای تماشای تلویزیون دارند.

پس اين مسئله كه گفتيم هرکس فقط چند بار آگهي شما را مشاهده کند خیلی هم دور از ذهن نيست. (تاكيد ميكنيم تمامی اين بحث ها بصورت آمار تخمينی ارايه شده است و يك مقايسه نسبی مي باشد و به هيچ عنوان قصد اجرای يك حكم واحد را نداريم.)

اگر این شبکه فرضی را در رتبه بندی خود "متوسط" فرض کنیم و بطور مثال در زمان پخش تیزر تبلیغاتی ما 10.000 نفر مشغول بازدید از این شبکه باشند و از این تعداد فقط 5% به خدمات شرکت شما مربوط شوند. از طرف دیگر تجربه نشان داده است که از همین نیم درصد 20 الی 30 درصد هم با شما آشنا شده اند ولی به دلایل مختلف نمیتوانند پل ارتباطی با شرکت شما ذخیره کنند.

پس در مجموع آمار تقریبی بین 60 الی 70 نفر در هر دوره پخش آگهی میتوانند با شما آشنا شوند، ولی فراموش نکنید که شاید آنها در اوقات فراغت خود در حال تماشای تلویزیون میباشند و معلوم نیست که چقدر این تبلیغات در ذهنشان باقی بماند و یا به آن اهمیت بدهند.

از نقص های این روش تبلیغات میتوان به موارد زیر اشاره کرد.

1. زمان بسیار کوتاه
2. عدم امکان معرفی کامل محصولات و توانایی ها
3. عدم موضوع بندی خاص تبلیغات
4. تعداد بازدید موثر پایین
5. وابسته بودن به تعداد نمایش محدود
6. هزینه های گزاف و بالای ساخت تیزر تبلیغاتی و تبلیغات
7. ایجاد مزاحمت برای کاربران
8. ...

همانطور که ذکر شد، مهمترین دلیل ضعف این نوع تبلیغات هزینه فوق العاده بالای آن است که بزرگترین مشکل و سد در مقابل پای افراد و شرکت ها میباشد، طوری که شما ابتدا میبایست مبلغ زیادی را برای ساخت تیزر تبلیغاتی خود خرج کنید و سپس بعد از آن خرج اصلی را باید به مدیران شبکه های تلویزیونی پرداخت کنید که بسیار بالا میباشد.

تا به این جای کار توضیح کوتاهی در رابطه با تبلیغات تلویزیونی و نقص های آن گفته شد. قبل از مقایسه این روش با تبلیغات در فضای مجازی لازم میدانیم ابتدا توضیح کوتاهی از روش صحیح تبلیغات در فضای مجازی ارائه کنیم.

اگر شما مالک یک کارخانه و یا شرکت هستید و یا خدمات خاصی را ارائه میدهید و قصد تبلیغات در اینترنت دارید، لازم است مراحل زیر را دنبال کنید.

ابتدا یک شرکت مناسب و با سابقه را پیدا کرده و سفارش طراحی سایت خود را در آن ثبت کنید. شما باید سعی کنید در این سایت از تصاویر شرکت، کارخانه و یا محصولات خود استفاده کنید و همچنین یک متن کوتاه درباره فعالیت شرکت، تاریخچه، توانایی های خاص و

همچنین چند مقاله کوتاه تخصصی در زمینه کاری خود درج نمایید. (نباید پیام و تصویر مدیریت در سایت فراموشتان شود).

تمامی توضیحات فوق به دو دلیل انجام میشود :

1. بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو(توضیح تکمیلی از فصل 4 به بعد)

2. کسب اعتماد در دل مشتریان خود

مسئله کسب اعتماد مهمترین فاکتور موفقیت در فضای مجازی به حساب میآید. زیرا ارتباط دوطرفه و حضوری برقرار نیست و از نوع دور کاری حساب میشود. اگر کاربری که به سایت شما مراجعه میکند با تصاویر شرکت، محوطه کارخانه، نیروی انسانی، منابع، امکانات، تجهیزات و... مواجه نشود، درصد خیلی بالایی امکان دارد که به شما و فعالیت شما اعتماد نکند و به راحتی شما را نادیده بگیرد.

اما کسانی که خود با مباحث کد نویسی و طراحی سایت آشنایی کامل دارند، ما تکنیک زیر را برای ساخت سایت آنها پیشنهاد میکنیم.



اگر دنبال انتخاب بهترین های برای طراحی سایت خود هستید و نیاز به یک پرتال قدرتمند دارید، ما به شما مراجع زیر را پیشنهاد میکنیم:

L: Linux (operating system)

A: Apache HTTP Server

M: MySQL (database software)

P: PHP, Perl or Python & No ASP.Net

بهتر است حتما موارد بالا را رعایت بفرمایید تا در قدم های بعدی دچار مشکل نشوید.

قدم بعدی شناخت سایت هایی میباشد که باید در آنها تبلیغات کنید. در دنیای اینترنت سایت های پربازدید زیادی وجود دارد. با کسب اطلاعات صحیح و دقیق، امروزه میدانیم که برخی از سایت های کشور حتی روزانه بالغ بر 500.000 الی 2.000.000 بازدید کننده واحد دارند که این رقم بسیار شگفت انگیز است. (سایت های خبری و رسانه ای در این دسته جای میگیرند.)

از طرفی خوشبختانه سایت های تبلیغاتی و آگهی زیادی هم وجود دارند که مسئولیتشان صرفا تبلیغات و آگهی است. خبر خوب اینجاست که این سایت ها آمار بازدید بسیار بالایی در روز دارند. چیزی حدود 100.000 تا 300.000 بازدید کننده واحد در روز! بر خلاف آماری که درباره تلویزیون داده شد، تمامی این آمار سایت ها مستند و واقعی میباشد.

حال بیندیشید شما بنر تبلیغاتی خود را در یک خبرگزاری و دو سایت آگهی قرار دهید. چیزی حدود 600.000 بازدید کننده واقعی فقط در یک روز از بنر تبلیغاتی شما خواهد شد. اتفاق جالبی که در اینجا میفتد این است که دیگر محدودیت 20 تا 60 ثانیه برای شما وجود ندارد، بلکه مدت یک ماه این تبلیغات در معرض دید همگان قرار خواهد داشت. با یک محاسبه ساده در میابید که در مدت یک ماه تبلیغات سایت شما بیش از 18.000.000 بار شانس دیده شدن توسط کاربران را دارد.

اما تبلیغ در سایت های صرفا آگهی مزایای بسیاری دارد که به بعضی از آنها اشاره میکنیم. با درج تبلیغات خود در این وبسایت ها به اصطلاح، عمل ماهی گیری را انجام داده اید. در این پایگاه ها تعداد کاربران زیادی آماده دیدن آگهی شما هستند. در واقع تمامی آنها بازدید کننده مفید تلقی میشوند، زیرا صرفا برای مشاهده آگهی و رفع نیاز های خود به این وبسایت مراجعه کرده اند. زمانیکه آنها آگهی شما را مشاهده میکنند با کلیک بروی آدرس سایتتان، از یک پایگاه فوق العاده شلوغ و بی نظم (سایت آگهی) به یک پایگاه آرام و منظم هدایت میشوند که در آنجا میتوانند با خیال راحت و بدون سردرگمی تمامی مطالب سایت شما را مطالعه کنند و با استفاده از موضوع بندی، هر چه زودتر به هدفشان برسند.

در این روش بطور متوسط (کمترین حالت ممکن) روزانه بین 500 تا 1000 بازدید کننده موثر روانه سایت شما خواهند شد و یا متن آگهی شما را کامل مطالعه خواهند کرد. (تمامی این آمار بر اساس تجربه های مفید بدست آمده است)

مزیت های تبلیغات در اینترنت

این روش تاثیرات مفید زیادی دارد که سعی میکنیم به چند مورد از آنها اشاره کنیم. همانطور که گفتیم چنانچه بخواهید از پروژه تبلیغاتی خود نتیجه مناسب بگیرید ملزم به داشتن یک وبسایت شخصی هستید که در آن میتوانید خودتان و محصولاتتان را جامع و کامل معرفی کنید و با تکنیک هایی که در مورد مطالب داخل وبسایت به شما آموزش داده شد نیز میتوانید از مشتریان خود جلب اعتماد کنید. این اعتماد است که در نهایت باعث رسیدن به اهداف بزرگ میشود.

پس وقتی یک نفر متن آگهی شما را در یکی از پایگاه های تبلیغات اینترنتی مشاهده کرد با ورود به وبسایت شما میتواند بصورت نامحدود و بدون مشکل زمانی از مطالب شما دیدن کند و هم چنین میتواند در سایت شما عضو شود تا بتواند در زمان های بعد، با ارتباط توسط ایمیل مجدداً به وبسایت شما بازگردد و از محصولات و امکانات جدید شما بازدید کند. در نتیجه یک رابطه مستحکم و همیشگی مابین شما و مشتریان شما برقرار میشود. مزیت دیگر این روش بازدید هدفمند است. شما چه بخواهید و چه نخواهید بازدید دائمی و ثابتی از طریق موتور های جستجو پیدا خواهید کرد.

برخی کاربران، سعی بر این امر دارند که نیاز های خود را با جستجو در موتورهای جستجوگر رفع کنند. در این باره باید گفته شود که جستجو کردن کاربران، رابطه مستقیم با بهینه سازی سایت شما دارد. هر چه قواعد و اصول بهینه سازی در وبگاه شما بیشتر رعایت شود، سایت شما در نتایج جستجو در رتبه های بالاتری قرار میگیرد و بازدید سایت شما افزایش میابد.

یادتان باشد هرچه بازدید کننده شما بیشتر باشد، مسلماً تعداد مشتریان شما هم بیشتر خواهد شد. بطور مثال هنگامیکه فردی کلمه "کانکس" را در گوگل جستجو میکند، ربات های جستجوگر این سایت ابتدا در سایت هایی فعال میشود که اصول و قواعد بهینه سازی را رعایت کرده باشند و ابتدا آنها در رتبه های 1 تا 10 گوگل قرار خواهند گرفت. اغلب سایت های آگهی از این اصول برخوردار هستند و به همین خاطر آمار بازدید بالایی دارند.

پس اگر شما سایت خود را بهینه کنید در اصل با یک تیر، دو نشان زده اید. زیرا آگهی شما در دو سایت بهینه شده قرار دارد و این امر احتمال اینکه در جستجوهای صورت گرفته قرار بگیرید بیشتر میشود.

از مزیت های دیگر این روش میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

1. امکان درج متن و عکس در آگهی
2. امکان ویرایش آگهی
3. درج آگهی شما به مدت 1 ماه کامل
4. دسترسی آسان و نامحدود بصورت 24 ساعته
5. تعداد بازدید کننده موثر بسیار بالا
6. هزینه فوق العاده پایین
7. و...

شیوه صحیح ارسال پست تبلیغاتی در سایت ها

یادتان باشد مهمترین مسئله در امر تبلیغات، کلمات کلیدی داخل متن است. در گذشته بیشتر کلمات کلیدی یا همان keyword ها در تگ های خارج از متن نوشته میشد. ولی رفته رفته این کار باعث بروز مشکلات جدی برای کاربران شد. حتما تا به حال خودتان تجربه کرده اید که کلمه "جدیدترین آهنگ ایرانی" را جستجو کرده باشید و درلیست نتایج، راهی سایت های فروشگاهی و یا بی ارزش شده باشید.

بعضی از مدیران این قبیل وبسایت ها، برای افزایش بازدید خود دست به چنین کارهایی میزدند و در تگ های خود از انواع و اقسام کلمات کلیدی استفاده میکردند تا به هر قیمتی که شده بازدید کننده بیشتری را روانه سایت خود کنند. اما چند وقتی میشود که مدیران ارشد گوگل (بعنوان بزرگترین موتور جستجوی جهان) تصمیم به تغییر در الگوریتم های خود گرفتند و با معرفی الگوریتم های جدید مانند گوگل پاندا و گوگل پنگوئن و حتی مرغ مگس خوار سعی در مبارزه با این آفت دارند.

هرچند نمیتوان بطور صد درصد گفت که از متاتگ یا کلمات کلیدی استفاده نکنید، ولی در نظر داشته باشید که این ترفند برای گوگل بسیار قدیمی شده است.

واما راه حل چیست؟ خوشبختانه هرزمان که گوگل الگوریتمی را عوض میکند، بجای آن راه جایگزین و منطقی ارائه میدهد. میخواهیم بگوییم که گوگل بسیار از ارزش کلمات کلیدی کاسته و بجای آن به ارزش توضیحات متن Meta Description افزوده است. همانطور که از معنای آن پیداست، ارزش توضیحات متن افزایش یافته است و روبات های جستجوگر از این

پس بیشتر به متن مطلب شما حساس شده اند و خودشان بر اساس متن شما کلمات کلیدی را میسازند و آنها را دسته بندی و ارزش گذاری میکنند.

تمامی توضیحات بالا ارائه شد که این مطلب را توضیح دهیم که از این پس باید کلمات کلیدی خود را در متن مطلب جایگذاری کنید. با یک مثال فهم متن را بیشتر میکنیم.

فرض کنید میخواهیم یک متن آگهی برای یک شرکت طراحی وبسایت بسازیم. ابتدا لازم است لیستی از کلمات کلیدی مهم و پر ارزش (با چگالی بالا) این شرکت را تهیه کنیم و بعد آنها را بر اساس چگالی یا اهمیت بیشتر ارزش گذاری کنیم. برای حل کردن این مثال، لیست کلمات کلیدی گروه شیرین سافت در زیر ارائه شده است:

- i. طراحی سایت
- ii. وبسایت
- iii. سایت ارزان
- iv. تبلیغات اینترنتی
- v. بازاریابی اینترنتی
- vi. افزایش فروش محصولات
- vii. بازار هدف
- viii. شرکت
- ix. پیدا کردن بازار هدف
- x. گروه اینترنتی شیرین سافت

میخواهیم یک متن کوتاه تبلیغاتی برای این گروه اینترنتی بنویسیم و قصد داریم همانطور که گفته شد، کلمات کلیدی را داخل متن درج کنیم. با این روش روبات های گوگل راحتتر میتوانند ما را پیدا کنند.

-----*****-----

گروه اینترنتی شیرین سافت ، ارائه دهنده خدمات طراحی سایت و وبسایت با بیش از شش سال سابقه در زمینه طراحی سایت و بازاریابی اینترنتی و با توانایی پیدا کردن بازار هدف میتواند میزبان خوب و شایسته ای برای شما عزیزان باشد. این شرکت با طراحی سایت ارزان در مرحله های بعدی با انجام تبلیغات اینترنتی و پیدا کردن بازار هدف، افزایش فروش محصولات شما را تضمین میکند. برای دیدن نمونه کارها و هم چنین ثبت سفارش از سایت ما دیدن فرمایید.

<http://www.shirinsoft.ir>

آدرس سایت

-----*****-----

متن بالا نمونه یک پست تبلیغاتی کامل و جامع در فضای اینترنت میباشد. لازم به ذکر است سعی کنید کلمات کلیدی در سایت را بصورت لینک به سایت خودتان دریاورید. بطوریکه اگر کسی روی این کلمات کلیک کرد، به وبسایت شما رجوع داده شود. این کار در بهبود سئو و شناساندن کلمات کلیدی سایت شما به ربات های موتورهای جستجوگر بسیار موثر است. از این تکنیک در تمام صفحات وبسایت خود هم استفاده کنید. پیشنهاد ما به شما این است که تمام تمرکز خود را به توضیح در متن معطوف کنید و در حد اعتدال حدود 3 الی 10 عدد از کلمات کلیدی هم استفاده کنید. در حال حاضر بهترین روش این است که کلمات کلیدی خود را داخل متن بصورت هایلینک به صفحات داخلی سایت خود و محدود به تگ strong قرار دهید و از متاتگ هم مطابق دستورالعمل فصل های آینده استفاده کنید. در آخر باید متذکر شویم که همواره خود را با الگوریتم های جدید گوگل بروز کنید. (در مبحث شروع دید علم سعی میکنیم بیشتر راجع به الگوریتم های جدید گوگل صحبت کنیم)

جمع بندی فصل دوم

در این فصل علاوه بر مروری بر تاریخچه تبلیغات، سعی شد یک قیاس ساده میان دو روش آگهی صورت پذیرد. شاید به نظر خیلی افراد این قیاس اشتباه باشد، ولی امروزه اثبات شده است که آگهی داخل اینترنت (با رعایت موارد فوق) با پخش 10 نوبت تیزر تبلیغاتی در یک شبکه محبوب ماهواره ای قابل مقایسه است. حداقل این است که گروه اینترنتی شیرین سافت با سالها سابقه کار طولانی در این بخش، توانسته است به این نتایج برسد و برای مشتریان خود بازارهای موفقتری را ایجاد کند.

هیچ کس منکر این امر نیست که آگهیهای طولانی مدت در تلویزیون همچنان بدون رقیب است، ولی شاید انسان با کمی تحقیق و البته تفکر بتواند راههای جایگزین بهتری را بیابد و بهترین نتیجه را از آن بگیرد.

در پایان این فصل تاکید میکنیم که همواره با الگوریتمهای گوگل بروز باشید، زیرا فعلا اینترنت جهان به گوگل ختم میشود. این واقعیتی است که شاید برای خیلیها تلخ و برای خیلیها شیرین بنظر آید ولی شما بدون توجه به این مسائل باید در فکر منافع خود باشید. به یاری خداوند در نسخه های بعدی کتاب شمارا با الگوریتمهای جدید گوگل آشنا خواهیم کرد.

فصل سوم

:. آشنا شوید با چگونگی یافتن بازار هدف در اینترنت :.

پیدا کردن بازار هدف در اینترنت

برای اینکه بتوانیم بازار هدف خود را در اینترنت پیدا کنید، به مدتی زمان نیاز دارید و البته ناچار به استفاده از روش ها و تکنیک های مدرن میباشید. اگر بخواهیم در یک جمله کل این مطلب را توضیح دهیم، شاید کلام زیر معنی درستی از این مفهوم باشد.

"برای پیدا کردن بازار هدف، مجبور به تشکیل گروهی هستید که نبض آن در دست شما باشد"

حال به توضیح این جمله میپردازیم.

ابتدا از طراح وبسایت خود بخواهید یک بلاک مربوط به عضویت کاربران در سایت شما قرار دهد و در قدم بعد با درست کردن بنر و لینک های جذاب و یا اعطا کردن برخی امکانات مانند دانلود فایل های رایگان و... بازدید کنندگان سایتتان را ملزم به ثبت نام کنید. فایده این کار این است که کسانی که قبلا شما را نمیشناختند و از طریق موتور های جستجوگر شما را پیدا کرده اند، با عضویت در سایت شما به گروه مشتریان شما تبدیل خواهند شد. این یک بانک اطلاعاتی خوب و قوی برای شما از مشتریانانتان برای خود ایجاد خواهد کرد.

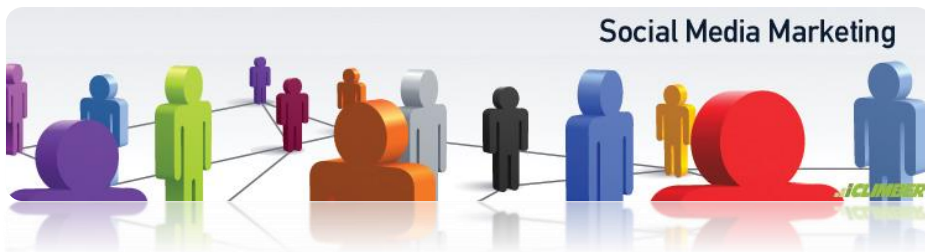
این بانک اطلاعاتی باید شامل شماره تلفن، شهر و ایمیل مشتریان شما باشد. این اطلاعات جنبه حیاطی در چرخه تعامل شما با مشتریانانتان دارد. (هرچند این کار از طریق گروه های تلگرامی و فیس بوکی هم قابل اجراست).

بطور مثال شرکت شما محصول جدید و یا خدمات دیگری به سبد کاری خود اضافه میکند. خب... بنظر شما آیا همه کسانی که مشتری شما محسوب میشوند از این اتفاق با خبر خواهند شد؟ مسلما جواب منفی است و یا اگر هم با خبر شوند زمان زیادی میبرد. ولی اگر شما از تکنیک بانک اطلاعاتی استفاده کنید میتوانید به راحتی در همان روز با ارسال پیامک به شماره مشتریان خود و یا ارسال خبرنامه سایت به ایمیل های مشتریان، به آسانی بازار هدف خود را مدیریت کنید.

به همین راحتی شما یک گروه قدرتمند از مشتریان خود تشکیل داده اید که ویژگی مهم آن، دائما در حال بزرگتر شدن است.

پس تا به اینجای کار آموختیم که در کدام سایت ها تبلیغات کنیم، سپس چگونه متن آگهی خود را ویرایش کنیم، سپس سایت خود را طوری مدیریت کنیم که علاوه بر تبلیغات، بانک اطلاعاتی خود را هم ایجاد کنید و بعد از ایجاد بازار هدف برای خود و پیدا کردن مشتریان جدید، آن را مدیریت کنید.

بازاریابی در شبکه های اجتماعی



همانطور که میدانید، امروزه شبکه های اجتماعی در سراسر جهان حرف اول را از لحاظ تعداد کاربران میزنند. این شبکه ها آنقدر بزرگ شده اند و پیشرفت کرده اند که توانستند جایگاه خود را در هر لحظه زندگی مردم کشور های مدرن و در حال پیشرفت پیدا کنند. جالب است بدانید شبکه اجتماعی فیس بوک چیزی بیش از یک میلیارد نفر عضو دارد و در بازه های زمانی دوماه به بیش از 2 میلیارد نفر میرسد، یعنی تقریباً چیزی حدود یک هفتم جمعیت انسان های کره زمین بصورت دائم!!

آمار جالب تر در این زمینه (طبق گفته های مدیران این شبکه) این است که حدود 60% از این کاربران با تلفن همراه در این شبکه اجتماعی حضور دارند. این بدان معناست که اینقدر حضور در این دسته سایت ها برای زندگی روزمره مردم جهان پر اهمیت شده است که حتی در بیرون از خانه، از دانشگاه گرفته تا محل کار، ارتباط آنلاین خود را با این سایت ها حفظ میکنند.

آمار استفاده از شبکه های اجتماعی

از شما دعوت میکنیم به آمار مستند و بروز سایت 1admin.ir درباره شبکه های اجتماعی توجه کنید.

- ❖ ۷۳٪ از کاربران اینترنت در شبکه های اجتماعی هم حضور دارند
- ❖ ۹۰٪ این کاربران بین ۱۸ الی ۲۹ سال هستند
- ❖ ۷۸٪ افراد بین ۲۰ تا ۴۹ سال به این شبکه ها علاقه دارند و فعال هستند
- ❖ ۶۵٪ افراد بین ۵۰ الی ۶۰ سال نیز در شبکه های اجتماعی فعالند
- ❖ ۷۱٪ کاربران از طریق دستگاه های همراه خود به شبکه های اجتماعی می آیند

این پدیده جالب، امروزه توجه همه کارشناسان را به خود جلب کرده است و همگان در این فکر هستند که چگونه میتوانند از این ظرفیت و قوای عظیم استفاده کنند.

پاسخ این پرسش که اهمیت این محبوبیت بالا در چیست، کاملاً روشن است. در فصل گذشته راجع به پروژه های تبلیغاتی موفق در سایت های آگهی صحبت کردیم. اگر یادتان باشد، یکی از فاکتور های اصلی برای تاکید بر آگهی دادن در این سایت ها، آمار بازدید بالای آنها بود.

این قضیه دقیقاً در رابطه با شبکه های اجتماعی هم صدق میکند. زیرا غیر از بازدید بسیار بالا، وجود همه نوع از اقشار جامعه در این نوع شبکه ها، ویژگی مهم دیگری بشمار میرود. از وکیل و روانپزشک گرفته تا مهندس و معلم و حتی کارگر. (آیا بازار هدف شما میتواند در این کنگره عظیم و وسیع انسانی قرار داشته باشد؟)

نکته مهم دیگری که در این زمینه وجود دارد، این است که تمامی این افراد تقریباً هر روز به صفحه خود سر میزنند تا بتوانند دوستان جدید پیدا کنند، به افراد لیست خود سر بزنند و از آخرین اخبار روز مطلع شوند. این در واقع همان مطلبی است که مارک زاکربگ مدیر یکی از بزرگ ترین شبکه های اجتماعی به آن اشاره دارد و سایت خود را مکان مناسبی برای فعالیت های تجاری میداند.

پس ما به شما پیشنهاد میکنیم در یکی از شبکه های اجتماعی پرکاربر، یک صفحه برای شرکت و یا سایت خود بسازید. (شبکه های اجتماعی داخل ایران را نیز فراموش نکنید، بعضی از آنها آمار بازدید بسیار بالایی دارند) هر شب به آن سر بزنید و در آن از مطالب جالب و کاربر پسند استفاده کنید. پیشنهاد ما این است که روزانه به تعداد نفرات زیادی در همان سایت پیشنهاد دهید که صفحه شما را بازدید کنند و از اعضای آن شوند.

این کار چه فایده ای دارد؟ چنانچه خاطرتان باشد، از شما درخواست کردیم که در وبسایت خود پنل عضویت کاربران قرار دهید تا بتوانید یک گروه از مشتریان برای خود تشکیل دهید. این کار در شبکه های اجتماعی هم بخوبی جواب میدهد، زیرا شما با تمام اقشار جامعه در ارتباط هستید.

وقتی تعداد کاربران صفحه شما در این شبکه های اجتماعی زیاد بشود، شرکت یا سایت شما را اصطلاحاً چهره برجسته خطاب میکنند. در این صورت به یک فرد شناخته شده تبدیل خواهید شد و هر زمان که اراده کنید میتوانید در کنار مطالب جذاب و مورد پسند کاربران، در مورد سایت، حرفه، شغل، مهارت، شرکت ویا هرچیز دیگری که قصد تبلیغ آن را دارید مطالبی به صفحه خود اضافه کنید و این پست ها را در معرض دید هزاران نفر قرار دهید.

شیوه ارسال مطالب به شبکه های اجتماعی، تقریباً مشابه همان توضیحاتی که در فصل قبل در مورد ارسال آگهی به سایت های آگهی بیان شد میباشد، تنها مواردی که باید خیلی دقت کنید، اول آن است که بعد از ویرایش متن آگهی خود حتماً باید URL (آدرس سایت) سایتتان را در زیر متن درج کنید. اگر بتوانید آدرس صفحات داخلی سایت را هم بزارید که بسیار به نفع شما خواهد بود، زیرا این امر در ایندکس شدن (ثبت شدن صفحات سایت شما در موتورهای جستجو) صفحات سایت شما بسیار موثر خواهد بود.

و دوم اینکه از هشتک یا # استفاده کنید و کلمات کلیدی متن خود را با هشتک قرار دهید تا در جستجوهای مرتبط توسط اعضای ناشناس مورد بازبینی قرار گیرد.

هم چنان دوستان تازه به صفحه خود معرفی کنید و ارسال مطالب روزانه به این صفحه را فراموش نکنید. خوبی شبکه های اجتماعی در آن است که بازدید اجباری دارد، این بدان معناست که حتی اگر کاربران علاقه ای به دیدن پست های تبلیغاتی نداشته باشند، بصورت تصادفی با آنها مواجه میشوند. حال چقدر میتواند جذاب باشد که شما با کمی ذوق و سلیقه و استفاده از تصاویر زیبا، تبلیغات خود را به شکلی درآورید که حتی آن کاربری که علاقه به دیدن تبلیغات شما ندارد، حداقل برای چند ثانیه شیفته مشاهده تصاویر آن شود. همین موضوع در ایجاد ذهنیت مثبت و پیگیری های بعدی تأثیرات مثبت فراوان دارد.

امکان دیگری که در بازاریابی اینترنتی موجود است چت باکس ها هستند. البته این قابلیت در شبکه های اجتماعی هم وجود دارد. شما میتوانید تعدادی از مشتریان خود را شناسایی کرده و از طریق ارتباط مستقیم دوطرفه یا همان چت، با آنها رابطه برقرار کنید و تبلیغات خود را بطور مستقیم انجام دهید. حال این به هنر بیان شما بستگی دارد که با تکنیک های زبانی چگونه بتوانید آن طرف را متقاعد کنید که از امکانات شما استفاده کند.

(بطور مثال ما خودمان تجربه بسیار شیرین از همین چت باکس ها داشتیم و توسط آن توانستیم کاربران بسیاری را برای یکی از شبکه های خود جذب کنیم).

نوع دیگری از شبکه های اجتماعی سایت های اشتراک فیلم و ویدئو میباشند که یکی از موثرترین راه های تبلیغات در اینترنت به شما میروند، زیرا تماس مابین مشتری و شما از نوع حس بینایی صورت میگیرد. شاید بارها این جمله را شنیده باشید که عقل مردم به چشمشان است. این موضوع دقیقا همین مسئله را اثبات میکند. وقتی شما در حال تبلیغات برای یک محصول صنعتی هستید، واضح است که اگر مشتری خط تولید کارخانه شما را در قالب یک ویدئو ببیند احتمال بسیار زیاد به این موضوع پی میبرد که شما صاحب کارخانه هستید و از واسطه گری و کلاه برداری خبری نیست. از دیگر امکانات این بخش میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

1. ایجاد حس آرامش و اعتماد در مشتری
2. آشنایی با زیر ساخت های شرکت و کارخانه شما
3. آشنایی با فرایند تولید محصولات
4. آشنایی با روند انجام یک فعالیت (مثلا شیوه ثبت نام در یک سایت)
5. آشنایی مشتریان با ویژگی های و نحوه کارکرد محصولات شما
6. ایجاد کلاس کاری بالا در مقایسه با رقبای خود (در صورت ساخت تیزر تبلیغاتی)
7. و...

از مهمترین مزایای این کار جلب اعتماد افرادی میباشد که از قبل هیچ آشنایی با شما و فعالیتتان ندارند. شاید همین امر سبب شده است که در سالیان اخیر شرکت ها و کارخانه های زیادی مبالغ هنگفتی را برای ساخت تیزر های تبلیغاتی خود صرف کنند و آن را بصورت گسترده در فضای اینترنت منتشر میکنند. (از ساختن موشن گرافیک غافل نمانید) اگر صاحب شرکت هستید هم میتوانید با ضبط یک فیلم از محیط کاری، زیر ساخت ها، کارکنان و نحوه تکریم از ارباب رجوع در این راه قدم گذاشته و مسلما نباید پیغام مدیریت در انتهای ویدئو فراموشتان شود. باز هم تکرار میکنیم که 90 درصد این کار برای جلب اعتماد است و تنها 10 درصد جنبه تبلیغاتی دارد. اگر صاحب کارخانه هستید جدا از مواردی که توضیح داده شد، میتوانید از محصول خود و نحوه استفاده و کارکرد های مفید آن تصاویری را تهیه کنید.

در سالیان اخیر حتی صاحبان سایت های بزرگ هم فیلمی از طرز عملکرد سایت خود تهیه میکنند و در آن سعی میکنند به پرسش های کاربران خود پاسخ دهند.

در مرحله بعد کافیسیت با یک جستجوی ساده، لیستی از سایت های اشتراک فیلم در اینترنت را جستجو کرده و در بزرگترین آنها بعد از مرحله ساخت حساب کاربری، ویدئو های خود را حتما با قید آدرس وبسایت آپلود کرده و در دید همگان قرار دهید.

تنها نکته ای که در مرحله آپلود بسیار اهمیت دارد این است که بعد از بارگزاری فیلم در سایت اشتراک ویدئو، معمولا شما باید کلمات کلیدی (متا تگ) ویدئوی خود را درج نمایید که این کار از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. زیرا در قسمت قبل متن در اختیار داشتیم و موتور های جستجو میتوانند به راحتی از روی کلمات کلیدی متن مارا پیدا کنند، ولی این موضوع درباره ویدئو صادق نیست و تاکنون رباتی وجود ندارد که از روی فریم های فیلم بتواند دسته بندی آن ها را مشخص کند. پس طبیعا اگر از کلمات کلیدی استفاده نکنید، هیچ گاه از طریق جستجو فیلم شما یافت نخواهد شد.

مزیت این روش در این است که مشتریان شما کاملا با شما و محل کار و هم چنین محصولات شما آشنا میشوند و همانطور که قبلا اشاره کردیم مهمترین مسئله در امر تبلیغات، کسب اعتماد طرف مقابل است و اگر در این کار موفق باشید، در بازاریابی اینترنت اصطلاحا به شما میگویند:

"شما بردید"

خیلی ساده بخواهیم بگوییم، همان ارسال متن تبلیغاتی خود در قالب ایمیل های انبوه است.

این شیوه دو حالت دارد. یا شما یک بانک ایمیل از کاربران خود دارید و به آن ها بطور منظم خبرنامه ارسال میکنید و یا باید با صرف مبلغی این کار را به شرکت های واسطه برای انجام بسپارید.

این شرکت ها ادعا میکنند که تحقیقات نشان می دهد 93% از متخصصین بازاریابی معتقدند که ایمیل مارکتینگ برگشت سرمایه **عالی (22%)، خوب (44%) یا متوسط (34%)** دارد و از این نظر بعد از بهینه سازی برای موتورهای جستجو در رتبه دوم قرار گرفته است.

این ادعای مدیران شرکت های ارسال ایمیل انبوه است که بنظر ما بیشتر جنبه تبلیغاتی دارد.

ایمیل مارکتینگ خوب است اما نه در درجه دوم. بلکه بنظر ما تمرکز خود را در درجه های سوم و یا چهارم بروی ایمیل مارکتینگ قرار دهید.

پنل های ارسال انبوه پیامک هم راه دیگری است که حتما با آن آشنا هستید، ولی به دلیل ضعف های بالای این شیوه تبلیغات، از توضیح دادن آن در قالب یک سرفصل خودداری کرده ایم، زیرا به احتمال بسیار زیاد همین امروز هم باید شما بروی تلفن همراه خود یک پیامک تبلیغاتی مشاهده و به سرعت آن را حذف کرده باشید. دقیقا همین ارسال های بی هدف و همراه مشکلات و نقص های فراوان است که باعث شده این روش تاثیر مفید بالایی نداشته باشد.

تنها راه موفقیت این روش در این است که برای لیست مشتریان (همان بانک اطلاعاتی که از طریق سایت جمع آوری خواهید کرد) بطور منظم اخبار مجموعه خود را ارسال کنید. در این صورت با سریعترین حالت ممکن به مقصود خود خواهید رسید.

جمع بندی فصل سوم

در این فصل بطور کل سعی شد بروی مباحث بازاریابی و پیدا کردن بازار هدف تمرکز شود. تقریباً تمامی مدل های مارکتینگ در اینترنت بطور مختصر و مفید بررسی و بر حسب تمایل و امکانات، انتخاب به عهده شما گذاشته شد.

ترتیب اولویت خیلی خاصی نمیتوان برای آن مشخص کرد ولی شما سعی کنید تقریباً تمام آنها را برای رونق کسب و کار خود انجام دهید و اگر روی هرکدام که تخصص دارید، برآن پافشاری کنید. بطور مثال اگر در ساخت تیزر تبلیغاتی ماهر هستید و امکانات آن را هم در اختیار دارید، اصلاً از این کار دریغ نکنید و حتی بجای صرف انرژی برای مارکتینگ های دیگر، تمام توان خود را در همان قسمت ویدئو که تبهر شما در آن است قرار دهید. مطمئن باشید که به پاسخ مناسبی خواهید رسید.

شروع دید علمی

تا به این جای کار، مسائل سعی شد به زبان کاملاً ساده و برای تمامی کسانی که حتی کوچکترین اطلاعاتی از اینترنت و شیوه تبلیغات ندارند بیان شود. اما از اینجای کار به بعد مطالب سئوی تخصصی و بهینه سازی سایت بیان خواهد شد. عزیزانی که در امر کد نویسی مهارت دارند و یا علاقه مندند سایت خود را در رتبه های بالاتری قرار دهند، از این فصل به بعد با دقت بیشتری مطالعه داشته باشند که به امید خدا بتوانیم در یک تعامل دو طرفه به هم مطالب مفیدی آموزش دهیم. (همین امید ارسال نقطه نظرات شما دوستان عزیز راجع به کتاب بود که به ما جرات داد حرف از تعامل دوطرفه بزنیم.) لازم به ذکر است از اینجای کار به بعد هم تمام سعی خود را میکنیم که مطالب تخصصی را نیز به زبان ساده بیان کنیم. پس اگر هیچ گونه پیش زمینه ای ندارید نترسید و ما را از همراهی خود در فصل های بعدی محروم نسازید. حداقل کار این است که ذهنیتان برای آموزش مطالب دیگر آماده میشود.

فصل چهارم

:. آشنا شوید مبانی سنو و بزرگترین موتور های جستجو :.



از این مرحله به بعد می‌خواهیم بطور مستقیم وارد مبحث سئو شویم. اگر در این فکر هستید که ما یک کد به شما معرفی کنیم و با قرار دادن آن در سایت خود، بتوانید بعنوان نفر اول در گوگل قرار گیرید و یا به دنبال یک روش جادویی و سریع برای رسیدن به اهداف خود در سئو می‌باشید متاسفانه باید به شما بگوییم که راه را اشتباه آمده اید.

آیا ترسیدن از این موضوع و یا اینکه بگوییم سئو آنقدر سخت و به روز است که وارد شدن به مبحث آن از ابتدا غلط است؟ شاید هم همیشه آرزوی سئو برای سایت خود را در ذهن داشته اید ولی به دلیل مخارج بالا و یا تنبلی خودتان از آن منصرف شده اید.

ولی در حقیقت هر دو تفکر درست نمی‌باشد. هم شما و هم هر کس دیگری می‌تواند در این زمینه قدم بگذارد و بدون ترس از هر موضوعی با مطالعه مقالات و کتاب‌های مربوطه به موفقیت‌های خوبی در زمان کم دست پیدا کنید، اما باز هم می‌گوییم به شرط علاقه !

هیچ وقت از سئو نترسید. با شهامت وارد آن شوید، تغییرات گفته شده را انجام دهید و با استفاده از روش‌هایی که ذکر خواهد شد، در هر مرحله سایت را آنالیز کرده و پیشرفت خود را به چشم ببینید و آن وقت است که هر روز به آن علاقه مند تر خواهید شد. برای آشنایی بیشتر با اهمیت بهینه سازی وب سایت به اطلاعات زیر توجه فرمایید.

آیا می دانستید 80 درصد بازدید سایت شما از طریق موتورهای جستجو انجام می شود؟

آیا می دانستید روز به روز افراد برای خرید و تهیه نیاز های خود از وب سایت استفاده می کنند؟

آیا می دانستید اکثر کاربران فقط نتیجه های جستجو در صفحه اول موتور جستجو گر را مشاهده می کنند؟

آیا می دانید بیشتر بازدید کننده های شما توسط 2 موتور جستجوگر بزرگ یعنی گوگل و Yahoo وارد وب سایت شما می شوند؟

سوالات متداول بهینه سازی سایت

چرا بهینه سازی سایت؟

سوال خوبی است. بهینه سازی سایت باعث می شود رتبه سایت شما در گوگل بالا رفته و به صفحه اول گوگل وارد شوید. وقتی به صفحه اول گوگل وارد شدید، در نتیجه افرادی که کلمه کلیدی مورد نظر شما را جستجو می کند، وب سایت شما را دیده و وارد سایت شما می شوند و این کار یعنی افزایش بازدید سایت شما. در نتیجه محصولات شما بیشتر فروخته شده و یا خدمات شما مشتری بیشتری خواهد کرد.

آیا راه دیگری هم برای آمدن به صفحه اول گوگل است؟

بله، استفاده از تبلیغ در گوگل. ولی باید در نظر داشت که این هزینه به دلار پرداخت می شود. شاید این قضیه برای وب سایت های خارجی که به دلار پول در می آورند به صرفه باشد اما برای ما که باید به ریال پرداخت کنیم شاید به صرفه نباشد.

برای بهینه سازی ما باید چه کار هایی انجام دهیم؟

معمولا برای دست یافتن به رتبه های بالای گوگل، علاوه بر داشتن دانش سئو، وب سایت خوب و قابل انعطاف نیز مورد نیاز است. وب سایت باید بدون خطا باشد و همچنین از آدرس های معتبر استفاده کنید. همچنین بهتر است که وب سایت داینامیک باشد تا متخصصان بهینه سازی سایت بتوانند مطالب را ویرایش کنند و یا مطلب جدید به سایت شما اضافه کنند.

هزینه افزایش رتبه سایت و بهینه سازی سایت چقدر است؟

عدد دقیق برای این کار وجود ندارد. معیارهایی همچون تعداد رقیبان، میزان استفاده رقبا از تکنیک های سئو، تعداد جستجوهای روزانه و ... در قیمت تاثیرگذار است.

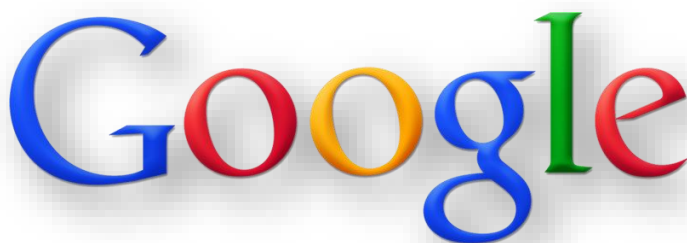
چه مدت طول می کشد تا به رتبه خوبی برسیم؟

این موضوع هم باید بعد از تحلیل وب سایت شما و وب سایت رقباء و همچنین میزان جستجو بر روی آن کلمه کلیدی و چندین پارامتر دیگر مورد بررسی قرار گیرد.

آیا این بهینه سازی وب سایت به صورت مادام العمر است؟

سوال بسیار سختی است. در محیط وب تمام رقبا در حال هزینه کردن برای رسیدن به رتبه های بالا هستند. حال باید دید رقباء شما چه مقدار برای این قضیه کنجکاو هستند؟

بهترین موتور جستجو کدام است؟



بدون اتلاف وقت و همانطور که منظورمان را فهمیدید، جواب میدهم گوگل ! شک نکنید که شرکت گوگل بزرگترین موتور جستجوی جهان را در اختیار دارد، زیرا طبق آمار منتشر شده بیش از 90% کاربران جهان از این موتور برای رسیدن به اهداف خود استفاده میکنند.

جالب است بدانید که گوگل اولین سایت و موتور جستجوی جهان نبوده است. در سال ۱۹۹۳ چند صد وبسایت کار خود را در دنیای اینترنت شروع کردند که البته بیشتر آنها در دانشگاهها مورد استفاده قرار می گرفتند، اما خیلی قبل از آن و در سال ۱۹۹۰ نخستین موتور جستجو کار خودش را آغاز کرده بود.

این موتور که تحت عنوان Archie شناخته می شد توسط دانشجویان دانشگاه McGill با نام Alan Emtage درست شده بود که اسم آن در اصل Archieved بود که به صورت اختصاری و تحت نام Archie نام گذاری شد.

این موتور جستجو که از طریق فعالیت در FTPها کار می‌کرد، تنها قادر بود از روی نام و تیترا مطالب آن را تشخیص بدهد و نمی‌توانست تا به جستجو در بین کلمات محتوا پردازد. متن کوتاهی از ویکی پدیا راجع به گوگل و آمار آن جالب می‌باشد.

جستجوی گوگل (به انگلیسی: Google search) یک موتور جستجو در وب است که تحت مالکیت شرکت گوگل قرار دارد. گوگل از راه این وب‌گاه روزانه صدها میلیون دلار دریافت می‌کند و این وب‌گاه در سال ۱۹۹۷ به وجود آمد. (تقریباً هفت سال بعد از راه اندازی اولین سایت جهان!) دامنه اصلی این سایت در مه ۲۰۰۸، ۱۳۵ میلیون بار بازدید شده‌است.

این موتور جستجو بیشترین بازدیدکننده در بین کاربران را دارد. موتور گوگل روزانه چند صد میلیون بار به طرق مختلف استفاده می‌شود. مهم ترین هدف گوگل یافتن متن مورد نظر در میان صفحات وب است.

اما انواع دیگر اطلاعات به وسیله قسمت‌های دیگر آن مثل جستجوی تصاویر گوگل، نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند. جستجوگر گوگل توسط لری پیج و سرگئی برین در سال ۱۹۹۷ ساخته شد. این جستجوگر به جز جستجوی واژگان، ۲۲ حالت جستجوی دیگر نیز دارد. مثل جستجوی مترادف‌ها، پیش‌بینی هوا، محدوده‌های زمانی (وقت محلی)، قیمت سهام، اطلاعات زلزله، زمان نمایش فیلم‌ها، اطلاعات فرودگاه و....

همچنین مختص اعداد، امکانات ویژه‌ای وجود دارد مانند بازه (۷۰...۸۰)، دماها، واحدهای پول و تبدیل آن‌ها به هم، عبارات محاسباتی $(\tan 30 + \ln y^3)$ و...

ترتیب قرارگرفتن نتایج جستجوی گوگل بستگی به عاملی به نام رنک (به انگلیسی: Rank) صفحه دارد. جستجوی گوگل با به کاربردن عملگرهای جبر بولی مانند شمول و عدم شمول گزینه‌های زیادی را برای کاربران قابل تنظیم کرده‌است. (به انگلیسی: Advanced search)

همانطور که مطالعه کردید گوگل با تفکر قوی و همچنین عملکرد خوب توانسته است طیف وسیعی از کاربران را به خود جذب کند و اپلیکیشن‌های خود را تقریباً در تمام وسایل الکترونیکی (از گوشی‌های تلفن همراه گرفته تا تلویزیون و...) قرار دهد.

پس طبیعی است که شما با تمرکز بروی این سایت بتوانید در سئو به موفقیت برسید.

موتور های جستجو چگونه کار میکنند؟

شاید تمام بار زحمات موتور های جستجو بروی شانه های ربات ها یا همان خزنده ها باشد. قبل از تشریح چگونگی کار این موتور ها، دسته بندی آنها را مشخص میکنیم.

1. موتور های جستجوگر اصلی

2. موتور های جستجو گر تابع

موتور های جستجو گر اصلی، تعداد کمی از آنها وجود دارد و معروف ترین آنها گوگل میباشد. این سایت ها دارای الگوریتم های خاص خود برای دست یابی به بهترین جستجو میباشند. خزنده های خاص خود را دارند و انواع مختلفی از جستجو را شامل میشوند. (اعم از وب، تصویر، ویدئو و...)

اما موتور های جستجوگر تابع در اصل وبسایت های اغلب ساده ای هستند که بر اساس الگوریتم یکی از موتور های جستجوی اصلی کار میکنند. بطور مثال وقتی شما کلمه ای را در این موتور جستجوگر سرچ میکنید، این سایت درخواستی را به سرور های گوگل ارسال میکند و لیست نتایج خود را بر اساس الگوریتم های گوگل مرتب کرده و برای شما به نمایش میگذارد.

اما چگونگی عملکرد این ربات ها بسیار جالب است. ربات ها در تمام اوقات مشغول گشت و گذار داخل اینترنت هستند و صفحات ثبت شده در دایرکتوری خود و دیگر دایرکتوری ها را بررسی میکنند، نوع آنها را دسته بندی کرده و در مرحله آخر با ایجاد یک کش قوی آنها را در حافظه خود ثبت و رتبه بندی میکنند. (این موتور ها معمولا پهنای باند بسیار بالا و حافظه کش قوی دارند.)

در ادامه هم این کار صورت میگیرد و اینطور نیست که ربات ها فقط یک بار به وبسایت شما سربرزند، بلکه تقریبا هر روز از آنها دیدن میکنند و تغییرات را ثبت کرده و در حافظه قرار میدهند.

پیج رنک چیست؟

قبل از بررسی الگوریتم های گوگل لازم است با مفهوم پیج رنک آشنا شوید. گوگل برای تعیین اهمیت صفحات از پیج رنک استفاده میکند که یکی از فاکتورهای اصلی برای رتبه بندی نتایج گوگل است. پیج رنک (Page Rank) توسط بنیانگذاران گوگل لری پیج و سرگئی برین در استنفورد مطرح شد. و در واقع اصطلاح پیج رنک نیز از اسم لری پیج گرفته شده است.

تئوری مدیران گوگل این بود که صفحاتی با لینک ورودی زیاد صفحات مهمتر و با اهمیتی هستند. الگوریتم آنها لینک های ورودی را بعنوان یک رای مثبت به سایت در نظر میگیرد. میزان تاثیر یک لینک ورودی بر پیج رنک شما به عوامل مختلفی مانند پیج رنک صفحه لینک دهنده، تعداد صفحات لینک شده در آن و نوفالو نبودن (وجود لینک های مفید) لینک ها بستگی دارد.

البته این معیار تا حد زیادی قابل قبول است زیرا داشتن لینک خروجی زیاد به این معنی است که حساسیت زیادی بر معرفی منابع در سایت وجود نداشته است.

بهترین راه برای افزایش پیج رنک، کسب لینک ورودی به سایت از صفحاتی با پیج رنک بالا است. شما میتوانید با دیگران تبادل لینک کنید ولی این کار را فقط با صفحات مرتبط و به تعداد محدود انجام دهید.

تمام این توضیحات را دادیم و باید در انتها بگوییم که دیگر پیج رنک وجود ندارد، یعنی وجود دارد، اما دیگر گوگل آن را به عموم نشان نمیدهد و فقط برای خودش محفوظ است.

دلیل این کار هم سواستفاده هایی است که از این نام صورت میگیرد. بطور مثال سایت هایی بودند که با روش های غلط و سیاه، پیج رنک صفحات سایت خود را بالا میبردند و با آن عدد تقلبی اقدام به فروش لینک به سایت های دیگر میکردند، در صورتیکه خود آنها در شرایطی اسیم بودند..! به همین خاطر تصمیم به این شد که بگویند پیج رنک گوگل مرده است! اما بدانید که همچنان وجود دارد و کار میکند.

الگوریتم های گوگل

حال با ایجاد این پیش زمینه در ذهن شما که گوگل میتواند بهترین گزینه برای سئوی سایت شما باشد خیلی کوتاه به معرفی الگوریتم های گوگل میپردازیم.

الگوریتم های گوگل شامل الگوریتم گوگل پنگوئن - الگوریتم گوگل پاندا - الگوریتم مرغ مگس خوار - الگوریتم کبوتر - الگوریتم PayDay Loan - الگوریتم Page Layout - الگوریتم Page Authority - الگوریتم کافئین - الگوریتم گورخر و الگوریتم mobilegeddon میباشند.

اینها برای کاربران اینترنتی و وبمستران ناشناخته هستند و بیشتر اطلاعاتی که بر روی اینترنت مطالعه میکنید براساس حدس و گمان و یا بررسی های دقیق متخصصین سئو تهیه شده اند. ماه های گذشته مشخص شد که در حال حاضر خود گوگل بطور دقیق میداند که دلیل افت رتبه یک سایت در نتایج جستجو چیست و کدام یک از این الگوریتم ها موجب آن شده اند ولی این اطلاعات از طریق اکانت وبمستر تولز در اختیار مدیران سایت ها قرار نمیگیرد! (اکانت گوگل وبمستر تولز یکی از اولین و مهمترین قسمت های سئو را در بر دارد، ولی به دلیل رعایت نکات فنی لازم میدانیم ابتدا شیوه های صحیح طراحی سایت بهینه را توضیح داده و سپس به سراغ توضیح گوگل وبمستر برویم. لطفا تا فصل آینده شکبیا باشید.) بنظر میرسد که رفته رفته گوگل قصد دارد اطلاعات بیشتری از عوامل موثر بر رتبه بندی سایت ها در اختیار کاربران خود قرار دهد.

در همین راستا جان مولر در پاسخ به سوال یکی از کاربران در مورد الگوریتم گوگل گفته است:

سرعت ایندکس شدن صفحات سایت نمیتواند دلیلی بر جایگاه خوب آنها در نتایج جستجو باشد. اگر مطالب شما بخوبی ایندکس میشوند ولی جایگاه مناسبی کسب نمیکنند به این معنی است که محتوای سایت شما مورد پسند الگوریتم نبوده و کیفیت لازم را ندارد.

بطور مشخص میتوان گفت که مولر در مورد الگوریتم پاندا و تصمیم گیری آن برای تعیین کیفیت محتوای سایت صحبت میکند و این نشان از آن دارد که گوگل دقیقا میداند که سایت شما توسط کدام الگوریتم جریمه شده است که البته به خود وبمستر اطلاعی داده نمیشود.

الگوریتم گوگل پاندا



گوگل پاندا نام الگوریتم جدید شرکت گوگل در رتبه‌بندی صفحات است که برای اولین بار در فوریه ۲۰۱۱ آغاز به کار کرد. این الگوریتم نتایج جستجو را تا حدی تغییر داده و به شدت با متن‌های کپی شده و کم ارزش مبارزه می‌نماید.

چندسالی می‌شود که مدیران سایت‌های بجای خلق مطالب و پست‌های جدید، فقط مشغول کپی برداری از وبسایت‌های دیگر هستند. در بعضی از موارد مشاهده می‌شد که مدیر یک سایت با زحمت فراوان مقاله‌ای را ترجمه می‌کرد و آن را در وبسایتش برای استفاده عموم بصورت رایگان قرار میداد ولی برخی با عدم رعایت قانون کپی رایت، آن مقاله را در وبسایت خود می‌گذاشتند و جالب تر اینکه در برخی موارد آن وبسایت ناقض حقوق کپی رایت، در نتایج گوگل بالاتر از سایت اصلی قرار میگرفت.

خوب اصلا منطقی بنظر نمی‌رسید که کس دیگر زحمت اصلی را بکشد و دیگران از آن بهره مند بشوند. به همین دلیل بود که گوگل به فکر چاره افتاد و با معرفی الگوریتم گوگل پاندا در صدد مبارزه با این مشکل برآمد.

اما همانطور که قبلا هم گفتیم، گوگل بعد از اجرای هر الگوریتم، راهکارهای منطقی نیز ارائه می‌دهد تا ضربه‌ای به رنک وبسایت شما وارد نشود. فقط کافیه خود را هم‌رنگ با گوگل کنید.

اما راه کارهای هم‌رنگی با آقای پاندای گوگل...

در ابتدا باید زمان ماندگاری کاربران در وبسایتان را بالا ببرید. یعنی وقتی کاربری با لیست گوگل و یا هر روش دیگری به سایت شما وارد می‌شود، مهم است که زمان نسبتاً زیادی را در سایت شما سپری کند و مشغول گشت و گذار در آن شود. بدترین حالت برای یک وبسایت این است که شخصی وارد سایت شما شود و بدون بازدید از صفحات داخلی دیگر، به سرعت سایت شما را ترک کند. این نکته کاملاً منطقی به نظر می‌رسد که سایت شما نتوانسته است رضایت کاربر را جلب کند. اگر تعداد این خروج‌های بیش از موعد از سایت

شما زیاد شود، گوگل به این نتیجه میرسد که سایت شما پایگاه مناسبی برای کاربران نخواهد بود و در نتیجه رنگ شما افت شدیدی خواهد کرد. میتوانید با قرار دادن بلاک مطالب مشابه و همچنین طراحی ساده و گرافیکی، بازدید کنندگان سایت خود را ملزم به استفاده از قسمت های دیگر سایت خود کنید.

پس افزایش زمان ماندگاری و کاهش فرار از سایت دو فاکتور مهم در مقابله با الگوریتم پاندا به شمار میرود.

نکته مهم دیگر در این الگوریتم این است که گوگل به پست های ثابت و تبلیغات فراوان در سایت ها حساس شده است. سعی کنید از آنها به شکل محدود استفاده کنید و یا بعضی از آنها را از بین ببرید.

لازم به ذکر است شبکه های اجتماعی و برند سازی نیز تاثیر بالقوه ای در هم رنگ شدن با این الگوریتم دارد که بطور کامل در فصل های گذشته توضیح داده شده است.



از الگوریتم های جدید گوگل به حساب میرود که برای اولین بار در تاریخ 24 آوریل 2012 اعلام شد و تاکنون پنج آپدیت از آن معرفی شده است. این الگوریتم دشمن تکنیک های دخیل در افزایش مصنوعی رنک وبسایت ها و یا به تعبیر خود گوگل، سئوی سیاه میباشد.

توجه اصلی گوگل به وبسایت هایی میباشد که در انها اصول Black Hat SEO رعایت شده است و این اصول براساس Google's Webmaster Guidelines تعریف میشوند. از این نوع تکنیک ها میتوان به Keyword Stuffing , Cloacking و شرکت در تبادل لینک هایی که به نام Link Schemes معروف هستند اشاره کرد.

یادتان میآید مبحث Community را در آغاز کتاب مطرح کردیم؟ در واقع فاکتور اساسی در سئو هم چنان هم همان Community است ولی برخی خواستند با دور زدن این روش به شکل های مصنوعی رنک و رتبه سایت خود را بالا ببرند. بطور مثال به وبسایت های بزرگ و پربازدید مبلغی را پرداخت میکردند تا لینک وبسایت آنها در سایتشان قرار دهد. تا قبل از وجود الگوریتم پنگوئن این کار پاسخ بسیار خوبی برای مدیران وبسایت ها داشت، بطوریکه با خرید چند بک لینک از سایت های پربازدید در فاصله چند روز رتبه سایت آنها بشکل چشم گیری بالا میرفت، اما این امر در صورتی بود که آن سایت ها اغلب بار فنی و ارزش محتوایی خوبی نداشتند.

جالب است بدانید از ابتدای شروع به کار این الگوریتم تا به حال نزدیک به ۳/۱ درصد از نتایج زبان انگلیسی و حدود ۳ درصد از زبان هایی مانند آلمانی و عربی را تحت تاثیر قرار داده است.

کاملاً واضح است که این یک مشکل بزرگ در سر راه فعالیت بزرگترین موتور جستجوی جهان بود و باید آن را مرتفع میکرد. به همین منظور با ارائه این الگوریتم سایت های اسپم و کلاهبردار شناسایی و توبیخ شدند.

اما راهکار های مقابله با این الگوریتم...

یکی از افراد سرشناس در زمینه سئو پاسخ جالب و در عین حال عجیبی دارد. او میگوید به بازدید فرستاده شده از طرف گوگل توجهی نکنید. سایتتان را با مطالب مفید و دسته اول پر کنید. عبارت دیگر ایجاد محتوی کنید. نظر دادن در وبلاگ های دیگران و ارسال پست مهمان میتواند برای ایجاد محبوبیت در مدت زمان کم بسیار مفید باشد.

نکته جالب صحبت های او اینجاست که میگوید شما در طول این مدت زمان به گوگل کم توجهی کردید، ولی عکس این رابطه وجود داشته است و توجه گوگل به شما آرام آرام معطوف شده است.

1- سعی کنید در بخش فوتر سایت تبادل لینک محدود با سایت های هم رتبه و مرتبط با موضوع سایت خود داشته باشید و به شدت از گرفتن لینک های سایت های اسپم و با رنک پایین خودداری کنید.

2- شما هم نباید در سایت های اسپم و دایرکتوری های بی ارزش لینک خود را قرار دهید، زیرا طبق الگوریتم جدید گوگل، لینک ها بر اساس اهمیت و قدرت (Authority) ارزیابی میشوند و گوگل از لینک های بد شما گذشت نمیکند.

3- مهم است که لینک های خود در سایت های دیگر را ماهی دو الی سه بار چک کنید، لینک سایت هایی که حذف شده و یا افت شدید رتبه پیدا کرده اند را از بین ببرید.

4- در بین مطالب سایت خود حتماً از لینک های داخلی استفاده کنید، سعی کنید کلمات کلیدی داخل مطالب سایت را به مطالب مرتبط دیگر سایت لینک داخلی دهید.



گوگل در سالروز تولد پانزده سالگی خود و در تاریخ 21 آگوست 2013 هدیه ای بنام مرغ مگس خوار را به تمام کاربران هدیه داد. این شرکت معتقد است با ارائه این الگوریتم نتایج بهتری از میان این چند صد میلیارد صفحه وب در اختیار کاربران قرار خواهد گرفت. مرغ مگس خوار یا Hummingbird بر خلاف الگوریتم های گوگل پاندا و گوگل پنگوئن یک افزونه آنتی اسپم نیست بلکه بر روی بهینه سازی پرس و جوهای کاربران کار میکند. دلیل استفاده از نام مرغ مگس خوار در چابکی، دقت و عکس العمل سریع آن میباشد. همانطور که گفتیم این الگوریتم بر خلاف دو الگوریتم قبلی بر شناختن اسپم و تقلب تمرکز ندارد، بلکه افزونه ای برای تجزیه و تحلیل عباراتی است که کاربر برای جستجو وارد کرده است.

در واقع این الگوریتم تاثیر مستقیمی در رتبه بندی سایت ها ندارد و بیشتر تلاش دارد نتایج جستجو در کلمات مورد جستجو را برای کاربران پربازده تر کند. طرز کار این الگوریتم اینگونه است که مرغ مگس خوار ابتدا کلمات مترادف عبارت جستجو شده را پیدا میکند تا بیشتر بتواند به درک صحیحی از منظور شما برسد. آیا مرغ مگس خوار Page Rank و پاندا و پنگوئن را منسوخ کرده است؟ بطور کاملاً مختصر بگوییم که همانطور که گفته شد این الگوریتم مربوط به نحوه جستجو میباشد و تاثیری در گفته هایمان راجع به دو حیوان سیاه و سفید ندارد.

الگوریتم کبوتر

صورت مساله اصلی موتور جستجوی گوگل الگوریتم کبوتر است. این الگوریتم به زبان ساده اینگونه عمل میکند. اطلاعات وبسایتهای اینترنتی در قفسهای داده قرار میگیرند و در هر قفس تعدادی کبوتر وجود دارد که به بررسی محتوای این سایتها و مقایسه آنها با کلمه کلیدی جستجو شده میپردازند. هر بار که مطلبی مناسب کلمه کلیدی پیدا کنند یک بار به آن نوک میزنند. صفحاتی که بیشترین مقدار نوک به آنها خورده شده باشد در گوگل بالاتر نشان داده میشوند. این الگوریتم به کاربران کمک میکند بهتر به اهداف برسند حتی به لحاظ موقعیت جغرافیایی و بومی، مطلب و هدف مورد نظر را به کاربر نشان میدهد.

الگوریتم PayDay Loan

اتفاق افتاده است که کلمه کلیدی را جستجو کردید و وارد سایتی شدید اما محتوای مورد نظر را پیدا نکردید. یک سری سایت هایی هستند که کلمات کلیدی پرکاربرد را برای سایت خود و صفحات آن استفاده میکنند تا جستجو ها را از آن خود کنند. این الگوریتم با این سیستم مبارزه میکند.

الگوریتم Page Authority

اعتبار سنجی و قدرت سنجی وب سایت شما، به این مفهوم که سایت با استفاده از فاکتورهای مختلفی نظیر کیفیت محتوا، میزان لینک ورودی از سایت های دیگر، تعداد بازدید کننده و زمانی که بازدیدکننده ها در سایت شما می گذرانند میزان قدرت صفحه وبسایت مشخص شده و در رتبه آن در گوگل تاثیرگذار است.

الگوریتم کافئین

این الگوریتم مانند مرغ مگس خوار است و روی عبارات جستجو شده برای بهبود بخشیدن جستجوها بوجود آمده است با این تفاوت که نگاهش روی شبکه های اجتماعی نیز بنابراین در حال حاضر فعالیت در شبکه های اجتماعی به میزان زیادی روی سئوی سایت تاثیر مثبت دارد.

الگوریتم گورخر

این الگوریتم جهت کیفیت سنجی فروشگاه های اینترنتی طراحی و اجرا شد و جلوی ترویج و گسترش فروشگاه های اینترنتی تقلبی را میگیرند طراحی سایت به صورت واکنش گرا یا ریسپانسیو، داشتن بارکد برای تمامی کالاها، استفاده از کوپن های تخفیف برای تشویق کاربران به خرید این محصولات، ایجاد مقایسه با کالاهای موجود در سایتهای دیگر، کم شدن مراحل خرید و راحتی خریدار، وجود قیمت روی کالاها، وجود آدرس معتبر برای فروشگاه و ... عواملی هستند که گوگل در این الگوریتم خود به آنها توجه میکند.

الگوریتم mobilegeddon

با توجه به مصرف موبایل اینترنت و نسبت های آماری نسبت به دیگر دیوایس ها گوگل جدیدترین الگوریتم خود را اعلام کرد این الگوریتم جزء جدیدترین الگوریتمهای گوگل به حساب می آید که در اردیبهشت امثال اعمال گردیده است. سایت هایی که در صفحات تبلت و گوشی های همراه به خوبی نمایش داده نمیشوند به تدریج از نتایج جستجو حذف خواهند شد.

پس سعی کنید مطالبی که تا به اینجای کار گفته شد به دقت عمل کنید، در این صورت بیشترین راه را در جاده سئو طی کرده اید و مطمئناً به موفقیت های زیادی دست پیدا خواهید کرد. (فقط لازم است که همواره آخرین نسخه کتاب را در اختیار داشته باشید، زیرا همیشه الگوریتم های گوگل در حال نوزایی و تغییر میباشد.)

یک نکته طلایی

سعی نکنید با بهینه سازی های بیش از حد، خود را بدون توجه به خواسته های کاربران فقط برای گوگل لوس کنید. الگوریتم های گوگل کاربر پسند شده است، یعنی اگر کاربران از سایت شما راضی باشند، هر روز به سایت شما سر بزنند و در آن مدت زیادی را به گشت و گذار بگذرانند، سایت شما برای گوگل به محبوبیت رسیده است.

جمع بندی فصل چهارم

در این فصل با الگوریتم های گوگل بطور جامع آشنا شدیم. باور کنید این مباحث و تجزیه و تحلیل علمی آنها آنقدر گسترده و وسیع میباشد که میتوان راجع به هر کدام از آنها چندین مقاله نوشت. پس چنانچه این الگوریتم ها را جدی بگیرید و مو به مو به آنها عمل کنید مطمئنا به موفقیت میرسید، زیرا بهینه سازی کد بندی های سایت در درجه های بعد از الگوریتم های گوگل قرار دارد.

پیشنهاد میشود پروژه های این الگوریتم ها را بصورت ماهانه بروی سایت خود پیاده سازی کنید و جایگاه سایت خود را قبل و بعد از پروژه خود چک کنید. حتما تاثیرات مثبت را لمس خواهید کرد.

نکته طلایی آخر فصل را هم به خاطر بسپارید. سایتتان را کاربر پسند بسازید. فقط کافیست محبوبیت سایتتان را بالا ببرید، حضور کاربران و ماندگاری آنها، به تنهایی سایت شما را بالا میبرد.

فصل پنجم

.. آشنا شوید با بهینه سازی داخل سایت ..



شاید به جرات بتوان گفت معتبرترین مرکز ارزشگذاری سایت در جهان میباشد.(آن هم به دلیل عدم وجود رقبای جدی در این زمینه) الکسا در سال 1996 توسط 2 نفر به نامهای Brewster Kahle و Bruce Gilliat پایه گذاری شده است. نام الکسا الهام گرفته از Royal Library of Alexandria بزرگترین کتابخانه مصر باستان قبل از میلاد یا کتابخانه سلطنتی اسکندریه است.

در سال 1999 الکسا توسط شرکت آمازون به مبلغ 250 میلیون دلار خریداری شد و بعد از آن همکاری هایی با گوگل، مایکروسافت، پروژه دایرکتوری باز DMOZ و ... داشته است. الکسا ارائه کننده آمار تقریبی روزانه و همچنین رتبه های محلی و جهانی سایت ها میباشد. آمار الکسا خصوصا در رتبه های زیر 100 هزار بسیار به واقعیت نزدیک است و از همین رو مورد توجه وب مستر ها قرار گرفته است.

این موضوع سود بسیاری برای وبمسترها دارد، زیرا اگر بتوانند به رتبه های خوب و زیر صد هزار نزدیک شوند میتوانند از لحاظ مالی و تجاری بازده بسیار خوبی برای مالکان سایت ها داشته باشند(البته از راه تبلیغات). به تعبیر دیگر الکسا لیستی از وب سایتهای اینترنتی است که بر اساس ترافیک و تعداد بازدید مرتب سازی شده و اگر وب سایتی در منطقه خود مثلا ایران جزو 50 یا 100 وب سایت اول آن نمایش داده شود مشخص کننده ارزش بالای این سایت از لحاظ تجاری نیز خواهد بود زیرا وب سایتهای دیگر سعی می کنند با پیدا کردن سایتهای پر ترافیک از آنها برای دریافت لینک یا نمایش تبلیغات استفاده کنند که موجب افزایش در آمد و ارزش سایتهای پربازدید خواهد شد.

برای استفاده از این سرویس کافیست از این آدرس alexa.com/siteinfo/your-site.com استفاده کنید و سایت خود را به جای آدرس تست قرار دهید.

نمایی از صفحه اول سایت الکسا:



الکسا امکانات زیادی به کاربران خود میدهد که در قسمت بعد به برخی از آنها اشاره میکنیم.

امکانات الکسا

نمودار Alexa Traffic Ranks که در همان ابتدای صفحه این نمودار ظاهر میشود که البته قبلا تنها برای سایت هایی نمودار میکشید که رنک جهانی آنها زیر 100.000 باشد و اکنون برای اکثر سایت های نمودار میکشد.

Global Rank که رتبه جهانی سایت و Rank in که رتبه محلی و کشوری سایت شما را مشخص میکند.

در قسمت بعد Who visits? به این معنا که با تفکیک به شما نشان میدهد چه کسانی از سایت شما بازدید کرده اند و در قسمت پایین تر بازدید بر اساس کشور ها را به شما بروی نمودار نشان میدهد.

دو بلاک پایین سایت بسیار مهم است. بلاک اول مربوط به بیشترین کلمات کلیدی میباشد که از طریق آنها سایت شما در موتور های جستجو بالا آمده است. این موضوع برای یک

سئو کار بسیار میتواند مفید باشد که بداند چگال ترین کلمات کلیدی سایت چه کلماتی است.

و در قسمت آخر Total Sites Linking In به معنای بک لینک های سایت شما میباشد. بالا بودن این قسمت لزوماً به نفع وبسایت شما نمیشود. برای آشنایی بیشتر راجع به بک لینک های سایت و لینک های مفید میتوانید به قسمت الگوریتم های گوگل در فصل چهارم کتاب مراجعه کنید.

مفهوم Bounce Rate

طوری نشود که کاربر در هنگام ورود به سایت شما دچار سردرگمی شود، زیرا خیلی اهمیت دارد که افراد بعد از ورود، کمی در سایت شما گشت و گذار کند و از صفحات دیگر بازدید به عمل آورد.

تعریف نرخ پرش (Bounce Rate)

نرخ پرش به درصد بازدیدهایی از سایت گفته می شود که کاربر بعد از مشاهده ی یک صفحه از سایت (فارغ از نوع صفحه و نوع ورود به آن صفحه) آنرا ترک کند (بپرد) و به بازدید از سایر صفحات سایت ادامه ندهد. نرخ پرش مفهومی متفاوت از نرخ خروج (exit rate) است.

متوسط زمان صرف شده روی یک صفحه

متوسط زمان صرف شده روی یک صفحه به ما می گوید که کاربران قبل از ترک یک صفحه، به طور متوسط چقدر زمان برای مشاهده ی آن صفحه صرف می کنند. این فاکتور بهتری برای نتیجه ی مد نظر ماست. اگر کیفیت محتوای یک صفحه خوب باشد، کاربران زمان بیشتری را در آن صفحه صرف خواهند کرد. در این صورت حتی اگر نرخ پرش بالا باشد شما متوجه می شوید که کاربران به نتیجه ی مورد نظر خود در صفحه ی شما رسیده اند. اما یک نقص و ایراد در این قانون وجود دارد. حال فرض کنیم که کاربر به دنبال پاسخ به سوالی است. مثلاً می خواهد بداند قانون اهم چیست؟

در آن صورت بعد از مشاهده صفحه‌ای که این موضوع را توضیح می‌دهد و دریافت پاسخ خود آن سایت را ترک خواهد گفت. در این صورت نمی‌توان گفت پرسش کاربری که سایت را پس از خواندن یک صفحه ترک می‌کند، پرسش بدی است و یا صفحات پرداخت آنلاین بانک‌ها، مردم به این صفحات مراجعه می‌کنند و ظرف مدت حداکثر 2 دقیقه کار خود را انجام داده و آن صفحه را ترک می‌کنند. آیا میتوان گفت که صفحات سایت بانک‌ها اهمیت کمی دارد؟ برای پاسخ به این دست پرسش‌ها بود که دو مفهوم نرخ پرسش خوب و نرخ پرسش بد مطرح شد.

نرخ پرسش خوب

اگر نرخ پرسش صفحه‌ای بالا باشد، اما متوسط زمان صرف شده روی صفحه نیز بالا باشد، شما نباید چندان احساس نگرانی کنید. چون به نظر می‌رسد کاربران به آنچه که در جستجوی آن بوده‌اند رسیده‌اند. (پس با این شرط در الگوریتم، مشکلی برای رنک سایت‌های مشابه درگاه بانکی بوجود نمی‌آید.)

نرخ پرسش بد

اگر نرخ پرسش صفحه‌ای بالا باشد و متوسط زمان صرف شده روی آن صفحه نزدیک به صفر باشد، این یک نرخ پرسش بد به حساب می‌آید. کاربران در این صفحه نمی‌مانند و آنرا به سرعت ترک می‌کنند. نتیجه اینکه شما باید علت این موضوع را دریابید و مشکل را برطرف کنید.

چطور نرخ پرسش را کاهش دهیم؟

خودتان بهترین جواب برای این پرسش هستید. سایتتان را به چند نفر از دوستانتان نشان دهید و از آنها بخواهید تا آن را نقد کنند. از آنها عیب و ایراد‌های سایت را بپرسید و جویا شوید که چه عواملی باعث میشود که شما در هنگام ورود به این سایت به سرعت تب‌مرورگر خود را ببندید. این عوامل را شناسایی کرده و سعی کنید آنها را از بین ببرید. اما بهترین راه برای کاهش نرخ پرسش استفاده از مطالب درست و واقعی است. به این معنا که اگر در نتایج جستجوی گوگل صفحه‌ای از وبسایت شما با عنوان «راه‌های کاهش نرخ

پرش» باشد، باید داخل آن صفحه را غنی کنید از مطالب دسته اول و به روز و البته سعی کنید آن مطالب از خودتان و یا ترجمه از یک زبان دیگر باشد و در یک کلام کپی پیست نباشد. در غیر این صورت کاربران به صورت کاذب به سایت مراجعه کرده اند و طبیعتاً به سرعت نیز سایت را ترک خواهند کرد. این موضوع باعث می‌شود تا رتبه آن صفحه از وبسایت به مرور در نتایج موتور جستجوی گوگل کاهش پیدا کند. لذا راهکار اساسی برای کاهش نرخ پرش ارتباط محتوای موجود در یک صفحه با کلمات کلیدی درج شده برای آن است. حال اگر بخواهیم به صورتی گام به گام با مساله برخورد کنیم، پیشنهادهای زیر مفید واقع خواهند شد. (این هشت پیشنهاد از یک مقاله ذکر شده که متاسفانه بدلیل گمنام بودن نویسنده آن از ذکر نام ایشان معذوریم.)

1. محتوای صفحه را از حیث درست و مفید بودن بررسی کنید. ببینید آیا مطالب موجود در صفحه یا عنوان صفحه و کلمات کلیدی رابطه معنادار درستی دارند یا خیر. مطالب خود را برای کاربران بنویسید و نه موتورهای جستجو!

2. سعی کنید صفحات جذاب‌تری داشته باشید! تا حد ممکن صفحه را از تبلیغات اضافی و بی‌ربط خالی کنید. زیبایی صفحه حتماً در احساس کاربر نسبت به ماندن در آن تاثیر گذار خواهد بود.

3. مستند بودن و قابل اعتماد بودن مطالب نیز در زمان صرف شده‌ی کاربر روی یک صفحه اثر می‌گذارد. تا حد ممکن در سایت خود استانداردهای طراحی را رعایت کنید تا سایت به اصطلاح زرد به نظر نرسد.

4. سعی کنید تا لینک‌هایی که از سایت خارج می‌شوند در پنجره یا تب جدید باز شوند تا کاربر برای مشاهده‌ی آنها لازم نباشد صفحه‌ی مربوط به وبسایت شما را ترک کند.

5. اگر مطالب مورد استفاده شما خیلی طولانی است بهتر است آنرا به چند بخش تقسیم کنید. با این کار اولاً کاربر با دیدن یک مطلب طولانی شوکه نخواهد شد و ثانیاً برای ادامه خواندن مطلب صفحات بیشتری از وبسایت شما را مشاهده خواهد کرد.

6. سرعت لود صفحه یا وبسایت شما در میزان تمایل کاربر به باقی ماندن در وبسایت شما تاثیر دارد. طبیعتاً اگر زمان لود شدن صفحات زیاد باشد کاربر تمایل چندانی به گشتن در سایت شما نخواهد داشت.

7. بین مطالب مرتبط در سایت خود ارتباط برقرار کنید. در اصطلاح می‌گوییم وبسایت خود را چسبناک کنید!

8. بهتر است صفحاتی که نرخ پرش بالایی در وب سایت شما دارند شناسایی کنید و علت بالا بودن نرخ پرش را تشخیص دهید. به این ترتیب مواردی که نیاز به اصلاح دارند را شناسایی خواهید کرد و اقدامات لازم برای بهبود وضعیت را انجام خواهید داد.

ساخت وبسایت بهینه

قبل از ساخت یک وبسایت بهینه، مهمترین نکته که باید مد نظر شما قرار بگیرد، تهیه هاست و دامین استاندارد و مناسب است. ولی از آنجا که در فصل های قبل درباره تامین هاست و دامین مباحث کاملی گفته شد، این قسمت را از طریق ساخت یک وبسایت بهینه آغاز میکنیم.

طریقه کد نویسی استاندارد، روشن و واضح است و اگر آکادمیک با این قضیه آشنا باشید، میتوانید کد ها مناسب برای سایت خود برزید. باید بدانید که کد های سمت front-end تاثیر بالایی بر سئو دارد و قطعا اگر با آخرین تکنولوژی ها (HTML5 , CSS3) نگارش شود تاثیر بسزایی در جایگاه وبسایت شما خواهد داشت. نکته ای که هرگز نباید فراموش کنید، حالت واکنش گرا و یا همان Responsive mode است. بایستی از طریق @media و یا فریم وورک های محبوب در این زمینه مانند bootstrap وبسایت خود را برای تمامی صفحات نمایش استاندارد سازی کنید و به قولی scroll horizontal نداشته باشید.

دلیل این ماجرا هم منطقی است. لطفا رجوع کنید به فصل الگوریتم های گوگل و مجدد الگوریتم موبایل گذن را مطالعه نمایید. میبینید که بیشتر بازدید ها امروزه از طریق دستگاه های موبایل انجام میشود. پس طبیعیست که گوگل به وبسایت هایی که حالت نمایش جالبی در دستگاه موبایل ندارند ، جایگاه مناسبی ندهد. پس نتیجه میگیریم که ریسپانسیو یک امر کاملا ضروری در سئو میباشد که به هیچ عنوان نباید از آن غافل شد. نکته های دیگری در این بحث باقی میماند که به تفصیل به آنها میپردازیم.

شاید یکی از مهمترین گزینه ها در بهینه سازی سایت میباشد. خیلی مهم است که اولاً کاربر داخل صفحات سایت شما گم نشود و ثانياً تشويق شود تا در میان صفحات داخلی به گشت و گذار بپردازد. ناوبری دقیقاً همین موضوع را بیان میکند.

باید با استفاده از ذوق و سلیقه خود، بلاک هایی مانند مطالب مشابه، آخرین نظرات، گزینه بازگشت به صفحه اصلی، پربازدیدترین مطالب و... را در وبسایت خود قرار دهید تا کاربران در داخل صفحات داخلی بگردند. این موضوع خیلی مهم است که کاربر وقت زیادی را در بین صفحات متنوع سایت شما بگذراند و هم چنین داخل صفحه ای نشود که هیچ لینکی به جای دیگری نداشته باشد و در اصطلاح در آن صفحه گم شود. (از این پس به این اتفاق به اصطلاح میگوییم کاربر را drop کردیم.) این موضوع باعث ضربه جدی به اعتبار سایت شما نیز میشود.

شاید مسئله مهم دیگر اینجاست که موتور های جستجو لینک های داخلی سایت شما را رصد و پیگیری میکنند و باید به یک ارتباط منطقی بین آنها برسند. استفاده از منوهای کشویی، لیست های بازشونده و هم چنین مطالب متنوع و جذاب میتواند کمک خوبی برای شما در این امر باشد.

سرعت سایت

نکته اول و مهم در این باره سرعت سایت شما میباشد. سعی کنید تا جایی که میتوانید صفحه اول سایت خود را خالی از هر نوع کد های اضافه کنید. تبلیغات گرافیکی را تا حد امکان از سایت خود حذف کنید. اگر هم روی آنها حساب مالی باز کرده اید سعی کنید از فایل های فلش به هیچ عنوان استفاده نکنید و بیشتر تصاویر با پسوند gif، و حجم کمتر از 100 کیلو بایت را بپذیرید.

درست است که کد های آجاکس و جی کوئری تاثیر زیادی در زیبایی سایت شما دارد، ولی باید در نظر داشته باشید که سئو و اعتبار سایت شما مهمتر است. این نوع کد ها

معمولا چند لایه میباشند و تا تمام لایه های کد اجرا نشوند صفحه بصورت کامل بالا نمیآید. (مگر اینکه ابتدای آن ها را محدود کنید به `$function()` ولی اگر اصرار به استفاده از این نوع کد ها دارید، در حد متوسط از آن استفاده کنید و به هیچ عنوان از پلاگین های غیر ضروری و غیر رسمی استفاده نکنید. جدا از این که سرعت لود بالایی دارند، امنیت بسیار پایینی نیز دارند.

نکته مهم اینجاست که تمام فایل های سایتتان را بصورت minify در آورده تا حجم آن کم و سرعت لود بالایی پیدا کند.

حجم وبسایت

نکته دوم حجم وبسایت شماست که این هم تاثیر مستقیم در سرعت سایت شما دارد. بطور معمول، متن های از نوع تکست با فونت های استاندارد مانند Arial, Tahoma, ... حجم اضافی از سرور سایت شما نمیگیرد، ولی عموما فایل های فلش، تصاویر با حجم زیاد، ویدئو های با استارت خودکار، تصاویر متحرک، وجود فایل های صوتی و از این دست فایل ها میتواند حجم زیادی از پهنای باند سرور شما را اشغال کند و تاثیر بسزایی در سرعت سایت شما داشته باشد.

گاهی اوقات وجود این فایل ها ضروری و واجب است ولی تا جایی که ممکن میباشد حجم و تعداد آنها را کم کنید. گرافیک اصل و شاکله هر سایتی است ولی میتوانید تمامی تصاویر و گرافیک سایت خود را با استفاده از نرم افزار فوتوشاپ و گزینه Save For Web در حد حجم های کیلوبایت درآورید و از آن ها استفاده کنید.

استفاده از کدهای جاوا اسکریپت

سایتتان را شلوغ نکنید. صفحه اول آن را پر از کدهای جاوا اسکریپت و افزونه های آماده و کدهای اضافه نکنید. بسیاری از این کدهای زیبا سازی سایت و وبلاگ که با زبان جاوا اسکریپت نوشته میشوند، دارای سرور های ضعیف هستند. این مورد در هنگام فراخوانی سایت شما توسط کاربران ایجاد مشکل میکند، زیرا در هنگام فراخوانی آن کد از سرور مبدا (به دلیل فشار بالای آن سرور) پاسخ مناسبی داده نمیشود و در بسیاری از مواقع به دلیل همین مشکل اصلا سایت شما بطور کامل بالا نمیآید.

دقیقا آتش نخورده و دهن سوخته! حتی اگر سرور سایت شما هم بطور کامل و صحیح کار کند، بخاطر ضعف سروری که کدهای جاوا اسکریپت روی آن فعال است، سایت شما دچار اختلال میشود و این به ضرر شما تمام خواهد شد.

اما باید بدانید که این امر با قضیه CDN معتبر، کاملا متفاوت است. بسیاری از طراحان برای گرفتن سرویس های مختلف مانند google font – font awesome – jQuery – bootstrap و... از سی دی ان های معتبر استفاده میکنند (content delivery network به معنای ارائه محتوی در بستر شبکه) که این امر در مواقع بسیاری به نفع سئو میباشد. به این دلیل که این فایل ها از قبل در سرور های گوگل کش شده اند و در سرعت لود وبسایت شما تاثیر بسزایی خواهند داشت.

استفاده از سی ام اس ها

CMS یا همان سیستم های مدیریت محتوی سایت چند سالی میشود که رونق دوچندان پیدا کرده اند. به هر حال یک پروژه قوی و در عین حال کاملا آماده و رایگان است که همین عوامل سبب رونق روز افزون استفاده از آنها توسط مدیران سایت های اینترنتی شده است. این سی ام اس ها (که تعداد انگشت شماری از آنها قابل اعتماد است) معمولا دست نوشته بهترین و زبده ترین گروه های کدنویسی جهان است و معمولا از تیم های پشتیبانی قوی بهره مند میباشند و هر چند وقت یکبار هم نسخه های بروز شده خود را منتشر میکنند.

فایده انتشار نسخه های جدید اینجاست که در طی زمان، این گروه ها، هم تغییراتی در سیستم خود بوجود می آورند (بطور مثال عناصر جدید به قسمت ها مختلف سیستم اضافه میکنند و یا امان های قبلی را تغییر میدهند) و هم سیستم را با الگوریتم های جدید موتور های جستجو مخصوصا گوگل هماهنگ میکنند. از طرفی چنانچه باگ امنیتی در سیستم مشاهده کنند آن را برطرف میسازند. به همین دلایل است که این سیستم ها در شروع کار میتوانند میزبان مناسبی برای سایت شما باشد.

البته باید توجه کنید که به هر سی ام اسی نمیتوان اطمینان کرد. در لیست زیر به ترتیب اولویت سی ام اس های محبوب جهان دسته بندی شده است.

1. ورد پرس
2. جملا
3. دیتالایف
4. دروپال
5. وی بولتین(انجمن/فروم ساز)
6. اپن کارت(فروشگاه ساز)
7. پی اچ پی فاکس و شیر ترانیکس(ساخت شبکه اجتماعی)

سیستم مدیریت محتوی وردپرس

وردپرس یک سیستم مدیریت محتوا برای سایت ها و وبلاگ ها میباشد که برای محتوای آموزشی، تجاری، علمی و... استفاده میشود. همچنین قابلیت ایجاد سایت های اجتماعی با افزونه های قدرتمند همچون buddypress را دارد.

با وردپرس توانایی ایجاد انجمن با افزونه bbpress را خواهید داشت که با زبان برنامه نویسی پی اچ پی نوشته شده و توسط مای اس کیوال پشتیبانی می شود.

همانطور که گفته شد این سیستم کاملاً رایگان و متن باز (Open Source) است.

وردپرس در ادامه راه پروژه موفق ۲b است که در سال ۲۰۰۳ شکل گرفت. نام وردپرس را کریستیان اسلیک، دوست مت مولنوگ (توسعه دهنده اصلی وردپرس) پیشنهاد داد و از آن روز وردپرس با سرعت و پیشرفتی قابل ملاحظه تبدیل به معروفترین و پرکاربردترین ابزار ساخت وبلاگ و سایت بر روی هاست شده است.

پیشنهاد میشود در حد توان برای ساخت وبسایت خود از سیستم وردپرس استفاده کنید. زیرا اگر بخواهیم به زبان ساده بگوییم، گوگل سایت های با سیستم وردپرس را بیشتر میپسندد. عبارت دیگر وردپرس بطور معمول بهینه سازی شده است.

سایت مپ SiteMap

سایت مپ در واقع یک فایل متنی XML است که محتوی تمام آدرس لینک های داخلی سایت شما میباشد. این فایل ربات های موتور جستجوگر را راهنمایی میکند تا بیشتر بتوانند به سایت شما دسترسی داشته باشند و هم چنین از آخرین تغییرات سایت شما باخبر شوند.

وجود این فایل در سیستم شما تضمین صد درصدی برای افزایش سئوی سایت نیست، ولی بودنش خیلی بهتر از نبودنش است. گوگل همیشه سعی می کند کیفیت و دقت لازم را در ایندکس کردن صفحات داشته باشد. در اصل باید تفاوت ایندکس شدن مطالب و ثبت سایت مپ ها را بدانیم.

ثبت آدرسها در نقشه سایت تضمینی نیست که گوگل همه صفحات شما را بررسی کند. درج سایت مپ فقط برای کمک کردن به گوگل برای جلوگیری از آدرس های تکراری و اعلام صفحات جدید یک سایت است. اما گوگل هیچ وقت تضمین نمی کند در صورتی که شما سایت مپ خود را ثبت کردید حتما آن را اسکن کند.

درج نقشه سایت این امکان را می دهد که گوگل به سایت شما بیشتر وارد شود ، اما گوگل بر اساس معیارهای مختلف از جمله کیفیت و نداشتن صفحات تکراری رتبه می دهد.

نمونه ای از کد های فایل سایت مپ:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>

<sitemapindex xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">

  <sitemap>

    <loc>http://www.example.com/sitemap1.xml.gz</loc>

    <lastmod>2004-10-01T18:23:17+00:00</lastmod>

  </sitemap>

  <sitemap>

    <loc>http://www.example.com/sitemap2.xml.gz</loc>

    <lastmod>2005-01-01</lastmod>

  </sitemap>

</sitemapindex>
```

اما قرار نیست ما اینجا آموزش کدنویسی دهیم. به همین خاطر دو پیشنهاد ارائه میکنیم.

اول اینکه چنانچه از CMS ها استفاده میکنید، آنها با افزونه های بشمار خود ساخت و ارائه سایت مپ را برای شما در حد چند کلیک و در دوره های زمانی منظم راحت کرده اند.

اما در حالت دوم، اگر یک سایت استاتیک دارید و یا در پنل ادمین خود هیچ پیش زمینه ای برای ایجاد سایت مپ داینامیک در نظر نگرفته اید، پیشنهاد میشود از سایت های آنلاینی که در این زمینه وجود دارند کمک بگیرید.

بطور مثال وارد سایت www.xml-sitemaps.com شوید و فقط آدرس سایت خود را وارد کنید. بطور اتوماتیک سایت مپ سایت شما را خواهد ساخت و فایل xml آن را به راحتی برای دانلود در اختیار شما میگذارد که بعد از دانلود باید آن را در روت سایت خود بارگزاری کرده و

هم چنین آدرس آن را در اکانت وب مستر تولز گوگل ثبت کنید. (در فصل آخر در این باره بیشتر توضیح داده شده است.)

فایل robots.txt

فایل Robots.txt یک فایل متنی بسیار ساده و در عین حال بسیار مفید و تاثیر گذار میباشد. توسط این فایل شما قادر خواهید بود تا صفحات، لینک ها و پوشه های خاصی را از دید موتور های جستجو پنهان کنید این کار کمک شایانی در بهینه سازی یک سایت دارد، بطوری که وب سایت هایی که از این فایل استفاده می کنند در رتبه بهتری در پیج رنک قرار می گیرند. علاوه بر سئو این فایل باعث ایجاد امنیت بالاتری در برابر حملات می شود. توسط این فایل می توانید محدودیتها زیادی رو بر روی سایت خود ایجاد نمایید.

از آنجایی که این کتاب در رابطه با آموزش برنامه نویسی نمیشود، از آموزش کدهای این فایل خودداری میکنیم و فقط چند نکته راجع به آن بیان میکنیم.

ابتدای هر کد از واژه Disallow استفاده شده این واژه به معنی عدم اجازه می باشد و به موتور جستجو می فهماند که اجازه دسترسی به پوشه و یا فایل مورد نظر را ندارد در نتیجه موتور جستجو فایل هایی با این شرایط را ایندکس نمی کند. به عنوان مثال عبارت **Disallow:/wp-admin** پوشه ادمین وردپرس را برای موتور های جستجو غیر قابل دسترسی می کند و اگر بخواهیم فایل خاصی را در پوشه ی مورد نظر غیر قابل دسترسی کنیم تنها کافیست بعد از اشاره به پوشه مورد نظر نام فایل یا پوشه ی مد نظرمان راوارد کنید مانند:

Disallow:/wp-admin/Name's Your Directory

نکته مهم دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد محل ذخیره فایل Robots.txt است که این فایل باید در ریشه اصلی سایت مورد نظر ایجاد و یا ذخیره شود به آدرس زیر

<http://www.yoursite.com/robots.txt>

بعنوان مثال در صفحه بعد دو کد فایل ربات برای دو سی ام اس محبوب جملا و وردپرس ذکر شده است. در استفاده از Disallow دقت کنید. بعضی از فایل ها باید در دسترسی ربات

ها باشند. (البته اگر ربات های گوگل به حرف ما گوش دهند و فایل های Disallow را به فرمان ما نخوانند!)

joomla	wordpress
* :User-agent	* :User-agent
/Disallow: /administrator	Disallow: /wp-admin
/Disallow: /cache	Disallow: /wp-includes
/Disallow: /components	Disallow: /wp-content/plugins
/Disallow: /editor	Disallow: /wp-content/cache
/Disallow: /help	Disallow: /wp-content/themes
/Disallow: /includes	Disallow: /trackback
/Disallow: /language	Disallow: /tag
/Disallow: /mambots	Disallow: /author
/Disallow: /media	/Disallow: /wget
/Disallow: /modules	/Disallow: /httpd
/Disallow: /templates	Disallow: /cgi-bin
/Disallow: /installation	/Disallow: /images
/Disallow: /libraries	Disallow: /search
/Disallow: /tmp	Disallow: /feed
/Disallow: /xmlrpc	/Disallow: /feed
Disallow: /admin	Disallow: /rss
Disallow: /administrator	Disallow: /comments/feed
/Disallow:/admin	Disallow: /feed/\$

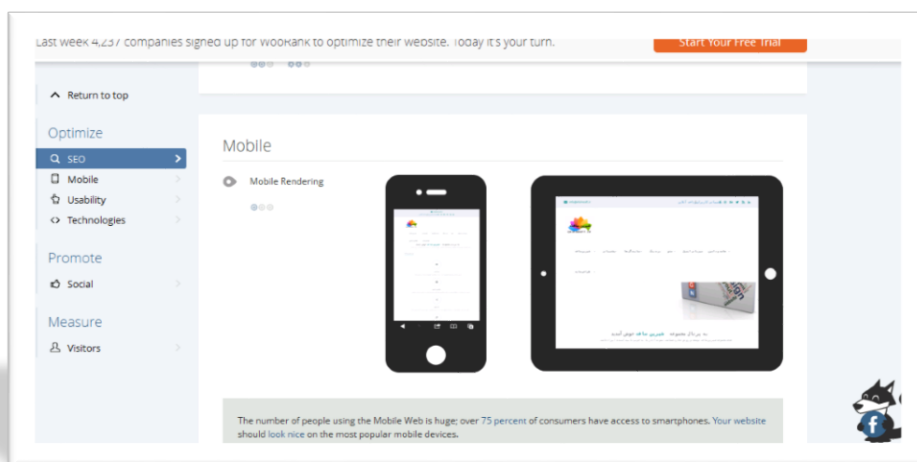
آنالیز سایت

حال که این نکات را با هم مرور کردیم، زمان آزمایش کردن است تا عیب و ایراد های کار خود را مشخص کرده و در صدد رفع آنها بکوشید.

با یک جستجوی سایده در گوگل لیست سایت های بسیاری اعمم از فارسی و غیر فارسی برای شما باز میشوند که امر آنالیز و بسایت را به خوبی برای شما انجام میدهند، اما ما در این قسمت قصد داریم بطور ویژه به معرفی چند سایت ویژه پردازیم که اگر با آنها مسلط کار کنید، مطمئنا قسمت اعظم کارآنالیز را با موفقیت طی کرده اید.

همانطور که گفتیم، قصد داریم سایت زیر را بطور ویژه برای شما معرفی و تحلیل نماییم. این کار بخاطر ویژگی های منحصر بفرد این سایت میباشد. فقط دقت داشته باشید در مرتبه اول میتوانید بدون ثبت نام از این سایت استفاده رایگان کنید.

<http://www.woorank.com>



طرز کار این سایت اینگونه میباشد که ابتدا آدرس سایت خود را در سرچ باکس مورد نظر خود وارد نمایید. کمی باید صبر کنید تا پردازش سایت بروی آدرس شما تمام شود. بعد از اتمام پردازش لیست بسیار مفیدی از اطلاعات سنوی سایت شما در اختیارتان قرار خواهد گرفت و هم چنین یک نمره از کل فعالیت سایت به شما تعلق میگیرد. سعی میکنیم عناوین مهم آنها را توضیح دهیم تا از حوصله بحث خارج نشود.

1. بعد از گذراندن بلاک تبلیغاتی، سایت های مشابه سایت شما برایتان نمایش داده میشود که اطلاعات خوبی از صفحه ها، تعداد بک لینک ها، پیج رنک و در نهایت رتبه آن سایت ها در اختیار شما قرار داده میشود.
2. از این قسمت به بعد تمام اطلاعات مربوط به سایت شما خواهد بود. پیج رنک، تایتل و توضیحات سایت شما که اگر در آن مشکلی داشته باشید بخوبی آن نقص را به شما توضیح میدهد.
3. قسمت مهم بعد هدینگ های سایت شما است. (دقیقا در ابتدای فصل ششم توضیحات کاملی راجع به تگ های هد آورده شده است.)
4. بعد از قسمت کلمات کلیدی به قسمت تصاویر سایت میرسیم. خیلی جالب است که تعداد تصاویر آن صفحه را پیدا میکند و سپس به آنهایی که از تگ alt بی بهره هستند هشدار میدهد.
5. در مرحله بعد تعداد صفحات ایندکس شده، آنالیز صفحات داخلی، صفحات محبوب، نمای سرچ گوگل از سایت شما، گوگل پلاس، لینک های داخلی، لینک های اشتباه و خراب و وجود یا عدم وجود دو فایل روبات و سایت مپ در سایت شما نمایش داده میشود.
6. اگر سایت شما دارای نسخه های تبلت و تلفن همراه باشد، در قسمت بعد نمایش آنها و همچنین سرعت لود در آنها را خواهید دید.
7. و مشخصات بسیاری دیگر که در ادامه حتما از آنها میتوانید بهره های لازم را ببرید.

معرفی سایت moz

سایت moz در واقع یک وب سایت جامع است که بخشی از فعالیت آن به بررسی وب سایت های دیگر و رتبه بندی آنها می پردازد. بررسی سئو سایت نیز بخشی از کارهایی است که در این شرکت به آن پرداخته شده است. هم چنین این سایت یک مرجع کامل برای فراگیری سئو به زبان اصلی نیز میباشد.

این وب سایت در سال 2004 در شهر سیتل واشنگتن توسط آقای رند به همراه مادرش جانم جیلیان تاسیس شد. در اکتبر سال 2005 میلادی اولین رده بندی سایتهای خود را منتشر کرد که در آن از فاکتورهای همین شرکت استفاده شده بود. در ماه فوریه سال 2007 میلادی نیز نسخه ای تحت عنوان پرو یا همان نسخه حرفه ای به سایت اضافه شد که در ازای پرداخت مبلغی مختصر خدمات آنالیز سئو سایت و بهینه سازی سایت از لحاظ سئو را فراهم می کرد. در سال 2008 این وب سایت خزنده قدرتمند خود در زمینه وب را معرفی نمود که نام آن mozscape بود. این خزنده بسیار پر قدرت و مقیاس های فراوانی داشت. در سال 2009 میلادی کد tagfee توسط این سایت به دنیا آمد. در رابطه با این کدها و سایر موارد در آینده مطالبی منتشر خواهیم نمود. در همین سال این شرکت دارای 5000 عضوی شد که از خدمات حرفه ای این وب سایت استفاده می کنند. این خلاصه ای از چند سال فعالیت این وب سایت و در واقع بهتر است بگوییم این شرکت بود. در سالهای بعد این شرکت ابزارهای مختلفی در رابطه با سئو و بهینه سازی سایت معرفی نمود که برای کاربران بسیار جالب و جذاب بودند.

اما دو فاکتور مهمی که این وب سایت جهت ارزیابی وب سایتهای معرفی نمود و قدرت سایت را از دیدهای گوناگون نمایش میداد page authority و domain authority نام دارد. سایت moz با استفاده از این دو فاکتور بصورت مختصر و مفید قدرت یک سایت را معرفی می کند.

طبیعیست هر چه قدرت دامین و قدرت صفحات سایت شما بالاتر برود، جایگاه شما در لیست گوگل پر رنگ تر و بالاتر خواهد بود.

آدرس : moz.com/free-seo-tools

معرفی سایت archive.org

در واقع یک تونل زمان است. تمام سایت هایی که چند سالی فعالیت مستمر داشته اند را میتوانید در این سایت مشاهده کنید و حتی در سالین گذشته شکل و شمایل آنها را ببینید. از آنجایی که قبلا گفتیم طول عمر یک سایت، تاثیر مستقیمی روی اعتبار و سنووی آن دارد، از طریق این سایت و یا who is گرفتن دامنه میتوانید عمر هر وبسایتی را متوجه بشوید.

معرفی سایت GTmetrix

سایت GTmetrix یکی از ابزارهای آنلاین قوی و پرتعداد است مخصوصا در ایران طرفداران زیادی به این سایت سر میزنند و وب سایت خودشان را مورد ارزیابی قرار میدهند، و جالب آن است که بدانید بیشترین ترافیک سایت جی تی متریکس از سمت ایران است و کاربران ایرانی بیشتر از هر کاربران دیگری وارد این سایت میشوند.

GTmetrix یک سایت کارآمد جهت تست و آنالیز سرعت بارگذاری وب سایت است که به بررسی لودینگ و پارامترهای مختلف که در سرعت بارگذاری وبسایت تاثیرگذار هستند، می پردازد. و سعی دارد با نشان دادن فاکتورهای لازم باعث افزایش سرعت سایت شما شود. این سایت آنالیز و بررسی سرعت بارگذاری سایت و بخش های مختلف آن را به صورت آنلاین فراهم کرده است . GTmetrix به مدیران سایت ها کمک می کند که از چگونگی بارگذاری بخش های مختلف سایت خود مطلع شده و از نقاط ضعف و اشکالاتی که ممکن است در روند بارگذاری و لود قسمت های مختلف از جمله تصاویر، اسکریپت ها، میزان فشرده سازی فایل ها و ... وجود دارد، آگاهی یابند. اگر مدیر سایت یا طراح وب هستید حتما URL سایت خود را در بخش مربوطه، در این سایت وارد نموده و از امکانات مفید آن استفاده نمایید. در این سایت نتیجه را در دو طبقه بندی یکی page speed که نشان دهنده سرعت بارگذاری صفحات سایت است که با بهره گیری و استفاده از قوانین گوگل سایت را بررسی میکند و مورد دوم یسلاو (yslow) که نشان دهنده کارایی و عملکرد سایت و سرور است که از فاکتورهای سایت یاهو منشا گرفته است. لازم به ذکر است تمام امکانات و آنالیز جی تی متریکس رایگان بوده و حتی نیاز به ایجاد حساب کاربری هم ندارد. برای شروع کار با جی تی متریکس وارد آدرس GTmetrix.com شده و url سایت خود را وارد نمایید و بعد مدت

کوتاهی نتیجه را به شما نشان میدهد. امتیاز جی تی متریکس از F خیلی بد شروع میشود تا نمره A بسیار عالی ادامه دارد.

جمع بندی فصل پنجم

در این فصل ابتدا با سایت آکسا و امکانات آن آشنا شدیم و همچنین نکاتی را درباره طراحی بهینه سایت آموختیم. خیلی مهم است که تمامی این نکات را در وبسایت خود رعایت کنیم، زیرا وجود و عدم وجود تمام این پارامترها است که رتبه بندی بین سایت ها را تعیین مینماید.

در مبحث استفاده از سی ام اس ها هم توصیه میشود تا حد امکان خارج از لیست ذکر شده گزینه دیگری را انتخاب نکنید. زیرا بطور مثال سیستم دیتالایف با پشتیبانی قوی که دارد سعی کرده است علاوه بر وبسایت اصلی، فروم و فروشگاه را نیز در خود بگنجاند تا به نوعی تمام نیازهای کاربران خود را برطرف سازد. این مصداق در رابطه با سیستم وردپرس هم کاملاً صادق است.

هم چنان هم بر این باوریم که با یک یا حداکثر دو سیستم آشنایی کامل پیدا کرده، در حدی که علاوه بر نوشتن قالب های متنوع برای آنها، بتوانید تمامی ماژول های مورد نیاز خود را تولید کنید. زیرا هرچه از ماژول ها و قالب های آماده کمتر استفاده کنید به نفع امنیت و سرعت وبسایت شما میباشد.

فصل ششم

:. آشنا شوید با پارامتر های بهینه سازی داخل سایت .:

استفاده از تگ عنوان

تگ عنوان (heading tags) از گذشته در بین سئو کاران بعنوان یک عامل مهم بشمار میرفته است. اغلب از تگ های H1 , H2 , H3 استفاده میشود. آن هم به دلیل علاقه گوگل به این تگها میباشد. زیرا همانطور که میدانید از تگ H1 تا H6 سایز نوشته ها بزرگ میشود، گوگل هم میگوید که هر چه در عناوین مطالب خود از این نوع تگ استفاده کنید، راحتتر مطلب شما را میبینیم !

باز هم گوگل به فکر کاربران است، زیرا یکی از دلایلی که برای مهم بودن این تگ ذکر میشود آن است که کاربران راحتتر میتوانند آن را ببینند. این تگ ها از h1 , h2 , h3 , h4 , h5 , h6 هستند و بصورت زیر نوشته میشوند.

<h1>Heading 1</h1>

<h2>Heading 2</h2>

<h3>Heading 3</h3>

<h4>Heading 4</h4>

<h5>Heading 5</h5>

<h6>Heading 6</h6>

پیشنهاد ما به شما این است که از تگ <H1> در عنوان سایت خود استفاده کنید. بطور مثال در عنوان سایت (عنوان تایتل) از تگ <h1> ... </h1> استفاده کنید، فقط سعی کنید در هر صفحه حداکثر تا دو مرتبه از H1 استفاده کنید. از H1 میتوانید در عنوان مقاله یا مطلب نیز استفاده کنید.

از تگ H2 هم در عناوین داخل مطالب خود استفاده کنید. چیزی حدود 2 الی 12 مرتبه. از تگ H3 هم در متن مطالب خود استفاده کنید.(تقریباً بدون محدودیت)

از تگ های H4,H5,H6 هم در قسمت های دیگر سایت منوها، نظرات، فوتر و... استفاده کنید.

سعی کنید کلید واژه های اصلی سایت را داخل این عنوان جوری بگنجانید که هم خواننده رو جلب کند و هم بی ربط نباشد.

حواستان باشد که از این تگ ها بیش از حد استفاده نکنید، زیرا ممکن است گوگل به آنها حساس بشود و برای سایت شما مشکل ایجاد کند.
در مثال زیر نمونه ای از طرز استفاده این تگ ها ذکر شده است.

```
<head>  
<body>
```

```
<h1> What are Heading Tags </h1>
```

```
<h2> How to Use H1, H2, H3, H4, H5 and H6 Tags </h2>
```

```
<p> Header tags (H1, H2, H3 and so on) represent the begin-  
ning of a new section or area of a pages content. </p>
```

```
<h3> Importance of H1 and H2 Tags </h3>
```

```
<p> Header tags H1 and H2 has more importance than  
others</p>
```

```
</body>  
</head>
```

راهنمای سئوی گوگل در این باره میگوید : تگ عنوان، یک کامپوننت مهم در سایت میباشد برای اینکه چشمان کاربران شما به راحتی در سایت کار کند که البته این موضوع بستگی به کیفیت استفاده شما از این تگ در سایت دارد.

بهینه سازی عناصر داخل سایت

InPage اصلاحی است که سنو کاران برای بهینه سازی داخل وبسایت بکار میبرند. خیلی مهم است که این امر در همان ابتدا و بصورت کامل انجام شود و در مراحل بعدی اقدام به پر کردن مطالب داخل سایت نمایید. زیرا از زمانی که سایت به ربات های گوگل معرفی میشود، در کمتر از چند ساعت صفحات ایندکس در حافظه گوگل به ثبت میرسد و از همان زمان رتبه بندی شروع میشود. به همین خاطر است که تا فصل ششم هنوز حرفی از ثبت سایت در موتور های جستجو نزده ایم. پس چقدر خوب است که از همان ابتدا سایت ما مشکلی نداشته باشد که بخواهد شاخک های ربات های جستجو را نسبت به ما حساس و یا بد بین کند. به همین خاطر قدم به قدم شروع به بهینه سازی داخل سایت میکنیم. لطفا همراه ما باشید.

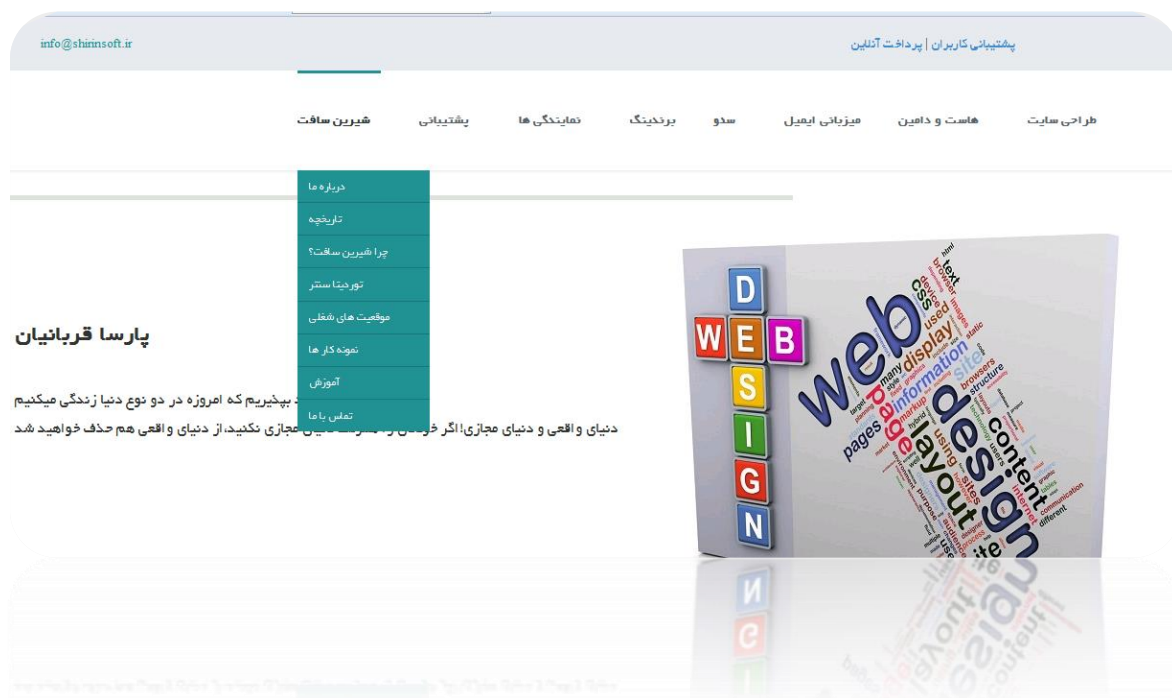
مشخص کردن موضوعات سایت

لازم است موضوعات و یا همان دسته بندی سایت خود را مشخص کنید. اما قبل از این کار موضوع بندی کلی سایت خود را تعیین نمایید. سایت های با موضوع بندی خاص و متمرکز برای تمام موتور های جستجو بسیار جذاب هستند و همیشه از آنها در جستجو های مختلف یاد میشود.

بطور مثال اگر شما علاقه مندید در زمینه گیم و بازی های رایانه ای سایتی بسازید، سعی کنید تمام دسته بندی های سایت خود را مرتبط با این موضوع قرار دهید و به هیچ عنوان سایت خود را با موضوعاتی هم چون جک، فال روزانه، تصاویر بازیگران و ... آلوده نکنید. برخی ها بر این باورند که چون این موضوعات در اینترنت دارای سرچ های بالایی هستند، پس میتوان از آنها برای افزایش بازدید وبسایت استفاده کرد که این تفکری کاملاً غلط است. اگر چنین کاری در سایت خود انجام دهید، نه تنها از آن جک ها و عکس ها بازدید آن چنانی بدست نمیآورید، بلکه سرچ های زمینه تخصصی خود (یعنی گیم) را نیز تا حد زیادی از دست خواهید داد. امیدوارم تا به اینجای کار متوجه شده باشید که یک تصمیم کوچک در اینترنت اگر بدون علم گرفته شود ممکن است عواقب جبران ناپذیری داشته باشد.

همانطور که تا به اینجا متوجه شدید، دسته بندی خاص در سایت بسیار مهم است. زیر دسته هم از اهمیت بالایی برخوردار میباشد. مایلم این بحث را با مثال عملی از سایت شیرین سافت بیان کنیم.

سایت شیرین سافت بصورت تخصصی در زمینه طراحی و ساخت سایت در حال فعالیت میباشد. در این سایت سعی شده است با احتیاط کامل مطالب نزدیک به طراحی سایت هم به موضوعات اضافه شود. به تصویر زیر دقت کنید.



حال به توضیح نکات موجود در تصویر میپردازیم.

1. بهتر است که تقریبا مانند تمامی سایت های بزرگ، بلاک دسته بندی موضوعات را به صورت افقی در بالای سایت قرار داده و با تگ `li - ul` و یا تگ های دیگر امکان انتخاب زیر دسته ها را برای کاربران فراهم کنیم.
2. در این قسمت خیلی مهم است که دسترسی به تمام قسمت های سایت فراهم شود تا کاربران در استفاده از سایت دچار هیچ گونه ابهام و کج فهمی نشوند.
3. در حد امکان در این قسمت از کد های جذاب CSS استفاده کنید، زیرا معمولا کد های موجود در این بخش بسیار سبک هستند و مزاحمتی برای سرعت سایت شما ندارند.

4. در حد امکان سعی کنید از اسلایدر در زیر این قسمت استفاده کنید و اگر طراحی عجیب دیگری در ذهن خود دارید، حتما موضوع بندی سایت را در سیدبار کنار سایت (سمت راست یا چپ) قرار دهید. سایتی که دسته بندی موضوعات نداشته باشد از ارزش کافی برای موتور های جستجوگر برخوردار نمیشود. (سعی کنید دسته بندی محدود به تگ nav باشد).

بعد از نکات فوق به عناوین دسته بندی اشاره میکنیم تا ذهنیت شما هم در استفاده و بکارگیری از عنوان های مناسب شکل بگیرد.

از بالا ابتدا به دسته طراحی سایت اشاره شده است که برای این قسمت زیردسته هایی به شرح زیر در نظر گرفته ایم:

- 1- طراحی سایت مدلینگ
- 2- طراحی سایت شرکتی
- 3- طراحی سایت شخصی
- 4- طراحی سایت تشریفات
- 5- طراحی سایت خدماتی
- 6- طراحی سایت فروشگاه
- 7- طراحی سایت پزشکی
- 8- طراحی سایت مهد و دبستان
- 9- طراحی دیگر سایت ها

{ تقریبا در این دسته بندی سعی شده است که تمامی توانایی های خود را برای مشتریان در حوضه طراحی سایت به نمایش بگذاریم و در عین حال از کلمات کلیدی خودمان هم استفاده کنیم. }

دسته بعدی هاست و دامین میباشد. دلیل این دسته بندی این است که تقریبا تمام مشتریان ما بعد از انتخاب گروه طراحی خود، به سراغ خرید هاست و دامین برای سایت میروند.

در قسمت های بعد سعی شده است خدمات جانبی شرکت برای مشتریان ذکر شود که از میان خدمات گسترده ما میزبانی ایمیل، سئو، برندینگ را انتخاب کرده ایم.

نکته مهم دیگر در قضیه دسته بندی میتواند اعتبار بخشیدن به سایت شما باشد. (البته این موضوع بیشتر در سایت های شرکتی بارز است) در مورد اعتماد مشتریان و اعتبار فعالیت شما در فصل های ابتدایی کتاب به اندازه کافی بحث شد. ما هم با استفاده از همان قضا دو عنوان نمایندگی ها و پشتیبانی را برای سایت خود برگزیدیم.

در قسمت آخر موضوع بندی ها هم سعی کردیم کمی راجع به خودمان صحبت کنیم تا کاربران بتوانند بیشتر با ما آشنا شوند. سر دسته با عنوان شیرین سافت و زیر دسته ها بصورت زیر:

1- درباره ما

2- تاریخچه

3- چرا شیرین سافت

4- تور دیتا سنتر

5- موقعیت های شغی

6- نمونه کارها

7- آموزش

8- تماس با ما

عنوان سایت Title

به نظر ما، هرچقدر از تاثیر عنوان سایت برای شما صحبت کنیم کم گفته ایم. حداقل تا به الان موتور های جستجو مخصوصا گوگل تاثیر فوق العاده و زیادی برای عنوان سایت قائل شده اند. مثال های عملی زیادی را خودمان با استفاده از تاثیر عناوین بکار گرفته شده در تایتل در طی این سالها تجربه کرده ایم.

پیشنهاد ویژه ای برای شما داریم که سعی کنید بطور محدود، نهایت استفاده را از عنوان سایت خود ببرید. باید سعی کنید کلمات کلیدی سایت خود را در تایتل بکار ببرید. باز هم سعی میکنیم با همان شرکت eha مثال عملی برای شما بزنیم تا قضیه برای شما واضح تر شود.

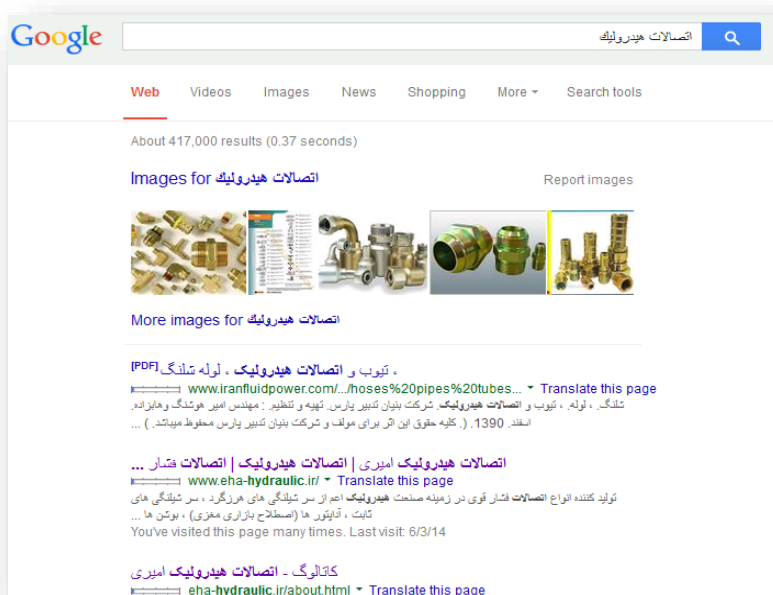
همانطور که بهتر از ما میدانید لازم است از تگ تایتل مابین `<head>` و `</head>` استفاده کنید. به عناوین تایتل سایت شرکت eha دقت کنید.

`<head>`

`</title>` شیلنگ های فشار قوی, اتصالات پنوماتیک, آداپتورهای فشار قوی , اتصالات هیدرولیک , اتصالات هیدرولیک امیری

`</head>`

همانطور که مشاهده میکنید، ما سعی کرده ایم قسمتی از کلمات کلیدی را در عنوان سایت ذکر کنیم. به همین دلیل وقتی شخصی در گوگل کلمه "اتصالات هیدرولیک" را سرچ میکند، سایت eha در لیست قرار میگیرد. زیرا هم این کلمه را در عنوان خود دارد، هم در تگ ها و داخل متن اصلی سایت. به جایگاه کلمه "اتصالات هیدرولیک" که گوگل بصورت پررنگ درآورده دقت کنید. احساس میکنیم تصویر کاملا گویاست... (سعی کنید بیشتر از 70 کاراکتر در تایتل هر صفحه بیشتر تایپ نکنید.)



تعیین کلمات کلیدی اصلی سایت

درست است که در قسمت های قبل با ارایه دلایلی از کمرنگ شدن تاثیر کلمات کلیدی در سئوی سایت ها حرف زدیم، اما همانطور که گفتیم تاثیر صد در صدی آنها از بین نرفته است و همچنان هم در تعیین موضوعیت اصلی سایت موثر است. معمولاً این کار بعد از مشخص کردن عنوان سایت صورت میپذیرد که باید بسیار در انتخاب این کلمات دقت کنید. زیرا همانطور که خدمتان عرض شد استفاده زیاد از کلمات کلیدی توصیه نمیشود.

مجموعه متاتگ های دیگری که لازم است داخل بلاک <head> قرار بگیرد همراه متاتگ های og به شرح زیر است :

```
<head>
<meta charset="utf-8">
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, shrink-to-fit=no">
<title>page title</title>
<meta name="description" content="">
<meta name="robots" content="noodp">
<link rel="canonical" href="real url">
<meta property="og:locale" content="fa_IR" >
<meta property="og:type" content="article" >
<meta property="og:title" content="title" >
<meta property="og:description" content="description" >
<meta property="og:url" content="real url" >
<meta property="og:site_name" content="name site" >
<meta property="article:publisher" content="facebook url" >
<meta property="article:tag" content="tag">
<meta property="article:tag" content="tag">
<meta property="article:tag" content="tag">
<meta property="article:section" content="blog">
<meta property="article:published_time" content="time">
<meta property="article:modified_time" content="time">
<meta property="og:updated_time" content="time">
<meta property="og:image" content="img url">
<meta property="og:image:width" content="x">
<meta property="og:image:height" content="x">
<meta name="twitter:description" content="descriptio">
<meta name="twitter:title" content="title" />
<meta name="twitter:site" content="@youraccount">
<meta name="twitter:image" content="img url">
<meta name="twitter:creator" content="@ youraccount ">
</head>
```

خط description امروزه اهمیت بسیار زیادی پیدا کرده است. همانطور که از نامش پیداست description به معنای توضیحات سایت شما میباشد. با تکنیکی که در فصل دوم بابت ویرایش یک متن آگهی با استفاده از کلمات کلیدی بیان شد، جمله ای کوتاه در حد دو خط در این قسمت بنویسید.

1. `<meta name="description" content="توضیحات مختصر راجع به سایت شما" />`



همانطور که در تصویر بالا میبینید، توضیحاتی که ما در متاتگ description نوشتیم در هنگام سرچ "شیرین سافت" در زیر آدرس سایت به نمایش در میآید.

تگ و کیورد نام های دیگر کلمات کلیدی میباشند. همانطور که قبلا هم ذکر شد بین 3 تا 10 کلمه کلیدی برای وبسایت خود انتخاب کرده و آنها را با کاما از هم جدا کنید. اگر در انتخاب این کلمات ضعف دارید و نمیدانید بهترین انتخاب برای شما کدام است، کمی صبر کنید تا در قسمت بعدی با راه حل گوگل ادوردز پاسخ مناسبی به مشکل شما داشته باشیم.

2. `<meta name="keywords" content="تگ اول , تگ دوم , ... " />`

در این آدرس هم سعی کنید تصویر فاویکون سایت خود را قرار دهید.
میتوانید از سایت <http://iconverticons.com> برای ساخت این تصویر استفاده نمایید.

3. `<link rel="shortcut icon" href=" ../favicon.ico" >`

ابزار گوگل ادوردز Adwords google

ابزار قدرتمندی بنام گوگل ادوردز برای تعیین کلمات کلیدی موثر در اختیار مدیران سایت ها قرار داده شده است. این ابزار به شما کمک میکند تا میزان جستجو ای که هر کلمه در گوگل داشته است را متوجه شوید. اصطلاحاً میتوانید چگالی هر کلمه را بدست آورید. (یادتان باشد کلاً با سایت گوگل کار زیادی داریم. پس همان ابتدا یک اکانت در سایت گوگل بسازید تا برای ورود به قسمت های دیگر این سایت دچار مشکل نشویم.)

بزارید این قسمت را هم با مثال به پیش ببریم. گمان کنید شخصی در صنعت لباس زنانه مشغول فعالیت است و میخواهد با سرچ شدن کلمه کلیدی "لباس زنانه" سایت خود را در لیست نتایج مشاهده کند.

به سراغ گوگل ادوردز میآییم.

ابتدا وارد آدرس زیر شوید:

<http://www.google.com/adwords>

با استفاده از تصویر زیر، مراحل را قدم به قدم پیش بروید و چگالی کلمه مورد نظر خود را بدست آورید.

Google AdWords Loading...

About your business > Your first campaign > Billing > Review

About your business

Tell us about your business so that we can personalize your account setup.

What is your email address?

cameronzigal.com@gmail.com

What is your website?

Enter the URL of a page on your website (for example, www.example.com/kitchens)

☒ Send me updates with tips and best practices.

☒ Contact me to participate in Google surveys and opportunities to evaluate new features.

Continue I'm an experienced AdWords user

Get started advertising on Google in just 4 steps.

Experienced AdWords user? [Click here](#)

در صفحه نتایج، گوگل لیستی از نتایج بیشترین سرچ های انجام شده مرتبط با موضوع شما را نمایش میدهد. به ترتیب از بیشترین جستجو های صورت گرفته به پایین Sort شده است.

خوب منطقی است که شما باید از میان آنهایی که به موضوع شما نزدیک تر است و هم چنین چگالی بالاتری دارند برای خود انتخاب کنید.
در اینجا....

تنها نکته ای که باقی میماند این است که برای سایت های نوپا استفاده از کلمات کلیدی 1 و 2 کلمه ای به دلیل چگالی بسیار بالا به هیچ عنوان توصیه نمیشود.
در صورتیکه شما میتوانید برای شروع کار خود از عناصر 3 و حتی 4 کلمه ای استفاده کنید. طبق مثال فوق بجای استفاده از کلمه لباس زنانه میتوانید از کلمات "فروش لباس زنانه", "فروش عمده لباس زنانه", "فروشگاه لباس زنانه در تهران" و مشابه این کلمات استفاده کنید تا مدتی از فعالیت سایت شما بگذرد، در مرحله های بعد میتوانید از کلمات چگال تر مثل "لباس زنانه" استفاده کنید.

بهینه سازی آدرس های سایت

آدرس ها و یا URL های سایت شما بسیار مهم میباشد. بسیار مناسب است که کلمات کلیدی شما در پوشه ها و آدرس های سایت شما قرار بگیرد.
بطور مثال آدرس زیر را ببینید. پوشه درباره ما را با عنوان about نام گذاری کرده ایم. این یک نام گذاری درست برای آدرس سایت میباشد.

<http://shirinsoft.ir/about/gallery>

اما یک آدرس غلط که حرفی از کلمات داخل آن نیست مانند زیر میتواند باشد.

<http://shirinsoft.ir/p=?25235>

پس لازم است که این آدرس ها هم کوتاه باشد و هم از کلمات کلیدی داخل آن استفاده شده باشد.

آدرس ها را میتوانید به زبان فارسی هم بنویسید، ولی فقط سعی کنید قسمت آخر URL را فارسی سازی کنید.

<http://shirinsoft.ir/about/ما.html>

استفاده از تصاویر مناسب

این بحث دقیقاً در مقوله بهینه سازی محتوی سایت جای میگیرد. شاید بیشتر سئو کاران جوان در فکر بهینه سازی برای جستجوی WEB گوگل هستند، اما همانطور که میدانید گوگل گزینه های مهم دیگری هم دارد که از آن جمله میتوان به Image Google اشاره کرد. امروزه آمار درصد بالایی از وبسایت ها را همین قسمت تصاویر گوگل تامین میکند و اتفاقاً بسیار هم برای ارتقای یک سایت بخش مهم و موثری میباشد.

لازم است که در تمام پست های سایت خود از تصاویر مرتبط استفاده کنید. این کار علاوه بر زیبایی سایت شما و برقراری ارتباط تصویری با مخاطب، میتواند از قسمت سرچ تصاویر هم بازدید مناسبی را برای شما به ارمغان آورد.

نکته بسیار مهم اینجاست که باید حجم تصاویر خود را با تکنیک ها و نرم افزار های موجود به زیر 100 الی 200 کیلو بایت برسانید. بحث هایی که در قسمت سرعت سایت خدمتان عرض شد به خاطر بیاورید. هرچه حجم تصاویر شما بیشتر باشید سرعت لود سایت شما کمتر شده و پهنای باند اضافی از سرور شما تلف میشود و در کل به ضرر سئوی سایت شما درخواهد آمد.

اما همانطور که در رابطه با ویدئو (در قسمت ویدئو مارکتینگ) گفتیم، موتور های جستجو فقط قادر به کشف متون شما میباشد و به فرم های تصویر (عکس) ویا تصاویر (فیلم) حساس نمیشد.

در فیلم باید عنوان مناسب انتخاب میکردید و در عکس میتوانید با تگ alt عنوان مناسب را برای تصاویر خود انتخاب کنید. نمونه کد زیر را مشاهده کنید.

<figure>

> "آدرس تصویر مورد نظر" src=" " تگ تصویر"<img alt=

<figcaption> title of image </figcaption>

</figure>

همانطور که مشخص است در قسمت alt باید کلمه کلیدی تصویر مرتبط را وارد کنید و در تگ figcaption توضیح کوتاهی راجع به تصویر بیان فرمایید.

افزونه های معتبر در سئو

این قسمت مربوط به سایت هایی میباشد که از cms ها استفاده میکنند. مبحث سیستم های مدیریت محتوی در صفحات قبل توضیح داده شد. همانگونه که گفتیم، نباید از افزونه ها و ماژول های متفرقه در آن استفاده کنیم، اما ماژول های جهانی و مهمی هم هستند که باید از آنها برای ارتقای رتبه خود استفاده کنیم.

در اینترنت بیشتر افزونه ها برای سیستم های وردپرس و جملا ارائه میشوند. شما میتوانید در سیستم وردپرس از افزونه All In Seo و WordPress SEO و Yoasat همچنین در سیستم جملا از ماژول sh404SEF استفاده کنید.

در کنار این افزونه ها باید به گزینه ی شبکه های اجتماعی بسیار توجه کنید. در کل شما میتوانید لینک فیس بوک، تویتر و RSS سایت خود را در کنار هم قرار داده و هم چنین گزینه امتیاز گوگل را در طرف دیگر بگذارید. نکته مهم اینجاست که باید طوری این گزینه ها را بچینید که کاربران تشویق شوند بروی آنها کلیک کنند.



بعد از لایک های فیس بوک، وقتی گوگل یک رقیب سرسخت در کنار خود دید به فکر چاره افتاد و با معرفی گوگل پلاس و دکمه امتیاز سعی کرد تا حدی عقب افتادگی خود را جبران کند.

در این تکنیک در واقع بازدید کننده با زدن دکمه +۱ با اکانت جی میل خودش، آن وب سایت را به دیگر دوستانش در شبکه اجتماعی گوگل معرفی می کند و به نوعی ارزش و اعتبار آن سایت را افزایش میدهد.

چون این امکان، مستقیماً مربوط به سرور گوگل میباشد، پس طبیعتاً هر چقدر امتیاز +1 شما بیشتر باشد، در جستجو ها در لیست های اولیه گوگل قرار خواهید گرفت. البته از میزان قدرت این عامل نسبت به سال های گذشته کاسته شده است.

انواع لینک دهی در سایت

در کل دو نوع لینک دهی کلی در اینترنت داریم. لینک های Follow و لینک های Nofollow. لینک های Follow از دسته لینک های مفید و موثر در اینترنت میباشند و ربات های گوگل تاثیر آنها را بر روی سایت اعلام میکنند، پس باید در ارائه این نوع لینک های بسیار حساس باشید. به این نوع لینک ها بک لینک مفید گفته میشود. دقت کنید در این نوع لینک ها ربات ها مسیر لینک را دنبال میکنند و اگر به سایت بی ارزش و اسپمی لینک داده باشید، مطمئناً برای سایت شما هم مشکل ایجاد خواهد شد.

لینک های Nofollow از دسته لینک های بی ارزش هستند. بطور مثال اگر خواستید در سایت خود قانون کپی رایت را برای یک وبلاگ با رتبه پایین رعایت کنید و آدرس لینک مبدا را در آخر مقاله ثبت کنید میتوانید با خیال راحت آن را Nofollow قرار دهید. در این صورت دیگر آن لینک توسط ربات ها دنبال نمیشود.

روش ها و مباحث زیاد دیگری هم در این زمینه وجود دارد که یا در قسمت های قبلی کتاب ذکر شده اند و یا به دلیل ارزش پایینتر نسبت با باقی مطالب از ذکر آنها خودداری کرده و مطالعه آنها را به شما واگذار میکنیم.

این نمونه ها عبارتند از :

1. لینک های با ارزش از دیدگاه گوگل
2. لینک سازی با توجه پیچ اتوریتی صفحات
3. لینک سازی به صورت خودکار
4. لینک گرفتن از لینکدونی وبلاگ ها
5. لینک سازی در بین پست های سایت خود
6. لینک سازی دستی با ساخت وبلاگ های متعدد
7. ثبت لینک در وب دایرکتوری های معتبر
8. ارسال مقاله و خبر به سایت های مرتبط
9. لینک سازی به وسیله پست های مهمان
10. ساخت لینک در تالارهای گفتمان
11. لینک گرفتن از سایت های اشتراک لینک
12. دریافت لینک از شبکه های اجتماعی
13. لینک گرفتن از شبکه های اشتراک تصاویر
14. لینک گرفتن از شبکه های اشتراک ویدیو

جمع بندی فصل ششم

یک نگاه کلی به عناوین مهم بهینه سازی محتوی سایت :

- ❖ اعتبار سایت مهم ترین فاکتور رتبه بندی
- ❖ مهم شدن میزان ماندگاری در سایت (time on site)
- ❖ مهم شدن میزان گردش در سایت (page views)
- ❖ کاهش فرار از سایت (bounce rate)
- ❖ جلوگیری از کپی کردن و مهم شدن تولید محتوا
- ❖ مقابله با لینک های اسپم و خریداری شده
- ❖ کم شدن تاثیر بک لینک
- ❖ کم شدن تاثیر استفاده از متا کیورد
- ❖ مهم شدن شبکه های اجتماعی و اشتراک ویدیو

فصل هفتم

.. خود را با جرات به گوگل معرفی کنید ..

معرفی سایت به Google Webmaster Tools

به نظرمان میرسد که تا به اینجای کار کافیست ! وقت آن است کمی استراحت کنید و نتایج کار خود را تحت تجزیه و تحلیل قرار دهید، ولی خواهش میکنیم که در این رابطه دچار خطا و اشتباه نشوید. این پایان کار شما نیست ! به نوعی تازه شما به یک بهینه ساز تازه کار تبدیل شده اید و باید از این به بعد با تجهیز علمی خود و خواندن مقالات مختلف و به خصوص مقالات زبان انگلیسی از سایت های بروز و معتبر در این زمینه (مانند moz.com) خود را همواره بروز نگه دارید، با الگوریتم های جدید گوگل آشنا باشید و همیشه تغییرات را به سرعت اعمال نمایید.

از این بحث ها که بگذریم، وقت آن است که سایت خود را به گوگل معرفی کنیم.
(در فصل های پیش گفتیم که چون با سرویس های گوگل کار زیادی داریم، پس لطفا در این سایت یک اکانت بسازید. به همین خاطر فرض را بر این میگیریم که شما دارای اکانت گوگل هستید.)
وارد سایت زیر شوید.

www.google.com/webmasters

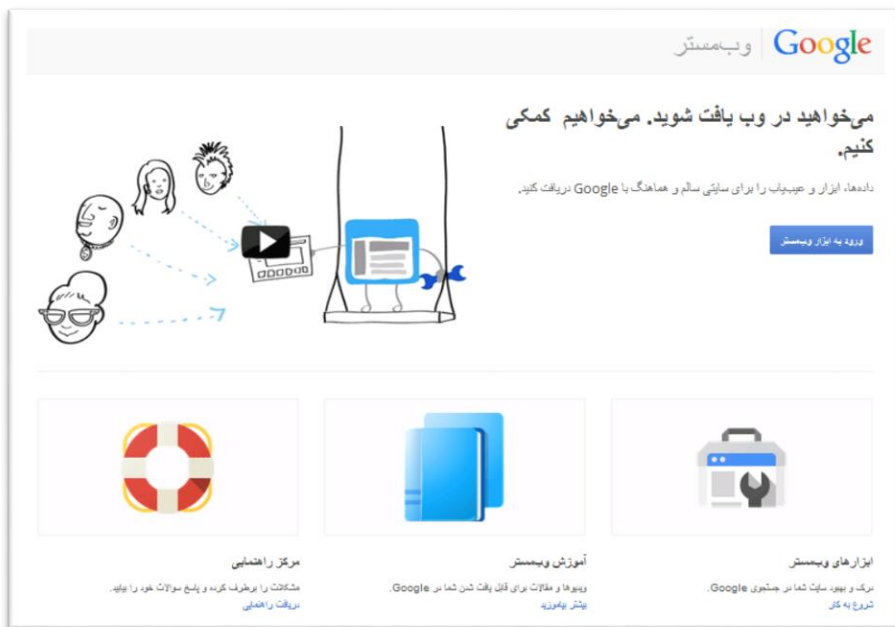
این آدرس مربوط به نسخه فارسی گوگل وبمستر میباشد. همانطور که در تصویر زیر میبینید، دو جمله کلیدی برای کاربران نوشته شده است.

-----*****-----

می‌خواهید در وب یافت شوید.
می‌خواهیم کمکی کنیم .

داده‌ها، ابزار و عیب‌یاب را برای سائیتی سالم و هماهنگ با Google دریافت کنید .

-----*****-----



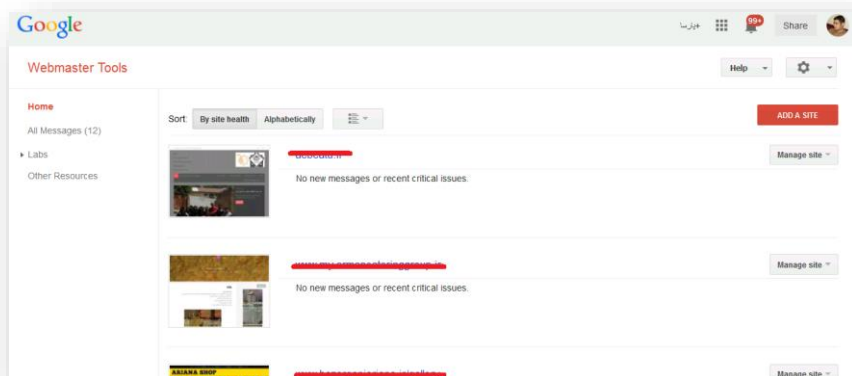
ما قصد داریم تمامی اطلاعات سایت خود را به گوگل بدهیم و همچنین یک دسترسی تقریباً محدود برای ربات های گوگل فراهم کنیم تا بدین وسیله مراحل بهینه سازی سایت خود را به پایان برسانیم. توصیه میکنیم این قسمت را اصلاً از دست ندهید، زیرا ماحصل کارمان در همین قسمت است و اگر نسبت به گوگل وبمستر بی توجه باشیم، قطعاً در سئو شکست خواهیم خورد.

مراحل ثبت سایت در دایرکتوری گوگل

مانند تصویر ابتدا بروی گزینه "ورود به ابزار وبمستر" کلیک کنید.



مانند تصویر زیر وارد محوطه کاربری خود در گوگل میشوید.

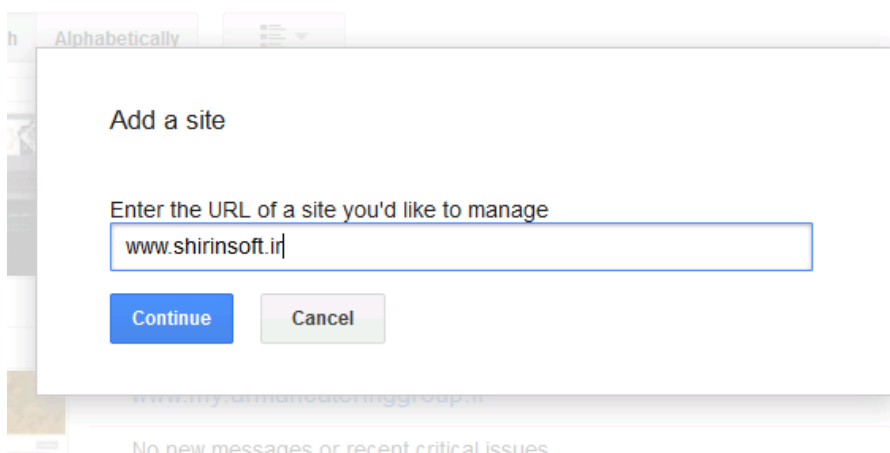


اگر از قبل سایت ثبت شده ای داشته باشید بصورت لیست شده برای شما به نمایش درمیآورد و اگر بار اولتان باشد که ثبت نام کرده اید، طبقاً این قسمت باید برای شما خالی باشد.

به قسمت های دیگر لطفاً نگاه نکنید. ممکن است که در همین ابتدای کار گیج شوید. مانند شکل زیر روی گزینه ADD A SITE کلیک کنید.

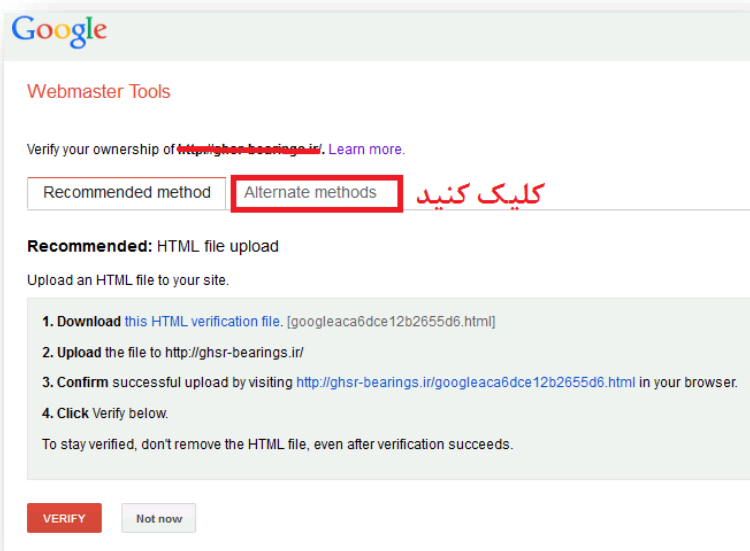


بعد از کلیک بروی این قسمت پنجره ای بصورت پاپ آپ برای شما باز خواهد شد و شما باید مانند مثالی که خود گوگل برایتان آورده، آدرس سایت را در آن کادر وارد کنید. به شکل زیر توجه کنید.



نمیخواهم بگویم کار تمام است، ولی چون گوگل اهمیت زیادی برای کاربران قائل است، مراحل این کار را هم بسیار آسان قرار داده. شما با همین چند مرحله بیشتر کار را انجام دادید.

اگر مراحل را به درستی پشت سر گذاشته باشید وارد صفحه Verify your ownership یا تایید مالکیت سایت خواهید رسید. مانند تصویر بعد:



بنا به فرمان، شما باید یکی از کارهایی که گوگل از شما خواسته انجام دهید تا تایید کنید شما مدیر آن سایت هستید. در این صفحه، یکی از این راه ها برای شما تشریح داده شده است.

ابتدا دانلود یک فایل، سپس آپلود آن در دایرکتوری سایت خود. در مرحله بعد وارد کردن آدرس خواسته شده از شما و در مرحله آخر کلیک بروی گزینه VERIFY و کار تمام خواهد شد. ولی پیشنهاد ساده تری برای شما داریم. مطابق شکل بالا بروی گزینه Alternate methods کلیک کنید. بروی اولین گزینه بنام HTML TAG کلیک کنید. همانطور که گوگل میگوید، کد داده شده را بعد از تگ <head> و قبل از تگ <body> وارد نمایید. بطور مثال مطابق کد زیر عمل کنید.

```
<!DOCTYPE html>
```

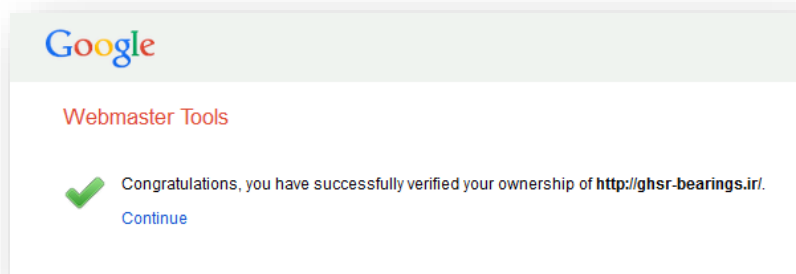
```
<head>
```

```
<meta name="google-site-verification" content="d0EWM9JYevX-ROGX00t0DIrHWV-YBIJyUJu0zPVGAdo" />
```

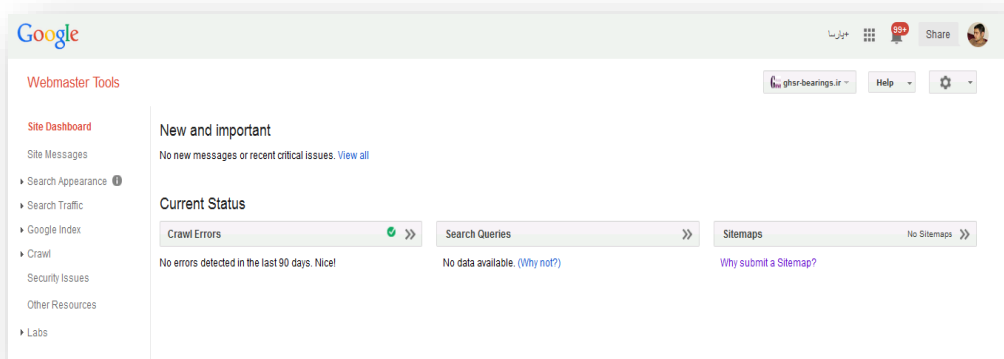
```
</head>
```

```
<body>
```

تغییرات را ذخیره کرده و به گوگل وبمستر بازگردید و روی گزینه VERIFY کلیک کنید. اگر مراحل را درست طی کرده باشید با پیام زیر مواجه خواهید شد.

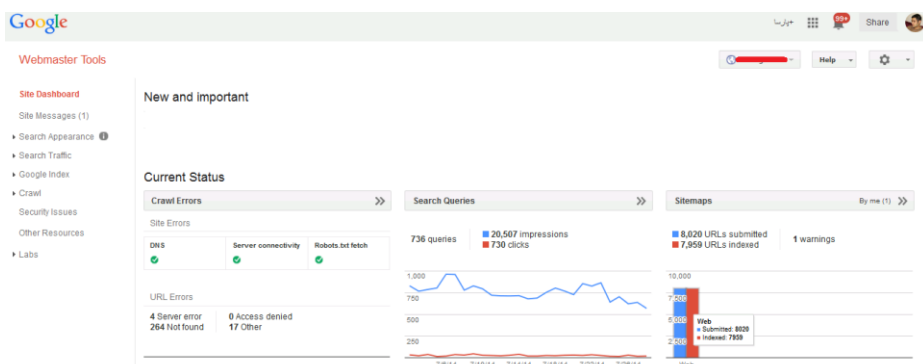


بر روی Continue کلیک کنید تا به محیط کار سایت خود وارد شوید. کمی می‌خواهیم توضیح را مختصر کنیم. به همین دلیل از توضیح تصویری برخی گزینه‌ها منصرف شده ایم، ولی شما حتماً بروی آنها کلیک کرده و از عملکرد آن باخبر شوید، چون هیچ گزینه اضافی و بی استفاده در گوگل وجود ندارد. به تصویر محیط کار یک سایت بعد از تایید دقت کنید.



بالای میزکارتان و در قسمت New and important، اگر خطایی و یا هشدار از گوگل دریافت کنید در آن قسمت به نمایش می‌آید. این بلاک از اهمیت بالایی برخوردار است. به هشدارهای آن با دقت عمل کنید و گرنه در سئوی سایت شما تاثیر منفی زیادی خواهد داشت.

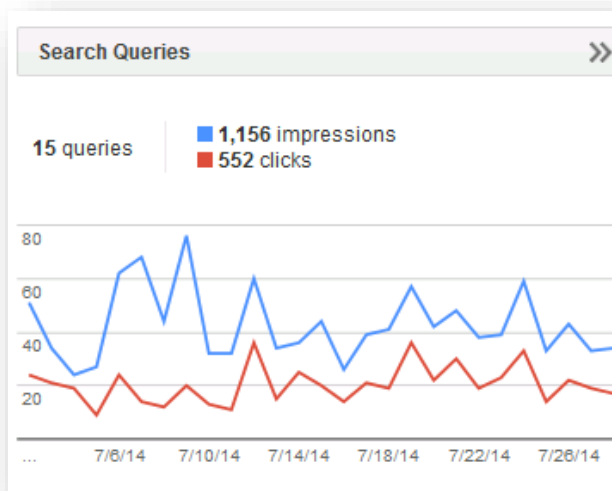
به شما توصیه می‌شود در قسمت Sitemaps حتماً نقشه سایت خود را ثبت و فعال کنید. اگر تمام مراحل را با دقت انجام دهید بعد از چند روز میز کار سایت شما چیزی شبیه تصویر زیر می‌شود.



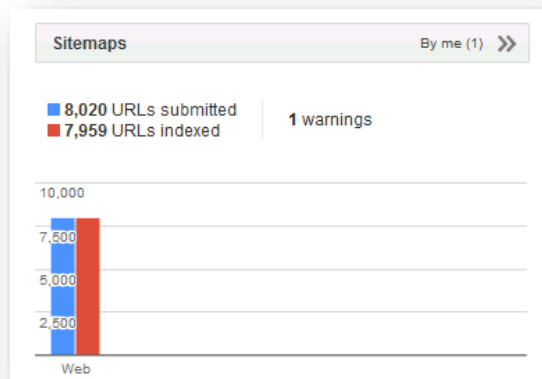
همانطور که در تصویر بالا مشاهده میکنید، باید گزینه های DNS، Server connectivity، و Robots.txt fetch تیک سبز و یا عبارت دیگر تایید باشند. (احتمالا حالا باید به اهمیت دو فایل نقشه و ربات که در قسمت های قبلی کتاب آموزش داده شد پی برده باشید.) این قسمت هم مانند سایت هایی که قبلا عنوان کردیم اطلاعات خوبی از وضعیت سایت شما مانند صفحات حذف شده، ارور های سرور، ارور های سایت و ... در اختیار شما میگذارد.

در قسمت search queries یک نمودار بسیار مفید برای شما رسم شده است که خط آبی وضعیت حضور شما در جستجوهای گوگل و خط قرمز تعداد کلیک ها بروی عناوین سایت شما را نشان میدهد. لازم به ذکر است هر چه این دو نمودار به هم نزدیکتر باشند سئوی سایت شما کامل تر است، زیرا نشان میدهد که در بیشتر جستجوهای گوگل در صفحه اول بودید و طبعا کلیک بیشتری بروی سایت شما صورت گرفته است.

البته همانطور که مشاهده میکنید تصویر فوق مربوط به یک سایت نوپا میباشد و بخاطر فاصله زیاد دو نمودار، معلوم است که از وضعیت سئوی مناسبی برخوردار نمیشد. نمودار زیر نشان دهنده وضعیت مطلوب برای یک سایت میباشد.



قسمت آخر مربوط به پنجره Sitemaps میباشد. همین که یک بلاک جدا و کامل را به خود اختصاص داده است، نشان دهنده اهمیت این موضوع برای گوگل است. درمورد ساخت نقشه سایت پیش از این صحبت کرده ایم. فقط توصیه داریم که حتما آدرس آن را با کلیک بروی گزینه Sitemaps و در مرحله بعد کلیک بروی ADD/TEST SITEMAPS آدرس نقشه سایت خود را ثبت کنید. فایده این کار در تصویر زیر گویاست.



نمودار آبی تعداد آدرس های ثبت شده و نمودار قرمز تعداد آدرس های ایندکس شده سایت شما را مشخص میکند. هم چنین با وارد کردن آدرس زیر در گوگل میتوانید از صفحات ثبت شده سایت خود در گوگل باخبر شوید.

site:Your URL.com

بطور مثال

site:shirinsoft.ir

جمع بندی فصل هفتم

این فصل مختص به سایت گوگل بود. شاید از ابتدای کتاب سعی داشتیم با گوش کردن به حرف های همین سایت گوگل، به نوعی خود را برای آن لوس کنیم تا بتوانیم در چشمش جای خود را باز کنیم. حالا هم زمانش رسیده که سایتمان را (که شاید روز ها برای تقویتش زمان مصرف کردیم) با جرات تمام به گوگل معرفی کنیم و با انتشار مطالب خوب و مقالات نو و استفاده از تصاویر مناسب با تگ alt منتظر باشیم تا جایگاه های اول گوگل را از آن خود کنیم.

پیشنهاد

در انتهای این کتاب پیشنهاد میشود که با تحقیق و خواندن مقاله های مرتبط در زمینه اینترنت و راه های ارتباطی نو و جدید ، هر روز بر دانش و علم خود در زمینه اینترنت بیفزاییم تا در قدم اول از دیگران عقب نیفتیم و در قدم دوم در این رقابت سریع و شتاب زده بتوانیم به موفقیت های مطلوب برسیم. میتوان اینترنت را یکی از بزرگترین راه های ارتباطی عصر حاضر قلمداد کرد که اگر بتوانیم علم استفاده درست و بهینه از آن را یاد بگیریم ، به راحتی میتوانیم هم در زمینه علمی و فرهنگی پیشرفت کنیم و هم در زمینه اقتصادی به اهداف خود برسیم.

فراموش نکنید سئو هم مانند خیلی از علم های کمتر شناخته شده هم چنان مانند یک راز میباشد که خیلی ها از آن بی خبرند و یا حتی ترس دارند که به سمت آن بیایند. حال چقدر میتواند جذاب باشد که شما در کاری که دیگران با آن کاملاً غریبه هستند، متخصص باشید. موفق باشید...

واژه نامه

سایت : تارنما
وبسایت : نوع خاصی از تارنما
فضای مجازی ، فضای سایبری : اینترنت
کمپانی های گوگل، بینگ، یاهو، آمازون، اسک : موتور جستجوهای بزرگ جهان
آرپا نت : نام اینترنت اولیه
هاست : میزبان (فضا)
دامین : نام سایت
آی پی : شناسه هر کامپیوتر
کلیدی کلمات : Keywords
توضیحات : Description
رتبه سایت : امتیاز سایت در مقایسه با سایت های دیگر
بهینه سازی ، سنو : کارهایی تخصصی برای افزایش رتبه سایت
عصر ارتباطات : از قرن 21 که تکنولوژی های ارتباطی به حد بسیار زیاد گسترده شده اند
لینک : پل ارتباطی از یک صفحه به صفحه دیگر
تگ : نام دیگر کلمات کلیدی
مارکتینگ : در عمل در اینترنت به معنای ساخت بازار جدید برای یک محصول خاص از راه های متنوع میباشد
بک لینک : لینک موثر
شبکه کامپیوتری : از مجموع شدن چند کامپیوتر و اشتراک گذاری اطلاعات آنها بدست میآید
کابل فیبر نوری : یکی از راه های انتقال اینترنت در بین کشور ها
RSS : مخفف Rich Site Summary به معنی " چکیده سایت " یا " مختصر و مفید سایت
درصد آپ تایم : میزان دسترس بودن هاست یک سایت را بررسی میکند
خزنده : ربات موتور های جستجو
سرچ باکس : جعبه جستجو
www : world wide web
رنکینگ : رتبه بندی

پایان
شهریور 1396