



روشهای
بهینه سازی وب سایت
برای موتورهای جستجو

منبع : PUSHGiant



مترجم : محسن کفاش





اولین کاری که هر کاربر آنلاین هنگام جستجوی یک مورد، مکان یا یک ایده ساده آنلاین انجام می دهد چیست؟

پاسخ : ما با استفاده از رسانه های مختلف به جستجو می پردازیم زیرا این طبیعت انسان است که به دنبال اطلاعات باشد. برای یافتن اطلاعات آنلاین، کلمات کلیدی (کلماتی که توجه را به اطلاعات جلب می کنند) را در مرورگر انتخابی وب (کروم یا فایرفاکس یا سافاری و ...) خود وارد می کنیم.

استفاده از بهینه سازی موتور جستجو (SEO) یافتن بازار/مخاطب هدف را برای شما آسان تر می کند و در نتیجه منجر به رشد برند و کسب و کارتان می شود. علاوه بر این، ثابت ماندن همراه با رشد پیوسته، شما را از رقبای تان جلوتر نگاه می دارد. موتورهای جستجوی متعددی برای کمک به بهینه سازی استفاده می شوند و گوگل، سافاری و یاهو از جمله رسانه های اصلی جستجوی مورد استفاده هستند.



با در نظر گرفتن موتورهای جستجوی مختلف، می توانید از بهینه سازی جستجو برای بهبود کیفیت و کمیت ترافیک وب سایت خود استفاده کنید.

زمان سپری شده در سایت (TOS)، نرخ پرش (Bounce rate) و نرخ تبدیل (Conversion rate)، سه عامل اصلی هستند که باید برای بهبود کیفیت و کمیت ترافیک ارگانیک SEO در نظر گرفته شوند. این عوامل احتمال رشد درآمد بیشتر و توسعه کلی کسب و کار را افزایش می دهند.

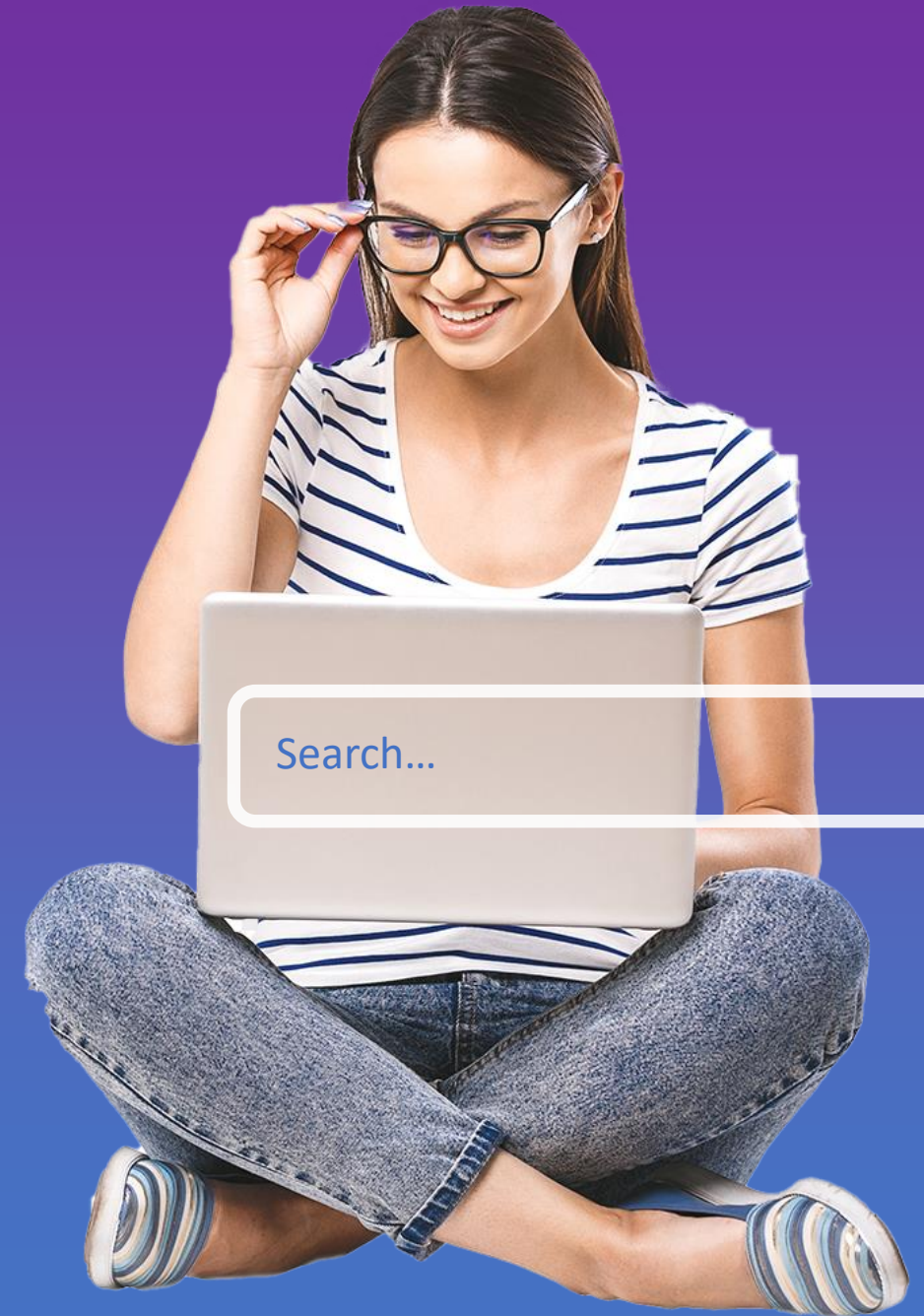
تقریباً ۶۱٪ از بازاریابان گزارش می دهند که SEO در اولویت های بازاریابی مشاغل قرار گرفته است.

چرا به آن نیاز داریم؟

وقتی صحبت از اهمیت سئوی خوب می شود، لازم نیست زیاد به آن فکر کنید. در اینجا چند دلیل برای لزوم سئو وجود دارد:

- پشتیبانی مشتری
- موقعیت یابی محصولات و برندها
- نرخ تبدیل

با برنامه ریزی استراتژیک سئو ، می توانید برندتان را برای دریافت تبدیل بالاتر در اولویت قرار دهید و سفر خریدار را به طور موثرتری هدایت کنید. به عنوان بخشی از فرآیند، رفتار تجاری کاربران شما نیز تحلیل می شود.





نقاط تمرکز

کاربر هر وب ساینی، چه پشت میز خود بنشیند، چه با آیپد و یا در حال حرکت با تلفن همراه، صفحاتی را در می پسندد که بتواند آن‌ها را در هر دستگاهی مشاهده نماید. کاربر از صفحه ای که واکنش گرا است و به سرعت بارگذاری می شود قدردانی می کند.

گوگل صفحاتی را که بیش از ۴ تا ۷ ثانیه طول می کشد تا محتوای بارگذاری شوند جریمه می کند .

آیا زمانی را به یاد دارید که در یک صفحه وب بودید که به نظر می رسید بارگیری آن برای همیشه طول کشیده است؟ اقدام بعدی شما چه بود؟

پس از وارد شدن در یک وب سایت، بازدیدکننده قبل از دیدن محتوا منتظر می ماند زیرا زمان بارگذاری صفحه طول می کشد. زمان بارگذاری وب سایت شما یکی از مهم ترین ویژگی های مرتبط با رتبه بندی صفحه است (هر چه زمان بارگذاری صفحه (های شما) سریعتر باشد، گوگل سریعتر می تواند در محتوای سایت شما بخزد.

بهبود زمان بارگذاری صفحه

صرف نظر از محصول ارائه شده، ما هرگز با کاربر آنلاینی مواجه نشده ایم که از تعامل با یک وب سایت کند لذت می برد. زمینه های زیر را در نظر بگیرید:

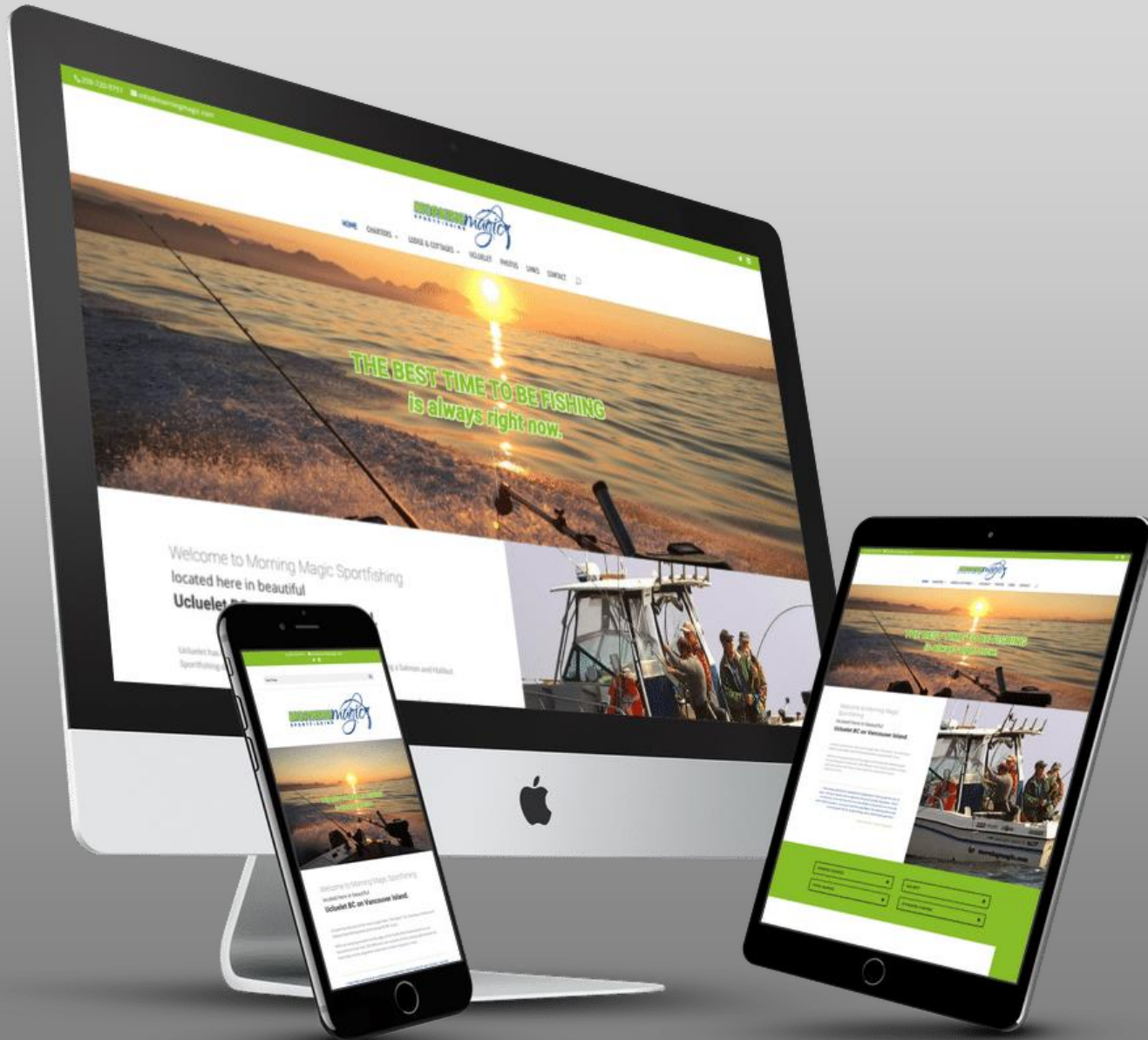
- قابلیت فشرده سازی فایل های حجیم به زبان هایی مانند CSS و HTML.
- هنگامی که کاربران منتظر چرخه پاسخ درخواست HTTP هستند، تاخیر بیشتری در زمان وجود دارد.
- با افزایش زمان بارگذاری صفحه وب، فیلم ها و تصاویر بهینه می شوند.

ریسپانسیو بودن یا واکنش گرایی

هدف از طراحی وب سایت واکنش گرا (Responsive Website Design) این است که وب سایت شما را برای استفاده در انواع دستگاه ها و اندازه های صفحه نمایش آسان کند. شما نیز بر اساس این فاکتور رتبه بندی شده اید.

علیرغم اهمیت ترافیک دسکتاپ، گوگل آنالیتیکس گزارش می دهد که ترافیک موبایل پنجاه درصد (۵۰%) از کل ترافیک وب سایت در سراسر جهان را به خود اختصاص داده است. بنابراین، صاحبان وبسایتها باید با اطمینان از اینکه صفحات در دسترس هستند و به راحتی می توانند در هر دستگاهی حرکت کنند، از این فرصت نهایت استفاده را ببرند. این همچنین در نحوه رتبه بندی وب

سایت شما نقش دارد.





چرا یک وب سایت ریسپانسیو برای کسب و کار شما مهم است؟

برای هر کسب و کاری، یک وب سایت سریع و واکنش گرا ضروری است. از آنجایی که اسناد و نشریات دارای قالب‌های متفاوتی هستند، بازاریابی دیجیتال در انطباق و پیاده‌سازی گرایش‌های جدید طراحی کند است. در زیر دلایلی برای داشتن یک وب سایت واکنش گرا ذکر شده است:

• افزایش حضور خود در شبکه های اجتماعی

وقتی کاربر سایت شما را مرور می‌کند و از تجربه و محتوا لذت می‌برد، احتمال بیشتری دارد که محتوای شما را به اشتراک بگذارد. با درک تعداد خوانندگان جهانی، صاحبان کسب و کار می‌توانند با یک سایت ریسپانسیو به آن بازار دسترسی پیدا کنند.

اشتراک گذاری های رسانه های اجتماعی علاوه بر تأثیر بر رتبه‌بندی شما، می‌توانند بر رشد کسب و کار و مخاطبان تان نیز تأثیر بگذارند و سهم قابل توجهی در درآمد شما داشته باشند.

• مرورگر تلفن همراه برای Google یک اولویت است

Google.com نمونه‌ای از وب سایتی است که به راحتی با هر دستگاه تلفن همراهی سازگار می‌شود، و شکی نیست که این موتور جستجو در سال های اخیر با رویکرد موبایل پیش رفته است. اگر هدف همیشه ارائه محتوای قابل دسترسی به کاربران است، همواره مهم است که اطمینان حاصل کنید که وب سایت های برندهای شما در همه نوع دستگاه قابل دسترسی هستند.

• نرخ پرش کاهش یافته

این درصد کاربرانی است که قبل از هر اقدامی وارد سایت شما شده و آن را ترک می‌کنند. کلیک کردن روی پیوند، تکمیل فرم یا پیمایش نمونه‌هایی از این اقدامات هستند. در واقع به این دلیل است که Google به طور مستقیم نرخ پرش شما را با زمان حضور کاربران در سایت (TOS) مرتبط می‌کند. این به رتبه بندی شما نیز کمک می‌کند زیرا زمان ورود و زمان خروج کاربر را در نظر می‌گیرد. هر وب سایتی با نرخ پرش بالا نشان می‌دهد که بازدیدکنندگان قادر به یافتن پاسخ سوالات خود نیستند.

یک وب سایت خوب طراحی شده تضمین می‌کند که به هر گونه سوال مربوط به شما، در مورد برند یا کسب و کار، به خوبی پاسخ داده شده است.

• تجربه ی مشتری

دغدغه اصلی گوگل داشتن مشتریان خوشحال است. یک تجربه مشتری عالی نشان می‌دهد که کاربران وقتی از سایت شما بازدید می‌کنند اطلاعات/محتوای مورد نظر خود را دریافت می‌کنند. در برنامه ریزی وب سایت، پاسخگویی کلیدی است و به ارائه یک تجربه کاربری مثبت کمک می‌کند.

کلماتی که به هم متصل می شوند

هر زمان که از کلماتی صحبت می کنیم که به هم متصل می شوند، به کلمات کلیدی اشاره می کنیم. کلمات کلیدی چیزی هستند که شما را به مشتری بالقوه متصل می کنند. استفاده از این کلمات کلیدی در وب سایت شما تضمین می کند که کاربر به سایت شما دسترسی پیدا می کند و هنگامی که عبارات جستجوی خاصی را در موتور جستجو می نویسد، محتوای شما را می بیند.

به طور کلی، هدف اصلی وب سایت ها و وبلاگ ها رتبه بندی در تمام صفحات نتایج موتورهای جستجو است. برای انجام این کار، ترافیک ارگانیک مورد نیاز است و کلمات کلیدی شما برای انجام آن عملکرد ضروری است.

اگرچه محتوای شما برای کلمات کلیدی و رتبه بندی ارگانیک مهم است، اما مخاطبان شما حتی مهم تر هستند. شناسایی و درک مخاطبان/بازدیدکنندگان سایت اولین قدم برای رتبه بندی ارگانیک با کلمات کلیدی صحیح است.

معمولاً، تحقیق در مورد کلمات کلیدی شامل شناسایی کلمات کلیدی است که برای شرکت، برند یا هر موضوع دیگری که می خواهید روی آن تمرکز کنید یا در ارتباط با جستجو با آنها مرتبط اند، مهم هستند.

سئو به معنای جذب هیچ بازدیدکننده ای به سایت نیست. شما می خواهید افرادی را جذب کنید که به چیزی که شما می فروشید نیاز دارند و می توانند سرنخ شوند و بعداً به مشتریان تبدیل شوند.

بهینه سازی کلمات کلیدی

هنگام ایجاد طرح وب سایت خود، مطمئن شوید که گوگل به وضوح کلمه(های) کلیدی را که می خواهید وب سایت شما برای آن رتبه بندی کند، درک می کند. گنجاندن کلمات کلیدی اصلی یا کلمات مرتبط برای انجام موثر این امر بسیار مهم است.

• عنوان

گوگل برای کلماتی که نزدیک به عنوان صفحه هستند ارزش زیادی قائل است.

• اولین پاراگراف صفحه

وقتی کلمه(های) کلیدی شما در صد کلمه اول صفحه شما یافت می شود، گوگل مطمئن می شود که این موضوع اصلی صفحه است.

• برچسب های ALT و نام فایل

موتورهای جستجو فقط نام فایل تصاویر را می بینند. با این حال، مطمئن شوید که تصاویر شما با کلمه کلیدی صفحه عنوان شده است. ممکن است بپرسید چرا تگ های alt؟

تگ های alt همان چیزی است که مرورگر شما نمایش می دهد و نه تصاویر. همچنین، در نظر داشته باشید که صفحات وب خود را برای بازدیدکنندگانی که از نظر بینایی و شنوایی با مشکل مواجه هستند در دسترس کاربران قرار دهید.

• برچسب های H1

عنوان صفحه به صورت پیش فرض در این تگ نمایش داده می شود. اصولاً سیستم های مدیریت محتوا مانند وردپرس این مورد به صورت پیش فرض اعمال می کنند.

رتبه بندی گوگل

گوگل برای رتبه بندی صفحه شما چه فاکتورهایی را در نظر می گیرد؟

موتورهای جستجو برای رتبه بندی وب سایت شما را اسکن و فهرست می کنند. گوگل صفحات وب سایت شما را بر اساس محتوای آن رتبه بندی می کند. در نتیجه، درک اینکه گوگل چگونه وب سایت شما را ایندکس و رتبه بندی می کند، یک مهارت قدرتمند در هنگام بهینه سازی وب سایت شما برای ترافیک ارگانیک است.

رتبه بندی صفحه اول

قرار دادن کسب و کار یا وب سایت شما در صفحه اول نتایج موتورهای جستجو باید هدف همه صاحبان مشاغل و وب سایت های جاه طلب باشد. سوال این است که چگونه می توان به آنجا رسید؟

۱. ایجاد استراتژی کلمه کلیدی به شما کمک می کند تا مشتریانی را که مستقیماً کلمات کلیدی مورد نظر شما را جستجو می کنند، هدف قرار دهید.

۲. محل اصلی دسترسی خود را شناسایی کنید. این هدف گذاری مکان جغرافیایی است.

۳. بهینه سازی برای همه دستگاه های تلفن همراه

۴. تجربه بازدیدکنندگان یک بار در وب سایت - آیا این بهترین تجربه ممکن است که ارائه می کنید؟

۵. همیشه برای افراد محتوا ایجاد کنید.

۶. یک حساب Google My Business (GMB) داشته باشید

۷. بهینه سازی نمایه برای Google My Business

۸. برای بررسی مشتریان خود ارزش قائل شوید

۹. کسب و کار خود را در دایرکتوری ها منتشر کنید



Google
Ranking

چگونه رتبه بندی وب سایت بر اساس عوامل فردی متفاوت است؟ بیایید نگاهی دقیق تر به این بیندازیم که چه چیزی باعث می شود یک صفحه وب چندان عالی نباشد، و این که چگونه بر رتبه بندی موتور جستجوی شما تأثیر می گذارد.

رتبه بندی On-Page

تمام نگاه، احساس و ظاهر صفحه، نه فقط موضوعات برجسته و محتوای اصلی شما، در این مورد گنجانده شده است. محتوای وب سایت شما توسط Google با استفاده از معیارهای مختلفی از جمله موارد زیر تجزیه و تحلیل می شود:

آیا محتوای شما عمیق بود؟

بدنه محتوا با ارتباط موضوع سنجیده می شود. این ممکن است با الگوریتم گوگل (پردازش زبان طبیعی که NLP نیز نامیده می شود) اندازه گیری شود. متن های طولانی تر همچنین می توانند ویژگی ها و شانس شما را برای پوشش دادن همه کلمات مورد نیاز یا مرتبط برای ارائه محتوا را افزایش دهد. این ممکن است به رتبه بندی شما کمک کند.

آیا صفحه شما برای کاربر جذاب بود؟

اینکه آیا محتوای شما به خوبی در صفحه نتایج موتور جستجو (SERP) ارائه شده است؟ یعنی آیا ارائه شما بر نرخ کلیک (CTR) شما تأثیر مثبتی دارد؟ آیا عناوین و برجسب های شما به درستی بهینه سازی شده اند؟ آیا محتوای شما با برند شما مرتبط است؟

آیا محتوای صفحه به کاربران شما کمک کرده است؟

در اینجا چند سؤال اساسی برای درک این موضوع وجود دارد: آیا پیوندهای داخلی صفحه شما برای کاوش در صفحات دیگر انتخاب شده اند؟ آیا کاربر شما در صفحه باقی می ماند، در سراسر صفحه اسکرول کرده، مطالب شما را خوانده یا مشاهده کرده است؟ آیا آنها صفحه شما را رها کرده اند که بر نرخ پرش شما تأثیر منفی داشته است؟

آیا محتوای شما منحصر به فرد بوده است؟

اینکه آیا محتوای شما بازیافت یک متن دیگر است یا آن را به گونه ای تنظیم کرده اید که با جایگاه خود مطابقت داشته باشد تا مطمئن شوید که در نوع خود بی نظیر است؟ آیا چیز جدید یا جالبی برای ارائه آورده اید؟

Google
Ranking

SEO



عوامل Off-Page

وقتی کاربر وب سایت شما را ترک می کند چه اتفاقی می افتد؟ در مورد بک لینک ها چه تلاشی کرده اید؟ رسانه های اجتماعی چه تاثیری بر شما دارند؟

Google My Business

این روی همه افراد تأثیر نمی گذارد، مگر آن کسب و کارهایی که به شدت به ترافیک محلی متکی هستند یا نیازمند ترافیک مکان های خاص هستند. اطمینان حاصل کنید که کسب و کار شما به درستی در فضای آنلاین شما تنظیم شده است تا به راحتی در Google Maps پیدا شود.

رسانه های اجتماعی

این موضوع اثبات شده که اقدام در کانال های مختلف رسانه های اجتماعی به طور مستقیم بر رتبه کسب و کار شما تأثیر نمی گذارد. با این حال، این یک راه عالی برای تبلیغ کسب و کار شما است. در نتیجه تبلیغ کسب و کار خود، می توانید به تعداد بی پایانی از مشتریان بالقوه دست پیدا کنید و همچنین به یک نام آشنا تبدیل شوید.

بک لینک ها

در حالی که این یک حوزه مهم برای سئو است، برای گوگل بسیار حیاتی است. تا آنجا که الگوریتم های متعددی برای مبارزه با بک لینک ها اختصاص داده شده بود که از اسپم پشتیبانی می کردند. سایت شما در موتورهای جستجو معتبرتر و قابل اعتمادتر به نظر می رسد زمانی که دارای بک لینک هایی با محتوای اصلی باشد و در پشت آن ها اعتبار وجود داشته باشد.

استفاده از بک لینک باید بخش عمده ای از استراتژی سئوی شما باشد.



نکات کلیدی

سئو

همیشه یک برنامه استراتژیک برای سئوی وب سایت خود داشته باشید با این هدف که همیشه دید شرکت خود را از طریق ترافیک ارگانیک گسترش دهید. افزایش ترافیک منجر به افزایش تبدیل و افزایش درآمد می شود.

رتبه بندی محتوا

رتبه بندی همان چیزی است که موتورهای جستجو برای اطلاع از جایگاه شما در فهرست نتایج جستجو استفاده می کنند. هر بار که کاربر جستجو می کند، وب سایت شما می تواند از بالای صفحه اول تا پایین صفحه آخر رتبه بندی شود. وب سایت تان می تواند تنها برای یک موقعیت در یک زمان رتبه بندی شود، اما شما می توانید بیش از یک صفحه در رتبه بندی داشته باشید.

کلید واژه ها

همیشه در مورد کلمات مرتبط خود تحقیق کنید.

هنگامی که کاربر این کلمات/اصطلاحات خاص را در موتور جستجو تایپ می کند، اتصال کلمات کلیدی شما، پیوند اصلی را فراهم می کند و به وب سایت شما اجازه می دهد در صفحه نتایج موتور جستجو نمایش داده شود.

