



آموزش تخصصی سئو

Search Engine Optimization

فصل اول : اصول اولیه سئو و الگوریتم‌های گوگل

مدرس : محمد امین زاده



سئو چیست؟

سئو یا SEO مخفف سه کلمه Search Engine Optimization و به معنای بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو است.

سئو به یک وبسایت کمک می‌کند از موتورهای جستجو مانند گوگل، بازدید رایگان دریافت کند.

بنابراین هدف اصلی سئو افزایش ترافیک وبسایت به صورت رایگان و از طریق موتورهای جستجو است.



سئو چگونه کار می کند و از کجا شروع می شود؟

سئو از آنجا شروع می شود که یک انسان (کاربر) در گوگل یا سایر موتورهای جستجو؛ نیاز یا سوال خود را جستجو می کند.

از اینجا به بعد است که وبسایت های زیادی برای کسب رتبه برتر و جایگاه بالاتر و دیده شدن توسط کاربر در آن جستجو با هم رقابت می کنند. آن وبسایت ها می خواهند وقتی این عبارت در گوگل جستجو می شود؛ در صدر نتایج باشند.

در این وضعیت؛ صاحبان وبسایت ها به ۲ بخش تقسیم می شوند.

(۱) تصمیم می گیرند سئو را یاد بگیرند و سایتشان را خودشان سئو کنند.

(۲) از شرکت های فعال در حوزه سئو یا افراد متخصص در حوزه سئو (سئوکار) خدمات سئو دریافت می کنند.

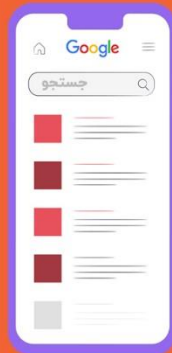


بیش از ۹۰ میلیون جستجوی تقریبی گوگل در ایران

طبق آمار internetlivestats.com روزانه بیش از ۸.۵ میلیارد جستجو در گوگل و سایر موتورهای جستجو انجام می‌شود و افراد، سوال‌ها و نیازهای اطلاعاتی و تجاری خود را از این طریق برآورده می‌کنند. از جستجو برای علائم یک بیماری مانند کرونا، تا تهیه تلفن همراه و حتی خرید دستگاه‌های چند میلیارد تومانی.

طبق آنالیزی که ما در شرکت سورا روی آمارهای جستجوی گوگل در جهان انجام دادیم به آمار جالبی رسیدیم. ما متوجه شدیم در کشورمان ایران روزانه بیش از ۹۰ میلیون جستجو در گوگل انجام می‌شود. این حجم جستجو و البته تراکنش مالی باعث شده است افراد پی به اهمیت سئو ببرند و به دنبال یادگیری سئو و بهینه‌سازی سایتشان برای موتورهای جستجو باشند.

میزان تقریبی جستجوی گوگل در ایران



۸.۵ میلیارد جستجوی روزانه گوگل در جهان

جمعیت جهان: ۷,۸۶۸,۸۷۲,۴۵۱

جمعیت ایران: ۸۶,۰۲۲,۸۳۷

$$\frac{\text{جستجوی گوگل}}{\text{جمعیت جهان}} = \frac{1}{1,080,205,588,911,254}$$

$$1/1,080,205,588,911,254 * 86,022,837 = 92,922,349$$

۹۲,۹۲۲,۳۴۹

میزان تقریبی جستجوی گوگل در ایران



سئو بخشی از بازاریابی اینترنتی است!

بازاریابی اینترنتی یا دیجیتال مارکتینگ نوعی از بازاریابی محصولات یا خدمات است که با استفاده از فناوری‌های دیجیتال و عمدتاً در اینترنت انجام می‌شود.

بازاریابی اینترنتی به زبان ساده یعنی علاقه‌مندان را وارد وبسایت کنیم و سپس محصولات و خدمات را به آن‌ها بفروشیم. هدف از بازاریابی اینترنتی افزایش درآمد از طریق اینترنت است.

علاقه‌مندان را از روش‌های گوناگونی می‌توان به وبسایت آورد (جذب کرد). مانند شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات کلیکی، ایمیل مارکتینگ و... اما به نظر من سئو یکی از بهترین و موثرترین روش‌های جذب علاقه‌مندان است.

کاربرانی که از طریق موتورهای جستجو وارد وبسایت می‌شوند خیلی راحت‌تر تبدیل به مشتری می‌شوند. به این دلیل که درست در لحظه نیاز جستجو انجام داده‌اند.

سئو یکی از مهم‌ترین بخش‌های بازاریابی اینترنتی است.



Google

SEO



سئو هیچ میانبری ندارد!

بزرگترین راز سئو این است که سئو هیچ میانبری ندارد. باید به این موضوع اشاره کرد که ما قرار نیست هیچ راز خارق العاده‌ای به شما بگوییم تا شما را به صدر نتایج گوگل بیاورد. می‌خواهم در ابتدای این آموزش این دید را به شما بدهم که دنبال هیچ میانبر یا ترفند خاصی نباشید. برای موفقیت در سئو باید سخت تلاش کنید و مدام در حال یادگیری نکات جدید سئو باشید.

در ادامه می‌خواهیم وارد فاز آموزش سئو شویم.



SEO

موتور جستجو چیست و موتورهای جستجو چگونه کار می کنند؟

موتور جستجو یک وبسایت است مانند سایر وبسایتها اما امکانات بسیار بیشتر و گستردهتری ارائه می دهد. موتورهای جستجو میلیاردها محتوا را بررسی می کنند و هزاران عامل را ارزیابی می کنند تا مشخص کنند کدام محتوا بهترین پاسخ را به جستجوی کاربران می دهد.



SEO

SEO

Google

موتورهای جستجو چگونه کار می کنند؟

تمام عملیاتی که موتورهای جستجو انجام می دهند تا نتیجه مناسب را به کاربر ارائه دهند به ۳ بخش تقسیم می شود که در ادامه به آن ها می پردازیم.

خزش: ربات های خود را به سراسر وب ارسال می کنند و اطلاعات وب را جمع آوری می کنند.

ایندکس: از بین اطلاعات جمع آوری شده، اطلاعات مناسب را ذخیره می کنند.

رتبه بندی: اطلاعات جمع آوری شده را بر اساس فاکتورهای مختلف، رتبه بندی می کنند.



SEO

مفاهیم پایه الگوریتم‌های گوگل

الگوریتم‌های گوگل مانند مغز گوگل هستند. این‌ها سیستم‌های پیچیده آنالیز اطلاعات هستند و وظیفه رتبه‌بندی نتایج جستجو را بر عهده دارند. اطلاعات الگوریتم‌های گوگل همیشه مخفی است و فقط آن دسته از اطلاعاتی به عموم داده می‌شود که قابل سوء استفاده نباشند.

دلیل ایجاد یا آپدیت الگوریتم‌ها

الگوریتم‌های گوگل به ۲ دلیل ایجاد یا آپدیت می‌شوند:

بهینه‌سازی تجربه جستجو: نتایج دقیق‌تر و با کیفیت‌تری را به جستجوی کاربران ارائه دهند.

مبارزه با فعالیت‌های اسپم: مبارزه با تکنیک‌های فریب الگوریتم‌های گوگل



SEO

SEO

Google

الگوریتم‌های گوگل چه وظیفه‌ای بر عهده دارند؟

الگوریتم‌های گوگل به ۲ بخش تقسیم می‌شوند:

الگوریتم‌های خزش و ایندکس: یافتن و رندر صفحات با بالاترین سرعت

الگوریتم‌های رتبه‌بندی: تطبیق اسناد با جستجوی کاربر و تولید نتایج

به صورت کلی؛ هر الگوریتم گوگل مامور انجام یک کار دقیق است. یعنی مهندسان گوگل با تولید و ارائه جدیدترین الگوریتم‌های گوگل یا یک نقص را برطرف کنند یا یک قابلیت جدید اضافه می‌کنند.

تعدادی از الگوریتم‌های گوگل تایید شده نیستند. یعنی رسماً از طرف گوگل تایید نشده‌اند.



خزش چیست؟

خزش یا کراول (Crawl) زمانی اتفاق می‌افتد که گوگل یا دیگر موتورهای جستجو، ربات‌هایی را به یک صفحه وب می‌فرستند که محتوای صفحه را بخواند. به واسطه خزش، ربات‌های گوگل یا دیگر موتورهای جستجو متوجه می‌شوند چه چیزی در صفحه وجود دارد.

(۱) خزش Crawl یک فرآیند است.

(۲) فرایند خزش توسط خزنده‌های موتورهای جستجو انجام می‌شود.

(۳) به خزنده‌های موتور جستجو؛ اسپایدر (spider)، بات یا کراولر (crawler) نیز گفته می‌شود.

(۴) در فرآیند خزش، موتورهای جستجو ربات‌هایشان را به صفحات وب ارسال می‌کنند.

(۵) ربات‌ها اطلاعات صفحه را می‌خوانند و در بانک اطلاعاتی موتورهای جستجو ثبت می‌کنند که این ثبت شدن در نتایج جستجو، ایندکس شدن نام دارد.

(۶) خزنده‌های موتورهای جستجو توسط لینک، صفحات جدید را پیدا می‌کنند.



گوگل چگونه متوجه می‌شود که باید صفحه شما را خزش کند؟

صفحاتی که در سایت ایجاد می‌شوند یا صفحاتی که آپدیت می‌شوند باید خزش شوند. اما گوگل چگونه

متوجه می‌شود؟ روش‌هایی وجود دارد که گوگل را متوجه ساخت یا به‌روزرسانی صفحه می‌کند:

❑ داشتن یک نقشه سایت XML همراه با آدرس صفحه (URL) که در گوگل ثبت شده باشد.

❑ لینک داخلی که به صفحه داده می‌شود.

❑ بک لینک که به صفحه اشاره می‌کند.

❑ درخواست ایندکس در ابزار سرچ کنسول گوگل

چنانچه یک صفحه خزش شود؛ گوگل آنالیز می‌کند که آیا محتوا جدید است یا نه، یا به عبارت دیگر

چیزی برای ارائه به اینترنت دارد یا نه، سپس تصمیم می‌گیرد که آیا قابلیت رتبه‌بندی دارد یا خیر.

همچنین زمانی که گوگل صفحه‌ای را خزش می‌کند، به لینک‌های آن صفحه نگاه می‌کند و ربات گوگل آن

صفحات را هم بررسی می‌کند.

استثنا: گوگل یک لینک نوفالوو را خزش نمی‌کند.



ایندکس شدن به چه معناست؟

ایندکس (Index) شدن صفحه زمانی اتفاق می‌افتد که صفحه در نتایج گوگل ظاهر شود.

گوگل دقیقا بعد از خزش یک صفحه (اگر آن را شایسته بداند) آن را ایندکس می‌کند.

این بدین معنا نیست که هر سایتی خزش شد ایندکس هم می‌شود، اما هر سایتی که ایندکس شده حتما خزش هم شده است.

اگر گوگل صفحه شما را شایسته نمایش داده شدن بداند، آن را ایندکس خواهد کرد.

بعد از ایندکس شدن صفحه شما، گوگل به این فکر می‌افتد که صفحه شما چطور باید در نتایج جستجو ظاهر شود.

در این مرحله، گوگل تصمیم می‌گیرد که به صفحات سایتتان، چه رتبه‌ای بدهد.

رتبه‌بندی یک صفحه توسط عوامل گوناگونی انجام می‌شود که بطور کلی علم سئو را شکل می‌دهد.



روش‌های جلوگیری از خزش

در خیلی از موارد ما نمی‌خواهیم یک صفحه سایت خزش و ایندکس شود. چون ارزش خاصی ارائه نمی‌دهد یا اینکه باعث محتوای تکراری در سایت می‌شود. مثلا بسیاری از سایت‌ها دوست ندارند صفحات دسته‌بندی مقالات آن‌ها خزش و ایندکس شود. در ادامه با یک روش برای جلوگیری از خزش آشنا خواهید شد.

متا تگ noindex

متا تگ نوایندکس یک از مهم‌ترین متا تگ‌های سئو است و در بخش head کدهای HTML یک صفحه قرار می‌گیرد. نمونه کد نوایندکس را در قسمت پایین ببینید.

```
<meta name="robots" content="noindex" />
```

وقتی این کد در هر صفحه‌ای قرار بگیرد به ربات‌های گوگل می‌گوید این صفحه را ایندکس نکن. بنابراین صفحه مورد نظر خزش نمی‌شود.



SEO



الگوریتم‌های مهم گوگل



الگوریتم پاندا (Panda)

اگر محتواهای سایت نظیر عکس، مقالات، ویدیوها و... از سایر سایت‌ها کپی شده باشد، الگوریتم پاندا این اطلاعات را به موتورهای جستجو گوگل اطلاع می‌دهد. گوگل نیز برای آن که از رتبه گرفتن سایت‌هایی که همواره مطالب خود را از جاهای دیگر کپی می‌کنند، جلوگیری کند، آن‌ها را هیچگاه در نتایج اولیه خود نشان نمی‌دهد.

الگوریتم پاندا از سال ۲۰۱۱ برای جلوگیری از کپی برداری روی کار آمده و از آن زمان بازار کار تولید انواع محتوا و بازاریابی محتوا بسیار داغ شده است. از این رو برای آن که به جایگاه مطلوبی در نتایج گوگل برسید به هیچ عنوان متن، عکس و هیچ چیز دیگری را از سایت‌های دیگر کپی نکنید.

منظور از بازاریابی محتوا، توسعه و توزیع محتوا در بخش‌های مختلف اعم از بلاگ، پست‌های رسانه اجتماعی، صفحات محصول و... است.



SEO

SEO

Google

الگوریتم پنگوئن (Penguin)

الگوریتم پنگوئن از دیگر الگوریتم‌های مهم گوگل است که از آوریل ۲۰۱۲ به عنوان یکی از الگوریتم‌های گوگل معرفی شده است. این الگوریتم تمام تمرکزش بر روی لینک‌های سایت و بک‌لینک‌های آن است. گوگل اهمیت بسیار بالایی برای بک‌لینک‌های قدرتمند قائل است و اگر از بک‌لینک‌های خوب استفاده کنید، احتمال افزایش رتبه شما در نتایج گوگل بسیار افزایش می‌یابد. در کنار بک‌لینک‌های خوب، بک‌لینک‌های مخرب نیز وجود دارد، که می‌تواند تاثیر منفی در رتبه و جایگاه سایت داشته باشد که در ادامه با آنها بیشتر آشنا می‌شوید.



SEO

SEO

Google

الگوریتم برت (Bert)

شما هنگامی که می‌خواهید موضوعی را در گوگل سرچ کنید از زبان رسمی استفاده می‌کنید و یا از زبان محاوره؟ ما در زندگی روزمره تمام مکالماتمان به صورت محاوره است و از این رو گوگل نیز الگوریتم برت را به وجود آورده تا بتواند راحت‌تر با انسان‌ها ارتباط برقرار کند.

از این رو این الگوریتم سبب می‌شود تا گوگل زبان انسان را راحت‌تر درک کند و دقت بیشتری در تحلیل کوئری کاربران داشته باشد. به همین دلیل گوگل با استفاده از الگوریتم برت نتایج دقیقی را به شما نمایش می‌دهد.



الگوریتم مرغ مگس خوار (Hummingbird)

قبل از روی کار آمدن الگوریتم مرغ مگس خوار معمولا سایت‌هایی در نتایج گوگل رتبه خوبی داشتند که از کلمات کلیدی بیشتری استفاده می‌کردند. این موضوع کیفیت مقالات منتشر شده روی سایت‌ها را تا حد بسیار زیادی کاهش می‌داد و کاربر به سختی می‌توانست مقاله با کیفیتی را پیدا کند و همچنین سایت‌هایی که به کیفیت محتواهای خود اهمیت می‌دادند هیچ‌گاه نتایج خوبی را در گوگل به دست نمی‌آوردند.

مرغ مگس خوار روی کار آمد تا شرایط را کاملا بر عکس کند. حال سایت‌هایی که از تعداد کلمات کلیدی زیادی استفاده می‌کنند، از طرف گوگل جریمه می‌شوند و رتبه آن‌ها کاهش می‌یابد. در مقابل سایت‌هایی که از کیفیت مقالات خوبی برخوردارند به جایگاه مناسبی در سرچ گوگل می‌رسند. از این رو می‌توان گفت که امروزه تولید محتوا و سئو برای افزایش رتبه سایت بسیار لازم و ضروری هستند.



الگوریتم کبوتر (Pigeon)

توجه به کلمات کلیدی و تولید محتوا کاملاً سئو شده از زمانی که الگوریتم کبوتر پای خود را در دنیای الگوریتم‌های گوگل گذاشت رواج پیدا کرد. این الگوریتم زمانی که کاربر کلمه‌ای را سرچ می‌کند در سایت شما به دنبال کلمات کلیدی مرتبط با آن موضوع می‌گردد و در صورت وجود چنین کلمه‌ای آن را به گوگل اطلاع می‌دهد.

گوگل نیز به دلیل وجود کلمات کلیدی مهم و پرکاربرد در سایتان، رتبه شما را در نتایج خود بالاتر می‌برد.



SEO

SEO

Google

الگوریتم گوره خر (zebra)

این الگوریتم ساختار کلیه‌ی سایت‌هایی که در زمینه‌ی تجارت الکترونیک فعالیت دارند را مورد بررسی قرار می‌دهد و آن‌هایی که کیفیت پایینی داشته و سایت بی‌ارزشی محسوب می‌شوند را از نتایج گوگل حذف می‌کند.

دلیل این موضوع جلوگیری از سو استفاده و کلاهبرداری برخی از سایت‌ها بوده است. از این رو باید به نکاتی پس از این دوره توجه کنید که هیچگاه به دام این الگوریتم بی‌رحم نیوفتید. از جمله این نکات می‌توان به دارای بودن سایتتان از نماد الکترونیک اشاره کرد.

توجه به تجربه کاربری و رابط کاربری از دیگر موارد مهم از دید الگوریتم گوره‌خر است. به طور کلی بهترین کاری که باید برای مقابله با این الگوریتم انجام دهید، راضی نگه داشتن مشتری است، هر چه مشتریان راضی‌تر باشند، الگوریتم گوره‌خر نیز از شما راضی‌تر است!



SEO

SEO

Google

الگوریتم Mobile First Index

در سالهای نه چندان دور همگی ما برای تماشای سایتها به سراغ لپ تاپ و کامپیوترهای خود می رفتیم و احتمال آن که سایتی را با گوشی باز کنیم بسیار کم بود؛ اما رفته رفته با افزایش تکنولوژی و روی کار آمدن گوشی هایی که امکاناتش حتی از یک لپ تاپ هم بیشتر بود، استفاده از گوشی همراه روز به روز افزایش یافت. اما در این هنگام سایتها با مشکلی روبه رو شدند و آن هم نمایش بد آنها در گوشی های همراه بود. گوگل برای حل این مشکل الگوریتم Mobile First Index را معرفی کرد؛ تا سایتها مجبور شوند که سایت های خود را برای کاربران موبایلی نیز طراحی کنند تا افراد در هنگام بازدید از آنها مشکلی نداشته باشند. به طور کلی ریسپانسیو بودن سایتها یکی از مهم ترین عواملی است که باید تمام سئوکارها با آن آشنا باشند و با طراحان سایت برای طراحی ریسپانسیو ارتباط برقرار کنند.



سرپ (SERP) در سئو چیست؟

SERP یا SERPs مخفف Search Engine Result Page و به معنی صفحات نتایج موتور جستجو است.

SERPها معمولاً شامل نتایج ارگانیک، نتایج پولی Google Ads و نتایج ویدئویی می‌باشند.

به عبارات دیگر؛ به صفحه‌ای که نتایج جستجو را نمایش می‌دهد SERP می‌گویند.

علاوه بر عناصری که در بالا ذکر شد ممکن است گوگل صدها ویژگی دیگر را در SERP به شما نمایش دهد، اما

در کل به دو دسته نتایج رایگان و نتایج پولی تقسیم می‌شود. سایت‌هایی که در نتایج رایگان یا ارگانیک به نمایش

در می‌آیند با انجام بهینه‌سازی یا سئو به این جایگاه رسیده‌اند و صفحاتی که در نتایج پولی به نمایش در می‌آیند با

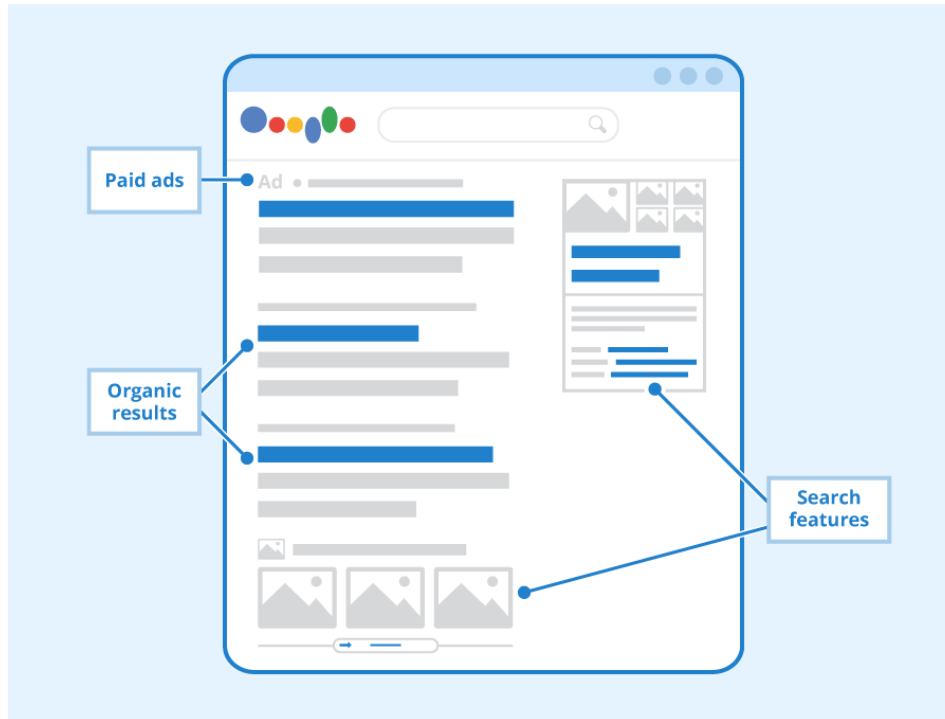
پرداخت پول به سیستم تبلیغ کلیک‌ای گوگل یا Google ads به صورت موقت در بالای گوگل هستند.



عناصر نتایج طبیعی در serp چیست؟

عناصر استاندارد در نتیجه جستجوی ارگانیک گوگل شامل موارد زیر است:

- (۱) عنوان صفحه
- (۲) URL صفحه
- (۳) توضیحات متا



Google

SEO

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

عنوان سئو چیست؟

عنوان سئو که به عنوان سئو تایتل (SEO Title) یا تگ تایتل نیز شناخته می‌شود یک تگ HTML است که موضوع اصلی یک صفحه وب را مشخص می‌کند. عنوان سئو یک صفحه وب باید توصیف دقیق و مختصری از محتوای صفحه را به کاربر و موتورهای جستجو بدهد.

عنوان سئو در قسمت بالای مرورگر نمایش داده می‌شود و در صفحه نتایج گوگل (SERP) قابل کلیک و آبی رنگ است.

</title> عنوان فرضی صفحه | نام سایت <title>

عنوان سئو بهینه شده

کیورد اصلی: کیورد دوم | نام سایت

کیف مدرسه: خرید بهترین کیف های مدرسه | کیف ایران

</title> کیف مدرسه : خرید بهترین کیف های مدرسه | کیف ایران <title>



طول عنوان سئو چقدر باید باشد؟

گوگل در حال حاضر حداکثر ۶۰۰ پیکسل از عنوان را نمایش می‌دهد و محدودیت دقیق برای تعداد حروف وجود ندارد.

گوگل در جستجوهای انگلیسی معمولاً ۵۰ تا ۶۰ حرف اول سئو تایتل را نمایش می‌دهد. اگر عناوین زیر ۶۰ حرف باشند معمولاً عناوین به صورت کامل و به درستی نمایش داده می‌شوند.

در جستجوهای فارسی (طبق تحقیقات من) طول عنوان سئو قابل نمایش معمولاً ۱۰ تا ۱۲ کلمه معادل ۳۵ تا ۵۰ حرف است. (با توجه به عرض حروف)

<https://www.samatak.com> › bag-shoe ▾ Translate this page

کیف مدرسه پسرانه اسپرت برای مقطع ابتدایی و کلاس اول - سماتک

کیف مدرسه پسرانه اسپرت برای مقطع ابتدایی و کلاس اول مدل کیف مدرسه پسرانه اسپرت کیف مدرسه پسرانه ابتدایی کیف

مدرسه پسرانه کلاس اول م.



چرا عنوان سئو مهم است؟

عنوان سئو فاکتور اصلی است که به موتورهای جستجو کمک می‌کند تا موضوع اصلی صفحه شما را متوجه شوند. همچنین اولین برداشت بسیاری از افراد از صفحه شما با دیدن عنوان سئو شکل می‌گیرد.

عنوان سئو در سه مکان اصلی خودنمایی می‌کند:

(۱) صفحات نتایج موتور جستجو (SERP)

(۲) بالای مرورگر وب

(۳) شبکه‌های اجتماعی بعد از اشتراک گذاری



SEO



آموزش تخصصی سئو

Search Engine Optimization

پایان فصل اول

مدرس : محمد امین زاده

