



آموزش تخصصی سئو

Search Engine Optimization

فصل سوم : محتوا و بودجه خزش در سئو

مدرس : محمد امین زاده



تولید محتوا و سئو

تولید محتوا در سئو عبارت است از ساخت صفحات وبسایت با هدف کسب رتبه در گوگل. تولید محتوا در سئو شامل ساخت صفحات گوناگون وبسایت می‌شود. صفحات مختلف وبسایت عبارتند از:

مقالات

محصولات

صفحات آرشیو

صفحات خاص (صفحه دانلود یا هر چیزی مثل این)

صفحه اصلی

البته وقتی می‌گوییم تولید محتوا در سئو؛ منظورمان صفحات مقاله و محصول است.



اهمیت تولید محتوا در سئو

تولید محتوا و سئو ارتباط تنگاتنگی با هم دارند. هر چقدر محتوای بهتری تولید کنید رتبه بهتری در نتایج جستجو کسب خواهید کرد.

طبق آمار هاب اسپات؛ وبسایت‌هایی که به طور منظم محتوا تولید می‌کنند ۳۵۰٪ ترافیک بیشتری دریافت می‌کنند نسبت به وبسایت‌هایی که منظم محتوا تولید نمی‌کنند.

البته برای تولید محتوا در سئو باید استراتژی‌های مناسبی داشته باشید که در دروس بعد به صورت کامل به آنها خواهیم پرداخت.



سئو نویسی چیست؟

سئو نویسی فرآیند نوشتن صفحات مقاله یا محصول با هدف کسب رتبه در گوگل و سایر موتورهای جستجو است. سئو نویسی اصولی به ۴ مرحله اصلی تقسیم می‌شود.

آماده‌سازی پیش از نوشتن

نوشتن

بهینه سازی برای سئو

ترویج و اشتراک‌گذاری

شاید مهم‌ترین مرحله؛ آماده‌سازی است. چنانچه مرحله آماده‌سازی به درستی انجام شود، بر روی کیفیت و سرعت سایر مراحل هم تاثیر مثبتی خواهد داشت. در دروس بعدی به صورت کامل و با جزئیات به این ۴ مرحله خواهیم پرداخت.



لزوم تولید محتوای با کیفیت در سئو

تولید محتوای باکیفیت علاوه بر اینکه کمک می‌کند رتبه بالاتری در گوگل بگیرید، کمک می‌کند مخاطبان بیشتری به خریدار تبدیل شوند. ضمن اینکه اگر کاربر محتوا را ارزشمند بداند، احتمالاً آن را به اشتراک می‌گذارد.

برای تولید محتوای با کیفیت در سئو نکات زیر بسیار موثر هستند:

- شناخت هدف جستجوی کاربر
- خوانا کردن صفحه با تقسیم‌بندی محتوا با تگ‌های هدینگ
- داشتن موضوع جذاب
- مبتنی بر تحقیقات و نتایج واقعی
- شخصی باشد (کپی نشده باشد)
- استفاده از عناصر بصری برای جذابیت
- بدون غلط املائی و نگارشی



اصول اولیه سئو On-page

سئو On-page کارهایی است که روی صفحه انجام می‌شود تا مطمئن شویم گوگل صفحه ما را برای کلمه کلیدی مورد نظرمان مرتبط می‌داند.

هر صفحه در وبسایت که با هدف سئو تولید می‌شود حتما برای حداقل یک کلمه کلیدی باید بهینه شود. گوگل کلمات موجود در صفحه را اسکن می‌کند و وقتی یک کلمه کلیدی در نقاط مهم صفحه استفاده شده باشد، متوجه می‌شود، این صفحه مرتبط به این کلمه کلیدی است.

On-Page SEO



SEO

تفاوت سئو On-page از گذشته تا امروز

سئو On-page در گذشته مساوی بود با استفاده زیاد از کلمه کلیدی در صفحه و هر چقدر بیشتر از کلمه کلیدی در صفحه استفاده می‌شد، شانس رتبه‌گیری آن بیشتر می‌شد.

اما اکنون با اضافه شدن سیستم معنایی گوگل، گوگل می‌تواند کلمات مرتبط با کلمه کلیدی صفحه را نیز تشخیص دهد.



این موضوع باعث می‌شود صفحات تخصصی‌تر در گوگل رتبه دریافت کنند. ایده پشت این موضوع این است هر چقدر شخص تخصص بیشتری در یک موضوع داشته باشد، دامنه کلمات بیشتری در مورد آن موضوع دارد.

اما با تمام این تفاسیر؛ توجه داشته باشید که استفاده از کلمه کلیدی در صفحه، هنوز هم مهم است.



Google

SEO

SEO



نکات مقدماتی سئو on-page

در ادامه تعدادی از نکاتی که در سئو on-page باید رعایت شوند را تیتروار ذکر کرده‌ام و نحوه اجرای آنها را در دروس آینده خواهید آموخت.

بهینه‌سازی تصاویر

استفاده از کلمات کلیدی در مکان‌های مهم صفحه

استفاده از کلمات کلیدی مرتبط

استفاده از ویدیو و تصاویر جذاب در صفحه

بهینه‌سازی تگ تایتل و متا دسکریپشن



اصول اولیه سئو تکنیکال

سئو تکنیکال موضوع بسیار گسترده‌ای است.

هدف اصلی سئو تکنیکال این است که اطمینان حاصل شود که موتورهای جستجو به راحتی می‌توانند تمام صفحات وب سایت شما را پیدا کنند، خزش کنند و ایندکس کنند.

اما در سال‌های اخیر، سئوی تکنیکال گسترش یافته و موضوعاتی مانند **سرعت بارگذاری سایت**، **بهینه‌سازی موبایل** و موارد دیگر را شامل می‌شود.

اگر بخواهیم واقع‌بینانه به موضوع نگاه کنیم؛ اکثر صاحبان سایت نیازی به نگرانی در مورد سئو تکنیکال ندارند. (به خصوص اگر سایت شما در وردپرس اجرا می‌شود.) اما این بدان معنا نیست که شما باید سئوی فنی را به کلی نادیده بگیرید. یک حرکت اشتباه از سوی شما ممکن است کل سایت را با مشکلات مختلف مواجه کند.



نکات مهم برای بهینه بودن سایت برای خزش گوگل

برای اطمینان از اینکه گوگل بتواند صفحات سایت شما را پیدا کند، خزش کند و ایندکس کند نکات زیر را باید مورد توجه قرار دهید.

- سایت به گوگل سرچ کنسل متصل شود و نقشه سایت در محل مربوط به آن بارگذاری شود.
- تمام صفحات سایت شما حداکثر با ۴ کلیک از صفحه اصلی سایتتان قابل دسترس باشند.



ساختار سازی سایت

ساختار سازی سایت به ۲ بخش اصلی تقسیم می شود:

لینک سازی داخلی

آدرس دهی صفحات

ساختار سازی سایت در سئو از اهمیت بالایی برخوردار است. با ساختار سازی حرفه ای سایت می توانید به موتورهای جستجو کمک کنید سایت شما را درک کنند و کاربران نیز از سایت شما لذت ببرند.

برای ساختار سازی حرفه ای در سایت باید نکات زیر رعایت شوند:

در آدرس صفحات کلمه کلیدی به کار رفته باشد.

آدرس صفحات تا حد امکان کوتاه باشد

صفحات مهم سایت بیشترین لینک داخلی را دریافت کنند.

فقط لینک صفحات مهم؛ در منوی سایت قرار گیرد.



محتوای تکراری

بحث محتوای تکراری در سئو بسیار گسترده است و زمانی بوجود می آید که یک صفحه سایت شما از چندین آدرس در دسترس باشد.

محتوای تکراری معمولا به علت بی احتیاطی در مدیریت محتواهای سایت، اشکال در ساختارسازی یا اشکال در کدنویسی سایت بوجود می آید.
محتوای تکراری باعث بروز مشکلات زیر در سئو سایت می شود:

- در ابعاد گسترده و با اهداف اسپم ممکن است باعث جریمه سایت شود.
- باعث اشکال در خزش و ایندکس سایت می شود.
- ارزش صفحات سایت را به هدر می دهد.



بودجه خزش در سئو

بودجه خزش تعداد صفحاتی است که ربات‌های گوگل در یک بازه زمانی در وبسایت شما می‌خزند. آمار بودجه خزش وبسایت در ابزار گوگل سرچ کنسول و در بخش تنظیمات در دسترس است. در بودجه خزش ۲ مولفه مهم وجود دارد.

❑ **تقاضای خزش:** درخواست خزش که از سمت ربات‌های گوگل به صفحات سایت شما ارسال می‌شود. ممکن است خزش انجام شود یا نشود!

❑ **انجام خزش:** تعداد دفعاتی است که ربات‌های گوگل یک صفحه سایت شما را خزش می‌کنند.

هر تقاضای خزش (خواه موفقیت آمیز باشد یا نباشد) یا انجام خزش، یک عدد به بودجه خزش شما اضافه می‌شود.

چنانچه ربات‌های گوگل درخواست خزش ارسال کنند ولی صفحه شما ارور داشته باشد و نتوانند صفحه را خزش کنند نیز این یک عدد به بودجه خزش سایت شما اضافه می‌کند.



چرا بودجه خزش مهم است؟

از آنجا که خزش برای گوگل هزینه دارد از صاحبان سایتها خواسته است صفحات خود را برای خزش بهینه کنند. چنانچه صفحات سایت آماده خزش نباشند، بودجه خزش سایت شما به هدر می‌رود و صفحات سایت شما به صورت منظم خزش و ایندکس نمی‌شوند.

بودجه خزش برای سایت‌های کوچک (زیر ۱۰۰۰ صفحه) مشکل بزرگی به نظر نمی‌رسد. اما با بزرگتر شدن سایت، باید وبسایت برای بودجه خزش بهینه باشد.

عوامل زیر در بهینه بودن بودجه خزش موثر هستند:

- سرعت بالای صفحات
- ساختارسازی صحیح سایت
- نبود محتوای تکراری
- لینک‌سازی داخلی صحیح
- داشتن بک لینک از سایت‌های معتبر



سرعت سایت

سرعت سایت؛ مدت زمانی است که طول می کشد یک صفحه در مرورگر نمایش داده شود. البته سرعت صفحه را با معیارهای مختلفی می توان سنجید. مثلا از زمانی که مرورگر درخواست دسترسی به یک صفحه را به سرور ارسال می کند تا زمانی که صفحه را بارگیری می کند. به خاطر اهمیتی که سرعت صفحه دارد، گوگل برای سنجش سرعت صفحه، معیارهای خودش را ارائه کرد و نام آن ها را core web vitals گذاشت.

معیارهای گوگل

برای سنجش سرعت سایت شما این ها هستند



Core web vitals همین است



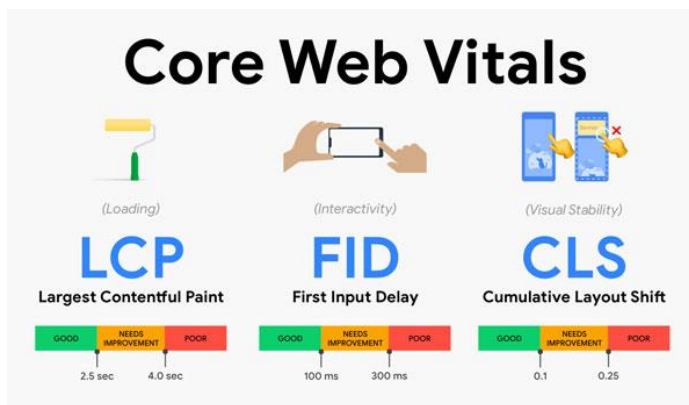
بخش های اصلی core web vitals

LCP : مخفف Largest Contentful paint و مدت زمان نمایش بزرگترین بخش صفحه (بزرگترین تصویر یا بزرگترین بلاک متنی) است.

FID : مخفف First Input Delay است و مدت زمانی است که صفحه آماده کلیک کاربر می شود.

CLS : مخفف Cumulative Layout Shift و مدت زمانی است که اجزای مختلف صفحه به ثبات می رسند و در جای خود ثابت می شوند.

برای سنجش سرعت صفحه و core web vitals می توان از ابزارهای pagespeedinsight یا gtmatrix استفاده کرد.



SEO

اصول اولیه سئو در لینک سازی

لینک ها ابزار هدایت کاربران از یک صفحه وب به صفحه دیگر هستند. لینک در سئو مفهوم بسیار مهمی است. با استفاده از لینک می توانید اعتبار یک صفحه را به صفحه دیگر انتقال دهید.

لینک ها مبنای گوگل

گوگل اولین موتور جستجویی بود که از لینک ها برای رتبه بندی صفحات استفاده کرد. گوگل از لینک ها برای ابزاری برای شناخت اعتبار یک صفحه وب استفاده می کرد. هنوز هم لینک ها مهم ترین فاکتور رتبه بندی گوگل هستند.

الگوریتم پیچرنک اولین الگوریتم گوگل برای بررسی لینک ها و شناخت ارزش صفحات بود و البته هنوز هم پایه اصلی الگوریتم های گوگل است.

لینک سازی در سئو به دو بخش لینک سازی داخلی و لینک سازی خارجی تقسیم می شود.



لینک سازی داخل سایت

لینک سازی داخلی فرآیند لینک دادن صفحات داخل سایت به یکدیگر است و نحوه ارتباط موضوعی صفحات داخل سایت با لینک سازی داخلی مشخص می شود.

لینک سازی داخلی در سئو بسیار مهم است. گوگل برای پیدا کردن محتوا در وبسایتها و رتبه بندی محتواها از لینک استفاده می کند. لینک سازی داخلی صحیح؛ باعث می شود کاربران به راحتی سایت شما را پیمایش کنند. وقتی به راحتی صفحات را پیمایش کنند، سریع از سایت خارج نمی شوند و تجربه کاربری بهتری در سایت شما خواهند داشت.

لینک سازی
داخلی



بک لینک سازی یا لینک سازی خارج سایت

بک لینک یک لینک است که از یک وبسایت دیگر به سایت شما داده می شود و بک لینک سازی یک فرآیند است که با هدف دریافت بک لینک از وبسایت های دیگر انجام می شود.

**افزایش ترافیک واقعی
پس از بک لینک سازی واقعی
انجام می شود!**



۶ فاکتور مد نظر در استراتژی بک لینک سازی

برای صفحات مهم سایت بک لینک های بیشتری ساخته شود

صفحات رقیب ما در گوگل چقدر بک لینک دارند؟

از چه روش هایی قرار است بک لینک بگیریم؟ (پرداخت پول، تولید محتوای عالی و...)

برای ساخت بک لینک چقدر می توانید هزینه کنید

کدام سایت ها برای دریافت بک لینک مناسب هستند؟

نتایج بک لینک سازی چگونه قرار است برآورد شود؟ آیا بک لینک هایی که ساخته ایم نتیجه مورد نظر

را داده اند؟



SEO

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

ابزارهای سئو

ابزارهای سئو، نرم افزارهایی هستند که داده ها و امکانات زیادی برای سئو در اختیار شما قرار می دهند.
مانند:

تحقیق کلمات کلیدی

تحلیل سئو صفحات سایت

بررسی بک لینک

تحلیل رقبا

تحلیل ساختار سایت



ابزار سئو

Google



SEO



ابزارهای سئو گوگل

گوگل مجموعه‌ای از ابزارهای بروز و رایگان را ارائه می‌دهد که برای سئو مفید هستند. این ابزارها علاوه بر اینکه گزارش‌های دقیقی به شما ارائه می‌دهد، توصیه‌های خاصی برای بهبود عملکرد صفحات نیز ارائه می‌دهد.

✓ تعدادی از ابزارهای سئو گوگل:

✓ گوگل سرچ کنسول

✓ گوگل لایت‌هاوس

✓ پیج اسپید اینسایت

✓ گوگل ترندز

✓ تست نمایش موبایل (Google's Mobile-Friendly Test)

✓ گوگل آنالیتیکس



اهمیت ابزارهای سئو

بسیاری از فعالیت‌ها در سئو با تجزیه و تحلیل داده‌ها بدست می‌آید. برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌های مورد نیاز در سئو احتیاج به ابزارهایی داریم.

ابزارهای سئو شما را از تحقیقات خسته کننده کلمات کلیدی و تجزیه و تحلیل داده‌ها نجات می‌دهد. با استفاده از این ابزارها، می‌توانید ببینید کدام بخش از فعالیت‌های شما موثر بوده یا اشکال دارد. همچنین می‌توانید رقبا را تحلیل کنید.

اگر بیش از یک وب‌سایت را مدیریت می‌کنید، ابزارهای سئو می‌توانند به شما کمک کنند عملکرد هر سایت را ارزیابی کنید.





آموزش تخصصی سئو

Search Engine Optimization

پایان فصل سوم

مدرس : محمد امین زاده

