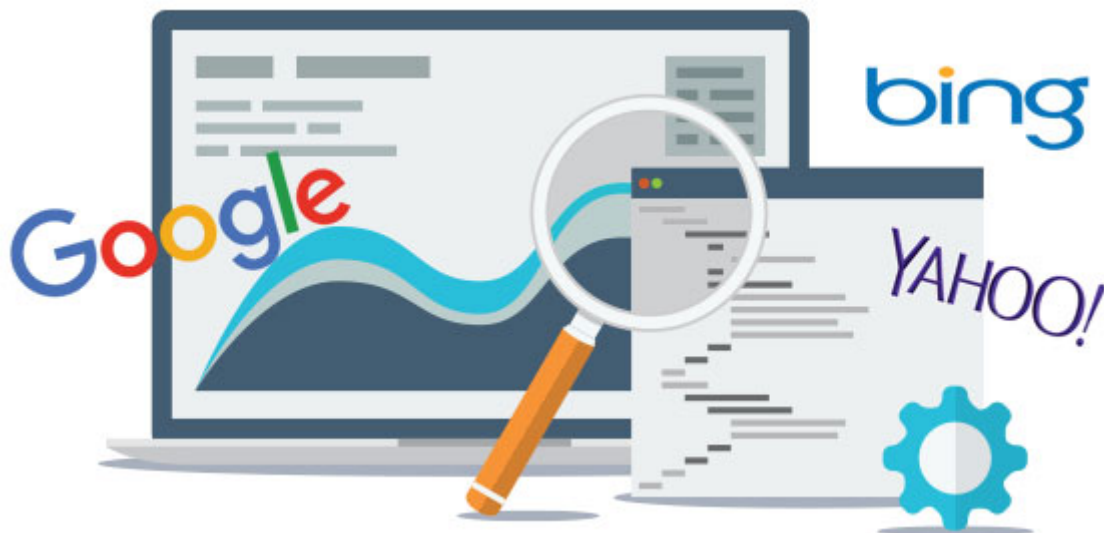


چرا موتورهای جستجو نمی توانند بدون SEO وب سایت شما را بیابند



بهینه سازی موتور جستجو سئو (SEO) چیست؟

SEO شامل به کارگیری فرایندها در جهت بهبود و افزایش تعداد بازدیدکنندگان یک وب سایت به واسطه ی موتورهای جستجو گفته می شود. جنبه های زیادی در SEO وجود دارد که از کلمات موجود در صفحه ی شما تا ارتباطی که با دیگر صفحات برقرار می کنید را در بر می گیرد. بهینه سازی موتورهای جستجو تنها اشاره به این موتورها ندارد. بلکه اشاره به بهبود آن برای انسان ها نیز دارد. این مقاله ی آموزشی به توصیف نهایی صفحه های SEO می پردازد. گاهی اوقات SEO ، اطمینان حاصل کردن از این امر است که آیا وب سایت شما به گونه ای ایجاد شده است که موتورهای جستجو توانایی یافتن و شناسایی محتویات صفحه های شما را داشته باشند یا خیر. از کشف لغات و عبارات (لغات کلیدی) که باعث افزایش ترافیک وب سایت شما می شود. برای ایجاد رابطه بین سایت شما و موتورهای جستجو- گرفته تا ایجاد لینک و بازاریابی ارزش های منحصر بفرد پیشنهادات شما یا شرکتی خاص.



اطلاعات سئو برگرفته از وب مستر گوگل

اولویت ساخت صفحه ی اینترنتی را متناسب برای کاربر در نظر بگیرید ، نه موتورهای جستجو. کاربران و موتورهای جستجو را با ارائه ی اطلاعات و محتویات نادرست فریب ندهید. به این حقه اصطلاحاً cloaking گفته می شود. وب سایتی با لینک های متنی و ارتباط مناسب مطالب ایجاد کنید. هر صفحه باید حداقل از طریق یک لینک متنی استاتیک قابل دسترسی باشد. وب سایتی مفید و غنی از اطلاعات خلق کنید و صفحات را طوری نگارش کنید که دقیقاً توصیفی از محتوای موجود در وب سایتتان باشد. مطمئن شوید که المانهای [title] و ویژگی های ALT توصیفی و دقیق هستند. برای خلق صفحاتی مناسب برای کاربران انسانی از لغات کلیدی استفاده کنید. از یک ویرایش URL برای دسترسی به یک مطلب و از Redirect های ۳۰۱ یا المان "rel="canonical" برای اشاره به محتوای مشابه استفاده کنید. متخصصین گوگل روش های زیر را برای کسب بالاترین حد رده بندی در موتور جستجو خود توصیه می کنند.



پرسش از موتور جستجو (Search Query)

مشمول لغاتی می شوند که کاربران در قسمت جستجو وارد می کنند. این لغات بسیار زیاد ارزشمند محسوب می شوند. بازدید کنندگان هدفمند و از پیش تعیین شده به یک وب سایت می توانند بیش از هر شاخه ی دیگر بازاریابی و تبلیغاتی برای آن وب سایت تبلیغات، درآمد و اطلاع رسانی را فراهم آورد. تجربه نشان داده است که حجم ترافیک می تواند باعث موقعیت یک سازمان و یا نابودی آن شود. سرمایه گذاری در SEO چه از لحاظ مالی و چه زمانی ، می تواند میزان بازگشت استثنایی را در مقایسه با انواع دیگر بازاریابی و ایده های افزایش رده بندی وب سایت همراه داشته باشد.



آیا خودم می توانم SEO کنم!؟

SEO دنیایی پیچیده دارد، اما اکثر مردم می توانند نکات پایه ای آن را به سادگی درک کنند، حتی میزان کمی از اطلاعات در این زمینه می تواند تفاوت بزرگی را به وجود بیاورد. با توجه به میزان و محدودیت زمانی خود ، تمایل شما به یادگیری و پیچیدگی وب سایت تان

ممکن است از یک متخصص در این زمینه درخواست کنید تا کنترل اوضاع را در دست بگیرد. گروههایی که پایه ریزی فرایند SEO را متقبل می شوند متفاوت هستند. برخی بر تکنیک های خیلی حرفه ای متمرکز می شوند در حالی که گروه های دیگر به مباحثی عمومی و کلی بسنده می کنند. بهینه سازی یک وب سایت برای موتورهای جستجو می تواند مستلزم بررسی المان های خاص زیادی باشد که متخصصین SEO آنها را در بازه ی علوم عمومی بهینه سازی و استراتژی وب سایت در نظر می گیرند. هم چنان حتی در این مورد اطلاع از مفاهیم بنیادی این علم بسیار ارزشمند است.



چرا موتورهای جستجو نمی توانند بدون SEO ، وب سایت مرا پیدا کنند؟!

موتورهای جستجو هوشمند هستند ، اما هنوز به کمک نیاز دارند. اکثر موتورهای جستجو همیشه در پی بهبود تکنولوژی Crawling خزیدن هستند تا بتوانند عمیق تر وب سایتی خاص را بررسی کرده و نتایجی بهتر را به کاربر ارائه دهند. به هر حال، محدودیتی برای چگونگی عملکرد موتورهای جستجو وجود دارد. در حالی که SEO ای به درستی انجام شود می تواند شما را به هزاران بازدید کننده و توجه مرتبط کند ، حرکات اشتباه می تواند منجر به پنهان یا دفن وب سایت شما در نتایج یک موتور جستجو شود که قابلیت رؤیت شدن آن را به حداقل می رساند. علاوه بر قابلیت در سندی کردن محتویات سایت برای موتورهای جستجو ، SEO هم چنین باعث افزایش رده بندی وب سایت شما می شود، بدین منظور محتویات سایت به گونه ای در نتایج موتورهای جستجو نمایان می شوند که کاربران پس از جستجو با سهولت بیشتری آنها را بیابند. اینترنت محیطی است که به شدت روی به رقابتی شدن می برد ، بنابراین شرکت هایی که فرایند SEO را برای وب سایت خود در پیش بگیرند از برتری در جذب بازدید کنندگان و مشتری ها برخوردار می شوند.



چرا وب سایت من به SEO نیاز دارد؟

بخش عمده ای از ترافیک اینترنتی از طریق موتورهای جستجو پرکاربرد تجاری مانند یاهو ، گوگل و بینگ روانه ی وب سایت ها می شود. اگر چه شبکه های اجتماعی و انواع دیگر ترافیک ها می توانند باعث ارجاع بازدیدکنندگان به وب سایت شما شوند، اما موتورهای جستجو روش اولیه ی هدایت اکثر کاربران اینترنت می باشند. این قضیه همیشه صدق می کند حال ، خواه وب سایت شما فراهم کننده ی محتویات ، خدمات ، محصولات ، اطلاعات باشد و یا درباره ی هر چیز دیگری. موتورهای جستجو در ارائه و هدف قرار دادن ترافیک منحصر به فرد هستند. مردم به دنبال اطلاعاتی هستند که شما در وب سایت خود ارائه می دهید. موتورهای جستجو همچون آزاد راهایی هستند که به عملی شدن این موضوع دامن می زنند. اگر وب سایت شما توسط موتورهای جستجو شناسایی نشود یا محتویات وب سایت شما در پایگاههای اطلاعاتی آنها شاخص گذاری نشود، موقعیت های فوق العاده ای را که می توانید از طریق ارتباط کاربران با موتور جستجو و وب سایت خود کسب کنید را از دست می دهید.



موتورهای جستجو گر چگونه کار می کنند

موتورهای جستجو به طور کلی از دو روش فراهم کردن و بررسی وب سایت ها باید بوسیله ی محاسبه ی نسبت نتیجه گیری عمل کنند.

Providing answers : فراهم کردن پاسخ برای سؤالات متداول کاربران و عبارات خاصی که به کرات در صفحات مشابه جستجو

و رده بنده شده.

موتورهای جستجو ، ماشین پاسخگو هستند. هنگامی که شخص موضوعی را در اینترنت جستجو می کند، از موتور جستجو می خواهد تا وارد میلیاردها صفحات اینترنتی شود تا برای پیدا کردن فایلی خاص تلاش کند گویی مو را از ماست بکشد. این فرایند مستلزم دو عمل عمده است: تنها چیزهایی را بیابد که مرتبط و یا متناسب با موضوعی است که کاربر برای جستجو وارد کرده ؛ نتایج به ترتیب کارایی درک شده مطلوب رده بندی کند. عاملی که بالا ترین تاثیر را در فرایند سئو دارند، "ارتباط" و "اهمیت" هستند. در روزهای اول اینترنت فعالیت موتورهای جستجو تنها به نام های کوچکی محدود می کرد. که در اخر نسخه ی جستجو از مشکلاتی اساسی رنج می برد. ولی سرانجام پس از طی دگرگونی های مختلف ، مهندسان حرفه ای در زمینه ی موتورهای جستجو توانستند راه های مناسب برای یافتن اطلاعات مفید را بیابند و تجربه ی جستجوی لذت بخش و کارآمد را به کاربران انتقال دهند. امروزه صدها عامل در ارتباط لینک های موتورهای جستجو دخالت دارند که در این مقاله آنها را بررسی می کنیم. موتورهای جستجو چگونه اهمیت مطالب را تعیین می کنند؟! در بازار حال حاضر موتورهای جستجو اکثر این موتورها ، اهمیت را میزان بالای تراکم و فهرست یک وب سایت تعریف می کنند یعنی هر چه یک سایت ، صفحه یا فایل مشاهدات بیشتری داشته باشد از ارزش بالاتری برخوردار است. این فرضیه در عمل نیز موفقیت خود را اثبات کرده به همین دلیل موتورهای جستجو با به کارگیری این عامل و معیارهای مختلف برای سنجش شهرت یک سایت ، رضایت کاربران را کسب کرده اند. شهرت و ارتباط عواملی نیستند که به طور دستی تعیین شوند، بلکه موتورهای قدرتمند نرم افزاری با دقت فراوان و بکارگیری معادلات محاسباتی ، الگوریتم ها و ... برای رده بندی و چیدمان اولویت فواید دست به کار می شوند. این الگوریتم ها اغلب از صدها جزء تشکیل شده اند. در زمینه ی بازاریابی موتورهای جستجو معمولا اصطلاح فاکتورهای رده بندی را به آن اختصاص می دهیم. خوب ، حالا حالا چطور غرق در موفقیت شویم؟! یا حالا بازاریابان موتورهای جستجو چطور موفق می شوند؟! الگوریتم های پیچیده ی موتورهای جستجو در نگاه اول ، غیر قابل رسوخ به نظر می رسند. خود این موتورهای جستجو اطلاعات کمی را در زمینه ی شیوه ی کاری و الگوریتم هایشان در اختیار عموم قرار می دهند. لیست زیر حاوی اطلاعات و روش هایی است که در بهینه سازی و عملکرد عالی در این موتورها می باشد.



Crawling and Indexing: بررسی و شاخص گذاری میلیاردها اسناد ، صفحات ، فایل ، اخبار ، تصاویر و دیگر رسانه ها در سرتاسر

وب

دنیای اینترنت را مثل ایستگاه های مترو فرض کنید: هر ایستگاه اطلاعات ثبتي خاص خودش را دارد (معمولا يك صفحه ی اینترنتی گاهی اسنادی همچون فایل های PDF و عکس های JPG و ...) یک موتور جستجو به منظور یافتن مسیرش باید به تمام این مسیرها در این شهر سر می زند تا بهترین راه را برای دست یابی به ایستگاهها را بیابد. نمونه ی اینترنتی این مفهوم لینک ها هستند. ساختار مجموعه های این لینک ها باید طوری عمل کند که این صفحات را به هم مرتبط سازد: ربات های خودکار موتورهای جستجو که عنکبوت یا خزنده نامیده می شوند ، از طریق همین لینک ها می توانند به صفحات به هم متصل دسترسی پیدا کنند. زمانی که موتور جستجو این صفحات خاص را می یابد ، کدهای خاصی را که به آن صفحه اختصاص داده شده تفسیر و بررسی کرده و در قسمت های تعیین شده ی خاصی در هارد دیسک های عظیم دور نگه داری می کنند تا در زمانی که فراخوانده شدند به کاربر ارائه شوند. به منظور عملی شدن این فرایند عظیم ، فراخوانی میلیاردها صفحه در یک چشم به هم زدن ، موتورهای جستجو دیتا سنترهای مختلفی را در قسمت های مختلف جهان راه اندازی کرده اند. این تأسیسات نگه داری اطلاعات عظیم الجثه از کامپیوترهای قدرتمندی بهره می برند که حجم عظیمی از اطلاعات را در

مدت زمانی اندک پردازش می کنند. در آخر، زمانی که کاربر کلمه یا عبارت مورد نظر را در موتورهای جستجو شناخته شده ی جهان وارد می کند ، تأخیر یک یا دو ثانیه ای می تواند باعث ایجاد نارضایتی کاربر شود ، بنابراین موتورهای نهایت تلاش خود را می کنند تا در کمترین زمان ممکن اطلاعات و نتایج جستجو را به کاربر ارائه کنند.



تصویری وسیع با اطلاعات جذاب

چرا برای سئو زمان ، تلاش و منابع را هزینه کنیم؟! هنگامی که به تصویر وسیع کارکرد موتورهای جستجو می نگریم ، اطلاعات جذاب از طریق مطالعات مختلف در دسترس است، ما آن دسته از اطلاعاتی را که به روز ، مرتبط و ارزشمند هستند را نه تنها برای فهم چگونگی جستجوی کاربران ، بلکه برای کمک به بحث های پر مشاجره ای که اخیرا در مورد قدرت جستجو بوجود آمده را استخراج کرده ایم. آمریکایی ها به تنهایی ۲۰.۳ میلیارد جستجو را در یک ماه به خود اختصاص دادند که سهم گوگل در این آمار ۱۳.۵ میلیارد جستجو ، به پیرو آن یاهو با ۳.۳ میلیارد و سایت های میکروسافت ۲.۷ میلیارد بوده است. شبکه های ASK با ۵۱۸ میلیون و AOLLLC با ۲۷۸ میلیون در رتبه های بعدی قرار گرفتند. تمامی جستجوهای که توسط گوگل و زیر مجموعه هایش صورت گرفت برابر با ۶۷.۷% کل

جستجوهای انجام شده بود. پس از آن بینگ ۲۶.۸٪ تمام جستجوها به گزارش Forrester، پس از اوت سال ۲۰۱۱ میلیارد دلار برای بازاریابی آنلاین سرمایه گذاری شد. طی تحقیقی که توسط ComScore در اکتبر ۲۰۱۱ انجام شد، سایت های شرکت گوگل رتبه ی اول را کسب کردند. سایت های گوگل رتبه ی اول را در بازار جستجوی آمریکا با میزان ۶۵.۴٪ جستجو از کل کاربران در ماه اکتبر کسب کردند. پس از آن یاهو با ۱۷.۲٪ و نهایتا میکروسافت با ۱۳.۴٪ در جایگاههای بعدی قرار گرفتند. خیلی از وب مسترها بر این باورند که میزان این آمار برای گوگل در دنیای واقعی خیلی بیشتر از این درصدها است. بازاریابی تعاملی در سال ۲۰۱۶ به ۷۷ میلیارد دلار خواهد رسید. این میزان ۲۷٪ تمامی بودجه ی تبلیغاتی را نیز شامل می شود. «جستجو» دفترچه تلفن های مدرن هستند: به گزارش Burke در سال ۲۰۱۱ ۷۶٪ کاربران در آمریکا از موتورهای جستجو برای یافتن آدرس امکان تجاری بومی استفاده کردند که ۷۳٪ آنها این آدرس ها را نیز چاپ کردند. ۵۸٪ از اطلاعات تلفنی اینترنتی استفاده کردند که در مقایسه ، ۴۴٪ از روش های سنتی استفاده کردند. ۶۷٪ از موتورهای جستجو برای یافتن اطلاعات محلی طی ۳۰ روز گذشته استفاده کردند و ۲۷٪ گفتند که از شبکه های اجتماعی به عنوان منبعی برای دریافت اطلاعات و حوادث محلی استفاده کردند. تحقیق آنلاین PEW در اوت ۲۰۱۱ نشان داد که: درصد کاربران اینترنتی که از موتورهای جستجو در ایام عادی استفاده می کنند ، به شدت رو به افزایش است که این میزان شامل یک سوم تمامی کاربران اینترنت از سال ۲۰۰۲ به بیش از ۵۹٪ از کل کاربران اینترنت رسیده است. با این افزایش ، تعداد کاربرانی که در روزهای عادی از موتورهای جستجو استفاده می کنند به انضمام استفاده از پست های الکترونیک ، نزدیک به ۶۱٪ نیز رسیده است. تمام این تحقیقات و همه پرسش ها ما را به سمت این نتیجه گیری مهم در مورد جستجوهای اینترنتی و بازاریابی از طریق موتورهای جستجو می رساند: نمایان شدن درابتدای نتایج جستجو نه تنها حجم بالای ترافیک را فراهم می کند ، بلکه اعتماد در مشتری به خاطر ارزش و اهمیت نسبی شرکت یا وب سایت را بوجود می آورد. «یادگیری نکات بنیادین سئو ، راهی است حیاتی جهت دستیابی به این اهداف»



اطلاعات سئو (SEO) ، برگرفته از وب سایت بینگ

به طور کلی سه پرسش عمده وجود دارد که کاربران در موتورهای جستجو از آنها استفاده می کنند. «Do» انجام بده-فرایندهای عملیاتی- شامل دستوراتی می شوند که به پردازش هایی از جمله خرید اینترنتی ، گوش دادن به موسیقی و ... می شود. «know» دانستن- پرسش های اطلاعاتی- مربوط به زمانی می شود که کاربری ، به دنبال اطلاعات می گردد، مانند اسم گروه یا شرکت ها بزرگ.. یا بهترین رستوران های موجود در شهری خاص. «Go» برو- پرسش های مسیریابی (ناوبری)- پرسش هایی هستند که برای یافتن مقاصد آنلاین مانند: Facebook یا صفحه ی اصلی NFL ، بکار گرفته می شوند. متخصصین سئو (SEO) و بازاریابان این زمینه از این اطلاعات بهره می برند تا به وب سایت هایشان و مشتری هایشان برای دست یابی به جایگاه بهتری در این رده بندی یاری دهند. مردم چطور با موتورهای جستجو ارتباط برقرار می کنند؟! یکی از مهم ترین المان های ایجاد استراتژی بازاریابی آنلاین بر پایه ی سئو، همدلی کردن با مخاطبین تان است و هنگامی که دریابید میانگین کاربران اینترنت در موتورهای جستجو و خصوصا بازار مورد نظر شما در پی یافتن چه مطالب و محتوایی هستند ، به گونه ای مؤثر می توانید به آنها دست یابید و حفظ شان کنید. متخصصین بینگ در شرکت مایکروسافت گزینه های زیر را برای کسب بالاترین حد رده بندی در موتور جستجوشان توصیه می کنند. از ایجاد وب سایتی تمیز ، حتی از لغات کلیدی در ساختار صفحات خود مطمئن شوید. اطمینان حاصل کنید که محتوا اندر پس رسانه های متنی مدفون شده باشد و رسیدگی کنید تا لینک ها در داخل این رسانه های متنی مخفی نشده باشد زیرا «crawler» ها توانایی جستجو در چنین ساختارهایی را ندارند. محتوای متنی از لغات

کلیدی را با تحقیق در مورد این که کاربران عموماً چه عبارات و لغاتی را جستجو می کنند ، مطابقت دهید. به طور مرتب محتوای سایت را به روز رسانی کنید. از قرار دادن متنی که می خواهید در داخل تصویر شاخص گذاری شود، خودداری کنید. به عنوان مثال اگر مایلید نام یا آدرس شرکت شما ، شاخص گذاری شود ، مطمئن شوید که داخل لوگوی شرکت شما نمایش داده نمی شود. خوب ، پس مثل این می مونه که این تازه چند تا نکته ی ساده بود و مثل یه کوه یخی چندین برابرش زیر آبه! بلی اما ترسی به دلتان راه ندهید، از بازاریابان موتورهای جستجو پیروی کنید! در طی بیش از پانزده سال اخیر که موتورهای جستجو در این زمینه فعالیت می کنند، بازاریابان موتورهای جستجو روش هایی را برای استخراج اطلاعات در مورد چگونگی رده بندی وب سایت ها ، کسب نموده اند. بهتر است همیشه بگوییم «وب سایت را برای کاربران بسازید نه برای موتورهای جستجو». هنگامی که کاربران تجربه ی بدی از بازدید وب سایت شما داشته باشند ، هنگامی که نتوانند موضوع مد نظر خود را بیابند و به اهداف خود نرسند، این مشکل معمولاً مرتبط با عملکرد ضعیف موتور جستجو مرتبط است. از سوی دیگر، هنگامی که کاربران از بازدید وب سایت شما احساس رضایت کنند ، تجربه ای مثبت در آنها شکل می گیرد، این رضایت مندی هم در رابطه با موتور جستجو و هم وب سایتی است که اطلاعات را فراهم کرده است. کاربران به دنبال چه می گردند؟!

