



هر آنچه نیاز دارید درباره سئو بدانید

در این آموزش قصد داریم تا اصول سئو سایت را برای شما به مختصر شرح دهیم. مشتاقانه منتظر شنیدن انتقادات پیشنهادات و نظرات شما هستیم.
تماس با ما : ۸۸۹۸۱۳۲۳ - ۸۸۹۸۱۳۲۰

وب سایت : www.amweb.ir

ایمیل : amweb.ir@gmail.com

www.seoweblearn.com

تهران، میدان فاطمی میدان گلها

خیابان کاج شمالی

پلاک ۱۱۳ طبقه دوم

واحد ۳

مقدمه

اصول سنو

یادگیری اصول سنو - (contact me on saedsoltani@outlook.com) By Saeed Soltani

۴ اصل سنو برای افزایش دادن بازدید سایت شما.

۱- رتبه صفحه در موتور های جستجو یا Page Rank :

اکثر افراد تنها بدنبال بدست آوردن رتبه یک در جستجو های عمومی هستند، اما آیا تفاوتی بین رتبه یک و رتبه ۶ وجود ندارد؟ یا بین رتبه ۲ و ۷؟ پاسخ کوتاه بله است

مطالعات انجام شده توسط گروه نیلسن نورمن نشان میدهد که کاربران صفحه نتایج جستجو را در قالبی از حرف لاتین F مشاهده می کنند و ۸۰ درصد از وقتی که در حال مشاهده صفحه هستند را صرف دیدن قسمتی از صفحه می کنند که نیازی به اسکرول شدن ندارد و قابل رویت است.

بنا براین اطلاعات، نتیجه گیری می توان کرد که لینک هایی که در صفحه رتبه های اول را دارند بیشتر مشاهده شده و سایت هایی که از چنین پیمایشی بهره میگیرند بیشتر مورد بازدید قرار خواهند گرفت.

بعلاوه با توجه به اطلاعاتی از گوگل با عنوان CTR Study by Catalyst نشان می دهد که بطور میانگین، ۸۳ درصد از کلیک های انجام شده در صفحه یک بر روی ۴ لینک اول در نتایج جستجو بوده است.

بدیهی است که هنگامی که در صفحه اول رتبه پیدا کنید می توانید مطمئن باشید که برند شما دیده خواهد شد، به همین دلیل شما نیاز خواهید داشت تا رتبه لینک وب سایت شما بالای ناحیه اسکرول در صفحه یک قرار بگیرد تا مخاطب مورد نظر خود را جذب کنید.

خلاصه مطلب و نکات :

- سعی کنید تا لینک سایت شما در بالای ناحیه اسکرول شونده در صفحه اول نتایج جستجو قرار بگیرد.
- تمرکز خود را بر روی محتوا قرار دهید بطوریکه محتوای شما بیشتر اطلاعاتی باشد تا تجاری!

۲- تگ title:

این تگ عنوان صفحه شما را مشخص میکند (و یا دیگر صفحات وب سایت شما) و معمولا نوشته آبی رنگی که به عنوان لینک در نتایج جستجو شما پدیدار میشود همین تگ عنوان می باشد. عنوان صفحه می تواند تاثیر بسیاری بر روی نرخ تعداد کلیک بر روی لینک شما در نتایج جستجو داشته باشد چه کاربر بر روی لینک شما کلیک انجام دهد یا خیر بنابراین با دقت برای انتخاب عنوان مناسب صفحات خود تمرکز کنید.

در زیر مثال خوبی برای نمایش چگونگی انتخاب عنوان مطرح می کنیم :

آموزش سئو - یادگیری اصول سئو برای شما

www.amweb.ir

آموزش سئو و بهینه سازی سایت , آموزش طراحی سایت

- عنوان دارای کلمه کلیدی "آموزش سئو" می باشد که در ابتدای تگ آماده است و این یکی از نکات انتخاب عنوان می باشد چرا که دید کاربر را سریعتر به خود جذب می کند و متعاقبا بهبود رتبه سایت را در نتایج جستجو بدنبال خواهد داشت.
- تگ دارای ۳۰ کاراکتر می باشد که از لحاظ تعداد خوب است و کات نمیشود. گوگل معمولا عنوانی را که بیش از ۶۵ کاراکتر باشد را کوتاه سازی میکند.
- بیشتر کلمات لینک bold شده است به دلیل اینکه این کلمات در عبارت مورد جستجو کاربر قرار داشته است.
- کلمه کلیدی شما برند شما خواهد شد و بعد از مدتی کاربران و مخاطبان شما را با برند خواهند شناخت پس در انتخاب آن دقت داشته باشید.
- عبارت "یادگیری اصول سئو برای شما" باعث برانگیختن احساسات و کنجکاوی کاربر خواهد شد که در نتیجه کلیک بر روی لینک را بدنبال خواهد داشت.

خلاصه مطلب و نکات :

- بعنوان کسی که سایت خود را گسترش می دهید. تمرکز خود را بر این مطالب قرار دهید ، تعداد کاراکترهای عنوان، انتخاب کلمات مناسب برای کلمه کلیدی، انتخاب عبارت مناسب در عنوان برای مشابه بودن با عبارت مورد جستجو.
- برای جذب و بالا بردن تعداد مشاهدات سایت خود سعی کنید کلماتی را انتخاب کنید که حس کنجکاوی کاربر را برانگیزد و او را بیشتر جذب کند و همیشه سعی کنید عنوانی که انتخاب میکنید با محتوا مطلب همخوانی داشته باشد.

۳- توضیحات متا :

توضیحات متا به کاربران کمک می کند تا از محتوای مطلب شما قبل از اینکه روی لینک سایت در نتایج جستجو کلیک کنند اطلاعات کسب کنند. توضیحات متا بطور مستقیم تاثیری بر روی رتبه لینک سایت شما نخواهد داشت، اما از اهمیت بسزایی برخوردار است زیرا باعث می شود کاربر بر روی لینک سایت شما کلیک نماید در نتیجه از توضیحات متا برای صفحاتی که برای شما اهمیت دارد غافل نشوید.

در حقیقت ، ممکنه شما بخواین از توضیحات متا بعنوان متن تبلیغاتی برای سایت استفاده کنید اما این رو در نظر داشته باشید که گوگل همیشه توضیحات متا رو بعنوان snippet یا خلاصه مطلب لینک نشون نمیده و ممکنه از محتوای مطلب استفاده کنه بنابراین سعی کنید خلاصه ای مفید از مطلب که کاربر رو جذب میکنه در توضیحات متا قرار بدین در زیر نمونه خوبی از توضیحات متا رو با هم بررسی می کنیم.

Wine Bottle Candles | Hand Crafted Wicked Wine Candles
winedecandles.com/
 Wine bottle candles are 100% soy wax and hand crafted from recycled wine
 Wicked awesome. Enjoy FREE shipping now through Dec 25, 2013.

سئو

- توضیحات متا دارای کلمه کلیدی اصلی Wine Bottle Candles است که همونطور که مشاهده میکنید در snippet لینک bold شده که همخوانی با عبارت مورد جستجو کاربر داشته است.
- توضیحات متا در این مثال ۱۵۴ کاراکتر طول داره که تمام اون به نمایش دراومده، لازمه یادآوری کنم که گوگل تا ۱۶۰ کاراکتر رو در توضیحات متا نمایش میده و بقیه اون رو حذف میکنه.
- این توضیحات میتونه شامل اطلاعات برندینگ و توضیحات کاربری شرکت یا کسب و کار شما باشه.
- همیشه سعی کنید اطلاعاتی که در توضیحات متا قرار می دهید جذب کننده باشه و کاربر رو وادار کنه تا روی لینک سایت شما کلیک کنه ، در ضمن یادتون نره که باید با محتوای مطلب همخوانی مستقیم داشته باشه!

خلاصه مطلب و نکات:

- وقتی توضیحات متا رو کامل میکنید به این نکات توجه کنید، طول (کمتر از ۱۶۰ کاراکتر) ، انتخاب کلمات، کلمه کلیدی اصلی و مهیج بودن آن.
- در زمان های بخصوص مانند اعیاد ، تعطیلات رسمی و ... سعی کنید که از کلمات مرتبط در توضیحات متا استفاده نمایید.
- برای تست این موارد میتونید از تبلیغات پولی برای لینک سایت خود در گوگل استفاده کنید تا از نحوه نمایش توضیحات متا خودتون آگاه بشین و اگر تغییری لازم هس اونارو اعمال کنید.

۴- آدرس ها - URL's

آدرس صفحات یکی دیگه از مطالبی هست که روی سئو و رتبه سایت شما در نتایج جستجو تاثیر میزاره میتونه CTR یا تعداد کلیک هایی که روی لینک سایت شما اتفاق میوفته رو بالا بیره. در آگوست ۲۰۰۹ گوگل الگوریتم جستجو رو بطوری تغییر داد که امکان نمایش درختی سایت رو بوجود می آورد که در اصطلاح به اون breadcrumb نیز گفته میشه ، بطور مثال تصویر زیر رو مشاهده بفرمایید :

همونطور که توسعه دهندگان میتونند توضیحات متا سایت رو تعیین کنن این امکان وجود داره تا بتوان آدرس های صفحات داخلی وبسایت رو نیز تغییر بدهند و این امر میتونه به واضح تر بودن لینکها ، پیمایش راحت تر کاربران بین صفحات و همینطور بهتر ایندکس شدن صفحات سایت کمک بسزایی بکنه.

در زیر مثالی از یکی از صفحات داخلی سایت وال مارت رو میبینید که آدرس صفحه و زیر شاخه های اون که شامل دسته بندی های سایت هست رو مشاهده می کنید که بسیار واضح و مفید اعمال شده.

خلاصه مطلب و نکات :

- وقتی که ساختار آدرس های صفحات سایت رو پیاده سازی میکنید به ساختار پوشه ها، نام گذاری شاخه ها و دسته بندی ها، برابری با کلمات کلیدی و پیمایش breadcrumb سایتتون توجه کنین.
- مطمئن بشین که ساختاری که انتخاب کردید ساختار ساده و قابل پیمایش براحتی برای کاربران باشه.
- همانند توضیحات متا، در مناسب های خاص قسمتی از سایت رو به این نکته تخصیص بدین که هم نام با اون مناسب باشه تا در آدرس صفحه نیز قابل مشاهده باشه مثل ، هدیه سال نو، جشنواره پاییزه و ... این عبارت ها در قسمت آدرس در نتایج جستجوی بر روی لینک سایت شما قابل مشاهده خواهد بود و انگیزه کاربر رو برای کلیک بر روی لینک سایت شما بالا میبره.

#بخش اول

راهنمای بهینه سازی موتورهای جستجو



سنو

بخش ۱ - هر آنچه که شما نیاز دارید در مورد سنو بدانید اما از پرسیدن آن می ترسید!

زمانیکه شما در حال نوشتن در مورد سنو به اندازه زمانی که من بودم بودید برخی اوقات احساس می کردید که چیز دیگری برای گفتن وجود ندارد . ما فراموش کردیم که همیشه یک چیز جدید برای یادگیری سنو وجود دارد و فرصتی برای خواندن هر مقاله ای که تاکنون با این موضوع نوشته شده است نداشتیم .

برای روشن شدن موضوع ، میخوایم به اساس و پایه های سنو بپردازم.

اخیراً به سخنرانی برای سایتی دارای وبلاگ های مجانی زیبایی با میزبانی اورال در شهر نیویورک دعوت شدم. اکثر شرکت کنندگان برای وبلاگ ها مینوشتند یا مسئول وبلاگ های شرکتیایی که در آنجا کار می کردند بودند. یک سهم خوبی از تولیداتشان را در میان وبلاگ ها فروخته شد. بسیاری از مثال هایی که من در این سری استفاده میکنم به طور مستقیم برای اندسته از حضاری است که میتوانند آنها را در میان صنعت بازرگانی و فروش تولیدات و خدماتشان به کار گیرند.

رمز برگشت به اساس و پایه تصمیم گیری در مورد چیزهایی که بدست می آید و چیزهایی که شامل نمی شود میباشد . من مطمئنم تعداد زیادی از اساس ها برگشت داده شده در حالیکه برخی از چیزهایی که در اینجا ذکر شده میتواند مورد بررسی و پیشرفت قرار داده شود. بهر حال اطلاعات سنو که من در اینجا آماده خواهم کرد چیزهای مورد بررسی ضروری خواهد بود. و شاید این یک راه بهتری باشد برای جستجوی این موضوع نه به عنوان سنو ۱۰۱ اما نسبتاً ضروریات سنومی باشد . امیدواریم ، که شما در یادگیری در این موضوع چیزهایی جدیدی را یاد بگیرید و تصورات اشتباه قبلی و افکار تایید شده را دور بریزید.

هر سایتی باید در جایی شروع شود. زمانی میرسد که ما از مردم میشنویم که زیبایی در باطن است. مانند اغلب صحت وب سایتها. طراحی سایت ها ممکن است در ظاهر زیبا و چشم نواز باشد در حالیکه عناصر سنو چیزهای هستند که کمی بیشتر.....

با کمی کار شما می توانید وب سایت های زشت سنورا به خدای بازاریابی وب مجلل تبدیل کنید . اما نکته در اینجاست ، شما باید در جایی شروع کنید ، کمی حرکت به سمت جلو با اجرای یک استراتژی خوب سایت شما در مدت کوتاهی در راههای مختلفی خواهد افتاد.

چهار مزیت اساسی سنو وجود دارد که پایه موفقیت آنلاین هستند در اینجا آورده شده است . و در آخر آنچه که ما در جستجوی ان هستیم تجارت بیشتر است . اما برای بدست آوردن آن چیزهای کم وجود دارد و نیاز هست به رسیدگی استراتژی بهینه سازی شما .

چهار مزیت اساسی سنو

ساختن سنونکاتی را متذکر میشود که میتوانید صفحات خودتان را برای اهداف کلیدی تان رتبه بندی کنید . شما نیاز دارید که مطمئن شوید که اول موتور هایی جستجو می توانند آنها را پیدا کنند و دوم اینکه آنها را کشف کنند . این شما را مطمئن میسازد که شما یک طراح موتور جستجوی قوی موافق دارید . انجام دهید این کار را با اطمینان داشتن از درستی هدایت لینک ها انجام دهید . هدایت سایت شما باید سلسله مراتب پایه ریزی شده مناسب داشته باشد . و محتویات آن قابل خواندن باشد . در مورد این مطلب به جزئیات بیشتری در این سری خواهیم رسید .

رتبه بندی

این اون چیزی که ما همه سنورا برای آن میخواهیم ، درسته؟ واقعا، من امیدوار نیستم . ما در مورد دو مزیت دیگر که در آینده مهم خواهد بود بحث خواهیم کرد . اما در حالیکه رتبه بندی بخش مهمی از سئو است ، آنها هدف در آنها و خودشان نیستند . تعداد زیادی از مردم نگاه میکنند به رتبه بندی و فکر میکنند " من از دست داده ام x مقداری از تجارت را زیرا من رتبه بندی نشده ام # ۱ . این ممکن درست باشه یا نباشه . رتبه بندی مختلف نرخ پس روی تجارت را تولید میکند . این مهم است که بدانیم رتبه بندی بازار فروش را نمی سازد . آنها فقط راهی را در در تولید میکنند و ممکن نیست انهایی که می آیند در رتبه # ۱ به اندازه انهایی که به رتبه # ۵ می رسند برای خرید آماده باشند .

ویزیتورها

یکبار شما شروع کنید به بدست آوردن رتبه حتی برای حجم اندک اما واژه های کلیدی مهم ، شما شروع خواهید کرد به دیدن ویزیتورها که بالارفتن ها را محاسبه میکنند . دوباره ، این خوبه اما هدف نهایی که شما سعی میکنید به آن دست یابید نیست .

تبدیل

این هدف بزرگی است ، سرانجام تمام هدف بهینه سازی موتور جستجو خواهد بود . سئو بیشتر از کمک کردن شما در رتبه بندی است و راندن دادو ستد بر روی سایت شماست . این باید همچنین کمک بکند به شما که حسابها و سود هایتان را افزایش دهید . یک تبدیل میتواند هر چیزی که شما میخواهید باشد ، یک نظر بر روی وبلاگ شما ، یک دانلود از کاغذ سفید ، دنبال کردن توییتر ، یا خرید یک تولید . این مهم است که بدانید چه تبدیلاتی هستند که شما می توانید قرار دهید برای اهداف بهینه سازیتان را برای کمک به رسیدن به آنها .

موتورهای جستجو احمق هستند!

در میان فرایند سئو این مهم است که بخاطر داشته باشیم که موتورهای جستجو به همان اندازه که هوشمند و پیشرفته هستند هنوز زیبا و احمق هستند. آنها نمی توانند هدف و منظور خود را بگویند. بنابراین اگر منظور و هدف نیاز است بخاطر تعیین کردن ارتباط یک صفحه یا کلید واژه، موتور های جستجو نا آگاه هستند. قسمتی از فرایند سئو بیرون رفتن از راه شما برای درست نوشتن چیزهایی خارج از موتور جستجو بنابراین حدس زدن آن نیاز نیست.

به یاد داشته باشید که ویزیتور ها میتوانند خودشان کند ذهن و لال زیبا باشند. مالکان حرفه همیشه در حال شکایت در مورد تماسهای سوالات شان درباره اطلاعات که به وضوح در وب سایت ها ذکر شده است می باشد. البته این طور نیست که ویزیتور های شما واقعا احمق هستند. آنها در برابر چیز هایی که آسان نیستند نا شکیب هستند. سختی سایت شما قابل هدایت است. اطلاعات را پیدا کنید. یک خرید بسازید یا یک تبدیل را بدست آورید. آنها به سمت سایتهایی که چیز ها در آن آسانتر است حرکت خواهند کرد. همچنانکه ما در میان فرایند سئومی رویم در حال جستجوی چیزهایی خواهیم بود که سایت ما را برای فهمیدن آسانتر میسازد، هدایت و فرایند برای موتور های جستجو و ویزیتور ها، و در حالیکه اکثر این اطلاعات "اساسی" هستند این همان پایه و اساسی است که هنوز موضوعی برای موتور جستجو است.

منتظر بخش های بعدی باشید.

نظرات شما به ما کمک خواهند کرد.

#بخش دوم

هر آنچه شما نیاز دارید بدانید در مورد برچسب های عنوان

پیرو سری های از سخنرانی که در شهر نیویورک به میزبانی سایت اورآل زیبایی ارائه دادم. بسیاری از سخنرانی ها در این مورد بود که چطور وبلاگ هایی با موتور انرژي و کاربر یار بیشتر بسازیم . بهر حال میخواهم بسیاری از مفاهیم را شامل تیپ ها و استراتژیها برای سایت های تولیدات فروش و خدمات در میان همه صنایع را در اینجا توضیح بدهم.

بهینه سازی صفحه

ایجاد یک وب سایت سالم

یک وب سایت که می تواند آنلاین به خوبی بدون سئو کار کند . PPC، رسانه های اجتماعی و تلاش های بازاریابی غیر متصل اجرایی شایسته می تواند واقعا به موفقیت یک سایت کمک کند با سئو کم ویا حتی بدون آن کمک کند. اما وقتی سایت شما با سئو شروع به کار میکند همیشه تحت اجرا خواهد بود و هرگز از دسترس خارج نخواهد شد و پر از انرژي است. بدون سئو شما همیشه در ترافیک گم خواهید شد و نمی تواند قابل جبران باشد.

بناراین ما کجا می توانیم شروع کنیم؟ سئو اغلب بسیار گسترده است و ما نمیدانیم از کجا باید شروع کنیم . چه چیزی تاثیرزادی بر روی ما خواهد گذاشت و چطور می توانیم به سمت جلو حرکت کنیم ، این همان چیزی است که ما امیدواریم جوابش را در اینجا بدست آوریم.

ساختن برچسب های عنوان خوب

برچسب های عنوان

برچسب عنوان تنها تکه مهم از طبقه واقعی سئو بر روی سایت شماست . یک برچسب عنوان میتواند تا زمانیکه شما بخواهید باشد . اما شما تنها ۶۳ کاراکتر دارید قبل از اینکه موتورهای جستجو آن را قطع کنند. پس عاقلانه از آن استفاده کنید .

از زمانیکه عنوان به عنوان لینک قابل کلیک در صفحات SERPs ظاهر میگردد باید قادر باشد یک جفت تقاضای مختلف را ملاقات کند.

غناي واژه های کلیدی

جستجوگران لغات مخصوصی را در موتور جستجو تایپ میکنند و آنها انتظار دارند موتورها نتایجی را تهیه کنند که با سوالات اصلی آنها مطابقت کنند . ما می دانیم که موتور های جستجو بیش از ۲۰۰ سیگنال مختلف را برای تعیین رابطه هر صفحه بر خلاف کلید واژه پیدا شده را جستجو میکند. برچسب عنوان یکی از آنها ، اما یک کلیدی تر در آن، الزاما به واژه کلیدی برای برچسب عنوان برای اینکه آن را در نتایج جستجو بالا ببریم نیازی نیست. اما این به مقدار زیادی کمک می کند.

عنوان ها در SerpsBut آنچه در مورد بازدید کننده یا ویزیتور ؟ جستجوگر چه میبیند؟ اجازه دهید بگویم یک جستجوگر در موتور جستجو تایپ میکند " چگونه زیبا باشم " و دو نتیجه نشان داده میشود . یکی را میخواند " چطور خوب به نظر برسم و احساس شگرفی

کنم " و دیگری را می خواند " چطور زیبا به نظر برسید حتی زمانی که شما احساس میکنید آن را دوست ندارید " کدامیک از این دو میتواند بیشتر شبیه باشد به آنچه که توسط بیننده یا ویزیتور کلیک شده باشد ؟ به احتمال زیاد هر دو صفحات آدرس یک مفهوم را میدهند ، اما تنها یکی از آنها لغت کلیدی جستجو شده را بکار می برد. به احتمال زیاد، نتیجه دوم کلیک را بیش تر از اولین بار دریافت کنید حتی اگر آن را در موقعیت های پایین تر در نتایج است (کدامیک شبیه نیست ، اما اجازه وانمود را در هر جا دارد)

مجبور کردن

نکته بعدی که باید بعد از برچسب عنوان قانع کننده باشد، ما نگاه کردیم که چطور بسازیم با احتمال بیشتر کلیک زده شود به سادگی قرار دادن کلمه کلیدی در آن ، اما این به خودی خود تنها بخشی از مسئله است . بر می گردیم به مثالمان در بالا ، ما اولین بار کلمه غیر کلیدی را با استفاده از تیترا بالا در برابر قرار داده و سوم تیترا غنی کلمه کلیدی "سکسی و زیبا، داغترین ستاره های امروز" شما فکر میکنید کدامیک کلیک بیشتری بدست خواهد آورد ؟ من حدس می زنم اول یکی که کلمه کلیدی را استفاده نمی کند ، چرا که آن بیشتر قانع کننده است و بیشتر به سمت هدف جستجو گر صحبت میکند بنابراین در این وضعیت عنوان سوم اینست که به احتمال زیاد به رتبه های بالاتر شبیه تر است اما کلیک های کمتری را دریافت میکند.

ترفند اینست که مطمئن شوید که برچسب عنوان هر دو کلمه کلیدی غنی و فوری است. این به حرکت سایت شما را به بالا ترین رتبه بندی کمک خواهد کرد اما همچنین این اطمینان حاصل می شود که بازدیدکنندگان به احتمال بیشتر روی سایت شما کلیک کنند.

اشتباهات رایج

عنوان `TagsImplementing` برچسب عنوان شما برای اطمینان از آنها موثر هستند ضروری است. تعدادی از اشتباهات آسان وجود دارد که اگر شما وقتتان را به درستی برای انجام آن نگذارید ایجاد میشود. این آسان است که شما بخواهید جریانی را در میان برچسب عنوان به راه اندازید مخصوصا اگر شما صفحات زیادی داشته باشید . اما از آنجا که برچسب عنوان بسیار مهم است شما میخواهید به مراقبت در حال توسعه از آنها به درستی بپردازید . در اینجا تعداد کمی موضوعات رایج:

همانندی بر روی هر صفحه: هر صفحه سایت شما منحصر به فرد است و یا حداقل باید باشد . این به این معنی است که برچسب های عنوان شما بر روی هر صفحه باید به خوبی منحصر به فرد باشد . در بسیاری از سایت ها شما برچسب عنوان یکسانی را در تمام صفحات خواهید دید "به سایت من خوش آمدید یا چیزی شبیه به این " که تمام صفحات را به سختی توضیح میدهد و نشان میدهد که در نتایج جستجو به احتمال زیاد هر کلیک را بدست نخواهید آورد . برو در میان سایت وسفارش برچسب عنوان و اطمینان حاصل کن که آن به طور منحصر به فرد و دقیق محتوای هر سایت را توضیح می دهد .

پیشرو با نام تجاری: دلایل خوبی وجود دارد که باید نام کسب و کار خود را در برچسب عنوان ارائه دهید، اما بطور پیش فرض نباید باشد . اگر شما نام کسب و کار خود را استفاده کنید مطمئن باشید که فکر میکنید از طریق استدلال و مطمئن شوید این صداست. محدودیت برچسب عنوان نام حرفه شما را با چیزی که شما با توجه و مراقبت زیاد انجام میدهید میسازد. در این مورد کمی بیشتر بحث خواهیم کرد .

لیست کلمات کلیدی: میل به دریافت کلمات کلیدی شما در برچسب عنوان و سعی در پرتاپ تعدادی از آنها تا حد امکان برای شما در اینجا تا آن را وسوسه انگیز سازید . "زیبایی / آرایش / رژیم غذایی / پوست سالم" . مطمئن باشید که تمام کلمات کلیدی خود را در اینجا بدست می آورید اما هیچ کس را مایل نمیسازد که برای دریافت نتیجه روی آن کلیک کند. این بدین معنا است که شما باید

از از لغات کلیدی صرفه جویانه استفاده کنید (با تعداد کم) بنابراین شما می توانید عنوانی را بسازید که ارزش کلیک کردن داشته باشد .

فقدان توضیحات: گذشته از گرفتن کلمات کلیدی اولیه خود در عنوان ، و قانع کننده ساختن آن، شما همچنین باید به اندازه کافی از شرح محتوا اطمینان حاصل کنید تا مطمئن شوید که مورد هدف کلیک کردن قرار میگیرد. اشخاصی که بروی سایت کلیک میکنند و اطلاعاتی را بر روی صفحه پیدا میکنند که مورد انتظارشان نیست هیچ حسی ندارند. مطمئن شوید که عنوان ، محتوا را با کلمات کلیدی و قانع کننده فوری دوستانه شرح دهد.

#بخش سوم

اصول طراحی سایت و بهینه سازی

هر آنچه شما باید در مورد شرح متا و برچسب کلمه کلیدی بدانید. **Keyword Tags و Meta Descriptions**

شرح متا برچسب - Meta Descriptions

در طراحی سایت یکی از تصورات غلط بزرگ در مورد سنو اینست که هر کاری که ما انجام میدهیم برای افزایش رتبه بندی موتور جستجو طراحی شده است. این صحیح نیست. وهیچ مثالی ساده تر از آن وسپس شرح متا وجود ندارد. حتی اگر این شرح برچسب وزنی به شدت الگوریتم رتبه بندی موتور جستجو ندارد. این هنوز بخش بسیار قدرتمند از کمپین بهینه سازی موثر است.

مانند برچسب عنوان، برچسب شرح متا اغلب در نتایج جستجو نشان داده خواهد شد. بطور کلی در طراحی سایت آنچه که شما در نتایج جستجو می بینید لینک عنوان قابل کلیک وسپس شرح برچسب و قطعات ریز صفحه درست در زیر آن است. اگر توضیحات به نتایج منجر گردد این به بخش بسیار مهمی از کمک کردن به جلب بازدیدکنندگان برای کلیک کردن لینک سایت شما تبدیل می گردد.

شرح

اگر شرح برچسب نتواند به درستی و به اندازه کافی به بازدیدکنندگان بگوید که چه چیزی بر روی صفحه است پس این احتمال است که آنها بر روی نتایج دیگر کلیک کنند وجود خواهد شد.

دلیل اینکه چرا بسیاری از مردم در طراحی سایت توجه زیادی را در شرح برچسب قرار نمی دهند بدین خاطر است که آنها بر این باور که مردم بر روی رتبه بندی کلیک میکنند نه بروی نتایج جستجو تردید دارند. این صحت ندارد، مطمئنا اکثر مردم بر روی سایت های با رتبه بالاتر کلیک می کنند. اما تنها اگر آن سایت ها عناوین و توضیحات قانع کننده داشته باشد. که اغلب چنین نیست. تعداد اندکی از مردم کورکورانه روی لینک هایی بدون بررسی آنها کلیک می کنندو افرادی که این کار را انجام می دهند خود را نا امید می یابند. افرادی که برای جستجو در میان نتایج وقت می گذارند، خواندن عناوین و تشریحات برای یافتن سایتی که به احتمال زیاد همان سایتی است که آنها در جستجوی آن هستند می باشد. به احتمال زیاد یک باز دیدکننده مورد هدف است که بر روی سایت شما هستند.

اگر شما مانند من هستید پس شما توضیحات را قبل از برچسب عناوین در نتایج جستجو می خوانید. من نشان میدهم که در طراحی سایت قرار دادن کلمات کلیدی اصلی در عناوین آسان است، اما احتمالا توضیحات برخی عبارات طولانی را که من به دنبال هستم را دارد. اگر عنوان با جستجوی من به طور وسیعی مطابقت کند توضیحات باید به طور خاص و خیلی بیشتر مطابقت کند. اگر اینطور نباشد پس من احتمالا در جستجوی نتایج اشتباه هستم. قاعده کلی اینست که شما میخواهید هر یک از برچسب های توضیحات منحصر به فرد باشد. شرح باید ۲۰-۴۰ کلمه باشد خلاصه آنچه که بازدید کننده انتظار دارد بروی صفحه پیدا کند، و تنها در آن صفحه باشد. توضیحات در هر صفحه باید از صفحه بعدی منحصر به فرد باشد. مطمئن شوید که شما صفحه راه در یک راه منحصر به فرد خلاصه کردید. استفاده از کلمات کلیدی اولیه و ثانویه در حالیکه ساختن آن برای جستجوگر قانع کننده باشد. شما همیشه به برچسب توضیحات در هر صفحه نیاز ندارید. در برخی موارد شما با نداشتن شرح بهتر به جستجوگران خدمت خواهید

کرد. برای من، قاعده کلی اینست که اگر شما هدفتان کلمات کلیدی گسترده است از برچسب توضیحات استفاده کنید. اگر هدفتان کلمات کلیدی طولانی ست پس این کار را انجام ندهید.

استدلال در اینجا اینست که اگر شما به دنبال عبارات طویل در یک صفحه مقاله یا پست وبلاگ هستید. پس به آسانی میتوانید تنوع بسیاری از آنها را در یک شرح ۴۰ کلمه ای بکار ببرید. اگر آن کلمات طولانی در محتوا، بدون برچسب توضیح هستند موتور جستجو قطعات کوچک از صفحه بر مبنای جستجو را وارد خواهد کرد. این احتمال گرفتن کلمات کلیدی واقعی را به مطالب شرح زیر لینک قابل کلیک در نتایج جستجو افزایش می دهد.

برچسب کلمات کلیدی متا

در طراحی سایت کلمات کلیدی متا تنها چیزی است که در مورد آن حرفی برای گفتن وجود ندارد. موتورهای جستجو سهام زیادی در آن قرار نمی دهند و اگر هم قرار بدهند بازدید کنندگان شما آن را نمی بینند. با وجود تمام اقدامات قابل دیدن نیست.

اما آن مردم را از پرسیدن باز نمی داشت، آیا من از کاما یا فاصله استفاده بکنم؟ از عبارات یا کلمات استفاده کنم؟ چه مدت باید برچسب کلید واژه باشد؟

پاسخ: مهم نیست. اگر می خواهید زمانی را برای اضافه کردن برچسب کلمات کلیدی متا به صفحات خود قرار دهید، پس پیشنهاد می کنم. زمان با ارزش خود را به نگرانی در مورد راه صحیح برای نوشتن هدر ندهید تعداد اندکی کلمات کلیدی در اینجا قرار دهید، در مورد قالب بندی، فاصله، کاما، طول یا هر چیز دیگری شبیه به این نگران نباشید. کوتاه و شیرین نگه دارید و حرکت کنید.

منتظر بخش بعدی باشید.

#بخش ۴

هرآنچه شما به دانستن در مورد سرفصل و ویژگی Alt نیاز دارید

برچسب سرفصل

برچسب عنوان قطعا هیچ راه حل جادویی برای ایجاد ارتباط کلمات کلیدی ندارد. آنها صرفا گام کوچکی برای ایجاد بهینه سازی کامل صفحه هستند. اضافه کردن برچسب های عنوان با استفاده از کلمات کلیدی شما ممکن است در رتبه بندی کلمات کلیدی شما تفاوت ایجاد کند. با این وجود اگر موتورهای جستجو نباشد استفاده درست از برچسب عنوان با کلمات کلیدی، به طور متعادل در برابر بقیه صفحات به نفع بازدیدکنندگان میشود.

طراحی سایت در مقابل موتور جستجو، برچسب های عنوان (H1, H2,... H6) می توانند تا حد کمی برای گرفتن ساختار محتوای صفحه شما برای موتور جستجو استفاده شود.

در [طراحی سایت](#) هنگام توسعه محتوا دیدن اینکه چگونه صفحه تفکیک می گردد برای مراجعه کننده بسیار آسان است. اما موتورهای جستجو به کمک نیاز دارند و برچسب های سرفصل همان کمک مورد نیاز هستند.

فکر می کنم سرفصل ها رؤس مطالب مهم مقاله شما می تواند باشد. در بالای عنوان ، برچسب H1 است. بعدی نقاط اصلی می باشد در رؤس آنها I, II, III خواهند بود. در HTML، شما H2 را برای همه آنها استفاده خواهید کرد. بعد زیر نقاط A,B,C یا H3 را داریم و به دنبال آن زیر-زیر نقاط ۱, ۲, ۳, ۴ یا H4 است. شما نقاط را از اینجا بدست آورید.

استراتژی جایگزینی همانطور که در بالا ذکر شد H1 را برای عنوان و H2 را برای زیر عنوان استفاده خواهد کرد. سپس با H3 برای نقاط اصلی خود I, II, III شروع خواهید کرد و به پایین فرم بروید. شما میتوانید همه راه را تا H6 بروید. اما بسیار نادر است که شما صفحه ای با محتوای زیادی که در اینجا ذکر شده داشته باشید.

در طراحی سایت یکی از مشکلاتی که من اغلب با برچسب سرفصل دارم اینست که آنها توسط توسعه دهندگان برای هدایت سایت استفاده می شوند. برای درک این مطلب ، شما می خواهید مناطق مختلف هدایت را با سرفصل ها تقسیم بندی کنید. تنها مشکل این ست که شما بابه کارگیری برچسب hx با ارزش در نواحی ارزشمندتره کاربرد آن پایان می بخشید و شما اثر بخشی برچسب سرفصل را در محتوا کم رنگ می کنید، در حالیکه در غیر اینصورت آنها موثر تر خواهند بود. اگر توسعه دهندگان شما قصد دارند از برچسب های hx در عناصر هدایت سایت استفاده کنند. مطمئن باشید که آنها سطوح پائین تر H5 و H6 را نصب کردند و شما میتوانید از برچسب سطح بالاتر در محتوا جاییکه آنها را موثرتر میسازد استفاده کنید. اطمینان حاصل کنید که آنها از H1 برای لوگو استفاده نمی کنند. این یک راه بیپوده کامل است و مانع اثر بخشی برچسب H1 در وبلاگ شما می شود.

در طراحی سایت همه برچسب ها میتوانند مرتب بر روی صفحه شما استفاده گردند. البته بستگی به این دارد که در سلسله مراتب کاملی قرار بگیرند. استثناء برای برچسب H1 (یا H2 اگر شما از آن به عنوان زیر عنوان استفاده می کنید) وجود دارد. مطمئن باشید که تنها یک بار از آن بر روی صفحه استفاده می کنید.

ویژگی Alt در طراحی سایت

دویژگی Alt ، که معمولا به عنوان برچسب Alt ارجاع داده میشود به شما اجازه میدهد تا تصاویر خود را به متن توصیفی اضافه کنید. بازدیدکنندگان به طور کلی متن Alt را نمی خواهند ببینند مگر اینکه در فایر فاکس ماوس روی تصویر بکشند یا اینکه تصاویر خاموش شده باشند

متن Alt به معنای جایگزینی برای تصاویری است که نباید نشان داده شوند. مطمئن شوید که متن Alt به درستی خوانده می شود و چیزهایی را برای خواننده ای که تصاویر را نمی بیند اضافه کنید. متن خودش باید محتوا یا تصاویر دیداری را برای بازدیدکننده شرح دهد. این متن همچنین اطلاعات مورد نیاز را مخصوصا اگر تصاویر حاوی متن باشند برای موتور جستجو فراهم میکند. این متن باید در تصویر گنجانده شود.

در طراحی سایت استفاده از ویژگی های Alt در برچسب تصاویر در چند راه می تواند به شما کمک کند. ۱- محتوای بیشتری را بر روی متن صفحه فراهم می کند که میتواند عاملی برای رتبه بندی موتور جستجو باشد. ۲- کمک می کند تا تصاویر شما در جستجو تصاویر بالا بیاید که میتواند ترافیک اضافی و تبدیلات را بر روی سایت شما سوار کند.

در طراحی سایت مرور گر متن و مرورگرهایی با تصاویر خاموش احتمالا بیشتر از آنچه ما میدانیم هنوز اتفاق می افتد. مردم در زمان اتصال آهسته اغلب سرعت تجربه مرورگرشان را به جهت بالا بردن سرعت تصاویرشان را خاموش می کنند. بدون متن Alt ، عنوان مهم صفحه شما در دسترس آنها نخواهد بود.

همچنین تعداد خوبی از جستجوگران وب با مشکل بینایی وجود دارد که از خواننده صفحه برای ارائه محتوای صفحات وب استفاده می کنند. خواننده صفحه تصویر متن Alt را می خواند، این بدان معناست که اگر تصویر برای تجربه بازدیدکننده سایت مهم است نداشتن ویژگی Alt می تواند مضر باشد.

در نهایت طراحی سایت ، مردم وب را روی تلفن همراه خود مرور می کنند. تلفن ها معمولا همیشه کندتر از اتصال اینترنت معمولی هستند و همچنین مرورگرهای تلفن همراه تصاویر را نشان نخواهند داد یا کاربران تصاویر را خاموش میکنند بنابراین آنها سریعتر مرور می کنند. این بطور کلی در رابطه با تلفن های هوشمند نیست ، اما هنوز تعداد زیادی از کاربران تلفن های غیر هوشمند خارج از اینجا وجود دارد.

اکثر مناطق مهم که متن Alt را بکار می برند، راهنمای شماس است. اگرچه سرفصل ، زیر نویس یا راهنمای ستون کنار شما باشد. تصاویر مکان بکار برده شده مطمئنا برای تکمیل آنها با متن Alt می باشد. عدم موفقیت در عملکرد شما نمی تواند بازدید کنندگانی که تصاویر رانمی بینند راهنمایی کند.

#بخش پنجم

هرآنچه شما برای دانستن دامنه ها نیاز دارید

در طراحی سایت فکرکردن به اینکه همه دامنه های خوب نام گذاری شده است آسان است. مطمئن باشید آنهایی که ساده و واضح اند سال های پیش بکار گرفته شدند. اما این بدان معنا نیست که هنوز نام خوبی وجود ندارند. دامنه های دات کام که برای کسب و کار و وبلاگ شما گذاشته شده کامل و مناسب هستند.

در آغاز شما به دامنه خود نیاز دارید. اکثر کسب و کارها این موضوع را سنجیده اند. اما در حال حاضر تعداد زیادی از وبلاگ نویسان از آن برخوردار نیستند. در طراحی سایت به دلیل اینکه اندکی از وقت کار شما را می گیرد و هزینه های اندکی را نیز در بر دارد. ابتدا باید یک محیط را بخرید، سپس میزبان آن شوید، هزینه ماهانه، نصب وبلاگ و غیره را پردازید. البته کاملاً به آسانی ثبت نام برای یک سرویس وبلاگ و گذاشتن اولین پست وبلاگ در عرض ۱۰ دقیقه نیست.

در طراحی سایت اگر وبلاگ شما چیزی بیش از یک دفترچه خاطرات روزانه شخصی نیست، پس شما به خدمات رایگان وبلاگ نویسی نیاز دارید. اگر شما در جستجوی یک مخاطب هستید. با فروش اندکی از محصولات، یا ساختن نام برای خود، نام دامنه خود را می توانید از این طریق بدست می آورید.

در [طراحی سایت](#) اینکه شما دارای یک کسب و کار یا وبلاگ نویس یا چیزی مابین این دو باشید انتخاب یک نام برای محیط کاربر شما می تواند روند تلاشی سخت برای شما باشد. تعدادی از شما که در جستجوی نامی مناسب برای دامنه خود هستند منظور من را درک می کنند. شما در میان انتخابهای مختلف جستجو هستید که تنها یکی از آنها صحیح می باشد. زمانیکه در جستجوی نام دامنه برای حرفه یا وبلاگ خود هستید، در اینجا تعدادی راهنما می باشد:

کوتاه نگه داشتن آن

در طراحی سایت دامنه های کوتاه سخت ترین راه برای یافتن هستند. مگر اینکه شما مایل به پرداخت هزینه بسیاری باشید و از رویای بدست آوردن حروف اولیه کسب و کار خود منصرف شوید. (i.e. ppm.com, emp.com, etc). اما این به این مفهوم نیست که شما نمی توانید نام دامنه کوتاه صحیح برای خود پیدا کنید.

شما نیاز به چیزی به کوتاهی سه حرف ندارید. اما بیشتر از سه کلمه هم نباید باشد، ممکن است مسافت پیموده شده شما متفاوت باشد اما به خاطر داشته باشید، بخاطر آوردن نام دامنه طولانی بسیار سخت تر از زمانی است که شما کلماتی را در گفتگوی معمولی بکار می برید.

ماندنی ساختن آن

شما می خواهید نام دامنه تان چیزی باشد که بتوانید به راحتی آن را به یاد آورید. زمانیکه به دنبال رسیدن به یک نام دامنه کوتاه هستید تعدادی از مردم سعی می کنند گوشه هایی با حروف اختصاری را برش دهند یا آن را هوشمندانه هجی کنند. مشکل آن اینست که هوشمندانه هجی کردن در زمانی که ما از سایتی به صورت شفاهی می گذریم باید شرح داده شود.

در طراحی سایت تصور کنید که شما همین الان در حال خواندن SrchEngineGide.com به جای SearchEngineGuide.com هستید یا ممکن است شما در فروشگاه TheShooShop.com به جای TheShoeShop.com باشید، یا شاید در حال مرور کردن How2LoseW8.com هستید. حال تصور کنید در حال گفتن در مورد آن به برخی افراد هستید، هر یک نیاز به کمی تلاش اضافه دارد که اکثر مردم آن را نمی خواهند به کار برند. حتی زمانیکه آن هست، به راحتی فراموش شده و یا درک آن گیج کننده است. و این مسیر خوبی برای رشد کسب و کار و وبلاگ شما نیست.

برخی موارد وجود دارد که هوشمندانه می تواند به یاد ماندنی و آسان باشد. Flickr.com میتواند نمونه خوبی باشد. با توجه به سادگی آن، اگر آن را FotoFlickr.com بنامند این یک موضوع کاملا متفاوت خواهد بود.

به کاربردن کلمات کلیدی در صورت امکان

بدون اینکه مسیر طولانی را بروید، همچنان نام دامنه خود را به یاد ماندنی نگه دارید، سعی کنید یکی را پیدا کنید که کلمات کلیدی اولیه شما را به کار می برد. سالها پیش سایت BatteryStuff.com، Unique.com، 4نامیده می شد. آنها هنوز تغییر مسیر قدیمی را در محل دارند. ممکن است شما آدرس بهتری را بگویید؟

در طراحی سایت همیشه یافتن دامنه با لغات کلیدی اولیه در دسترس خود آسان نیست. اما به یاد داشته باشید از بارگیری دامنه با انواع لغات کلیدی خود اجتناب کنید. BatteryStuff.com می تواند به آسانی MotorcycleBatteriesChargers.com باشد اما کاملا با همان تاثیر نمی باشد. آیا شما لغات کلیدی را قربانی سادگی می کنید؟ در اکثر موارد بله.

محیط های کاربری متناوب

محیط کاربری متناوب Once، شما می خواهید محیط منلسبی را برای خرید مطمئن تعدادی محیط متناوب که با آن همراه است را بیابید. می تواند نسخه های .biz or .org.، net باشد. همچنین می تواند غلط املائی و تایپی رایج و sitesucks.com شما در این مورد را شامل شود. همچنین خرید دامنه های که بعد از نام محصولات خود یا نام های تجاری دیگر نامگذاری شده با ارزش است.

همه این ترکیبات می توانند با دوز بسیاری به محیط های کاربری اضافه شوند. شما آنها را دارید، اکنون شما با آنها چکار می کنید؟

تغییر مسیر ۳۰۱

در تغییر مسیر ۳۰۱ دو چیز وجود دارد که شما با نام های محیط متناوب خود انجام نمی دهید.

۱- اجازه دهید آنها با خطای "یافت نشد" قرار بگیرند.

۲- آنها را روی محیط اصلی خود قرار دهید، شما می توانید مزایای بسیاری را از این نام های محیط بدست آورید. اما تنها در صورتیکه شما آنها را به درستی بکار ببرید.

شما همچنین ممکن است برای ساخت سایت های - کوچک از این نام های محیط وسوسه شوید. هیچ یک از آن کارها را انجام ندهید. راه حل بسیار ساده تر از آن است. به سادگی این محیط ها را به محیط اصلی خود تغییر مسیر دهید.

در طراحی سایت توجه داشته باشید که تنها یک تغییر مسیر مناسب برای قرار گیری در محل وجود دارد و آن تغییر مسیر دائمی ۳۰۱ است. برای آن هر چیز اندکی را قرار ندهید، به دلیل اینکه هر چیز دیگری می تواند تاثیر سایت شما بر موتورهای جستجو را بطور بالقوه کاهش دهد. شما می خواهید با میزبان وب سایت خود در مورد اجرای تغییر مسیر ۳۰۱ صحبت کنید. آنها ممکن است راه حل آسانی داشته باشند، خود آموز سریع اینجاست:

خرید یک حساب میزبانی وب (ارزان) جداگانه برای یکی از محیط های متناوب خود

نصب تغییر مسیر از محیط متناوب به محیط اصلی خود

قرار گیری ما بقی محیط های متناوب خود بر روی محیط متناوب میزبان / تغییر مسیر یافته.

#بخش هشتم

هرآنچه شما برای دانستن URLs مساعد موتورهای جستجو و لینک های قطع شده نیاز دارید.

URLS های موافق موتورهای جستجو

در طراحی سایت به هنگام توسعه یک وب سایت، شما خودتان می توانید بسیاری از مشکلات را با برنامه ریزی از پیش تعیین شده قبل از حرکت با سرعت کامل به سمت روند توسعه سایت حل کنید. یکی از موضوعات معماری سایت نخستین بررسی چگونه خوانده شدن URLs شما می باشد. این مخصوصا برای وب سایت های تجارت-الکترونیک که اغلب کاملا URLs پیچیده طولانی دارند مهم می باشد. اما داشتن ساختارهای URL خوب هنوز هم برای وب سایت های ساکن دارای اهمیت است.

در اینجا چند چیز اندکی که شما می توانید برای بدست آوردن URL مساعد موتور جستجوی خود انجام دهید وجود دارد.

کوتاه نگاه داشتن آن

در طراحی سایت درست مانند نام محیط کاربری خود، شما می خواهید URL تان هم کوتاه باشد. ما نمی گوئیم که ۳ حرف کوتاه و یا حتی ۳ لغت کوتاه باشد، اما کوتاهی آن به حدی باشد که بتواند به راحتی در نوار آدرس مرورگر تان تایپ شود. اکثر سیستم های تجارت الکترونیک URL پیچیده طولانی را ایجاد می کنند، که در نوار آدرس نمی توانند دوباره بدون اشتباه تایپ شوند. اگر آنها برای شما یک حرف، نماد و یا شماره در یک زمان نوشته باشند، لغات، راهنمائیها و زیر راهنمائیها را بطور استراتژیک بکار گیرید.

بکار بردن لغات کلیدی

دوباره همانند محیط کاربری خود، شما می خواهید لغات کلیدی خود را در ساختار URL بکار گیرید. اگر سایت شما بطور صحیح سازماندهی شده باشد این نباید یک مشکل باشد. دسته بندیها و زیردسته های خود را برای هدایت و زیر هدایت URL بکار گیرید.

این دو راهنمایی در امتداد راهی برای دادن حمایت و مفهوم بیشتر URL شما (اگر چه کم) با بهینه سازی تلاش ها می باشد.

URLS متعارف

در طراحی سایت وب URLs متعارف مملو از مطالب تکراری است. بسیاری از تکرار ها عمدی است که توسط زداینده صفحه و معانی بد دیگر انجام شده است. هنگامیکه سایت دیگری مطالب شما را می دزد و یا کپی می کند، شما می توانید شکایت DMCA را به گوگل ارسال کنید تا سعی کنند موارد تکراری را حذف کنند. راه حل های قانونی دیگری نیز وجود دارد که من نمی خواهم آنها را اینجا بیاورم.

اما بسیاری از سایت ها بدترین دشمن خودشان هستند هنگامی که این سایتها مشکلات مطالب خود را تکثیر میکنند. و آن توسط توسعه دهندگان ساخت سیستم هایی که محتوا را در سراسر URL چندگانه روی همین سایت کاهش می دهند، ایجاد شدند.

هنگامیکه در حال ساخت ساختار URL خود هستید این مهم است که مطمئن شوید که شما برای جلوگیری از تکثیر بالقوه موضوعات مطالب قبل از اینکه تبدیل به یک مشکل شوند، کار می کنید.

صفحه اصلی یکی از صفحاتی است که اکثر اوقات برای موتورهای جستجو محتوای تکراری تولید می کند.

بدون کنترل ، محتوای صفحه اصلی شما می تواند در موتورهای جستجو با URLs مختلف که یک صفحه اصلی تکراری را بیش از ۳ بار تولید می کنند فهرست بندی شوند.

www.site.com

www.site.com/index.html

site.com

site.com/index.html

برخی مراحل ساده وجود دارند که شما می توانید برای تصحیح این مشکلات به کار ببرید بنابراین همه آدرس های بالا بازدید کنندگان را به www.site.com هدایت خواهند کرد.

این نوع مسائل فقط در صفحه اصلی یافت نمی شوند اما می تواند عنوان های زشت را از طریق سایت بالا ببرند. این آدرس های تکراری را بررسی کنید:

/www.site.com/directory

www.site.com/directory/index.html

/www.site.com/directory2

www.site.com/directory2/index.html

از میان ۴ آدرس فوق ، فقط ۲ آدرس محتوای منحصر به فرد ارائه می کنند، اما موتورهای جستجو ۴ صفحه را می بینند.

همچنین صفحات محصولات هنگامیکه در میان مسیرهای راهنمای چند گانه با ایجاد آدرس مختلف برای همان محصول پیدا میشوند، از تکثیر شدید رنج می برند. زمانیکه بهترین راه حل اینست که مطمئن شویم بیش از یک آدرس برای دستیابی به هر محصول به سادگی وجود ندارد. راه حل مطلق کمی برای اجرا وجود دارد: برچسب متعارف

برچسب متعارف

```
</"link rel="canonical" href="http://www.example.com/canonical-page.html">
```

در طراحی سایت اضافه کردن برچسب متعارف به برچسب های هر صفحه که محتوای تکراری ایجاد میکند به موتورهای جستجو میگوید که صفحه "مناسب" برای فهرست بندی است. زمانیکه موتورهای جستجو از این به عنوان یک راهنما به جای یک قانون سریع و سخت استفاده میکنند. این کمک راهنمای مناسب و معقولی است و اندازه می گیرد که شما می توانید به آسانی تا زمان بدست آوردن ثابت دائمی بیشتر در مکان آن را اجرا کنید.

در ثابت دائمی ارزش زیادی وجود دارد. موتورهای جستجو باید یک صفحه را قبل از اینکه آنها بتوانند برچسب متعارف را بخوانند فهرست بندی کنند. تمام این فهرست بندی های اضافی شما خوب انجام نشده اند، رتبه بندی صفحات مناسب کاهش پیدا می کند. حل این مسائل میتواند تا حد زیادی می تواند عملکرد تمام سایت شما را بهبود بخشد.

لینک های قطع شده

در طراحی سایت لینک های قطع شده بیش از یک مزاحم برای بازدیدکنندگان شما هستند. این یک راه مطمئن برای از دست دادن مشتریان بالقوه شما است. هر زمان که برخی افراد به لینک خراب یا سایت شما می آیند، این فرصتی است برای آنها تا آنجا را ترک کنند. و آنها اغلب این فرصت را بدست می آورند.

ساده ترین راه برای پیدا کردن و تصحیح لینک های خراب چک کردن ماهانه لینک خراب با یک برنامه مثل کارآگاه لینک Xenu می باشد. Xenu عنکبوت هر لینک بر روی سایت شما خواهد شد تا مطمئن شود که آن کار میکند. از هرلینکی که کار نمی کنند خواه آنها داخلی (در سایت شما) یا خارجی (سایت های دیگر) باشند، به شما گزارش می کند.

اجرای Xenu ماهانه تغییراتی که سایت شما میکند را تضمین میکند همه لینک ها به جایی که باید باشند هدایت می گردند و همه لینک های سایت خاموش به صفحات معتبر می روند.

در طراحی سایت های با لینک منسوخ شده گرایش به اجرای بسیار اندکی در نتایج جستجو دارد بنابراین این نشانه ای از عدم مراقبت و نگهداری اجرا شده روی سایت است.

راهنمای ۴۰۴

راهنمای ۴۰۴ شما، نه تنها می خواهد از لینک های قطع شده روی سایت شما آگاه باشد، بلکه شما نیز مایل به دانستن در مورد لینک های روی سایت دیگران که به صفحات نا موجود و قدیمی روی سایت شما منتهی میگردند هستید. شما می توانید این کار را با نگهداشتن چشمهایتان روی صفحات و با جستجوی کسانی که به صفحات بدون اشتباه می آیند، انجام دهید. با استفاده از این شما می توانید سه کار را انجام دهید:

۱. صفحاتی را که قصد دارند بیشتر در دسترس باشند را پیدا کنید، اگر مردم در حال آمدن به صفحه اخیرا حذف شده هستند شما یا می خواهید پشتیبانی چیزهایی را در این مکان قرار دهید یا اجرای راهنمای ۳۰۱ از آن صفحه به صفحه ای که مطابقت نزدیکی با آن دارد.
۲. جایی که منبع ترافیک است را پیدا کنید، اگر سایت های دیگر به شما لینک شوند که گاهی اوقات کار نمی کنند شما می توانید با یک درخواست ساده از آنها برای تعمیر لینک آن را تصحیح کنید. آنها به یک دلیل به شما لینک میشوند که به احتمال زیاد برای بهترین سود مخاطبانشان است تا مطمئن شوند که لینک کار میکند.
۳. اجرای یک صفحه راهنمای ۴۰۴ مشتری، شما قادر به تعمیر یا راهنمایی هر لینک قطع شده که به سایت شما می آیند نخواهید بود، اما شما میتوانید مطمئن شوید که هیچ کس از لینک بد که بیش از صفحه سفید معمولی "صفحه یافت نشد" بدست می آورد، به سایت شما نمی آید. با ایجاد یک صفحه سفارشی، بازدیدکنندگان می توانند به محتوای مربوطه روی سایت شما هدایت شوند. شما بازدیدکنندگان بیشتری را حفظ خواهید کرد و فرصت تبدیل به آنها را خواهید داشت. شما می توانید یک آموزش طولانی راهنمای ۴۰۴ را در اینجا بخوانید.

#بخش هفتم

هرآنچه شما به دانستن در مورد معماری سایت و ارتباط داخلی نیاز دارید.

مشکلات رایج معماری

در طراحی سایت شما باید محتوای بهینه سازی شده خود را در کارآمدترین راه ممکن به جهت بالا بردن سایت خود در رتبه بندی موتور جستجو ، برای موتورهای جستجو دریافت کنید. برخی مشکلات رایج در این راه اغلب وجود دارد. این مشکلات ممکن نیست موتورهای جستجو را از پیدا کردن و نمایش دادن وحتى رتبه بندی مطالب شما حفظ کند. اما آنها تا حد زیادی میتوانند بر عملکرد محتوا بر حسب چگونگی رتبه بندی خوب در موتورهای جستجو موثر باشند.

پارامترهای URL بسیار زیاد

در طراحی وب سایت با آدرس های پیچیده و طولانی اشغال شده است ،مانند:

```
langId=-&site.com/webapp/wcs/stores/servlet/ProductDisplay?storeId=10051
N=10000003+90401+528374&productId=100615137&catalogId=10053&1
```

گذشته از تغییر نام محیط کاربری واقعی ، آدرس بالا واقعی است. از نزدیک به آن نگاه کنید، همه چیز بعد از " نمایش محصول؟" پارامترهای مختلفی هستند که به مرورگر میگوید چه محتوایی بالا بیاید.

هر "=" در آدرس، یک پارامتر متفاوت را ارائه میدهد. هر پارامتر نشان دهنده تنوع اندکی از محتواست. هر تنوع یک صفحه متفاوت بالقوه ای را نشان میدهد، که میتواند توسط موتورهای جستجو نمایش داده شود.

در طراحی سایت موتورهای جستجو محتوای باارزشی را میخواهند نمایش دهند. اما آدرس هایی مانند این را اغلب میتوانند به موتورهای دور ارسال کنند. آنها نمی خواهند گرفتار حلقه های بی پایان تنوع شوند. در حالیکه موتورهای جستجو قطعاً مشکلی با ارائه محتوای پویا ندارند، هنگامیکه شما بیش از سه پارامتر خطر از دست دادن موتورهای جستجو خود را بدست می آورید. موتور های جستجو از سایتهایی با محتوای تکراری و حلقه های بی پایان با امکانات پارامترهای زیاد شرمند می شوند. بهترین شرط حداقل نگه داشتن پارامترهاست.

محتوای غیر قابل دسترس

محتوای زیاد اغلب برای موتورهای جستجو غیر قابل دسترس است ، به دو دلیل یکی پنهان شدن گزینه های مورد جستجو و دیگری اینکه در داخل سایت پوشانده می شود .

نصب یک راهنمای مناسب و ساختار جستجوی لینک قابل کلیک برای هر سایتی ضروری است، اما حتی برای سایت های بزرگ تر با صدها صفحه و محصول بسیار مهم تر است.

برخی صفحات باید از بین بروند و چاره ای دیگر برای آنها نیست. اما آنها نباید آنقدر عمیق باشند که بدون دستگاہ ردیابی نتوانند پیدا شوند. این تمام موارد قرارگیری معماری سایت شماست، بنابراین همه صفحات یک مکان مناسب دارند که پیدا کردن مفیدترین مطالب در آنها بسیار آسان است.

شناسه جلسه

شناسه جلسه صدها و شاید هزاران محتوای تکراری را ایجاد می کند. به هر بازدیدکننده سایت یک شناسه جلسه داده میشود که به انتهای هر آدرس بازدید شده اضافه میشود. بازدیدکنندگان را هزاربرابر کنید و حالا شما هزاران آدرس جدید با محتوای یکسان دارید. برخی از راه حل هانگام استفاده از شناسه جلسه برای ردیابی وجود دارد، اگرچه راه حل های بهتری وجود دارد که شما باید در جستجوی آنها باشید.

Code Boat

از لینک های راهنمای ساخت با استفاده از فلش و برنامه جاوا اسکریپت اجتناب کنید. مشروط بر اینکه اجرای آنها چگونه بوده، آنها اغلب برای موتورهای جستجویی توانند مشکل ساز باشند. صفحاتی که تنها توسط این متدها لینک شده اند اغلب می توانند بیرون از دسترس عنکبوت موتورهای جستجو باشند، بنابراین مشمول نمایه یا فهرست نمی شوند.

ساختار راهنمایی کردن

در طراحی سایت سه ساختار دایرکتوری اساسی وجود دارد مسطح، عمیق و یا برخی مکانها مابین این دو که شما میتوانید داشته باشید.

ساختار دایرکتوری مسطح همه صفحات سایت شما را در همان سطح دایرکتوری قرار می دهد. هر صفحه اساسا یک کلیک جدا از صفحه اصلی است و به هیچکدام از صفحات امتیازی داده نمی شود.

ساختار دایرکتوری عمیق مخالف نزدیک است. فقط چند صفحه از صفحه اصلی قابل دسترس هستند، سپس تعدادی بیشتر از آنها در دسترس بوده و تعدادی بیشتر و همینطور ادامه می یابد. برخی صفحات با کلیک بسیار جدا از صفحه اصلی غیر ضروری قرار داد.

شما میخواهید جایی بین این دو وضعیت باشید، شما ساختار دایرکتوری که قابل حسند میسازید. صفحات باید در طبقه سطح وسیعی باهم گروه بندی شوند و فقط به عنوان سازنده حس از نقطه نظر راهنما زیر طبقه بندی شوند. شما میتوانید با آدرس خود کمی عمیق تر بروید اما دوباره نیم دوز راهنمایی را نخواهید هنگامیکه تعداد اندکی آن را به خوبی انجام خواهند داد.

ارتباط داخلی

در طراحی سایت شما می خواهید از ارتباط داخلی در سایت خود سهم خوبی داشته باشید. نه فقط راهنمایی ، اما لینکی از داخل محتوا و صفحات محصول خود را به ذهن بسپارید. ارتباط داخلی خوب به هدایت بازدیدکنندگان شما از صفحه ای به صفحه دیگر کمک میکند و نواحی و محصولات دیگری که مورد علاقه آنهاست را پیدا میکند.

این بهبود رضایت بازدید کننده، منجر به فروش بهتر می گردد و به بهبود رتبه بندی موتور جستجو کمک میکند.

از هر فرصتی که به بازدیدکنندگان شما فرصت پیدا کردن بخش های دیگر سایت را می دهد استفاده کنید . اگر شما در مورد یک محصول یا خدمتی صحبت میکنید، با آن لینک شوید. اگر شما کمی اطلاعات مربوط یامحصول همراه و شبیه دیگری را داشتید با آن لینک شوید. کاربرد کلمات کلیدی در این لینک ها به موتورهای جستجو لغات کلیدی بیشتری را برای تعیین اینکه چه صفحاتی باید رتبه بندی شوند، میدهد.

نقشه های سایت

در طراحی سایت نقشه سایت راه بسیار خوبی را برای ویزیتور و موتور جستجوی شما را فراهم میکند و پیدا کردن راهشان به مطالب شما با چند کلیک در حد امکان را به آنها اجازه میدهد. نقشه سایت باید همیشه بیش از یک کلیک دور نباشد . مهم نیست چه صفحه ای مورد بازدید است. بدین ترتیب اگر آنها سایت را از دست بدهند ویا در یافتن آنچه می خواستند دچار مشکل شوند، کلیک سریع بر روی نقشه سایت ، به آنها لیستی از هر صفحه ویا قطعه ای از محتوایی که شما پیشنهاد داده اید را ارائه میدهد.

به طور کلی شما میخواهید نقشه سایت تان کمتر از ۱۰۰ لینک داشته باشد. سایت های بزرگتر ممکن است به نقشه سایتی که با نقشه سایت های دیگر برای نگهداری همه صفحات و محصولات در دسترس تا حد امکان لینک می شود نیاز داشته باشید. نقشه سایت باید تنها صفحه روی سایت شما باشد که به هر صفحه ای لینک میشود . مگر اینکه سایت شما تحت ۲۰ صفحه یا در این حدود صفحات باشد.

#بخش هشتم

هرآنچه در مورد لغات کلیدی نیاز است بدانید

لغات کلیدی چاپهای-آبی از همه تلاشهای بازاریابی خود که براساس آن ساخته شده، می باشند. ابزارهای تحقیق لغات کلیدی، نگرش ارزشمندی را نسبت به اینکه مردم چه لغاتی را بر روی موتورهای جستجوی اصلی جستجو کنند، ارائه می دهد. اما ابزار پژوهش فقط اولین گام در فرایند بررسی لغات کلیدی که بسیار کامل و خوب برنامه ریزی شده، می باشد. ابزار بزرگ شبیه کشف لغات کلیدی و ردیاب لغات یا حتی ابزار گوگل به شما هدف هر جستجویی را نمی گویند، با این حال آن اطلاعات می توانند با اندکی آنالیز و سازمان دهی لغات کلیدی نتیجه گیری شوند.

اما قبل از پرداختن به آن، توجه کنید که مردم چگونه جستجو می کنند، بدین ترتیب ما بهتر میتوانیم درک کنیم که چگونه لغات کلیدی خود را به کمپین بهینه سازی موثر بخش بندی و سازماندهی کنیم .

نحوه جستجو کردن مردم

چگونه جستجوی مردم پس از سالها جستجو کردن تغییر یافته است. زمانی اکثریت جستجوگران پرسش لغت را استفاده می کردند. در نهایت آنها شروع کردند به فهمیدن آنها و بهتر بدست آوردن آنها و نتایج هنگامیکه شما کمی اطلاعات بیشتری را در مورد آنچه در جستجوی هستید به موتور جستجو می دهید، دقیق تر خواهد بود. دقیق ترین عبارت جستجو را در جستجوی خود استفاده کنید ، دقیق ترین نتایج آنهایی که بر میگردند، خواهد بود. مطالعات نشان داده اند که عبارات E و H کلمه ای اغلب ROI بالاتری از طراحی سایت عبارات یک و دو کلمه ای دارند چون جستجوگر با احتمال بیشتری نتایجی را که مورد نیازشان بوده را بدست می آورند.

حرکت نزولی عبارات طولانی پتانسیل ترکیب کلمات کلیدی را افزایش میدهد. بنابراین تعداد جستجوها برای هر عبارت بطور چشمگیری کاهش می یابد. این مسئله بهینه سازی را سخت تر میسازد. به جای بهینه سازی برای هر عبارت عمومی، شما باید برای پنج عبارت بسیار خاص بهینه سازی کنید . این عبارات طویل رقابت بسیار کمتری دارند و آسانتر رتبه بندی می شوند. اما حجم ترافیک کمتری را تولید میکنند. عبارات طویل نباید تمرکز اصلی تلاشهای بهینه سازی شما را تشکیل دهد. همچنین نباید در درجه اول بر روی طراحی سایت عبارات کوتاه تمرکز کنید. استراتژی بهینه سازی کلمه کلیدی خوب بعد از هر دو بطور همزمان پیش می رود.

چرخه خرید کلمات کلیدی

زمانیکه فرایند جستجو را شروع می کنند، چرخه خرید کلمات کلیدی هر کاربر نیازهای مختلف طراحی سایت و در نهایت اهداف مختلفی که آنها تمایل به دستیابی به آنها دارند، می باشد. بسیاری از جستجوها با تنها هدف یادگیری چیزهایی مانند اینکه "سفر تشکیلات اقتصادی کشتی جنگی از زمین به ولکان در وارپ ۷ چند روز طول میکشد؟" اندکی جستجو پاسخ رضایت بخشی را به شما میدهد و سپس مسافر باگاری به حجم sci-fi می تواند به تماشای دو مارتن ST:TNG او بر گردد.

جستجوهای دیگر هدف ساده دیگری برای خرید یک محصول دارد که بهترین سوئیت برای خواسته ها و نیازهای شما است . در حالیکه آن هدف شاید ساده، فرایندی برای رسیدن نیست. برای اکثر جستجوگران هدف مهم نیست، در نهایت از حداقل بخش های چرخه تحقیق طراحی سایت زیر استفاده خواهند کرد.

هر جستجو با علاقه شروع می شود. به طور کلی علاقه، کلمات کلیدی وسیعی را با یک و شاید دو کلمه به کار می برد. هنگامیکه کاربر در میان مراحل دیگر جمع آوری، تحقیق، حذف و خرید گردش می کند، آنها بیشتر نمایش داده می شوند و شاخص تر می گردند. هر تغییری در نمایش، جستجو گر را به هدفشان که اطلاعات بیشتری را از این راه بدست می آورند نزدیک و نزدیک تر میکند. اکثر جستجو گران به دنبال این فرایند ناخواسته می روند. اما وقتی آنها در مراحل اولیه آغاز می کنند، آنها بیشتر در طراحی سایت مورد آنچه میخواهند و نحوه جستجوی دقیق تر یاد می گیرند. چگونه یک جستجو گر می داند که آنها یک دستگاه پخش بلو-ری ۱۰۸۰ p میخواهند (برای ستاره او Trek blu-rays) تا اینکه آنها میفهمند که ۱۰۸۰ i کاملاً خوب نیست؟

اکثر کسب و کارها برای جستجوی سطح علاقه تمایل به رتبه بندی دارند، زیرا اکثر ترافیک ها در آنجاست. این اغلب می تواند اشتباه باشد، زیرا جستجو گران اغلب آندسته از طراحی سایت، سایت های را که بعنوان سکوی پرشی برای رسیدن به سایت دیگر است به کار خواهند برد تا نمایش های خاص ترشان را به اشتراک گذارند. هنوز دلایل معتبری وجود دارد که جستجوی های گسترده تر رتبه بندی شود، همچنین می تواند به نام تجاری سایت شما کمک کند و به مردم بیشتر از آنچه می خواهند بدانند اطلاعات میدهد، اما تبدیلات طراحی سایت از شرایط خاص تری می آید.

چه چیزی یاد گرفتی

تحقیق کلمات کلیدی کمک می کند تا شما یکبار درک کنید، درک کنید چگونه جستجوگزار طریق چرخه خرید پیشرفت می کند و سپس شما می توانید چیزهایی را از لغات کلیدی یاد بگیرید که طراحی سایت برای جستجو استفاده می شوند. اطلاعاتی که از اینسو و آنسو جمع میکنید می تواند در تعیین چگونگی محتوا و جهت یابی وب سایت شما ضروری باشد.

مخاطبان مورد نظر: در مورد اینکه چه کسی مخاطب مورد نظر شما در موقعیت بهتری است تا شما برای پاسخگویی به نیازهایشان ملاقات داشته باشید، بیشتر بدانید. لغات کلیدی به کار برده شده طراحی سایت توسط حرفه ایهای کسب و کار اغلب متفاوت از به کارگیری کلمات توسط دانش آموزان و علاقه مندان خواهد بود. هر دو کلمات کلیدی را استفاده خواهند کرد که مرتبط به نظر برسند، اما با توجه به آنچه شما ارائه میدید، همه آنها واقعا هدف یکسانی ندارند یا به صفحات یکسانی تحویل داده می شوند.

نواحی مورد علاقه: لغات کلیدی به شما میگوید که چه چیزی برای مخاطبان هدف شما مهم است. آیا آنها به دنبال رضایت یک پرس و جوی سریع در مورد سرعت سفر سریع هستند یا آنها به دنبال طراحی سایت جزئیات مکانیکی کوانتوم چگونگی کارکرد نیروی محرکه هستند؟ هر دو این پرسش ها شما را به سایت های Star Trek می برد، اما دومی قطعاً به مسافر باگاری هسته ای غیر سخت تبدیل خواهد گشت، زیرا لب از دور "حجم های Sci-fi احمقانه" را زیر نفس هایشان می گویند (زمزمه می کنند).

نیاز داشتن به ملاقات: در نهایت کلمات کلیدی شما به شما می گوید جستجوگر به دنبال چه نیازی می خواهد ملاقات داشته باشد. برخی از علاقه مندان به دنبال یک استراتژی برای طراحی سایت پرداختن به پروژه های آینده و رهبری کسب و کار و شاید به دنبال جامعه هم فکر انفرادی هستند.

برخلاف طرح بالا، پژوهش کلمات کلیدی همیشه یک روند خطی نیست. بسیاری از هم پوشانی ها وجود دارد که شما در این فرایند نیاز دارید که به سمت آنها برگردید و یکبار دیگر آنها را تکرار کنید، وقتی که داده های جدیدی در دست دارید.

در طراحی سایت حفظ روان کلمات کلیدی خود به شما کمک می کند تا صحت و انطباق تغییراتی که در الگوهای جستجوی بازدیدکنندگان ساخته شده اند را حفظ کنید.

#بخش نهم

هرآنچه شما به دانستن در مورد واژه های اصلی لغت کلیدی نیاز دارید.

تحقیق زمان بر است

در سنو فرایند تحقیق در مورد لغات کلیدی را نباید با عجله انجام داد، هر مرحله از فرایند پژوهش باید عمدی اجرا شود. این تضمین میکند که شما زمان را صرف یافتن واژه های مرتبط و دور انداختن واژه های غیر مرتبط کنید. هرگونه تلاش باشتاب و عجله در فرایند تحقیق احتمالاً شما را به سمت مسیرهای اشتباه راهنمایی می کند. در بهترین و بدترین شرایط شما باید دوباره به استراتژی مورد هدف قرار دادن کلمات کلیدی کلی خود دوباره فکر کنید.

متأسفانه روند تحقیق همیشه خطی نیست، شما اغلب می توانید روی چند مرحله فرایند تحقیق وابسته به زمانی که در آن لحظه روی آن کار تمرکز کرده اید کار کنید. همپوشانی و حرکات رو به جلو و عقب بسیاری در این فرایند وجود دارد. اما به مراقبت نیاز دارد که شما همه را جستجو نکنید یا مرحله ای را ترک نکنید.

کلمات کلیدی طوفان مغزی

در سنو شما میتوانید فرایند پژوهش کلمات کلیدی را هر جایی جستجو کنید، اما من دوست دارم با فهرست پاک آغاز کنم. شما با کدام کلمات کلیدی فرایند تحقیق را شروع می کنید؟ طوفان مغزی را انجام دهید.

طوفان مغزی اجازه میدهد شما لیستی از کلمات کلیدی از دیدگاهی بی غرضانه بدست آورید. فرایند طوفان مغزی بدین معنا نیست که فقط بنشینید در اطراف هم و به عبارات فکر کنید. هر چند قسمتی از آن می تواند این گونه باشد. طوفان مغزی خوب با پرسش سوالاتی آغاز می گردد که در نهایت منجر به پاسخ می گردد. همچنین پاسخ ها کلمات کلیدی شما خواهد بود.

ابتدا، فکر کنید چه سوالاتی به شما مربوط می گردد. سعی نکنید به همه آنها پاسخ دهید شما وقت دارید در وقت دیگری این کار را انجام دهید، اما لیستی از سوالات را تدوین کنید که به شما کمک خواهد کرد تا کلمات کلیدی را که در جستجوی آنها هستید را بیابید.

در سنو هنگامیکه که شما لیست خوبی از سوالات دارید ، هر جستجویی برای یافتن پاسخ مورد نیاز شما را انجام میدهد. آن پاسخ ها به شما پایه ای از کلمات کلیدی را میدهد سپس شما می توانید آن را به عنوان ابزار تحقیق آنلاین برای جستجوی عبارات مرتبط بکار گیرید. عبارات مرتبط محدوده وسیعی از تنوع را در نحوه جستجوی موضوع شما ارائه میدهد.

اصطلاحات اصلی اولیه را بیابید

در سنو بدون شک در طوفان مغزی و فرایند تحقیق شما لیستی از صدها عبارات را گرد آوری خواهید کرد. شما میخواهید فرایند را تا حد امکان ساده نگه دارید، بنابراین ما با حذف آنچه اصطلاح اصلی نیست شروع خواهیم کرد .

اصطلاح اصلی یک عبارت کلیدی و از ملزومات است. این به اندازه کافی و خاص نتایج مربوطه را ارائه میدهد. اما به طور گسترده برای پوشش طیف وسیعی از عبارات هدفمند تر و خاص است. به طور کلی یک اصطلاح اصلی خوب دو یا شاید سه کلمه است. در موارد نادر یک اصطلاح اصلی می تواند یک کلمه باشد، اما تنها زمانی که جایی برای تفسیرهای دیگر وجود ندارد.

تنها توصیف کننده را بر روی یک اصطلاح اصلی به کار ببرید زیرا که لازم است مطمئن شوید که جستجوگر می خواهد به صفحات مربوطه راهنمایی شود. برای مثال کلمه "کیف" می تواند معنای هر چیزی از "کیسه زباله" تا "کیسه خواب" باشد. این یک اصطلاح اصلی است که به یک توصیف کننده مرتبط با جستجوگر نیازمند است. اگر مرتبط نباشد این یک اصطلاح اصلی نیست.

هر صفحه وب سایت شما باید یک اصطلاح اصلی منفرد، مرتبط با آن داشته باشد. شما ممکن است چندین صفحه روی سایت خود بیابید که برای یک اصطلاح منفرد بسیار مناسب هستند. این در طی فرایند تحقیق خوب است اما در زمان بعدی شما می خواهید مطمئن شوید که شما مناسب ترین صفحه را برای هر اصطلاح اصلی منفرد انتخاب کنید. دیگران باید اصطلاح اصلی خودشان را بیابند.

در سنو تحقیق اصطلاح اصلی خود را تا زمانی که شما مطمئنید که هیچ تنوع ممکن بیشتری که ترافیک قابل اندازه گیری را تولید می کند وجود ندارد، متوقف نکنید. با استفاده از ابزار پیشنهادی کلمات کلیدی قابل دسترسی در اکثر برنامه های تحقیق کلمات کلیدی همه تغییرات مربوط با اصطلاحات اصلی خود را پیدا کنید. به عنوان مثال "کیسه سفر" می تواند "کوله پشتی" و همچنین "چمدان" (یک مورد نادر از اصطلاح اصلی تک کلمه ای) و "کیف قابل حمل" باشد. هر کدام از اینها می تواند حتی برای یافتن تغییرات اصطلاحات اصلیتا حد امکان جستجو شود. من تقریباً در هر صنعتی کار کرده ام قادر بودم راههای مختلف فکر جستجوگران را از همان محصولی که صاحبان سایت نداشتند را پیدا کنم. برخی اوقات این تغییرات زیاد جستجو نمی گردد اما در زمان دیگر آنها محبوبتر از اصطلاحاتی است که صاحبان سایت گفته بودند بسیار مهم است. دانستن این گزینه های پیشرونده می تواند تفاوت چشمگیری را در مسیری که شما با کمپین بهینه سازی خود می روید بسازد.

نقشه برداری سایت اصطلاحات اصلی

در سنو پس از آنکه شما لیستی جامع از اصطلاحات را با هم قرار دهید و قبل از اینکه شما اجرای تحقیق عمیق برای یافتن عبارات خاص آغاز کنید شما می خواهید جایی را که اصطلاحات اصلی شما با سایت خودتان یکی می شود را نقشه برداری کنید. برای برخی صنایع این به آسانی نگاه کردن به محتوا و اختصاص یافتن اصطلاحات اصلی به صفحات است. برای دیگران، جایی که تعداد زیادی تنوع اصطلاحات اصلی با معنای دقیقاً یکسان وجود دارد، می تواند سخت تر باشد.

در سنو اختصاص یافتن اصطلاحات اصلی به صفحات باید بسیار با دقت انجام شود، شما نیاز دارید اطمینان حاصل کنید از محتوا هر صفحه که ۱۰۰ درصد به طور طبیعی مناسب است و یا محتوا به آسانی برای مناسب بودن با اصطلاحات اصلی سازگار شود. یک مثال خوب "هزینه جداسازی" در برابر "هزینه تقسیم بندی" است. هر دو اینها الزاماً معنای یکسانی دارند اما هر دو متفاوتاً جستجو می گردند (هرچند یکی بیشتر از دیگری). محتوای صفحه در مورد "هزینه جداسازی" می تواند به آسانی برای "هزینه تقسیم بندی" بدون تغییر معنا و تمرکز صفحه وفق داده شود.

اگر شما نمی توانید یک کلمه کلیدی مناسب بدون تغییر مشخص پیام صفحه بسازید، پس شما اصطلاح اصلی دیگری را، یا صفحه دیگری را برای اصطلاح اصلی پیدا کنید.

توصیه میکنم اصطلاحات اصلی خود را قبل از اختصاص یافتن صفحات به آنها بهینه سازی کنید. معین کرده اند که اصطلاحاتی که با حجم بیشتری جستجو شدند، مرتبط ترینند، که در مخاطبان مورد هدف آورده شده اند و بیشترین فروش را تولید میکنند. اینها همه فاکتورهای مهم تعیین کننده اند که اصطلاحات اصلی از بقیه بسیار مهم ترند.

با بهینه سازی اصطلاحات اصلی خود شما می توانید بهینه سازی کنید و تحقیق کنید آنهایی را که در آغاز بسیار مهم اند و قبل از حرکت به سمت اصطلاحاتی با اولویت پائین تر، بهینه سازی و تحقیق کنید. بهینه سازی اصطلاحاتی با اولویت بالا بخشی از وقت شما را می گیرد، بنابراین رها کردن اصطلاحات ثانویه برای بعد، استراتژی بهینه سازی خوبی است.

قبل از آنکه شما به سمت مرحله بعدی فرایند تحقیق کلمات کلیدی حرکت کنید، شما باید اطلاعات کافی برای شروع بهینه سازی سایت خود داشته باشید. با اصطلاحات اصلی و نقشه ای که در آن هر اصطلاح اصلی اجرا می گردد. شما می توانید اجرای بهینه سازی بسیار وسیع و سریع وب سایت را آغاز کنید. رفتن به صفحه در یک زمان، بهینه سازی برچسب عنوان، برچسب توصیف متا، سرفصل ها و حتی اندکی از مطالب.

من نمی خواهم وقت زیادی بر روی هر صفحه صرف کنم، همچنین شما می توانید در وقت بعدی بهینه سازی عمیقی را انجام دهید، زمانی که شما کلمات کلیدی بیشتری برای کار با آن دارید.

#بخش دهم

هر آنچه شما به دانستن در مورد توصیف کننده های کلمات کلیدی نیاز دارید.

توصیف کننده های اصطلاح اصلی

در طراحی وب سایت بهینه سازی وب سایت خود برای اصطلاح اصلی تنها بخشی از فرایند بهینه سازی است. اکثریت قریب به اتفاق جستجوها با استفاده از عبارات بسیار خاص و طولانی انجام شده اند. در زمان تحقیق کلمات کلیدی، این عبارات واقعا چیزی بیشتر از اصطلاح اصلی با توصیف کننده های کلیدی اضافه شده به آنها نیست.

در طراحی وب سایت با استفاده از ابزار تحقیق کلمات کلیدی خود شما می توانید ده ها ویا حتی صدها توصیف کننده برای هر اصطلاح اصلی را پیدا کنید. هر یک از این عبارات جدید باید به دقت برای تناسب با سایت شما آنالیز شوند، خواه این اهداف آنچه شما ارائه می دهید باشد یا خیر و باید متناسب با محتوای صفحه برای اصطلاح اصلی به کار برده شود، کسانی که نمیتوانند، آن را برای بهینه سازی به صفحات دیگر، دور انداخته ویا کنار بگذارند.

در طراحی وب سایت برخی از توصیف کنندگان صرفاً اصطلاح اصلی یکسانی در فرم های مختلف از قبیل اسم های جمع، زمان های گذشته، متعدی و غیره هستند. توصیف کننده های دیگر مطالب اضافی را برای اصطلاح اصلی تهیه می کند، اما تاثیری روی معنای عبارات نمی گذارد. توصیف کننده های دیگر معنای عبارات را تغییر می دهند و ممکن است برای بهینه سازی با اصطلاح اصلی اولیه یا صفحه مناسب نباشد.

در طراحی وب سایت اگر اضافه کردن کلمه "تخفیف" برای شما به کار برده نشود پس آن توصیف کننده ای نیست که شما آن را می خواهید. اگر بیشتر آنچه را که شما پیشنهاد می دهید شامل تخفیف نباشد. اما شما یک بخشی را دارید که در آنجا آیتم های تخفیفی معین را لیست می کنید. پس از آن یک عبارتی است که روی یک صفحه مختلف از اصطلاح اصلی واقعی بهتر بهینه سازی میشود. هر توصیف کننده ای که به اصطلاح اصلی اضافه می شود باید به دقت بررسی گردد تا این اطمینان حاصل شود که به اصطلاح اصلی تعلق دارد یا خیر.

برخی از توصیف کننده ها همچنین در تضاد مسقیم با یکدیگر هستند. زمانیکه صحبت از طلا و جواهر است شما نمی خواهید "ارزان" و "فهرست" را در همان صفحه استفاده کنید. ملاحظاتی بسیاری شبیه به این وجود دارد که باید قبل از انداختن فقط یک دسته توصیفات واژه اصلی مرتبط روی صفحه حساب گردد.

تقسیم بندی کلمات کلیدی

در طراحی وب سایت چهاربخش متمایز کلمات کلیدی وجود دارد که هر یک ارائه دهنده یک مرحله متفاوت از چرخه خرید جستجوگران هستند. پس از رفتن در میان فرایند بالا شما باید با یک یا چند گروه از کلمات کلیدی که می تواند به یک یا چندین صفحه بهینه سازی شود، آنجا را ترک کنید. گام بعدی اینست که هر گروه یا بخش از آنها و یا حتی بیشتر را، بر اساس آندسته از بخش های کلمات کلیدی بکار ببرید.

پژوهش: محققان در همان لحظه آغازین چرخه خرید هستند و به طور کلی نمی دانند چه چیزی رامی خواهند. آنها به موتورهای جستجو می روند تا اطلاعات بسیار کلی پیدا کنند که به آنها کمک کند تا گزینه هایشان را محدود سازند. اینها به طور کلی

اصطلاحات اصلی به همراه بسیاری از توصیف کننده ها و یا بدون آنها هستند. این اصطلاحات به صفحات سطح بالایی بهینه سازی خواهد شد.

فروشگاه: خریداران به مرحله بعدی چرخه خرید، با محدود کردن سوالات شان به سطح طبقه بندی محصول منتقل می شوند. جستجوگران به دنبال ویژگیها و واریانس های مختلف بین محصولات هستند و بر روی ویژگیهایی که می خواهند تصمیم گیری می کنند. این کلمات کلیدی می توانند به راحتی روی طبقه بندی محصولات و مقایسه صفحات بهینه سازی شوند.

خرید: جستجوگران که آماده خرید هستند و هر آنچه را که دقیقاً میخواهند رامعین می کنند و در حال حاضر آنها به دنبال مکان مناسبی برای خرید آنها هستند. آنها به دنبال فروشگاههای مطابق با معیارهای مناسب برای خرید از قبیل اعتماد نام تجاری، قیمت، ضمانت، سیاست حمل و نقل، سیاست بازپرداخت، خدمات مشتریان و غیره می باشند. این کلمات کلیدی می توانند به صفحات محصول بهینه سازی شوند.

اطلاعات: اطلاعات به طور کلی به صورت عبارات "چگونه به" نمایش داده می شوند. این اشخاص به دنبال خرید نیستند اما به دنبال اطلاعات و آموزش خودشان هستند. این پرسش ها به بهترین شکل روی وبلاگ ها و صفحات مقاله بهینه سازی شده اند. آنها مشتریان مستقیم نیستند اما آنها به ساخت یک وب سایت با منبع قوی و ترسیم لینک ها و مخاطبان وفادار کمک می کنند. تقسیم بندی کلمات کلیدی برای اطلاعات سایت ها و وبلاگ ها اندکی متفاوت تر از سایت های فروش محصولات و خدمات است. در سایت های اطلاعاتی همه کلمات کلیدی می توانند برای توسعه محتوا بکار برده شوند بنابراین این یک موضوع تعیین کننده است که چه نوع کلمه کلیدی می تواند محتوای مطالب شما را تولید کند و چه کلمات کلیدی با هم مورد هدف قرار گیرند. با استفاده از همین روند حذف از بالا شما می توانید همه کلمات کلیدی را به سه گروه متمایز تقسیم بندی کنید.

مباحث گسترده: اشخاص به دنبال اطلاعات کلی در مورد موضوع عمومی هستند آنها می خواهند به یادگیری بیشتر در مورد آن بپردازند. شما باید با اطلاعات عمومی شروع کنید زیرا این جستجوگران معمولاً به دنبال جزئیات خاص زیادی نمی باشند.

خواسته های خاص: این جستجوگران به دنبال پاسخ به سوالاتی که ممکن است داشته باشند، هستند. آنها به دنبال راه حل یک مشکل و یا بهترین راه برای بدست آوردن نتایج مطلوب می باشند.

اهمیت فوری: جستجوگران به دنبال راه حلهایی هستند که مجموعه ایی از معیارهای بسیار خاص را ملاقات می کنند. این برای تولید پاسخ های همه جانبه گسترده کافی نیست، آنها به دنبال چیزی هستند که بطور بسیار خاصی برای وضعیت شان بکار برده شود.

کلمه کلیدی ROI

در طراحی وب سایت هنگامیکه تصمیم می گیرید نهایتاً کلمات کلیدی را روی سایت خود بهینه سازی کنید، شما می خواهید بهترین ROI را در ذهن خود بخاطر بسپارید. نمودار بالا یک قانون بسیار عمومی را نشان میدهد هنگامیکه به تعیین کردن کلمات کلیدی که بهترین ROI را تولید می کند، می پردازد.

در طراحی وب سایت عباراتی با یک یا دو کلمه می توانند اغلب مقدار زیادی ترافیک ایجاد کنند اما تبدیلات از آن دسته از کلمات کلیدی بسیار کم است. این می تواند ترافیک انبوهی را بسازد که کلمات کلیدی آن را ایجاد کرده اند. اما بیشتر ترافیک به معنای منابع مصرفی بیشتر است از جمله پاسخ دادن به تماس ها و ایمیل ها.

در انتهای پائین طیف عبارات پنج و شش کلمه ای هستند. توانایی وارونه کردن این عبارات بسیار خوب است، ترافیک بسیار زیادی وجود ندارد، بنابراین کل تبدیلات بسیار پائین است. این ها کلمات کلیدی هستند که شما برای بهینه سازی می خواهید اما وقت زیادی را صرف آن نکنید. در غیر اینصورت شما ارزش فروش آنها را از دست خواهید داد.

منطقه ROI شاد با عبارات سه و چهار کلمه ای است، این ترافیک و نرخ تبدیل خوبی را ایجاد می کند. تمرکز حجم عظیمی از تلاش های شما در اینجا است که شما بیشترین ارزش را دریافت خواهید کرد.

به یاد داشته باشید که در طراحی وب سایت ، طول کلمه کلیدی تنها عامل مهم در انتخاب کلمه کلیدی نیست.

شما می خواهید اطمینان حاصل کنید که واژه ای را برای مخاطبان مورد هدف خود انتخاب کرده اید که سود آورترین فروش را ارائه میدهد.

#بخش یازدهم

بخش ۱۱ - هرآنچه شما به دانستن در مورد کپی رایت سنو نیاز دارید.

آگهی نویسی

سنو بدون محتوای خوب کامل نیست. شما می توانید کلمات کلیدی را در تمام متنی که می خواهید قرار دهید و ممکن است آن برای مدتی جهت دستیابی به برخی از رده بندی های کلمات کلیدی مناسب و معقول مفید باشد، اما آن چیزی برای بهبود موفقیت طولانی مدت کسب و کار شما انجام نخواهد داد.

یک وب سایت بدون آگهی نویسی خوب، یک اتومبیل ورزشی با موتور است که قادر به حرکت نیست. زیبایی مهم نیست، محتوای مطالب آنچه که مورد نیاز است را برای اطلاعات بازدید کننده ارائه می دهد. آنها نیازمند به آن هستند تا باعث فروش شوند (یا تبدیلات و یا هر چیز دیگری که بخواهید بازدیدکنندگان شما آن را انجام دهند).

درک کپی

برای محتوای مطالب موتور جستجو بر روی صفحه فقط یک دسته لغات می باشد. موتورها در تلاش هستند لغات را برای تعیین اینکه هر صفحه در چه موردی است، بدون پیچیده ساختن بیش از حد آن، آنالیز کنند. اگر صفحه وب موضوعات مختلفی را پوشش دهد، آن را برای موتورهای جستجو جهت تعیین اینکه چه موضوعی برجسته و شایسته رتبه بندی است، دشوار می سازد. این منجر به کاهش تمرکز میشود.

موتورهای جستجو میلیونها صفحه وب را آنالیز کرده اند و از آن قادر به جمع آوری دانش مهم زبان های انسانها بوده اند. آنها یک ایده دارند اینکه چگونه لغات و موضوعات باهم کار کنند. این واقعا در مورد اینکه کلمات کلیدی چند بار به کار برده شد نیست، اما تمرکز بر محتوای است. اگر شما یک کلمه یا عبارت را بیش از حد بکار گیرید بنابراین این به عنوان دستکاری دیده خواهد شد. بسیار کم است و به اندازه کافی مرتبط نیست. نوشتن زیاد یا کم متن به یک اندازه مورد نیاز است تا نیازهای بازدیدکنندگان خود را تامین کنید.

بکشید آنها را در آگهی نویسی سنو با آگهی نویسی عادی تفاوتی ندارد جز اینکه شما باید توجه خاصی به کلمات کلیدی داشته باشید.

در واقع اگر به لغات کلیدی توجه شود آگهی نویسی غیر سنو بهتر خواهد بود. برای موتورهای جستجو در هر جستجو نمی باشد، بلکه به خاطر استفاده از عبارات کلیدی است که خوانندگان را جذب می کند. به وضوح آگهی نویسی سنو و نرمال متفاوت نخواهند بود.

چهار چیز اساسی که محتوای هر صفحه وب شما باید انجام دهند، وجود دارد. بدون در نظر گرفتن اینکه این صفحه اصلی، صفحه محصول، دسته بندی شده، یک مقاله و یا یک پست وبلاگ باشد.

گرفتن توجه

اگر خواننده صفحه و مطالبی را بازدید کند که قادر نباشد توجه آنها را جلب کند، بنابراین آن را ترک می کند. آنها به صفحه یا سایت دیگری می روند و شما امکان یک تبدیل را از دست داده اید.

درخواست نیازهایشان

هنگامی که شما توجه شان را جلب کردید پس از آن شما باید پرونده خود را بسازید. ساده ترین راه برای انجام این کار اینست که درخواست تجدیدنظر روی واژه هایشان را به آنها بدهید. شما در حال حاضر این سوال را دارید که آنها چه می خواهند، اما شما باید مطالب خود را بنویسید تا به آنها نشان دهید که شما نیازهایشان را درک می کنید.

چه چیزی آنها را بر می انگیزد تا آنچه را شما ارائه می دهید، جستجو کنند؟ به واسطه بازگویی واضح مجدد نیازها ، شما در یک موقعیتی هستید تا نشان دهید که شما راه حل را دارید. به سمت جزئیات بزرگ اینکه چرا راه حل شما سمت راست است بروید و سپس به توضیح همه مزایای انتخاب کردن شما به عنوان راه حل آن بپردازید.

سوال بپرسید

سوالات افکار اشخاص را میسازند. اغلب اوقات سوال پرسیدن در آغاز و سپس ارائه پاسخ بسیار موثرتر از ارائه پاسخ به تنهایی است. سوالات باعث ملاحظه خوانندگان شما میشود که چرا آنها در حال خواندن هستند و سپس در جستجوی پاسخ به سوالی هستند که تا بحال نمی دانستند که این سوال را داشتند.

چه نوع سوالاتی را شما باید بپرسید؟ فقط به اصول اولیه برگردید. چه کسی؟ چه چیزی؟ چه موقع؟ چرا؟ چگونه؟ کجا؟ هر یک از اینها میتوانند خیابانی برای یک مقدار خوبی از اطلاعات اضافی که ممکن است برای خواننده مهم باشد را ارائه دهد.

اطلاع رسانی

در نهایت ، مطالب خود را باید اطلاع رسانی کنید. بازدیدکننده راه یادگیری چیزهای ارزشمند فراگرفته است. و نه تنها در مورد شما، محصول و خدمات شما، بلکه در مورد آنها به خوبی نیز هست. بازدیدکننده نیاز دارد بداند که شما دقیقا آن چه را که آنها به آن نیاز مندند را دارید. شما باید اطلاعات کافی برای توجیه خرید از شما به لحاظ فکری و عاطفی فراهم کنید.

راه اطلاع رسانی نشان میدهد که چگونه محصول و خدمات شما می تواند زندگی آنها را بهتر سازد و به آنها زمان ، پول و وقت بیشتری میدهد. شما همچنین می توانید با دادن ایده چگونگی استفاده از محصول یا خدمات خود، به آنها انگیزه مضاعف برای خرید بیشتر را بدهید.

پنج قانون آگهی نویسی

پنج قانون اساسی برای نوشتن مطالب وب سایت خوب وجود دارد، که برای بازدیدکنندگان و موتورهای جستجو جذاب است .

۱. اجتناب از کارهای گرافیکی در متن

موتورهای جستجو در باره خواندن متن در فرمت گرافیکی خوب نیستند. آن ها در این مورد بهتر شدند، اما من فکر میکنم این همیشه مشکل دار خواهد بود، بویژه هنگامی که همراه با گرافیک شلوغ و فونت های غیر استاندارد می آید. بنابراین در حال حاضر و در آینده قابل پیش بینی، این ایده خوبی است که متن خود را خارج از گرافیک حفظ کنیم.

شما همچنین باید کاربر را نیز در نظر بگیرید. برخی از کاربران با تصاویر خاموش یا نمایشگرهای کوچک تلفن های همراهشان جستجو میکنند. متن در آن گرافیک ها ممکن است برای خواندن دشوار یا غیر ممکن باشد. اگر محتوای مطالب ارزش خواندن داشته باشند سپس اطمینان حاصل کردن از اینکه اکثر فرمت ها قابل خواندن هستند، ارزش می یابد.

۲. به کاربران قبل از موتورها فکر کنید

در ابتدا بازدیدکنندگان شما می آیند. موتورهای جستجو از شما نمی خردند، آنها نظری نمی نویسند و آنها پیامی نمی گذارند. اما مردم انجام میدهند. موتورهای جستجو تنها آن چیزی را میخواهند که مردم میخواهند، بنابراین به مردم آنچه را میخواهند بدهید و آنچه را که موتورهای جستجو میخواهند. در اکثر موارد، به خودتان بخاطر آن پاداش دهید.

۳. نوشتن مطالب کافی

چه میزان مطلب کافیست؟ فقط شما می دانید. شما نیاز به نوشتن مطالب کافی برای داشتن امتیاز دارید و نه بیشتر. هر بازدید کننده به میزان متفاوت مطالب برای خواندن به میزان متفاوت شدن، نیازمند است. کسی را رها نکنید.

۴. عبارات مورد هدف، کلمات نیستند

مردم ندرتا کلمات را جستجو میکنند، آنها عبارات را جستجو میکنند. دانستن عبارات برای نوشتن مطالبی که از خواسته های بازدید کنندگان می گوید، ضروری است. عبارات همچنین کلمات را در متن قرار میدهد و به آن چه که جستجوگر واقعا به دنبال آن هست معنا میدهد.

۴. اجبار نکنید

نوشتن مطالبتان با استفاده از قوانین فوق باید طبیعی کار کند. اگر کار نکرد هیچ چیزی را تحمیل نکنید. اگر شما تلاش کنید با عباراتی کار کنید که مناسب صفحه شما نباشد، آن عبارات را به صفحه دیگری انتقال دهید. اگر شما تلاش کنید مطلبی را تهیه کنید که با انواع بازدید کنندگان صحبت کند. از شکستن مطالب خاموش به بخش های دیگر سایت از قبیل مقالات و آموزش نترسید. این به نوشتن برای بازدید کننده بر میگردد. اولین و مهمترین نیازشان را ملاقات کنید و سعی نکنید چیزی را که کار نمی کند اجبار کنید.

همانطور که در بالا گفتم، آگهی نویسی سنو با آگهی نویسی استاندارد تفاوت چندانی ندارد. همه چیز در مورد ایجاد مطالب خوب است که بازدید کننده را جذب میکند و مطابق با معیار خاصی از نظر استفاده از کلمات کلیدی میباشد. من در بخش ۱۲ به برخی از مثالهای کلیدی درباره چگونگی نوشتن مطالب خوب که بطور یکسان برای موتورها و کاربران خوب است، می پردازم.

#بخش دوازدهم

هر آنچه شما به دانستن در مورد محتوای عنوان صفحه نیاز دارید.

داشتن یک خط پیشرفت خوب



سئو

هنگام سئو اولین مکان شروع برای نوشتن مطالب خود، ایجاد عنوانی بزرگ برای هر صفحه است. در آخرین پست من مورد توجه بازدید کنندگان قرار گرفتیم. این یکی از کارهای اصلی عنوان صفحه است. سرفصل با برچسب عنوان متفاوت است. عنوان در نتایج جستجو نمایش داده میشود اما سرفصل یا عنوان در صفحه خودش مشاهده میگردد. برخی اوقات شما می خواهید سرفصل و برچسب عنوان یکی باشند و گاهی اوقات نمی خواهید که اینگونه باشد.

در عنوان MUST کلمه کلیدی مورد کاربرد است و در سرفصل SHOULD کلمه کلیدی مورد استفاده است. همه اینها بستگی به قلبی دارد که شما می خواهید برای به دام انداختن توجه بازدید کنندگان استفاده کنید و توجه بازدید کننده خود را به ادامه و نگهداری خواندن جلب کنید .

در سئو مراقب باشید که عنوان و سرفصل شما زیاد دور از یکدیگر حذف نشوند. آخرین چیزی که شما میخواهید بدست آورید اینست که بازدید کننده روی صفحه کلیک کند و سرفصلی که با انتظاراتشان مطابقت نمی کند را بخواند.

یک سرفصل خوب به مردم میگوید که چه چیزی را آنها میتوانند از محتوایی که دنبال می کنند انتظار داشته باشند . چه اطلاعاتی را آنها یاد خواهند گرفت؟ چه مزایایی ارائه خواهد شد؟ چه راه حل هایی را شما فراهم خواهید کرد؟

سرفصل به پروژه نیاز دارد و اطلاعات کافی را به بازدید کننده ای که به خواندن میخواهد ادامه دهد، می دهد و بیشتر از حدی که آنها به آن نیازی دارند ارائه نمی دهد.

یک مثال خوب در این مورد "سرفصل خوب به افزایش رتبه بندی موتور جستجوی شما کمک میکند." این ظاهراً فقط همه آنچه را که به دانستن آن نیاز دارم را به من می گوید. از سوی دیگر "چگونه سرفصلی بنویسم که باعث افزایش رتبه بندی موتور جستجو شود" دلیلی برای ادامه دادن به خواندن آن به من بدهید. میدانم قصد دارم چیزهایی را یاد بگیرم که دور از سرفصل نباشد.

محتوای قانع کننده بسازید

در سئو سرفصل مردم را به سمت محتوا می کشاند و آنها را علاقه مند میسازد طوری که آنها به سمت آنچه شما میگوئید شیرجه بروند. بنابراین محتوای شما نا امید کننده نیست.

خسیس نباشید. اجازه دهید تا مطالب شما به هر کجا که به آن نیاز است برود و هر چه خواننده میخواهد به آن بدهد. تنها زمانی شما میتوانید محتوای بسیاری داشته باشید زمانی است که آنرا در راه فرایند فروش به جای ترویج آن بدست می آورید.

به یاد داشته باشید هنگامی که خواننده تصمیم می گیرد آنها خواندن را متوقف میکنند و هر آنچه به سمت آنها می آید انجام می دهند. اگر شما محتوای کافی برای متقاعد کردن آنها ندارید پس آنها عملی را که شما آرزو دارید را انجام نمی دهند.

بازدید کنندگان سایت با تنوعی از شخصیت می آیند. به منظور صحبت کردن به زبان مخاطباتان شما باید به نقاط کلیدی مختلفی ضربه بزنید. برخی از مردم میخواهند در مورد شما بدانند، برخی در مورد محصولات یا خدمات شما و برخی دیگر از صلاحیت های شما مراقبت می کنند.

در سنو برخی دیگر از همه آنها مراقبت نمی کنند و میخواهند بدانند که چگونه محصول یا خدمات به طور خاصی به آنها سود می رساند. هنوز هم عده ای ممکن است بخواهند تاریخچه شما را بدانند و به دنبال علائمی برای اعتماد کردن هستند. اگر شما هریک از اینها را رها سازید، پس شما برخی تبدیلات بالقوه را از دست خواهید داد. مراقب باشید اگر چه شما نمی توانید خود را بیش از حد باریک کنید. شما نمی توانید، از شخص دیگری خواهش کنید. اما شما می توانید کار خوب معقولانه ای را انجام دهید تا نشان دهید که چه کسی مخاطب اصلی شماست و مطمئن شوید که شما به نقاط کلیدی برای آنها ضربه می زنید.

بنویسید که به چه چیزی برای متقاعد کردن اکثر مخاطباتان و نه بیشتر آنها نیاز دارید.

جستجو کردن فرصت

در سنو زمانیکه کلمات کلیدی را برای محتوا بکار می گیرید، فرصت های بسیاری برای اضافه کردن عبارات مورد هدف وجود دارد، بدون اینکه محتوا را خراب سازد. به دنبال این فرصت ها باشید اما در هر فرصتی به پرتاب کلمه کلیدی نپردازید، تنها به دلیل اینکه شما می توانید. خوب نوشتن بدین معناست که از کلمات کلیدی بطور محافظه کارانه استفاده کنیم.

هر پاراگراف پر از فرصت های کلمه کلیدی است اگر شما تا حد امکان هر کلمه کلیدی را اضافه کنید پس شما در خطر واقعی انباشتن کلمه کلیدی خواهید بود. آخرین چیزی که شما میخواهید محتوای غنی از کلمات کلیدی است تا کلمات کلیدی بسیاری در آن داشته باشید. بازدید کنندگان شما که برای جستجوی یک سایت بر مبنای کلمات کلیدی می آیند و آنها در جستجوی زمان متفاوتی برای کسب محتوای پر از کلمات کلیدی خواهند بود. پیام مملو از کلمات کلیدی خود را به سبب استفاده بیش از حد کلمات کلیدی در محتوای کلمه کلیدی از دست خواهید داد. نظر من را دریافت کنید؟

ارتباط های داخلی

همانطور که در بالا ذکر شد، محتوای خوب فقط در مورد کلمات کلیدی نیست. این در مورد دادن هر آنچه مورد نیاز بازدید کنندگان است، میباشد. گاهی اوقات شما نمی توانید همه آنچه را که آنها نیاز دارند و میخواهند را روی یک صفحه به آنها بدهید. گاهی اوقات شما در مورد چیز دیگری صحبت میکنید که نمی توانید بطور کامل بدون از بین رفتن کامل نکات آدرس بدهید. این جایی است که جادوی ارتباط ها می آید.

در سنو اغلب مردم از "درهم ریختگی" محتوایشان با لینک های بیش از حد می ترسند. آنها یک نظر دارند تنها یک نظر. شما می توانید به دریایی از لینک های بسیار بروید، اما لینک های خیلی کم بدتر از لینک های با تعداد بیش از حد می باشد. به

بازدیدکنندگان خود راه اکتشاف سایت خود را خارج از راهنما بدهید. اگر شما اشاره کنید به چیزی که در جای دیگری لینک آن شرح داده شده است. اگر شما اشاره کنید به چیزی که باید اطلاعات بیشتری را در یک متن کامل ارائه دهید، یک صفحه جدید محتوا و لینک شدن به آن را بنویسید.

لینک ها به مردم اجازه جستجو و پیدا کردن چیزهای دیگری را که به آن علاقه مندند را میدهند. چیزهای که به آنها کمک میکند تا اعتمادشان به شما را بدست آورند، چیزهایی که اطلاعات بیشتری به آنها میدهد، چیزهایی که به آنها چیزهای جدیدتری را یاد میدهد. حتی اگر آنها در راهنمای سایت شما پیدا شوند، بدون لینک ها این مناطق مهم سایت شما تا حد زیادی پنهان باقی خواهند ماند.

آن را زیبا بسازید

مطالب را روی چشماتان آسان بسازید

در سنو پاراگراف های بلند محتوا ممکن است همه حق امتیاز را بدست آورند اما آنها خسته کننده به نظر می رسند. و خسته کننده به لحاظ دیداری را به آسانی به دلتنگ ساده برای خواندن ترجمه می کند.

مطمئن شوید متن تان خوب به نظر می رسد. کار آگهی نویس اضافه کردن تصاویر نیست. اما این بدین معنا نیست که آگهی نویس نمی تواند آن را برای خواندن آسانتر سازد.

استفاده خوب از عناوین، زیر-عناوین، عنوان پاراگراف ها و سرفصل بخش ها می تواند یک راه طولانی برای آسانتر ساختن محتوایتان بسازد. شما همچنین می توانید از نقاط گلوله، برجسته کردن محتوا، حروف کج، لینک های بسیار و لیست های شماره گذاری شده استفاده کنید، همچنین محتوا را برای بهتر دیدن، آسانتر خواندن و قابل هضم تر بودن بسازید.

محتوای وب سایت یکی از مهمترین عوامل در دستیابی رتبه بندی بالای موتور جستجو است. اما این حتی عامل بزرگتری در حصول اطمینان اجرا های وب سایت با بازدیدکننده است. سنو بدون محتوای خوب، یک سایت با موتور جستجو و بازدیدکننده نا موفق خواهد بود.

#بخش سیزدهم

هر آنچه که شما به دانستن در مورد لینک ها نیاز دارید .

لینک ها



سئو چیست

سئو چیست | اکثر سئو ها یک رابطه عشق / نفرت با لینک ها دارند. ما عاشق یک لینک خوب هستیم اما از مدتی طول می کشد برای دریافت آنها، متنفریم. در بهترین حالت، ساخت لینک وقت گیر و خسته کننده است. در بدترین حالت این چیزی است که سئو های خوب را به سمت ستون تیره سحر کلاه سیاه می کشاند. این یکی از چیزهایی است که اکثر سئو ها نباید انجام دهند و تعداد بسیار کمی از آنها واقعا میتوانند آن را به خوبی انجام دهند. یک سازنده لینکی را به من نشان دهید، که آنها می توانند +PR4 100 لینک های یک طرفه را تبلیغ کنند ، من به شما نشان خواهم داد که ۱۰۰ پست وبلاگ قابل خواندن به ساده گی روی ۱۰۰ وبلاگ به آسانی خوانده می شود.

سئو چیست | من بدبین نیستم (شاید فقط اندکی) اما من تا به حال یک سازنده لینک با کیفیتی که خارج از محدوده قیمت اغلب مشتریان من نباشد را پیدا نکرده ام. فکر میکنم این موردی در ارتباط با بسیاری از سئو ها است، اینکه چرا اغلب سازندگان لینک دارای استطاعت مالی، آنچه را که میتوانند برای قیمت ارائه می دهند و اینکه چرا کیفیت لینک تمایل دارد که زیر-تساوی شود. برای سازنده لینک چه کسانی ناتوانا به شمار می آیند.... بسیار خوب، شما نمی توانید از عهده آن بر آید پس از آنها استفاده نکنید. ببینید ؟ عشق / نفرت.

چگونه لینک ها کار میکنند

لینک ها

سئو چیست | لینک ها بزرگراه وب هستند. بدون لینک هیچ کس قادر به راهنمایی و حرکت از صفحه ای به صفحه دیگر یا از سایتی به سایت بعدی نمی باشد . تنها راه یافتن هر چیزی در وب، به صورت دستی در URL هر صفحه وب خواهد بود.

اما خوشبختانه، اجازه دادن به بسیاری از لینک ها و کلیک روی وب سایت های اطراف مسیر ما میباشد و از صفحه ای به صفحه بعدی می رود و به سمت وب سایت های دیگر خاموش می شود.

به عبارت ساده تر، لینک رای دادن به صفحات وب میباشد. این بسیار پیچیده تر از آن است، اما تا به حال آن تعریف کفایت خواهد کرد. اگر شما شبیه چیزهایی هستید که به آن لینک میشود. اگر کسی شما را دوست دارد امیدوارم که آنها به شما لینک شوند.

سنو چیست | لینک ها در اشکال بسیار زیادی می آیند. شما سایت خود را به یک راهنما ارائه میدهید و یک لینک دریافت میکنید. کسی که شما را در آن راهنما می یابد، لینک را به سایت شما دنبال می کند. شما به اطلاعات زیادی که مورد علاقه خوانندگان است لینک می شوید (سلیت متعلق به شما باشد یا دیگری) بازدید کننده آن لینک را دنبال می کند تا از مسیر راهنمایی شان راضی باشند. اگر خواننده دوست دارد آنچه را که در طی راه می بیند، آنها ممکن است یک لینک بازگشت را پرتاپ کنند. مردم سایت لینک شده جدید را می خوانند سپس لینک شما را دنبال می کنند. آنها به صفحات دیگر (توسط لینک ها) راهنمایی میشوند که مورد علاقه آنهاست و این روند همچنان ادامه می یابد. البته، هر کسی که سایت شما را پیدا می کند به شما لینک نخواهد شد. اما مطمئناً اگر اینگونه باشد، قشنگ خواهد بود. البته آنها یکی همانند شما را می خواهند. لینک ها مانند کلمات از دهان شما گسترش می یابند. اگر شما چیزی که ارزش گفتن به دیگران را دارد، داشته باشید (یا لینک دادن به آن) سپس بیشتر مردم از طریق سایت شان، وبلاگ ها، توییتر، فیس بوک و با هر چیز دیگری به ذهنشان خطور میکنند، کلمات را گسترش خواهند داد.

ساده ترین راه برای دریافت لینک چیزی است که ارزش لینک کردن داشته باشد. بله شما، در صنعت جریان سنج شما می توانید محتوای لینک -ارزشمندی را ایجاد کنید.

دادن مفهوم به وب

لینک ها

سنو چیست | جدا از ارائه یک مفهوم برای راهنمایی از طریق وب، لینک ها یک راهی را برای بازدیدکننده (و موتورهای جستجو) فراهم میکنند. قبل از آنکه حتی کلیک کنید، بدانید که هر صفحه در چه موردی است، یا حداقل باید اینطور باشند.

سنو چیست | اغلب ما لینک هایی را استفاده می کنیم که می گوید "اینجا کلیک کنید". که می گوید بازدید کننده باید چکار کند اما نباید زیاد انجام شود از طریق ارائه یک نشانه به عنوان اینکه چرا آنها اینجا را کلیک می کنند. خواننده به احتمال زیاد به خواندن اطراف لینک فقط برای درک آن مجبور خواهد شد. این برای آندسته از کسانی که هر کلمه صفحه را می خوانند یک مشکل نیست، اما متأسفانه آن نوع ها بسیار کم و کم وقوع هستند.

سنو چیست | اکثر مردم صفحات را سطحی می خوانند، آنها به دنبال آنچه مورد علاقه شان است هستند و به جایی می روند تا آن را پیدا کنند. در حالیکه ما ممکن است بخواهیم که خواننده روی هر کلمه ای که ما میگوییم تمرکز داشته باشد، که اغلب اینطور نیست. اضافه کردن متن به لینک شما، متن لینک شما را میسازد که بطور خلاصه صفحه ای را که مرتبط با ارزش های افزوده به بازدید کنندگان و موتورهای جستجو است را شرح میدهد.

سنو چیست | موتور های جستجو این را به عنوان سیگنالی که به سمت تجزیه و تحلیل موضوع صفحه می رود، استفاده می کند. اگر مردم به صفحه مجزایی لینک شوند، کلماتی از قبیل "وسایل قبلی خودم" "لکسوس کار کرده" خرید Mazda Miata "تومبیل های با مسافت پیموده شده کم" موتورهای جستجو ایده خوبی را در مورد اینکه این صفحه در چه موردی است، بدست آورده اند: ماشین های کار کرده، احتمالاً با تمرکز بر روی لکسوس و مزدا.

لینک های با مطالب بیشتر به صفحه ای با موتور های جستجوی بیشتر اشاره می کنند که می توانند راجع به موضوع صفحه، مطالب را جمع آوری کنند.

موتور های جستجو می توانند لینک ها را با محتوا برای ارتباط بیشتر و عوامل آنالیز رتبه بندی تطبیق دهند.

لازم به ذکر نیست که بازدید کننده به دنبال خرید یک Mazda Miata می داند با کلیک کردن روی لینک به احتمال زیاد آنها را با اطلاعاتی که مورد نیازشان بوده، بدست می آورند.

#بخش چهاردهم

هر آنچه شما به دانستن در مورد آناتومی لینک نیاز دارید

پیشرفت تحلیل لینک

آناتومی لینک

سنو چیست | من در آخرین پست خود گفتم که هر لینک اساساً یک رای برای صفحه ایست که به آن لینک شده است. آن، اساساً عوامل آنالیز لینک اصلی بود. چیزهایی دارند که از آن پس راه طولانی در پی دارد. امروزه عوامل آنالیز لینک به مراتب پیچیده تر هستند.

در طول این سالها آنچه که از آنالیزها بدست آمده به عنوان بخشی از لینک های ایست که به منظور ارائه نتایج جستجوی بهتر به کاربران وب سایت تغییر کرده است.

سنو چیست | موتورهای جستجو شروع به نگاه کردن حجم لینک خالص می کنند. او کسی است که برنده اکثر لینک ها می شود. این ها زمین های لینک، معاملات لینک، صفحات لینک و غیره را ایجاد کرده اند. قبل از اینکه گوگل بازی رادر آنالیز لینک تغییر داد، افراد هر چیزی که آنها می توانستند را برای ایجاد مقادیر دیوانه کننده لینک ها به سایت شان را انجام دادند. ارتباط صفحه لینک داده شده با محتوای لینک مرتبط مهم نیست. در حالیکه همچنان مقادیر مطلق لینک به ایفای یک نقش ادامه یابد، این تنها عامل طولانی مدت آنالیز لینک نیست.

سنو چیست | سپس گوگل آمد و به مدت طولانی شروع به آنالیز متن لینک کرد. کلمات در لینک با موضوع آغاز شدند. کلمات در مورد صفحه صحبت کردند، این برای لینک شدن بود، سپس هنگامیکه کلمات با متن تطابق یافت، صفحه شما برای آن کلمات کلیدی مناسبتر شد

سپس، موتورهای جستجو جستجو برای کیفیت هر لینک را آغاز کردند. آیا این از وب سایت پر قدرت آمد یا از وب سایتی با قدرت کم؟ بالا بودن قدرت سایت لینک های بیشتری که ارزششان تصویب شده بود را لینک می کند.

ارتباط یک عامل شد، همانطور که فرض بر این بود که یک لینک مدت طولانی در یک مکان می ماند ارتباط "جدی" بیشتری در مورد سایت بود. اگر لینک ها آمدند و رفتند سپس آن ممکن چیزی در مورد کیفیت سایتی که به آن لینک شده گویند یا اگر لینک آگهی خریداری شده زیر رادار بود.

سنو چیست | هنگامیکه خرید لینک برجسته تر شد، موتورهای جستجو شروع به مبارزه کردند. این برای موتورهای جستجو غیر ممکن است که با دقت ۱۰۰ درصد تعیین کنند که آیا یک لینک خریداری شده بود یا نه، اما برخی سیگنال ها وجود دارند که آنها آموخته اند که چطور تشخیص دهند.

آناتومی یک لینک

آناتومی لینک

سنو چیست | چیزهای بیشتری در لینکی که چشمان ما می بیند وجود دارد. به عنوان پیشرفت، تجزیه و تحلیل لینک تغییر کرده است، این بدان معناست که ما نیاز داریم که به لینک هایمان توجه کنیم تا اطمینان حاصل کنیم که ما ارزش بیشتری از هر یک کسب می کنیم. بیایید لینک ها را به اجزای اصلی شان که مرتبط با موتورهای جستجو هستند، بشکنیم.

سنو چیست | متن نگاه داشته شده: همانطور که عوامل متن لینک اولیه بسیار زیبا در رتبه بندی موتور جستجو ذکر شده است. هر راهنمای موتورهای جستجو می تواند در مورد محتوای صفحه از منابع خارجی که وزن بسیار سنگینی دارند، بدست می آورند. این تنها به آنها در مورد موضوع صفحه نمی گوید، بلکه برخی دیگر آن را به عنوان یک منبع با ارزش برای آنچه در آن است یافته اند. آخرین بخش مهم است. لینک دادن به سایت یک چیز است. لینک دادن به سایت به خوانندگان شما می فهماند که چیزی که آنها در سایت پیدا می کنند در مجموع چیز دیگری است.

سنو چیست | لینک هایی که شما می دهید (و یا دریافت میکنید) باید غنی از کلمات کلیدی باشد. به جای لینک کردن شما از نام وب سایتی که شما در حال لینک کردن به آن هستید ، استفاده کنید، از لغات کلیدی مربوطه به آن سایت استفاده کنید. نگوید " شما می توانید یک Honda Accord کار کرده خوب را در Joe's Dealership پیدا کنید"، در عوض بگویید " شما می توانید یک Honda Accord کار کرده خوب را در Joe's Dealership پیدا کنید"

جایی که این به نظر می رسد : جایی که لینک روی صفحه ظاهر میشود، موتورهای جستجو مقادیر بسیاری در مورد لینک خودشان می گویند. موتورهای جستجو سعی در تعیین ارزش لینک با قرار گیری آن روی صفحه دارند. لینک ها در پی راهنمایی یک راه وزن شده هستند، لینک های سرمقاله مرتبط تر در نظر گرفته می شوند و لینک ها در فضاهای آگهی معمولاً نادیده گرفته می شوند.

لینک های سرمقاله (آندسته که مرتبط در میان محتوای اصلی صفحه هستند) با ارزش ترین تلقی می گردند. اینها به طور کلی لینک هایی هستند که موجود نیستند به دلیل اینکه آنها خریداری شده اند (هرچند واضح است که آنها می توانند دستکاری شده باشند) اما به دلیل اینکه نویسنده محتوا آن را مرتبط به خوانندگان یافته اند.

سنو چیست | نوع لینک: انواع مختلف بسیاری از لینک ها وجود دارد و هر یک وزن خودشان را حمل می کنند. بسیاری از مردم به شما خواهند گفت که لینک های دوجانبه بی ارزش هستند، اما این کاملاً صحیح نیست. متن اهمیت بسیار زیاد پیدا می کند. یکسان بودن صحیح است برای اینکه لینک یکطرفه است (غیر متقابل) لینک به سایت اشاره می کند اما باز نمی گردد. لینک های خریداری شده شناخته شده ارزش حداقلی دارند (هیچ)، اما هنوز می توانند برای ترافیک رانندگی مفید باشند و مخاطبانی را بدست می

آورند که همچنین می توانند لینک های طبیعی را تولید کنند.

سنو چیست | سبک لینک: متن در مقابل تصاویر ، لینک متن واقعی (کلمات) اطلاعات بیشتری را به موتورهای جستجو در مورد اینکه سایت مقصد در چه موردی است ، میدهد. این به کلمات کلیدی صفحه ای متمرکز از سایت خارجی ، می افزاید . لینک های تصاویر به خوبی آنها کار نمی کنند. تصاویر می توانند متن ALT را که میتواند در آن عمل کند را استفاده کنند. اما احتمالاً با همان مقدار و با ارزش یکسان به عنوان لینک متنی خالص نیستند.

سنو چیست | سن لینک: یک لینک چند سالش است و چه مدت در یک مکان بوده است تا بتواند بر ارزش کلی لینک اثر کند. در شرایط عمومی لینک های طویل تر در مکانی با قدرت بیشتر که آن را به صفحه لینک شده می فرستد، باقی می ماند. این در تمام موارد درست نیست، برای مثال من معتقدم لینک وبلاگ برخی ارزش های فوری را می دهد که سپس بعد از چند ماه به روند

طبیعی بر می گردد. لینک های جدید احتمالا در طول زمان به جای ساخت قدرت ناپدید می گردد. اما با این استثنا ها (و احتمالا اندکی دیگر)، لینک در طول زمان ارزشمند می گردد.

سنو چیست | لینک کردن سایت: سایتی که لینک می کند یک نقش قوی در ارزش لینک خود ایفا می کند. قدرت بالاتر لینک سایت، ارزش بیشتر لینک است که منتقل گردیده است. صفحه لینک نیز در نظر گرفته شده است. یک صفحه کم قدرت روی سایتی با قدرت بالا ممکن نیست ارزش زیادی را مانند سایتی با قدرت کم که از صفحه اصلی خود لینک می گردد، داشته باشد و یا برعکس آن نیز ممکن است صحیح باشد. موضوع صفحه، چقدر با موضوع سایت مرتبط می باشد. و همچنین می تواند فاکتور شود به اینکه چقدر ارتباط و وزن را لینک ارسال می کند.

سنو چیست | عوامل دیگری نیز به همان خوبی وجود دارد و من مطمئنم که گوگل همواره در جستجوی راه هایی برای بهبود الگوریتم تجزیه و تحلیل لینک هایشان هستند. لینک هایی از پروفایل های فیس بوک و توییتر می تواند عاملی باشد تا لینک هایی از دیگر رسانه های اجتماعی نیز وجود داشته باشد.

خواه شما در حال خرید لینک باشید، در خواست آن یا به دنبال در معرض محافل اجتماعی قرار گرفتن باشید، کلید آن بدست آوردن لینک های با کیفیت از سایت های با کیفیت در حد امکان می باشد.

#بخش پانزدهم

هرآنچه شما نیاز دارید در مورد لینک دادن بدانید

در [بهینه سازی سایت](#) لینک ها در همه اشکال و اندازه های مختلف می آیند. برخی خوب، برخی بد، برخی هم فقط وجود دارند. در بخش ۱۴ این مجموعه، ما نگاهی به آناتومی لینک داشتیم، تجزیه و تحلیل عناصر مختلف یک لینک و آنچه در آن است را میسازد. چیزهای بسیاری برای بررسی وجود دارد، زمانیکه به دنبال ارزش یک لینک هستیم، بسیاری از آنها در ارزش یک صفحه یا وب سایتی قرار گرفته اند که لینک کردن را انجام می دهند. اما در اینجا ما به دنبال لینکی با ارزش کمی متفاوت در چگونگی لینک شدنش بین دو سایت هستیم.

هنگام بهینه سازی سایت سه راه اصلی ارتباط بین سایت ها، یک طرفه، متقابل یا دو جانبه و چند راهه وجود دارد. ما نگاهی به اینها انداختیم، ارزش هایشان و اینکه این یک نوع ارتباطی است که شما باید در گیرش شوید.

لینک های متقابل

یک لینک متقابل در ساده ترین واژه، یک لینک از سایت A به B است و یک لینک برگشت از سایت B به A است. بسیاری از لینک ها کاملاً بی ربط نوشته شده اند اما بسیار ساده اند. لینک های متقابل مشکلی با خودشان ندارد. این ها همه در اجراست.

لینک های متقابل با کیفیت پایین

در بهینه سازی سایت لینک های متقابل با کمترین کیفیتی هستند که بر روی صفحاتی که بطور خاص برای لینک متقابل طراحی شده، پیدا شده اند. آنچه شما از این صفحات "منابع" بدست می آورید دسته ای از لینک های مرتبط از سایت A به یک یا ده ها وب سایت دیگر است. هدف از این ساخت صفحات "منابع" خودشان است که شما به نفع لینک برگشت به خود و یک یا بیش از ده ها وب سایت دیگر انجام می دهید.

این صفحات معمولاً آسان در نظر گرفته می شوند زیرا آنها به طور کلی ارزش کمی به بازدید کنندگان سایت به جای یک خنده خوب ارائه میدهند. اگر شما خودتان را در حال لینک به سایت بیابید که این راه را در برگشت نیز لینک می کند احتمالاً به سود شما برای توقف لینک کردن به آنها خواهد بود. لینک به شما اشاره می کند که هیچ ارزشی ندارد، با این حال توسط همکاری خودتان با آنها (از طریق لینک شما) شما می توانید سیگنالی به موتورهای جستجو ارسال کنید که شما نباید اهمیت زیادی به سایتی که به آن لینک میشوید، بد دهید.

لینک های متقابل با کیفیت بالا

با وجود باور برخی لینک ها، لینک های متقابلی وجود دارند که به شما ارزش بسیاری می دهند. لینک های متقابل کم-کیفیت برای مذاکرات لینک آسان هستند. لینک کردن متقابل با کیفیت بالا هیچ ربطی به کسی که در عوض به نفع خود چیزی بدست می آورد، ندارد.

اینها دو لینکی هستند که مستقل از یکدیگر و به سادگی ساخته شده اند چون شما و سایت "متقابل" محتوای یکدیگر را ارزشمند می یابید.

کاملاً ممکن است که یکی از طرفین بخشهای لینک هیچ نظری در مورد سایت های دیگری که به آنها لینک می شوند ندارند، چون هر لینکی که داده شده بود کاملاً براساس ارزش مطالبی است که به آن لینک داده شده بود. این به هیچ وجه از پیش مرتب شده یا هدفمند نبود.

این بدین معنا نیست که شما نمی توانید از قبل یک لینک متقابل را مرتب کنید و هنوز آن را با ارزش سازید. شما می توانید ، شما فقط نیاز دارید مطمئن شوید که این طبیعی به نظر میرسد و تا حد امکان از قبل مرتب شده نمی باشد. ارتباط و دریافت یک لینک در میان کیفیت محتوا در صفحات سایت اصلی این ترفند را میتواند انجام دهد. فقط مراقب باشید در مورد اینکه چند تا لینک متقابل همزمان نشان داده می شوند.

لینک های چند طرفه

این جاییست که برخی از طرح های لینک ها هوشمند می گردند. ما گفتیم لینک های متقابل، ارزشی ندارند، بنابراین شما باید سه یا تعداد بیشتری سایت هایی که بهم لینک می گردند را داشته باشید پس اصلاً هیچ لینک متقابل مستقیمی وجود ندارند.

در بهینه سازی سایت طرح های لینک سه راهه تمامشان برای موتورهای جستجو جهت ردیابی سخت نیستند بنابراین این برنامه های چند لینکی پیچیده تر شده اند. آخرین نسخه چرخ های لینک است. این جایی است که شبکه های سایت ها به سطح دوم سایت ها لینک می شوند و سپس به شما لینک می گردند. ده ها یا صدها "لینک یک طرفه" در میان این شبکه های چرخ لینک به سایت شما لینک می گردند.

همانند اکثر طرح های ارتباط ، این چرخ های لینک احتمالاً به ارزش بیش از کوتاه مدت، بدون هر گونه منافع واقعی دراز مدت محدود خواهند گشت.

لینک های یک طرفه

در یک نظر ارزش خالص، لینک های یک طرفه (بدون طرح ارتباط) با ارزش ترین لینک هایی هستند که شما می توانید بدست آورید. این در اکثر شرایط ، یک لینک به سایت شما از شخصی است که مطالب شما را با ارزش می یابد، لینک برگشتی را در خواست نکنید، شما نباید لینک برگشت به آنها را داشته باشید.

اگر شما مطالب خوبی داشته باشید، این نوع لینک ها تمامشان نادر نیستند. بهترین بازاریابی لینک، ایجاد یک وب سایت با ارزش است که آموزنده، مفید و آموزشی است. البته این بازاریابی از پیش فعالی نیست، به دلیل اینکه شما گزینه های بسیاری برای خرید لینک یک طرفه مشاهده می کنید.

بدون شک ، موتورهای جستجو در خرید لینک ها ناراحت هستند که به وضوح به عنوان هردو شرکت کننده بصری ویا استفاده از شرکت کننده غیر دنبال کننده تعریف نشده اند. شما در معرض خطر خرید لینکها هستید. اگر شما از واسطه ای استفاده می کنید که ادعا میکند لینک های خریداری شده را از موتورهای جستجو پنهان می کند ، به خاطر داشته باشید که موتورهای جستجو می توانند به راحتی پول خود را صرف ساختن سایت ها کنند و لینک هایی را از این شبکه های همانند خریداری کنند. شبکه پنهان مدت طولانی از موتور های جستجو پنهان نیست و آنها ممکن حتی از آنها آگاه نباشند.

همه لینک های خریداری شده بی ارزش نیستند ، اما تنها تا زمانی که لینک ها تحت رادار های موتور جستجو پرواز می کنند. این به ندرت می تواند توسط خرید لینک از یک واسطه انجام شده باشد، اما می تواند در وضعیت تک به تک انجام شود.

وقتی بهینه سازی سایت انجام می دهید توجه داشته باشید که لینک ها بخش مهمی از کمپین بهینه سازی سایت شما هستند، اما هر لینکی ارزش یکسانی را برای شما فراهم نخواهد کرد. گذشته از نگرانی هایی در مورد لینک های متقابل، چرخ های لینک یا حتی خرید لینک های یکطرفه، برو به خارج از جعبه " یک لینک برای من بدست بیاور " و در مورد ارائه ارزش به بازدیدکنندگان تان فکر کنید، که آیا ارزش لینک شدن به آن را دارد. زمانیکه شما آن را دارید، سپس راه هایی را در نظر بگیرید تا کلماتی را از مطالباتان بدست آورید جدا از آنهایی که به احتمال زیاد به آنها لینک می شوید، مشتریان شان شوید و لغات را گسترش دهید .

#بخش شانزدهم

هر آنچه شما به دانستن در مورد ساختمان لینک ها نیاز دارید .

ساختمان لینک

ساختمان لینک، ساختمان ارتباط است.

در [بهینه سازی سایت](#) دیدگاه های بسیار مختلفی برای ساختن لینک ها وجود دارد. انواع مختلفی از لینک ها در پست های قبلی مورد بحث قرار گرفته اند و در این سری شما می توانید لینک ها را در درجات مختلف خوبی بدست آورید. اما همانند بسیاری از چیزها، راه حل های تعمیر-سریع ندرتا ارزش بلند مدت عالی را فراهم می کند. آن نمی گوید که راه حل های تعمیر سریع گاهی اوقات مورد نیاز یا گارانتی شده نیستند، اما آنها به ندرت یک سرمایه بلند مدت خوب را میسازند.

یک لینک تنها مقدار بسیار مشخصی از ارزش را داراست، بسیار شبیه به ارزش آشنایی گاه به گاه است. اما مانند یک دوستی واقعی، یک ارتباط لینک بسیار بیشتر می رود و پتانسیل بسیار زیادی دارد.

در [بهینه سازی سایت](#) مفهوم ساختمان لینک هنگامی بهتر است که در ساختن روابط متمرکز شده است. شما شنیده اید که گفته شده، "وقتی به مرد یک ماهی را بدهید آن را در یک روز می خورد". به آن مرد ماهیگیری را یاد دهید تا برای یک عمر بتواند بخورد. "در همان راه" یک لینک بسازید، یک لینک را بدست آورید. یک رابطه بسازید ، تمام عمر لینک ها را بدست آورید.

راههای بسیاری برای ایجاد روابط آنلاین وجود دارد که به لینک ها ترجمه خواهد شد. سایت های رسانه ای اجتماعی مانند، توئیتر ، فیس بوک ، لینک و سایت های دیگر به شما اجازه می دهد با افرادی که علایقی شبیه به آنچه شما انجام می دهید دارند، ارتباط پیدا کنید.

این افراد را دنبال کنید و با آنها ارتباط برقرار کنید در مکالمه در موضوعی که شما می دانید آنها دوست دارند، ارتباط برقرار کنید. سعی نکنید به آنها بفروشید، برای هر چیزی سوال نپرسید، فقط با آنها صحبت کنید. این طولانی نخواهد بود قیل از اینکه تجارت رونق گیرد. و اگر چنین نباشد، آنها به احتمال زیاد شما را مورد تحقیق قرار خواهند داد و آنچه در آن است و شما انجام می دهید را می یابند. با سوال نکردن در مورد هیچ چیزی، یا حتی راهنمایی کردن مکالمه در آن جهت ، شما خودتان را با تبدیل و یا احتمالا حتی پیام یک نصیحت کننده پیدا می کنید.

چیز زیادی در مورد این انجمن ها هست زمانیکه شما می توانید با افراد متعدد روابط بسازید. اما شما باید همچنین زمانی را صرف تعامل با افرادی کنید که به خوبی در سطح فردی است .

در بهینه سازی سایت با ساخت روابط بیشتر، در نهایت شما به افراد زیادی خواهید رسید. بیشتر مردم که شما به آنها میرسید توانایی شما را برای ارتباط با آنها در سطح حرفه ای بیشتر می کند. یک دوست بسیار بیشتر شایسته رها کردن لینک برای شما هستند از اشخاصی که شما فقط ملاقاتشان کرده اید. یک دوست...بله، حتی یک دوست آنلاین.....بیشتر احتمال دارد که به پیشرفت شما کمک کند نسبت به شخصی که شما یک ایمیل خارج از آبی برای آن فرستادید.

این سیستم عامل رسانه های اجتماعی می تواند عاقلانه تعدادی زیادی ارتباط را ایجاد کند که شما قادر نخواهید بود آن را با سایر اشکال بازاریابی بدست آورید.

جاییکه لینک ها را پیدا می کنید

در بهینه سازی سایت فضاهای رسانه های اجتماعی تنها مکان برای ایجاد روابط لینک کردن نیست. کمی کار برای آن ممکن است. مکان های اندکی وجود دارند که شما می توانید تحقیقات را اجرا کنید که به شما اطلاعات طلایی را میدهد و سایت هایی برای اتصال با آنها بی که می توانند به همکاران لینک خوبی تبدیل شوند.

راهنما

راهنمایان وب مانند یاهوو سایت های دیگر مکان های خوبی برای شروع هستند. راهنما ها لیستی از وب سایت ها در طبقه بندی های مرتبط و مشابه به آنچه شما ارائه مید هید را فراهم میسازند. در میان این طبقه بندی ها نگاه کنید تا وب سایت هایی را پیدا کنید که ممکن است به نفع ارائه لینک به سایت شما باشند.

معمولا شما می خواهید از قرار گیری سایت ها در طبقه بندی های مشابه همانند خودشان اجتناب کنید ، آنها به احتمال زیاد رقبا خواهند بود.

در عوض، کسانی را که از پیشنهادات شما تعریف می کنند را پیدا کنید و کسانی مخاطبان آن خواهند شد که از لینک بهره مند شدند.

وبلاگ ها

این نسبتاً آسان است که وبلاگ هایی را پیدا کنیم که مطالبی را در مورد موضوع خود بنویسد. این وبلاگ ها یک راه عالی برای ایجاد روابط و گرفتن برخی لینک ها ارائه میدهند. با اظهار نظر دادن به پست های وبلاگ آغاز کنید، بینش و تفسیر خود را به آن بیافزایید. لینک ها را در نظرات خود رها نکنید. برگردید و به طور متوالی نظر دهید و با پوسترها و نظر دهندگان دیگر آشنا شوید.

در بهینه سازی سایت همچنان که شما به ارائه یک بازخورد خوب برای کسانی که نظرات را می خوانند ادامه میدهید به رسمیت شناختن نام خود را آغاز خواهید کرد و لینکی را که به نام شماست و به وب سایت شما باز می گردد را دنبال کنید. با دنبال کردن لینک "طبیعی" به شما ممکن میشود.

شما همچنین می توانید فرصت های پست -مهمان را نیز جستجو کنید. زمانیکه شما خود را به عنوان مطلع در مورد موضوع می گمارید. این پست های وبلاگ عموماً با یک زیستی می آید که شما می توانید آن را برای لینک برگشت به سایت یا وبلاگ خود استفاده کنید.

فایل ورود به سیستم

هنگام بهینه سازی سایت جستجو از طریق فایل ورود به سیستم سرور شما ، اطلاعات زیادی به شما درباره افرادی که می آیند و شما را ملاقات می کنند، می دهند. یکی از چیزهایی که شما می توانید جستجو کنید این است که مردم از چه وب سایت هایی برای پیدا

کردن شما استفاده می کنند. از این برای یافتن وب سایت هایی که منجر به ترافیک بیشتری می شوند، استفاده کنید و وب سایت های مشابه را برای فرصت های لینک کردن دنبال می کنند.

موتور های جستجو

و بالاخره، بارزترین راه برای یافتن لینک ها، موتورهای جستجو هستند. با استفاده از این موتورها، جستجوی لغات کلیدی را انجام دهید و کلماتی را بکاربرید که تمایل به لینک کردن را نشان می دهند. کلماتی مانند فهرست، ارائه لینک، اضافه کردن لینک و دیگران به شما کمک می کنند تا به سرعت سایت هایی را پیدا کنید که به دنبال اضافه کردن سایت شما به لیستشان از منابع مهم هستند.

شما همچنین می توانید با استفاده از موتورهای جستجو به سادگی سایت هایی را در صنایع مرتبط پیدا کنید. بسیار شبیه به سایتی که در راهنماها پیدا کرده اید. این نتایج سایت های اضافی را که قبلاً یافت نمی شدند را فراهم خواهد کرد که ممکن است فرصت های خوبی برای ساخت روابط ایجاد کند.

لینک ها یکی از مهمترین جنبه های ضروری برای جستجوگر ها ی موفق هستند اما راه یک جانبه برای انجام صحیح آن وجود ندارد. بسیاری از راه ها که می تواند کاوش گردد وجود دارد و بسیاری از فرصت های لینک کردن در انتظار کشف خود هستند.

قرار دادن همه اینها باهم

در بهینه سازی سایت موتور های جستجو مخصوصاً برای انجام دشوار نیست، اما زمان بر است و نیاز به دانش کافی برای کمک به شما برای شروع مسیری جهت یادگیری شما دارد. بسیاری از کسب و کارهای کوچک برای ذخیره پول توسط انجام موتورهای جستجو ی خوشان سعی خواهند کرد و آنها می توانند موفق شوند. تا زمانی که آنها زمان مورد نیاز را نه تنها برای دستیابی به دانش بلکه اجرای آن به خوبی داشته باشند.

این مجموعه تحت پوشش اساسی ترین جنبه های موتورهای جستجو است، اما باید به اندازه کافی شما را در مسیر صحیح هدایت کند.