

## اصول اساسی سئو و بسایت شما

با سلام، با مطلب دیگری در مورد اصول اساسی سئو در خدمت شما همراهان عزیز هستیم اگر شما نیز از کسانی هستید که کسب و کار جدیدی راه اندازی کرده اید ولی هنوز قصد استخدام یک متخصص سئو را ندارید و هدفتان بهینه سازی سایتتان برای موتورهای جستجو مخصوصاً گوگل می باشد بهتر است در ابتدا مطلبی که چندی پیش بر روی سایت قرار گرفت را مطالعه کنید:

راستی قبل از اینکه سراغ اصل مطلب بریم یه جمله که خیلی از سئو کارها میگویند رو نقل قول کنم "بهترین محل برای دفن یه جسد صفحه دوم گوگل!" این جمله خودش به تنهایی اهمیت سئو و بهینه سازی وبسایتتون رو نشون میده؛ حال به سراغ مطلبی که امروز برایتان آماده کرده ایم می رویم: جان راگنرود، کارشناس سئو و بازاریابی آنلاین در کتابش با عنوان "راهنمای نهایی برای بهینه سازی وبسایت شما"، نشان می دهد که چگونه وبسایتی مفید داشته باشید و در جستجوی گوگل به رتبه های بالا دست بیابید. در این مطلب قصد داریم به صورت اجمالی و خلاصه به آموزش نحوه بهینه سازی سایتتان بپردازیم.

هدف از بهینه سازی موتور جستجو این است که نه تنها عنکبوت های موتور جستجو، سایت و صفحات شما را پیدا کنند، بلکه به صفحه ی مربوطه رتبه ی بالایی بدهد تا در صدر نتایج موتور جستجو دیده شود. فرآیند بهینه سازی و سئو، فرآیندی یک باره نیست بلکه به بررسی و نگهداری، تنظیم کردن، و آزمون و نظارت مداوم نیاز دارد.

در ادامه مطلب به بررسی ۴ مرحله اساسی که برای سئو سایتتان ضروری است می پردازیم:

### مرحله ۱: تجزیه و تحلیل بازار هدف

- **تجزیه و تحلیل وبسایت:** تجزیه و تحلیل محتوا، کلیدواژه ها، کدها و متن قابل مشاهده به منظور تعیین اینکه وضعیت شما تا چه اندازه برای موتورهای جستجو مطلوب است. مثلاً در یک صفحه در مقایسه با متن، چقدر کد دارید؟ برای بررسی این مورد سایتها و سرویس های مختلفی فعالیت می کنند که از جمله آنها می توان به وبسایت اسمال سئو تولز اشاره کرد. برای استفاده از سرویس وبسایت مد نظر تنها کافیست لینک وبسایت خود را در قسمت جستجو وارد نمایید و سپس نسبت کد به متن خود را مشاهده کنید.
- **تجزیه و تحلیل رقابتی:** بررسی کلیدواژه های محتوایی و رتبه های فعلی وبسایت های رقیب در موتور جستجو جهت تعیین یک راهبرد مؤثر برای رسیدن به جایگاه مناسب در موتور جستجوی مورد نظر. برای شروع می توانید کلیدواژه هایی را که قصد رقابت در آنها را دارید در گوگل سرچ نمایید، سپس سایت هایی که در صفحه ی اول نمایش داده می شوند را مورد بررسی و آنالیز قرار دهید برای اینکار می توانید از ابزارهایی مثل <https://www.semrush.com> و <http://www.keywordspy.com> استفاده کنید.
- **مشخص کردن کلیدواژه هدف:** ایجاد فهرستی اولویت بندی شده از واژه های جستجوی مورد نظر که به پایگاه مشتریان و بخش بازار شما مربوط می شوند، برای اینکار بهتر است از اطمینانتان بپرسید برای جستجوی کسب و کار شما در گوگل چه مواردی را جستجو می کنند و سپس تمرکز خود را بر روی مهم ترین آنها بگذارید.

### مرحله ۲: جستجوی کلیدواژه و توسعه

- **تجزیه و تحلیل کلیدواژه:** از میان لیست کلیدواژه هایی که در مرحله قبل فهرست کردید، فهرست حاوی کلیدواژه ها و عبارات اصلی و مدنظران را شناسایی کنید. فهرست های رقبا و دیگر منابع مرتبط را مرور نمایید. سعی کنید با استفاده از

لیست کلیدواژه‌های اساسی که در اختیار دارید فضای رقابت در هر کلید واژه را بیابید. کلیدواژه‌ها و عبارات، جمع‌ها، مفردها و غلط‌های املایی را اولویت‌بندی کنید. (اگر کاربران جستجو اغلب کلیدواژه‌ای را غلط می‌نویسند، می‌بایست آن را شناسایی کرده و به کار ببرید به طور مثال اگر عبارت "یهلهنشمش" را جستجو نمایید وبسایت دیجی کالا را در نتایج جستجو مشاهده می‌کنید.) لطفاً به خاطر داشته باشید که گوگل سعی خواهد کرد واژه‌ی موردنظران را اصلاح کند، پس با دقت از آن استفاده کنید.

- **ارزیابی رتبه بندی پایه.** باید بدانید در حال حاضر در چه جایگاهی هستید تا رتبه بندی آینده‌ی خود را به‌درستی ارزیابی کنید. برای شروع این فرآیند، با یک برگه‌ی ساده‌ی اکسل کار خود را آغاز کنید. در آغاز بررسی را هفتگی انجام دهید. وقتی روی روال افتادید، بررسی را هر ۳۰ یا ۴۰ روز انجام دهید. باید شاهد پیشرفت در ترافیک وبسایت خود باشید که شاخص اصلی پیشرفت نرخ تبدیل بسیار مهم‌ترند، ولی ما از رتبه بندی نیز به عنوان یک شاخص مهم دیگر استفاده می‌کنیم.

- **اهداف و مقاصد.** اهداف خود را از قبل به روشنی تعریف کنید تا بتوانید چشم انداز درستی نسبت به آنچه قرار است به آن برسید داشته باشید لازم نیست این مرحله را سخت بگیرید، اما از این مرحله نگذرید. مثلاً تصمیم دارید ترافیک وبسایت خود را از پایه‌ی فعلی ۱۰۰ بیننده در روز به ۲۰۰ بیننده در طول ۳۰ روز آینده برسانید. یا شاید بخواهید نرخ تبدیل فعلی خود را در بازه‌ی زمانی مشخصی از یک درصد به دو درصد بهبود بخشید. برای این کار بهتر است در ابتدا به بررسی صفحاتی از وبسایتتان که پتانسیل بیشتری برای جذب مشتری یا بازدید دارند پردازید برای اینکار می‌توانید از سرویس وبمستر گوگل استفاده نمایید، در قسمت Impressions که خود در قسمت Search Analytics می‌توانید عباراتی را که دیگران در گوگل با جستجوی آن سایتتان رو مشاهده کرده اند ببینید (لزوماً بر روی سایت شما کلیک نکرده اند) و با برنامه ریزی مناسب برای این کلمات جایگاه خود را بهبود بخشید.

### مرحله ۳: بهینه سازی محتوا و انتشار آن

- عنوانی که برای صفحات و مطالب انتخاب می‌کنید بسیار مهم اند، سعی کنید عناوینی را انتخاب کنید که در موتورهای جستجو بیشتر مورد جستجو قرار می‌گیرند، لازم نیست عنوانتان کاملاً مشابه آنها باشد! برای اینکار نیز می‌توانید از برنامه های مختلفی استفاده نمایید ، یکی از این سرویس‌ها گوگل ادز می‌باشد که می‌توانید جایگاه کلمات برتر را با استفاده از آن بیابید.

- کلید واژه‌های خود را مشخص کنید، لازم است بدانید گوگل همانند قدیم به کلیدواژه‌ها اهمیت زیادی نمی‌دهد ، پس سعی کنید تعداد کمی کلیدواژه‌ی مناسب را برای هر مطلب ایجاد نمایید و به ضروری‌ترین کلیدواژه‌ها بسنده کنید! زیرا ایندکس تگ‌های زیاد و بالا رفتن تعداد ایندکس‌های شما در گوگل لزوماً به نفع شما نیست!

- کلیدواژه‌های منتخب عنوان شده در قسمت قبل را در محتوای موجود در صفحات موردنظرتان بگنجانید. اطمینان حاصل کنید که دستورالعمل پیشنهادی مبنی بر وجود یک تا سه کلیدواژه به ازای هر صفحه محتوا را اعمال کرده و جهت تکمیل این فهرست، صفحات بیشتری اضافه کرده‌اید. مطمئن شوید کلمات مربوطه طوری اعمال شده‌اند که به شکل طبیعی حاوی کلیدواژه‌های شما باشند. این کار به موتورهای جستجو کمک می‌کند به‌سرعت بفهمند این صفحه درباره‌ی چیست. داشتن رویکرد طبیعی نسبت به این کار، بهتر جواب می‌دهد. در گذشته گنجاندن ۱۰۰ تا ۳۰۰ کلمه در یک صفحه توصیه می‌شد. آزمایش‌های بسیاری نشان می‌دهند که صفحات حاوی ۸۰۰ تا ۲۰۰۰ کلمه می‌توانند از صفحات کوتاه‌تر پیشی بگیرند.

- نقشه سایت‌های جدیدی برای گوگل تهیه کنید. بایگانی کردن وبسایتتان را برای موتورهای جستجو ساده‌تر کنید. هر دو نسخه‌ی XML و HTML را ایجاد نمایید. نسخه‌ی HTML قدم اول است. نقشه سایت‌های XML می‌توانند به‌سادگی از طریق ابزارهای وبمستر گوگل ارائه شوند، اگر سایتتان بر روی سیستم مدیریت محتوای وردپرس بارگذاری شده است

می‌توانید از افزونه‌های زیادی که در این جهت ساخته شده است استفاده کنید ، پیشنهاد ما به شما افزونه ی XML Sitemap Generator for WordPress می باشد که می‌توانید با جستجوی آن در قسمت افزونه‌ها به راحتی آن را نصب و فعال نمایید.

#### مرحله ۴: آزمایش کردن و سنجش مداوم

- **آزمایش و ارزیابی وبسایت** :رتبه‌بندی‌های موتور جستجو و ترافیک وب را تجزیه و تحلیل کنید( می‌توانید از فایل اکسلی که تهیه کردید استفاده نمایید) تا اثربخشی برنامه‌ها و افزونه‌هایی را که نصب کرده اید تعیین کنید. نتایج تغییرات را بیازمایید، و تغییرات ردیابی شده را در یک صفحه گسترده‌ی اکسل، یا هر چیزی که با آن راحتید نگهداری کنید. شما می‌توانید از این لیست به مواردی از جمله کارا بودن یا نبودن افزونه و روش استفاده شده پی ببرید و اقدامات لازم را انجام دهید.
- **حفظ و نگهداری** :سعی کنید در استفاده از کلیدواژه‌ها و عناوین مطالبتان به روز باشید! در غیر این صورت هر لحظه امکان دارد سایت‌های دیگر که به روز ترند جایگاه شما در گوگل را تصاحب کنند و باعث افت شدید آمار بازدید سایت شما شوند. به‌علاوه لازم است برای لینکهایتان استراتژی خاصی داشته باشید! اینکه در یک مطلب چه میزان لینک داخلی و خارجی باید قرار داشته باشد، یا اینکه چگالی انکر تکست‌های شما به چه صورت است را باید در استراتژی لینکهایتان اعمال کنید و با بازنگری و ویرایش آن به بهترین حالت ممکن دست یابید.

اگر قسمتی از مطلب رو متوجه نشدین یا به هر دلیل راهنمایی بیشتری خواستین میتونین از طریق کامنتها سوالتون رو بپرسین تا در اسرع وقت بهشون جواب بدیم. راستی یادتون نره سئو یکی از اساسی‌ترین موارد و ملزومات یه سایتته! جمله اول مطلب رو یادتون نره و برای سئو سایتتون همین الان اقدام کنین. موفق باشین( :

