



چطور یک شرکت سئو را انتخاب کنیم

راهنمای ساده و جامعه

شما می توانید حتی با حذف نام نویسنده و منتشر کننده و بدون کسب اجازه از نویسنده به هر نحوی از کل و یا بخشی از این محتوا استفاده کنید.

کلیه حقوق مادی و معنوی این کتاب برای جامعه بازاریابی الکترونیک ایران و خود شما محفوظ است.

درباره نویسنده :

سید علی علیزاده

مدیر و مؤسس تیم وب برندینگ

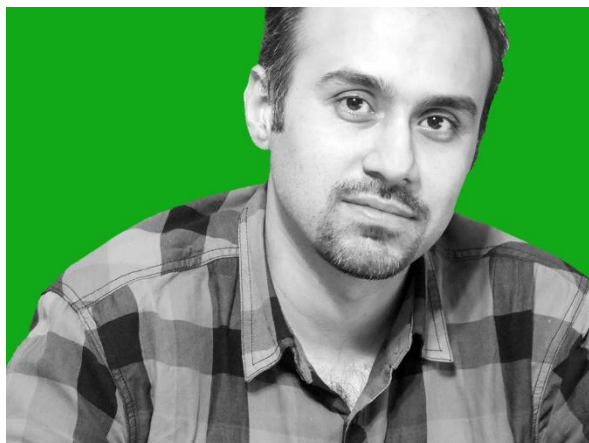
کارشناس بازاریابی اینترنتی و محقق در برند سازی اینترنتی

مشاور و مجری بسیاری از پروژه های وب فارسی

مدرس و سخنران در حوزه بازاریابی اینترنتی و برند سازی

اینترنتی و رفتارشناسی مشتری در وب

8 سال تجربه موفق در وب فارسی



ز روز شروع سئوی منفی بر روی وب سایت [وب برندینگ](#) ، هر هفته تعداد زیادی ایمیل مبنی بر این مورد دریافت می کنیم که ما با چه اعتبار و چه مقیاسی و در بازاری که هیچ سر رشته ای از آن نداریم و کلاشی در آن حرف اول را می زند ، یک پیمانکار یا یک شرکت سئو را انتخاب کنیم ؟ تصمیم گرفتم یک راهنمای ساده و جامع برای شما که در این امر دچار مشکل شده اید آماده نموده و در ایم من کمکی هرچند کوچک داشته باشم.

مقدمه :

واقعا دلم از این آقایون به اصطلاح سئو کار خون شده ! متاسفانه اسم همه را کنار هم می نویسنند!

چند روز پیش یکی از دوستان که از طریق لینکدین با هم آشنا شده بودیم به دفتر ما برای عقد قرار داد آمده بود. مشغول گپ و بودیم که پروپوزال یکی از شرکت های سئو و طراحی سایت ایران را در بین مدارکش دیدم. اجازه گرفتم و نگاهی به این پروپوزال کردم.

جالب بود این شرکت دقیقا از پروپوزال قدیمی من + اندکی تغییرات در بخش سئو استفاده می کرد. پروپوزالی که حاصل 8 سال تجربه شخصی من بوده و حتی بیست درصد قول های آن برای ایشان حتی قابل فکر کردن هم نبود. من از این دوست عزیز خواهش کردم که داشتن مراجعه را برای من تعریف کنند. ایشان کلمه طراحی سایت را در گوگل جستجو کرده بودند و به یکی از این شرکت ها سری زده بودند. برای من تعریف کردند که در روز جلسه ایشان بعد از اندکی صحبت و تعریف از خود در جواب سئوالات من در مورد سئو به من گفتند که **پدر سئوی ایران** تا چند لحظه دیگر تشریف می آورند و با ایشان ملاقات می کنید و وقتی ایشان را دیدم عرض کردم آقای شما چند سال دارید که پدر سئوی ایران شدید؟ و ادامه ماجرا جالب بود که از حوصله ما خارج است.

وقتی یکی از قدیمی ترین و یکی از چهره های سئوی ایران در پروپوزال سئوی خود به صراحت اعلام می کند در صورت عدم کسب رتبه با سئوی منفی رقیب را از گردونه خارج می کند دیگر چه انتظاری از جوان ترها دارید؟ انتخاب بسیار مشکل می گردد.

شما با شرکت های عجیب و قریبی سر و کار دارید.



چند خط از پلن های سئوی این دوستان را برای شما عینا از پروپوزال دوستم کپی کردم :

نقل قول مستقیم : "

طرحی SEO STANDARD (حتی انقدر سواد و دقت نداشته اند که بنویسند طرح ننویسند طرحی !)

1. آنالیز اولیه (امیدوارم ارائه کنند)
 2. گزارش ماهانه دقیق از وضعیت وب سایت. (هیچ وقت ارائه نمی شود)
 3. تضمین 100٪ سئو و رتبه صفحات سایت در صفحه اول موتور جستجو. (قول همیشگی دوستان کلاه سیاه)
 4. عدم وجود محدودیت در کیوردها. (یعنی سایت فروش یخچال را در کلمه آپارتمان بالا می آورند !)
 5. Index شدن صفحات سایت چند ساعت. (؟)
 6. سئو بلاگ های مرتبط جهت پشتیبانی حفظ رتبه در صورت بروز هر گونه مشکل. (یعنی چی ؟)
 7. مدت زمان این طرح 360 روز می باشد.
 8. افزایش رتبه تمامی صفحات سایت به صورت نامحدود (من حرفی ندارم !)
 9. شروع افزایش رتبه صفحات سایت 24 روز پس از اعمال تغییرات ساختاری وب سایت (کلا صحبت های مربوط به Sand Box و توالی به روز رسانی صفحات در گوگل و آپدیت سرور های پاسخی همگی داستان بوده ! کاش برای من کار می کردند)
 10. افزایش PageRank (تا چند؟ چند تا لینک می خرید؟)
 11. افزایش ترافیک هدفمند از موتور های جست و جو (به به)
 12. حذف رقا از طریق سئو منفی در صورت امکان
 13. تبلیغات در وب سایت های معتبر، شبکه های اجتماعی ، تالارهای گفتگو و (هر کدام یک قاشق غذا خوری)
 14. آموزش سئو به پرسنل مسئول (قول داده اند)
 15. طراحی و سئو 2 وب سایت و یک بلاگ تخصصی
- لازم به ذکر است تمام فعالیت ها با هزینه ذکر شده صورت میگیرد و هیچ هزینه دیگر را در بر نخواهد داشت. در طرح های استاندارد در صورت عدم مشکل فنی در ساختار سایت و یا هاستینگ شما افت رتبه شدید نخواهید داشت.
- هزینه یکساله : 26.000.000 تومان

پایان نقل قول "

با حضور چنین افرادی که در بازار که خود را **پدر سئوی ایران** نیز می نامند، بر آن شدم این چند خط را برای راهنمایی آن عده از دوستان که در بلا تکلیفی انتخاب شرکت و یا پیمانکار سئوی خود هستند بنویسم شاید کمکی در این راستای موفقیت سازمان شما کرده باشم.

از اینجا شروع می کنیم.....

بازاریابی اینترنتی روندی بسیار سریع داشته و هر روز در حال تغییر است. به خاطر رقابت بسیار زیاد بین وب سایت ها و الگورتیم های موتورهای جست و جو که همیشه در حال تغییر هستند، بسیاری از شرکت ها ناچار به ارائه خدمات متفاوتی هستند. اکثر افراد نمی دانند به دنبال چه کسی بگردند. یا اینکه چه سوالاتی از **شرکت های سئو** بپرسند. شما می توانید با استفاده از نکات زیر بهترین شرکت سئو را برای وب سایت خود انتخاب کنید.

فعالیت سئو برای موفق شدن به مدت زمان زیادی نیاز دارند. انتخاب کردن شرکت سئوی مناسب بسیار به اعتماد و آمادگی شما در فعالیت های طولانی مدت بستگی دارد. بنابراین شما باید بدانید چه فعالیت های در رسیدن به موفقیت در **سئو** الزامی هستند و برای افزایش اطمینان شرکت ها را از نظر انجام این فعالیت های الزامی بررسی کنید. هر کسی می خواهد که کمپین ویرال داشته باشد و ترافیک عظیمی را به خود جذب کند (**اگر در مورد بازاریابی و پروسی چیزی نمی دانید اینجا کلیک کنید**)، اما واقعیت این است که تعداد کمی می توانند چنین چیزی را تجربه کنند؛ همین طور اگر چنین اتفاقی برای آنها رخ دهد، این تجربه معمولا زودگذر بوده و تکرار آن کار سختی است. تصمیم گیری درست در زمان انتخاب شرکت سئو به کمی تعقل و پیگیری روش های سئو مثبت نیاز دارد. چک کردن پیش زمینه شرکت مطالب زیادی را به شما بیان خواهد کرد. همیشه توجه داشته باشید که شرکت سئوی شما، مشخص کننده موفقیت یا شکست فعالیت های تجارت اینترنتی شما محسوب می شود.



کمی تحلیل درباره وضعیت و سایت شما در موتور های جستجو

قبل از انتخاب شرکت سئو شما باید بدانید عملکرد فعلی سایت شما چطور است و چه رتبه ای در رتبه بندی موتورهای جست و جو دارد. انجام تحلیل های پایه از سایت برای رسیدن به این اطلاعات بسیار مفید خواهد بود. شما می توانید با استفاده از

ابزارهای مجانی مانند گوگل وب مستر و غیره به راحتی عملکرد خود را تحلیل کنید. بدین وسیله شما می توانید نقطه نظر گوگل نسبت به جنبه های متفاوت وب سایت را مشخص کنید. این تحلیل به شما نشان می دهد که کلمات کلیدی شما عملکرد درستی دارد یا خیر، یا اینکه مشکلی در لینک های سایت وجود داشته است یا خیر و یا اینکه مسایل دیگری که نقاط ضعف و قوت شما را مشخص می کنند را معلوم نمایید.

نیازهای خود را بشناسید

بعد از تحلیل پایه از سایت تان باید مشخص کنید نیازهای سایت شما در محدوده سئو کدام است. تحلیل های پایه به مشخص کردن بعضی از نیازهای فوری وب سایت شما کمک می کند. شما باید نیازهای موجود در نتایج تحلیل را بررسی کرده و اولویت هر کدام را مشخص کنید. برای مثال تحلیل می تواند به چنین سوالاتی پاسخ دهد که "چرا بازدید کننده در سایت باقی نمی ماند"، یا اینکه "آیا شما باید ترافیک سایت را افزایش دهید؟". شما در مرحله بعد مشخص می کنید که مثلا بهتر است اول ترافیک افزایش پیدا کرده و سپس [طراحی سایت](#) تغییر پیدا کند تا افراد بیشتر جذب وب سایت شوند و یا بالعکس شما در حال حاضر ترافیک مناسبی دارید و بهتر است کاری کنید که افراد جذب وب سایت شما شوند. بعد از تعیین اولویت نیازها شما یک برنامه خلاصه شده از شرایط و نیازهای شرکت خواهید داشت که به شما کمک می کند [شرکت سئو یا پیمانکار بهینه سازی](#) بهتری را انتخاب کنید. شرکت های سئویی برای شما مناسب خواهند بود که بتوانند به سوالات اولویت بندی شده شما به بهترین نحو پاسخ دهند.

وضعیت مالی خود را در نظر داشته باشید.



صرفه جویی در هزینه ها یکی از عوامل فشار است که همیشه در مدیریت تجارت باید در نظر گرفته شود. اکثر افراد به شرکت هایی مراجعه می کنند که پول کمتری درخواست می کند. اما شما باید توجه داشته باشید که قیمت های پایین تر، اکثر اوقات به معنای عملکرد با کیفیت پایین تر است. به همین دلیل تصمیم قطعی بر اساس چنین فاکتوری یک اشتباه بزرگ محسوب می شود. هیچ شرکت سئویی نمی تواند دسترسی به نتایج عالی را تضمین کند زیرا الگوریتم موتورهای جست و جو مدام در حال تغییر است. شرکت ها نمی توانند به طور قطعی تغییرات موتورهای جست و جو را پیش بینی کنند. برای همین است که شما باید در انتخاب شرکت های سئو بسیار دقت کنید. شما نمی خواهید پس از صرف هزینه، با شرکتی کار کنید که باعث عدم تغییر یا افت فعالیت های بازاریابی اینترنتی شما می شود. بنابراین شما باید شرکت هایی را پیدا کنید که بیشترین احتمال موفقیت را برای شما به همراه دارند(نه اینکه تنها این جمله را در تبلیغات خود بیان کنند). معمولا شرکت های سئو از روش های متفاوتی برای نشان دادن کار خود استفاده کرده و بدین روش به شما تضمین می دهند.

هر شرکتی که قول افزایش عملکرد به خاطر بهینه سازی موتورهای جست و جو می دهد، ریسک بزرگی می کند زیر مشتریان خصوصیات و عملکرد متفاوت داشته و الگوریتم ها نیز مدام در حال تغییر هستند. در ضمن این شرکت ها باید با استفاده از پیش بینی نسبی آینده موتورهای جست و جو فعالیت هایی را انجام دهند تا بتوانند موفقیت دست پیدا کنند. در غیر این صورت آنها هزینه کل خدمات خود را دریافت نخواهند کرد.

استفاده کردن از خدمات شرکت های سئو ارزان به قیمت هدر رفتن زمان، هزینه ها، سوددهی و مشتریان است. هر چقدر شما تحلیل جامع تر و هوشمندانه تری از وضعیت اینترنت، شرکت خودتان و شرکت های سئو داشته باشید، بهتر می توانید شرکت سئویی را انتخاب کنید که باعث شکوفا شدن فعالیت های بازاریابی اینترنتی شما می شود.

شما باید مشخص کنید که در ازای صرف هزینه، چه خدماتی به شما ارائه خواهد شد. بدین وسیله می توانید درک کنید که خدمات شرکت های متفاوت چه ارزشی برای شما خواهد داشت.

شرکت سئویی را انتخاب کنید که بیشترین تطابق را با خواسته های شما دارد!

شرکت های بزرگ سئو همیشه بهترین گزینه برای تجارت شما محسوب نمی شوند. در بعضی از موارد، ممکن است شما برای فعالیت هایی هزینه پرداخت کنید که سایت شما هیچ نیازی به آنها ندارد. بعضی اوقات ممکن است شما یک مشتری بسیار کوچک برای یک [شرکت بازاریابی اینترنتی بزرگ](#) بوده و بنابراین آنها توجه زیادی به شما نکنند. در موارد افراطی بالعکس نیز سئو کاران آزاد و شرکت های کوچک وجود دارند. اگرچه این خدمات ممکن است بسیار ارزان باشد، اما آنها تجربه هم اندازه با شرکت های بزرگ را ندارند. شما ممکن است به خاطر قیمت، یک شرکت کوچک را انتخاب کنید، اما اگر کارکنان آن دانش کافی را نداشته باشند، نتیجه به جای ارتقای سطح عملکردی شما، باعث ضعف و هدر رفتن پول و زمانتان خواهد بود. برای همین است که شما باید بین قیمت و دانش شرکت یک تعادل ایجاد کنید تا بتوانید به مناسب ترین شرکت دست پیدا کنید. شما باید شرکتی را انتخاب کنید که ترکیبی مناسب از فعالیت های سئو را ارائه کرده و تنها به یک جنبه مانند لینک بیلدینگ یا محتوا توجه نمی کند. مطمئن شوید که شرکت الزامات فنی، قدرت مدیریت محتوا، لینک سازی و تجربه کاربر کافی برای خدمات رسانی به سایت شما را دارد.

شفافیت اهمیت ویژه ای دارد.

بسیار مهم است که شریک شما شفافیت را در تمام مراحل کاری حفظ کند. در این رابطه باید شما ببینید که شرکت مورد نظر زیر را صادقانه به شما بیان می کند یا خیر:

- تعداد کلمات کلیدی
- دسترسی به اطلاعات ورودی اکانت هایی که برای لینک بیلدینگ و سایر فعالیت های تنظیم شده اند.
- مطمئن شوید که شفافیت و جزئیات در تمام گزارشات عملکردی شرکت وجود داشته باشد.

یکی از چیزهایی که باید حتما قبل از انتخاب شرکت چک کنید، پیگیری گزارشات و اسناد موجود در رابطه با شرکت است. بعد از انتخاب چندین شرکت مناسب، شما باید سابقه شرکت ها را بررسی کرده و ببینید کدام شرکت برای شما مناسب تر است. بسیار مهم است که بعد از انتخاب شرکت، نسبت به آن تعهد داشته باشید. مطمئنا شما نیز انتظار دارید که این شرکت متعهدانه با شما همکاری کنند. مرحله بعدی مذاکره با آن شرکت در مورد بودجه است. هیچ وقت بودجه بسیار کم را پیشنهاد نکنید. اگر شرکت مورد نظر شما خوب است، بهتر است تعهد طولانی مدت



نسبت به آنها داشته و با آنها همکاری کنید.

سئو صنعتی بسیار متغیر است و تغییرات اساسی را در تاریخ خود به جای گذاشته است. این مسئله باعث می شود افراد در انتخاب شرکت های سئو در حال حاضر که این سرعت چند برابر شده است، موقعیت سختی پیدا کنند. صنعت سئو ترکیبی متفاوت از تاکتیک های سئو را ارائه می کند. بسیاری از این روش ها هنوز نیز به عنوان روش های قابل انجام فروخته می شوند، اما تغییرات سریع و قابل توجه الگوریتم های موتورهای جست و جو مانند گوگل در سال 2013 باعث شده است که خدمات رسانی سئو در بسیاری از شرکت ها زیر سوال برود.

بیان این مسئله که ما وب سایت شما را به رتبه بالایی در موتور جستجو می رسانیم بسیار ساده تر از انجام چنین کاری است.

کسب رتبه در صفحه اول بسیار مهم است!

طراحی و عملکرد موثر صفحه اول (البته در صفحه لندینگ) از اولویت های اصلی فعالیت های بازاریابی اینترنتی محسوب می شود. این کار یعنی انجام ترکیبی از فعالیت ها شامل بهینه سازی محتوا، رسانه، ساختار وب سایت، لینک بیلدینگ و غیره که لیستی بسیار طویل از فعالیت های گوناگون است. بهینه سازی استاندارد با استفاده از روش های معمول و شناخته شده شامل اضافه کردن کلمات کلیدی و تگ، و همین طور استفاده از رسانه های اجتماعی برای افزایش شهرت سایت می شود. در روش های قدیمی که "بهینه سازها" استفاده می کردند، نتایج سریعا مشخص شده و این نتایج بسیار قابل توجه بودند. یکی از ادعاهای گذشته این افراد رسیدن به رتبه اول طی یک ماه بود. با اینکه الگوریتم ها بسیار تغییر پیدا کرده اند، اما باز هم در بعضی از جاها هنوز چنین ادعایی وجود دارد. اما این نوع بهینه سازی مدت زمان زیادی اثر بخش نبوده و نیستند. این نوع بهینه سازی ها به نام سئوی منفی شناخته می شود و علاوه بر نتایج قابل توجه کوتاه مدت، شما هزینه انجام چنین کاری را در طولانی مدت پرداخت خواهید کرد. این هزینه به معنای از دست دادن اعتماد مشتریان متعهد و همین طور تعداد زیادی مشتری معمولی شماست. اگر شما از چنین روش هایی استفاده کنید، موتورهای جست و جویی مانند گوگل، بعد از آپدیت شدن شما را به عنوان تجارت غیر قانونی اعلام کرده و شما باید

توان این موضوع را بوسیله اصلاح کار خود (علاوه بر افت قابل توجه رتبه در جست و جو ها)، یا حتی ممنوعیت فعالیت پرداخت کنید.

انواع متفاوت شرکت های سئو

در حال حاضر شرکت های سئو متفاوتی وجود دارند. ما سعی کرده ایم رایج ترین نوع این شرکت ها را برای شما توضیح دهیم:

بازفروش ها

این شرکت ها در بستن قرارداد بسیار قوی عمل می کنند، اما از آنجا که صد در صد کار آنها به صورت اوت سورس است، هیچ جایی برای انعطاف پذیری خدمات وجود ندارد. آنها تمرکز زیادی بر PPC (تبلیغات Pay Per Click) و ادعاهای بزرگی می کنند. تمرکز اصلی عملکرد این شرکت ها بر افزایش ترافیک است تا اینکه سئو انجام دهند.

قدیمی های کوکی!

شرکت های بزرگ که مشتریان زیادی در گذشته داشته اند، معمولا چنین شرکت هایی هستند. این شرکت ها در نشان دادن سابقه فعالیت های سئو خود بسیار قوی بوده و با استفاده از اسلاید های سئو که ظاهری زیبا دارند گزارش هایی پیچیده به مشتریان ارائه می کنند تا آنها را به خود جذب کنند. این شرکت ها معمولا دانش کمی از نظر روندهای جدید این صنعت شامل تغییرات الگوریتم ها دارند.

تقلید کننده ها

این شرکت های سئو معمولا اندازه متوسط داشته و سعی می کنند شبیه شرکت های سئو بزرگتر باشند. هدف اصلی آنها کسب رتبه بالا در لیست های سئو موجود و سر و صدا به پا کردن است. هدف نهایی آنها نیز رسیدن به شهرت و سود بیشتر است؛ این مسئله بعضی اوقات به قیمت عملکرد متوسط مشتری یا نتایج کوتاه مدت است. این شرکت گزارشات سئویی مانند شرکت های بخش بالا



دارند و به نوعی می توان آنها را شرکت تقلید کننده نام نهاد.

همسایه ی پسر خاله من

این نوع خدمات در واقع توسط یک فرد انجام می شود که معمولا طراح وب سایت بوده و این فعالیت به عنوان منبع درآمد دوم وی محسوب می شود. این افراد قدرت سخنوری بالایی دارند و بعضی از راهبردهای پایه سئو را مطالعه کرده اما دانش و منابع لازم برای دسترسی به نتایج پایا را ندارند. یکی دیگر از نقاط ضعف این شرکت ها عدم توانایی استفاده از تکنولوژی های سئو است که شرکت های متوسط و بزرگ استفاده می کنند.

شرکت همسایه ی پسر عموی من

این شرکت ها در واقع شرکت های سئوی بوتیک مانند هستند که معمولا در اطراف شرکت خودتان آنها را مشاهده می کنید. این افراد معمولا با تعداد محدودی در تماس هستند که به آنها اجازه می دهد میزان محدودی فعالیت داشته و ورشکست نشوند. این شرکت ها مدل کمی رسمی تر همسایه پسر خاله من هستند و تنها به طراحی و بازاریابی برای بقای خود بسنده می کنند. این افراد تجربه کمی در مورد سئو دارند.

کتاب دار ها

این هم یک قشر از بازار هستند. همه این دوستان دارای کتب زیادی در مورد سئو هستند و انتخاب ایشان بسیار به نظر عقلایی می رسد. تمام این دوستان بد نیستند ولیکن 90 درصد ایشان نیز از ترجمه کتاب های خارجی استفاده می کنند. ایشان همان همسایه ها هستند که پیشرفت کرده اند و همان کتابی را که مطالعه کرده اند ترجمه و تایپ کرده اند و دعا کنید مثل روش های کتاب هایشان جلو بروند! (البته همه کتابدار ها را نمی شود زیر یک سقف برد ولیکن بسیار باید به این قشر دقت کرد).

شرکت هایی که باید از آنها دوری کنید

این نوع شرکت ها می توانند انواع متفاوت داشته باشند اما حتما باید از بکار گرفتن آنها خودداری کنید. این شرکت ها به شما قول رتبه های بالا در تعداد زیادی موتورهای جست و جو و وعده های متفاوت از نظر فعالیت هایی می دهد که تمامی آنها برای شما مفید نخواهند بود. ادعای ساختن صفحه ای را می کنند که رتبه 10 آن حتمی است. آنها ادعا می کنند دستورالعملی را برای این کار می دانند که تنها خودشان از آن خبر دارند. اصلا این طور نیست!

معمولا این شرکت های ظاهر باز ، از روش های سئو منفی و غیرقانونی استفاده می کنند. استراتژی بک لینک (back link) آنها می تواند سئوی سایت را در طولانی مدت تخریب کند. همین طور اگر محتوای بلاگ یا مقالات بازار را در اختیار آنها قرار دهید نیز بیچاره خواهید شد. در بدترین موارد نتیجه همکاری با این شرکت ها از دست دادن همیشگی اعتبار و شهرت شماست. (این یعنی 95 درصد بازار ایران!)

شرکتی که به دنبال آن بوده اید

این شرکت سابقه درخشانی داشته و مشتریان آن واقعی هستند. آنها استراتژی شفاف به شما ارائه می کنند که ترسی از به اشتراک گذاشتن آن با شما ندارند.

استراتژی یک راز نیست! اجرای آن به مهارت، تجربه و دانش نیاز دارد.

این مسئله بوسیله اطلاعاتی معتبر و غیر پیچیده ای تقویت می شود که شما می توانید به راحتی آن را درک کنید. یکی از مهارت های این شرکت ها توضیح ساده و قابل درک استراتژی است که برای شما بکار خواهند برد. آنها رسانه های اجتماعی و ترکیب چندگانه سئو را به شکل یک استراتژی سئو ترکیب خواهند کرد. شما می توانید سابقه آنها و موارد خاص را مطالعه کرده و ارزش آنها را تشخیص دهید. همین طور این افراد از اطلاعات تحلیلی مانند اطلاعات گوگل آنالیتیک (و نه نرم افزار با ظاهر زیبا اما پیچیده) استفاده می کنند تا نتیجه فعالیت های خود را نشان دهند. بدین وسیله مشتری به آنها اعتماد کرده و مطمئن می شود که فریب نخورده است. این شرکت ها از استانداردهای سئو و انتشار محتوا استفاده کرده و از تغییرات الگوریتم ها خبر دارند. به علاوه تمام هزینه های پرداخت شده به شکلی مشخص و قابل درک ثبت خواهد شد. وب سایت آنها شبیه مغازه بقالی نیست که بخواهد تنها پول در بیاورد.



چطور موفقیت سئو را اندازه گیری می کنید؟

موفقیت سئو از طریق گزارش ترافیک، رتبه بندی در موتورهای جست و جو، و آمار کسب لید/کانورژن اندازه گیری می شود. البته ساده ترین راه بررسی این مسئله است که آیا در ازای صرف هزینه خود، درآمد و نتیجه کسب کرده اید یا خیر. اگر شما از وضعیت پیش از سئو و بعد از آن گزارش واضح داشته باشید، محاسبه چنین مسئله ای اصلا سخت نیست. برای اینکه ببیند ROI (اثربخشی سرمایه گذاری) خوبی داشته اید یا نه می توانید به آمارهای بالا مانند میزان ترافیک خود نگاه کرده و ببینید آیا تغییرات در روند مثبت بوده است یا خیر. اگر بهبود این تغییرات باعث درآمد و سودی بیشتر شده و شما در رتبه های بالاتر قرار گرفته اید، پس می توانید ادعای موفقیت کرده و بهتر است همکاری با شرکت سئوی خود را ادامه دهید. روش های سئو تغییرات زیادی را از اوایل دهه 1990 تجربه کرده است. سئو موفق امروزه بر اساس آگاهی داشتن از به روز رسانی های الگوریتم ها، نظارت و واکنش به روندهای رتبه بندی موتورهای جست و جو، و برداشتن گام های مناسب برای مبارزه با اسپم در وب سایت شما (از دیدگاه موتورهای جست و جو مانند گوگل) بدست می آید. شما باید انتظار داشته باشید که شرکت سئو چنین کاری برای شما انجام دهد، اما شما نیز باید توانایی درک فعالیت های آنها و دلیل انجام این فعالیت ها را داشته باشید. بسیاری از تجارت ها در حال حاضر از کمپین های بازاریابی با موتور های جستجو استفاده کرده و برای توسعه عملکرد خود بسیار به شرکت های خارج از سازمان خود وابسته هستند.

بگذریم.....

اکثر تجارت ها در صنعت تجارت اینترنتی فعالیت نداشته و همین طور واقعا بر کمپین های اینترنتی تمرکز نداشته اند. بعد از برگزاری جلسه با مدیران اجرایی، بخش های بازاریابی شرکت های متفاوت شما باید بررسی کنند که آیا کادر موجود در شرکت توانایی تطابق و انجام دادن فعالیت های سئوی شما را دارد یا خیر. البته بازاریابی با موتور های جست و جو یکی از 12 چیزی است شما در کار با این سیستم خارجی باید در نظر بگیرید. شرکت مناسب باید توانایی اداره کردن فعالیت های مختلفی را داشته باشد. در نتیجه بسیاری از شرکت های امروزه ناچار هستند به شرکت های [مشاوره بازاریابی](#) مراجعه کرده تا بتوانند کمپین های بازاریابی اینترنتی خود را مدیریت کنند. این تصمیم گیری می تواند سود زیادی به همراه داشته باشد – البته اگر شرکت مناسب را برای همکاری انتخاب کنید. انتخاب شرکت های بد به معنای هدر رفتن زمان و فجایع مالی خواهد بود. اصول کاری را در بالا برای شما توضیح دادم و کمی با بازار سئوی ایران آشنا شدید. قصد دارم در ادامه نکته وار شرکت های مقابل رو را شناسایی نمایم و شرکت و پیمانکار مناسب خود را پیدا کنید. شما می توانید با استفاده از 12 نکته زیر، شرکت مناسب را انتخاب کرده و از موفقیت خود اطمینان حاصل کنید:

اندازه بودجه سئو خود را در نظر بگیرید

آیا شما برای فعالیت های سئوی خود ماهانه 1 میلیون تومان هزینه صرف می کنید یا 50 میلیون تومان؟ چقدر می خواهید در آینده خرج کنید؟ این نقطه شروع حیاتی است که شما در زمان جست و جو می توانید بکار گیرید. اگر انتظار دارید زیر 500 هزار تومان در ماه خرج کنید، تعداد کمی از شرکت ها مایل خواهند بود با شما کار کنند - پس بهتر است با همان سئو کار های همسایه خود کار کنید. بین یک تا 5 میلیون تومان باعث می شود شما



انتخاب های بهتری داشته باشید.

بسته به هزینه ای که شما ارائه خواهید کرد، شرکت های بزرگتری نیز تمایل همکاری به شما خواهند داشت. البته تعیین بودجه لازم برای هماهنگ کردن فعالیت های شما بسیار مهم است. و در ضمن استخدام شرکت بزرگتر همیشه به معنای عملکرد بهتر نیست.

از مشتریان قبلی شرکت های مشاوره سوال کرده، و آنها در موتورهای جست و جو بررسی کنید.

مطمئناً پاور پوینت یکی از بهترین و ساده ترین ابزارهای موجود است. هر شرکتی می تواند یک پاورپوینت بسازد که باعث می شود شما فکر کنید از به روز ترین فن آوری ها استفاده کرده و می تواند با استفاده از برنامه های متفاوت فعالیت های شما را بهینه سازی کند (مثل ما). بنابراین بهتر است شما گول ظاهر این برنامه را نخورید. شما باید از مشتریان قبلی این شرکت سوال هایی پرسیده و نحوه عملکرد خود این شرکت را در موتورهای جست و جو بررسی کنید. آیا این شرکت کلمات کلیدی لازم برای کسب مشتری را انتخاب کرده است؟ آیا فعالیت های آنها هدفمند بوده و قابلیت رقابتی دارد؟ تنها نباید به ادعاهای شرکت بسنده کنید. شما باید جنبه های متفاوتی را بررسی کنید.

مشخص کنید کدام مدل قیمت گذاری برای شما بهتر است.

دو مدل تعیین قیمت برای مشاوره در صنعت بازاریابی با موتور های جستجو وجود دارد:

- مقدار ماهانه ثابت
- هزینه های مبتنی بر عملکرد (کسب رتبه)

مشخص کنید کدام خدمات ارائه شده و کدام خدمات رد می شوند.

تمام شرکت های بهینه سازی وب سایت و مشاورین فعالیت یکسان ندارند. بعضی تنها می خواهند کلمات کلیدی و تعیین قیمت انجام دهند. سایرین تبلیغات و متن آنها و حتی صفحه لندینگ نیز برای شما فراهم می کنند و بعضی شرکت ها نیز در تمام عناصر کمپین های شما (مانند کلمات کلیدی، قیمت ها، صفحات لندینگ، تبلیغات متنی، ردیابی، تحلیل و گزارش و غیره) را کنترل خواهند کرد. شما باید بررسی کنید که الزامات شما چیست و کدام خدمات برای شما الزامی خواهند بود. اگر منابع شما شامل کادر طراح و توسعه دهنده وب می شود، دیگر نیازی به شرکتی با خدمات طراح وب ندارید.

استراتژی SEM طولانی مدت خود را مشخص کنید.

آیا بازاریابی با موتور های جستجو همیشه کمتر از 5 درصد بودجه بازاریابی شما را به خود اختصاص می دهد، آیا سهم آن از بودجه افزایش پیدا خواهد کرد؟ جواب این سوال باید مشخص کند که آیا شما می خواهید همکاری خود را در شرکت های بهینه سازی گسترش دهید یا خیر. من پیشنهاد می کنم که اگر شما می



خواهید فعالیت های بازاریابی با موتور های جستجو خود را گسترش دهید، منابع داخلی لازم برای این کار را در داخل شرکت استخدام کرده و سعی کنید چنین فعالیت هایی را یاد بگیرید. شما می توانید از [خدمات مشاوره ای سئو](#) استفاده کنید و کادر خود را آموزش دهید.

البته باز هم این مسئله به میزان بودجه در اختیار شما بستگی دارد. اگر شما فعالیت های مهم تری برای انجام دادن داشته و اگر بودجه لازم برای انجام چنین کاری را دارید، می توانید با شرکت های خارجی همکاری کنید. در هر صورت شما باید از اساس این کار آگاهی داشته باشید تا بتوانید از صحت کار اطمینان حاصل پیدا کرده و مطمئن شوید که هزینه ها را در راستای مناسبی پرداخت می کنید. مشاور شما نقش عمده در این مورد خواهد داشت.

به دنبال تخصص های ویژه باشید

اگر شما یک وکیل و متخصص دیه هستید، باید کسی را استخدام کنید که با صنعت و حرفه شما آشناتر باشد. البته این مسئله از الزامات محسوب نمی شود زیرا تمام شرکت های بازاریابی با موتور های جستجو تنها با یک صنف کار نمی کنند، اما بهتر است آنها تجربه هر چه بیشتر در صنعت خاص شما داشته باشند. شرکت مورد نظر شما باید کمپینی بسازد که تجارت شما توانایی استفاده از آن را داشته باشند.

درک تفاوت بین شهرت فروش و شهرت اعتباری

یکی از روش های ارائه طعمه برای کسب مشتری فرستادن یک متخصص مجرب برای کسب مشتری و بعد استفاده کردن از کارمندان بدون تجربه برای انجام دادن کارهای آن شرکت است. اگر شما می خواهید بر اساس کیفیت کارمندان شرکت مشاوره تصمیم گیری کنید، مطمئن شوید که شما با کادری ملاقات می کنید که واقعا مسئول مدیریت کردن فعالیت های هر روزه شماست. البته بعضی اوقات (نه اکثر اوقات) کار کردن با کارمندان کم تجربه می تواند فوایدی نیز برای شما به همراه داشته باشد. البته شما باید قدرت نوآوری و مدیریت آنها را به خوبی بررسی کنید.

فاصله شما تا شرکت مشاوره و اجرا می تواند مهم باشد.

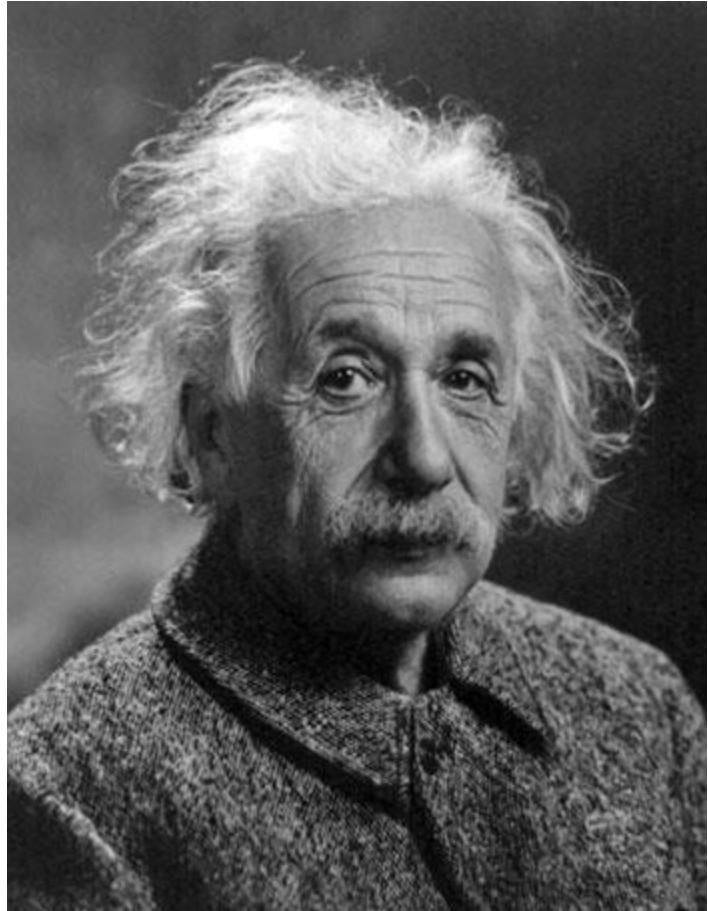
اگر شما در تهران باشید، نمی توانید از شرکت مشاوره ای استفاده کنید که در شیکاگو قرار دارد، یا حتی کرج. مشاوره تلفنی شاید موثر باشد، اما جلسات رو در رو و نظارت مستقیم بر فعالیت های شرکت مشاوره هیچ جایگزین نخواهد داشت. یک مثال قدیمی در اینترنت در این مورد هست. " یکی از مشتریان یاهو در سال 2011 دچار مشکل در ایمیل شده بود و نمی توانست هیچ ایمیلی دریافت کند. بعد از چندین ایمیل به یاهو نتوانست مشکل خود را حل کند. او ایمیلی به یاهو زد که من در "رد وود سیتی" هستم و اگر تا 24 ساعت آینده ایمیل من درست نشود، به دفتر شرکت یاهو مراجعه کرده تا شخصا شکایت کرده و جواب بگیرم." ایمیل او در کمتر از 2 ساعت درست شد. حال شما می توانید ارزش نظارت مستقیم بر فعالیت را درک کنید.

مدت زمان، هزینه ها و وظایف مشخص شده در قرارداد

حتما قبل از امضا کردن، قرارداد را کامل بخوانید! آیا قرار داد یک ساله شما تمام وظایف را پوشش داده و هزینه ها در آن ثابت هستند؟ آیا شرکت مشاور در مقابل گرفتن سهمی از سود، هزینه های کمتری دریافت می کند؟ شما باید از تمامی نکات قرارداد درک کامل داشته باشید، سپس قرارداد را امضا کنید.

ادعاهای شرکت مقابل را بررسی کنید.

ادعاهایی مانند "اولین صفحه جست و جوی گوگل تضمین می شود، فقط 500000 تومان" مطمئناً ادعایی دروغین خواهد بود و یک جای کار خواهد لنگید. بسیاری از شرکت هایی که چنین ادعاهایی دارند، از شما می خواهند تا بعد از پرداخت هزینه های کم، از روش های سئو منفی و یا خرید تبلیغ در صفحه جست و جو به این رتبه ها دست پیدا کنید. پس شما نباید ادعاهای افراد را جدی بگیرید. تنها از طریق بررسی مشتریان، عملکرد و جلسات رو در رو می توانید مطمئن شوید که ادعاهای شرکت واقعی بوده و آیا توانایی برآورده کردن انتظارات شما را دارد یا خیر. در صورت توسعه فعالیت ها، شما هزینه ها و زمان ارزشمندی را صرف همکاری با چنین شرکت هایی خواهید کرد، بنابراین بهتر است قبل از ایجاد رابطه طولانی مدت بیشتری بررسی های ممکن را انجام دهید.



مشخص کنید که آیا شرکت مشاور خدمات خود را اوت سورس می کند یا خیر

بعضی از آژانس ها تنها یک دفتر دارند و تمام خدمات خود را به دیگران می سپارند (اوت سورسینگ). آنها ادعای استفاده از فن آوری ها و تکنیک های به روز را دارند اما تنها کار شما را مدیریت کرده و تمام فعالیت های آنها وابسته به افراد و شرکت های دیگر است. به یاد داشته باشید که شما باید حتماً با کسانی ملاقات کنید که مسئول مستقیم مدیریت کردن فعالیت های شما هستند. بنابراین شرکت های اوت سورس شما را در خطر ارائه خدمات بی کیفیت یا ضعیف قرار دهند.

بعد از ختم قرار داد چه می شود؟

بعضی از افراد و شرکت ها برای همکاری بسیار مناسب هستند. اما زمانی که شما قرارداد خود را تمام می کنید، از همکاری با آنها پشیمان خواهید شد. اگر با چنین شرکت هایی رابطه برقرار کنید، بعد از اتمام قرارداد، می بینید وب سایت شما از گوگل حذف شده و یا افت بسیار بالایی داشته است. البته بازهم مسئله خواندن قرار داد پیش از امضا را به یاد بیاورید. شما می توانید با عدم امضا کردن چنین قراردادهایی از ضرر خوردن پیشگیری کنید. بهترین راه برای خودداری کردن از این مشکلات ، بیان هر گونه هزینه اضافی قبل و بعد از اتمام قرار داد است. شما می توانید حذف یا نگهداری هر گونه داده(شامل لینک، گزارشات و غیره) را در قرارداد مشخص کنید. می توانید برای مشخص کردن دقیق این فرآیند [از یک شرکت مشاوره بازاریابی اینترنتی کمک بگیرید.](#) البته نکات زیادی در زمان عقد قرارداد و انتخاب شرکت مشاوره وجود دارد که شما می توانید با استفاده از آنها انتخاب هر چه موثرتری از شرکت های موجود داشته باشید. اما شما باید سه نکته اساسی را در انتخاب شرکتهای رعایت کنید:

(1) زیاد سوال پرسید

(2) تجارت خود را بشناسید

(3) قرارداد را کامل بخوانید.

شرکت های زیادی برای کمک کردن به شما وجود دارند، تنها شما باید بررسی مناسبی از آنها داشته باشید.

در آخر، توجه داشته باشید که شما نباید تمام کارها را به شرکت سئو واگذار کرده و کنار بشینید. تمام فعالیت های اوت سورس شما باید به صورت شراکتی انجام گیرد. اگر شما نیز در فعالیت ها شرکت داشته باشید، شرکت سئو شما توانایی رسیدن به موفقیت های بیشتری خواهد داشت. شما باید در مورد تمام ایده ها و فرصت های موجود با شرکت مشورت کنید. البته بهتر است در کار شرکت سئو دخالت نکنید. بهتر است شما ایده ها و نظرات را با آنها مشورت کرده و



رابطه شراکتی قوی بسازید که باعث موفقیت و ارتقای هر دو شما می شود. مطمئنا موارد زیادی برای رسیدن به موفقیت وب سایت وجود دارد. بنابراین همیشه همکاری با کسی که تجربه کافی در زمینه های تخصصی دارد به شما نیز کمک می کند زیرا شما از تجربه عملی وی استفاده کرده و می توانید با ایده های مناسب همراه با عملکرد عالی به موفقیت برسید. این افراد می دانند چه چیزی برای وب سایت شما اثربخشی داشته و چه چیزی ضرر به بار خواهد آورد. بنابراین شما باید شرکتی را استخدام کنید که تجربه کافی را داشته و با فعالیت های شما نیز تطابق دارد و از استانداردهای مورد قبول استفاده می کند. "با دقت انتخاب کنید دوستان!"

با من تماس بگیرید . اگر نیازی به کمک من بود همیشه خوشحال خواهیم شد.

شاد و موفق باشید