

چرا گوگل برخی وبسایتها را جریمه می‌کند؟

A hand holding a red card in front of a blurred Google logo. The Google logo is in its multi-colored font (blue, red, yellow, green, blue, red) with a trademark symbol. The background is a dark, out-of-focus green and blue.

Google™



نویسنده: مهران منصوری فر

زمانی که می‌خواهید صفحه وب خود را بهینه کنید، صرف نظر از دنبال کردن استراتژی‌های بازاریابی، باید از دستورالعمل‌های گوگل آگاه باشید. در این نوشته به شما می‌گوییم که چرا گوگل برخی وبسایت‌ها را جریمه می‌کند. هدف اصلی گوگل دادن اطلاعات دقیق، منحصر به فرد و کارآمد به کاربران است. به همین دلیل الگوریتم‌هایش را به طور متناوب اصلاح می‌کند تا هر وبسایت به میزان لیاقتش دیده شود. این موضوع می‌تواند برای برخی نگران کننده باشد. اگر تکنیک‌هایی که برای اصلاح این وبسایت‌ها استفاده شده، قانونی یا مطابق با الزامات گوگل نباشد، گوگل ما را جریمه خواهد کرد.

به هر حال اگر این مشکل برای شما به وجود آمده است و یا اگر می‌خواهید از بروز چنین مشکلاتی اجتناب کنید، بدانید که هر مشکلی راه حلی دارد و برای دانستن راه حل این موضوع، در ادامه با ما همراه باشید.

جریمه‌های گوگل چیست؟

اگر ترافیک وبسایت شما کاهش ناگهانی داشته و به دنبال آن رتبه شما در گوگل کاهش یافته است، احتمالاً به این دلیل است که شما از طرف گوگل جریمه شده‌اید. این جریمه‌ها بر رتبه وبسایت در نتایج جستجوی گوگل تاثیر منفی دارند؛ جریمه‌های گوگل می‌توانند بر اثر بروزسانی یک الگوریتم یا استفاده از سئو بلک‌هت بوجود بیایند.



تشخیص یک تحریم یا جریمه از طرف گوگل

هیچ کس دوست ندارد که برای گوگل محبوب نباشد؛ بنابراین ما باید مطابق با الزامات و الگوریتم‌های آن پیش برویم. برای این کار، ابتدا باید دلایلی که ممکن است به خاطر آنها گوگل ما را جریمه کند بشناسیم. در اینجا ۱۱ مورد از این دلایل آورده شده است.

پیش از شروع، بهتر است بدانیم که سئوی کلاه سیاه یا منفی (Black Hat/ Negative SEO) چیست؟

سئوی منفی یا کلاه سیاه مجموعه‌ای از شیوه‌ها و تکنیک‌های غیر قانونی برای بهبود موقعیت یک وبسایت یا تخریب جایگاه سایت رقیب در موتورهای جستجو است.

معروف‌ترین تکنیک‌های سئوی کلاه سیاه عبارت‌اند از:

- کپی محتوای بقیه سایت‌ها
- خرید لینک برای وبسایت
- لینک کردن مفرط از سایت‌های اسپم
- مخفی کردن کلمات یا متون از کاربر
- داشتن محتوا با کیفیت پایین و استفاده غیرطبیعی از کلمات کلیدی

یکی از بهترین مثال‌های شناخته شده در این زمینه، ماجرای است که برای شرکت Trendhim اتفاق افتاد. این شرکت بزرگ دانمارکی که فروشنده اکسسوری‌های مردانه است، یک سال پیش مورد حمله سئوی منفی قرار گرفت و بیش از ۸۵۰۰ لینک غیراخلاقی به آن متصل شد. این موضوع باعث

شد که گوگل باور کند که این یک صفحه غیراخلاقی است و موقعیت آن را در رتبه‌بندی‌ها کاهش دهد و بنابراین فروش آن سقوط کرد. برعکس تمام این اتفاقات برای صفحه‌های رقیب رخ داد.

۱. خرید لینک

به نظر شما در میان تمام دارندگان یک صفحه در وب، چه تعدادی از آنها در طول عمر صفحه خود، لینک نخریده‌اند؟ احتمالاً تعداد بسیار کمی هستند که این کار را نکرده‌اند.

بیشتر ما بر این باوریم که خرید لینک مشکل‌ساز نیست؛ زیرا گوگل هیچ‌وقت نمی‌تواند بفهمد که شما یک لینک را خریده‌اید یا نه.

اما آیا واقعاً اینطور است؟

جواب منفی‌ست.

گوگل اقدامات جدی برای مبارزه با این اعمال انجام داده‌است: از سال ۲۰۱۲، الگوریتم پنگوئن گوگل مسئول حذف سایت‌هایی است که دارای لینک‌های غیرطبیعی از سایت‌هایی با اعتبار پایین، مانند فهرست‌های راهنما هستند.



۲. محتوای تکراری در سایت‌ها

جریمه‌های پانصدای گوگل از سال ۲۰۱۱ آغاز شدند و با هر آنچه که به محتوا مربوط می‌شود، سر و کار دارند. همانطور که قبلاً گفته شد، گوگل می‌خواهد که بهترین محتوای ممکن را به جستجوکنندگان ارائه دهد. آیا محتوای تکراری بهترین محتواست؟ قطعاً خیر.

هرچه محتوای تکراری بیشتر باشد، کیفیت وبسایت پایین‌تر می‌آید و وبسایت سقوط می‌کند. گوگل وبسایت‌هایی با محتوای تکراری را که برای کاربران کاربردی نیستند، پیدا کرده و آن‌ها را جریمه می‌کند.

سرقت ادبی تنها چیزی نیست که گوگل هنگام تحلیل محتوای یک وبسایت مدنظر قرار می‌دهد؛ بلکه کیفیت محتوا هم نقش برابر یا حتی مهم‌تری را ایفا می‌کند. شما باید تلاش کنید که در هنگام انتشار محتوا، منحصر به فرد و نوآور باشید. چرا زمان و انرژی خود را برای چیزی بگذارید که کاربران می‌توانند در سایت‌های دیگر به آن دست یابند؟

این‌ها اصلی‌ترین دلایلی هستند که ارزش یک سایت را پایین می‌آورند. اگر محتوا خوب نباشد، موتورهای جست‌وجو تصور بدی از صفحه شما خواهند داشت. باید مطمئن شوید که محتوای وبسایت شما منحصر به فرد است و به خوبی نوشته شده است. برای این کار می‌توانید از ابزارهایی مانند «Copyscape» و «CopyGator» استفاده کنید.

تکراری بودن محتوا، صرفاً به معنای دنبال کردن و کپی کردن چیزی از لحاظ ادبی نیست، بلکه نوعی دیگر از جریمه پانصدای گوگل وجود دارد که افراد کمی از آن آگاه هستند و آن، تغییر محتوا (content spinning) است: بازنویسی اطلاعات نوشته شده به طوری که متفاوت به نظر برسد، اما همان منظور را برساند.

۳. محتوای کم‌ارزش

یک جنبه ضروری برای به دست آوردن بالاترین جایگاه‌ها و بدست آوردن بک‌لینک‌های طبیعی در موتورهای جستجو، افزایش کیفیت محتوای وبسایت شماست. هرچقدر وبسایت شما اطلاعات بهتری را برای خوانندگان فراهم کند، ارزش بیشتر و کیفیت بالاتری پیدا خواهد کرد.

وقتی صحبت از محتوای وبسایت می‌شود، بدانید که این محتوا باید تا حد امکان آموزنده باشد. شما باید تمام نکاتی را که کمک می‌کند مخاطب برای پیدا کردن اطلاعات بیشتر مجبور به استفاده از سایت‌های دیگر نباشد، در سایت خود قرار دهید.

اگر وبسایت شما دارای محتوای باکیفیت باشد، شما به مخاطبان خود نشان می‌دهید که در کار خود ماهر هستید و این باعث خواهد شد که آنها برای دریافت اطلاعات، دوباره به سایت شما بازگردند. گوگل از ارزش محتوای شما و تلاشی که برای فراهم کردن بهترین مطالب می‌کنید، آگاه می‌شود و از آنجایی که شما با گوگل هدف مشترکی دارید، در ارتقاء جایگاه وبسایت خود در موتورهای جستجو هیچ مشکلی نخواهید داشت.

این را بدانید که در اینترنت برای هر کلمه کلیدی هزاران وبسایت و محتوا در دسترس است و گوگل قادر است تنها ۱۰ تا از بهترین صفحه‌ها را برای صفحه اول نتایج جستجوی هر کلمه کلیدی سازماندهی کند.

می‌توانیم به عنوان یک قانون کلی بگوییم که الگوریتم پاندا از صفحاتی با کمتر از ۳۰۰ کلمه خوشش نمی‌آید.



۴. تحریف محتوا

تکنیک پنهان کردن (cloaking) عبارت است از تحریف محتوایی که موتور جست‌وجو به هنگام خواندن سایت به آن دسترسی پیدا می‌کند. این تکنیک یک لایه محتوا می‌سازد تا موتور جست‌جو گمراه شده و سایت شما را با محتوایی متفاوت بباید و ردیاب‌های گوگل به محتوایی متفاوت با آنچه کاربران می‌بینند، دسترسی یابند. به محض شناسایی این موضوع توسط گوگل، به طور جدی تحریم خواهید شد.

۵. استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی

این نیز یکی از رایج‌ترین تکنیک‌ها در سئوی کلاه سیاه است: گوگل کلمات کلیدی موجود در وبسایت را شناسایی کرده و اگر تعداد کلمات کلیدی به طور غیرطبیعی زیاد باشد، وبسایت شما جریمه می‌شود؛ چرا که تراکم زیاد کلمات کلیدی نشان‌دهنده کیفیت پایین محتواست. این کار از لحاظ فنی، keyword stuffing (گنجانیدن بیش از حد کلمات کلیدی) نامیده می‌شود.

از آنجایی که گوگل تلاش می‌کند که محتوا برای خوانندگان تا حد امکان با ارزش، کاربردی و با نوشتاری طبیعی باشد که باعث درک و خواندن بهتر

آن می‌شود، لذا بهتر است از گنجاندن بیش از حد کلمات کلیدی به شدت اجتناب کنید. به این ترتیب اگر در متن از مترادف‌ها و کلمات مشابه استفاده شود، ارزش بیشتری دارد نسبت به اینکه به طور مداوم یک کلمه کلیدی را تکرار کنید.

پنج سال پیش، همه‌چیز مبتنی بر تعداد لینک‌ها بود. اما اکنون این موضوع تغییر کرده است. اکنون گوگل اهمیت بیشتری به کیفیت لینک‌های پشتیان (backlinks) می‌دهد نه تعداد آنها.

با توجه به سطح کلمات کلیدی، تا چند سال گذشته، تکنیکی که به طور گسترده برای بهبود جایگاه یک صفحه توسط متخصصین سئو استفاده می‌شد، این بود که برای تمام لینک‌ها به آن صفحه، از یک انکر تکست مشابه استفاده می‌کردند اما بعد از بروز شدن پنگوئن گوگل، استفاده بیش از حد از انکر تکست‌های مشابه مجازات شدیدی دارد. به همین دلیل است که پیشنهاد می‌شود از استفاده از کلمات کلیدی تکراری در انکر تکست‌ها اجتناب کنید و برای بهینه‌سازی هر چه دقیق‌تر انکر تکست‌ها، از ابزارهایی مانند Ahrefs استفاده کنید.

۶. تبادل لینک

تبادل لینک‌ها به این معناست که ما یک لینک به یک وبسایت دیگر بدهیم و در عوض آن وبسایت نیز یک لینک به وبسایت ما می‌دهد. در حال حاضر تبادل لینک‌ها به اندازه گذشته تاثیرگذار نیستند.

موتورهای جستجو هوشمندتر شده و این لینک‌ها قابل شناسایی شده‌اند. با شرکت در یک تبادل لینک، ریسک مجازات یا حتی حذفان از نتایج جستجو بالا می‌رود.

۷. سرعت لود پایین

کاربران تمایل دارند نهایتاً بین ۳ تا ۴ ثانیه برای بارگذاری یک صفحه صبر کنند. اگر صفحه در این فاصله بارگذاری نشود، آنها از آن خارج خواهند شد. این موضوع برای گوگل بسیار مهم است. وبسایت‌هایی که بارگذاری‌شان بیش از حد طول می‌کشد، رتبه پایین‌تری دارند. این موضوع معمولاً به دلیل داشتن تصاویر بهینه نشده، تبلیغات متعدد و غیره اتفاق می‌افتد.

هیچ‌چیز بیشتر از سرعت پایین لود یک وبسایت، صبر ما را لبریز نمی‌کند. کند بودن وبسایت به طور خودکار باعث خواهد شد که کاربران وب را ترک کرده و وبسایت سریع‌تری را جستجو کنند. راه چاره اضافه کردن caching و یا یک CDN است. یک ابزار که از آن می‌توانید برای بررسی کردن سرعت بارگذاری صفحه وب خود استفاده کنید W3C است، که با بارگذاری URL صفحه‌ی شما، اطلاعاتی را به طور اساسی فراهم می‌کند تا بهینه‌سازی صفحه‌تان را سرعت ببخشید و به استانداردهای گوگل دست یابید.

۸. لینک‌های خراب - خطای ۴۰۴

گوگل همیشه مراقب است که محتوایی که به کاربرانش عرضه می‌کند همواره بروز باشد، به همین دلیل است که تمام خطاهای یک صفحه وب، حتی مخفی‌ترین آن‌ها را در نظر می‌گیرد. این خطاهای پنهان می‌تواند برای مثال، لینک‌های خراب (broken links) یا ارور ۴۰۴ باشد؛ این خطاها ناتوانی یک وب را در فراهم کردن تجربه‌ای کاربرمحور (user-oriented experience) بیان می‌کند.

اگر این لینک‌ها منقضی شده باشند، گوگل می‌پندارد که شما به تجربه کاربر اهمیت نمی‌دهید. راه چاره این مشکل، مرور متناوب لینک‌هایی است که در صفحه خود استفاده کرده‌اید. با استفاده از Google Console شما می‌توانید خطاهایی را که گوگل در وبسایت شما ردیابی کرده‌است، بیابید، روی آن‌ها کار کرده و اصلاحشان کنید. یک ابزار پیشنهادی دیگر، Screaming

Frog است که کافی‌ست شما URL سایت خود را در آن وارد کنید تا به شما وضعیت هر صفحه‌ای را که شامل آن URL است، ارائه دهد. اگر شما به خطای ۴۰۴ برخوردید، باید علت آن را شناسایی کنید و از بین ببرید.

۹. نظرات اسپم

اکثر وبسایت‌ها یک سیستم خودکار برای شناسایی نظرات نامطلوب دارند؛ اما هنوز هم نظراتی وجود دارند که از این سیستم‌ها عبور می‌کنند. پس بسیار مهم است که در همه مواقع، از نظراتی که سایت‌تان دریافت می‌کند آگاه باشید. اگر آنها اسپم (یا بی‌محتوا) باشند، صفحه‌تان آسیب می‌بیند. همیشه نظرات کاربران را مرور کنید، آن‌هایی را که به محتوایی که در سایت به اشتراک گذاشته‌اید مربوط نیستند، یا شامل حجم زیادی از لینک‌های اضافی و غیره‌اند پاک کرده یا به عنوان Spam نشانه‌گذاری کنید. بدین طریق، گوگل متوجه اهمیت‌تان به محتوای سایت و بروزرسانی آن می‌شود.



۱۰. ساختار فریب‌دهنده صفحات: استفاده از تیتروهای H1

هیچ‌کس شک ندارد که محتوایی که با دقت سازمان‌دهی شده است، به سئو کمک می‌کند. بهترین محتوا، محتوایی است که به خوبی سازمان‌دهی شده و مطالعه آن برای کاربران راحت است؛ اما این بدان معنا نیست که ما باید تمام محتوا را پر از تگ‌های H1 کنیم.

تگ‌های عنوان یا

در HTML، معمولاً تیترا یک نشر یا متنی هستند که صفحه بر آن تأکید دارد؛ معمولاً بزرگترین و برجسته‌ترین متن نوشته شده بوده و بیشترین توضیح را درباره محتوا می‌دهند. استفاده بیش از حد از تگ‌های H1 ممکن است باعث ایجاد این باور غلط برای گوگل شود که ما می‌خواهیم کلمات کلیدی زیادی را در محتوای متن قرار دهیم و سعی داریم الگوریتم آن را دستکاری کنیم. لازم به ذکر است که امکان دارد این موضوع شامل یک جریمه دیگر هم - که قبلاً به آن اشاره کردیم - بشود: استفاده زیاد از کلمات کلیدی. به عنوان یک قانون کلی، هر صفحه از سایت شما باید فقط یک H1 داشته باشد.

۱۱. عدم بهینه‌سازی (optimization) در تلفن‌های همراه

همه کسانی که یک صفحه وب دارند متوجه این نکته شده‌اند که اکثر کاربران با موبایل به سایت‌شان دسترسی پیدا می‌کنند و هر روز تعداد کم‌تر و کم‌تری از مردم از طریق کامپیوتر از سایت‌ها بازدید می‌کنند. در گذشته، تنها نگرانی ما این بود که صفحه ما برای کامپیوتر بهینه‌سازی شود، اما امروزه گوگل به بهینه‌سازی در موبایل‌ها نیز اهمیت زیادی می‌دهد. حقیقت این است که که کاربران ترجیح می‌دهند از موبایل خود استفاده کنند چرا که در نهایت ساده‌تر و در دسترس‌تر است.

به همین دلیل است که اگر یک صفحه وب برای دستگاه موبایل بهینه‌سازی نشده باشد، گوگل این موضوع را نشانه این که وبسایت موردنظر به تجربه کاربری در صفحه توجه نمی‌کند در نظر می‌گیرد و وبسایت را مجازات می‌کند.

حرف آخر

بعد از تجزیه و تحلیل این ۱۱ دلیل از بین دلایل بسیاری که ممکن است باعث مجازات یک سایت توسط گوگل شوند، دیگر به خود ما وابسته است که چگونه وبسایت خود را اداره می‌کنیم. اگر شما می‌خواهید که وبسایتتان به رتبه خوبی دست یابد، باید در هر زمان از الزامات الگوریتم‌های گوگل آگاه باشید.

هدف گوگل مجازات کردن صفحات وب نیست، بلکه ارائه بهترین تجربه و منفعت بردن همه افرادی است که محتوای با کیفیت، با نوشتاری مناسب و بدون سرقت ادبی ارائه می‌دهند، است. بدون شک، همه وبسایت‌هایی که همکاری می‌کنند تا هدف گوگل را به واقعیت تبدیل کنند، سود خواهند برد.