

گوگل پناستی چیست؛ راهنمای کامل رفع جریمه‌های گوگل



نویسنده: مهران منصوری فر

حتماً شما هم تا به حال راجع به موضوع پنالتی یا جریمه‌های گوگل (Google Penalty) شنیده اید. اما آیا درک کامل و درستی از آن دارید؟ آیا می‌دانید چطور باید از جریمه شدن پرهیز کرد؟ با ما همراه باشید تا در این مقاله ببینید گوگل پنالتی چیست و برای رفع آن چه باید کرد.

برای رسیدن به صفحات اول در نتایج جستجوی Google باید کارهای زیادی کرد و نکات مختلفی را در مبحث سئو و بهینه‌سازی سایت رعایت کرد. خیلی از این راهکارها، مجموعه عملیات‌های پیشنهادی و کاربردی هستند که با انجام درست آن‌ها می‌توان نتایج خوبی گرفت. اما به جز این موارد، راهکارهایی نیز وجود دارند که با کمک آن‌ها می‌توان در مدت زمان و با هزینه کمتری به این نتایج رسید. بدیهی‌ست که این راهکارها غیرمعمول بوده و انجام آن‌ها شرایط خاصی دارد.

از طرفی هم می‌دانیم که موتورهای جستجو به ویژه موتوری جستجوی گوگل، قوانین خاصی را برای وبسایت‌ها در نظر گرفته‌اند. این قوانین برای جلوگیری از سوء استفاده بعضی از وبسایت‌ها ایجاد شده‌اند. چرا که همانطور که گفتیم، راهکارهای غیرمعمولی وجود دارند که برخلاف راهکارهای رایج عمل می‌کنند. این راه و روش‌ها از نظر گوگل ممنوع بوده و جزو لیست سیاه آن به حساب می‌آیند. به همین دلیل، این موتور جستجو سایت‌هایی که از قوانین سرپیچی کنند و سراغ راه و روش‌های غیرقانونی بروند را جریمه می‌کند.

Google دلایل متعددی برای جریمه کردن وبسایت‌ها بیان کرده است که این دلایل در قالب مجموعه‌ای از اتهامات و هشدارهای گوگل برای وبمسترها از طریق منابع مختلف شرح داده شده است. اما با این حال این هشدارها برای خیلی از افراد نادیده گرفته می‌شوند و آن وبسایت‌ها دیر یا زود با جریمه‌های Google روبه‌رو خواهند شد. الگوریتم‌های گوگل هر روز و هر لحظه در حال ارتقاء بوده و خیلی زود به زود با آپدیت‌های جدید هوشمندتر می‌شوند. این مسئله باعث می‌شود تا این موتور جستجو هر روز هوشمندانه‌تر از روزهای قبل و با ابزارهایی مجهز شروع به اسکن و پیدا کردن متخلفین کند.

نکات خیلی جالب و مهمی در زمینه جریم گوگل وجود دارد که بیشتر افراد، از جمله اغلب وبمسترها، حتی افرادی که خودشان را در این زمینه باتجربه و حرفه‌ای می‌دانند از آن‌ها آگاه نبوده و با انجام کارهایی که نباید انجام دهند، خود و تجارتشان را به خطر می‌اندازند. در این مقاله از وبسایت مدیریت قصد داریم تا با معرفی و بررسی حاشیه‌های مبحث جریمه گوگل، شما را از تهدیدات احتمالی و مسائلی که ممکن است به کسب‌وکار آنلاین شما لطمه وارد کنند را آگاه کنیم.

ما در ادامه این مقاله به شما می‌گوییم که پایه و اساس سیستم Google Penalty به چه صورت است و برای اینکه وبسایت خود را از خطرات احتمالی مصون بدارید، مهم‌ترین راهکارها و نکاتی که باید بدانید را به شما خواهیم گفت .



گوگل پناستی چیست؟

بگذارید با یک مثال ساده این مسئله را برای شما روشن کنیم. درست مثل یک بازی فوتبال، وبسایت ما در نقش بازیکنان و گوگل در نقش داور است. اگر بازیکنان رفتار غیرحرفه‌ای از خود نشان داده و یا مرتکب اشتباهات شوند و یا هر یک از قوانین بازی را نقض کنند، با جریمه‌های داور روبه‌رو می‌شوند. گاهی اوقات اگر این نقض قوانین بیش از حد باشد، آن بازیکن ممکن است از کل بازی اخراج شود. در بعضی موارد خاص هم جریمه‌های سنگین‌تری مثل تعلیق و عدم اجازه برای بازی‌های بعدی تا یک مدت مشخص برای این بازیکنان در نظر گرفته می‌شود. شرایط گوگل و جریمه‌های آن دقیقاً مشابه مثالی است که زدیم.

گوگل در نقش یک داور اختیاراتی دارد که می‌تواند در صورت مشاهده نقض هرگونه قوانین توسط هر وبسایتی، با توجه به نوع و مقدار آن نقض قانون، وبسایت خاطی را با جریمه‌های مشخص شده تنبیه کند. در زمین فوتبال، داورها از کمک‌داورها و ابزارهایی مثل کمک‌داور ویدئویی یا همان VAR استفاده می‌کنند. گوگل نیز دستیارهایی از جمله ربات‌ها و خزندگاناش را دارد تا به او در روند قضاوت در مقابل وبسایت‌ها کمک کنند.

جریمه گوگل مبحثی گسترده و جامع از یک سیستم اشکال‌یابی انحصاری است که توسط کمپانی Google پایه‌ریزی شده است که طبق آن، اگر هر وبسایتی اقدام به نقض قوانین مخصوص وضع شده کرده و تلاش کند تا این قوانین را زیر پا بگذارد، با جریمه‌های گوگل روبه‌رو خواهد شد. بنیان‌گذاری این سیستم به سال‌ها قبل باز می‌گردد. زمانی که موتور جستجوی Google.com به پربازدیدترین سایت و موتور جستجوی جهان تبدیل شد اما هنوز تکامل امروزی را پیدا نکرده بود. در آن زمان این موتور جستجو آنقدرها هوشمند نبود و ربات‌ها و الگوریتم‌های محدودی در اختیار داشت. همین موضوع بستری مناسب برای متقلبین فراهم کرد تا با روش‌های دروغین و حتی ناعادلانه به سودجویی پرداخته و از این حفره‌های امنیتی سوء استفاده کنند.

بعد از مدتی که گوگل روی این مباحث تحقیق کرد، توانست راهکارهایی برای مقابله با آن‌ها ایجاد کند. اما در طرف مقابل نیز صدها و هزاران وب‌مستر

حرفه‌ای و کلاه‌بردار بودند که همیشه راهی برای دور زدن قوانین وضع شده گوگل پیدا می‌کردند. اگرچه این رقابت همچنان ادامه دارد، اما گوگل با الگوریتم‌ها و ربات‌های هوشمند امروزی‌اش، دست و پای این افراد سودجو را به خوبی بسته است.

حالا این راه و روش‌های غیرقانونی دقیقاً مثل ویروس‌های کامپیوتری در کل دنیا نشر پیدا کرده‌اند و دسترسی به خیلی از آن‌ها برای وب‌مسترهای معمولی فراهم شده است. به همین خاطر Google حساسیت‌های خود را بیشتر کرده و فیلترهای به مراتب بیشتری برای پیدا کردن و جریمه کردن این افراد به کار برده است. این مسئله یعنی شما به عنوان یک صاحب سایت و کسب‌وکار اینترنتی، حتی اگر ندانید و قصد استفاده از چنین روش‌هایی را هم نداشته باشید، باز هم در خطر جریمه شدن به خاطر استفاده از این راهکارهای غیرقانونی هستید.

حداقل کاری که باید کنید این است که با جرایم و قوانین اصلی و مهم گوگل آشنا باشید و سعی کنید با تعبیت کردن از آن‌ها تجارت‌تان را به خطر نیندازید. بهتر است بدانید که گوگل وب‌سایت‌هایی که از قوانینش پیروی می‌کنند را با بهبود نسبی رتبه آن‌ها تشویق می‌کند تا از این طریق دنیای وب را به سمت فعالیت‌های قانونی سوق دهد.

اگرچه کلمه «جریمه گوگل» به ظاهر به یک تعداد جریمه معمول و مشخص

مربوط می‌شود، اما بهتر است بدانید که این مسئله به این سادگی‌ها نیست. اولین چیزی که باید به خوبی از آن مطلع باشید، ماهیت سیستم جامع جریمه‌های گوگل برای سایت‌ها است. اگر شناخت درستی در این مقوله نداشته باشید، در این صورت شما هم با وب‌مسترهای گمراه شده تفاوتی نداشته و شاید به خاطر یک نکته کوچک، سال‌ها تلاش شما بی‌ثمر باقی بماند.

بنابراین اگر آینده کسب‌وکار اینترنتی شما برایتان مهم است و از طرفی این موتور جستجو بزرگترین منبع تبلیغاتی شماست، باید راهکارهای سازش با آن را بدانید و از راه و روش‌های غیرمنطقی و خطرناک دوری کنید. راه و روش‌ها و تکنیک‌هایی وجود دارند که شاید از نظر شما و خیلی از صاحبان مشاغل دیگر هیچ مشکلی نداشته باشند. اما ممکن است همان تکنیک به ظاهر ساده، دلیل اصلی کاهش اعتبار شما باشد.

جریمه گوگل مساوی‌ست با افت رتبه شما در جستجوها و در نتیجه کاهش چشم‌گیر بازدیدهای ارگانیک شما

جرایم گوگل چه کسانی را مورد هدف قرار می‌دهد؟

Google دو نوع از وب‌سایت‌های قانون‌شکن را جریمه می‌کند:

۱. وبسایت‌هایی که با روش‌های غیرمعمول رتبه خود را دستکاری می‌کنند

اولین و بیشترین جریمه‌های گوگل برای افرادی است که از روش‌های دروغین و غیرواقعی، سعی در کسب رتبه‌های بهتر در نتایج جستجوها دارند. این راه و روش‌ها مجموعه‌ای از تکنیک‌های غیرقانونی هستند که بیشتر آن‌ها در مبحث سئوی کلاه سیاه یا سئوی کلاه خاکستری خلاصه می‌شوند. گوگل با الگوریتم‌های هوشمندی که در اختیار دارد، این وبسایت‌ها را شناسایی کرده و جریمه خواهد کرد. اگر یک وبسایت پا را فراتر از یک تخلف ساده گذاشته باشد، ممکن است برای مدتی و یا در موارد شدید برای همیشه از نتایج موتور جستجوی Google حذف شود!

۲. وبسایت‌ها یا افرادی که از تاکتیک‌های غیراخلاقی به منظور آسیب به رقبا استفاده می‌کنند

گوگل اخیراً لیست خود را بروز کرده و در آن کسانی که به جز مورد اول، اقدام به آسیب رساندن به جایگاه و رتبه سایت‌های دیگر کنند را نیز جریمه می‌کند. البته این مورد به خاطر پیچیدگی‌ها و شرایط متفاوتی که دارد باعث شده تا همچنان خیلی از افراد فعال در حوزه بازاریابی اینترنتی، بدون اینکه ردی از خود باقی بگذارند، اقدام به حمله به بخش‌های مختلف یک سایت کرده و یا از روش‌های دیگر مثل بکلینک‌های سمی (لینک دادن به سایت‌های رقیب از منابع اسپم و به شدت سطح پایین) تلاش می‌کنند تا

رتبه سایت‌های رقیب را تحت‌الشعاع قرار داده و باعث کاهش ارزش جایگاه آن‌ها در موتورهای جستجو شوند.

متأسفانه این روش‌ها توسط خیلی از افراد مورد استفاده قرار می‌گیرند. اگر می‌خواهید قربانی این حملات نشوید، باید نکات مهمی را در مورد سایت خود بدانید و گزینه‌های مختلفی را به منظور افزایش امنیت وبسایت خود اعمال کنید که می‌توانید چندین نکته مهم در این مورد را در مقاله زیر مشاهده کنید.

انواع جریمه‌های گوگل

قبل از هرچیز باید بدانید که جریمه‌های گوگل در دو حالت کلی اعمال می‌شوند. حالت اول، حالتی است که در آن الگوریتم‌ها و درواقع ربات‌های هوشمند Google با بررسی خودکار و تطابق داده‌ها، اقدام به ثبت کردن نام سایت‌های متخلف در بخش مربوطه کرده و جریمه‌های لازم را برای آن وبسایت‌ها در نظر می‌گیرند. در این نوع جریمه‌ها، هیچ دخالت انسانی وجود ندارد و طبق آماری که در دسترس است، تقریباً بیش از ۷۰٪ از این جرایم، توسط الگوریتم‌های گوگل ثبت و بررسی می‌شوند.

حالت دوم، نوع دستی این جریمه‌ها است. این جرایم که بیشتر در بخش‌های شکایات و موارد مربوط به نقض حقوق کپی‌رایت ثبت می‌شوند، توسط اپراتورها و کارشناسان گوگل ثبت و بررسی می‌شوند. در خیلی از موارد، زمانی

که تاکتیک‌های سئوی کلاه سیاه باعث می‌شوند تا ربات‌های گوگل نتوانند به درستی تخلف یک سایت را متوجه شوند، این کارشناسان گوگل هستند که با متدهای حرفه‌ای و ابزارهای دستی اقدام به بررسی و آنالیز وبسایت‌های مشکوک می‌کنند.

طیف جریمه‌های گوگل

همانطور که گفتیم، بسته به نوع قوانین و مقدار تخلف‌های یک وبسایت، جرایم مختلفی در نظر گرفته می‌شود. این جریمه‌ها می‌توانند کوتاه‌مدت، بلندمدت و یا حتی همیشگی باشند! ممکن است یک سایت خاطی که به عنوان مثال در چند کلمه کلیدی در صفحه اول نتایج جستجوها بود، برای مدتی از از صفحه یک به چند صفحه عقب‌تر برود. اگر شدت تخلف آن سایت بیشتر باشد، ممکن است ارزش و اعتبار آن وبسایت روی آن کلمات کلیدی حذف شده و کلاً از نتایج جستجوها در مورد آن کلمات کنار زده شود.

اما در حالت‌های خیلی خاص که یک وبسایت حتی بعد از جریمه‌های اولیه باز هم به استفاده از روش‌های غیرقانونی ادامه دهد، احتمال اینکه به طور کل هیچ صفحه‌ای از آن وبسایت در نتایج گوگل ایندکس نشوند وجود دارد. طبق آمار جالبی که خود Google چند وقت پیش منتشر کرده بود، یکی از سایت‌های موفق که اسمی از آن برده نشد، به خاطر بی‌توجهی به هشدارهای گوگل، جریمه شد.

آن سایت بعد از بازگشت به حالت اول مجدداً اقدام به استفاده از روش‌های غیرقانونی کرد تا اینکه این مسئله باعث شد تا به طور کل از نتایج صفحات موتور جستجوی Google حذف شود! تنها بعد از سه روز بعد از این اتفاق، بازدید سایت مذکور به قدری افت پیدا کرد که بازدید کلی آن تقریباً یک دهم حالت عادی شد! این روند تضعیف‌کننده تا جایی که آن وبسایت رسماً اعلام ورشکستگی کرد ادامه پیدا کرد.

نوع دیگری از جریمه‌ها نیز وجود دارد که به مباحث حقوقی مرتبط می‌شود. گوگل به عنوان یک واسطه اینترنتی، دسترسی و استفاده غیرمجاز از محتوای منابع کپی‌رایت شده را ممنوع اعلام کرده‌است. خیلی از شرکت‌های تجاری دنیا، با ارائه شکایت‌نامه‌های مختلف، از گوگل می‌خواهند تا سایت‌های متخلف را شناسایی و نام آن‌ها را به مراجع قانونی ارائه دهد. به همین خاطر، تا کنون صدها سایت مختلف به خاطر ارائه اطلاعات کپی‌رایت بدون اجازه نشر از منبع اصلی هم به صورت آنلاین و هم به صورت قضایی مورد پیگرد قانونی قرار گرفتند.

البته این نوع جرایم در موارد خیلی خاص و آن هم بیشتر در کشورهای غربی به مراجع قانونی ارجاع داده می‌شوند. اما گوگل هشدارهای لازم را برای متخلفین توضیح داده و درست مثل یک ناظر محتوای غیرقانونی وبسایت‌ها را بررسی می‌کند.

افت رتبه سایت همیشه به معنی جریمه شدن نیست

اگر رتبه سایت شما در موتورهای جستجو به ویژه موتور جستجوی Google افت پیدا کرده است، این به این معنی نیست که سایت شما حتماً شامل جرایم گوگل شده باشد. البته که اولین پیشنهاد ما این است که به صورت دوره‌ای به طور مثال هر یک یا دو ماه یک بار شرایط امنیتی و استانداردهای سایت خود را چک کنید تا اگر در معرض جریمه شدن قرار دارید بتوانید پیشگیری کنید. اما با این حال، جریمه‌های گوگل فقط یکی از دلایل زیادی است که باعث کاهش رتبه و بازدید سایت شما می‌شود. بنابراین به خاطر داشته باشید که در هر صورت مقصر عدم نتیجه گرفتن در وهله اول خود شما هستید.



چطور متوجه شویم که وبسایت ما توسط گوگل جریمه شده است؟

گوگل برای اینکه به مخاطبین خود بفهماند در کدام بخش و به چه دلیل

جریمه شدند، اقدام به تهیه و ارسال یک گزارش با توضیحات کافی برای وب‌مسترها می‌کند. اگر ابزار Google Search Console را فعالسازی کرده باشید، فایل گزارش مربوطه را در این کنسول دریافت می‌کنید.

در موارد دیگر به ویژه موارد مربوط به نقض حقوق کپی‌رایت، گوگل اقدام به ارسال یک ایمیل اطلاعاتی به آدرس حساب کاربری شما در گوگل وب‌مسترز می‌کند. در بعضی موارد نیز گزارشات متعدد به صورت فهرست در این کنسول به نمایش در می‌آیند. بنابراین توصیه می‌کنیم حتماً از سیستم‌های Google Analytics ، Google Search Console و Google Webmaster Tools استفاده کنید .

فراموش نکنید که برای رفع این خطاها و جریمه‌ها در حالت عادی نیازی به ارسال ایمیل به گوگل نیست. معمولاً موارد معمولی این نوع خطاها و تخلف‌ها به صورت خودکار بررسی می‌شوند اما به منظور سرعت بخشیدن به فرآیند بررسی و رفع مشکل، می‌توانید از بخش ارسال درخواست بازرسی مجدد (که به همین منظور طراحی شده است) اقدام به ایجاد یک طرح درخواست برای از بین بردن جریمه (البته بعد از برطرف کردن مشکل) کنید. گوگل در اطلاعیه‌هایی که برای شما می‌فرستد، توضیحات لازم مربوط به بخشی که باید به آن توجه کرده و مشکلتش را برطرف کنید به شما می‌دهد.

لیست مهم‌ترین دلایل جریمه شدن توسط گوگل

وقت آن رسیده که به سراغ لیست اصلی و مهم‌ترین گزینه‌هایی که این موتور جستجو به خاطر آن‌ها شما را جریمه خواهد کرد برویم. ما در ادامه اصلی‌ترین دلایل جریمه‌های گوگل به همراه راه حل‌های کلی برطرف سازی آن‌ها را به صورت فهرست‌وار به شما توضیح خواهیم داد.

۱. استفاده از تکنیک موسوم به Cloacking یا پنهان‌سازی محتوا از دید گوگل

یکی از اصلی‌ترین تکنیک‌های سئوی کلاه سیاه، استفاده از روشی به نام Cloacking یا پنهان‌کاری می‌باشد که آن را با عناوین دیگری همچون Sneaky Redirects یا ریدایرکت‌های مخفیانه هم می‌شناسند. این تکنیک به دو شکل کلی صورت می‌گیرد. در نوع اول، شما به گوگل صفحاتی را معرفی می‌کنید که در ظاهر اعتبار و کیفیت مناسبی دارند. اما وقتی کاربران روی لینک آن صفحات کلیک کرده و وارد آن‌ها می‌شوند، به صفحات دیگری هدایت می‌شوند.

درواقع چنین تکنیکی باعث می‌شود تا کاربران وارد صفحه‌ای که انتظارش را داشتند نشده و به جای آن وارد یک صفحه دیگر شوند! این تکنیک برای جذب بازدید قلبی کاربران و درواقع ترغیب آن‌ها برای کلیک روی لینک سایت‌ها با عناوین و تبلیغات دروغین استفاده می‌شود. با این کار این افراد متقلب نیازی ندارند که اقدام به تولید صفحاتی با محتوای با کیفیت کنند

و فقط عنوان این مطالب را ایندکس می‌کنند و محتوای آن را از دید گوگل پنهان می‌کنند.

جریمه در نظر گرفته شده برای این تخلف:

جریمه گوگل برای این اقدام ممکن است به صورت حذف آن صفحه و دسته‌بندی از نتایج باشد و یا در موارد خاص، کل وبسایت متخلف از حضور در نتایج صفحات جستجو به صورت موقتی یا همیشگی حذف خواهند شد.

راه حل برطرف‌سازی این مشکل:

- به سایت Google Search Console بروید.
- از قسمت Crawl گزینه Fetch as Google را انتخاب کنید.
- لینک صفحاتی که از سوی گوگل مشکوک اعلام شده‌اند را در این بخش وارد کنید.
- بعد از دریافت اطلاعات توسط گوگل، محتوا و اطلاعات ارسالی را با محتوای صفحه مربوطه در سایت خود مطابقت دهید. اگر در عناوین و محتوای داخلی تفاوتی دیدید، باید سعی کنید این تفاوت‌ها را برطرف کنید و هر دو نسخه را به یک شکل در بیاورید.
- هرگونه ریدایرکت‌هایی که در این صفحه انجام دادید را حذف کرده و از هیچ هدایت‌گر خودکاری در این صفحه استفاده نکنید.

- بعد از اتمام کار و برطرف سازی این مشکل تا ۷۲ ساعت صبر کنید.
- اگر بعد از این زمان همچنان گزارش منفی گوگل باقی مانده بود، از قسمت Reconsideration Request اقدام به ایجاد یک درخواست بررسی کنید تا اپراتورهای گوگل در زمانی کم اقدام به بررسی سایت و برطرف سازی مشکل کنند.

توجه کنید که برخی از این گونه ریدایرکت ها ممکن است در فایل htaccess. سایت شما ایجاد شده باشند. با چک کردن محتوای آن ها مطمئن شوید که این مشکل برطرف شده است. همچنین شایان ذکر است که این تکنیک فقط برای صفحات وب استفاده نمی شود. از تکنیک Cloacking برای فایل ها به ویژه تصاویر نیز استفاده می شود. بنابراین باید مطمئن شوید که تصویر یا فایلی که به گوگل پلی نشان می دهید، همان تصویر و فایلی است که کاربران نیز آن را خواهند دید.



۲. استفاده از تکنیک Cloacking: First Click Free

درست مثل مورد اول، تکنیک مشابهی نیز وجود دارد که به جای گوگل، این بار کاربران هستند که با این تکنیک نمی‌توانند محتوای یک سایت را ببینند. در نوع اول متخلفین با پنهان کردن یک سری صفحات از دید گوگل و هدایت کاربران به صفحات دیگر باعث می‌شدند تا ربات‌های گوگل به اشتباه بی‌افتند. اما در نوع دوم، شرایط به گونه‌ای برعکس این مورد است.

در نوع دوم که از سیستم First Click Free سوء استفاده می‌کند، وبسایت‌های متخلف اقدام به طراحی صفحاتی می‌کنند که محتوای آن‌ها برای ربات‌ها و موتورهای جستجو قابل مشاهده است اما کاربران برای مشاهده آن‌ها موظف به ثبت نام، ورود و یا به عضویت درآمدن در بخش خبرنامه هستند. این اقدام برخلاف قوانین First Click Free Policy گوگل است و وبسایت‌هایی که با این مضمون اقدام به جذب بازدید کنند جریمه خواهند شد.

چنین موردی در حالت عادی مشکلی ندارد اما از جایی که تقریباً اغلب بازدیدهای یک سایت از طرف موتور جستجوی Google هستند، گوگل به کاربرانی که از طریق موتور جستجویش به چنین صفحاتی ارجاع داده می‌شوند تضمین می‌دهد که باید به محتوای جستجو شده در آن صفحات دسترسی پیدا کنند. در این حالت اگر یک وب سایت برخلاف این قانون عمل کند جریمه می‌شود.

جریمه در نظر گرفته شده برای این تخلف:

تقریباً مثل نوع اول، وبسایت‌های متخلف در صورت انجام این کار، باعث می‌شوند تا آن صفحات از نتایج موتورهای جستجو حذف شوند. در صورت تکرار این موضوع در صفحات دیگر، گوگل کل صفحات سایت شما را به لیست سیاه خود اضافه می‌کند و برای یک مدت مشخص، هیچ لینکی از سایت شما در نتایج موتور جستجوی Google به نمایش در نخواهد آمد.

راه حل برطرف‌سازی این مشکل:

- باید صفحاتی از سایت خود که در موتور جستجوی گوگل با عنوان دسترسی رایگان به محتوا ایندکس شده‌اند را طوری طراحی کنید که کاربران مجبور به ثبت نام و یا ورود به پنل برای مشاهده محتوای آن نباشند. اگر قصد ساخت چنین صفحاتی دارید، نباید آن‌ها را در گوگل ایندکس کنید.
- بعد از انجام این کار، یک درخواست مطرح کرده و از اپراتورهای گوگل بخواهید که سایت شما را مجدداً بررسی کنند.

۳. هک شدن و یا ناامن شناخته شدن یک وبسایت

هک شدن یک سایت این روزها دردسرهای خیلی بیشتری دارد. حالا به جز مشکلات مربوط به از دست رفتن و یا در خطر فاش قرار گرفتن اطلاعات، گوگل نیز وبسایت‌های هک شده را در لیست ممنوعه خود قرار می‌دهد.

شما با هک شدن نه تنها اطلاعات مهم سایت خودتان را احتمالاً از دست خواهید داد، بلکه جریقه شدن از سمت گوگل نیز مثل نمک روی زخم شما خواهد بود. بنابراین باید به بحث امنیت سایت خود به شدت اهمیت بدهید.

البته این حرکت Google صرفاً یک اقدام امنیتی به منظور جلوگیری از سوء استفاده‌های هکرها است. چرا که در گذشته هکرها با هک کردن و نفوذ به وبسایت‌های معروف، به نوعی از اطلاعات آن وبسایت‌ها به نفع خودشان استفاده می‌کردند و حتی درخواست باج می‌کردند که حالا با این سیستم گوگل، این مسئله تا حدی جلوگیری شده است.

سیستمی که گوگل با کمک آن وبسایت‌های هک شده را شناسایی می‌کند، درواقع پیدا کردن لینک‌های مخرب و یا محتوا و بدافزارهایی است که در قالب هر سایتی ممکن است یافت شود. این یعنی حتماً نیازی نیست که سایت شما توسط یک هکر هک شده باشد تا شما جریقه شوید! ممکن است حتی بدون دخالت یک شخص سوم، وبسایت شما به عنوان یک وبسایت نا امن شناخته شود.

این روزها با گسترش هرچه بیشتر ابزارها و فایل‌های مخرب در اینترنت، احتمال آلوده شدن سایت شما به این بدافزارها کم نیست. بنابراین باید توجه ویژه‌ای به مسئله‌ی امنیت سایت خود داشته باشید تا نه تنها اطلاعات

ارزشمندتان را به خطر نیندازید، بلکه احتمال جریمه شدن از طرف گوگل را نیز به صفر برسانید.

به منظور افزایش امنیت و جلوگیری از این اتفاق ناخوشایند نکات زیر را انجام دهید :

- از سرویس‌های میزبانی وب امن و مطمئن هاست خودتان را تهیه کنید و از پشتیبانی آن سرویس تقاضای بک آپ‌های روزانه کنید و همچنین مطمئن شوید که سرویس مورد نظر دارای تیم پشتیبانی و تیم فنی و امنیتی می‌باشد تا در صورت بروز هرگونه مشکل بتوانید روی کمک آن‌ها حساب کنید.
- به محض اینکه احساس کردید سایت شما زیر حملات هکرها قرار گرفته و یا ممکن است هکرها به آن نفوذ کرده باشند، از سیستم قرنطینه گوگل وب‌مستر تولز استفاده کنید و سایت خودتان را قرنطینه کنید تا آسیب‌های بیشتری به آن وارد نشود.
- از Google Search Console به منظور فهمیدن نوع هک شدن سایتتان کمک بگیرید.
- هرگونه ابزار، نرم‌افزار، افزونه و فایل‌های مشکوک را از روی هاست و سایت خودتان حذف کنید.
- دیتابیس وب‌سایت و هاست خودتان را با کمک ابزارهای عرضه شده در این زمینه پاکسازی کنید.
- از بخش مربوطه، یک درخواست برای بررسی وب‌سایت خودتان توسط

گوگل بفرستید تا کارشناسان آن با بررسی سایت شما، وجود حفره‌های امنیتی و خطرناک را گزارش دهند.

- از سیستم‌ها و پروتوکول‌های امن برای هاست و وبسایت خود استفاده کنید. همیشه یک بک آپ جدید از محتوای کلی سایتتان داشته باشید.

۴. استفاده از تکنیک متن یا لینک‌های مخفی (Hidden Text and Links)

یکی دیگر از تکنیک‌های سئوی کلاه سیاه، استفاده از متون یا لینک‌های مخفی به منظور دستکاری رتبه‌بندی‌های موتورهای جستجو است که گوگل آن را در این صفحه رسماً یکی از تخلف‌های لیست مخصوص خود معرفی کرده است. این تکنیک در واقع استفاده از هرگونه ابزار یا شرایطی است که در آن محتوای متنی مورد نظر برای کاربران و بازدیدکنندگان قابل مشاهده نباشد.

چنین مسئله‌ای ممکن است به صورت اشتباهی و غیرارادی صورت بگیرد. مثلاً ممکن است شما در یک مطلب، از متن‌های سفید رنگ استفاده کنید. معمولاً رنگ پس‌زمینه بخش body قالب سایت‌ها نیز سفید رنگ است. در این صورت چنین اتفاقی باعث می‌شود تا متن نوشته‌ی شما و رنگ پس‌زمینه هر دو سفید باشند و آن متن دیده نشود. همین نکته در مورد متن‌های لینک‌دار نیز صدق می‌کند. البته در برخی موارد دیگر، طراحی رابط کاربری وبسایت‌ها ممکن است به گونه‌ای باشد که متن‌های لینک‌دار با متن‌های عادی تفاوت نداشته باشند و به همین خاطر کلمات یا عبارات

لینک‌دار شده مشخص نباشند. اگر سایت شما چنین مشکلی دارد، احتمالاً آن صفحه از سایت شما جریمه شده و یا خواهد شد.

در حقیقت ایدئولوژی گوگل این است که سایت شما هرطوری که برای یک موتور جستجو طراحی می‌شود، باید درست به همان شکل نیز برای بازدیدکنندگان واقعی طراحی شده باشد. استفاده از این قبیل تکنیک‌ها گوگل را حساس کرده و ممکن است ربات‌های گوگل فکر کنند شما در حال گول زدن کاربران یا خود ربات‌ها هستید.

در همین راستا گوگل توصیه می‌کند که محتوای مطالب سایت شما باید به گونه‌ای باشد که ضعیف‌ترین سیستم‌ها و مرورگرها نیز بتوانند متون داخل آن را به خوبی شناسایی کرده و نمایش دهند. به همین خاطر، حتی استفاده از اسکریپت‌های پیچیده مثل اسکریپت‌های JavaScript یا CSS نیز با در نظر گرفتن استانداردهای خاصی توصیه شده است.

لیست زیر بعضی از تکنیک‌های مشابه در زمینه‌ی Hidden Text می‌باشد که باید از انجام آن‌ها اجتناب کرد:

- استفاده از متن‌ها در زیر عکس‌ها و فایل‌ها به طوری که آن متن دیده نشود
- استفاده از اسکریپت‌های مخفی‌کننده متون و یا استفاده از استایل‌های پنهان‌سازی در بخش CSS

- تنظیم فونت نوشته‌ها در اندازه صفر
- پنهان‌سازی لینک‌ها به طوری که قابل مشاهده نباشند. برای مثال لینک‌دار کردن یک نقطه در یک پاراگراف

اگر به خاطر این مسئله جریمه شدیم چه کار کنیم؟

راه حل ساده است. باید برای برطرف سازی این مشکل، رنگ متن‌هایی که با پس‌زمینه مطالب هم‌رنگ هستند را تغییر دهید. همچنین باید در بین کدهای CSS هرگونه استایل یا کد مشکوک به این زمینه را دیدید برطرف کنید. حتی اگر مجبور شدید باید فایل CSS سایت خودتان را یک بار به صورت کامل بررسی و استایل‌دهی کنید.

برای برطرف سازی مشکل لینک‌های مخفی نیز، می‌توانید ابتدا یک بار تمام متن خود را هایلایت کرده و از دکمه مربوط به حذف لینک استفاده کنید. سپس، می‌توانید مجدداً اقدام به لینک دادن به کلمات و عبارات دیگر کنید.

بعد از اینکه محتوای یک مطلب جریمه شده را با این کارها به حالت استاندارد درآوردید، می‌توانید یک درخواست برای بررسی گوگل ایجاد کنید.



۵. استفاده از روش گنجاندن بیش از حد کلمات کلیدی یا Keyword Stuffing

ما پیش از این هم در این مورد در مقالات دیگر مدیریت توضیحات زیادی داده بودیم. روش Keyword Stuffing یک روش به ظاهر ساده و یک تکنیک بی‌دردسر برای وب‌مسترها است که به کمک آن یک مطلب از سایت خود را بیشتر از حد استاندارد به گوگل معرفی کنند. در این روش خیلی ساده، در یک متن که روی یک کلمه کلیدی خاص هدف‌گذاری شده است، افراد اقدام به استفاده بیش از حد استاندارد از آن کلمه کلیدی در آن متن می‌کنند.

با این کار شانس دیده شدن آن کلمه در جملات و پاراگراف‌ها بیشتر می‌شود و همین نکته باعث می‌شود تا در صفحه نتایج موتورهای جستجو، آن صفحه از وب‌سایت که با آن کلمه کلیدی بیش از حد پربار شده است، به نتایج

بهتری دست پیدا کرده و به همین ترتیب، رتبه آن سایت بهبود پیدا کند. این تکنیک یکی از پرستفاده‌ترین روش‌های افزایش بازدید و رتبه سایت‌ها در چند سال اخیر بود. گوگل با بروزرسانی الگوریتم‌های خود، حالا به راحتی این اقدام وب‌مسترها را شناسایی کرده و آن‌ها را به خاطر چنین کاری جریمه می‌کند.

در هر حالتی شما باید تراکم و چگالی کلمات کلیدی را مورد توجه قرار دهید. درواقع یک متن کامل شامل مقدار مناسبی از کلیدواژه است. اگر این مقدار از حالت استاندارد کمتر باشد، مطلب شما از لحاظ سئو جامع نخواهند بود و اگر این مقدار بیش از حد استاندارد باشد، شما مرتکب تخلف Keyword Stuffing شده‌اید.

۶. استفاده از تکنیک‌های Spamming

تا الآن تکنیک‌هایی را گفتیم که به جز افراد حرفه‌ای، وب‌مسترهای معمولی و بی‌اطلاع نیز از روی نا آگاهی آن تخلف‌ها را انجام می‌دهند. اما وقتی بحث تولید محتوای هرز و بی‌هویت یا همان اسپم (Spam) در میان باشد، این دیگر یک تخلف واقعی و عمدی خواهد بود. بحث اسپمینگ بخش‌های مختلفی دارد.

برای مثال، ارسال انبوه ایمیل‌های غیرکاربردی یا دروغی و یا تبلیغات غیرواقعی در دیگر منابع (مثل کامنت گذاشتن در سایت‌های دیگر و یا استفاده

از صفحات تقلبی در شبکه‌های اجتماعی) از جمله این اقدامات هستند که میلیون‌ها کاربر در سراسر اینترنت در حال استفاده از این روش‌های سطح پائین می‌باشند. نکته اینجاست که اگر این افراد انرژی و زمانی که برای تولید این چیزهای تقلبی صرف می‌کردند را صرف یک اقدام واقعی و کاربردی در بازاریابی اینترنتی کرده بودند، نتایج بسیار بهتری می‌گرفتند. اما متأسفانه دروغ و تقلب و اسپم یکی از علایق خیلی از کاربران و حتی صاحبان مشاغل است!

گوگل به سادگی و با کمک الگوریتم‌های ارتقاء یافته‌اش، هرگونه فعالیت‌های غیرواقعی و اسپمینگ را به لیست سیاه خود اضافه می‌کند. حضور بی‌مورد در انجمن‌ها و سایت‌های گفتگو و تبلیغ‌های متعدد، از دیگر انواع اقدامات اسپمینگ هستند. از جمله مواردی که گوگل به شدت وب‌مسترها را از انجام آن‌ها منع کرده است، تولید و انتشار محتوای اسپم است. محتوای اسپم شامل موارد زیر می‌باشد:

- محتوای متنی تولید شده به صورت خودکار یا Auto-Generated Content که در آن یک مطلب متنی با کمک نرم‌افزارهای کامپیوتری تولید شده است. چنین مطالبی معمولاً معنی و مفهوم ندارند اما صرفاً شامل کلمات کلیدی برای رتبه‌بندی‌ها می‌باشند.
- محتوای متنی که از یک زبان و به صورت ترجمه ماشینی به یک زبان

دیگر معادل‌سازی شده باشد. این گونه محتوا اگر توسط یک کارشناس مدیریت و تولید محتوا ویراستاری نشود، به راحتی به عنوان یک متن اسپم شناخته خواهد شد.

- محتوایی که در آن از کلمات و معادل‌های پیچیده و غیر قابل فهم استفاده شود. این تکنیک تا چند سال پیش برای انحصاری کردن بعضی از مقالات سایت‌ها خیلی کاربرد داشت. اما امروزه گوگل چنین مقالات و متن‌هایی را نیز با سیستم هوشمند الگوریتم‌هایش شناسایی و جریمه خواهد کرد.
- محتوایی که به صورت خودکار یا دستی و از ترکیب چند مطلب از منابع دیگر کپی‌برداری شده باشد.
- هرگونه کپی‌برداری از متن مطالب سایت‌های دیگر (حتی کپی کردن چند جمله)
- تولید محتوای انبوه و کم ارزش و به اصطلاح تولید محتوای Scraped که به نوعی کپی از منابع معتبر و افزایش تعداد مطالب به مقدار بسیار زیاد می‌باشد. گوگل حتی می‌تواند ویرایش‌های اندکی که در مطالب دیگر منابع داده شود را شناسایی کند.
- تولید هرگونه محتوای بی‌ارزش و بی‌هویت (حتی در صورتی که مشکل دستور زبانی یا مشکلات مشابه نداشته باشد). محتوای ارائه شده توسط شما باید ارزش و اعتبار لازم برای مخاطبین را داشته باشد در غیر این صورت آن مطلب بدون تردید یک اسپم خواهد بود. اگرچه ربات‌ها و خزندگان گوگل این روزها حتی توانایی آنالیز این مدل مطالب را نیز دارند، اما گوگل از روش ساده‌تری برای شناسایی اینطور صفحات و مطالب استفاده

می‌کند و آن روش نیز استفاده از آمار و ارقام مربوط به نرخ پرش یا Bounce Rate است.

- تولید محتوای تکراری و یکسان با تفاوت‌های اندک

فراموش نکنید که منظور ما از «محتوا» صرفاً متن و کلمات و جملات نیستند. انواع دیگر محتوا مثل تصاویر، ویدئو و حتی فایل‌های صوتی و دیگر انواع فایل‌ها نیز می‌توانند شامل قوانین گفته شده باشند.

جریمه در نظر گرفته شده گوگل برای تولید و انتشار محتوای اسپم چیست؟

معمولاً در وهله اول، صفحه‌ای از یک وبسایت که در آن اقدام به نشر مطالب و محتوای اسپم شده باشد به لیست جرایم اضافه شده و از نتایج جستجوها حذف می‌شود. اما در شرایط حاد، اگر تعداد صفحات و مطالب محتوای یک وبسایت بیشتر از مقدار مجاز باشد، کل سایت و تمام صفحات آن شامل این جریمه خواهند شد.

برای رفع جریمه مربوط به بحث اسپمینگ باید چه کاری انجام داد؟

اگر محتوای اسپم تولید کرده اید و یا مطالب بی‌کیفیت و کپی شده منتشر کرده‌اید، خیلی سریع تمام آن مطالب را حذف یا ویرایش کنید به طوری که

اثری از یک مطلب منفی و اسپم در آن‌ها وجود نداشته باشد. اگر گزارشاتی مبنی بر استفاده از محتوای کپی‌رایت شده دریافت کردید، در اسرع وقت آن محتوا را حذف کنید. در مورد ایمیل‌ها و تبلیغات اسپم هم باید تمام این فعالیت‌ها را لغو کنید. سیستم خبرنامه ایمیلی خود را از نو بسازید و به جای ارسال پیام‌های تبلیغاتی اسپم در سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی دیگر، به صورت قانونی و هدفمند به بحث ایمیل مارکتینگ بپردازید.

۷. استفاده از هاست‌های رایگان و اشتراکی

خیلی از وب‌مسترهای تازه‌کار برای اینکه هزینه‌های خود را تا حد امکان کاهش دهند، به سراغ هاست‌های اشتراکی و یا هاست‌های رایگان می‌روند. با بحث کیفیت افتضاح و بی‌ارزش بودن این هاست‌ها برای استفاده به عنوان یک فضای میزبانی و راه‌اندازی یک تجارت اینترنتی کاری نداریم. بحث اصلی ما، مضر بودن این هاست‌ها از جنبه‌های دیگری است که کسی به آن‌ها توجه خاصی ندارد.

معمولاً سرویس‌دهنده‌های اینترنتی با ارائه یک گزینه رایگان و محدود قصد معرفی محصولات یا سرویس‌های خود را دارند. اما خیلی دیگر از این سرویس‌دهنده‌ها به طور کل یک بخش رایگان و بدون محدودیت دارند که اگرچه فضا و پهنای باند کمتری دارند، اما باز هم یک پیشنهاد جالب به نظر می‌آیند. مطمئن باشید این پیشنهادات طوری نیستند که قرار باشد

شما به رایگان از چنین سرویس‌هایی استفاده کنید و هزینه‌های شما را یک سرویس‌دهنده تقبل کند!

اگر این سرویس‌ها رایگان باشند، پس راه درآمد آن شرکتی که این سرویس‌ها را ارائه می‌دهد چیست؟ چرا این شرکت‌ها با هزینه‌های سنگین چنین پیشنهادات رایگانی در اختیار ما قرار می‌دهند و در ظاهر هیچ چیزی از ما نمی‌خواهند؟ اجازه دهید دلیلش را به شما بگوئیم. این شرکت‌ها طرف قرارداد بعضی از شرکت‌های دیگر هستند که تولیدکننده سرویس‌های مجازی و نرم‌افزارهای تحت وب می‌باشند.

شما با ثبت یکی از این هاست‌های رایگان برای خودتان، درواقع بستری ساده برای افرادی فراهم کردید که از طریق سایت راه‌اندازی شده شما روی آن هاست، اقدام به تبلیغ آن هم تبلیغات اسپم کنند. مثال بارز این مسئله، سرویس‌های رایگان وبلاگ‌دهی هستند که بدون اجازه شما، در وبلاگتان تبلیغ گذاشته و در صورتی که آن تبلیغات را حذف کنید دسترسی شما را به پنل محدود و یا سرویس شما را تعلیق می‌کنند! در خیلی از موارد دیده شده که این هاست‌های رایگان، به صورت پیش‌فرض پلاگین‌هایی از شرکت‌های دیگر دارند که به محض راه‌اندازی هاست، آن پلاگین اجازه نصب شدن روی مرورگر شما را می‌خواهد. باقی ماجرا نیز مشخص و بدیهی‌ست و نیازی به توضیح بیشتر نیست.

گوگل با اسیم قلمداد کردن این نوع سرویس‌ها، به وب‌مسترهایی که به سراغ ساخت سایت با این هاست‌ها می‌روند هشدار می‌دهد. این سرویس‌ها درواقع پنجره‌ای برای گسترش تبلیغات اسیم از طریق سایت‌ها و بلاگ‌های کاربران است. به جز این مسئله، کیفیت بسیار پائین، عدم پشتیبانی و اشتراکی بودن این هاست‌ها باعث می‌شود تا سایت شما سنگین و بی‌کیفیت بوده و احتمالاً خیلی زود به زود از دسترس خارج شود. این نکات همگی خطوط قرمز گوگل برای سایت‌های مختلف است و هر سایتی که این مشکلات را داشته باشد جایی در صفحات نتایج جستجو‌ها نخواهد داشت.

راه حل چیست؟

اگر می‌خواهید با طراحی و راه‌اندازی یک سایت به جمع حرفه‌ای‌ها پیوسته و به صورت تخصصی به بازاریابی اینترنتی بپردازید، هیچ‌وقت سراغ هاست‌های رایگان نرفته و به جای آن از سرویس‌ها و برندهای معتبر و قدرتمند استفاده کنید.

۸. استفاده از ساختار محتوایی غیرمرتبط

فراموش نکنید که مهم‌ترین نکته در زمینه سئو و بهینه‌سازی یک سایت برای موتورهای جستجو، مرتبط بودن محتوای ارائه شده شما با کلمات کلیدی جستجو شده توسط کاربران است. این تکنیک که شباهت زیادی با تکنیک

Cloacking دارد، به استفاده از عناوین غیرمرتبط با محتوای یک مطلب و گول زدن موتور جستجو و بازدیدکنندگان گفته می‌شود.

این بخش در مورد عناوین، هدینگ‌ها، فرم‌های سئو و خود محتوای اصلی می‌باشد. اگر شما یک مطلب هدفمند در مورد یک موضوع و یک کلمه کلیدی تولید کرده‌اید، باید آن را در عنوان، آدرس URL، هدینگ‌ها و توضیحات متا ذکر کنید تا ورودی‌های جستجو توسط کاربران با محتوای ارائه شده شما همخوانی داشته باشد. اگر این موارد با یکدیگر مرتبط نباشند، شما درواقع در حال گول زدن ربات‌های گوگل و مخاطبین هستید؛ چرا که در این حالت شما یک ادعای کذب داشته و عنوان و محتوای شما با کلمه کلیدی مرتبط با آن‌ها مطابقت ندارند.

چنین مسئله‌ای یکی از مهم‌ترین نکاتی است که گوگل بارها و بارها آن را تأکید کرده است. اگر به هر طریقی مطالب سایت شما این مشکل را دارد، ممکن است خیلی زود جریمه شده و به یک وبسایت اسپم تبدیل شوید. معمولاً این اقدام به حذف آدرس صفحات مشکل‌دار در گوگل می‌انجامد. البته در صورت تکرار چنین مسئله‌ای، تمامی بخش‌های وبسایت از نتایج جستجوهای گوگل حذف می‌شود.

برای جلوگیری از این جریمه چه اقدامی باید انجام شود؟

باید در اسرع وقت به سراغ مطالب مورددار رفته و با ویرایش عناوین، آدرس URL و توضیحات متا این مشکل را برطرف کرد. گوگل علاقه زیادی به توضیحات متای غنی یا به اصطلاح Rich Snippets دارد. توضیحات متا باید بین ۱۳۰ الی ۱۵۰ کاراکتر و حاوی کلمه یا کلمات کلیدی باشند. بعد از ویرایش مطالب مشکل‌دار، یک درخواست بازرسی در کنسول گوگل ایجاد کنید.



۹. بکلینک‌های غیرطبیعی و بیش از حد

همانطور که همه می‌دانیم، یکی از تأثیرگذارترین روش‌هایی که با آن وب‌مسترهای زیادی توانستند بازدیدهای متعددی برای وب‌سایتشان دریافت کنند، استفاده از بکلینک است. جالب است بدانید رایج‌ترین جریمه‌های

گوگل به خاطر استفاده از این تکنیک غیرقانونی است. بکلینک‌ها راهی ساده برای افزایش بازدید در بازه زمانی کوتاه هستند.

از طریق این تکنیک، شما آدرس (لینک) سایت خودتان را در ازای پرداخت هزینه در سایت‌های دیگر قرار داده و یا کلیک (بازدید) می‌خرید. معمولاً سایت‌هایی که اقدام به فروش چنین سرویسی می‌کنند از نظر گوگل شناخته شده و جریمه شده هستند. چرا که مسلماً این خیلی غیرعادیست که یک سایت که در اغلب موارد محتوای خاصی هم ندارد، با لینک دیگر سایت‌ها پر شده باشد.

اگر شما چنین کاری کنید، گوگل به سرعت متوجه ورودی‌های زیادی که از یک منبع برای شما ثبت شده است می‌شود و در این حالت سایت شما متهم به خرید بکلینک خواهد شد. این اقدام سبب می‌شود تا نه تنها بازدید و رتبه‌ای از این لینک‌ها کسب نکنید، بلکه رتبه فعلی شما نیز افت چشم گیری پیدا کند.

چه راه حل و جایگزینی برای این مشکل پیشنهاد می‌شود؟

در حالت عادی هیچ وقت توصیه به خرید بکلینک نمی‌شود. اما اگر قصد چنین کاری داشتید، باید خیلی محتاطانه این کار را کرده و به هیچ وجه از سایت‌های اسپم و سطح پائین لینک نخرید و فقط از منابع معتبر بکلینک

بگیرید. به جای خریدن بکلینک، استفاده از روش‌های ارگانیک افزایش بازدید توصیه می‌شود.

اگر به چنین اتهامی دچار شده‌اید، از قسمت Links Report کنسول جستجوی Google ببینید چه سایت‌هایی بیشترین لینک‌ها را به شما داده‌اند. سپس مواردی که مشکوک به بکلینک هستند را شناسایی کنید. در نهایت باید کاری کنید که آن لینک‌ها از منبع مورد نظر حذف شوند. اگر به آن دسترسی ندارید، می‌توانید با ساخت یک لیست موسوم به Disavow backlinks دسترسی این لینک‌ها به سایت خودتان را ببندید.

اما اگر خود شما مجبور هستید تا به سایت‌های بی‌ارزش لینک بدهید و یا می‌خواهید به آن‌ها بکلینک بفروشید اما نمی‌خواهید که با جریمه گوگل نیز رو در رو شوید، می‌توانید از قابلیت nofollow استفاده کنید. در این حالت شما به موتورهای جستجو می‌گوئید که لازم به دنبال کردن و رتبه‌بندی لینک‌های انتخابی نیست و در نتیجه، چنین کاری صدمه‌ای به عملکرد سایت شما نمی‌زند. اما با این حال نیز انجام این کار به هیچ‌وجه توصیه نمی‌شود.

۱۰. استفاده بیش از حد از تگ‌های هدینگ

تگ‌های هدینگ یکی از مؤثرترین روش‌ها برای سئو کردن یک مطلب هستند. استفاده درست از این تگ‌ها می‌تواند بسیار مفید باشد. اما اگر

به نادرستی و یا به صورت عمدی از این تگ‌ها استفاده بیش از حد کنید، جریمه خواهید شد.

گوگل طی یک اطلاعیه گفته بود که محتوای متنی وبسایت‌ها باید طبق اصول نگارشی منتشر شوند. استفاده بیش از حد از تگ‌های هدینگ و بزرگ کردن عناوین به منظور کسب رتبه بهتر در بین رقبا و کسب جایگاه بهتر در نتایج جستجوها روشی غیرقانونی شمرده می‌شود.

جریمه در نظر گرفته شده گوگل برای این اقدام حذف موقتی و در صورت تکرار، حذف دائم صفحه مربوطه از نتایج جستجوها است.

راه حل برطرف سازی این مشکل:

شما باید روش صحیح استفاده از تگ‌های هدینگ را بدانید. این تگ‌ها به منظور جداسازی بخش‌های مختلف یک متن استفاده می‌شوند. عنوان اصلی باید تگ هدینگ ۱ یا $H1$ باشد و عناوین بعدی باید $H2$ ، $H3$ و $H4$ باشند. هر عنوان اولیه با عدد کوچک‌تر و زیرعنوان‌ها با عدد بزرگ‌تر به ترتیب استفاده می‌شوند.

۱۱. داشتن لینک‌های خراب (Broken Links) و بی‌توجهی به آن‌ها

حتماً برای شما هم بارها پیش آمده است که به در یک سایت روی یک لینک کلیک کنید و با ارور صفحه پیدا نشد یا همان ارور معروف ۴۰۴ Error Page not found روبه‌رو شده باشید. این مشکل نه تنها یکی از رایج‌ترین مسائلی است که کاربران را به شدت آزرده‌خاطر می‌کند و آن‌ها را از بازدید مجدد سایت شما منصرف خواهد کرد، بلکه این مسئله یکی از مواردی است که جریمه سنگینی از سمت گوگل به همراه خواهد داشت.

اگر تعداد لینک‌های خراب سایت شما زیاد باشد و شما اقدامی برای برطرف‌سازی آن‌ها نکنید، گوگل با این تصور که شما سایت خود را رها کرده و اهمیتی برای بازدیدکنندگان قائل نیستید، شما را جریمه کرده و از لیست صفحات نتایج جستجو حذف می‌کند.

راه حل برطرف‌سازی این مشکل:

برای برطرف‌سازی این مشکل راهی جز درست کردن لینک‌های خراب ندارید. باید با پیدا کردن و فیکس کردن مشکل این لینک‌ها، ارورهای ۴۰۴ را برطرف کنید. ممکن است تعداد زیادی لینک خراب داشته باشید و یا اینکه حتی ندانید کدام لینک‌های شما مشکل دارند. برای اینکه این مشکل را نیز حل کنید، می‌توانید از ابزارهای آنلاینی که برای چنین منظوری طراحی شده‌اند استفاده کنید. در ضمن، فراموش نکنید که این ایراد هم در مورد لینک‌های داخلی و هم لینک‌های خارجی یکسان است.

۱۲. کاهش سرعت سایت و یا از دسترس خارج شدن آن

گوگل در اطلاعیه‌های متعددی اعلام کرده که سرعت بارگذاری یک سایت، به یکی از مهم‌ترین فاکتورهای رتبه‌بندی سایت‌ها تبدیل شده است. ممکن است حتی شما یک سایت خوب با طراحی زیبا و امکانات مناسب داشته باشید اما باز هم تلاش‌های شما برای کسب رتبه مناسب نتیجه‌بخش نباشد. در این حالت احتمال اینکه سایت شما سنگین شده باشد و بارگذاری آن از حد استاندارد بیشتر طول بکشد وجود دارد.

گوگل این گونه سایت‌ها که منابع زیادی از پهنای باند مصرفی کاربران را به خود اختصاص داده و به خاطر مسائل زیادی از جمله استفاده بیش از حد از افزونه‌ها و یا تصاویر حجیم و غیره زمان زیادی برای لود شدن دارند جریمه می‌کند. همچنین گفتنی است که خیلی از سایت‌ها بنا به دلایل گوناگون و عمدتاً به خاطر استفاده از هاست‌های بی‌کیفیت، در بازه‌های زمانی کوتاه از دسترس خارج شده و به اصطلاح Down می‌شوند. این قبیل وبسایت‌ها نیز در خطر جریمه شدن گوگل قرار دارند.

برای مقابله با این مسائل چه راهکاری پیشنهاد می‌شود؟

کاری که باید بکنید این است که تا حد امکان سایت خودتان را سبک کنید و از هر چیزی که سرعت بارگذاری سایت را کاهش می‌دهد اجتناب کنید. برای این کار شما باید از روش‌های افزایش سرعت سایت به منظور برطرف‌سازی این مشکل استفاده کنید.

همچنین باید با تأمین امنیت و استفاده از اصول پیشنهادی، سایت خودتان را پایدار کنید. یکی دیگر از راه‌های کاهش حجم و افزایش سرعت لودینگ سایت، استفاده از ابزارهای مخصوص برای بهینه‌سازی و فشرده‌سازی عکس‌ها است.

۱۳. استفاده غیرمتعارف از کلیدواژه در نام دامنه‌ها

یکی از تکنیک‌های جذب بازدیدهای تقلبی و به نوعی طعمه‌گذاری شده، استفاده از کلیدواژه (کلمه کلیدی) مرکزی در نام دامین سایت است. از این طریق، سایت‌ها با انتخاب یک نام که دقیقاً همان کلمه کلیدی اصلی است، یک سایت راه‌اندازی می‌کنند. البته چنین اقدامی به خودی خود مشکل خاصی ندارد. مشکل زمانی به وجود می‌آید که این افراد، شروع به استفاده بیش از حد از آن کلمه کلیدی در بخش‌های مختلف سایت می‌کنند و به آن کلمات لینک می‌دهند.

در این حالت که در اغلب موارد این لینک‌ها به محتوای تکراری ارجاع داده می‌شوند، آن محتوا شامل کلمات کلیدی است که با نام دامنه یکسان هستند. پیش‌تر این تکنیک باعث میشد تا سایت‌ها از این طریق جایگاه بهتری در بین رقبای موتورهای جستجو کسب کنند. گوگل از این مقوله با نام طعمه‌کلیکی نیز یاد کرده است. درواقع با این کار، شما بیشتر از حالت عادی در حال معرفی یک صفحه هستید و با این کار کاربران را گول خواهید زد. گوگل این اقدام را برخلاف قوانین خود دانسته و افرادی که این تخلف را انجام می‌دهند شناسایی و جریمه خواهد کرد.

راه حل این است که در حالت عادی نباید از کلمات کلیدی اصلی در نام دامنه خود استفاده کنید. اگر از روی اجبار و یا به صورت اشتباهی این کار را کردید، نباید روی آن کلمه کلیدی بیش از حد مانور داده و آن را بیشتر از مقدار لازم به صفحه اصلی لینک بدهید. در ضمن، باید محتوای بیشتری در این حالت تولید کرده و آن کلمه کلیدی را در مباحث و مطالب متعددی بگنجانید.



۱۴. استفاده بیش از حد از لینک‌های Affiliate

سیستم همکاری در فروش با روش رایج لینک‌های معرفی یا همان Affiliate Links یکی از روش‌های رایج در مقوله بازاریابی اینترنتی است و نه تنها مشکلی ندارد، بلکه استفاده درست از آن نیز همواره توصیه شده است. اما اگر یک وبسایت سعی داشته باشد تا لینک‌های معرفی خود را در بخش‌های زیادی از سایت خود قرار دهد، با این کار خط قرمز گوگل را نادیده گرفته است.

گوگل معتقد است که شرایط یک وبسایت نباید به گونه‌ای باشد که کاربران در آن احساس ناراحتی کرده و به صورت پی‌درپی با لینک‌های معرفی و ریدایرکت‌های مختلف روبه‌رو شوند. چنین اقدامی باعث می‌شود تا محتوای با ارزش یک وبسایت، به خاطر وجود این لینک‌های تبلیغاتی کاهش یابد. به همین خاطر استفاده بیش از حد از این لینک‌ها در محتوای یک وبسایت (در هر بخشی از آن) شامل جریمه‌های گوگل می‌شود.

۱۵. وجود ایراد در فایل Robots.txt

فایل Robots.txt یک فایل اطلاعاتی برای ربات‌های موتورهای جستجو است و وظیفه آن این است تا به این ربات‌ها بگوید که چطور در قبال یک سایت رفتار کنند. یکی از کاربردهای این فایل، محدود کردن دسترسی موتورهای جستجو به بخش یا بخش‌هایی از سایت شما است.

چنین اقدامی مشکل خاصی نداشته و در صورت لزوم می‌توان از این قابلیت‌ها استفاده کرد. اما زیاده‌روی در این مورد و محدود کردن همه بخش‌های سایت می‌تواند منجر به تخطی از قوانین گوگل شده و به دنبال آن سایت شما جریمه شود. برای اینکه به این مشکل برخورد کنید، بهتر است با احتیاط و به صورت دقیق با این فایل کار کنید و از اعمال تغییرات بیجا و بدون آگاهی‌های لازم پرهیز کنید.

۱۶. لینک دادن به سایت‌های مشکوک و نا امن

همانطور که نباید از سایت‌های ضعیف و بی‌کیفیت لینک بگیرید، نباید به آن‌ها لینک نیز بدهید. در این مورد توجه لازم داشته باشید و از لینک دادن به سایت‌های ناقض قانون کپی‌رایت و سایت‌هایی که امنیت کافی ندارد به شدت پرهیز کنید. در غیر این صورت شما نیز مثل یک شریک جرم عمل کرده و درواقع با لینک دادن به آن سایت‌ها، به نوعی محتوا و نوع فعالیت آنان را تأیید می‌کنید.

چنین اقدامی که در مبحث بازاریابی اینترنتی با عنوان مزرعه لینک نیز از آن یاد می‌شود، یکی از اشتباهات رایج وب‌مسترها در زمینه سئو است. گوگل به صورت مداوم در حال اسکن و محدود کردن این سایت‌ها است و حالا با الگوریتم‌های جدید، سعی دارد تا هرگونه ارتباط با این نوع وب‌سایت‌ها را محدود کند. به همین خاطر، لینک دادن به سایت‌های غیرقانونی خطری جدی برای شما محسوب می‌شود.

۱۷. استفاده نادرست از صفحات فرود یا Landing Pages

ما پیش از این در مقالات مختلف مدیریت از اهمیت صفحات فرود (Landing Pages) گفتیم. اما زیاده‌روی در استفاده از این نوع صفحات می‌تواند دقیقاً نتیجه عکس داشته باشد. طراحی بیش از حد مجاز صفحات فرود، گوگل را حساس به این می‌کند که شاید شما قصد جذب بازدیدهای تقلبی از این طریق داشته باشید.

همچنین مدتی است که بعضی از وب‌مسترها به طراحی سایت‌های تک صفحه‌ای یا One-Page Websites روی آورده اند و آن صفحه را با یک کلمه کلیدی سئو می‌کنند. سپس در همان یک صفحه، اقدام به نشر یک لینک به سایت دیگری می‌کنند. چنین حرکتی یکی از نقض قوانین گوگل به شمار می‌رود و نباید از این مدل اقدامات انجام داد.

۱۸. بهینه‌سازی بیش از حد کمپین‌های سئو

زیاده‌روی در بحث سئو باعث می‌شود تا نه تنها کارها را درست انجام ندهید، بلکه به خاطر وسواس و نداشتن اطلاعات کافی، روند بهینه‌سازی سایت خود را به جای بهبود به وضعیت بدی بکشانید. با انجام بیش از حد خیلی از کارها ممکن است جریمه Over-Optimization گوگل را دریافت کنید. یکی از این موارد، درج و انتشار تعداد زیادی مطلب کوتاه، بی‌کیفیت و اسپم‌مانند در بازه زمانی کوتاه است.

گوگل روی این اقدامات حساسیت خاصی نشان داده و وب‌سایت‌هایی که تلاش می‌کنند تا با زیاده‌روی در بحث سئو جایگاه بهتری کسب کنند را جریمه خواهد کرد.

۱۹. درج بیش از حد تبلیغات متنی یا تصویری

یکی از دلایلی که وب‌سایت‌های زیادی به خاطر آن پیشرفت خاصی ندارند، درج بیش از حد تبلیغات متنی یا تصویری (بنری) در قالبشان است. شاید با

این کار درآمد نسبی بیشتری به دست بیاورید اما مطمئن باشید که چنین مسئله‌ای برای گوگل و کاربران خوشایند نیست. گوگل حتی وبسایت‌هایی که از تبلیغات کلیک خودش موسوم به Google AdWords را بیشتر از مقدار لازم استفاده کنند جریمه می‌کند.

به جز این مسئله، تعداد زیاد تبلیغات باعث کاهش چشم‌گیر عملکرد صحیح یک وبسایت می‌شود و به خاطر استفاده از تصاویر متحرک و حجیم، بارگذاری آن سایت نیز با سرعت کمتری صورت می‌گیرد. همه این دلایل به تنهایی می‌توانند یک سایت را از نظر گوگل مقصر و متخلف نشان دهند.

۲۰. استفاده از تبلیغات پاپ‌آپ (Pop-up Ads)

تبلیغات پاپ‌آپ که با کلیک کاربر روی هر نقطه‌ای از صفحه باز می‌شوند، بدترین نوع تبلیغات از نظر موتورهای جستجو و کاربران هستند. چرا که کاربر هیچ نقشی در باز شدن آن تبلیغ نداشته و باید به اجبار یک صفحه تبلیغاتی جدید را ببیند. اگرچه تعرفه یک تبلیغ پاپ‌آپ در حالت عادی چندین برابر انواع دیگر تبلیغات است، اما گوگل بدون استثنا هر وبسایتی که از این نوع تبلیغات استفاده کند را تا مقدار زیادی جریمه خواهد کرد.

نوع جدیدی از این تبلیغات نیز ابداع شده است که صرفاً برای تبلیغ‌دهنده یک بازدید غیرارادی کسب می‌کند. در این نوع جدید، وقتی کاربر روی هر بخشی از یک سایت حاوی این تبلیغات کلیک کنید، پنجره‌ای بسیار کوچک و

جدید در مرورگر کاربر باز می‌شود. این پنجره معمولاً آنقدر کوچک است که برای پیدا کردن و بستن آن چند ثانیه‌ای زمان لازم است. همین چند ثانیه بازدید لازم برای آن تبلیغ را رقم خواهد زد. گوگل در حال بروزرسانی الگوریتم‌ها برای اعمال جریمه‌های سنگین‌تر روی این نوع تبلیغات است.

از رایج‌ترین وبسایت‌هایی که از این نوع تبلیغات استفاده می‌کنند می‌توان به سایت‌های اشتراک فایل و یا سایت‌های کوتاه‌کننده لینک اشاره کرد. این سایت‌ها هیچ بازدید و محتوای خاصی برای ارائه ندارند و صرفاً تنها راه درآمدزایی آن‌ها استفاده از این قبیل تبلیغات است. داشتن حتی یک تبلیغ پاپ‌آپ هم برای هر سایتی یک خطر به منظور جریمه شدن تلقی می‌شود. اما اگر شما هم سفارش چنین تبلیغاتی دریافت کرده‌اید، به هیچ‌وجه آن‌ها را بیشتر از یک مورد قرار ندهید و هر چند روز یک بار آن‌ها را غیرفعال کنید. در غیر این صورت باید منتظر جریمه‌های متعدد گوگل باشید.

۲۱. ارورهای مختلف و بی‌توجهی به آن‌ها

در مورد ۱۱ به مسئله ارور ۴۰۴ و لینک‌های خراب اشاره کردیم. این ارور رایج‌ترین ایرادی است که در سایت‌های مختلف وجود دارد اما تنها ارور نیست. مشکلات و ایرادات دیگری نیز ممکن است با سهل‌انگاری رخ بدهند. برخی از مهم‌ترین این ارورها عبارت‌اند از:

- ارور ۳۰۱ که مربوط به لینک‌های ریدایرکت شده است
 - ارور ۳۰۲ که مربوط به انتقال موقتی آدرس یک مطلب می‌باشد
 - ارور ۵۰۰ که به عدم دسترسی کلاینت به سرور داخلی سایت مربوط است
 - ارور ۴۰۰ که به ارسال درخواست اشتباه یا غیرقابل بررسی کلاینت مربوط می‌شود
 - ارور ۴۰۳ که در آن دسترسی به یک یا چند صفحه ممنوع شده باشد
- اگر به این ارورها و دیگر ارورهای مشابه که ممکن است به دلایل گوناگونی برای سایت شما اتفاق بی‌افتند توجه نکنید، گوگل شما را به بی‌ارزش قلمداد کردن مخاطبین و بازدیدکنندگان متهم کرده و به همین خاطر شما را جریمه می‌کند.

۲۲. استفاده از نام دامنه‌های بی‌اعتبار یا با اعتبار ضعیف

در خیلی از موارد، نام بعضی از برندها و نام دامنه‌های آن‌ها به خاطر تخلفات زیاد به یک نام بی‌اعتبار تبدیل می‌شود. فروشندگان دامنه‌های رند نیز کم نیستند و شما نمی‌توانید خیلی راحت از گذشته آن نام و اعتبار آن اطلاعات کسب کنید.

خریداری و استفاده از دامین‌هایی که در گذشته به خاطر تخلف و تقلب اعتبار خود را از دست داده بودند، یکی از دیگر دلایل جریمه شدن می‌باشد. چون گوگل فکر می‌کند که ممکن است صاحب قبلی آن برند مجدداً به سراغ راه‌اندازی مجدد آن وبسایت آمده و یا اینکه شخصی دیگر می‌خواهد

از نام و شهرت این برند سوء استفاده کند. به همین خاطر توصیه می‌شود که ریسک نکنید و برای نام دامنه از یک اسم انحصاری و اختصاصی استفاده کنید.

۲۳. تمرکز روی کلمات کلیدی اسپم

در بعضی از شرایط، برخی از کلمات کلیدی به کلیدواژه‌های ترند تبدیل شده و مباحث مرتبط با آن‌ها داغ است. به همین خاطر خیلی از وبسایت‌ها با تولید محتوای مرتبط با آن کلمات کلیدی جایگاه مناسبی در نتایج جستجوها پیدا می‌کنند. اما در بعضی از موارد دیگر، این کلمات اگرچه ترند و پربازدید هستند، اما جزو کلمات کلیدی غیرمتعارف و اسپم شناخته می‌شوند.

در این حالت هر وبسایتی که فعالیت زیادی در مورد این کلمات کلیدی اسپم داشته باشد، درواقع قانون گوگل را زیر پا گذاشته است. این کلمات کلیدی و هر کلمات دیگری که صرفاً توجه وبسایت‌های اسپم و متقلب به آن‌ها باشد، در لیست سیاه قرار گرفته و هیچ وبسایتی نباید با فعالیت روی آن‌ها اعتبار و ارزش خود را به خطر بی‌اندازد.



۲۴. ریدایرکت‌های پی‌پی، اشتباه و بیش از مقدار معمول

ممکن است به خاطر اشتباهاتی که در حین انتشار مطالب و یا طراحی صفحات مجزا صورت می‌گیرد، ما مجبور باشیم تا آدرس URL آن مطالب یا صفحات را تغییر داده و به اصطلاح به آدرس جدید ریدایرکت کنیم. ریدایرکت کردن در حالت عادی فقط در شرایط خاص و ضروری پیشنهاد می‌شود.

اما بعضی از وب‌مسترها با تغییر مداوم آدرس URL ها بستری نامناسب برای ایجاد مشکلات جدید در وب‌سایت خود ایجاد می‌کنند. در خیلی از موارد، وقتی یک صفحه از یک سایت توسط گوگل جریمه می‌شود، صاحب آن سایت با این طرز تفکر که گوگل فقط آدرس آن صفحه را جریمه کرده، فکر

می‌کند با ریدایرکت کردن آدرس URL صفحه مشکل را برطرف کرده است! این اشتباه رایجی است که خیلی از وب‌مسترها آن را پشت هم تکرار می‌کنند.

اگر می‌خواهید جریمه نشوید، بحث ریدایرکت کردن آدرس صفحات را جدی بگیرید و فقط در مواقع ضروری و طبق اصول توصیه شده اقدام به این کار کنید.

۲۵. بهینه نبودن طراحی وبسایت برای موبایل‌ها و ریسپانسیو نبودن آن‌ها

ما آخرین گزینه از این لیست را به بحث ریسپانسیو نبودن و بهینه نبودن طراحی یک سایت برای موبایل‌ها اختصاص داده‌ایم. این روزها که بیشتر از ۶۰٪ از بازدیدها از وبسایت‌ها از طرف موبایل‌ها و مرورگرهای موبایلی صورت می‌گیرد، دیگر ما جایی برای اشتباه نداریم. با توجه به این آمار و ارقام، اگر سایتی بسازید که برای صفحه نمایش‌های موبایل‌های هوشمند امروزی بهینه‌سازی نشده باشد، پس بهتر است یا در اسرع وقت وبسایت خودتان را به بهترین شکل ممکن ریسپانسیو کنید، و یا در غیر این صورت قید کسب‌وکار اینترنتی خودتان را بزنید!

نداشتن یک سایت بهینه شده که طراحی آن به قول معروف Mobile-friendly نباشد، نه تنها باعث کاهش چشم‌گیر بازدید سایت شما می‌شود، بلکه عملکرد کلی سایت شما با افت زیادی روبه‌رو شده و در کنار همه این موارد، گوگل نیز به نوبه خود از خجالت شما در خواهد آمد!

فراموش نکنیم که گوگل به جز اینکه بزرگترین موتور جستجوی دنیا است، صاحب سیستم‌عامل‌هایی همچون Android برای موبایل‌ها و تبلت‌ها و سیستم‌عامل دسکتاپی Chrome OS نیز می‌باشد. از طرف دیگر، این کمپانی توجه زیادی روی مرورگر کروم دارد و مجموعه‌ی این مسائل باعث شده تا گوگل سهم زیادی در بحث بهینه‌سازی و طراحی‌های ریسپانسیو داشته باشد.

بی‌توجهی به این مسئله به نوعی پشت کردن به قوانین حیاتی گوگل می‌باشد و نتیجه آن جرمه شدن و حذف وبسایت شما از صفحات نتایج موتورهای جستجو خواهد بود.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

Google دیگر یک موتور جستجوی ساده نیست. گوگل حکمران دنیای وب است و لازمه‌ی کسب موفقیت در این صنعت، همگام شدن و پیروی از دستورات و قوانین این موتور جستجو است. شاید اینطور به نظر برسد که گوگل حساسیت‌های بیش از حدی نشان داده و سخت‌گیری‌های بی‌موردی دارد. اما واقعیت این است که هدف این موتور جستجو تبدیل دنیای مجازی اینترنت به مکانی واقعی و غیرقابل سوء استفاده است.

گوگل خود را مسئول این می‌داند تا کاربران مختلف از سراسر دنیا به کمک آن، تجربه بی‌نظیری از وب‌گردی و فعالیت‌های تجاری داشته باشند. با این

تفاسیر باید گفت چه خواهیم چه نخواهیم، این خود ما هستیم که با پیروی کردن یا سرپیچی از قوانین گوگل، آینده کاری وبسایت و کسب‌وکار اینترنتی‌مان را رقم می‌زنیم. جرمه‌های گوگل بیشتر به منظور کمک به کاربران و بازدیدکنندگان طراحی شده است. اما اگر با سیاست به این مقوله نگاه کنیم و نیمه پر لیوان را ببینیم، متوجه می‌شویم که می‌توان از بی‌توجهی و سهل‌انگاری دیگر تجارت‌ها در این مورد نهایت استفاده را برده و تجارت خودمان را با پیروی از قوانین گوگل شکوفا کنیم.

قوانین ذکر شده در این مقاله اگرچه تمامی قوانین گوگل را شامل نمی‌شود، اما مهم‌ترین و رایج‌ترین مشکلاتی است که گریبان‌گیر خیلی از وبمسترهای امروزی شده است. شما باید سعی کنید هیچ‌کدام از این اشتباهات را تکرار نکنید تا نه تنها از خطر جرمه شدن در امان باشید، بلکه به خاطر تبعیت از قوانین گوگل، تشویق شده و به صورت قانونی و هدفمند به رتبه‌های دلخواه خود برسید.