



SEO 2017

مجموعه مقالات سئو

جلد دوم

*Agerin.ir*



# مجموعه مقالات سئو

جلد دوم

تهیه شده توسط تیم طراحی و تبلیغات آگرین

## فهرست مقالات

---

۱. چهار علت که منجر به نتیجه نگرفتن از سنو در کسب و کار می شود - نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری
۲. ۱۷ شیوه رایگان برای تقویت سنو سایت در سال ۲۰۱۷ - نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری
۳. کارتهای گرانبهای گوگل عمودی تر می شوند - نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری
۴. تغییرات گوگل در اواخر سال ۲۰۱۶ - نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری
۵. سه راهکار مهم بهبود سنو در سال ۲۰۱۷ - نویسنده: محمد علی عاشوری
۶. پنج پلاگین و کامپوننت برای سنو ۲۰۱۷ - جوملا - نویسنده: محمد علی عاشوری
۷. اگر کمپین سنو شما شکست بخورد چه باید بکنید؟ - نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری
۸. چهار تاکتیک اشتباه سنو که منجر به پنالنتی سایت شما می شود - نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری
۹. چگونه با فرهنگ امروزی "گوگل کردن" در ارتباط بمانیم و چرا این موضوع اهمیت دارد؟ - نویسنده و مترجم: زینب عاشوری
۱۰. API گوگل برای تست موبایل فرندلی بودن سایت - مترجم: محمد علی عاشوری

## چهار علت که منجر به نتیجه نگرفتن از سئو در کسب و کار می شود

قراردادن کسب و کار در مقابل مشتریان راه کلیدی موفقیت آن کسب و کار است. بهینه سازی موتورهای جستجو یا سئو، یکی از راه هایی است که می توانید به وسیله آن این کار را انجام دهید. با بیش از ۶ بلیون جستجو روزانه، با توجه به این که بازدیدکنندگانی که از طریق جستجو سایتی پیدا می کنند بیشتر از دیگر بازدیدکنندگان سایت به فروش نزدیک تر هستند، تعجب آور خواهد بود اگر نتایج جستجو نتواند به کسب و کار کمک کند.

با این وجود، تمام کمپین های سئو به طور مساوی نتیجه بخش نیستند. در حالی که برخی از کسب و کارها از نتایج سئو سود بسیار بزرگی به دست می آورند، اما برخی دیگر رتبه سئو، نتیجه مناسبی برای کسب و کارشان به وجود نمی آورد و هزینه ای بدون کسب سود را مشاهده می کنند.

اگر تلاش می کنید تا ترافیک سایت خودتان را از طریق بهینه سازی موتور های جستجو افزایش دهید اما نتایجی که منجر به سودآوری برای شما شود را مشاهده نمی کنید، دلیل این موضوع تضعیف نتیجه های سئو از طریق خود شما است. در این حالت باید به دنبال جاهایی که در تلاش های شما برای فروش بی نتیجه می گذارد را پیدا کنید. موارد زیر، چهار بخش است که شما باید به دنبال ریشه نتیجه نگرفتن از سئو سایت باشید:

### ۱- متریک های محسوس را اندازه نمی گیرید

انواع تلاش ها و نتایج سئو را در یک سطح در نظر می گیرید!

داده هایی که از اندازه گیری متریک های درست جمع آوری می شوند به شما نشان می دهند که کجای تغییرات مورد نیاز در استراتژی باید بدهید، و حتی به شما کمک می کنند بدانید تلاش های شما چگونه بر خلاف توقعات شما عمل می کنند. اما باید در نظر داشت که این موضوع تنها زمانی اتفاق می افتد که شما متریک های درست را اندازه گیری کنید.

بیشتر کسب و کارها در دام اندازه گیری متریک های غیر محسوس مانند پیچ رنگ، بازدید سایت و دیگر متریک هایی مانند اوتوریتی دومین می افتند. اشتباه نکنید، در حالی که اندازه گیری تمام این متریک ها خوب است، و نشان دهنده آن هستند که کمپین شما در حال پیشرفت به سوی اهدافش است، اما لزوماً به معنای آن نیست که منجر به فروش و یا سودآوری برای شما می شوند.

به جای این موضوع، شما باید بر روی فاکتورهایی مانند تبدیل نرخ بهینه سازی (CRO)، عملکرد ترافیک سایت و نقاط تمرکز بازدیدکنندگان در سایت توجه کنید.

به عنوان مثال، گزارش آن که وب سایت شما به عنوان مثال هزار بازدید یکتا دارد، نمی تواند به مانند این به شما کمک کند که بدانید بازدیدکنندگانی که با یک کلمه کلیدی وارد سایت شما می شوند، پیش از خروج چه کاری انجام می دهند، چه صفحاتی را باز می کنند، کدام بخش ها را سر می زنند و بعد از سایت شما خارج می شوند.

یک متخصص سئوی حرفه ای به خوبی می داند سطح اهمیت متریک ها با یکدیگر متفاوت هستند و نباید همه آنها را یکسان در نظر گرفت.

## ۲- محتوای سایت شما بازدیدکنندگان را مایوس می کند

متخصصین معتقد هستند تولید محتوای عالی برای سئوی موفق کافی نیست. در حالی که این موضوع صادق است که محتوا پایه سئو است و دلیل این موضوع مخاطبی است که به دنبال محتوای ارزشمند است، اما این تنها شرط لازم است و شرط کافی نیست.

شما باید از تولید محتوا برای پر کردن جای خالی سایت به تولید محتوایی که بتواند به بهتر شدن زندگی بازدیدکنندگان سایت شما منجر شود روی بیاورید. این محتوا می تواند به گسترش کسب و کار شما کمک کنند.

پس اگر زمانی با این سوال مواجه شدید که چرا رتبه سئوی شما منجر به گسترش کسب و کار شما نمی شود، استراتژی تولید محتوای خودتان را مورد بازبینی قرار دهید.

### ۳- از تاکتیک های منقضی شده سئو استفاده می کنید!

شما باید از تمرکز روی کلمات کلیدی به تولید محتوایی که می تواند باعث نگاه داری کاربر در سایت و در نتیجه باعث رونق کسب و کار می شود، تغییر جهت دهید. روزهایی که شمارش بک لینک ها و نتایج کلمات کلیدی می توانست به موفقیت در نتایج جستجو گذشته است.

در حالی گوگل استفاده از هوش مصنوعی در الگوریتم رتبه دهی را معرفی کرده است، عنکبوت های موتور های جستجو کوچک تر می شوند. تنها محتوای واقعی می توانند رتبه خوبی به دست آورد و سایت هایی که کیفیت پایین دارند - حتی با وجود بک لینک های زیاد - باید برای کسب نتایج جستجو به سختی دست و پا بزنند.

### ۴- مخاطب برای شما اولویت ندارد

اولویت دادن به مخاطب در استراتژی سئوی شما می تواند به نتیجه گیری از سئو در کسب و کار منجر شود. این موضوع تنها نباید منحصر به بازاریابی شبکه های اجتماعی شود، بلکه استراتژی شما باید بخش آموزش برای مخاطب را نیز در نظر بگیرد، تا بازدیدکننده بدانند به چه علت نیازمند به محصول شما است. همچنین محتوایی که برای موتورهای جستجو نوشته شده باشد، شاید بتواند موتورهای جستجو را برای مدت کوتاهی تحت تاثیر قرار دهند، اما این نتایج سئو نمی توانند منجر به نتایج مثبت در کسب و کار شما شود. مخاطب است که با خرید از شما منجر به رشد کسب و کار شما می شود، موتور های جستجو محصولات شما را خریداری نمی کنند.

## چهار علت که منجر به نتیجه نگرفتن از سئو در کسب و کار می شود



نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری

## ۱۷ شیوه رایگان برای تقویت سئو سایت در سال ۲۰۱۷

محبوب شدن سایت برای موتور های جستجو و سئو یکی مهمترین استراتژی های بازاریابی است و برای من بسیار عجیب است که بسیاری از شرکت ها هنوز از این استراتژی به درستی استفاده نمی کنند. همچنین در طرف دیگر سالیانه مبالغ زیادی بابت سئو (بهینه سازی برای موتورهای جستجو) از طرف شرکت ها هزینه می شود، اما نتایجی که بسیاری از این شرکت ها به دست می آورند در مقایسه با هزینه های انجام شده، هیچ گونه همخوانی ندارد. این نکته مهم را در نظر داشته باشید: بهینه سازی سایت برای موتور های جستجو، همیشه به معنی هزینه های زیاد نیست. در این مقاله قصد دارم تا به شما ۱۷ روش که به وسیله آنها می توانید سئوی سایتتان را به صورت رایگان و بدون نیاز به متخصصین سئو تقویت کنید را آموزش دهم. البته این تمام راه نیست و یک کارشناس سئو، می تواند امکانات بسیار زیاد دیگری را نیز برای شما به ارمغان بیاورد، اما می توانید این ۱۷ شیوه رایگان را خودتان اجرا کنید و از صرف هزینه برای این بخش سئو خودداری کنید. پس پیش به سوی روش های رایگان سئو.

### ۱- پیدا کردن کلمات کلیدی بهتر!

انتخاب کلمات کلیدی مناسب با کسب و کار شما همیشه کار سختی نیست، مخصوصا زمانی که ابزار های رایگانی نیز برای این کار در دسترس همگان باشد. در AdWords گوگل دو ابزار رایگان Google Trends و Google's Keyword Tool را حتما دیده اید. این دو ابزار رایگانی هستند که گوگل به شما می دهد و می توانید از آن ها به راحتی استفاده کنید.

### ۲- محتوای کپی شده را پاک کنید!

گوگل در Google Search Console خود به شما کمک می کند محتویات کپی شده را به راحتی در سایت خودتان پیدا کنید. برای آن که سایت شما برای موتور های جستجو بهینه سازی شود، این ابزار کمک شایانی به شما خواهد کرد. محتوای کپی شده می تواند تاثیرات بسیار منفی ای بر روی رتبه سئو بگذارد.



### ۳- ارور ۴۰۴ را درست کنید!

صفحاتی که ارور ۴۰۴ دارند همان صفحاتی هستند که در سایت شما مرده اند. برای حل این مشکل می تواند در Google Search Console برای یافتن و اصلاح این صفحات و تبدیل آن به تغییر مسیر ۳۰۱ اقدام کنید.



### ۴- برای هر صفحه عنوان یکتا بنویسید!

هر صفحه باید دارای عنوانی کمتر از ۷۰ کاراکتر باشد که به وسیله این عنوان آن صفحه توضیح داده می شود. برای آن که سایت شما رتبه سئو بهتری کسب کند و برای موتورهای جستجو بهینه سازی شود، باید از عناوینی یکتا برای هر کدام از این صفحات استفاده کنید که به بهترین شیوه محتوای آن صفحه را توضیح داده و شامل کلمه کلیدی اصلی آن مطلب باشد. برای این کار هیچ کس بهتر از شما نمی تواند عمل کند، پس دست به کار شوید و عنوانی مناسب را انتخاب کنید.

## ۵- توضیحات متای هر صفحه را متقاعد کننده بنویسید!

هر صفحه از سایت باید دارای توضیحات متا (Meta description) با کمتر از ۱۶۰ کاراکتر باشد که به خوبی محتوای آن صفحه را توضیح دهد. توضیحات متای صفحات، منجر به بهبود رتبه مستقیم برای آن صفحه و محتوا نمی شود اما در کلیک خوردن آن صفحه تاثیر بسیار زیادی خواهد داشت. کاربر در موتور های جستجو مطلب مورد نظر خود را سرچ می کند با خواندن این متن تصمیم می گیرد آیا وارد سایت شما بشود و یا خیر. آیا محتوای سایت شما آن چیزی که او نیاز دارد هست یا خیر. پس برای هر صفحه توضیحات متایی بنویسید که کاربر را پس از خواندن آن متقاعد کند صفحات شما را باز کند. اما به یاد داشته باشید، این توضیحات باید در آن صفحه برای کاربر به دست آوردنی باشد. یا به زبان ساده، پس از ورود به سایت و مواجه شدن با محتوای صفحه، کاربر همان چیزی را ببیند که انتظارش را داشته است، چرا که در غیر این صورت صفحه شما را به سرعت خواهد بست و این موضوع باعث افزایش نرخ پرش سایت شما شده و تاثیر منفی بر رتبه سئوی شما خواهد گذاشت.

## ۶- ساختاری لینک های سایت خود را تمیز کنید!

لینک صفحات شما باید خوانایی داشته باشد و در آن از کلمه کلیدی مربوط به آن صفحه و عنوان صفحه استفاده کنید. از به کاربردن شماره و کاراکتر های رندوم خودداری کنید.

## ۷- سایت و وبلاگ را به صورت مداوم به روز رسانی کنید!

محتوای بیشتر، تا زمانی که برای مخاطب ارزشمند باشد، می تواند برای بهینه شدن سایت و وبلاگ شما و همچنین کسب رتبه سئو بهتر برای سایت مفید باشد. پس مطالب جدید و کاربر پسند بنویسید.

## ۸- از تگ های H۱ - H۲ - H۳ و ... در محتوای خود استفاده کنید!

به صورت منطقی هر محتوا باید به زیر عنوان هایی تقسیم بندی شود که با تگ های هدر برای موتور های جستجو شناخته می شود. گوگل برای این عناوین اهمیت زیادی قائل است. پس به ترتیب از این هدر ها برای زیر عنوان ها و عنوان های اصلی مطالب خودتان استفاده کنید.

## ۹- لینک داخلی اضافه کنید!

لینک کردن صفحات مربوط به هم در تجربه کاربری UX بسیار تاثیر گذار خواهد بود، همچنین لینک های داخلی به گوگل کمک می کند تا بتواند رابطه میان صفحات را به خوبی درک کند. پس در سایت خودتان از لینک های داخلی استفاده کنید.

## ۱۰- تصاویر سایت را بهینه سازی کنید!

تصاویر هر صفحه نیز باید بهینه سازی شوند. باید برای آنها از تگ های تایتل (Title) و Alt استفاده شود و در فرمت های عمومی از تصاویر استفاده شود.

## ۱۱- رفرنس دهی معتبر از منابع خارجی!

گوگل به آن که شما چه چیزی به یک مطلب لینک می کنید توجه زیادی دارد. استفاده از رفرنس های معتبر برای استناد دادن به محتوای شما هم به گوگل کمک می کند تا اعتبار محتوای شما را درک کند و هم به کاربران سایت.

## ۱۲- از اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی استفاده کنید!

هر مطلب سایت شما بهتر است با آیکون هایی که اقدام به اشتراک گذاری آن محتوا در شبکه های اجتماعی می کنند همراه باشد. اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی باعث تقویت سیگنال های غیر مستقیم سایت می شود و به شما کمک می کند لینک های ورودی بیشتری برای سایت و وبلاگتان به دست بیاورید.

## ۱۳- سرعت لود شدن سایت را بهینه سازی کنید!

این کار هم می تواند ساده باشد و هم بسیار سخت و بستگی به نوع عملکرد شما خواهد داشت. از بهینه سازی و کم کردن حجم تصاویر و کمپرس کردن فایلها، تا استفاده از پلاگین های کش و استفاده از سرویس دهنده هاستینگ سریع و قدرتمند می توانند در این راه شما را یاری کنند.

#### ۱۴- بهینه سازی برای دستگاه های موبایل!

قسمت اعظمی از جستجو گوگل در حال حاضر بر اساس دستگاه های موبایل انجام می شود. گوگل نیز به این موضوع بیشتر از همه ما اهمیت می دهد و در نتایج جستجو، صفحاتی را نشان می دهد که برای دستگاه های موبایل بهینه سازی شده باشند. بخشی از این کار می تواند توسط طراح و بخشی دیگر توسط شما انجام شود. ریسپانسیو کردن بر عهده طراح و متخصص است اما شما هم می توانید از پلاگین های AMP برای این منظور استفاده کنید. به وسیله این پلاگین ها شما می توانید بخش بسیار بزرگی از سایت را برای دستگاه های موبایلی بهینه سازی کنید. البته توجه داشته باشید، این کار نیازمند تجربه و دانش است و اگر در این کار توانایی لازم را ندارید، حتما آن را به متخصصین برون سپاری کنید.



## ۱۵- لینک به دست بیاورید!

به دست آوردن لینک یکی از بزرگترین هزینه ها را برای سئو سایت دارد، اما اگر تازه دست به کار شدید، می توانید بخشی از این کار را به صورت رایگان انجام دهید. استفاده از انجمن های گفتگو، تا ارسال محتوای سایت به مجلات و سایت های معتبر برای انتشار دوباره گرفته تا درخواست از دوستان و همکاران برای لینک کردن سایت شما راه های بسیار مناسبی هستند.

## ۱۶- لینک های بد را پاک کنید!

در کنسول گوگل شما می توانید لیستی از لینک هایی که به سایت شما شده است را دانلود نمایید. لینک هایی که می توانند به سایت شما اثار منفی بگذارند را با درخواست پاک کردن آدرس سایت به وبمستر آن سایت از میان ببرید. داشتن لینک ورودی همیشه برای رتبه سئو مثبت نخواهد بود. اگر لینک ورودی از یک سایت اسپم و یا مزرعه لینک باشد، نه تنها به بهبود رتبه سئوی سایت شما کمک نخواهد کرد، بلکه تاثیرات منفی زیادی را هم بر روی رتبه سئوی سایت خواهد گذاشت.

## ۱۷- محتوای خود را به اشتراک بگذارید!

ممکن است مقالات بسیار خوبی بنویسید، اما با آنها چه کار می کنید؟ یک لحظه تامل کنید، و بعد محتوای تولیدی سایت را از طریق شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارید. مخاطبین شبکه های اجتماعی بسیار زیاد هستند و ممکن است بسیاری از کاربران محتوای شما را به اشتراک نگذارند! مشکلی وجود ندارد! اگر محتوای شما خوب و با کیفیت است، خودتان اقدام به اشتراک گذاری کنید! در آینده نیز مخاطبین همان ها را به اشتراک خواهند گذاشت و ورودی های سایت شما بیشتر خواهند شد.

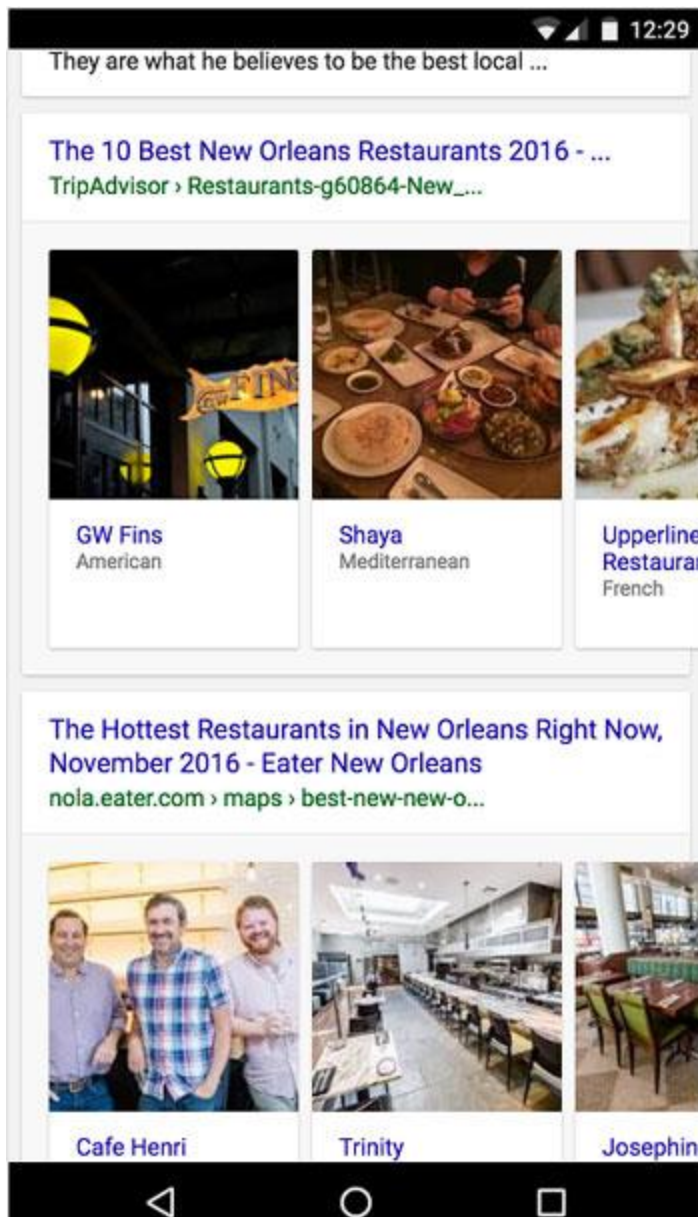
در پایان باید خدمت شما عرض کنم که تلاش کنید از تمام این امکانات به درستی استفاده کنید تا سایت خودتان را برای موتور های جستجو بهینه سازی کنید، اما به یاد داشته باشید این موارد تنها بخشی از کار است، تمام سئو و بهینه سازی سایت برای

موتورهای جستجو به همین موارد ختم نمی شود، اما حداقل می توانید بدون صرف هزینه، سایت خودتان را به این ۱۷ روش

تقویت کنید.

نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری

## کارتهای گرانبهایی گوگل عمودی تر می شوند



از ماه می سال ۲۰۱۶ کارتهای گرانبهایی گوگل

(Google Rich Cards) برای فیلم ها و دستور

پخت غذاها برای ارائه پیش نمایش در صفحات نتایج

جستجوی SERP گوگل برای مدیران وب سایت ها

در دسترس قرار گرفت. در روز ۲۱ نوامبر ۲۰۱۶

گوگل اعلام کرد دو مدل جدید از کارتهای گرانبهایی

برای آمریکا (برای رستوران های محلی و دوره های

آنلاین) نیز در دسترس می باشد. اما ماجرا به همین

جا ختم نشد و گوگل چند کارت گرانبهایی جدید دیگر

را در ماه های پس از آن معرفی کرد. در مدل جدید

گوگل کارتها به صورت عمودی طراحی شده اند. به

این وسیله کاربران در صفحات نتایج گوگل می توانند

این کارتها را با اسکرول کردن به چپ و راست در کنار

هم مشاهده کنند.

گوگل در خبر انتشار این موضوع در وبلاگ خود به وضوح مدیران سایت ها را برای ساختن کارتهای گرانبهایی (Rich Cards)

تشویق می کند و آن را یکی از بهترین شیوه ها برای تشویق کاربران به مراجعه به سایت ها معرفی کرده است.

در راستای همین موضوع فایل های راهنمای ساخت این کارت ها را نیز در بخش Developer خود قرار داده است و مدیران سایتها می توانند از این آموزش ها استفاده کنند. همچنین در این خبر گوگل باز هم وب مستر ها را به استفاده از صفحات AMP تشویق می کند.

کاربرانی که کارتهای گرانبهایی شما را کلیک می کنند وارد صفحات AMP سایت شما شده و یا می توانند وارد صفحات سایت به دیگر دوره های آموزشی و یا آموزش های شما دسترسی پیدا کنند.

برای ساخت کارت های گرانبهایی گوگل به شما سه ابزار رایگان می دهد تا ساخت این کارتها را برای شما آسان کند.

سه ابزار گوگل برای ساخت کارتهای گرانبهایی (Rich Cards):

- ابزار Structured Data Testing Tool برای نمایش ارور ها و یک پیش نمایش از شکلی که کارت شما در صفحات جستجو به نمایش در می آید.
- ابزار Rich Cards report در کنسول جستجو به شما نشان می دهد کدام کارت برای نمایش عمودی دارای ارور است و کدام کارت را می توانید تقویت کنید.
- ابزار AMP Test که به وسیله آن می توانید از درستی صفحات AMP سایت خودتان برای نمایش اطمینان حاصل کنید.

آینده سئو با تغییرات گوگل

با این تغییرات که گوگل در انتهای سال ۲۰۱۶ از آنها نام برده است می توان به این موضوع پی برد که گوگل برای سال ۲۰۱۷ از کارتهای گرانبهایی (Rich Cards) و صفحات AMP اهمیتی بسیار زیاد قائل خواهد بود و به احتمال زیاد کارتهای گرانبهایی یکی از مهمترین نقش ها را در آینده سئو بازی خواهند کرد.



پس اگر برای سئو سایت خودتان اهمیت قائل هستید و می خواهید سال ۲۰۱۷ از دیگر رقبا عقب نمانید باید از همین امروز دست به کار شوید و سایت خودتان را بر اساس تغییرات مورد نیاز گوگل تغییر دهید. سئو نیازمند برنامه ریزی، استراتژی و صبر است، پس از همین امروز آماده شوید.

**نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری**

## تغییرات گوگل در اواخر سال ۲۰۱۶

وبلاگ گوگل وب مستر، در دو مطلب آخر خود در ماه های پایانی سال ۲۰۱۶ برای وب مسترها دو موضع مهم را بیان کرده است که مهم است وب مستر ها از این دو موضع باخبر باشند. این دو موضع عبارتند از: ۱- حذف کلمات کلیدی در کنسول جستجو گوگل (گوگل وبمستر تولز) و ۲- آپدیت و تغییرات در ربات های خزنده و ایندکس صفحات سایت. پس اگر شما هم یک وبمستر هستید که سئو (بهینه سازی برای موتور های جستجو) برایتان اهمیت دارد، این مطلب می تواند به شما کمک زیادی کند.

### خداحافظی گوگل با بخش کلمات کلیدی در گوگل وبمستر تولز

پیشتر ها که کنسول جستجوی گوگل هنوز به عنوان وبمستر تولز (ابزار های وبمسترها) شناخته می شد، بخش کلمات کلیدی تنها شیوه ای بود که به وسیله آن می شد از این که ربات های گوگل در خزشهای خود سایت شما را پیدا کرده است اطمینان کسب کنید. این ابزار شیوه ای بسیار خوب بود که به وسیله آن وبمستر ها متوجه می شدند آیا گوگل توانسته است در سایت آن ها خزش داشته باشد یا خیر. این ابزار برای مدت بسیار زیادی مفید بود، اما گوگل اقدام به ایجاد تغییرات در کنسول خود نموده است و در وبلاگ وبمستر گوگل اعلام شد که این بخش از کنسول وبمستر حذف شده است.

در حال حاضر، وب مستر ها می توانند از ابزار `googlebot fetch` برای این منظور استفاده کنند. این ابزار به وبمستر ها کمک می کند تا در لحظه بتوانند اوضاع کلمات کلیدی جستجو شده و ایندکس شده سایت را بررسی کنند و از دیگر قابلیت های این ابزار نیز بهره مند شوند.

### پیشنهاد به وبمستر ها

گوگل و بازدیدکنندگان وب سایت، نمی توانند ذهن شما را بخوانند، پس راه حل دست خود شما است. برای این که هم گوگل و هم مخاطبان بتوانند بهتر با وب سایت شما ارتباط برقرار کنند، تلاش کنید به سادگی روشن کنید سایت شما درباره چیست؟

و برای چه موضوعاتی دوست دارید سایت شما شناخته شود؟ این توصیه گوگل است، اگر می خواهید گوگل سایت شما را دوست داشته باشد، به توصیه های آن گوش دهید و آنها را اجرا کنید.

## آپدیت و تغییرات در ربات های خزنده و ایندکس صفحات سایت

این بخش از تغییرات خود به دو زیر شاخه تقسیم شده است، ابتدا بازنشسته شدن ربات Feature-phone و بعد از آن حذف Feature-phone از کنسول وبمستر گوگل در آینده بسیار نزدیک.

### ربات Feature-phone بازنشسته شد

گوگل اعلام کرد دیگر از این ربات خزنده برای موتور های جستجوی خود استفاده نمی کند و به جای آن از وب مستر ها می خواهد تا اگر به جز صفحات دسکتاپ و موبایل های هوشمند، هنوز می خواهند از Feature-phone استفاده کنند، تگ handheld را برای این صفحات به کار ببرند.

اگر شما هم یکی از این افراد هستید، نمونه این تگ به صورت زیر می باشد:

```
</ "link rel="alternate" media="handheld" href="/[current page URL]>
```

دلیل این که گوگل از این ربات برای خزش استفاده نمی کند این است که صفحات Feature-phone به نشانه گذاری هایی نیاز دارند که دیگر طراحان وب سایت و متخصصین سئو از آن ها استفاده نمی کنند. به همین خاطر گوگل نیز خود را با طراحان و متخصصین سئو هم جهت می کند و دیگر این ربات را در خزش میان وب سایت ها و به طبع آن تاثیر در نتایج جستجو به کار نخواهد برد.

### حذف Feature-phone از کنسول وبمستر گوگل

در راستای همین تغییر، گوگل اعلام کرد Feature-phone را به زودی از کنسول حذف خواهد کرد. این موضوع به خوبی به وبمسترها نشان می‌دهد، تا برای کسب نتایج جستجو، دیگر در این بخش سرمایه‌گذاری نکنند.

این تغییرات به خوبی نشان می‌دهد، گوگل برای سال ۲۰۱۷ تمرکز بسیار زیادی بر روی گوشی‌های تلفن همراه خواهد داشت و سئوی ۲۰۱۷ را می‌توان اینگونه خلاصه کرد: پیروزی سایت‌هایی که برای موبایل ساخته می‌شوند.

**نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری**

## سه راهکار مهم بهبود سئو در سال ۲۰۱۷

کسب و کار مثل یک مسابقه است! اگر قصد دارید در کسب و کارتان موفق باشید، باید از تمامی ابزارهایتان برای پیش افتادن از سایر رقبا استفاده کنید. یکی از مهمترین ابزارها و موثرترین آنها سئو (بهینه سازی برای موتورهای جستجو) می باشد. موفقیت در سئو و بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو شامل رعایت موارد بسیار زیادی می باشد. اما الگوریتم موتورهای جستجو همواره در حال تغییر است و افرادی در سئو موفق تر هستند که سایت خود را با الگوریتم ها وفق می دهند. اگر میخواهید برای سئو ۲۰۱۷ آماده شوید، قصد دارم مواردی که در سال ۲۰۱۷ باید به آنها توجه کنید را برایتان معرفی کنم.

### ۱- افزایش محتوای با کیفیت و متراکم

احتمالا شما هم بارها تجربه این را داشته اید که به وب سایتهای مختلف رجوع کنید و در تمام آنها یک مطلب مشابه با تفاوتی جزئی در کلمات ببینید. گوگل، بینگ، یاهو و سایر موتور های جستجو هم همین تجربه شما را بارها داشته اند. این موضوع هم شما و هم موتورهای جستجو را کلافه و خسته می کند. علاوه بر خسته شدن موتور های جستجو، اگر شما هم صاحب یکی از همین مدل وب سایتها باشید، به زودی خواهید دید که بازدیدکنندگان سایت شما از دست خواهند رفت. اگر سایت شما تفاوتی با سایتها مشابه در محتوا نداشته باشد، هیچ دلیلی وجود ندارد مخاطب تنها به وب سایت شما مراجعه کند.

### راه حل چیست؟ چطور این مشکل را حل کنیم؟

بسیاری از متخصصین سئو بر این باور هستند که سال ۲۰۱۷ زمان افزایش تراکم مطالب جدید و کامل است. این موضوع زمانی فایده خواهد داشت که محتوای شما با کیفیت بوده و تفاوت زیادی با محتواهای گذشته خودتان و سایت های مشابه دیگر داشته باشد.

### ۲- بسیاری از بند ها به برندسازی شخصی (Personal Branding) روی خواهند آورد

برند سازی شخصی یکی از سلاح های سرّی آنلاین در سال ۲۰۱۷ خواهند بود. تنها به کار آفرینانی فکر کنید که با کمی برند سازی شخصی مالتی میلیونر شده اند. افرادی مثل Casey Neistat، Pewdiepie و بسیاری نام های افرادی که در Youtube شناخته شده هستند مثال هایی از قدرت برند سازی شخصی می باشند. این افراد حتی محصولی نمی فروشند، اما در عین حال از بزرگترین جوانان موفق هستند که در کسب و کار حرفه ای مشول به کارند.

اما برند سازی شخصی تنها ابزاری برای سرشناسان Youtube نیست! در حقیقت برند سازی شخصی یکی از مهمترین راه های موفقیت در بهینه سازی سایت برای موتور های جستجو و رشد کسب و کار می باشد. همان طور که می دانید، برند سازی شخصی راهی است برای تسهیل روند داشتن پست های میهمان، تقویت و تشویق کاربران و به صورت کلی راهی برای افزایش ترافیک به سایت شما.

با وجود این موضوع، به صورت تعجب آوری تعداد بسیار کمی از شرکت ها از این ابزار قدرتمند استفاده می کنند. این موضوع نشان می دهد بسیاری از رقبای شما از این ابزار قدرتمند هنوز استفاده نمی کنند. پس دست به کار شوید و در سال ۲۰۱۷ با برند سازی شخصی از رقبایان در کسب و کار پیش بیافتید.

### ۳- تجربه کاربری UX سهم بزرگی در سئو خواهد داشت

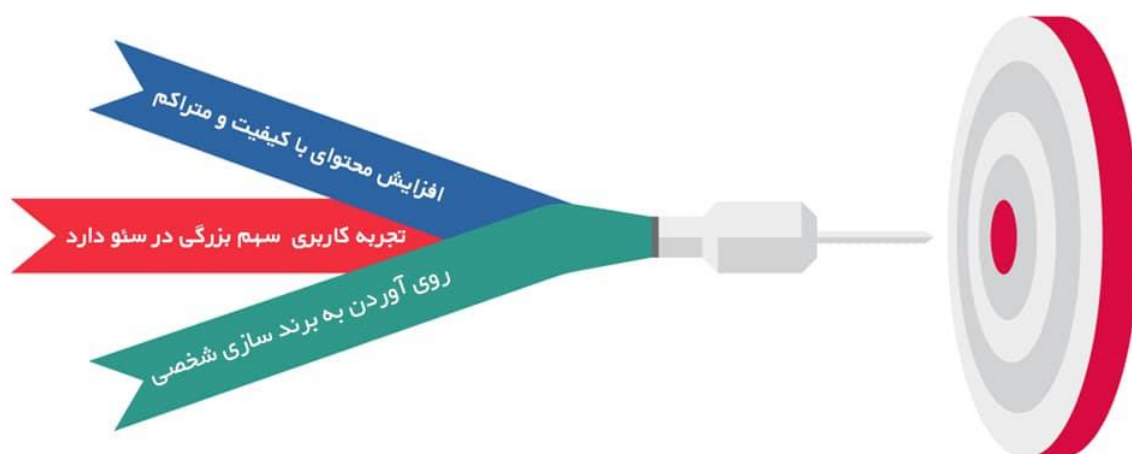
در سال های گذشته، توقعات کاربران به صورت چشمگیری رشد فزاینده داشته است. کاربران دیگر تنها به سرعت خوب سایت و جا به جایی راحت در سایت رضایت نمی دهند. آنها انتظار سرعت فوق العاده و شناختن محل های جا به جایی در سایت به سادگی کف دستشان را طلب می کنند.

به خاطر این افزایش توقعات، UEO یا همان بهینه سازی تجربه کاربری به نوعی هم معنی SEO (سئو) شده است. گوگل به سمت سایتهایی می رود که به سرعت لود (بارگذاری) می شوند و کاربران در گشت و گذار در آنها لذت می برند. اگر شما هم

علاقه دارید در سال ۲۰۱۷ یکی از بهترین نتایج را رتبه دهی سئو داشته باشید، نیاز دارید به شدت در تجربه کاربری (UX) سایت خودتان سرمایه گذاری کنید.

پس پیش از آن که برای رقابت عقب بیافتید و بسیار دیر شود، از همین امروز دست به کار شوید. و در سال ۲۰۱۷ به موفقیت دست بیابید.

## سه راهکار مهم بهبود سئو در سال 2017



نویسنده: محمد علی عاشوری

## پنج پلاگین و کامپوننت برای سئو ۲۰۱۷ جوملا

زمانی که قدم به طراحی سایت گذاشتم، اولین سایت را بر اساس مامبو طراحی کرده بودم. در آن دوران مامبو قدرتمند ترین سیستم مدیریت محتوای جهان بود. از آن زمان تغییرات بسیار زیادی رخ داده است. مامبو، به دو دسته جوملا و ادامه مامبو تقسیم شد و چند سال بعد دیگر خبری از ادامه پروژه مامبو نبود. اما جوملا جای مامبو را گرفت، و توانست جایگاه بزرگی میان سیستم های مدیریت محتوا در جهان به دست بیاورد. جوملا علاوه بر بخش مدیریت قدرتمندی که دارد، برای سئو نیز امکانات بسیار زیادی را نیز دارا می باشد. اما علاوه بر این امکانات داخلی، پلاگین ها و کامپوننت های سئو نیز می توانند برای سایت شما مفید باشند. اکنون قصد دارم در چند کامپوننت و پلاگین سئو که باید برای سال ۲۰۱۷ نصب کنید را معرفی کنم.

فرض را بر این گذاشتم که در تنظیمات سایت جوملایی خودتان، نکات مربوط به سئو را به دقت رعایت کرده اید و اکنون نیازمند نصب کامپوننت و پلاگین ها برای تقویت سئوی سایت خودتان هستید. پس پیش به سوی این بسته های کمکی.



کامپوننت Aimy Sitemap



یکی از بهترین کامپوننت های جوملا برای ساخت نقشه سایت می باشد. این کامپوننت دو ورژن رایگان و حرفه ای دارد. می توانید به وسیله آن فایل Robots.txt سایت خودتان را تنظیم کنید، نقشه سایت خودتان را بسازید، اولویت شاخه ها و مطالب را در نقشه سایت مشخص کنید و موتور های جستجو را از به روز رسانی نقشه سایت خودتان با خبر کنید.

یکی از ویژگی های مثبت این کامپوننت این است که، نسخه رایگان آن تمامی این امکانات را به شما می دهد و تفاوت ورژن رایگان و حرفه ای در خزیدن دوره ای و زمانی این کامپوننت است.

## کامپوننت JCE Editor

این کامپوننت، یکی از قدیمی ترین کامپوننت های جوملا می باشد که می تواند شما را در تولید Microformats یاری رساند. به علاوه این کامپوننت رایگان بوده و ادیتوری بسیار قدرتمند در اختیار شما قرار می دهد. Microformats یکی از نقش های اصلی در سئو ۲۰۱۷ بازی می کند، پس آن را فراموش نکنید.

## پلاگین wbAMP

اگر شما هم می خواهید با تغییرات گوگل پیش بروید، به خوبی از اهمیت AMP در سایت و تاثیر آن در نتایج سئو آگاهی دارید. به وسیله این پلاگین می توانید ورژن AMP برای محتوای سایتتان تولید کنید و در نتایج جستجو، رتبه بهتری به دست بیاورید. به یاد داشته باشید که سال ۲۰۱۷ زمان حکومت تلفن های هوشمند در عرصه وب هستند و سایت هایی که برای این موضوع آماده نشده باشند، جای خود را به دیگر رقبا خواهند داد.

این پلاگین در دو نسخه رایگان و حرفه ای عرضه می شود. نسخه رایگان آن نیاز های اولیه یک سایت برای صفحات AMP را برآورده می سازد، اما ورژن حرفه ای آن بسیار قدرتمند بوده و پس از نصب آن به سرعت شاهد بهبود رتبه سئوی سایت خود خواهید بود.

## پلاگین Google Structured Data Markup

یکی از بهترین پلاگین های جوملا می باشد که پیشنهاد می کنم به سرعت از آن استفاده کنید. این پلاگین به شما کمک می کند داده های ساختار یافته برای سایت خودتان بسازید. در دو نسخه رایگان و حرفه ای ارائه می شود که اگر قادر به تهیه نسخه حرفه ای آن هستید، حتما اقدام به خرید کنید.

## پلاگین Aimy Canonical

یک پلاگین رایگان، کم حجم و بسیار ساده است. همان طور که از نام این پلاگین هم مشخص است تگ Canonical را به سایت شما و به صورت اتوماتیک اضافه می کند. آن قدر این پلاگین ساده عمل می کند که نیازی به توضیحی بیشتر برای آن وجود ندارد.



نویسنده: محمد علی عاشوری

## اگر کمپین سئو شما شکست بخورد چه باید بکنید؟

کمپین سئوی شما اگر با شکست روبرو شود، می تواند بسیار ناراحت کننده باشد. شما برای آن زمان تحقیق گذاشتید، موضوع انتخاب کردید، چندین نسخه از مطالب نوشتید و بهترین آنها را در سایت قرار دادید. حتی بیش از اینها تلاش کردید، به مخاطبین مورد نظرتان ایمیل ارسال کردید، برایشان کارت پستال فرستادید، توییت کردید و بسیاری روش های دیگر را انجام دادید. اما تمام این تلاش ها هیچ نتیجه ای در بر نداشتند. هیچ کس سایت شما را به اشتراک نگذاشته است، بک لینکی به سایتتان نشده، هیچ نتیجه ای!

متأسفانه یک واقعیت این است که بسیاری از کمپین های سئو مسلماً با شکست روبرو می شود که این موضوع دلایل زیادی دارد. این موضوع یک حقیقت است که صاحبان کسب و کارها باید با آن روبرو شوند. تنها تعداد کمی از کمپین های سئو می توانند به موفقیت های بزرگی دست پیدا کنند. اما اگر کمپین شما به موفقیت های خیلی بزرگ نرسیده است، به این معنی نیست که یک شکست کامل بوده است.

شکست به معنی از دست دادن بازی نیست، بلکه باید دوباره و با تجربه های کسب شده تلاش کرد. پس اگر کمپین سئوی شما با موفقیت روبرو نشده است، زمان را برای ناامیدی تلف نکنید، اکنون باید دوباره تلاش کنید و این بار بسیار بهتر از دفعه گذشته تلاش کنید. از تجربیات استفاده کنید و زمان را تلف نکنید و کمپین خودتان را دوباره برپا کنید.

### چرا کمپین های سئو شکست می خورند؟

دلایل بسیار زیادی وجود دارد که کمپین های سئو با شکست روبرو می شوند اما دو دلیل بسیار بزرگ آن را برای شما شرح می دهیم:

## بودجه

تا زمانی که بودجه ی بسیار هنگفتی برای کمپین سئوی خودتان ندارید، اینکه بودجه شما چگونه و کجا استفاده شود می تواند منجر به شکست شود. بیشتر کمپین های سئو به سمت تلاش های بی فایده می روند و زمان و بودجه ای غیر واقعی را برای این کار در نظر می گیرند. فکر می کنند می توانند یک شبه موفق شوند در حالی که بسیار کم بر روی کارشان سرمایه گذاری کرده اند.



## هدف

مشابه بودجه، بسیاری از کمپین های سئو اهدافی غیر واقعی برای خود در نظر می گیرند. اگر می خواهید کمپین سئوی شما موفق باشد، باید واقع بین باشید و ببینید چه امکاناتی دارید. نمی توانید رتبه یک تمام کلمات کلیدی خودتان را یک شبه به دست آورید. حتی نمی توانید در عرض سه ماه هم رتبه یک کلمات کلیدی خود را در صفحه نتایج جستجو (SERP) به دست آورید. اگر سئو آسان بود، همه می توانستند رتبه یک هر آنچه می خواستند بشوند.

برای شروع کمپین باید واقعی نگاه کنید. بسیاری از افراد فکر می کنند مثلا برای ۱۵ کلمه کلیدی رتبه ی یک را به دست بیاورند. در عوض شما باید یک کلمه کلیدی یا محصول را انتخاب کنید و سپس برای آن کلمه یا محصول بهینه سازی انجام دهید. زمانی که در کلمه کلیدی یا محصول اول موفق شدید، بعد از آن باید به سراغ محصول یا کلمه کلیدی بعدی بروید. با ادامه دادن از این موفقیت ها می توانید به اهدافتان برسید و حرکت واقعی داشته باشید.

هدف شما باید در مورد زمان هم واقع بینانه باشد. نیاز دارید به کمپین خودتان زمان بدهید. حداقل نیاز دارید یک ماه و یا بیشتر بر روی تقویت سئوی سایت خودتان تلاش کنید و پس از آن شاهد بهبود رتبه سئو باشید، و حداقل شش ماه زمان نیاز دارید تا در صفحه نتایج جستجو (SERP) رتبه یک را کسب کنید. اگر در این زمان این اتفاق نیفتاد، بر روی آن کار کنید. مطمئن شوید که همواره بر روی تقویت محتوا و کلمات کلیدی خودتان مشغول هستید.

پس از شکست کمپین سئو چه باید کرد؟

### کمپین را دوباره ارزش گذاری کنید

وقتی کمپین شما شکست می خورد، باعث ناراحتی شدیدی برای شما می شود و ممکن است بخواهید آن را کنار بگذارید. اما بعد از صرف آن زمان و هزینه و تلاش ها، دوست ندارید تمام آن ها به هدر رود. در این مواقع، کمپین و نتایج آن را دوباره بازبینی کنید، و ببینید کجا ها اشتباه عمل کرده اید.

اول به محتوای سایت خودتان توجه کنید. آیا این محتوا همان طور که در ابتدا فکرتان را می کردید، بسیار خوب است؟ شما به محتوایی نیاز دارید که عالی بوده و بیشترین نزدیکی را با هدف شما داشته باشد. از فرد دیگری درخواست کنید او هم مطالب سایت شما را بخواند و اگر در این بررسی متوجه شدید نیاز به تغییراتی در محتوای خود دارید، این تغییرات را اعمال کنید.

سپس باید به گسترش و توسعه کارتان توجه کنید. این همان جایی است که بسیاری از کمپین ها را با شکست روبرو می سازد. شما تنها با ایمیل کرده بخشی از محتوای خود به مخاطبین موفق نمی شوید. باید ابتدا بدانید مخاطبین شما چه کسانی هستند، با آن ها ابتدا ارتباطی برقرار کنید و پس از آن محتوای خودتان را برای آن ها ارسال کنید.

بعد از این که مخاطبین خودتان را مشخص کردید و می خواهید مطالبتان را برای آن ها ارسال کنید، رفتار شما نباید طوری باشد که انگار از ابتدا صمیمی ترین دوست هستید. باید با آن ها ارتباط داشته باشد، برای آن ها در صفحاتشان کامنت بگذارید، برای آن ها توییت کنید. نیاز نیست این کار بسیار گسترده صورت بگیرد، تنها در این حد که بدانند شما چه کسی هستید و چه کاری اجماع می دهید کافی است. همچنین یک کار دیگری را باید انجام دهید، و آن این است که برای مخاطبین خودتان پلتفرم درستی انتخاب کنید. برخی از افراد کمتر به سمت توییت می روند، برخی کمتر ایمیل هایشان را چک می کنند، برخی دیگر بیشتر وقتشان را در لینکداین می گذرانند. باید بدانید مخاطبین شما به کدام پلتفرم تمایل دارند و بر اساس آنها پلتفرم خودتان را انتخاب کنید.

در مرحله بعدی باید پیگیری کنید آیا مخاطبین ارسال هایی که به آن ها داشتید را مشاهده کرده اند؟ برای این کار نمی توانید مستقیم از آن ها سوال کنید، مسلما ظاهر خوشی ندارد. اما برای این کار ابزارهایی وجود دارد که می توانید به وسیله آن ها بررسی کنید آیا مخاطبین مثلا ایمیل های ارسالی شما را باز کرده اند؟ پس از بررسی این مرحله می توانید ادامه کار را انجام دهید.

## تلاش دوباره برای کمپین

پس از این که شما یک کمپین را پشت سر گذاشتید، باید دوباره بازبینی کنید چه کارهایی در این کمپین سئو انجام داده اید و چه کارهایی انجام نداده اید و باید آنها را انجام دهید. ممکن است نتایجی به دست آورده باشید، ولی آن چیزی که شما می خواستید نباشند. برخی مواقع وجود هر بازخوردی بهتر از نبود بازخورد است. حالا که شما نتایج مورد نظر را به دست نیاورده

اید، باید دوباره تلاش کنید و از اطلاعات و تجربه کمپین سئوی گذشته خود در این کار بهره ببرید تا نتایج بهتری به دست آورید.

در برخی موارد هم باید دوباره به محتوای خودتان نگاه کنید. صادقانه این کار را انجام دهید، آیا واقعا محتوای شما عالی است و مخاطبین را جذب نکرده است؟ گاهی باید صادقانه تر به گذشته نگاه کنیم و اشتباهات را رفع کنیم. ممکن است محتوای خودمان را بسیار دسته بالا گرفته باشیم، اما این دست بالا گرفتن تنها از سمت ما باشد و برای مخاطب محتوایی ارزشمند نبوده است.

### تغییرش دهید

در پایان اگر کمپین سئو خود را پشت سر گذاشته اید ولی نتایج مورد نظر را به دست نیاورده اید، اما حس می کنید که پتانسیل نتایج بهتری دارید، تغییر محتوا را در نظر بگیرید. زمان زیادی برای این محتوا صرف کرده اید و نمی خواهید آن را دور بیندازید. شاید بخواهید آن محتوا را در وبلاگ یا وب سایت شخصیتان بگذارید، یا از محتوای آن برای تولید یک ویدئو در شبکه های اجتماعی استفاده کنید.

همیشه با این محتوا کاری هست که بتوانید انجام دهید. تا زمانی که هنوز نتایجی (هر چند کوچک) می گیرید، در مسیر درستی هستید، نیاز به تلاش بیشتری هست برای کمپین سئویی قدرتمند تر از قبل.

### نتیجه گیری

نتیجه نگرفتن از کمپین سئو هیچ گاه خوشایند نیست. اما همان طور که در کسب و کار و زندگی واقعی بارها شاهد آن بوده اید، همه چیز به موفقیت های بزرگ منجر نمی شوند. نگاه کنید چه کارهایی موفقیت آمیز بودند و چه کارهایی نه! از آن ها برای حرکت رو به سوی جلو استفاده کنید. موفقیت همواره وجود دارد، تنها باید برای آن تلاش کنید و هیچ گاه دست نکشید.

نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری

## چهار تاکتیک اشتباه سئو که منجر به پنالتی سایت شما می شود

آیا تا به حال سایت شما پنالتی شده است؟ آیا متخصصین سئو شما منجر به پنالتی سایت شما می شوند؟ امیدوارم که ایندطور نباشد، اما همیشه این امکان وجود دارد. به سادگی امکان دارد کسانی که به عنوان متخصص سئو (سئو کار) شما فعالیت می کنند، منجر به پنالتی شدن سایت شما بشوند. هنوز متخصصین و شرکت های زیادی هستند که از شیوه های قدیمی و بیهوده سئو استفاده می کنند. اگر تا به حال گوگل سایت شما را پنالتی نکرده است، باید به شما بگویم، مشکلی است که شبیه به هیچ چیز دیگری نیست. پس اگر می خواهید برای سئو یک ساله سایتتان برنامه ریزی کنید، از چهار چیز اجتناب کنید، اگر هر کدام از آنها اتفاق افتاد احتمال بسیار زیاد سایت شما پنالتی خواهد شد.

### ۱- لینک کردن به صفحه اصلی

اول از همه، هیچ ایرادی ندارد اگر در استراتژی بک لینک، صفحه اصلی سایت شما لینک شود. اما، این کار باید به درستی اتفاق بیافتد.

افراد زیادی هستند که هنوز فکر می کنند اگر لینک های زیادی به صفحه اول سایت شما بشود، رتبه سایت شما بهتر خواهد شد. این افراد هنوز در سال ۲۰۰۵ زندگی می کنند! گوگل به سایت ها رتبه نمی دهد، به صفحات رتبه می دهد. به همین علت است که باید به محتوای با کیفیت خود لینک کنید و نه این که اینکار را تنها برای صفحه اصلی سایتتان بکنید.

یک مشخه ای که متخصص سئو شما دارد اشتباه می کند این است که صفحه اصلی شما را به یک کلمه کلیدی مشخص لینک کند.

لینک کردن صفحه اصلی اگر به صورت طبیعی و درست انجام بگیرد، هیچ مشکلی برای شما پیش نخواهد آمد. اما تنها حالت طبیعی لینک شدن صفحه اصلی زمانی است که به برند و یا شرکتی در متن اشاره می شود و در آن جا آدرس سایت قرار می گیرد.



اگر شما صفحه اصلی و صفحات لندینگ محصولات در سایتتان دارید، بهتر از به فکر تغییر در سایت بیافتید. یک وبلاگ راه اندازی کنید و در آن شروع کنید به نوشتن محتوای با کیفیت. به این شیوه می توانید برای آن صفحات بک لینک طبیعی و درست بگیرید تا رتبه سئو سایت شما بهتر شود.

## ۲- مزارع و چرخ های لینک

یک مزرعه لینک، چیزی بیش از یکسری سایت نیست که شرکت یا متخصص سئو راه اندازی کرده تا تنها برای سایتهای مشتریان خود بک لینک دهد. این سایت ها معمولا با یک پلتفرم رایگان نوشته می شوند و هیچ مسئولیتی به جز تغییر در نتایج جستجو ندارند.

یک چرخ لینک زمانی است که متخصص سئو از یک مطلب سایت شما به سایت دیگری لینک می کند و در آن مطلب از سایت مقصد لینکی به همان صفحه شما می گیرد.

سعی کنید این شیوه (چرخ لینک) را به صورت کامل کنار نگذارید. برخی از متخصصین سئو می دانند به چه صورت از چرخ لینک استفاده کنند بدون آن که مزرعه لینک درست کنند. و به این شیوه بک لینک هایی موثر به محتوای با کیفیت برای شما به دست بیاورند.

زمانی که متخصص سئو شما برایتان بک لینک آماده می کند، از او بپرسید آیا سایتی که بک لینک شما قرار دارد، برای او است یا خیر؟ اگر آن سایت برای خود او بود، امکان دارد این بک لینک از یک مزرعه لینک باشد.

به یاد داشته باشید، مزرعه لینک یک شیوه کلاه سیاه سئو است که می تواند منجر به پنالتی شدن شما شود.

## ۳- لینک شدن از سایتهایی که پنالتی شده اند

وقتی گوگل سایتی را پنالتی می کند، بهتر است هیچ گاه از آن سایت بک لینک نگیرید. آن سایت به دلیلی پنالتی شده است! وقتی سایت شما از سایتی بک لینک می گیرد که گوگل آن را نادرست می داند، می تواند این کار باعث شود، به سایت شما هم مشکوک شود. تلاش کنید از سایتهایی بک لینک دریافت کنید که گوگل به آنها علاقه مند است نه آنهایی که پنالتی کرده است. اگرچه نرم افزارهای بررسی پنالتی وجود دارند و می توانند به شما کمک کنند، اما تنها وبمسترها می توانند به درستی بدانند که آیا سایتشان پنالتی شده است یا خیر. پیشنهاد می کنم لیستی از کل بک لینکهای که برای شما تهیه می شود بگیرید و به خودتان بررسی کنید.

#### ۴- خرید لینک

شما هیچ گاه نباید لینک خریداری کنید. این کار خلاف قوانین گوگل است. لینک ها باید به صورت طبیعی به وجود بیایند و از استراتژی های طبیعی برای به دست آوردن لینک عمل شود. بسیاری از شرکت های خدمات سئو، از سایت های مختلف لینک خریداری می کنند تا برای مشتریانشان بک لینک بسازند. به صورت خلاصه گوگل خرید لینک را سئوی کلاه سیاه می داند و با آن برخورد می کند و سایت ها را پنالتی می کند. بسیاری از سایتهایی که لینک می فروشند را گوگل در طول زمان شناسایی می کند، و آن بک لینک ها نیز می توانند به سادگی دچار پنالتی شوند.

آیا اینها تنها شیوه هایی است که می تواند منجر به پنالتی سایت شود؟

جواب به سادگی خیر است. اشتباهات مختلفی ممکن است منجر به پنالتی شدن وب سایت شما بشود. اما در این مقاله تلاش کردم تا چهار شیوه که بسیاری از متخصصین و شرکت های ارائه دهنده خدمات سئو، به عنوان نوعی سرویس و استراتژی به شما معرفی می کنند و می تواند این استراتژی ها منجر به پنالتی سایت شما شود را بیان کنم.

## چهار تاکتیک اشتباه سئو که منجر به پنالتی سایت شما می شود

1

لینک کردن به صفحه اصلی

2

مزارع و چرخ های لینک

3

لینک شدن از سایتهایی که  
پنالتی شده اند

4

خرید لینک

*Agerin.ir*

نویسنده و مترجم: محمد علی عاشوری

## چگونه با فرهنگ امروزی "گوگل کردن" در ارتباط بمانیم و چرا این موضوع اهمیت دارد؟

روز هایی که شرکت ها برای جلب مشتری نام خود را در کتاب های زرد ثبت می کردند گذشته است. امروزه مردم برای اطلاع یافتن از محصولات، رستوران ها و شرکت ها از جستجوی اینترنت استفاده می کنند. طبق گزارش های سایت [Hosting Facts](#) در حدود ۶۴٪ فروش ها، اینترنتی انجام می شوند و بر اساس آمار سایت [Adweek](#) حدود ۸۱٪ مردم برای جستجوی محصول، خدمات و یا شرکت های مورد نظر خود از موتور های جستجو استفاده می کنند. با توجه به این آمار ها استارتاپ ها برای موفقیت نباید نقش پر رنگ جستجو های اینترنتی را نادیده بگیرند. اگر وب سایت یک شرکت در صفحه ی نتایج جستجو (SERP) و یا حتی بد تر از آن، اصلا نشان داده نشود، آن شرکت سریعاً سقوط خواهد کرد.

### چرا رتبه بندی گوگل اهمیت دارد؟

شرکت ها در گذشته تبلیغاتشان را با فونت های درشت تر و لیست طولانی تر خدمات در دایرکتوری ها انجام می دادند و به این شیوه خود را از رقیبان متمایز می کردند؛ اما امروزه این کار را با بهبود رتبه ی SEO سایت خود در صفحه ی جستجو انجام می دهند. برای کارفرمایان، این که سایتشان چه رنگی از گوگل به دست آورد، اهمیت بسیار زیادی دارد.

### در قلب این رتبه بندی، SEO قرار دارد

گوگل برای تعیین رتبه ی سایت از بیش از ۲۰۰ الگوریتم و برنامه ی کامپیوتری استفاده می کند که به دنبال نشانه هایی مثل کلید واژه ها می گردند تا نزدیک ترین نتیجه را برای جستجوی مخاطب فراهم کنند.

به تازگی یک الگوریتم ویژه به نام پنگوئن [Penguin](#) به عنوان هسته ی الگوریتم های گوگل انتخاب شد که باعث شد رتبه بندی سایت ها تغییر کند. الگوریتم پنگوئن به جای این که به طور دوره ای لیست اسپم ها را به روز رسانی کند، سیگنال های اسپم را به طور هم زمان و در حال اجرا فیلتر می کند. به خاطر این ویژگی، الگوریتم پنگوئن شرکت ها را ترغیب می کند که وب سایت خود را به روز نگه دارند.

## مطمئن شوید نام دامین شما پاک است

اداره کردن دامین های تجاری کمی دشوار است. پیش از انتخاب نام دامین مناسب برای شرکت خود باید بررسی کنید که دامین در گذشته دچار مشکلات SEO نبوده، در بلک لیست گوگل قرار نداشته و مورد استفاده ی اسپم ها هم نبوده است. خرید دامین با مشکلات ذکر شده در بالا، هدر دادن پول است زیرا صاحبان جدید دامین قادر به استفاده از آن دامنه برای تبلیغ در گوگل نخواهند بود و رتبه بندی دامین به دلیل استفاده های قبلی از آن بسیار بد خواهد شد.

چطور یک کار فرما می تواند رتبه ی محتوای خود را بهتر کند؟ سه شیوه که دامنه منجر به نتایج بهتر در جستجو شود:

### ۱. گوگل کردن

هر نامی که یک کسب و کار معین ممکن است داشته باشد، در گوگل سرچ کنید و ببینید که آیا دامین مربوطه قبلا خریداری شده یا قابل خریداری است. این کار را می توانید با جستجوی جامع علامت تجاری و یا WHOIS انجام دهید. اگر دامین مورد نظرتان قبلا خریداری شده بود، پیش از تصمیم برای خرید، رتبه بندی و مشکلات سایت آن دامنه را بررسی کنید. اگر شرایط مناسبی داشت، به سرعت آن دامنه را خریداری کنید. این کار نه تنها در دراز مدت باعث ذخیره ی پول می شود، بلکه موقعیت اینترنتی کسب و کار را بهبود می بخشد. همیشه قبل از پرداخت هزینه ی دامین با یک وکیل مشورت کنید و اقدامات لازم برای حفظ امنیت مالی خود را انجام دهید.

### ۲. وب سایت خود را بازسازی کنید

محتوای سایت خود را بررسی کنید تا آن را با قوانین جستجوی گوگل به خصوص الگوریتم پنگوئن مطابقت دهید. توجه داشته باشید که هر تغییر صورت گرفته برای حذف اسپم ها و محتواهای ضعیف در وبسایت، به سرعت بر وبسایت شما تاثیر می گذارد و رتبه بندی سایت شما را بهبود می دهد.

اگر مطلبی دیگر مرتبط و مفید نیست، آن را حذف کنید. مقالات، توضیح محصولات، اطلاعات خرید و ... را به روز رسانی کنید. و پکیج کامل و به روزی از اطلاعات را در وبسایت خود قرار دهید. اگر تجربه ی کاربری مناسبی فراهم کنید، گوگل رتبه ی سایتتان را بهتر خواهد کرد

### ۳. محتواهایی با کیفیت فراهم کنید

بهتر است فقط برای آپلود کرد مطلب جدید، سایت خود را با محتواهای ضعیف پر نکنید. تمام بخش ها باید با کیفیت باشند. حتی برای سایت یک پیتزا فروشی ساده، مشتری انتظار دارد چیز های مشخصی را در سایت مشاهده کند؛ از جمله: منو، قابلیت سفارش آنلاین غذا، زمان حاضر شدن سفارش و همانند آن.

البته همه ی دامین های تجاری، محتوای با کیفیت فراهم نمی کنند. کم تر از نیمی از تجارت های بررسی شده در گزارش تجارت محتوای B2b CMI در سال ۲۰۱۶ استراتژی مشخصی در زمینه ی تجارت محتوا دارند و می دانند دقیقا چه کارهایی باید انجام دهند. بخشی از این کار ها تولید مقالات و محتواهایی با کیفیت بالا برای جذب مخاطب است.

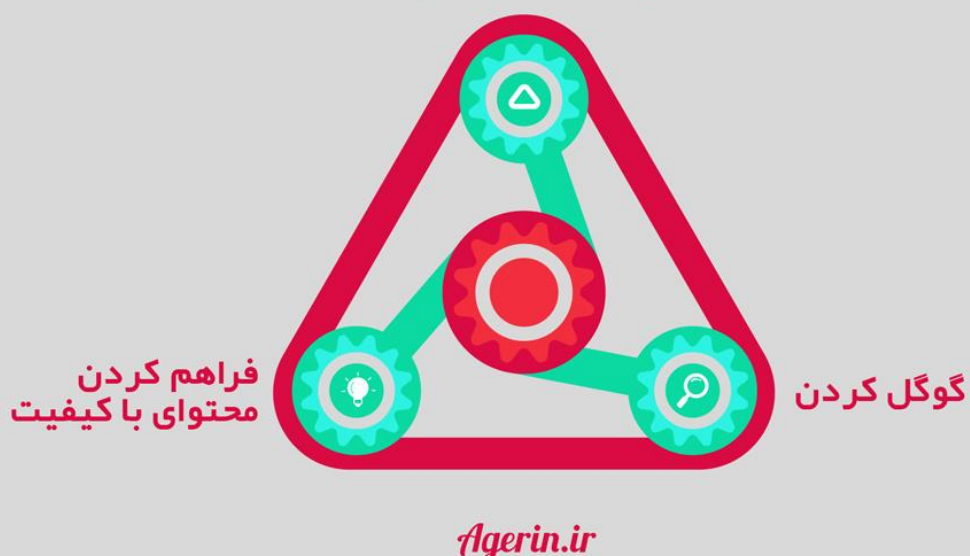
فرهنگ گوگل کردن احتمالا تا مدت ها ماندگار خواهد بود؛ پس کارفرمایان برای داشتن تجارتی موفق باید به رتبه بندی آن توجه داشته باشند. تاسیس کردن و یافتن دامین مناسب و تولید محتوای با کیفیت ممکن است زمان گیر و دشوار باشد، ولی در عوض باعث سود دهی بسیار بیشتر خواهد شد.

## چرا رتبه بندی گوگل اهمیت دارد؟

شرکت ها در گذشته تبلیغاتشان را با فونت های درشت تر و لیست طولانی تر خدمات در دایرکتوری ها انجام می دادند و به این شیوه خود را از رقیبان متمایز می کردند؛ اما امروزه این کار را با بهبود رتبه ی سئوی سایت خود در صفحه ی جستجو انجام می دهند. برای کارفرمایان، اینکه سایتشان چه رنگی از گوگل به دست آورد، اهمیت بسیار زیادی دارد

## شیوه های بهبود رتبه محتوای سایت

### بازسازی وب سایت



نویسنده و مترجم: زینب عاشوری

## API گوگل برای تست موبایل فرندلی بودن سایت

با توجه به کاربران زیاد دستگاه های موبایل، داشتن یک سایت موبایل فرندلی (Mobile-Freindly) دارای اهمیت زیادی می باشد. گوگل برای این منظور ابزار تست آنلاین و رایگانی دارد که می توانید به وسیله این ابزار به سادگی بررسی کنید که آیا سایت شما از نظر گوگل موبایل فرندلی است یا خیر. اما گوگل برای این منظور ابزاری جدید برای کاربران فراهم آورده است. پیش از این وب مستر ها می توانستند با مراجعه به ابزار تست گوگل برای موبایل فرندلی بودن وب سایتشان از این موضوع با خبر شوند.

### API جدید گوگل

گوگل در روز ۳۱ ژانویه ۲۰۱۷ از ابزار جدید خود برای بررسی موبایل فرندلی بودن وب سایت ها پرده برداری کرد و کاربرهای گوگل از این پس می توانند از این ابزار برای تست وب سایتشان استفاده کنند. این API به وب مستر ها کمک می کند تا URL هایشان را به وسیله ابزاری اتوماتیک بررسی کنند. به عنوان مثال ممکن است شما بخواهید صفحات مهمی از سایتتان را با قالب سایتتان بررسی کنید تا اطمینان حاصل کنید سایت شما در آن صفحات حتما موبایل فرندلی است.

```
$ curl -H 'Content-Type: application/json' --data '{url:
"https://www.example.com/"}'
'https://searchconsole.googleapis.com/v1/urlTestingTools/
mobileFriendlyTest:run?key=YOURKEYHERE'
{
  "testStatus": {
    "status": "COMPLETE"
  },
  "mobileFriendliness": "MOBILE_FRIENDLY"
}
$ █
```



این API تمامی تست ها را انجام می دهد و تمامی نتایج را به شما – مانند شیوه قبلی تست – نمایش می دهد. همچنین این API دارای اسنادی ساده برای شروع استفاده وبمستر ها از آن می باشد. وب مسترها می توانند به وسیله نمونه های ساده گوگل تست سایت خودشان به وسیله API را انجام دهند.

**منبع: وبلاگ گوگل**

**مترجم: محمد علی عاشوری**

تابستان ۱۳۹۶

تهیه شده در تیم طراحی و تبلیغات آگرین

[www.agerin.ir](http://www.agerin.ir) | [www.levelsa.com](http://www.levelsa.com)

info@agerin.ir