

سئوی محلی چیست و چگونه باعث افزایش درآمد شما می شود؟



نویسنده: مهران منصوری فر

سئوی محلی به ویژه برای کسب و کارهای کوچک اهمیت زیادی دارد. در این مطلب می‌خواهیم درباره هر آنچه که باید پیرامون این موضوع بدانید صحبت کنیم و از تاثیر سئوی محلی روی کسب و کارها بگوییم.

بدون شک سئو بخش مهمی از کسب و کارهای آنلاین است. از سوی دیگر افرادی بسیار زیادی هستند که برای پیدا کردن کسب و کارهای محلی که به محصولات و خدماتشان نیاز دارند، در اینترنت جستجو می‌کنند. جالب است بدانید سالیانه بیش از یک تریلیون جستجو در این زمینه فقط در گوگل انجام می‌شود.

این آمار برای نشان دادن تاثیر گوگل روی چیزی که مخاطبان در نتایج جستجو به دست می‌آورند کافی به نظر می‌رسد. کمپانی‌های مختلف برای جلب رضایت مشتریان و از آن مهمتر برای درآمدزایی سالم، چاره‌ای ندارند جز اینکه وارد این بازی شوند. اگر یک کسب و کار کوچک یا متوسط دارید، برای رسیدن به اهداف خود، با هر آژانس دیجیتال مارکتینگ مشهوری که صحبت کنید به شما پیشنهاد می‌کند روی سئوی محلی (Local SEO) کار کنید.

به همین دلیل امروز می‌خواهیم بیشتر درباره سئوی محلی و تاثیر آن روی کسب و کارهای مختلف صحبت کنیم. بهتر است ابتدا با مفهوم سئوی محلی شروع کنیم.



سئوی محلی چیست؟

Local SEO در واقع درباره کارهایی صحبت می کند که در مورد بهینه سازی رتبه سایت برای دریافت ترافیک بیشتر از سوی مخاطبان محلی باید انجام دهید. اگر مالک یک کسب و کار محلی مانند پیرایشگاه یا مغازه خواروبار فروشی یا حتی داروخانه هستید، اولین کاری که برای جذب مخاطبان محلی باید انجام دهید این است که به آنها بگویید کسب و کار شما کجا قرار دارد و در دنیای واقعی نیز می توانید خدمت رسانی کنید.

بنابراین، حتی اگر هیچ بازدیدکننده ای به محل کار شما سر نزنند، حداقل توانسته اید با کسب و کار خود افراد زیادی در آن محل را هدف قرار دهید. برای انجام چنین کاری، بهینه سازی هایی لازم است که به آن سئوی محلی (Local SEO) گفته می شود.

به طور خلاصه، سئوی محلی سئویی است که برای یک موقعیت مکانی خاص انجام می شود تا بتوانید مخاطبان هدف بیشتری از آن محدوده جذب کنید.

چرا به سئوی محلی نیاز داریم؟

سئوی محلی به ویژه برای ارائه دهندگان خدمات در موقعیت مکانی محلی خاص خیلی لازم است. براساس تحقیقاتی که به تازگی توسط فوربس انجام شده است، بیش از چهار میلیارد مالک گوشی موبایل در دنیا وجود دارد. این مثال برای نشان دادن ضرورت استفاده از گوشی موبایل برای کسب و کارها، کافی به نظر می رسد.

از سوی دیگر حدود ۹۵ درصد کاربران گوشی های هوشمند به صورت محلی جستجو می کنند و ۶۱ درصد آنها با کسب و کارهای محلی تماس می گیرند یا به آنها مراجعه می کنند. بسیاری از مردم بلافاصله از طریق صفحه نتایج جستجوی گوگل به صورت مستقیم روی دکمه تماس کلیک می کنند. براساس تحقیقات موسسه SearchEngineWatch، این آمار به طور دقیق ۷۰ درصد است.

این آمار نشان می دهد که جستجوهای انجام شده توسط مخاطبان محلی

به عنوان پلتفرمی مهم برای مشتریان بالقوه عمل می کند. این میزان هر ساله نیز با سرعت روزافزونی افزایش پیدا می کند و به معنای این است که باید حسابی حواستان را به این بخش جمع کنید. این نتایج را می توان به عنوان سرخ های مرتبط و با کیفیت برای رسیدن به مخاطبانی در نظر گرفت که به دنبال کسب و کارهای ارائه دهنده محصولات مورد احتیاج خود هستند و باید این گزینه را در بالای فهرست خود قرار دهید؛ چرا که براساس آن باید از بهترین ارائه دهندگان خدمات سئوی محلی استفاده کنید. بهتر است فرض کنیم که این سرخ های با کیفیت نرخ تبدیل بالایی دارند.



سئوی محلی چطور روی کسب و کار شما تاثیر می گذارد؟

در ادامه به اهمیت و تاثیرگذاری سئوی محلی در کسب و کار شما می پردازیم:

۱- به مشتریان اطلاعات کسب و کار شما را ارائه می دهد
سئوی محلی به بازدیدکنندگان کمک می کند تا دقیقاً بدانند با چه کسب و کاری در تماس هستند. آنها به سادگی می توانند در چند دقیقه درباره مواردی

چون WiFi رایگان در محل، پیشنهادات و تخفیف‌های ویژه و بسیاری از موارد دیگر اطلاعات به دست آورند. شاید این موارد به نظر شما پیش‌وپا افتاده باشد، ولی نشان می‌دهد که برای برخی از مشتریان خیلی مهم است.

۲- به مردم کمک می‌کند تا کسب و کار شما را پیدا کنند

بسیاری از جستجوهای اینترنتی توسط افرادی انجام می‌شود که به دنبال محصولات و خدمات مورد نیاز خود هستند و اگر بهینه‌سازی محلی به درستی انجام شود، در نتیجه در همان لحظه اول می‌توانند کسب و کار شما را در صفحه جستجو پیدا کنند و به احتمال زیاد خیلی زود به شما سر بزنند.

۳- اگر سایت هم نداشته باشید برای کسب و کارتان مفید است

وبسایت ابزاری بسیار خوب برای ترویج و تبلیغ یک کسب و کار است، اما اگر سایت هم نداشته باشید، به کمک سئوی محلی مخاطبان می‌توانند جزئیاتی از کسب و کار شما مانند آدرس و شماره تلفن را به دست آورند. این کار کمک می‌کند تا افراد زیادی از حضور شما باخبر شوند و تعدادی از آنها بعد از دیدن اطلاعات با شما تماس بگیرند یا به صورت حضوری مراجعه کنند.

۴- سرخ‌های باکیفیت و نرخ تبدیل بالا برایتان فراهم می‌کند

مردم زمانی اقدام به جستجو می‌کنند که به چیزی نیاز داشته باشند. وقتی کسب و کار ارائه‌دهنده راهکار موردنیاز خود را پیدا کنند، به صورت خودکار تبدیل به مشتری شما می‌شوند. بنابراین اکثر این سرخ‌هایی که از سئوی محلی می‌آیند واقعی هستند و نرخ تبدیل شما را بالا می‌برد.

۵- در بین مخاطبان اعتمادسازی می‌کند

هر چه اطلاعات بیشتری از شما در اینترنت وجود داشته باشد، مردم بیشتر به کسب و کارتان اطمینان می‌کنند. به محض اینکه پایه‌های این اعتماد

شکل بگیرد، می‌توانید روابط سودمندی با مشتریان خود داشته باشید.



برای بهبود سئوی محلی کسب و کار خود چه باید کنیم؟

حالا که می‌دانیم سئوی محلی چیست و چرا به آن نیاز داریم، بهتر است به این موضوع بپردازیم که برای بهبود سئوی محلی کسب و کار خود باید چه کار کنیم. در ادامه یک راهکار سه مرحله‌ای را به شما ارائه می‌کنیم.

۱- مشخصات کسب و کارتان را در دایرکتوری مشاغل وارد کنید

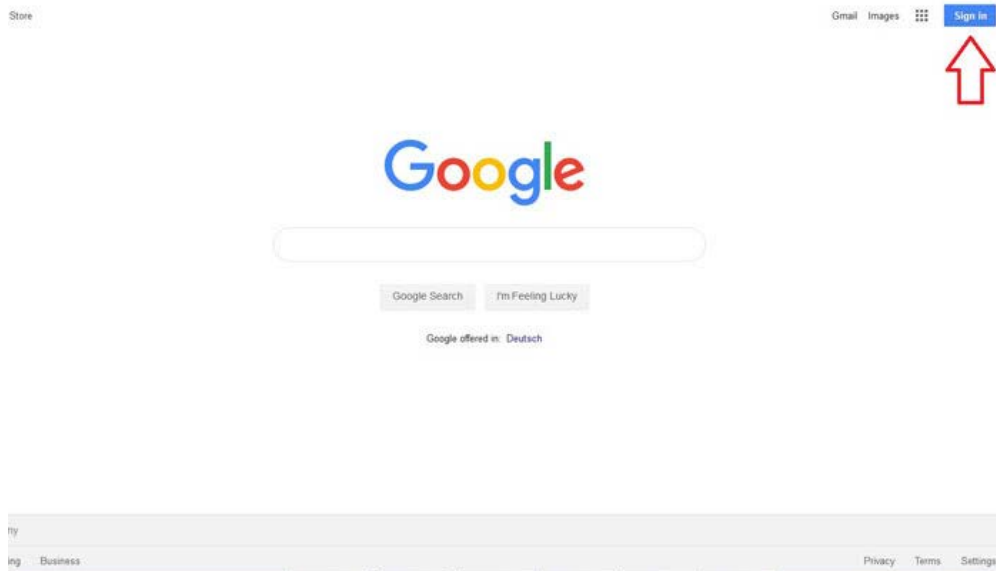
سئو محلی یک جستجوی مبتنی بر موقعیت مکانی است. یعنی داشتن آدرس فیزیکی برای ارائه‌دهندگان خدمات که دارای موقعیت مکانی مشخص هستند، نیاز است. بنابراین اگر آدرسی که شما در آن مشغول کار هستید در بخش Google Maps و دایرکتوری‌های مشاغل به‌روز نشده باشد، پیدا کردن آن برای مشتریان به ویژه هنگام جستجو براساس موارد «نزدیک به من» خیلی سخت خواهد بود.

نکات مهم که در این باره باید بدانید

• سایت های دایرکتوری مشاغل به سایت هایی گفته می شود که به صورت دسته بندی شده در صنوف مختلف، اطلاعات جامعی از کسب و کارها شامل آدرس، شماره تلفن، آدرس سایت، آدرس شبکه های اجتماعی، ساعات کاری، اطلاعات مربوط به محصولات و خدمات، تصاویر و... را در اختیار شما قرار می دهند.

• متأسفانه دسترسی به سرویس Google My Business در ایران مسدود است و به جای آن باید از دایرکتوری های داخلی مانند دانرو، دیتاشهر، پونز و... استفاده کنید. ضمن اینکه می توانید سایت و اطلاعات خود را در گوگل مپ نیز وارد کنید که کاربران بتوانند به سادگی به آن دسترسی داشته باشند.

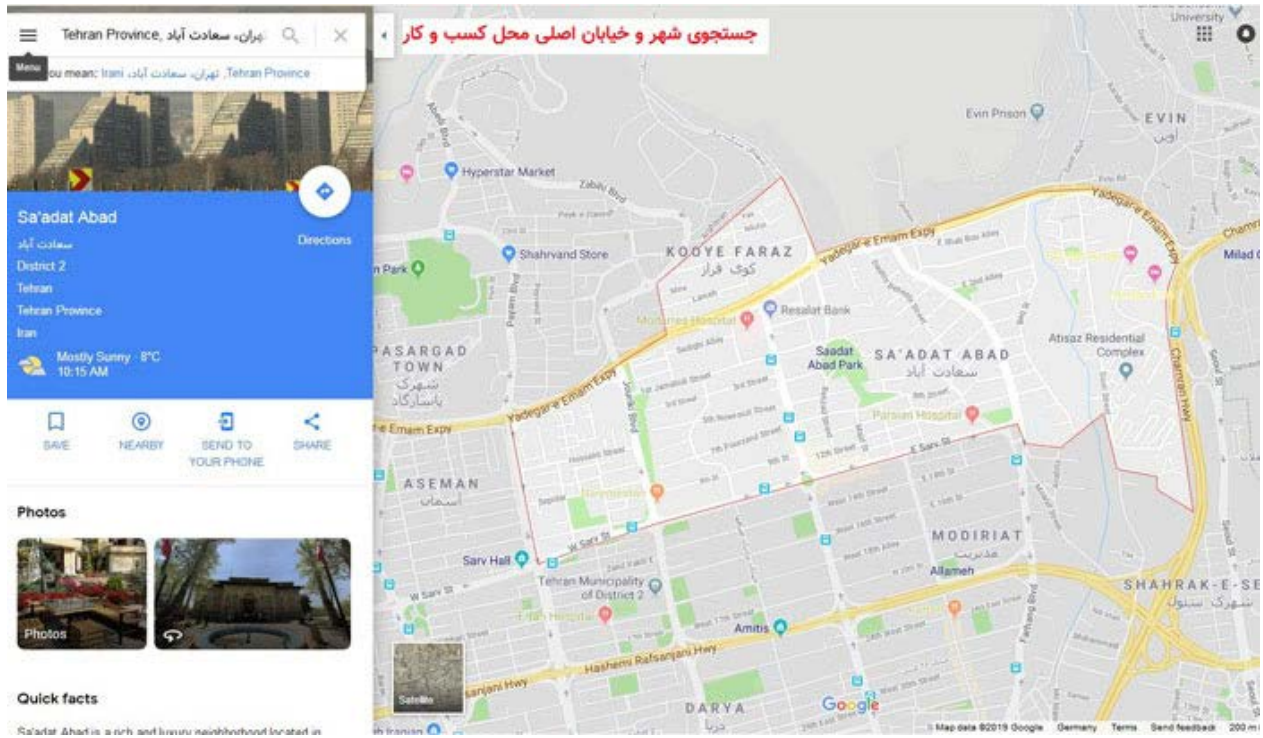
نحوه ثبت سایت و دیگر اطلاعات کسب و کار در گوگل مپ
مرحله اول: ابتدا وارد سایت google.com شده و سپس وارد حساب کاربری Gmail خود می شوید. اگر از قبل وارد اکانت خود شده باشید دیگر به وارد شدن مجدد به حساب کاربری خود نیازی ندارید.



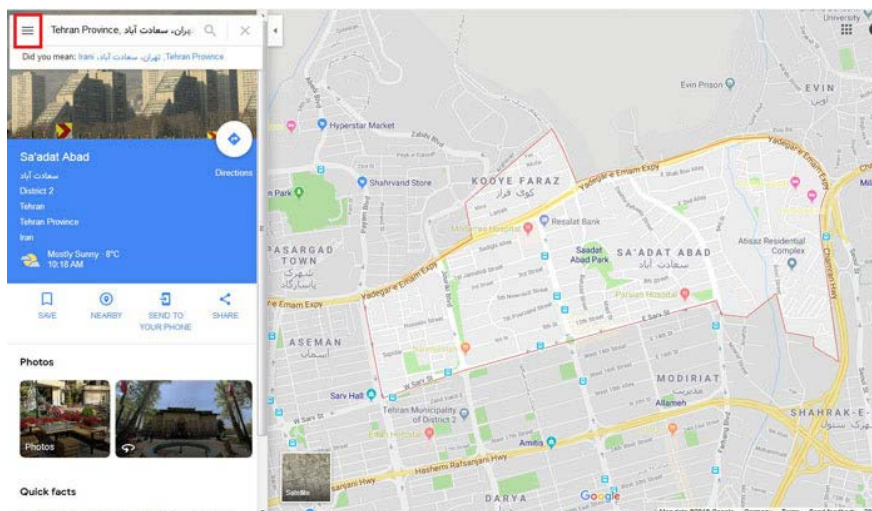
مرحله دوم: سپس از آدرس www.google.com/maps وارد گوگل مپ می شوید.

سنوی محلی چیست و چگونه باعث افزایش درآمد شما می شود؟

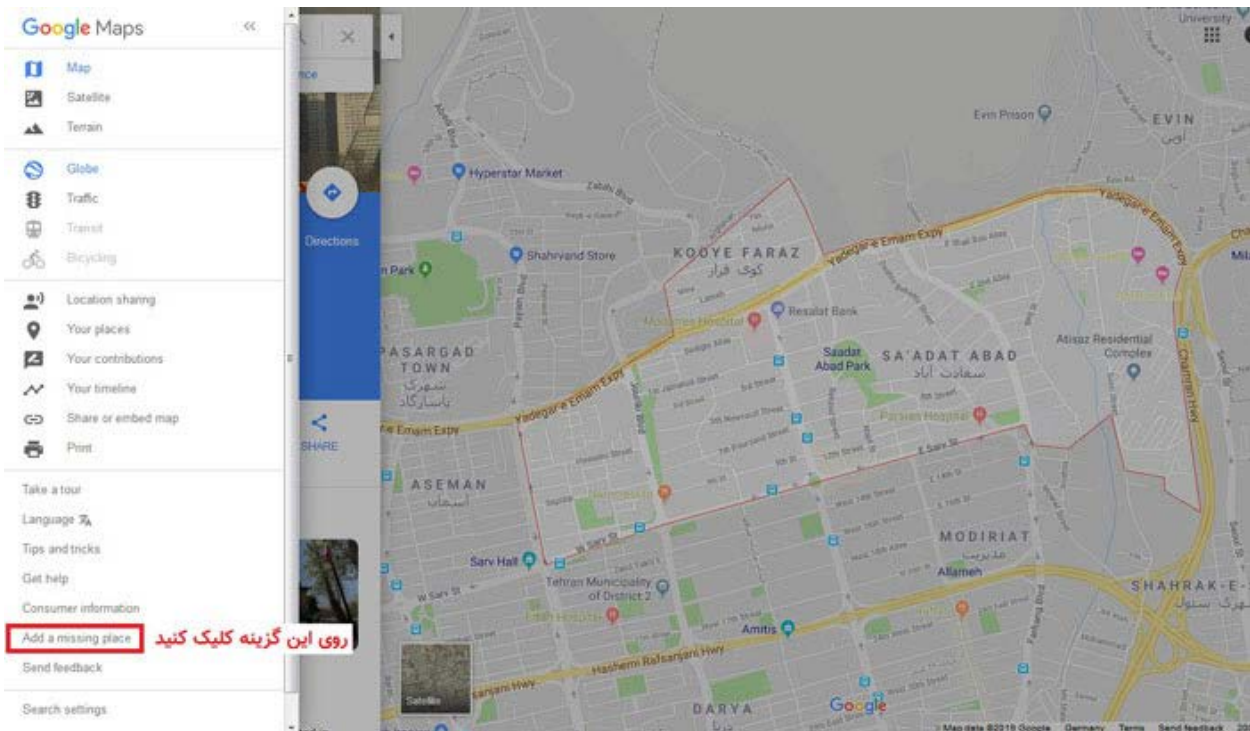
یادتان باشد برای ثبت صحیح کسب و کار در گوگل مپ باید حتما زبان این سرویس روی فارسی قرار داشته باشد.
مرحله سوم: در کادر جستجویی که سمت چپ بالای صفحه مشاهده می کنید شهر و خیابان اصلی محل کار خود را وارد کرده و آن را جستجو کنید.



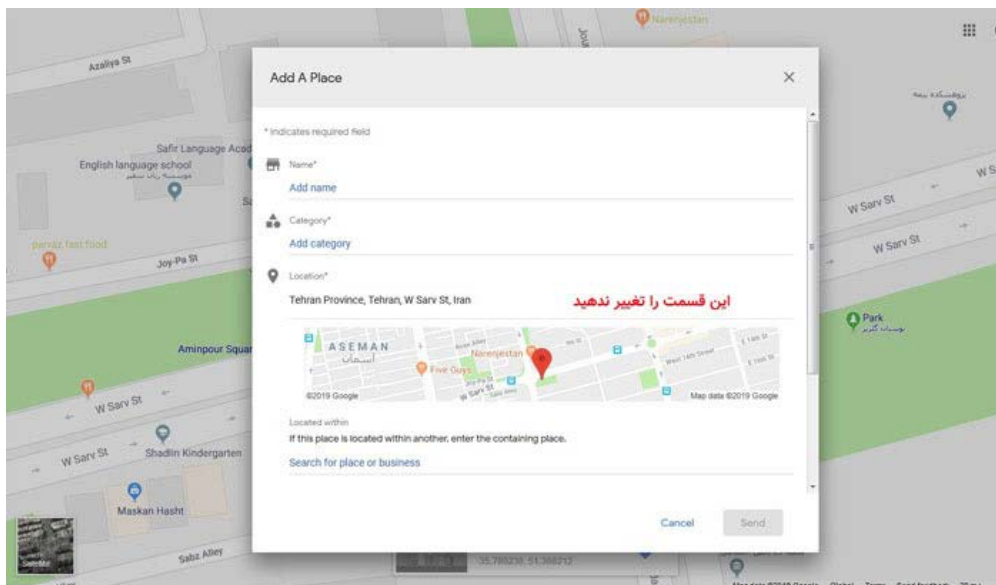
مرحله چهارم: سپس روی منوی همبرگری (منوی سه خط) کنار کادر جستجو کلیک کرده و روی گزینه Add a missing place کلیک کنید.



سئوی محلی چیست و چگونه باعث افزایش درآمد شما می شود؟



مرحله پنجم: در این قسمت باید به دو نکته مهم توجه کنید. در پنجره Add a place قسمت Address را که ستاره دارد تغییر ندهید! دوم اینکه در صفحه اصلی نقشه بزرگی را مشاهده می کنید که حوالی محل کار شما را نشان می دهد. در این قسمت باید ابتدا تا حد امکان روی نقشه بزرگنمایی (زوم) کنید و سپس با نشانگر موس پین قرمز رنگ را به محل فعلی کسب و کار خود ببرید.



مرحله ششم: اکنون به مهمترین قسمت می‌رسیم. در کادر Add a place باید اطلاعات لازم را به صورت زیر وارد کنید:

- در قسمت Name نام کسب و کار، شرکت، کارخانه یا حتی موضوع فعالیت خود را وارد کنید.
- قسمت Address را بدون تغییر و دستکاری به شکلی که هست رها کنید.
- در قسمت Category باید به انگلیسی موضوع مربوط به کسب و کار خود را پیدا کرده و آن را انتخاب کنید. اگر دقیقاً حوزه فعالیت شما وجود نداشت تلاش کنید نزدیک‌ترین گزینه را انتخاب کنید.
- در قسمت Phone تلفن ثابت یا همراه موردنظر خود را همراه با کد کشور و شهر وارد کنید. به عنوان برای شماره تلفن ثابت باید به صورت +۹۸۲۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ و برای موبایل به صورت +۹۸۹۱۲۱۲۳۴۵۶۷ باشد.
- اگر سایت دارید آن را در قسمت Website درج کنید.
- در قسمت Hours می‌توانید ساعات کاری خود را وارد کنید. کافی است روی گزینه Add Hours کلیک کنید.

مرحله هفتم: در نهایت روی گزینه Submit کلیک کنید تا ظرف مدت ۱۰ دقیقه تا ۲۴ ساعت، محل کار شما در گوگل ثبت شود. روند ثبت کسب و کار در گوگل از طریق ایمیل به شما اطلاع داده خواهد شد.

۲- اگر در جایی آدرس و شماره تلفن‌تان به اشتباه وارد شده، آن را اصلاح کنید

مطمئن شوید اطلاعات مربوط به کسب و کارتان در فضای وب به درستی وارد شده باشد، با این کار مانع از بروز مشکلات جدی می‌شوید. چرا که اگر مشکلی وجود داشته باشد، گوگل کسب و کار شما را در دایرکتوری مشاغل خود قرار نمی‌دهد. (صفحه رتبه‌بندی موتور جستجوی گوگل با نشان دادن کسب و کارهایی که بیشترین شباهت را با عبارت جستجو شده داشته باشند، به جستجوی کاربران پاسخ می‌دهد). البته سیستم کسب و کار گوگل در ایران غیرفعال است ولی اگر اطلاعات شما حتی در گوگل مپ هم به درستی ثبت نشده باشد، گوگل آن را در نتایج جستجو نشان نمی‌دهد. برای همین باید در

هر دایرکتوری‌ای که اطلاعات کسب و کار خود را به اشتباه وارد کرده‌اید، وارد شوید و آنها را اصلاح کنید.

۳- از قابلیت ارجاع برای شناساندن هرچه بیشتر تجارت خود استفاده کنید

ارجاع یعنی وقتی اطلاعات کسب و کار شما در سایت‌های دایرکتوری، آگهی و نیازمندی‌ها نشان داده می‌شود، کاربران به راحتی بتوانند روی آن کلیک کنند و به شما متصل شوند. به عنوان مثال با کلیک روی آدرس سایت، وبسایت شما نمایش داده شده و یا از طریق اپلیکیشن اگر روی شماره تلفن زده شود، مستقیماً شماره‌گیر گوشی فعال می‌شود. این کار کمک می‌کند تا گوگل میزان اعتماد به کسب و کار شما را بفهمد و برای شما رتبه‌بندی در نظر بگیرد. این روش، شانس قرارگیری کسب و کار شما در درجه سه رتبه محلی اول را افزایش می‌دهد.

سخن پایانی

کسب و کارها از هر نوعی که باشند به دنبال جذب افرادی هستند که محصولات آنها را بخرند یا از خدمات آنها استفاده کنند. اما حتماً می‌دانید بازار رقابت حسابی سخت و داغ است و فروش کالاهای مشابه برای کسب و کارها راحت نیست.

بنابراین برای پیروزی در فضای رقابتی چاره‌ای نیست، جز اینکه از دیجیتال مارکتینگ استفاده کنید. بهینه‌سازی موتور جستجو یا SEO، در سطح محلی نه تنها به بهتر دیده شدن شما در جستجوهای محلی روی اینترنت کمک می‌کند، بلکه باعث می‌شود مشتریان زیادی به شما مراجعه کنند.