

۷ کارنیل، بزرگترین شبکه موفقیت ایرانیان می باشد، که افرادی زیادی توانسته اند با آن به موفقیت برسند، فاطمه رتبه ۱۱ کنکور کارشناسی، محمد حسین رتبه ۶۸ کنکور کارشناسی، سپیده رتبه ۳ کنکور ارشد، مریم و همسرش راه اندازی تولیدی مانتو، امیر راه اندازی فروشگاه اینترنتی، کیوان پیوستن به تیم تراکتور سازی تبریز، میلاد پیوستن به تیم صبا، مهسا تحصیل در ایتالیا، و.... این موارد گوشه از افرادی بودند که با کارنیل به موفقیت رسیده اند، شما هم می توانید موفقیت خود را با کارنیل شروع کنید.

برای پیوستن به تیم کارنیلی های موفق روی لینک زیر کلیک کنید.

www.karnil.com

همچنین برای ورود به کانال تلگرام کارنیل روی لینک زیر کلیک کنید.

<https://telegram.me/karnil>

نام مقاله: آموزش سنو و بهبود آن

نویسنده: محمد باقری

تماس با ما : ۰۹۳۰۸۴۴۸۶۲۱

اصفهان پاتوق : www.esfpatogh.in

مقدمه ای بر سئو:

پس از کتاب مهمترین منبع برای بدست آوردن اطلاعات، مقالات موجود در مجلات علمی و ژورنالها می باشد. اطلاعات موجود در ژورنالها تقریباً دقیق است چون این مقالات قبل از چاپ بدقت بازبینی می شوند. این مطالب تقریباً روزآمد هستند و احتمال اشتباه در این مطالب بسیار اندک است و اگر هم احیاناً اشتباهی رخ دهد، در شماره های بعدی تصحیح می گردد.

از سال ۱۹۹۲ یک منبع بسیار مهم دیگر به منابع اطلاعاتی اضافه شد. آن شبکه جهانی وب یا

(World Wide Web) می باشد. مجموعه اطلاعات در دسترس برای افرادی که با اینترنت کار می کنند روز به روز افزایش می یابد. اینترنت به جز کاربرد در زمینه اطلاع رسانی کاربردهای بسیار و غیر قابل تصویری در تجارت و سایر زمینه های زندگی پیدا کرده است.

به بیان دیگر امروزه در هر زمینه ای که بتوان تصور کرد، اینترنت یک ابزار موثر و توانمند به حساب می آید.

همه روزه سایتهای بیشماری به محیط اینترنت وارد میشوند و نبرد آنها برای رسیدن به موقعیت های بالاتر و جذب مخاطبان بیشتر، سخت تر، پیچیده تر و فشرده تر میشود.

هرکسی که سایتی را راه اندازی میکند مایل است تا بازدیدهای بیشتر و بیشتری داشته باشد. اگر سایت تجاری باشد این هدف نیز جدی تر و پررنگ تر می گردد.

موتورهای جستجو قدرتمندترین ابزار ترافیک ساز برای یک سایت هستند. و مهمترین توانایی آنها جذب مخاطبهای واقعی سایت است.

مخاطبان وبگرد و سرگردان معمولاً ارزش چندانی ندارند.

امروزه تخمین زده میشود که حدود ۸۵٪ از بازدیدها توسط موتورهای جستجوگر فراهم شده اند.

و معمولاً سایتهایی از این ترافیک بهره خوبی می برند که جایگاه آنها در صفحه اول نتایج جستجو گر ها باشد.

آنچه اغلب گردانندگان سایتهای نمیدانند، این است که تنها انتشار سایت بروی شبکه و ارسال آن به موتورهای جستجو گر معروف نتیجه دلخواه بدست نخواهد داد.

پس اگر شما میخواهید که جایگاه مناسب خود را در موتورهای جستجو گر پیدا کنید در این دوره آموزشی SEO با ما باشید.

موتور جستجو چیست ؟

موتورهای جستجو یا Search Engine ها سایتهایی هستند که وظیفه آنها جمع آوری اطلاعات از سطح اینترنت و راهنمایی کاربران به سوی سایتهای مورد نظر است. بدین منظور آنها از یک نرم افزار مخصوص بنام ربات یا عنکبوت استفاده می کنند. به این نرم افزار خزنده (Crawler) یا عنکبوت نیز گفته می شود. و وظیفه آن پیمایش اینترنت و ارسال اطلاعات صفحات برای نرم افزار دیگری است که وظیفه اش طبقه بندی و مرتب سازی اطلاعات است. هنگامی که شما به این موتور جستجو مراجعه می کنید، برای مثال MSN، جایی برای وارد کردن عبارت مورد نظر در اختیار شما قرار می گیرد.

هنگامی که شما عبارت مورد نظر خود را در اختیار سایت جستجو گر قرار دادید در زمانی بسیار کوتاه و در حد چند صدم ثانیه نتایج جستجو ظاهر میشوند.

این نتایج در حقیقت لیستی از صفحات اینترنت است که حاوی عبارت مورد نظر شما بوده اند. و به ترتیب اهمیت (اهمیت از نظر موتور جستجو) لیست شده اند. در باره این اهمیت و نقش آن در آینده صحبت خواهیم کرد زیرا هدف ما نیز بالا بردن سایت در همین رتبه بندی میباشد.

دایرکتوری یا فهرست وب چیست ؟

فهرست (سیاهه) اینترنتی که به آن اصطلاحاً دایرکتوری می گویند نیز یکی دیگر از ابزارهای رساندن کاربران به سایتهای مطلوب هستند. تفاوت آنها با موتورهای جستجو در این است که این فهرستها بوسیله افراد تهیه میشوند نه توسط رایانه و به صورت خودکار.

لذا نتایج آنها مربوط تر و مناسب تر است. برخلاف جستجو گر ها که اغلب حاوی نتایج پرت و خارج از موضوع نیز هستند. نقطه ضعف آنها هم این است که کمتر از موتور جستجو بروز و سریع هستند.

یک مثال طنز گونه از جستجو : زمانی برای انجام یک پروژه دانشگاهی در جستجو گر گوگل به دنبال روش تولید صنعتی کیف سامسونت گشتم. در یک وب سایت نتیجه ای اینگونه برخورد کردم : « مردی با کیف سامسونت وارد هتل شد » !!

البته امروزه بیشتر موتورهای جستجو دارای اطلاعات طبقه بندی شده همانند دایرکتوریها می باشند و همچنین اکثر دایرکتوریها قابلیت جستجو مانند موتورهای جستجو را دارند.

پس می بینید که جستجو در اینترنت تجربه و دانش خاص خود را می خواهد که در نخستین فرصت به آن نیز اشاره خواهیم کرد.

بهینه سازی برای موتور جستجو یا SEO چیست ؟

SEO مخفف عبارت (Search Engine Optimization) است .

و یعنی اطمینان یافتن از اینکه سایت شما به نحو شایسته ای جایگاه خود را در موتور جستجو یافته و در معرض دید مخاطبان مورد نظر قرار دارد. این یعنی اینکه سایت شما به نحو مطلوب و درستی با موتورهای جستجو گر اینترنت تعامل دارد.

بسیاری از سایتها با وجود ظاهر زیبا و طراحی شدن با بالاترین تکنیکهای وب ، بازهم موقعیت های بسیار بدی در جستجو دارند و این بدلیل دانش کم و محدود طراح سایت با روش کار جستجوگر هاست.

سایت های ارایه دهنده خدمات جستجو (Search) معمولا هزاران و بلکه میلیونها نتیجه را باز میگردانند ولی عموما ۱۰ نتیجه در صفحه ی نخست دیده میشوند. آمار حاکی از آن است که تنها ۷٪ کاربران از صفحه های سوم به بعد نتایج را مرور میکنند. پس رسیدن به دهک اول یا همان (Top ten) هدف بسیاری از وب مستر ها و دارنگان سایتهای اینترنت است.

رتبه بندی جستجو گرها به عوامل بسیار زیادی بستگی دارد. عواملی همچون عنوان HTML صفحه ، متا تگ ها (ابرداده ها) ، کلمات کلیدی و سرانجام مکان و تکرار یا چگالی کلمه های مهم در جستجو.

دقت : هر موتور جستجو از فرمول خاص خود برای رتبه بندی (Ranking) استفاده می کند و هر از چندی نیز آن فرمول را تغییر می دهد. و خوب است بدانید حتی نسخه اولیه تکنولوژی موتورهای جستجو گر مهم نیز هم اکنون کاملا محرمانه نگهداری می شوند.

سئو علم است یا هنر ؟

برخی موتورهای جستجوگر خریدنی نیستند و شما نمی توانید برای سایت خود رتبه ای بخرید. اینجا رتبه ها را باید به چنگ آورد و به طور مداوم برای حفظ آنها باید تلاش کنید.

خوشبختانه، اینگونه موتورهای جستجوگر متقاعد شدنی هستند. به عبارت دیگر شما با دانستن اصول و قواعد آنها، می توانید زبانی مشترک با آنها داشته باشید. اگر بتوانید این زبان مشترک را بیابید آنگاه سایت شما حتی می تواند در صدر نتایج جستجو قرار بگیرد. به این رتبه ها، رتبه های عادی (طبیعی) موتور جستجوگر می گویند.

حال بار دیگر این سوال مطرح می شود که این زبان مشترک را چگونه می یابید؟ امروزه SEO به عنوان ابزار اصلی بازاریابی الکترونیک و خود یک تخصص بسیار جدی است. تخصصی که یک هنر است: هنر کسب رتبه های بالا در گوگل و موتورهای جستجوگر دیگر! SEO کسی است که این هنر را به خوبی می داند. او زبان مشترک برای ارتباط با موتور جستجوگر را می داند.

او می داند که رفتار موتور جستجوگر در طول زمان چگونه بوده است و امروز چه رفتاری دارد. او به خوبی می داند که موتور جستجوگر هر روز سازی را کوک می کند و باز هم اوست که این سازها را به خوبی می شناسد. او به خوبی می داند که چگونه راه ورود موتور جستجوگر به سایت شما را هموار کند و سایت شما را برایش دوست داشتنی نماید.

کیست که گوگل را نشناسد و نام آنرا ننشیده باشد. اگر گوگل به شما لبخند بزند، تمام بازار به شما لبخند می زند. اما گوگل دختر طنازی است که تنها به پسران پر مغز و رعنا لبخند می زند. این پسران همان سایتهای پر محتوا و محبوبی هستند که از ساختاری مناسب در طراحی برخوردارند.

SEO می تواند سایت شما را برای گوگل و هر موتور جستجوگر دیگری جذاب نماید، ساختار آنرا اصلاح کرده، قابلیت های آنرا به خوبی عرضه کند به گونه ای که بتواند در میان سایتهای دیگر سر راست کند.

شما اگر این زبان مشترک را نمی دانید از یک SEO کمک بگیرید. یا حداقل یک SEO را دوست داشته باشید و توصیه های وی را گوش کنید. همچنین می توانید خود یک SEO باشید تنها کافیست که چند ماه زمان صرف کنید و لحظه به لحظه همراه موتورهای جستجوگر باشید! توضیح: SEO را به معنای Search engine Optimizer یا بهینه سازسایت درموتورهای جستجو نیز گفته اند.

SEM یا بازاریابی موتورهای جستجو یعنی چه ؟

وقتی یک کاربر اینترنت دنبال کالایی برای خرید به صورت آنلاین می گردد. نخستین جایی که رجوع می کند ، موتورهای جستجو خواهد بود. حال اگر ۵۰ شرکت آن نوع کالا را در وب سایتهای خود در معرض فروش بگذارند ، بخت با فروشندگانی است که جایگاه سایت آنها در موتور جستجو بهتر باشد. گرچه امروزه فروشگاههای اینترنتی زیادی هستند که طیف گسترده ای از کالا ها را به فروش می رسانند اما همچنان رقابت سختی برای بالابردن سایتهای فروش کالا در موتور جستجو وجود دارد. SEM کوتاه شده عبارت Search Engine Marketing می باشد.

راهکارهای بدست آوردن جایگاه و رتبه بهتر در موتورهای جستجو

سه رکن اساسی در راه بدست آوردن جایگاه برتر:

۱- محتوا و مندرجات سایت (کلمات کلیدی یا کلیدواژه ها)

۲- لینکها (پیوندهای) ورودی خروجی

۳- نوع صفحه ها و شگردهای طراحی سایت

البته هریک از فاکتورهای بالا ، نکات بسیار زیادی را در بر میگیرد و گاه برخی از مقاله ها تا ۱۰۰ فاکتور موثر در رتبه بندی را مطرح میکنند. و ما بزودی به بررسی دقیق تر هر یک از این موارد ، و نقش آنها در بهبود رتبه سایت در موتور جستجو خواهیم پرداخت.

اما نخست ببینیم خود موتورهای جستجو چه راهکارهایی ارائه میدهند:

گوگل چه میگوید؟؟

Google loves Content. گوگل عاشق محتوا است. این چیزی است که گوگل به وب مستر ها سفارش می کند. همچنین سایت گوگل هرگونه همکاری مستقیم با شرکتهای SEO را رد کرده است. و نکات زیر را در پایگاه اینترنتی خود مطرح ساخته است:

۱- مراقب ایمیل هایی که ادعا می کنند از طرف جستجو گر ها ارسال شده اندو سایت شما را میخواهند فهرست کنند باشید. یک موتور جستجو هرگز به سائتی برای ایندکس شدن ایمیل نمی زند.

۲- هیچ کس نمیتواند رتبه ۱ را برای صفحه شما تضمین کند. این موضوع ۱۰۰٪ واقعی است و هرکس به شما گفت که رتبه نخست گوگل یا هر موتور جستجوی دیگری را به سایت شما میدهد باور نکنید.

۳- مراقب شرکتهایی که ادعای روشهای محرمانه و رمزی برای رسیدن به موقعیت های بسیار بالا را دارند باشید. البته روشها و فوت و فن هایی وجود دارد و خود من نیز روشهایی برای خودم دارم . ولی ادعای روشهای مخفی و پشت پرده را باور نکنید.

۴- ادعای کسانی که می گویند سایت شما را به صدها موتور جستجو معرفی میکنند و یا هزاران لینک به شما میدهند را باور نکنید. این ادعا ها حتی اگر درست باشند تلاشی بیهوده و کم اثر خواهند بود.

برخی شرکتهای SEO از شما میخواهند که نرم افزار خاصی را نصب کنید تا بتوانید کارهایی از قبیل تایپ مستقیم کلیدواژه ها در مرورگر اینترنت را انجام دهید. این کارها هیچگونه اثری در افزایش بازدید های واقعی ندارند. پس مراقب باشید.

پیش از آنکه به یک شرکت SEO اطمینان کنید و پولی بپردازید خوب است اطلاعاتی در این زمینه کسب کنید. و هرگز بی گذار به آب نزنید و پول خود را هدر ندهید.

۵- گوگل هرگز رتبه ای را نمی فروشد. پس بدانید پول شما صرف چه چیزی میشود. برخی جستجو گر ها ممکن است در ازای دریافت پول، سایت شما را در لابلای رتبه های بالا درج کنند. اما گوگل و دیگر سایتهای مطرح جستجو هرگز اینکار را نمی کنند. سایتهایی که به جستجو گر پول میدهند تا در کنار صفحه نتایج لیست شوند ، کاملاً روشن و واضح به عنوان اسپانسر (حمایت کننده مالی) مشخص می شوند.

۶- از شرکتهای که قرار است برای شما سایتتان را بهبود دهد بپرسید که این کار چه مدت طول خواهد کشید و چند نفر پرسنل در آن مداخله خواهند داشت. البته بیان یک زمان دقیق غیر ممکن است ، ولی میتوان یک محدوده زمانی را مشخص کرد مثلاً ۳ الی ۵ ماه. همچنین اطلاعاتی در مورد سوابق و فعالیتهای شرکت جویا شوید.

موتورهای مختلف ، رتبه های مختلف!!

چگونه ممکن است ؟

از سلسله مباحث بهینه سازی سایت برای موتور های جستجوی اینترنت امروز به مساله رتبه های مختلف در جستجو گر های مختلف میپردازم.

یکی از صفحه های اینترنتی من در گوگل رتبه سوم دارد و در msn همواره نخستین نتیجه جستجو است. چگونه ممکن است ؟

ممکن است تعجب کنید اما این یک مساله کاملاً طبیعی است. زیرا هر موتور جستجو الگوریتم خاص و محرمانه خودش را دارد و با توجه به اهمیت و اولویت فاکتورهای اولویت بندی نتایج جستجو ، ممکن است نتایج متفاوتی بیار آید.

این که شما کدام موتور جستجو را بیشتر باید مد نظر قرار دهید کاملاً به کاربران و مخاطبان شما بستگی دارد. و سعی نکنید از سلیقه شخصی برای این تمرکز روی یک جستجو گر استفاده کنید.

یک نکته دیگر که باید مد نظر داشته باشید این است که رتبه سایت شما کاملاً به کلیدواژه‌هایی که جستجو می‌کنید بستگی خواهد داشت. برای نمونه ممکن است سایت شما هنگام جستجوی یک عبارت رتبه ۱۲ داشته باشد و در جستجوی دیگری با یک عبارت دیگر، رتبه ۱۲۶۴ را بدست آورد. پس مهم این است که شما بهبود جایگاه خود را برای چه عبارت‌هایی مد نظر دارید. موضوع عبارت‌ها و حالت‌های ترکیبی آنها در درس سوم بررسی خواهد شد.

کارهایی که باید بکنید :

- گام به گام جلو بروید.
- صبر و حوصله داشته باشید
- بروز رسانی و گنجاندن مطالب تازه را فراموش نکنید.
- لینک‌های خراب و پیوندهای شکسته را حذف کنید.
- کلیدواژه‌ها را بکار ببرید نه ردیف کنید !

کارهایی که نباید بکنید.

- از تولید صفحات آینه‌ای خودداری کنید.
- از قابها تا حد امکان کم استفاده کنید
- از قالب‌های سنگین و پیچیده کمتر استفاده کنید
- محتوی صفحه را بررسی و بازنگری کنید.
- از تکرار بی‌په‌ده کلمه‌هایی که گمان می‌کنید مهم هستند خودداری کنید.
- اخلاق اینترنت را رعایت کنید !

فاکتور نقره‌ای بهبود

لینک‌های ورودی و خروجی

قسمت اول :

بسیاری از وب‌مسترها برای بالابردن ترافیک سایت و موقعیت در موتورهای جستجو بصورت گسترده‌ای دست به مبادله لینک (پیوند) می‌زنند. اما گاهی نتیجه دلخواه بدست نمی‌آید. دلیل این مساله این است که بسیاری نمی‌دانند که موتورهای جستجو لینک‌های وب را چگونه می‌بینند. آنچه که هست دید یک موتور جستجو با دید یک کاربر در این زمینه اندکی تفاوت دارد.

درک این تفاوت به مدیر یا سرپرست سایت کمک می‌کند تا از لینک‌ها و پیوندهای ورودی و خروجی استفاده مناسب ببرد.

برخی موتورهای جستجوی مهم همچون MSN، یاهو و گوگل به لینک‌های ورودی و خروجی صفحه شما اهمیت می‌دهند. گوگل به این فاکتور بسیار اهمیت می‌دهد.

یعنی مهم است که شما به چه سایت‌هایی لینک می‌دهید و از چه صفحه‌هایی لینک دریافت می‌کنید.

اگر صفحه مورد نظر شما، دارای پیوند‌هایی باشد که کاربر را به صفحه‌های دارای مطالب مربوط راهنمایی می‌کند این موضوع خشنودی موتورهای جستجو را به همراه خواهد داشت.

پس مراقب دو چیز باشید : نخست با چه کسانی مبادله لینک میکنید. دوم آنکه لینک چه صفحاتی را در صفحه خود قرار میدهید. البته معمولاً این فاکتور دارای تاثیر مثبت است. یعنی بندرت یک لینک نامربوط باعث بدتر شدن موقعیت شما میشود. اما چگونه بفهمیم که صفحه مورد نظر برای لینک دادن با صفحه ما ارتباط مفهومی دارد یا نه؟ البته لینک دادن سایر سایتها ویژگی دیگری دارد که همانا انتقال ترافیک و هدایت بازدید کنندگان به سایت شما است.

دقت : البته قبل از آنکه تعداد زیادی لینک به سایت خودتان بدهید به یک نکته دقت کنید. جستجوگرها از یک فرمول بسیار نبوغ آمیز برای درک این مساله استفاده میکنند که آیا پیوندهای هدایتگر به سوی صفحه مطلوب شما پیوندهایی برای کاربران است یا آنکه برای فریب جستجوگرها پیاده سازی شده اند. پس مراقب باشید که کیفیت پیوندهای ارتباطی از کمیت و تعداد آنها مهمتر و موثرتر است.

آنچه برای سایتهای جستجوگر اهمیت دارد این است که کاربران خود را به نتیجه های مربوط و به اصطلاح بدر بخور راهنمایی کنند. زیرا بقاء یک موتور جستجو در تامین نیازهای مشتریان است.

مساله لینک ها (پیوندهای ورودی و خروجی) همواره یکی از مسایل گیج کننده برای افراد تازه کار بوده است.

و هر کس نیز تفسیر خاص خودش را از کارایی لینکها دارد و تنها کسانی دقیق و کامل حقیقت موضوع را میدانند، همان مهندسان طراحی و توسعه موتورهای جستجوگر هستند. بلکه فقط کارکنان شرکتهایی همچون گوگل یا msn یا دیگر شرکتهای دیگر تجربه و تحقیق میتواند روشن کند را در این نوشته خواهیم گفت. میتوان موتور جستجو را به منزله یک جعبه تاریک (Black Box) در نظر گرفت. و با مطالعه ورودی ها و خروجی ها به اسرار آن (تا حدودی) پی برد.

یعنی یک سایت را تغییر داد و سپس نتیجه آن تغییرات را بر رتبه بندی آن سایت در موتورهای جستجو مطالعه نمود. این یک روش آزمایش و خطا است. و زمان بسیار طولانی نیاز دارد. زیرا معمولاً سایتهای رتبه پایین هر یک یا دو ماه یک بار توسط جستجوگر مرور می شوند و نتیجه هر تغییر دست کم یک ماه بعد مشخص میشود.

در آزمایشهای متعددی که توسط خود من انجام شد و نیز بررسی گزارش چند پروژه تحقیقاتی در خارج از کشور اطلاعات باارزشی در این مورد بدست آمد. که در جای خود به آن خواهیم پرداخت.

برای آگاهی شما خوانندگان عزیز برخی از این موارد را برای شما شرح میدهم و برای حفظ سادگی کار از ذکر الگوریتم ها و متدولوژی های پیچیده خودداری خواهم کرد.

قسمت دوم :

بوسه داغ یا Hot Kiss چیست ؟

اگر یک صفحه که مطالب مربوط و مشابه با سایت شما دارد به نحو شایسته ای به شما لینک بدهد اصطلاحاً به آن بوسه داغ میگویند. مهم نیست که عدد Rank آن صفحه کم یا زیاد باشد. الگوریتم موتورهای جستجو اغلب به گونه ای هستند که چنین لینکهایی تاثیر بسزایی در جایگاه و رتبه شما دارند. پس هرگز پیشنهاد لینک را از یک صفحه یا سایت همگون یا مشابه به بهانه رنک (رتبه) کم رد نکنید. چنین لینکهایی همچون یک بوسه داغ در یک کوچه خلوت در شب بارانی هستند

فاکتور طلایی بهبود

توزیع واژگان پایه

بسیاری از وب مستر ها و مدیران سایتها فکر میکنند که با مبادله هر چه بیشتر لینک (پیوند) میتوانند به رتبه های بالا دست پیدا کنند. اما راههای بهتری هم هست. یکی از این راهها مساله توزیع کلمات و واژگان در صفحه است.

توزیع (Distribution) در اینجا معنایی نزدیک به معنای آن در علم آمار دارد. یک کلمه جستجو شده توسط کاربر در بخشهای مختلفی از صفحه ممکن است وارد شده باشد. و تعداد و چگونگی تکرارهای آن یک فاکتور بسیار مهم در رتبه بندی است.

چندی پیش یکی از دوستان ما (جناب مهندس فرخ حیاتی)، موفق شد یک سایت فارسی در زمینه تجارت الکترونیک را از رتبه بالای هزار، به صفحه نخست گوگل برساند، تنها و تنها به دستکاری اصولی متن سایت و توزیع علمیکلمات در آن. توزیع بندی درست کلمات و واژگان کلیدی اغلب یک استراتژی موفق برای SEO است و معمولا بهتر از مبادله لینک جواب میدهد.

بدین منظور شما بایستی فهرست دقیقی از کلمات و عبارتهایی که ممکن است یک جستجو گر را به سایت شما برساند تهیه کنید.

سپس مناسب ترین و موثر ترین ترکیبات از میان آنها را دست چین نموده و به ترتیب اهمیت در صفحات سایت خود بکار ببرید.

دقت کنید: بکار ببرید نه پست سر هم لیست کنید. سعی کنید در پاراگرافهای مختلف صفحه از آنها استفاده کنید.

سعی کنید متن ها را به گونه ای انتخاب کنید که برای کاربران عمومیت داشته باشد. یکی از بهترین راهها استفاده از مقاله است.

اگر سایت شما قسمتی برای مقاله ها و مطالب مربوط به محتوای خود داشته باشد شما گام بزرگی برداشته اید.

زیرا مقاله یعنی جایی برای کاربرد درست کلمات کلیدی و تکرار مناسب آنها. ضمن اینکه این کار سایت شما را حرفه ای تر جلوه می دهد و در هر زمینه ای که فعالیت دارد شما را نیز پرتوان تر و قوی تر نشان میدهد.

باز هم تاکید میکنم.

فاکتور طلایی یعنی سه کار مهم:

۱- تشخیص درست و کاربر پسند کلمات کلیدی

۲- استفاده درست و منطقی و توزیع مناسب این عبارتها در صفحه

۳- بازنگری و تغییر در صفحات و پیگیری (Trace) کردن اثر آن بر حجم بازدید ها.

هفته بعد به بررسی چند اشتباه رایج از سوی دارندگان سایتها می پردازیم که **اثر منفی بر رتبه سایت در موتورهای جستجو دارند.**

فاکتور های تباهی یک سایت

در موضوعات قبل در باره دو نکته طلایی و نقره ای بهبود و ارتقای سایت در موتورهای جستجوگر اینترنت گفتیم.

اکنون به بررسی عواملی که **باعث سقوط موقعیت و رتبه یک سایت در موتور های جستجو می شوند** می پردازیم.

۱- تکرار بیش از اندازه کلمه های کلیدی در صفحه. به این کار Spam اسپم کردن می گویند. اگر موتور جستجو گمان برد که سایت شما اسپم کرده است با آن برخورد خواهد کرد. یعنی رتبه آن را کاهش خواهد داد.

۲- مخفی کردن کلمات، نوشته های بسیار کوچک و یا هم رنگ با زمینه نیز از نظر موتور جستجو تقلب محسوب می شود.

۳- بسیاری از روباتها (موتورهای جستجو) نمیتوانند قابها (فریمها) را باز کنند. ترجیحا از آنها استفاده نکنید. البته راههای برای حل این موضوع وجود دارد که در مباحث پیشرفته بررسی خواهیم کرد و ترفندهای آن را خواهیم گفت.

۴- گنجاندن کلمات بی ربط برای جذب بی رویه کاربران. اغلب موتورهای جستجو قادر به درک مقوله و زمینه سایت شما هستند. اما برخی کاربران به گنجاندن کلمات بی ربط همچون واژه های قبیح و پورنو سعی در جذب کاربران دارند. شما این اشتباه را نکنید. خوب است بدانید سایتهای غیر اخلاقی (پورنو) در موتورهای جستجو رتبه یا Rank پایین دارند و اغلب از ۵ تجاوز نمیکنند.

۵- استفاده از صفحات آئینه ای . یعنی صفحات تکراری با آدرس متفاوت و محتوای یکسان.

۶- لینکهای خروجی منتهی به اطلاعات بی ارزش . این یعنی اینکه به سایتهای مرتبط لینک بدهید و لینکهای بی ربط یا شکسته و منسوخ را حذف کنید.

۷- خودداری از عضویت در مزرعه لینک یا سایتهای متقلب ؛

تعریف : مزرعه لینک به گروهی از سایتهای اطلاق میشود که بی آنکه ارتباط مفهومی با هم داشته باشند دست به مبادله گستره لینک می زنند تا محبوبیت خود را افزایش دهند. موتورهای جستجو بویژه گوگل اگر پی ببرند که شما در اینگونه سایتهای (یا در همسایگی آنها) قرار دارید ، بشدت با آن برخورد میکنند. نتیجه آن هم افت شدید جایگاه شما در جستجو گر هاست.

پرسشهای رایج درباره سئو

ممکن است پرسشهای از این دست برای هر کس که مایل به بهبود رتبه سایت اینترنتی خود در موتورهای جستجو باشد پیش بیاید.

آیا فونت نیز در نتیجه جستجو تاثیر دارد ؟

اندازه - یا نوع خط چه تاثیری دارد ؟

آیا تکنولوژی استفاده شده در رتبه بندی اثر دارد ؟

آیا مهم است که ما صفحه های خود را با PHP یا ASP یا چیز دیگری پیاده سازی کرده باشیم ؟

آیا نوع نرم افزار سرور (لینوکس یا ویندوز یا غیره) تاثیری بر موقعیت سایت دارد ؟

یک شرکت خوب در زمینه SEO چه ویژگیهایی باید داشته باشد ؟

P4P یعنی چه ؟

آیا برای بهینه سازی سایت حتما بایستی متخصص طراحی و پیاده سازی سایت باشم ؟

آیا بهینه سازی تنها برای سایت ها است و یا شامل وبلاگها هم میشود ؟

آیا بدست آوردن جایگاه خوب در جستجو گر ها به شانس و اقبال هم بستگی دارد ؟

آیا موتورهای جستجو نقطه ضعفی هم دارند ؟ اشکال و ایراد آنها چیست ؟

کدام موتور جستجو بهتر است ؟

اکنون به یکایک پرسشها پاسخ می دهیم

آیا نوع فونت نیز در نتیجه جستجو ی اینترنتی تاثیر دارد ؟

اندازه - یا نوع خط چه تاثیری دارد ؟

بطور کلی نه . مگر آنکه از فونتهای تزیینی (همچون Webding) یا فونتهای بسیار ناشناخته استفاده کنید برای مخفی کردن کلمات. آنچه اهمیت دارد اندازه و حالت فونت است. مثلا تغییر رنگ یا خوابیده (Italic) یا سیاه کردن (Bold) نوشته ها.

آیا تکنولوژی استفاده شده در رتبه بندی اثر دارد ؟

یعنی آیا مهم است که ما صفحه های خود را با PHP یا ASP یا چیز دیگری کار کرده باشیم ؟

در حالت کلی پاسخ منفی است. هیچ ارتباط معنی داری میان تکنولوژی استفاده شده در سمت سرور با موقعیت سایت در موتور جستجو نمی توان یافت. اما بسیاری از برنامه نویسان وب برای خود تکنیکهایی دارند که تحت تاثیر تکنولوژی مورد استفاده قرار دارد. مثلا در محیط ویژوال استودیو دات نت امکانات بی شماری وجود دارد که کاربر را از پرداختن به جزئیات بی نیاز می کند و این جزئیات همان نکات مهم برای جستجو گر ممکن است باشد. برای رسیدن به یک پاسخ قطعی شما باید متن خروجی HTML سایت خود را مورد تحلیل و بررسی قرار دهید. زیرا صرف نظر از اینکه سایت شما با چه تکنیکی پیاده سازی شده باشد خروجی به زبان HTML و گاهی نیز کدهای Java Script خواهد بود.

آیا نوع نرم افزار سرور (لینوکس یا ویندوز یا غیره) تاثیری بر موقعیت سایت دارد ؟

هم بله و هم خیر !! پاسخ درست مانند سوال قبل است. اگر چه نمیتوان ارتباط معنی داری را مطرح کرد اما تکنولوژی سمت سرور گاهی برنامه نویس را مجبور (یا تشویق) به استفاده از تکنیکهایی می کند که روی رتبه بندی سایت اثر می گذارد.

در واقع پاسخ به این پرسش نمیتواند با یک کلمه باشد. در واقع برای موتور جستجو تنها خروجی صفحه های شما اهمیت دارد. اما اینکه شما از چه سروری استفاده می کنید نشان دهنده نوع تکنولوژی صفحات فعال (پویا Dynamics) شما است. اگر از یک سرور لینوکس استفاده کنید صفحات شما احتمالا با فن آوری PHP طراحی شده اند و بانک اطلاعاتی شما نیز My SQL میتواند باشد. اما اگر از یک سرور ویندوز استفاده کنید احتمالا صفحات شما ASP یا ASP.net هستند و بانک اطلاعاتی شما نیز میتواند SQL Server باشد. البته نوع بانک اطلاعاتی برای موتور جستجو اهمیتی ندارد ،

اما نکته اینجاست که بسیاری از تکنیکهای طراحی صفحه تحت تاثیر تکنولوژی مورد استفاده سرور قرار دارند. برای مثال اگر شما از VS.net برای تولید صفحات فعال استفاده کنید کنترل دقیقی بر اسکریپتهای تولید شده در سمت Client نخواهید داشت. البته نه برای شما و نه برای بازدید کنندگان سایت شما اهمیتی ندارد، اما ممکن است برای موتور جستجو اهمیت داشته باشد. به ویژه زمانی که شما صفحاتی با اسکریپتهای فعال (Active Scripts) دارید و یا از فن آوری Ajax بهره میگیرید مساله جزئیات طرح صفحه مهم میشود. همچنین زمانی که شما اطلاعاتی را از بانک اطلاعاتی خوانده و بر صفحه وب نقش می کنید ، نحوه لیست کردن و فراخواندن این اطلاعات دارای اهمیت حیاتی در رتبه بندی موتور جستجو خواهد بود.

یک شرکت خوب در زمینه SEO چه ویژگیهایی باید داشته باشد ؟

خیلی ویژگیها !

نخستین ویژگی مهم آن است که مکانیزمها و راهکارهایی را که اجرا خواهند کرد روشن و واضح برای شما توضیح دهد. نه این که ادعا کنند ما راهکارها و تکنیکهای محرمانه و مخصوص داریم. اگر چنین حرفی شنیدید بدانید حقیقت ندارد. البته طبیعی است که برخی فنون کار مخصوص خودشان و محرمانه باشد ولی این نه به معنای پنهان کاری و ادعای روشهای جادویی است.

دوم آنکه صداقت و پاسخگویی داشته باشند. یعنی ادعای کاری را که نمیتوانند انجام دهند نداشته باشند. این حق شماست که بدانید پول شما صرف چه چیزی می شود. ویرایش و بازسازی صفحات شما ، تجدید ساختار صفحه و سایت ، معرفی به موتورها و ... برخی از خدمات اولیه ای هستند که یک SEO ارایه خواهد کرد. پس نخست پکیج ها یا گزینه هایی را برای بهبود رتبه از شرکت بخواهید.

شرکتهای تک محصول تنها محصول آنها ، وعده رسیدن به صفحه اول نتایج جستجو است ، چندان قابل اطمینان نیستند.

P4P یعنی چه ؟

P4P کوتاه شده عبارت Pay-For-Placement می باشد. یعنی اینکه شما به موتور جستجو پول می دهید و موتور جستجو سایت شما را در نتایج بالاتر لیست می کند.البته فقط نتایج جستجوهایی که به زمینه کار شما مربوط باشد. معمولا اینگونه است که در ازای پرداخت مبلغ مشخص چند کلمه فروخته می شود و هرگاه کاربری عبارتی نزدیک به آن کلمات را جستجو کند سایت شما به عنوان پشتیبان مالی (sponsored) در صفحه نخست بصورت جداگانه لیست میشود.

دقت کنید! برخی موتورهای جستجو همچون گوگل لینک‌هایی که با این روش ارتقا یافته اند را جداگانه لیست میکنند ولی برخی موتورها همچون یاهو پس از نتایج پولی، اقدام به لیست کردن نتایج طبیعی و پولی بصورت درهم می کنند. یعنی نتایج فهرست نتیجه جستجو، هم شامل سایتهای پرداخت کننده و هم سایتهایی که بصورت طبیعی بالاتر هستند.

هدف ما نیز رسیدن به جایگاه سایتهای پرداخت کننده ولی بصورت طبیعی (Organic) است.

کدام موتور جستجو بهتر است؟

پاسخ: برای خودتان یا کاربران مخاطب شما؟؟؟

اگر خود شما اینترنت را بدنبال یافتن مطالب مورد نظر خود جستجو می کنید دلیلی مدارد که مخاطبان شما نیز مثل شما فکر کنند و همان رفتار شما را در جستجو داشته باشند. پس خود را بجای گروه مخاطب خود بگذارید و سعی کنید بفهمید چه کلمه ها و کلیدواژه هایی برای آنها مهم است.

اما از میان سه جستجوگر برتر اینترنت که تقریبا ۹۰٪ جستجو های اینترنت را در اختیار دارند هریک دارای ویژگیهایی است که نمیتوان بسادگی یکی را برتر نامید.

سایتهای گوگل (Google)، یاهو (Yahoo) و MSN (متعلق به شرکت مایکروسافت) هر کدام برای اهداف خاصی مناسب تر هستند. ولی شباهت الگوریتم ها در سطوح مقدماتی و اولیه بهبود، باعث میشود که اگر شما سایت خود را بهبود دهید، نتیجه آن را در هر سه جستجو گر مشاهده نمایید.

آیا برای بهینه سازی سایت حتما بایستی متخصص طراحی و پیاده سازی سایت باشم؟

بستگی دارد به هدف شما. اگر تنها برای سرگرمی یا کارهای علمی سایتی را راه اندازی کرده اید خوب است یاد بگیرید آن را به گونه ای طراحی کنید که موقعیت مطلوب در موتورهای جستجو داشته باشد. اما اگر اهداف تجاری دارید و یا مایل هستید که در یک فضای رقابتی قرار بگیرید توصیه می شود از یک متخصص کمک بگیرید.

آیا بهینه سازی تنها برای سایت ها است و یا شامل وبلاگها هم میشود؟

به طور کلی هر نوع سایت یا وبلاگ و یا صفحه اینترنتی را میتوان با توجه به نکات SEO و استاندارد سازی متن ها بهبود بخشید. و از این جهت محدودیتی وجود ندارد. اما بطور کلی سایتهای مستقل (نه استفاده از سرورهای مجانی) بهتر میتوانند رشد کنند.

آیا بدست آوردن جایگاه خوب در جستجو گر ها به شانس و اقبال هم بستگی دارد؟

در واقع بله. عوامل موثر بر موقعیت یک سایت چنان متنوع هستند که اگر تصادفا جایی اشتباه کنید ممکن است موقعیت شما افت کند. اما این موضوع بیش از آنکه تصادفی باشد تابع قوانین پیچیده ای است که هر چه بیشتر شناخته شوند از شانس بودن آن کاسته می شود.

آیا موتورهای جستجو نقطه ضعفی هم دارند؟ اشکال و ایراد آنها چیست؟

شعار گوگل این است: ساماندهی اطلاعات جهان!! خوب این یعنی گستردگی تا بی انتها. اصلی ترین نقطه ضعف موتورهای جستجو این است که هوش آنها که بهره گرفته از هوش مصنوعی است گاه دچار خطا می شود. نمیتوان از یک روبات انتظار داشت تمام جستجو گران را دقیقا و بدون خطا به مقصد راهنمایی کند. آسیب پذیری موتورهای جستجو هم در حقیقت آسیب پذیری الگوریتم آنهاست. البته با پیشرفت دانش هوش مصنوعی و توسعه موتورهای جستجوی اینترنت این مشکل روز بروز کم رنگ تر می شود.

تجربیات شخصی نویسنده ی مقاله:

تا به اینجا ، مطالبی که خواندید گردآوری شده از جاها و مقالات و سایت های مختلف بود.اما نکات کلیدی و طلایی که ممکنه جایی به این وضوح توضیح نداده باشند و یک کاربر تازه کار می تواند استفاده کند را در زیر توضیح خواهم داد.

- کلمات کلیدی و عنوان سایت و مطالب:

نکته ی اصلی و مهم در سئو ، رابطه ی بین کلمات کلیدی و عنوان ها می باشد. شما باید از کلمات کلیدی که انتخاب میکنید ، در عنوان سایت و در مطالب استفاده کنید. با این کار به گوگل و موتورهای جستجو ثابت میکنید که کلماتی که بعنوان کلمه کلیدی استفاده کرده اید جزء کلمات مهم و پر کاربرد می باشد.

مثال:

کلمات کلیدی : طراحی ، گرافیک ، لوگو ، بنر

عنوان : گروه گرافیک محمد | طراحی لوگو ، بنر

- طولانی نبودن عنوان ، کلمات کلیدی و توضیحات سایت:

بعضی اوقات در پروژه های سئوی مختلف که به بنده داده شده ، دیده ام عنوانی طولانی ، حدود ۲۰ الی ۳۰ کلمه کلیدی و بیش از یک خط توضیحات برای سایت نوشته اند.

وقت آن است نکته ای ساده که شاید خیلی از شما دقت نکرده اید بگویم.

اگر دقت کرده باشید وقتی در موتور جستجوی گوگل ، جستجویی انجام میدهید ، اولین خط برای هر سایت ، عنوان آن است. ولی شاید دیده باشید بعضی عنوان ها را در ادامه از ... یا غیره استفاده کرده است. دلایلش همان طولانی بودن عنوان می باشد. بجای استفاده از عنوان و کلمات طولانی و بی نیاز ، از عنوان و کلمات کوتاه ولی مفهومی و مفید استفاده کنید.

- بک لینک و تبادل لینک :

مهم ترین نکته ، بک لینک ها می باشد. سایت های زیادی برای بک لینک رایگان وجود دارد . می توانید استفاده کنید چون ضرری نمی رساند ولی سود زیادی هم ندارد. اما بهترین چیز برای گرفتن بک لینک ، تبادل لینک می باشد. می توانید با تبادل لینک بالا ، رتبه های بالایی کسب کنید .

دومین راه آسان برای گرفتن بک لینک ، لینک های داخلی می باشد. حالا لینک داخلی چیست؟

دقت کرده اید و دیده اید در سایت های مختلف ، قسمتی به نام مطالب مرتبط وجود دارد که زیر هر پست یا مطلب ، این را مشاهده می کنید. این یک نمونه از لینک داخلی می باشد. یا در یک مطلب ، کلماتی را به صورت بزرگ و لینک دار نوشته است. دلیل این کار کسب بک لینک است. مثلا در یک مطلب کلمه " آشپزی " را بصورت بزرگ و لینک دار گذاشته که لینک شده به موضوع " آشپزی " که دلایلش همان نکته ی بالا می باشد.

- چگونه مطالبم سریع وارد موتورها شود (ایندکس شدن) ؟

اول از همه باید بگویم حتما سایت خودتون را به وبمستر گوگل و دیگر موتورهای جستجو معرفی کنید و پس از معرفی سایت ، سایت مپ را در وبمسترها ثبت کنید. حالا شاید بگویید ثبت کرده اید ولی مطالبم دیر ایندکس میشود. دلیل های زیادی می تواند داشته باشد ولی یکی از آن ها ممکن است خوب نبودن سایت مپ شما باشد. اما دیگه مهم نیست زیرا:

من یک راهی که واقعا تجربه کردم و مفید هست. تا بحال چیزی به نام پینگ مطالب شنیده اید؟ پینگ مطالب باعث میشه سریع مطالبتان در صفحه های نخست موتورهای جستجو ظاهر شوند. در زیر تعدادی از سایت های رایگان پینگ را درج میکنم:

pingler.com

pingomatic.com

googleping.com

pingomatic.com

auto-ping.com

- بهینه سازی اندازه ی صفحه:

برای موتورهای جستجو ، حجم بارگذاری صفحه ها خیلی مهم می باشد.برای اینکه صفحه ای با لود سبک داشته باشیم باید عکس ها ، کدها و استایل های بهینه ای داشته باشیم.برای بهینه کردن آن ها سایت هایی وجود دارد که می توانید جستجو کنید و از آن ها استفاده کنید.



در کانال تلگرام کارنیل هر روز انگیزه خود را شارژ کنید 😊

<https://telegram.me/karnil>

