



www.nillamarketing.com



سئو (SEO) در ۳۰ روز مبتدی تا نیمه حرفه ای

مطالب این سند توسط تیم راهکارهای بازاریابی نیلا تهیه شده است
و استفاده از آن به هر نحو و بدون اطلاع تیم مربوطه ممنوع می باشد.



مقدمه

Introduction

بهینه سازی وب سایت با توجه به تغییرات مداوم الگوریتم های موتورهای جست و جو کار مشکل و زمان بری است. هرچه موتورهای جست و جو پیشرفته تر می شوند، نیاز بیشتری به مدیریت محتوا و پیاده سازی سئو به وجود می آید.

سئو SEO تنها رفع سریع مشکلات برای دستیابی به یک رتبه بالا در موتورهای جست و جو نیست. یک سئو خوب مستلزم بررسی مجدد استراتژی ها در بازه زمانی طولانی و به دست آوردن رتبه بالا در موتورهای جست و جو بصورت مداوم و طولانی مدت است؛ در یک کلام، این کار نیازمند داشتن وب سایتی بهینه در تمامی موارد سئو و زیرساخت ها است.

این مقاله به شما کمک می کند تا وب سایت خود را ظرف مدت ۳۰ روز با حداقل استانداردهای سئو هماهنگ سازید. تنها با انجام یک نکته به صورت روزانه، در یک ماه وب سایتی مناسب با موتورهای جست و جو خواهید داشت.

“

مردم اهمیت نمی دهند که شما چقدر می دانید
تا زمانی که بدانند
شما چقدر به آن ها اهمیت می دهید

تئودور روزولت



روز اول



بهینه سازی عنوان Title و توضیحات Description

بهینه سازی عنوان (Title) و توضیحات (Description)

اولین موردی که کاربر با جست و جوی یک کلیدواژه در گوگل خواهد دید، اسنippet Snippet است. اسنippet Snippet شامل عنوان، آدرس URL و توضیحات Meta Description است.

عنوان باید کوتاه و جذاب باشد و باعث افزایش رتبه شما در مورد کلیدواژه مورد نظر می شود. ابر توضیحات Meta Description باید توانایی توضیح محتوای صفحه شما را داشته باشند. تأثیر ابر توضیحات Meta Description به طور مستقیم روی رتبه کلیدواژه شما نخواهد بود، ولی باعث افزایش دریافت کلیک می شود.

یک قدم به جلو برای بهینه سازی توضیحات Description

- توضیحات خود را به ۱۷۵ کاراکتر محدود نمایید؛ در غیر این صورت گوگل آن را محدود خواهد کرد.
- متن خود را به گونه ای بنویسید که کاربر به کلیک روی لینک تشویق شود.
- ارزش افزوده ای که کاربر به دست خواهد آورد، در توضیحات description لینک خود بیان کنید.
- از کلیدواژه های مهم استفاده نمایید.

یک قدم به جلو برای بهینه سازی عنوان

- عنوان کوتاه انتخاب کنید. گوگل ادامه عنوان های بیش از ۷۰ کاراکتر را به صورت نقطه چین نشان می دهد.
- از کلیدواژه ای که می خواهید رتبه خوبی برای آن داشته باشید در عنوان استفاده نمایید.
- همین حالا تمامی صفحات خود را چک نمایید و آن هایی را ویرایش کنید که عنوان ندارند.

لیوان دوجداره با طراحی اختصاصی و چاپ در تیراژ پایین به همراه در استاپ دار

www.nillacup.com/لیوان-دوجداره/ Translate this page

لیوان دوجداره مخصوص قهوه بیرون بر به همراه در استاپ دار و طراحی اختصاصی با ... لیوان های کاغذی دوجداره ۳۶۰ سی سی نیلاکپ مناسب برای سرو نوشیدنی های گرم و سرد به ... instagram-nillacup linkedin twitter-nillacup facebook-nillacup ... aparat- nillacup

روز دوم

برای بهینه کردن عکس ها، از متن جایگزین Text Alternative استفاده کنید

برای بهینه کردن عکس ها، از متن جایگزین Text Alternative استفاده کنید

موتورهای جست و جو توانایی درک تصاویر بدون متن را ندارند؛ این دلیلی است که چرا متن جایگزین ALT Text اهمیت زیادی دارد. متن جایگزین ALT Text به موتورهای جست و جو اجازه می دهد تا تصاویر را درک کنند و اگر به هر دلیل تصویر شما لود نشود، متن جایگزین ALT Text به جای تصویر برای کاربر نمایش داده خواهد شد. متن جایگزین ALT attribute به همراه لینک تصاویر در کدهای اچ تی ام ال HTML قابل ویرایش است.



یک قدم دیگر به جلو برای استفاده از ویژگی های متن جایگزین ALT Text

- ابتدا مطمئن شوید که برای تمامی تصاویر خود از متن جایگزین ALT text استفاده کرده اید.
- از کلیدواژه های مهم برای متن جایگزین ALT text در تصاویر استفاده نمایید.
- از متن جایگزین ALT text برای توضیح تصاویر استفاده نمایید.

روز سوم

لینک های خراب را شناسایی و اصلاح نمایید

لینک های خراب را شناسایی و اصلاح نمایید

زمانی که کاربر آدرس صفحه URL را که از طریق سرور قابل دستیابی نیست، مشاهده می کند با Page Not Found مواجه می شود. نمایش این صفحه نه تنها حس منفی برای کاربر ایجاد می کند، بلکه باعث توقف حرکت خزنده های گوگل Google Crawlers در وب سایت شما می شود. اگر این خزنده ها تعداد زیادی از این خطا را دریافت نمایند، فرض می کنند که وب سایت شما فعالیت مناسبی ندارد. اما در بیشتر موارد خطای 404 در نتیجه لینک های خراب نمایش داده می شود. به عبارت دیگر، شما لینکی در جایی روی وب سایت قرار داده که این لینک به یک صفحه فرود اشاره می کند، ولی صفحه فرودی وجود ندارد. در بیشتر موارد زمانی که آدرس URL شما عوض شده باشد یا اشکال تایپی وجود داشته باشد، این اتفاق رخ می دهد. همیشه و به طور مداوم وب سایت خود را برای بررسی لینک های خراب چک کنید به خصوص بعد از هر تغییری که در سایت خود اعمال می کنید.

یک قدم به جلو برای رفع خطای 404

- وب سایت خود را برای Error 404 چک نمایید.
- با استفاده از Redirect 301، آدرس URL های خراب را به آدرس URL های سالم وصل کنید.
- از وب سایت ها یا بلاگ هایی که لینک اشتباه یا خرابی از سایت شما قرار داده اند، بخواهید آن را اصلاح کنند.
- لینک های موجود در منوی مسیریابی Navigation را چک نمایید.



روز چهارم

Redirect های خود را بررسی نمایید

Redirect های خود را بررسی نمایید

در صورت تغییرات سرور، باید تغییراتی در آدرس URL های مشخصی ایجاد شود. این تغییرات مربوط به کد وضعیت ۳۰۲ باعث می شوند که گوگل آدرس های قدیمی را در نمایه Index خود حفظ کند و در عین حال، به کاربران اجازه می دهد تا به آدرس های قدیمی دسترسی داشته باشند حتی بعد از تغییرات سرور. برای ایجاد تغییرات در یک آدرس، از کد وضعیت ۳۰۱ استفاده کنید. با این کار به صورت همیشگی آدرس قدیمی به آدرس جدید هدایت می شود. تعادل لینک ها Link Juice نیز در این فرآیند برقرار می شود.



یک قدم به جلو

- تمام Redirect ها را چک کنید که روی وب سایت شما قرار دارند.
- بررسی کنید که آیا Redirect 302 موجود مورد نیاز هستند یا این که شما باید آن ها را با استفاده از Redirect 302 جایگزین کنید.

روز پنجم

ساختار آدرس وب سایت URL خود را استاندارد کنید

ساختار آدرس وب سایت URL خود را استاندارد کنید

آدرس وب سایت URL شما برای کاربری که به دنبال موضوع مشخصی است، مانند نشانه عمل می کند. هرچه آدرس وب سایت URL ساختارمندتر باشد، کاربر سریع تر مسیر خود را پیدا خواهد کرد. در نتیجه میزان پرش **Bounce Rate** کاهش می یابد و زمان توقف **Dwell Time** بیشتر می شود. همچنین آدرس وب سایت URL ساختارمند باعث می شود که خزنده های گوگل سریع تر عملیات بررسی وب سایت شما را انجام دهند. در نتیجه، ربات ها آدرس های بیشتر را بررسی می کنند و می توانند صفحات بیشتری را نمایه **Index** کنند. توصیفی بودن آدرس وب سایت URL روشی برای ساختارمند کردن آدرس وب سایت URL است. آدرس وب سایت URL توصیفی این امکان را به کاربر می دهد که در داخل سایت به بررسی موضوعات مورد علاقه خود بپردازد و از طرفی دیگر برای اهداف بازاریابی و شبکه های مجازی امتیازی بزرگی محسوب می شود؛ چرا که این تاکتیک، سرنخ هایی در مورد محتوای صفحه های فرود به کاربر می دهد.

یک قدم به جلو برای URL استاندارد

- بررسی کنید که آیا از آدرس URL های توصیفی استفاده می کنید یا نه؟
- مسیر آدرس URL ها را بررسی کنید و تا جای ممکن آن ها را کوتاه کنید. بیشترین تعداد مسیر **Directory** چهار عدد است.
- اطمینان حاصل کنید که مسیر مورد نظر، شامل تمام پوشه های مادر **Parent Folders** باشد.
- با استفاده از دستور **Redirect 303** تمامی آدرس URL های قدیمی را به آدرس URL های جدید منتقل کنید.

Example of a descriptive URL:

www.mywebsite.com/directory/productname.html

روز ششم

آدرس URL های خود را کوتاه کنید

آدرس URL های خود را کوتاه کنید

گوگل هیچ مشکلی برای بررسی آدرس URL هایی با ۲۰۰۰ کاراکتر ندارد؛ به عبارت دیگر، طول URL نقشی در رتبه بندی سایت شما در موتور جست و جو ندارد. اما طول آن ارتباط مستقیمی با تجربه کاربر دارد؛ که این مورد تأثیری مستقیم بر سئو SEO خواهد داشت. آدرس URL کوتاه، ساده تر به خاطر سپرده می شود، راحت تر در شبکه های مجازی به اشتراک گذاشته می شود و راحت تر می توان در برنامه های تبلیغاتی از آن استفاده نمود. نکته مثبت دیگر این است که آدرس URL کمتر از ۷۴ کاراکتر، به طور کامل در نمایش موتورهای جست و جو نشان داده خواهد شد.



یک قدم به جلو

- از حروف ربط (و، یا و ...) و کلمات متوقف کننده (از، به، با، در و ...) اجتناب کنید.
- آدرس URL های خود را تا جای ممکن نزدیک به دامنه اصلی نگه دارید.

روز هفتم

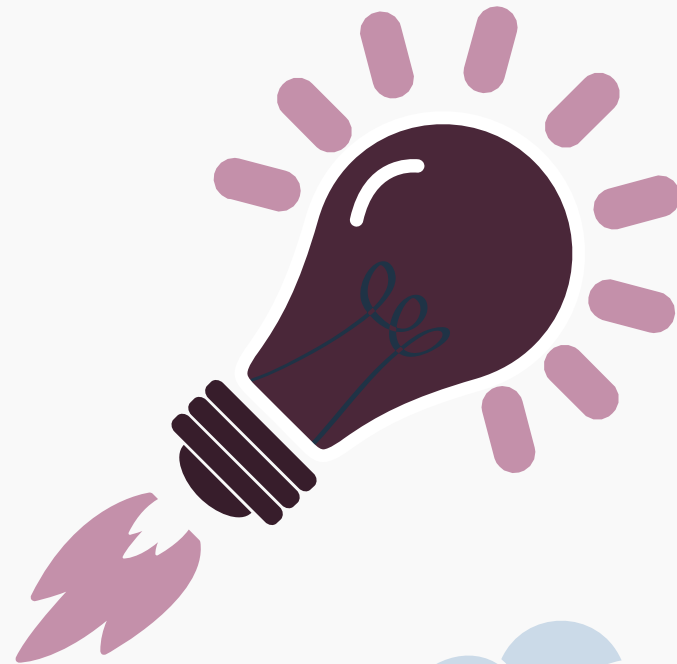
صفحات خود را به یکدیگر متصل کنید

صفحات خود را به یکدیگر متصل کنید

صفحه اصلی به احتمال بسیار زیاد، مهم ترین و قوی ترین پیج شما است. به طور ایده آل، شما باید این قدرت را از طریق لینک ها، صفحات و منوها در کل سایت خود پخش نمایید. لینک های داخلی همچنین به شما اجازه می دهند، تا ربات های گوگل را کنترل نمایید. یک ساختار منطقی در مورد لینک های داخلی به ربات های گوگل این امکان را می دهد تا تمام سایت شما را مورد بررسی قرار دهند و این امر باعث می شود صفحات شما Index شوند. امکان دارد برخی از صفحات شما به صفحات دیگری لینک نشده باشند. به این صفحات، به اصطلاح صفحات یتیم Orphaned Pages گفته می شود. اگر ربات های گوگل این صفحات را پیدا کنند، مجبور می شوند خزنده را رها کنند، زیرا ربات ها تنها می توانند از لینکی به لینک دیگر حرکت نمایند.

یک قدم به جلو

- لینک هایی را حذف کنید که به صفحات اشتباهی ارجاع می دهند Redirect 404 یا صفحاتی را که دیگر در دسترس نیستند (کد وضعیت ۵۰۰) مشخص و حذف نمایید.
- صفحات یتیم Orphaned Pages را مشخص کنید و آنها را با لینک داخلی به صفحات دیگر ارتباط دهید.

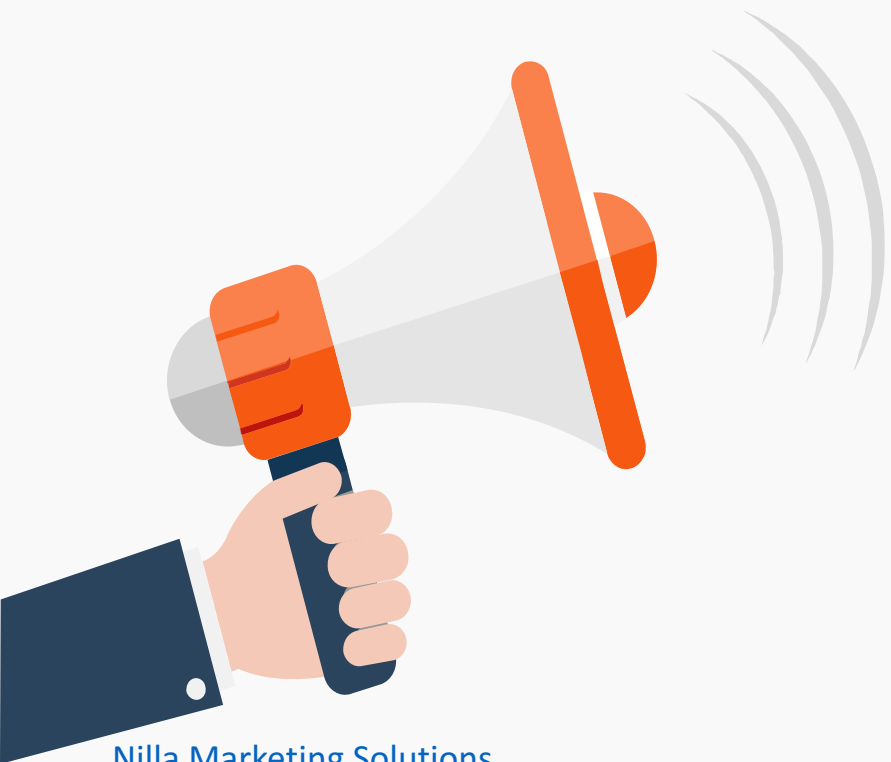


روز هشتم

از متن لنگر Anchor Text برای افزایش ارتباط استفاده کنید

از متن لنگر Anchor Text برای افزایش ارتباط استفاده کنید

متن های لنگر Anchor Texts یک لینک را با جزئیات معرفی می کنند و به کاربر می گویند که از لینک چه انتظاری می تواند داشته باشند. به جای کلیک روی یک آدرس URL زشت، Anchor Text این قابلیت را داراست که کاربر روی یک کلیدواژه قابل درک کلیک نماید و با استفاده از آدرس پشت کلمه به صفحه مورد نظر ارجاع داده شود. در حالت ایده آل، همیشه صفحه فرود Landing Page باید از متن لنگر Anchor Text لینک های داخلی ایجاد شده باشد. بیشتر صفحات از کلمات مشابه برای ارجاع به صفحات پایین تر خود استفاده می کنند. هر چه این کلیدواژه ها به محتوا مرتبط تر باشند، موتور های جست و جو سیگنال بیشتری دریافت خواهند نمود و این به معنای افزایش جایگاه در موتور های جست و جو است. از متون لنگر Anchor text غیرتوصیفی مانند: اینجا، بیشتر و ... اجتناب کنید و سعی کنید از کلیدواژه های مرتبط استفاده نمایید.



یک قدم به جلو

- سعی کنید از متن لنگر Anchor Text یکسان برای ارجاع به صفحه فرود استفاده نمایید.
- مطمئن شوید که متن لنگر Anchor Text با محتوای شما مطابقت دارد.



روز نهم



مسیر کلیک Click Path را کوتاه نمایید

مسیر کلیک Click Path را کوتاه نمایید

مسیر کلیک Click path مسیری است که کاربر با طی کردن آن به محتوای مورد نظر دست خواهد یافت. به عنوان مثال، در یک فروشگاه اینترنتی کاربر از صفحه اصلی مسیر را آغاز کرده و به مرحله خرید خواهد رسید. در نتیجه مسیر کلیک Click path تعداد صفحات و توقفاتی است که کاربر طی نموده تا به محصول مورد نظر خود برسد. طول این مسیر همی شه نقش اساسی در استفاده کاربر از وب سایت شما دارد.

موتورهای جست و جو نیز از کوتاهی مسیر کلیک Click path سود خواهند برد. به عنوان مثال، خزنده های گوگل با وارد شدن به وب سایت و با دسترسی به تمامی صفحات در کمترین زمان می توانند صفحات بیشتری از وب سایت شما را مورد بررسی قرار دهند؛ در نتیجه شانس نمایه Index شدن سایت شما افزایش می یابد. به عنوان یک قاعده کلی، هر صفحه ای باید با حداکثر سه کلیک در دسترس باشد.

یک قدم به جلو

- از مسیریابی خرده نان Breadcrumb Navigation استفاده کنید تا کاربران به راحتی به تمامی وب سایت شما دسترسی داشته باشند.
- حداکثر مسیر کلیک Click Path شما باید چهار باشد.
- از یک جست و جوی داخلی یا فیلتر هوشمند برای کاهش مسیر کلیک Click Path استفاده نمایید.



روز دهم

دسترسی سایت خود را بهبود ببخشید

دسترسی سایت خود را بهبود ببخشید

رفع مشکلات فنی و خطا error ها و اطمینان از در دسترس بودن همیشگی سایت، از اصلی ترین موارد در پیاده سازی یک سایت موفق است. شما با استفاده از فایل نقشه سایت sitemap.xml، تمامی آدرس URL های خود را به موتورهای جست و جو نشان می دهید. نقشه سایت توسط موتورهای جست و جو خوانده می شود. این نقشه شامل لیست کامل از متادیتا Meta data و آدرس URL های موجود در سایت است. ربات های گوگل از این لیست به عنوان اولین قدم در بررسی سایت شما استفاده خواهند نمود. فایل های نقشه سایت همیشه ساختار یکسانی دارند.

فایل نقشه سایت sitemap.xml را می توان با استفاده از سیستم های مدیریت محتوا به صورتی متفاوت ایجاد نمود. همچنین ابزار مخصوصی برای ساخت این فایل وجود دارد. بعد از ساخت فایل، شما باید آن را در کنسول جستجوی گوگل Google Search Console آپلود نمایید. به طور معمول گوگل فایل نقشه سایت sitemap.xml را چک می کند، ولی تضمینی برای Index شدن تمامی صفحات موجود در نقشه سایت نیست و این مورد کاملاً به موتور جست و جو ارتباط دارد.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.mywebsite.com/firstpage.html</loc>
    <priority>1.0</priority>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <lastmod>2016-12-24</lastmod>
  </url>
</urlset>
```

یک قدم به جلو

- به طور منظم فایل نقشه سایت sitemap.xml خود را به روز نمایید.
- اگر تغییری در آدرس URL ها یا صفحات خود داشتید، حتماً این تغییرات را در نقشه سایت خود اعمال کنید.

روز یازدهم

به موتور جست و جو بگویید که چه مواردی را بررسی نماید

به موتور جست و جو بگویند که چه مواردی را بررسی نماید

ربات `robots.txt` فایل است که به خزنده های موتورهای جست و جو می گوید که اجازه دارند کدام صفحات را بررسی و کدام صفحات را نادیده بگیرند. هر رباتی، در موتورهای جست و جو، ابتدا باید به فایل ربات `robots.txt` دسترسی داشته باشد تا مسیر حرکتش مشخص شود. با استفاده از فایل ربات `robots.txt` به موتورهای جست و جو، امکان شروع خزش بدهید. استفاده از فایل ربات `robots.txt` به شما کمک می کند تا مطمئن شوید موتورهای جست و جو تمامی محتوای مهم وب سایت شما را بررسی خواهند کرد. در حالت ساده، ساختار به تمامی ربات ها اطلاق می شود. هیچ محدودیتی برای خزنده ها وجود ندارد. بعد از ساخت فایل ربات، شما باید این فایل را در ریشه `Root` وب سایت خود آپلود نمایید. اگر شما نمی خواهید بخش خاصی از وب سایت شما مورد بررسی خزنده های گوگل قرار بگیرد باید از دستور عدم اجازه `Disallow` استفاده نمایید.

یک قدم به جلو

- از فایل ربات `robots.txt` استفاده کنید تا به موتورهای جستجو دستورالعمل لازم را بدهید.
- مطمئن شوید قسمت های مهم وبسایت شما در این فایل محدود نشده باشند.
- هر از چند گاهی فایل ربات و در دسترس بودن آن را چک نمایید.



وب سایت شما باید به سمت برخی کلیدواژه ها رویکرد موضوعی داشته باشد تا رتبه بهتری کسب کند. وبسایت باید نیاز کاربران را رفع کند. در عین حال، مهم است که محتوای وب سایت شما به سرعت لود شود تا رضایت کاربر را تضمین کند.



روز دوازدهم

کلیدواژه های خود را بررسی کنید

کلیدواژه های خود را بررسی کنید

تحقیق در مورد کلیدواژه ها به ما کمک می کند تا کلیدواژه های مرتبط با بازار هدف و مخاطبان خود را پیدا نمایید. همچنین امکان دسترسی به محتوای خود را افزایش می دهید. وقتی از ابزارهای جست و جوی کلیدواژه ها استفاده می کنید، این ابزار به شما کمک می کند تا سلیقه مخاطبان برای نگارش محتوا برای شما مشخص شود. همیشه قبل از هرکاری، زمانی برای جست و جو و یافتن کلیدواژه های مرتبط اختصاص دهید. همچنین در هنگام انتخاب کلیدواژه ها، هدف اصلی وب سایت خود را در نظر داشته باشید. در ادامه تعدادی ابزار برای پیدا کردن کلیدواژه های جدید و مرتبط معرفی می شود.

جست و جوی گوگل Google Search

زمانی که شما در نوار جست و جوی گوگل شروع به نوشتن می کنید، گوگل به صورت پیش فرض کلماتی را به شما نمایش می دهد. این کلمات حجم بسیار بالایی از جست و جو توسط کاربران و دلیل اصلی نمایش آنها توسط گوگل همین موضوع است. این پیشنهادها می تواند، بسته به میزان استفاده از آن کلیدواژه، یک کلمه یا یک عبارت طولانی باشد. در محدودیت های زمانی یا بودجه بسیار پایین، این روش بسیار سودمند خواهد بود.

ابزار اوبرساجست Übersuggest

اوبرساجست Übersuggest ابزاری کلاسیک برای جست و جوی کلیدواژه ها است. این ابزار با استفاده از تمامی پیشنهاد های گوگل، کلیدواژه مناسب را به شما پیشنهاد می دهد.

برنامه ریز کلیدواژه گوگل Google Keyword Planner

برنامه ریز کلیدواژه Keyword Planner بخشی از پروژه برنامه تبلیغاتی ادوردز AdWords است. شما به یک حساب کاربری ادوردز معتبر برای استفاده از این ابزار رایگان نیاز دارید. با داشتن یک حساب کاربری در گوگل ادوردز می توانید به سرعت و خیلی راحت بررسی کلیدواژه ها را شروع کنید. همچنین می توانید با وارد نمودن آدرس وب سایت های مختلف با توجه به محتوای استفاده شده در آن ها کلیدواژه های آن ها را استخراج نمایید. این ابزار همچنین اطلاعاتی درباره حجم جست و جوی ماهیانه یک کلیدواژه به شما ارائه می دهد.

گوگل ترندز Google Trends

این ابزار رایگان به شما نشان می دهد که به طور معمول چه مواردی جست و جو می شوند. همچنین این ابزار تصویری از بیشترین میزان تقاضا را به شما می دهد. گوگل ترندز Google Trends ابزاری مناسب برای کلیدواژه های زمان های خاص و اتفاقات دوره ای است.

روز سیزدهم

مسیریابی Navigation وب سایت شما نشان دهنده شخصیت شماست!!!

مسیریابی Navigation وب سایت شما نشان دهنده شخصیت شماست!!!

منوی مسیریابی Navigation خوب به کاربر اجازه می دهد تا به راحتی در سایت شما جست و جو کند و مطلب مورد نیاز خود را پیدا کند. یک منوی ساختار بندی شده خوب، کلید تجربه موفق کاربر است. همچنین ساختار مسیریابی Navigation برای موتورهای جست و جو اهمیت دارد، زیرا به آن ها اجازه می دهد تا میزان اهمیت یک آدرس URL را بررسی کنند. یک مسیریابی Navigation خوب به کاربر نشان می دهد که ارتباط برقرار کردن با وب سایت شما آسان است و در نتیجه وقت بیشتری را در وب سایت شما صرف می کند که تاثیر زیادی بر روی سئو SEO سایت شما دارد. زمان ها توقف طولانی در سایت شما تاثیر زیادی روی سئو SEO سایت شما دارد، زیرا تجربه کاربر مهم ترین مسئله در بحث سئو SEO است.



یک قدم به جلو

- از متن لنگر Anchor Text استفاده کنید؛ زیرا به موتورهای جست و جو کمک می کند تا محتویات صفحه فرود شما را بهتر پالایش نمایند.
- صفحاتی را شناسایی کنید که نرخ پرش Bounce Rate بالایی دارند و تلاش کنید مشکل را برطرف کنید.
- از مسیریابی خرده نان Breadcrumb Navigation برای تسلط بیشتر بر مسیریابی Navigation استفاده نمایید.

روز چهاردهم

سرعت بارگذاری سایت خود را افزایش دهید

سرعت بارگذاری سایت خود را افزایش دهید

سرعت بارگذاری یک سایت اهمیت زیادی در رتبه وب سایت دارد. کاربرای علاقه ای به گذراندن وقت برای بارگذاری صفحات وب سایت ندارند و ترجیح می دهند محتوای شما را هرچه سریع تر ببینند. صفحات با مدت بارگذاری طولانی نرخ پرش زیادی دارند و نرخ پرش بالا به معنی رتبه پایین در موتورهای جست و جو است. چندین روش فنی برای کاهش زمان بارگذاری وب سایت وجود دارد. شما می توانید با استفاده از سرعت سنج گوگل **Google PageSpeed** سرعت بارگذاری وب سایت خود را بررسی نمایید.

یک قدم به جلو

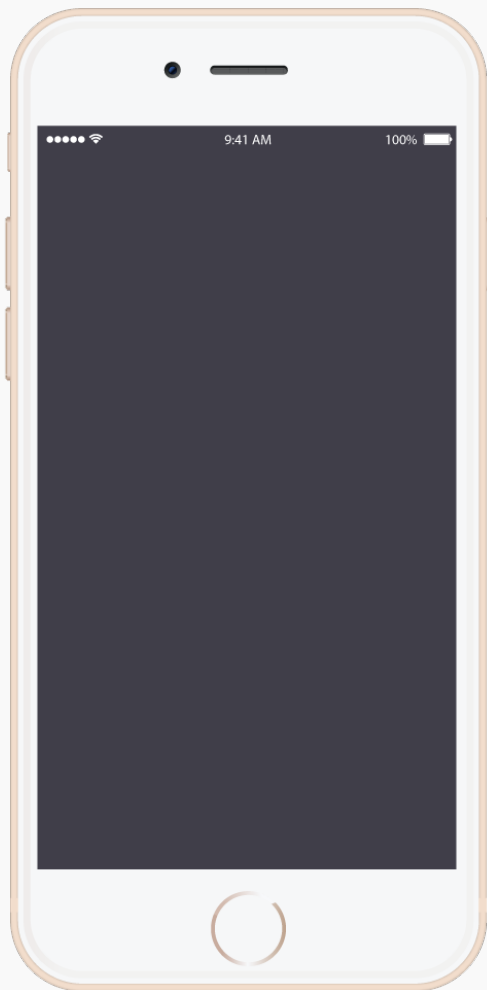
- سرعت وب سایت خود را بررسی نمایید.
- صفحات با سرعت بارگذاری زیاد را مشخص و دلیل آن را پیدا نمایید.
- از بارگذاری فایل سنگین و تصاویر پر حجم خودداری نمایید.
- تصاویر خود را برای استفاده در وب بهینه نمایید.
- فایل های CSS و جاوا اسکریپت خود را بهینه نمایید.



روز پانزدهم

وب سایت خود را برای بازدید و استفاده از طریق موبایل بهینه کنید

وب سایت خود را برای بازدید و استفاده از طریق موبایل بهینه کنید



قابلیت نمایش در تلفن همراه نقش مهمی در رتبه وب سایت شما دارد. با توجه به پیشرفت های اخیر و استفاده بیش از حد کاربران از موبایل، بازدید سایت ها و بررسی آن ها نیز، با استفاده از این وسایل، افزایش یافته است. در برخی مناطق، بیش از ۷۰ درصد کاربران از موبایل خود برای بررسی وب سایت ها استفاده می کنند؛ در نتیجه، هر صفحه در وب سایت شما باید برای استفاده در موبایل آماده باشد. می توانید از طریق ابزار گوگل میزان تطابق پذیری خود را با موبایل بررسی نمایید.

بایدها و نبایدهای نسخه موبایل با نسخه دسکتاپ با هم تفاوت دارد. به عنوان مثال، برای موبایل مطالب در اندازه کوچک باید قابلیت خوانده شدن داشته باشند و لمس صفحه باید به درستی فرمان بگیرد.

توصیه می کنیم از یک وب سایت پاسخگو **Responsive** در این زمینه استفاده کنید، تا محتوا و تمامی عناصر صفحه به طور خودکار (اتوماتیک) به نسخه موبایل تغییر حالت دهند.

یک قدم به جلو

- با استفاده از نرم افزارهای موجود، عملکرد نسخه موبایل وب سایت خود را بررسی نمایید.
- تمامی صفحات و عناصر وب سایت باید برای نسخه موبایل بهینه سازی شوند و محتوا باید به صورت خودکار به سبب نمایشگر واکنش نشان دهند.

روز شانزدهم

محتوای تکراری را پیدا کنید

محتوای تکراری را پیدا کنید

محتوای تکراری، به چندین دلیل، امکان دارد روی وب سایت شما نمایش داده شود. گاهی اوقات محتوای یکسان از طریق آدرس URLهای مختلف به نمایش گذاشته شده است؛ در نتیجه، برای موتورهای جست و جو پیدا کردن بهترین آدرس URL مشکل خواهد بود و وب سایت شما نمی تواند در رتبه های بالای گوگل و یا هر موتور جست و جویی نمایش داده شود. در نتیجه هرچه سریع تر محتوای تکراری وب سایت خود را شناسایی کنید و آنها را مدیریت نمایید.

یک قدم به جلو

- بررسی کنید که آیا وب سایت شما با و بدون `www` یا `http` و `https` در دسترس هست یا نه؟ اگر این موارد با هم تفاوت داشت، با استفاده از دستورات هدایت `303 Redirects` تمامی آن ها را به یک آدرس منتقل نمایید.
- بررسی کنید که آیا محتوای شما با فرمت دیگری مانند پی دی اف `PDF` وجود دارد یا نه؟



روز هفدهم

محتوای تکراری را حذف کنید

محتوای تکراری را حذف کنید

این مشکل بیشتر برای فروشگاه های اینترنتی به وجود می آید. به عنوان مثال، یک محصول در چندین طبقه **Category** دسته بندی می شود. اگر ساختار آدرس URL سلسله مراتبی باشد، یک محصول از طریق چند آدرس URL در دسترس خواهد بود. یکی از مطمئن ترین روش ها برای رفع این مشکل استفاده از تگ **canonical** است. این تگ به گوگل نشان می دهد که کدام آدرس URL اصلی و کدام کپی است. در نتیجه ربات گوگل، صفحه کپی را نادیده گرفته و خزش را از صفحه اصلی آغاز می کند و تنها آدرس URL های اصلی **Original** را نمایه **Index** می کند.

یک قدم به جلو

- به تمامی صفحات تکراری خود بروید و تگ **canonical** را اضافه نمایید.
برای مثال:

Original URL: www.mywebsite.com/maincategory/page1.

Copy: www.mywebsite.com/othercategory/page1.

- برای صفحه تکراری **Copy** از تگ **canonical** استفاده نمایید:

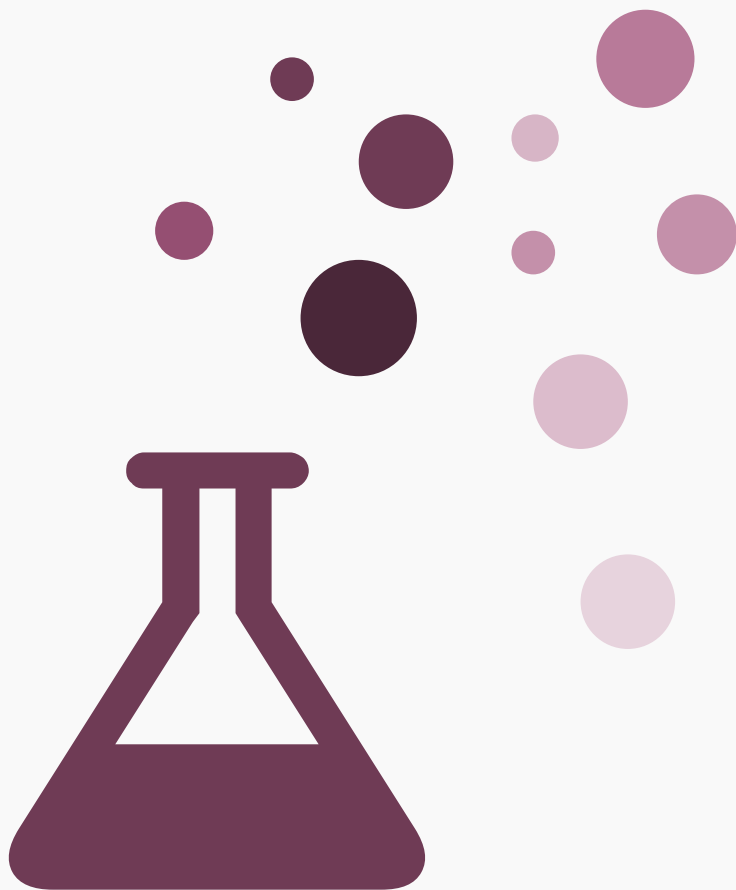
```
<link rel="canonical" href="http://www.mywebsite.com/maincategory/page1"/>
```

روز هجدهم

از $TF*IFD$ برای آنالیز محتوای خود استفاده نمایید.

از TF*IFD برای آنالیز محتوای خود استفاده نمایید.

این واقعیتی تلخ است که یک وب سایت زمانی جایگاه خوب و مداومی در موتورهای جست و جو پیدا می کند که محتوایی ارزشمند و مفید برای کاربران منتشر کند. برای بررسی کیفیت محتوای خود می توانید از TF*IFD و همچنین نرم افزارها و وب سایت های زیادی استفاده نمایید. این نرم افزارها به شما اجازه می دهد تا محتوا را با کلمات کلیدی متفاوت، جایگاه رقا، کلمات کلیدی وب سایت های صفحه اول گوگل و موارد متفاوت دیگری بررسی نمایید. همچنین می توانید بررسی کنید که آیا چگالی کلمات کلیدی محتوای شما کافی است یا نه؟



یک قدم به جلو

- سعی کنید تمامی موارد پیشنهادی از این نرم افزارها را روی متن خود پیاده کنید.
- به طور مداوم از این نرم افزارها برای بررسی رتبه وب سایت خود در موتورهای جست و جو استفاده نمایید.

روز نوزدهم

سرتیتر Headline خلاقانه بسازید.

سر تیتتر Headline خلاقانه بسازید.

سر تیتترهای وب سایت شما دو عملکرد دارند. یکی مشخص نمودن ساختار محتوای شما و دیگری تشویق کاربر به خواندن محتوای شما.

یک قدم به جلو

- تنها از یک سر تیتتر headline در هر صفحه استفاده نمایید.
- از کلیدواژه اصلی خود در سر تیتتر headline استفاده نمایید.
- سر تیتتر Headline های بعدی خود را به ترتیب h1,h2,h3,... کدگذاری کنید.
- سر تیتتر Headline های خود را مختصر و با تمام واژه های غیر ضروری را حذف کنید.
- از اعداد، بولت ها و تیترهایی برای جذب مخاطب برای خواندن مطلب خود استفاده نمایید.



روز بیستم

محتوای خود را سازماندهی کنید.

محتوای خود را سازماندهی کنید.

سازماندهی محتوا، راهی معمول برای جمع آوری، ساختار بندی مجدد و بازنشر محتوای موجود است. مجموعه محتوا در مورد ایده های شما، اغلب دیدگاه جدیدی به کاربران می دهد. برای بازنگری موفق، ابتدا به منابع مناسب نگاهی بیاندازید و سپس بلاگ خود را برای انتشار هدفمند محتوا راه اندازی کنید. کانال های شخصی در شبکه های اجتماعی کمک خواهند کرد تا محتوا به راحتی منتشر شود. موضوعات جذاب معمولاً ترافیک بالایی را برای شما به همراه دارند.

یک قدم به جلو

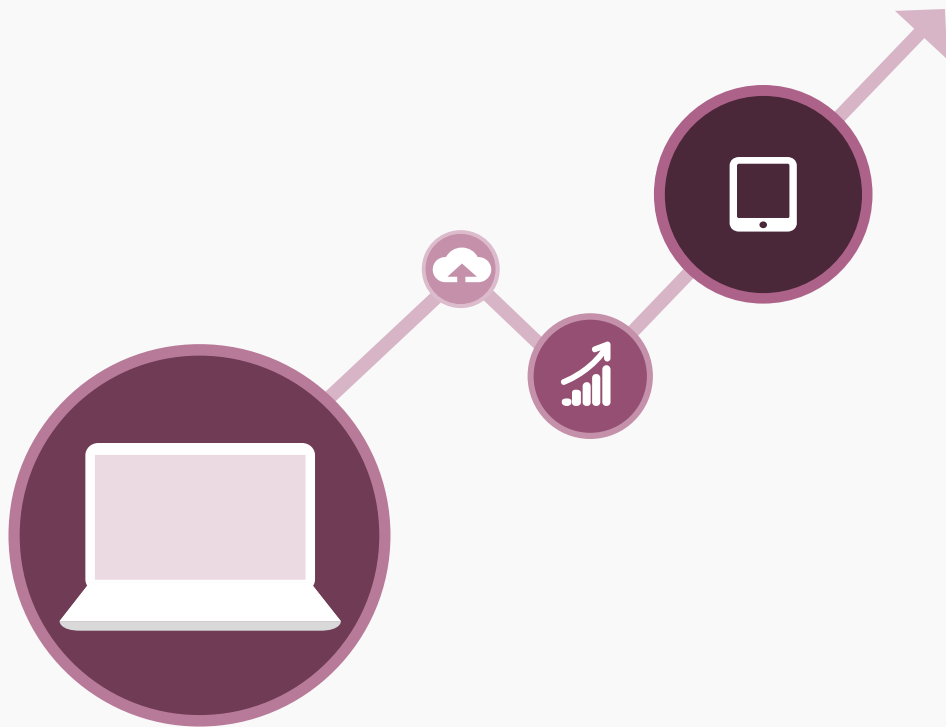
- اینفوگرافیک هایی منتشر کنید که موضوعات پیچیده را قابل فهم کند.
- تحقیقات و آمارهایی در ارتباط با موضوعات مختلف منتشر کنید که گروه هدف شما را به خود علاقه مند می کند.
- کتاب های الکترونیکی منتشر کنید که به طور جامع موضوعی را پوشش می دهند، به گونه ای که قابل فهم باشند.
- مطالعه های موردی را سازمان دهی کنید که در آن می توانید تجرب خود را به اشتراک بگذارید. این موارد به کاربران شما دیدگاهی ملموس درباره کار و تخصص شما می دهد.
- پست های مهمانان را روی وبلاگ خود منتشر کنید. کارشناسان خارج از شرکت شما می توانند بینشی با جزئیات در مورد موضوعات محبوب کاربران ارائه دهند.

روز بیست و یکم

محتوای خود را بازیابی کنید.

محتوای خود را بازیابی کنید.

انتشار مجدد محتوایی ضروری است که برای شما به خوبی عمل می کند. زمانی که یک محتوا را دوباره منتشر می کنید، این محتوا نباید مانند قبل تکراری باشد و تغییر در ظاهر محتوا کافی نیست، بلکه باید محتوای خود را با آمار، تصاویر و یا مثال های جدید بروزرسانی کنید و حتی با توجه به نیاز مخاطب آن را ارتقاء دهید. از مزایای این روش آن است که دیگر نیازی نیست، انرژی خود را صرف ساخت مطلبی جدید کنید. همچنین این استراتژی امتیازی از طرف موتورهای جست و جو برای شما است. موتورهای جست و جو نیز برای شمایی که محتوای قدیمی خود را بازنشر می کنید، امتیازی قائل است. اما به یاد داشته باشید، زمانی این امتیاز به شما داده می شود که ارتباط محتوای خود را بیشتر کنید.



یک قدم به جلو

- به طور مداوم شاخص کلیدی عملکرد KPI وب سایت خود را بررسی کنید؛ مانند مدت زمان توقف Dwell Time و ترافیک وب سایت.
- محتواهایی را مشخص کنید که بازدید زیادی دارند و رتبه بالایی کسب کرده اند و بررسی کنید که آیا می توان آن ها را بروزرسانی نمود یا نه؟
- مطمئن شوید که در فرآیند انتشار مجدد مطالب خود، تیترو توضیحات را نیز بروزرسانی نمایید.



چند پیشنهاد برای بروزرسانی محتوا

- برای محتوای موجود ویدئوی آموزشی بسازید.
- پست های قدیمی بلاگ خود را به روز کنید یا آن ها را به محتوایی تبدیل کنید که نیاز به عضویت در سایت شما دارد.
- بر اساس اطلاعات موجود در مطالب مختلف، فهرستی از آمار و ارقام تهیه کنید.
- یک خبر مهم را در قالب جدید و با نوشتاری دیگر روی بلاگ خود منتشر کنید.

روز بیست و دوم

نسبت کد در محتوای خود را بالا نگه دارید.

نسبت کد در محتوای خود را بالا نگه دارید.

محتوای کم برای موتورهای جست و جو به این معنی است که صفحه وب سایت شما حرفی برای گفتن ندارد!!! بررسی های انجام شده نشان می دهد این صفحات رتبه رنگ پایینی در نتایج جست و جو دارند. برطبق یک قانون کلی، مطالب وب سایت شما حداقل باید ۲۵ درصد وب سایت شما را شامل شود.

یک قدم به جلو

- تا حد امکان از CSS به جای HTML برای فرمت گذاری استفاده نمایید.
- به مقدار کافی در وب سایت خود از متن استفاده کنید.
- به متن خود ساختار دهید، تا محتوای شما قابل فهم تر باشد.
- کدهای استفاده شده در منابع مطالب را کاهش دهید. با حذف نظرات غیر ضروری و فرمت متن این کار انجام شدنی است.





روز بیست و سوم



ایجاد تنوع در محتوای جدید

ایجاد تنوع در محتوای جدید

چندین راه برای تولید محتوای جدید وجود دارد. علاوه بر متن، یک محتوا می تواند شامل تصویر، ویدئو، اینفوگرافیک و فایل صوتی باشد. سعی کنید محتواها را با استفاده از روش های مختلف مانند بلاگ پست، وبینار، ویدئو و بسازید؛ از روش های مختلف استفاده کنید و مطمئن باشید کاربران از آن استقبال خواهند کرد.



یک قدم به جلو

- از اینفوگرافیک ها برای بیان مسائل پیچیده استفاده کنید.
- از ویدئوهایی برای ارائه خلاصه ای از مطلب یا بیان واضح تر مطلب استفاده کنید.
- مطالعه موردی Case study از تجربیات و فعالیت های خود منتشر کنید.
- مصاحبه هایی با کارشناسان، مدیران و کامندان در زمینه حوزه کاری خودتان منتشر کنید.

روز بیست و چهارم

وب سایت خود را بین المللی کنید!!!

وب سایت خود را بین المللی کنید!!!

آیا وب سایت شما برای چندین زبان طراحی شده است؟ دقت کنید که موتورهای جست و جو محتوای شما را با توجه به زبان آن، برای کاربران کشورهای مختلف و مطابق با زبان آن ها نمایش می دهند؛ در نتیجه، نمایش وب سایت شما شانس بیشتری برای نمایش در رتبه های بالاتر موتورهای جست و جو دارد. با استفاده از تگ های مناسب، نسخه های مختلف وب سایت خود را برای موتورهای جست و جو معرفی نمایید.

یک قدم به جلو

- از تگ hreflang استفاده کنید برای صفحاتی استفاده کنید که یک کپی از آن به زبان دیگر روی وب سایت شما موجود است.
- صفحاتی را به یکدیگر لینک کنید که دارای زبان های مختلف هست.
- تگ hreflang را در نقشه سایت خود قرار دهید.



روز بیست و پنجم

وب سایت خود را برای جست و جوی محلی بهینه سازی نمایید.

وب سایت خود را برای جست و جوی محلی بهینه سازی نمایید.

طبق آمار گوگل، ۸۰ درصد کاربران، فروشگاه ها و ارائه دهندگان خدمات محلی را از طریق موتورهای جست و جو، پیش از مراجعه حضوری، جستجو می کنند. در نتیجه وب سایت خود را برای جستجوی محلی بهینه نمایید. مشاهده شدن به صورت آنلاین، یکی از ارکان افزایش مشتری و در نتیجه افزایش فروش است.

یک قدم به جلو

- مطمئن شوید وب سایت شما دارای نسخه موبایل است. Responsive زیرا اغلب کاربران از موبایل خود برای پیدا کردن رستوران، فروشگاه و ... استفاده می نمایند.
- همیشه از یک اسم، شماره تلفن و آدرس در وب سایت خود استفاده نمایید.
- وب سایت خود را در Google MyBusiness ثبت نمایید و مطمئن شوید اطلاعات خود را به طور کامل و صحیح ثبت نموده اید.
- محتوای شما باید به نحوی مرتبط با منطقه شما باشد. از شهر و ناحیه خود در سر تیتر headline، یا تیتر و بخش توضیحات استفاده نمایید.
- خدمات یا محصول خود را به عنوان کلیدواژه اصلی استفاده نمایید و آن را با شهر و ناحیه خود ترکیب نمایید.
- متن جایگزین ALT تصاویر و آدرس را با خدمات، منطقه و شهر خود ترکیب نمایید.
- کسب و کار خود را در سایت هایی مانند یلپ Yelp ثبت نمایید.



روز بیست و ششم



استفاده از شبکه های اجتماعی

استفاده از شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی نقش مهمی در افزایش ترافیک وب سایت شما دارند. محتوای خوب، شانس بیشتری برای به اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی دارد. در نتیجه، ترافیک وب سایت شما افزایش می یابد. نکته مهم این است که فعالیت در شبکه های اجتماعی توسط گوگل بررسی می شود و بررسی محتوای شما و امتیازدهی به آن سریع تر و بهتر انجام می گیرد.



یک قدم به جلو

- از شبکه های اجتماعی برای ارتقا محتوای خود استفاده نمایید. دقت کنید آدرس درست را در گروه ها قرار داده باشید.
- از محتوای جذاب در شبکه های اجتماعی استفاده نمایید.
- زبان محتوای مورد استفاده با زبان گروه های هدف یکی باشد.
- به طور منظم پست منتشر کنید و از پست مطالب قدیمی و محبوب هراس نداشته باشید.
- از سیستم تبلیغات اجتماعی برای ارتقاء پست های خود استفاده نمایید.
- از ابزارهایی برای بررسی عملکرد پست های خود در شبکه اجتماعی استفاده نمایید.
- از تصاویر و ویدئوها برای افزایش جذابیت پست خود استفاده نمایید.

روز بیست و هفتم

سعی کنید مخاطب را درگیر کنید.

سعی کنید مخاطب را درگیر کنید.

مطالب ساخته شده توسط کاربران، نقش مهمی در بروز نگه داشتن وب سایت دارد. چندین راه برای درگیر نمودن مخاطب با وب سایت وجود دارد. معمول ترین روش، استفاده از نظرات کاربران، سوال و جواب و نقد و بررسی محصولات است.

یک قدم به جلو

- خوانندگان وب سایت خود را تشویق کنید تا در مورد پست ها نظر دهند. به راحتی با ارائه یک درخواست مناسب می توانید این کار را انجام دهید.
- برای ترغیب خوانندگان به نظر دادن، از مطالب بحث برانگیز استفاده کنید.
- مطالب خود را در شبکه های اجتماعی منتشر کنید و کاربران را به نظردهی تشویق کنید.
- به کاربران اجازه دهید تا محصولات شما را بررسی نمایند و به آن امتیاز دهند.
- به کاربران اجازه دهید تا با یکدیگر در ارتباط باشند و در ارتباط با محصول و محتوای شما با یکدیگر بحث نمایند.
- به پرسش های کاربران خود پاسخ دهید.

روز بیست و هشتم

کنسول جست و جوی گوگل Google Search Console را برای وب سایت خود راه اندازی نمایید.

کنسول جست و جوی گوگل Google Search Console را برای وب سایت خود راه اندازی نمایید.

سئو SEO یک کار مقطعی نیست، بلکه فرآیندی مداوم است. یکی از پایه های بهینه سازی داده های درست در مورد رفتار کاربران است. کنترل منظم یکی از وظایف مهم در بهینه سازی موتورهای جست و جو است که واکنش سریع به کاهش ترافیک و دیگر اتفاقات را میسر می کند. کنسول جست و جوی گوگل Google Search Console یکی از ضروریات بررسی و مانیتورینگ وب سایت است. شما با استفاده از این ابزار می توانید اطلاعات مهمی، در مورد وب سایت خود، به دست آورید؛ اطلاعاتی از قبیل تعداد کاربر ورودی به وب سایت شما، کلیدواژه های مورد استفاده، بارگذاری نقشه وب سایت، وضعیت index شدن صفحات، بک لینک های BackLink و لینک های داخلی و موارد بسیار دیگر. همچنین این ابزار به شما اجازه می دهد تا با دیگر ابزارهای این حوزه مانند تحلیل های گوگل Google Analytics و گوگل ادوردز Google AdWords ارتباط داشته باشید.



یک قدم به جلو

- هرچه سریعتر یک حساب کاربری گوگل برای وب سایت خود ایجاد نمایید و ترم افزارهای وب آن را استفاده نمایید.
- از قابلیت بهبود اچ تی ام ال (HTML improvements) آن برای وب سایت خود و بهینه سازی صفحات استفاده نمایید.
- میزان کارآمدی و اثرگذاری صفحات فرود (landing page) را با استفاده از تعداد کلیک و میزان بازدید هر صفحه بررسی کنید.
- از قابلیت fetch as google برای نمایه (index) صفحات خود استفاده نمایید.

روز بیست و نهم

تحلیل های گوگل Google Analytics را برای وب سایت خود راه اندازی کنید.

تحلیل های گوگل Google Analytics را برای وب سایت خود راه اندازی کنید.

تحلیل های گوگل Google analytics به شما اجازه می دهد به طور خاص رفتار مخاطبان وب سایت خود را بررسی نمایید. با استفاده از این ابزار می توانید میزان موفقیت وب سایت خود را در سئو SEO بررسی کنید. برای استفاده از قابلیت های این ابزار باید کد رهگیری tracking code را در تمام صفحاتی کپی نمایید که می خواهید بررسی شوند.



یک قدم به جلو

- به طور مستمر اصلی ترین شاخص های عملکرد را بررسی نمایید (مانند تعداد بازدید از صفحات، نرخ پرش و...)
- اطلاع رسانی از طریق ایمیل برای تغییرات زیاد را فعال نمایید.
- داده های جدید و قدیم را برای بررسی عملکرد خود مقایسه نمایید.
- وقتی برای یادگیری حرفه ای این ابزار برای خود در نظر بگیرید.



روز سی ام



استراتژی های خود را ارزیابی کنید

استراتژی های خود را ارزیابی کنید.

ابزارهای متفاوتی برای بررسی سئو SEO وب سایت و بررسی قدرت آن وجود دارد. تعدادی از این ابزارها را با توجه به نیاز و بودجه خود مشخص نمایید و به طور مستمر با استفاده از آن ها وضعیت وب سایت و استراتژی خود را بررسی نمایید.

ابزارهای کنسول جست و جوی گوگل Google search console و تحلیل های گوگل Google analytics معروف ترین ابزارهای بررسی وب سایت هستند که می توانند به صورت رایگان اطلاعات خوبی از وب سایت شما برایتان فراهم کنند.





نتیجه گیری

در ۳۰ روز گذشته شما توانستید وب سایت خود را قدم به قدم با استفاده از انواع تکنیک های سئو SEO بهینه سازی کنید. ما در این مقاله بیشتر روش های فنی، فعالیت قابل اعمال روی صفحات on-page، محتوا و بهینه سازی عملکرد را پوشش دادیم.

در صورتی که دستورالعمل های این مقاله را به طور کامل انجام داده باشید، می توان به جرئت گفت که شما برای تبدیل شدن به یک سئوکار حرفه ای آماده هستید و از این پس می توانید به صورت حرفه ای تری در این مسیر حرکت نمایید.

اما به یاد داشته باشید سئو SEO یک فرآیند مداوم است و نیازمند بازنگری و بهینه سازی استراتژی است. در نتیجه، به طور مداوم برنامه ای برای بررسی شاخص های تاثیرگذار بر وب-سایت خود داشته باشید، تا نتایج آن شما را شگفت زده کند.



www.nillamarketing.com