

آموزش جامع سئوی محتوا

بخش ۱

نکات سئوی عنوان

تولید و سئوی محتوا در کنار هم ارزشمند می باشند.

**** عبارت کلیدی اصلی در ابتدای عنوان (تا جایی که می توانید باید اینکار را انجام دهید)**

مثال : کسب درآمد از یوتیوب و تعرفه آن

کسب درآمد از یوتیوب : کلید واژه اصلی و ارزشمند مورد هدف

بعضی مواقع امکان این که حتما کلید واژه را در اول عنوان بیاوریم وجود ندارد و نباید باعث بروز اشکالات زیر شود :

۱- کاهش جذابیت عنوان که باعث افزایش CTR می شود.

۲- کاهش قابلیت تفهیم برای کاربر

کلید واژه مرکزی چیست؟

آن کلید واژه ای است که می خواهیم صفحه مورد نظرمان، در اصل و با اولویت اول با این کلید واژه ها جزو رتبه های اول گوگل باشد.

کلید واژه ی مرکزی همانی است که در عنوان می آید، در content چند بار می آید، هم در description می آید و هم در داخل url.

در واقع برای انکرتکست لینکهایی که به صفحه با این کلید واژه لینک داده می شوند ، باید از کلید واژه مرکزی استفاده شوند.

**** حداکثر باید ۶۰ کاراکتر برای عنوان تان در نظر بگیرید.** اوایل ساخت صفحه بهتر است از کلید واژه های نزدیک به ۶۰ کاراکتر استفاده شود و به مرور زمان به کلید واژه هدف سوق پیدا کند.

و در واقع عنوان باید بر اساس شرایط وب سایت در نظر گرفته شود (مانند رنگ، بروزرسانی ها) و به مرور زمان از تعداد کاراکتر های عنوان می تواند کم شود.

مثلا سایتی که ۲ ماه است بالا آمده است و می تواند با عنوان های طولانی تر CTR بیشتری داشته باشد. ولی سایتی که بالا آمده و دارای رقبای خیلی کمی می باشد بهتر است با همان long tail های ۴ کلمه ای شروع کند.

عدم استفاده از حروف اضافه

تا جایی که برایتان ممکن است و در معنی تغییر خاصی ایجاد نمی کند حروف اضافه را حذف کنید.

مثال : ۲۵ راهکار اساسی برای افزایش فروش آنلاین می تواند بشود : ۲۵ راهکار اساسی افزایش فروش آنلاین

با برداشتن کلمه برای عنوان خراب نمی شود و مفهوم آن به هم نمی ریزد.

استفاده از صفت های جذاب

مانند : ارزان، عجیب، حیرت انگیز، اسرار آمیز، استثنایی، جادویی، طلایی و تضمینی

این صفتها می توانند باعث افزایش CTR شما شوند.

به جز عنوان صفحه اول هیچ جای دیگری نیاز به قرار دادن برند نیست. چون گوگل خودش برند شما را تشخیص می دهد و در آخر عنوان تان ثبت می کند.

گوگل برند را از کجا تشخیص می دهد ؟

گوگل میاد اون عبارت کلیدی یا کلمه که بیشترین تعداد استفاده در داخل وب سایت تان دارد و در صفحات اصلی تکرار شده اند و خواهد ماند، (صفحه اول، تماس با ما بشود تماس با برند، درباره ما بشود درباره برند که در واقع جزء صفحات اصلی هستند) به عنوان برند شما تشخیص می دهد.

مرتبط بودن عنوان صفحه با محتوای صفحه

گوگل بر اساس کلید واژه عنوان و کلید واژه های به کار رفته در محتوا تشخیص خواهد داد.

مدت زمان ماندگار کاربران در داخل آن صفحه است و نشان دهنده ارتباط میان کلیک کاربر و محتوای صفحه نمایشی می باشد.

جداسازی عبارات کلیدی

مثال :

سئو کلاه سیاه و تکنیک های خطرناک آن

~~سئو کلاه سیاه – تکنیک های خطرناک سئو کلاه سیاه~~

عناوین تکراری

حتما قبل از انتشار پست ها چک شود عنوان تکراری منتشر نشود.

غلط املایی و ویرایشی

حواس تان باشد که داخل عنوان غلط املایی و ویرایشی نداشته باشید.

خودتان را جای کاربر بگذارید و از دید او به عنوان خود فکر کنید. و ببینید که این عنوان نشان دهنده راه حل مشکل کاربر خواهد بود. نیم فاصله ممنوع می باشد.

عنوان فعلیه استفاده نکنید.

تا جایی که می توانید از عناوین سئوالی استفاده کنید : (چرا و چگونه) (مخصوصا خانم ها این مدلی استفاده جستجو می کنند)

چرا صدرنشینی گوگل مهمه ؟

چگونه در سرچ گوگل باشیم؟

عدد در ابتدای عنوان استفاده کنید. (باعث افزایش CTR می شود)

استفاده از ابزارهایی مثل Trends و گوگل Suggestion و گوگل Related

گوگل Suggestion نسبت به Trends، به روزتر است.

با اضافه کردن space در ابتدا، انتها و وسط عبارت جستجویمان در گوگل عبارت های مشابه زیادی را خواهیم یافت.

تفاوت های عنوان صفحه اصلی با سایر صفحات

مانند

سئو سایت، آموزش سئو وب سایت و مقالات سئو | نیو سئو

نیو سئو | سئو سایت، آموزش سئو وب سایت و مقالات سئو

بخش دوم – نکات سئوی Description

باید حداکثر ۱۶۰ کاراکتر باشد.

کلید واژه مرکزی بادی در ابتدا باشد.

بیش از حد عبارت کلیدی استفاده نکنید. (۴ الی ۷ عدد در جمله معنادار و اگر قرار است کنار هم قرار دهیم بین ۱۱ تا ۱۴)

استفاده از جملات معنادار

حق ندارید قسمتی از متن محتوا را استفاده کنید.

حق ندارید عینا از عنوان صفحه کاملاً مشابه در des استفاده کنید.

جملات جذاب : با استفاده کلمات جذاب سعی بر ساخت آنها کنید.

بخش سوم – نکات سئوی محتوا

- ۱- کلید واژه مرکزی بهتر است در ابتدا باشد.
- ۲- عدم استفاده زیاد عبارات کلیدی در پاراگراف اول (Over Optimization)(بهتر است بیشتر از ۲ مورد نشود)
اولی در ابتدا، دومی در خط دوم وسط
اولی در وسط خط اول، دومی در پایان متن پاراگراف
- ۳- حداقل ۳۰۰ و حداکثر ۳۰۰۰ کلمه (مطلوب ۲۰۰۰ کلمه)، اگر بیشتر از این حد است، ابتدا ۲۰۰۰ کلمه آن را دهید و با آپدیت های بعدی به آن اضافه کنید (برای تعداد باقیمانده محتوایتان تقسیم بندی کنید، مثلاً ۵۰۰ تا ۵۰۰ یا ۱۰۰۰ تا ۱۰۰۰ و ...)
- ۴- بروزرسانی مداوم محتوا ، نشان دهنده همیشه سبز بودن محتوا است.
- ۵- لینک های داخلی در محتوا
- ۶- لینک های خارجی در محتوا
- ۷- استفاده بهینه از عناوین (اگر از عناوین در قسمت های مختلف استفاده کنیم میزان خوانایی محتوایمان بیشتر می شود)
- ۸- استفاده صحیح از تگ های h1 تا h6
- ۹- در زمان ساخت محتوا خودتان را جای دیگران بگذارید. (مخاطب خود را بشناسید)
- ۱۰- بهینه سازی تصاویر
- ۱۱- استفاده کافی از عبارات کلیدی
فرض کنید ۱۰ پاراگراف داریم و تعداد کلمات ما ۱۰۰۰ عدد است. می خواهیم ببینیم هر عبارت کلیدی را چند بار حق داریم استفاده کنیم. و فرض می کنیم ۵ عدد عبارت کلیدی با اولویت بالا داریم. که اولی آنها کلید واژه مرکزی است. کلید واژه مرکزی ۵ بار باید در این ۱۰۰۰ کلمه استفاده شود. اگر ۱۰۰۰ کلمه نبود و ۲۰۰۰ کلمه بود، حق داریم ۱۰ بار استفاده کنیم ؟ خیر. اونجا دیگه این ۵ بار تبدیل می شود به ۵۰ درصدش به ازای هر ۱۰۰۰ کلمه (یعنی ۲ و نیم بار به ازای هر ۱۰۰۰ کلمه) و برای ۱۰۰۰ کلمات بعدی هم با همین استدلال استفاده می کنیم.
یکبار تو پاراگراف اول، یک بار تو پاراگراف دوم آخر متن، پاراگراف سوم اول خط دوم، یکبار تو پاراگراف هفتم، یکبار هم تو پاراگراف دهم. در واقع باید کاملاً random استفاده شود.
عبارت کلیدی دوم را سه بار باید استفاده کنید. حتماً یکبار اول یکی از پاراگراف های خود استفاده کنید.(از عبارت کلیدی دوم به بعد حتماً یکبار در اول یک پاراگراف استفاده شود)
۳ عبارات کلیدی بعدی هم دو بار استفاده می شوند و اول پاراگراف های مختلف هم یکبار قرار می گیرند.
- ۳- از عبارات LSI (همان معنی را می دهد با کلمات دیگر) وابسته به عبارات کلیدی قبلی، همه دو بار به ازای همین ۱۰۰۰ کلمه استفاده شوند. و مهم نیست که اول پاراگراف باشند.
- ۱۲- عدم استفاده از جملات تکراری
- ۱۳- استفاده از ترکیب عکس و متن
اول عنوان بعد عکس و بعد متن،
bold and strong
- ۱۴-

هر دو متن را ضخیم می کنند و می توانیم خودمون رنگ و فرمت جدید براش تعریف کنیم. اگر عبارت کلیدی در تگ بولد قرار بگیرد برای گوگل ارزشی ندارد. ولی اگر داخل تگ استرینگ قرار بگیره ارزش داره.