

## شناخت کلی اصول و مراحل سئو

سئو به سه بخش مهم تقسیم می‌شود:

- ✓ سئو داخلی یا on page
- ✓ سئو خارجی یا off page
- ✓ سئو تکنیکال

هر سه موارد برای سئو با همدیگر در عملکرد و سئوی یک وبسایت کمک می‌کنند و قول معروف مکمل یکدیگر هستند. به توضیح هر مورد می‌پردازیم.

### سئو داخلی

هر فعالیتی که در راستای بهبود عملکرد یک سایت یا افزایش رتبه سایت در نتایج گوگل که در درون سایت اتفاق می‌افتد گفته می‌شود. یعنی به تمام فعالیت‌هایی که بر روی سایت انجام می‌شود سئو on page یا داخلی گفته می‌شود. به این مرحله از سئو باید بسیار توجه کنید؛ چون گوگل با آنالیز این فعالیت‌های on page متوجه می‌شود سایت شما در چه حوزه‌ای فعالیت می‌کند و باید برای چه کاربرانی سایت شما را به نمایش در بیاورد؟ هدف شما چیست و می‌خواهید در چه چیزی دیده شوید؟ چقدر کاربران سایت شما را دوست دارند و چقدر برای خرید یا ارائه خدمات بین کاربران اعتبار دارید؟ و...

فعالیت‌هایی که در راستای سئو داخلی انجام می‌شود:

#### ۱. ساختار سایت

وقتی یک سایت طراحی می‌شود، چندین صفحه با اهداف مختلف در آن قرار می‌گیرد. مثلاً یک صفحه هدفش این است که محصول قهوه‌ترک را به کاربر بفروشد. این صفحه یک صفحه PDP یا محصول است. یک صفحه می‌خواهد راجع به قهوه‌ترک به کاربر یک سری اطلاعات مهم دهد که این صفحه یک

صفحه بلاگ است. یک صفحه لیستی از انواع قهوه ترک را برای کاربر دسته‌بندی می‌کند که این صفحه PLP نام دارد و ...

هدف هر صفحه از سایت باید مشخص باشد. لینک‌هایی که بین این صفحات ردوبدل می‌شوند باید مشخص باشند و به‌صورت کلی باید ساختار یک سایت از اول مسیر مشخص باشد تا گوگل بتواند درک کند دقیقاً قراره چه کاربرانی هدف باشند.

## ۲. متاتگ‌ها یا محتوای متنی

تگ عنوان یا **title tags**: یکی از مهم‌ترین قسمت‌ها برای سئو داخلی است که در هنگام ایجاد یک صفحه از سایت خود باید آن را بنویسید. تگ تایتل در هنگام سرچ کاربر در نتایج به کاربر نمایش داده می‌شود تا کاربر را قانع کند روی سایت شما کلیک کند. اصولاً ۷۰ کاراکتر می‌توان در این قسمت نوشت و اگر کاراکتر بیشتری را بنویسید صفحه به کاربر مطالب را نمایش می‌دهد.

**Meta description**: یک متن حدوداً ۱۷۰ کاراکتری است که خلاصه‌ای از کل محتوای سایت شماست که در هنگام جستجو در نتایج گوگل نمایش داده می‌شود. اینجاست که باید کاربر تو یک نگاه قانع شود اگر روی سایت شما کلیک کند قرار است با چه نوع محتوا یا خدمات ارزشمندی مواجه شود و فرق شما با بقیه رقبا هم حوزه شما چیست.

تگ **robots**: به خزنده‌های گوگل اعلام می‌کند اصلاً شما قصد دارید صفحه شما سئو شود یا برای هدف دیگه ای یک صفحه طراحی کرده‌اید. ایندکس شدن یا نشدن صفحه را تعیین می‌کند. در ادامه معنی ایندکس را توضیح خواهم داد.

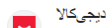


خرید قهوه ترک

All Images Videos Books More

Tools

About 23,900,000 results (0.34 seconds)



https://www.digikala.com/search/

قهوه - خرید انواع قهوه ترک، فرانسه، گلد، اسپرسو با قیمت عالی

title

خرید آنلاین انواع قهوه ترک، اسپرسو، نسله و کپسولی با درصد عربیکا و روبوستای مورد نظر شما از برندهای نسله، بن مانو، لاواتزا، استارباکس از سوپر مارکت آنلاین ...

meta description

قهوه ساز - قهوه فرانسه - قهوه فوری - قهوه اسپرسو

### ۳. توجه به URL ها

کوتاه بودن URL ها و استفاده از کلمات کلیدی اصلی در آن‌ها به سئو داخلی وبسایت کمک بسیاری می‌کند.

### ۴. تگ Headings

در سئو داخلی به  $h1$ ,  $h2$ ,  $h3$ , ... در متن‌های وبسایت بسیار باید توجه کنیم. این تگ‌ها به گوگل کمک می‌کند ساختار یا هدف یک صفحه را بسیار خوب متوجه شود. مثلاً اگر  $h1$  متن در یک صفحه "قهوه‌ترک چیست؟" باشد و تگ  $h2$  همان صفحه این باشد "طرز تهیه قهوه‌ترک" گوگل متوجه می‌شود که این صفحه قرار است راجع به قهوه‌ترک اطلاعات بدهد و این صفحه مناسب افرادی است که به دنبال کسب اطلاعات در حوزه قهوه هستند است و به آنها نمایش داده می‌شود.

### ۵. تحقیق کلمات کلیدی

از این طریق می‌توان متوجه شد که کاربرهایی که در حوزه کاری شما در حال سرچ در گوگل هستند به دنبال چه چیزی هستند؟ می‌توانید متوجه شوید حوزه شما چقدر در بازار رونق دارد و اصل مطلب این است که متوجه خواهید شد دقیقاً باید به دنبال چه چیزی بگردید تا در نتایج اول گوگل دیده شوید تا از این طریق کسب‌وکار خودتان یا کارفرما را رونق دهید. گاهی بعضی‌ها ساده می‌گیرند و می‌گویند خب این کلمات را می‌توان به راحتی حدس زد. اما اشتباه نکنید؛ چون حدس کجا و آنالیزها و الگوریتم‌های گوگل کجا.

از روی این کلمات است که صفحات ما سئو می‌شوند و به اصلاح در رتبه‌های اول گوگل قرار می‌گیرند. در یک کسب‌وکار هرچقدر صفحات ما در گوگل اول‌تر باشند شانس دیده شدن برند و فروشگاه ما بسیار بالاتر است. مثلاً شما اگر بخواهید کیف پول خرید کنید، در سایت‌های اول و دوم و سوم به دنبال یک کیف پول و خرید آن می‌گردید یا وارد سایت ۱۰۰ ام در لیست گوگل می‌شوید و خرید می‌کنید؟ صددرصد وارد سایت‌های اول می‌شوید و علاوه برای اینکه برای خرید اینترنتی به آنها بیشتر اعتماد می‌کنید، شاید اصلاً حوصله نداشته باشید ۱۰۰ تا سایت را بگردید تا برسید به خرید.

پس از طریق تحقیق کلمات کلیدی که مهم‌ترین قدم در سئو است، متوجه موارد زیر می‌شویم

- سختی سئو، هدف کاربر و تعداد جستجو

- متوجه می‌شویم حوزه‌ای که قرار است در آن فعالیت انجام بدهیم چه جایگاهی در بین مشتری ما یا کاربران دارد.

- متوجه میشویم دغدغه افراد چه چیزی است.

مثلاً اگر کسی در گوگل به دنبال خرید کیف پول باشد، چه چیزی سرچ می‌کند تا به کیف پول مورد نظرش برسد. مثلاً سرچ می‌کند "من یک کیف پول می‌خواهم"؟؟؟ یا سرچ می‌کند "خرید کیف پول"؟

یا اگر کیف برای مرد بخواهد سرچ می‌کند "کیف پول مردانه" یا "کیف پول پسرانه"؟  
برای مثال اگر افراد برای خرید کیف پول مردانه در گوگل سرچ کنند "خرید کیف پول پسرانه" پس شما هم باید برای دیده‌شدن رو این کلمه کلیدی کار کنید. پس حدس‌زدن کافی نیست و نیاز به تحقیق کلمات کلیدی احساس می‌شه.

#### ۶. چگالی کلمات کلیدی در متن

فرض کنید می‌خواهید یک صفحه را برای کلمه خرید قهوه سئو کنید. اگر مثلاً در یک صفحه‌ای به اندازه ۳۰۰۰ کلمه متن نوشته شده است فقط دو بار کلمه قهوه را نوشته باشید، طبیعتاً گوگل متوجه نمی‌شود کلمه خرید قهوه هدف شما برای سئو کردن اون صفحه است. اصولاً بین ۱ تا ۴ درصد از متن را باید کلمات کلیدی فراگیرید. مثلاً اگر یک صفحه وبلاگ ۲۰۰۰ هزار کلمه‌ای دارید، باید ۴ درصد کلمه کلیدی قهوه را تکرار کرده باشید. توجه کنید اگر کلمات کلیدی را خیلی خیلی زیاد در یک متن استفاده کنید ممکن است بابت دورزدن گوگل مجازات شوید و سئو شما هیچ‌وقت به حالت طبیعی برنگردد. اینجا اصطلاحاً **Keyword Stuffing** مطرح می‌شود. در گذشته هر چقدر بیشتر یک کلمه کلیدی در صفحه تکرار می‌شد، صفحه زودتر سئو می‌شد و در نتایج گوگل قرار می‌گرفت. اما در حال حاضر گوگل برای نمایش صفحه شما در نتایج برتر گوگل، معیارهای دیگری هم دارد و استفاده بیش از اندازه از کلمه کلیدی در یک صفحه نه تنها مفید نیست؛ بلکه زیان‌آور است. یک راه خیلی مهم وجود دارد برای استفاده از کلمات کلیدی زیاد در یک صفحه آن هم استفاده از مشتقات یک کلمه کلیدی است که در جلسات بعد راجبش صحبت خواهیم کرد.

#### ۷. توجه به رابط کاربری یا UX

در حال حاضر یکی از معیارهای اصلی گوگل برای نمایش یک صفحه در نتایج برتر این است که سایت شما کاربرپسند باشد و کاربر را به هدفش برساند. مثلاً وقتی کاربر سرچ می‌کند خواص قهوه و وارد صفحه‌ای سایت شما می‌شود، با محتوای مربوط به خواص چای مواجه نشود تا مجبور شود مجدد از سایت شما خارج شود و کلی سرچ کند تا به خواص قهوه برسد. پس باید به این نکته توجه کنید که رابط کاربری شما صورتی باشد که کاربر به راحتی به هدفش برسد. صفحه ریسپانسیو باشد و سرگرم‌کننده تا کاربر جذب مطالب و خدمات شما شود. متن‌ها و المان‌های شما بسیار ساده و کاربردی باشند. از تصاویر و ویدئو استفاده کنید و متن‌ها را زیبا بنویسید و به درستی ویراستاری کنید تا در یک نگاه کاربر از سایت شما زده نشود و خارج شود.

## ۸. سئو تکنیکال

گفتیم سه مرحله سئو مکمل یکدیگر هستند. کدنویسی بهینه و درست، استفاده از افزونه‌های مناسب و بهینه برای سایت‌های وردپرسی، سرعت بارگذاری و لود سریع یک صفحه از سایت، نشانه‌گذاری اطلاعات، ایجاد site map مناسب، کدنویسی یا ایجاد قسمت‌های پرس و پاسخ یا ثبت نظرات کاربر در یک صفحه یا همان تعامل کاربران با صفحات ما، پویاسازی صفحات و مجدداً همان تعامل کاربر با اطلاعات و خدمات صفحات سایت ما و... از نکات مهم و کلیدی برای بهبود سئو داخلی و تکنیکال محسوب می‌شوند.

## سئو خارجی یا off page

سئو خارجی شامل اقداماتی است که خارج از مرزهای یک وبسایت و صفحات آن انجام می‌شود. تمام اقداماتی که خارج از یک وبسایت بر سئوی آن سایت تأثیرگذار هستند، سئو خارجی نامیده می‌شود.

### ۱. بکلینک

اگر از سایت‌های دیگر به سایت شما لینک داده شود، فعالیت لینک‌سازی یا لینک خارجی اتفاق افتاده. این لینک‌هایی که از صفحات دیگر به سایت ما لینک می‌شوند اعتبار ما را افزایش می‌دهند. لینک‌دهی یکی از مهم‌ترین عوامل مهم سئو است؛ اما اینجا یک موضوع مهم مطرح می‌شود، اگر

کیفیت هاست خوب نباشد بکلینک سازی در بهبود رتبه گوگل کمک نمی کند پس در هنگام خرید هاست به آن دقت کنید حتماً.

برای درک بهتر بکلینک به این مثال توجه کنید. فرض کنید می خواهید یک سایت فروشگاهی فروش کتانی را سئو کنید. در این سایت هدف نمایش، صفحه محصول کتانی سفید زنانه به کاربران و افزایش فروش آن است. سایت دیجی کالا یک سایت معتبر از نظر گوگل است. اگر دیجی کالا در یکی از مقالات خود نوشته باشد برای خرید کتانی سفید زنانه به سایت مثلاً

majidtajanjari.com مراجعه کنید چه اتفاقی می افتد؟ یک سایتی که از نظر گوگل بسیار معتبر و پرکاربرد است، شمارا تأیید کرده و کاربران را برای خرید به شما هدایت کرده است پس گوگل هم به آن اعتماد می کند و بیشتر به صفحه وب سایت شما توجه می کند و در نتیجه رتبه بهتری به شما اختصاص می دهد تا کاربران بیشتری برای خرید کتانی به شما رجوع کنند؛ چون معتبر و فعال هستید. اصلاً link juice ینی همین.



وبلاگ‌سازی بهترین راه معرفی خدمات کسب کار شماست. وقتی از طریق ایجاد وبلاگ‌های متعدد سایت خود را بهینه تبلیغ کنید و کاربران هدف زیادی را جذب کنید، به سئو خارجی خود بسیار کمک کرده‌اید.

### ۳. رپورتاژ خبری

یک گزارش از فعالیت کسب‌وکار شما توسط مدیر تبلیغات یا روابط عمومی در سایت‌های خبری بزرگ انجام می‌شود و کاربران را به سمت برند یا سایت شما هدایت می‌کند برای استفاده از خدمات شما. دیده‌شدن در سایت‌های خبری بزرگ و معتبر شانس کلیک بر روی سایت شما را افزایش می‌دهد و کاربران زیاد تری وارد سایت شما خواهند شد. در نتیجه گوگل هم سایت شما را جزو سایت‌های برتر می‌شناسد.

توجه کنید سئو داخل و خارجی مکمل هم هستند. اگر برای مثال از یک سایت خبری ۱۰۰ کاربر بر روی سایت شما کلیک کنند؛ اما سایت شما از نظر رابط کاربری آن‌ها را راضی نگه ندارد و آن‌ها به سرعت از سایت شما خارج شوند، بنابراین در رتبه‌های برتر گوگل جایی نخواهید داشت.

### ۴. شبکه‌های اجتماعی

اشتراک‌گذاری پست‌های تأثیرگذار برای ارائه خدماتتان و هدایت آن‌ها به صفحه موردنظرتان. یا ارائه ویدئوهای تبلیغاتی در اپارت، یوتیوب و... آمار بازدید صفحات شما را افزایش می‌دهد.

پس فرق اساسی بین سئو داخلی و خارجی این است که سئو داخلی مربوط به المان‌های موجود در سایت شما دارد و شامل کدنویسی صحیح، ساختار درست، رابط کاربری و کاربرپسند بودن است و سئو خارجی مربوط به فعالیت‌هایی است که در خارج سایت شما در جهت بیشتر دیده‌شدن انجام می‌شود مثل لینک‌سازی، تبلیغات و... است.

در هنگام لینک‌دهی یک اصطلاح به نام انکر تکست مطرح می‌شود. مثلاً در متن زیر با انکر تکست "در آکواریوم دیده باشید" به صفحه محصول خرید یک آکواریوم لینک‌دهی انجام شده.

احتمال بسیار کمی وجود دارد که تابه‌حال ناروال یا شبه‌نهنگ تک‌شاخ را **در آکواریوم دیده باشید**. این امر علت معقولی دارد. در آمریکای شمالی دو تلاش برای نگهداری ناروال‌ها در اسارت وجود داشته است که هر دو با تراژدی به پایان رسیدند.

ناروال‌ها که نیزه‌ماهی نیز نامیده می‌شوند، گونه‌ای غیرعادی از نهنگ‌های دندان‌دار هستند که در آب‌های سرد شمال اقیانوس اطلس زندگی می‌کنند. طول بدن آن‌ها بدون احتساب دندان ماریچی که از سرشان بیرون می‌زند، ۳/۹۵ تا ۵/۵ متر است. ماهیت ترسو و خجالتی بودن این جانوران مطالعه آن‌ها را نسبتاً دشوار می‌کند، بنابراین بسیاری از جنبه‌های رفتار این حیوانات ناشناخته مانده است.

در هنگام لینک‌دهی هدف باید مشخص باشد. گاهی شاید بخواهیم از یک صفحه به صفحه دیگر چه داخلی به خارجی لینک بدهیم ولی نخواهیم از اعتبار خود برای آن صفحه خرج کنیم. مثلاً در یک مقاله به ویکی‌پدیا لینک می‌دهیم، ولی نمی‌خواهیم آن را تأیید کنیم یا از اعتبار خود به آن بدهیم. اینجاست که تعیین می‌کنیم.

در هنگام لینک‌دهی به‌صورت زیر عمل می‌کنیم

```
<a href="http://www.example.com">Example</a>
```

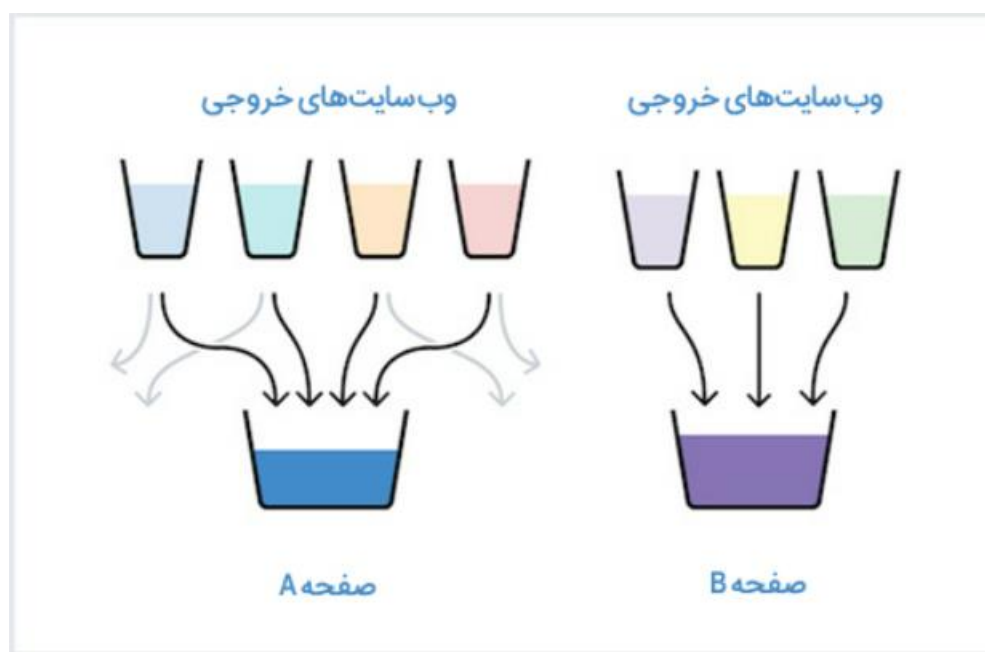
اگر از تگ `nofollow` استفاده شود، یعنی نباید اعتبار جابه‌جا شود به این صورت:

```
<a href="http://www.example.com" rel="nofollow">Example</a>
```



اگر از تگ **dofollow** استفاده شود، یعنی اعتبار جابه‌جا شود. همچنین، استفاده زیاد از لینک‌های **dofollow** مبنای تشخیص سایت‌های اسپمر و فروشنده لینک هستند. لینک‌های خروجی این سایت‌ها با وجود **dofollow** بودن به دلیل تعداد زیاد، ارزشی ندارند. یعنی حواستان باشد از چه سایتی بک‌لینک دریافت می‌کنید اون سایت ابتدا باید از نظر گوگل تأیید شده باشد و دارای اعتبار باشد تا به شما اعتبار دهد.

لینک‌های از نوع **sponsored** یعنی اینکه آن لینک، لینک تبلیغاتی است.  
لینک‌های از نوع **UGC** یعنی آن لینک، لینکی است که توسط کاربر مثلاً در قسمت پرس و پاسخ ساخته شده در هنگام تعامل.



به این عکس دقت کنید. 3 صفحه معتبر فقط به صفحه B لینک دادند. 4 صفحه معتبر به صفحه A لینک دادند. درسته که تعداد صفحاتی که به صفحه A لینک دادند بیشتره، اما چون علاوه بر صفحه A به صفحات دیگر هم حوزه هم لینک داند، پس صفحه B زودتر رشد کرده است.

پس راه‌های لینک‌سازی داخلی:

- خرید ریبورتاژ اگهی

- خرید بکلینک از سایت‌های معتبر
- تولید محتوا از طریق شبکه‌های اجتماعی و...
- ثبت نظرات کاربران

تا اینجا متوجه مراحل و عوامل مختلف جهت بهینه سازی وب سایت شدیم. در جلسه بعد در ارتباط با الگوریتم های گوگل صحبت خواهیم کرد تا ابتدا بدانیم طبق چه عملکردی گوگل بر سئوی داخلی و خارجی آنالیز انجام میدهد.