

حال و روز بازار سئو در سال ۱۴۰۲

سومین گزارش جامع سئو در ایران



فصل اول ▶

۳	تعداد شرکت‌کنندگان در سومین گزارش جامع سئوی تربیون
۴	ویژگی‌های دموگرافیک شرکت‌کنندگان در سومین گزارش جامع سئوی تربیون
۶	محل کار متخصصان سئو
۸	محل سکونت متخصصان سئو در سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲
۱۰	محل کار متخصصان سئو براساس محل سکونت
۱۲	محل سکونت متخصصان سئو براساس سن
۱۴	محل کار متخصصان سئو براساس سن
۱۶	سن متخصصان سئو براساس محل کار
۱۸	جنسیت متخصصان سئو براساس محل کار
۲۰	سابقه کار متخصصان سئو براساس محل کار

◀ فصل دوم

۲۴	میزان درآمد ماهانه متخصصان سئو
۲۶	درآمد متخصصان سئو براساس عنوان شغلی و جنسیت
۲۸	میزان درآمد براساس تعداد شغل
۳۰	میزان درآمد براساس سابقه کار
۳۲	میزان درآمد براساس عنوان شغلی
۳۴	میزان درآمد براساس محل سکونت
۳۶	میزان درآمد براساس محل کار
۳۸	میزان درآمد براساس تعداد پروژه
۴۰	سابقه کار براساس عنوان شغلی

◀ فصل سوم

۴۴	عنوان شغلی متخصصان سئو در آژانس‌ها
۴۶	نحوه دریافت پروژه از سوی فریلنسرها
۴۸	تعداد پروژه در حال مدیریت از سوی متخصصان سئو
۵۰	تأثیر تعداد شغل بر تعداد پروژه
۵۲	شغل رایج تکشغله‌ها، دوشغله‌ها و سهشغله‌ها

◀ فصل چهارم

۵۶	بودجه سئوی کارفرمایان در سال ۱۴۰۲
۵۸	بزرگترین انتظارات کارفرمایان در سال ۱۴۰۲
۶۲	بزرگترین چالش‌های متخصصان سئو با کارفرمایان در سال ۱۴۰۲

► فصل پنجم

۶۶	عنوان شغلی متخصصان سئو در شرکت‌ها
۶۸	تعداد اعضای شرکت‌های دارای تیم سئو
۷۰	تعداد اعضای تیم سئوی شرکت‌ها
۷۲	نسبت تعداد اعضای تیم سئو به تعداد اعضای شرکت‌ها

► فصل ششم

۷۶	بودجه سئوی شرکت‌ها در سال ۱۴۰۲
۷۸	مهمترین انتظارات شرکت‌ها از متخصصان سئو

◀ فصل هفتم

۸۲	چالش‌های متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲
۸۶	چالش‌های متخصصان سئو براساس محل کار
۸۸	چالش‌های متخصصان سئو براساس سابقه کار
۹۰	تأثیر تغییرات الگوریتم‌های گوگل
۹۲	سخت‌ترین فعالیت‌های حوزه سئو

◀ فصل هشتم

۹۶	معیارهای سنجش میزان موفقیت پروژه‌های سئو
۹۸	معیارهای سنجش میزان موفقیت پروژه‌های سئو براساس سابقه کار
۱۰۰	مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌های از سوی گوگل در سال ۱۴۰۲

◀ فصل نهم

- ۱۰۶ مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در ۲ سال آینده
- ۱۰۸ بزرگ‌ترین تهدیدهای حوزه سئو در ۲ سال آینده
- ۱۱۲ میزان تمایل متخصصان سئوبرای ادامه فعالیت در حوزه سئو در ۵ سال آینده

◀ فصل دهم

- ۱۱۶ موارد استفاده از هوش مصنوعی در حوزه سئو

◀ فصل یازدهم

- ۱۲۲ یادگیری مهارت‌های جدیدی برای بهبود عملکرد سئو
- ۱۲۴ اقدام به مهاجرت از سوی متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲

مقدمه

تربیون در حالی سومین گزارش جامع سئوی ایران را منتشر می‌کند که در پنجمین سال تأسیس خود قرار دارد و حضور بیش از ۴۳۰هزار کسب‌وکار، در کنار ۱۲هزار رسانه فارسی و بین‌المللی، مسئولیت این پلتفرم را به عنوان رهبر بازار رپورتاژ آگهی ایران، دو چندان کرده است.

بخش بزرگی از مسئولیت رهبران بازار در حوزه‌های مختلف، توسعه بازار، توانمندسازی فعالان و تسهیل ورود نسل جدید به بازار است. یکی از بهترین راه‌ها برای رسیدن به این هدف، ایجاد شفافیت از طریق تهیه و انتشار گزارش‌های جامع و داده محور است. سومین گزارش جامع سئوی تربیون با پشتوانه تجربه گزارش‌های جامع سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۰، دریافت بازخوردهای ارزشمند فعالان سئو و جلسات تخصصی با خبرگان ایرانی این حوزه، تهیه شده است و پیش‌روی شما قرار دارد.

◀ قدردانی به پاس همراهانی



▪ علیرضا ناجی

مشاور سئو



▪ میلاد شولی

مشاور سئو



▪ عادل طالبی

بنیان‌گذار آگانس
دیجیتال مارکتبینگ منظم



▪ امین اسماعیلی

مدیر ارشد عملیات و بسیما



▪ رضا شیرازی

بنیان‌گذار و مدیرعامل جت سئو



▪ محسن طاووسی

مجرجی و مدرس سئو

از همراهی شما متشکریم ▶

بیشترشدن مشارکت افراد در یک پژوهش باعث افزایش میزان اعتبار و دقت آن می‌شود. در همین راستا در سومین گزارش جامع سئو، تربیون از ظرفیت مجموعه‌های «ایران تلنت»، «آزانس خلاقیت وبسیما»، «آکادمی منظم» و «جت سئو» استفاده کرده است. از همراهی خالصانه این مجموعه‌های معتبر و خوش نام برای شکستن رکورد تعداد شرکتکنندگان تهییه سومین گزارش جامع سئوی ایران، صمیمانه سپاسگزاریم.





۶۶ علیرضا ناجی

مشاور سئو



گردآوری و تحلیل داده به انسان و ماشین قدرت پیش‌بینی می‌دهد. به خصوص در حوزه‌ای مانند سئو که به لطف تحولات اخیر موتورهای جستجو با هوش مصنوعی، مسیر دگرگونی را به سرعت پشت سر گذاشته و بازار خود را نیز عمیقاً تحت تأثیر قرار می‌دهد. در چنین شرایطی قدرت Community را نباید دست‌کم گرفت، مبحثی مهم که می‌تواند پایداری اکوسیستم را تحت شعاع قرار دهد. وقتی بتوانیم جامعه‌مان را بشناسیم، آن‌وقت می‌توانیم بگوییم آگاه هستیم؛ در نتیجه دید واضح‌تری نسبت به آینده کسب‌وکارمان خواهیم داشت. یکی از ابزارهای ضروری که به ترسیم هرچه دقیق‌تر دورنمای این صنعت کمک می‌کند، گردآوری اطلاعات و تبدیل آن‌ها به یک گزارش جامع است. اقدامی مؤثر که قدرت تصمیم‌گیری را افزایش می‌دهد و نقاط ضعف یا قوت بازار را برای فعالان حوزه، در معرض دید قرار می‌دهد.

و در نهایت، این گزارش‌ها با ارائه معیارهای اصولی برای سنجش عملکرد، استانداردهای صنعت سئو را در کشور ارتقا داده و کیفیت ارتباط جامعه متخصصین با کارفرمایان را بهبود می‌بخشد. امری مرسوم در کشورهای توسعه‌یافته که تداوم آن در وب فارسی برای تحلیل میزان کارایی و اثربخشی بازار سئو آن هم طی بازه‌های زمانی مختلف، بسیار حیاتی است.

سومین گزارش جامع سئو در یک نگاه ▶

- رشد ۳۰درصدی تعداد مشارکت‌کنندگان در پژوهش سومین گزارش جامع سئو نسبت به گزارش پارسال و رسیدن به ۸۲۲ نفر
- درآمد بالای ۴۰میلیون تومان ۶۰درصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲ میانگین درآمد مدیران سئوی خانم و آقا؛ به ترتیب ۱۹ و ۲۶میلیون تومان
- فعالیت ۴۵درصد از متخصصان سئوی ساکن پایتخت در تیم‌های داخلی شرکت‌ها
- شیوه دریافت اکثر پروژه‌های فریلنسرهای حوزه سئو؛ «معرفی شدن از طریق دوستان و کارفرمایان قبلی»
- افزایش بودجه سئوی ۴۵درصد از کارفرمایان و ۶۶درصد از شرکت‌ها
- بزرگ‌ترین انتظار کارفرمایان؛ «افزایش فروش»
- بزرگ‌ترین چالش با کارفرمایان؛ «عدم صبر کافی در روند پروژه‌های سئو»
- بزرگ‌ترین انتظار شرکت‌ها از متخصصان سئو؛ «بهبود کلمات کلیدی»
- ۴۲درصد از متخصصان سئوی فعال در تیم‌های داخلی شرکت‌ها، کارشناس سئو هستند.

- بزرگ‌ترین چالش متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲؛ «ناآگاهی کارفرمای از روند یک پروژه سئو»
- تأثیر مثبت تغییرات الگوریتم‌های گوگل از نظر ۱۴۹ درصد از متخصصان سئو
- «بهبود رتبه کلمه کلیدی»، برترین معیار سنجش میزان موفقیت متخصصان سئو
- «تولید محتوا مفید و با کیفیت»؛ مهم‌ترین عامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در سال ۱۴۰۲
- تغییر رفتار کاربران به‌واسطه پیشرفت‌هترشدن هوش مصنوعی؛ بزرگ‌ترین تهدید سئو در ۲ سال آینده «تولید محتوا متنی»؛ بزرگ‌ترین استفاده متخصصان سئو از ابزارهای هوش مصنوعی
- اقدام به مهاجرت ۱۴۹ درصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲

فصل اول ▶

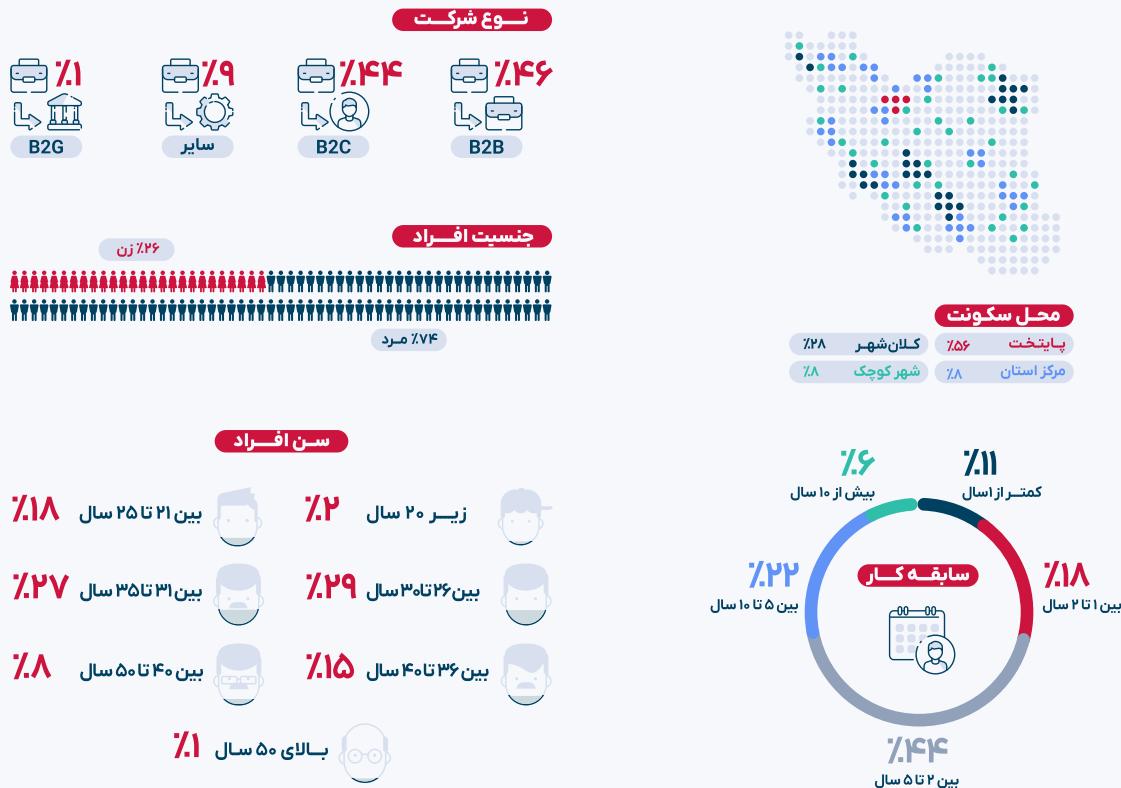
مشخصات جامعه تخصصی سئوی ایران

- تعداد مشارکت‌کنندگان در سومین گزارش جامع سئوی ایران
- ویژگی‌های دموگرافیک
- متخصصان سئو کجا کار می‌کنند؟
- مقایسه محل سکونت متخصصان سئوی ایران در سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲
- پراکندگی محل کار متخصصان سئو نسبت به محل سکونت
- پراکندگی محل سکونت متخصصان سئو نسبت به سن
- محل کار متخصصان سئو نسبت به سن
- هرم سنی متخصصان سئو در شغل‌های مختلف
- نسبت جنسیت متخصصان سئو به محل کار آن‌ها
- نسبت سابقه به محل کار متخصصان سئو

▶ حضور ۸۲۲ متخصص سئو در پژوهش سال ۱۴۰۲

- در پژوهش سومین گزارش جامع سئو، ۸۲۲ نفر مشارکت داشته‌اند که نسبت به سال قبل ۵۰ درصد رشد داشته است.
- ۱۲۱ نفر از پاسخ‌دهندگان، به دلیل نداشتن فعالیت در حوزه سئو، به ادامه پرسشنامه پاسخ نداده‌اند.
- در نهایت سومین گزارش جامع سئوی ایران با پاسخ‌های ۷۰۱ متخصص سئو تهیه شده است.
- نرخ پاسخ‌دهی ۶۵ درصد و میانگین زمان پاسخ‌دهی بالای ۲۲ دقیقه، نشان از مسئولیت‌پذیری پاسخ‌دهندگان و ارزش گزارش جامع سئو برای متخصصان و فعالان این حوزه دارد.

ویژگی‌های دموگرافیک جامعه سئوی ایران



خانم‌ها کمتر از یک‌سوم جامعه سئو را تشکیل می‌دهند

۲۶ درصد از فعالان حوزه سئوی ایران را خانم‌ها تشکیل می‌دهند که نسبت به سال قبل با رشد ۸ درصدی همراه بوده است.

۶۵ درصد از فعالان سئوی ایران بین ۲۶ تا ۳۵ سال سن دارند.

۴۴ درصد از فعالان سئوی ایران «۲ تا ۵ سال» سابقه کار دارند و تنها ۶ درصد از آن‌ها «بیش از ۱۰ سال» در حوزه سئو مشغول به فعالیت هستند.

بیش از نیمی از فعالان سئوی ایران در «پایتخت» و ۲۸ درصد از آن‌ها در «کلان‌شهرها» سکونت دارند.



محل کار متخصصان سئو



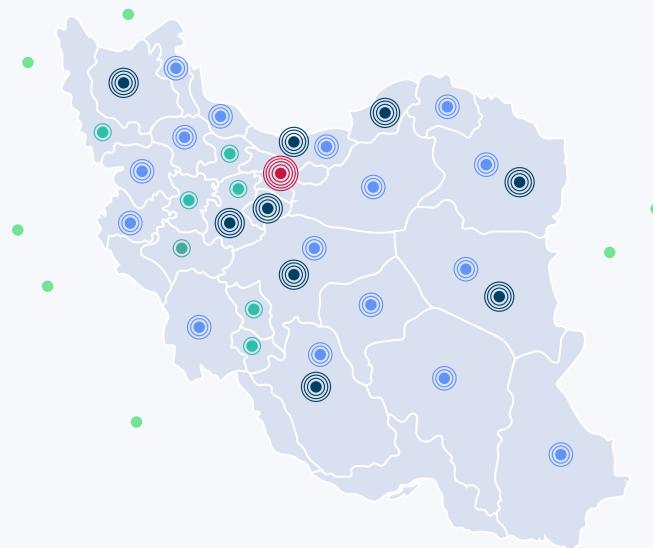
محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

در این سوال پاسخدهندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند.

متخصصان سئو ترجیح می‌دهند «فریلنسر/مشاور» باشند

در سال ۱۴۰۲ میزان متخصصان سئوی فعال در «تیم‌های داخلی شرکت‌ها» با کاهش ۸درصدی به ۱۴٪ ادرصد رسیده است. این در حالی است که میزان متخصصان سئوی «فریلنسر/مشاور» با رشد ۱۹درصدی به ۱۴٪ ادرصد، میزان متخصصانی که روی «سئوی سایت خود» کار می‌کنند با رشد ۲۸درصدی به ۳۶درصد و میزان متخصصان سئوی شاغل در «آژانس‌های سئو» با نرخ رشد ۶درصدی به ۱۴درصد رسیده است.

محل سکونت متخصصان سئو در سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲



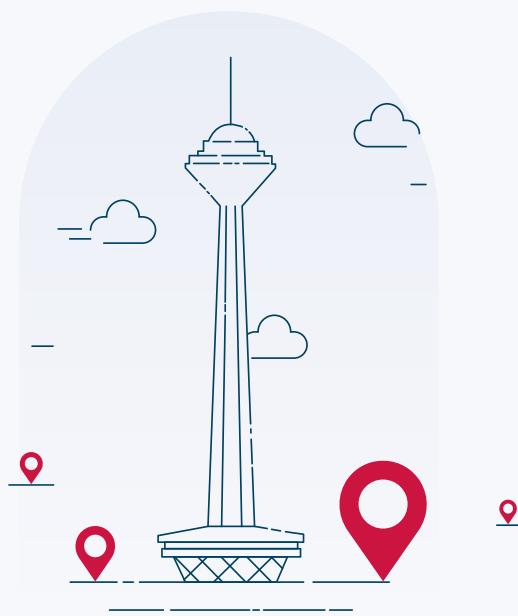
٪۰	٪۸	٪۸	٪۲۸	٪۵۶	۱۴۰۲
٪۱	٪۶	٪۷	٪۲۵	٪۶۱	۱۴۰۱

● پاییخت ● کلان شهر ● شهرکوچک ● خارج از کشور ● شهربازار

شهر محل سکونت خود را بنویسید.

تقریباً نیمی از متخصصان سئو ساکن تهران هستند

در حالی که در سال ۱۴۰۲ میزان متخصصان سئوی ساکن تهران، ۸ درصد نسبت به سال گذشته کاهش داشته است؛ متخصصان سئوی ساکن کلان‌شهرها، مراکز استان و شهرهای کوچک به ترتیب ۱۲، ۱۴ و ۲۶ درصد رشد داشته‌اند.



محل کار متخصصان سئو براساس محل سکونت



فریلنسر - مشاور



کار روی سئوی سایت خود



تیم داخلی شرکت



آزادسازی



محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

شهر محل سکونت خود را بنویسید

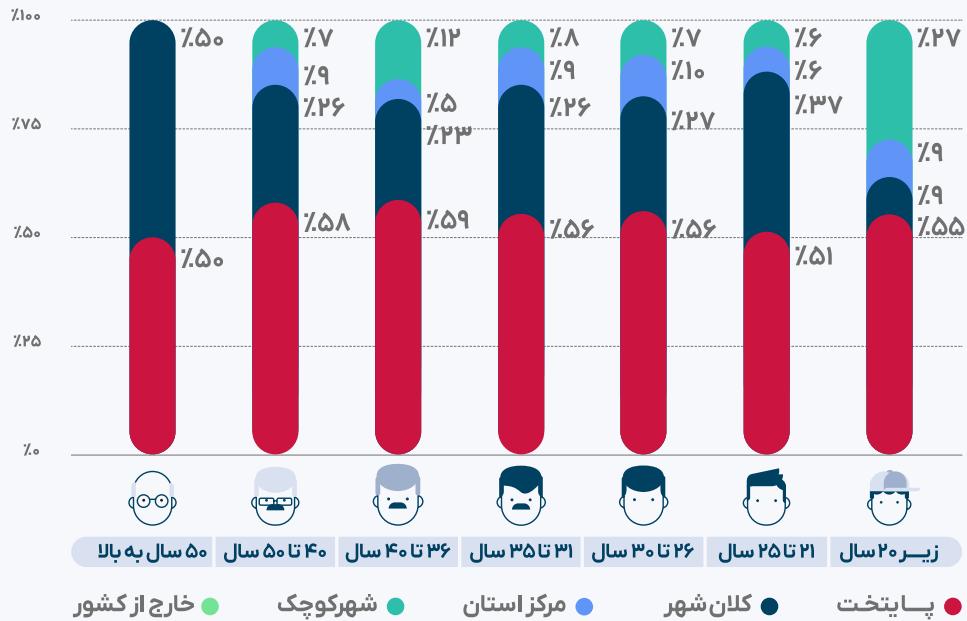
فعالیت در «تیم‌های داخلی شرکت‌ها» برای پایتخت‌نشینان محبوبیت بیشتری دارد

۵۴درصد از متخصصان سئوی ساکن پایتخت در «تیم‌های داخلی شرکت‌ها» و ۲۵درصد آنان به‌شکل «فریلنسر/مشاور» فعالیت می‌کنند.

در کلان‌شهرها استقبال از فعالیت به‌عنوان «فریلنسر/مشاور» ۷درصد بیشتر از فعالیت در تیم‌های داخلی شرکت‌هاست.

اولین و دومین محل کار پرطرفدار برای متخصصان سئوی ساکن در شهرهای کوچک به ترتیب «کار روی سایت خود» و «فریلنسر/مشاور» بوده است.

محل سکونت متخصصان سئو براساس سن



شهر محل سکونت خود را بنویسید
سن شما در کدام بازه قرار می‌گیرد؟



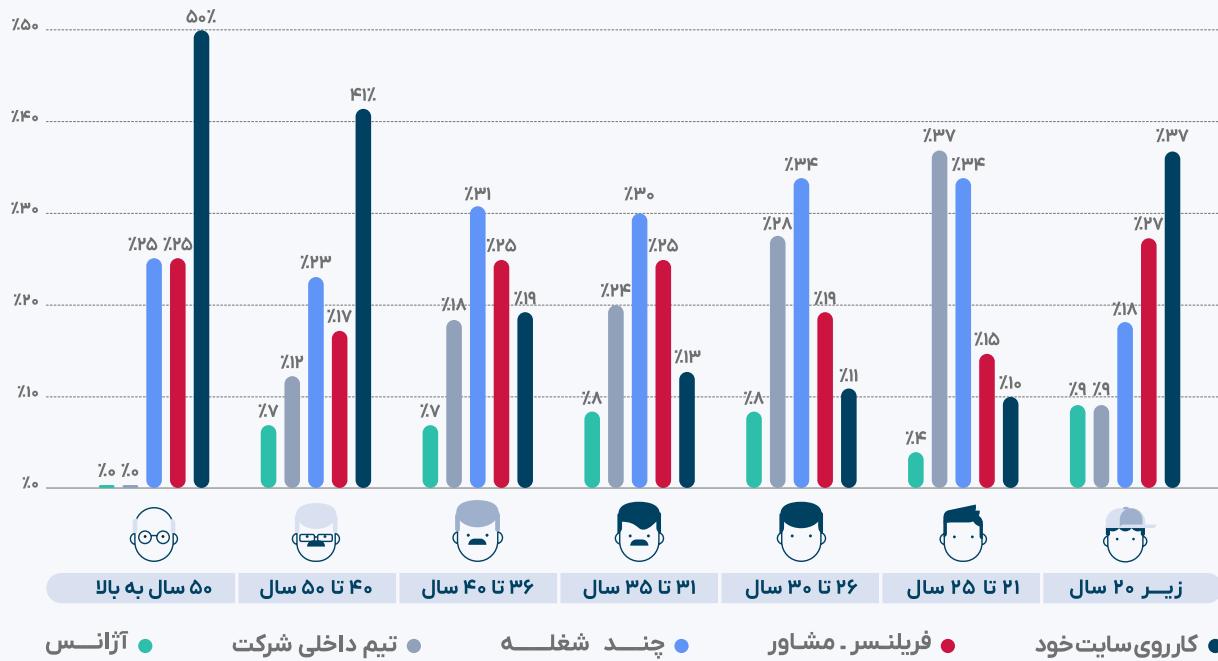
بیش از ۸۰ درصد از متخصصان سئوی زیر ۲۰ سال، ساکن پایتخت یا شهرهای کوچک هستند

استقبال جوانان زیر ۲۰ سال از سئو در افراد ساکن «پایتخت» و «شهرهای کوچک» به مراتب بیشتر از همسالانشان در «کلانشهرها» و «مراکز استان» است.

۵۵ درصد از متخصصان سئوی پایتخت و ۲۷ درصد از متخصصان سئوی شهرهای کوچک را جوانان زیر ۲۰ سال تشکیل می‌دهند؛ در حالی که این آمار در ساکنیں «کلانشهرها» و «مراکز استان»، به ۹ درصد می‌رسد.



محل کار متخصصان سئو براساس سن



سن شما در کدام بازه قرار می‌گیرد؟

محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

با افزایش سن تمایل به چندشغله بودن در حوزه سئو کاهش پیدا می‌کند

درصد از متخصصان سئوی زیر ۲۰ سال که جوانترین افراد حوزه سئو هستند، روی سایتها خود کار می‌کنند.

در حالی که متخصصان سئوی زیر ۲۰ سال و بالای ۴۰ سال، بیشتر از باقی سالیان روی سئوی سایت خود فعالیت می‌کنند، میزان این فعالیت در میان افراد ۲۱ تا ۴۰ سال به حداقل می‌رسد.

تقریباً هیچ کدام از متخصصان سئوی بالای ۵۰ سال در «تیم‌های داخلی شرکت‌ها» و «آژانس‌های سئو» فعالیت نمی‌کنند.

سن متخصصان سئو براساس محل کار



سن شما در کدام بازه قرار می‌گیرد؟

محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

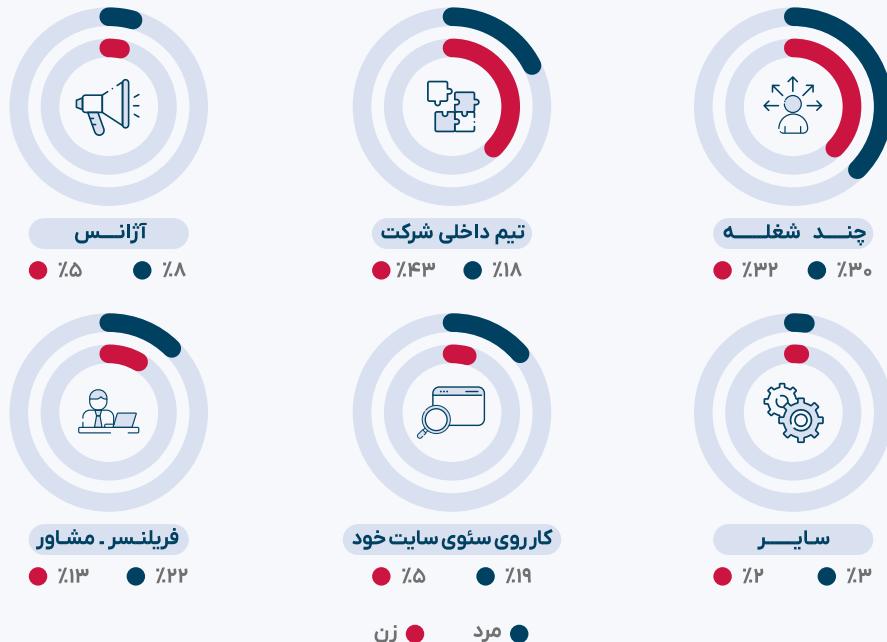
بعد از ۱۴ سالگی تمایل به فعالیت «روی سئوی سایت خود»، تقریباً ۳ برابر سایر فعالیت‌هاست

۱۴ درصد از متخصصان سئوی مشغول در آژانس‌های سئو بین ۲۶ تا ۳۵ سال سن دارند. همچنین ۸۵ درصد از متخصصان سئو که در تیم‌های داخلی شرکت‌ها فعالیت می‌کنند بین ۲۱ تا ۳۵ سال سن دارند.

تیم‌های سئوی شرکت‌ها بیشتر از بقیه محل کارها میزبان جوانان بین ۲۱ تا ۲۵ سال هستند. ۷۸ درصد از متخصصان سئو که دارای چند شغل هستند بین ۲۱ تا ۳۵ سال سن دارند.



جنسيت متخصصان سئو براساس محل کار



شهر محل سکونت خود را بنویسید
جنسيت خود را مشخص کنید

*متخصصانی که بیش از یک « محل کار » در حوزه سئو دارند، در دسته « چندشغله » قرار گرفته‌اند.

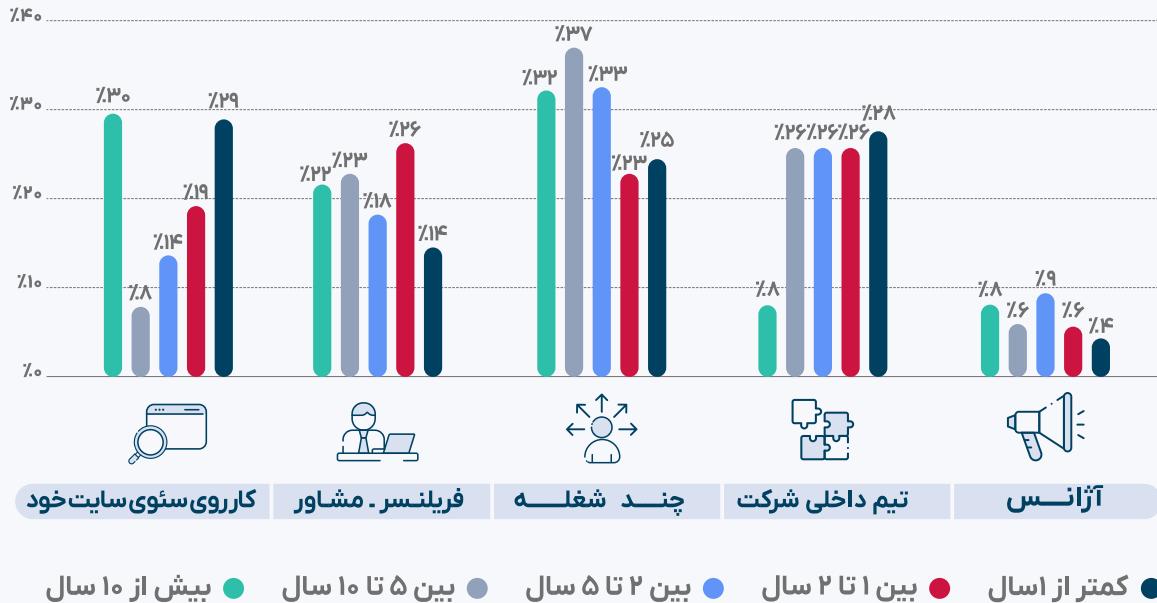
۱۴۳ درصد از متخصصان سئوی خانم در تیمهای داخلی شرکت‌ها فعالیت می‌کنند

میزان متخصصان سئوی خانم در «تیمهای داخلی شرکت‌ها»، ۲۵ درصد بیشتر از متخصصان سئوی آقاست.

میزان متخصصان سئوی آقایی که روی سئوی سایت خود فعالیت می‌کنند، ۱۴ درصد بیشتر از متخصصان سئوی خانم است.

۳۲ درصد از متخصصان سئوی خانم و ۳۰ درصد از متخصصان سئوی آقا، چند شغل در زمینه سئو دارند.

سابقه کار متخصصان سئو براساس محل کار



محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

سن شما در کدام بازه قرار می‌گیرد؟

۳۷ درصد از متخصصان سئو با «۵ تا ۱۰ سال» سابقه کار چندشغله هستند

۲۹ درصد از افرادی که در حوزه سئو «کمتر از ۱ سال» سابقه کار دارند، روی سئوی سایت خود و ۲۸ درصد از آن‌ها در تیم‌های داخلی شرکت‌ها فعالیت می‌کنند. افراد دارای «۱ تا ۲ سال» سابقه کار، به فعالیت در «تیم‌های داخلی شرکت‌ها» (۲۶ درصد) یا به عنوان «فریلنسر/مشاور» (۲۶ درصد) به یک اندازه علاقه دارند.

◀ فصل دوم

درآمد متخصصان سئو و عوامل موثر بر آن

- درآمد ماهانه متخصصان سئو چقدر است؟
- عنوان شغلی و جنسیت در حوزه سئو چه تأثیری بر درآمد ماهانه دارد؟
- تعداد شغل بیشتر ضامن درآمد بالاتر است؟
- سابقه کار تا چه حد تعیین‌کننده میزان درآمد است؟
- عنوان شغلی چگونه بر درآمد ماهانه تأثیر داشته است؟
- متخصصان سئوی ساکن در چه شهرهایی درآمد بالاتری دارند؟
- محل کار متخصصان چه تأثیری بر درآمد آنها دارد؟
- میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئو نسبت به تعداد پروژه‌های آنها چقدر است؟
- آیا سابقه کار بیشتر عنوان شغلی بهتری را مژده می‌دهد؟

میزان درآمد ماهانه متخصصان سئو

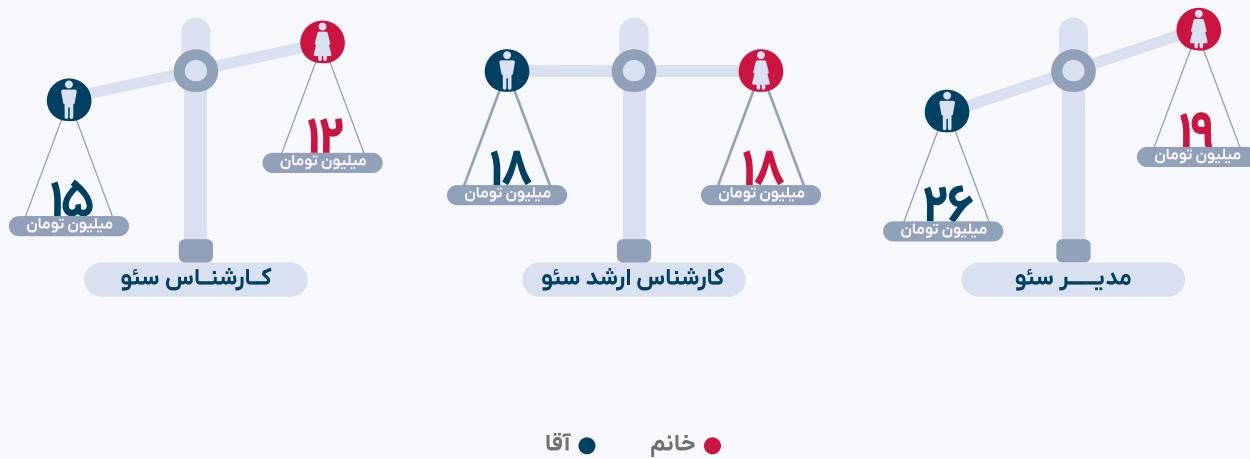


درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

درآمد متخصصان سئوی ایران در سال ۱۴۰۲ چقدر است؟

۴۰درصد از متخصصان سئوی ایران در سال ۱۴۰۲ بیش از ۲۰میلیون تومان درآمد ماهانه داشته‌اند. همچنین درآمد ماهانه ۳۹درصد از آنان زیر ۱۲میلیون تومان بوده است.

میانگین درآمد متخصصان سئو براساس عنوان شغلی و جنسیت



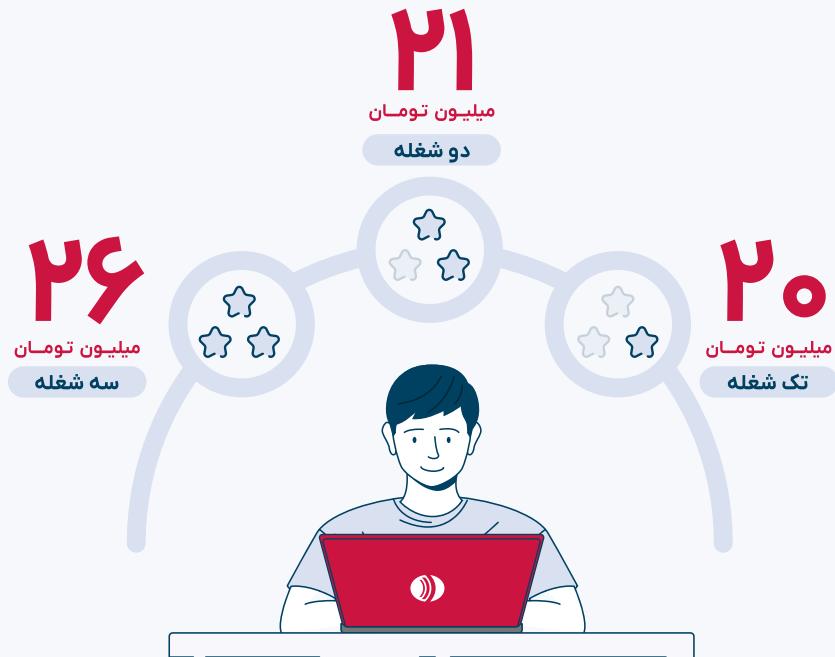
درآمد شما در کدام بازه قرار دارد؟

جنسیت خود را مشخص کنید

دستمزد متخصصان سئوی خانم و آقا برابر نیست!

با وجود اختلاف چشمگیر، میانگین حقوق آقایان و خانمها در سطح «مدیر» و «کارشناس سئو»، «کارشناسان ارشد» آقا و خانم حقوقی یکسان دریافت می‌کنند. مدیر شدن در حوزه سئو، دستمزد خانم‌هایی که «کارشناس ارشد» هستند را تنها امیلیون تومان افزایش می‌دهد.

میزان درآمد براساس تعداد شغل



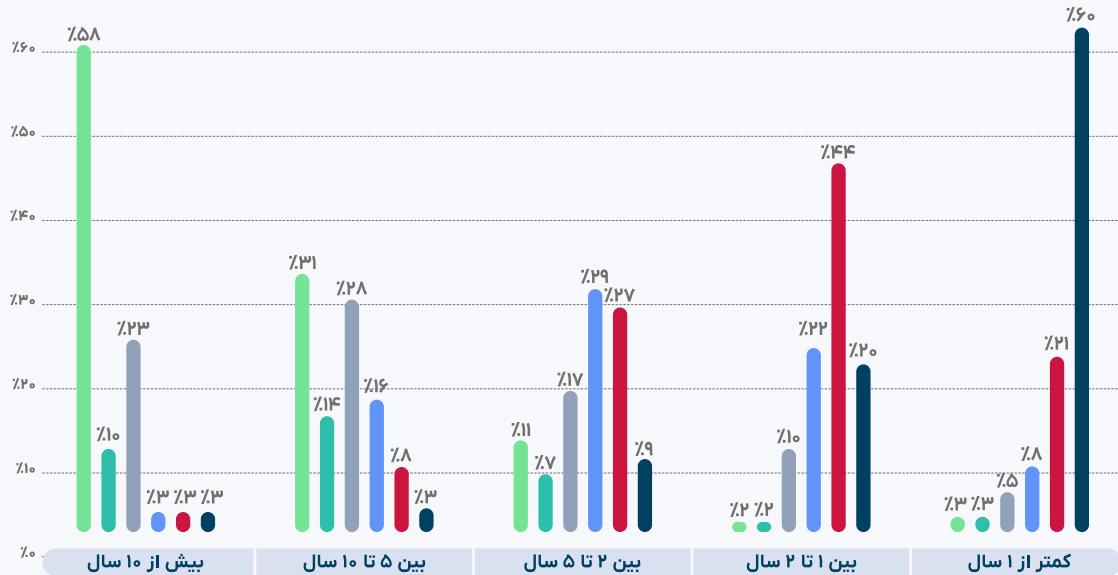
محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

درآمد یک شغل‌ها و دو شغل‌ها در حوزه سئو، تفاوت معناداری ندارد

متخصصان سئوی ایران برای کسب درآمد بیشتر باید «سه شغل» داشته باشند. درآمد متخصصان سئوی دارای یک، دو و سه شغل به ترتیب ۲۰، ۲۱ و ۲۶ میلیون تومان است. تفاوت میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئوی دارای «یک شغل» و «دو شغل» در سال ۱۴۰۲ نیز مانند سال ۱۴۰۱، تنها ۱ میلیون تومان بوده است.

میزان درآمد براساس سابقه کار



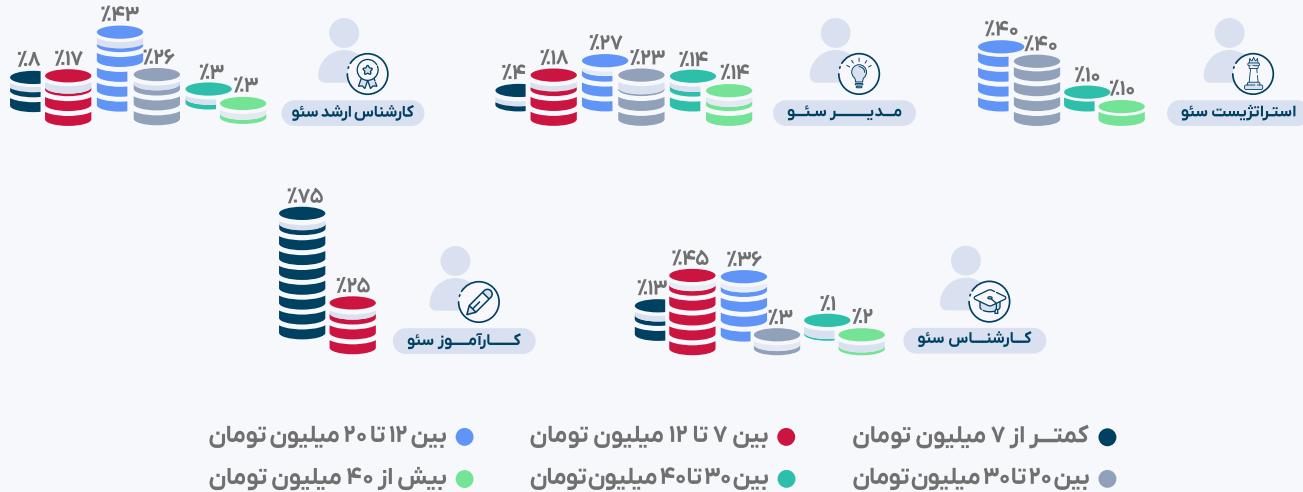
- بین ۷ تا ۱۲ میلیون تومان
- بین ۱۲ تا ۲۰ میلیون تومان
- بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون تومان
- بین ۳۰ تا ۴۰ میلیون تومان
- بیش از ۴۰ میلیون تومان

درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟
چند سال سابقه کار مرتبط در حوزه سئو دارید؟

میزان درآمد متخصصان سئو با سابقه کار آن‌ها رابطه مستقیم دارد

درصد از افراد دارای سابقه کاری «بالای ۱۰ سال»، زیر ۲۰ میلیون تومان درآمد دارند.^۹

میزان درآمد براساس عنوان شغلی در شرکت‌ها



نقش خود را چگونه توصیف می‌کنید؟
درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

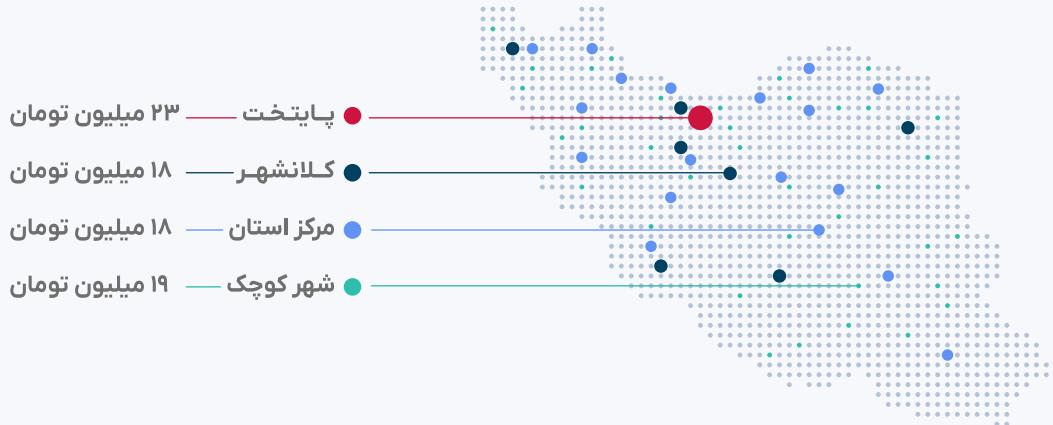
این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟»، گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

۱۶درصد از مدیران و هادرصد از استراتژیست‌های سئو بالای ۱۴میلیون تومان حقوق می‌گیرند

۲۰درصد از «استراتژیست‌های سئو» حقوق بالای ۱۳میلیون تومان دریافت می‌کنند، در حالی که ۲۸درصد از «مدیران سئو» چنین درآمدی در ماه دارند. در تیمهای داخلی شرکت‌ها بالاترین میزان حقوق را «مدیران و استراتژیست‌های سئو» دریافت می‌کنند.

در سال ۱۴۰۲ نزدیک به ۶۴درصد از «کارشناسان سئو» حقوق زیر ۱۲میلیون تومان در ماه دریافت کرده‌اند. در صورتی که تنها ۲۵درصد از «کارشناسان ارشد سئو» در این سال، حقوق زیر ۱۲میلیون تومان در ماه داشته‌اند.

میزان درآمد براساس محل سکونت



- **پایتخت:** تهران
- **کلان شهر:** اصفهان، اهواز، تبریز، شیراز، قم، کرج، مشهد
- **مرکز استان:** اردبیل، ارومیه، بجنورد، بندرعباس، بوشهر، بیргند، رشت، ساری، سمنان، سمندج، شهرکرد، قزوین، قم، کرمان، کرمانشاه، گرگان، همدان، یاسوج، یزد
- **شهر کوچک:** آمل، بابل، بانه، بندر انزلی، بهارستان، بوکان، تربت حیدریه، تنکابن، جهرم، خرمآباد، دزفول، دهگران، رباط کریم، رودسر، ساوه، سبزوار، کاشان، کوه دشت، گنبد کاووس، لاهیجان، مبارکه، محلات، نجفآباد، نیشابور و ...

به جز پایتخت، محل سکونت تأثیری بر میزان درآمد ندارد

متخصصان سئوی ساکن در شهرهای کوچک درآمد بیشتری نسبت به متخصصان سئوی ساکن در کلان‌شهرها و مراکز استان داشته‌اند.

میزان افزایش درآمد ماهانه متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲ نسبت به سال ۱۴۰۱:

پایتخت: ۵۶ درصد

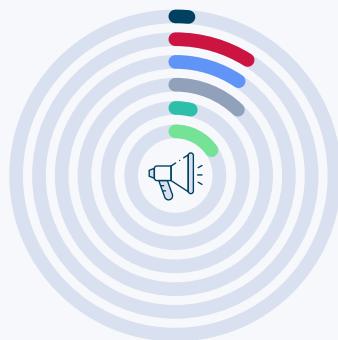
کلان‌شهرها: ۴۴ درصد

مراکز استان: ۵۹ درصد

شهرهای کوچک: ۷۱ درصد



میزان درآمد براساس محل کار



● بین ۷ تا ۱۰ میلیون تومان
● بین ۴ تا ۷ میلیون تومان
● بیش از ۱۰ میلیون تومان

● بین ۷ تا ۱۰ میلیون تومان
● بین ۴ تا ۷ میلیون تومان
● بین ۱۰ تا ۱۴ میلیون تومان

● کمتر از ۷ میلیون تومان
● بین ۱۰ تا ۱۴ میلیون تومان
● بین ۷ تا ۱۰ میلیون تومان

درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟
محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

* این نمودار براساس اطلاعات افرادی است که یک شغل دارند و تنها درآمد ماهانه آن‌ها از طریق همان است.

متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها درآمد بیشتری دارند

میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها، فریلنسر/مشاورها و افرادی که در تیم‌های داخلی شرکت‌ها فعالیت می‌کنند، به ترتیب ۲۶، ۲۲ و ۱۷ میلیون تومان است.

در حالی که ۵۴ درصد از متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها و ۴۶ درصد از متخصصان سئوی فریلنسر/مشاور «بالای ۲۰ میلیون تومان» درآمد دارند، تنها ۲۶ درصد از متخصصان سئوی شاغل در تیم‌های داخلی شرکت‌ها حقوق «بالای ۲۰ میلیون تومان» می‌گیرند.

میزان درآمد براساس تعداد پروژه



درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟
در حال حاضر روی چند پروژه کار می‌کنید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند.

با افزایش تعداد پروژه، ارزش ریالی آن‌ها کاهش پیدا می‌کند

میانگین درآمد ماهانه افرادی که در «آژانس‌های سئو» یا به‌شکل «فریلنسر/مشاور» فعالیت می‌کنند و بین ۶ تا ۱۰ پروژه دارند، ۳۶ میلیون تومان است.

برای فریلنسر/مشاورها و متخصصانی که در آژانس‌های سئو فعالیت می‌کنند، شبیب افزایش درآمد ملایم‌تر از شبیب افزایش تعداد پروژه است؛ به نظر می‌رسد هر چه تعداد پروژه‌های این افراد بالاتر می‌رود، ارزش ریالی هر پروژه با کاهش روبرو می‌شود.

سابقه کار براساس عنوان شغلی



چند سال سابقه کار مرتبط در حوزه سئو داردید؟

محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

حدود دوسوم از کارشناسان ارشد و نیمی از کارشناسان سئو، بین ۲ تا ۵ سال سابقه کار دارند

در سال ۱۴۰۲، یک‌چهارم متخصصان سئوی دارای «۱ تا ۲ سال» سابقه کار، عنوان شغلی خود را کارآموز توصیف کرده‌اند؛ در حالی که در سال ۱۴۰۱، تنها ۵ درصد از افراد با ویژگی‌های مشابه، کارآموز بوده‌اند.

همچنین در سال ۱۴۰۱، ۶۶ درصد از متخصصان سئو با سابقه کار «بیش از ۱۰ سال»، نقش خود را مدیر سئو عنوان کرده بودند؛ اما در سال ۱۴۰۲، ۵ درصد از افرادی که این میزان سابقه کار دارند، مدیر سئو هستند.

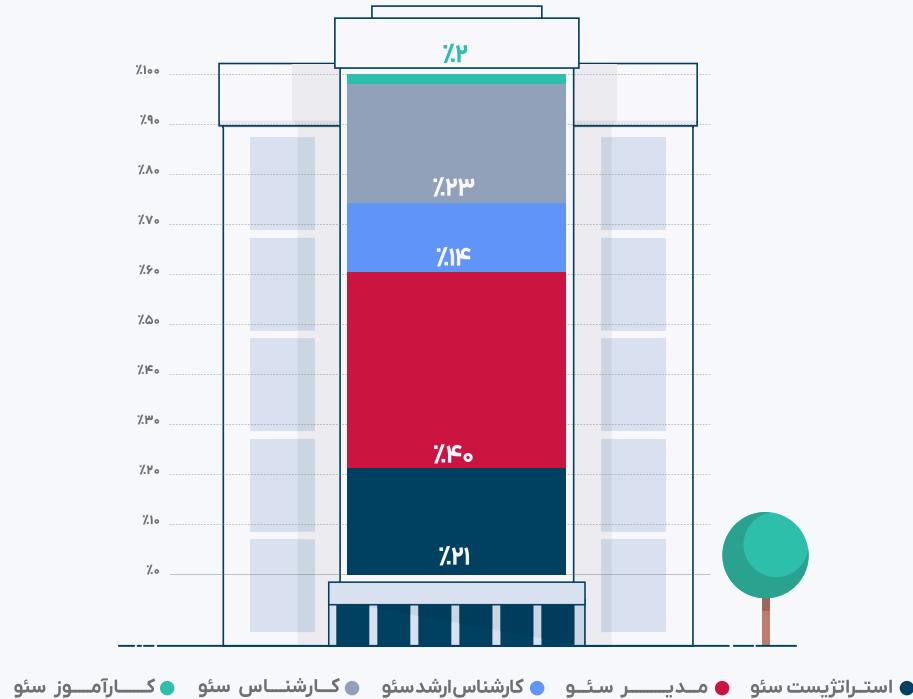
بیشترین بازه سابقه کار ۴۷ درصد از «مدیران» و ۴۴ درصد از «استراتژیست‌های سئو» ۵ تا ۱۰ سال است.

▶ فصل سوم

کارنامه ۱۴۰۲ فریلنسرها، مشاوران، متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها

- نقش متخصصان سئو در آژانس‌های سئو چیست؟
- فریلنسرها چگونه پروژه دریافت می‌کنند؟
- متخصصان سئو به‌شکل هم‌زمان روی چند پروژه کار می‌کنند؟
- تعداد شغل چه تأثیری بر تعداد پروژه‌ها دارد؟
- شغل رایج تک‌شغله‌ها، دوشغله‌ها و سه‌شغله‌ها چیست؟

عنوان شغلی متخصصان سئو در آژانس‌ها



نقش شما در آژانس محل فعالیتتان چیست؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند.

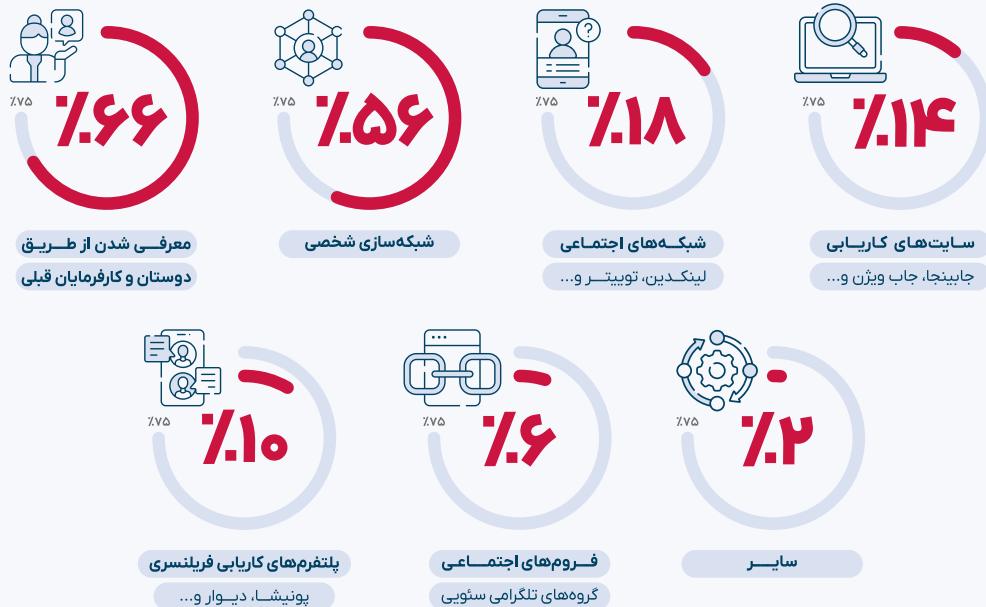
۶۰ درصد از متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها «مدیر» هستند

۷۳ درصد از متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌های سئو «کارشناس» یا «کارشناس ارشد» هستند.

در حالی ۲۱ درصد از متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌های سئو نقش خود را «استراتژیست سئو» معرفی کرده‌اند که تنها ۶ درصد از متخصصان سئوی شاغل در شرکت‌ها این نقش را دارند.

همچنین میزان مدیران سئوی شاغل در شرکت‌ها، ۱۰ درصد از میزان مدیران سئوی شاغل در آژانس‌ها کمتر بوده است و میزان کارشناسان سئوی شاغل در شرکت‌ها نیز ۴۲ درصد بوده که ۱۹ درصد از کارشناسان سئوی شاغل در آژانس‌های بیشتر است.

نحوه دریافت پروژه از سوی فریلنسرها



به عنوان یک فریلنسر، بیشتر از چه طرقی پروژه‌های سئوی خود را پیدا می‌کنید؟
در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند

این سوال به افرادی نمایش داده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» را انتخاب کرده‌اند.

روابط برای فریلنسرها تعیین‌کنده‌تر است

فریلنسرها بیشتر پروژه‌های خود را با «معرفی شدن از طریق دوستان و کارفرمایان قبلی» و «شبکه‌سازی شخصی خودشان» دریافت می‌کنند.

فریلنسرها و مشاوران سئو در سال ۱۴۰۱ نیز این دو روش را برترین روش‌های جذب پروژه معرفی کرده بودند.

تعداد پروژه در حال مدیریت از سوی متخصصان سئو



در حال حاضر روی چند پروژه کار می‌کنید؟

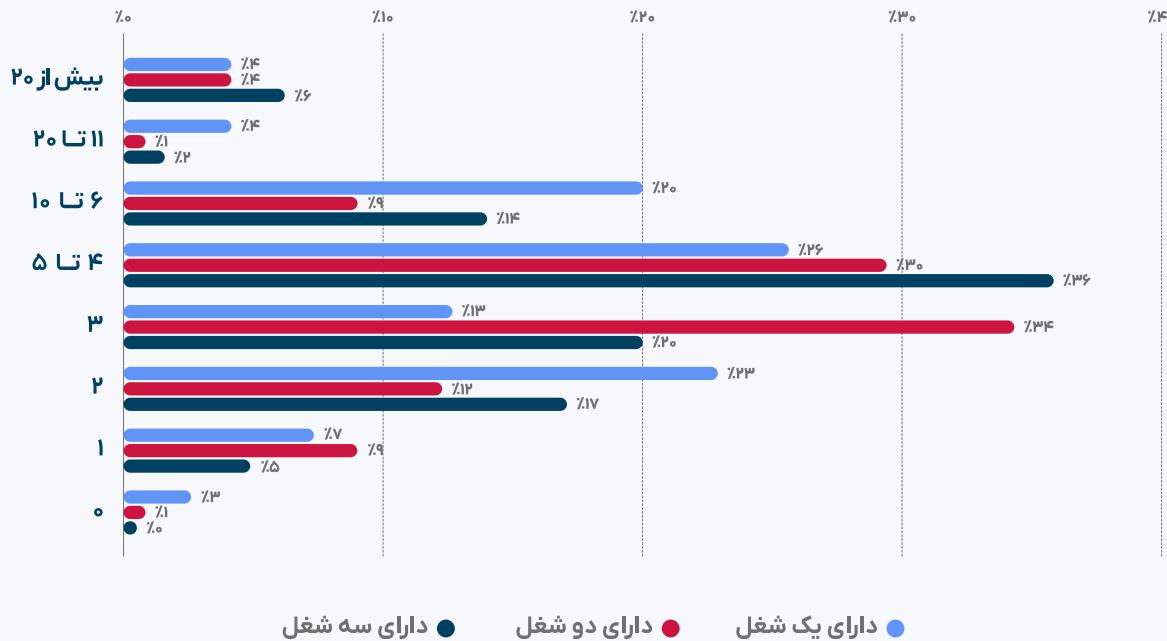
این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟ » گزینه « فریلنسر/مشاور » و « آژانس‌ها » را انتخاب کرده‌اند.

نیمی از فریلنسرها و متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها به‌شکل همزمان روی ۳ تا ۵ پروژه فعالیت می‌کنند

در سال ۱۴۰۱، ۱۴۴ درصد از فریلنسر/مشاورها و متخصصان شاغل در آژانس‌های سئو اعلام کرده بودند که بین «۴ تا ۱۰ پروژه» را به‌طور همزمان مدیریت می‌کنند. این عدد در سال ۱۴۰۲ به ۳۹۳ درصد رسیده است.

۷۳ درصد از افرادی که بیش از ۱۰ سال سابقه کار دارند، بیش از ۶ پروژه را به‌شکل همزمان مدیریت می‌کنند.

تأثیر تعداد شغل بر تعداد پروژه



در حال حاضر روی چند پروژه کار می‌کنید؟
 محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

این سوال به افرادی نمایش داده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند.

۶ درصد از سه شغل‌ها همزمان روی بیش از ۲۰ پروژه فعالیت می‌کنند

۵۰ درصد از افراد شاغل در آژانس‌های سئو و فریلنسرها و مشاوران سئو که دارای سه شغل هستند به‌شکل همزمان روی «۱۴ تا ۱۰ پروژه» فعالیت می‌کنند. بیشتر متخصصان سئوی دارای «دو شغل» ترجیح می‌دهند در آن واحد روی ۳ پروژه کار کنند.

شغل رایج، تک شغل‌ها، دوشغل‌ها و سه‌شغل‌ها



محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

تنها ۱۱ درصد از تک‌شغله‌ها در آژانس‌های سئو کار می‌کنند

در حالی که بیشتر افراد تک‌شغله در «تیم‌های داخلی شرکت‌ها» فعالیت می‌کنند، شغل بیشتر افراد دوشغله ترکیبی از «فریلنسر/مشاور» و فعالیت روی «سئوی سایت خود» است.

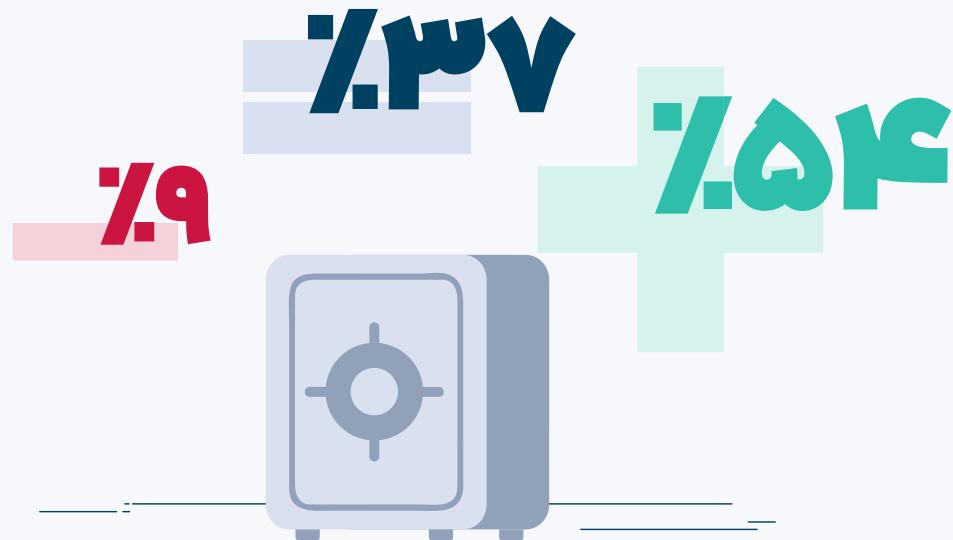
همچنین ترکیب کار بیشتر افراد سه‌شغله، «تیم داخلی شرکت‌ها»، «فریلنسر/مشاور» و «کار روی سئوی سایت خود» است.

▶ فصل چهارم

**گزارش فریلنسرها، مشاوران و متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها از
کارفرمایان**

- بودجه سئو کارفرمایان در سال ۱۴۰۲ تغییر داشته است؟
- بزرگترین انتظارات کارفرمایان در سال ۱۴۰۲ چه بوده است؟
- بزرگترین چالش‌های با کارفرمایان چه بوده است؟

بودجه سئوی کارفرمایان در سال ۱۴۰۲



- کاهش داشته است
- تغییری نکرده است
- افزایش داشته است

در ۱۲ ماه گذشته، بودجه سئوی کارفرمایان شما نسبت به سال گذشته چه تغییری کرده است؟

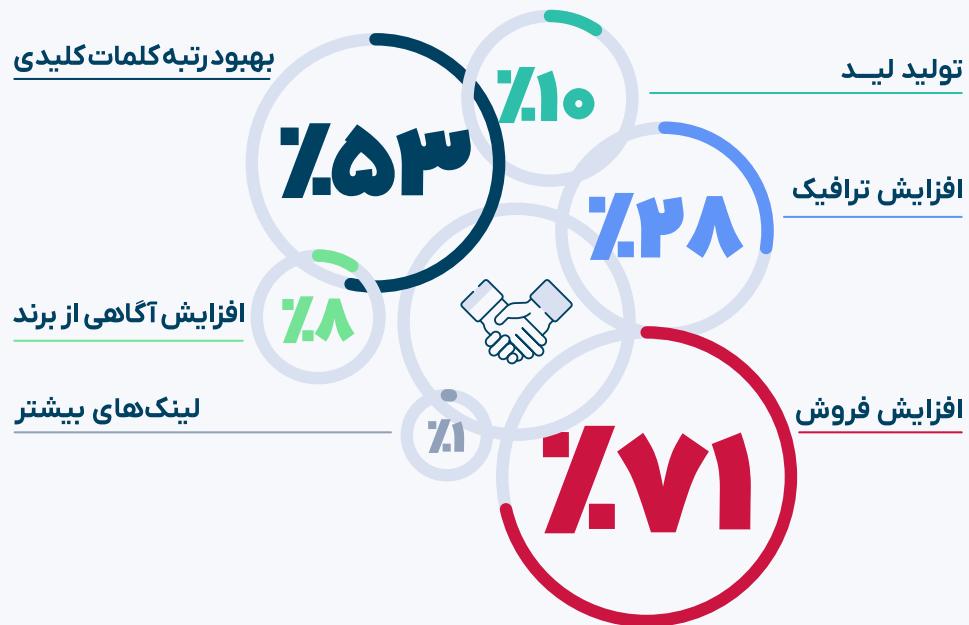
این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟ » گزینه « فریلنسر/مشاور » و « آژانس‌ها » را انتخاب کرده‌اند.

بودجه کارفرمایان در سال ۱۴۰۲ چقدر افزایش داشته است؟

۱۴درصد از متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها و فریلنسرها و مشاوران گزارش کرده‌اند که «بودجه کارفرمایان» در سال ۱۴۰۲ با افزایش همراه بوده است. این در حالی است که در سال ۱۴۰۱ این میزان ۵۷درصد بود.

همچنین با وجود این که در سال ۱۴۰۱، ۱۲درصد از متخصصان سئو از کاهش «بودجه کارفرمایان» خبر داده بودند، در سال ۱۴۰۲ میزان این متخصصان به ۹درصد رسیده است. ۱۳درصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۱ گزارش کرده‌اند که «بودجه کارفرمایان» نسبت به سال ۱۴۰۰ تغییری نداشته است؛ این عدد در سال ۱۴۰۲ به ۱۳۷درصد رسیده است. به بیان دیگر متخصصانی که در سال ۱۴۰۲ گزارش از تغییر نکردن «بودجه کارفرمایان» داده‌اند ۱۹درصد بیشتر از سال ۱۴۰۱ بوده است.

بزرگ‌ترین انتظارات کارفرمایان در سال ۱۴۰۲



بزرگ‌ترین انتظار کارفرمایان شما از پژوهه سئوی خود کدام موارد است؟

این سوال به افرادی نمایش داده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟ » گزینه « فریلنسر / مشاور » و « آژانس‌ها » را انتخاب کرده‌اند.
در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۲ گزینه را انتخاب کنند.

بزرگ‌ترین انتظار کارفرمایان، فروش بیشتر است

«افزایش فروش» بزرگ‌ترین انتظار کارفرمایان از متخصصان سئو شاغل در آژانس‌ها، فریلنسرها و مشاوران سئو بوده است. در کنار آن، ۱۴۰۲ درصد از کارفرمایان در سال ۱۴۰۳ از این افراد انتظار «بهبود رتبه کلمات کلیدی» داشته‌اند. انتظار کارفرمایان از متخصصان سئو برای «افزایش فروش» و «بهبود رتبه کلمات کلیدی» در سال ۱۴۰۲ نسبت به سال قبل به ترتیب با رشد ۸ درصدی و کاهش تقریباً ۱۲ درصدی همراه بوده است.



۶۶ رضا شیرازی

بنیانگذار و مدیرعامل جت سئو



بزرگترین چالش کارشناسان سئو در دنیای امروز «تعامل با کارفرما» است. محیط سئو به شدت تغییر کرده و فعالیت‌های تک بعدی مانند گذشته جواب نخواهد داد. برای نتیجه گرفتن در سئو باید همه عوامل در کنار هم قرار بگیرند و با هم رشد کنند. در دنیای امروز مفهومی تحت عنوان «Holistic SEO یا سئوی جامع‌نگر» مطرح است.

به همین خاطر، یک کارشناس سئو به تنها یعنی نمی‌تواند معجزه کند و همه عوامل را تحت کنترل خود داشته باشد، از طرف دیگر سئو به عنوان یک کanal بازاریابی باید در کنار کanal‌های دیگر قرار بگیرد تا نتیجه مناسب حاصل شود. در دنیای امروز، برای گرفتن بهترین نتیجه در سئو، همه بخش‌های سازمان باید همسو شوند و در یک جهت حرکت کنند. میزان رضایت کارفرما، به دو عامل وابسته است: کیفیت انجام کار و انتظارات کارفرما. هر چقدر میزان انتظارات کارفرما واقعی‌تر باشد، میزان رضایت افزایش پیدا خواهد کرد. از طرفی اگر کارشناسان سئو، در جهت شفافتر کردن شرایطی که در محیط سئو اتفاق می‌افتد گام بردارند و تعامل مناسبی با کارفرما داشته باشند، بسیاری از مشکلات و نارضایتی‌ها برطرف خواهد شد.

بزرگ‌ترین چالش‌های متخصصان سئو با کارفرمایان در سال ۱۴۰۲



در رابطه با کارفرمایان، با کدام یک از چالش‌های زیر بیشتر موواجه شده‌اید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟ » گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند.

کارفرمایان صبر ندارند

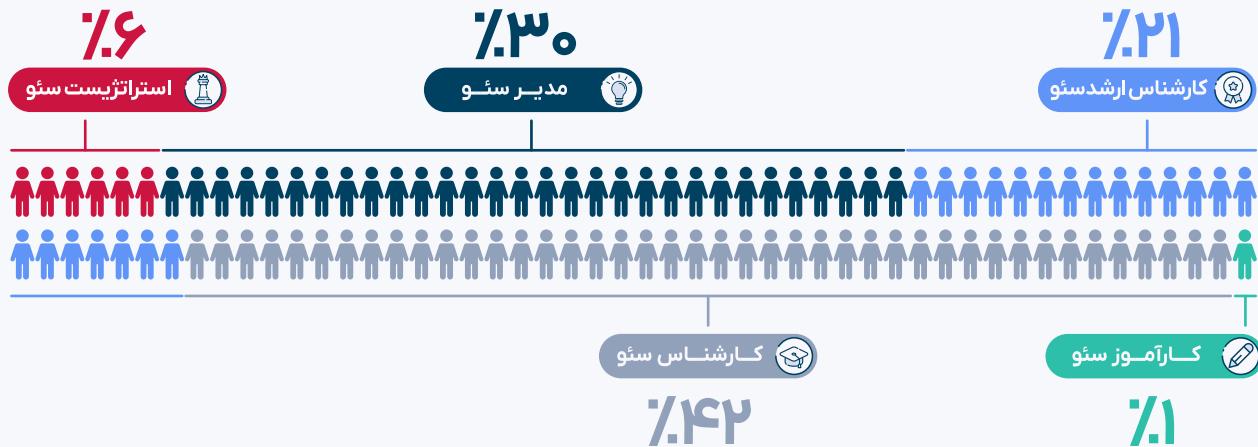
در صورتی که اولین چالش متخصصان سئو با کارفرمایان در سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ یکسان بوده است، دومین چالش آنها در سال ۱۴۰۲ از «انتظار رتبه گرفتن همه صفحات سایت» به «چالش‌های ارتباطی مانند نداشتن ادبیات و فهم مشترک» تغییر کرده است.

▶ فصل پنجم

کارنامه ۱۴۰۲ متخصصان سئوی شاغل در شرکت‌ها

- متخصصان سئو در شرکت‌ها چه نقش‌هایی دارند؟
- شرکت‌های که متخصصان سئو در آن‌ها فعالیت می‌کنند چند عضو دارند؟
- تعداد اعضای تیم سئوی شرکت‌ها چقدر است؟
- نسبت اندازه تیم‌های سئو به اندازه شرکت‌ها چقدر است؟

عنوان شغلی متخصصان سئو در شرکت‌ها



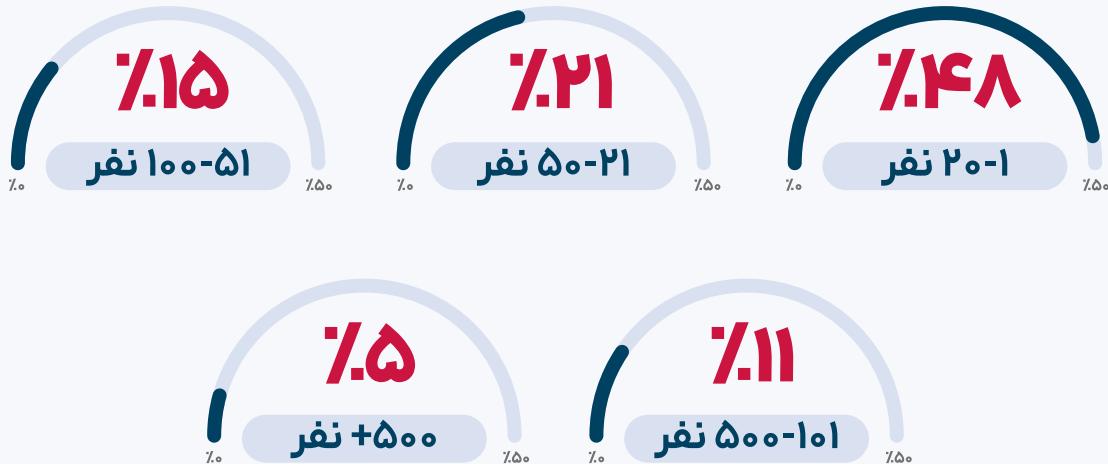
نقش خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

حضور کارآموزهای سئو در شرکت‌ها کم نگ‌تر شده است

در سال ۱۴۰۱ میزان بیشتری از افراد (۴درصد) نسبت به سال ۱۴۰۲ (۳درصد) نقش خود را «کارآموز سئو» معرفی کردند. این در حالی است که میزان «کارشناسان» و «کارشناسان ارشد» سئو در شرکت‌ها در سال ۱۴۰۲ با سال ۱۴۰۱ برابر بوده است.

تعداد اعضای شرکت‌های دارای تیم سئو



تعداد کارکنان سازمان شما چند نفر است؟

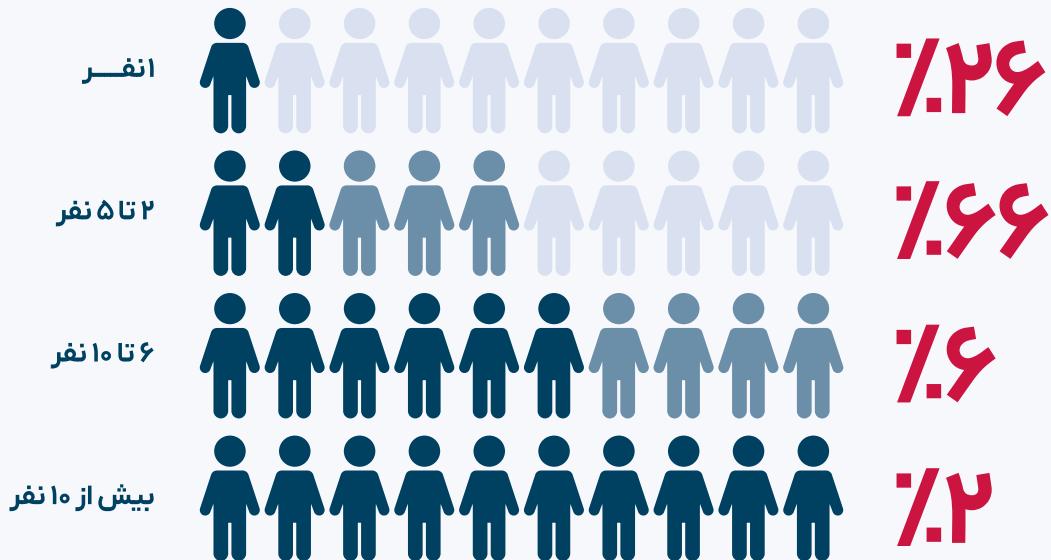
این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

نزدیک به نیمی از متخصصان سئو در شرکت‌های زیر ۲۰ نفر فعالیت می‌کنند

۱۴درصد از متخصصان سئو تعداد افراد سازمانی که در آن فعالیت می‌کنند را بین «۱ تا ۱۰۰» نفر اعلام کرده‌اند.

۲۱درصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲، در شرکت‌هایی با «۲۱ تا ۵۰» عضو فعالیت کرده‌اند که نسبت به سال ۱۴۰۱ رشد ۳درصدی داشته است. اما میزان متخصصان سئویی که در شرکت‌های دارای «۱۰۱ تا ۵۰۰» عضو فعالیت کرده‌اند، نسبت به سال ۱۴۰۱ ۲درصد کاهش داشته و به ۱۱درصد رسیده است.

تعداد اعضای تیم سئوی شرکت‌ها



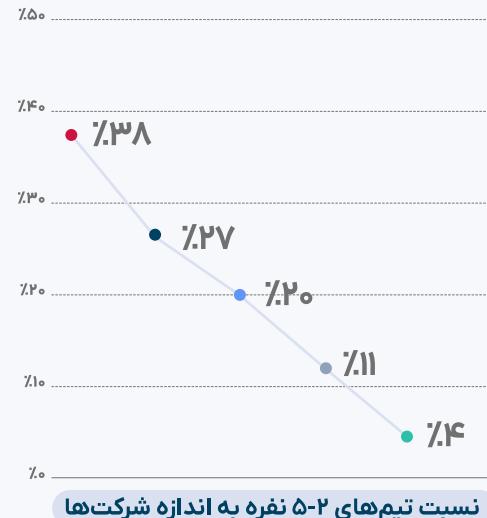
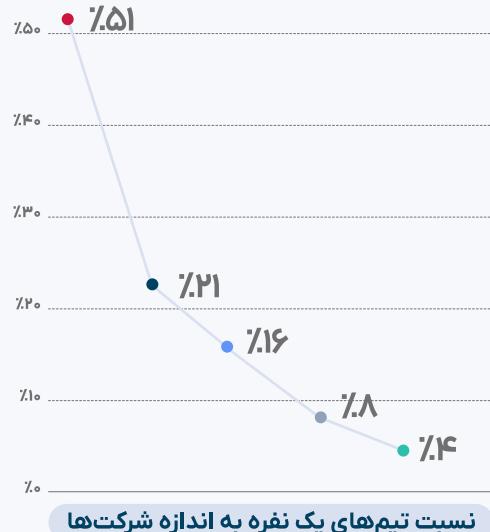
تعداد اعضای تیم سئوی شما چند نفر است؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

بیش از یک‌چهارم متخصصان سئو در شرکت‌ها، دست‌تتها هستند

میزان تیم‌های سئو با تعداد اعضای «بیش از ۱۰ نفر»، «۶ تا ۱۰ نفر» و «۱ نفر» هر کدام با ادرصد رشد نسبت به سال قبل بهترتبه به ۲، ۶ و ۲۶ درصد رسیده است. با این وجود میزان تیم‌های سئوی دارای «۲ تا ۵ نفر» ۶۶ درصد شده و نسبت به سال ۱۴۰۱، ۳۳ درصد کاهش داشته است.

نسبت تعداد اعضای تیم سئو به تعداد اعضای شرکت‌ها



حدود یک دهم از ارتش‌های تک‌نفره سئو، در شرکت‌های بالای ۱۰۰ نفر هستند

۹۲ درصد از متخصصان سئوی شاغل در تیم‌های داخلی شرکت‌ها در قالب تیم‌های «انفره» و «۲ تا ۵ نفره» فعالیت می‌کنند.

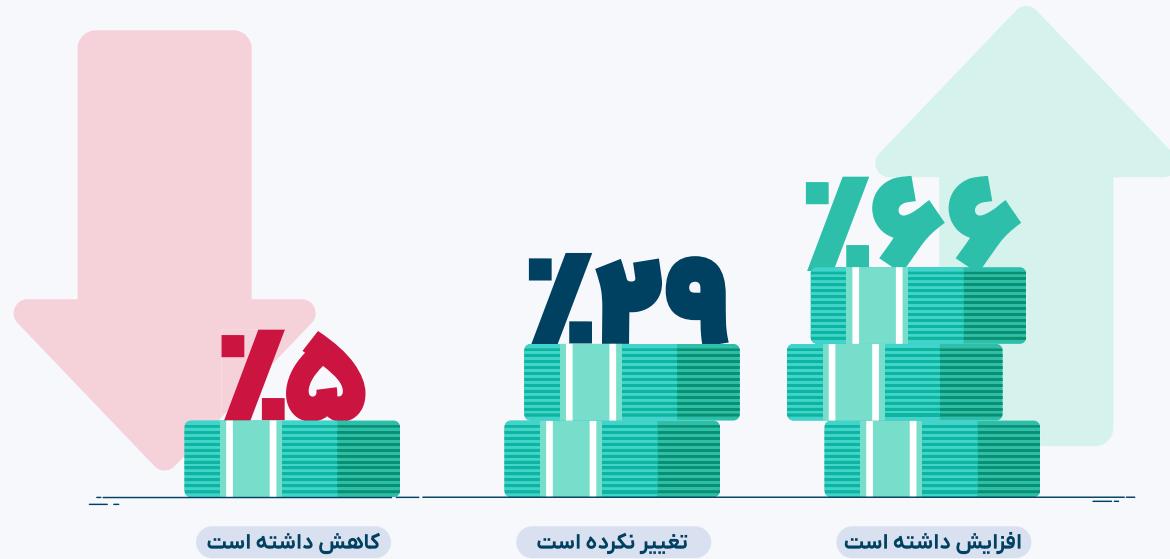
۸۵ درصد از تیم‌های سئوی «انفره» در شرکت‌های زیر ۲۰ نفر و ۱۵ درصد از تیم‌های سئوی «۲ تا ۵ نفره» در شرکت‌های زیر ۱۰۰ نفر دیده می‌شوند.

▶ فصل ششم

گزارش متخصصان سئو از شرکت‌ها

- بودجه سئوی شرکت‌ها در سال ۱۴۰۲ چه تغییری داشته است؟
- مهمترین انتظارات شرکت‌ها از متخصصان سئو چیست؟

بودجه سئوی شرکت‌ها در سال ۱۴۰۲



بودجه سئوی شرکت شما در سال ۱۴۰۲ چه تغییری نسبت به سال گذشته داشته است؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟ » گزینه « تیم داخلی سئوی یک شرکت » را انتخاب کرده‌اند.

۳۰ درصد از شرکت‌ها بودجه سئوی خود را تغییر نداده‌اند

۶۰ درصد از متخصصان سئوی فعال در تیم‌های داخلی شرکت‌ها اعلام کرده‌اند که در سال ۱۴۰۲ بودجه سئوی شرکت آن‌ها با افزایش همراه بوده است.

مهم‌ترین انتظارات شرکت‌ها از متخصصان سئو

%۱۴۸

افزایش فروش



%۵۴

بهبود رتبه کلمات کلیدی



%۱۶

تولید لید



%۳۸

افزایش ترافیک



%۲

لينک‌های بیشتر



%۱۵

افزایش آگاهی از برنده



بزرگ‌ترین انتظار شرکت شما از تیم سئو چیست؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

برای شرکت‌ها، «بهبود رتبه کلمات کلیدی» مهم‌تر از «افزایش فروش» است

در حالی که اولین انتظار شرکت‌ها از متخصصان سئو «بهبود رتبه کلمات کلیدی» است، بزرگ‌ترین انتظار از متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌های سئو و فریلنسر/ مشاور، «افزایش فروش» است.

با وجود ثابت ماندن^۳ انتظار عمدۀ شرکت‌ها از تیم‌های سئو یعنی «بهبود رتبه کلمات کلیدی»، «افزایش فروش» و «افزایش ترافیک»، انتظار «بهبود رتبه کلمات کلیدی» و «افزایش فروش» نسبت به سال قبل به ترتیب^۲ ۲ و^۳ درصد کاهش داشته است.

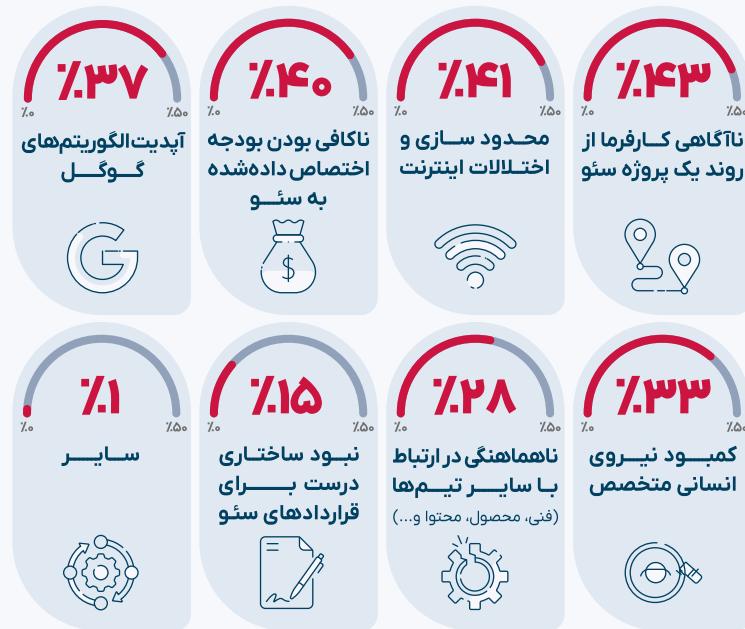
در این بین انتظار شرکت‌ها برای «افزایش ترافیک» با این که در رتبه سوم باقی مانده است ولی با رشد ۶ درصدی به ۳۸ در سال ۱۴۰۲ رسیده است.

▶ فصل هفتم

تلخ و شیرین روزگار حوزه سئو

- چالش‌های حوزه سئو در سال ۱۴۰۲ چه بوده است؟
 - متخصصان سئو در محل‌های کار مختلف چطور با چالش‌های ۱۴۰۲ را احساس کردند؟
 - چالش‌های سال ۱۴۰۲ برای متخصصان سئو با سابقه کارهای متفاوت چطور بوده است؟
- تأثیر تغییرات الگوریتم‌های گوگل بر فعالیت متخصصان سئو چه بوده است؟
- سه مورد از سخت‌ترین فعالیت‌ها در حوزه سئو چه بوده است؟

چالش‌های متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲



در ۱۲ ماه گذشته، با چه چالش‌هایی در مسیر فعالیت سئو مواجه شده‌اید؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند

ناآگاهی کارفرمایان و محدودسازی اینترنت همچنان چالش برانگیز است

در سال ۱۴۰۱، اولین و بزرگترین چالش متخصصان سئو با ۷۸ درصد، «کیفیت اینترنت» بود؛ اما این چالش در سال ۱۴۰۲، با کاهش ۳۷ درصدی به دومین چالش بزرگ در سال ۱۴۰۲، بدل شده است.

همچنین «ناآگاهی کارفرمایان از روند یک پروژه سئو» از دومین چالش بزرگ سال ۱۴۰۱ به بزرگترین چالش سال ۱۴۰۲ برای متخصصان سئو تبدیل شده است. «آپدیت الگوریتم‌های گوگل» در سال ۱۴۰۲ برای ۹ درصد از متخصصان سئو چالش برانگیز بوده که نسبت به سال قبل، ۹ درصد افزایش داشته است.



۶۶ عادل طالبی

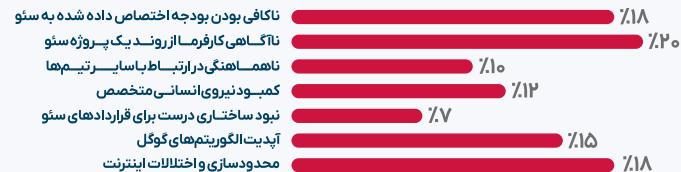
بنیانگذار آژانس دیجیتال مارکتینگ منظم



مهمترین چالشی که سال گذشته در حوزه سئو با آن روبرو بودیم، آمدن هوش مصنوعی بود. هنوز نمی‌توانیم نتیجه‌اش را پیش‌بینی کنیم و در مورد سه سال آینده نظر قطعی دهیم و به همین دلیل فکر می‌کنم ۱۴۰۳ هم سال پرچالشی باشد.

اصولاً وقتی امکان پیش‌بینی آینده را نداشته باشیم، باید منظر پیچیدگی بیشتری باشیم. بودجه‌های سئو و کمبودن اطلاعات کارفرما از جریان اجرایی پروژه بیش از پیش مجریان و متخصصین سئو را تخت فشار خواهد گذاشت.

چالش‌های متخصصان سئو براساس محل کار



● آژانس ● تیم داخلی شرکت ● کار روی سایت خود ● فریلنسر_ مشاور

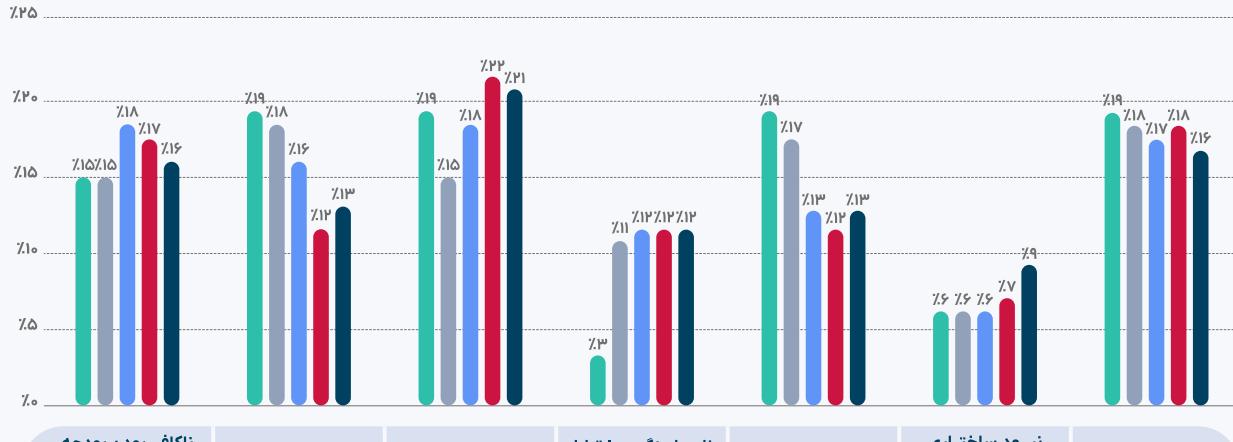
محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

در ۱۲ ماه گذشته، با چه چالش‌هایی در مسیر فعالیت سئو مواجه شده‌اید؟

متخصصان سئوی شاغل در شرکت‌ها چالش کمتری با «محدودسازی و اختلالات اینترنت» داشته‌اند

در سال گذشته «کمبود بودجه سئو» برای متخصصان سئوی «فریلنسر/مشاور» یا افرادی که روی «سئوی سایت خود» کار می‌کردند، پررنگ‌تر از متخصصانی بوده که در «تیمهای داخلی شرکت‌ها» یا «آژانس‌ها» مشغول به فعالیت بودند. همچنین «محدودسازی و اختلالات اینترنت» برای متخصصان سئویی که در «تیمهای داخلی شرکت‌ها» فعالیت می‌کنند، کمتر از سایر متخصصان چالش‌برانگیز بوده است. «ناآگاهی کارفرمایان از روند یک پروژه سئو» بیشترین چالش را برای متخصصان سئویی که به‌شکل «فریلنسر/مشاور» فعالیت می‌کنند، ایجاد کرده است.

چالش‌های متخصصان سئو براساس سابقه کار



● کمتر از ۱ سال ● بین ۱ تا ۵ سال ● بین ۵ تا ۱۰ سال ● بین ۱۰ تا ۲۰ سال ● بیش از ۲۰ سال

در ۱۲ ماه گذشته، با چه چالش‌هایی در مسیر فعالیت سئو مواجه شده‌اید؟

چند سال سابقه کار مرتبط در حوزه سئو دارید؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند.

برای متخصصان سئوی تازه‌کار، چالشی جدی‌تر از ناگاهی کارفرمایان وجود ندارد

تنها ۳ درصد از متخصصان سئو با سابقه کار بیش از ۱۰ سال، «ناهماهنگی در ارتباط با سایر تیم‌ها (فنی، محصول، محتوا و ...)» را به عنوان چالش خود در سال ۱۴۰۲ اعلام کرده‌اند.

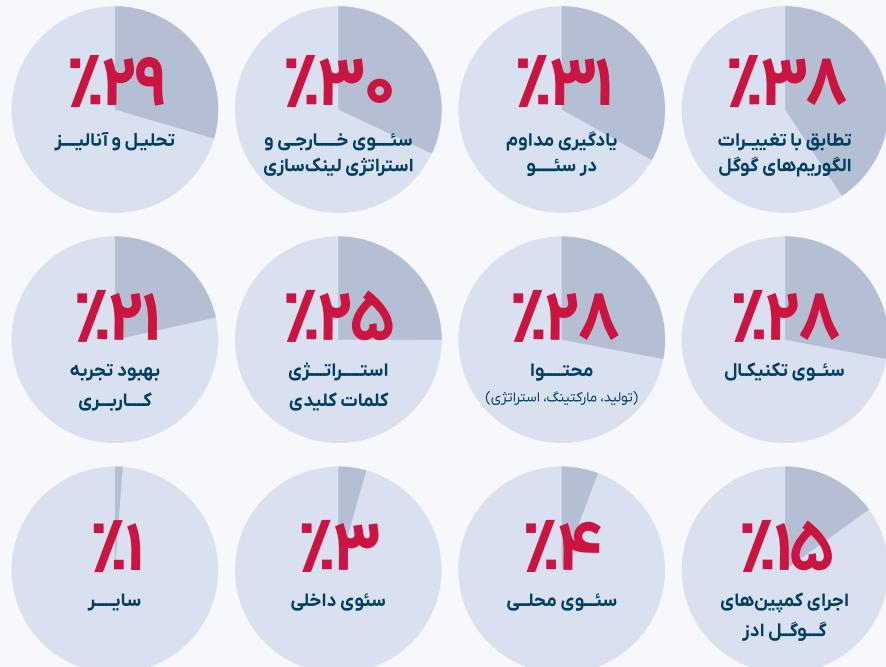
به نظر می‌رسد با افزایش میزان سابقه کار، چالش‌های «آپدیت الگوریتم‌های گوگل» و «کمبود نیروی انسانی» برای متخصصان سئو چالش جدی‌تری ایجاد کرده و با کاهش سابقه کاری، چالش «نبود ساختاری درست برای قراردادهای سئو» بیشتر احساس شده است.

تأثیر تغییرات الگوریتم‌های گوگل | تأثیر | ٪ | |-------------------|------| | آسیب زده است | ٪.۲۲ | | خیلی آسیب زده است | ٪.۲ | | تاثیر نداشته است | ٪.۳۷ | | خیلی کمک کرده است | ٪.۱۲ | تغییرات اصلی در الگوریتم‌های گوگل چگونه بر تلاش‌های سئوی شما تأثیر گذاشته است؟

«تغییرات الگوریتم‌های گوگل» به مذاق نیمی از متخصصان سئو، خوش آمدۀ است

۱۴۹ درصد از متخصصان سئو معتقدند «تغییرات الگوریتم‌های گوگل» در سال ۱۴۰۲ روی تلاش آن‌ها مثبت داشته و ۲۴۶ درصد دیگر نیز معتقدند این چالش بر تلاش‌های سئویی آنان تأثیر منفی داشته است.

سخت ترین فعالیت‌های حوزه سئو



از نظر شما سه مورد از سخت ترین فعالیت‌های سئو چیست؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند

سئوی داخلی، راحت‌ترین کار برای متخصصان سئو است

در سال ۱۴۰۲ سخت‌ترین فعالیت سئو از نظر استراتژیست‌های سئویی که در تیم‌های داخلی شرکت‌ها فعالیت می‌کنند «سئوی خارجی و استراتژی لینکسازی» بوده است. این در حالی است که سایر متخصصان در تیم‌های داخلی شرکت‌ها، «تطابق با تغییرات الگوریتم‌های گوگل» را سخت‌ترین فعالیت خود می‌دانند.

سخت‌ترین فعالیت سئو برای کارشناسان سئوی شاغل در آژانس‌ها «سئوی خارجی و استراتژی لینکسازی» و برای سایر متخصصان در آژانس‌ها، «تطابق با تغییرات الگوریتم‌های گوگل» بوده است.

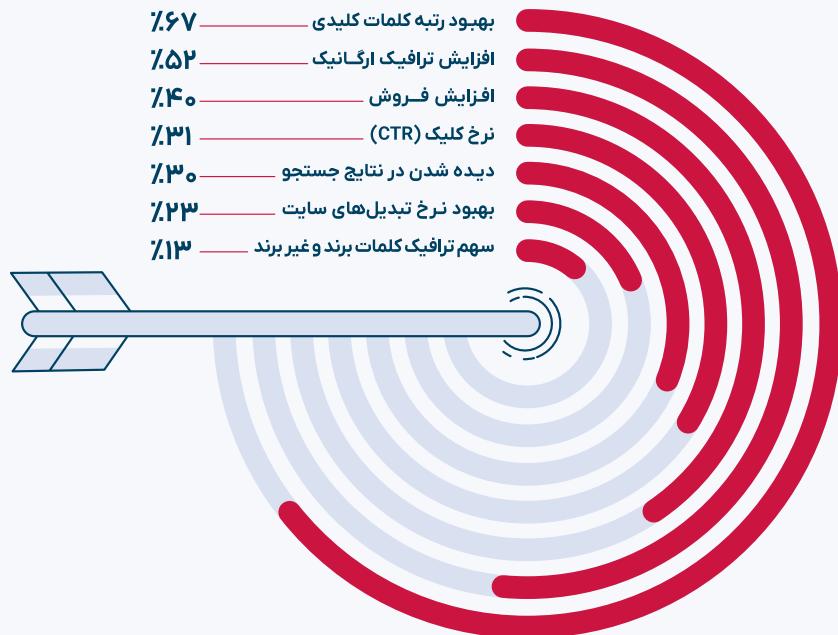
با وجود شباهت کلی سه فعالیت سخت برای متخصصان سئو، افرادی که روی «سئوی سایت خود» کار می‌کنند، «تولید محتوا» را به عنوان سخت‌ترین فعالیت خود در حوزه سئو می‌شناسند.

▶ فصل هشتم

عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها و معیارهای سنجش موفقیت در سال ۱۴۰۲

- متخصصان سئو میزان موفقیت پروژه‌های خود را با چه معیارهایی می‌سنجند؟
- تفاوتی در معیارهای سنجش میزان موفقیت براساس سابقه کارهای متفاوت وجود دارد؟
- از نظر متخصصان سئو مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل چه بوده است؟

معیارهای سنجش میزان موفقیت پروژه‌های سئو



برای سنجش میزان موفقیت خود در یک پروژه سئو، کدام فاکتورها را ملاک قرار می‌دهید؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند

ذهبیت متخصصان سئو به انتظار شرکت‌ها نزدیک‌تر است

درصد از متخصصان سئو موفقیت خود را با «بهبود رتبه کلمات کلیدی» می‌سنجند که مطابق با انتظار شرکت‌ها از آن‌هاست.

داده‌های سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد «بهبود رتبه کلمات کلیدی»، «افزایش ترافیک ارگانیک» و «افزایش فروش» به‌شکل مشترک جزو بزرگ‌ترین انتظارات شرکت‌ها از متخصصان سئو و معیار متخصصان سئو برای سنجش موفقیت آن‌هاست، اما با این تفاوت که «افزایش فروش» سومین معیار سنجش موفقیت متخصصان سئو و دومین انتظار بزرگ شرکت‌ها از تیم‌های سئو است.

معیارهای سنجش میزان موفقیت پروژه‌های سئو براساس سابقه کار



برای سنجش میزان موفقیت خود در یک پروژه سئو، کدام فاکتورها را ملاک قرار می‌دهید؟

چند سال سابقه کار مرتبط در حوزه سئو دارید؟

«بهبود رتبه کلمات کلیدی» و «افزایش ترافیک» برای متخصصان با تجربه سئو تقریباً به یک اندازه اهمیت دارد

با وجود اتفاق نظر متخصصان سئو با سابقه کارهای متفاوت روی «بهبود رتبه کلمات کلیدی» به عنوان مهمترین معیار سنجش میزان موفقیت، به نظر می‌رسد با کاهش سابقه کار اهمیت «نرخ کلیک» برای سنجش میزان موفقیت افزایش پیدا می‌کند. همچنین «افزایش ترافیک ارگانیک» و «سهم ترافیک کلمات برنده و غیر برنده» با افزایش سابقه کاری، برای متخصصان سئو از اهمیت بالاتری برخوردار می‌شود. به علاوه اهمیت «افزایش فروش» به عنوان معیار سنجش میزان موفقیت با افزایش سابقه کار کاهش پیدا می‌کند.

مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌های از سوی گوگل در سال ۱۴۰۲

%۲۵



فاکتورهای سئوی خارجی
(کیفیت و تعداد لینک‌ها، لینک‌های خارجی و طبیعی، لینک‌های آسم و...)

%۲۷



فاکتورهای سئوی داخلی
(عنوان، متن، میکرپیش‌نی، تکه‌های H1، لینک‌سازی داخلی و...)

%۴۰



تجربه کاربری
(تعامل کاربر با سایت، UX و UI مناسب، نمایش موبایل و...)

%۴۲



فاکتورهای سئوی تکنیکال
(سرعت سایت، ریسپانسیو بودن، ایندکس شدن صفحات، استرکجز دینتا و...)

%۶۳



تولید محتواهای مفید و با کیفیت
(Helpful Content)

%۹



موجودی و تنوع محصول
(برای سایت‌های فروشگاهی)

%۱۵



آگاهی از برنده و جستجوی آن

%۱۸



میزان بازدید سایت
(ترافیک از گوگل، سوشال مدیا، تبلیغات و...)

%۲۴



تخصیص نویسنده

به نظر شما در سال گذشته، مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی چه مواردی بوده‌اند؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند

همچنان محتوای با کیفیت حرف اول را می‌زند

به عقیده متخصصان سئو ۶ عامل بزرگ رتبه‌بندی سایتها از سوی گوگل، در سال ۱۴۰۲ با سال ۱۴۰۱ یکسان بوده است. در سال ۱۴۰۲ نیز رتبه ۱ تا ۶ عوامل رتبه‌بندی به ترتیب به «تولید محتوای مفید و باکیفیت»، «فاکتورهای سئوی تکنیکال»، «تجربه کاربری»، «فاکتورهای سئوی داخلی»، «فاکتورهای سئوی خارجی» و «تخصص نویسنده، E-E-A-T» اختصاص داشته است.

متخصصان سئو فارغ از میزان سابقه کارشان «تولید محتوای مفید و باکیفیت» را موثرترین عامل رتبه‌بندی سایت از سوی گوگل در سال ۱۴۰۲ دانسته‌اند. با این وجود، با افزایش سابقه کار اهمیت «فاکتورهای سئوی خارجی» به عنوان عامل رتبه‌بندی افزایش پیدا کرده است.



٦٦ امين اسماعيلي

مدير ارشد عمليات وبسيما



هنوز در آستانه این دروازه‌ایم

هوش مصنوعی مولد انقلابی در تولید محتوای متنی و بصری ایجاد کرده و در زمانی کوتاه به ابزاری قدرتمند برای سرعت بخشیدن به فرآیندهای اجرایی تبدیل شده است. اما تاثیر آن بر سئو تنها محدود به تولید محتوا و کمک به متخصصین سئو نیست. فراموش نکنیم که ابزارهای بسیار قوی‌تری در دسترس شرکت‌های بزرگ و موتورهای جستجو قرار دارد که روند بررسی صفحه، درک محتوا، تست تجربه کاربری و اعتبار یک سایت را تسريع و کامل می‌کند.

طی دو سال آتی، تجربه ما در فضای آنلاین و آفلاین بیش از گذشته به هم نزدیک می‌شود و تاثیر مفاهیمی همچون «اعتبار» و «محبوبیت» یک برنده را حتی در رقابت سئو مشاهده خواهیم کرد. سئو همچنان یک مجرای مهم بازاریابی است و موفقیت در آن به تخصص، مهارت و تجربه بیشتری نسبت به گذشته نیاز دارد.

بنابراین، آماده‌سازی برای این تغییرات و یادگیری ابزارهای جدید، به کارگیری هوشمندانه هوش مصنوعی و تمرکز بر بهبود تجربه کاربری کلید موفقیت در دنیای دیجیتال آینده خواهد بود.

▶ فصل نهم

پیش‌بینی‌های متخصصان سئو

- مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌های از سوی گوگل در ۲ سال آینده چیست؟
- بزرگ‌ترین تهدیدهای حوزه سئو در ۲ سال آینده چیست؟
- آیا متخصصان سئو در ۵ سال به فعالیت در زمینه سئو ادامه می‌دهند؟

مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در ۲ سال آینده

تجربه کاربری (تعامل کاربر با سایت، UX و UI مناسب، نمایش موبایل و...)	۱۴٪
تلنیک فناوری‌های هوش مصنوعی در موتورهای جستجو مانند GEMINI و GPT	۱۴٪
محتوای People-first content، عناصر غنی مانند اینفوگرافیک، پادکست و ویدئو	۱۳٪
شاخص‌های E-E-A-T در حوزه YMYL، تجربه دست اول، تخصص نویسنده	۱۳٪
بهینه‌سازی جستجوهای چند وجهی، بهبود جستجوهای صوتی، ویدئویی و تصویری	۱۲٪
بهینه‌سازی جستجوهای محلی (Local SEO)، هدف گذاری مناطق چهارگانی	۱۲٪
بهینه‌سازی مفهومی، موجودیت‌ها و نالج گراف، داده‌های ساختار یافته	۱۲٪
مجموع ارزش افزوده برند (در محصول، محتوا و...) و میزان جستجوی نام برند	۱۱٪
بلینک‌های مرتبط، کمپین‌های تبلیغاتی هدفمند	۱۱٪
پیاده‌سازی راهکارهای حفظ حریم خصوصی و امنیت سایبری داده‌ها و اطلاعات	۱٪

به نظر شما مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی در ۲ سال آینده چه مواردی خواهد بود؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند

در ۲ سال آینده، به «تجربه کاربری» بیشتر توجه کنید

بر اساس پیش‌بینی متخصصان سئو از مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی ۲ سال آینده در سال ۱۴۰۳، «تولید محتواه باکیفیت» در جایگاه اول، «یادگیری ماشین، هوش مصنوعی و الگوریتم MUM» در رتبه دوم و «تجربه کاربری» در رتبه سوم قرار داشت. در پیش‌بینی سال ۱۴۰۲ نیز این ۳ عامل جزو مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی قرار دارند. با این تفاوت که «تجربه کاربری» در اولویت اول و «تولید محتوا» در اولویت سوم قرار گرفته است.

بزرگ‌ترین تهدیدهای حوزه سئو در ۲ سال آینده



فکر می‌کنید در ۲ سال آینده بزرگ‌ترین تهدید در حوزه سئو چه خواهد بود؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند

هوش مصنوعی رفتار کاربران را تغییر می‌دهد

با وجود این که در سال ۱۴۰۱ «محدودسازی اینترنت» رتبه اول و «پیشرفت‌شدن ابزارهای هوش مصنوعی» رتبه دوم تهدیدهای حوزه را به خود اختصاص داده بودند، در سال ۱۴۰۲ جایگاه این ۲ تهدید با یکدیگر جایه‌جا شده‌اند.



۶۶ محسن طاووسی

مجرى و مدرس سئو



یکی از بزرگترین تهدیدها نه فقط در دنیای سئو، بلکه در هر حوزه‌ای، آن هم نه فقط در ایران بلکه در تمام جهان، کاهش تمرکز و قدرت یادگیری انسان‌ها به واسطه حضور پرنگ شبکه‌های اجتماعی است. دیگر کمتر کسی می‌تواند ۱ ساعت ویدیوی آموزشی ببیند. انسان‌ها کم‌حصوله و به اصطلاح «فست‌فودی» شده‌اند و هوش مصنوعی نیز قرار است کارهای «فست‌فودی» انسان را انجام دهد.

پس یکی از تهدیدهای آینده، سواد و اطلاعات کم افراد است که در بمباران اطلاعاتی و با تمرکز پایین، امکان استفاده از اطلاعات را ندارند.

درباره SGE هم باید بگوییم که فاکتورهای رتبه‌بندی یکسانی با SEO خودمان دارد. خیلی‌ها تصور می‌کنند این یک انقلاب است، در حالی که EEAT در SGE، تا حد خیلی زیادی با SEO یکسان است.

میزان تمایل متخصصان سئو برای ادامه فعالیت در حوزه سئو در ۵ سال آینده



در ۵ سال آینده در زمینه سئو فعالیت خواهید داشت؟

۷۶ درصد از متخصصان سئو، به این مسیر ادامه می‌دهند

میزان افرادی که در سال ۱۴۰۲ به سوال «در ۵ سال آینده در زمینه سئو فعالیت خواهید داشت؟» پاسخ مثبت داده‌اند، ۴۶ درصد نسبت به سال ۱۴۰۱ افزایش داشته و به ۷۶ درصد رسیده است.

همچنین مانند سال ۱۴۰۱ در سال ۱۴۰۲ نیز ۵۶ درصد از متخصصان سئو اعلام کرده‌اند که در ۵ سال آینده در زمینه سئو فعالیت خواهند داشت.

▶ فصل دهم

هوش مصنوعی

- متخصصان سئو از هوش مصنوعی در چه زمینه‌هایی استفاده می‌کنند؟

موارد استفاده از هوش مصنوعی در حوزه سئو



در حوزه سئو از AI برای چه کارهایی استفاده می‌کنید؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۲ گزینه را انتخاب کنند.

هوش مصنوعی دستیار تولید محتوا برای متخصصان سئو است

بیشترین مورد استفاده متخصصان سئو از هوش مصنوعی فارغ از میزان سابقه کار آن‌ها، «تولید محتوای متنی» است.^{۴۳} درصد از متخصصان سئو با زیر ۱ سال سابقه کار، از هوش مصنوعی برای «تولید محتوای متنی» استفاده می‌کنند و این رقم برای متخصصان با بیش از ۱۰ سال سابقه کار ۲۵درصد است.

از میان افرادی که تاکنون از ابزارهای هوش مصنوعی برای فعالیت‌های خود در زمینه سئو استفاده نکرده‌اند، میزان متخصصانی که بیش از ۵ سال سابقه کار دارند، بیشتر از متخصصان با کمتر از ۵ سال سابقه کار است.

همچنین با افزایش سابقه کار میزان استفاده متخصصان سئو از ابزارهای هوش مصنوعی برای «تحلیل داده» افزایش پیدا می‌کند.



۶۶ میلاد شولی

مشاور سئو



پیشرفت هوش مصنوعی و مدل‌های یادگیری ماشین یک شمشیر دولبه است. از یک طرف، به وبمسترها و متخصصان سئو کمک می‌کند تا محتواهای با کیفیت‌تر و متناسب‌تر با نیازهای کاربران تولید کنند. اما از طرف دیگر، به موتورهای جستجو توانایی بیشتری برای شناسایی محتواهای تکراری و غیرمرتب می‌دهد. شاید مهم‌ترین کاربرد هوش مصنوعی در سئو، تحلیل داده‌ها و شبیه‌سازی محیط سرپ باشد.

با استفاده از قدرت پردازش و تجزیه و تحلیل داده‌های عظیم توسط هوش مصنوعی، متخصصان سئو می‌توانند بینش‌های ارزشمندی در مورد «رفتار کاربران»، «نیت کاربران از جستجو» و «عملکرد سایت» خود به دست آورند. این امر می‌تواند به آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های آگاهانه و استراتژی‌های بهینه کمک کند.

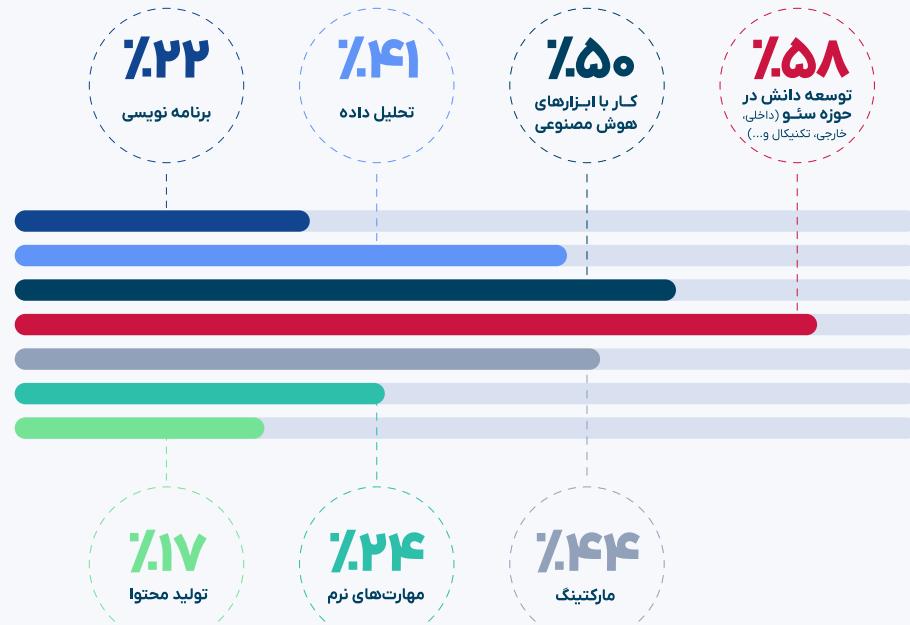
در نهایت، تجربه و دانش انسانی هنوز هم برای تفسیر و اعمال این داده‌ها ضروری است. هوش مصنوعی ابزاری قدرتمند است، اما نمی‌تواند جایگزین قضاؤت و خلاقیت انسان شود.

▶ فصل یازدهم

متخصصان سئو دیگر چه می‌کنند؟ یادگیری و مهاجرت

- متخصصان سئو برای بهبود عملکرد خود به دنبال یادگیری چه مهارت‌هایی هستند؟
- چند درصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲ اقدام به مهاجرت کرده‌اند؟

یادگیری مهارت‌های جدیدی برای بهبود عملکرد سئو



برای بهبود عملکرد خودتان در حوزه سئو به دنبال یادگیری چه مهارت‌هایی هستید؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند

تولید محتوا و برنامه‌نویسی، آخرین اولویت متخصصان سئو برای یادگیری مهارت جدید است

در حالی که بیشتر متخصصان سئو با سابقه کار زیر ۱ سال «توسعه دانش در حوزه سئو» را برای بهبود عملکرد سئوی خود لازم می‌دانند، اولویت بیشتر متخصصان سئو با ۵ تا ۱۰ سال سابقه کار برای یادگیری مهارت جدید، «کار با ابزارهای هوش مصنوعی» است. همچنین متخصصان سئو با بیش از ۱۰ سال سابقه کار به دنبال یادگیری «تحلیل داده» برای بهبود عملکردهایشان هستند.

اقدام به مهاجرت از سوی متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲



بله ● خیر

آیا اقدامی برای مهاجرت از ایران انجام داده‌اید؟

۲۹ درصد متخصصان سئوی ایران در حال بستن چمدان‌اند!

در سال ۱۴۰۱، ۷۶ درصد از متخصصان سئو به سوال «آیا به مهاجرت از ایران فکر می‌کنید؟»، پاسخ مثبت داده‌اند.

اما در سال ۱۴۰۲ برای سنجش دقیق‌تر این موضوع از متخصصان سئو پرسیدیم «آیا اقدامی برای مهاجرت از ایران انجام داده‌اید؟» و با پاسخ مثبت ۲۹ درصد از شرکت‌کنندگان روبه‌رو شدیم.

در سال ۱۴۰۲، نیمی از متخصصان سئوی ایران با سابقه کار بیش از ۱۰ سال برای مهاجرت اقدام کرده‌اند. به‌نظر می‌رسد با افزایش سابقه کار اقدام به مهاجرت بالاتر رفته است.

برای ارائه کامل ترین راهکارهای سئو در کنارتان دستیم



تولید محتوا



لینک پرومکس



بکلینک



رپورتاژ آگهی



رپورتاژ آگهی خارجی

با ما در ارتباط باشید

