

▪ چهارمین
گزارش جامع سئو
در ایران

▪ با همراهی ۵۲۱ نفر از
متخصصان و فعالان سئو

فصل اول ►

۱۳	تعداد مشارکت‌کنندگان در چهارمین گزارش جامع سئوی ایران
۱۶	ویژگی‌های دموگرافیک
۱۸	محل کار متخصصان سئو
۲۰	محل سکونت متخصصان سئو
۲۲	محل کار متخصصان سئو براساس محل سکونت
۲۴	محل کار متخصصان سئو براساس سن
۲۶	محل کار متخصصان سئو براساس جنسیت
۲۸	محل کار متخصصان سئو براساس سابقه کار
۳۰	عنوان شغلی متخصصان سئو براساس سابقه کار

◀ فصل دوم

۳۴	درآمد متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳
۳۶	میانگین درآمد متخصصان سئو آقا و خانم براساس عنوان شغلی
۳۸	میانگین درآمد متخصصان سئو براساس تعداد شغل
۴۰	درآمد ماهانه متخصصان سئو براساس سابقه کار
۴۲	میزان درآمد براساس عنوان شغلی در شرکت‌ها
۴۴	میزان درآمد متخصصان سئو براساس محل سکونت
۴۶	میزان درآمد متخصصان سئو براساس محل کار
۴۸	میانگین درآمد متخصصان سئو براساس تعداد پروژه

فصل سوم ▶

۵۲	عنوان شغلی متخصصان سئو در آزمون‌ها
۵۴	دلایل قطع همکاری کارفرمایان با آزمون‌های سئو
۵۹	مهمنترین راه‌های جذب پروژه سئو از سوی فریلنسرها
۶۱	تعداد پروژه‌های در حال مدیریت از سوی متخصصان سئو
۶۳	میزان پروژه‌های بین‌المللی متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳
۶۸	تأثیر تعداد شغل بر تعداد پروژه
۷۰	بودجه سئوی کارفرمایان در سال ۱۴۰۳
۷۲	بزرگترین انتظارات کارفرمایان در سال ۱۴۰۳
۷۴	بزرگترین چالش‌های متخصصان سئو با کارفرمایان در سال ۱۴۰۳

◀ فصل چهارم

۷۸	عنوان شغلی متخصصان سئو در شرکت‌ها
۸۰	بودجه سئوی شرکت‌ها در سال ۱۴۰۳
۸۲	مهمنترین انتظارات شرکت‌ها از متخصصان سئو
۸۶	مهارت‌های مورد نظر مدیران سئو برای جذب نیرو
۸۸	تعداد اعضای شرکت‌های دارای تیم سئو
۹۰	تعداد اعضای تیم سئوی شرکت‌ها
۹۲	حوزه فعالیت شرکت‌های دارای متخصص سئو

◀ فصل پنجم

۹۶	چالش‌های متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳
۱۰۱	تأثیر تغییرات الگوریتم‌های گوگل
۱۰۳	سخت‌ترین فعالیت‌های حوزه سئو
۱۰۵	بزرگترین تهدیدهای حوزه سئو در ۲ سال آینده

◀ فصل ششم

۱۰۹	معیارهای متخصصان سئو برای سنجش میزان موفقیت در سال ۱۴۰۳
۱۱۱	عوامل رتبه‌بندی سایتها از سوی گوگل در سال ۱۴۰۳
۱۱۳	عوامل رتبه‌بندی سایتها از سوی گوگل براساس سابقه کار
۱۱۵	عوامل رتبه‌بندی سایتها از سوی گوگل در ۲ سال آینده

◀ فصل هفتم

- روش‌های لینکسازی خارجی مورد استفاده در سال ۱۴۰۳ ۱۱۹
موثرترین روش‌های لینکسازی خارجی در سال ۱۴۰۳ ۱۲۱

◀ فصل هشتم

- مهارت‌های مورد نیاز برای بهبود عملکرد در سئو ۱۲۸
استفاده از هوش مصنوعی در حوزه سئو ۱۳۰
ادامه فعالیت در زمینه سئو در ۵ سال آینده ۱۳۲

◀ فصل نهم

- میزان اقدام به مهاجرت متخصصان سئو ۱۳۶

مقدمه ▶

تربیون به عنوان مقصد سئو و روابط عمومی، به مسیری که چهار سال پیش در آن قدم گذاشته بود ادامه داد و چهارمین گزارش جامع سئوی ایران را منتشر کرد. پلتفرم تربیون در حال حاضر با حضور بیش از ۳۰هزار رسانه فارسی زبان و ۵۰هزار رسانه بین‌المللی به بیش از ۵۵۵هزار کسب‌وکار خدمات می‌دهد و رهبر بازار رپورتاژ آگهی ایران است. در هر حوزه مسئولیت‌هایی فراتر از آنچه به‌شکل مستقیم متوجه کسب‌وکارهاست بر دوش رهبران بازار است؛ توسعه بازار، اضافه‌کردن امکانات متمایز به محصولات، گفتمان‌سازی و ایجاد شفافیت از طریق ارائه داده‌ها، از جمله مسئولیت‌های رهبران بازار است.

در همین راستا تریبون از ۴ سال گذشته به‌شکل مستمر و در همکاری با متخصصان سئو، پژوهشی را برای بررسی وضعیت سئو در ایران انجام داده و خروجی آن را به‌شکل رایگان در اختیار متخصصان این حوزه گذاشته است.

چهارمین گزارش جامع سئوی تریبون، تجلی بلوغ و نمو این سلسله از گزارش‌هاست. گزارش حاضر به لحاظ دقیق‌تری گردآوری داده‌ها، تهیه پرسش‌نامه، استفاده از پارتнер تخصصی پژوهشی و امکان مقایسه با داده‌های سه گزارش پیشین، گزارشی متمایز و بینش‌آفرین است. امیدواریم این گزارش و تحلیل متخصصان سئو از آن، قدم موثری برای بهبود وضعیت حوزه سئو در ایران باشد.

◀ قدردانی به پاس همراهی



▶ **رضا شیرازی**
بنیانگذار سئو ۲۰۱۴، وب ۲۰۱۶ و جت سئو



▶ **مهران منصوری فر**
مدرس و مشاور کسب و کارهای آنلاین



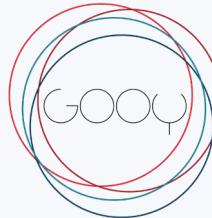
▶ **علیرضا ناجی**
مشاور سئو



▶ **امین هاشمی**
متخصص و مشاور سئو



▶ **محسن طاووسی**
 مجری و مدرس سئو



پارتنر پژوهشی چهارمین گزارش جامع سئوی ایران گروه کسب وکار پژوهی گوی

گوی یک گروه تخصصی مشاوره مدیریت است که مسائل کسب وکار را با رویکردی نظاممند و پژوهش محور تحلیل می‌کند. فرآیند حل مسئله در گوی با «بازخوانی دقیق چالش‌ها» آغاز شده، به «تحلیل ساختاریافته» می‌رسد و در نهایت به تدوین راهکارهای عملیاتی مطلوب و ممکن ختم می‌شود.

این مسیر در سه لایه‌ی کلان، پیرامون سازمان و درون‌سازمانی طراحی شده و تمامی خروجی‌ها ریشه در پژوهش کاربردی مبتنی بر واقعیت‌های میدانی دارد.

روش‌شناسی پیمایش چهارمین گزارش جامع سئوی ایران

پژوهش پیش‌رو به منظور بررسی نظرات و ویژگی‌های متخصصان سئو طراحی شده است. جامعه آماری این پژوهش را متخصصان فعال در حوزه سئو تشکیل می‌دهند.

روش نمونه‌گیری در این پیمایش «تصادفی طبقه‌بندی شده» بوده است.

تعیین مقدار حجم نمونه بر مبنای دو مورد زیر صورت گرفته است:

- تعداد دقیق جامعه آماری معین نبوده است.

- برای محاسبه حجم نمونه این پژوهش از فرمول کوکران استفاده و حجم نمونه مورد نیاز ۳۸۴ نفر محاسبه شد.

بر این اساس تعداد مشارکت‌کنندگان در این پژوهش ۵۲۱ نفر بوده‌اند که حجم نمونه در نهایت پس از حذف ۹۰ نفر از پاسخگویانی که سابقه کار مرتبط نداشته و ۳ پاسخنامه اسپم، معادل ۴۲۸ نفر بوده است. بدین ترتیب ضریب خطای حجم نمونه نیز کاهش یافته است. به علاوه، برای افزایش دقت گردآوری داده‌های این پیمایش از احراز هویت پیامکی استفاده شده است.

داده‌های جمعآوری شده از طریق پرسشنامه استاندارد، با تکیه بر آمار توصیفی مورد تحلیل قرار گرفتند تا تصویری روشن از میزان درآمد، چالش‌ها و تهدیدهای کاری، میزان موفقیت، مقدار بودجه و ... در این حوزه شغلی ارائه شود.

آمار توصیفی به مجموعه روش‌هایی اطلاق می‌شود که به طبقه‌بندی، خلاصه‌سازی و نمایش داده‌ها می‌پردازد. در این پژوهش، از شاخص‌های مرکزی و شاخص‌های پراکنده‌ی برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. همچنین، نتایج به صورت بصری در قالب جداول و نمودارها ارائه شده‌اند تا درک الگوهای موجود در داده‌ها تسهیل شود.

یافته‌های این پژوهش علاوه بر ارائه نتایج کلی، بر اساس متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل مدت سابقه کار، جنسیت و محل کار نیز تحلیل شده‌اند. این رویکرد امکان مقایسه رفتارها و ترجیحات متخصصان سئو را در گروه‌های مختلف مذکور فراهم می‌کند و به درک بهتر تفاوت‌های احتمالی بین آن‌ها کمک می‌نماید.

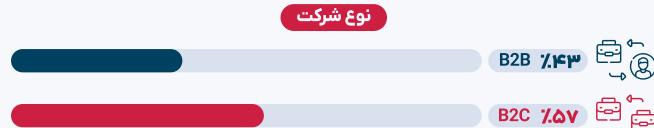
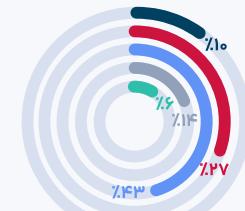
۱. Cochran's Formula

▶ فصل اول

مشخصات جامعه تخصصی سئوی ایران

- مشارکت‌کنندگان در چهارمین گزارش جامع سئوی تریبون چه مشخصاتی دارند؟
- متخصصان سئو بیشتر کجا فعالیت می‌کنند؟
- متخصصان سئوی ایران کجا سکونت دارند؟
- محل سکونت تأثیری در محل کار متخصصان سئو دارد؟
- سن متخصصان سئو چه تأثیری بر محل کار آن‌ها دارد؟
- جنسیت می‌تواند محل کار متخصصان سئو را پیش‌بینی کند؟
- سابقه کار چه تأثیری بر محل کار متخصصان سئو دارد؟
- چه ارتباطی بین عنوان شغلی و سابقه کار متخصصان سئو وجود دارد؟

ویژگی‌های دموگرافیک جامعه سئوی ایران



◀ متخصصان سئوی خانم همچنان در اقلیت‌اند

براساس پژوهش سال ۱۴۰۳ تریبیون، ۲۹ درصد از متخصصان سئوی ایران خانم هستند. این میزان نسبت به سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۱ بهترتبی رشد ۱۱ و ۲۱ درصدی روبه‌رو بوده است. تنها ۶۰ درصد از متخصصان سئوی ایران بالای ۴۰ سال سن دارند و ۲۰ درصد از متخصصان سئو زیر ۲۰ سال سن دارند.

در سال ۱۴۰۲، میزان متخصصان سئو با سابقه کار زیر ۱ سال ۶۰ درصد بود. این میزان با رشد نزولی ۴۵ درصدی به ۶۰ درصد رسیده است. در همین حال، میزان متخصصان سئو با سابقه بیش از ۶۰ سال در سال ۱۴۰۳ با رشد ۶۶ درصدی به ۶۰ درصد رسیده است.

محل کار متخصصان سئو



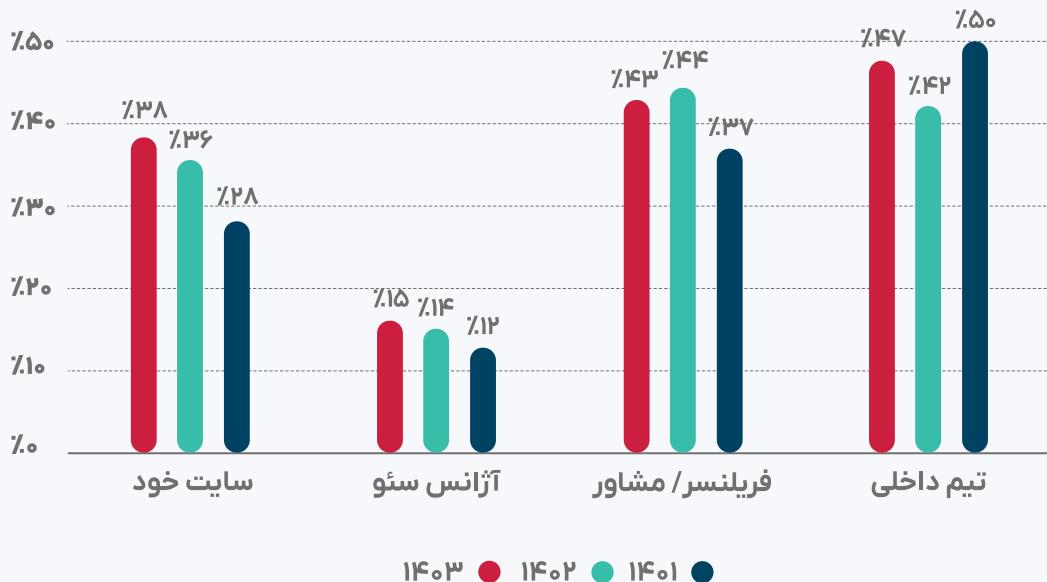
۱۶ درصد متخصصان سئو «تک شغله»، ۱۲ درصد «دو شغله» و ۱۱ درصد «سه شغله» هستند.

محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

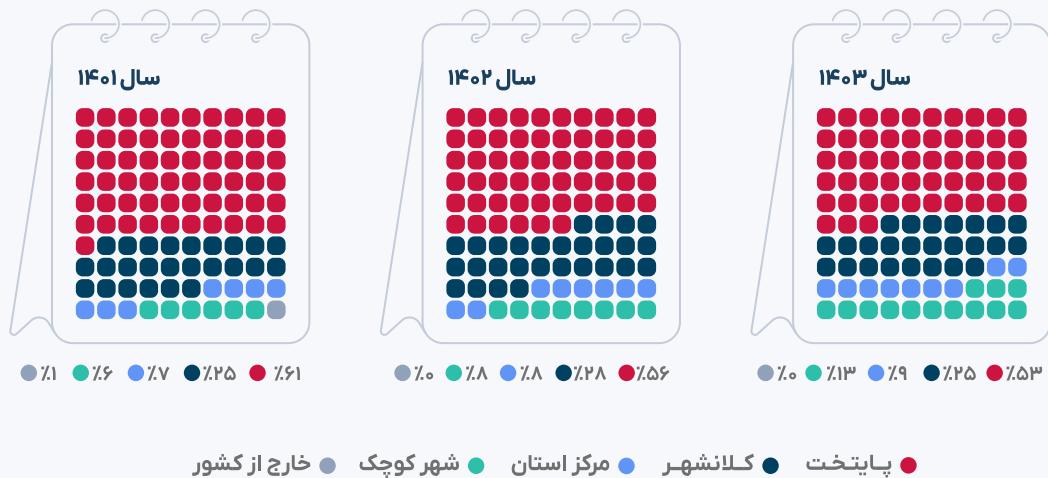
در این سوال پاسخ‌دهندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند.

تغییر محل کار متخصصان سئو در ۳ سال گذشته

داده‌های تریبیون نشان می‌دهد، از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳، میزان فعالیت متخصصان سئو در «آژانس‌های سئو»، «سایت‌های شخصی» و به عنوان «فریلنسر/مشاور» با افزایش روبه‌رو بوده است. گفتنی است، در هر سال متخصصان سئو می‌توانستند ۳ گزینه را برای تعیین محل کار خود انتخاب کنند.



محل سکونت متخصصان سئو

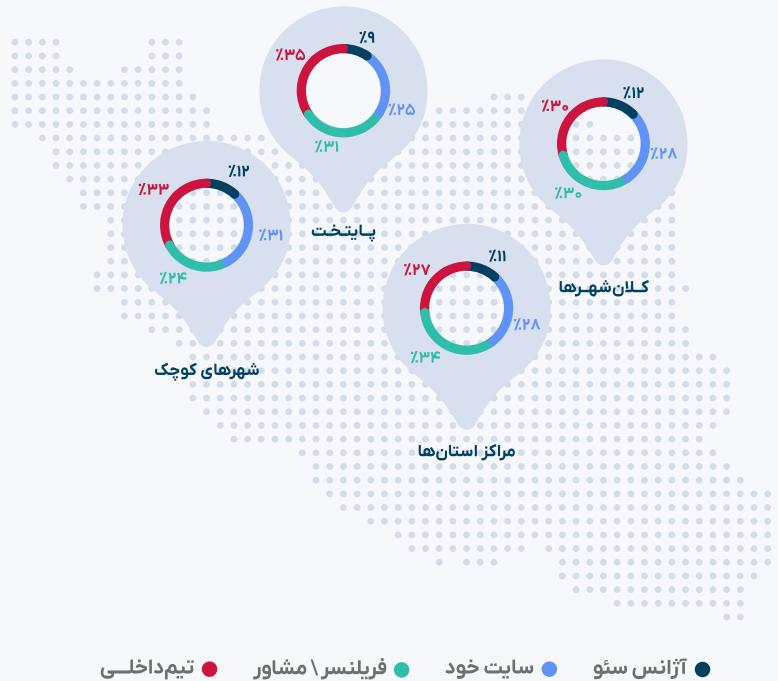


استقبال فزاینده از سئو در شهرهای کوچک

میزان متخصصان سئو در شهرهای کوچک بین سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۳ با ۱۱درصد رشد همراه بوده است. این موضوع می‌تواند به دلیل افزایش کسب‌وکارهای آنلاین در شهرهای کوچک باشد.

۱۱درصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۱ ساکن پایتخت بوده‌اند و در سال ۱۴۰۳ این میزان به ۳۵درصد رسیده است.

محل کار متخصصان سئو



محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

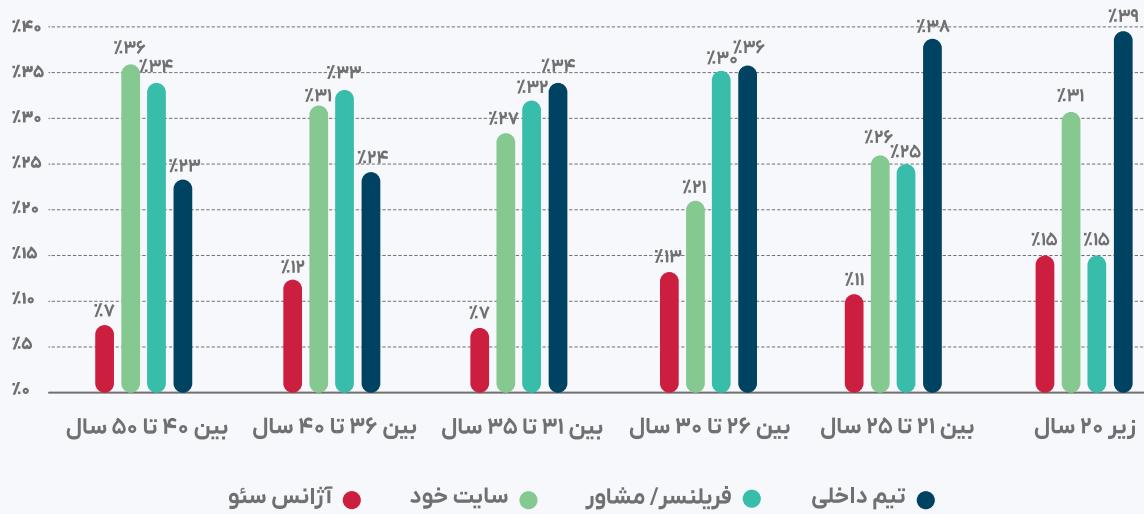
شهر محل سکونت خود را بنویسید.

رشد معنی‌دار فعالیت متخصصان سئو در شرکت‌های شهرهای کوچک

میزان متخصصان فعال در «تیم داخلی شرکت‌ها» در شهرهای کوچک با افزایش ۹۱درصدی نسبت به سال ۱۴۰۲ به ۳۳درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده است. این در حالی است که میزان متخصصان سئوی شاغل در شرکت‌های پایتخت از ۴۵درصد به ۳۵درصد کاهش پیدا کرده است.

در پایتخت، در کنار کاهش ۱۸درصدی فعالیت متخصصان سئو در آژانس‌ها، میزان فعالیت روی «سایت خود» و به عنوان «فریلنسر / مشاور»، به ترتیب ۳۱ و ۲۴درصد رشد داشته است.

محل کار متخصصان سئو براساس سن



سن شما در کدام بازه قرار می‌گیرد؟

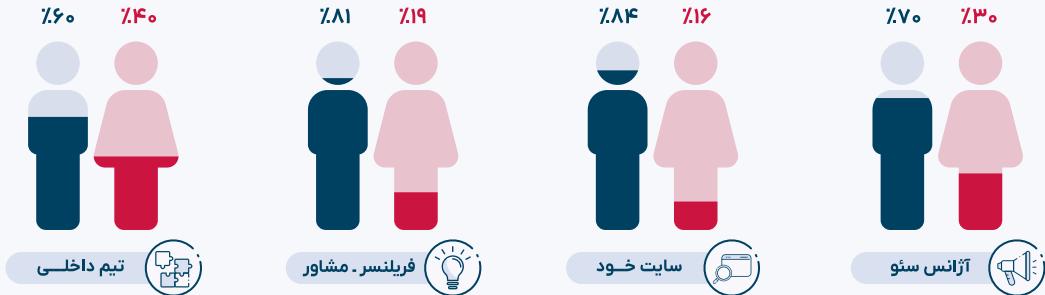
محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

کاهش میل به فعالیت در شرکت‌ها با افزایش سن

بعد از ۳۵ سالگی فعالیت متخصصان سئو در «تیم‌های داخلی شرکت‌ها» با افت ۳۰ درصدی به ۲۴ درصد می‌رسد.

متخصصان سئوی زیر ۲۰ سال کمتر از سایر سنین به شکل «فریلنسر/مشاور» فعالیت می‌کنند و بیشتر در «تیم داخلی شرکت‌ها» حضور دارند.

محل کار متخصصان سئو براساس جنسیت

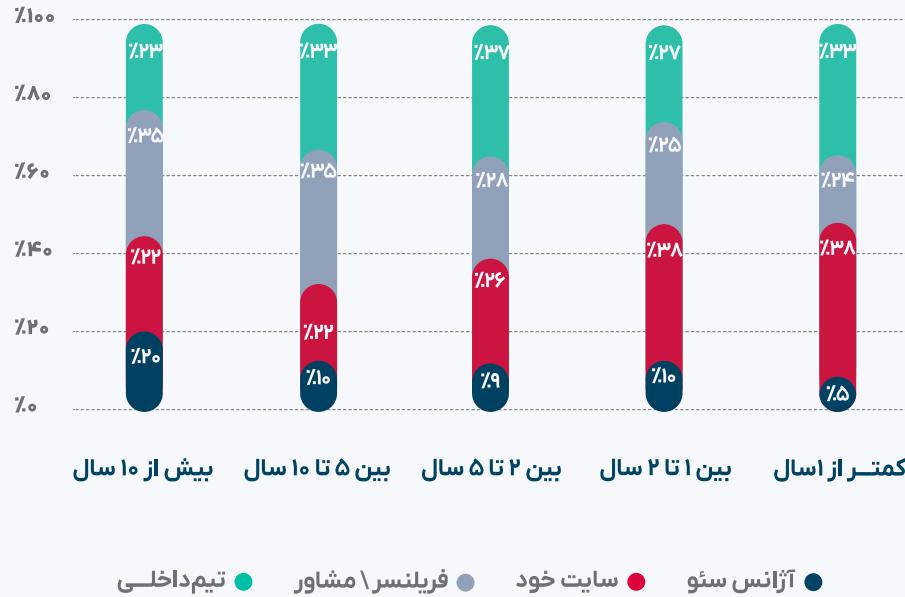


محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟
 جنسیت خود را مشخص کنید.

حضور متخصصان سئوی خانم در شرکت‌ها پررنگ‌تر است

با وجود این که در تمام محل‌های کار نسبت حضور متخصصان سئوی آقا از خانم‌ها بیشتر است، نسبت حضور متخصصان سئوی خانم و آقا در «تیم داخلی شرکت‌ها» و «آژانس‌های سئو» متعادل‌تر است.

محل کار متخصصان سئو براساس سابقه کار



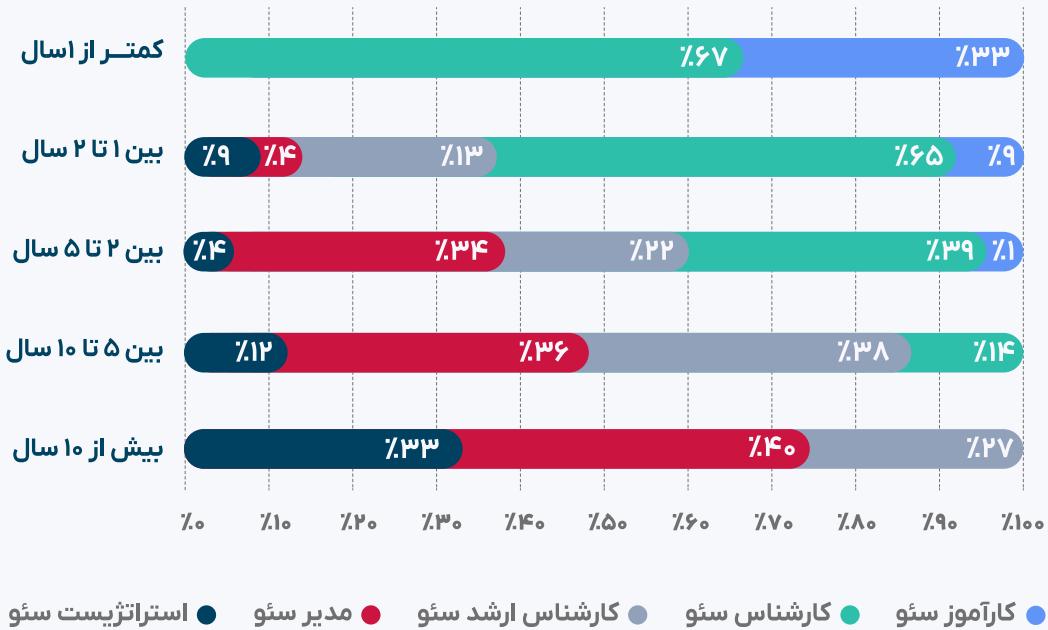
محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

سن شما در کدام بازه قرار می‌گیرد؟

مسیر شغلی بیشتر متخصصان سئو

در حالی که بیشتر متخصصان سئو با زیر ۲ سال سابقه کار روی «سایت خودشان» فعالیت می‌کنند، اغلب متخصصان سئو با سابقه ۲ تا ۵ سال در «تیم داخلی شرکت‌ها» فعالیت می‌کنند. پس از ۵ سال فعالیت در حوزه سئو، بیشتر متخصصان به‌شکل «فریلنسر/مشاور» فعالیت می‌کنند.

عنوان شغلی متخصصان سئو براساس سابقه کار



چند سال سابقه کار مرتبط در حوزه سئو دارید؟

محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

در سئو سابقه بیشتر عنوان شغلی بهتری همراه دارد

بیشتر متخصصان سئو با بیش از ۱۰ سال سابقه کار «مدیر سئو» و بیشتر متخصصان با ۵ تا ۱۰ سال سابقه کار «کارشناس ارشد سئو» هستند. در همین حال بیشتر متخصصان سئو با ۲ تا ۵ سال سابقه کار «کارشناس سئو» هستند.
«کارشناس ارشد»، «مدیر» و «استراتژیست سئو»، عنایین شغلی متخصصان سئو با بیش از ۱۰ سال سابقه کار است.

▶ فصل دوم

درآمد متخصصان سئو و عوامل موثر بر آن

- درآمد متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ چقدر بوده است؟
- میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ چقدر بوده است؟
- تعداد شغل چه تأثیری بر میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئو داشته است؟
- سابقه کار چه میزان درآمد ماهانه متخصصان سئو را پیش‌بینی می‌کند؟
- در سال ۱۴۰۳ درآمد متخصصان سئوی شاغل در شرکت‌ها چقدر بوده است؟
- درآمد متخصصان سئو در شهرهای مختلف چقدر بوده است؟
- محل کار چه تأثیری بر درآمد متخصصان سئو دارد؟
- تعداد پروژه چه تأثیری بر درآمد متخصصان سئو داشته است؟

درآمد متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳



- بین ۹ تا ۱۵ میلیون تومان
- بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون تومان
- بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون تومان
- بین ۳۰ تا ۴۰ میلیون تومان
- کمتر از ۹ میلیون تومان
- بیش از ۵۰ میلیون تومان
- بین ۴۰ تا ۵۰ میلیون تومان

درآمد ماهیانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

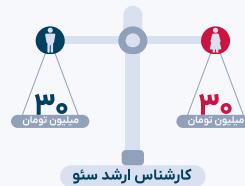
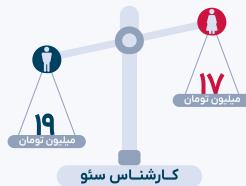
درآمد متخصصان سئو در ۳ سال گذشته

۶۲ درصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ درآمد ماهانه بالای ۲۰ میلیون تومان داشته‌اند. این در حالی است که در سال ۱۴۰۲ میزان متخصصان سئو با این درآمد ۴۰ درصد بود.

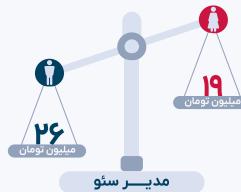
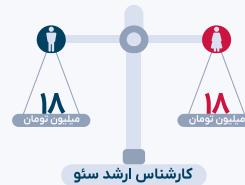
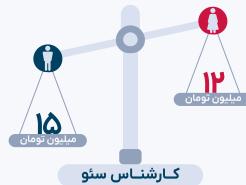
میزان متخصصان سئو با درآمد ماهانه زیر ۲۰ میلیون تومان در سال‌های ۱۴۰۳، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۱ به ترتیب، ۵۹، ۷۷ و ۸۷ درصد بوده است.

میانگین درآمد متخصصان سئوی آقا و خانم براساس عنوان شغلی

سال ۱۴۰۳



سال ۱۴۰۲



درآمد شما در کدام بازه قرار دارد؟

جنسیت خود را مشخص کنید.

نقش شما در کسب و کار محل فعالیتتان چیست؟

در سال ۱۴۰۳ درآمد متخصصان سئوی خانم رشد بیشتری داشته است

درآمد مدیران سئوی خانم و آقا در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال ۱۴۰۲ به ترتیب با ۶۸ و ۳۴ درصد رشد روبه‌رو بوده است.

میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئوی خانم و آقا در سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۲ برابر بوده است و در سال ۱۴۰۳ با ۱۴۶۶ درصد رشد به ۵۰ میلیون تومان رسیده است. در سال گذشته درآمد کارشناس ارشد سئو بیشترین رشد را نسبت به سایر پوزیشن‌های شغلی تجربه کرده است.

در سال ۱۴۰۳ درآمد کارشناس سئوی خانم و آقا به ترتیب ۴۲ و ۳۶ درصد نسبت به سال ۱۴۰۲ رشد داشته است.

میانگین درآمد متخصصان سئو براساس تعداد شغل

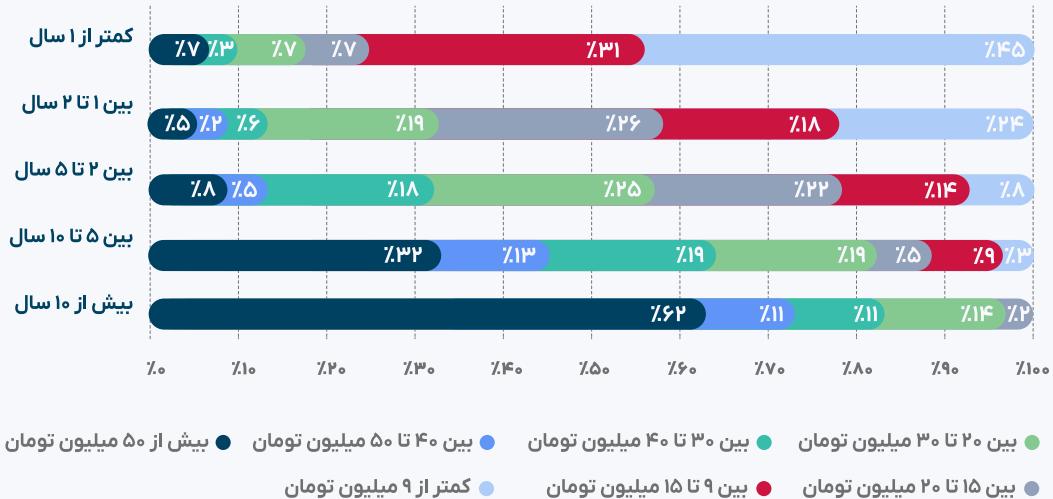


محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟
درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

رشد کمتر درآمد تک شغله‌ها در سال ۱۴۰۳

درآمد متخصصان سئوی تک شغله، دوشغله و سه‌شغله در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال ۱۴۰۲ به ترتیب ۳۵، ۳۸ و ۳۸ درصد رشد داشته است.

درآمد ماهانه متخصصان سئو براساس سابقه کار



درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

چند سال سابقه کار مرتبط در حوزه سئوی دارید؟

در سئو سابقه بالاتر درآمد بیشتر را پیش‌بینی می‌کند

میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئو براساس سابقه:

۱۲

میلیون تومان



کمتر از ۱ سال

۱۸

میلیون تومان



بین ۱ تا ۲ سال

۲۵

میلیون تومان



بین ۲ تا ۵ سال

۳۷

میلیون تومان



بین ۵ تا ۱۰ سال

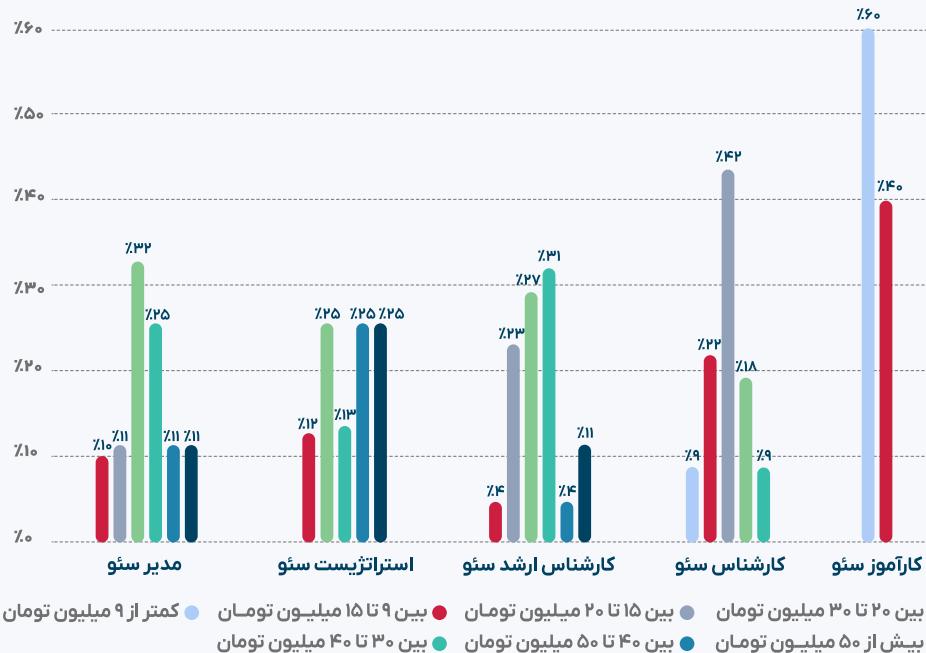
۱۴۷

میلیون تومان



بیش از ۱۰ سال

میزان درآمد براساس عنوان شغلی در شرکت‌ها



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

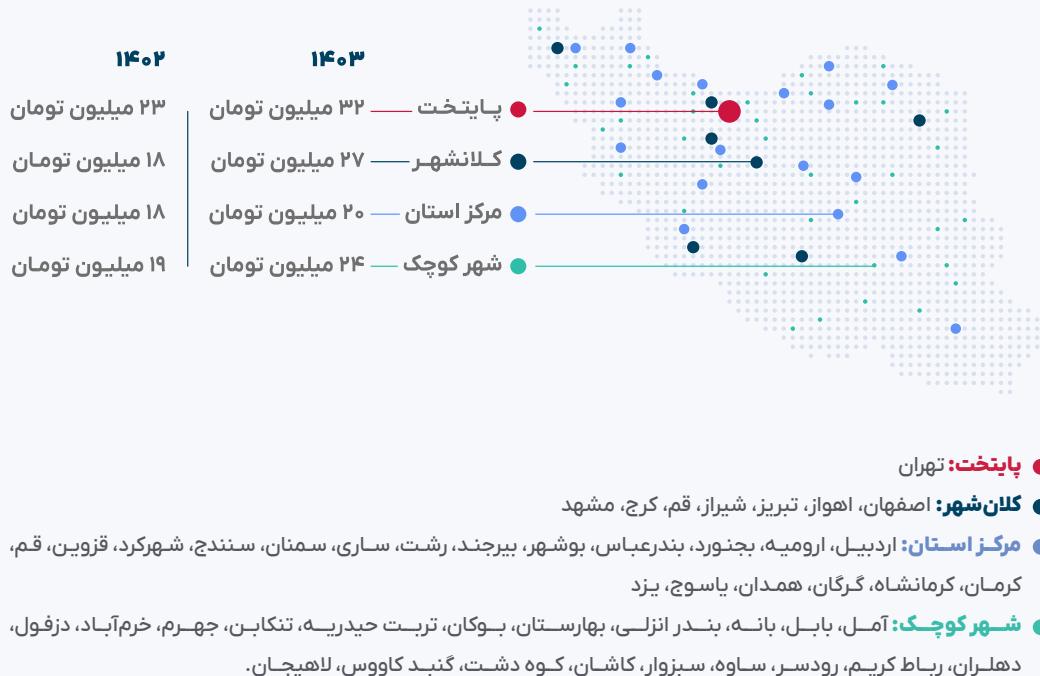
این سوال به افرادی نمایش داده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟»، گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

در تیم سئوی شرکت‌ها بیشترین درآمد متعلق به استراتژیست‌هاست

میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئو در شرکت‌ها براساس نقش:



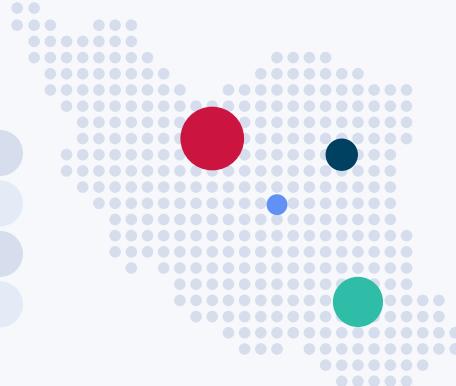
میزان درآمد متخصصان سئو براساس محل سکونت



متخصصان سئوی ساکن پایتخت درآمد بالاتری دارند

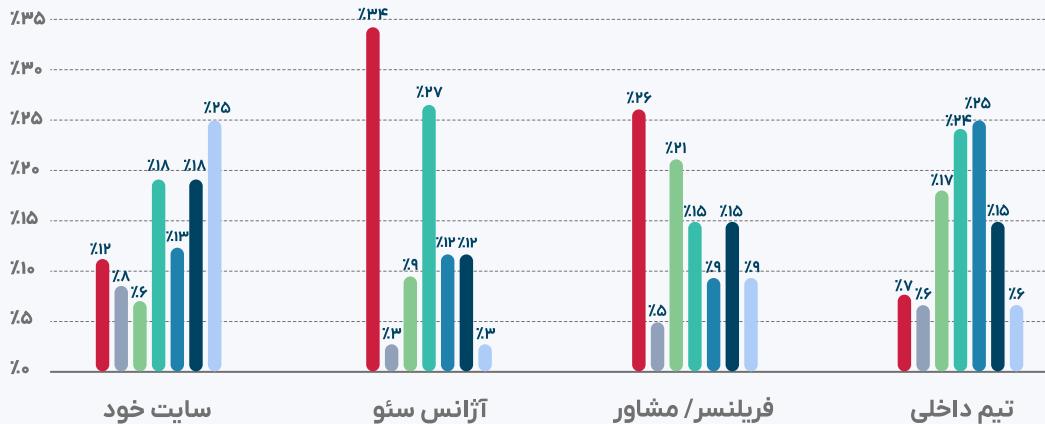
رشد درآمد ماهانه متخصصان سئو براساس محل سکونت در ۲ سال گذشته:

۱۴۰۲ به ۱۴۰۱	۱۴۰۳ به ۱۴۰۲	
%۱۴۰	%۳۹	پایتخت
%۱۴۴	%۵۰	کلان شهر
%۵۹	%۱۱	مرکز استان
%۷۷	%۲۶	شهر کوچک



در سال ۱۴۰۳ درآمد متخصصان سئو ساکن در مراکز استان کمترین میزان رشد را نسبت به بقیه داشته است.

میزان درآمد متخصصان سئو براساس محل کار



● بین ۹ تا ۱۵ میلیون تومان ● بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون تومان ● بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون تومان ● بین ۳۰ تا ۴۰ میلیون تومان ● بیش از ۴۰ میلیون تومان
 ● کمتر از ۹ میلیون تومان ● بین ۹ تا ۱۵ میلیون تومان ● بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون تومان ● بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون تومان ● بیش از ۳۰ 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.

رشد درآمد متخصصان سئوی شاغل در شرکت‌ها بیشتر بوده است

میانگین درآمد ماهانه متخصصان سئوی شاغل در تیم‌های داخلی شرکت‌ها، آژانس‌های سئو، فریلنسر/مشاور و متخصصان سئوی که روی سایت‌های خود کار می‌کنند به ترتیب، ۲۵، ۳۴، ۳۱ و ۲۲ میلیون تومان است.

در سال ۱۴۰۳ درآمد متخصصان سئوی شاغل در تیم‌های داخلی شرکت‌ها، آژانس‌های سئو و فریلنسران/مشاوران نسبت به سال ۱۴۰۲ به ترتیب ۳۱، ۴۷ و ۴۱ درصد رشد داشته است.

میانگین درآمد متخصصان سئو براساس تعداد پروژه:

سال ۱۴۰۳



سال ۱۴۰۲



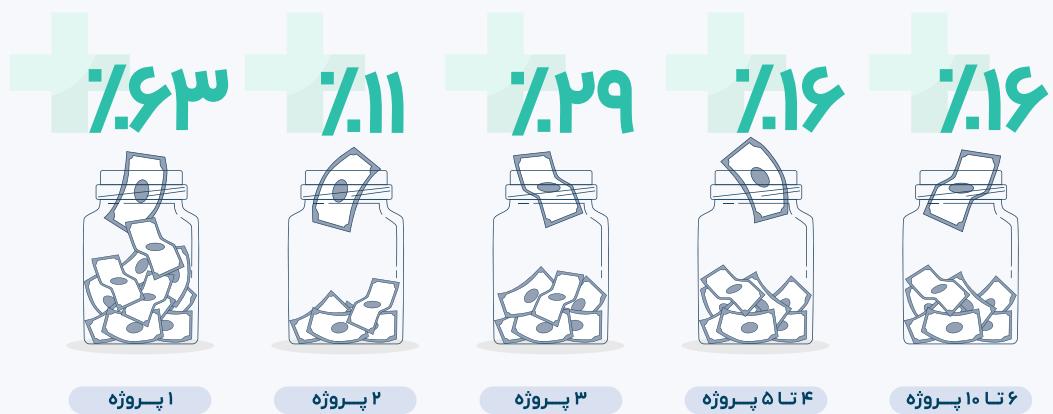
درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟
در حال حاضر روی چند پروژه کار می‌کنید؟

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

درآمد متخصصان سئو با یک پروژه بیشترین میزان رشد را داشته است

درآمد متخصصان سئو با ۶ تا ۱۰ پروژه در سال ۱۴۰۲ با ۴ تا ۵ پروژه در سال ۱۴۰۳ برابر است. همچنین میانگین درآمد متخصصان سئو از ۲ پروژه در سال ۱۴۰۲ با یک پروژه در سال ۱۴۰۳ برابر است.

میزان رشد درآمد متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۴۰۲:

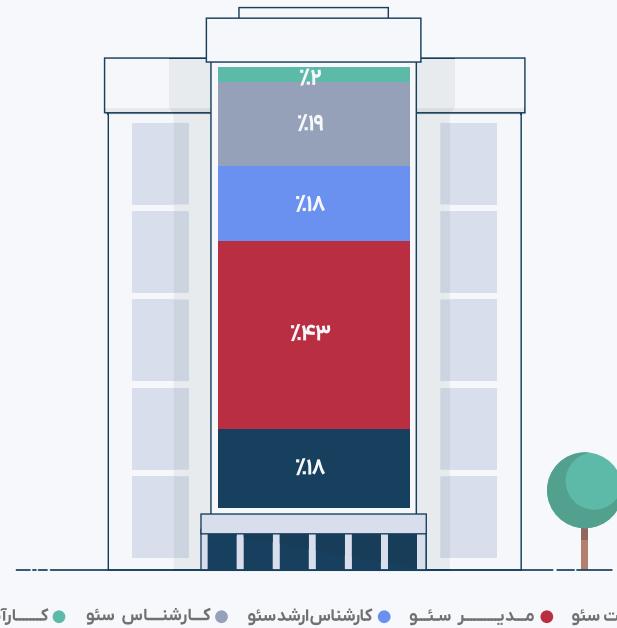


▶ فصل سوم

وضعیت فریلنسرها، مشاوران و متخصصان سئوی شاغل در آژانس‌ها
در سال ۱۴۰۳

- عنوان شغلی متخصصان سئو در آزمون‌ها چیست؟
- چه دلایلی باعث قطع همکاری کارفرمایان با آزمون‌های سئو می‌شود؟
- فریلنسرها چگونه پروژه سئو دریافت می‌کنند؟
- فریلنسرها چه تعداد پروژه را به‌شکل همزمان مدیریت می‌کنند؟
- چه میزان از پروژه‌های متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ بین‌المللی بوده است؟
- تعداد شغل متخصصان سئو تأثیری بر تعداد پروژه‌های شان دارد؟
- بودجه سئو کارفرمایان در سال ۱۴۰۳ چه تغییری داشته است؟
- بزرگترین انتظار کارفرمایان از متخصصان سئو چیست؟
- در سال ۱۴۰۳ بزرگترین چالش‌های متخصصان سئو با کارفرمایان چه بوده است؟

عنوان شغلی متخصصان سئو در آژانس‌ها



نقش شما در آژانس محل فعالیتتان چیست؟

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

اغلب کارمندان آژانس‌های سئو مدیر و استراتژیست هستند

۲درصد از افراد فعال در آژانس‌های سئو کارآموز هستند. این داده با فعالیت تنها ۵درصد از افراد با زیر ۱ سال سابقه کار در آژانس سئو همسو است.

دلایل قطع همکاری کارفرمایان با آژانس‌های سئو



چه عواملی سبب قطع همکاری کارفرمایان با آژانس‌های سئو می‌شود؟
در این سوال پاسخدهندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند.

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

انتظارات کارفرما عامل قطع همکاری با آژانس‌های سئو است

عدم درک درست کارفرما از فرآیند و نبود ارتباط صحیح بین مجری و کارفرما، بودجه پایین و توقع بالا در حوزه‌های پر رقابت، موضوعات مالی، انتظارات خارج از چارچوب قرارداد، انتظار برای دریافت خدمات جانبی سایت مانند پشتیبانی، خدمات گرافیکی و خدمات دیجیتال مارکتینگ و ادراک کارفرما از پیش نرفتن پروژه به دلیل نبود گزارش‌دهی و شفافیت، از سایر عواملی است که متخصصان سئو برای قطع همکاری کارفرمایان با آژانس‌های سئو مطرح کرده‌اند.



۶۶ رضا شیرازی

بنیانگذار سئو، وب و جت سئو



زمانی که کارفرما پروژه خود را به یک آژانس سئو واگذار می‌کند، انتظار دارد با توجه به بودجه‌ای که در نظر گرفته، به نتیجه موردنظر خود برسد. میزان رضایت کارفرما با کیفیت انجام کار توسط آژانس سئو نسبت مستقیم و انتظاراتی که دارد نسبت عکس دارد. (رضایت کارفرما = کیفیت / انتظارات)

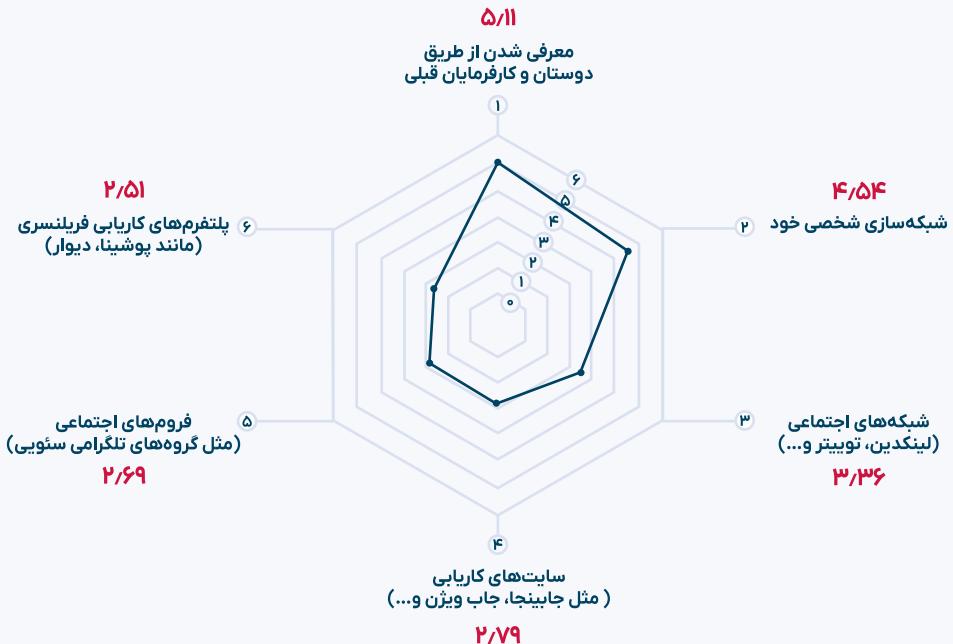
در سال‌های اخیر، با گسترش هوش مصنوعی و شبکه‌های اجتماعی، رفتار مخاطب و نیازهای او تغییر کرده است. از سوی دیگر، لایه‌های جدیدی مانند AI Overview نتایج گوگل اضافه شده که نرخ کلیک را کاهش داده است. الگوریتم‌های گوگل با در نظر گرفتن فاکتورهای مختلف، به سایتها بین رتبه بهتری می‌دهند که برند قدرتمندتری داشته باشند.

به همین دلیل سرمایه‌گذاری برای بازاریابی دیجیتال باید به صورت چند-کanal باشد و کسب‌وکارهایی موفق خواهند بود که تمرکز آنها بر روی رفع نیازهای مخاطب است و مخاطب هدفمند را از کانال‌های مختلف جذب می‌کنند. نهایتاً این موضوع باعث خواهد شد که بتوانند بازدیدکننده بازگشتی و طرفدار برند ایجاد کنند. چنین فرآیندی، طولانی‌مدت و زمانبر است و نیاز به صبوری و مداومت دارد.

در سال‌های گذشته، یک کسب‌وکار کوچک صرفا با سرمایه‌گذاری روی سئو می‌توانست تحول بزرگی در فروش خود ایجاد کند. در دنیای امروز، کسب‌وکارهای کوچک در کنار سئو می‌باشد به جذب ترافیک از سایر کانال‌ها، بهبود تجربه کاربری، نیازهای مخاطب و برنده‌سازی هم توجه کنند.

ارائه اطلاعات و گزارش‌های شفاف به کارفرما، تعامل صحیح و تمرکز بر روی نتایج ملموس و قابل اندازه‌گیری از سمت آژانس‌های سئو و افزایش دانش و داشتن انتظارات واقع‌بینانه نزد کارفرما باعث خواهد شد که مشکلات بین آژانس‌ها و کارفرماها به حداقل برسد.

مهمترین راههای جذب پروژه سئو از سوی فریلنسرها



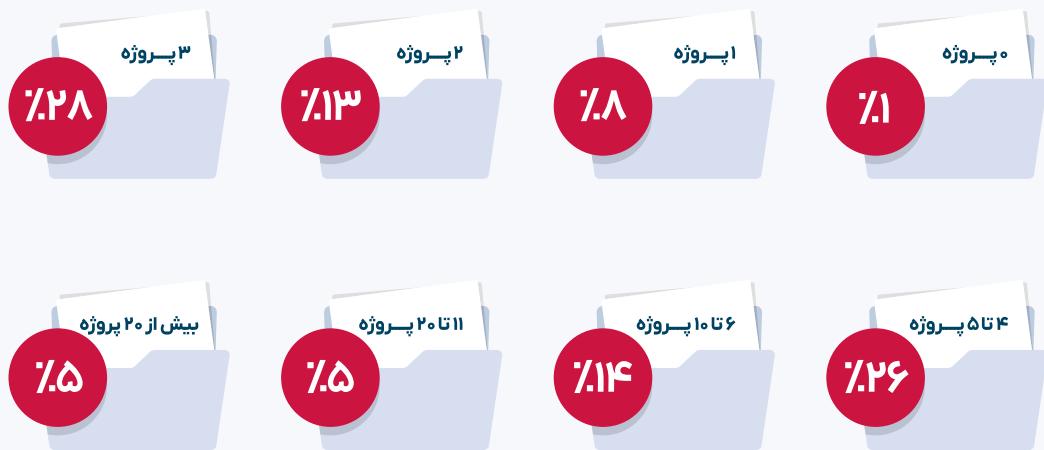
به عنوان یک فریلنسر، بیشتر از چه طریقی پروژه‌های سئوی خود را پیدا می‌کنید؟
 (مشارکت‌کنندگان با اولویت‌بندی گزینه‌ها به این سوال پاسخ داده‌اند.)

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

روابط پروژه میآورند

با وجود این که چهار شیوه برتر جذب پروژه در سال ۱۴۰۳ با سال پیش از آن یکسان بوده، «پلتفرم‌های کاریابی فریلنسری (پونیشا، دیوار،..)» با یک مرتبه افول در سال ۱۴۰۳ به ضعیفت‌ترین راه پیدا کردن پروژه برای فریلنسرها بدل شده است.

تعداد پروژه‌های در حال مدیریت از سوی متخصصان سئو



در حال حاضر روی چند پروژه کار می‌کنید؟

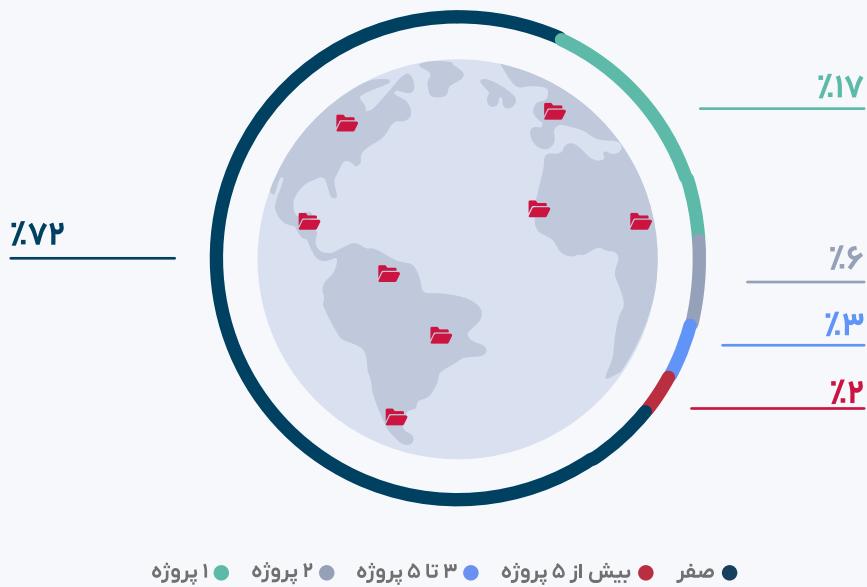
این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند.

افزایش تمایل به مدیریت پروژه‌های بیشتر

در حالی که در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ میزان متخصصان سئوکه به‌شکل هم‌زمان بیش از ۲ پروژه را مدیریت می‌کردند ۷۳ درصد بوده است، این رقم با ۷ درصد رشد در سال ۱۴۰۳ به ۷۸ درصد رسیده است.

گفتنی است، در سال ۱۴۰۳ میانگین درآمد متخصصان سئوی دارای ۲ پروژه، ۵۵ درصد از میانگین درآمد آن‌ها با ۳ پروژه کمتر بوده است.

میزان پروژه‌های بین‌المللی متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲



چه تعداد از پروژه‌های سئوی شما بین‌المللی و همراه درآمد ارزی بوده است؟

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

نزدیک به سه چهارم متخصصان سئوی ایرانی درآمد ارزی ندارند

۷۲ درصد از متخصصان سئو اعلام کرده‌اند که پروژه بین‌المللی ندارند. این در حالی است که ۲ درصد از آنان بیش از ۵ پروژه سئوی بین‌المللی دارند.



۶۶ محسن طاووسی

مشاور و مجری سئو



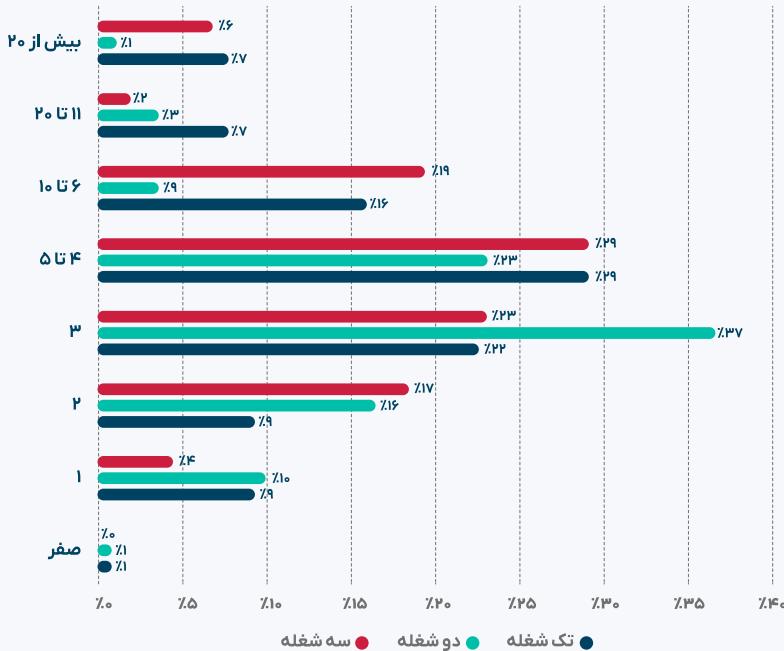
کسانی که در جستجوی کسب بازار برای اجرای پروژه‌های غیرفارسی، بین‌المللی یا کشوری خاص هستند، از سایت‌های «Indeed» و «Freelancer.com» و «SEO Clerck» و «Fivver» استفاده کنند. برای نقد کردن درآمد هم از شرکت‌های واسط متعددی می‌توان استفاده کرد.

اما نکته مهمتر این است که خدمات به صورت مجزا هم انجام شوند. من پیشنهاد می‌کنم در سبد خدمات، فقط تحقیق کلمات کلیدی، یا فقط بهینه‌سازی داخلی، یا فقط بهینه‌سازی سرعت و... هم وجود داشته باشد.

نکته دیگر هم این است که با تفکر کلاه خاکستری و آف‌پیج فارسی، امکان کار کردن با کل جهان وجود ندارد. شما باید کسب رتبه با لینک‌های نوفالو و sponsored و کاملاً تبلیغاتی رو بلد باشید. یعنی کاملاً کلاه سفید. این یعنی شما باید توانایی اجرای Off-Page کلاه سفید در راستای سیاست‌های مختلف شرکت‌های خارجی را داشته باشید که در فصل اف‌پیج پیشرفت‌هه دوره هم به این موضوع پرداختم.

نکته دیگری که همیشه تاکید داشتم، این است که برای همه پروژه‌ها، حتی فارسی‌ها، حتما در مراحل اولیه تحقیق کلمات کلیدی، گوگل ادز هم انجام شود و بعد از مشاهده خروجی گوگل ادز، انتخاب کلمات کلیدی انجام شود و به صورت بلندمدت برنامه ریزی شود.

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.

رفتار مشابه تکشغله‌ها و سهشغله‌ها در گرفتن پروژه

میزان متخصصان سئوی تکشغله، دوشغله و سهشغله که دارای بیش از ۳ پروژه هستند، به ترتیب ۸۱، ۷۳ و ۷۹ درصد است. بیشتر تکشغله‌ها و سهشغله‌ها مایل به مدیریت همزمان ۴ تا ۵ پروژه هستند.

بودجه سئوی کارفرمایان در سال ۱۴۰۳

%۸



کاهش داشته است

%۱۴



تفییر نکرده است

%۵۱



افزایش داشته است

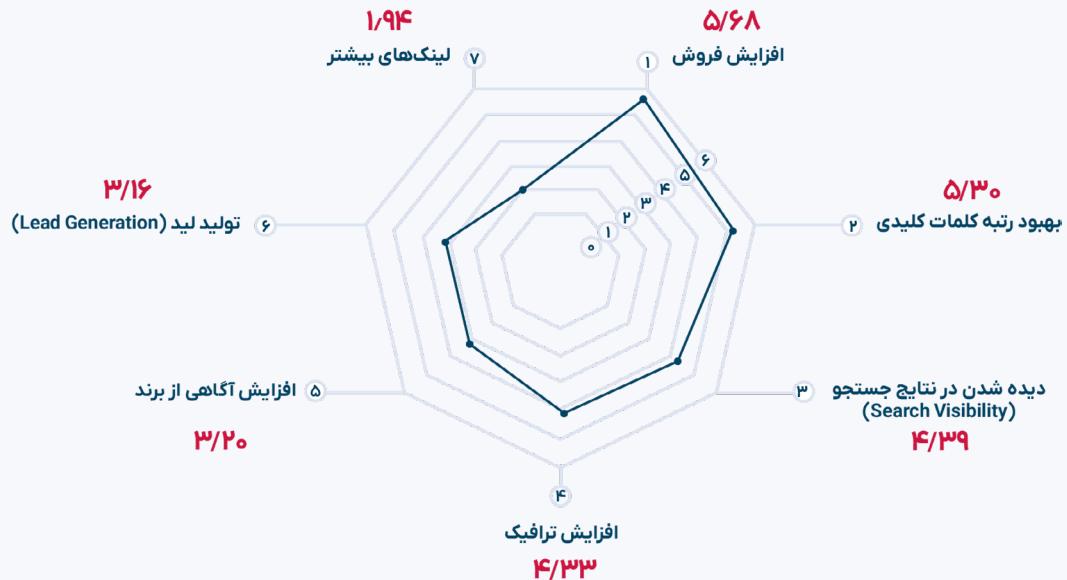
در ۱۲ ماه گذشته، بودجه سئوی کارفرمایان شما نسبت به سال گذشته چه تغییری کرده است؟

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 ۱۴۰۳ کمتر از ۲ سال قبل افزایش داشته است

میزان متخصصان سئویی که در سال‌های ۱۴۰۱، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ از افزایش بودجه کارفرمایان شان گزارش داده‌اند به ترتیب، ۵۷، ۵۴ و ۵۱ درصد بوده است. با این وجود تنها ۸ درصد از کارفرمایان در سال ۱۴۰۳ بودجه سئو را کاهش داده‌اند که رفتاری مشابه سال ۱۴۰۱ است. میزان کارفرمایانی که در سال ۱۴۰۳ بودجه را کاهش داده‌اند تقریباً با سال ۱۴۰۲ تغییری نداشته است، اما در سال گذشته کارفرمایان بیشتری بودجه سئو را مشابه بودجه سال ۱۴۰۲ حفظ کردند.

بزرگترین انتظارات کارفرمایان در سال ۱۴۰۳



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

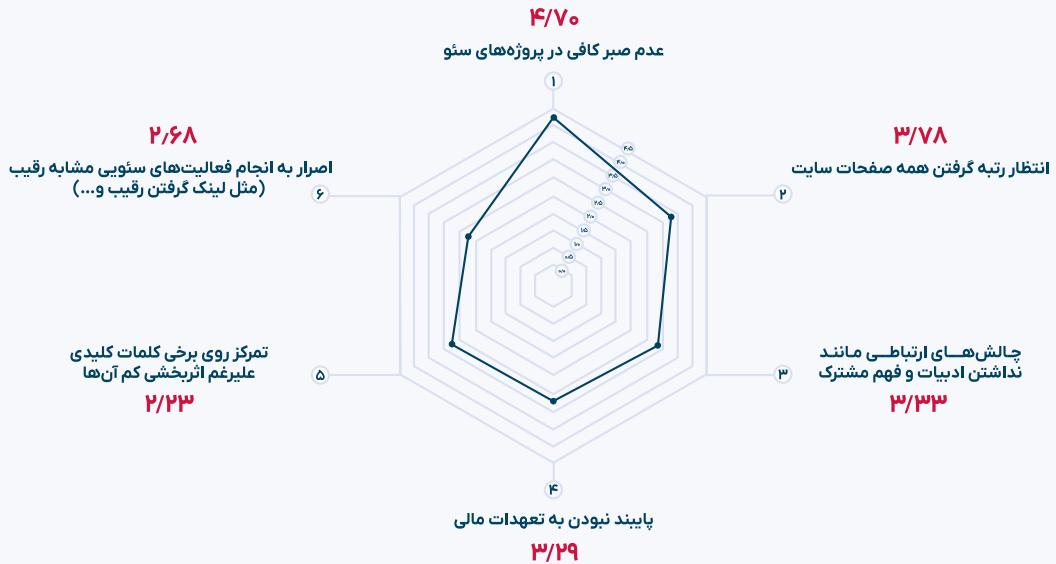
(مشارکت‌کنندگان با اولویت‌بندی گزینه‌ها به این سوال پاسخ داده‌اند.)

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.

دو انتظار بزرگ کارفرمایان در ۳ سال گذشته

«افزایش فروش» و «بهبود رتبه کلمات کلیدی» به ترتیب بزرگترین انتظارهای کارفرمایان از متخصصان سئو در ۳ سال گذشته بوده است. کمترین انتظار از متخصصان سئو در ۳ سال گذشته «دربافت لینک بیشتر» بوده است.

بزرگترین چالش‌های متخصصان سئو با کارفرمایان در سال ۱۴۰۳



در رابطه با کارفرمایان، با کدام یک از چالش‌های زیر بیشتر موواجه شده‌اید؟
مشارکت‌کنندگان با اولویت‌بندی گزینه‌ها به این سوال پاسخ داده‌اند.)

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

نبود صبر بزرگترین چالش متخصصان سئو با کارفرمایان در ۱۴ سال
گذشته است

◀ فصل چهارم

وضعیت متخصصان سئو در شرکت‌ها

- عنوان شغلی متخصصان سئو در شرکت‌ها چیست؟
- بودجه سئوی شرکت‌ها در سال ۱۴۰۳ چه تغییری داشته است؟
- مهمترین انتظارات متخصصان سئو از شرکت‌ها چیست؟
- مدیران سئو برای استخدام نیرو چه مهارت‌هایی را مد نظر قرار می‌دهند؟
- تیم‌های سئوی شرکت‌ها چند نفره هستند؟
- تعداد اعضای شرکت‌های دارای تیم سئو چقدر است؟
- شرکت‌های دارای تیم سئو در چه حوزه‌هایی فعالیت می‌کنند؟

عنوان شغلی متخصصان سئو در شرکت‌ها



نقش شما در کسب و کار محل فعالیت‌تان چیست؟

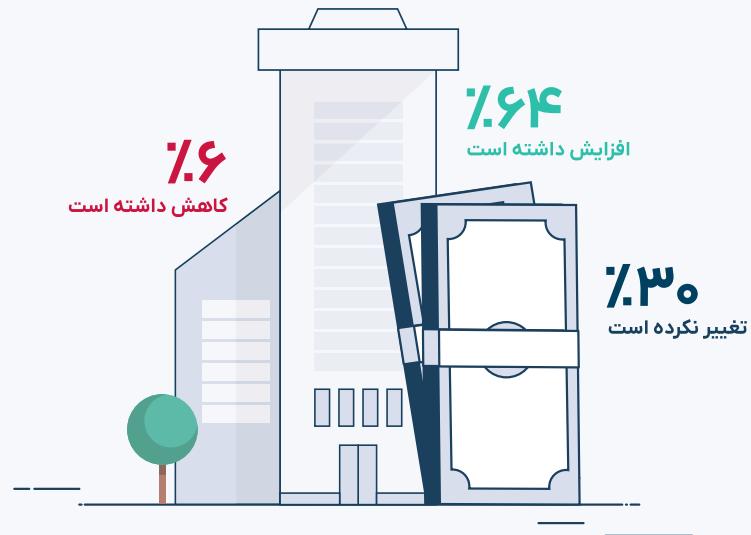
این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟»، گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

افزایش کارشناسان ارشد و کاهش کارشناس‌های سئو

در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، ۱۴۰۴ درصد از متخصصان سئوی شاغل در شرکت‌ها، کارشناس بوده‌اند. این میزان در سال ۱۴۰۳ با ۱۴۰۱ درصد کاهش به ۱۴۰۳ درصد رسیده است. در همین حال میزان کارشناسان ارشد سئوی شاغل در شرکت‌ها در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ برابر ۱۴۰۲ درصد بوده و در حال حاضر به ۱۴۰۵ درصد رسیده است.

با وجود یکسان ماندن میزان مدیران سئوی شاغل در شرکت‌ها در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال ۱۴۰۲، میزان استراتژیست‌های سئو افزایش داشته است.

بودجه سئوی شرکت‌ها در سال ۱۴۰۳



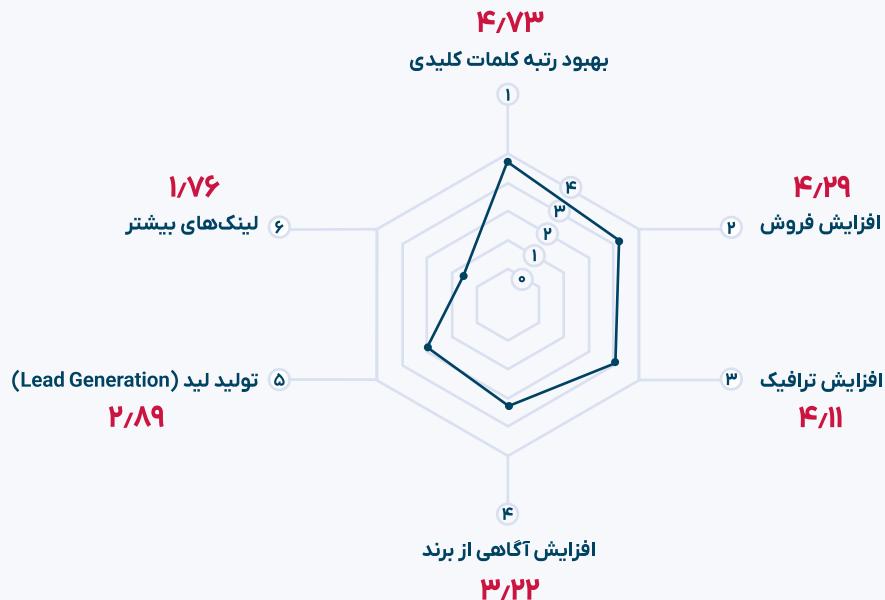
بودجه سئوی شرکت شما در سال ۱۴۰۳ چه تغییری نسبت به سال گذشته داشته است؟

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.

۶ درصد شرکت‌ها بودجه سئو را کاهش داده‌اند

در سال ۱۴۰۳ بودجه سئوی ۵۰ درصد شرکت‌ها مانند سال قبل از آن، ثابت مانده است.

مهمترین انتظارات شرکت‌ها از متخصصان سئو



مهمنترین انتظار شرکت شما از تیم سئو چه مواردی است؟
(مشارکت‌کنندگان با اولویت‌بندی گزینه‌ها به این سوال پاسخ داده‌اند.)

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.

انتظار شرکت‌ها از سئو برای تولید لید افزایش داشته است

در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، تولید لید پنجمین انتظار مهم شرکت‌ها از متخصصان سئو بوده است. در سال ۱۴۰۳، افزایش آگاهی از برندهای جای خود را به تولید لید داده و حالا تولید لید چهارمین انتظار بزرگ شرکت‌ها از متخصصان سئو است.



۶۶ مهران منصوری فر

مدرس و مشاور کسبوکارهای آنلاین



خواسته پنهان و نهایی اغلب کارفرمایانی که روی سئو سرمايه‌گذاری می‌کنند، افزایش فروش است. چرا که سئو، در نهایت یک کanal جذب مشتری است. اما هرچه درک کارفرما از مارکتینگ عمیق‌تر باشد، انتظاراتش نیز هدفمندتر می‌شود، او به جای تمرکز صرف بر فروش، به دنبال جذب ترافیک هدفمند، بهبود جایگاه برنده و ارتقای رتبه کلمات کلیدی است؛ چرا که می‌داند با داشتن زیرساخت مناسب، این اقدامات به طور طبیعی منجر به افزایش فروش خواهند شد.

مهارت‌های مورد نظر مدیران سئو برای جذب نیرو



هنگام استخدام متخصصان سئو چه مهارت‌هایی را اولویت قرار می‌دهید؟

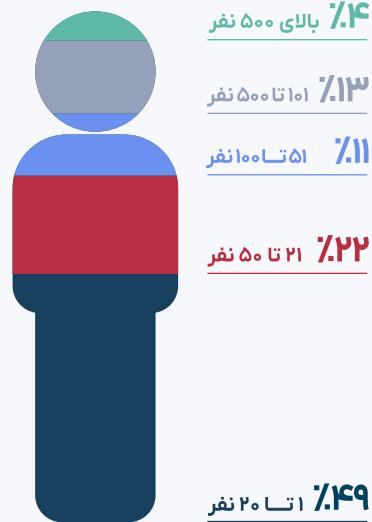
در این سوال پاسخ‌دهندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند.

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟ »، گزینه « تیم داخلی سئوی یک شرکت » و در سوال « نقش شما در کسب‌وکار محل فعالیت‌تان چیست؟ »، گزینه « مدیر سئو » را انتخاب کرده‌اند.

«استعداد و اشتیاق یادگیری» بزرگترین معیار برای جذب متخصصان سئو است

«استعداد و اشتیاق یادگیری»، «سطح دانش سئو» و «روحیه تحقیق و پژوهش»، سه معیار برتر مدیران سئو برای جذب نیرو هستند. «مهارت نرم» و «سازگاری و انطباق‌پذیری با تیم» از اهمیت کمتری برای استخدام متخصص سئو برخوردار است.

تعداد اعضای شرکت‌های دارای تیم سئو



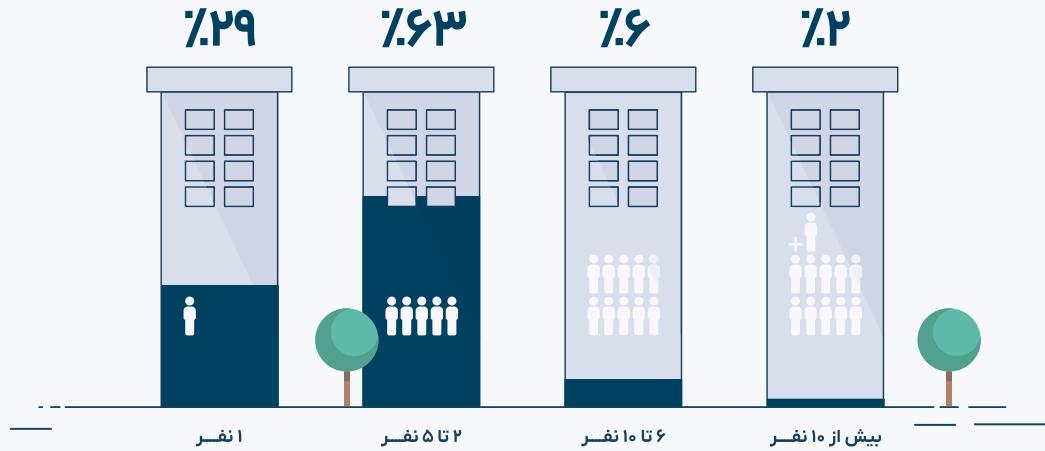
تعداد کارکنان سازمان شما چند نفر هستند؟

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 ۵۵ درصد از متخصصان سئو در شرکت‌ها زیر ۲۰ نفر فعالیت می‌کنند

در سال‌های ۱۴۰۲، ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴، نزدیک به ۵۵ درصد از متخصصان سئو اعلام کردند در شرکت‌هایی با ۲۰ یا زیر ۲۰ عضو همکاری می‌کنند.

تعداد اعضای تیم سئوی شرکتها



تعداد اعضای تیم سئوی شما چند نفر است؟

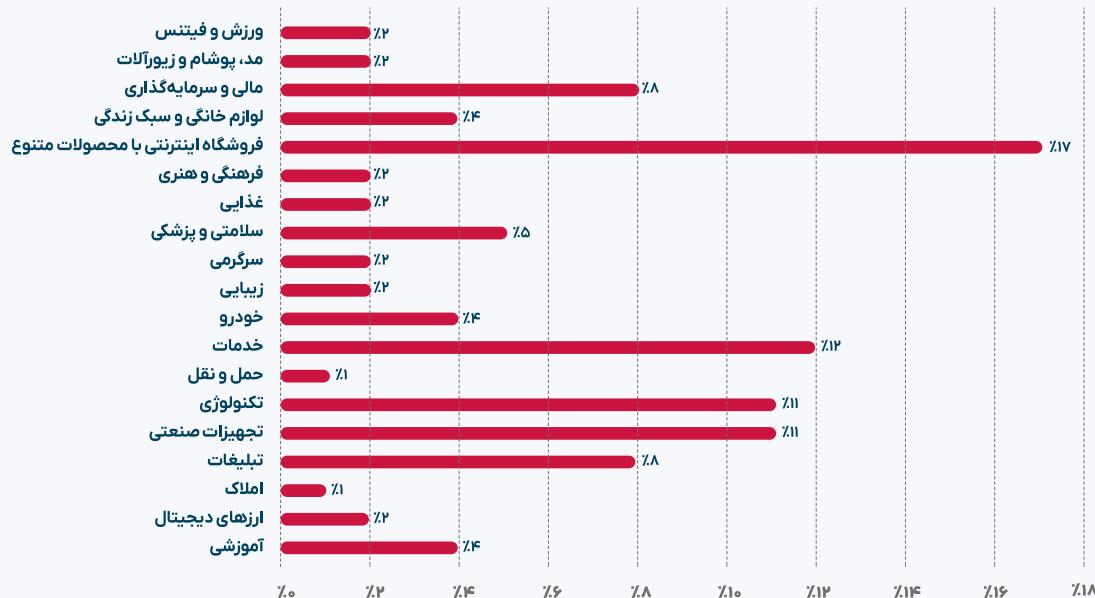
این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال « محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟»، گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

تیم‌های سئو کوچک‌تر شده‌اند

میزان تیم‌های سئوی «تکنفره» در سال‌های ۱۴۰۱، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ به ترتیب ۲۵، ۲۶ و ۲۹ درصد بوده است.

از یک‌سو، از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ میزان تیم‌های سئو «تکنفره» ۶۱ درصد رشد داشته و از سوی دیگر در فاصله همین سال‌ها، میزان تیم‌های سئوی «۲ تا ۵نفره» با ۸ درصد رشد نزولی از ۶۴ درصد به ۴۳ درصد رسیده است.

حوزه فعالیت شرکت‌های دارای متخصص سئو



شرکت شما در چه حوزه‌ای فعالیت می‌کند؟

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.

«فروشگاه‌های اینترنتی» بیشترین متخصصان سئو را در خود جای داده‌اند

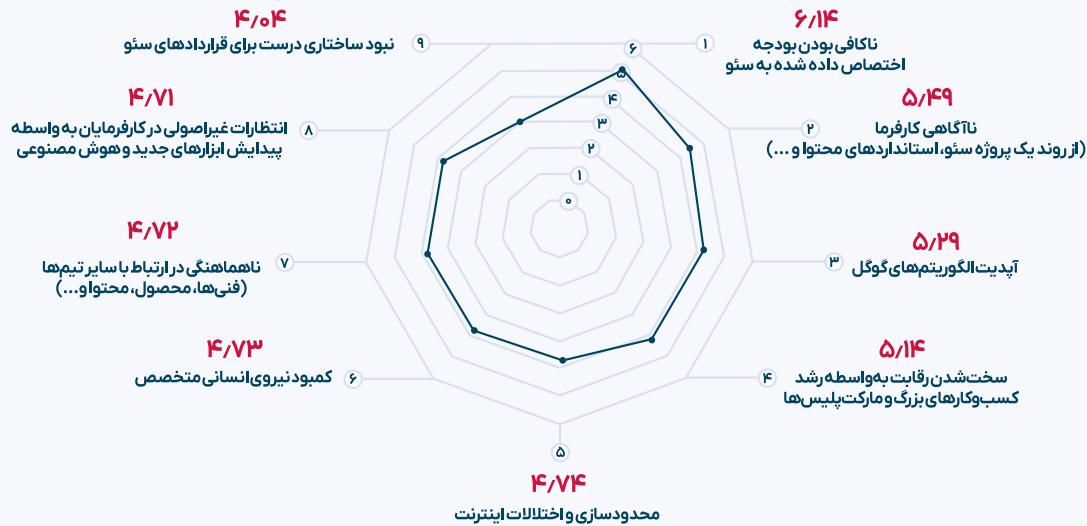
۷۵درصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ در شرکت‌های B2C فعالیت داشته‌اند.

▶ فصل پنجم

چالش‌ها، تهدیدها و سختی‌های سئو

- بزرگترین چالش‌های متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ چه بوده است؟
- تغییرات الگوریتم‌های گوگل چه تأثیری بر نتیجه فعالیت‌های متخصصان سئو داشته است؟
- سخت‌ترین فعالیت‌ها در حوزه سئو چه بوده است؟
- در ۲ سال آینده چه عواملی حوزه سئو را تهدید می‌کند؟

چالش‌های متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳



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

(مشارکت‌کنندگان با اولویت‌بندی گزینه‌ها به این سوال پاسخ داده‌اند.)

کمبود بودجه بزرگترین چالش متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ شد

اگرچه کمبود بودجه جزو بزرگترین چالش‌های متخصصان سئو در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ بوده است اما هیچ‌گاه این چالش در جایگاه اول قرار نداشت. بزرگترین چالش متخصصان سئو در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۱ به ترتیب، «ناآگاهی کارفرما از روند یک پروژه سئو» و «فیلترینگ و محدودیت‌های اینترنت» بوده است. ناکافی بودجه بودجه اختصاص داده شده به سئو سومین چالش بزرگ متخصصان در سال ۱۴۰۲ بوده است. بزرگترین چالش متخصصان سئو با سابقه کارهای متفاوت در سال ۱۴۰۳، «ناکافی بودن بودجه اختصاص داده شده به سئو» بوده است.



۶۶ علیرضا ناجی

مشاور سئو



بازار سئوی ایران در وضعیتی متنقاض گرفتار شده است؛ از یک سو تقاضا برای رشد فوری در نتایج جستجو و بهبود Visibility افزایش یافته، اما از سوی دیگر زیرساختهای لازم برای اجرای پروژه‌های واقعی و اثربخش یا فراهم نیست یا الزامات آن به درستی درک نشده است. شرکتها در برابر رقبای سرسخت و بزرگ قرار گرفته‌اند ولی همچنان انتظار دارند با بودجه محدود و بدون شناخت دقیق فرآیندهای سئو، نتایج معجزه‌آسا به دست آورند.

در سال‌های اخیر، سئو از یک خدمت فنی ساده به یک فرایند پیچیده و چندوجهی تبدیل شده که نیازمند همکاری تیمی، تحلیل مستمر داده، شناخت رفتار کاربران و تجربه واقعی آنها و بسیاری پارامترهای دیگر است. با این حال، بخشی از پروژه‌های سئو صرفاً به این دلیل که نگاه جامعه به سئو، در مجموعه‌ای از تکنیک‌های سریع برای رسیدن به نتیجه خلاصه شده، دچار چالش می‌شود.

نبود قراردادهای اصولی، کمبود نیروی متخصص، اختلالات شدید و ناپایداری اینترنت و توهمندی مصنوعی معجزه‌گر همگی بخشی از یک پازل بزرگتر است که اجرای پروژه را از یک حرکت استراتژیک به یک فرآیند پرفسار و ناپایدار تبدیل می‌کند.

سئو در کشور ما دیگر یک خدمت جانبی نیست، بلکه شاخصی از بلوغ سازمانی، سرمایه‌گذاری آگاهانه و توان تیمی است و بدون چنین مؤلفه‌هایی، حتی بهترین تکنیک‌های دیجیتال مارکتینگ هم راه به جایی نمی‌برند.

- برای عبور از این وضعیت، نخستین گام، بازتعریف جایگاه سئو در ذهن تصمیم‌گیران سازمان‌هاست؛ سئو باید به عنوان یک سرمایه‌گذاری بلندمدت تلقی شود، نه یک خدمت ساده یا هزینه جانبی.

- تنظیم قراردادهای شفاف با شاخص‌های قابل اندازه‌گیری، تخصیص بودجه مناسب با اهداف و شناخت محدودیت‌های تکنولوژیک از الزامات حداقلی برای شروع یک پروژه موفق هستند. در سطح عملیاتی نیز، همگام سازی تیم‌های فنی، محتوا، محصول و غیره با تیم سئو، باید به یک اصل اجرایی تبدیل شود. در کنار این، پرورش نیروی متخصص با دید استراتژیک و توان ارتباطی بالا، نه صرفاً دانش ابزار محور، حیاتی است.

تأثیر تغییرات الگوریتم‌های گوگل

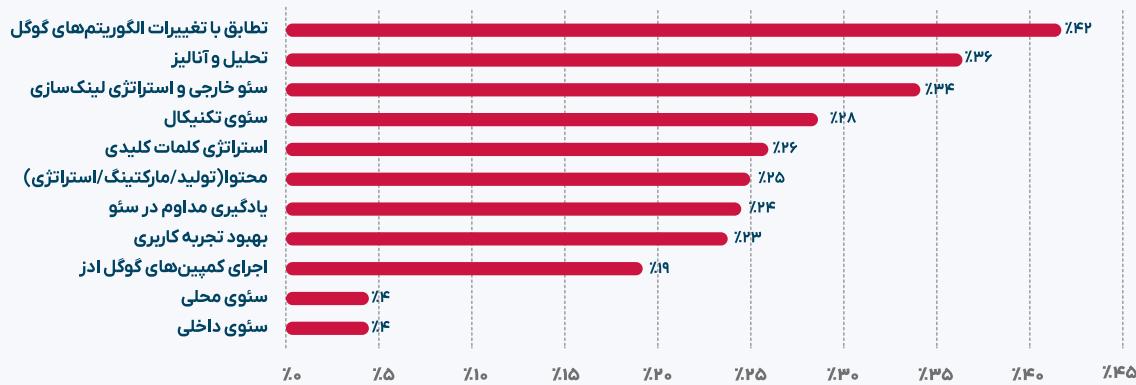


تغییرات اصلی در الگوریتم‌های گوگل چگونه بر تلاش‌های سئوی شما تأثیر گذاشته است؟

نیمی از جامعه سئو یعنی نان تأثیر تغییرات الگوریتم‌های گوگل را مثبت ارزیابی می‌کنند

همانند سال ۱۴۰۲، در سال ۱۴۰۳ نیز ۴۹ درصد از متخصصان سئو تغییرات الگوریتم‌های گوگل را کمک‌کننده و بسیار کمک‌کننده دانسته‌اند

سخت‌ترین فعالیت‌های حوزه سئو



از نظر شما سه مورد از سخت‌ترین فعالیت‌های سئو چیست؟

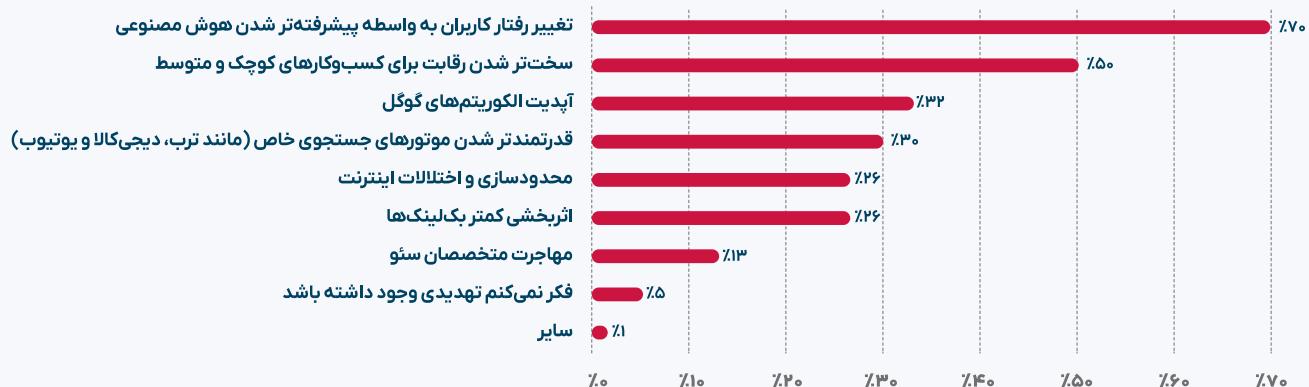
در این سوال پاسخ‌دهندگان می‌توانستند حداقل ۳ گزینه را انتخاب کنند.

تطابق با تغییرات الگوریتم‌های گوگل سخت‌ترین بخش سئو است

براساس نظر متخصصان سئوی ایران در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳، «تطابق با تغییرات الگوریتم‌های گوگل» سخت‌ترین فعالیت در زمینه سئو است.

«یادگیری مداوم در سئو» به عنوان دومین فعالیت سخت سئو در سال ۱۴۰۲، در سال ۱۴۰۳ «هفتمین فعالیت سخت در زمینه سئو عنوان شده و «تحلیل و آنالیز» که رتبه چهارم را در سال ۱۴۰۲ داشته در سال ۱۴۰۳ دومین فعالیت سخت سئو معرفی شده است.

بزرگترین تهدیدهای حوزه سئو در ۲ سال آینده



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

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

تهدید «محدودسازی و اختلالات اینترنت» کم رنگ‌تر شده است

دسترسی به اینترنت بزرگترین تهدید حوزه سئو در سال ۱۴۰۱، دومین تهدید بزرگ سئو در ۱۴۰۲ و پنجمین تهدید در سال ۱۴۰۳ معرفی شده است. این موضوع نشان می‌دهد در طول ۳ سال گذشته متخصصان سئو رفته‌کمتر محدودیت اینترنت را تهدید اصلی سئو پنداشته‌اند.

در عوض، «تغییر رفتار کاربران به واسطه پیشرفت‌شدن هوش مصنوعی» و «سخت‌ترشدن رقابت برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط» به ترتیب بزرگترین عواملی هستند که به باور متخصصان سئو با سابقه کارهای مختلف در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ حوزه سئو را تا دو سال آینده تهدید می‌کنند.

▶ فصل ششم

معیارهای سنجش موفقیت و عوامل رتبه‌بندی

- معیار متخصصان سئو برای سنجش میزان موفقیت در سال ۱۴۰۳ چه بوده است؟
- مهمترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در سال ۱۴۰۳ چه بوده است؟
- متخصصان سئو با سابقه کارهای مختلف مهمترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل را چه می‌دانند؟
- مهمترین عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در ۲ سال آینده چیست؟

معیارهای متخصصان سئو برای سنجش میزان موفقیت در سال ۱۴۰۳



بهبود رتبه کلمات کلیدی



افزایش ترافیک ارگانیک



افزایش فروش



دیده شدن در نتایج جستجو
(Search Visibility)



نرخ کلیک (CTR)



بهبود نرخ تبدیل‌های سایت
(Conversion Rate)



سهم ترافیک کلمات برنده یا غیر برنده
(Branded or Non - Branded Traffic)

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

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

«بهبود رتبه کلمات کلیدی» بزرگترین معیار سنجش موفقیت در سئو

با وجود یکسان ماندن سه معیار برتر سنجش میزان موفقیت در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۱، در سال گذشته «دیده شدن در نتایج جستجو» (دیده شدن در نتایج جستجو) (Search Visibility) با یک درجه ارتقا به چهارمین معیار سنجش موفقیت تبدیل شده است.

سابقه کار متفاوت متخصصان سئو تفاوت معنی‌داری در معیارهای سنجش میزان موفقیت ایجاد نکرده است.

عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در سال ۱۴۰۳

- تولید محتواهای مفید و باکیفیت (helpful content)
- فاکتورهای سئوی تکنیکال
- فاکتورهای سئوی داخلی
- تجربه کاربری
- میزان بازدید سایت
- آگاهی از برنده و جستجوی آن
- E-E-A-T، تخصص نویسنده
- فاکتورهای سئوی خارجی
- انطباق نتایج جستجو با تجربه واقعی کاربران در دنیای واقعی (Real world signals)
- موجودی و تنوع محصول

عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در سال ۱۴۰۲

- تولید محتواهای مفید و باکیفیت (helpful content)
- فاکتورهای سئوی تکنیکال
- تجربه کاربری
- فاکتورهای سئوی داخلی
- فاکتورهای سئوی خارجی
- تخصص نویسنده، E-E-A-T
- میزان بازدید سایت
- آگاهی از برنده و جستجوی آن
- موجودی و تنوع محصول

عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در سال ۱۴۰۱

- تولید محتواهای مفید و باکیفیت (helpful content)
- فاکتورهای سئوی تکنیکال
- تجربه کاربری
- فاکتورهای سئوی داخلی
- فاکتورهای سئوی خارجی
- E-E-A-T، تخصص نویسنده Core web vitals
- آگاهی از برنده
- سئوی محلی

به نظر شما در سال گذشته، مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی چه مواردی بوده‌اند؟
 (مشارکت‌کنندگان با اولویت‌بندی گزینه‌ها به این سوال پاسخ داده‌اند.)

تولید محتوا مهمترین عامل رتبه‌بندی سایت از سوی گوگل در ۳ سال گذشته

از نظر متخصصان سئو، در سال‌های ۱۴۰۱، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳، «تولید محتوا مفید و باکیفیت (helpful content)» و «فاکتورهای سئوی تکنیکال»، به ترتیب دو عامل مهم رتبه‌بندی سایتها از سوی گوگل بوده‌اند. در سال ۱۴۰۳ «فاکتورهای سئوی داخلی» اهمیت بیشتری نسبت «تجربه کاربری» پیدا کرده و در جایگاه سومین عامل رتبه‌بندی قرار گرفته است.

«میزان بازدید سایت» که در سال ۱۴۰۲ در جایگاه هفتمین عامل مهم رتبه‌بندی سایتها قرار داشت، در سال ۱۴۰۳ در جایگاه پنجم قرار گرفته است.

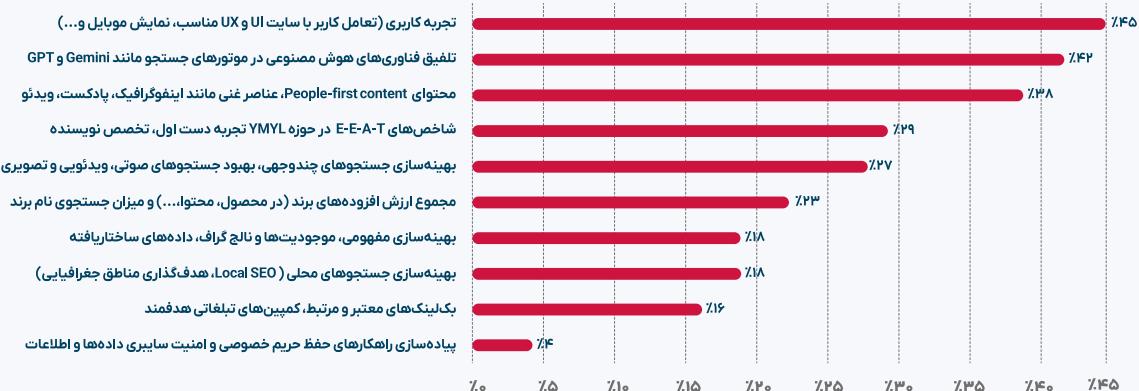
عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل براساس سابقه کار

۱ تا ۲ سال	۲ تا ۵ سال	بین ۵ تا ۱۰ سال	بیش از ۱۰ سال
<ul style="list-style-type: none"> • تولید محتواهای مفید و باکیفیت (helpful content) • فاکتورهای سئوی داخلی • فاکتورهای سئوی تکنیکال • تجربه کاربری • آگاهی از برنده و جستجوی آن • میزان بازدید سایت • فاکتورهای سئوی خارجی • آگاهی از برنده و جستجوی آن • انطباق نتایج جستجو با تجربه واقعی کاربران در دنیای واقعی (Real world signals) • موجودی و تنوع محصول • فاکتورهای سئوی خارجی (برای سایتها فروشگاهی) • موجودی و تنوع محصول (برای سایتها فروشگاهی) E-E-A-T 	<ul style="list-style-type: none"> • تولید محتواهای مفید و باکیفیت (helpful content) • تجربه کاربری • فاکتورهای سئوی تکنیکال • آگاهی از برنده و جستجوی آن • فاکتورهای سئوی داخلی • آگاهی از برنده و جستجوی آن • میزان بازدید سایت • E-E-A-T، تخصص نویسنده • میزان بازدید سایت • آگاهی از برنده و جستجوی آن • انطباق نتایج جستجو با تجربه واقعی کاربران در دنیای واقعی (Real world signals) • موجودی و تنوع محصول (برای سایتها فروشگاهی) 	<ul style="list-style-type: none"> • تولید محتواهای مفید و باکیفیت (helpful content) • تجربه کاربری • فاکتورهای سئوی تکنیکال • آگاهی از برنده و جستجوی آن • میزان بازدید سایت • آگاهی از برنده و جستجوی آن • E-E-A-T، تخصص نویسنده • انطباق نتایج جستجو با تجربه واقعی کاربران در دنیای واقعی (Real world signals) • موجودی و تنوع محصول (برای سایتها فروشگاهی) 	<ul style="list-style-type: none"> • فاکتورهای سئوی تکنیکال • تولید محتواهای مفید و باکیفیت (helpful content) • فاکتورهای سئوی داخلی • تجربه کاربری • میزان بازدید سایت • آگاهی از برنده و جستجوی آن • E-E-A-T، تخصص نویسنده • انطباق نتایج جستجو با تجربه واقعی کاربران در دنیای واقعی (Real world signals) • موجودی و تنوع محصول (برای سایتها فروشگاهی)

با سابقه‌ها بیشتر فاکتورهای سئوی تکنیکال را مد نظر قرار می‌دهند

در حالی که «تولید محتوا مفید و باکیفیت» از نظر متخصصان سئو مهمترین عامل رتبه‌بندی مهم سایت‌ها از سوی گوگل است، متخصصان سئو با بیش از ۱۰ سال سابقه کار «فاکتورهای سئوی تکنیکال» را مهم‌ترین عامل رتبه‌بندی سایت‌ها می‌دانند. «تجربه کاربری» که دومین عامل مهم رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل برای متخصصان با زیر اسنال، ۲ تا ۵ سال و ۵ تا ۱۰ سال سابقه کار است، برای متخصصان سئو با بیش از ۱۰ سال سابقه، چهارمین عامل رتبه‌بندی است.

عوامل رتبه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل در ۲ سال آینده



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

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

تجربه کاربری مهمترین عامل رتبه‌بندی سایت‌ها در ۲ سال آینده است

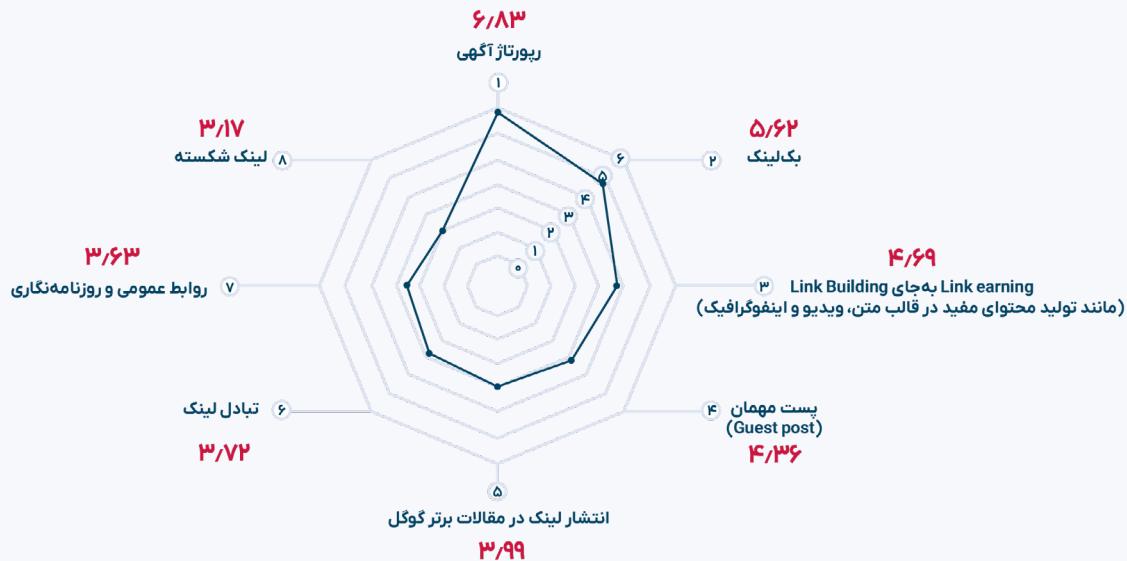
۵ عامل برتر رتبه‌بندی سایت‌ها در ۲ سال آینده از دیدگاه متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ یکسان بوده است. با این وجود، عامل «مجموع ارزش افزوده برنده (در محصول، محتوا و ...) و میزان جستجوی نام برنده» که در سال ۱۴۰۲ در رتبه هشتم قرار داشت، در سال ۱۴۰۳ در جایگاه ششم قرار گرفته است.

▶ فصل هفتم

لینکسازی خارجی

- متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ از کدام روش‌های لینک‌سازی خارجی بیشتر استفاده کرده‌اند؟
- کدام روش‌های لینک‌سازی خارجی در سال ۱۴۰۳ موثرتر بوده است؟

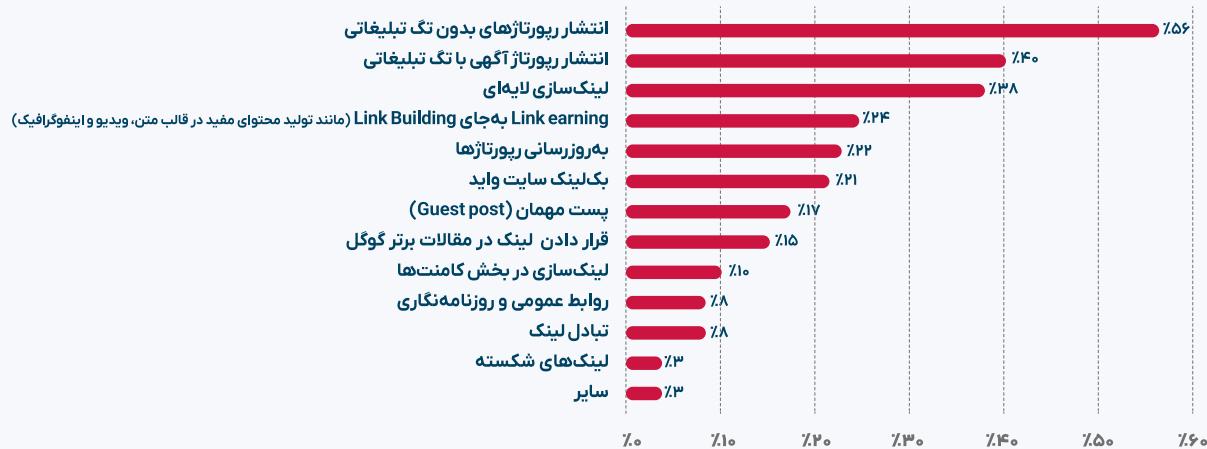
روش‌های لینک‌سازی خارجی مورد استفاده در سال ۱۴۰۳



در سال ۱۴۰۳ از کدام روش‌های لینک‌سازی خارجی استفاده کرده‌اید؟
 (مشارکت‌کنندگان با اولویت‌بندی گزینه‌ها به این سوال پاسخ داده‌اند.)

رپورتاژ آگهی با اختلاف پراستفاده‌ترین شیوه لینک‌سازی خارجی است

موثرترین روش‌های لینک‌سازی خارجی در سال ۱۴۰۳



موثرترین روش لینک‌سازی خارجی که در سال ۱۴۰۳ از آن نتیجه گرفته‌اید، چه بوده است؟

در این سوال پاسخ‌دهندگان می‌توانستند حداقل ۴ گزینه را انتخاب کنند.

تولید محتوا، انتشار و به روزرسانی رپورتاژ آگهی موثرترند

انتشار رپورتاژ آگهی بدون تگ تبلیغاتی، انتشار رپورتاژ آگهی با تگ تبلیغاتی و لینکسازی لایه‌ای بهترتیب موثرترین روش‌های لینکسازی خارجی در سال ۱۴۰۳ بوده‌اند.



۶۶ امین هاشمی

متخصص و مشاور سئو



۱. استفاده از سایت‌واید روی رپورتاژ به عنوان لینک داخلی

ارزش واقعی رپورتاژ زمانی به دست می‌آید که بتوان از آن به صورت هوشمندانه برای تقویت لینک‌سازی داخلی استفاده کرد. استفاده از سایت‌واید در رپورتاژ (در این حالت نیازی نیست حتی سایت وايد بنري استفاده کنيد!) این امکان را می‌دهد که صفحات کلیدی سایت، علاوه بر سیگنال خارجی، جریان قدرتمندی از لینک‌های داخلی نیز دریافت کنند و عملأً اثرگذاری چندرابری ایجاد شود.

۲. بهره‌گیری حداکثری از المان‌های متنوع محتوایی

رپورتاژی که فقط متن ساده داشته باشد شанс کمتری برای ماندگاری در ذهن مخاطب و حتی رتبه‌گیری دارد. اضافه کردن المان‌هایی مانند ویدیو، نقل قول (blockquote)، اینفوگرافیک و سایر ابزارهای بصری باعث می‌شود هم تجربه کاربری بهبود پیدا کند و هم زمان ماندگاری کاربر در صفحه افزایش یابد. در نهایت، این تنوع المان‌ها به الگوریتم‌های گوگل نشان می‌دهد که صفحه ارزش بیشتری دارد.

۳. طراحی کمپین‌های چندبخشی لینک‌سازی

کمپین‌های حرفه‌ای بکلینک حداقل در دو فاز طراحی می‌شوند: در فاز اول، ترکیبی از لینک‌های متنوع شامل رپورتاژ‌های باکیفیت و محدود، بکلینک‌های کم‌هزینه و انبوه، سایت‌وایدها و حتی پکیج‌های آماده (مانند سرویس‌های لجیت یا سئوکلرک) تست می‌شوند. پس از بررسی نتایج و تشخیص مؤثرترین مسیر، فاز دوم بر اساس داده‌های واقعی اجرا می‌شود. این رویکرد باعث کاهش ریسک و افزایش بازدهی کمپین می‌شود.

۴. شبکه‌سازی گستردۀ در لینک سامبیشن‌ها

زمانی که این کار به صورت شبکه‌ای و گستردۀ در پلتفرم‌هایی مثل آپارات، ناماشا، یوتیوب و سایر بسترها محتوایی انجام شود، یک لایه حمایتی قوی برای لینک‌سازی اصلی ایجاد می‌کند. این لایه علاوه بر ایجاد تنوع دامنه و انکرکست، به گوگل نشان می‌دهد که برنده در بسترها مختلف فعال است و سیگنال‌های برنندسازی قوی‌تری دریافت می‌کند.

▶ فصل هشتم

مهارت‌های مورد نیاز، استفاده از دعوهش مصنوعی و ماندگاری در حوزه سئو

- یادگیری چه مهارت‌هایی عملکرد متخصصان سئو را بهبود می‌دهد؟
- متخصصان سئو از هوش مصنوعی در چه زمینه‌هایی بهره می‌برند؟
- چه میزان از متخصصان سئو در ۵ سال آینده به فعالیت در حوزه سئو ادامه می‌دهند؟

مهارت‌های مورد نیاز برای بهبود عملکرد در سئو



متخصصان سئو بیش از هر چیز نیاز به یادگیری کار با هوش مصنوعی دارند

بزرگترین اولویت متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲ «توسعه دانش در حوزه سئو» بوده است این در حالی است که این مورد در سال ۱۴۰۳ جای خود را به «کار با ابزارهای هوش مصنوعی» داده و در جایگاه دوم قرار گرفته است.

استفاده از هوش مصنوعی در حوزه سئو



در صنعت سئو از AI برای چه کارهایی استفاده می کنید؟

در این سوال پاسخ دهندهان می توانستند حداقل ۲ گزینه را انتخاب کنند.

تولید محتوای متنی در صدر استفاده متخصصان سئو از هوش مصنوعی

در سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳، اولین استفاده متخصصان سئو از هوش مصنوعی برای «تولید محتوای متنی» بوده است. ادراصد از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۲ اعلام کرده بودند که تاکنون از هوش مصنوعی استفاده نکرده‌اند، این میزان در سال ۱۴۰۳ به ۴۵٪ رسیده است.

ادامه فعالیت در زمینه سئو در ۵ سال آینده



آیا در ۵ سال آینده در زمینه سئو فعالیت خواهد داشت؟

تمایل متخصصان سئو به ادامه فعالیت در این زمینه افزایشی است

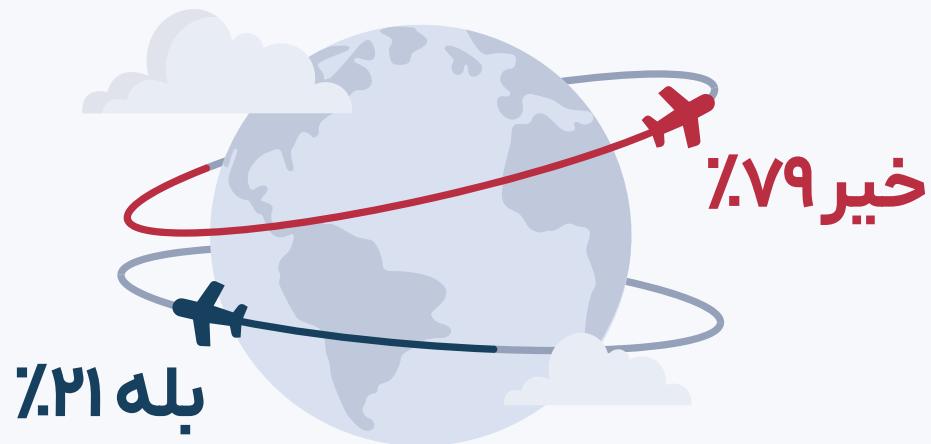
میزان افرادی که در سال‌های ۱۴۰۲، ۱۴۰۳ و ۱۴۰۵ اعلام کردند که در ۵ سال آینده به فعالیت در حوزه سئو ادامه خواهند داد به ترتیب، ۷۷، ۷۴ و ۷۰ درصد است.

فصل نهم ►

مهاجرت

- چه میزان از متخصصان سئو در سال ۱۴۰۳ اقدامی برای مهاجرت انجام داده‌اند؟

میزان اقدام به مهاجرت متخصصان سئو



آیا اقدامی برای مهاجرت از ایران انجام داده‌اید؟

فروکش اقدام به مهاجرت

میزان متخصصان سئویی که در سال ۱۴۰۳ اقدامی برای مهاجرت انجام داده‌اند با کاهش ۲۸ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۲ به ۲۱ درصد رسیده 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

