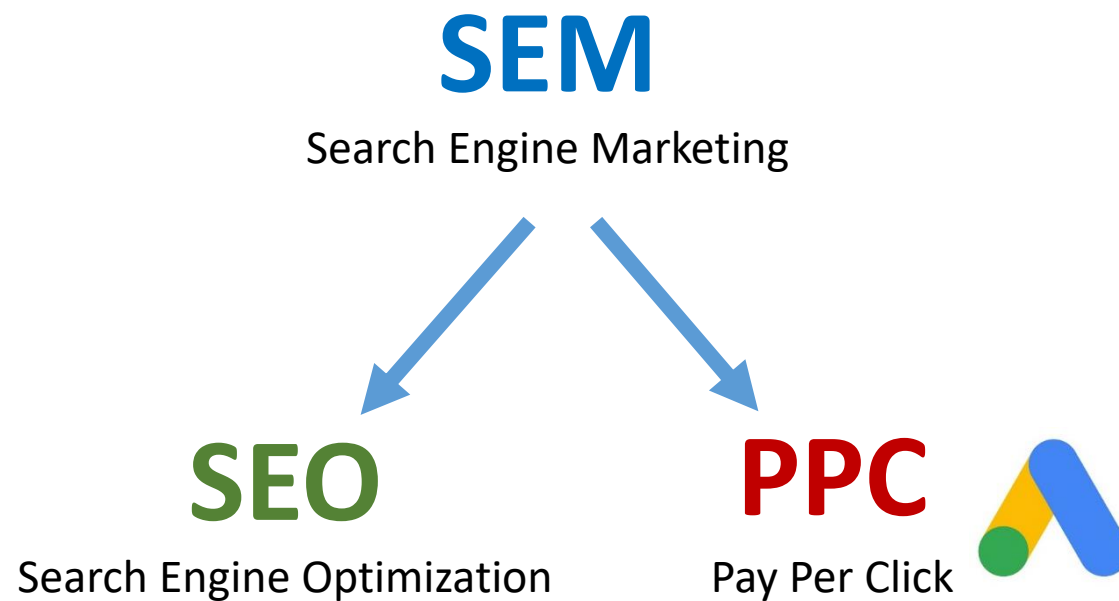


تعریف و جایگاه سئو در دیجیتال مارکتینگ



سو

- ۶۰ هزار جستجو در ثانیه در گوگل
- ۱۳۴ میلیارد دلار درآمد گوگل از ادورز (۲۰۱۹)
- هدفمندترین مخاطبین
- قوی ترین ابزار برای مارکتینگ
- هوشمندانه ترین روش برندینگ
- کوئری بیشتر، ورودی بیشتر و...
- تعداد دامنه های ثبت شده، ومنقضی شده
- تعداد نتایج صفحه اول حتی کمتر از ۱۰
- سرعت تغییرات گوگل
- نبودن تضمین برای ماندگاری
- سخت به دست می آید و راحت از دست میرود
- سلطه صفحات قدیمی



 **هدف از سئو**
بودن در صفحه اول گوگل نیست !

 **هدف از سئو**
هدفمند بودن در صفحه اول گوگل است !

اگر وب سایتی، **هدفمند** در صفحه اول گوگل داشته باشید
از تماس ها و سفارشات مشتریان، شگفت زده خواهید شد

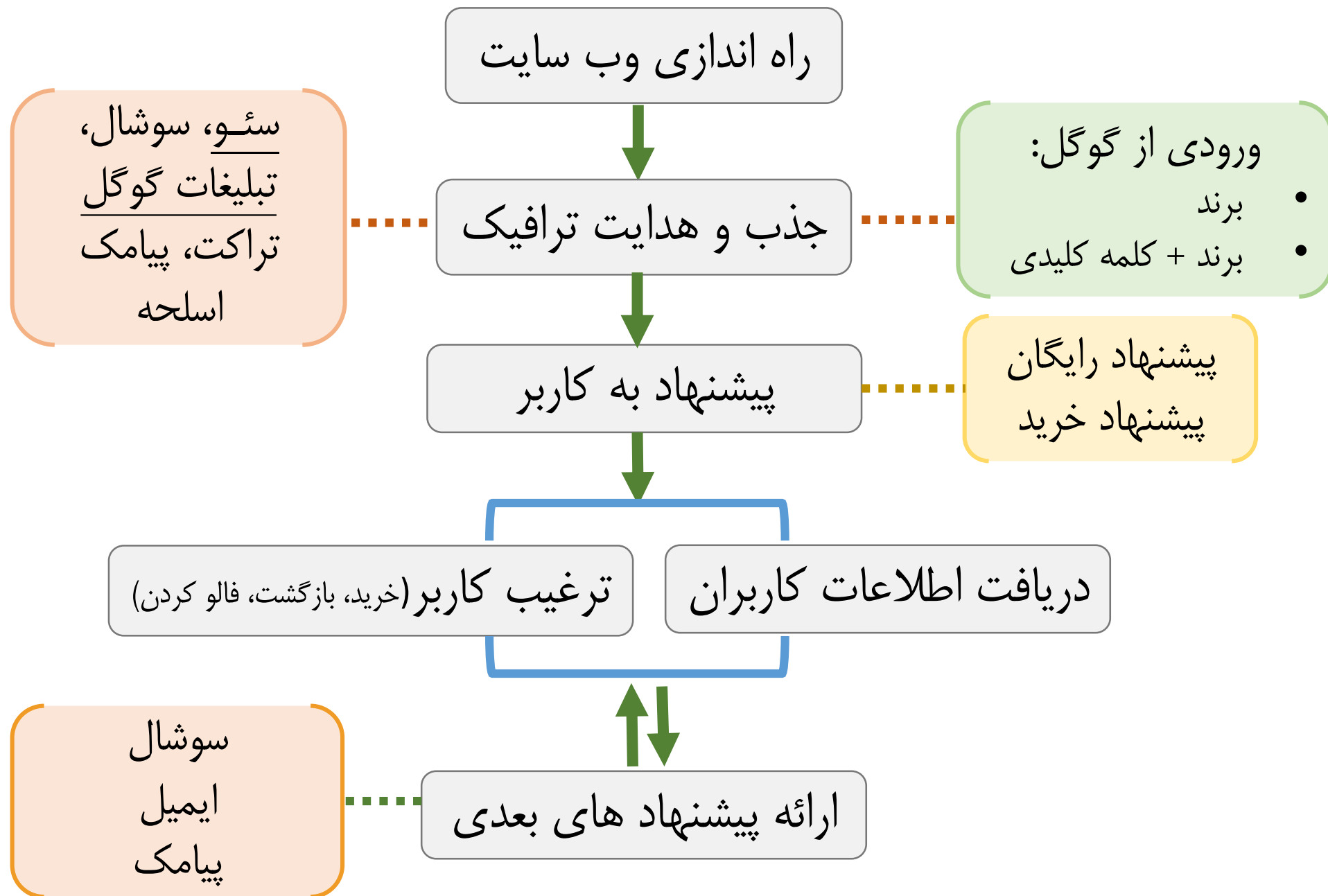
همه ترافیک سایت از سئو
نگران کننده است!



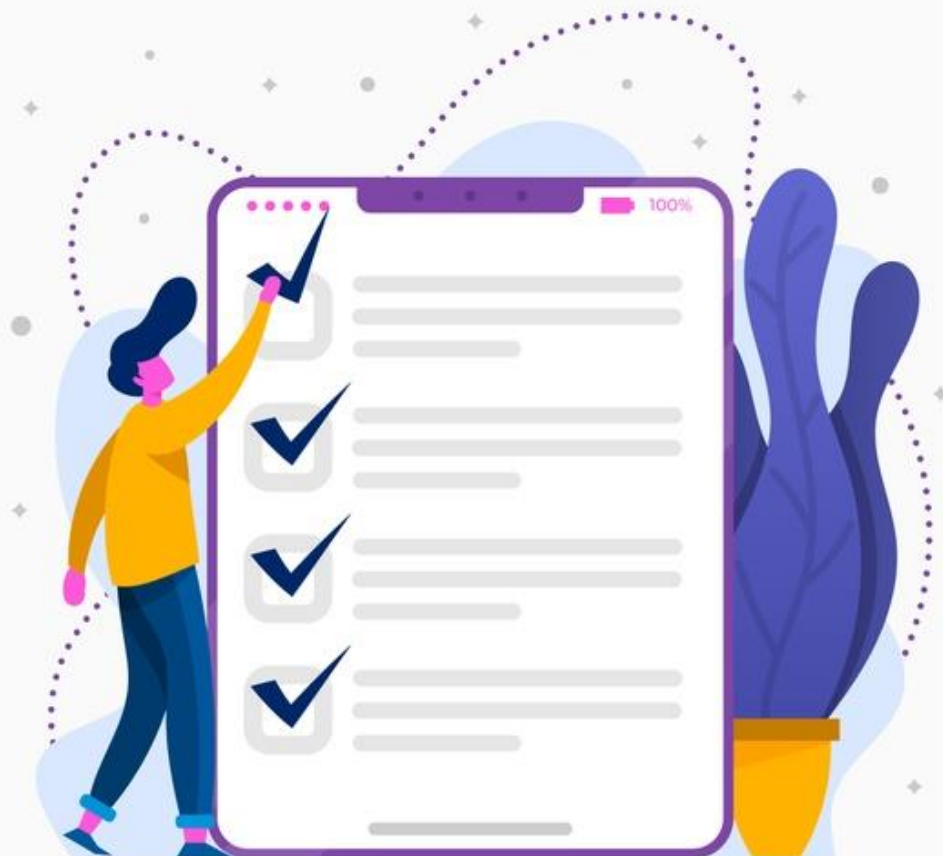
برندینگ
خیلی مهمتر و ارزشمندتر از سئو است!



سئو دست برتر بازاریابی است اما نباید همه ورودی
شما از جستجو کلمات کلیدی در گوگل باشد.



قدم اول برای انجام یک سئو موفق:



- شناخت کامل محصول یا خدمات
- توانایی و تجربه در تامین و ارائه کالا یا خدمات
- شناخت و آنالیز دقیق وضعیت رقبا
- توانایی تولید محتوا اورجینال
- توانایی رقابت با رقبا صفحه اول گوگل:
- ✓ قیمت و کیفیت
- ✓ خدمات قبل و بعد از فروش

و در نهایت: آشنایی با نحوه کار، اولویت ها و معیارهای گوگل

نحوه کار گوگل



1. Crawling

* آیا ربات گوگل سایت و صفحات جدید ما را پیدا کرده ؟

1. گوگل چگونه از سایت و صفحات مختلف مطلع می شود؟
2. گوگل چند وقت یکبار سایت ما را چک می کند ؟
3. آیا گوگل برای بررسی صفحات یک سایت محدودیت یا بودجه مشخص می کند (چند صفحه)؟
4. گوگل بر اساس چه معیارهایی این بودجه و زمانبندی را برای سایت ما را مشخص می کند؟
5. آیا گوگل همه صفحات را فقط یکبار Crawl می کند؟
6. گوگل چگونه متوجه بروزسانی ها و تغییرات صفحات مهم برای crawl مجدد می شود؟
7. آیا میتوانیم خودمان درخواست Crawl یک صفحه را بدهیم ؟
8. چه عواملی می تواند Crawl سایت من را با اختلال مواجه کند؟
9. چه عواملی می تواند بودجه crawl ما را هدر دهد؟
10. آیا ممکن است در سایت ما (خواسته یا ناخواسته) اجازه Crawl صفحات به گوگل داده نشده باشد؟



2. Indexing

* آیا گوگل متوجه موضوع سایت و صفحات شده است؟

اینکه گوگل چگونه و با چه معیار یا تکنولوژی صفحات را ایندکس می کند را دقیقا نمی دانیم! مهندسی ثبت اختراع های گوگل، تحقیق روی داده های عظیم توسط شرکت ها، بررسی موردی فاکتورها

1. ما چگونه می توانیم به درک گوگل از موضوع یک صفحه کمک کنیم؟
2. آیا گوگل توانسته موضوع عکس ها یا ویدئوهای داخل صفحه را متوجه شود؟
3. آیا صفحات با موضوع یکسان در سایت وجود دارد؟
4. رفتار گوگل با صفحات تکراری سایت چگونه است؟
5. آیا ممکن است (خواسته یا ناخواسته) اجازه فهرست شدن صفحات به گوگل داده نشده باشد؟
6. گوگل چگونه ارتباط بین کلمات و مفهوم و معنی کلمات را متوجه می شود؟



دایره لغات، جمله بندی انسان ها بسیار متفاوت و متنوع است و کامپیوترها درک ذاتی از روابط و معنای کلمه ای ما انسانها، ندارند!

کلمات هم خانواده:

(قسطی، اقساطی) (لمینیت، لمینت)

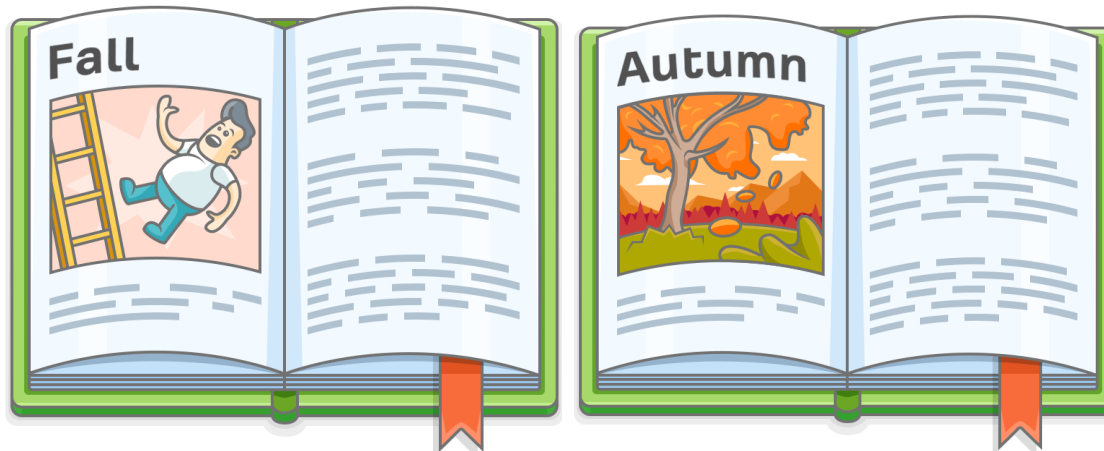
کلمات مترادف:

(ماشین، اتومبیل) (ثروتمند، پولدار) (سئو، بهینه سازی)

(کارتخوان، پوز) (اقساطی، از دم چک)

کلمات چند معنایی Polysemy Words

کابل (خرید کابل، اخبار کابل)، یاس (یاس و ناامیدی، گل یاس، آهنگ جدید یاس)



- **fall** pictures
- **fall** airplane
- when summer ends and **fall** begins
- when airplane **fall**

3. Serving (Ranking)

رتبه بندی یعنی فاکتورهای متعدد و ضریب اهمیت های متفاوت

دقیق و واضح نمی دانیم فاکتورها و میزان تاثیر هر کدام در رتبه بندی ها چیست

سوء استفاده همگان، از دست رفتن اعتبار گوگل نزد من و شما، از دست رفتن درآمد دلاری گوگل

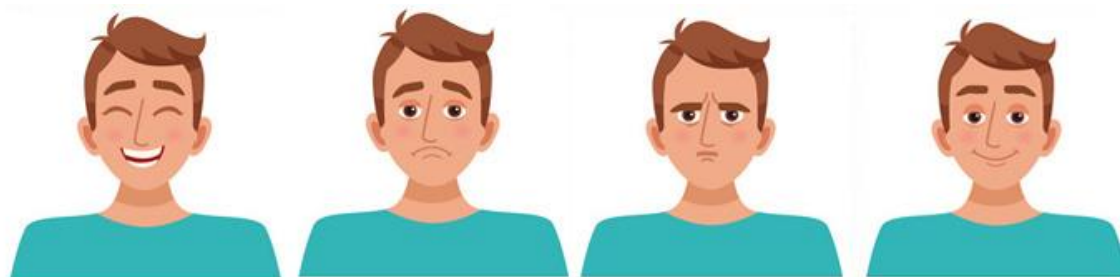
مهندسی ثبت اختراع های گوگل، راهنمایی های کلی گوگل، آنالیز دیتاها توسط شرکت های بزرگ

3. Serving (Ranking)

۱. مهمترین موضوع برای گوگل چیست؟ چرا؟



۲. پایه و اساس فاکتورهای رتبه بندی گوگل چیست؟



سئو از دید کاربران

سئو و رتبه گرفتن برای جذب مشتری

- سایت جذاب (UI و UX)
- سایت پرسرعت
- محتواها جامع و مرجع
-



از خودتان پرسید
چرا کاربران ..

در سایت شما وقت بگذارند؟
مجدد به سایت شما برگردند؟
سایت شما را به دیگران معرفی کنند؟



سئو و رتبه بندی از دید گوگل

Search Quality Rating Program!

معیارهای گوگل برای سنجش
کیفیت نتایج توسط ارزیاب ها



1. Page Quality **(PQ)** Rating
2. Needs Met **(NM)** Rating

۱. امتیاز کیفیت صفحه (PQ Rating)

سنجش اینکه یک صفحه چقدر توانسته به هدفش برسد.



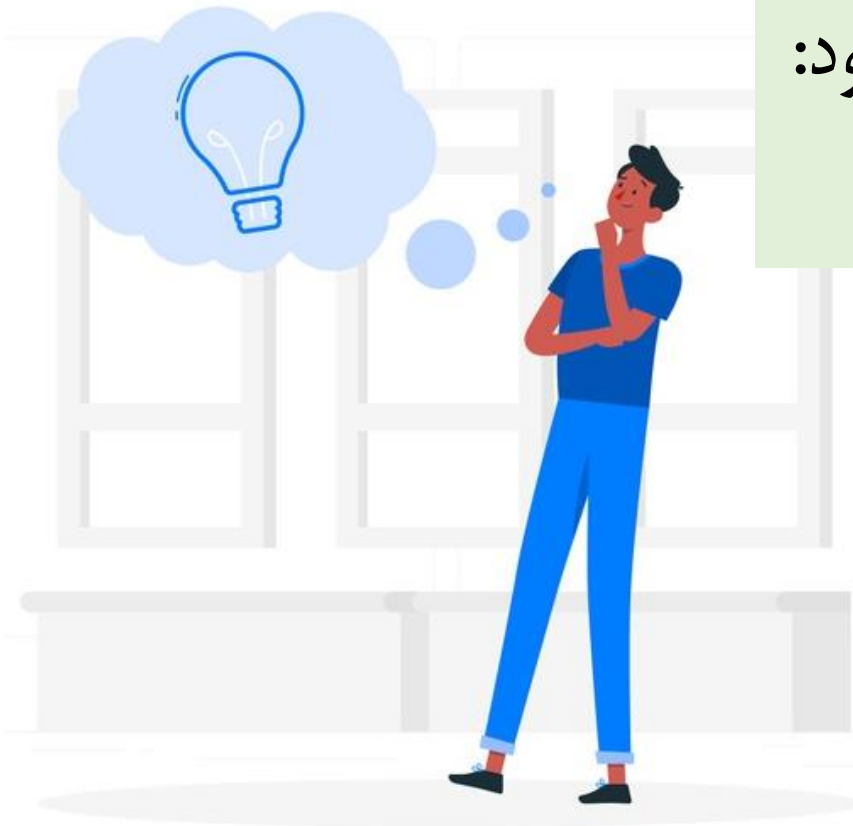
- هر صفحه و هر سایتی هدف متفاوت دارد.
- اهداف صفحات می تواند هر چیزی باشد.
- استاندارد و انتظارات گوگل هم متفاوت است.
- استانداردهای مربوط به PQ ثابت نیستند.
- هدف و نوع صفحات تاثیری در PQ ندارد.

۲. امتیاز برآورده شدن نیاز (NM Rating)

با توجه به نیاز کاربر که در جستجو عبارت ها باید درک شود:
نتایج ارائه شده چقدر مفید و رضایت بخش است؟

مثال:

- خرید تردیمل، تردیمل ۱۲۰ کیلو باشگاهی، قیمت تردیمل خانگی
- بهترین مارک تردیمل، نمایندگی تردیمل اصفهان
- نحوه دوییدن صحیح روی تردیمل
- تردیمل قسطی



ارتباط (یا تفاوت) بین NM و PQ

PQ Rating

اصلا به کوئری وابسته نیست

گوگل برای دادن امتیاز PQ
کوئری را در نظر نمی گیرد.

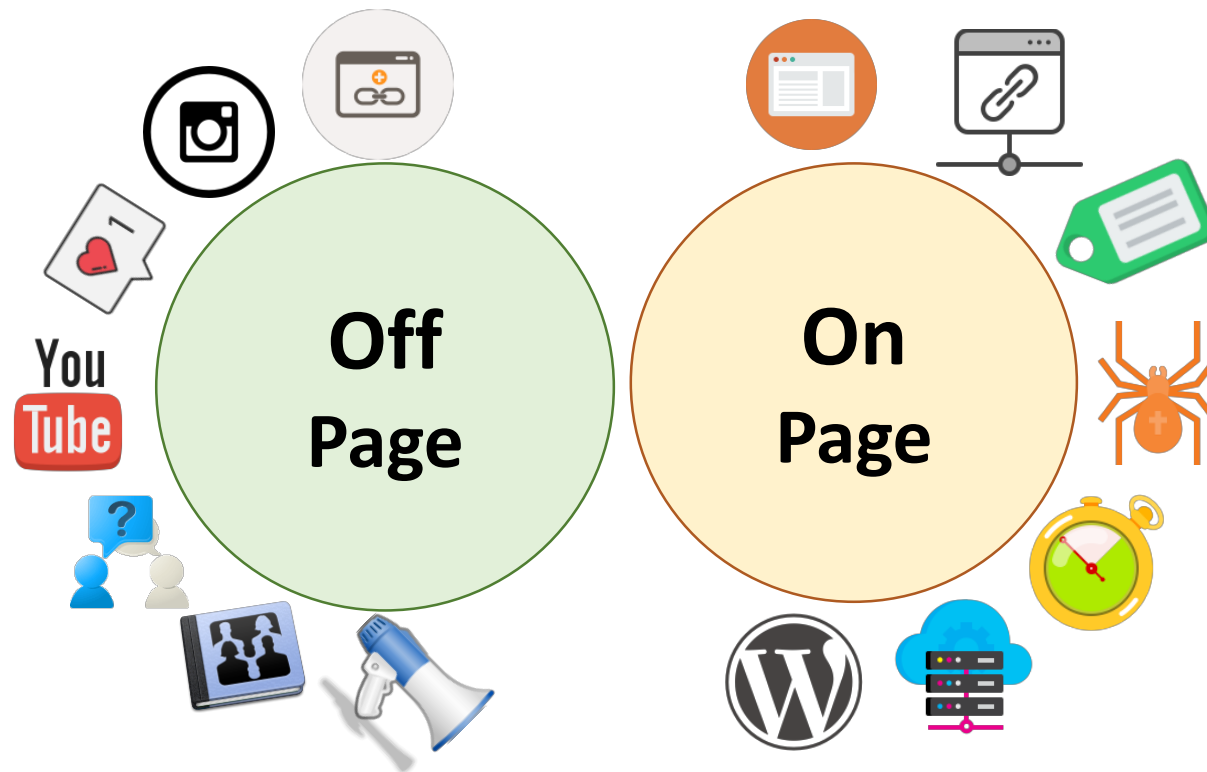
NM Rating

هم به کوئری بستگی دارد، هم به نتیجه

گوگل با دقت تمام به کوئری و قصد کاربر
فکر می کند، سپس امتیاز NM را می دهد.

روش ها و تکنیک های سئو سایت

اقداماتی که در روند سئو انجام می دهیم



تکنیک های اجراء



Black Hat SEO



Gray Hat SEO



White Hat SEO

گوگل را دست کم نگیرید

نقشه راه و اقداماتی که در روند سئو یک سایت باید انجام دهیم



