انتخاب بهترین کلمات کلیدی با 10 ابزار رایگان و کاربردی

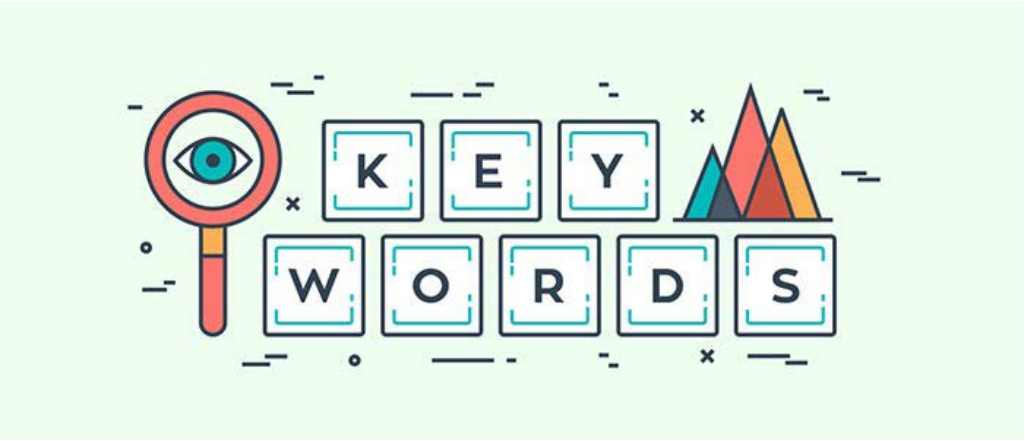
نویسنده: مهران منصوری فر

برای اینکه بتوانید در بیزینس آنلاین خود موفق عمل کنید، باید راه ارتباط با کاربر و اینکه دقیقا در گوگل به دنبال چیست را بدانید، این راه ارتباطی دانستن کلمات کلیدی متناسب با کسب و کار شماست. در این نوشته به شما می گوییم که چگونه این کلمات را پیدا کنید.

Keyword Research یا تحقیق کلمات کلیدی در سال‌های اخیر تحول و پیشرفت قابل‌ملاحظه‌ای پیدا کرده، اما نیاز به پیدا کردن بهترین کلمات کلیدی و همچنین درک نیت و هدف کاربر از استفاده از کلمه کلیدی مورد نظر و تکیه بر کلمات کلیدی مشابه همچنان یک اولویت بلامنازع است.

در واقع، نیاز به تحقیق درباره کلمات کلیدی از آنجا ریشه می‌گیرد که نمی‌توانید فقط با تکیه بر آن دسته از کلمات کلیدی که خودتان با آن‌ها آشنایی دارید دست به تولید محتوا بزنید و نتیجه خوبی را شاهد باشید؛ بلکه باید با گسترش بینش و آگاهی خود نسبت به کلمات و عبارات پرکاربرد و روند و نحوه جستجوهای مردم در حوزه فعالیتتان از قبل برنامه‌ریزی کنید. اینجاست که ابزارهایی موسوم به «ابزارهای تحقیق کلمات کلیدی» به چراغ راهنمای راهتان تبدیل می‌شوند و به کمک آن‌ها می‌توانید عملکرد بهتری را در این زمینه تجربه کنید.

ما در این مطلب به سراغ پرکاربردترین و سودمندترین ابزارهای رایگان تحقیق و انتخاب کلمات کلیدی می‌رویم و با ذکر توضیحاتی برای هر یک، شما را با آن‌ها آشنا می‌کنیم.



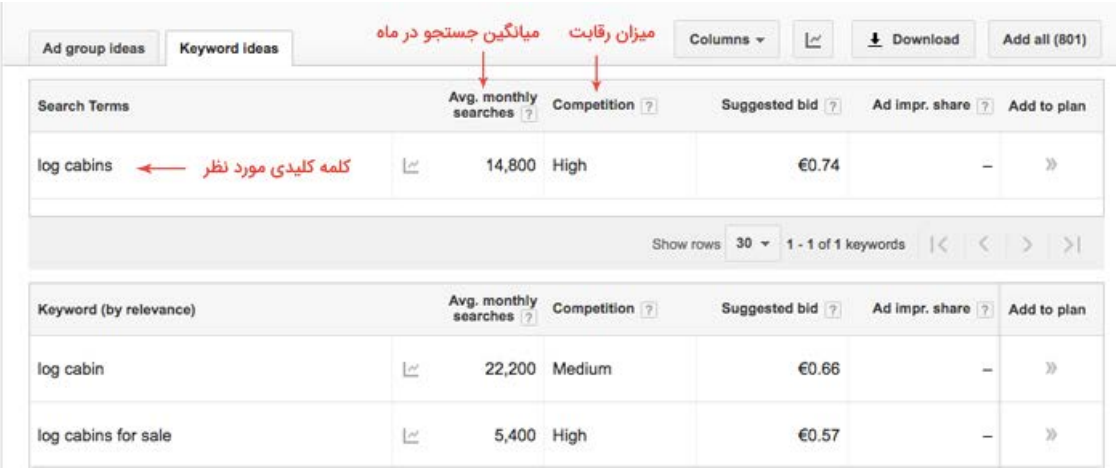
۱. Keyword Planner

گـوگل بـا داشـتن میلیاردهـا کاربـر در سراسـر جهـان بـه نوعـی اربـاب موتورهـای جسـتجو محسـوب می‌شـود؛ بنابرایـن چـه ابـزاری بهتـر از ابـزاری کـه خـود گـوگل بـرای تحقیـق و انتخـاب کلمـات کلیـدی در اختیـار مـا قـرار داده اسـت؟ ابـزار رایـگان تحقیـق کلمـات کلیـدی گـوگل بـا نـام Keyword Planner بـا اطلاعـات ارزشـمندی کـه ارائـه می‌دهـد می‌توانـد بـه شـما در برداشـتن اولیـن گام‌هـا در مسـیر تحقیـق و آنالیـز کمـک کنـد.

ایـن ابـزار کاربـردی، اساسـاً بـرای ارائـه پیشـنهاد کلمـات کلیـدی مناسـب بـه کاربـران کمپین‌هـای پولـی پلتفـرم AdWords طراحـی شـده، امـا می‌توانیـد از آن بـرای پیـدا کـردن کلمـات کلیـدی ارگانیـک هـم اسـتفاده کنیـد. Keyword Planner حجم جسـتجوی ماهانـه محلـی و جهانـی کلمـات کلیـدی و میـزان رقابـت بـر سـر آن‌هـا را نشـان می‌دهـد. عـلاوه بـر ایـن، بـرای شناسـایی ترندهـا یـا روندهـای محبـوب و ایـده گرفتـن بـرای کلمـات کلیـدی جدیـد نیـز می‌توانیـد از ایـن ابـزار کمـک بگیریـد.

بـا توجـه بـه میـزان رقابـت و حجـم جسـتجو می‌توانیـد کلمـات کلیـدی کـه رقابـت متوسـط (Medium) یـا کـم (Low) دارنـد و میـزان جسـتجوی ماهانـه جهانـی یـا محلـی آن‌هـا (بسـته بـه مخاطبـان هدفتـان) بیشـتر اسـت را انتخـاب کنیـد و بـه عبارتـی، میوه‌هـای دم دسـت تـری را بچینیـد.

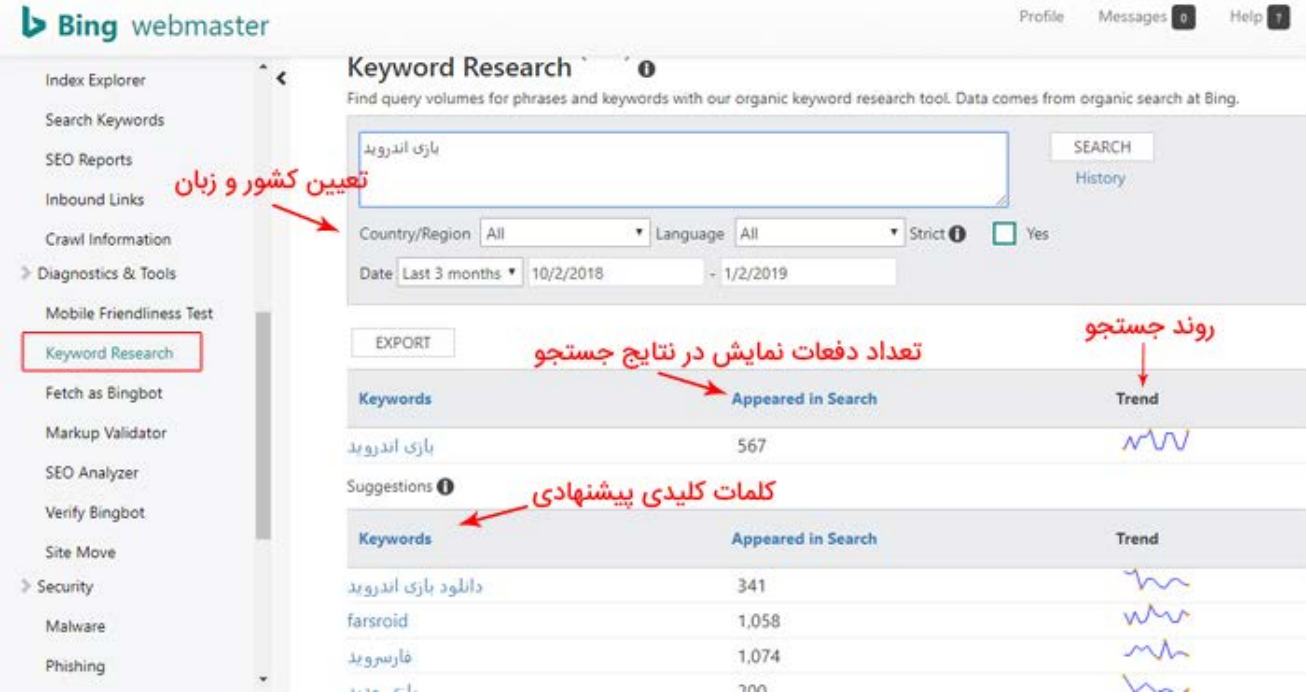
توجـه داشـته باشـید کـه آمـار و ارقامـی کـه در اینجـا مشـاهده می‌کنیـد ۱۰۰ درصـد دقیـق نیسـت؛ لـذا توصیـه می‌شـود کـه بـرای تصمیم‌گیـری در جهـت انتخـاب بهتریـن کلمـات کلیـدی بـرای محتـوای وب‌سـایتتان عـلاوه بـر ایـن ابـزار، از ابزارهای دیگـری هـم کمـک بگیریـد.



۲. Bing Webmaster Tools

موتور جستجوی بینگ که یکی از سرمایه‌های شرکت مایکروسافت محسوب می‌شود نیز می‌تواند در پیدا کردن کلمات کلیدی مناسب به شما کمک کند. با درج کلمه کلیدی مورد نظر خود در قسمت Keyword Research وبمستر تولز موتور جستجوی بینگ می‌توانید کلمات کلیدی مشابه با آن را به همراه تعداد و روند جستجو مشاهده کنید. به‌علاوه، امکان تنظیم کشور، زبان و بازه زمانی نیز وجود دارد؛ البته با وجود اینکه کشور ایران در فهرست کشورهای قابل انتخاب قرار دارد، اما جای زبان فارسی در بخش زبان‌ها خالی است. با این وجود، کلمات کلیدی که نمایش داده می‌شود متناسب با زبان همان کلمه کلیدی است که در کادر بالا وارد کرده‌اید و لذا از این بابت مشکل خاصی وجود نخواهد داشت.

در بخش Search Keywords وبمستر تولز بینگ نیز می‌توانید تعداد دفعاتی که سایت شما برای کلمات کلیدی مختلف در نتایج جستجو ظاهر شده و همچنین درصد کلیک خوری و جایگاه سایت در نتایج نمایش داده شده را مشاهده کنید. با توجه به این بخش می‌توانید کلمات کلیدی مناسب‌تری را انتخاب و در بخش Keyword Research درج کنید.

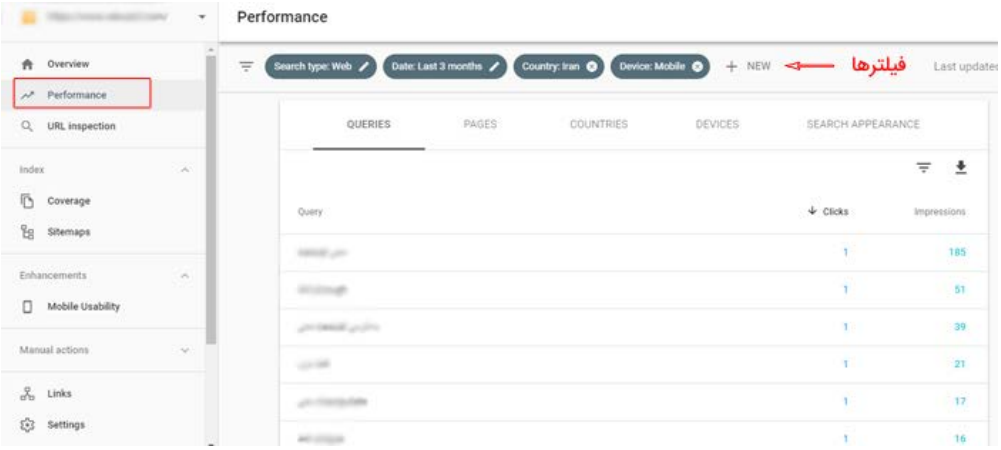


۳. Google Search Console

کنسول جستجوی گوگل یک ابزار مشابه با قسمت Search Keywords بینگ، اما قوی‌تر از آن را برای تحقیق و انتخاب کلمات کلیدی در اختیار شما قرار می‌دهد.

بخش مناسب برای تحقیق کلمات کلیدی، قسمت تجزیه و تحلیل آمار جستجو است که در قسمت Performance کنسول جستجوی جدید گوگل قرار دارد و جزئیات کاملی از کلمات کلیدی که در ۹۰ روز گذشته کلیک خورده‌اند را نشان می‌دهد. مزیت گوگل نسبت به بینگ این است که می‌توانید فیلترهای مختلفی را بر روی اطلاعاتی که نمایش داده می‌شود اعمال کنید تا نتایج معنادارتری در اختیار داشته باشید. به عنوان مثال، برخلاف بینگ در اینجا می‌توانید کلمات کلیدی را بر اساس کشور فیلتر کنید که این قابلیت به‌خصوص برای وب‌سایت‌هایی که کشورهای مختلفی را هدف قرار می‌دهند بسیار کاربردی و سودمند خواهد بود.

به‌علاوه، امکان فیلتر کردن نتایج بر اساس کوئری یا عبارت جستجو شده نیز وجود دارد. به عنوان مثال، با استفاده از دکمه New در قسمت فیلترها، انتخاب Query و سپس درج کلمه SEO، فقط کلمات کلیدی حاوی کلمه SEO نمایش داده خواهند شد. نموداری که در بالای جدول کلمات کلیدی قرار دارد نیز می‌تواند در درک روند جستجوها و مقایسه دقیق‌تر کلمات کلیدی به شما کمک کند. به این منظور کافی است که بر روی کلمه کلیدی مورد نظر کلیک کنید تا صفحه مجدداً بارگذاری شود؛ در این حالت فقط آمار همان کوئری یا کلمه کلیدی که روی آن کلیک کرده‌اید نمایش داده می‌شود.



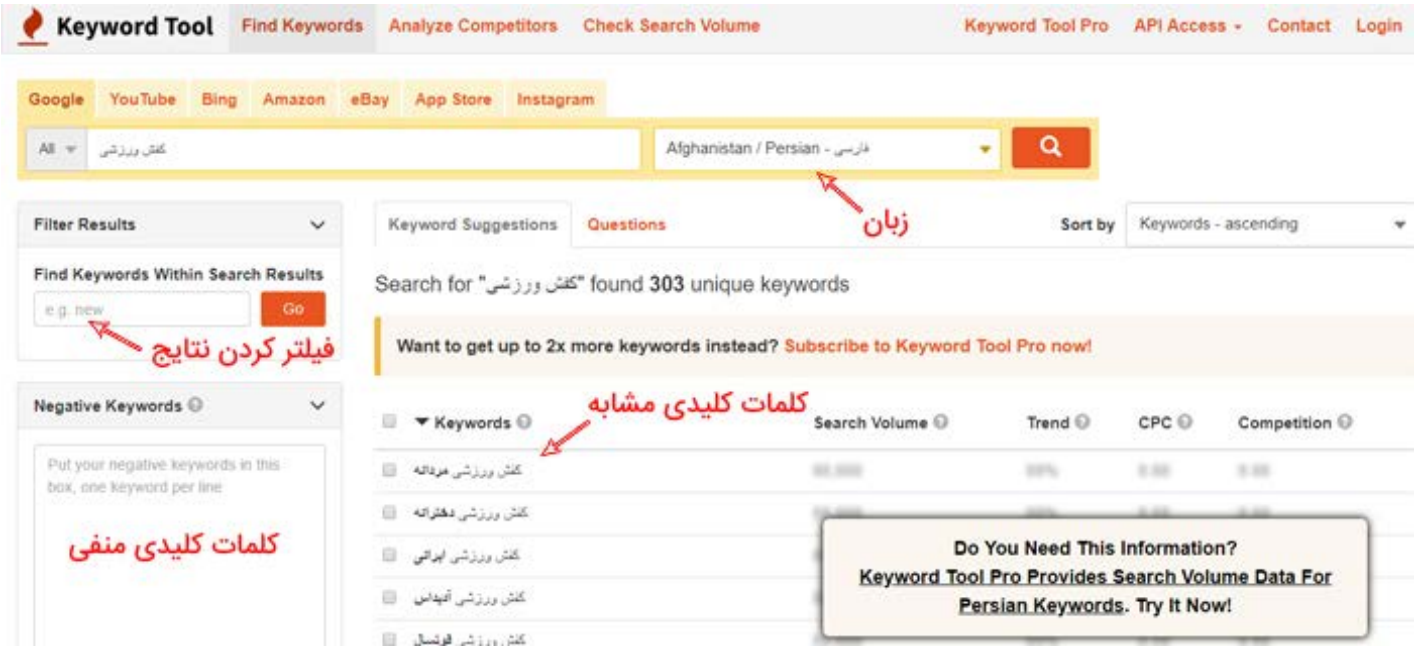
٤. Answer the Public

این وب‌سایت ابزار خوبی است که سؤالاتی که معمولاً با استفاده از کلمه کلیدی مورد نظر شما از گوگل پرسیده می‌شود را نمایش می‌دهد. روش کار وب‌سایت Answer the Public به این ترتیب است که با کلمه کلیدی شما سؤال می‌سازد و سپس با استفاده از ابزار Google Suggest فهرستی از سؤالاتی که احتمالاً مخاطب شما به دنبال پاسخ آن‌هاست را تولید می‌کند. البته از آنجایی که این وب‌سایت مبتنی بر زبان انگلیسی است معمولاً زیاد به درد کاربر ایرانی نمی‌خورد، اما معمولاً بخش انتهایی آن (که حاوی کلمات کلیدی مرتبط است) پیشنهادات خوبی ارائه می‌دهد که توجه به آن برای تحقیق و انتخاب کلمات کلیدی خالی از لطف نخواهد بود.

۵. Keywordtool.io

Keywordtool.io یک نسخه رایگان دارد که به کمک آن می‌توانید با وارد کردن یک کلمه کلیدی، کلمات کلیدی مشابه با آن را مشاهده کنید و ایده بگیرید. از جمله مزایای Keywordtool.io برای کاربران ایرانی، وجود زبان فارسی در فهرست زبان‌های این ابزار است. به‌علاوه، برخلاف وب‌سایت Answer the Public، با استفاده از قسمت Questions در زیر کادر جستجو، می‌توانید سؤالاتی که کاربران فارسی زبان در مورد کلمه کلیدی مورد نظرتان از گوگل می‌پرسند را نیز مشاهده کنید. در سمت چپ جدول نتایج نیز دو کادر وجود دارد: با استفاده از کادر Filter Results می‌توانید نتایج را بر اساس کلمه یا عبارت مورد نظر خود فیلتر کنید (مانند فیلتر Query در کنسول جستجوی گوگل). در قسمت Negative Keywords (کلمات کلیدی منفی) نیز می‌توانید پنج کلمه‌ای که مایل به مستثنا کردن آن‌ها از نتایج موجود هستید را وارد کنید.

توجه داشته باشید که میزان جستجو، روند، هزینه هر کلیک (برای AdWords) و حجم رقابت برای کلمات کلیدی در نسخه رایگان Keywordtool نمایش داده نمی‌شود.



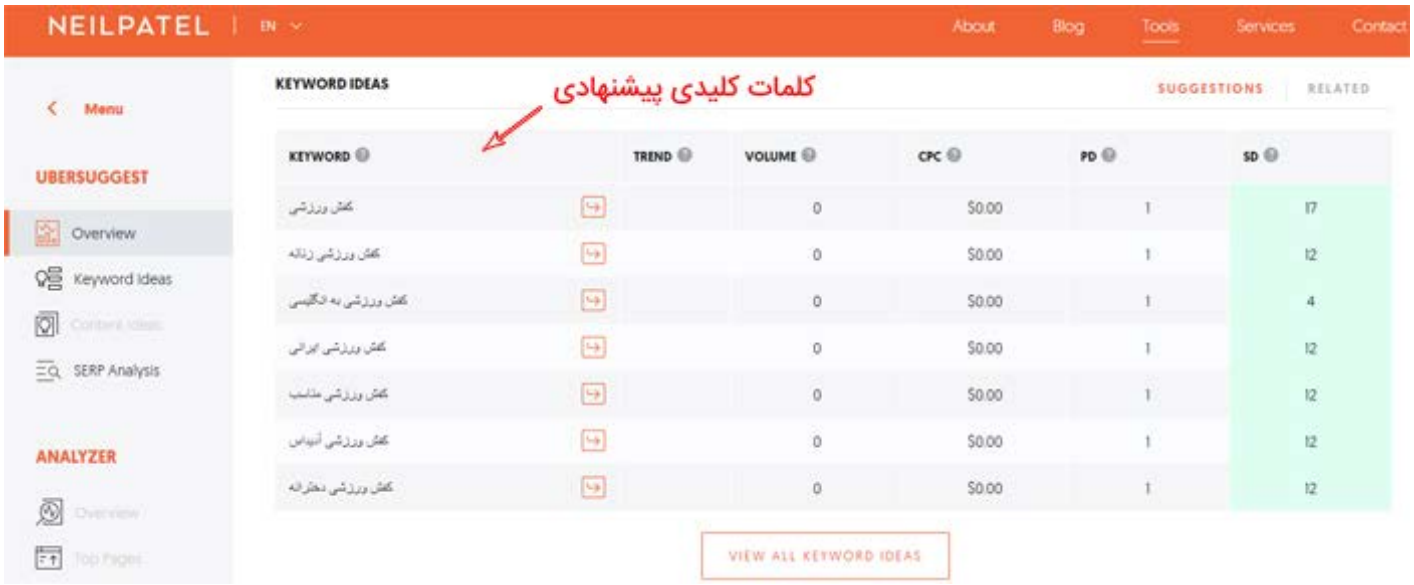
۶. SEMrush

SEMrush اساساً رایگان نیست، اما در هر روز تا سقف محدودی می‌توانید از آن به‌رایگان استفاده کنید. SEMrush ابزار جامعی است که اطلاعات متنوع و سودمندی (از کلمات کلیدی مرتبط و روند جستجو گرفته تا وب‌سایت‌هایی که بالاترین رتبه‌ها را برای کلمه کلیدی مورد نظر در اختیار دارند) را برای تحقیق و انتخاب کلمات کلیدی ارائه می‌دهد. توجه داشته باشید که کاربران نسخه رایگان به ۱۰ جستجو در روز محدود شده‌اند. به‌علاوه، در حال حاضر کشور ایران در فهرست کشورهای این ابزار وجود ندارد؛ در عین حال با انتخاب ایالات متحده (US) یا کشورهای فارسی زبان، مخصوصاً برای کلمات کلیدی کلی‌تر می‌توانید نتایج مناسبی را به دست بیاورید.

۷. Ubersuggest

Ubersuggest نیز ابزار دیگری است که با تکیه بر اطلاعات Google Suggest

می‌توانـد بـرای تحقیـق و انتخـاب کلمـات کلیـدی بـه شـما کمـک کنـد. بـه ایـن منظـور، کافـی اسـت کـه یـک کلمـه کلیـدی را در کادر مربوطـه وارد کنیـد تـا فهرسـتی از کلمـات کلیـدی مرتبـط بـه همـراه یـک نمـودار و وب‌سـایت‌هایی کـه بالاتریـن رتبـه را بـرای آن کلمـه دارنـد نمایـش داده شـود. ایـن ابـزار مدعـی اسـت کـه کلمـات کلیـدی جدیـدی را ارائـه می‌کنـد کـه حتـی در Keyword Planner گـوگل نیـز وجـود ندارنـد. در عیـن حـال، زبـان فارسـی و کشـورهای فارسـی زبـان در ایـن ابـزار تعبیـه نشـده و عملکـرد مطلوبـی بـرای تحقیـق و انتخـاب کلمـات کلیـدی فارسـی نـدارد؛ بـا ایـن وجـود، ایده‌هایـی کـه در بخـش Keyword Ideas بـرای انتخـاب کلمـات کلیـدی (به‌خصـوص کلمـات کلیـدی کلی‌تـر) می‌دهـد می‌توانـد راهگشـا باشـد. پـس از آنکـه فهرسـت کلمـات کلیـدی ظاهـر شـد می‌توانیـد آن را دانلـود یـا کپـی کنیـد و سـپس بـا اسـتفاده از Keyword Planner بررسـی کنیـد کـه بـا توجـه بـه میـزان جسـتجو و رقابـت کـدام مـوارد ارزش اسـتفاده را دارنـد.



۸. Google Trends

یکـی دیگـر از ابزارهـای جالـب توجـه گـوگل، گـوگل ترنـدز اسـت. ایـن ابـزار می‌تواند بـا توجـه بـه آخریـن ترندهـا یـا روندهـای جسـتجو، منتخبـی از کلمـات کلیـدی محبـوب کـه بـا کلمـه کلیـدی مـورد نظـر شـما تطابـق دارنـد را در اختیارتـان قـرار

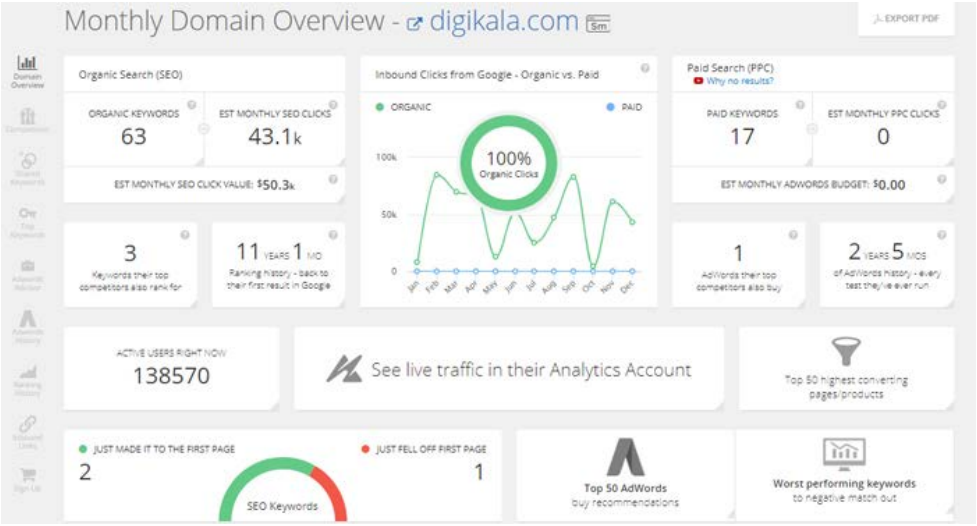
بدهد. علاوه بر این، گوگل ترندز نموداری از تغییرات این روندها را نیز نمایش می‌دهد.
اخیراً مطلب جامعی در رابطه با گوگل ترندز منتظر کرده‌ایم که برای کسب اطلاعات بیشتر درباره نحوه کار با این ابزار قدرتمند می‌توانید به آن مراجعه کنید.

۹. Spyfu

Spyfu یکی دیگر از ابزارهای رایگان برای تحقیق درباره کلمات کلیدی است که می‌توان از دو طریق از آن استفاده کرد:

- با وارد کردن آدرس یک وب‌سایت، کلمات کلیدی اصلی که آن وب‌سایت از طریق تبلیغات پولی و جستجوی طبیعی یا ارگانیک به وسیله آن‌ها در نتایج جستجو ظاهر می‌شود را نشان می‌دهد. در اینجا می‌توانید آدرس وب‌سایت خودتان یا وب‌سایت رقبا را وارد کنید.
- با درج کلمه کلیدی، وب‌سایت‌هایی که برای آن کلمه کلیدی در نتایج جستجو ظاهر می‌شوند را نشان می‌دهد.

متأسفانه این ابزار پشتیبانی مناسبی از زبان فارسی ندارد و فقط وضعیت آماری وب‌سایت‌های شناخته‌شده‌تر را از نقطه نظر کلمات کلیدی و رقبای نزدیک آن‌ها نشان می‌دهد.



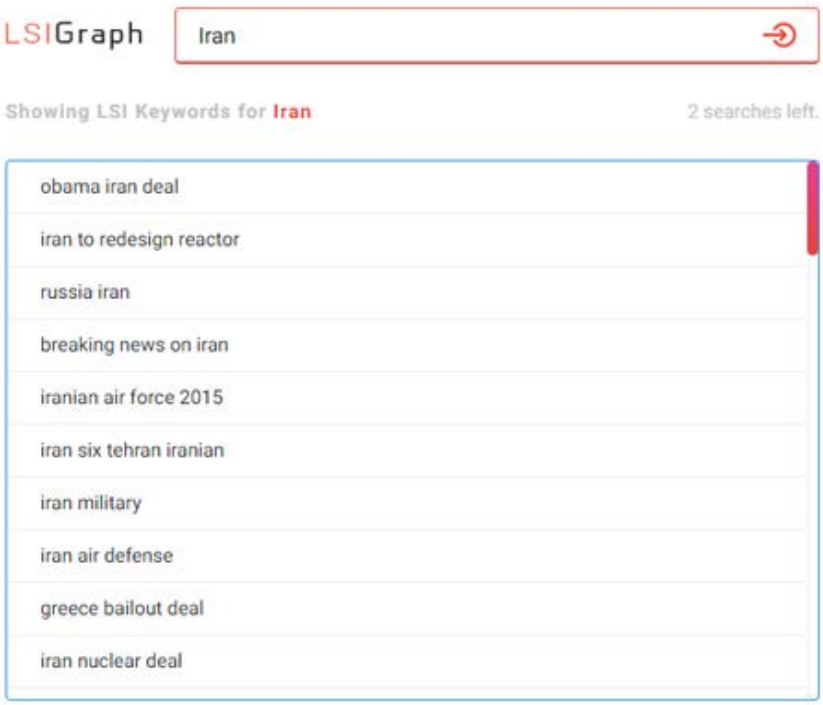
۱۰. LSI Graph

LSI Graph ابزاری است که برای تولید کلمه‌های کلیدی موسوم به LSI یا «latent semantic indexing» (به معنی فهرست بندی معنایی نهفته کلمات) مورد استفاده قرار می‌گیرد (توجه کنید که این ابزار فقط از زبان انگلیسی پشتیبانی می‌کند). به عبارت بهتر و به زبان ساده، کلمه‌های کلیدی LSI کلماتی هستند که از نظر معنایی یا موضوعی با هم قرابت دارند.

این کلمات لزوماً با هم مترادف نیستند یا شکل‌های مختلف همدیگر محسوب نمی‌شوند؛ بلکه کلمه‌ها و عباراتی هستند که در هنگام صحبت از یک موضوع خاص از آن‌ها استفاده می‌کنیم.

مثالی که معمولاً برای روشن شدن مفهوم کلمات کلیدی LSI از آن استفاده می‌شود، apple است. کلمات کلیدی LSI برای apple، کلماتی مانند iTunes، app store و iPhone خواهد بود و نه موارد مرتبط با معنای تحت‌اللفظی این کلمه.

در واقع، گوگل با تکیه بر کلمه‌های کلیدی LSI تلاش کرد تا ابهامات و ایرادات جستجوها را برطرف کند (ابهام برای شرکت اپل و سیب) و ارتباط بین عبارت جستجو شده و نتیجه جستجو را بهبود ببخشد.



حرف آخر

تحقیق و انتخاب بهترین کلمات کلیدی یکی از مهم‌ترین گام‌هایی است که پیش از انجام اقدامات مرتبط با بازاریابی باید بردارید. در همین راستا در این مطلب به برخی از پرکاربردترین ابزارهای تحقیق کلمات کلیدی اشاره کردیم. البته متأسفانه برخی از این ابزارها پشتیبانی مناسبی از زبان فارسی ندارند، اما معمولاً اکثر آن‌ها دست کاربر فارسی زبان را خالی نمی‌گذارند. در هر صورت، به لطف گستردگی و رقابت موجود در فضای اینترنت، محدودیت دیگر معنایی ندارد و به همین دلیل، ابزارهای متعدد و متنوعی در دسترس قرار گرفته است؛ بنابراین ابزارهای مختلف را امتحان کنید و چنانچه یک یا چند مورد از این ابزارها نظر شما را به خود جلب کرد، نام آن‌ها را با سایر کاربران مدیر وب به اشتراک بگذارید.