



رتبه سایت خود را در گوگل افزایش دهید! - بخش دوم

در مقاله شماره قبل درباره انتخاب کلیدواژه‌های مناسب صحبت کردیم. پس از انتخاب کلیدواژه‌ها قدم بعدی چیست؟ قدم بعدی استفاده از آن کلیدواژه‌ها در محتوای سایت است.

عنوان صفحات

اولین و مهم‌ترین مکان برای استفاده از کلیدواژه، عنوان صفحه یا همان Page Title است. وقتی کلیدواژه‌ای را در گوگل جست‌وجو می‌کنیم، در نتایج جست‌وجو در واقع همان عنوان صفحات را می‌بینیم که دارنده سایت آن‌ها را انتخاب کرده است. عنوان صفحه همان عبارتی است که وقتی مرورگر را باز می‌کنیم و وارد صفحه وب خاصی می‌شویم، در نوار افقی بالای صفحه مشاهده می‌کنیم.

اگر از CMS یا سیستم مدیریت محتوا استفاده می‌کنیم، معمولاً انتخاب عنوان صفحه کار آسانی است و می‌توان در پنل مدیریت آن را تایپ کرد. البته در

سیستم‌های مدیریت محتوای مختلف، پیش‌فرض‌هایی تعریف شده است؛ مثلا بسیاری از آن‌ها، به صورت پیش‌فرض عنوان مقاله را در عنوان صفحه یک مقاله قرار می‌دهند یا در صفحات محصولات نام محصول در عنوان صفحه نوشته می‌شود.

انتخاب عنوان صفحه مناسب اهمیت فراوانی دارد. بسیاری از سایت‌های ایرانی از بدترین عناوین ممکن برای گوگل استفاده می‌کنند؛ مثلا در عنوان صفحه می‌نویسند: صفحه شروع، به سایت مدیرسبز خوش آمدید یا ...

وقتی گوگل با چنین مواردی برخورد می‌کند، نتیجه‌گیری می‌کند که کلیدواژه‌های به کار رفته در عنوان صفحه برای ما اهمیت فراوانی دارد؛ مثلا اگر در عنوان صفحه کلیدواژه «خوش آمدید» استفاده شده است، گوگل موضوع سایت را به این کلیدواژه مرتبط می‌داند؛ یعنی مثلا سایت شما در کلیدواژه «خوش آمدید» جزء اولین نتایج گوگل قرا می‌گیرد، در حالی که این موضوع هیچ ارزشی برای سایت شما ایجاد نمی‌کند.

عنوان صفحه وب را چگونه انتخاب کنیم؟

در عنوان صفحه بهتر است کلیدواژه‌های اصلی سایت را قرار دهیم؛ مثلا عنوان صفحه اصلی سایت مدیرسبز این‌گونه است: «بازاریابی | آموزش بازاریابی | مشاوره بازاریابی». در واقع عنوان صفحه اصلی سایت شامل سه کلیدواژه مهم است. همچنین توجه کنید که بهترین روش جدا کردن کلیدواژه با کاراکتری است که روی کیبوردها بالای دکمه Enter قرار دارد و با یک خط کوتاه عمودی کلیدواژه‌ها از هم جدا شده‌اند و نه با ویرگول یا علامت‌های دیگر.

نکته مهم دیگر آن است که تکرار کلیدواژه در عنوان صفحه بر اهمیت آن نمی‌افزاید؛ یعنی اگر کلیدواژه‌ای را چند بار تکرار کنیم معمولا باعث نمی‌شود در نتایج جست‌وجو در مکان بهتری قرار گیریم. گوگل این موارد را تقلب محسوب می‌کند. البته موضوع به این سادگی هم نیست. سیستم گوگل طوری است که با استفاده از الگوریتم هوشمندش، سایت شما را از لحاظ محتوا با سایت‌های مشابه مقایسه می‌کند و

نسبت به شرایط واقعی که در سایت‌ها وجود دارد تصمیم‌گیری می‌کند! مثلاً اگر تمامی سایت‌های ورزشی در عنوان صفحه دو بار کلمه فوتبال را استفاده کنند، از دید گوگل این کار دیگر غیرمجاز نیست.

همچنین هر چه عنوان صفحه کوتاه‌تر باشید، قدرت کلیدواژه‌های استفاده شده افزایش می‌یابد؛ مثلاً اگر عنوان یک صفحه وب این‌گونه باشد: «اخبار ورزشی فوتبال | بسکتبال | شنا» و عنوان صفحه‌ای دیگر این‌گونه باشد: «فوتبال»، با فرض اینکه تمامی شرایط دیگر دو سایت یکسان باشد، سایت دوم در کلیدواژه فوتبال رتبه بهتری خواهد داشت؛ زیرا از دید گوگل به صورت تخصصی درباره فوتبال است.

همچنین توجه کنید که در صحبت‌هایمان به عنوان صفحه اشاره می‌کنیم و نه عنوان سایت. دلیل آن است که بهینه‌سازی برای هر صفحه وب معنی دارد و نه کل سایت. بنابراین می‌توانیم یکی از صفحات سایت را برای کلیدواژه خاصی بهینه کنیم در حالی که صفحه‌ای دیگر برای کلیدواژه‌ای دیگر بهینه شده است.

تاکید بر کلیدواژه‌ها در محتوای سایت

شرکت گوگل سال‌ها است بر این موضوع کار می‌کند که الگوریتم رتبه‌بندی سایت‌ها به تصمیم‌گیری یک شخص واقعی بسیار نزدیک باشد. فرض کنید فردی فقط چند ثانیه به یک مقاله نگاه می‌کند. چگونه می‌تواند تشخیص دهد موضوع مقاله چیست و تاکید مقاله بر چه مطلبی است. احتمالاً عنوان مقاله معیار مناسبی است. همچنین اگر در متن مقاله کلمه‌ای با حروف درشت نوشته شده یا رنگ آن متفاوت است نشانگر آن است که این کلمه در آن مقاله اهمیت خاصی دارد. سیستم تشخیص گوگل هم به این روش بسیار نزدیک است.

در یک صفحه وب می‌توانیم کلیدواژه‌ها را در عنوان مقاله استفاده کنیم. بهتر است عنوان با اندازه بزرگ‌تری نوشته شود و همچنین با فونت ضخیم نوشته شود. در مکان‌های مختلف یک مطلب یا مقاله می‌توان با ضخیم کردن، نوشتن با حروف

ایتالیک و تغییر رنگ، کلیدواژه‌ای را تاکید کرد.

یک نکته کوچک برای دوستانی که با HTML آشنا هستند: برای برجسته کردن کلمات بهتر است به جای استفاده از تگ `bold` از تگ `h1` استفاده کنیم.

کلیدواژه را چند بار تکرار کنیم؟

موضوع دیگر غلظت یک کلیدواژه در کل متن است. فرض کنید مقاله‌ای در مورد فوتبال نوشته‌اید و می‌خواهید آن مقاله با جست‌وجوی کلیدواژه فوتبال در اولین نتایج جست‌وجو قرار گیرد. آیا بهتر است در مقاله، واژه فوتبال را ده‌ها بار استفاده کنید یا هر چه کمتر استفاده کنید بهتر است؟ اگر کلمه مورد نظر را بیش از حد استفاده کنید، گوگل شما را به عنوان متقلب شناسایی می‌کند و از نتایج جست‌وجو حذف خواهید شد. این حذف شدن معمولاً موقتی است؛ ولی اگر این روند را ادامه دهید حتی شاید سایت شما به طور کامل از نتایج جست‌وجو حذف شود و برگرداندن آن نیاز به مذاکره تلفنی و ارائه مدارک و ... باشد.

اگر تعداد کلیدواژه در متن کمتر از میزان معقول باشد، از دید گوگل، موضوع اصلی آن مقاله، فوتبال نخواهد بود. حال سوال این است که از کجا بدانیم در یک مقاله کلیدواژه اصلی را چند بار به کار ببریم؟ همان‌طور که توضیح داده شد روش گوگل برای تشخیص اینکه غلظت کلیدواژه شما مناسب است یا خیر، مقایسه مطلب شما با مطالب مشابه در سایت‌های دیگر است. بنابراین نمی‌توان دقیقاً گفت که غلظت کلیدواژه چقدر باشد؛ ولی یک معیار تقریبی برای مقالات معمولی و غیرتخصصی آن است که غلظت ۲ تا ۵ بار در هر ۱۰۰ کلمه مناسب است. ابتدا باید تعداد کلمات یک مقاله را بدانید. برای این کار کافی است متن مورد نظر را در نرم‌افزار ورد کپی کنید. در گوشه پایین سمت راست صفحه تعداد کلمات نمایش داده می‌شود. سپس می‌توانید کلیدواژه مورد نظر را در ورد جست‌وجو کنید و چگالی کلیدواژه مورد نظر را به دست بیاورید.

البته افرادی وجود دارند که با افراط در بهینه‌سازی، خوانندگان و بازدیدکنندگان وفادارشان را از دست می‌دهند. همیشه یادمان باشد که مطالب را برای بازدیدکنندگان بنویسیم و نه برای موتورهای جست‌وجو. اگر محتویات سایت صرفاً با توجه به روش‌های بهینه‌سازی سایت نوشته شود، شاید بتوانیم در نتایج جست‌وجوی بهتری قرار بگیریم؛ ولی از ارزش مطالب کاسته خواهد شد.

نکته آخر اینکه اولین عبارت یک صفحه وب و همچنین آخرین عبارت از دید گوگل ارزش ویژه‌ای دارند. بسیاری از سایت‌ها در پایین صفحه صرفاً عبارت کپی‌رایت را می‌نویسند. در همان جمله می‌توان کلیدواژه‌ها را هم اضافه کرد. در شماره بعد به مطالب پیشرفته‌تری خواهیم پرداخت.