



آیا عکس‌های آماده اثر منفی بر سئو دارد؟

نظر جان مولر از شرکت گوگل درباره عکس‌های آماده و نقش آن‌ها در رتبه سایت، باعث می‌شود کاربرد عکس‌ها در سئو را درک کنید. یک نفر در توییتری از جان مولر درباره اثر استفاده از عکس‌های آماده بر رتبه سایت پرسیده بود. این کاربر می‌گفت بعضی‌ها فکر می‌کنند که استفاده از محتوای غیراورجینال و آماده، از جمله عکس‌های فروشی می‌تواند بر رتبه سایت اثر منفی بگذارد.

مولر پاسخ داد: «عکس‌های آماده اثر مستقیمی بر جستجوها در وب ندارد».

شاید این پاسخ کمی مبهم باشد، اما من هم معتقدم که عکس‌های آماده هیچ نقشی در رتبه‌بندی ندارند.

نتایج جستجوها همواره سایت‌های برتری را نشان می‌دهد که از عکس‌های آماده استفاده می‌کنند. خیلی از عکس‌هایی که در مجله «موتورهای جستجو» نمایش داده می‌شود، عکس‌های آماده است و رتبه خیلی خوبی هم کسب می‌کنند.

یک نظریه قدیمی در سئو می‌گوید که محتوای غیراورجینال نکته‌ای منفی است و

می‌تواند بر رتبه شما تاثیر منفی بگذارد.

این موضوع تا حدی درست است، ولی درباره عکس‌ها موضوع کمی فرق می‌کند. عکس آماده یک محتوای غیراورجینال است، اما اگر گوگل استفاده از آن را نامناسب بداند، بیش از نیمی از سایت‌های اینترنت اصلاً رتبه نخواهند داشت.

ادامه پاسخ مولر به شرح زیر است:

«در جستجوی عکس، اگر عکسی در سایت‌های مختلفی استفاده شده باشد، رتبه گرفتن آن سخت‌تر می‌شود».

چطور از عکس‌های آماده برای سئو استفاده کنیم؟

بهترین نوع استفاده از عکس‌های آماده وقتی است که یک استراتژی مشخص برای استفاده از آن‌ها داشته باشیم.

آیا عکس باید دقیقاً مربوط به موضوع باشد؟

گاهی عکس‌ها در قالب تشبیه و استعاره مورد استفاده قرار می‌گیرند که همیشه بهترین انتخاب نیست.

مثلاً، اگر در مقاله‌ای با عنوان «از رقابت تا موفقیت» عکسی از ماشین‌های مسابقه‌ای قرار دهید، اشتباه بزرگی است یا اگر عکس‌نوشته واژه «مسابقه» در یک زمینه بی‌ربط به محتوایتان را هم در مقاله بگذارید، باز هم اشتباه است. چنین عکسی شما را به هدف‌تان مثلاً تشویق بازدیدکننده سایت به استفاده از یک محصول یا کلیک روی یک لینک نمی‌رساند.

یک گزینه بهتر استفاده از عکس‌های انگیزه‌بخش است؛ یعنی عکسی که موفقیت بعد از استفاده از محصول را نشان دهد؛ مثلاً می‌تواند عکس یک غذای عالی برای تعطیلات باشد یا عکس فردی که به‌تازگی از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده است.

نتیجه استفاده از محصول هرچه که باشد، چنین عکسی می‌تواند بازدیدکننده‌ها را به خریدار تبدیل کند.

این یک روش استفاده استراتژیک از عکس‌ها است تا بتوانید بازدیدکننده سایت را به مشتری تبدیل کنید.

آیا استفاده از عکس آماده مرتبط باعث برتری آن صفحه در نتایج جستجو می‌شود؟

با بررسی عکس‌های استفاده‌شده در نتایج جستجو می‌توانید مبحث ارتباط عکس با موضوع صفحه را به خوبی درک کنید.

آیا استفاده استراتژیک از عکس آماده باعث برتری آن صفحه در نتایج جستجو می‌شود؟

من به این نتیجه رسیده‌ام که عکس‌هایی که ارتباط زیادی به موضوع دارند و می‌توانند پاسخی به کاربر بدهند، برای من بهترین نتیجه را داشته‌اند. منظورم این است که از عکس‌های اورجینال یا از عکس‌های آماده به‌روزشده استفاده کنید.

آیا یک عکس می‌تواند نرخ تبدیل را بهبود بخشد؟

من مشاور شرکتی بودم که برای نشان دادن ترکیب افرادی که محصولاتش را مصرف می‌کنند، از عکس‌های آماده استفاده می‌کرد. اغلب مشتریان این شرکت از یک جنسیت و افرادی بودند که معمولاً از خانه یا دفتر خانگی‌شان خرید می‌کردند.

پیشنهاد من به شرکت این بود که بیشتر از عکس‌هایی از همان جنس استفاده کند و عکس‌هایش کاربران معمول و همیشگی آن محصول خاص را نشان دهد. به این ترتیب، مصرف‌کننده احتمالی می‌تواند با عکس همزادپنداری کرده و بهبود زندگی‌اش را بعد از خرید آن محصول تصور کند.

["message_box text_color="light]

نظر نهایی درباره عکس‌های آماده و سئو

استفاده از عکس‌های آماده، برای سئو مشکل‌ساز نیست. استفاده استراتژیک از عکس‌های آماده این تصور را به کاربر می‌دهد که سایت شما به آن موضوعی که مطرح کرده، کاملاً مرتبط است.

[message_box/]

