



## راهنمای کامل سئو موبایل

ما به تلفن‌های هوشمندمان معتادیم. اولین و آخرین چیزی است که افراد پس از بیدار شدن و پیش از خوابیدن بررسی می‌کنند، تلفن همراه است. مردم برای همه کارهایشان از موبایل استفاده می‌کنند که بسیار فراگیر شده است! موبایل‌ها زندگی ما و روش استفاده ما از وب را متحول کرده‌اند و در نتیجه سئو نیز متحول شده است. سئوی موبایل به شما کمک می‌کند به مشتریان دسترسی پیدا کرده و وقتی مشغول لذت بردن از این تجربه هستید، نیازهایشان را هم برآورده کنید. این راهنمای سئوی موبایل هر آنچه برای ارائه تجربه فوق‌العاده موبایلی به کاربران لازم دارید را در اختیارتان قرار می‌دهد.

## سئو موبایل چیست؟

سئوی موبایل ارائه یک تجربه استثنایی به بازدیدکنندگان سایت موبایلی است؛ یعنی سایت موبایلی شما به سرعت و بدون مشکل بالا بیاید و محتوایی درخشان ارائه کند

که با کلیدواژه‌های جستجوی کاربران مطابق باشد. در دنیای امروز که موبایل‌ها حرف اول را می‌زنند، داشتن سایت موبایلی بی‌نقص بسیار مهم است.

## چرا سئوی موبایل این قدر مهم است؟

سئوی موبایل اهمیت زیادی دارد؛ زیرا به شما کمک می‌کند در زمان و مکان مناسب به مشتریان دسترسی پیدا کنید و بهترین تجربه را برایشان خلق کنید. حالا ترافیک موبایلی، ترافیک دسکتاپ را به حاشیه رانده است. میلیاردها نفر از مزایای فراوان تلفن‌های هوشمند آگاه شده‌اند. همه زندگی ما در این دستگاه‌ها جمع شده است و این حجم از وابستگی به موبایل‌هایمان واقعا ترسناک است. بسیاری از مردم موبایل‌هایشان را جزئی از وجود خود می‌دانند و نمی‌توانند بدون آن‌ها زندگی کنند. برای دسترسی به این افراد به یک استراتژی قوی برای سئوی موبایل نیاز دارید.

واژه موبایل لزوماً به معنای «سیار» نیست. مطالعات نشان داده که مردم برای جستجو درباره هر چیزی معمولاً نزدیک‌ترین دستگاه را پیدا می‌کنند که اغلب تلفن هوشمندشان است. آن‌ها قبل از تصمیم‌گیری برای خرید هر چیز و کسب آگاهی درباره محصولات در هر زمان و مکانی از موبایلشان استفاده می‌کنند. بر اساس تحقیقات گوگل، کاربران گوشی‌های هوشمند قصد خرید بیشتری نسبت به کاربران دسکتاپ دارند. آن‌ها متمرکز و آماده خرید هستند. این وظیفه شماست که وقتی آن‌ها دنبال محصولات یا خدماتتان هستند، در دسترس باشید.

علاوه بر این‌که سئوی موبایل مشکلات فنی یا مشکلات محتوا را حل می‌کند، به بهبود تجربه کاربر و برندسازی هم کمک می‌کند. یک تجربه بد از یک برند خاص در موبایل، می‌تواند مشتری احتمالی را برای همیشه از آن برند بیزار کند؛ اما ارائه یک تجربه عالی باعث می‌شود مصرف‌کنندگان برندتان را به هم معرفی کنند.

## سئوی موبایل در مقایسه با سئوی دسکتاپ

تفاوت زیادی بین سئوی دسکتاپ و سئوی موبایل وجود دارد، اما اهدافشان شبیه است. هدف کلی شما دسترسی به مخاطبان و تبدیل آن‌ها به مشتریان واقعی است که از شما خرید کنند. گاهی تاکتیک‌های سئوی دسکتاپ برای سئوی موبایل هم کاربرد دارد، اما کمی متفاوت است. سه اصل اساسی در هر دو مورد عبارت‌اند از: تمرکز بر عملکرد، تجربه کاربر و محتوا. در سئوی دسکتاپ، تمرکز بر عموم مردم است؛ اما در سئوی موبایل تمرکز بومی‌تر و اختصاصی‌تر می‌شود.

نتایجی که از سئوی دسکتاپ و موبایل می‌گیرید کاملاً با هم متفاوت است. نتایج ارائه‌شده برای جستجوی یک عبارت یکسان در این دو وسیله با هم فرق دارد. به‌علاوه، عوامل دیگری مثل مکانی که در آن حضور دارید هم بر نتایج جستجوی موبایلی تاثیر می‌گذارند. پس کسب رتبه خوب برای محصول یا محتوایتان در جستجوی دسکتاپی، ضمانتی برای کسب رتبه مطلوب در جستجوی موبایلی نیست. هنگام ارزیابی عملکرد خود در موبایل، همیشه به نتایج جستجوی موبایلی توجه کنید.

همچنین، باید مدام اقدامات جدید گوگل برای موبایل‌ها در بازار کلی و بازار اختصاصی خودتان را بررسی کنید. گوگل همچنان برای ارائه «نتایج غنی» به سایت‌ها فشار می‌آورد. این نتایج حاصل داده‌های ساختارمند بوده و در موبایل‌ها برجسته‌تر هستند. همان‌طور که می‌دانید پس از جستجوی پروازها، رویدادها، مشاغل، فیلم‌ها، موسیقی، محصولات و حتی حقایق ساده، گوگل غنی‌ترین نتایج را برایتان نمایش می‌دهد. در ادامه بیشتر به این موضوع می‌پردازیم.

## گوگل ارائه نتایج برای جستجوی موبایلی را در اولویت قرار می‌دهد

اهمیت سئوی موبایل وقتی افزایش یافت که گوگل در سال ۲۰۱۶ اولویت خود برای ارائه نتایج متناسب موبایلی را اعلام کرد. در جولای ۲۰۱۹، گوگل اولویت جستجو را به

موبایل‌ها داد و همه سایت‌ها باید تا مارس ۲۰۲۱ برای موبایل‌ها بهینه شوند. این تصمیم چه معنایی دارد؟ برای اولین بار گوگل رتبه سایت‌ها را بر اساس کیفیت نسخه موبایل‌شان تعیین می‌کند، نه نسخه دسکتاپی.

نسخه موبایلی گوگل‌بات، سایت موبایلی شما را بررسی می‌کند تا مطمئن شود که عملکرد، محتوا و تجربه کاربری آن استاندارد و رضایت‌بخش است. در این صورت، سایتتان رتبه بهتری کسب می‌کند. اگر سایتتان این ویژگی‌ها را نداشته باشد، سایت‌های دیگر ممکن است رتبه بالاتری بگیرند و شما ضرر کنید. حتی اگر تمرکزتان روی موبایل هم نباشد، باز هم مردم شما را بر اساس سایت موبایلی شما قضاوت می‌کنند، پس باید کاری در این حوزه انجام دهید.

به‌علاوه، گوگل در ژانویه ۲۰۱۸ اعلام کرد که از جولای همان سال، سرعت صفحه یکی از شاخص‌های رتبه‌بندی در جستجوی موبایلی خواهد بود:

«صرف‌نظر از فناوری مورد استفاده برای ساخت صفحه و سایت، معیار «Speed Update» گوگل برای همه صفحات یکسان عمل می‌کند. هدف افراد از جستجو هنوز هم یک عامل اثرگذار و قوی است. پس هنوز هم اگر صفحه‌ای کند باشد، اما محتوای عالی و مرتبط داشته باشد، رتبه بالایی کسب می‌کند.

## شرایط تغییر کرده است

در حال حاضر، گوگل هنگام ارزیابی سایت‌ها، نتایج موبایل محور را در اولویت قرار می‌دهد. برای اینکه گوگل بتواند سایت موبایل‌تان را به‌درستی کشف و درک کند، باید با از بین بردن همه موانع مثل باز شدن کند مطالب و حذف موارد محدودکننده در Robots.txt، بررسی سایت را راحت کنید. همچنین اگر می‌خواهید رتبه خوبی در نتایج به دست آورید، باید سایتتان سبک باشد و سریع باز شود.

به نوشته گری ایلیس، یکی از مدیران گوگل، مواردی که باید برای کسب رتبه برتر در نتایج موبایل محور موردتوجه قرار دهید عبارت‌اند از: ارائه محتوای عالی هم در

سایت موبایلی و هم در سایت دسکتاپی، سرمایه‌گذاری در ارائه داده‌های ساختارمند، ارائه داده‌های اصلی صحیح، بررسی تنظیمات «ریفلانگ» سایت و اطمینان از توانایی سرورها برای مدیریت افزایش نرخ بازدید. گری ایلین در جولای ۲۰۲۰ و در مقاله جدیدی اعلام کرد که باید تصاویر و ویدیوها را هم در قالب مناسب ارائه دهید.

دیگر نمی‌توانید در سایت موبایلی اطلاعات کمتری نسبت به سایت دسکتاپی ارائه دهید. محتوایتان در هر دو مورد باید کاملاً یکسان باشد؛ زیرا در حال حاضر فقط بر اساس اطلاعات ارائه‌شده در سایت موبایلیتان ارزیابی و رتبه‌بندی می‌شوید. خانم مایل اوهای یکی از مدیران سابق گوگل می‌گوید:

«برای بهینه‌سازی نتایج موبایل محور، باید آنچه به کاربران موبایل ارائه می‌دهید دقیقاً همان محتوایی باشد که می‌خواهید گوگل آن را در فهرست نتایج بیاورد، نه یک نسخه ناقص یا نسخه‌ای که دیرتر از نسخه دسکتاپی به‌روز می‌شود یا نسخه‌ای که کاربر را دوباره به صفحه خانه سایت موبایلی هدایت می‌کند.»

فراموش نکنید به گوگل اعلام کنید که سایتتان برای موبایل هم مناسب است. در صورت استفاده از روش «طراحی متناسب» می‌توانید یک بخش نظرات ایجاد کنید یا هنگام استفاده از روش خدمت‌رسانی پویا، یک (Vary Header) اضافه کنید.

## یک عامل جدید در رتبه‌بندی گوگل: تجربه کاربر از سایت

در می ۲۰۲۰، گوگل عامل جدید موثر در رتبه‌بندی یعنی «تجربه کاربر از سایت» را معرفی کرد. با این‌که گوگل سال‌ها به عامل «سرعت سایت» اهمیت فراوانی داده است، اما عامل جدید «تجربه کاربر از سایت» هم به آن اضافه شده است. گوگل برای اولین بار نوع تجربه کاربران از یک سایت را در نظر گرفته است. آیا سایت سریع بارگیری می‌شود؟ آیا تصاویر یا تبلیغاتی که با سرعت کم در سایت موبایلی باز می‌شوند، به تجربه کاربر آسیب می‌رساند؟ معیارهای جدید Core Web Vital به شما کمک می‌کنند تجربه کاربر از یک صفحه را بررسی کرده و آن را بهتر کنید. در سال ۲۰۲۱، الگوریتم جدید گوگل برای «تجربه کاربر از سایت» ارائه خواهد شد.

## روش بهبود سئوی موبایل

سئوی موبایل هم مثل سئوی معمولی است و باید مطمئن شوید سایتتان به راحتی پیدا می‌شود و استفاده از همه بخش‌های آن آسان است. همچنین، به عملکرد فوق‌العاده، محتوای عالی و تجربه کاربر بی‌نقص نیاز دارید. برای به دست آوردن این قابلیت‌ها باید بدانید سایتتان در حال حاضر چگونه عمل می‌کند و بازدیدکنندگان سایت چه کارهایی انجام می‌دهند؛ مثلا، آیا افراد برای یافتن سایت شما در موبایل از کلیدواژه‌های مشابهی با سایت دسکتاپی استفاده می‌کنند؟ معمولا نوع جستجوی افراد در موبایل فرق دارد. مورد بعدی این است که از مردم چه انتظاری دارید؟ وقتی فرد پشت دسکتاپ است، اصلا جالب نیست که سر زدن به نزدیک‌ترین فروشگاه برندان را به او پیشنهاد دهید، اما ارائه این پیشنهاد در سایت موبایلی کاملا منطقی است.

## ابزارهای سئوی موبایل

باید با کنسول جستجوی گوگل حسابی دوست شوید. ابزارهای جستجوی گوگل افسانه‌ای هستند و اگر می‌خواهید از جایگاه سایتتان در نتایج جستجو آگاه شوید، این ابزارها کمک بزرگی به شما می‌کنند؛ مثلا، با استفاده از ابزار Search Analytics، می‌توانید ببینید کاربران موبایل و دسکتاپ از چه کلماتی برای یافتن محتوای موردنظرشان استفاده می‌کنند. حالا ببینید آیا شما در محتوای خود از کلیدواژه‌های مناسبی استفاده کرده‌اید یا باید روی کلمات دیگری تمرکز کنید؟

گوگل‌بات باید بتواند به راحتی به فایل‌های جاوااسکریپت، CSS و فایل‌های تصویری شما دسترسی داشته باشد تا بتواند آن‌ها را به بهترین شکل در فهرست نتایج بیاورد. «بررسی URL» یکی از ابزارهای مفید کنسول جستجوی گوگل است. با این ابزار می‌توانید روش گوگل‌بات در مشاهده و ارائه محتوایتان را ببینید. وقتی صفحه

سایت به طور کامل در موبایل باز نمی‌شود و ابزار خطا می‌دهد، باید برای حل این مشکل چاره‌ای پیدا کنید.

## ابزار «قابلیت استفاده موبایلی»

یکی دیگر از ابزار کنسول جستجوی گوگل که کارتان را راحت‌تر می‌کند، ابزار «قابلیت استفاده موبایلی» است. این ابزار سایت شما را بررسی می‌کند و پست‌ها و صفحه‌هایی که از قوانین گوگل برای سایت موبایلی پیروی نکرده‌اند را مشخص می‌کند. این روشی عالی برای بهبود سئوی موبایل است.

## سایر ابزارها

چند ابزار دیگر برای ارتقای سئوی موبایل عبارتند از: Rich، Mobile-Friendly Test، Results Test، Lighthouse، Analytics، SEMrush، Ahrefs، Ryte، ScreamingFrog و SimilarWeb.

## سئوی موبایل عملکردتان را بهبود می‌بخشد

مهم‌ترین موضوعی که هنگام ارتقای سئوی موبایل باید به آن توجه کنید، نوع عملکردتان است. تقریباً همه عملکرد شما در سرعت سایت خلاصه می‌شود. شکی نیست که هرچه سرعت سایت شما بیشتر باشد، کاربران شادتر خواهند بود. همه می‌دانند که سایت باید در عرض چند ثانیه بارگیری شود، در غیر این صورت بازدیدکنندگان منصرف شده و سراغ سایت دیگری می‌روند. سایت‌ها فقط روزبه‌روز بزرگ‌تر می‌شوند نه سریع‌تر، پس کار زیادی در پیش دارید.

بهینه‌سازی عملکرد، یک فرایند مداوم است. سایت شما هرگز به اندازه کافی سریع نخواهد بود؛ زیرا همیشه کاری برای بهبود بیشتر آن وجود دارد و این خیلی خوب

است. با نظارت دقیق بر عملکرد سایت موبایلی خود می‌توانید از هر فرصتی برای بهبود آن استفاده کنید. گوگل و مشتریان عاشق سایت‌های سریع هستند.

## طراحی متناسب، خدمت‌رسانی پویا، دامنه جداگانه

هنگام ساخت سایت موبایلی، سه گزینه دارید: طراحی متناسب، خدمت‌رسانی پویا یا ساخت یک سایت جداگانه روی یک دامنه فرعی. گوگل طراحی متناسب (متناسب با انواع صفحه‌نمایش با هر اندازه) را ترجیح می‌دهد؛ زیرا شما فقط یک سایت دارید که باید با موبایل یا دسکتاپ یا دستگاه‌های دیگر سازگار باشد. همچنین، فقط یک کُدپیس وجود دارد؛ بنابراین اصلاح و نگهداری آن آسان است. به نظر گوگل، استفاده از طراحی متناسب امکان قرار گرفتن سایت شما در فهرست نتایج برتر موبایل محور را فراهم می‌کند.

همیشه با افزودن توضیح «`meta name="viewport"`» در عنوان اسناد خود، به گوگل نشان دهید که سایت شما برای موبایل مناسب است.

```
message_box text_color="light"]]
```

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=۱.۰">
[[/message_box
```

یک روش دیگر، خدمت‌رسانی پویا است. خدمت‌رسانی پویا با استفاده از فناوری سرورها و بر اساس نوع دسترسی کاربر به سایت، نسخه متفاوتی از سایت را به کاربران موبایل ارائه می‌دهد. URL ثابت باقی می‌ماند، اما فایل‌های ارسالی کاملاً متفاوت هستند. اگر می‌خواهید گوگل در سایتتان بچرخد و جستجو کند، باید یک عنوان Vary به محتوا اضافه کنید. به این ترتیب، گوگل بلافاصله می‌فهمد که فایل‌های بهینه برای موبایل را از جای دیگری دریافت کرده است. وقتی مرورگر عبارتی را جستجو می‌کند، عنوان Vary به این شکل ظاهر می‌شود:

Vary: User-Agent

گزینه سوم استفاده از یک سایت موبایلی جداگانه با URL متفاوت یا معمولا با دامنه.ام و محتوای متفاوت است. گوگل از این روش حمایت می‌کند؛ اما به شرطی که ارتباط درستی بین دامنه دسکتاپ و دامنه موبایل ایجاد کنید. برای نشان دادن ارتباط این صفحه‌ها به گوگل از «rel="canonical"» و «rel="alternate"» استفاده کنید.

## سرعت سایت موبایلتان را بهبود بخشید

یکی از مهم‌ترین جنبه‌های سئوی موبایل، افزایش سرعت سایت است. PageSpeed Insights سرعت دقیق بارگیری سایت شما در موبایل و دسکتاپ را نشان می‌دهد. همچنین نکاتی برای بهبود عملکرد سایت پیشنهاد می‌دهد. برای دیدن روش سایتتان در ارائه محتوا، در کنار Developer Tools در مرورگرها و Core Web Vital Report در کنسول‌های جستجو، از این گزینه هم استفاده کنید.

PageSpeed Insights سه معیار اصلی Core Web Vital را بررسی می‌کند:

• **LCP (بزرگ‌ترین عنصر صفحه):** بزرگ‌ترین عنصر صفحه، یعنی وقتی بزرگ‌ترین عنصر صفحه مورد جستجو روی صفحه دسکتاپ یا موبایل ظاهر شود. رتبه خوب این احساس را به کاربر می‌دهد که سایت سریع باز می‌شود. سایت کند کاربر را ناامید می‌کند.

• **FID (تاخیر در اولین ورودی):** تاخیر در اولین ورودی، زمان بین اولین تعامل کاربر با عنصری در صفحه درخواستی و واکنش مرورگر به آن ورودی است. سرعت صفحه شما در واکنش به این ورودی اهمیت زیادی در تناسب و سرعت صفحه‌تان دارد.

• **CLS (تغییر کلی چیدمان صفحه):** تغییر کلی چیدمان صفحه، کل زمان حرکت

صفحه هنگام بارگیری را اندازه‌گیری می‌کند. با استفاده از این قابلیت می‌توانید مشکل جابجایی عناصر صفحه که شکل نامناسبی به سایتتان می‌دهد را برطرف کنید.

اگر URL خود را تایپ کنید، Insights دو امتیاز به شما می‌دهد: یکی برای موبایل و دیگری برای دسکتاپ. این دو امتیاز با هم متفاوت هستند. اگر امتیازتان قرمز باشد، کارهای زیادی برای انجام دادن دارید. رنگ نارنجی به معنای عملکرد متوسط و رنگ سبز به معنای عملکرد خوب است. Insights توصیه‌هایی برای بهبود عملکرد سایت هم در اختیارتان قرار می‌دهد. این توصیه‌ها را انجام دهید تا در مسیر درست قرار بگیرید.

ترکیبی از عوامل می‌تواند صدمات زیادی به سایت موبایلی شما وارد کند؛ مثلاً اگر هاست بد باشد، وردپرس را روی یک سیستم هاستینگ اشتراکی بی‌ارزش نصب کنید، ۳۰ افزونه را فعال کنید و صدها تصویر غیر بهینه در وبلاگ خود بارگذاری کنید، رتبه بدی می‌گیرید. حتی سایت‌های بزرگ با بودجه‌های کلان هم ممکن است امتیاز بدی بگیرند؛ اما این موارد قابل اصلاح است. از InsightsPageSpeed و سایر ابزارهای تحلیل سرعت استفاده کرده و از توصیه‌های آن‌ها پیروی کنید.

## برای بهبود سرعت سایت خود باید چه کارهایی انجام دهید؟

- تصاویر را بهینه کنید و از تصاویر کمتری استفاده کنید.
- از هاست باکیفیت استفاده کنید.
- نسخه PHP را به PHPV ارتقا دهید.
- مدام ری‌دایرکت‌های خود را چک کنید.
- محتوای مسدود را در بالای صفحه قرار دهید.
- محتوای قابل دیدن را در اولویت قرار دهید.

- HTML، CSS، و JavaScript را بهینه و کوچک کنید.
- دارایی‌ها و محتوای خود را ذخیره کنید (Cache).
- از CDN استفاده کنید.
- سایت را به HTTP/۲ منتقل کنید.
- سایت را به HTTPS ارتقا دهید.
- محتوای کمتری بارگذاری کنید.
- سرورهای تبلیغاتی کمتری بارگذاری کنید.
- زمان پاسخگویی سرور را بهبود بخشید.

ما برای کمک به شما، فهرستی پنج موردی برای تقویت Core Web Vital ارائه کرده‌ایم. هنگام بهبود سرعت صفحه، باید مدام از خود بپرسید که آیا به همه این محتواها، کتابخانه‌ها، تصاویر، افزونه‌ها، تم‌ها و غیره نیاز دارید. شعار معروف «کمتر بیشتر است» هنوز هم ارزشمند است.

## به فکر اجرای AMP (صفحات موبایلی سریع) باشید

پروژه «منبع آزاد» یا «صفحات موبایلی سریع» گوگل یک هدف دارد: باز شدن هرچه سریع‌تر صفحات سایت شما. مدتی است که گوگل این قابلیت را ارائه می‌کند. در ابتدا، از AMP در پست‌های ثابت مثل وبلاگ‌ها یا مقالات خبری استفاده می‌شد که نیازی به تعامل کاربر نداشت. تا همین یک سال پیش، AMP نمی‌توانست به تجارت الکترونیک و سایر صفحات پویا کمکی بکند. امروزه AMP قادر به تقویت سایت‌های متعارف است و قرار است کمک‌های دیگری هم عرضه کند. ببینید AMP می‌تواند چه کمکی به سایتتان بکند و چگونه می‌توانید آن را اجرا کنید. همه سایت‌ها به آن احتیاج ندارند، اما آن‌هایی که به این قابلیت نیاز دارند، می‌توانند سود زیادی از آن ببرند.

## اپلیکیشن‌های پیشرفته وب (PWA)

اپلیکیشن‌های پیشرفته وب، روش دیگری برای هدف‌گیری کاربران موبایل است. یک اپ پیشرفته وب (PWA)، راهکاری کلی است که برای همه کاربران و همه دستگاه‌ها مناسب است. این اپ‌ها نقطه تلاقی دنیای اپ‌ها با دنیای وب هستند. اپ وب هم مانند اپ معمولی کار می‌کند؛ اما دیگر نیازی نیست آن را در اپ‌استور ارائه کنید. PWA سرعت بارگیری سایت‌های موبایلی را با بهترین عملکرد یک اپ بومی ترکیب می‌کنند. اگر این کار درست انجام شود، یک PWA خوب می‌تواند کاربران را به اشتباه بیندازد و فکر کنند که در حال استفاده از یک اپ بومی هستند.

به لطف فناوری‌هایی مانند «کارگران خدماتی»، مرورگر می‌تواند کارهای بیشتری را در پس‌زمینه انجام دهد و قسمت جلویی را بلافاصله به‌روز کند. اگر به اپلیکیشنی نیاز دارید، اما توان خریدش را ندارید، این راهکار خوبی است. در سال‌های آینده شاهد ارتقای بیشتر اپ‌های پیشرفته وب خواهیم بود. حالا همه مرورگرهای اصلی (موبایل و دسکتاپ) حتی سافاری اپل در macOS و iOS از کارگران خدماتی پشتیبانی می‌کنند؛ اما اپل هنوز هم باید برای اجرای دقیق این موارد، گره‌های زیادی را باز کند و موانعی را از سر راهش بردارد.

## بر تجربه کاربر تمرکز کنید

سایت شما علاوه بر این‌که به راحتی پیدا می‌شود و آنقدر سبک است که به سرعت بارگیری می‌شود، باید تجربه لذت‌بخشی برای کاربر ایجاد کند؛ به خصوص این‌که حالا گوگل هم این مورد را در الگوریتم خود لحاظ کرده است. ببینید مشتریان چه کارهای مشترک و یکسانی در سایتتان انجام می‌دهند. از جستجوهایشان چه هدفی دارند؟ سعی کنید موانع را برطرف کنید و مطمئن شوید کاربران می‌توانند به سرعت به اهداف خود برسند. موارد زیادی وجود دارد که هنگام بهینه‌سازی تجربه کاربر باید به آن‌ها

توجه کنید که چند مورد آن عبارت‌اند از:

- اول و مهم‌ترین نکته: مشتریانان را فراموش نکنید!
- سایت دسکتاپی و موبایلی خود را مفید و لذت‌بخش کنید.
- اندازه فونت را اصلاح کنید: تایپوگرافی سایتتان باید درجه‌یک باشد.
- بین عناصر قابل کلیک فاصله کافی بگذارید.
- کاری کنید که منوی فرعی قابل کلیک باشد، در نتیجه کاربر به‌جای برگشتن به منوی فرعی به‌طور خودکار به صفحه خانه بر نمی‌گردد.
- شماره تلفن خود را در صفحه خانه قرار دهید و آن را قابل کلیک کنید. به‌این‌ترتیب افراد می‌توانند در صورت نیاز با شما تماس بگیرند.
- کاری نکنید که کاربر برای دیدن محتوا مجبور به زوم و پینچ زیاد باشد. از Interface (نقاط تماس با مشتری) استفاده کنید.
- دکمه‌ها را به‌اندازه کافی بزرگ طراحی کنید که برای سایز معمول انگشتان متناسب باشد.
- قالب‌های خود را اصلاح کنید: قالب‌های بد در موبایل قابل‌استفاده نیستند.
- بی‌نظمی‌ها را سامان دهید.
- آزمایش کنید، تصحیح کنید و دوباره آزمایش کنید!

## سایت را برای کاربران بومی بهینه کنید

درحالی‌که ما مدام از تلفن‌های هوشمند خود در خانه استفاده می‌کنیم، این وسایل در خارج از خانه مفیدتر هستند. گوگل به این نتیجه رسیده که ۷۶ درصد از افرادی که چیزی در نزدیکی خود را جستجو کرده‌اند، در طول ۲۴ ساعت بعد به کسب‌وکار و فروشگاه‌های مرتبط با آن جستجو سرزده‌اند. ۲۸ درصد این بازدیدها هم به فروش منجر شده است.

برای رسیدگی به این تقاضای بومی یا به اصطلاح برای پاسخگویی به جستجوهای «نزدیک به من»، باید روی سئوی بومی خود کار کنید. نتایج جستجوی بومی با جستجوهای معمول دستکاپی تفاوت دارد؛ بنابراین باید بدانید چه چیزی را و چگونه هدف قرار دهید. در اینجا به چند روش برای بهبود سئوی بومی موبایل اشاره می‌کنیم:

- **نوشتن محتوای بومی.** این یکی از بهترین راهکارها برای بهبود رتبه بومیتان است.
- **ایجاد لینک‌های بومی.** در این باره نظرسنجی کنید و جوابتان را دریافت کنید.
- **Google My Business.** ثبت‌نام کنید و مشخصاتتان را پر کنید. در اینجا، می‌توانید اطلاعات تماس (نام، آدرس، تلفن) خود را به‌روز کنید، به نظرات پاسخ دهید و عکس‌ها و موارد دیگر را بارگذاری کنید.
- **نظرات.** از مشتریان نظرخواهی کنید، این اطلاعات را در قالبی ساختارمند و در یک صفحه خاص سایتتان ارائه کنید. این کار معجزه می‌کند.
- **عکس‌ها.** از کسب‌وکارتان عکس‌های زیبایی تهیه کنید و آن‌ها را به «Google My Business» اضافه کنید.
- **org.** داده‌های ساختارمند را برای اطلاعات تماس، محصولات، نظرات و غیره به سایت اضافه کنید تا نتایج جستجوی غنی موبایل مثل کارت‌های غنی اطلاعاتی (Rich Cards) یا چرخ‌وفلک‌ها (Carousels) را به دست آورید.
- **اطلاعات تماس.** اطلاعات تماس سایت باید همیشه صحیح و به‌روز باشد. اگر این اطلاعات درست نیست، آن را تصحیح کنید.
- **سئوی بومی یوست برای افزونه وردپرس.** این افزونه می‌تواند کارهای سخت سئوی بومی را برای شما انجام دهد.

## محتوای موبایلی خود را به دقت تنظیم کنید

صفحه‌نمایش گوشی‌های هوشمند کوچک است. متن‌ها در این صفحات نمایش به جریانی بی‌انتها از پاراگراف‌های ناقص تبدیل می‌شود و کاربران باید برای پیدا کردن محتوای موردنظر خود بارها اسکرول کنند. خواندن متن‌ها روی صفحه موبایل می‌تواند هر طراح وبی را عصبی کند؛ اما طراحی و استفاده درست از متن، اهمیت زیادی در موفقیت سایتتان دارد. اگر سایتتان ناخوانا یا زشت باشد، مردم هرگز مقاله ۱۰۰۰ کلمه‌ای شما را نمی‌خوانند. حتی شاید خلاصه ۱۰۰ کلمه‌ای شما را هم نخوانند. تایپوگرافی سایتتان را اصلاح کنید.

مردم مطالب بسیاری را در گوشی‌های هوشمندشان می‌خوانند؛ اما شما باید این کار را تا حد ممکن برایشان آسان کنید. همچنین باید مطمئن شوید که محتوایتان دست‌اول و تازه است.

## متن را برای صفحه‌نمایش کوچک بنویسید

هنگام تولید یا ویرایش محتوا، همیشه محدودیت‌های صفحه‌نمایش‌های کوچک را در ذهن داشته باشید. از جملات خیلی طولانی استفاده نکنید، پاراگراف‌ها را در به چهار جمله محدود کنید و متن را با استفاده از نکات موردی، فهرست‌ها و عناوین به قطعات کوتاه‌تر تقسیم کنید. هیچ‌چیز برای بازدیدکننده ترسناک‌تر از حجم عظیمی از متن درهم و بدون قالب نیست. محتوای خود را در تلفن هوشمند بررسی کنید تا ببینید چگونه نمایش داده می‌شود و روش‌هایی برای بهبود آن پیدا کنید. ابزار تحلیلگر «سئوی پریمیوم یوست» می‌تواند در بهبود محتوا به شما کمک کند.

## توضیحات و عناوین اصلی بهتری بنویسید

نتایج جستجوی گوگل در موبایل اطلاعات کمتری از دسکتاپ نشان می‌دهد. اگر توضیحات و عنوان‌های اصلی را بیش‌ازحد طولانی کنید، ناقص و بی‌معنی می‌شوند.

هنگام بهینه‌سازی پست‌ها و صفحات، به این موضوع فکر کنید. هنگام بهینه‌سازی توضیحات و عناوین اصلی برای موبایل، چندین واژه و عبارت را از دست می‌دهید. در ویرایشگر اسنپیت سئوی یوست می‌توانید از صفحه پیش‌نمایش موبایل به صفحه پیش‌نمایش دسکتاپ بروید و برعکس. در نتیجه می‌توانید تفاوت این دو را با هم مقایسه کرده و یک راهکار میانه عالی پیدا کنید. سئوی یوست همچنین از عناوین و توضیحات اصلی برای پر کردن نقاط خالی داده‌های ساختارمندتان استفاده می‌کند، پس موضوع صفحه خودتان را به دقت برای موتورهای جستجو توضیح دهید.

## برای جستجوی صوتی بهینه شوید

هنگام کار روی محتوا، باید جستجوی صوتی را هم در نظر بگیرید. بله، این گزینه مدتی است که وجود دارد، اما با ظهور سیری اپل، الکسای آمازون و دستیار خانگی گوگل، همه چیز سریع‌تر پیش می‌رود. افراد بیشتر و بیشتری برای فعالیت در وب از جستجوی صوتی استفاده می‌کنند و محتوای شما باید پاسخشان را بدهد. اگر این کار را درست انجام دهید، می‌توانید با یک تیر دو نشان بزنید: نه تنها به سوال‌های کاربران موبایلی پاسخ می‌دهید، بلکه در جستجوی دسکتاپی می‌توانید آن‌ها را به اسنپیت‌های تصویری یا کادرهای پاسخ هدایت کنید. دریافت یک اسنپیت تصویری تقریباً تضمین می‌کند که محتوای شما بهترین پاسخ برای دستیاران باشد.

اگر می‌خواهید سایت را برای جستجوی صوتی بهینه کنید، باید به محتوای فعلی خود، خوب دقت کنید. از خودتان بپرسید، آیا به سوال‌های احتمالی کاربران پاسخ می‌دهد؟ اگر نمی‌دهد، آن را تغییر دهید. ببینید افراد برای پیدا کردن محتوای شما چه سوال‌هایی می‌پرسند یا تایپ می‌کنند و سایت را بر اساس این اطلاعات بهینه کنید. برای آماده کردن پاسخ‌ها از ابزار Google's Autofill یا ابزارهایی مانند Answer the Public یا AlsoAsked.com ایده بگیرید.

## داده‌های ساختارمند Schema را به سایت موبایلی اضافه کنید

داده‌های ساختارمند بسیار مهم هستند. با استفاده از داده‌های ساختارمند در قالب Schema.org برای توصیف عناصر سایت، می‌توانید راه ارتباط با موتورهای جستجو را باز کنید. داده‌های ساختارمند معنی همه عناصر سایتتان را به موتورهای جستجو نشان می‌دهد. اگر این کار را درست انجام دهید، موتورهای جستجو می‌توانند با استفاده از این داده‌ها نتایج جستجوی برجسته‌ای به شما بدهند، که آن‌ها را «نتایج غنی» یا «اسنیپت‌های غنی» می‌نامند. به این ترتیب، سایت شما بلافاصله از رقبا متمایز می‌شود و نرخ کلیکتان افزایش می‌یابد.

داده‌های ساختارمند، روش‌های جدیدی برای ارائه نتایج جستجو فراهم می‌کنند؛ مثلاً، نتایج غنی که در چرخ‌وفلک می‌بینیم، از داده‌هایی استفاده می‌کنند که می‌توانید آن‌ها را به سایت موبایلی شما اضافه کنید. نتیجه این کار، اسنیپتی است که برای موبایل بهینه شده و آنقدر جذاب است که کاربران حتماً روی آن کلیک می‌کنند. از آنجاکه گوگل به شدت در حال بهبود و گسترش انواع نتایج غنی است، شاید این برگ برنده شما برای افزایش بازدید از سایتتان باشد. سعی کنید این اسنیپت‌های تصویری را به دست آورید!

## سئوی یوست نیازهای اسکیمای شما را تامین می‌کند

اضافه کردن اسکیمای به سایت همیشه مشکل بوده است، اما دیگر این‌طور نیست! سئوی یوست این کار را برایتان آسان می‌کند. افزونه محبوب سئو به‌طور خودکار فهرست بلندی از داده‌های ساختارمند اسکیمای شما را به سایتتان اضافه می‌کند. همچنین، سئوی یوست همه موارد را در یک نمودار مرتب به هم پیوند می‌دهد. این نمودار شناخت سایت شما را برای موتورهای جستجو بسیار آسان می‌کند. همچنین محتوا و داده‌های ساختارمند و رایگان سئوی یوست، ویراستار وردپرس را به ابزاری مفید برای ساختن صفحات «سوال‌های متداول» و مقالات «روش‌های انجام کارها» با انواع بلاک‌ها تبدیل می‌کند. با استفاده از هر دو نوع اسکیمای به راحتی به نتایج غنی

موبایلی هم می‌رسید.

## یک راهنمای کامل برای سئوی موبایل

این راهنمای کامل برای سئوی موبایل، نکات فراوانی برای بهبود عملکرد سایت موبایلی را در اختیارتان قرار می‌دهد. باید همیشه به فکر ارتقای سئوی موبایل باشید؛ زیرا مدام پیشرفت‌هایی در این حوزه صورت می‌گیرد و فناوری‌های جدید جایگزین فناوری‌های قبلی می‌شوند. دنیا مدام در حال تغییر است و شما هم باید با آن همراه شوید. اگر این کار را انجام دهید، پاداشی عالی می‌گیرید.

پس منتظر چه هستید؟ تلفن هوشمندتان را بردارید، سایتتان را در یک مرورگر موبایلی چک کنید و ایرادهایش را پیدا کرده و برطرف کنید. از این راهنمای سئوی موبایل درست استفاده کنید، زیرا زمان حاضر، زمان مهمی است! حالا زمان اقدام است. اگر این کار را نکنید، از دیگران عقب می‌مانید.