



آموزش سئو فروشگاه‌های

۱۰ روش برای سئو سایت فروشگاه‌های

تجارت الکترونیک در سراسر جهان بسیار گسترش یافته است. تمایل به فروش آنلاین کالاها یک خواسته و بلندپروازی سالم است و فقط برای کسب ثروت نیست. با این حال، از آنجاکه تجارت الکترونیک بسیار گسترده است، رقابت شما نیز به همان اندازه سخت خواهد بود و احتمالاً باید با غول‌هایی مثل آمازون رقابت کنید و حتی فروشگاه‌های کوچک‌تر نیز می‌توانند برایتان چالش ایجاد کنند.

تجارت الکترونیک، شما را به تاجری درجه یک تبدیل می‌کند، به خصوص وقتی یک مشاور تجاری متخصص هم کنارتان باشد؛ اما این کافی نیست. اگر فروشگاه آنلاین شما در صفحه اول نتایج گوگل ظاهر نشود، هرگز رشد نمی‌کند. به همین دلیل است که تجارت الکترونیک و سئو ارتباط نزدیکی با هم دارند و ما این راهنمای سئوی تجارت الکترونیک را برایتان آماده کرده‌ایم.

۱. کلیدواژه‌هایی را پیدا کنید که باعث فروش می‌شوند

کلیدواژه‌ها اصل ماجرا هستند. کجا دنبال کلیدواژه‌ها می‌گردید؟ نام کالاهایی که می‌فروشید و دسته‌بندی آن‌ها را جستجو کنید. هر کلیدواژه باید دو ویژگی داشته باشد:

- مشتریان احتمالی را مانند آهن‌ربا جذب کند.
- فرصت مناسبی برای پیشی گرفتن از رقبا در اختیارتان قرار دهد.

بدیهی است که همه کلیدواژه‌ها برای یک کار خاص مناسب نیستند. بعضی از آن‌ها برای جذب کاربران موردنیاز شما (مثلاً خریداران) خیلی کوتاه و مبهم هستند. سئوهای هوشمند به کلیدواژه‌هایی تکیه می‌کنند که خاص هستند و آن‌قدر در گوگل جستجو می‌شوند که می‌توانند بازدیدکنندگان زیادی را به سایتتان جلب کنند. به این کلیدواژه‌های عالی «دم‌دراز» می‌گویند.

از کجا می‌توانید کلیدواژه‌های دم‌دراز پیدا کنید؟

- اولین مکانی که باید جستجو کنید، ابزار WebCEO's Keyword Suggestions است. فقط کافی است ایده‌های خود برای کلیدواژه‌ها را تایپ کنید تا میزان جستجوی آن‌ها را ببینید. هرچه این واژه‌ها بیشتر جستجو شده باشند، بهتر است. این ابزار همچنین فهرستی از کلیدواژه‌های مشابه کلیدواژه‌های شما را نمایش می‌دهد. حتی می‌توانید فهرستی از کلیدواژه‌های جستجو شده پیدا کنید که ریشه لغوی آن‌ها مشابه کلمات شما است. از میان این کلیدواژه‌های پیشنهادی، آن‌هایی را انتخاب کنید که بیشترین تناسب را با اهدافتان دارند.
- سایت‌های جستجوی کلیدواژه مانند Soovle و AnswerThePublic انواع کلیدواژه دم‌دراز ارائه می‌دهند، اگرچه میزان جستجوی آن‌ها توسط کاربران را اندازه‌گیری نمی‌کنند.
- سایت‌های رقیب بزرگ مانند آمازون و شاپیفای، غول تجارت الکترونیک هستند؛

زیرا بیشترین مخاطب را دارند و مردم محصولات موردنظر خود را بیش از هر شرکت دیگری، در سایت‌های آن‌ها جستجو می‌کنند. به همین دلیل می‌توانید واژه موردنظران را در نوار جستجوی آن‌ها تایپ کنید و عبارت‌هایی را ببینید که بر اساس عبارات تایپ‌شده توسط مشتریان قبل از خرید به شما ارائه می‌شود. مثلاً فکر کنید در سایتتان بالش می‌فروشید. به سایت آمازون بروید و در نوار جستجوی آن کلمه بالش را تایپ کنید و نتایج را ببینید!

پس از تهیه فهرستی از کلیدواژه‌ها، وقت بهینه کردن سایت است. برای اینکه صفحات شما رتبه بالایی بگیرند، از کلیدواژه‌ها در این مکان‌ها استفاده کنید:

- URLها
- برچسب‌های عنوان
- برچسب‌های توضیحات اصلی
- برچسب‌های سرتیتر H1-H4
- عنوان‌های تصویرها و برچسب‌های ALT
- توضیحات محصول

اطمینان حاصل کنید که صفحات سایت شما این مکان‌ها را دارند! اگر موتورهای جستجو نتوانند آن‌ها را برای یافتن کلیدواژه اسکن کنند، این صفحات در پایین‌ترین نتایج جستجو قرار می‌گیرند و گم می‌شوند.

همچنین، به بخش توضیحات محصول توجه ویژه داشته باشید. اگر می‌خواهید این توضیحات در نتایج جستجو ظاهر شوند، باید منحصر به فرد باشند. اگر منحصر به فرد نباشند، گوگل آن‌ها را فیلتر می‌کند. همچنین توضیحات باید شامل کلمات و اصطلاحاتی باشد که اغلب در متن‌های مربوط به موضوع صفحه شما (یعنی آنچه می‌فروشید) استفاده می‌شوند. نکته آخر اینکه، توضیحات محصول را به روشی بنویسید که بازدیدکننده سایت پس از مطالعه آن برای خرید متقاعد شود.

۲. صفحات فروشگاه خود را به هم پیوند دهید

اینکه بگوییم سایت‌های تجارت الکترونیک عاشق صفحات زیاد هستند، کم‌لطفی است. مثلاً، انتخاب محصول در سایت آمازون از میان صدها میلیون محصول انجام می‌شود. به همین دلیل فروشگاه‌های آنلاین باید امکان جستجوی بسیار راحتی داشته باشند، در غیر این صورت مشتریان مکان دیگر و راحتی را برای خرید پیدا می‌کنند. اگر می‌خواهید جستجو در سایتتان و استفاده از آن آسان‌تر شود، صفحات آن باید به کارآمدترین شکل ممکن به هم پیوند داده شوند.

ساختار اکثر سایت‌های تجارت الکترونیک به این شکل است: صفحه اصلی -> دسته‌بندی محصول -> زیرمجموعه -> محصول. یک قاعده کلی می‌گوید که «فاصله پیوندی» بین دو صفحه خاص نباید بیش از سه کلیک باشد و مثالی که از ساختار سایت تجارت الکترونیک آوردیم، از این قانون پیروی می‌کند (حتی اگر زیرمجموعه نداشته باشید، بهتر است). اگر نکات زیر را رعایت کنید، می‌توانید استفاده از فروشگاه آنلاین‌تان را ساده‌تر کنید:

- **در هر صفحه لینکی برای بازگشت به صفحه اصلی قرار دهید.** بهترین مکان قرار دادن لینک در قسمت لوگوی فروشگاه در بالای هر صفحه است. برچسب ALT لوگو مهم‌ترین لینک برگشت به صفحه اصلی است.
- **یک نوار جستجو ایجاد کنید.** فروشگاه‌های آنلاین بیشترین سود را از نوارهای جستجویی می‌برند که مشتری را به منوهای مختلف راهنمایی می‌کنند و کاربران می‌توانند دسترسی سریع و آسانی به دسته‌بندی محصولات داشته باشند.
- **از نوار دسته‌بندی‌ها استفاده کنید.** این مورد فضای کمی اشغال می‌کنند و به کاربران کمک می‌کنند در سایتتان گم نشوند.
- **از صفحه‌بندی استفاده نکنید.** بسیاری از فروشگاه‌های آنلاین صفحه‌بندی می‌شوند و این کار اغلب به‌طور خودکار توسط پلتفرم ساخت سایت ایجاد می‌شود. با این حال، مناسب‌ترین گزینه برای کاربران نیست؛ زیرا در این روش بارگیری صفحات جدید خیلی طول می‌کشد. در عوض، یک دکمه «باز شدن موارد

بیشتر» ایجاد کنید که کاربر با فشار دادن آن محصولات بیشتری در همان صفحه ببیند. این گزینه از اسکروول کردن بی‌انتها بهتر است.

همچنین با مشکل محصولاتی روبه‌رو هستید که موجودی آن‌ها تمام شده است. صفحه مربوط به این محصولات را حذف نکنید؛ زیرا هنوز هم مفید هستند. یک راه، هدایت کاربر از این صفحات به دسته اصلی آن محصول یا به صفحه محصولات مشابه است. یک راه دیگر گذاشتن پیامی در این صفحات است که کاربر را به ادامه جستجو در سایت متقاعد کند. استفاده از همین نوع محتوا برای صفحه خطای ۴۰۴ سایت هم مفید است.

۳. سایتان را اسکیمای (Schema) ارتقا دهید

هیچ استراتژی سئوی تجارت الکترونیک بدون داده‌های ساختارمند یا Structured Data اجرا نمی‌شود. اگر با داده‌های ساختارمند و نحوه معرفی آن به گوگل آشنا نیستید، در این زمینه تحقیق کنید. چرا این داده‌ها این‌قدر مهم هستند؟ زیرا داده‌های ساختارمند به گوگل کمک می‌کند تا محتوای صفحات وب را بهتر درک کند. هنگامی که یک صفحه با اسکیمای نشانه‌گذاری می‌شود، گوگل می‌تواند اطلاعات بیشتری درباره آن در نتایج جستجو نمایش دهد که برای مشتریان احتمالی بسیار مفید است. کاربران روی صفحات نشانه‌دار بیشتر از صفحات عادی کلیک می‌کنند؛ بنابراین توصیه می‌کنم شیوه استفاده از داده‌های ساختارمند را بیاموزید. استفاده از اسکیمای به‌خصوص در یک سایت تجارت الکترونیک بسیار مهم است؛ زیرا بازخورد مشتریان را در نتایج جستجو نشان می‌دهد و کاربران را درباره کیفیت محصولات شما متقاعد می‌کند.

۴. فروشگاه اینترنتی خود را امن کنید

امنیت آنلاین چقدر مهم است؟ احتمالاً در مورد رسوایی فیسبوک و پخش اطلاعات

خصوصی کاربرانش مطالبی شنیده‌اید. حوادثی از این دست برای همه طرف‌های درگیر مسئله، فاجعه است: وقتی اطلاعات حساس کاربران در دست افراد ناباب می‌افتد، در معرض خطر قرار می‌گیرند و شاید برگرداندن شهرت و ارزش سهام آن وبسایت دیگر ممکن نباشد. امنیت آنلاین را جدی بگیرید.

مشتریان هنگام استفاده از وبسایت شما باید احساس امنیت کنند. تا آنجا که ممکن است آن را برای کاربران امن کنید. با روش‌های زیر می‌توانید وبسایتتان را امن کنید:

- **سایت را به HTTPS انتقال دهید.** اگر این کار را قبلاً انجام نداده‌اید و سایتتان هنوز روی HTTP است، باید هرچه زودتر این کار را انجام دهید. امنیت تنها دلیل این کار نیست: وقتی مرورگرها صفحه‌ای با پروتکل HTTP را نمایش می‌دهند، نشانه «ناایمن» را کنار نوار آدرس یو.آر.ال آن قرار می‌دهند. کاربران این نشانه را می‌بینند و ترجیح می‌دهند صفحه را ترک کنند تا اینکه اطلاعاتشان در معرض خطر سرقت قرار گیرد.
- **از شبکه انتقال محتوا استفاده کنید.** بسیاری از شبکه‌های انتقال داده (CDN) در برابر خطراتی مثل حملات سایبری و خرابی سرور از اقدامات حفاظتی استفاده می‌کنند. بسیاری از آن‌ها، اما نه همه‌شان! حتماً امن‌ترین شبکه انتقال داده‌ای که توانایی خریدش را دارید، انتخاب کنید.
- **افزونه‌های خود را به‌روز نگه دارید.** اگر در سایت خود از افزونه‌ها استفاده می‌کنید، باید به‌محض انتشار نسخه‌های جدیدشان، آن‌ها را به‌روز کنید. دلیلش این است که نسخه‌های قدیمی افزونه‌ها آسیب‌پذیر هستند و ممکن است هکرها بتوانند به سایتتان دسترسی پیدا کنند. البته، این بدان معنا نیست که نسخه‌های به‌روز کاستی ندارند؛ اما چون هنوز هکرها از ضعف‌هایشان آگاه نشده‌اند، امن‌تر هستند.

۵. صفحات سایت تجارت الکترونیک خود را فهرست کنید

یکی از بدترین اشتباهاتی که می‌توانید انجام دهید این است که فهرست شدن صفحات سایتتان در گوگل را چک نکنید. اگر صفحات سایت شما در فهرست گوگل نباشند، در نتایج جستجو ظاهر نمی‌شوند؛ یعنی مشتریان نمی‌توانند شما را در فضای آنلاین پیدا کنند و همه کارهایی که در سایتتان انجام داده‌اید هدر می‌رود. با تهیه نقشه سایت فروشگاه خود و ثبت آن در گوگل اطمینان حاصل کنید که این اتفاق هرگز برای شما رخ نمی‌دهد.

در اینجا یک نکته خیلی مهم وجود دارد: یک نقشه سایت می‌تواند تا ۵۰,۰۰۰ صفحه را فهرست کند. اصلاً تعجب ندارد که بعضی سایت‌های تجارت الکترونیک از این محدوده هم فراتر روند. اگر سایت شما بیش از ۵۰,۰۰۰ صفحه دارد، باید چندین نقشه سایت ایجاد کنید تا بتوانید همه موارد را فهرست کنید.

۶. استفاده از فروشگاه آنلاین در موبایل را ساده کنید

بیشتر جستجوها در اینترنت موبایل انجام می‌شود و حالا که گوگل به فهرست نتایج جستجو در موبایل اهمیت بیشتری می‌دهد، این موضوع تقویت شده است. این موضوع چه اثری بر سئوی سایت‌های تجارت الکترونیک دارد؟ اگر فروشگاه آنلاین شما برای موبایل طراحی نشده باشد و فقط روی دسکتاپ کار کند، حجم عظیمی از مشتریان را از دست می‌دهید. برای نگه داشتن آن‌ها در سایتتان باید چه کنید؟

- **از طراحی تناسب ساز استفاده کنید.** وبسایتی که با این روش طراحی شده باشد، به‌طور خودکار اندازه عناصر صفحه را طوری تغییر می‌دهد که با هر صفحه نمایشی متناسب باشد.
- **از قلم‌های بزرگ و خوانا استفاده کنید.** بزرگ‌نمایی و کوچک‌نمایی در صفحه موبایل آسان است؛ اما وقت کاربر برای دیدن محتوای اصلی را هدر می‌دهد.
- **از فضای نکاتیو استفاده کنید.** هرچه صفحه نمایش کوچک‌تر باشد، صفحات

نامرتب در آن بدتر به نظر می‌رسند. خواندن پاراگراف‌های کوتاه‌تر آسان‌تر است و گذاشتن فضا بین عناصر صفحه مانع از کلیک کاربر روی دکمه یا چک‌باکس اشتباه می‌شود.

• **از عناصر مزاحم پرکننده صفحه استفاده نکنید.** این موارد شامل تبلیغات، بنرها و پاپ‌آپ‌ها است که بخش بزرگی از صفحه را می‌پوشاند و سایت را غیر قابل استفاده می‌کند. اگر به این عناصر نیاز دارید، باید کوچک باشند و بستنشان آسان باشد. برخی از انواع عناصر مزاحم، هشدار درباره محتوای سایت، تایید سن کاربر و استفاده از کوکی‌ها است.

• **مطمئن شوید تغییر مسیر از سایت موبایلی به دسکتاپی درست کار می‌کند.** اگر نسخه موبایلی سایتتان روی یو.آر.ال جداگانه است، هنگام طراحی تغییر مسیر بین سایت موبایلی و دسکتاپی مراقب باشید. یک صفحه وب دسکتاپی باید همیشه به راحتی به صفحه موبایلی معادل خود هدایت شود و برعکس.

• **زمان باز شدن سایت را تسریع کنید.** وقتی کاربران را منتظر نمی‌گذارید، خیلی خوششان می‌آید. اگر سرعت وب‌سایتتان را بهبود ببخشید، آن‌ها مشتاقانه‌تر در سایتتان می‌گردند و مشتری شما می‌شوند. زمان باز شدن صفحه بر رتبه‌بندی سایت نیز تاثیر می‌گذارد.

۷. یک وبلاگ در سایت خود راه‌اندازی کنید

یک سایت تجارت الکترونیک خوب، به سرعت محصولاتش را می‌فروشد. اگر صفحه‌ای وقتش را صرف متقاعد کردن بازدیدکننده برای خرید کند، کار نمی‌کند. بازدیدکنندگان ترجیح می‌دهند فقط آنچه می‌خواهند را بخرند و بروند. به همین دلیل بهتر است توضیحات طولانی محصولات را در صفحه‌هایی بگذارید که دخالت مستقیمی در فروش ندارند. این بخش از سئوی فروشگاه آنلاین برای وبلاگ مناسب‌تر است.

یک پست وبلاگی با اطلاعات جالب و ارزشمند می‌تواند منبع پرباری برای بازدید بیشتر باشد، به خصوص وقتی توسط بازاریابی نوشته شده که می‌داند محصولش را چگونه

بفروشد. رسانه‌های اجتماعی هم می‌توانند این اثر را تقویت کنند، پس دکمه اشتراک‌گذاری پست‌ها را فعال کنید.

۸. لینک‌هایی برای دسترسی به فروشگاه آنلاین ایجاد کنید

لینک‌سازی علاوه بر اینکه رتبه وبسایتتان را بالا می‌برد، فواید دیگری هم دارد. بک‌لینک‌ها کاربران را از سایت‌های دیگر به سایت شما می‌کشاند. آن‌ها همچنین به شما کمک می‌کنند اقتدار و شهرت فروشگاه خود را افزایش دهید؛ البته فقط در صورتی که بک‌لینک‌های باکیفیتی باشند. برای به دست آوردن این لینک‌ها باید چه کنید؟

• **روش واضح.** محتوای ارزشمندی در وبسایتتان ایجاد کنید. هدف گوگل این است که دسترسی به بهترین محتوا را آسان کند؛ بنابراین فقط این نوع محتوا بیشترین لینک‌های پشتیبان را از آن خود می‌کند. هنگام طراحی صفحات سایتتان برای کاربران ارزش ویژه قائل شوید و شروع خوبی داشته باشید. نمونه‌ای از محتوای ارزشمند در یک سایت تجارت الکترونیک، پیشنهاد تخفیف یا آموزش است.

• **روش قدرتمند.** محتوای خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. اگرچه لینک‌های ایجادشده در پلتفرم‌های اجتماعی معمولاً مجوز ندارند؛ اما تعداد بازدیدهایشان خیلی زیاد است و همین موضوع احتمال تبدیل آن‌ها به لینک‌های پشتیبان شما در سایت‌های دیگر را افزایش می‌دهد. رسانه‌های اجتماعی ۳۰ درصد وقت کاربران در اینترنت را به خود اختصاص داده‌اند. به این عدد توجه کرده و از این مزیت استفاده کنید.

• **روش ساده.** ببینید چه کسی به سایت رقبای شما لینک می‌دهد و همان‌جا دنبال فرصت‌های جدید باشید. می‌توانید با ابزارهای مانند moz.com فهرست کاملی از لینک‌های پشتیبان رقبایتان به دست آورید.

• **روش تخصصی.** به خبرنگاران کمک کنید مقاله بنویسند. تجارت الکترونیک،

کسب‌وکار و خرید آنلاین از موضوعات پرطرفدار هستند و می‌توانید در بعضی از آن‌ها به سایتتان هم اشاره کنید. در HARO و وبسایت‌های مشابه عضو شوید و خبرنگاران موردنیاز خود را پیدا کنید.

• **روش دوستانه.** مواردی که فروشگاهتان بدون دادن لینکی از آن منشن شده را پیدا کنید. اگر مطلبی را یافتید که فقط به نام شما اشاره کرده است، با نویسنده‌اش تماس بگیرید و از او بخواهید لینک سایتتان را هم درج کند.

• **روش واقعی.** فهرست‌هایتان را در دایرکتوری‌های کسب‌وکار قرار دهید. با این روش، فروشگاه شما دیگر فقط یک وبسایت در اینترنت نیست، بلکه مکانی واقعی است که مشتریان می‌توانند به آن وارد شوند. قطعاً می‌خواهید که فروشگاهتان به راحتی در اینترنت پیدا شود و اینجا است که دایرکتوری‌های کسب‌وکار به کمکتان می‌آیند. در Google My Business و سایر دایرکتوری‌های مرتبط با رشته کاری خود، فهرست ایجاد کنید. فعالیت محلی می‌تواند بازار بسیار گسترده‌ای از خریداران آنلاین را به سایتتان بکشد، حتی اگر برایشان مهم نباشد که محصولات از کجا به دستشان می‌رسد.

۹. خطاهای سایتتان را بررسی کنید

اگر بازاری تخصصی وجود داشته باشد که اصلاً دلتان نخواهد کاربرانش را ناامید کنید، حتماً بازار تجارت الکترونیک است. خطاهای سایت می‌تواند کسب‌وکارتان را فلج کند یا حتی به مشتریان ضرر مالی بزند. یک وبسایت مسئولیت‌های زیادی دارد! به محض مشاهده هر نوع مشکل فنی، آن را برطرف کنید.

۱۰. رتبه و ترافیک سایتتان را کنترل کنید

از آنجاکه قبلاً سئوی زیادی برای فروشگاه آنلاینتان انجام داده‌اید، بهانه‌ای برای توقف در میانه راه ندارید. آیا کنجکاو نیستید بدانید عملکردتان چقدر خوب بوده است؟ شاید رتبه شما ارتقا یافته باشد؛ اما این رتبه متغیر است. هر سئوکار کهنه‌کاری

می‌داند که باید رتبه سایت را مدام چک کند.

اصلاً چرا رتبه سایتان را بررسی می‌کنید؟ یکی از دلایلش این است که احساس غرور کنید. گاهی هم باید انتظار کاهش رتبه خود را داشته باشید. این ماجرا ممکن است بارها اتفاق بیفتد. افت رتبه، نشانه‌ای برای دو برابر کردن سئو است. در بدترین حالت ممکن است گوگل شما را جریمه کند. بنابراین حداقل یک‌بار در هفته چند دقیقه برای بررسی سایتان وقت بگذارید.

یک پیشنهاد عالی: مانند یک حرفه‌ای ترافیک طبیعی سایتان را به خریدار تبدیل کنید

حالا رتبه‌ای بالا در موتورهای جستجو دارید و ترافیک بازدیدکنندگان را به سایتان کشانده‌اید. مرحله بعد چیست؟ باید بازدیدکنندگان را در سایت درگیر کرده و آن‌ها را به خریدار تبدیل کنید. در غیر این صورت، افراد فقط می‌آیند و می‌روند و گوگل فکر می‌کند سایتان به اندازه کافی با سوال‌هایی که افراد را به صورت طبیعی به آن کشانده، ارتباط ندارد.

بهترین راه برای درگیر کردن بازدیدکنندگان و جلوگیری از ترک سریع سایت توسط آن‌ها، استفاده از نرم‌افزار چت آنلاین در سایت است.