



آیا داشتن چند دامنه برای سئو خوب است؟

این مقاله کمی تخصصی است و برای متخصصان سئو نوشته شده است که باید درباره دامنه سایت مشتری خودشان تصمیم بگیرند. اگر متخصص سئو هستید و مشتری شما می‌خواهد چند دامنه مختلف را به سایتش متصل کنید، این مطلب را با دقت بخوانید.

آیا هدایت سایر دامنه‌ها به دامنه اصلی ایده خوبی برای سئو است؟ در این مقاله به مواردی اشاره می‌کنیم که باید قبل از پاسخ به این سوال در نظر بگیرید. به سوال زیر توجه کنید:

«می‌خواهم نظر شما در مورد داشتن چندین دامنه برای یک وبسایت را بدانم و بپرسم آیا این روش از دیدگاه سئو و رتبه گوگل خطرناک است یا مفید؟ من یک مشتری دارم که می‌خواهد ۱۰ دامنه برای وبسایتش داشته باشد و می‌خواهم نتیجه چنین کاری را بدانم.»

مثل همیشه، پاسخ ما به این سوال سئو این است: «بستگی دارد!»

ابتدا اجازه دهید وضعیت موجود را توضیح داده و بعضی مسائل را روشن کنیم.

وقتی می‌گویید «چندین دامنه را به یک وبسایت ربط دهم» فرض می‌کنم منظور شما «ریدایرکت ۳۰۱ یا انواع دیگر ریدایرکت از دامنه‌های مختلف به وبسایت مشتری است» و منظورتان این نیست که «وبسایت مشتری روی همه این دامنه‌ها تعریف شده باشد».

می‌توانم بگویم داشتن وبسایتی که پاسخگوی چند دامنه باشد، در واقع چند وبسایت ایجاد می‌کند که محتوای تکراری دارند و این اصلا برای سئو و رتبه گوگل خوب نیست.

چه زمانی باید سایر دامنه‌ها را به دامنه اصلی هدایت کنیم؟

با فرض اینکه ما در مورد ریدایرکت دامنه‌های دیگر به دامنه اصلی مشتری صحبت می‌کنیم، اولین سوال‌هایی که باید پاسخ دهیم این است:

- این دامنه‌ها از اول از کجا آمده‌اند؟
- آیا مشتری همیشه آن‌ها را داشته است یا از اول به نام او بوده‌اند؟
- آیا این دامنه‌ها تاکنون وبسایت اختصاصی خودشان را داشته‌اند یا در حال حاضر محتوا/وبسایت خودشان را دارند؟

اگر هر یک از دامنه‌ها تاکنون مربوط به وبسایت‌های مستقلی بوده‌اند (یعنی محتوای اختصاصی خود را داشته‌اند) یا اگر توسط افرادی غیر از شما اداره می‌شده‌اند، باید سابقه هر یک از آن‌ها را بررسی کنید. شاید بهتر باشد سابقه لینک پشتیبان را تا حد ممکن پاک کنید و برای هر دامنه یک لینک پشتیبان جدید پیدا کنید.

در بک‌لینک‌ها، دنبال مواردی مانند لینک‌های مشکوک باشید. آیا افراد قبلی با خرید لینک از این دامنه استفاده می‌کرده‌اند یا این دامنه لب‌لینک‌های نامناسب داشته است؟ اصلا نباید دامنه‌ای با هزاران لینک اسپم و محتوای نامناسب را به دامنه عالی

مشتری ریدایرکت کنید. اگر دامنه حاوی نشانه‌هایی باشد که فعالیت‌های ناشایست با آن دامنه در گذشته را نشان دهد، من آن دامنه را به دامنه فعال مشتری ریدایرکت ۳۰۱ نمی‌کنم. با این حال، اگر دامنه‌های مورد نظر قابلیت جستجوی خوبی داشته باشند، می‌توانید آن‌ها را به سایت مشتری ریدایرکت ۳۰۲ کنید. همچنین باید گوگل را بررسی کنید تا ببینید آیا صفحاتی با رتبه بالا در هر دامنه وجود دارد یا نه. در صورت وجود این صفحه‌ها، آیا محتوای آن‌ها کاملاً مشابه محتوای فعلی مشتری است؟

هدایت دامنه‌ای که به خاطر «سگ‌های پودل» رتبه کسب کرده به وبسایتی که حاوی اطلاعاتی مربوط به اتومبیل‌های دست‌دوم است، هیچ ارزشی ندارد. اگر محتوا یکسان نباشد، ریدایرکت هیچ ارزشی ندارد.

مدت‌ها پیش، دامنه مستقیم یکی از رقبا را گرفتم و بیشتر صفحات آن که محتوایی مشابه با وبسایت خودم داشت را به صفحات وبسایت خودم ریدایرکت ۳۰۱ کردم. با این کار، کاربران دقیقاً همان چیزی را که دنبالش بودند پیدا می‌کردند؛ البته در سایت من، نه در سایت رقیب. همه لینک‌های ارزشمندی که به سایت رقیب منتهی می‌شد، حالا به سایت من ریدایرکت ۳۰۱ شده بود و من از ارزش بالای همه آن‌ها بهره بردم.

همچنین اگر هر دامنه رتبه‌ای در گوگل داشته باشد و کلیک روی هر دامنه، هشدار بدافزار یا محتوای غیراخلاقی را به ما نشان دهد، نباید آن دامنه را به سایت مشتری ریدایرکت کنید.

اگر به نظر می‌رسد محتوایی در دامنه وجود دارد، اما مطلوب شما یا مشتریانتان نیست (مثلاً سایتی است که سگ واگذار می‌کند، اما صفحات نتایج موتورهای جستجو آن را یک وبسایت معمولی فوتبال نشان می‌دهند)، احتمالاً این دامنه/وبسایت هک شده است. اگر این سایت هک شده باشد، هنوز هم می‌توانید از آن استفاده کنید؛ اما باید کل سیستم فایلی و هر نوع پایگاه داده متصل به سایت را پاک کنید. من که در هر صورت محیط هاستینگ را عوض می‌کنم و فقط زمانی این کار را انجام می‌دهم که

دامنه ویژگی‌های ارزشمند و چشمگیر دیگری مثل بک لینک‌های فوق‌العاده یا محتوای کاملاً مرتبط داشته باشد.

[message_box text_color="light]

خلاصه

۱. لزوماً خوب نیست وبسایت را به چند دامنه وصل کنید. می‌توانید دامنه‌های دیگر را به دامنه/وبسایت اصلی مشتری هدایت کنید؛ اما تعداد زیادی وبسایت با محتوای یکسان ایجاد نکنید. این روش واقعا بد است.
۲. دامنه‌ای که مشتری می‌خواهد به وبسایتش هدایت کنید را از نظرات زیر بررسی کنید:

- **سابقه بک‌لینک‌های آن.** آیا اخلاقی و موجه است؟ محتوای خوبی دارد؟ مورد مشکوکی وجود دارد؟ اگر به نظر می‌رسد سایت در گذشته «نامناسب» بوده است، آن را به وبسایت مشتری ریدایرکت نکنید.
- **محتوای قبلی.** آیا محتوای آن به وبسایت فعلی مشتری شما شبیه است؟ اگر محتوای آن ارتباط مستقیمی با وبسایت مشتری نداشته باشد، هیچ ارزشی ندارد.
- **دیدن شواهدی از هک شدن این دامنه یا به خطر افتادن آن در گذشته یا در حال حاضر.** اگر چنین شواهدی وجود دارد، آن را به سایت اصلی مشتری ریدایرکت نکنید!

[message_box/]

آیا هر یک از دامنه‌های موردنظر قابلیت جستجوی خوبی دارند؟

اگر یک دامنه نامناسب (به هر یک از دلایل بالا) قابلیت جستجوی فوق‌العاده‌ای دارد،

می‌توانید آن را به وبسایت اصلی ریدایرکت کنید. اما مطمئن شوید که از خط قرمزهای ارزشی فراتر نمی‌روید.

اگر مشتری تعدادی دامنه مشابه را به نام خود ثبت کرده است یا چند دامنه TLD مختلف با اسم مشابه ثبت کرده است، لازم نیست همه آن‌ها را به وبسایت اصلی ریدایرکت کنید. مشتری هنوز می‌تواند از آن‌ها استفاده کند (مالک آن‌ها شود)، بدون این‌که وبسایتی به آن‌ها متصل باشد و فقط هدفش این باشد که افراد دیگر نتوانند دامنه‌های مشابه را ثبت کرده یا از آن‌ها استفاده کنند.

سرانجام این‌که شاید این استراتژی ارزشمند باشد؛ اما کاملاً به مجموعه دامنه‌های موردنظرتان و نوع ارتباط آن‌ها با محتوای سایت مشتری بستگی دارد. با توجه به راهنمایی‌های بالا، تصمیم‌های درست بگیرید تا مشتریانان از آن سود ببرند.