



## تکرار کلیدواژه در عنوان سئو: خوب یا بد؟ عنوان سئو یا SEO Title چیست؟

عنوان سئو عبارتی است که در نتایج جستجوی گوگل دیده می‌شود. این عنوان لزوماً عنوان مقاله یا عنوان صفحه نیست. البته اغلب سایت‌سازها به صورت پیش‌فرض از عنوان مقاله جای عنوان سئو هم استفاده می‌کنند، ولی با پلاگین‌هایی مانند Yoast SEO می‌توانیم عنوان سئوی دلخواه را انتخاب کنیم.

در مثال زیر عنوان سئو «تبدیل موبایل به وبکم کامپیوتر + دانلود نرم‌افزار رایگان - مدیر سبز» است، در حالی که عنوان مقاله «تبدیل موبایل به وبکم کامپیوتر + دانلود نرم‌افزار» است. ما در سئو تایتل کلمه رایگان را اضافه کرده‌ایم تا احتمال کلیک از جستجوهای گوگل بیشتر شود.

["caption id="attachment\_۱۸۹۰۲۶" align="alignnone" width="۹۶۴]

About 1,240,000 results (0.23 seconds)

https://famet.io > ... آموزش کامپیوتر > Translate this page

آموزش تبدیل گوشی به وبکم (اندروید و آیفون) | آموزش گام به گام و ...

Jun 4, 2020 — اگر به دنبال تبدیل گوشی به وبکم باشید حالا فرقی ندارد تبدیل ... نکات لازم برای تبدیل موبایل به وبکم —  
کامپیوتر را به صورت تصویری و گام به ...

https://modiresabz.com > تبدیل-موب... > Translate this page

تبدیل موبایل به وبکم کامپیوتر + دانلود نرم افزار رایگان - مدیر ...

در این مقاله می‌خواهیم نحوه تبدیل موبایل به وبکم را بیاموزیم. تبدیل گوشی موبایل به وبکم به تجهیزات خاصی نیاز ندارد و  
بهر راحتی قابل انجام است.

★★★★★ Rating: 4.8 · 41 votes

SEO Title

مثال عنوان سئو [caption/]

همیشه گفته می‌شد در عنوان سئو نباید کلیدواژه را چند بار تکرار کرد. این کار باعث می‌شود توسط گوگل جریمه شویم. ولی جان مولر از مدیران گوگل نظر دیگری دارد!

جان مولر از مدیران گوگل، توضیح می‌دهد که عنوان‌های سئو پر از کلیدواژه و توضیحات، خلاف دستورالعمل‌های وب‌مستری نیست و روشی مرسوم است. این موضوع در لایو مربوط به سئوی گوگل در ۱۱ دسامبر مطرح شد. یک مسئول سئو به مولر گفت که کسب‌وکارهای کوچک همیشه عنوان‌ها و توضیحات خود را از کلیدواژه‌های تجاری اشباع می‌کنند؛ حتی پس از این‌که به آن‌ها توصیه می‌شود این کار را انجام ندهند.

او مثالی از یک گل‌فروشی در برایتون ارائه داد که چنین توضیحی برای فروشگاهش نوشته بود: «دسته گل عروس برایتون، گل مراسم ختم برایتون، گل سالگردها برایتون، گل تولد برایتون» و غیره.

مدیر سئو به مولر می‌گوید که این روش از نظر زیبایی‌شناختی اصلا درست نیست؛ اما معمولا می‌بینیم صفحاتی با این نوع توضیحات رتبه خوبی در نتایج جستجو به دست می‌آورند. او از مولر می‌پرسد چرا استفاده از عنوان‌ها و توضیحات اشباع از

کلیدواژه‌ها در نتایج جستجو بسیار به چشم می‌خورد و آیا این کار با دستورالعمل‌های وب‌مستری گوگل مغایرت دارد یا نه.

**مولر قاطعانه پاسخ می‌دهد که اشباع عنوان سئو و توضیح اصلی یک صفحه با کلیدواژه‌ها خلاف دستورالعمل‌های گوگل نیست و حتی گوگل این موضوع را مشکل‌ساز نمی‌داند.** منظور این نیست که گوگل این روش را توصیه می‌کند؛ زیرا پر کردن عنوان و توضیحات از کلیدواژه‌ها درک هدف و موضوع صفحه را سخت‌تر می‌کند.

مولر می‌گوید بازنویسی این عناوین و توضیحات باعث بهبود نرخ کلیک می‌شود که موفقیتی بزرگ برای سایت است. او بارها توصیه می‌کند که برای بهبود نرخ کلیک، تگ‌های اصلی بهتری بنویسید؛ اما هرگز این کار را برای بهبود رتبه توصیه نمی‌کند.

["message\_box text\_color="light]

### **تکرار کلیدواژه در عنوان سئو: خوب یا بد؟**

«این کار مغایر با دستورالعمل‌های وب‌مستری ما نیست و نمی‌توانیم بگوییم مشکل‌ساز است. من فکر می‌کنم اگر عنوان متناسب‌تری با جستجوی کاربران داشته باشید، شرایطتان بهتر می‌شود، زیرا گوگل این تناسب و تطابق را بهتر درک می‌کند.

من بزرگ‌ترین پیشرفت در نوشتن عنوان را وقتی می‌دانم که با خواسته واقعی کاربر مطابقت داشته باشد. در نتیجه راحت‌تر روی نتیجه جستجو کلیک می‌کنند؛ زیرا با خود می‌گویند: «وای این دقیقا همان چیزی است که می‌خواستم.»

درحالی‌که اگر دنبال خدمات ارسال گل در برایتون باشید و در عنوان‌های نتایج جستجو «گل، گل سبز، گل زرد، برایتون و همه شهرهای حومه» ببینید، احتمالاً نگاهی به آن می‌اندازید و می‌گویید: «خوب آیا این نتیجه بهینه و حاصل سئو است؟» یا «آیا این کسب‌وکار معتبری است و دسته‌گل‌های خوبی برایم درست می‌کند؟»

[message\_box/]

بنابراین فکر می‌کنم بهبود نرخ کلیک مهم‌تر از ارتقای رتبه است و اگر با همین رتبه فعلی، مردم سایت شما را با جستجوهای خود مرتبط‌تر بدانند و نرخ کلیک بالاتری پیدا کنید، خیلی بهتر است.

## برای نوشتن عنوان‌های سئو و توضیحات، رویکرد متمرکزتری داشته باشید

مولر می‌داند که پر کردن عنوان‌ها و توضیحات، از کلیدواژه‌ها یک روش معمول است؛ زیرا این کلیدواژه‌ها عوامل اصلی رتبه‌بندی در نتایج جستجوی گوگل هستند، اما صاحبان سایت نباید همه کلیدواژه‌ها را در این قسمت‌ها بگذارند و مولر رویکرد متمرکزتری را توصیه می‌کند. او می‌گوید نوشتن عنوان یا توضیحی که کلیک‌های بیشتری بگیرد مهم‌تر از استفاده از تعداد زیادی کلیدواژه است.

مولر می‌گوید: «این روشی بسیار معمول است و استفاده از کلیدواژه‌ها در عناوین، بخشی از سیستم رتبه‌بندی ما است. به همین دلیل مردم با خود می‌گویند «وای... باید همه کلیدواژه‌ها را به عنوان‌هایم اضافه کنم» و درنهایت شما هم با چنین عنوان‌هایی مواجه می‌شوید. بنابراین فقط به این دلیل که از کلیدواژه‌ها برای رتبه‌بندی استفاده می‌شود، به این معنی نیست که باید همه کلیدواژه‌ها را در عنوان‌ها و توضیحات بیاورید.»

گاهی فکر می‌کنم نرخ کلیک‌های ورودی از جستجوها خیلی مهم‌تر از رتبه است، به خصوص کسب‌وکارهای کوچک شانس زیادی برای دیده شدن در نتایج جستجو در مکان‌های مختلف ندارند؛ زیرا احتمالاً بیشتر روی منطقه خود تمرکز کرده‌اند و داشتن عنوان سئوی خوب که کاملاً با کسب‌وکارشان مطابقت داشته باشد بسیار مهم‌تر از پر کردن عنوان با انواع کلیدواژه‌ها است.