۸ مهارت مهم برای متخصصان سئو

باوجودی‌که چند دهه از پیدایش سئو می‌گذرد، این مهارت در بسیاری از کالج‌ها یا کلاس‌های بازاریابی تدریس نمی‌شود. متخصصان سئو سوابق کاری مختلفی دارند. بعضی از آن‌ها برنامه‌نویس هستند، بعضی هم کارآفرین، بازاریاب سنتی و روزنامه‌نگار هستند. من به خاطر کارم با انواع داوطلبان شغل سئو مصاحبه کرده‌ام. هیچ فهرست ثابتی برای مهارت‌های موردنیاز در سئو وجود ندارد، اما همیشه بسته به شغلی که هر داوطلب قرار است انجام دهد، به چند مهارت کلیدی در او توجه می‌کنم. در واقع، دنبال افرادی هستم که بتوانم به سابقه‌شان مثلا در حوزه توسعه، بازاریابی، تولید محتوا و غیره اعتماد کنم و فرایند فکری‌شان داده محور و نتیجه محور باشد.

مهارت‌های برتر برای موفقیت در سئو

این فهرست جامع نیست و مطمئنم افراد زیادی هم بدون این مهارت‌ها موفق شده‌اند، اما در ادامه هشت مهارت مهمی را توضیح می‌دهم که هنگام استخدام

متخصصان سئو به آن‌ها توجه می‌کنم.

۱. تفکر تحلیلی

ارزیابی این ویژگی سخت است، اما متخصصان سئو باید ذهن تحلیل‌گر داشته باشند و بتوانند همبستگی‌ها را از روابط علت‌ومعلولی تشخیص دهند. متخصص سئو باید به آمار و داده‌ها نگاه کند و سه مورد زیر را بفهمد:

- چه اتفاقی افتاد؟
- چرا این اتفاق افتاد؟
- باید چه تدبیری برای آن بیندیشیم؟

روش‌های زیادی برای ارزیابی این ویژگی وجود دارد. مثلا سوالات فرضی طرح می‌کنم تا روند فکری‌شان را بشناسم:

- فرض کنید شما و مشتری در مورد کاری که باید انجام شود، اختلاف دارید. می‌شود رویکردتان در این جلسه را برایم توضیح دهید؟
- یک مشتری مشخصات سایت جدیدش را برایمان ایمیل کرده و می‌خواهد بداند آیا می‌توانیم در حوزه سئو کمکی به آن‌ها بکنیم؟ اولین مواردی که به آن‌ها توجه می‌کنید چه هستند؟

یک روش خوب برای ارزیابی تفکر تحلیلی داوطلبان این است که از آن‌ها در مورد بزرگ‌ترین مسئله‌ای که حل کرده‌اند، روش شناسایی آن، روش حل آن و روش ارزیابی موفقیتشان سوال کنید. هیچ پاسخ درست یا غلطی برای این سوالات وجود ندارد، اما باعث می‌شود از روند فکری داوطلب و شیوه او برای حل مشکلات آگاه شوید. داوطلبان باید مسئله را از چندین زاویه بررسی کنند و در تصمیم‌گیری‌هایشان از داده و منطق استفاده کنند.

۲. توانایی گفتاری و نوشتاری

یک متخصص سئو که بتواند خودش درباره کلیدواژه‌ها و محتواهای دربرگیرنده این

کلیدواژه‌ها تحقیق کند، خیلی ارزشمندتر است. هدف ما فقط نوشتن مقاله یا سخنرانی در کنفرانس نیست. من سئوکاری می‌خواهم که بتواند تیم‌های داخلی و مشتری‌ها را برای انجام کار درست متقاعد کند و این هدف فقط با سخنرانی در جلسات و نوشتن مقالات، انجام مطالعات موردی و توجه به نظرات دیگران ممکن می‌شود. همه این کارها هم به مهارت‌های گفتاری و نوشتاری نیاز دارد. انجام سئو نه‌تنها به اعتمادبه‌نفس نیاز دارد، بلکه باید توانایی تبدیل ایده‌ها و افکار پیچیده به مفاهیم ساده را داشته باشید تا افراد ناآشنا با سئو هم بتوانند آن‌ها را درک کنند و بر اساس آن‌ها تصمیم بگیرند.

۳. مهارت‌های فنی و برنامه‌نویسی

می‌دانم که این مورد بحث‌های زیادی را برمی‌انگیزد و مطمئن هستم که بسیاری از سئوکارها در حال حاضر عالی کار می‌کنند، اما هیچ دانشی در حوزه برنامه‌نویسی ندارند. حقیقت این است که با آموختن دانش برنامه‌نویسی می‌توانید کارهای فوق‌العاده‌تری انجام دهید. ما به‌عنوان متخصصان سئو پیشنهاد می‌کنیم مطالبی در مورد سرعت صفحه، رندرینگ، بارگذاری کُند، ریدایرکت به سمت سرور، تگ کردن ریز داده‌ها و تگ‌های ساده HTML بیاموزید. اگر با دولوپر صحبت کنید و به‌جای تقاضای موارد خاص، دیدگاه‌های کلی خود را با او در میان بگذارید، همه این کارها خیلی ساده‌تر می‌شود.

منظورم این نیست که سئوکارها باید کدنویسی بلد باشند، اما باید اثر کدگذاری در ایجاد تغییرات مطلوب را بشناسند و بفهمند کدنویسی چه مزایایی برای دولوپرها دارد. همچنین باید با اشتباهات و مشکلات رایج در این حوزه و روش غلبه بر آن‌ها آشنا شوند. این‌که یک متخصص سئو گزارش سرعت صفحه را از گوگل کپی کرده و برای دولوپرها ارسال کند، اصلا کافی نیست. سئوکار باید با معنی این تغییرات، اثر آن‌ها بر سایت و دلایل ایجاد آن‌ها آشنا باشد. دانش فنی زندگی را ساده‌تر می‌کند؛ چه نوشتن یک اسکریپت سریع پایتون برای افزودن خودکار hreflang به نقشه سایت XML باشد و چه نوشتن یک اسکریپر سریع برای جمع‌آوری داده‌ها.

از آن‌جاکه موتورهای جستجو پیشرفت کرده‌اند و بیشتر از یادگیری ماشینی و NLP استفاده می‌کنند، یک متخصص سئو می‌تواند با داده‌های موجود و آرشیو NLP پایتون، کارهای فوق‌العاده‌ای انجام دهد. امروزه برنامه‌نویسان سئو کارهای فوق‌العاده‌ای با داده‌ها و کدها انجام می‌دهند که منجر به بینش بهتر و موفقیتشان در کار می‌شود.

یک‌بار با دوستم مشغول صحبت درباره کدگذاری موتور جستجو با استفاده از عوامل رتبه‌بندی بودیم و درباره جستجوی سیگنال‌ها، فهرست‌بندی آن‌ها و روش استفاده از آن‌ها در رتبه‌بندی بحث کردیم. در نهایت مشخص شد که کدام موارد بی‌نتیجه هستند و کدام موارد دیگر در سایت قابل انجام نیستند. دانش برنامه‌نویسی و تجربه قبلی ما در بازیابی اطلاعات باعث شد تا کارهای ممکن و غیرممکن را از هم تشخیص دهیم. این مزیت ارزشمندی است. هنوز هم متخصصان سئوی زیادی را می‌بینم که درباره کارکرد الگوریتم‌ها ادعاهای غیرواقعی دارند، درحالی‌که هر متخصص کامپیوتری می‌داند امکان کدگذاری آن‌ها وجود ندارد.

۴. مهارت‌های اجتماعی

من در طول زندگی حرفه‌ای خود، روابط بسیار خوبی با دیگران برقرار کرده‌ام و فقط با حضور در کنفرانس‌ها، مطالب زیادی آموخته‌ام. پس برای رسیدن به این هدف نمی‌توانید گوشه‌گیر باشید و باید با دیگران کنار بیایید. اگر در وقت استراحت کنفرانس‌ها فقط در مورد سیاست بحث کنید، این فرصت را از دست می‌دهید. این وقت‌های استراحت برای صحبت در مورد نظریه‌ها و روش‌های سئو عالی است. هیچ‌کس دوست ندارد درباره مشکل خاص سایت شما چیزی بشنود، بلکه دوست دارند درباره مطالب جدید و جالبی که دیده‌اید یا انجام داده‌اید صحبت کنید.

۵. مهارت‌های تجزیه‌وتحلیل

اگر متخصصان سئو بتوانند وارد ادوب یا گوگل‌آنالیتیکس شوند و داده‌های موردنظرشان را استخراج کنند، در وقتشان صرفه‌جویی می‌کنند. آشنایی مختصر با شاخص‌های کلیدی عملکرد برای طراحی استراتژی سئو لازم است. من این فرصت را

برای اعضای تیم‌ها فراهم می‌کنم که گواهینامه ادوب و گوگل‌آنالیتیکس بگیرند، زیرا حتی اگر داده‌ها را خودشان استخراج نکنند، شناخت این فرایندها برایشان مفید است و اغلب در آخر کار هم مجبور به استخراج داده می‌شوند. اگر نتوانید داده‌ها را استخراج و بخش‌بندی کنید، بینش دقیقی نخواهید داشت.

۶. مهارت‌های پردازش داده

شاید باید نام این بخش را «مهارت‌های اکسل» می‌گذاشتم، زیرا استخراج داده اصلا کافی نیست و گاهی باید آن را کمی دست‌کاری کنید تا به بینش درست برسید. من تعداد زیادی سئوکار می‌شناسم که نمی‌توانند ساده‌ترین کارها را در اکسل انجام دهند. هر متخصص سئو حداقل باید از میان ۴۷۳ قابلیت اکسل با Vlookups، Concatenates و IF statements آشنا باشد. من در دوران کاری خود چندین قالب اکسل درست کردم که به حل مشکلات روزمره کمک می‌کند؛ از جمله تبدیل اسکریمینگ‌فراگ به نقشه سایت XML، ارزیابی تغییرات الگوریتم و اثرات آن با استفاده از داده‌های گوگل‌الگوریتم و ادوب، طراحی نرخ کلیک اختصاصی با استفاده از نمودار، یا جمع‌آوری سریع کلیدواژه‌ها از کنسول جستجو و استفاده از آن‌ها در برند و محصولات.

اکسل فوق‌العاده است. هرچند این روزها فقط استفاده از اکسل کافی نیست. یک متخصص حرفه‌ای سئو باید بتواند داشبوردهایی در دیتا استودیو بسازد، با استفاده از APIهای مختلف (کنسول جستجو، گوگلNLP ، لایت‌هاوس، ادوُردز و سایر ابزار) اطلاعات بیشتری استخراج کند و درک کافی از پایگاه‌های داده داشته باشد تا بتواند کارهای جالبی با این داده‌ها انجام دهد. بد نیست در این قسمت به ابزارهایی مثل آر، پایتون و تابلو هم اشاره کنیم. همچنین، ریاضی هم در این گروه قرار می‌گیرد! من هنوز هم مطالعات همبستگی و تحلیل‌های آماری بسیار بدی را می‌بینم که واقعا منظور نویسنده را نمی‌رساند. دانش ساده آماری به سئوکار کمک می‌کند تا نه‌تنها مواردی که باید ارزیابی شوند، بلکه روش ارزیابی آن‌ها را هم پیدا کند.

یک مثال خوب: شاید تعداد کلیک‌های ماهانه در دوران کرونا کاملا با نرخ کلیک

همان بازه زمانی که تحت‌تاثیر نوسان تقاضا و نیروهای خارجی بوده، تفاوت داشته باشد.

۷. محرک، انگیزه و سازگاری

نکته‌ای که در حوزه سئو هم دوست دارم و هم از آن متنفرم این است که ساعت ۵ عصر تمام نمی‌شود. بازاریابی از آن شغل‌هایی نیست که هر شب همه‌چیز را در اداره بگذارید و آسوده به خانه بروید، بلکه همیشه در ذهنتان می‌چرخد. اگر می‌خواهید در سئو عالی عمل کنید، باید یک محرک درونی داشته باشید که شما را به ادامه یادگیری ترغیب کند؛ مثل یادگیری یک زبان جدید برنامه‌نویسی، یک قالب جدید مثل وردپرس، ری‌اکت، اَنگولار، آشنایی با یک معیار جدید موتورهای جستجو مثل اسکیما یا آشنایی با یادگیری ماشینی. همیشه چیزی برای یادگیری وجود دارد.

داوطلبان محبوب من کسانی هستند که روی پروژه‌ها و وب‌سایت‌های مختلفی کار می‌کنند یا ابزارهای خاص خود را برای حل مشکلات می‌سازند. مثلا، از ابزار وب‌مستر برای خودکارسازی استخراج داده و قالب‌بندی گزارش‌ها استفاده می‌کنند. کار سئو به سازگاری و سرسختی نیاز دارد. صنعت ما در حال تغییر است و گاهی باید به مشتری‌ها اعتراف کنیم که بعضی کارها مثل:

link disavows, PageRank sculpting, directory submissions یا سایر مواردی که قبلا توصیه کرده‌ایم، دیگر جواب نمی‌دهند. من سئوکاری می‌خواهم که فروتن باشد و در صورت لزوم به اشتباهش اعتراف کند. همه ما اشتباه می‌کنیم که هیچ اشکالی ندارد و از ارزش ما به‌عنوان متخصص یا استاد نمی‌کاهد، زیرا خاصیت علم همین است. فقط باید اهداف مشتری را در اولویت قرار دهید و حتی آن را بر فرصت‌های درآمدزایی از سئو هم مقدم بدانید.

۸. حس شوخ‌طبعی

ما در صنعت سئو با فراز و نشیب‌های زیاد و سریع روبرو هستیم. گاهی باید کمی آرام بگیرید و یادتان باشد که کار ما مسئله مرگ و زندگی نیست، بلکه فقط یک بازاریابی ساده است. هر چقدر هم این شغل اضطراب‌آور باشد، می‌توانیم بخشی از آن را به

فردا موکول کنیم و داشتن حس شوخ‌طبعی کار را برایمان لذت‌بخش‌تر و مفیدتر می‌کند.