



## ۴ هدف جستجو در گوگل که در سئو باید لحاظ شود

اگر ساختار سایت بهبود پیدا کند، در واقع تجربه لذت‌بخش‌تری برای بازدیدکنندگان ایجاد می‌کنید. منظور از ساختار سایت، چیدمان تمام اِلِمان‌های سایت، مانند منوها، لینک‌ها، دکمه‌ها، بَیر بالای صفحه و... است که باید طوری اصولی بچینید و کنار هم قرار دهید تا پیدا کردن هر مطلبی برای بازدیدکننده سایت خیلی راحت و لذت‌بخش شود.

اگر می‌خواهید سایتتان ساختار مستحکم و عالی داشته باشد، باید برای هر کلیدواژه در سایتتان فقط یک صفحه داشته باشید که بهینه شده است.

هر کسی که در گوگل جستجو می‌کند دنبال یکی از ۴ هدف زیر است که باید صفحات سایت را برای آن بهینه کنید:

## ۱. اطلاعات

منظور، اطلاعاتی است که دنبال آن هیچ خریدی وجود ندارد.

## ۲. آدرس سایت

عده دیگر که حجم زیادی از جستجوها را تشکیل می‌دهند، فقط در گوگل جستجو می‌کنند چون حوصله ندارند آدرس سایت را تایپ کنند.

## ۳. تحقیق قبل از خرید

سومین هدف از جستجو به نوعی دریافت اطلاعات است؛ یعنی این افراد مصمم هستند بخرند، سرچ می‌کنند تا بهترین گزینه را خریداری کنند.

## ۴. خرید

چهارمین مورد، جستجوهای است که قصد شخص خرید است؛ یعنی می‌داند چه می‌خواهد. مثلاً قبلاً در مورد یک گوشی سامسونگ تحقیق کرده است و الان جستجو می‌کند تا پیدا کند، کجا آن را می‌فروشند و پایین‌ترین قیمت‌ها را پیدا کند.

بنابراین ۴ هدف مهم از جستجو در گوگل وجود دارد. برای مورد دوم لازم نیست کاری انجام دهید چون سایت آنقدر لینک به اسم خودش خواهد داشت که اگر کاری انجام ندهید، بعد از مدتی اگر کسی اسم سایت را بزند، آدرس سایت جزو اولین نتایج گوگل خواهد بود؛ ولی برای ۳ مورد دیگر باید ساختار سایت را بهینه کنید تا افراد با کلیدواژه موردنظر به آن صفحه‌ها هدایت شوند.

فرض کنید کارتان فروش مبل اداری است. احتمالاً باید ۳ صفحه مختلف داشته

باشید و هرکدام را برای یک کلیدواژه متفاوت بهینه کنید.

یکی از موارد، تحقیق قبل از خرید است. با ابزارهایی می‌توان فهمید که مردم برای خرید مبلمان اداری چه عبارت‌هایی را جستجو می‌کنند. ببینید رایج‌ترین کدام است و یک مقاله آموزشی مفصل درباره آن موضوع بنویسید.

فرض کنید تحقیق کردید و فهمیدید بهترین کلیدواژه «انواع مبلمان اداری» است. مطلبی با این اسم می‌نویسید و می‌دانید اگر کسی دنبال تحقیق قبل از خرید است، باید آن قدر روی سئو کار کنید تا به این مقاله آموزشی برسد.

ایده دیگر این است که باید صفحه‌ای برای کسانی که می‌خواهند خرید کنند، بهینه شود، که باید در آن مقاله کلمه خرید باشد. بهتر است یکی از صفحات محصول را برای این کار بهینه کنید.

مثلا قیمت مبلمان اداری، خرید مبلمان اداری ارزان یا... عبارت‌هایی است تا کسانی را هدایت کند که دنبال خرید هستند.

سومین مورد این است که باید مقاله یا مطلبی، برای کسانی که اصلا دنبال خرید مبلمان اداری نیستند، درست کنید. مثلا نگهداری مبلمان اداری، تمیز نگه داشتن آن و... افراد را از این طریق با برندگان آشنا می‌کنید که اگر بعدا لازم بود از شما خرید کنند.

بنابراین اگر ساختاری و با استراتژی فکر کنید، می‌فهمید که اصلا به چه صفحه‌هایی نیاز دارید و با کدام کلیدواژه افراد باید به این صفحه‌ها هدایت شوند.