



## آیا استفاده از کلیدواژه در نام دامنه، اثری در رتبه سایت دارد؟

آن دسته از نام‌های دامنه که شامل کلیدواژه هستند به دلایل مختلفی ارزشمند به حساب می‌آیند، از جمله به خاطر این باور قدیمی که مستقیم یا غیرمستقیم به ارتقای رتبه سایت کمک می‌کنند. انتخاب نام دامنه یک مرحله مهم در راه‌اندازی سایت است، پس باید آن را درست انتخاب کنید.

انتخاب نام دامنه سه بخش دارد:

۱. دامنه شامل کلیدواژه
۲. دامنه شامل واژه معمولی + کلیدواژه
۳. دامنه برنددار

## ۱. دامنه شامل کلیدواژه

دامنه کلیدواژه دار، دامنه‌ای شامل یک کلیدواژه است: مثل دامنه سایت Widgets.com.

استفاده از دامنه کلیدواژه دار، نوعی حس قدرت و اختیار ایجاد می‌کند. بعضی شرکت‌ها به دلایل مختلف از نام دامنه معمولی و عمومی استفاده می‌کنند و مخاطب را از آن دامنه به وبسایت اصلی خود هدایت می‌کنند. مثلا دامنه Coffee.com شما را به Peet's Coffee هدایت می‌کند که یک شرکت هنری متخصص بو دادن قهوه است. به همین دلیل افراد می‌توانند از آن دامنه عمومی، سایت شرکت Peet را به راحتی پیدا کنند. اما نقطه ضعف دامنه‌های عمومی این است که همه دامنه‌های خوب قبلا ثبت شده‌اند و حذف صاحب آن دامنه بسیار گران است. همچنین تعدادی هیستوری اینترنتی مربوط به دامنه‌های عمومی وجود دارد.

در زمان‌های دور کاربران اینترنت کلیدواژه محصول یا خدمت موردنظر خود را مستقیم در مرورگر یا موتور جستجو تایپ می‌کردند که به آن جستجوی مستقیم می‌گفتند. جستجوی مستقیم باعث درآمد کلان تبلیغات برای افرادی می‌شد که مالک آن دامنه‌ها بودند و به اصطلاح آن‌ها را «پارک» کرده بودند. پارک کردن دامنه به معنی تنظیم آن به شکلی است که نام آن دامنه فقط و فقط تبلیغات را نشان دهد. کسب‌وکار سودآور دامنه‌های پارک شده توسط موتورهای جستجوی آن زمان هم تقویت می‌شد، زیرا به این دامنه‌ها رتبه خوبی در نتایج جستجو می‌دادند. بنابراین، اگر شخصی فقط یک عبارت تک‌کلمه‌ای مانند «برگر» را تایپ و جستجو می‌کرد، گوگل احتمالا به سایت Burgers.com هم رتبه می‌داد. سپس در سال ۲۰۱۱، گوگل قابلیت دیدن دامنه‌های پارک شده در نتایج جستجو را کاهش داد. با توجه به این موضوع، آیا دامنه‌های کلیدواژه دار هنوز اثری در رتبه سایت دارند؟ خیر، اما جان مولر یکی از مدیران گوگل به چند نکته در این زمینه اشاره می‌کند.

## ۲. دامنه شامل واژه معمولی + کلیدواژه

اضافه کردن یک کلمه به نام دامنه بسیار رایج است تا به بازدیدکننده سایت بگوید قرار است چه مطالبی را در سایت ببیند. مثال‌هایی از این نوع نام دامنه عبارتند از:

Cheap[name of product/service].com ، [name of product/service]Reviews.com ، Fast[name of product/service]

استفاده از یک کلمه معمولی به اضافه یک کلیدواژه برای نام دامنه روش بسیار خوبی است.

مزیت چنین دامنه‌ای این است که کلیدواژه فوراً مطالب سایت را لو می‌دهد و کلمه معمولی به بازدیدکننده می‌گوید که چه انتظاری از سایت داشته باشد. ضعف چنین دامنه‌ای هم این است که وبسایت را به ارائه خدمات به بازار خاصی محدود می‌کند و مانع رشد آن می‌شود. بنابراین، اگر سایت خود را با نام [JoesCameraReviews] و برای بررسی دوربین‌های مختلف راه‌اندازی کرده باشید، بررسی یا فروش سایر محصولات در آن سخت می‌شود. سایت‌های زیادی هم وجود دارند که کلیدواژه‌ای در دامنه خود دارند و رتبه بسیار خوبی در گوگل کسب کرده‌اند.

## ۳. دامنه برنددار

دامنه برنددار، دامنه‌ای است که لزوماً کلیدواژه‌ای ندارد. آمازون، زاپوس و ایتسی نمونه‌هایی از دامنه‌های برنددار هستند. مزیت دامنه برنددار این است که اسم برند، مطالب موجود در سایت را محدود نمی‌کند. بسیاری از سایت‌هایی که دامنه برنددار دارند، به راحتی در صدر نتایج جستجو ظاهر می‌شوند.

## گوگل برای رتبه‌بندی دامنه‌های کلیدواژه دار ۴ اصل دارد

۱. دامنه‌های کلیدواژه دار زودتر رتبه‌بندی نمی‌شوند.

۲. دامنه‌های کلیدواژه دار به‌طور خودکار رتبه بهتری کسب نمی‌کنند.

۳. دامنه‌های کلیدواژه دار سال‌ها پیش نفوذ خود در رتبه‌بندی را از دست داده‌اند.

۴. دامنه‌های کلیدواژه دار مانند دامنه‌های برنندار رتبه‌بندی می‌شوند.

## ۱. دامنه‌های کلیدواژه دار مزیت زمانی ندارند

این باور وجود دارد که دامنه‌های کلیدواژه دار سریع‌تر از دامنه‌های برنندار رتبه‌بندی می‌شوند، اما گوگل این ادعا را رد می‌کند و می‌گوید: «ارتقای رتبه سایت‌هایی با دامنه کلیدواژه دار به‌اندازه هر وب‌سایت جدید دیگری طول می‌کشد. با این حال شاید وب‌سایت‌هایی وجود داشته باشند که به خاطر داشتن کلیدواژه در نام دامنه‌شان رتبه خوب گرفته باشند، اما حتماً سال‌های سال روی این موضوع کار کرده‌اند.»

## ۲. وجود کلیدواژه در دامنه باعث رتبه بهتر نمی‌شود

گوگل با قطعیت بیان می‌کند که دامنه‌های کلیدواژه دار رتبه‌ای بهتر از دامنه‌های برنندار کسب نمی‌کنند. فقط وجود کلیدواژه در نام دامنه به این معنی نیست که آن دامنه به خاطر آن کلیدواژه‌ها و به‌طور خودکار رتبه بهتری می‌گیرد. عوامل زیادی مانند محتوا، قصد کاربر از جستجوی آن محتوا و همچنین لینک‌ها در رتبه‌بندی دامنه موثر هستند و نسبت به کلیدواژه اولویت دارند. با این‌که گوگل به‌صراحت اثر کلیدواژه در رتبه‌بندی را رد نمی‌کند، اما اشاره می‌کند که وجود کلیدواژه در نام دامنه هیچ مزیت خاصی ندارد. این نکته بسیار مهم است.

## ۳. دامنه‌های کلیدواژه دار سال‌ها پیش قدرت خود را از دست داده‌اند

گوگل می‌گوید دامنه‌های کلیدواژه دار سال‌ها پیش اثر خود را از دست داده‌اند: «فقط وجود کلیدواژه در نام دامنه به این معنی نیست که آن دامنه به خاطر آن کلیدواژه‌ها و به‌طور خودکار رتبه بهتری می‌گیرد. این موضوع سال‌هاست که اهمیت خود را از دست داده است.»

در اواخر سال ۲۰۱۱، گوگل الگوریتم خود را به‌روز کرد تا یک ابزار رتبه‌بندی به آن اضافه

کند و دامنه‌های پارک شده را از نتایج جستجو حذف کند. دامنه‌های پارک شده سایت‌هایی هستند که محتوای جالبی برای کاربران ندارند، فقط پر از تبلیغ هستند و گوگل اغلب ترجیح می‌دهد آن‌ها را نمایش ندهد.

با وجودی که گوگل دیگر به دامنه‌های پارک شده توجه ویژه نشان نمی‌دهد، این باور که دامنه‌های کلیدواژه دار بهتر از دامنه‌های برنددار هستند در صنعت جستجو باقی‌مانده است. ما در دورانی زندگی می‌کنیم که وجود کلیدواژه در عنوان‌های اصلی و فرعی باعث رتبه بدتر می‌شود و الگوریتم‌های فعلی دیگر به تگ‌های عنوان توجه خاص ندارند. پس آیا فکر می‌کنید گوگل همچنان به وجود کلیدواژه در نام دامنه پاداش و رتبه بهتر می‌دهد؟

#### **۴. دامنه‌های کلیدواژه دار رتبه‌ای مشابه دامنه‌های برنددار کسب می‌کنند**

این شاهد دیگری است که اثر مثبت وجود کلیدواژه در نام دامنه را رد می‌کند. گوگل می‌گوید: «این طبیعی است که کلیدواژه‌ها رتبه بگیرند، اما وجود آن‌ها در نام دامنه اثری در رتبه فعلی آن دامنه ندارد.»

### **قبل از استفاده از یک نام دامنه کمی تحقیق کنید**

باید درباره نام دامنه تحقیق کنید تا ببینید آیا قبلاً ثبت شده است یا چطور از آن استفاده شده است. در موارد نادر، دامنه‌ای که برای ارسال هرزنامه استفاده می‌شده در حلقه الگوریتم گوگل گیر می‌کند و یک ماه مسدود شود، سپس چند روز آزاد شود و دوباره مسدود می‌شود و باعث می‌شود آن سایت هرگز به رتبه اول نتایج جستجو نرسد و همیشه در رتبه دوم یا پایین‌تر بماند. وجود کلیدواژه در نام دامنه مزایای زیادی دارد، اما به گفته گوگل اثر چندانی در سئو و رتبه‌بندی ندارد.

## با نام دامنه خود شاخص و متمایز شوید

باید دامنه‌ای انتخاب کنید که شاخص باشد. می‌توانید یک کلیدواژه یا برند در نام دامنه بیاورید. دامنه شاخص در بعضی شرایط امتیاز خوبی به حساب می‌آید. مثلاً، اگر ۱۵ سایت درباره اندروید دارید و همه آن‌ها در نام دامنه خود اندروید، اندروید، اندروید، اندروید دارند، به راحتی به خاطر سپرده نمی‌شوند و در نتیجه شاخص نمی‌شوند. برعکس، اگر نام و برند خاص‌تری را در دامنه بیاورید، مردم آن را به خاطر می‌آورند و دوباره به آن سایت سر می‌زنند.

[message\_box text\_color="light]

### نکات مهم در انتخاب نام دامنه

هر نام دامنه مزایا و معایب مخصوص خودش را دارد. اگر کسب‌وکاری می‌خواهد فضایی برای خود باقی بگذارد تا بتواند موضوعات متنوع‌تری را به مخاطب عرضه کند، باید از نام دامنه عمومی‌تر و حتی دامنه‌ای بنام برند خود استفاده کند. البته، می‌توان در ابتدا یک نام دامنه با موضوع محدود تعیین کرد و در آینده آن را تغییر داد. اما این کار باعث می‌شود که سایر سایت‌ها دیگر به آن سایت لینک ندهند و طرفداران سایت نسبت به آن بی‌علاقه شوند. پس بهتر است کسب‌وکارها هدف فعلی خود و اثری که می‌خواهند بر مخاطبان بگذارند را مشخص کنند. نام دامنه باید موضوع اصلی سایت را برای مخاطب آشکار کند و با فعالیت‌های آینده کسب‌وکار همسو و سازگار باشد. در نهایت این‌که وجود کلیدواژه در دامنه هیچ مزیتی در رتبه‌بندی سایت ندارد و در نتیجه انتخاب نام دامنه کار چندان سختی نیست.

[message\_box/]