



فرسودگی محتوا چیست؟

گوگل در قسمت جدیدی از پادکست Search Off The Record، «فرسودگی محتوا» را تعریف می‌کند و در مورد چگونگی مدیریت صفحات وب قدیمی بحث می‌کند.

در جدیدترین قسمت از این پادکست گوگل، جان مولر و لیزی ساسمن، میزبانان برنامه، درباره «فرسودگی - فرآیند طبیعی که طی آن محتوای آنلاین قدیمی یا نامربوط می‌شود - بحث کردند.

اگرچه این اصطلاح بین متخصصان سئو چندان رایج نیست، اما این سوال مطرح می‌شود که وبسایت‌ها چگونه باید با محتوای قدیمی که ممکن است حاوی اطلاعات منسوخ، پیوندهای خراب یا ارجاعات قدیمی باشند، برخورد کنند.

فرسودگی محتوا چیست؟

مولر، مدافع جستجو در گوگل، فرسودگی محتوا را این‌گونه تعریف می‌کند: فرسودگی

محتوا؛ یعنی وقتی به مطالب مرجع نگاه می‌کنید، به نوعی قدیمی شده است. مردم در مورد آن نوشتند؛ چون مدت‌ها درباره آن مطالعه کرده‌اند؛ بنابراین چیز قدیمی‌ای است. اما بدان معنا نیست که دیگر درست یا مفید نیست.»

شایان‌ذکر است که مولر در ابتدا با این اصطلاح آشنا نبود:

«وقتی به آن نگاه کردم، به نظر می‌رسید که این یک اصطلاح شناخته شده است و وقتی متوجه شدم که هیچ ایده‌ای از معنای واقعی آن ندارم، احساس ندانستن کردم و مجبور شدم معنای احتمالی آن را از روی نامش تفسیر کنم.» ساسمن که بر محتوای وبسایت Search Central نظارت دارد، اذعان کرد که او نیز با فرسودگی محتوا آشنا نیست. او اظهار داشت:

«کمی منفی به نظر می‌رسید... انگار یک جای کار محتوای ایراد دارد. احتمالاً در حال پوسیدن است یا در طول زمان اتفاقی برایش افتاده است.»

پس از تعریف این اصطلاح، این دو نفر با استفاده از اسناد راهنمای گوگل به‌عنوان مطالعه موردی، رویکردهای مختلفی را برای مدیریت فرسودگی محتوا بررسی کردند.

فرسودگی محتوا لزوماً چیز بدی نیست

فرسودگی محتوا ذاتاً چیز بدی نیست. پست‌های وبلاگی که رویدادهای گذشته یا تغییرات محصول را اعلام می‌کنند، ممکن است منابع فرسودگی محتوا به نظر برسند. با این حال، ساسمن توصیه می‌کند که این محتوا را برای دقت تاریخی نگه دارید.

ساسمن با اشاره به تصمیم گوگل برای حفظ صفحاتی که حاوی اصطلاح قدیمی «Webmaster Tools» هستند، مثالی می‌زند:

«اگر به عقب برگردیم و همه چیز را جایگزین کنیم، مثلاً جایی که گفته‌ایم Google Webmasters یا Webmaster Tools، اگر Search Console را همه‌جا جایگزین Webmaster Tools کنیم، از نظر واقعی نادرست خواهد بود.»

اجتناب از سردرگمی کاربر

به گفته مولر، چالش در برخورد با فرسودگی محتوا «اجتناب از سردرگمی افراد» است. نشان دادن زمان قدیمی بودن محتوا، ارائه زمینه پیرامون ارجاعات منسوخ و استفاده معقول از تغییر مسیرها می‌تواند به کاهش سردرگمی احتمالی کمک کند.

مولر اظهار داشت: «مردم به هر دلیلی به سایت ما می‌آیند، پس باید مطمئن شویم که اطلاعاتی مفید برای خود پیدا می‌کنند و زمینه را درک می‌کنند. اگر چیزی قدیمی است و آنها آن را جستجو می‌کنند، باید بتوانند تشخیص دهند که «اوه، شاید مجبور باشم در مورد کاری که می‌خواستم انجام دهم تجدیدنظر کنم، زیرا آنچه دنبالش بودم دیگر وجود ندارد یا کاملاً متفاوت است.»

هیچ راه‌حل یکسانی وجود ندارد

هیچ راه‌حل آسانی برای فرسودگی محتوا وجود ندارد. شما باید محتوای قدیمی را با دقت ارزیابی کنید، با این درک که برخی از مطالب فقط برای بایگانی خوب هستند، درحالی‌که برخی دیگر علی‌رغم سن، منابع تاریخی ارزشمندی باقی می‌مانند.

چرا موضوع مهم است

مفهوم «فرسودگی محتوا» چالشی را که همه صاحبان وبسایت با آن مواجه هستند، یعنی نحوه مدیریت و نگهداری محتوا با افزایش سن، مورد توجه قرار می‌دهد.

رسیدگی به محتوای منسوخ وبسایت برای ایجاد یک تجربه کاربری مثبت و ایجاد اعتماد به برند ضروری است.

با بررسی رویکردهای گوگل، به این نکات توجه کنید

۱. حفظ محتوای قدیمی برای دقت تاریخی ارزش دارد.
۲. صفحات قدیمی را به روز کنید تا به توصیه‌های منسوخ شده یا ویژگی‌های منسوخ شده اشاره کنید.
۳. یک فرآیند حسابرسی برای ارزیابی معمول محتوای قدیمی ایجاد کنید.

["message_box text_color="light]

پرسش‌های متداول

«فرسودگی محتوا» در زمینه سئو به چه معناست؟

محتوای آنلاین به مرور زمان منسوخ یا نامربوط می‌شود. این موضوع می‌تواند به دلیل تغییرات صنعت، تغییر در علایق کاربر یا صرفاً گذشت زمان اتفاق بیفتد. در زمینه سئو، محتوای قدیمی بر مفید بودن و دقیق بودن اطلاعات برای کاربران تاثیر می‌گذارد که می‌تواند بر ترافیک وبسایت و رتبه‌بندی جستجو تاثیر منفی بگذارد. برای حفظ اعتبار وبسایت و عملکرد آن در نتایج جستجو، متخصصان سئو باید محتواهایی را که قدیمی شده‌اند شناسایی و به‌روزرسانی یا تغییر کاربری دهند.

آیا باید تمام محتوای قدیمی از وبسایت حذف شود؟

نیازی به حذف همه محتوای قدیمی نیست. بستگی به این دارد که چه نوع محتوایی است و چرا ایجاد شده است. محتوایی که رویدادهای گذشته، تغییرات محصول یا اصطلاحات قدیمی را نشان می‌دهد، می‌تواند برای دقت تاریخی حفظ شود.

محتوای قدیمی زمینه را فراهم می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه یک برند یا صنعت در طول زمان تکامل یافته است. مهم است که قبل از حذف، به‌روزرسانی یا نگهداری محتوای قدیمی، ارزش آن را در نظر بگیرید.

بهترین روش‌ها برای جلوگیری از سردرگمی کاربر با محتوای قدیمی چیست؟

صاحبان وبسایت و متخصصان سئو باید گام‌های زیر را برای جلوگیری از سردرگمی

کاربران با محتوای قدیمی بردارند: نشان دهید که محتوا چه زمانی منتشر شده است یا توجه داشته باشید که آیا اطلاعات از زمان ایجاد تغییر کرده‌اند یا خیر.

توضیحات مربوط به ارجاعات قدیمی را اضافه کنید تا توضیح دهید که چرا ممکن است دیگر مرتبط نباشند. اگر محتوا جابه‌جا شده یا به‌روزرسانی شده است، تغییر مسیرها را تنظیم کنید تا کاربران را به جدیدترین اطلاعات راهنمایی کنید.

این استراتژی‌ها به افراد کمک می‌کنند تا ارتباط یک صفحه را درک کنند و به آنها کمک می‌کنند تا دقیق‌ترین اطلاعات را برای نیازهای خود دریافت کنند.

[message_box/]