



Product-Led S E O

THE *WHY* BEHIND
BUILDING *YOUR* ORGANIC
GROWTH STRATEGY

ELI SCHWARTZ

خلاصه کتاب: سئوی محصول محور

آنچه در چکیده کتاب «سئوی محصول محور، نوشته الی شوارتز» می‌آموزید



الی شوارتز می‌گوید زمان تغییر ذهنیت درباره سئو فرارسیده است.

دیگر سئو را یک اقدام بازاریابی یا تمرکز بر کلیدواژه‌ها ندانید.

شرکت‌های آینده‌نگر که پلتفرم‌ها، موتورهای جستجو و مصرف‌کنندگان امروزی را می‌شناسند، خود سئو را هم یک محصول می‌دانند.

چنین سازمان‌هایی ایجاد ترافیک در سایت را به رعایت الزامات موتورهای جستجو ترجیح می‌دهند.

آن‌ها دنبال ایجاد ارزش برای کاربران هستند و در نتیجه کاربران زیادی سراغشان می‌روند.

به نظر مدیر سبز، روزهای تلاش برای پیشی گرفتن از گوگل به پایان رسیده است.

سایت‌ها باید با محتوا و تجربیات باکیفیت، تعامل با مخاطب را افزایش دهند.

[membership_protected_content]

audio]

mp3="https://dle.modiresabz.com/downloads/downloads/dm/۲۴۹.Prod

[uctLedSEO.mp3"][/audio

[membership_protected_content/]