



افزایش بازدید ریلز و سئوی اینستاگرام برای گوگل

اگر ریلز یا پست اینستاگرام شما برای یک عبارت مرتبط در گوگل نمایش داده شود، یک مسیر تازه برای جذب بازدیدکننده ساخته‌اید. کاربر عبارت موردنظرش را جستجو می‌کند، محتوای شما را میان نتایج می‌بیند و با کلیک، مستقیم به صفحه اینستاگرام شما می‌رسد.

نکته جالب اینجاست در سئوی اینستاگرام برای گوگل، لازم نیست حدس بزنید مردم دنبال چه چیزی هستند. می‌توانید داده‌های واقعی جستجو را از گوگل سرچ کنسول بگیرید، بفهمید کدام ریلز ورودی دارد، عبارت‌های جستجو شده را استخراج کنید و سپس کپشن را با کمک هوش مصنوعی Claude به شکل هوشمندانه بازنویسی کنید.

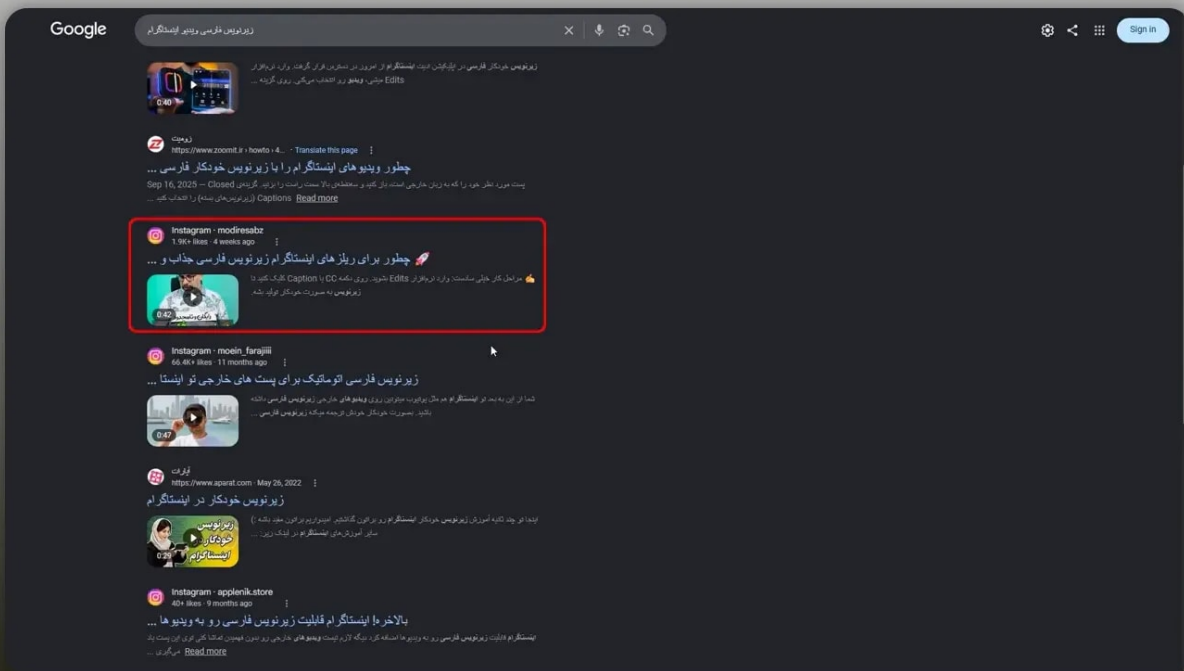
نکات کلیدی

- **اتصال اینستاگرام به سرچ کنسول:** کلیک‌ها و عبارت‌های جستجوی ورودی از گوگل را مشخص می‌کند.
- **عبارت‌های واقعی جستجو:** بهترین ماده اولیه برای بازنویسی کپشن ریلزهای پربازدید هستند.
- **ارزیابی همه‌جانبه:** گوگل علاوه بر کپشن، صدا، متن روی ویدیو، کاور و تصاویر ریلز را نیز ارزیابی می‌کند.
- **کلمات کلیدی در ویدیو:** گفتن کلمات کلیدی در ابتدای ویدیوی جدید، شانس دیده شدن آن در جستجوی گوگل را افزایش می‌دهد.
- **هدفمندی ورودی‌ها:** اجرای اصولی سئوی اینستاگرام برای گوگل باعث می‌شود مخاطبانی که دقیقاً به محتوای شما نیاز دارند را جذب کنید.

سئوی اینستاگرام برای گوگل یعنی چه؟

سئوی اینستاگرام برای گوگل فقط به هشتگ‌گذاری یا تلاش برای بیشتر شدن بازدید داخل خود اینستاگرام محدود نیست. هدف این روش، گرفتن ورودی از گوگل است. یعنی پست یا ویدیوی شما برای جستجوهای مرتبط نمایش داده شود و افرادی که واقعا به آن موضوع علاقه دارند، وارد محتوای شما شوند.

این نوع بازدید ارزشمند است، چون از یک نیاز یا سوال مشخص شروع شده است. شخصی که مثلاً درباره یک موضوع آموزشی، محصول یا مساله تخصصی جستجو کرده، با هدف به محتوای شما می‌رسد. بنابراین به‌جای تولید محتوا بر اساس حدس، می‌توانید بر مبنای تقاضای واقعی جستجو محتوا را تقویت کنید.



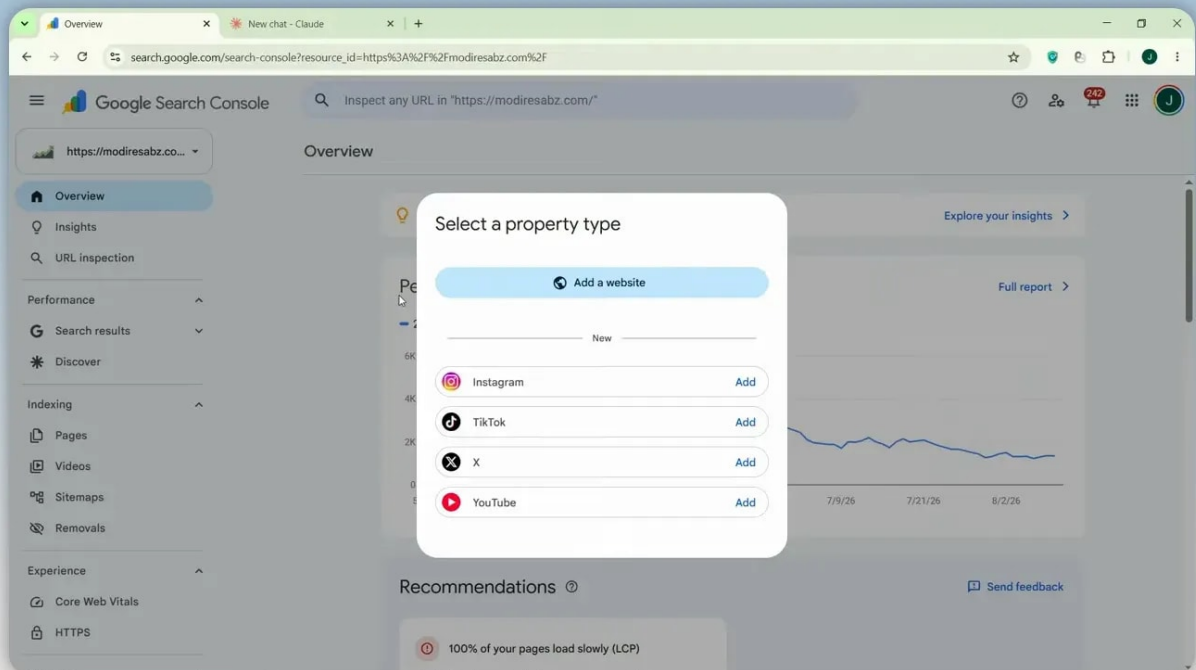
اتصال اکانت اینستاگرام به گوگل سرچ کنسول

پایه این روش برای موفقیت در سئوی اینستاگرام برای گوگل، افزودن اکانت اینستاگرام به گوگل سرچ کنسول است. سرچ کنسول محیطی است که معمولاً برای بررسی عملکرد سایت در نتایج گوگل استفاده می‌شود، اما در این قابلیت می‌توان اینستاگرام را نیز به عنوان یک پراپرتی اضافه کرد و داده‌های جستجو را دید.

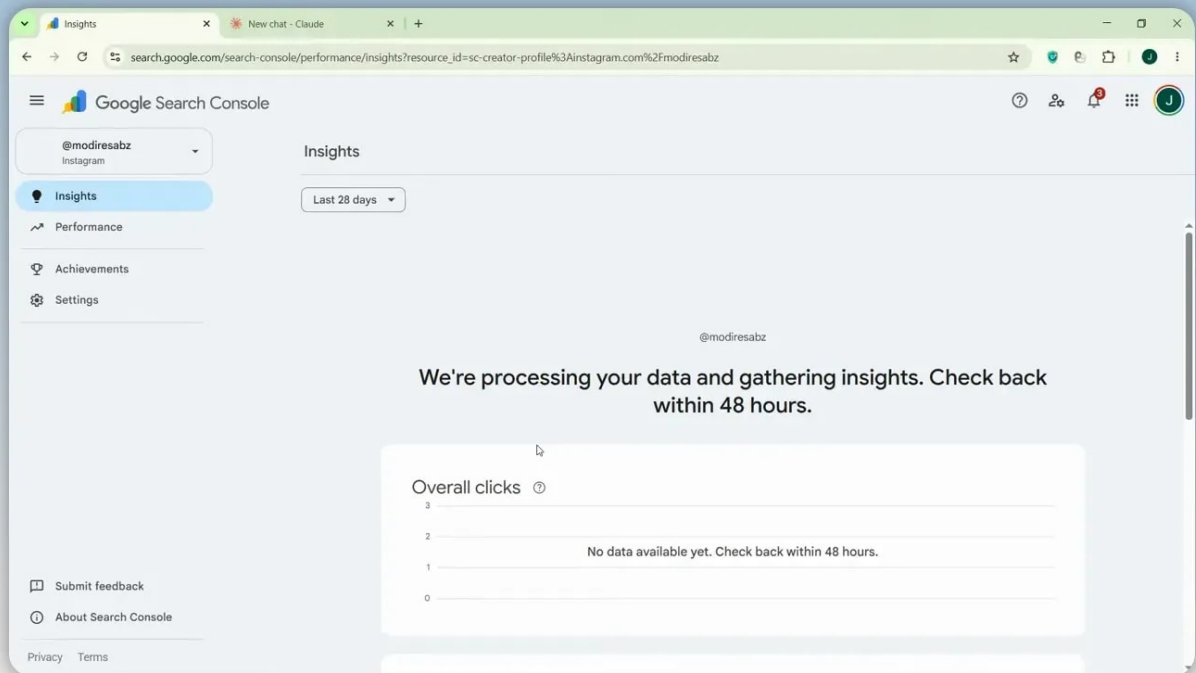
مراحل اتصال

۱. وارد Google Search Console شوید.
۲. از بخش انتخاب پراپرتی، گزینه **Add Property** را انتخاب کنید.
۳. گزینه مربوط به اینستاگرام را انتخاب کنید.
۴. نام کاربری و رمز عبور اکانت اینستاگرام را وارد کنید.
۵. در صورت فعال بودن تایید دومرحله‌ای، کد ارسال شده از طریق واتساپ، نوتیفیکیشن اینستاگرام یا روش تایید فعال خود را وارد کنید.

۶. پس از تایید، اکانت اینستاگرام به پراپرتی‌های سرچ کنسول اضافه می‌شود.



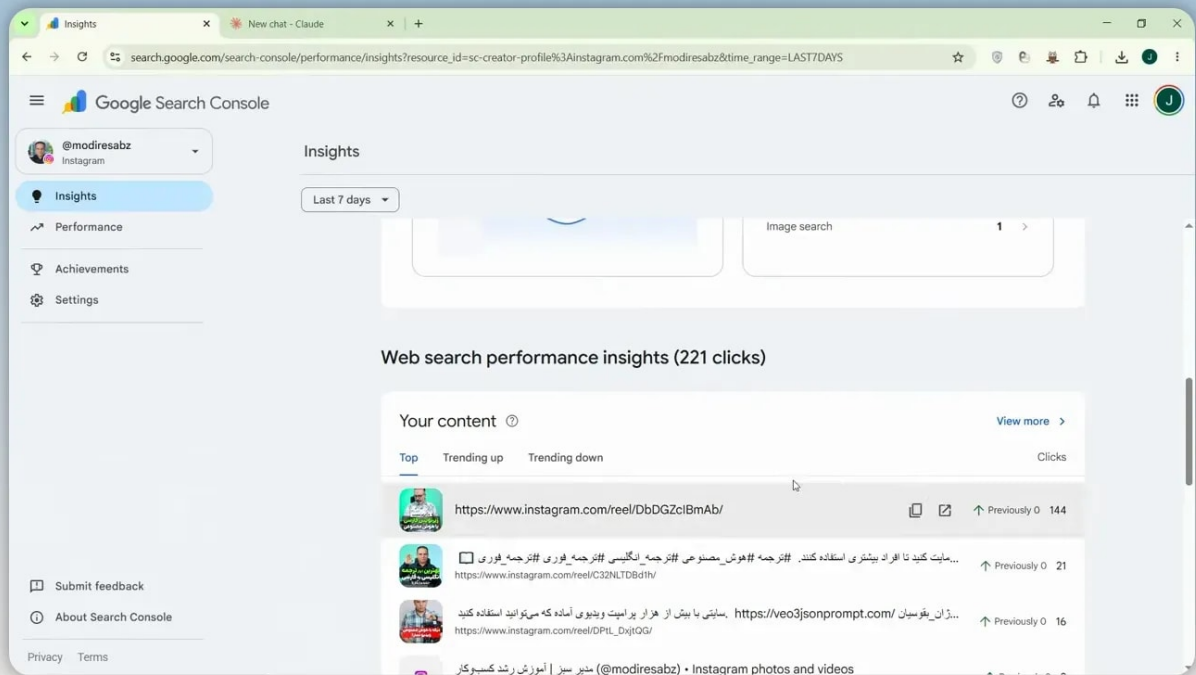
بعد از اتصال، نباید انتظار داشته باشید همان لحظه آمار کاملی ببینید. معمولاً پردازش داده‌ها زمان می‌برد و حدود ۴۸ ساعت بعد، اطلاعات اولیه در دسترس قرار می‌گیرد. پس اگر در ابتدا صفحه بدون داده بود، کاملاً طبیعی است.



چطور ریلزهایی که از گوگل ورودی می‌گیرند را پیدا کنیم؟

بعد از جمع‌آوری داده‌ها، حتما بررسی کنید که پراپرتی فعال روی اکانت اینستاگرام شما باشد؛ نه سایت یا پراپرتی دیگری. این بررسی دقیق در مسیر سئوی اینستاگرام برای گوگل بسیار اهمیت دارد. در داشبورد می‌توانید تعداد کلیک‌های دریافتی از گوگل را ببینید و سپس وارد جزییات محتوا شوید.

در بخش محتوای اینستاگرام، مشخص می‌شود کدام ریلزها یا پست‌ها از جستجوی گوگل کلیک گرفته‌اند. برای مثال، ممکن است یک ویدیوی قدیمی که درباره زیرنویس فارسی با هوش مصنوعی ساخته‌اید، ده‌ها یا صدها کلیک از گوگل گرفته باشد. این محتواها بهترین گزینه برای بهینه‌سازی هستند، چون گوگل از قبل ارتباط آن‌ها را با نیاز جستجوکنندگان تشخیص داده است.

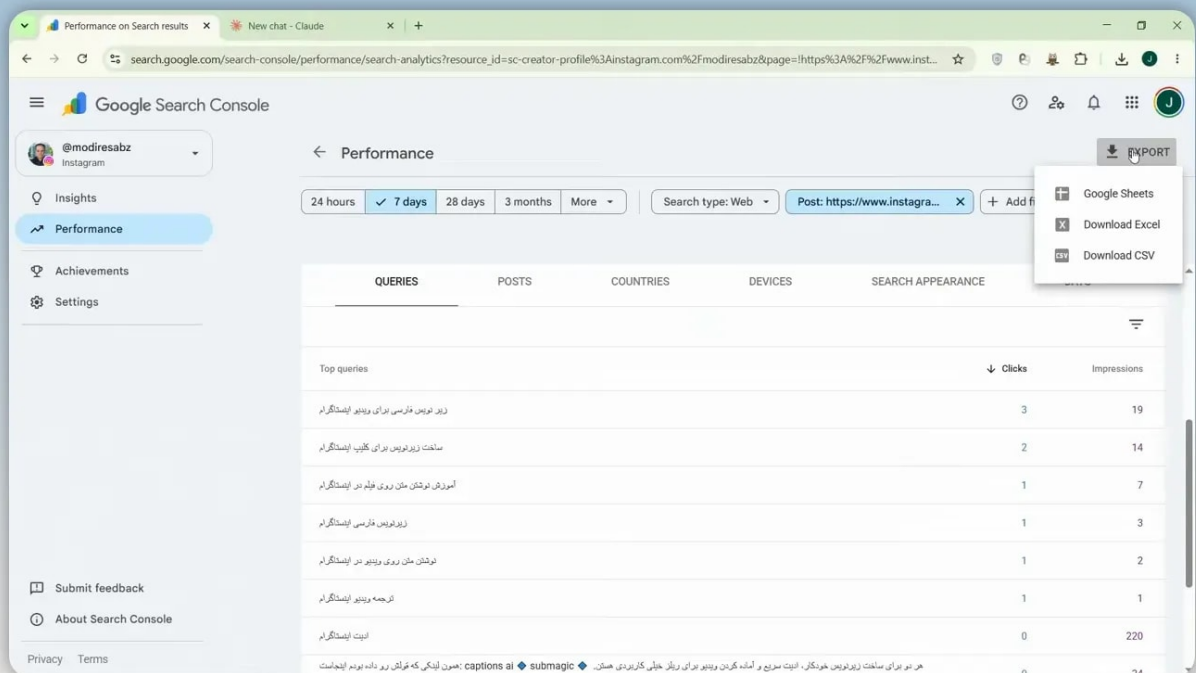


محتوایی را انتخاب کنید که پیش از این از گوگل ورودی گرفته‌اند. روی ریلز یا پست موردنظر کلیک کنید تا جزییات همان محتوا نمایش داده شود. مهم‌ترین اطلاعات این بخش، عبارت‌های جستجو یا **Queries** هستند. این‌ها همان کلماتی‌اند که مردم در گوگل نوشته‌اند و در نهایت به محتوای شما رسیده‌اند. این مرحله بسیار مهم است، چون عبارت‌ها صرفاً ایده‌های ذهنی یا پیشنهاد ابزارهای کلمه کلیدی نیستند. آن‌ها داده واقعی رفتار کاربران هستند.

استخراج کلمات کلیدی از سرچ کنسول

برای اینکه عبارت‌های جستجو را راحت‌تر تحلیل کنید و به Claude بدهید، گزارش همان پست را خروجی بگیرید. این کلمات استخراج‌شده، پایه و اساس اجرای سئوی اینستاگرام برای گوگل روی محتوای شما هستند. حتماً دقت کنید که قبل از خروجی گرفتن، وارد صفحه جزییات همان ریلز یا پست شده باشید. در این حالت، فایل خروجی فقط مربوط به همان محتواست.

- **مرحله اول:** در گزارش محتوای انتخاب شده، گزینه Export را بزنید.
- **مرحله دوم:** فایل را با فرمت Excel، CSV یا فرمت مناسب دیگر دانلود کنید.
- **مرحله سوم:** در فایل خروجی، بخش Queries را پیدا کنید.
- **مرحله چهارم:** فقط فایل یا داده مربوط به Query ها را برای تحلیل نگه دارید.



باز کردن CSV در اکسل ممکن است گاهی نمایش مناسبی نداشته باشد. یک روش این است که ابتدا اکسل را باز کنید، به بخش **Data** بروید و گزینه **From Text/CSV** را بزنید. سپس فایل Query ها را انتخاب کنید و آن را بارگذاری کنید.

البته این مرحله فقط برای دیدن و مرتب‌سازی بهتر داده‌هاست. حتی لازم نیست فایل را در اکسل ذخیره کنید. می‌توانید همان فایل Query خروجی گرفته شده را مستقیم در Claude آپلود کنید.

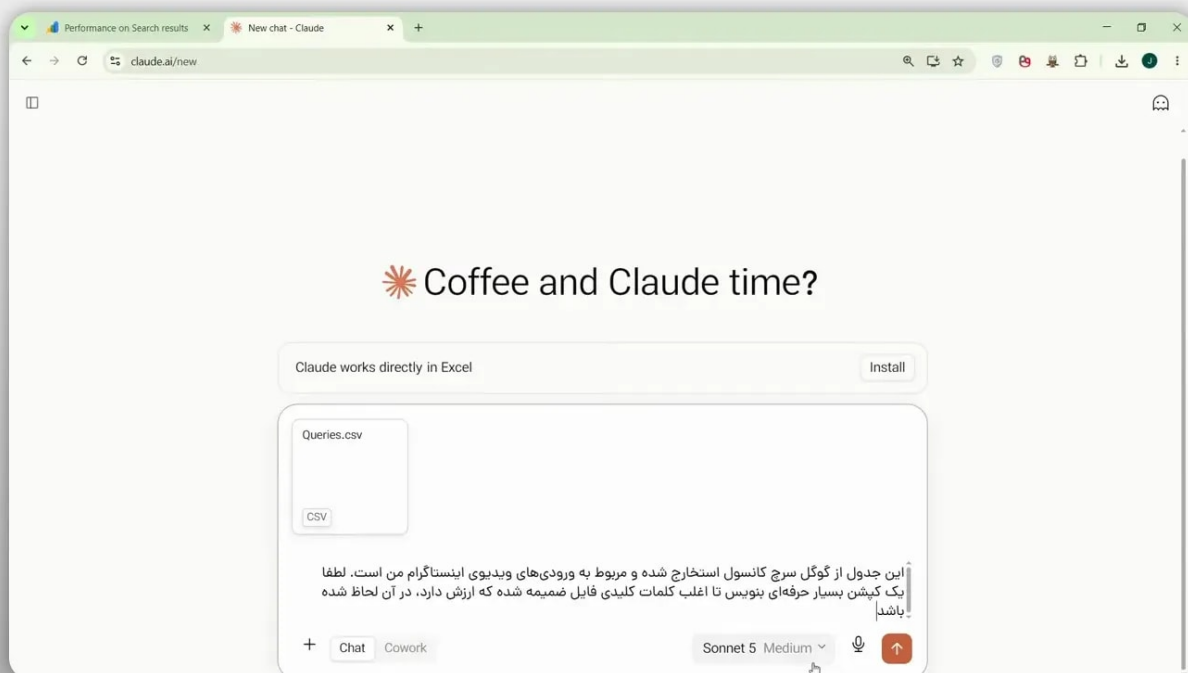
	Clicks	Impressions	CTR	Position
1 Top queries				
2 زیر نویس فارسی برای ویدیو اینستاگرام	3	19	0.1579	1.63
3 ساخت زیرنویس برای کلیپ اینستاگرام	2	14	0.1429	1.21
4 آموزش نوشتن متن روی فیلم در اینستاگرام	1	7	0.1429	5.29
5 زیرنویس فارسی اینستاگرام	1	3	0.3333	2
6 نوشتن متن روی ویدیو در اینستاگرام	1	2	0.5	1.5
7 ترجمه ویدیو اینستاگرام	1	1	1	2
8 ادیت اینستاگرام	0	220	0	4.24
9 هسون لینک که فولش رو داده بودم اینجاست: captions ai submagic هر دو برای ساخت زیرنویس خودکار، ادیت	0	24	0	1.21
10 اینستاگرام	0	13	0	29
11 اینستاگرام زیرنویس اینستاگرام	0	11	0	6.91
12 آموزش ساخت زیرنویس یا گوشت	0	10	0	8.6
13 نحوه درست نوشتن کپشن فارسی در اینستاگرام	0	9	0	6.56
14 پرتابه ی اینستا	0	9	0	7.33
15 زیرنویس خودکار فارسی برای ویدیو	0	9	0	9.22
16 زیرنویس اینستاگرام	0	8	0	2.75
17 زیر نویس	0	6	0	2.33
18 زیر نویس اینستاگرام	0	6	0	2.83
19 زیرنویس فارسی	0	6	0	4.5
20 زیر نویس گذاشتن روی ویدیو	0	5	0	2.6
21 زیرنویس استوری اینستاگرام	0	5	0	2.8
22 نوشتن متن فارسی در پست اینستاگرام	0	5	0	3.4
23 گذاشتن متن روی ویدیو	0	5	0	7.6
24 چگونه برای ویدیو زیرنویس درست کنیم	0	5	0	8.8
25 زیرنویس	0	4	0	1.5
26 کلیپ اینستاگرام برای استوری	0	4	0	3
27 زیر نویس فارسی	0	4	0	4.75
28 فونت مناسب اینستاگرام	0	4	0	5
29 زیر نویس فارسی برای ویدیو	0	4	0	10

بازنویسی کپشن اینستاگرام با Claude

حالا وارد Claude شوید و فایل Query ها را آپلود کنید. استفاده از هوش مصنوعی می‌تواند مسیر سئوی اینستاگرام برای گوگل را برای شما هموارتر و سریع‌تر کند. هدف این نیست که همه کلمات موجود در فایل را بدون فکر داخل کپشن بچپانید. هدف این است که یک کپشن طبیعی، حرفه‌ای و مفید بسازید که بیشترین تعداد از عبارتهای ارزشمند را به شکل مستقیم یا غیرمستقیم پوشش دهد.

می‌توانید چنین پرامپتی بنویسید:

[message_box text_color="light"]
این جدول از گوگل سرچ کنسول استخراج شده و مربوط به ورودی‌های ویدیوی اینستاگرام من است. لطفا یک کپشن بسیار حرفه‌ای بنویس که اغلب کلمات کلیدی ارزشمند فایل ضمیمه در آن لحاظ شده باشد.
[/message_box]



سیستم Claude بر اساس عبارتهایی که واقعا برای آن ریلز ورودی ساخته‌اند، یک کپشن پیشنهادی می‌نویسد. اگر خروجی کوتاه بود یا حس کردید موضوعات مهم بیشتری باید پوشش داده شوند، درخواست دوم بدهید:

[\"message_box text_color=\"light]

کپشن را کمی طولانی‌تر کن و کلمات کلیدی بیشتری را به شکل طبیعی در آن لحاظ کن.

[message_box/]

خروجی هوش مصنوعی را بدون بررسی نهایی منتشر نکنید. آن را بخوانید، جمله‌های غیرطبیعی را اصلاح کنید و مطمئن شوید وعده‌ای نمی‌دهد که ویدیو به آن پاسخ نمی‌دهد. کپشن باید برای انسان مفید باشد و در عین حال، زبان جستجو را نیز پوشش دهد.

هشتگ‌ها را محدود و هدفمند انتخاب کنید

ممکن است Claude در پایان کپشن تعداد زیادی هشتگ پیشنهاد دهد، اما نیازی نیست همه آن‌ها را استفاده کنید. اینستاگرام نیز مانند گذشته اجازه استفاده از تعداد زیادی هشتگ را نمی‌دهد. معمولاً انتخاب حدود ۵ تا ۸ هشتگ مرتبط و دقیق، انتخاب بهتری است.

تمرکز اصلی باید روی کیفیت محتوا، عبارتهای کلیدی در کپشن و ارتباط واقعی آن‌ها با ویدیو باشد، نه انباشتن هشتگ‌های فراوان.

چطور با این روش ریلزهای قدیمی را دوباره زنده کنیم؟

یکی از مزیت‌های مهم این روش در سئوی اینستاگرام برای گوگل این است که مخصوص ویدیوهای تازه نیست. شاید یک ریلز را شش ماه یا حتی یک سال قبل منتشر کرده باشید، اما همان ریلز هنوز از گوگل ورودی می‌گیرد. این یعنی محتوا ظرفیت رشد دارد.

برای این نوع ریلزها، بهترین کار این است:

- **پیدا کردن محتوا:** ریلزهایی را پیدا کنید که از گوگل کلیک گرفته‌اند.
- **استخراج کلمات:** Queryهای همان ریلز را استخراج کنید.
- **تغییر کپشن:** کپشن را با کمک داده‌های واقعی بازنویسی کنید.
- **تزریق کلمات کلیدی:** کلمات کلیدی ارزشمند را طبیعی و متناسب با موضوع وارد کپشن کنید.
- **بررسی عملکرد:** نتایج را در سرچ کنسول بررسی کنید و روند کلیک‌ها را زیر نظر بگیرید.

در مورد ویدیوی قدیمی، معمولاً امکان تغییر صدای ضبط‌شده یا متن داخل ویدیو را ندارید، اما تغییر کپشن می‌تواند راهی عملی برای افزایش شانس ورودی آن باشد.

گوگل برای فهمیدن ریلز اینستاگرام به چه چیزهایی توجه می‌کند؟

یک تصور اشتباه این است که اگر ریلز کپشن نداشته باشد، شانسی برای حضور در نتایج گوگل ندارد. اما در سئوی اینستاگرام برای گوگل، موتورهای جستجو فاکتورهای متعددی را می‌سنجند و فقط به کپشن محدود نمی‌شوند.

گوگل از مجموعه‌ای از سیگنال‌ها برای درک موضوع محتوا استفاده می‌کند:

- **صدای ویدیو:** احتمال دارد صدای ریلز به صورت کامل یا از طریق بخش‌هایی از ویدیو به متن تبدیل شود تا موضوع آن تشخیص داده شود.
- **کلمات گفته شده:** آنچه در ویدیو بیان می‌کنید، در فهم بهتر موضوع نقش دارد.
- **متن روی ویدیو:** تیتراژها، زیرنویس‌ها و نوشته‌های قابل مشاهده می‌توانند به روشن شدن موضوع کمک کنند.
- **کاور ریلز:** عنوان یا تصویر کاور نیز بخشی از سیگنال محتوایی است.
- **تصاویر و فضای بصری:** عناصر دیداری ویدیوی شما در تشخیص کلی موضوع بی‌تاثیر نیستند.
- **کپشن:** کپشن همچنان یکی از بخش‌های مهم برای افزودن زمینه، کلمات کلیدی و توضیح دقیق‌تر محتواست.
- **هشتگ‌ها:** هشتگ‌ها تا حدی موثرند، اما اهمیت آن‌ها در مقایسه با خود محتوا و کپشن کمتر است.

برای ریلزهای جدید، کلمات کلیدی را از همان ابتدا بگویید

برای ویدیوی تازه، فقط به کپشن فکر نکنید. اگر می‌خواهید استراتژی سئوی اینستاگرام برای گوگل را با قدرت پیاده کنید، کلمات کلیدی اصلی را در جمله‌های اول

ویدیو به زبان بیاورید.

چرا؟ چون اگر سیستم تنها بخش‌هایی از صدا را پردازش کند، باز هم احتمال دارد همان عبارت اصلی را تشخیص دهد. این کار کمک می‌کند موضوع ویدیو از همان ثانیه‌های ابتدایی روشن باشد.

یک ساختار ساده برای شروع ریلز می‌تواند این باشد:

۱. موضوع را شفاف و با عبارت کلیدی اصلی بیان کنید.
۲. قول مشخصی درباره نتیجه یا نکته آموزشی ویدیو بدهید.
۳. در ادامه، راه‌حل، مثال یا مراحل را ارائه کنید.
۴. همان مفهوم را در کپشن با زبان طبیعی و جزییات بیشتر تکمیل کنید.

برای مثال، به‌جای شروع مبهم، از همان ابتدا موضوع را دقیق بیان کنید: «در این ویدیو روش افزایش بازدید ریلز از طریق گوگل را توضیح می‌دهم.» این جمله هم برای مخاطب روشن است و هم به موتور جستجو کمک می‌کند موضوع ویدیو را سریع‌تر تشخیص دهد.

فرایند ساده و تکرارشونده سئوی اینستاگرام برای گوگل

این روش را به یک کار یک‌باره تبدیل نکنید. فرایند سئوی اینستاگرام برای گوگل زمانی نتیجه بهتری می‌دهد که به شکل «دوره‌ای» انجام شود.

- اکانت اینستاگرام را در گوگل سرچ کنسول بررسی کنید.
- ریلزهای دارای کلیک از گوگل را شناسایی کنید.
- عبارت‌های جستجوی هر ریلز را جداگانه استخراج کنید.
- عبارت‌های ارزشمند و مرتبط را با کمک Claude تحلیل کنید.
- کپشن را حرفه‌ای، طبیعی و موضوع‌محور بازنویسی کنید.
- برای ریلزهای جدید، کلمات کلیدی را در ابتدای گفتار و متن روی ویدیو قرار



دهید.

• پس از مدتی، تغییرات کلیک و عبارت‌های ورودی را دوباره بررسی کنید.