



رتبه سایت خود را در گوگل افزایش دهید! بخش ۱

این روزها واژه سئو یا بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جست‌وجو در دارندگان سایت بسیار رایج شده است. بسیاری از مدیران سایت این مبحث را بسیار پیچیده می‌دانند و فکر می‌کنند برای بهبود رتبه سایت در گوگل مجبوریم چند میلیون تومان هزینه کنیم تا کارهای عجیب و غریبی انجام شود و سایت ما در اولین نتایج جست‌وجوی گوگل ظاهر شود؛ ولی موضوع آنقدرها هم پیچیده نیست. هر کسی که درس‌های دبیرستان را با موفقیت گذرانده است می‌تواند بهینه‌سازی سایت را فرا بگیرد و رتبه سایتش را بهبود بخشد. البته این کار فرایندی مستمر است و کاری نیست که یک بار انجام شود و سپس به فراموشی سپرده شود و مناسب‌ترین فرد برای انجام این کار مدیر همان سایت است.

SEO چیست؟

سئو مخفف واژه‌های Search Engine Optimization است که معنی آن «بهینه‌سازی

سایت برای موتورهای جستجو» است. بهینه‌سازی سایت برای کلیدواژه‌ای خاص انجام می‌شود. کلیدواژه عبارتی است که در گوگل جست‌وجو می‌شود که می‌تواند شامل یک یا چند کلمه باشد. وقتی صفحه‌ای از سایتمان را برای کلیدواژه‌ای بهینه کنیم، وقتی فردی آن کلیدواژه را در گوگل جست‌وجو کرد سایت ما در اولین نتایج جست‌وجو ظاهر می‌شود و در نتیجه ترافیک سایت افزایش می‌یابد. نکته مهم آن است که سئو بر هر صفحه سایت اعمال می‌شود و هر صفحه سایتمان می‌تواند رتبه‌ای متفاوت از دید گوگل داشته باشد. وقتی از صفحه خاصی از سایت صحبت نمی‌شود و به بهینه‌سازی اشاره می‌شود معمولاً منظور، بهینه‌سازی صفحه اصلی سایت است.

چرا سایت را برای گوگل بهینه کنیم؟

هر سایتی برای موفقیت به بازدیدکننده نیاز دارد و یکی از بهترین روش‌های جذب بازدیدکنندگان با کیفیت، هدایت افرادی است که خودشان به دنبال مطالب سایتمان هستند و در گوگل به جست‌وجو می‌پردازند. حال چرا در مباحث بهینه‌سازی سایت بیشتر درباره گوگل صحبت می‌شود؟ زیرا تعداد جست‌جوهایی که در گوگل انجام می‌شود بیشتر از ۶ برابر مجموع تمامی جست‌جوهایی است که در موتورهای جستجوی دیگر مانند یاهو و ... انجام می‌شود. نکته دیگر آن است که اصول بهینه‌سازی سایت در موتورهای جست‌وجو تقریباً مشابه هستند؛ بنابراین اگر سایت را برای گوگل بهینه کنید، معمولاً در موتورهای جست‌وجوی دیگر نیز رتبه خوبی خواهید داشت.

نتایج طبیعی و نتایج تبلیغاتی گوگل

همان‌طور که می‌دانید برای دیده شدن در اولین نتایج جست‌وجوی گوگل دو راه وجود دارد. یک راه پرداخت مبلغی به گوگل برای نمایش تبلیغ شما در ستون سمت

راست نتایج جست‌وجو است. گوگل سیستم تبلیغاتی پیشرفته‌ای دارد که Adwords نام دارد و درآمد اصلی گوگل از این راه است. شما می‌توانید متن تبلیغاتی کوتاهی تعریف کنید و هرگاه کسی واژه مورد نظر شما را جست‌وجو کرد، تبلیغ شما را ببیند.

راه دیگر قرار گرفتن در اولین نتایج طبیعی گوگل است. برای این کار لازم نیست پولی بپردازید و باید بر بهینه‌سازی سایت کار کنید. نتایج طبیعی همان نتایج جست‌وجو هستند که در ستون سمت چپ گوگل نمایش داده می‌شوند و هر روز با آن‌ها سروکار داریم؛ ولی موضوع مهم آن است که اهمیت این دو مکان یعنی نتایج طبیعی و نتایج تبلیغاتی یکسان نیست. طبق بررسی‌هایی که در سال ۲۰۱۰ توسط یک شرکت معروف آمریکایی انجام شده، کمتر از ۵ درصد جست‌وجوگران بر نتایج تبلیغاتی کلیک می‌کنند؛ ولی حدود ۴۵ درصد آن‌ها بر اولین نتیجه جست‌وجوی طبیعی گوگل کلیک می‌کنند. پس اگر در کلیدواژه مورد نظر اولین نتیجه جست‌وجوی گوگل باشیم از هر ۱۰۰ جست‌وجوگر ۴۵ نفر وارد سایت ما خواهند شد، در حالی که حداکثر ۵ نفر از طریق لینک‌های تبلیغاتی وارد سایت می‌شوند. ترافیک ایجاد شده از نتایج طبیعی، ۹ برابر ترافیک حاصل از تبلیغ در گوگل است و همین موضوع اهمیت و ارزش بهینه‌سازی سایت را نشان می‌دهد. یک بار دیگر تکرار می‌کنیم ترافیک ایجاد شده از نتایج طبیعی رایگان است!

بهینه‌سازی سایت شامل چه کارهایی است؟

بهینه‌سازی سایت به دو بخش عمده تقسیم می‌شود.

۱. تغییرات داخل سایت یا بهینه‌سازی صفحات سایت

۲. بهینه‌سازی در خارج از سایت

بهینه‌سازی صفحات سایت همان ایجاد تغییرات در محتویات و کد صفحات و کلاً تمام تغییراتی است که در سایتمان انجام می‌دهیم. بهینه‌سازی خارج از سایت با ایجاد لینک‌های با ارزش از سایت‌های دیگر به سایت ما و چند کار دیگر انجام می‌شود

که خود مبحث بسیار گسترده‌ای است. حال شاید این سوال پیش بیاید که کدام مهم‌تر است؟ اگر در مورد ایران صحبت کنیم، بسیاری از وبسایت‌ها به طور حرفه‌ای بر بهینه‌سازی سایتشان کار نمی‌کنند و در بسیاری از کلیدواژه‌ها رقابت خیلی تنگاتنگ نیست. اولین گام بهینه‌سازی، کار بر صفحات سایت است. وقتی صفحات سایت را به اندازه کافی بهبود ببخشیم معمولا تغییر قابل توجهی در رتبه سایت ما ایجاد می‌شود و حتی شاید در اولین نتایج گوگل قرار بگیریم. سپس می‌توانیم به بهینه‌سازی در خارج از سایت یا همان لینک‌سازی بپردازیم. البته در بهینه‌سازی حرفه‌ای حتما باید بر دو مورد نیز کار کنیم.

انتخاب کلیدواژه مناسب

اولین و مهم‌ترین قدم در بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو انتخاب کلیدواژه‌های مناسب است. البته شاید بهتر باشد برای شروع بر یک کلیدواژه تمرکز کنیم و سپس تعداد کلیدواژه‌ها را افزایش دهیم. بدترین اتفاق ممکن در بهینه‌سازی سایت آن است که سایتتان برای یک کلیدواژه نامناسب بهینه شده باشد. فرض کنید رستوران جدیدی راه‌اندازی کرده‌اید که نامش «رستوران آناناس» است. اگر سایت خود را برای کلیدواژه «رستوران آناناس» بهینه کنید این کار احتمالا هیچ تاثیری در افزایش ترافیک سایت نخواهد داشت؛ زیرا در ماه شاید یک نفر هم این کلیدواژه را جستجو نکند. البته اگر بعدها که رستوران خیلی معروف شد شاید این کلیدواژه مناسب باشد.

برای انتخاب کلیدواژه مناسب می‌توانیم خود را جای کاربر اینترنتی قرار دهیم و سپس فکر کنیم که اگر به دنبال محصولات و خدمات سایتمان بودیم کدام کلیدواژه‌ها را جستجو می‌کردیم. بهتر است کلیدواژه‌ها را دقیق‌تر و محدودتر کنیم؛ مثلا اگر کار شرکت ما طراحی سایت است و در تهران فعالیت می‌کنیم شاید در ابتدای کار کلیدواژه «طراحی سایت تهران» کلیدواژه‌ای بهتر از «طراحی سایت» باشد.

پس از انتخاب و فهرست کردن کلیدواژه‌های مناسب، قدم بعدی آن است که دریابیم کدام کلیدواژه‌ها بیشتر جست‌وجو می‌شوند. شرکت گوگل برای این کار ابزار رایگان و قدرتمندی را در اختیارمان قرار می‌دهد. کافی است در گوگل کلمات keyword tool را جست‌وجو کنیم و اولین نتیجه جست‌وجو را انتخاب کنیم. در این صورت به صفحه‌ای از گوگل دسترسی پیدا می‌کنیم که می‌توان با تایپ کلیدواژه مورد نظر، تعداد جست‌وجوهای انجام شده در ماه را مشاهده کرد. همچنین گوگل کلیدواژه‌های مرتبط را پیشنهاد می‌کند. البته ابزار کلیدواژه گوگل اطلاعات بسیار کاملی در اختیار شما قرار می‌دهد؛ مثلاً میزان رقابت بر یک کلیدواژه مورد نظر، تعداد جست‌وجوها از منطقه دلخواه و تعداد جست‌وجوهای انجام شده در ماه‌های قبل بخشی از این اطلاعات است.

با استفاده از این ابزار می‌توانیم کلیدواژه‌های متداول‌تر را انتخاب کنیم. اگر واقع‌بین باشیم در بهترین حالت ممکن که قرار گرفتن در اولین نتیجه جست‌وجو است، شاید یک‌سوم جست‌وجوها به سایت ما ختم شود؛ مثلاً اگر کلیدواژه انتخابی ما در ماه ۱۰۰۰ بار جست‌وجو می‌شود، در حالت رویایی شاید حدود ۳۰۰ بازدیدکننده ایجاد شود که عدد بسیار کمی است. بنابراین احتمالاً چنین کلیدواژه‌های ارزش بهینه‌سازی ندارد و بهتر است به دنبال واژه‌های دیگری باشیم که در ماه حداقل چند ده هزار بار جست‌وجو می‌شوند.

برای یافتن بهترین کلیدواژه‌های ممکن باید از مشتریانی که در بازار هدف قرار دارند شناخت کافی داشته باشیم و با علاقه‌مندی‌ها و مشکلات آن‌ها به اندازه کافی آشنا باشیم. همچنین بهتر است کار را با کلیدواژه‌های شروع کنیم که رقابت شدیدی بر آن‌ها وجود ندارد. بهینه کردن سایت برای کلیدواژه‌های مرکب که شامل چندین واژه هستند معمولاً آسان‌تر است؛ زیرا وارد رقابت با افراد کم‌تری می‌شویم.

پس از انتخاب کلیدواژه‌های مورد نظر باید این کلیدواژه‌ها را در سایت اعمال کنیم. در شماره بعد به چند روش ساده و کاربردی برای بهینه‌سازی صفحات سایت برای کلیدواژه انتخاب شده می‌پردازیم.