



به نام هستی بخش بی همتا

نام درس:

کاربرد کامپیوتر در سیستم های تجاری

سرچ والیوم چیست و چه تاثیری در سئو دارد؟

سرچ والیوم (Search Volume) یا **حجم جستجو**، همان طور که از اسمش مشخص است مقدار جستجوی یک کلمه کلیدی را در موتورهای جستجوگر به ما نشان می‌دهد. با استفاده از این معیار، ما می‌توانیم به علاقه افراد به یک موضوع و یک کلمه کلیدی خاص پی ببریم. به طور معمول ابزارهایی که **سرچ والیوم** را مورد سنجش قرار می‌دهند، مقدار جستجو یک کلمه را در طول مدت زمان‌های مشخصی از جمله یک ماه تا چند ماه و یک سال نشان می‌دهند.

- هر چقدر **حجم جستجو** یک کلمه کلیدی بیشتر باشد، احتمالاً رقابت در آن برای رسیدن به نتایج اول گوگل هم دشوارتر است. البته گاهی مواقع امکان دارد که یک کلمه کلیدی، با این که دارای **سرچ والیوم** زیادی است، اما رقابت در آن کم باشد. در این مواقع یک سئوکار حرفه‌ای بایستی از موقعیت استفاده کند و سعی کند با تولید محتوا و سایر اقدامات مربوط به سئو، به رتبه‌های برتر گوگل برساند.

• <https://www.ryrob.com/keyword-tool/>

- یک نکته دیگر که باید هنگام بررسی سرچ والیوم به آن توجه کنید، نوع کسب و کارتان است. برای مثال خرید لوازم خانگی یا تلفن همراه، کلماتی هستند که همیشه جستجو می‌شوند و از **حجم جستجو** بالایی برخوردار هستند. اما همان مقدار، رقابت در کلمات کلیدی مربوط به آن‌ها سخت است. ولی بعضی از کسب و کارها در کل، **سرچ والیوم** بسیار زیادی ندارند. پس شما نباید دلسرد شوید، بلکه باید به این موضوع فکر کنید که رقابت کار شما کمتر است. با این که حجم جستجوی مربوط به کار شما می‌تواند کم باشد، ولی همان تعداد کم، با سئو مناسب از سمت شما، راحت‌تر تبدیل به مشتری می‌شوند.

سرچ والیوم چیست و چه تاثیری در سئو دارد؟

شما باید با توجه به وضعیت سایتی که دارید، کلمات کلیدی با سرچ والیوم بالا و رقابت کم انتخاب کنید. منظور از وضعیت سایت در واقع این است که اگر سایت شما تازه تأسیس باشد و هیچ کار سئویی تا به حال روی آن انجام نشده باشد، باید سعی کنید کلمات کلیدی بلند را که دارای ارزش هستند را انتخاب کنید. به طور معمول این کلمات کلیدی، دارای رقابت‌های کمتری هستند، اما اگر سایت شما دارای بازدید ماهانه خوبی است، می‌توانید کلمات کلیدی کوتاه‌تر با رقابت‌های سخت‌تر را نیز انتخاب کنید. در هر صورت بهترین کار در انتخاب کلمه کلیدی، پیدا کردن کلمه‌ایست که دارای سرچ والیوم بالا و رقابت کمی باشد و این کار را باید نسبت به اعتباری که سایتتان دارد انجام دهید.

- بعد از پیدا کردن کلمات کلیدی مناسب، بهترین آن‌ها را از نظر علاقه کاربران و رقابت به عنوان کلمه کلیدی اصلی انتخاب کنید. بعد از آن، کلمات کلیدی مشابه به آن را نیز در محتوای خودتان بگنجانید تا محتوای شما با کلمات مختلف به کاربران نشان داده شود. برای مثال اگر کلمه کلیدی شما، “طراحی لوگو” است، می‌توانید از کلماتی مانند “طراحی لوگو سریع” و یا “طراحی لوگو حرفه‌ای” نیز در محتوای خودتان استفاده کنید. ولی مراقب باشید که از این کلمات خیلی استفاده نکنید، وگرنه امکان دارد گوگل آن‌ها را به عنوان کلمه کلیدی اصلی شما شناسایی کند. با استفاده از این روش شما می‌توانید از کلمات کلیدی به بهترین شکل ممکن استفاده کنید و با این کار احتمال بازدید کاربران از سایت خودتان را افزایش دهید.

پیدا کردن موقعیت سایت در نتایج گوگل

- دقت داشته باشید برای این که از ابزارهای مختلف استفاده کنید باید موقعیت مکانی را روی World Wide قرار دهید تا بتواند نتیجه های بهتری را به شما نشان دهد. و متأسفانه به دلیل این که ایران تحریم است نمیتوانیم اطلاعات و دیتاهای دقیقی از کشورمان را به دست بیاوریم. فعلاً تا وقتی که این مشکلات وجود دارد باید از همین ابزارها و بامحدودیت هایشان استفاده کنیم.

استفاده از سایت searchenginegenie

یکی از این ابزارها که کمک می‌کند تا بدانیم در گوگل صفحه چندم هستیم سایت [searchenginegenie](https://searchenginegenie.com) است. وارد این لینک شوید. پس از آن وارد صفحه‌ی زیر می‌شوید



Add Your Comments

Enter the website URL or your domain name here

mihanwp.com

1

Enter the keyword or keyword phrase you want to check for rankings

وردپرس

2

Select Google's Regional Domain

World/USA(google.com)



Solve This Math
Question?

7 + 10 = ? 3

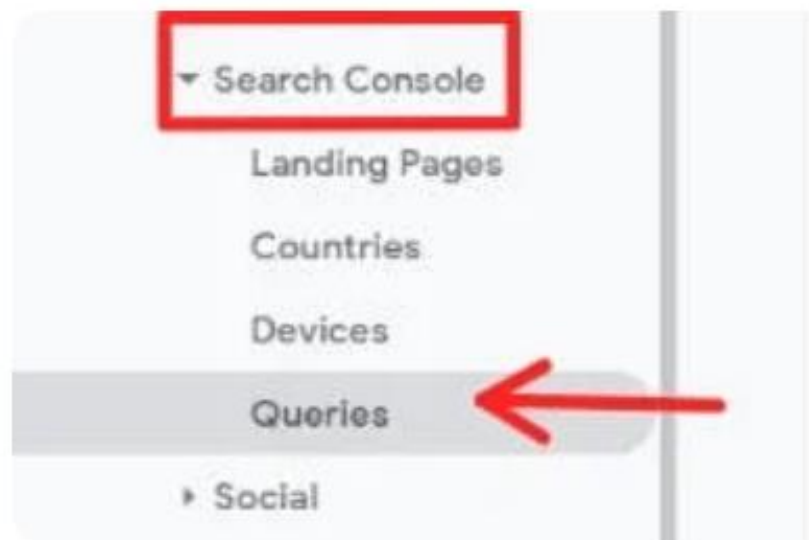
Solve this simple math problem and enter the result. E.g. for 1+4, enter 5.

submit

استفاده از سرچ کنسول برای تعیین جایگاه مقاله در صفحات گوگل

روش دوم برای اینکه بدانیم در گوگل صفحه چندم هستیم استفاده از سرچ کنسول است، برای این کار کافی است به گوگل سرچ کنسول خود بروید و به قسمت queries سایتتان مراجعه کنید در آنجا می‌توانید همه کلمات کلیدی را که کاربران استفاده کردند و به سایت شما هدایت شدند را ببینید. اگر علاقه دارید با سرچ کنسول گوگلا آشنا شوید در دوره رایگان سئو همین الان شرکت کنید.

وقتی روی یکی از کلمات کلیدی ظاهر شده کلیک کنید، جایگاه آن کلمه‌ی کلیدی را در صفحات نتایج سرچ می‌توانید ببینید.



روش دوم استفاده از سرچ کنسول برای تعیین جایگاه مقاله در صفحات گوگل

استفاده از سایت serprobot و پیدا کردن جایگاه سایت در گوگل

روش سوم برای اینکه بدانیم در گوگل صفحه چندم هستیم استفاده از سایت serprobot است برای این که از این سایت استفاده کنید به آدرس serprobot مراجعه کنید. سپس با صفحه‌ی زیر مواجه می‌شوید.



serprobot.com/serp-check.php

Choose your region

Global / US (www.google.com) **1**

Enter your domain name

https://mihanwp.com/ **2** ☐ Use URL **3**

Check for competitors URLs?

Please note:
You do not need to enter the http:// or www. of a domain.

Enter your keywords

آموزش وردپرس

آموزش سنو

آموزش طراحی سایت

keyword

keyword

How to use the SERP checker

Select the specific region you want the to check within. If the site is not region specific then just leave this set on google.com
Input the domain name you would like to check for - not including the http:// and www.
Input up to 10 keywords. These are the exact terms you want to check your rank for. If you would like to check for more than 10 keywords [register here](#)
Wait for your settings to be displayed. (This can take around 3 minutes at busy times)
Once we have run the searches and processed the results you can view the top ten rankings for that keyword or click to run the search yourself

Please note that search results can be personalised, so even if you run exactly the same search as us, you may get slightly different results.
We have made every effort to reduce the effect of these modifications when we run our queries, but some effects are unavoidable.
In order for you to get the most unbiased search rankings results when making manual checks against our results we recommend you:

- Sign out of any google accounts
- Clear your browser's cache to remove any cookies
- Close and re-open your browser to clear any session data
- Consider using a proxy or VPN

If you have any other questions then check out the [SERP info page](#)

Tired of having to check your SERPs yourself?

Automatic SERP Tracking! Why not try our automatic SERP tracking service! We will give you your very own private SERP bot to track all your keywords totally free of charge for 14 days!

- ✓ Automatic SERP checking
- ✓ SERP history graphs
- ✓ Unlimited keywords
- ✓ Unlimited reports
- ✓ 100% Accurate results
- ✓ API access
- ✓ Up to 300 days of history
- ✓ Automatic Reports
- ✓ 100% Accurate results

Well... Things seem to be taking a little longer than usual.
Please be patient and wait for the SERP bots to finish checking your keywords.
At really busy times this can take a few minutes!
Some ways to help us speed things up by clicking [here](#) (it wont interrupt your checks)

Choose your region

Global / US (www.google.com)

Enter your domain name

mihanwp.com ☐ Use URL **3**

Check for competitors URLs?

Please note:
You do not need to enter the http:// or www. of a domain.

Enter your keywords

آموزش وردپرس

آموزش سنو

آموزش طراحی سایت

Result details:

Keyword: آموزش سئو
Position: 22
URL: https://mihanwp.com/seo/
TOP TEN [RUN SEARCH](#)

Keyword: آموزش وردپرس
Position: 2
URL: https://mihanwp.com/wordpress-learn/
TOP TEN [RUN SEARCH](#)

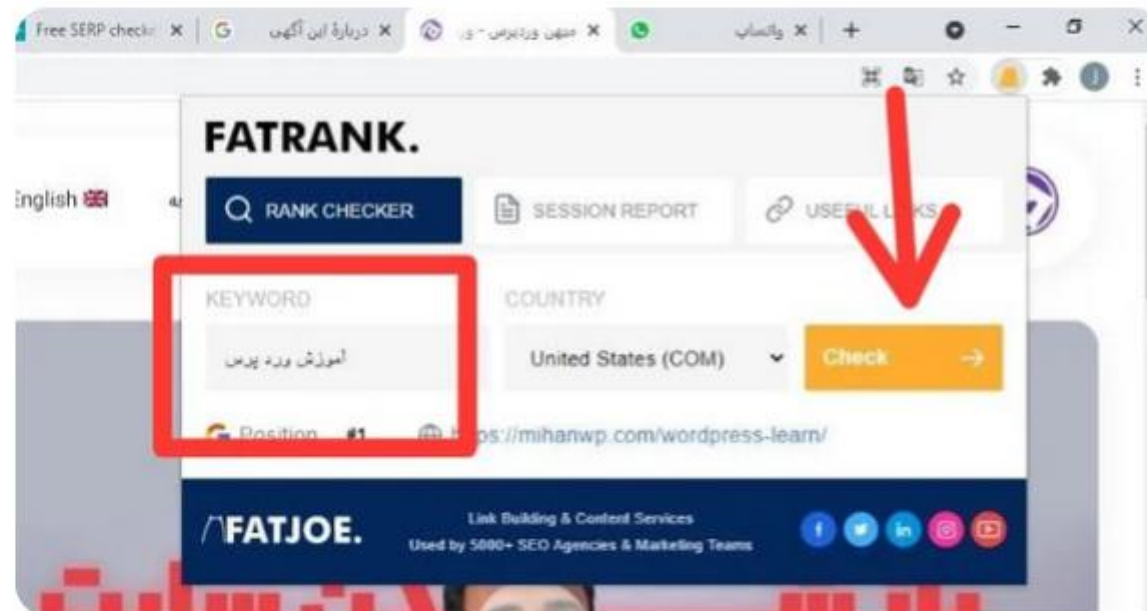
Keyword: آموزش طراحی سایت
Position: 16
URL: https://mihanwp.com/tutorials/web-design/
TOP TEN [RUN SEARCH](#)

Tired of having to check your SERPs yourself?

Automatic SERP Tracking! Why not try our automatic SERP tracking service! We will give you your very own private SERP bot to track all your keywords totally free of charge for 14 days!

استفاده از ابزار Fat Rank برای پیدا کردن جواب سوال صفحه چندم گوگل هستیم

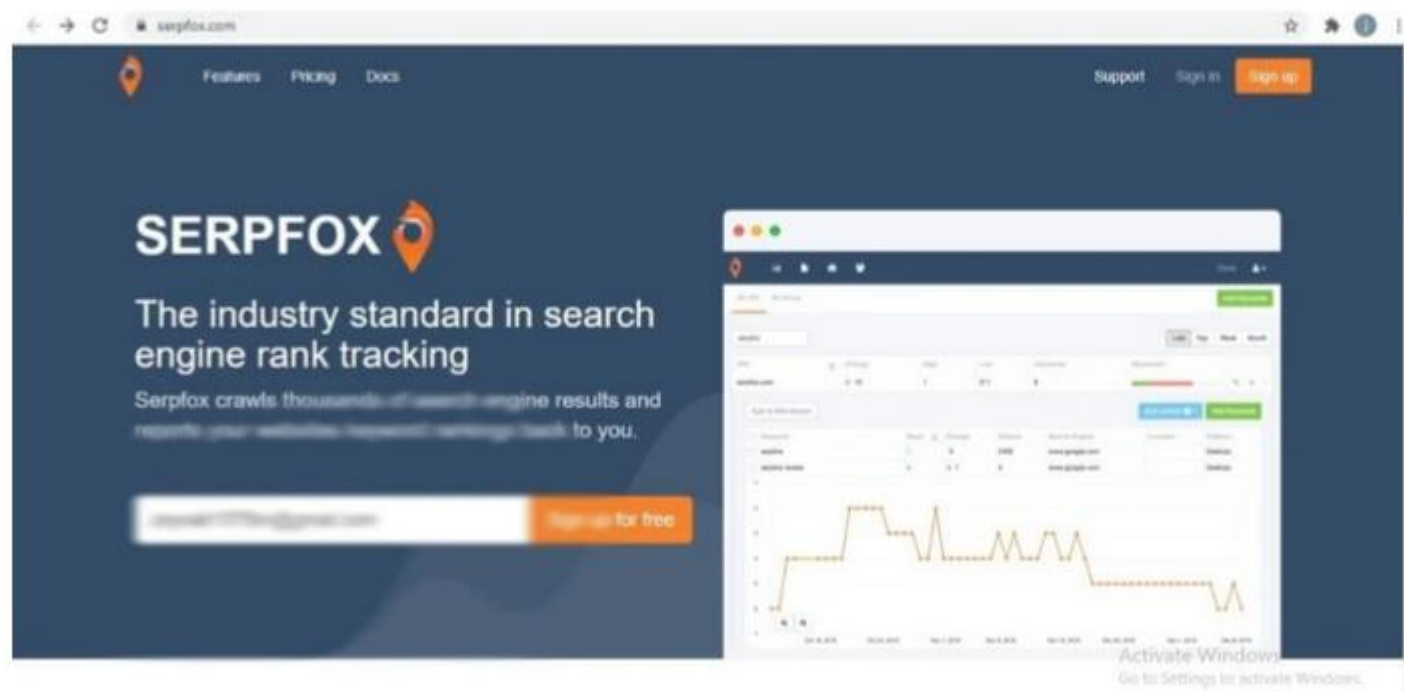
روش چهارم برای اینکه بدانیم در گوگل صفحه چندم هستیم استفاده از ابزار فت رنک است این ابزار را می‌توانید به راحتی دانلود و روی مرورگر کروم خود نصب کنید. فت رنک یک ابزار رایگان است که کار با آن بسیار ساده است، همچنین این ابزار بسیار سرعت دارد برای استفاده از این ابزار ابتدا حتما وارد سایتی که می‌خواهید رتبه‌ی کلمات کلیدی آن را بیابید شوید و سپس افزونه‌ی FatRank را باز کنید و کلمه‌ی مورد نظر را جست‌وجو کنید. پس از چند ثانیه رتبه‌ی سایت شمارا در کلمه‌ی کلیدی مورد نظر نشان می‌دهد.



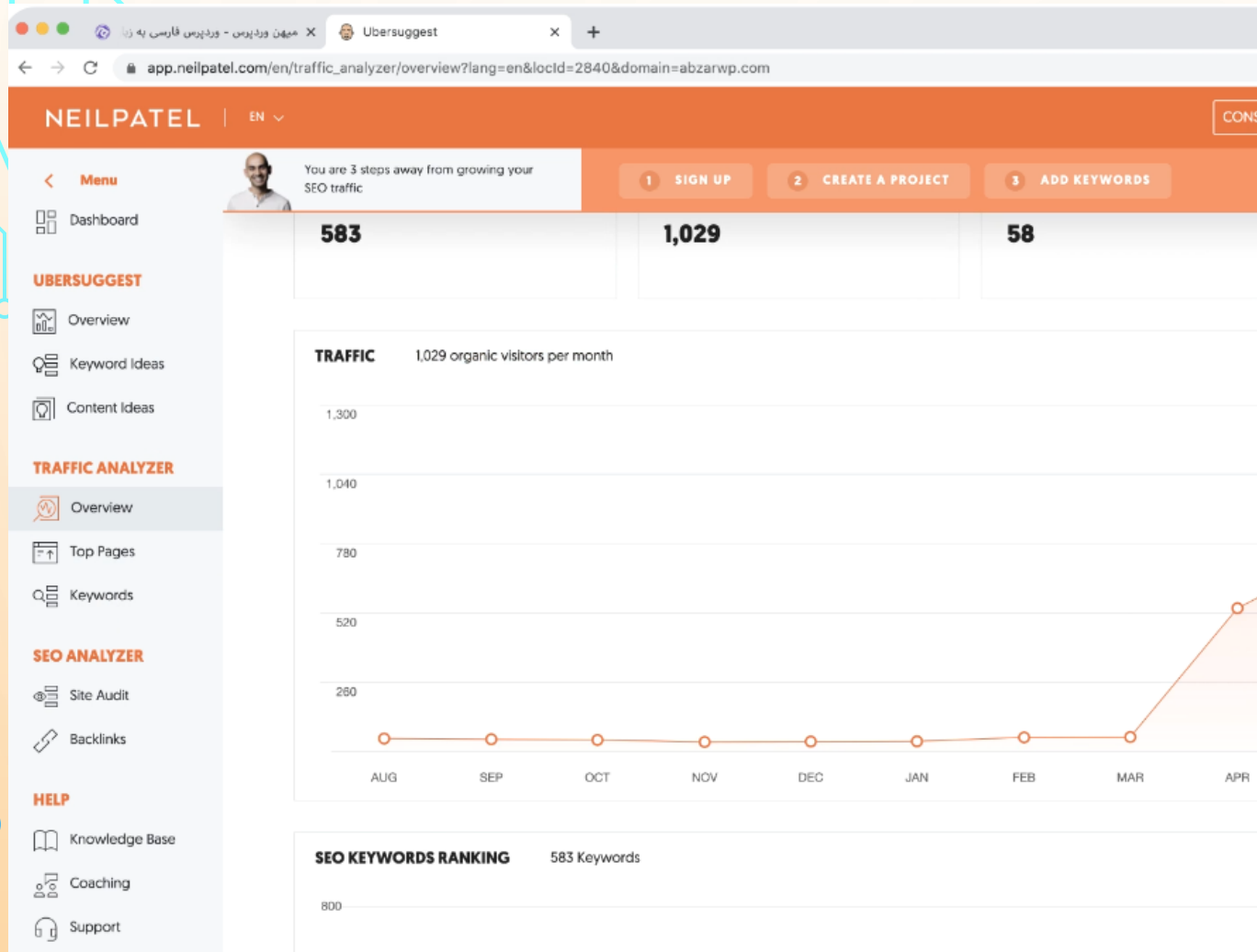
استفاده از سایت Serp fox برای مشخص کردن جایگاه صفحات در گوگل

روش ششم برای اینکه بدانیم در گوگل صفحه چندم هستیم استفاده از سایت Serp fox است که با استفاده از آن می‌توانید ببینید در یک کلمه‌ی کلیدی خاص در چه رتبه‌ای قرار گرفتید. این ابزار یکی از کارآمدترین ابزارها است.

برای استفاده از این ابزار ابتدا وارد سایت serpfox.com می‌شویم سپس با صفحه‌ی زیر مواجه می‌شویم آدرس ایمیل خود را در کادر موردنظر وارد کنید و سپس روی گزینه‌ی sign up for free کلیک کنید.



آنالیز سایت رقبا



در دنیای تجارت همیشه رقبا به دنبال دزدیدن (یا بهتر است بگوییم جذب کردن) مشتریان یکدیگر هستند. همه ما رقیبی داریم که از ما قوی‌تر و بهتر عمل می‌کند. حتی اگر در ایران هم بهترین باشید، در بین تمام سایت‌های دنیا رقبایی دارید که باید به زودی به آن‌ها برسید. پیدا کردن بهترین کلمات کلیدی سایت رقیب یکی از بهترین کارهایی است که می‌توانید برای افزایش درآمد خود انجام دهید.

یکی از بهترین روش‌های جذب مشتریان سایر رقبا، پیدا کردن کلمات کلیدی و بهترین صفحاتی است که رقیب شما از آن‌ها برای جذب ورودی گوگل استفاده می‌کند. امروز با سرویسی آشنا خواهیم شد که با آن می‌توانید بهترین صفحات و **Keyword** های سایت رقیب را پیدا کنید و کیفیت سئو سایت خود را افزایش دهید.

- فراموش نکنید، بعد از پیدا کردن کلمه کلیدی، باید صفحاتی بهتر از رقیب ایجاد کنید. صفحاتی که بروزتر و کارآمدتر باشند تا گوگل ورودی‌های بیشتری به سایت شما بدهد.

تکلیف هفته آینده

جلسه پنجم

- 1. تهیه یک لیست کلمات کلیدی (حتما مربوط به کسب و کاری باشد که انتخاب کردید) در قالب فایل اکسل
- 2. میزان سرچ والیوم کلمات کلیدی هم تو فایل اکسل باشد
- 3. در یک شیت جداگانه، بر اساس اینتنت کاربر کلمات کلیدی مرتبط با کسب و کارتون رو دسته بندی کنید.
- 4. همه موارد در یک فایل اکسل باشد.
- 5. در یک شیت جداگانه هم لیستی از رقبا خودتون ایجاد کنید و 10 تا از اصلی ترین و بهترین رقبا خودتون رو بنویسید و سپس برای هر رقیب کلمات کلیدی که داخلشون رتبه دارند رو توی لیست بیارید

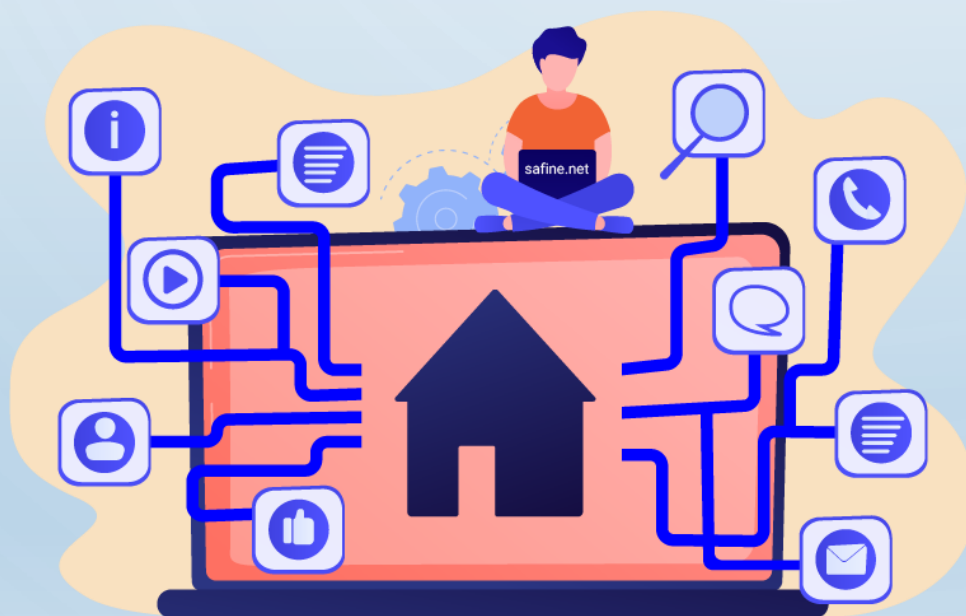
سئو تکنیکال



نقشه سایت چیست

نقشه سایت (sitemap یا xml sitemap) طرح کلی از وبسایت شما است که به موتورهای جستجو در خزش و ایندکس تمام محتوای سایت شما کمک می‌کند.

- همچنین نقشه سایت موتورهای جستجو را متوجه می‌سازد که کدام صفحات در سایت شما صفحات مهمتری هستند. ساخت و مدیریت نقشه سایت یکی از مهمترین مباحث سئو تکنیکال است.



<https://safine.net/whatis-seo/sitemap/>

دقیقا نقشه سایت چیست؟ **SITEMAP**

- نقشه سایت یک فایل XML است
- نوع دیگر نقشه سایت در فرمت HTML است که برای کاربران سایت ساخته می‌شود (الان خیلی استفاده نمی‌شود)
- نقشه سایت نمای کلی از لینک صفحات مهم سایت شما را در اختیار گوگل قرار می‌دهد
- در نقشه سایت، فقط لینک صفحاتی باید قرار بگیرد که می‌خواهید ایندکس شوند
- داشتن نقشه سایت از نظر گوگل مفید است
- نقشه سایت به موتورهای جستجو کمک می‌کند سایت شما را سریع‌تر خزش کنند
- در نقشه سایت اطلاعاتی از بروزرسانی صفحه و اولویت خزش صفحات نیز می‌توان قرار داد
- آدرس نقشه را باید در گوگل سرچ کنسول ثبت کرد

۴ نوع اصلی از نقشه سایت

- نقشه سایت نرمال: این مورد رایج‌ترین نوع نقشه سایت است. این فایل با فرمت XML است که در آن لینک‌هایی به صفحات مهم سایت شما وجود دارد.
- sitemap ویدیویی: به طور مشخص؛ برای کمک به گوگل در فهمیدن محتوای ویدیو موجود در صفحه شما استفاده می‌شود.
- sitemap خبری: به گوگل در یافتن محتوایی در سایت شما کمک می‌کند که برای اخبار گوگل تایید شده‌اند.
- sitemap تصویری: به گوگل در یافتن تمام عکس‌هایی که در سایت شما موجود است کمک می‌کند.

ایجاد یک نقشه سایت

- اولین گام شما ساخت یک نقشه سایت است. اگر از وردپرس استفاده می‌کنید، می‌توانید با استفاده از افزونه Yoast SEO برای خود نقشه سایت ایجاد کنید.
- مزیت استفاده از Yoast برای ساخت XML Sitemap این است که این افزونه؛ نقشه سایت پویا با بروزرسانی خودکار برای شما می‌سازد.
- بنابراین هر زمان که صفحه جدیدی را به سایت خود اضافه می‌کنید (خواه یک پست وبلاگ باشد یا یک صفحه محصول)، لینکی از آن صفحه بطور خودکار به فایل نقشه سایت شما اضافه خواهد شد:
- اگر از Yoast استفاده نمی‌کنید، افزونه‌های زیادی برای وردپرس وجود دارند (مانند Google XML Sitemaps) که می‌توانید از آن برای ایجاد یک نقشه سایت استفاده کنید

GOOGLE SEARCH CONSOLE

- کار اصلی سئو کار این است که سایت خود را برای موتورهای جستجو بهینه کند. یکی از ابزارهای که در این مسیر به سئوکاران کمک می‌کند گوگل سرچ کنسول است. این ابزار دارای قابلیت‌های فراوانی است که به وبمستران کمک می‌کند وضعیت سئو وبسایت خود را بررسی کنند. بنابراین شما با استفاده از ابزار گوگل سرچ کنسول به راحتی می‌توانید سایت خود را تجزیه و تحلیل کرده و وضعیت سئو سایت خود را بررسی کرده و آن را بهبود ببخشید.



گوگل سرچ کنسول چیست؟

- گوگل سرچ کنسول (Google Search Console) یک ابزار رایگان و بسیار قدرتمند برای تجزیه و تحلیل سئو سایت است. این ابزار به مدیران سایت کمک می‌کند که یک آنالیز دقیق از وضعیت سایت خود داشته باشند و نقاط قوت و ضعف سایت خود را بررسی کنند و البته نقاط منفی سایت خود را بهبود ببخشند. ابزار گوگل سرچ کنسول که قبلاً به گوگل وبمستر تولز معروف بود باعث می‌شود که مدیران سایت و سئوکاران مشکلات سایت را راحت‌تر تشخیص دهند و راه حل مناسبی برای رفع این مشکلات ارائه دهند و در نتیجه بتوانند در لیست نتایج گوگل نتایج بالاتری را کسب کنند.

چه افرادی از گوگل سرچ کنسول استفاده می‌کنند؟

معمولاً کسانی که دارای یک وبسایت هستند و یا مدیریت یک وبسایت را در اختیاردارند، از گوگل سرچ کنسول استفاده می‌کنند. در حالت کلی افراد زیر از سرویس گوگل سرچ کنسول استفاده می‌کنند:

1. مدیران وبسایت یا به عبارت دیگر ادمین وبسایت برای نظارت کردن بر نحوه کار وبسایت‌شان از گوگل وب مستر تولز استفاده می‌کنند. آن‌ها با استفاده از سرچ کنسول قادر هستند تا خطاهای مربوط به سرور، خطاهای امنیتی و ... را مشاهده کنند و برای حل و برطرف کردن آن‌ها اقدام کنند.

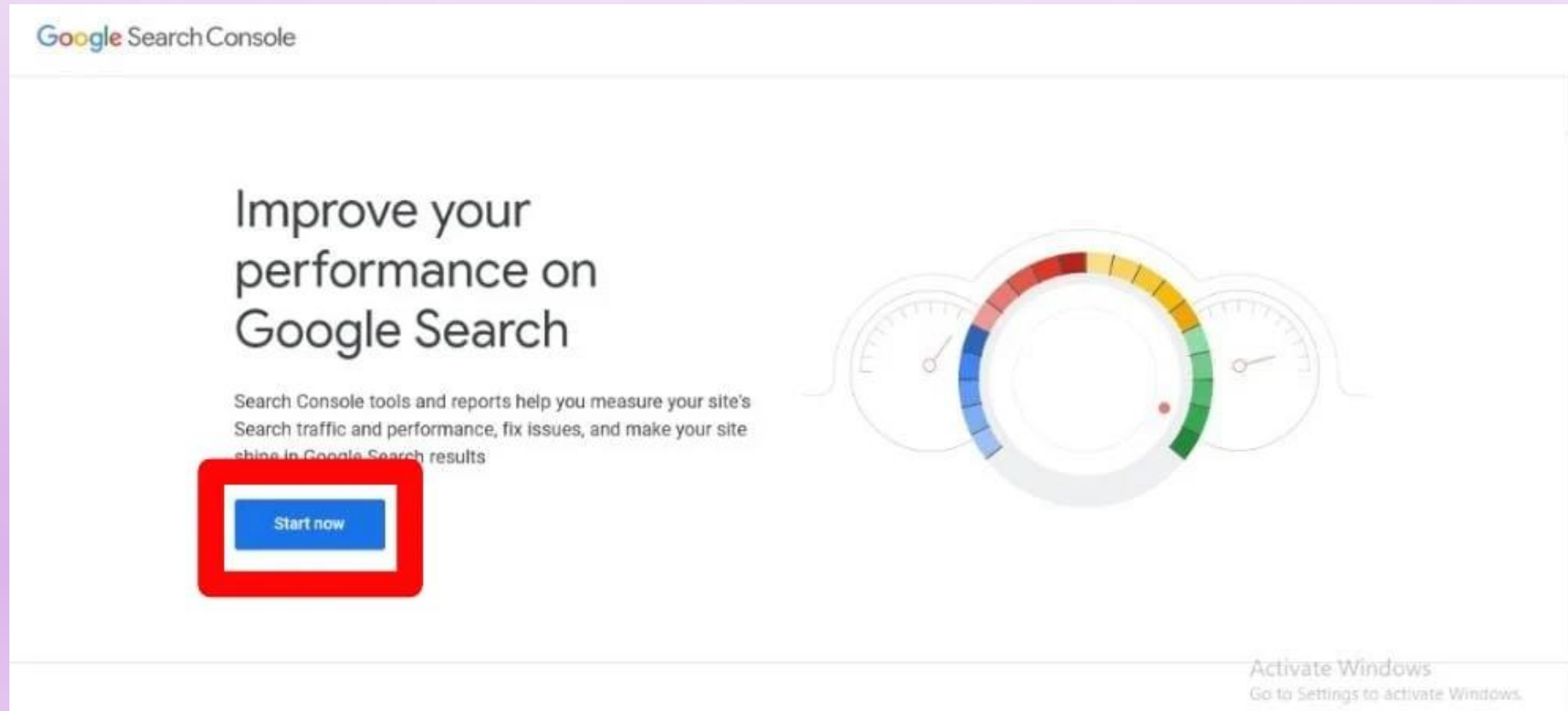
2. متخصصان سئو نیز با استفاده از ابزار سرچ کنسول می‌توانند افزایش ورودی ترافیک سایت را بررسی کنند و با ارائه برنامه‌ریزی مناسب به بهبود و بالا بردن رتبه سایت در لیست نتایج گوگل کمک کنند.

3. برنامه نویسان نیز با استفاده از این ابزار می‌توانند خطاها و مشکلات موجود در کدنویسی را بررسی و رفع کنند.

آموزش ثبت سایت در کنسول سرچ گوگل

برای ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول باید یکسری مراحل را طی کنید. که در اینجا به آموزش تصویری آن می‌پردازیم.

1. در مرحله‌ی اول وارد حساب گوگل خود شوید و سپس در مرورگر خود لینک <https://search.google.com/search-console/about> را وارد کنید. سپس با صفحه‌ی زیر مواجه می‌شوید. روی دکمه Start Now کلیک کنید.



آموزش ثبت سایت در کنسول سرچ گوگل

برای ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول باید یکسری مراحل را طی کنید. که در اینجا به آموزش تصویری آن می‌پردازیم.

1. در مرحله‌ی اول وارد حساب گوگل خود شوید و سپس در مرورگر خود لینک <https://search.google.com/search-console/about> را وارد کنید. سپس با صفحه‌ی زیر مواجه می‌شوید. روی دکمه Start Now کلیک کنید.

2. در مرحله‌ی دوم باید آدرس وبسایت خود را به‌طور کامل وارد نمایید. این کار را می‌توانید به دو شیوه انجام دهید.

در شیوه‌ی اول باید در کادر قرار گرفته که در تصویر زیر مشخص است، در بخش URL prefix آدرس سایت خود را وارد کنید. بعد از آن روی دکمه Continue کلیک کنید.

- به این نکته دقت کنید که باید آدرس سایت خود را به‌طور کامل و به شکل <http://YourDomain.com> وارد کنید. به این صورت تنها URL وارد شده تحت پروتکل مشخص شده ثبت می‌شود. بنابراین شما باید برای اضافه کردن زیر دامنه‌ها و یا پروتکل‌های دیگر به‌صورت مجزا باید این کار را انجام دهید.

Select property type



Domain new

- All URLs across all subdomains (m., www. ...)
- All URLs across https or http
- Requires DNS verification

example.com

Enter domain or subdomain

CONTINUE

or



URL prefix

- Only URLs under entered address
- Only URLs under specified protocol
- Allows multiple verification methods

https://www.example.com

Enter URL

CONTINUE

LEARN MORE CANCEL

در شیوه‌ی دوم نیز دوباره نام دامنه خود را در باکس قرار گرفته در بخش Domain وارد کرده و سپس روی دکمه Continue کلیک می‌کنید. در این روش مانند روش قبل نیاز نیست زیر دامنه‌های دیگر سایت یا پروتکل‌های دیگر آن را مجزا وارد کنید.

- در زمان ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول از این روش تمامی زیر دامنه‌ها و پروتکل‌ها نیز برای شما در نظر گرفته می‌شود.

Select property type

Domain new

- All URLs across all subdomains (m., www. ...)
- All URLs across https or http
- Requires DNS verification

example.com

Enter domain or subdomain

CONTINUE

or

URL prefix

- Only URLs under entered address
- Only URLs under specified protocol
- Allows multiple verification methods

https://www.example.com

Enter URL

CONTINUE

LEARN MORE CANCEL

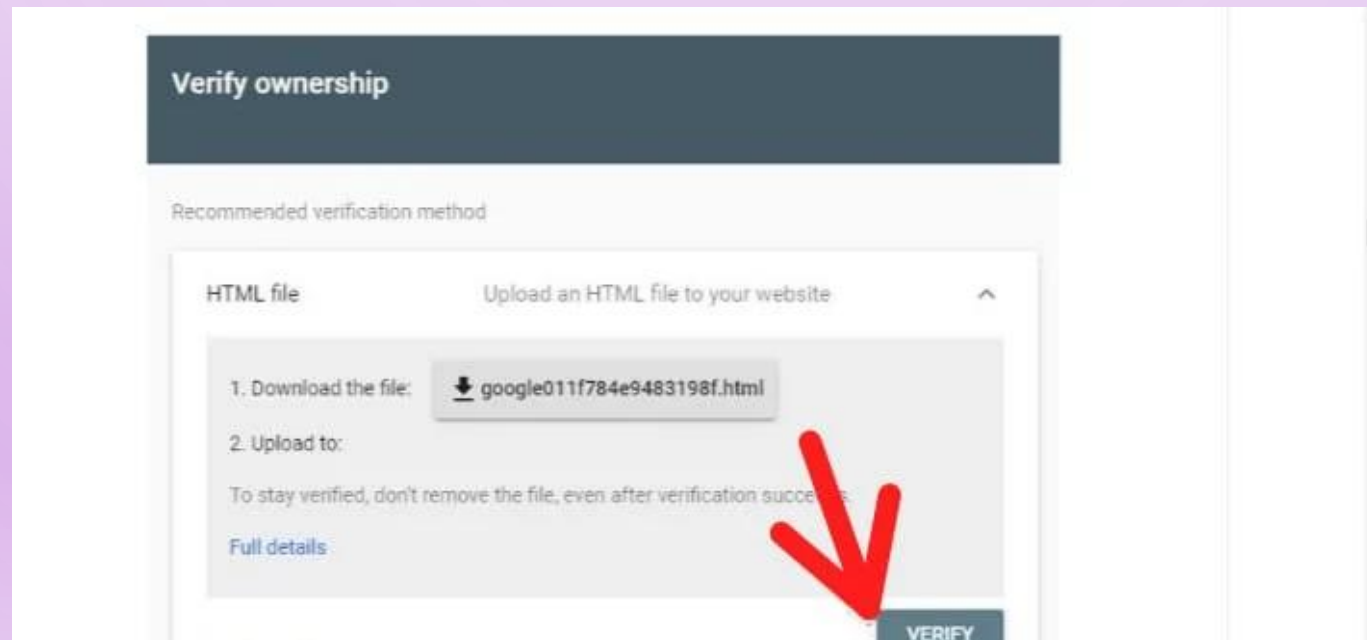
3. در مرحله‌ی بعدی شما باید به گوگل اثبات کنید که وبسایت متعلق به شما می‌باشد. روش پیشنهادی خود گوگل استفاده از فایل HTML است. اما در صورتی که نمی‌توانید از این روش استفاده کنید، می‌توانید از روش‌های دیگر که در ادامه به شما آموزش می‌دهیم، استفاده کنید.

- شما باید یکی از روش‌های زیر را انتخاب کنید. تفاوتی ندارد کدام روش. اما پیشنهاد ما روش HTML هست.

اولین روش: دانلود فایل HTML

در این روش که می‌توان از آن برای ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول استفاده کرد، دانلود فایل HTML و قرار دادن آن در پوشه `public_html` است. به این صورت که شما باید، فایل HTML که گوگل سرچ کنسول به شما ارائه می‌دهد را دانلود کنید و پس از آن وارد کنترل پنل هاست خود شوید.

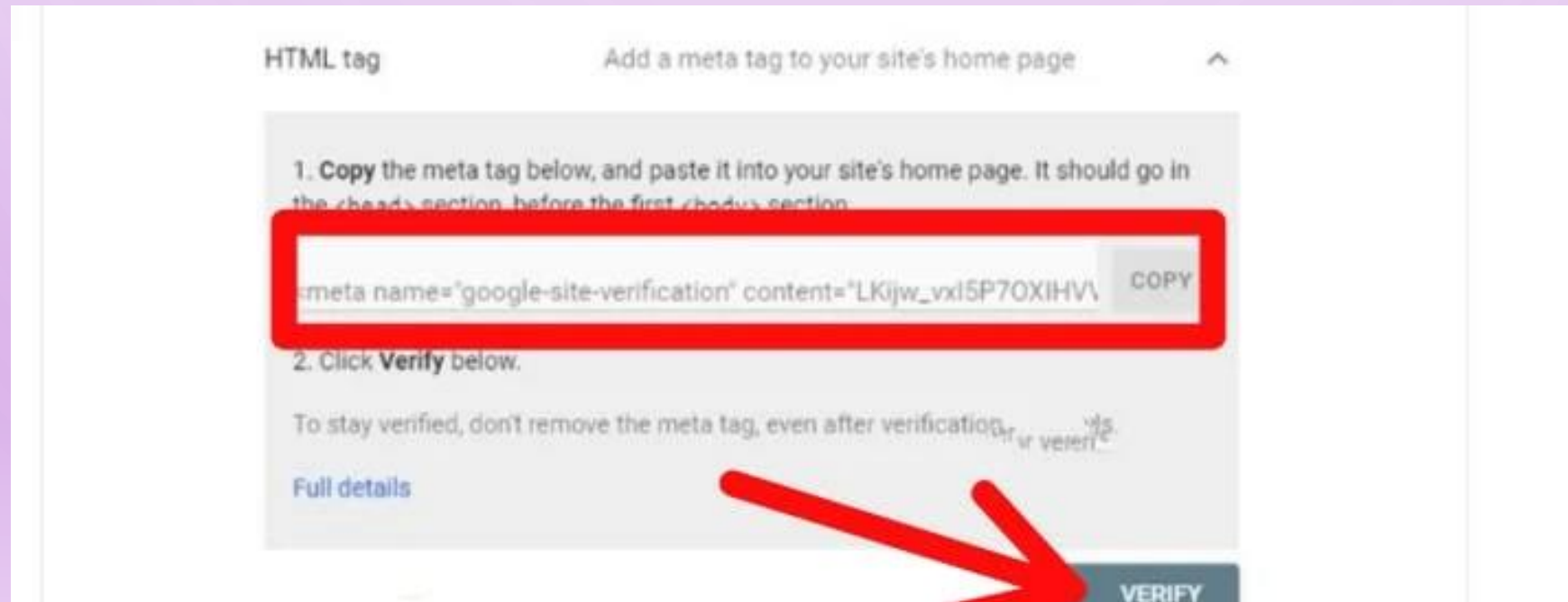
- سپس روی گزینه **File Maneger** کلیک کنید و سپس با کلیک بر روی دکمه **Upload** می‌توانید این فایل را در پنل خود آپلود کنید. بعد از آن به گوگل سرچ کنسول برگردید و روی دکمه **VERIFY** همان‌طور که در تصویر زیر نشان داده شده است کلیک کنید.



دومین روش: استفاده از تگ HTML

اگر شما می‌توانید کد html خود را ویرایش کنید می‌توانید از شیوه‌ی HTML tag استفاده کنید. برای این کار ابتدا لینکی که در shared box وجود دارد را انتخاب و کپی کنید سپس صفحه اصلی سایت را در ویرایشگر موردنظر خود باز کنید و لینکی را که کپی کرده‌اید را در قسمت Head صفحه اصلی خود قرار دهید.

- با انجام این کار یک متا تگ جدید ایجاد می‌شود. بعد از گذراندن این مراحل تغییرات را ذخیره کنید و به صفحه ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول برگردید. سپس مانند تصویر زیر روی دکمه Verify کلیک کنید.



سومین روش: استفاده گوگل آنالیتیکس

برای استفاده از این روش باید گزینه Google Analytics را انتخاب کرده و طبق تصویر زیر روی دکمه Verify کلیک کنید.
البته به این نکته دقت کنید که قبلا در گوگل آنالیتیکس ثبت نام کرده باشید.

Google Analytics

Use your Google Analytics account

1. Your homepage must contain either your [analytics.js](#) or [gtag.js](#) snippet.
2. Your tracking code should be in the <head> section of your page.
3. You must have the "edit" permission for the Google Analytics property.

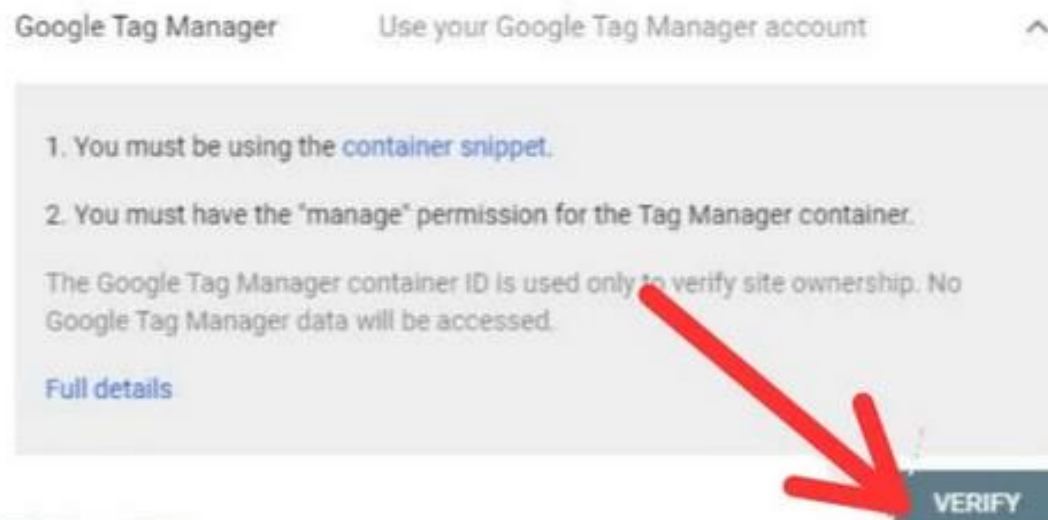
The Google Analytics tracking code is used only to verify site ownership. No Google Analytics data will be accessed.

[Full details](#)

VERIFY

چهارمین روش: حساب Google Tag Manager

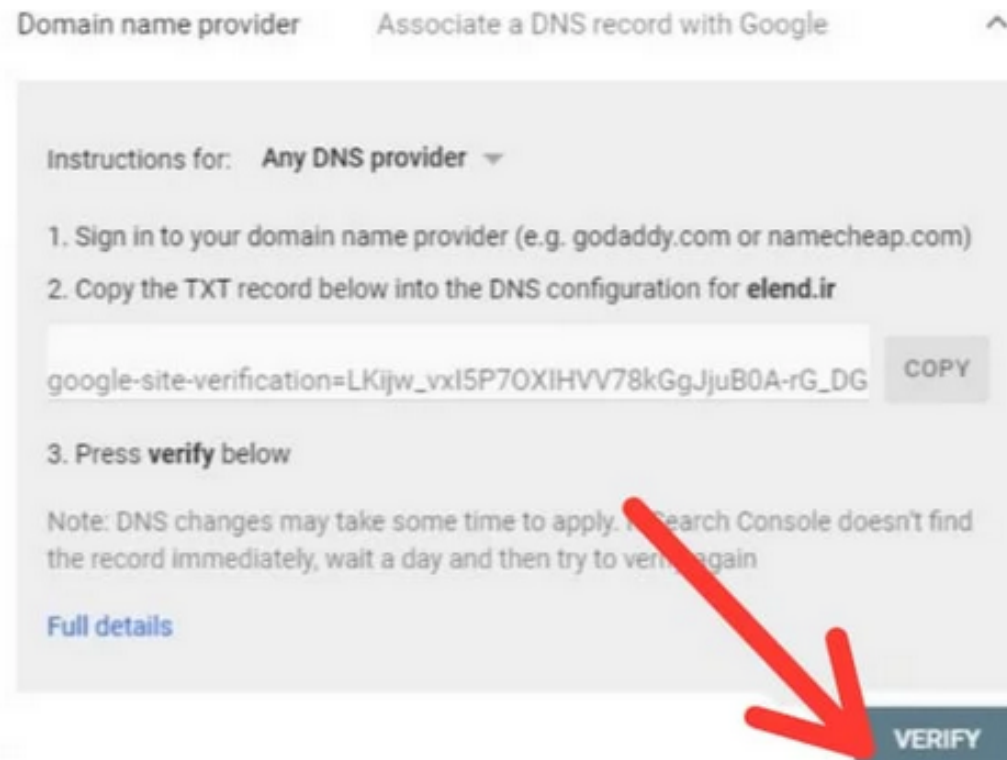
برای استفاده از این شیوه باید حتما در Google Tag Manager حساب داشته و سطح دسترسی شما، دسترسی مدیریتی باشد. اگر شرایط گفته شده را دارید می‌توانید گزینه Google Tag Manager را انتخاب کرده و طبق تصویر پایین روی دکمه Verify کلیک کنید.



پنجمین روش: استفاده از گزینه Domain name provider

برای استفاده از این روش گزینه Domain name provider را انتخاب کنید سپس TEXT ارائه شده در گوگل سرچ کنسول را کپی کنید بعد از آن وارد کنترل پنل هاست خود شوید و باید یک رکورد TXT تعریف کنید.

متنی که در مرحله 2 کپی کردید، را در باکس DNS configuration جایگذاری کنید و پس از آن به صفحه ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول رفته و روی دکمه Verify طبق تصویر زیر کلیک کنید.



Domain name provider Associate a DNS record with Google

Instructions for: Any DNS provider

1. Sign in to your domain name provider (e.g. godaddy.com or namecheap.com)
2. Copy the TXT record below into the DNS configuration for **elend.ir**

google-site-verification=LKijw_vxl5P7OXIHVV78kGgJjuB0A-rG_DG [COPY](#)

3. Press **verify** below

Note: DNS changes may take some time to apply. If Search Console doesn't find the record immediately, wait a day and then try to verify again

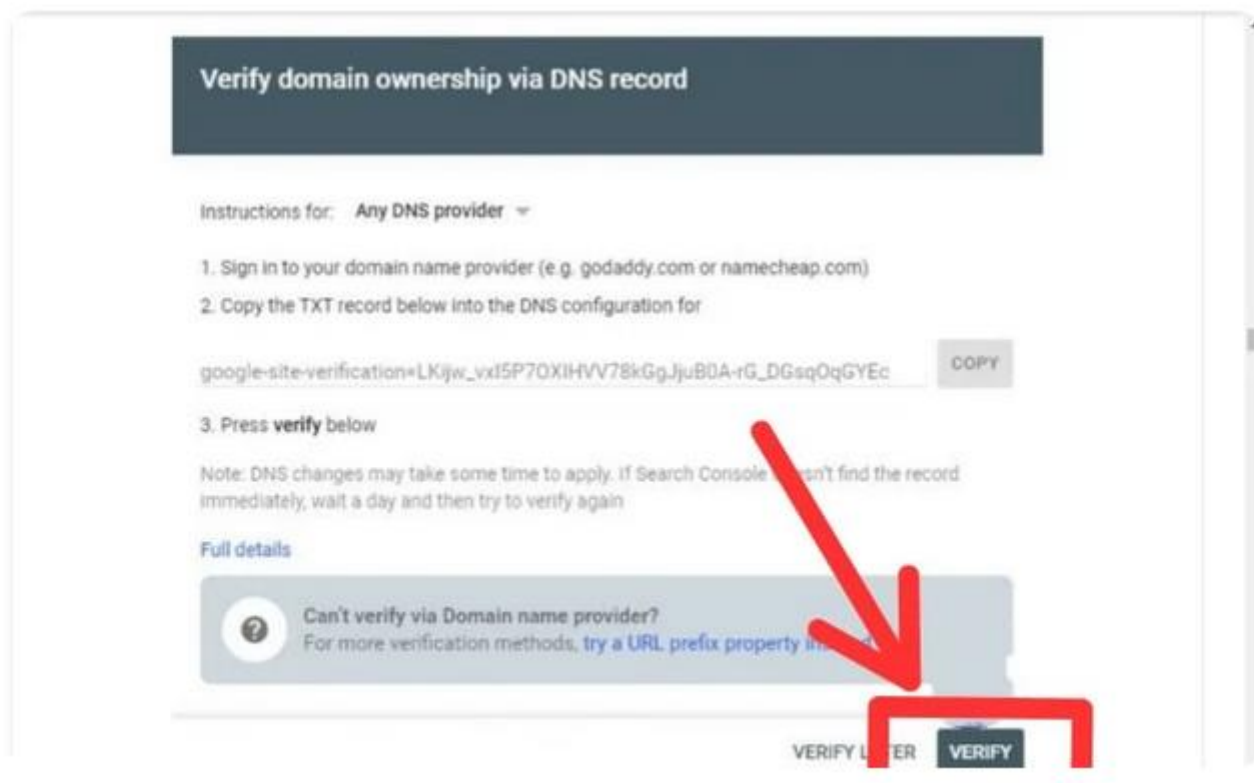
[Full details](#)

VERIFY

ششمین روش: استفاده از DNS record برای ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول

برای استفاده از این روش باید یک DNS record به نام هاستینگ خود اضافه کنید و برای این کار می‌توانید از طریق سی پنل یا دایرکت ادمین خود اقدام کنید. برای این کار باید وارد کنترل پنل هاست خود شوید و مثل روش قبل TXT record را کپی کرده و در DNS configuration اضافه کنید. در نهایت به صفحه‌ی سرچ کنسول رفته و روی دکمه Verify کلیک کنید.

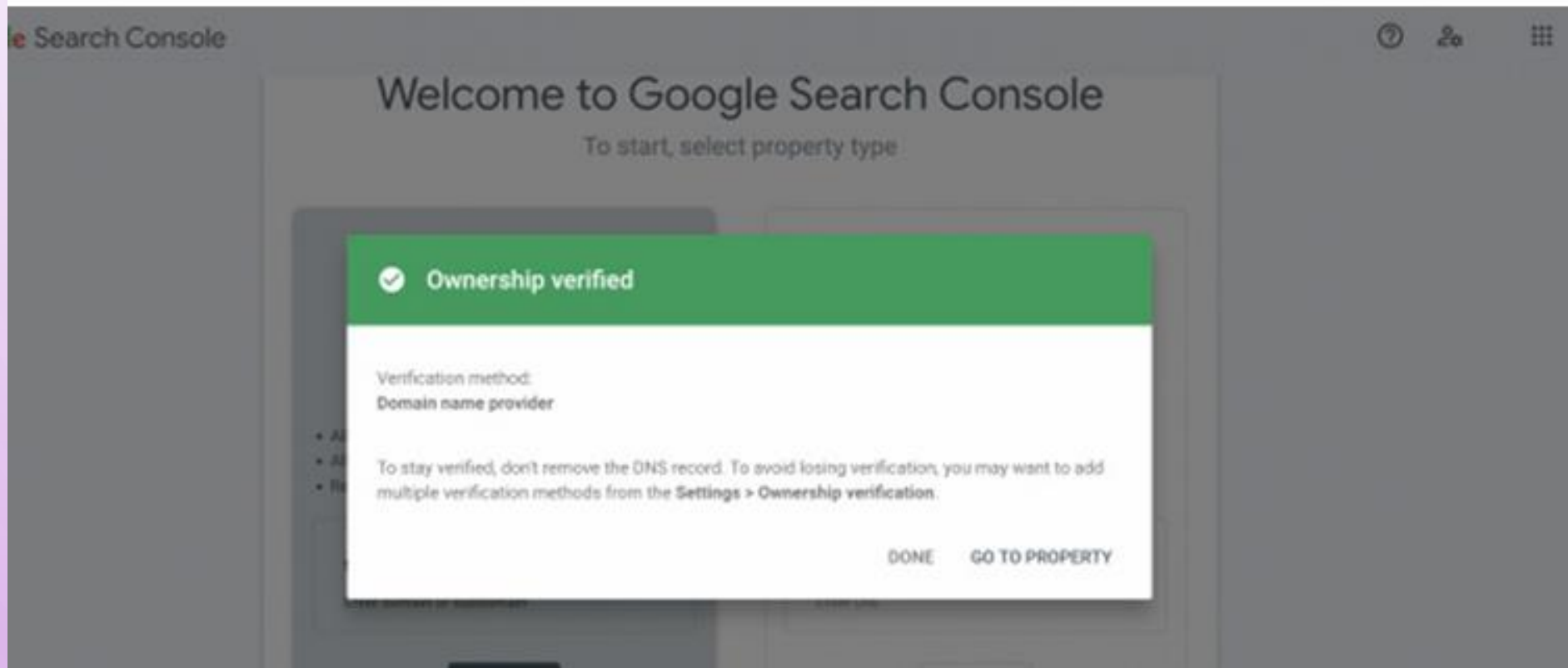
از این روش برای باکس Doman استفاده می‌شود و جزو به‌روزرسانی‌های جدید گوگل سرچ کنسول محسوب می‌شود. استفاده از این روش در مقایسه با روش‌های قبلی ممکن است تأیید شدن آن کمی طول بکشد و علت آن هم این است که شما همه‌ی زیر دامنه‌ها و پروتکل‌های دیگر سایت خود را نیز به‌صورت همزمان اضافه می‌کنید.



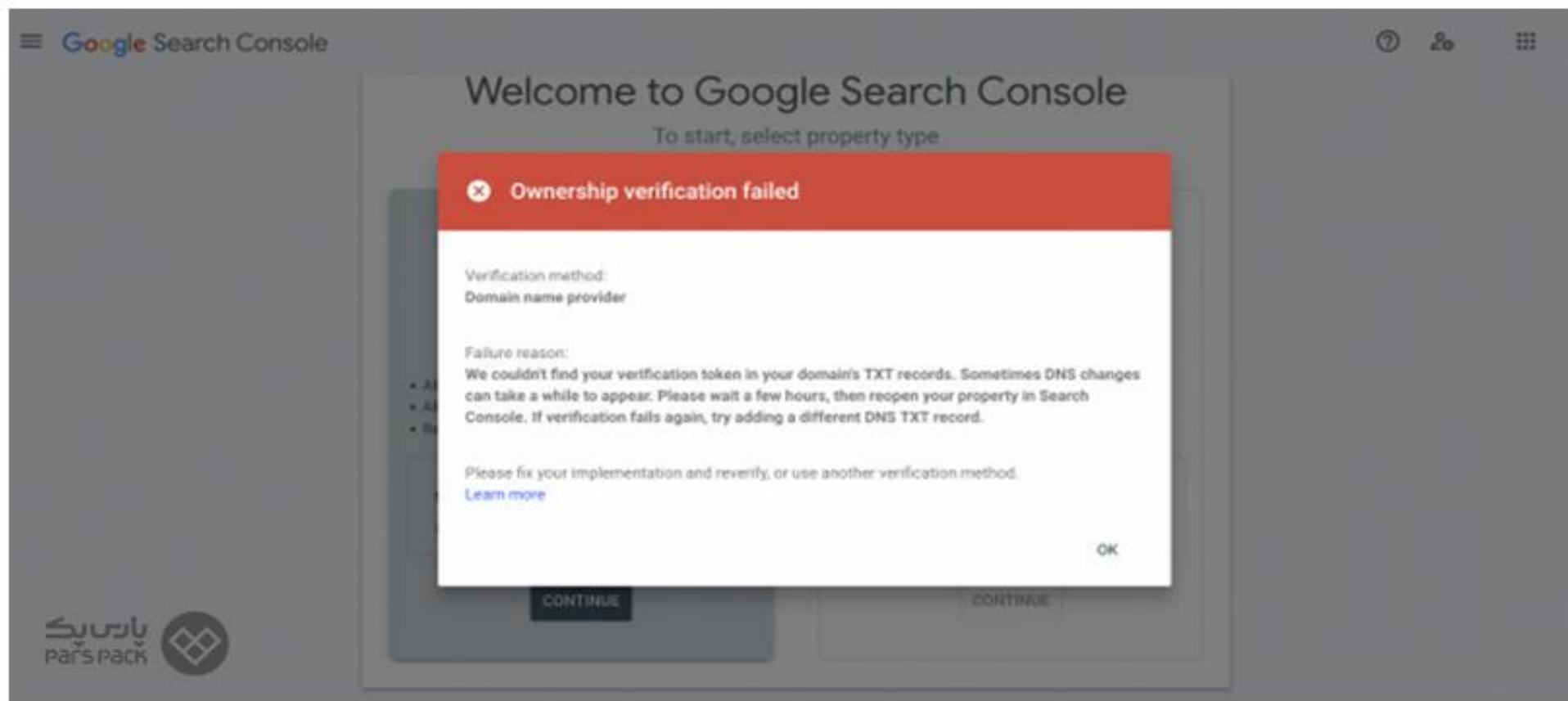
حال باید رکورد کپی شده را به پیکربندی تنظیمات DNS دامنه خود اضافه کنید. در شکل زیر، نحوه انجام این کار نشان داده شده است که البته ممکن است نسبت به اینکه خدمات دامنه‌تان را از چه شرکتی دریافت کرده‌اید، محل این گزینه‌ها اندکی متفاوت باشد. بعد از اضافه کردن رکورد، باید منتظر بمانید تا تغییرات اعمال شده روی دامنه‌تان ذخیره شود. انجام این کار معمولاً کمتر از چند ساعت طول خواهد کشید. بعد از آن می‌توانید به سرچ کنسول بازگشته و ادامه مراحل را انجام کنید.

The screenshot displays the 'DNS Zone Editor' interface. On the left sidebar, there are navigation links for 'Security', 'Speed', 'WordPress', 'Domain', 'Parked Domains', 'Redirects', and 'mail'. The 'DNS Zone Editor' link is highlighted with a blue circle. The main content area is titled 'Select Domain' and shows 'testsgdomain.com' in a dropdown menu. Below this is the 'Create New Record' section. It features a tabbed interface with options: 'A', 'AAAA', 'CNAME', 'MX', 'SRV', and 'TXT'. The 'TXT' tab is selected. The form includes a 'Name' field with the placeholder 'Leave empty for root domain' and a dropdown showing '.testsgdo...'. To the right is a 'TTL' dropdown set to '24 hours'. The 'Value' field contains the text 'google-site-verification=fBwzddhgubdNqYOZjs7xAftQgE5GzjGcC'. A blue 'CREATE' button is located at the bottom left of the form.

برای تست اینکه تنظیمات DNS بر روی دامنه‌تان ثبت شده است یا خیر، کافی است روی دکمه Verify کلیک کنید.



در صورتی که تنظیمات با موفقیت انجام شده باشد، گوگل این موضوع را با یک پیغام به شما اطلاع می‌دهد. بدین ترتیب، شما یک گام دیگر به ثبت سایت در سرچ کنسول گوگل نزدیک‌تر خواهید شد. اگر روند ثبت تنظیمات کامل نشده باشد، با پیغام زیر روبه‌رو خواهید شد.



بررسی بخش (خلاصه) OVERVIEW

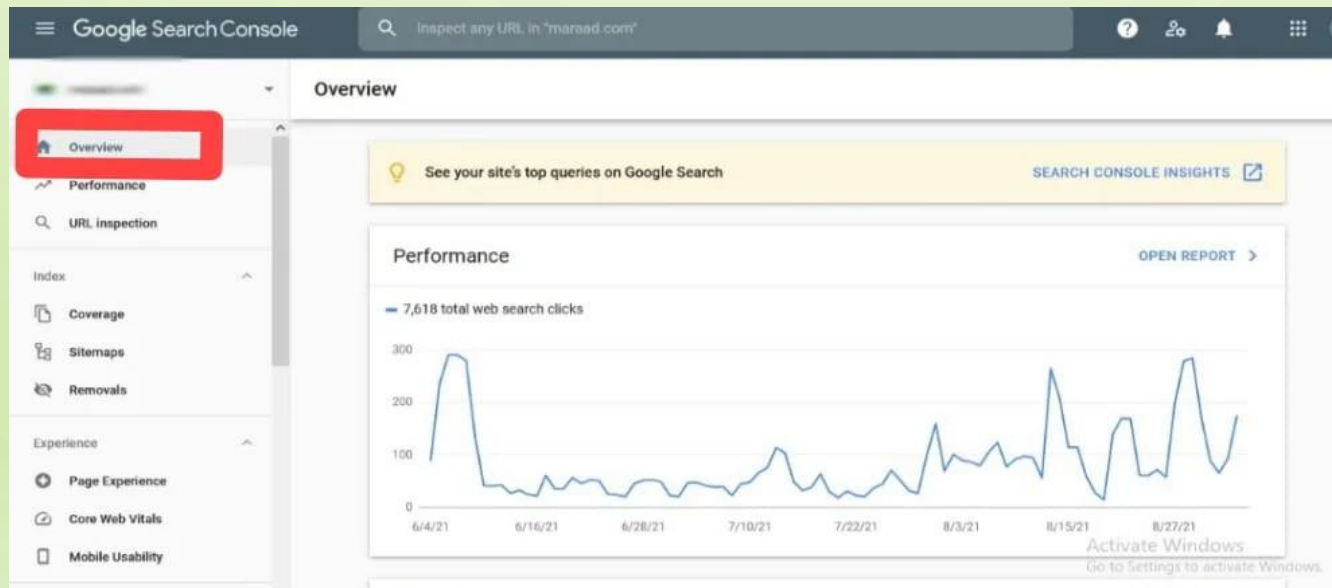
قسمت Overview یک چکیده از گزارش‌هایی است که گوگل به ما می‌دهد و این بخش پیش‌نمایشی از چهار بخش Enhancements، Experience، Coverage، performance هست.

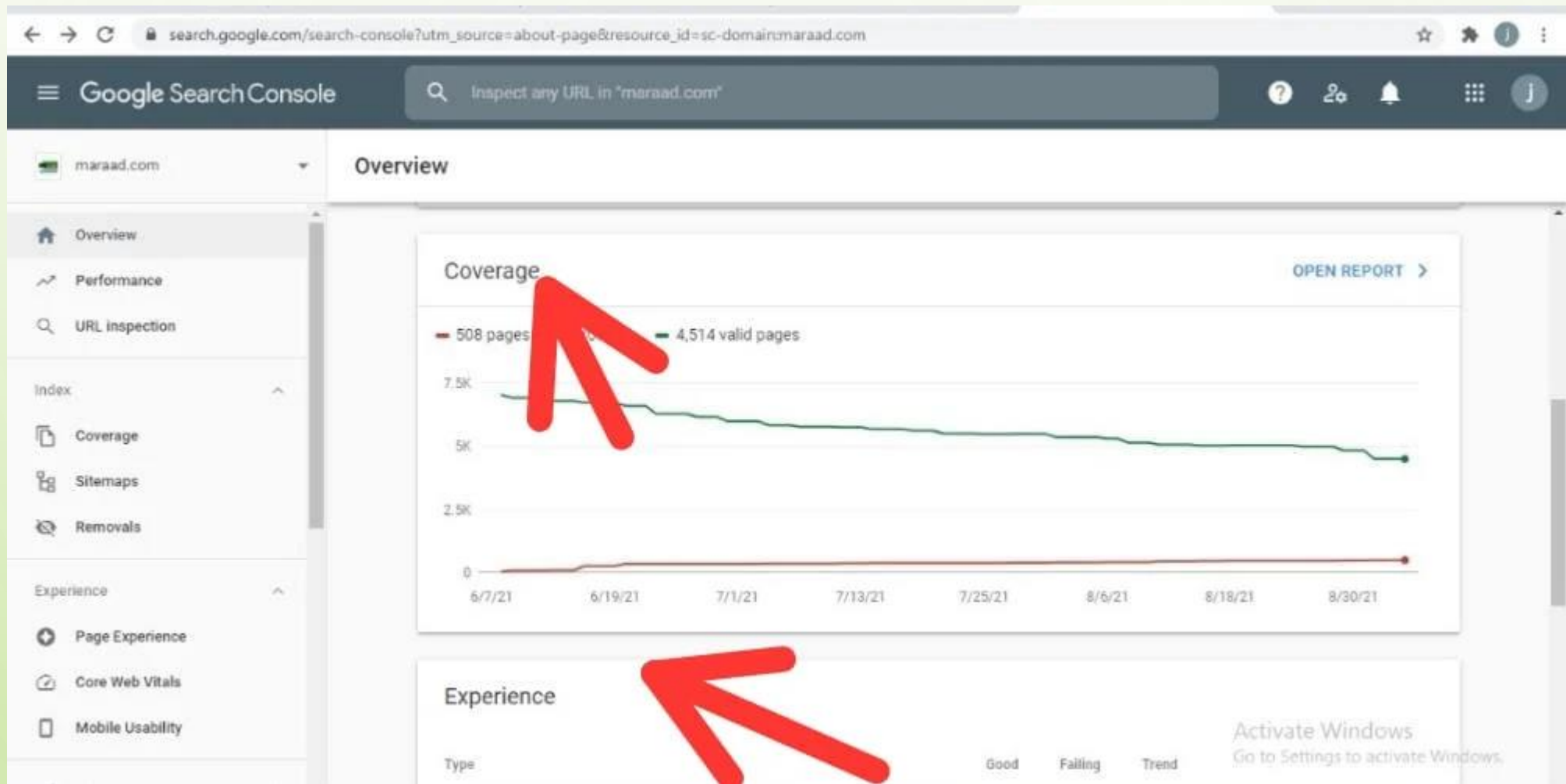
در بخش **Performance** (عملکرد) چکیده‌ای از عملکرد وب‌سایت خود در جستجوی گوگل را مشاهده خواهید کرد.

بخش **Coverage** (پوشش) گوگل سرچ کنسول در همین صفحه چکیده‌ای از تعداد صفحه با خطا و تعداد صفحه معتبر را نشان می‌دهد.

بخش **Experience** (تجربه) خلاصه‌ای از تجربه‌ی صفحات وب در تلفن همراه، قسمت Core Web Vitals که نشان‌دهنده‌ی وجه متمایزی از تجربه‌ی کاربری است و قابلیت استفاده از موبایل را نشان می‌دهد.

بخش **Enhancements** (بهبودها) نیز خلاصه‌ای از گزارش‌هایی را می‌دهد، که امکان مشاهده‌ی سطح عملکرد وب‌سایت خود و هرگونه خطا که باید به آن توجه داشته باشید در این صفحه، نمایش داده می‌شود.





search.google.com/search-console?utm_source=about-page&resource_id=sc-domain:maraad.com

Google Search Console

Inspect any URL in "maraad.com"

maraad.com Overview

- Overview
- Performance
- URL inspection
- Index
 - Coverage
 - Sitemaps
 - Removals
- Experience
 - Page Experience
 - Core Web Vitals
 - Mobile Usability

Type	Good	Failing	Trend	
Page Experience	Mobile 63.6%			OPEN REPORT >
Core Web Vitals	Mobile 100	0		OPEN REPORT >
	Desktop 116	0		
Mobile Usability	144	0		OPEN REPORT >

Enhancements

Type	Valid	Errors	Trend	
Products	0	0		OPEN REPORT >
Sitelinks searchbox	29	0		OPEN REPORT >

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

بررسی بخش (عملکرد) PERFORMANCE گوگل سرچ کنسول

نموداری که در بالای صفحه مربوط به performance گوگل سرچ کنسول وجود دارد شامل 4 بخش اصلی Total clicks، Total impressions، Average CTR، Average position است.

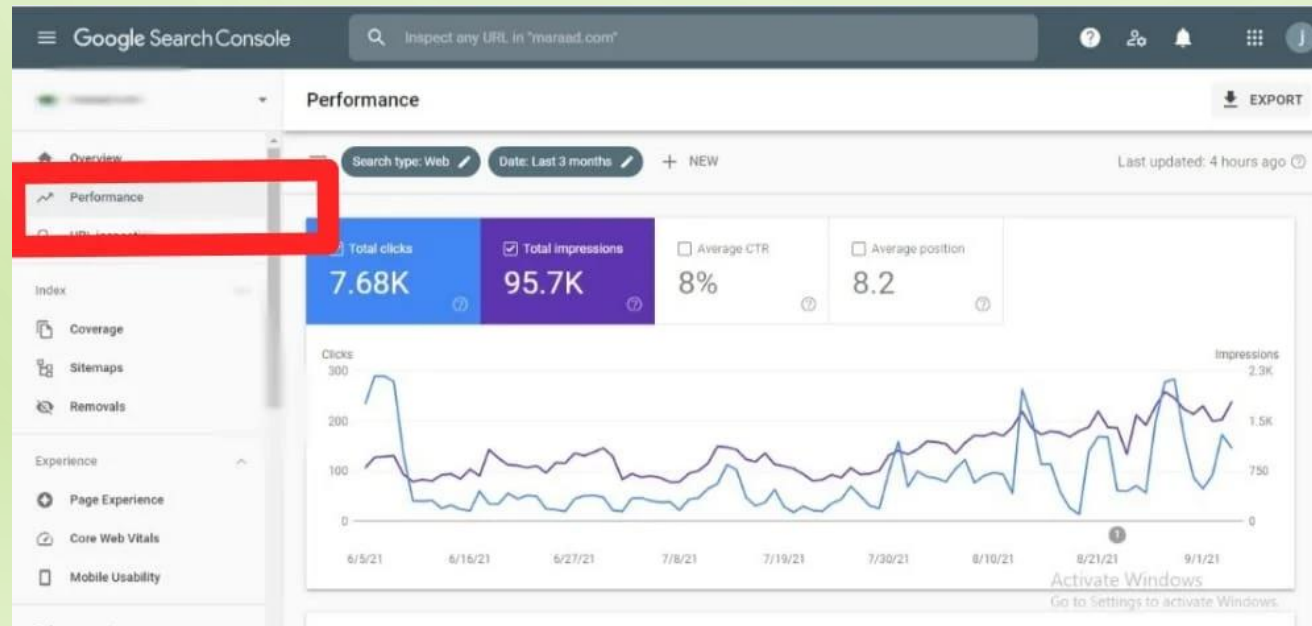
Total clicks (تعداد کل کلیک ها): این بخش مربوط به مجموع کلیک‌های صورت گرفته بر روی محتواهای وبسایت خود، در نتایج گوگل را می‌توانید بررسی کنید.

Total impressions (تعداد کل نمایش ها): عددی که در این بخش نشان داده می‌شود، مجموع دفعات نمایش وبسایتان در نتایج جستجو گوگل را نشان می‌دهد. عدد این بخش برای محتواهای متنی، تصویرها، ویدیو و موارد دیگر فرق می‌کند.

Average CTR (میانگین نرخ کلیک): این بخش مربوط به متوسط نرخ کلیک است (نرخ کلیک درواقع نسبت تعداد کلیک‌ها به تعداد نمایش وبسایت می‌باشد).

Average position (میانگین موقعیت): میانگین موقعیت وبسایتان را در سه ماه گذشته نشان می‌دهد. این عدد با توجه به بهترین میانگین موقعیت وبسایت شما تعیین می‌شود.

این چهار بخش موارد اصلی گزارش performance گوگل سرچ کنسول را نشان می‌دهند که می‌توانید با کلیک روی هر یک از این بخش‌ها اطلاعات مربوط به آن‌ها را مشاهده و بررسی کنید.



Google Search Console

Inspect any URL in "maraad.com"

?

👤

🔔

☰

J

maraad.com

Performance

URL inspection

Index

Coverage

Sitemaps

Removals

Performance

EXPORT

Search type: Web

Date: Last 3 months

+ NEW

Last updated: 3 hours ago

QUERIES1

PAGES2

COUNTRIES3

DEVICES4

SEARCH APPEARANCE5

DATES6

Top queries

Clicks

Impressions

39

<https://mihanwp.com/google-search-console-learn/>

Queries

در این دسته تنها جستجو‌هایی نشان داده می‌شود که وبسایتان در نتایج جستجو گوگل برای کاربران نمایش داده است.

Pages

لینک‌های نهایی که در نتایج جستجو گوگل نمایش داده شده‌اند در این دسته نشان داده می‌شوند. لینک‌های نهایی شده یعنی لینک‌هایی که بعنوان مثال امکان دارد در یک URL ریدایرکت شده باشد. در این قسمت تنها لینکی را نشان می‌دهد که محتوا روی آن redirect شده است.

Countries

در این دسته کشورهایایی که جستجو‌ها از آنجا اتفاق می‌افتد را می‌توانید مشاهده کنید. بنابراین می‌توانید ببینید بیشترین آمار جستجو از کدام کشورها صورت گرفته است. البته به این نکته توجه داشته باشید که اکثراً کاربران ممکن است با وی پی ان وارد سایت شوند بنابراین به گزارش‌های این قسمت نمی‌توان زیاد اعتماد کرد.

Devices

در قسمت device می‌توانید ببینید که چه تعداد از کلیک‌ها از طریق نمایش‌های وبسایتان در نسخه دسکتاپ و چه تعداد در گوشی‌های تلفن همراه صورت گرفته است. مزیت این کار این است که شما می‌توانید نقاط قوت و ضعف خود را پیدا کنید و همچنین با توجه به تعداد بازدیدکننده‌ها از طریق موبایل یا دسکتاپ بهبود بخشیدن به هر یک از آن‌ها را در اولویت کار خود قرار دهید.

Search Appearance

در این دسته ویژگی نتایج جستجو منحصربه‌فرد مثل صفحات غنی (rich pages یا AMP یا Rich result) نمایش داده می‌شود.

AMP سرعت وبسایت در گوشی‌های موبایل را نشان می‌دهد.

Rich result هر نوع از نتیجه‌های غنی وبسایت که در داده‌های ساختاریافته است در این قسمت نمایش داده می‌شود.

Dates

در این قسمت می‌توانید تعداد کلیک‌ها و impressions را برای هر روز مجزا ببینید. به صورت پیش فرض گوگل سرچ کنسول اطلاعات مربوط به بازه یک نیمه‌شب تا نیمه‌شب بعدی را نشان می‌دهد که از طریق فیلتر زمانی می‌توانید اطلاعاتی از بازه‌های زمانی دلخواه خود را ببینید.

بررسی ابزار URL INSPECTION

URL inspection گوگل سرچ کنسول یکی از مهمترین بخش‌های آن به شمار می‌رود. از طریق این قسمت گوگل سرچ کنسول می‌توانید خطاها و مشکلات موجود در صفحات وبسایت خود را مشاهده و رفع کنید.

با استفاده از این بخش می‌توانید اطلاعاتی دقیق درباره وضعیت crawling و ایندکس شدن صفحات وبسایت خود به‌دست آورید. همچنین از طریق ابزار fetch as google که در این بخش قرار گرفته، درخواست ایندکس شدن صفحه موردنظر خود را به گوگل ارسال کنید.

crawling چیست؟

معنای لغوی crawling یعنی دنبال کردن راه و مسیر، ولی در اصطلاح سئو یعنی زمانی که ربات‌های گوگل لینک‌های شما را دنبال می‌کنند. این کار توسط ربات‌های گوگل که به آن خزنده هم می‌گویند انجام می‌شود.

indexing چیست؟

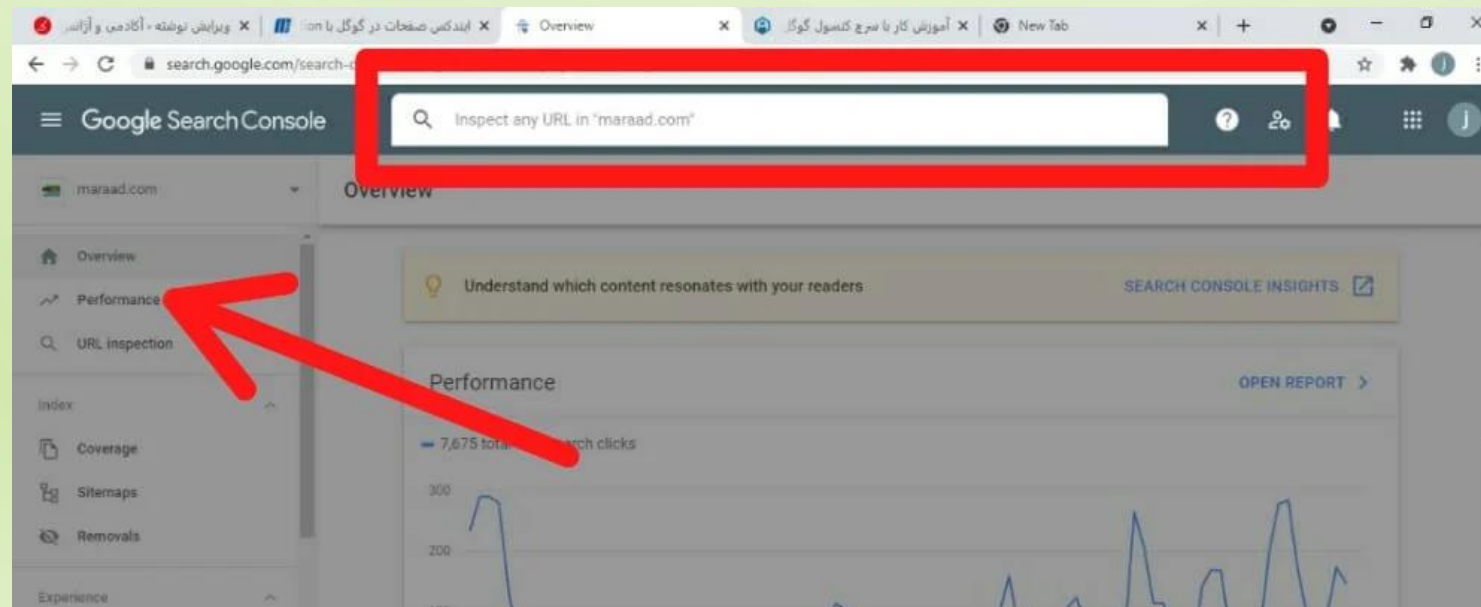
- بعد از crawling شدن صفحات وبسایت توسط خزنده‌های گوگل نوبت ایندکس شدن صفحات سایت است که یعنی محتوای وبسایت شما در موتورهای جستجو گوگل ذخیره می‌شود.

نحوه FETCH کردن در سرچ کنسول

fetch as google از قابلیت‌های بسیار مهمی است که با استفاده از آن می‌توانید صفحات وبسایت خود را به شکل دستی ایندکس کنید. چون گاهی اوقات صفحات وبسایت شما توسط خزنده‌های گوگل ایندکس نمی‌شود یا زمان ایندکس شدن آن‌ها کمی طولانی است. بنابراین با استفاده از این ابزار شما می‌توانید به صورت دستی صفحه‌ی خود را ایندکس کنید.

برای fetch کردن در گوگل سرچ کنسول جدید می‌توانید طبق تصاویر زیر این کار را انجام دهید.

1. ابتدا وارد گوگل سرچ کنسول خود شوید و در ستون سمت چپ صفحه روی گزینه URL inspection کلیک کنید. سپس در کادر مشخص‌شده در تصویر آدرس صفحه‌ی موردنظر خود را که می‌خواهید آن را ایندکس کنید را وارد و گزینه Enter را بزنید.



Google Search Console

Inspect any URL in "maraad.com"

?

20

🔔

☰

J

🇸🇦 maraad.com

Overview

🏠 Overview

📈 Performance

🔍 URL inspection

Index

Coverage

Sitemaps

Removals

Experience

🚀 Page Experience

📊 Core Web Vitals

📱 Mobile Usability

💡 Understand which content resonates with your readers

SEARCH CONSOLE INSIGHTS

Performance

7,675 total web

Retrieving data from Google Index

CANCEL

300

200

100

0

6/5/21

6/17/21

6/29/21

7/11/21

7/23/21

8/4/21

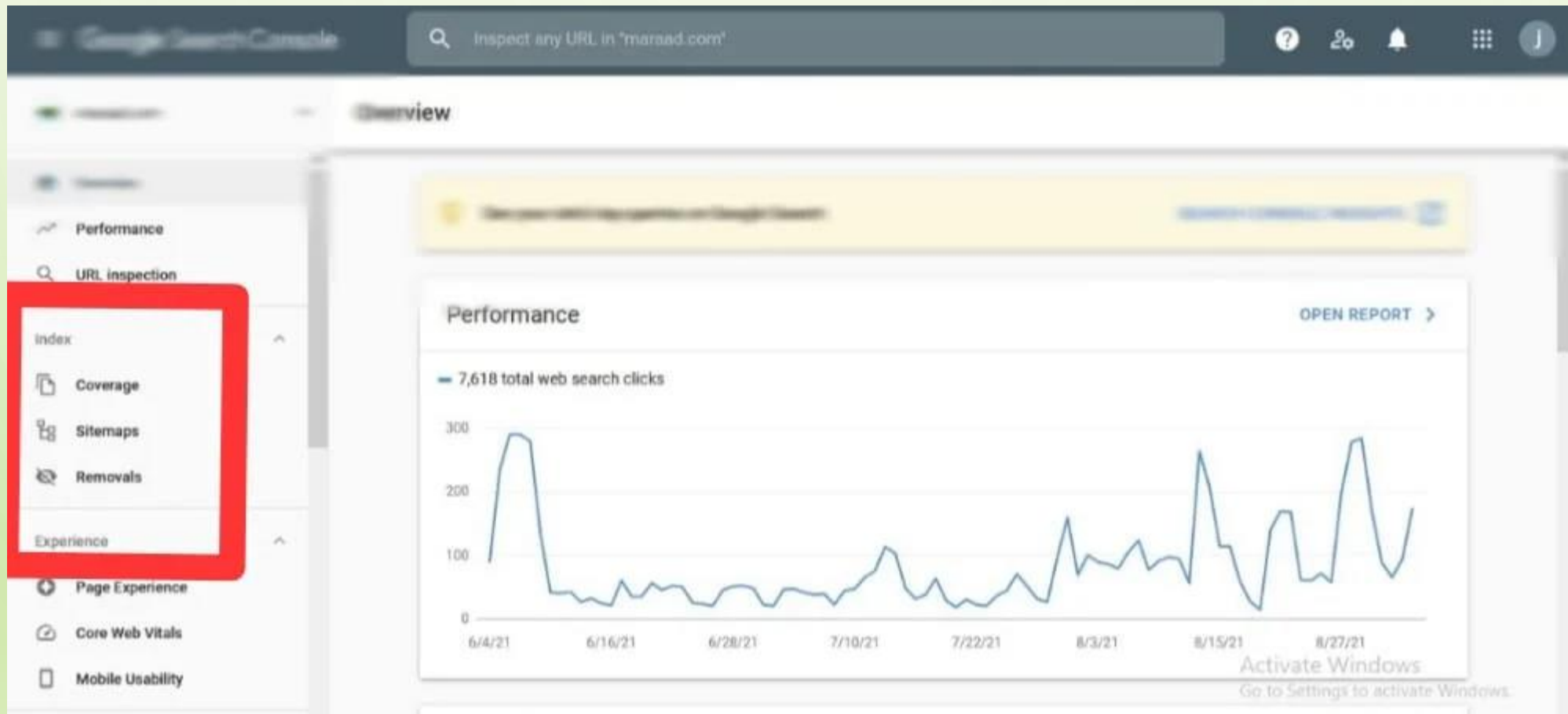
8/16/21

8/28/21

OPEN REPORT

بررسی ایندکس شدن INDEX سایت با گوگل سرچ کنسول

- بخش index شامل سه زیر بخش coverage و site map و Removals است که بخش Removals به تازگی به سرچ کنسول اضافه شده است.



بخش COVERAGE

در این بخش شما می‌توانید ببینید که چه صفحاتی از سایت شما ایندکس شده و چه صفحاتی با خطا مواجه شده و ایندکس نشده. شما می‌توانید دلیل ایندکس نشدن لینک‌های وبسایت خود را نیز بررسی کنید و خطاهای احتمالی آن را رفع کنید. در این صفحه خطاهای ۴۰۴ و ... نمایش داده می‌شوند.

در بخش coverage گوگل سرچ کنسول علاوه بر بدست آوردن اطلاعات مربوط به ایندکس شدن لینک‌های سایت، توضیحاتی درباره خطاها و ارورهای پیش‌آمده وجود دارد. بنابراین شما این امکان را دارید تا با کمی بررسی مشکلات و خطاهای ایجادشده را شناسایی و رفع کنید. در تصویر زیر یک آدرس از صفحه به همراه نوع خطا نشان داده می‌شود.



بخش نقشه سایت (SITEMAP)

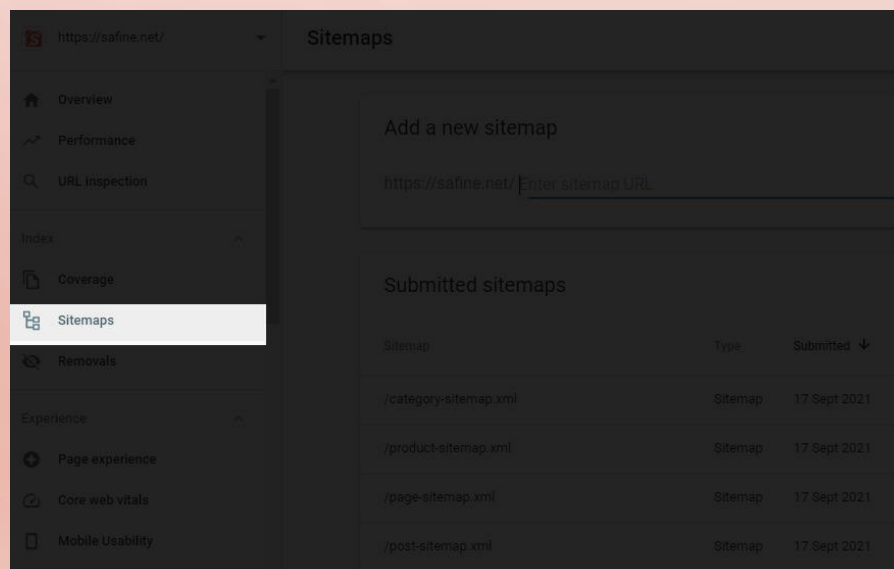
- با کمک این بخش از می‌توانید سایت مپ سایت خود را به سرچ کنسول معرفی و در آن ثبت کنید. سایت مپ نقش سازنده‌ای در فرآیند ایندکس شدن صفحات وبسایت شما دارد بنابراین آن را جدی بگیرید.

ثبت نقشه سایت در گوگل

برای ثبت نقشه سایت خود وارد حساب گوگل سرچ کنسول شوید.

برای یادگیری رایگان گوگل سرچ کنسول می‌توانید وارد صفحه آموزش گوگل سرچ کنسول شوید.

- سپس به "sitemaps" → "Index" در ستون فرعی بروید. اگر قبلاً نقشه سایت خود را ثبت کرده‌اید، لیستی از "نقشه‌های سایت ثبت شده" را در این صفحه مشاهده خواهید کرد:



- اگر از وردپرس استفاده می‌کنید از افزونه XML sitemaps استفاده کنید. این افزونه نقشه سایت شما را به صورت XML به صورت اتوماتیک پس از انتشار هر مطلب به روزرسانی می‌کند. البته می‌توانید از نقشه‌ساز همان افزونه یوست سئو Yoast SEO یا افزونه رنک مٹ rank math نیز استفاده کنید.

- برای مثال در افزونه رنک مٹ وارد بخش تنظیمات نقشه سایت می‌شوید و لینکی که در تصویر زیر نشان داده شده بخش sitemap_index.xml آدرس نقشه سایت شما خواهد بود. و این آدرس URL را در گوگل سرچ کنسول وارد می‌کنید و سپس submit را می‌زنید.

Get Now

!From April 16, save 25% on our top WordPress plugins: MasterStudy LMS, Cost Calculator, and Motors

عمومی

این زبانه شامل تنظیمات مربوط به نقشه‌های XML است. [بیشتر بدانید](#)

نقشه سایت شما در اینجا پیدا می‌شود: https://www.niksa-nikosanat.com/sitemap_index.xml

پیوندها در نقشه سایت: 200

حداکثر تعداد پیوندها در هر صفحه نقشه سایت

تصاویر در نقشه سایت: ☒

شامل ارجاع به تصاویر از محتوای نوشته در نقشه‌های سایت، این به موتورهای جستجو می‌کند تا تصاویر مهم را در صفحات خود نمایه کنند.

شامل تصاویر شاخص: ☒

تصویر شاخص را نیز درج کنید، حتی اگر مستقیماً در محتوای نوشته ظاهر نشود.

TablePress

جستجوگر عاج

Rank Math SEO

پیشخوان

هوش مصنوعی محتوا

جدید

آدالیتکس

تنظیمات عمومی

عنوان‌ها و متا

تنظیمات نقشه سایت

مدیریت دسترسی

مانیتور 404

تغییر مسیرها

تحلیلگر سئو

آمار و ابزارها

راهنما و پشتیبانی

المنتور

قالب‌ها

WPForms

نمایش

- برای ساخت نقشه سایت با افزونه Yoast SEO باید وارد بخش تنظیمات شده و قسمت نقشه سایت را انتخاب نمایید. وارد بخش تنظیمات سایت میشوید و با کلیک بر روی لینک با صفحه زیر مواجه می شوید که لینک صفحه همان آدرس نقشه سایت شما خواهد بود که این آدرس را در گوگل سرچ کنسول وارد می نمایید.

mihanwp.com/sitemap_index.xml

MihanWP Marketing Tasks System Financial Resources Tools Reading

XML Sitemap

Generated by **YoastSEO**, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines.

You can find more information about XML sitemaps on **sitemaps.org**.

This XML Sitemap Index file contains 6 sitemaps.

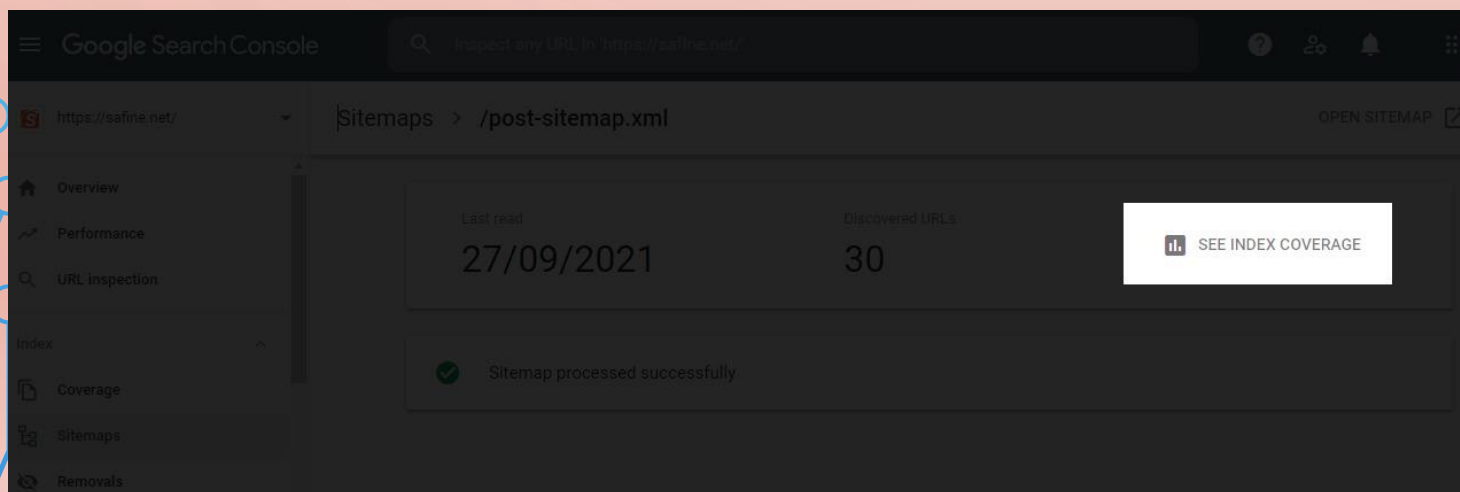
Sitemap	Last Modified
https://mihanwp.com/post-sitemap1.xml	2019-03-03 14:24 +03:30
https://mihanwp.com/post-sitemap2.xml	2019-08-31 15:52 +04:30
https://mihanwp.com/page-sitemap.xml	2019-08-28 15:02 +04:30
https://mihanwp.com/docs-sitemap.xml	2019-08-03 15:22 +04:30
https://mihanwp.com/category-sitemap.xml	2019-08-31 15:52 +04:30
https://mihanwp.com/product-docs-sitemap.xml	2019-08-03 15:22 +04:30

در هر صورت برای ثبت نقشه سایت خود، URL نقشه سایت خود را وارد این بخش کنید و "Submitted" را فشار دهید.

- و اگر همه چیز تنظیم شده است، می‌توانید اطلاعات مربوط به نقشه سایت خود را در این صفحه و در بخش "submitted sitemaps" مشاهده کنید:

وقتی گوگل نقشه سایت شما را خزش کرد، در زیر "Submitted sitemaps" بر روی آن فایل کلیک کنید: اگر پیغام "sitemap index processed successfully" را ببینید، سپس گوگل نقشه سایت شما را خزش می‌کند.

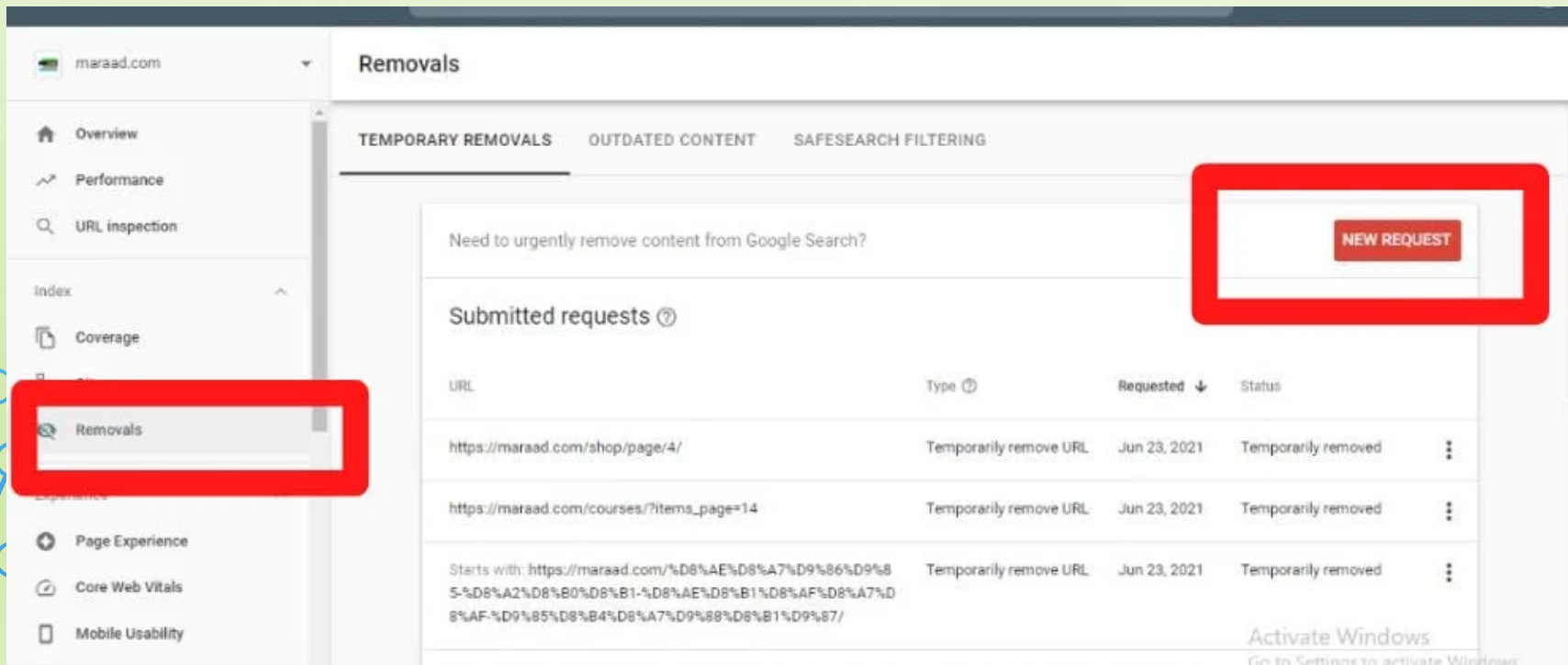
- همچنین می‌توانید بر نماد نمودار میله‌ای به منظور رفتن به Coverage Report برای نقشه سایت خود روی see index coverage کلیک کنید:



بخش REMOVALS (حذف شده ها)

این گزینه که به تازگی در قسمت Index سرچ کنسول اضافه شده است، به شما کمک می‌کند که، صفحه‌ای که ایندکس گوگل شده است و صفحاتی از سایت است که نیاز به حذف کردن دارد از این طریق انجام شود.

برای این کار طبق تصویر زیر روی بخش Removals کلیک می‌کنیم و سپس روی گزینه New Request کلیک می‌کنیم. حال صفحه‌ای به ما نشان داده می‌شود که در کادر مربوطه url صفحه‌ای که می‌خواهیم حذف کنیم را می‌گذاریم و گزینه اینتر را فشار می‌دهیم.

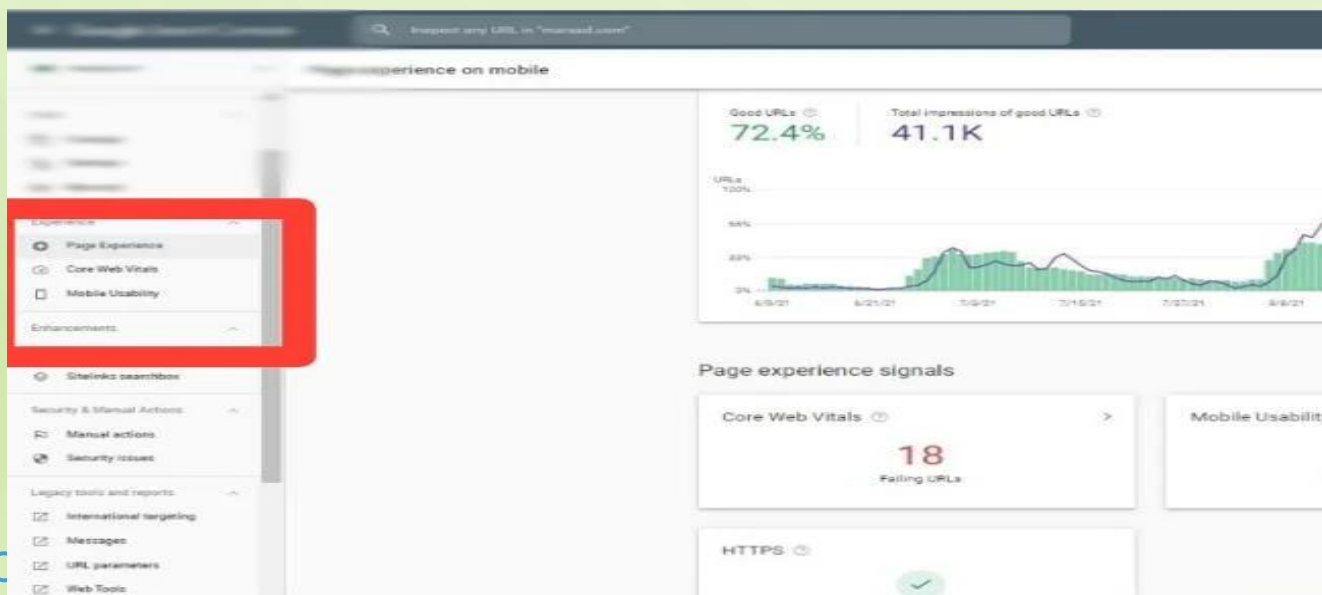


بررسی تجربه کاربری سایت با EXPERIENCE

این بخش گزارش تجربه صفحه در سرچ کنسول است و از سه زیر بخش Page Experience، Core Web Vitals و Mobile Usability تشکیل شده است که به توضیح یکایک آن ها می پردازیم.

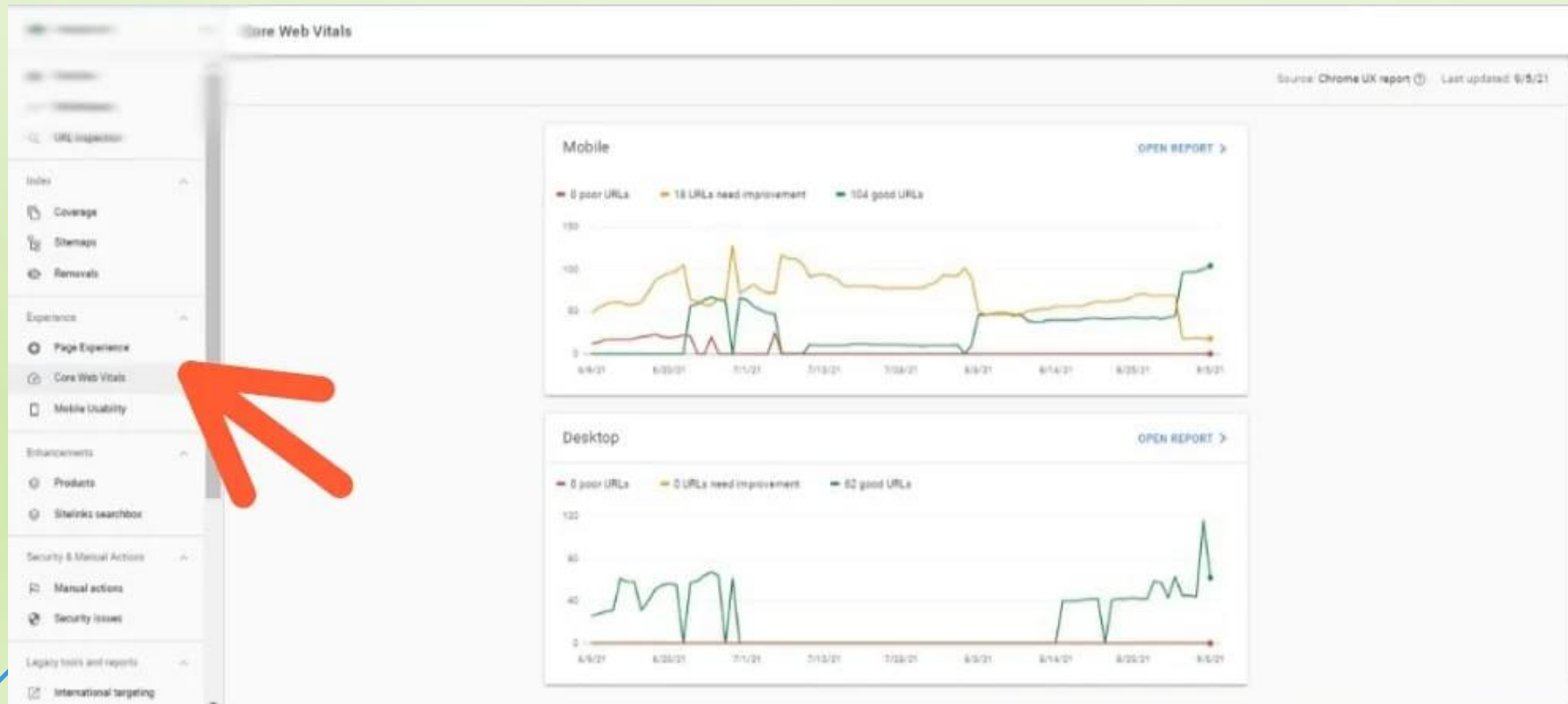
Page Experience

- در این بخش بیشتر تجربه ی کاربران و تعامل آن ها با یک صفحه از وبسایت مثل درصد URL های دارای صفحه خوب ارزیابی می شود. و تعداد صفحات با تجربه کاربری خوب و بد سایت را در نمودار نشان می دهد. بررسی این معیارها به شما این امکان را می دهد که عملکرد سایت را سریعاً ارزیابی کنید.



CORE WEB VITALS

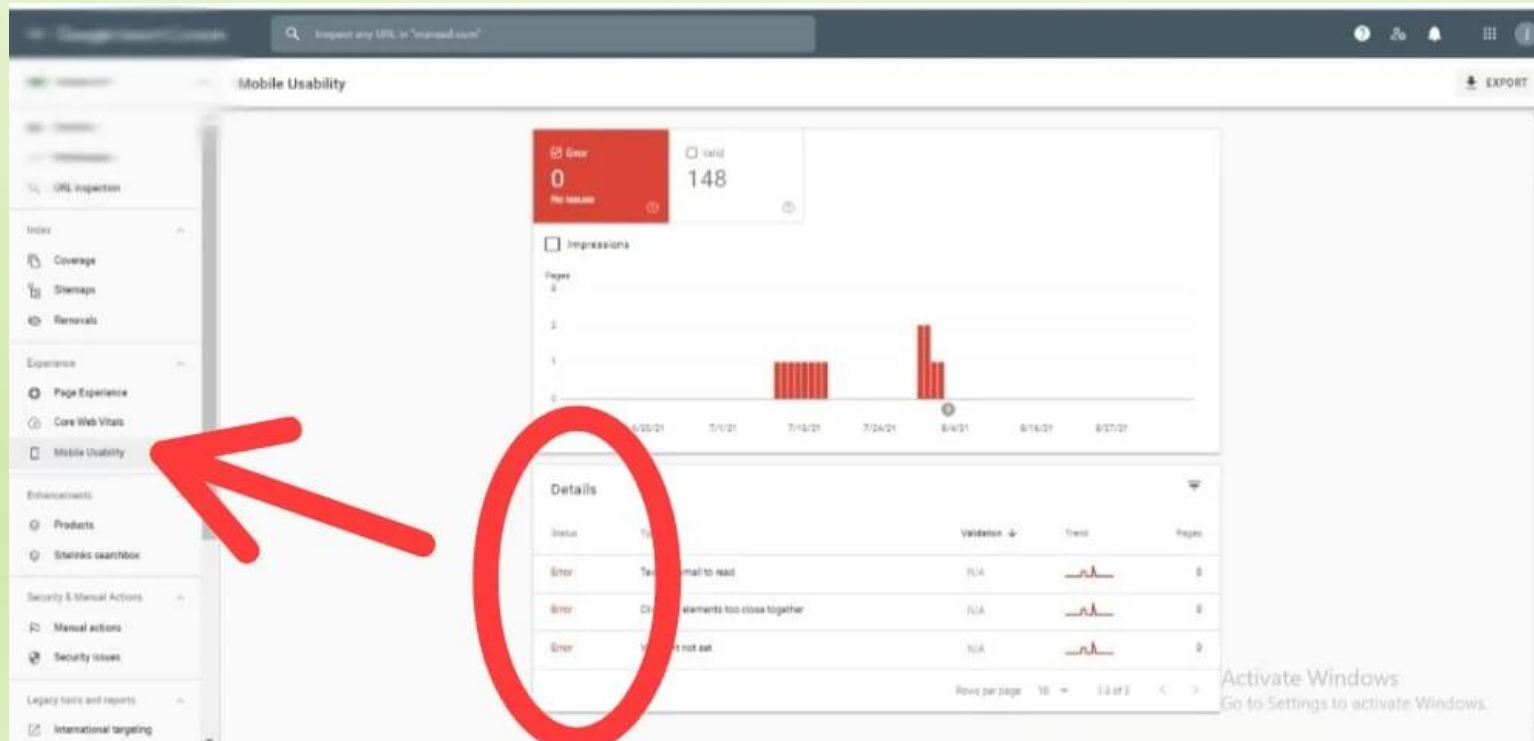
- علائم حیاتی هسته وب نیز به آن می گویند، در این بخش گزارش سرعت لود شدن صفحات سایت شما در دسکتاپ و نسخه موبایل را نشان می دهد. در این بخش بعد از آنالیزها و بررسی ها توسط گوگل 3 معیار LCP (سنجش میزان سرعت بارگذاری صفحات سایت) ، FID (سنجش میزان سرعت بارگذاری اولین محتوا در یک صفحه از سایت) و در آخر CLS (تعامل و ثبات دیداری در طراحی) را معرفی کرد.



MOBILE USABILITY

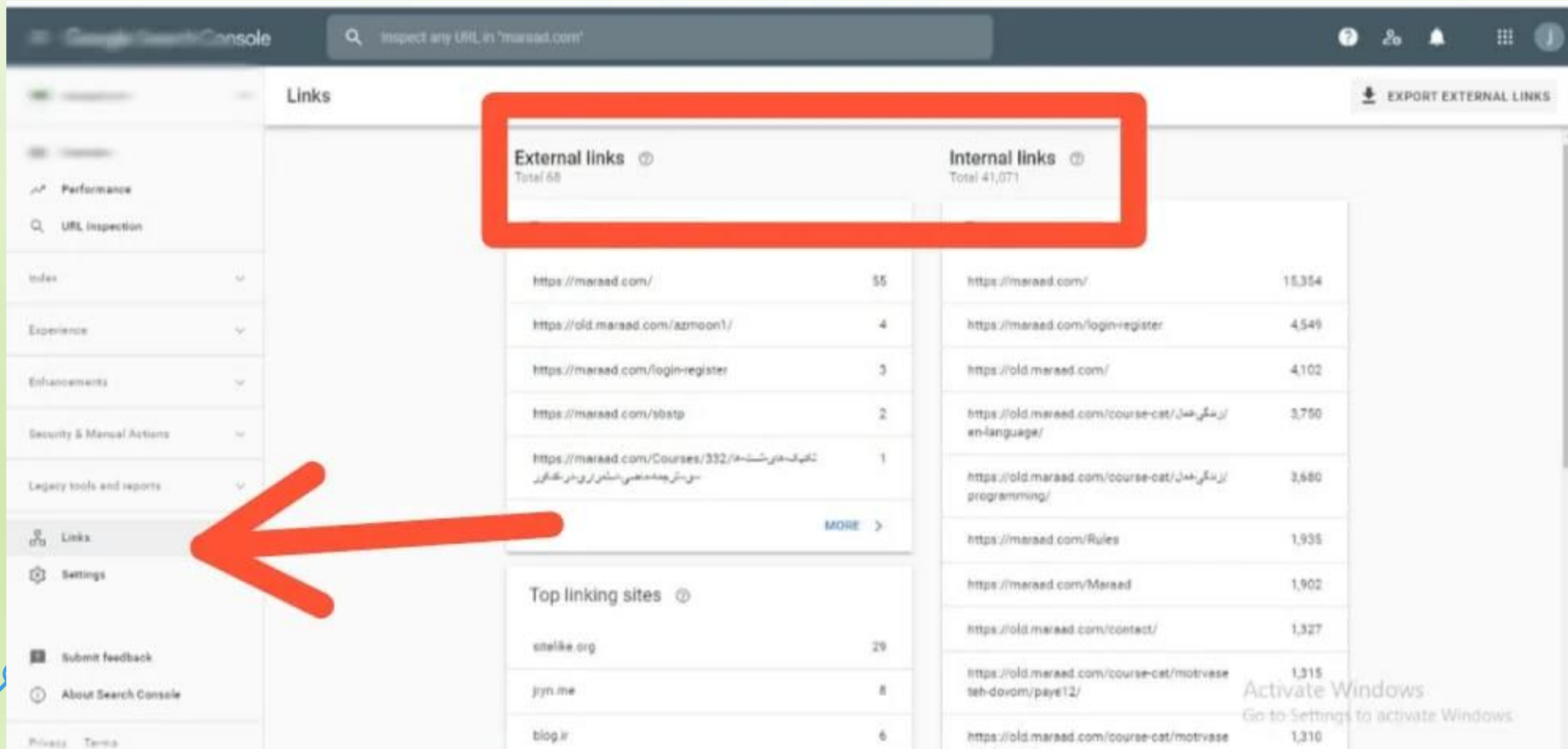
امروزه تعداد کاربرانی که با دیوایس‌های مختلف به‌خصوص کاربرانی که با موبایل وارد گوگل می‌شوند بسیار زیاد شده است. بنابراین این موضوع برای گوگل مهم شده است. اینکه صفحات وب‌سایت شما در اندازه و دیوایس‌های دیگر مثل موبایل قابل‌نمایش باشد، یکی از عوامل‌های مهم برای سئو گوگل می‌باشد.

- در بخش Mobile Usability صفحاتی که در نسخه‌ی موبایل با مشکل نشان داده می‌شوند را می‌توانید ببینید و در صورت برطرف کردن مشکل، گوگل مجدداً آن صفحه از سایت را بررسی می‌کند و خطاهای این بخش را رفع می‌نماید.



بررسی بخش LINKS در SEARCH CONSOLE

- به کمک این بخش می‌توانید گزارش‌هایی از لینک‌سازی‌های داخلی و خارجی سایت خود را مشاهده کنید و ببینید که چه سایت‌هایی به شما لینک داده‌اند.



The screenshot shows the Google Search Console interface for the domain 'maraad.com'. The 'Links' section is active, displaying two main categories: 'External links' (Total 68) and 'Internal links' (Total 41,071). A red box highlights these category headers. Below them, two tables list specific links and their counts. A large red arrow points from the 'Links' menu item in the left sidebar to the main content area.

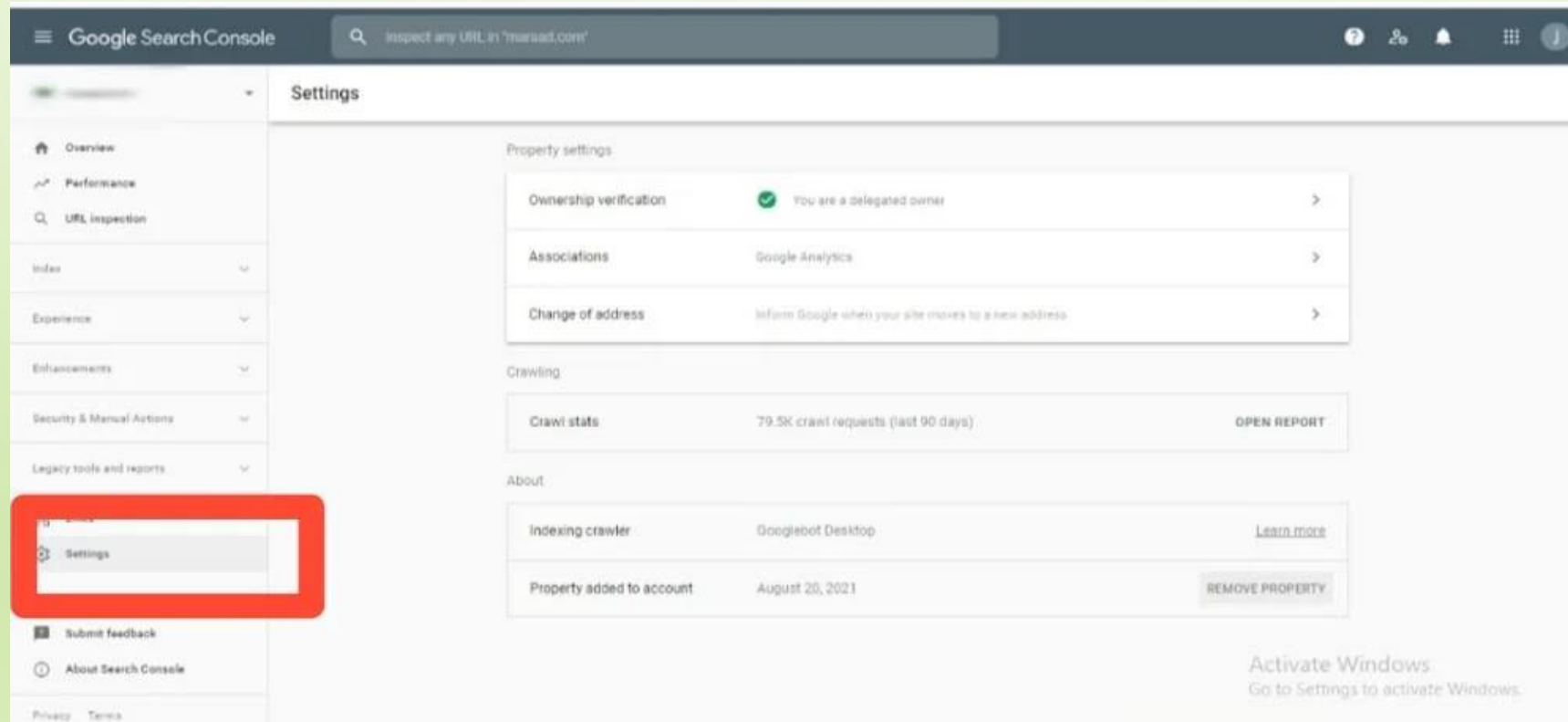
External links	
https://maraad.com/	55
https://old.maraad.com/azmoon1/	4
https://maraad.com/login-register	3
https://maraad.com/stop	2
https://maraad.com/Courses/332/تکلیف‌های‌شماره-۳-در-مجموعه-ی-شماره-۱-در-مجموعه-ی-...	1

Internal links	
https://maraad.com/	15,354
https://maraad.com/login-register	4,549
https://old.maraad.com/	4,102
https://old.maraad.com/course-cat/ازدگی‌مدل-en-language/	3,750
https://old.maraad.com/course-cat/ازدگی‌مدل-programming/	3,680
https://maraad.com/Rules	1,935
https://maraad.com/Maraad	1,902
https://old.maraad.com/contact/	1,327
https://old.maraad.com/course-cat/motivase-teh-dovom/paye12/	1,315
https://old.maraad.com/course-cat/motivase-teh-dovom/	1,310

Top linking sites	
enlike.org	29
jryn.me	8
blog.ir	6

تنظیمات گوگل سرچ کنسول

- این بخش تنظیمات گوگل سرچ کنسول است. در این بخش شما می‌توانید دامنه‌های جدید معرفی کنید، دامنه‌های قبلی ثبت‌شده را حذف کنید یا برای کاربران سطح دسترسی ایجاد کنید و یا نشانی سایت را تغییر دهید.



فایل ROBOTS.TXT چیست؟ بهینه سازی فایل ربات در وردپرس

- این فایل به شما اجازه می‌دهد مشخص کنید گوگل کدام بخش‌های سایت شما را ایندکس کند و دسترسی به محتوای غیر مرتبط را محدود می‌کند. به صورت خودکار عملکرد سایت را بهبود می‌بخشد و صفحات کم‌اهمیت را از ایندکس شدن منع می‌کند.
- به دلیل این‌که برای ربات‌های گوگل و بینگ robots.txt مهم است. این فایل به دلیل این‌که اجازه می‌دهد موتورهای جستجو مانند: گوگل و یاهو و یا بینگ محذرات سایت شما را ایندکس کند یا ایندکس نکند حائز اهمیت می‌باشد.
- فایل robots.txt نقش مهمی در بهبود سئو سایت دارد و نصب آن به شدت توصیه می‌شود. هرچند نبودش مانع جستجو شدن سایت نمی‌شود، اما با استفاده از آن می‌توانید مدیریت بهتر و حرفه‌ای‌تری روی محتوای سایت داشته باشید و از رقبا پیشی بگیرید. حتی گوگل خود نیز این فایل را دارد، بنابراین ساخت آن بسیار اهمیت دارد.
- بله برای اینکه صفحه سایت شما بتواند توسط گوگل، بینگ و... ایندکس شود شما به فایل Robots.txt نیاز دارید. تا زمانی که فایل ربات نباشد گوگل و سایر موتورهای جستجو نمی‌توانند به صفحه اصلی یا ایندکس سایت شما دسترسی داشته باشند؛ معمولاً اگر شما در هاست خود فایل Robots.txt نداشته باشید باید یک فایل جدید بسازید و نام آن را ربات بگذارید.



تکلیف هفته آینده

جلسه ششم

- ثبت نقشه سایت در گوگل سرچ کنسول
- ساخت و ایجاد فایل robots.txt با استفاده از آموزش لینک زیر

<https://mihanwp.com/robots/>

موتور جستجو چیست؟

- موتورهای جستجو فضاهای ساخته شده ای هستند که توسط شرکت های مختلف و بزرگی که در ادامه از آن ها بیشتر خواهیم گفت ساخته می شود. در موتور های جستجو شما می توانید به صفحه های موجود و فایل ها و دیگر اطلاعات مورد نظرتان دسترسی داشته باشید.
- کار با موتور های جستجو بسیار راحت است، زیرا کافی است تا شما عبارت کلیدی و مورد نظر را تایپ و جستجو نمایید تا صفحه های زیاد و مختلفی اما با یک موضوع برای شما به نمایش درآورده شود.
- موتور های جستجو الگوریتم های مخصوص به خود را دارد. به این نحو که شما باید یک سری دستورالعمل ها و برنامه هایی را پیاده کنید تا صفحه شما در موتور جستجو نمایان شود. چنین کاری با سئو سایت شدنی است.
- سئو سایت ها به سئو داخلی، سئو خارجی و سئو تکنیکال تقسیم می شود. ویژگی بارز و هدف موتور جستجو این است که کاربران در سریع ترین زمان ممکن و با راحت ترین حرکت، به اطلاعاتی که می خواهند دست پیدا کنند.

<https://www.webramz.com/blog/what-is-search-engine/>

<https://www.bertina.ir/blog/understanding-how-search-engines-work/>

موتورهای جستجو چگونه نتایج را رتبه بندی می کنند؟

- برای رتبه بندی کردن صفحات، موتورهای جستجو از الگوریتم‌ها استفاده می‌کنند.
- سوالی که همه دارند، این است که چگونه جزو بهترین نتایج باشیم و پاسخ واضح است: الگوریتم های گوگل را بشناسید. هر الگوریتم مسئول کار خاصی است. برای مثال در الگوریتم پیج رنک صفحاتی که محتوا های ارزشمند و قوی تری داشته باشند و با صفحات مرتبطی لینک داده شده باشد، در رتبه های بالاتری قرار خواهند رفت. همچنین برخی الگوریتم‌های موتور های جستجو مربوط به موقعیت های جغرافیایی می باشد.



بهترین موتورهای جستجو در جهان

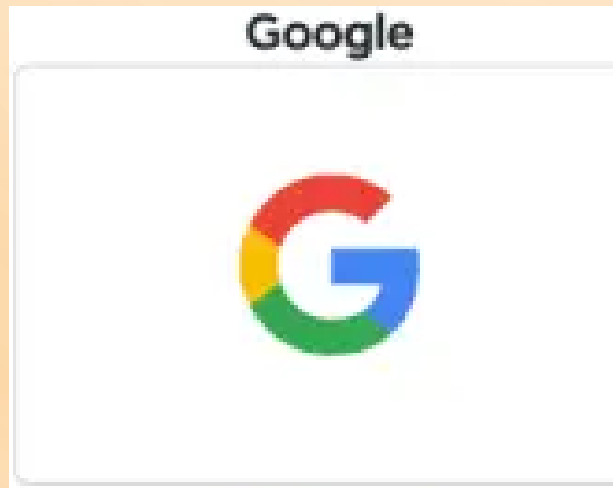
- موتورهای جستجوی زیادی وجود دارند که هر کدام قابلیت ها، الگوریتم ها و مزایایی را دارند که با توجه به نیاز کاربران می توانند انتخاب شوند. موتورهای جستجو هر کدام می توانند الگوریتم مربوط به خود را داشته باشند تا کاربران بتوانند از طریق آن به صفحات اول برسند.



3 نمونه از بهترین موتورهای جستجو:

1- گوگل

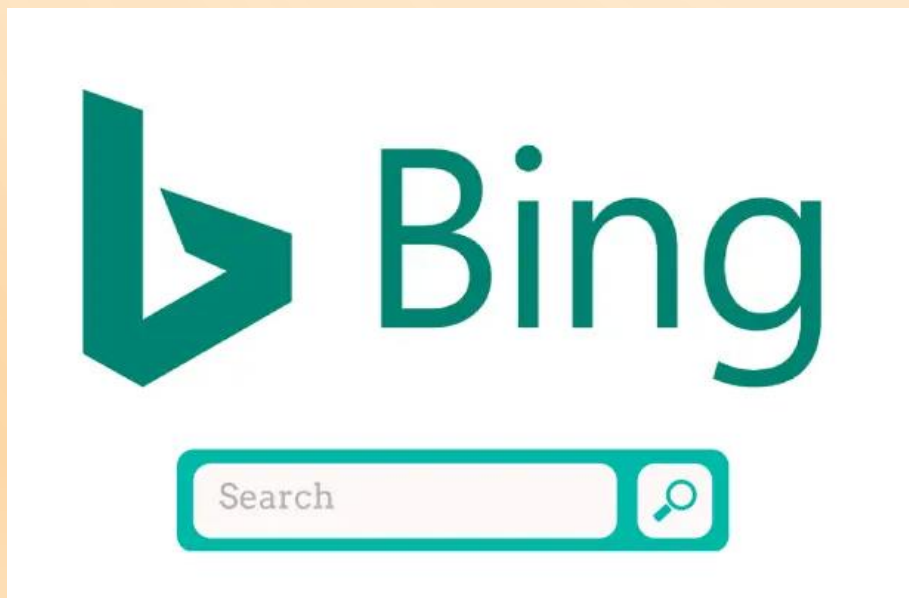
- گوگل که به عنوان یکی از پرکاربردترین موتورهای جستجو در جهان شناخته شده است و از محبوبیت بسیار بالایی برخوردار است. این موتور جستجو قادر است تا به صورت دقیق و سریع نتایج جستجوی کاربران را در اختیار کاربران قرار دهد. گوگل از الگوریتم‌های پیچیده و هوشمندی برای جستجوی وب استفاده می‌کند و می‌تواند به راحتی میلیاردها صفحه وب را جستجو کند.



3 نمونه از بهترین موتورهای جستجو:

2- بینگ

- بینگ یکی دیگر از موتور های جستجوی محبوب است که توسط شرکت مایکروسافت ساخته است. این موتور جستجو برای جستجوی و دست یافتن به انواع وب، تصویر، ویدئو و اخبار استفاده می شود.
- بینگ همچنین از الگوریتم های هوشمند برای جستجوی دقیق و بهینه استفاده می کند. بینگ جز قدیمی ترین موتور های جستجوگر شناخته می شود



3 نمونه از بهترین موتورهای جستجو:

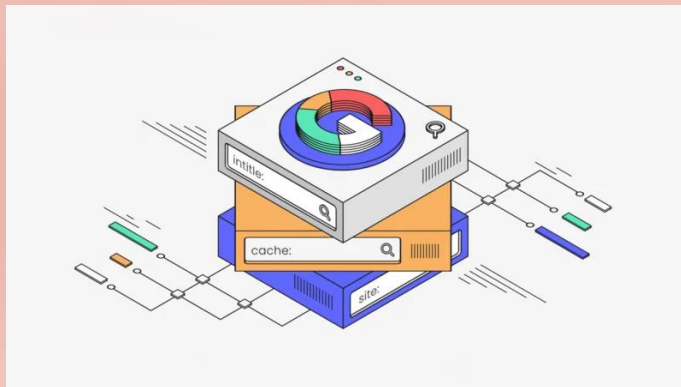
3- یاهو

- یاهو به عنوان یکی دیگر از موتور های جستجوی پرکاربرد در جهان شناخته شده است و سال پیش فعالیت خود را آغاز کرده بود و همچنان با قدرت به فعالیتش ادامه می دهد.
- این موتور جستجو قادر است تا نتایج جستجوی دقیقی را در اختیار کاربران قرار دهد. یاهو از الگوریتم های پیچیده برای جستجوی وب استفاده می کند، زیرا یکی از اهداف یاهو ارائه بهترین خدمات به کاربران است.



الگوریتم های گوگل

- الگوریتم گوگل قانونی است که گوگل برای خود وضع کرده تا بر اساس آن به سایت ها رتبه دهد. الگوریتم های بسیار زیادی وجود دارد که خیلی از آن ها حتی توسط گوگل منتشر نشده است.
- در چند سال اخیر گوگل تعداد زیادی الگوریتم معرفی کرده است و بسیار مهم است که ما به عنوان یک سئوکار با این الگوریتم ها آشنا باشیم.



الگوریتم گوگل پاندا PANDA ALGORITHM

- الگوریتم پاندا گوگل حدود 11 سال پیش برای مقابله با سایت‌هایی با محتوای ضعیف، کپی و تبلیغات زیاد ایجاد شد که اعتبار گوگل را تهدید می‌کردند. وظیفه این الگوریتم، کاهش رتبه سایت‌های با محتوای بی‌کیفیت و ارتقای سایت‌هایی با محتوای اصیل، مفید و جامع است. پاندا کیفیت محتوا را براساس رضایت کاربران ارزیابی کرده و به‌صورت دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شود تا از انتشار محتوای بی‌ارزش جلوگیری کند.



<https://mihanwp.com/google-panda/>

الگوریتم EMD(EXACT MACH DOMAIN)

سال 2012 گوگل الگوریتم EMD (Exact Mach Domain) را پیاده‌سازی کرد. با این الگوریتم دیگر نام دامنه سایت هیچ تاثیری بر روی سئو سایت شما نخواهد داشت. تا قبل از پیاده‌سازی این الگوریتم، نام دامنه سایت تاثیر مستقیمی بر روی سئو سایت شما می‌گذاشت. به این صورت که اگر دامنه سایت شما besthotelsintehran.com باشد و یک کاربر همین عبارت را در گوگل جستجو کند؛ سایت شما نمایش داده شود. همین موضوع باعث شد برخی افراد سودجو یا همان سئوکارهای کلاه سیاه از این قضیه سوءاستفاده کنند. سئوکارهای کلاه سیاه برای این که وبسایتشان در صدر نتایج گوگل بالا بیاید، دامنه‌ای شبیه به یک عبارت کلیدی می‌ساختند. با این کار پس از این که کاربر عنوان را در گوگل جستجو کند، دامنه مرتبط با آن بالا می‌آید.

- اما از سال 2012 و پیاده‌سازی الگوریتم EMD دیگر دامنه شما تاثیری بر روی سئو سایت شما ندارد. البته در کل بهتر است نام دامنه‌ای که انتخاب می‌کنید با موضوع سایت شما مرتبط باشد.

الگوریتم پنگوئن گوگل یا PENGUIN ALGORITHM

الگوریتم پنگوئن در سال 2012 از سوی گوگل معرفی شد. این الگوریتم بعد از انتشار حسابی سروصدا کرد و خیلی‌ها را از دور خارج کرد، چون این Algorithm آمد تا با اسپم‌ها مقابله کند و سئو کلاهسیاه را ریشه‌کن کند.

این الگوریتم با هرگونه اسپم مانند بک‌لینک‌های خریداری‌شده و دیگر نکات سئو کلاهسیاه را بررسی می‌کند و دیگر قادر به ادامه در عرصه نبرد گوگل نخواهید بود.

الگوریتم پنگوئن گوگل لینک‌هایی که شما به سایت‌های دیگر و سایت خود داده‌اید را مورد بررسی قرار می‌دهد. قبل از پیاده‌سازی این الگوریتم، شما هرگاه وارد وبسایت‌های مختلف می‌شدید. یک قسمت به‌نام دوستان ما را مشاهده می‌کردید. در این قسمت سایت‌های مختلف یک‌دیگر را لینک می‌کردند تا از نظر سئو رتبه خوبی بگیرند. چرا که از نظر گوگل لینک‌دهی بسیار مهم است و تاثیر زیادی بر سئوی وبسایت شما می‌گذارد. برای مثال این که یک سایت مثل میهن وردپرس وبسایت شما را معرفی کند و به آن لینک دهد؛ از نظر گوگل بسیار حائز اهمیت است. همین لینک‌دهی‌ها باعث شده بود که مدیران سایت و سئوکارها شروع کنند به اسپم کردن.

اما پس از گذشت مدتی گوگل یک الگوریتم به‌نام پنگوئن منتشر کرد. در این الگوریتم اگر تبادل لینک با سایت‌های دیگر انجام دهید. گوگل شما را به‌عنوان یک اسپمر شناسایی می‌کند و از نتایج گوگل حذف خواهید شد یا کمتر نمایش داده می‌شوید. هرچند ایرانی‌ها از ترفندهای مختلفی مانند تبادل لینک سه طرفه استفاده کردند. اما باز هم گوگل متوجه این موضوع شد و وبسایت‌ها را از نتایج خودش حذف می‌کرد، یا آن‌ها را کمتر نمایش می‌داد.

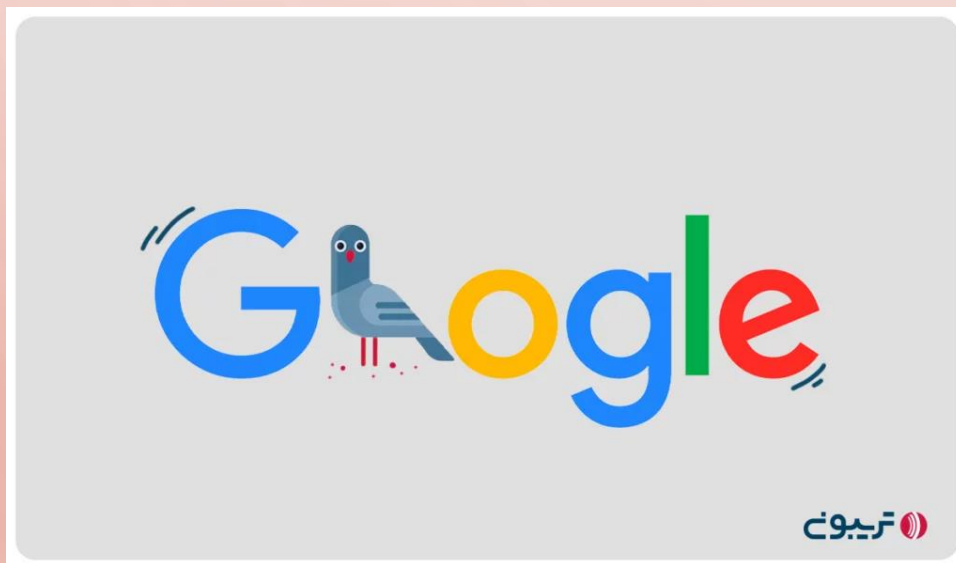
الگوریتم پنگوئن گوگل چیست؟



<https://dmroom.academy/algorithm/google-penguin/>

الگوریتم کبوتر گوگل

- با این الگوریتم، گوگل می‌خواست که کسب‌وکارها را محلی کند و نتایج را به‌صورت محلی نشان دهد. این کار بسیار خوبی است چون اگر کسب‌وکار شما به‌صورت محلی نشان داده شود می‌توانید مشتریان منطقه‌ای خوبی داشته باشید.



الگوریتم مرغ مگس خوار HUMMINGBIRD

الگوریتم مرغ مگس خوار یک تفاوت اصلی با سایر الگوریتم های گوگل که تاکنون نام برده ایم دارد. معمولاً الگوریتم های پاندا و پنگوئن را اگر رعایت نکنیم سئو سایت ما کاهش می یابد. اما اگر الگوریتم مرغ مگس خوار را رعایت کنیم، سئو سایت ما بهتر خواهد شد. این الگوریتم از جمله بزرگترین الگوریتم های تاریخ گوگل بوده است. مهم ترین قابلیت آن هم جستجوی محلی یا Local Search است. اگر شما یک کسب و کار دارید که در یک شهر خاص فعالیت می کند و با جستجو در گوگل می خواهید مشتریان شما را پیدا کنند؛ این الگوریتم بسیار مهم است.

در چند سال گذشته برای کسب رتبه بالا در نتایج گوگل و دیده شدن شما راهی جز اینکه کلمات کلیدی خود را چندین بار در متن تکرار کنید نداشتید. در نتیجه بمباران کردن یک محتوا با کلمات کلیدی باعث بی کیفیت شدن محتوا می شد. این عامل باعث شد گوگل الگوریتمی به نام مرغ مگس خوار ارائه کند که تمرکز اصلی آن به جای دقت به کلمه کلیدی، به معنا و مفهوم عبارت بود.

بنابراین در 20 آگوست سال 2013 گوگل الگوریتم مرغ مگس خوار یا Hummingbird را با هدف شناسایی کردن مفهوم عبارت جست و جو شده ارائه کرد و با استفاده از این الگوریتم توانست مفهوم مخاطبان و کاربران خود را در نتایج جست و جو شده گوگل درک کند. در واقع هدف اصلی گوگل از ارائه این الگوریتم این بود که نتایج نزدیکتر و درستتری را به کاربران نشان دهد و وبسترها را به تولید محتوای با ارزش و با کیفیت تشویق کند.

تمرکز این الگوریتم بیشتر بر معنای عبارت است حتی اگر با اشتباه املائی بنویسیم باز هم گوگل منظور ما را متوجه می شود. به عنوان مثال من در گوگل عبارت “اپیکشن ساد” را به اشتباه تایپ می کنم اما در نتایج گوگل باز هم به نتیجه دلخواه خود دست پیدا می کنم.



الگوریتم دزدان دریایی گوگل یا PIRATE ALGORITHM

- احتمالاً اگر شما فعال در حوزه وب باشید خیلی به این نکته برخورد کردید که گوگل با کپی کردن به شدت مخالفه و اگر این موضوع را بفهمد به وبسایت شما نمره منفی می‌دهد. در Algorithm دزدان دریایی گوگل به این نکته اشاره شده که از دزدیدن و کپی کردن مقالات دیگران جدا خودداری کنید.
- اگر قوانین و الگوریتم‌های گوگل را دور بزنید فعالیت‌های (Black Hat SEO)، گوگل سایت شما را جریمه (پنالتی) و از نتایج حذف می‌کند که باعث کاهش شدید بازدید سایت می‌شود. برخی اقدامات Gray Hat SEO ناشیانه هم ممکن است همین مشکل را ایجاد کند.



<https://mihanwp.com/google-pirates-and-sandbox/>

سند باکس گوگل یا SANDBOX GOOGLE

وقتی شما تازه کسب و کار اینترنتی خود را راه اندازی کرده‌اید مطمئناً با اشتباهات زیادی در کار خود روبه‌رو می‌شوید که ته دلتان می‌گویید من که نمی‌دانستم...

گوگل برای این که خطاهای شما در اول کار را نادیده بگیرد و شمارا ببخشد از سیستمی به نام سند باکس استفاده می‌کند. در سندباکس گوگل، شما می‌توانید تا برای مدت محدودی مثلاً 3 تا 6 ماه خطاهایی را داشته باشید و از آن پس اگر ناخواسته سئو کلاه‌سیاه یا خاکستری انجام دهید شمارا جریمه می‌کند.



الگوریتم گورخر گوگل

الگوریتم گورخر گوگل (Google Zebra) که در سال ۲۰۱۳ توسط مت کاتس معرفی شد، یک الگوریتم مهم برای نظارت بر فروشگاه‌های اینترنتی و مقابله با کلاهبرداری در این حوزه است. هدف اصلی این الگوریتم حذف سایت‌های فروشگاهی بی‌کیفیت، قلابی و نامعتبر است که با استفاده از روش‌های غیرقانونی رتبه‌های بالا در گوگل کسب کرده‌اند. با افزایش خریدهای اینترنتی، گوگل این الگوریتم را آپدیت کرد تا اعتماد کاربران حفظ شود و فقط فروشگاه‌های معتبر در نتایج جستجو نمایش داده شوند.



<https://mihanwp.com/google-zebra-algorithm/>

الگوریتم MOBILE GEDDON

- در حال حاضر به‌طور میانگین 75 درصد از افرادی که وارد سایت شما می‌شوند، با موبایل هستند. مگر این‌که در حوزه‌ی خاصی مانند وردپرس در حال فعالیت باشید که اکثر کاربران فقط از طریق لپ‌تاپ یا کامپیوتر وارد سایت شما شوند. تنها چیزی که برای الگوریتم Mobile Geddon مهم است، بهینه بودن وب‌سایت شما برای دستگاه‌های موبایل و تبلت است.



گوگل پنالتی (GOOGLE PENALTY) چیست؟

- برای پاسخ به این سوال باید به سازوکار گوگل نگاهی عمیق بندازیم. با یک مثال ملموس شروع می‌کنیم. در قانون بازی فوتبال اگر داور متوجه شود بازیکنی مرتکب خطا و اشتباه شده است، او را جریمه می‌کند. چنانچه در مواردی این اشتباه به شدت حاد و بزرگ باشد، احتمال حذف بازیکن از بازی وجود دارد. این موضوع برای سایت هم صدق می‌کند. هرگاه فعالیت‌های سایتی از قوانین موتور جست‌وجو سرپیچی کند و اصول زمین بازی گوگل را رعایت نکند، گوگل آن را در لیست سایت‌های پنالتی قرار می‌دهد.
- زمانی الگوریتم‌ها و ربات‌های گوگل به قدری پیشرفته و هوشمند نبودند تا فعالیت‌های افرادی را تشخیص دهند که قوانین گوگل را دور می‌زنند و از هر روشی برای بهبود جایگاه استفاده می‌کنند. اما پس از مدتی، مدیران گوگل با به‌روزرسانی الگوریتم‌ها در طول زمان توانستند فیلترهای مختلفی را بر نمایش سایت‌ها قرار دهند تا از سوءاستفاده افراد متخلف جلوگیری کنند.
- هر چند وقت یکبار استراتژی‌های بازاریابی موتورهای جست‌وجو تغییر می‌کند و به‌روز می‌شود و گوگل تمام اصول و قواعد جدید را به‌طور گسترده در اختیار کاربران وب قرار می‌دهد. در این شرایط، همه سایت‌ها موظف هستند تا برای بهتر دیده‌شدن توسط موتورهای جست‌وجو و دریافت رتبه‌های خوب گوگل به این قوانین پایبند باشند.

مهمترین دلایل جریمه شدن توسط گوگل

• خرید بک لینک اسپم

وجود بک لینک باعث می‌شود که سایت شما به سرعت نزد گوگل محبوب شده و جایگاه بهتری را در نتایج به دست آورید. اما گوگل با معرفی الگوریتم پنگوئن، انقلابی در خرید و فروش بک لینک ایجاد کرد. البته در این مورد بحث و جدال‌های زیادی بین سئوکاران وجود دارد، ولی این موضوع کاملاً مشخص شده است که اگر به‌صورت کاملاً مصنوعی و بدون استراتژی اقدام به لینک بیلدینگ کنید، ممکن است گرفتار جریمه گوگل شوید.

• محتوای تکراری

وجود محتوای تکراری در سایت باعث می‌شود که گوگل روی کیفیت مطالب سایت حساس شود و شما را جریمه کند. تولید محتوای غیرکپی، یونیک و کاربرپسند برای کاربران باعث می‌شود از نظر محتوای سایت شما غنی باشد و گوگل به جایگاه بهتر شما در نتایج کمک کند.

• استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی

یادتان باشد تراکم بالا کلمات کلیدی در متن نشان‌دهنده محتوای بی‌کیفیت است. استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی (کیورد استافینگ) به عنوان سئو منفی شناخته می‌شود. موتورهای جست‌وجو این اقدام هدفمند را تشخیص می‌دهند و سایت شما را جریمه می‌کند.

• لینک‌سازی در سایدهار و فوتر سایت

لینک‌سازی خارجی در قسمت سایدواید صفحات آن هم با یک انکر تکست و بدون در نظر گرفتن اصول این کار، باعث ایجاد پنالتی می‌شود. دریافت بک لینک از این روش کیفیت مطلوبی ندارد و موجب جریمه گوگل می‌شود.

• لینک سازی انبوه در زمان کوتاه

طبیعی است که بخواهید در کمترین زمان به رتبه‌های برتر گوگل برسید، اما در ساخت بک لینک زیاده‌روی نکنید. شدت بالای لینک‌سازی در فواصل زمانی کم نشان از ساخت بک لینک‌های غیرطبیعی است و گوگل را حساس می‌کند. بهتر است لینک‌سازی خارجی را با گذشت زمان و به صورت تدریجی انجام دهید.

مهم‌ترین دلایل جریمه شدن توسط گوگل

استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی

محتوای تکراری

خرید بک لینک اسپم

لینک سازی انبوه در زمان کوتاه

لینک سازی در سایدهار و فوتر سایت

چگونه پنالتی گوگل را تشخیص دهیم؟

- برای تشخیص پنالتی گوگل، به دو نوع جریمه توجه کنید:
- 1. ****جریمه‌های دستی****: به شما اطلاع داده می‌شود.
- 2. ****جریمه‌های الگوریتمی****: بدون اطلاع شما، ممکن است باعث افت ناگهانی رتبه شود.
- کاهش شدید رتبه یا ترافیک سایت می‌تواند نشانه جریمه باشد، اما ممکن است به دلیل رقابت با سایر سایت‌ها نیز باشد.

<https://www.triboon.net/blog/1468/%D9%87%D9%85%D9%87-%DA%86%DB%8C%D8%B2-%D8%B1%D8%A7%D8%AC%D8%B9-%D8%A8%D9%87-%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84-%D9%BE%D9%86%D8%A7%D9%84%D8%AA%DB%8C-%D9%88-%D8%A7%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A2%D9%86/>

چگونه از پنالتی شدن سایت خود جلوگیری کنیم؟

- به غیر از جریمه های دستی، شما نمی توانید برای جریمه های الگوریتمی درخواستی بفرستید؛ اما با رفع مشکل و پاک سازی سایت امکان این وجود دارد تا ربات های گوگل دوباره سایت شما را بررسی (crawl) کنند تا دوباره رتبه های قبلی خود را کسب کنید. برای اینکار باید اقدامات زیر را انجام دهید:
- حذف بک لینک های غیرطبیعی، از جمله لینک هایی که خودتان ساخته اید یا آن را از سایت های دیگر خریده اید.
- استفاده از ابزار disavow برای حذف تاثیر لینک های مخربی که شما قادر به حذف آنها نیستید.
- تمام محتواهای لندینگ ها و بلاگ را از نظر بهینه بودن بررسی کنید. همان طور که اشاره کردیم وظیفه بررسی کیفیت محتوا بر عهده الگوریتم پاندا است و توجه به تولید محتوای یونیک و مفید و البته غیرتکراری به شما کمک می کند تا از جریمه های گوگل در امان باشید.

تفاوت سئو کلاه سیاه و سئو کلاه سفید

- در تعاریف کلی سئو به دو دسته Black Hat Seo و White Hat Seo تقسیم می‌شود که سئو کلاه سفید، همان سئویی است که مطابق با قوانین و تکنیک‌های فنی است و سئو کلاه سیاه، سئوی تقلبی یا سئو بی‌کیفیت است و فقط برای مدت کوتاهی شمارا در نتایج گوگل بالا نشان می‌دهد.

• سئو کلاه سیاه چیست:

منظور از سئو کلاه سفید، سئو کردن وبسایت طبق قوانین گوگل است که کاملاً رایگان، قانونی و از همه مهم‌تر مورد قبول کاربران است. سئو کلاه سیاه، تقلبی بیش نیست و اگر بتوانید با این تکنیک‌های فریب انگیز گوگل را گول بزنید و بتوانید دورش بزنید، صرفاً برای مدت کوتاه یا نهایتاً چند ماه می‌توانید در نتایج گوگل بالا باشید و بعد از این که گوگل بفهمد باید از صحنه رقابت خداحافظی کنید و برای مدت طولانی تلاش کنید تا با راهکارهای درست و گوگل پسند به صحنه برگردید.



تفاوت سئو کلاه سیاه و سئو کلاه سفید

- نتایج ارگانیک گوگل با سئو کلاه سفید

اگر شما از طریق سئو کلاه سفید در نتایج گوگل حاضر شوید، کاربرانی که وارد سایت شما می‌شوند، مخاطبان هدف شما هستند که به این نتایج، نتایج ارگانیک می‌گوییم. اگر با نتایج واقعی و بدون تقلب، در صفحات و لینک‌های اول گوگل ظاهر شوید، احتمال این که مخاطبان و کاربرانی که وراد سایت شما می‌شوند، دوباره به وبسایت شما باز گردند بیشتر است. چون نتایجی که در گوگل رتبه خوبی می‌گیرند نتایجی است که مورد توجه کاربران نیز قرار خواهد گرفت.

یکی از تکنیک‌های سئو کلاه سیاه که امروزه کسانی در اینترنت هستند و شمارا با این تکنیک‌ها فریب می‌دهند و از شما پول‌های بسیار زیادی می‌گیرند و فقط برای مدت کوتاهی وبسایت شما در نتایج بالا می‌آید تکنیک بک لینک است.

گوگل اسپایدر (عنکبوت های گوگل) چیست و چه کاری برای سایت شما انجام می دهد؟

- گوگل اسپایدر در اصل خزنده گوگل است. خزنده برنامه/الگوریتمی است که توسط موتورهای جستجو برای خزیدن و ردیابی وب سایت ها و صفحات وب به عنوان راهی برای نمایه سازی اینترنت طراحی شده است.
- هنگامی که گوگل از وب سایت شما برای اهداف ردیابی/ایندکس سازی بازدید می کند، این فرآیند توسط خزنده Spider گوگل انجام می شود. هنگامی که عنکبوت از صفحه وب شما بازدید می کند، نتایج به طور بالقوه در فهرست Google یا، همانطور که می دانیم، در صفحه نتایج موتور جستجو (SERP) قرار می گیرند. هرچه روند خزیدن بهتر و روان تر باشد، به طور بالقوه وب سایت شما رتبه بالاتری خواهد داشت.
- خزیدن به معنای دنبال کردن یک مسیر است و در دنیای بهینه سازی موتورهای جستجو (SEO) این به معنای دنبال کردن لینک هایی است که در وب سایت شما ظاهر می شود. این یکی از دلایل ایجاد نقشه های سایت است. آنها می توانند حاوی تمام پیوندهای یک وب سایت باشند که توسط ربات های گوگل برای بررسی عمیق آن استفاده می شود.
- با توجه به اینکه هزاران صفحه وب جدید هر روز توسعه و منتشر می شوند و حتی صفحات وب بیشتری به طور مداوم به روز می شوند و دوباره طراحی می شوند، Google Spider به تجزیه و تحلیل صفحات، کدها و پیوندهایی می پردازد که می تواند بر اساس معیارهای خود بیابد.
- **(Crawler خزنده):** خزنده ها وظیفه هدایت Spider را بر عهده دارند و مشخص می کنند که کدام صفحات و لینک ها باید بررسی شوند. در واقع، خزنده ها به عنوان فرمانده عمل کرده و به Spider کمک می کنند تا اطلاعات را بهینه تر جمع آوری کند

<https://civilica.com/note/8188/>

<https://backlink.ir/google-spider/>

ارگانیک سرچ یا جستجو ارگانیک

- نتایج جستجو ارگانیک یا Organic Search به صورت رایگان و مستقیم از موتورهای جستجو می باشد؛ این در حالی است که نتایج جستجو پولی به ازای هزینه ای که صاحب سایت به گوگل پرداخت می کند، می باشد.
- با پرداخت این هزینه، گوگل وب سایت مورد نظر را برای یک سری از عبارات مشخص شده به کاربر نشان می دهد.
- اصلی ترین هدف وبمستران و سئو کارهای حرفه ای، افزایش ترافیک ارگانیک یک سایت است. هرچه یک سایت بیشتر در صفحه serp دیده شده و بازدید کننده جذب کند، گوگل به آن اهمیتی بیشتری نیز می دهد.
- روش های مختلفی برای جذب بازدید کننده وجود دارد، اما تکنیک های سئو کلاه سفید پایدار تر و ارزشمند تر خواهند بود. از طرفی گوگل به راحتی می تواند تفاوت بین ترافیک ارگانیک و پولی یک سایت را بفهمد. از این رو پیاده سازی تکنیک های سئو و در نتیجه افزایش سرچ ارگانیک سایت، در فروش و رتبه آن در گوگل اهمیت زیادی دارد

گوگل ادوردز (GOOGLE ADS) چیست؟

- گوگل ادوردز یا گوگل ادز یکی از سرویس‌های محبوب گوگل است که بیش از 94% درآمد گوگل را تامین می‌کند. تبلیغ کنندگان می‌توانند برای ایجاد کمپین‌های تبلیغات در گوگل و همچنین کمپین‌های تبلیغاتی دیگری مانند تبلیغات ویدیویی و افزایش نصب اپلیکیشن از اکانت گوگل ادز استفاده کنند.
- هزینه تبلیغات در گوگل به صورت کلیدی محاسبه می‌شود. یعنی هر بار که فردی تبلیغ شما را در گوگل مشاهده کرده و روی آن کلیک کند، از شما هزینه کسر می‌شود. در واقع ادوردز یک سیستم مزایده بزرگ است که در آن تبلیغ کنندگان (که رقبای یکدیگر هستند) برای به دست آوردن جایگاه‌های تبلیغاتی مناسب با هم به رقابت می‌پردازند.
- به طور خلاصه گوگل ادوردز پلتفرم تبلیغاتی آنلاین است که توسط گوگل ایجاد شده و به شما اجازه می‌دهد تبلیغات خودتان را در بالا یا پایین صفحات نتایج موتورهای جستجو و سایر سایت‌های واسطه نشان دهید.

سئو یا تبلیغات گوگل

- گاهی در استراتژی بازاریابی خود، شما مجبورید که سریعاً به رتبه یک گوگل بیاید و فروش خود را آغاز کنید. برای این کار شما نیازمند استفاده از سرویس تبلیغات گوگل یا گوگل ادز هستید و به اشتباه خیلی‌ها فکر می‌کنند استفاده از سرویس گوگل ادز به رتبه سایتشان کمک می‌کند.
- اما گوگل ادز فقط در قبال پرداخت پول، ترافیک سایت شما را با بالا آوردن لینک صفحه فرود شما نسبت به اولین لینک که با سئو و اعتبار زیاد به رتبه یک رسیده بالا می‌برد، اما این برای یک زمان محدود است و با گذاشتن کلمه AD یا آگهی کنار لینک شما به کاربران خود نشان می‌دهد که شما با تبلیغ به لینک یک رسیده‌اید.
- در جواب سئو یا تبلیغات باید بگویم شما هم باید سئو خوبی داشته باشید هم تبلیغات خوبی انجام دهید.



مزایای سئو

- با سئو رایگان بازاریابی کن
- سئو باعث افزایش اعتبار می شود
- بالا بردن احتمال کلیک و بهبود نرخ کلیک با سئو
- برندسازی از طریق سئو

معایب سئو

سئو آسان نیست
سئو کند اتفاق می افتد و زمان زیادی می برد (سئو کردن
سایت درد دارد!)

مزایای تبلیغات گوگل نسبت به سئو

- موقعیت لینک‌های تبلیغاتی در گوگل
- هزینه مدیریت شده تبلیغات گوگل

معایب تبلیغات گوگل

- همیشه به فکر پرداخت پول باشید!
- محتوای تبلیغات شما به سادگی کپی می‌شود

مسلماً سئو درآمد پایدارتر و در بلند درآمد بیشتری برای شما دارد اما تبلیغات در لحظه و برای بازه زمانی کمتری برای شما درآمد خواهد داشت. فراموش نکنید درآمد از تبلیغات سریع‌تر به دست می‌آید.





آشنایی با جستجوی محلی



منظور از کسب‌وکار محلی چیست؟

- سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌ها، کارواش ماشین، خشکشویی و انواع تعمیرگاه‌ها نوعی کسب‌وکار محلی به حساب می‌آیند که در یک منطقه خاص فعالیت می‌کنند و افراد همان محل، بهترین مشتریان آن‌ها هستند.
- وقتی کاربری به دنبال یک سالن آرایشگاه در حوالی محل زندگی خود می‌گردد، یک جستجوکننده محلی است و با جستجو درباره سوال یا نیازش در گوگل، یک جستجوی محلی انجام می‌دهد. بهترین و هدفمندترین مشتریان همان جستجوکنندگان محلی هستند که بیزنس شما را در گوگل جستجو می‌کنند. گوگل به‌جای تمام مجلات و روزنامه‌های محلی به تمام جستجوهای کاربران پاسخ می‌دهد و نزدیک‌ترین نتایج را نشان می‌دهد.
- اگر کسب‌وکار سیمان، ملات یا هر کسب‌وکار محلی دارید، مهم است که در نتایج جستجوی محلی موتورهای جستجو مانند گوگل حضور قوی داشته باشید، چون مشتریان منطقه‌ای از این طریق شما را پیدا می‌کنند. برای این کار باید ابتدا لیست‌بندی گوگل مای بیزنس خود را بسازید یا به‌روزرسانی کنید و همچنین در موتورهای جستجوی دیگر مثل بینگ نیز لیست ایجاد کنید.
- استندهای معتبر از نام، آدرس و تلفن کسب‌وکار در وب سایت‌های مختلف باعث افزایش اعتماد موتورهای جستجو و بهبود رتبه شما می‌شود. همچنین وبسایت شما باید صفحات اختصاصی برای خدمات و محصولات داشته باشد و اطلاعات تماس مشخص باشد. تمرکز روی تولید محتوا با کلمات کلیدی مرتبط و مدیریت لیست‌بندی‌ها و استنادات، کلید موفقیت در جستجوی محلی است.

<https://www.triboon.net/blog/7559/local-seo/>

<https://blog.sabavision.com/dm/what-is-local-marketing-and-who-uses-local-marketing>

منظور از بازاریابی محلی چیست؟

- بازاریابی محلی سبک دیگری از استراتژی بازاریابی است که مصرف‌کنندگان و مشتریان، در فاصله کمی از لحاظ جغرافیایی با کسب‌وکار هدف قرار دارند. نکته کلیدی این سبک بازاریابی، داشتن حداقل یک مکان فیزیکی در منطقه و فعالیت عمده حضوری است.

- بازاریابی محلی چه انواعی دارد؟

(1) بازاریابی آنلاین

- بهینه‌سازی موتور جست‌وجو (SEO)
- بازاریابی رسانه‌های اجتماعی
- بازاریابی ایمیل
- تبلیغات آنلاین

(2) بازاریابی آفلاین

- تبلیغات چاپی
- تبلیغات رادیویی و تلویزیونی

(3) بازاریابی مستقیم همچون ارسال کارت‌پستال یا ایمیل به مشتریان بالقوه

(4) تبلیغات رویداد تبلیغات در رویدادهای محلی

(5) بازاریابی شخصی بازاریابی شخصی راهی عالی برای ایجاد ارتباط فردی با مشتریان محلی است

فایل .HTACCESS

What is .htaccess file?



<https://mihanwp.com/default-htaccess/>

فایل . HTACCESS چیست؟

- این فایل یکی از اصلی‌ترین پوشه‌های وردپرس است که شما با کمک آن می‌توانید، تنظیمات خاصی از سایت خود را فعال یا غیرفعال کنید. علاوه بر این، پرونده .htaccess می‌تواند تنظیمات امنیتی سایت وردپرسی شما را نیز انجام دهد.
- همچنین شما این امکان را دارید که با استفاده از این فایل، سایت خود را از بدون WWW به یک سایت با WWW ریدایرکت کنید.
- فایل .htaccess شما قابلیت پیکربندی فایل بر روی آپاچی، افزایش کارایی سایت، قرار دادن یک رمز عبور دلخواه بر روی پوشه‌های خاص، عدم نمایش فایل‌های دلخواه و یا حتی تمامی فایل‌های سایت را می‌دهد.
- بعد از اینکه وردپرس را بر روی سرور Apache نصب کردید، می‌توانید برای مشاهده پرونده .htaccess به فهرست اصلی بروید، در برخی مواقع ممکن است این گزینه برای شما در فهرست وجود نداشته باشد که شما باید برای نمایش آن گزینه "Show Hidden Files" را فعال کنید.
- به صورت کلی این فایل در واقع به سایت شما کمک می‌کند تا عملکرد بهتری داشته باشد، همچنین شما از طریق این سایت می‌توانید تعیین کنید چه محتوایی بر روی سایت شما بارگیری شود.
- این نکته را هم در نظر داشته باشید که ممکن است وردپرس شما این فایل را در بر نگیرد، در این صورت نیازی به نگرانی نیست؛ چرا که شما می‌توانید به راحتی پرونده پیش فرض .htaccess را به صورت دستی، از طریق کنترل پنل هاست خود ایجاد کنید.

<https://mihanwp.com/default-htaccess/>

ساخت فایل HTACCESS پیشفرض

چطور یک فایل پیشفرض را از طریق پنل هاست بسازیم؟

- اولین کاری که باید انجام دهید این است که به قسمت File Manager «File» شوید. سپس دامنه سایت خود را انتخاب کنید و بر روی Go Manager File کلیک کنید تا به پوشه مدیریت فایل‌ها بروید.
- بعد از انجام موارد بالا، به یک صفحه جدید هدایت می‌شوید که باید در آن به پوشه public_html بروید و بر روی گزینه "New File" که در بالای صفحه قرار دارد را انتخاب کنید و اسم آن را htaccess قرار دهید. فراموش نکنید که حتما در ابتدای نام فایل باید یک نقطه قرار دهید.

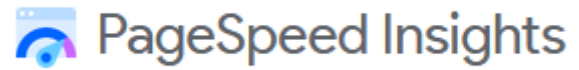
حالا باید همان فایلی که در بالا ساختید را باز کنید و کد زیر را در آن جایگذاری کنید.

```
# BEGIN wordpress
<IfModule mod_rewrite.c>
RewriteEngine On
RewriteBase /
RewriteRule ^index\.php$ - [L]
RewriteCond %{REQUEST_FILENAME} !-f
RewriteCond %{REQUEST_FILENAME} !-d
RewriteRule . /index.php [L]
</IfModule>
# END wordpress
```

به همین راحتی! شما توانستید یک فایل پیش فرض . **htaccess** برای سایت خود بسازید. حالا تنها کاری که باید انجام دهید این است که به سایت خود مراجعه کنید و از کارکرد صحیح این فایل اطمینان حاصل نمایید.

اگر این فایل به درستی ساخته نشده باشد و یا عملکرد صحیحی نداشته باشد معمولاً خطای 500 یا خطای 404 برای شما نمایش داده می شود.

ابزار های تست سرعت سایت وردپرس



Google Pagespeed Insights •



GTMetrix •



Google Lighthouse •

تست سرعت سایت وردپرس

- پس از اینکه شما وبسایت خود را راه اندازی می کنید یکی از مواردی که همواره باید به آن توجه زیادی داشته باشید سرعت وبسایت است.
- **Google Pagespeed Insights** یک ابزار قدرتمند است که شما را قادر به تصمیم گیری می کند که بتوانید سرعت وبسایت خود را افزایش دهید. این ابزار فاکتورهای مهم و تأثیرگذار در بالا بردن سرعت وبسایت را معرفی می کند و به وبسایت شما یک امتیاز می دهد.
- این برنامه اینترنتی وبسایت شما در مرورگرهای دسکتاپ و گوشی های هوشمند بررسی و گزارشی در هر دو برای شما ارائه می دهد. در اصل ابزار مهمی است که سرعت وبسایت شما را آنالیز می کند و عواملی که باعث کندی وبسایتان شده است را به شما گزارش می دهد. در نتیجه با این گزارشات هوشمند شما می توانید خیلی راحت مشکل را شناسایی و برطرف کنید.

PageSpeed Insights

pagespeed.web.dev

PageSpeed Insights Docs

Enter a web page URL

Analyze

Make your web pages fast on all devices

CHECK OUT

- [What's new](#)
- [Documentation](#)
- [Learn about Web Performance](#)



Report from Apr 26, 2025, 2:41:57 PM

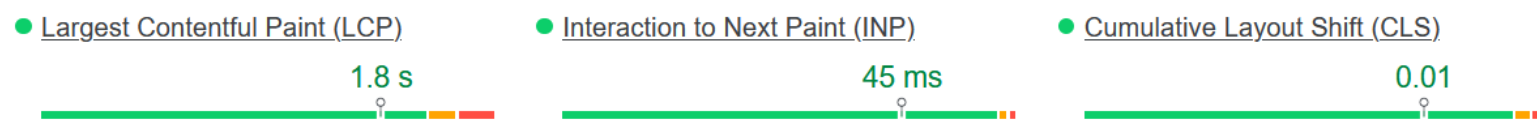
Analyze

Mobile Desktop

Discover what your real users are experiencing [This URL](#) [Origin](#)

Core Web Vitals Assessment: **Passed**

Expand view



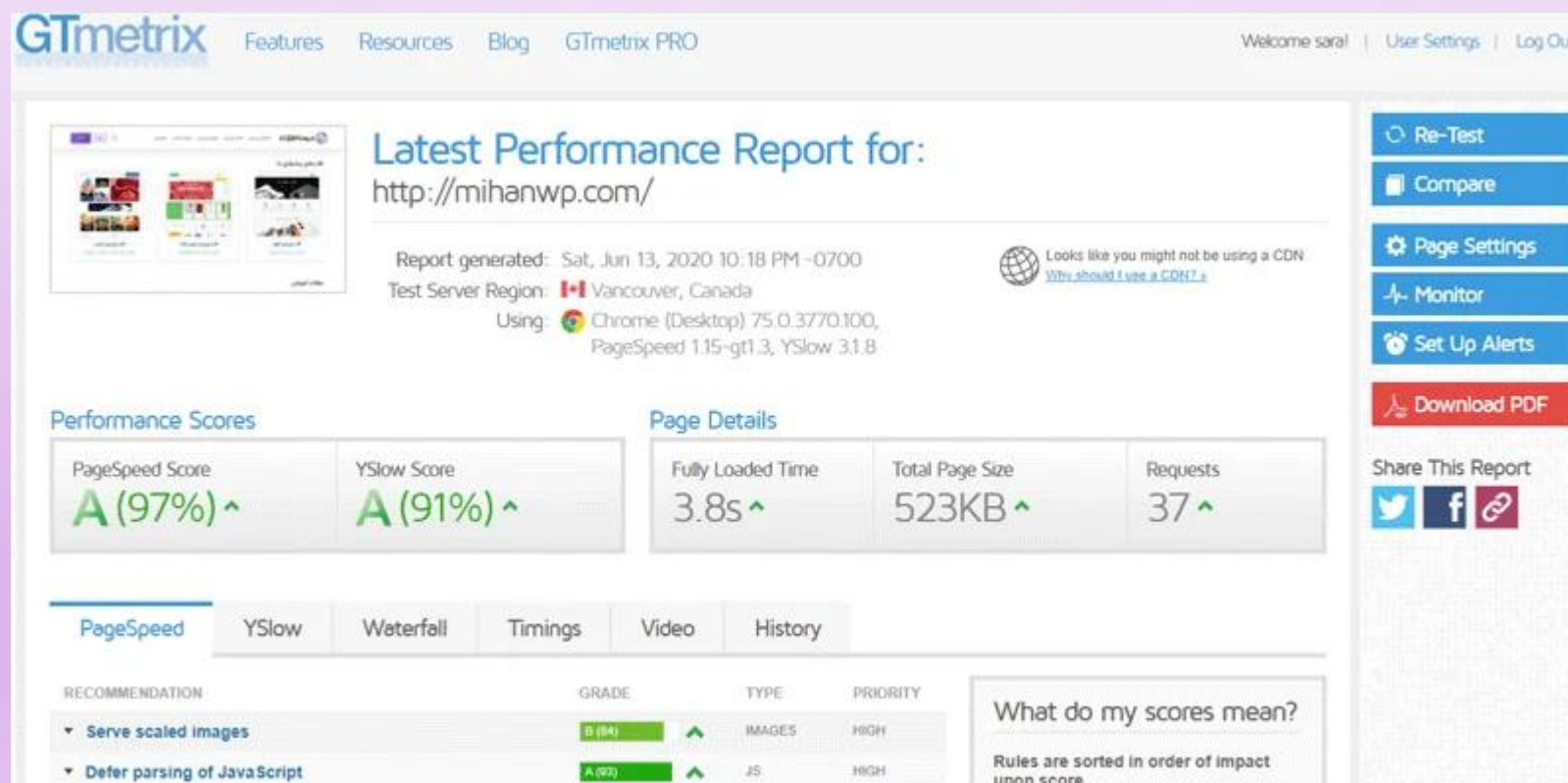
OTHER NOTABLE METRICS



GTMETRIX و تحلیل سرعت سایت

- اگر شما هم در رابطه با سرعت سایت جستجو کرده باشید قطعاً با عبارت GTMetrix مواجه شده‌اید. GTMetrix یک وبسایت است که اگر آن را در گوگل جستجو کنید می‌توانید در اولین رتبه گوگل آن را به آدرس [Gtmetrix.com](https://gtmetrix.com) مشاهده کنید.
- این وبسایت یک تحلیلگر سرعت وبسایت است که به جرئت می‌توان گفت بهترین سرویس تحلیل سرعت وبسایت از میان سرویس‌هایی است که اکنون وجود دارند.
- حتی می‌توان گفت که میزان دقت و بررسی این سرویس روی سایت بسیار دقیق‌تر و بهتر از Google Page Speed است. چراکه Google Page Speed اصولاً به مباحثی می‌پردازد که نقش مستقیمی در سرعت وبسایت شما ندارد ولی GTMetrix برای افزایش سرعت وبسایت خیلی بهتر و دقیق‌تر شما را راهنمایی می‌کند.
- اکنون برای اینکه عملکرد این وبسایت را ببینید می‌توانید به آدرس [Gtmetrix.com](https://gtmetrix.com) مراجعه کنید و آدرس یک وبسایت را در صفحه اصلی این وبسایت وارد کنید تا این سرویس بتواند این وبسایت را آنالیز کند.

- پس از اینکه سایت شما توسط این سرویس آنالیز شد یک صفحه مانند زیر برای شما باز می‌شود که در قسمت سمت چپ بالا یک تصویر از وبسایت شما را نمایش می‌دهد. همچنین آخرین Performance Report سایت خود را می‌توانید در این صفحه مشاهده کنید.
- در اینجا توسط گزینه Report Generate می‌توانید زمان دقیق این کار را مشاهده کنید. گزینه Test Server Region نیز برای است که بفهمید این تست را توسط چه سرویسی انجام داده‌اید.



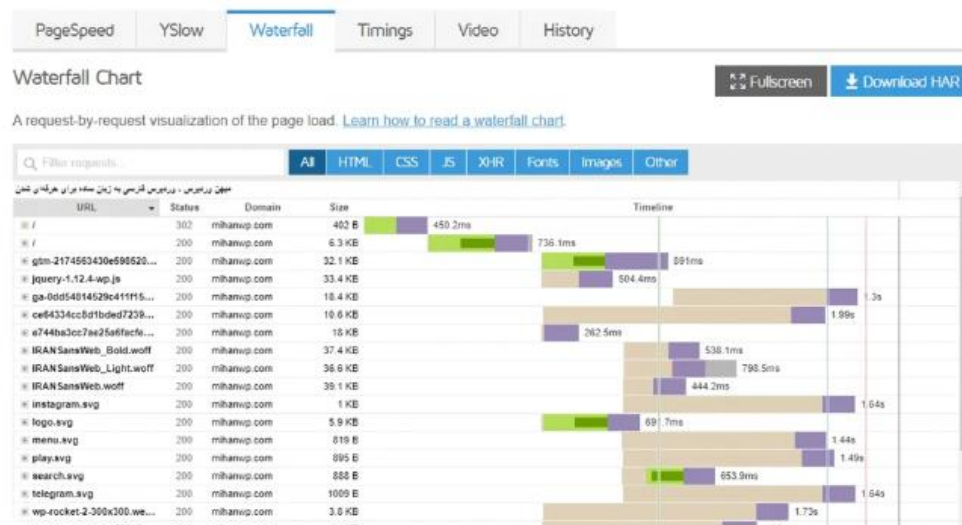
Page Speed

این قسمت در رابطه با سرعت سایت شما است و یک سری پیام برای شما نمایش می‌دهد که هرچقدر این پیام‌ها را به A و یا عدد 100 نزدیک‌تر کنید میانگین آنها در گزینه Page Speed Score نمایش داده می‌شود.

PageSpeed	YSlow	Waterfall	Timings	Video	History
RECOMMENDATION	GRADE	TYPE	PRIORITY		
▼ Serve scaled images	B (84)	IMAGES	HIGH		
▼ Defer parsing of JavaScript	A (93)	JS	HIGH		
▼ Minify JavaScript	A (96)	JS	HIGH		
▼ Specify image dimensions	A (90)	IMAGES	MEDIUM		
▼ Minify CSS	A (96)	CSS	HIGH		
▼ Avoid bad requests	A (100)	CONTENT	HIGH		
▼ Avoid landing page redirects	A (100)	SERVER	HIGH		
▼ Enable compression	A (100)	SERVER	HIGH		
▼ Enable Keep-Alive	A (100)	SERVER	HIGH		
▼ Inline small CSS	A (100)	CSS	HIGH		

Waterfall

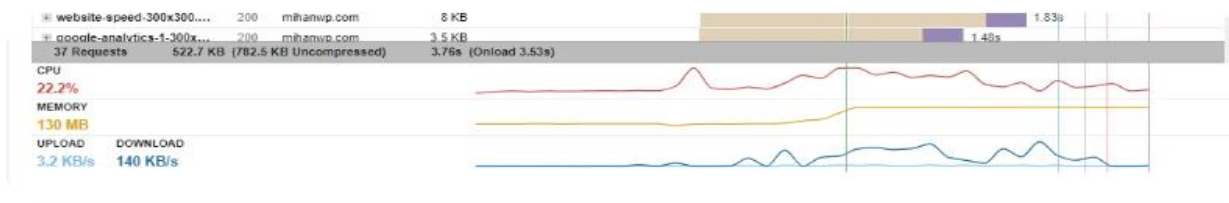
این بخش یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی است که شما در جی تی متریکس یا هر سرویس دیگری دارید. چراکه این قسمت به‌صورت آبشاری نحوه لود شدن صفحات سایت شما را بررسی می‌کند. به‌عنوان مثال در اینجا ابتدا برای ما در یک گزینه نمایش داده شده است که نشان می‌دهد وبسایت ما در ابتدا <http://mihanwp.com> بوده است که با ریدایرکت 302 آن را به <https://mihanwp.com> هدایت کرده‌اید.



بخش Waterfall در GTmetrix

در اینجا برای شما تعیین می‌کند که این کار چه مدت طول کشیده است. زمانی که نشانگر موس خود را روی این گزینه قرار دهید به‌صورت کامل به شما نمایش می‌دهد که برای چه مواردی این مدت‌زمان صرف شده است و مدت‌زمان انتقال از <http://mihanwp.com> به <https://mihanwp.com> چقدر طول کشیده است.

شما می‌توانید مدت زمان لود فایل CSS، جاوا اسکریپت و دیگر موارد را در این قسمت مشاهده کنید و در نهایت برای شما در پایین صفحه تعیین می‌کند که چه مدت طول می‌کشد که تمامی این موارد لود شوند. مثلاً در اینجا همان‌طور که در تصویر مشاهده می‌کنید 37 درخواست ارسال شده است تا در مدت 4.7 ثانیه این فایل‌ها لود شوند. در اینجا شما باید سعی کنید که تعداد این درخواست‌ها را کم کنید.



بررسی مدت زمان لود در GTMetrix

در قسمت HTML شما می‌توانید به صورت تفکیک شده مشاهده کنید که چند صفحه HTML بارشده است. قسمت CSS نیز برای شما تعداد فایل‌های CSS بارشده را نمایش می‌دهد. بخش بعدی یعنی JS نیز مربوط به تعداد فایل‌های جاوا اسکریپت است. همچنین تعداد فونت و تصویر بارشده و دیگر موارد را می‌توانید در اینجا مشاهده کنید.



بررسی چگونگی لود سایت در GTMetrix

همچنین در قسمت ALL شما می‌توانید میزان استفاده سیستم از CPU و Memory را در هر لحظه مشاهده کنید. بنابراین بخش Waterfall به شما نشان می‌دهد که از زمانی که صفحه شروع به لود شده می‌کند چه فایل‌هایی لود می‌شود.

چيست GOOGLE LIGHTHOUSE

هر گزارشی که این ابزار در اختیار شما قرار می‌دهد دارای پنج قسمت است:

1. عملکرد (Performance)

2. سطح دسترسی (Accessibility)

3. بهترین روش‌ها (Best Practices)

4. سئو (SEO)

5. وب اپلیکیشن پیش‌رونده (Progressive Web App)

- هر یک از این قسمت‌ها، یک امتیاز از صفر تا صد برای بررسی صفحات وب به شما می‌دهند، تا بتوانید ضعف یا قوت خود را در هر قسمت به خوبی متوجه شوید. ابتدا Google Lighthouse هر قسمت را بررسی می‌کند و یک امتیاز به شما می‌دهد. Google Lighthouse این قابلیت را دارد که شما برای آنالیز بهتر و دقیق‌تر سایت خود می‌توانید روی قسمت مورد نظر کلیک کنید و جزییات بیشتر را مشاهده نمایید. پس از آنالیز و برطرف کردن ضعف‌های سایت، دوباره می‌توانید با این ابزار سایت خود را آنالیز کنید و روند بهبود سایت خود را نظاره‌گر شوید.

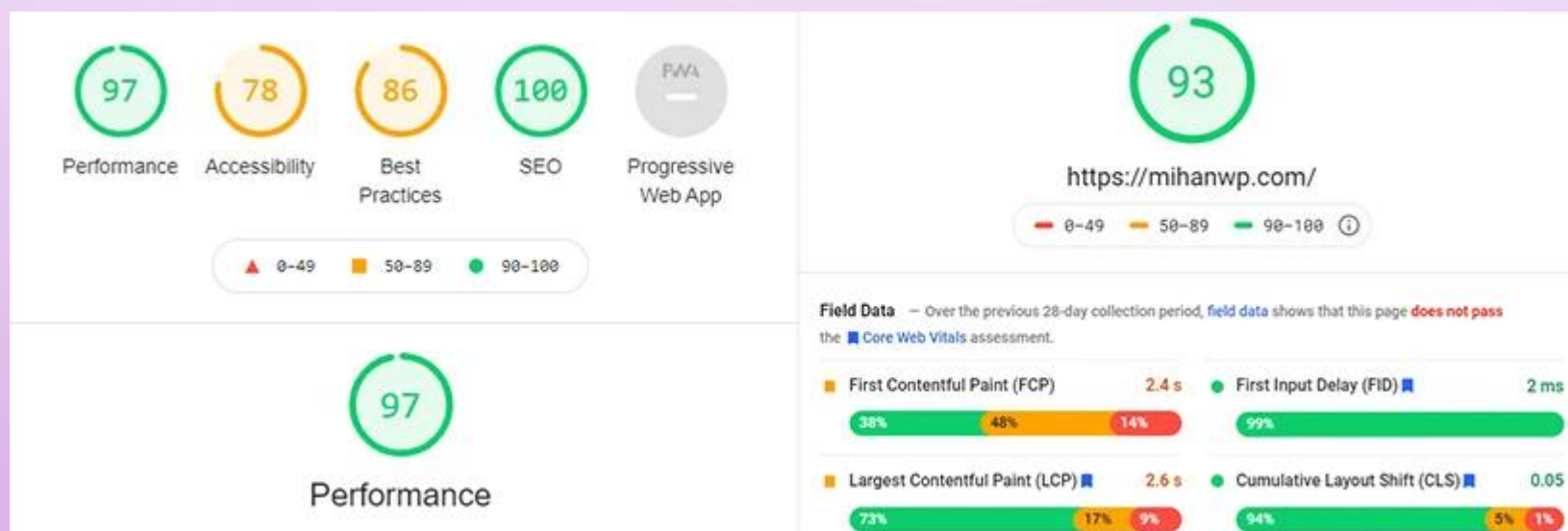
GOOGLE LIGHTHOUSE چگونه کار می کند

شاید به این فکر می کنید که می توانید به سادگی آدرس سایت را در نوار جستجوی مرورگر وارد کنید و سپس متوجه شوید که سرعت بارگزاری یک سایت در چه حد است. اما کاربران وبسایتها در مناطق مختلف زندگی می کنند و به اینترنت های مختلفی دسترسی دارند، ممکن است حتی نوع جستجو و روش استفاده کاربران هم فرق کند. با وجود این که معمولاً بیشتر ترافیک سایتها توسط دستگاه های تلفن همراه است، اکثر کاربران به اینترنت های نسل چهار (G4) و نسل پنج (G5) دسترسی ندارند. به همین دلیل Google lighthouse یک شبیه سازی انجام می دهد و سرعت بارگزاری سایت را با یک اینترنت نسل سه (G3) می سنجد.

- ممکن است اکنون سوالی در ذهنتان به وجود بیاید که چرا گوگل همچین کاری را انجام می دهد. تقریباً هر سایتی با اینترنت نسل چهار و نسل پنج با سرعت بسیار بالایی بارگزاری می شود. اما اکثر کاربران به چنین اینترنت پرسرعتی دسترسی ندارند. به همین دلیل گوگل اکثریت کاربران را در نظر می گیرد و با یک اینترنت نسل سه سرعت بارگزاری سایتها را مورد آزمایش قرار می دهد. با توجه به اینکه گوگل همچین الگوریتمی دارد و اینگونه سایتها را بررسی می کند، شما هم باید به همین شکل سایت خود را مورد بررسی قرار دهید. برای انجام این کار هم ابزار Google lighthouse به شما کمک خواهد کرد.

تفاوت بین Google Lighthouse و PageSpeed Insights

- در واقع PageSpeed Insights سایت را با استفاده از داده‌های دنیای واقعی مورد بررسی قرار می‌دهد، در صورتی که ابزار Google Lighthouse سایت را براساس یک اسکن جامع بررسی می‌کند و لزوماً از داده‌های دنیای واقعی برای آنالیز سایت استفاده نمی‌کند. بنابراین می‌توان گفت ابزار PageSpeed Insights برای بررسی عملکرد سایت مناسب‌تر است.

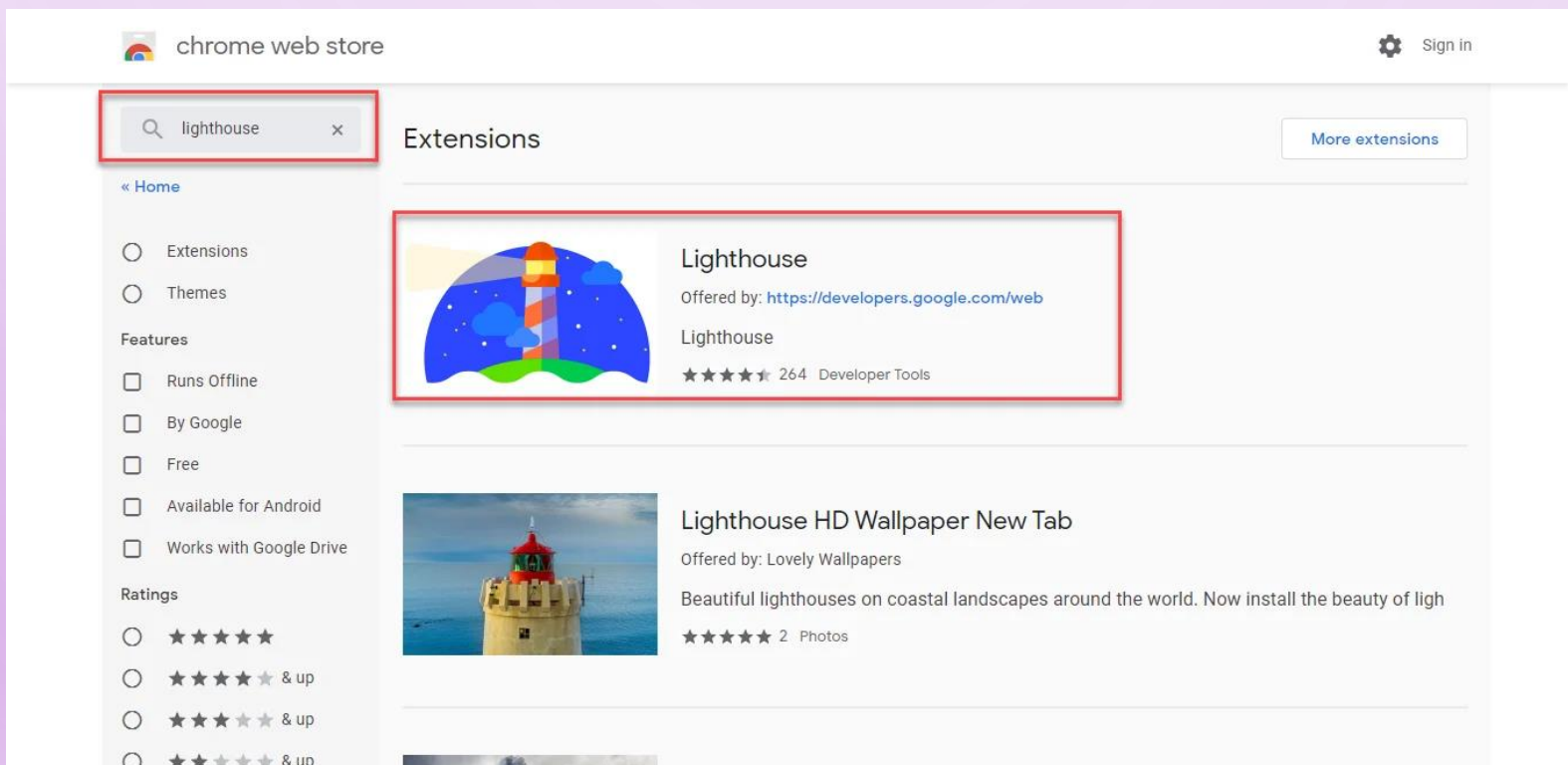


کار با فانوس دریایی گوگل در کروم

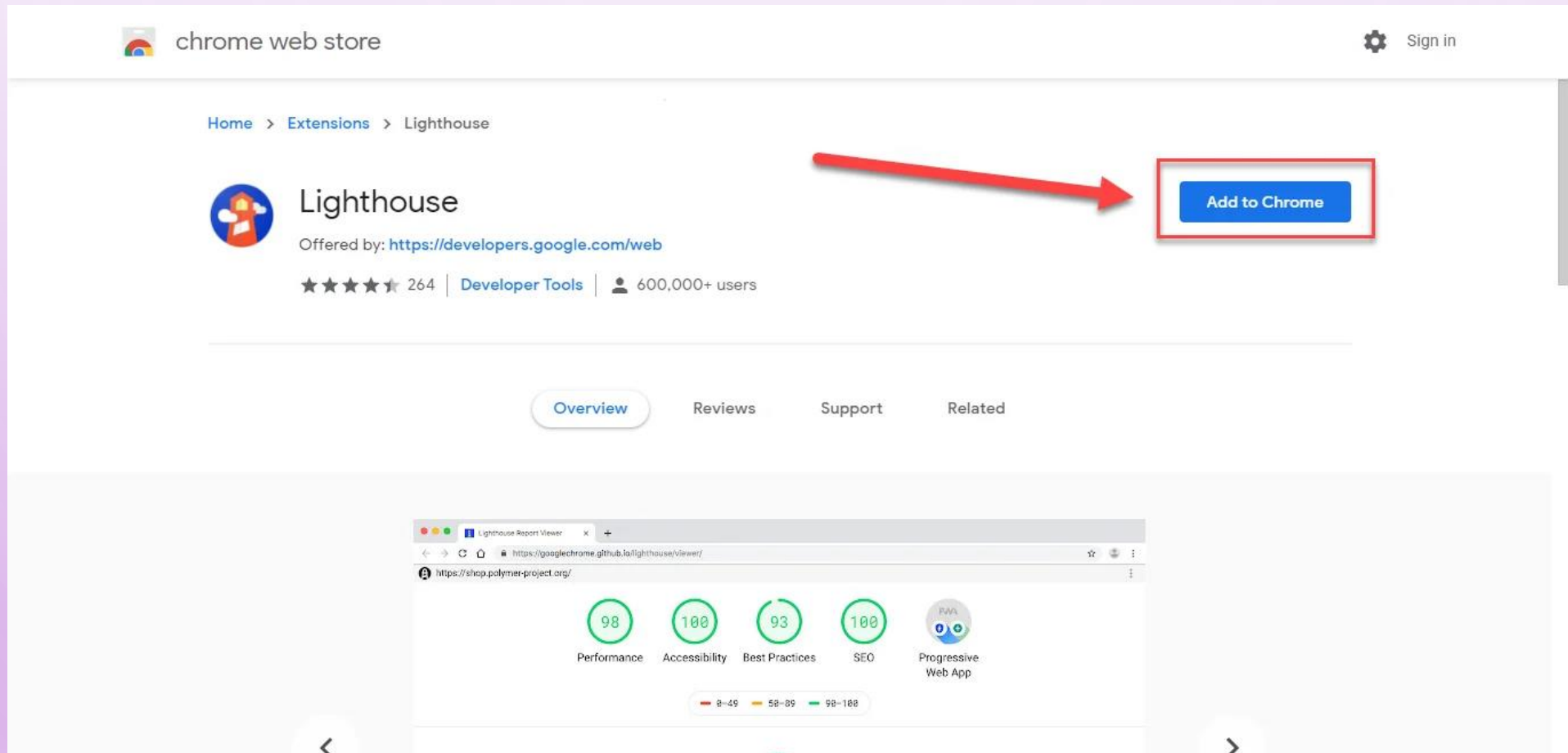
- ابتدا سایت مورد نظر خود را در مرورگر کوکل کروم باز کنید.
- روی صفحه سایت کلیک راست کنید و روی گزینه **Inspect** کلیک کنید. (یا می‌توانید کلید **F12** را از صفحه کیبورد فشار دهید)
- از قسمت زبانه‌ها روی **Lighthouse** کلیک کنید.
- از قسمت **Device** مشخص کنید که می‌خواهید عملکرد سایت را در موبایل یا دسکتاپ ارزیابی کنید.
- جهت بررسی و آنالیز سایت روی دکمه **Generate report** کلیک کنید.

کار با فانوس دریایی گوگل در کروم با افزونه مرورگر

- کلمه Lighthouse را در فروشگاه وب کروم جستجو کنید.
- طبق تصویر روی اولین افزونه (Lighthouse) کلیک کنید.



- روی دکمه Add to Chrome برای نصب افزونه کلیک کنید.



یک پنجره باز می‌شود، روی دکمه Add extension کلیک کنید.



Add "Lighthouse"?

Add extension

Cancel

شروع نصب افزونه در کروم

وارد سایت مورد نظر خود شوید.

در گوشه بالا سمت راست مرورگر خود، روی نمادی شبیه به پازل کلیک کنید.

روی افزونه Lighthouse کلیک کنید.

برای مشخص کردن Device مورد نظر روی آیکون چرخ‌دنده کلیک کنید و دستگاه مورد نظر خود را انتخاب کنید.



Generate report

Uses the PSI API

تکلیف هفته آینده

جلسه هفتم

- ساخت فایل htaccess.
- بررسی سرعت سایت براساس 3 ابزار نام برده شده در کلاس و تهیه گزارش از پارامترها

تاثیر سرعت سایت در تجربه کاربری سایت

- پس از راه اندازی وبسایت، باید به تمامی جنبه های آن از جمله بهبود سرعت توجه کنید.
- سرعت سایت تاثیر زیادی بر رضایت کاربران و تجربه کاربری دارد و سایت های کند کاربران زیادی را از دست می دهند.
- همچنین، گوگل سرعت سایت را به عنوان یکی از عوامل مهم در رتبه بندی سایت ها در نظر می گیرد.
- با رقابت زیاد میان سایت ها و مشغله کاربران، حتی چند ثانیه تأخیر می تواند به ضرر کسب و کار شما باشد.

سرعت وبسایت و تأثیر آن بر سئو

- عوامل مختلفی بر سئو تأثیر می‌گذارند که یکی از این عوامل سرعت وبسایت شما است. شما باید بتوانید سایت خود را به نحوی بهینه‌سازی کنید که سرعت آن افزایش‌یافته و در نتیجه سئو شما نیز بهبود پیدا کند. یعنی اینکه شما باید کاری کنید که صفحات شما با سرعت بیشتری لود شوند.
- تأثیر انجام این کار مستقیماً بر روی کاربر است و کاربر مهم‌ترین عامل برای گوگل می‌باشد. چراکه گوگل همواره سعی می‌کند با در نظر داشتن موارد مختلف کاربر را راضی نگه دارد. زمانی که این کار را انجام دهید همواره رتبه بهتری در گوگل دارید و سایت شما در نتایج گوگل برای کاربر نشان داده می‌شود.

فشرده سازی GZIP چیست؟

- **GZIP مخفف GNU Zip** است، که محبوب ترین روش فشرده سازی داده ها بدون آسیب رساندن به آنها به شمار می رود. این روش فشرده سازی می تواند به راحتی سائز صفحه های جاوا اسکریپت، CSS، HTML را کاهش دهد. علاوه بر این، GZIP علاوه بر یک تکنیک فشرده سازی، یک پسوند (پسوند .gz) برای فایل ها هم هست.

- اما عملکرد کلی GZIP چگونه است؟

فشرده سازی GZIP تمام فایل ها و داده های خام سایت را قبل از ارسال آنها به مرورگر مخاطب فشرده می کند. در مرحله بعدی وقتی فایل های فشرده به مرورگر مقصد رسیدند، مرورگر مقصد به طور خودکار فایل ها را از حالت فشرده خارج کرده و آنها را به مخاطب نمایش می دهد. از طرفی از آنجایی که ارسال و بارگیری داده ها در حالت فشرده، سریع تر انجام می شود، صفحات وب سایت در مدت زمان کمتری برای کاربران باز خواهد شد.

- لازم به ذکر است که تقریباً تمام مرورگرهای مدرن و محبوب حال حاضر، نرم افزار سرور و اکثر شرکت های هاستینگ، از این تکنیک پشتیبانی کرده و این فرآیند را به درستی انجام می دهند.

آموزش فعالسازی GZIP در وردپرس

- اکنون قصد داریم بگوییم که چطور سرعت را بالا ببرید تا شاهد این اتفاقات باشید. در اینجا یک پلاگین قوی و مفید را معرفی می‌کنیم که این کار را برای شما خیلی راحت انجام خواهد داد.
- برای افزایش سرعت سایت می‌توانید از افزونه **Enable Gzip Compression** استفاده کنید. با این افزونه می‌توانید سرعت سایت خود را بالا ببرید. البته برای این کار افزونه‌های دیگری هم وجود دارد که می‌توانید از آن‌ها هم استفاده کنید. ولی کار کردن و فعال کردن آن‌ها سخت و دشوار است.
- مدیران سایت‌ها برای اینکه افزونه‌های اضافه نصب نکنند و برای بهبود سرعت سایت خود عکس‌ها و محدرات سایت خود را با حجم کمتری آپلود و درون سایت قرار می‌دهند. با استفاده از این افزونه دیتابیس شما بهینه شده و سایت شما سرعت بهتری را پیدا می‌کند.

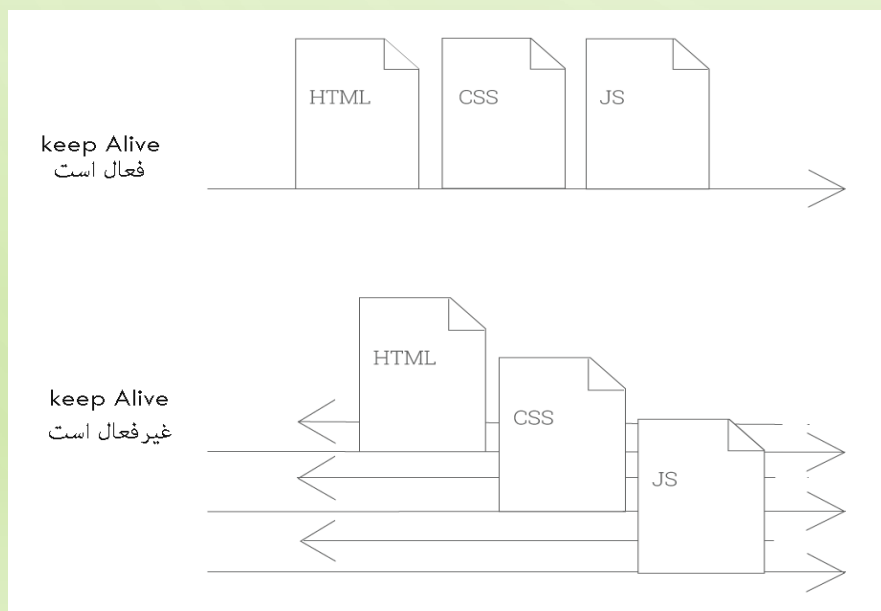
- این افزونه بر روی سیستم لوکال هاست اجرا نمی‌شود و به دلیل این است که قابلیت GZip ندارد. اما بیشتر هاستینگ‌ها این قابلیت را فعال کرده‌اند و بعضی از آن‌ها بلعکس عمل می‌نمایند.

- بعد از فعالسازی افزونه به راحتی GZip روی سایت شما فعال خواهد شد.

- اگر بعد از نصب افزونه ارور 500 نمایش داده شد یا GZip شما فعال نشد، سریع به هاستینگ خود خبر دهید تا GZip را برای شما فعال کنند.

KEEP ALIVE چیست؟

- Keep-Alive به عنوان یک اتصال دائمی شناخته می شود که مسئولیت اصلی آن، ایجاد یک الگوی ارتباطی بین سرور و کلاینت است.
- هدف از فعالسازی Keep Alive، کاهش میزان درخواست های HTTP از کلاینت و افزایش سرعت صفحات وب است.
- هنگامی که Keep-Alive را فعال می کنید، کلاینت و سرور توافق می کنند که اتصال را برای درخواست ها یا پاسخ های بعدی باز نگه دارند.



<https://www.hostinger.com/tutorials/improving-website-performance-enabling-keep-alive>

<https://blog.iranserver.com/keep-alive/>

6 مزیت KEEP ALIVE

- کاهش مصرف CPU و حافظه
- HTTP Pipelining
- پشتیبانی توسط مرورگرهای مدرن
- افزایش رتبه در موتورهای جستجو
- کاهش ازدحام شبکه
- بهبود عملکرد SSL/TLS

فعال سازی KEEP-ALIVE در فایل HTACCESS.

اگر به تنظیمات وب سرورتان دسترسی ندارید، با استفاده از یک فایل `htaccess` می‌توانید `keep-alive` را فعال کنید.

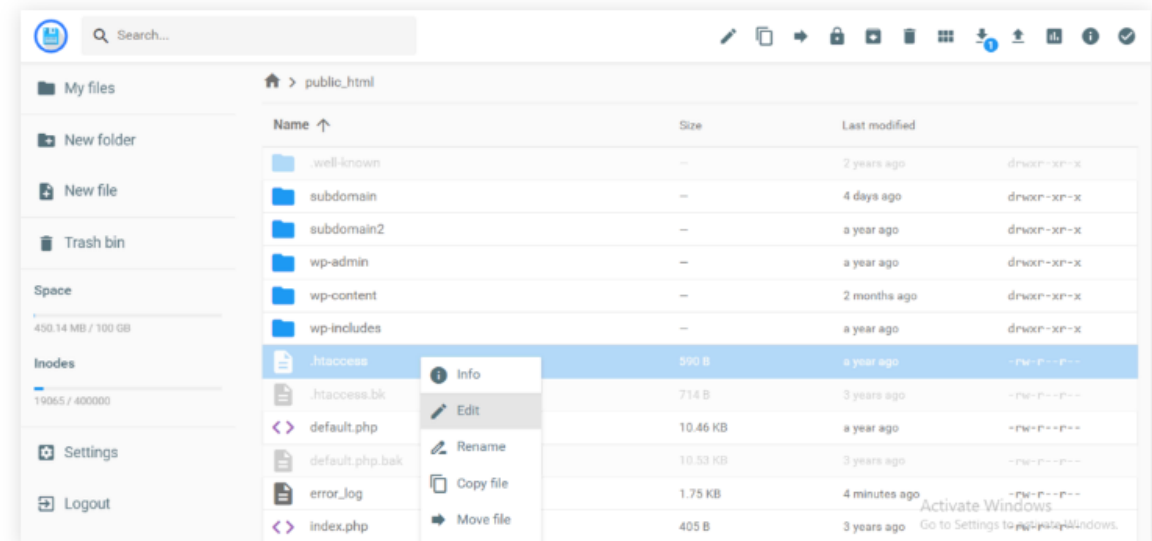
```
ifModule>  
<mod_headers.c  
  
Header set  
Connection keep-  
alive  
  
</ifModule/>
```

این تنظیمات روی بسیاری از هاست‌های اشتراکی و هاست لینوکس به‌خوبی اجرا می‌شود.

```
<ifModule mod_headers.c>  
Header set Connection keep-alive  
</ifModule>
```

This method should work on most Linux-based shared hosting providers. If you use Hostinger, locate the `.htaccess` file using the **File Manager**.

To do that, open the hPanel dashboard, then click the **File Manager** button. You can find the `.htaccess` file under the `public_html` folder. Right-click on the file, then choose **edit** to add the code.



<https://www.hostinger.com/tutorials/improving-website-performance-enabling-keep-alive>

روش تشخیص فعال بودن KEEP-ALIVE روی سایت

میتوانید در cmd سیستم دستور زیر را تایپ نموده

که در خروجی به صورت زیر خواهد بود

```
curl -I -v https://example.com
```

<https://blog.iranserver.com/keep-alive/>

```
Command Prompt
HTTP/1.1 200 OK
< Server: nginx
Server: nginx
< Date: Sat, 03 May 2025 05:58:31 GMT
Date: Sat, 03 May 2025 05:58:31 GMT
< Content-Type: text/html
Content-Type: text/html
< Content-Length: 73989
Content-Length: 73989
< Last-Modified: Sat, 03 May 2025 04:55:27 GMT
Last-Modified: Sat, 03 May 2025 04:55:27 GMT
< Connection: keep-alive
Connection: keep-alive
< Vary: Accept-Encoding
Vary: Accept-Encoding
< ETag: "6815a1bf-12105"
ETag: "6815a1bf-12105"
< Vary: Accept-Encoding, Cookie
Vary: Accept-Encoding, Cookie
< Cache-Control: no-cache, no-store, must-revalidate
Cache-Control: no-cache, no-store, must-revalidate
< X-Rocket-Nginx-Serving-Static: HIT
X-Rocket-Nginx-Serving-Static: HIT
< Accept-Ranges: bytes
Accept-Ranges: bytes
```

کش مرورگر چیست؟

- هر بار که مرورگر یک صفحه‌ی وب را بارگذاری می‌کند، باید تمام فایل‌های وب را دانلود کند تا صفحه را به درستی نمایش دهد. این شامل تمام HTML، CSS، JavaScript و تصاویر می‌شود.
- برخی از صفحات ممکن است فقط شامل چند فایل باشند و حجم کمی داشته باشند – شاید چند کیلوبایت. با این حال، برخی دیگر ممکن است فایل‌های زیادی داشته باشند و حجم آن‌ها به چندین مگابایت برسد. به عنوان مثال، Twitter.com بیش از ۳ مگابایت حجم دارد. مشکل دو جنبه دارد.
- اول اینکه، بارگیری این فایل‌های بزرگ زمان بیشتری می‌برد و می‌تواند به خصوص اگر از اتصال اینترنت کندی (یا یک دستگاه تلفن همراه) استفاده می‌کنید، آزاردهنده باشد.
- دوم اینکه، هر فایل یک درخواست جداگانه به سرور ارسال می‌کند. هرچه سرور شما درخواست‌های بیشتری را به طور همزمان دریافت کند، کار بیشتری باید انجام دهد و این فقط سرعت صفحه شما را کاهش می‌دهد.

- ذخیره‌سازی مرورگر می‌تواند با ذخیره کردن برخی از این فایل‌ها به‌صورت محلی در مرورگر کاربر کمک کند. اولین بازدید کاربر از وب‌سایت شما همان زمان را برای بارگذاری صرف می‌کند، اما وقتی همان کاربر دوباره از وب‌سایت شما بازدید می‌کند، صفحه را بازخوانی می‌کند یا حتی به صفحه‌ی دیگری از سایت شما می‌رود، تعدادی از فایل‌های مورد نیاز را به‌صورت محلی در اختیار دارد.
- این به این معنی است که حجم داده‌ای که مرورگر کاربر باید دانلود کند کمتر است و درخواست‌های کمتری به سرور شما ارسال می‌شود. نتیجه چیست؟ کاهش زمان بارگذاری صفحه.

فعال کردن کش مرورگر در وردپرس

- برای رفع این مشکل می‌توانیم از حافظه کش مرورگرها استفاده کنیم. با استفاده از حافظه کش مرورگر می‌توانیم بعضی از فایل‌های موجود در سایت (فایل‌های تکراری) را بر روی مرورگر کاربران ذخیره کنیم، با این عمل وقتی مجدداً کاربر از سایت بازدید می‌کند تمامی فایل‌هایی که در حافظه سیستم کاربر ذخیره شده‌اند به جای اینکه از سایت فایل‌ها را دانلود کند، مرورگر از فایل‌های ذخیره شده در حافظه خود استفاده می‌کند. با این کار سرعت بارگذاری صفحات سایت افزایش می‌یابد و صفحات در دفعات بعدی سریع‌تر لود می‌شوند.
- مزیت اصلی این افزونه سرعت بخشیدن به وبسایت می‌باشد چون دیگر فایل‌های استاتیک در مرورگر شما ذخیره می‌شوند و همین امر موجب صرفه‌جویی در پهنای باند سرور، کاهش بارگذاری سرو و کاهش درخواست HTTP می‌شود.

آموزش کار با افزونه LEVERAGE BROWSER CACHING

- این پلاگین کاربردی Leverage Browser Caching در مخزن وردپرس به ثبت رسیده است و تاکنون توانسته است به دلیل کاربرد مفید و خوبی که دارد بیش از 30 هزار نصب فعال در وبسایت های گوناگون داشته باشد.

هم اکنون نصب کن

Leverage Browser Caching

It will fix Leverage Browser Caching issue (Apache Server Only)

بدست Rinku Yadav



آخرین به روزرسانی در: 5 ماه پیش

با نگرارش وردپرس شما سازگار است ✓

(36) ★★★★★

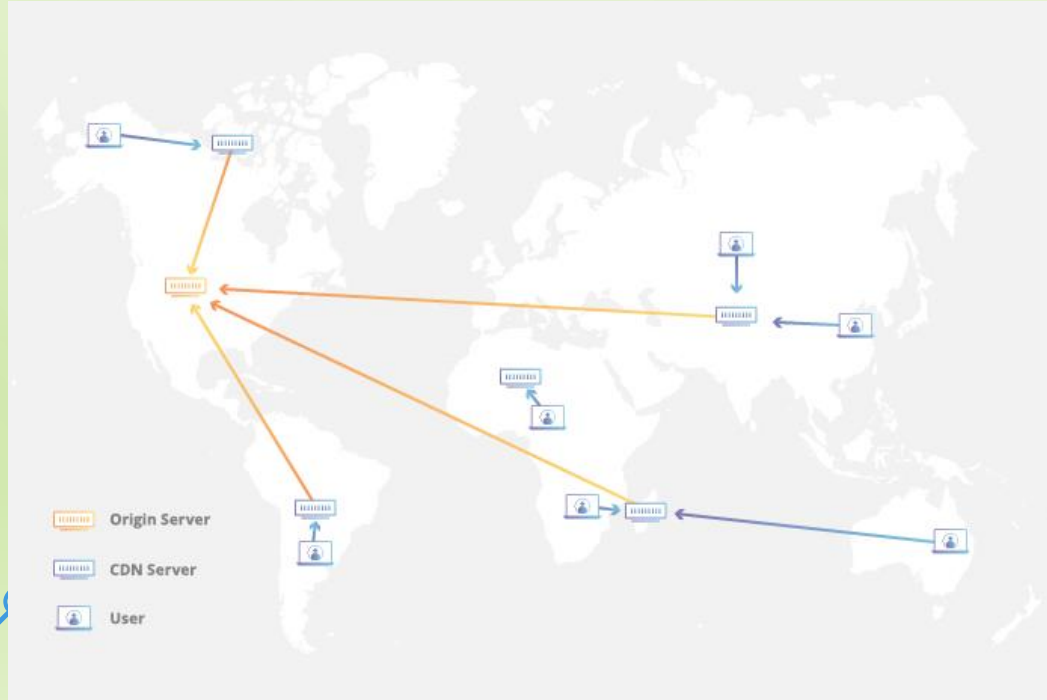
+30,000 نصب فعال

کار با این پلاگین بسیار ساده است و شما لازم نیست کاری انجام دهید. درواقع این افزونه تنظیماتی ندارد و تنها کدهایی به فایل htaccess اضافه می شود و سرعت بارگذاری صفحات سایت در مرورگر افزایش می دهد. یعنی هیچ قسمتی به پنل مدیریت وردپرس شما افزوده نمی شود و این فرایند به صورت کاملا اتوماتیک است.

```
# BEGIN WordPress
# END WordPress
# LBROWSERSTART Browser Caching
<IfModule mod_expires.c>
ExpiresActive On
ExpiresByType image/gif "access 1 year"
ExpiresByType image/jpg "access 1 year"
ExpiresByType image/jpeg "access 1 year"
ExpiresByType image/png "access 1 year"
ExpiresByType image/x-icon "access 1 year"
ExpiresByType text/css "access 1 month"
ExpiresByType text/javascript "access 1 month"
ExpiresByType text/html "access 1 month"
ExpiresByType application/javascript "access 1 month"
ExpiresByType application/x-javascript "access 1 month"
ExpiresByType application/xhtml+xml "access 1 month"
ExpiresByType application/pdf "access 1 month"
ExpiresByType application/x-shockwave-flash "access 1 month"
ExpiresDefault "access 1 month"
</IfModule>
# END Caching LBROWSERCEND
```

شبکه توزیع محتوا یا CDN چیست؟

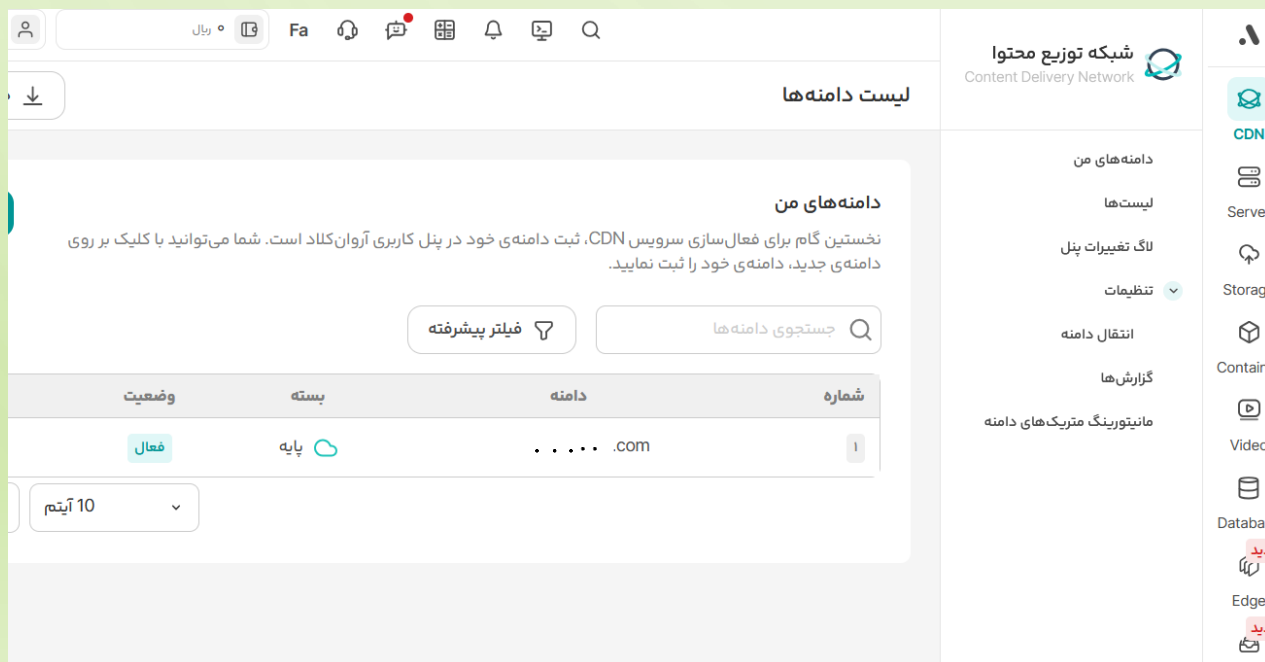
- CDN کوتاه شده‌ی عبارت Content Delivery Network به معنی شبکه توزیع یا تحویل محتوا است که از آن برای توزیع داده‌ها، افزایش سرعت بارگذاری صفحه‌ها، کاهش تاخیر و متعادل کردن ترافیک ورودی سرور میزبان استفاده می‌شود. شبکه توزیع محتوا این کار را با کاهش فاصله‌ی جغرافیایی کاربران با سرور اصلی انجام می‌دهد.
- علاوه بر این، CDN در محافظت از سایت‌ها در برابر حملات DDoS نیز موثر است، زیرا درخواست‌های جعلی از سرورهای مختلف به سمت شبکه تحویل محتوا می‌روند و به راحتی باعث دفع این نوع حملات می‌شود. همچنین با استفاده از پروتکل‌های امن مانند SSL و رمزگذار، امنیت ارتباطات بین کاربر و سرور تضمین می‌شود.



هنگامی که کاربری با استفاده از CDN از یک وبسایت درخواست محتوا می‌کند، CDN آن محتوا را از یک سرور مبدا دریافت می‌کند و سپس یک کپی از محتوا را برای درخواست‌های آینده ذخیره می‌کند. محتوای ذخیره شده تا زمانی که کاربران به درخواست خود ادامه دهند، در حافظه پنهان CDN باقی می‌ماند.

پس چطور سرور CDN اطلاعات را از سرور ما دریافت می‌کند؟

- زمان انجام تنظیمات CDN در پنل مدیریتی سرویس CDN شما، از شما لیست آی‌پی‌های سرور اصلی درخواست می‌شود. در این قسمت باید آی‌پی سرور اصلی وبسایتتان را وارد کنید. با اینکار، سرورهای شرکت ارائه دهنده CDN به سرور اصلی متصل می‌شوند و اطلاعات را از سرور اصلی شما به سرورهای مختلف در سطح دنیا منتقل می‌کنند. به این ترتیب اطلاعات شما همزمان در چندین سرور مختلف نگهداری و به کاربران در نزدیکترین نقطه ارائه می‌شود.



The screenshot shows a web interface for managing a Content Delivery Network (CDN). The main section is titled "لیست دامنه‌ها" (Domain List). It includes a search bar and a table with columns: "شماره" (Number), "دامنه" (Domain), "بسته" (Package), and "وضعیت" (Status). The table contains one entry with domain ".com", package "پایه" (Basic), and status "فعال" (Active). The interface is in Persian and includes various navigation and utility icons.

شماره	دامنه	بسته	وضعیت
1	.com	پایه	فعال

<https://mihanwp.com/use-dns-in-wordpress/>

بهترین شرکت‌های CDN برای ایرانی‌ها کدامند؟

- در کل آروان کلود از مابقی شرکت‌های ارائه دهنده CDN در ایران چند قدم جلوتر است.
- یا می‌توانید افزونه شرکت CDN را نصب نمایید.

مراحل فعال سازی CDN روی وردپرس و سایر سیستم های مدیریت محتوا

- فعال سازی شبکه توزیع محتوا (CDN) روی وردپرس و سایر سیستم های مدیریت محتوا می تواند به طرز چشمگیری سرعت بارگذاری و عملکرد وب سایت شما را بهبود ببخشد. در اینجا، مراحل اصلی فعال سازی CDN را برای وردپرس و چند سیستم مدیریت محتوای دیگر بررسی می کنیم. برای وردپرس، مراحل فعال سازی CDN به این شکل است:
- انتخاب یک ارائه دهنده: CDN اول از همه، باید یک ارائه دهنده مناسب پیدا کنید و ثبت نام کنید.
- تنظیم DNS: بعد از ثبت نام، باید تنظیمات DNS دامنه خود را به سرورهای CDN تغییر بدید. معمولاً این کار از طریق پنل مدیریت دامنه انجام می شه.
- نصب یک افزونه: CDN در پنل مدیریت وردپرس، به بخش "افزونه ها" برید و یک افزونه CDN مثل "W3 Total Cache" یا "WP Super Cache" نصب کنید.
- پیکربندی افزونه: بعد از نصب افزونه، اون رو فعال کنید و تنظیمات CDN رو پیکربندی کنید. در این مرحله، URL CDN که ارائه دهنده شما داده رو وارد کنید.
- کش کردن محتوا: بعد از پیکربندی، کش محتوا رو پاک کنید تا تغییرات اعمال بشه. با این کار، وب سایت شما به سرعت از CDN استفاده خواهد کرد.

<https://tosinso.com/articles/39799/cdn-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA%D8%9F-%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%DB%8C-%D8%B4%D8%A8%DA%A9%D9%87-%D8%AA%D9%88%D8%B2%DB%8C%D8%B9-%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D8%A7-%D8%A8%D9%87-%D8%B2%D8%A8%D8%A7%D9%86-%D8%B3%D8%A7%D8%AF%D9%87>

بهینه‌سازی CSS و JAVASCRIPT در وردپرس می‌تواند بهبود قابل توجهی در عملکرد و سرعت بارگذاری وبسایت شما داشته باشد. در زیر چند راهنمایی برای انجام این بهینه‌سازی آورده شده است:

بهینه‌سازی CSS:

1. استفاده از فشرده‌سازی: از ابزارهایی مانند CSS Minify یا Online Minify استفاده کنید تا کدهای CSS فشرده شده و حجم کمتری داشته باشند.

2. استفاده از فونت‌های بهینه: از فونت‌های کم حجم و فشرده استفاده کنید. همچنین، از تکنیک‌های مانند Preloading برای بهبود بارگذاری فونت‌ها استفاده کنید.

3. کاهش تعداد درخواست‌ها: تلاش کنید تا تعداد فایل‌های CSS را کاهش دهید. ادغام فایل‌های CSS به یک فایل واحد می‌تواند موثر باشد.

بهینه‌سازی CSS و JAVASCRIPT در وردپرس می‌تواند بهبود قابل توجهی در عملکرد و سرعت بارگذاری وبسایت شما داشته باشد. در زیر چند راهنمایی برای انجام این بهینه‌سازی آورده شده است:

بهینه‌سازی JavaScript:

1. فشرده‌سازی JavaScript: مانند CSS، از ابزارهای Minify برای کاهش حجم کدهای JavaScript استفاده کنید.

2. لود تنبل lazy برای اسکریپت‌ها: از تکنیک Lazy Loading برای لود تأخیری اسکریپت‌ها استفاده کنید. این کار باعث بهبود سرعت بارگذاری صفحه می‌شود.

3. استفاده از CDN: اسکریپت‌های پرستفاده را از CDN‌ها بخوانید تا لود آنها از سرورهای نزدیکتر به کاربران صورت گیرد.

آموزش کار با Better WP Minify

اولین چیزی که شما نیاز دارید نصب و فعال کردن افزونه Better WordPress Minify است. برای اینکه این کار را انجام دهید باید به مسیر افزونه‌ها > افزودن بروید و این افزونه را در جستجو کرده و در سایت خود آن را نصب و فعال کنید.

هم‌اکنون نصب کن

Better WordPress Minify

Allows you to combine and minify your CSS
...and JS files to improve page load

بدست *Khang Minh*



آخرین به‌روزرسانی در: 5 سال پیش
با نگاهی وردپرس شما آزمایش نشده است

(138) ★★★★★

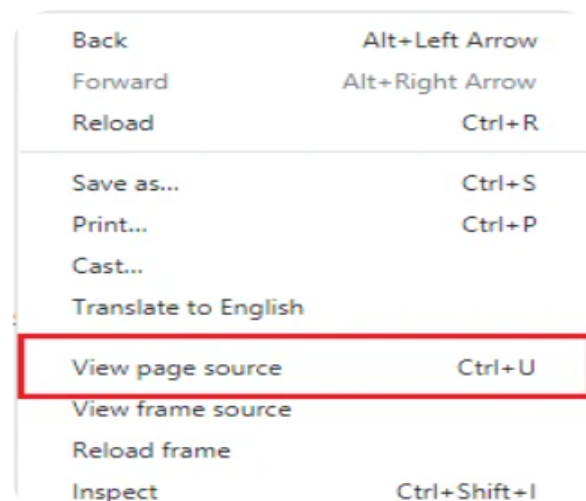
+40,000 نصب فعال

به محض فعال سازی افزونه یک آیتم جدید به نام "BWP Minify" در زبانه ادمین وردپرس اضافه خواهد شد. زمانی که شما روی این گزینه کلیک کنید به صفحه تنظیمات افزونه هدایت می شوید.

☒ Minify JS files automatically	.you can still use <code>bwp_minify()</code> helper function if you disable this ☒
☒ Minify CSS files automatically	.you can still use <code>bwp_minify()</code> helper function if you disable this ☒
☐ Minify <code>bloginfo()</code> stylesheets	enable this for themes that use <code>bloginfo()</code> to print the main stylesheet (i.e. <code>style.css</code>). If you want to minify <code>style.css</code> with the rest of your css files, you must enqueue it ☐
☐ Leave external files at their original positions	enable this to improve compatibility with plugins/themes that print external JS/CSS files directly, for e.g. <code>Simple Google Maps Short Code</code> plugin or <code>Avada</code> theme ☐
URL path to Minify library (relative to domain root)	 .Leave empty to use default value, which is <code>/sara/wp-content/plugins/bwp-minify/min/</code>. Please read here to know how to properly modify this
One minify string will contain	.file(s) at most 10
For cache buster, use	empty <code>=min/?f=file.js&ver/</code> No cache buster
.Note: Whenever a new cache buster is used, you are telling browsers to refresh cached JS and CSS files. This is particularly useful when source files have been changed, use this feature wisely	
Minify Library Settings	
.These options will let you control how the actual Minify library works	
WordPress document root	 Leave empty to use <code>\$_SERVER['DOCUMENT_ROOT']</code>, which is <code>C:/xampp/htdocs</code>. This is only used when it is not empty and your WordPress does live under

تنظیمات افزونه Better WordPress Minify

در صفحه تنظیمات لازم است دو گزینه اول به طور خودکار فشرده کردن فایل‌های جاوا اسکریپت و CSS در سایت وردپرس یعنی Minify JS Files Automatically و Minify CSS Files Automatically را تیک بزنید و بعد از آن روی ثبت تغییرات کلیک کنید. علاوه بر این دو گزینه در این صفحه تنظیمات دیگری نیز وجود دارد. تنظیماتی که در این صفحه وجود دارد به صورت پیش فرض برای بیشتر وبسایت‌ها کار می‌کند ولی شما می‌توانید آنها را در صورت تمایل تغییر دهید. سپس کلیک راست کرده و "View Page Source" را از منو مرورگر انتخاب کنید.

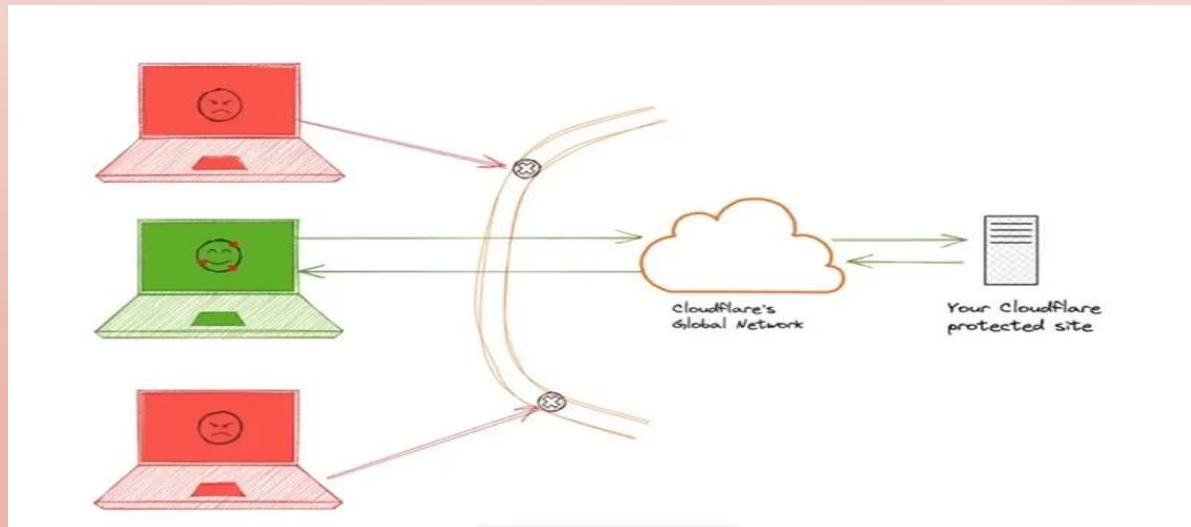


مشاهده منابع صفحه

پس از آن شما سورس کد HTML تولید شده را خواهید دید و اگر دقت کنید متوجه می‌شوید که این افزونه فایل‌های Javascript، CSS را از خود فولدر افزونه به جای قالب و افزونه‌های وردپرس شما لود خواهد کرد. درواقع آنها نسخه‌های فشرده شده فایل‌های CSS و Javascript اصلی هستند و این افزونه نسخه فشرده شده را نگهداری و در اختیار مرورگرها قرار می‌دهد.

کلود فلر CLOUD FLARE چیست؟

- کلود فلر یک شبکه تحویل محتوا (CDN) و یک پلتفرم امنیتی ابری است که خدمات مفیدی برای بهینه‌سازی، امنیت و عملکرد وبسایت عرضه می‌کند. Cloudflare به عنوان یک واسطه بین سرور وبسایت و بازدیدکنندگان عمل می‌کند و سرعت و قابلیت اطمینان سایت را بهبود می‌بخشد و در عین حال از آن در برابر تهدیدات آنلاین محافظت می‌کند. به بیان دیگر، CDN کلود فلر به همه صاحبان کسب و کارهای اینترنتی خدمات امنیتی عرضه می‌کند.



<https://www.bertina.ir/blog/what-is-cloudflare/>

<https://www.cloudflare.com/learning/what-is-cloudflare/>

تکلیف هفته آینده

جلسه هشتم

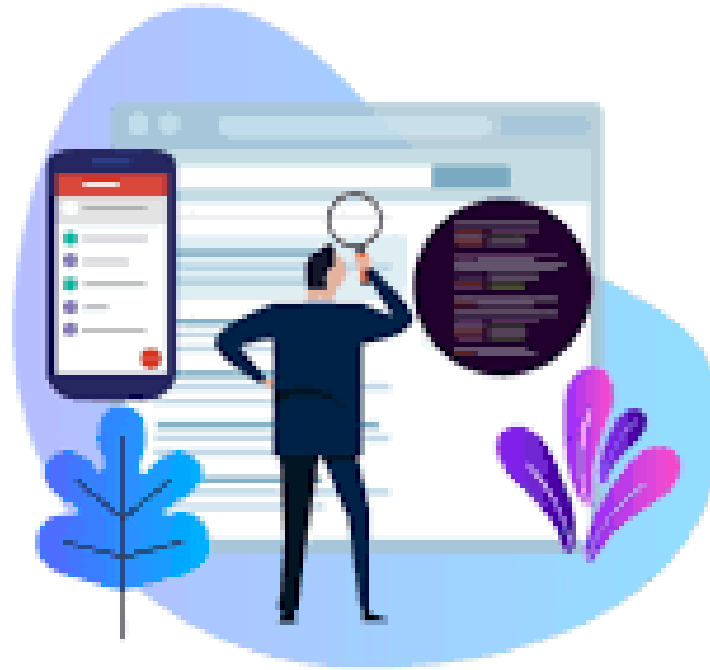
- فعال سازی keep-alive در htaccess.

خلاصه ای از فصل سئو تکنیکال

- موتور جستجو
- الگوریتم های گوگل
- عملکرد گوگل spider
- تفاوت بین organic search , google ads
- مفاهیم local search, local business
- سئو کلاه سیاه و کلاه سفید
- فایل htaccess.
- ابزار های بررسی سرعت سایت
- استفاده از قابلیت های gzip , keep-alive , cdn
- Cloud flare

سئو داخلی (ONE PAGE)

**On-Page
SEO**



مدیریت کردن تگ عنوان و توضیحات

- برخی مواقع کنترل و مدیریت کردن URL ممکن است برای برخی از افراد مشکل یا گیج کننده باشد، چراکه ممکن است آن‌ها در مکان‌هایی تنظیم شوند که برای شما عجیب باشد و یا برخی مواقع به URL ها، نامک گفته می‌شود که این موضوع هم باعث گمراه شدن افراد می‌شود.
- شما این امکان را دارید که URL پست‌ها و صفحات را در ویرایشگر آن‌ها کنترل و مدیریت کنید؛ همچنین URL مربوط به دسته‌بندی و برچسب‌ها، در فهرست‌های مربوطه و تحت عنوان نامک تنظیمات می‌شود، در خصوص نویسنده‌ها هم باید گفت که نام کاربری آن‌ها درواقع همان آدرس اینترنتی مربوط به هر یک از آن‌ها می‌شود.

توضیحات متا

- توضیحات متا یا Meta Description یکی از مهمترین موضوعات در On-Page SEO هست.
- توضیحات متا یک ویژگی HTML است که خلاصه‌ای مختصر از یک صفحه وب را ارائه می‌دهد. موتورهای جستجو مانند گوگل اغلب توضیحات متا را در نتایج جستجو نمایش می‌دهند که می‌تواند بر نرخ کلیک تأثیر بگذارد. در تصویر زیر مثالی از توضیحات متا یک وب سایت را مشاهده می‌کنید که با کادر آبی رنگ مشخص شده است.

<https://mihanwp.com> › [wordpress-learn](#) ▾ [Translate this page](#)

آموزش وردپرس - دوره رایگان آموزش WordPress بصورت ویدیویی

با آموزش وردپرس از ابتدا تا انتها می‌توانید بصورت قدم به قدم وردپرس را یاد بگیرید و با بخش‌های ریل مدیریت وردپرس آشنا شوید تا بتوانید به آسانی سایت بسازید.

MAMP - آموزش نصب افزونه در وردپرس - آموزش نصب قالب وردپرس - آموزش امنیت وردپرس

<https://mihanwp.com/wordpress-onpage-seo-steps/>

طول توضیحات متا باید چقدر باشد

- الگوریتم‌های گوگل به صورت کلی این توضیحات را به 155-160 نویسه (کاراکتر) کوتاه تبدیل می‌کند. بهتر است توضیحات متا را حدود همان 150 الی 160 کاراکتر بنویسید. اینگونه می‌توانید یک توصیف خوب از محتوای سایت داشته باشید و کاربران را به خوبی ترغیب به کلیک کردن کنید.
- بنابراین به شما پیشنهاد می‌کنیم توضیحات متا را بین 150 تا 160 کاراکتر بنویسید. به خاطر داشته باشید که طول مناسب توضیحات متا، بسته به موقعیت‌های مختلف، متفاوت است و هدف اصلی شما باید ارائه مطلبی مفید و با ارزش برای افزایش آمار کلیک کاربران باشد.
- شاید فکر کنید که برچسب‌های توضیح متا برای رتبه‌بندی موتورهای جستجو اهمیت ندارند، اما در به دست آوردن کلیک کاربر از SERP (Search Engine Result Page) بسیار مهم هستند. این پاراگراف‌های کوتاه فرصتی استثنایی است تا از این طریق محتوای خود را تبلیغ کنید و کاربران را قانع سازید که مطالب این سایت دقیقاً همان چیزی است که به دنبال آن می‌گردند.

چگونه توضیحات متا بنویسیم

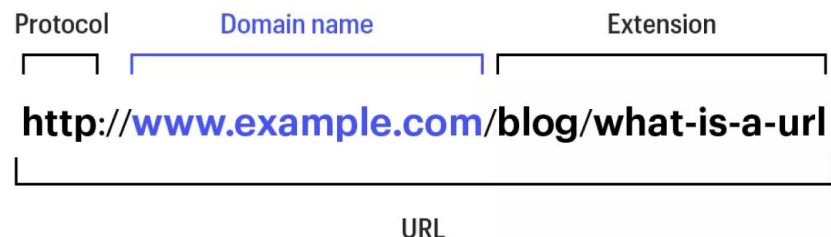
- برای نگارش توضیحات متا یک صفحه، باید خیلی هوشمندانه از کلمات کلیدی مرتبط استفاده کنید. همچنین توضیحات متا باید توصیف قانع کننده‌ای ایجاد کند که جستجوگر می‌خواهد روی آن کلیک کند و وارد سایت شما شود. شما با استفاده از افزونه‌های مختلف مثل یوست سئو (Yoast SEO) و رنک ماث (Rank Math) می‌توانید توضیحات فوق‌العاده‌ای برای پست‌های وبلاگ خود ایجاد کنید. اما گاهی اوقات گوگل الگوریتم خودش را دارد و در برخی موارد، ممکن است تصمیم گرفته شود قطعه‌ای از نتایج جستجو را نشان دهد که با آنچه شما نوشته‌اید هیچ مطابقتی ندارد.

دلایل تغییر توضیحات متا توسط گوگل

- ممکن است توضیحات شما بیش از حد تبلیغاتی باشد و به جای توضیح در مورد اینکه این صفحه چه محتوی برای ارائه به مخاطبان دارد، در مورد شما یا کسب و کار شما صحبت کند.
- کلمه جستجو شده در توضیحات متا وجود ندارد.
- یکی از دلایل دیگر این است که شاید توضیحات متا شما بسیار کلی باشد و مرتبط با محتوی اصلی آن صفحه نباشد. (اگر از متا خودکار استفاده کنید حتما این مشکل را تجربه خواهید کرد).
- شاید لازم باشد برای صفحه مورد نظر چندین عبارت کلیدی مختلف در نظر گرفته شود، یا مطالب موجود در بخش‌های مختلف یک صفحه امکان پاسخ دادن به سوالات متفاوتی از سوی کاربران را داشته باشد. این امر ایجاد یک توضیح متا فوق‌العاده مناسب را که برای هر یک از آن کاربران مناسب باشد را دشوار می‌کند. در چنین حالتی، یک توضیح متا پویا که توسط گوگل ایجاد می‌شود، ممکن است برای کاربران مفیدتر از یک توصیف عمومی که از قبل توسط شما تهیه شده است باشد.

URL و ساختار آن

- مسیر (Path) در URL به عنوان بخشی از آدرس اینترنتی شناخته می شود که مشخص می کند کدام منبع خاص در سرور باید بارگذاری شود. این قسمت از URL بعد از نام دامنه و قبل از هر گونه پارامتر یا فرگمنت قرار می گیرد. برای مثال، در آدرس `https://www.example.com/products/item1`، مسیری است که به مرورگر می گوید باید به کدام بخش از وب سایت مراجعه کند.



- نقش مسیر در URL بسیار مهم است، چون به کاربران و موتورهای جستجو کمک می کند تا ساختار محتوا را بهتر درک کنند. طراحی منطقی و کاربرپسند مسیرها می تواند تجربه کاربری را بهبود بخشد و احتمال دسترسی کاربران به اطلاعات مورد نیازشان را افزایش دهد. همچنین، مسیرهای بهینه شده می توانند به سئو کمک کنند، زیرا موتورهای جستجو با استفاده از این اطلاعات، محتوای وب سایت را بهتر ایندکس می کنند.

- ایجاد مسیرهای کوتاه و معنادار نه تنها به کاربران کمک می کند تا محتوای شما را راحت تر پیدا کنند، بلکه می تواند تأثیر مثبتی بر روی نرخ کلیک (CTR) نیز داشته باشد. برای مثال، یک مسیر مثل `products/electronics/12345` نسبت به `12345` خیلی بیشتر قابل فهم است.

چرا ساختار URL در سئو مهم است؟

- ساختار URL یکی از اجزای کلیدی در بهینه سازی موتورهای جستجو (SEO) به حساب می آید و تأثیر زیادی روی رتبه بندی وب سایت ها دارد. یک URL بهینه نه تنها کمک می کند تا موتورهای جستجو محتوای صفحات شما رو بهتر بفهمد، بلکه تجربه کاربری رو هم بهتر می کند.
- نکته اولی که باید در نظر بگیرید این است که URL های کوتاه و توصیفی معمولاً عملکرد بهتری نسبت به URL های طولانی و پیچیده دارند. موتورهای جستجو مثل گوگل ترجیح میدهند URL هایی رو ایندکس کنند که شامل کلمات کلیدی مرتبط باشند. مثلاً یک URL مثل <https://www.example.com/best-summer-dresses> خیلی بهتر از یک URL نامفهوم مثل <https://www.example.com/12345> هست، چون کاربران و موتورهای جستجو می توانند به راحتی محتوای صفحه رو از طریق URL تشخیص بدهند.
- علاوه بر این، استفاده از کلمات کلیدی در ساختار URL می تونه به بهبود رتبه بندی شما در نتایج جستجو کمک کند. وقتی شما کلمات کلیدی مرتبط با محتوای خودتون رو در URL قرار می دید، احتمال بیشتری وجود دارد که صفحه شما برای اون کلمات کلیدی خاص ایندکس بشود. همچنین، ساختار منطقی و سلسله مراتبی URL ها می تواند به کاربران کمک کند تا بین صفحات مختلف وب سایت شما به راحتی جابجا شوند.
- در نهایت، داشتن یک ساختار مناسب برای URL می تواند تأثیر مثبتی روی نرخ کلیک (CTR) داشته باشد. کاربران معمولاً تمایل دارند روی لینک هایی کلیک کنند که واضح و توصیفی هستند و این باعث افزایش ترافیک وب سایت شما میشود. بنابراین، طراحی و مدیریت درست ساختار URL نه تنها برای سئو بلکه برای تجربه کاربری هم حیاتی هست.

URL چه انواعی دارد؟

ABSOLUTE & RELATIVE URL

- انواع Url شامل دو بخش مطلق (Absolute) و نسبی (Relative) هستند:

- **URL مطلق:** یک URL مطلق حاوی تمام اطلاعات لازم برای یافتن فایل‌ها در اینترنت است که شامل نشانگر پروتکل، نام میزبان، نام پوشه و نام فایل است. URL مطلق مانند آدرسی است که اداره پست استفاده می‌کند که شامل نام، نام استاد، نام شهر، آدرس خیابان، شماره آپارتمان و کد پستی است. اگر برخی از اطلاعات وجود نداشته باشند مثلاً نام خیابان، پستی نمی‌تواند نامه را به مقصد تحویل دهد. به طور مشابه، اگر نشانگر پروتکل یا نام میزبان در یک URL وجود نداشته باشد، مرورگرها نمی‌توانند به یک فایل خاص لینک دهند زیرا نمی‌دانند کجا و چگونه فایل را جستجو کنند. به همین ترتیب، اگر نام پوشه یا فایل وجود نداشته باشد، مرورگرها نمی‌دانند کدام بخش از اطلاعات را از سرور استخراج کنند.

URL چه انواعی دارد؟

- انواع Url شامل دو بخش مطلق (Absolute) و نسبی (Relative) هستند:

- **URL نسبی:** URL نسبی معمولاً فقط شامل نام پوشه و نام فایل یا حتی فقط نام فایل است. زمانی که به فایلی اشاره می‌کنیم که در همان پوشه یا روی همان سرور فایل اصلی قرار دارد، می‌توانیم از این URL های نسبی استفاده کنیم. در این موارد، مرورگر به نام سرور یا نشانگر پروتکل نیازی ندارد زیرا فرض می‌کند فایل‌ها در یک پوشه یا روی سرور سند اصلی است قرار دارند. در واقع URL نسبی به ما کمک می‌کند مجبور نباشیم مسیر طی شده توسط کاربر را دوباره بنویسیم؛ مانند این است که بخواهم آدرس همسایه خود را به شما بدهم، چون شما آدرس خانه من را می‌دانید، تنها کافی است که به شما بگویم که خانه همسایه من، کنار خانه من است.

مهمترین تگ های HTML در سئو

۱- تگ عنوان (Title Tag)

تگ عنوان یکی از مهمترین تگ های HTML در سئو می باشد که خلاصه ای از محتوای یک صفحه را ارائه می دهد. این تگ در نتایج موتورهای جستجو نمایش داده می شود و توسط موتورهای جستجو برای تعیین ارتباط یک صفحه استفاده می شود. یک تگ عنوان که بتواند موجب افزایش رتبه در گوگل و جذب کاربران شود، باید منحصر به فرد، توصیفی و شامل کلمات کلیدی مرتبط باشد. پیشنهاد می کنیم تگ عنوان را کمتر از ۶۰ کاراکتر بنویسید تا به طور کامل در نتایج موتورهای جستجو نمایش داده می شود. اگر تگ عنوان طولانی باشد در نتایج گوگل به طور کامل نمایش داده نشده و ادامه عنوان ... قرار می گیرد. همچنین موتورهای جستجو از تگ عنوان برای تعیین ارتباط یک صفحه استفاده می کنند، بنابراین ضروری است که کلمات کلیدی و عبارات مرتبط را درج کنید.



مهمترین تگ های HTML در سئو

۲- تگ توضیحات متا (Meta Description Tag)

تگ توضیحات متا یکی دیگر از تگ های html در سئو می باشد که خلاصه ای از محتوای یک صفحه را ارائه می دهد و توسط موتورهای جستجو برای تعیین ارتباط یک صفحه استفاده می شود. این تگ در نتایج موتورهای جستجو در زیر تگ عنوان نمایش داده می شود و یک نمای کلی از آنچه که در یک صفحه می باشد را در اختیار کاربران قرار می دهد.

توصیه می کنیم تگ متای توضیحات کمتر از ۱۵۵ کاراکتر باشد تا به طور کامل در نتایج موتورهای جستجو نمایش داده شود. توضیحات متا همچنین باید مختصر باشد و شامل کلمات کلیدی مرتبط باشد تا به موتورهای جستجو کمک کند تا موضوع آن صفحه را درک کنند.



مهمترین تگ های HTML در سئو

۳- تگ های تیتر یا سرفصل ها (Heading Tag)

تگ های heading یکی از مهمترین تگ های html در سئو می باشد که برای ساختار بندی محتوای یک صفحه استفاده می شوند و درک سلسله مراتب محتوا را برای موتورهای جستجو آسان می کنند. تگ H1 مهمترین تگ heading است و باید برای عنوان اصلی صفحه استفاده شود. تگ های H2 و H3 باید برای عنوان های فرعی و غیره استفاده شوند. موتورهای جستجو از تگ های تیتر برای درک ساختار یک صفحه و تعیین ارتباط آن استفاده می کنند. استفاده صحیح از تگ های سرفصل می تواند به بهبود خوانایی صفحه کمک کند و خزیدن (crawl) و فهرست بندی محتوا را برای موتورهای جستجو آسان تر کند.

1. `<h1>` معمولاً تیتر اصلی یا عنوان صفحه `</h1>`
- 2.
3. `<h2>` تیترهایی برای برجسته کردن موضوع اصلی `</h2>`
- 4.
5. `<h3>` تیترهای مربوط به نکات موضوع اصلی `</h3>`
- 6.
7. `<h4>` تیترهایی برای پشتیبانی از هدر 3 (کمتر استفاده می شه) `</h4>`
- 8.
9. `<h5>` تیترهایی برای پشتیبانی از هدر 4 (خیلی کم استفاده می شه) `</h5>`
- 10.
11. `<h6>` تیترهایی برای پشتیبانی از هدر 5 (خیلی خیلی کم استفاده می شه) `</h6>`

مهمترین تگ های HTML در سئو

۴- متن جایگزین برای تصاویر (Alt Tag)

متن جایگزین از دیگر تگ های html در سئو می باشد که برای توصیف محتوای یک تصویر استفاده می شود. تگ متن جایگزین تصویر یا همان تگ alt برای SEO مهم است زیرا به موتورهای جستجو کمک می کند تا موضوعیت یک تصویر را درک کنند. همچنین تگ alt برای بهبود دسترسی برای کاربران کم بینا، که ممکن است از صفحه خوان برای پیمایش یک صفحه استفاده کنند، استفاده می شود.

ANCHOR TEXT چیست؟

- متن لنگر (که به عنوان متن لینک نیز شناخته می‌شود) متنی قابل کلیک و پیوندی است که کاربران را به مکان‌های دیگر هدایت می‌کند. مانند یک وبسایت دیگر، جایی دیگر در همان صفحه یا به ایمیل پیش‌فرض کاربر. این متن معمولاً با هایلایت و زیرخط مشخص می‌شود تا از محتوای اطراف متمایز شود.
- انتخاب انکر تکست مناسب در درک محتوای صفحه مقصد به گوگل کمک می‌کند و از این طریق می‌تواند باعث ظاهر شدن صفحه در نتایج جستجو عبارت‌های مرتبط شود. از سوی دیگر انتخاب صحیح انکر تکست در لینک سازی خارجی هم بسیار مهم است.



<https://www.semrush.com/blog/anchor-text/>

<https://www.mihanlearn.net/anchor-text-in-seo/>

- متن لنگر مؤثر به کاربران می‌گوید که اگر روی لینک کلیک کنند، چه انتظاری داشته باشند. و به موتورهای جستجو کمک می‌کند تا بفهمند صفحه لینک‌شده در مورد چیست. به عنوان مثال، می‌توانید از متن لنگر «خدمات» برای پیوند به صفحه اصلی خدمات یک وبسایت استفاده کنید.

```
<a href="www.domain.com/services">services</a>
```

Target Link

Anchor text

semrush.com



چرا متن لنگر در سئو مهم است؟

استفاده از متن لنگر مناسب می‌تواند عملکرد سئوی شما را بهبود بخشد و تجربه کاربری (UX) را افزایش دهد. موتورهای جستجو و کاربران برای پیمایش در سایت شما و درک رابطه بین صفحات مختلف، به لینک‌های داخلی (لینک‌هایی که به صفحات وب دیگر شما می‌روند) تکیه می‌کنند.

Cleverly

Services

Results

Pricing

Cold
Email

Resources

Blog

Step 6: Create a strong Company Page

Your [company_page](#) should have a:

- Professional banner and logo
- Clear tagline
- Site link

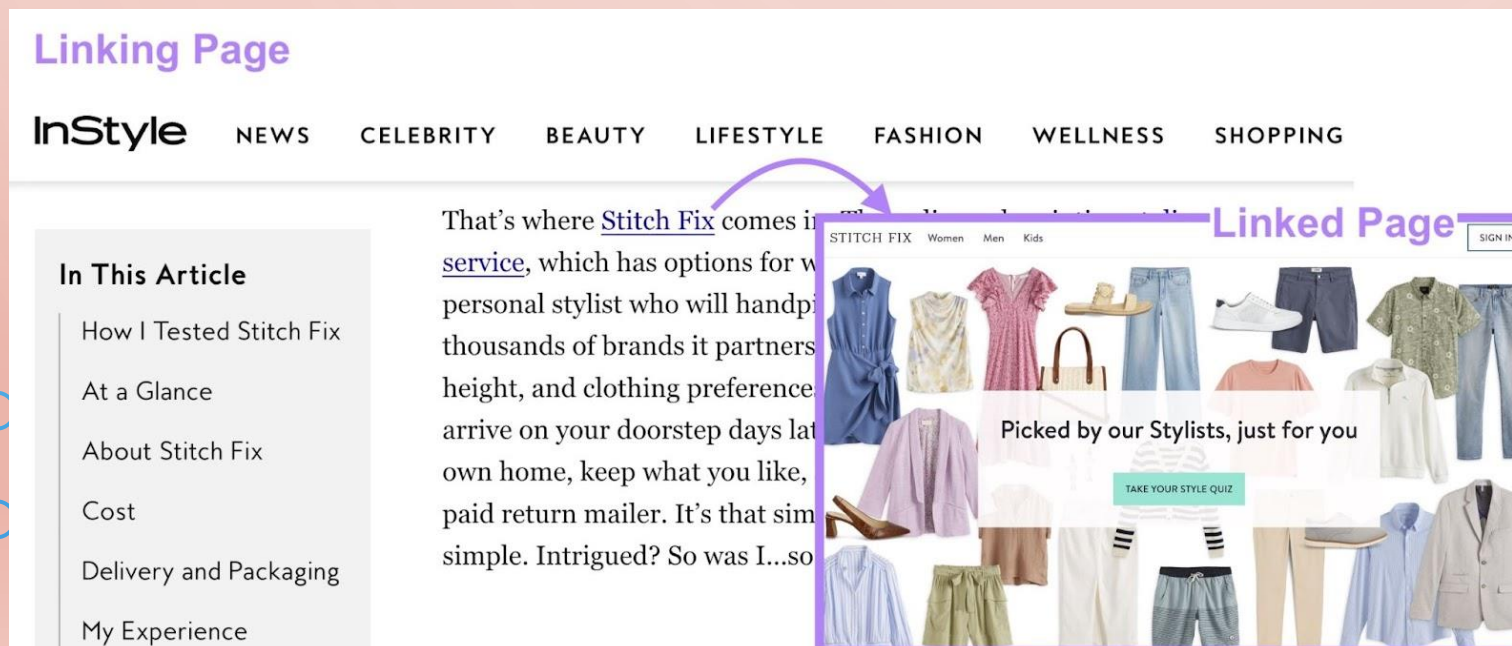
Anchor Text

- متن لنگر مورد استفاده برای لینک‌های خارجی (لینک‌هایی که به وبسایت‌های دیگر می‌روند) نیز به طور مشابه زمینه‌ای در مورد محتوای لینک‌شده ارائه می‌دهد. و شایان ذکر است که لینک دادن به سایت‌های دیگر می‌تواند بر رتبه‌بندی سئوی آنها تأثیر بگذارد. زیرا موتورهای جستجو لینک‌ها از یک سایت به سایت دیگر را به عنوان تاییدیه می‌بینند (با فرض اینکه شما هیچ ویژگی HTML را اعمال نکرده‌اید که به موتورهای جستجو بگوید از اعتبار رتبه‌بندی عبور نکنند). متن لنگر برای هر دو نوع لینک برای تجربه کاربری خوب است. و از آنجا که گوگل قصد دارد صفحاتی را که تجربه خوبی ارائه می‌دهند، در اولویت قرار دهد، این می‌تواند رتبه‌بندی شما را بیشتر بهبود بخشد.

انواع انکر تکست :Anchor Text

1. انکر تکست نام برند (Branded):

متن این نوع انکر تکست، نام برند است و به آدرس سایت و یا به مقاله‌ای از سایت لینک می‌شود. به عنوان مثال کلمه کلیدی «میهن لرن» که نام برند است، به آدرس سایت یعنی <https://www.MihanLearn.net> لینک شود.



2. انکر تکست کاملاً مطابق (Exact-match):

این نوع از انکر تکست، حالت پیش‌فرض یا اصلی آن است. در این حالت، دقیقاً کلمه کلیدی مد نظر را به آدرس مرتبط لینک می‌کنیم. به عنوان مثال، فرض کنید انکر تکست «آموزش سئو» است و دقیقاً به صفحه‌ای با همین محتوا لینک می‌شود. این نوع انکر تکست بیشترین کارایی را در سئو دارد و بهترین نوع لینک دهی از کلمه کلیدی است.

اما زیاده‌روی در استفاده از آن می‌تواند امتیاز منفی و حتی جریمه گوگل را به دنبال داشته باشد.

Why gamifying work works (and how to do it right)

SUBSCRIBE

Linking Page

Fresh ways to gamify your work life

To avoid gamification's potential to nurture hustle culture over actual culture, consider new ways to implement it on your team. To consider options that'll turn workplace work into play, consider options that'll turn workplace work into play.

To break through creative blocks...

- Turn ideation into a high-energy event with [Disruptive Brainstorming](#). It'll shake up your team's ideas to reveal the ultimate prize: a bunch of fresh ideas.

ATLASSIAN Products Teams More + Try now Sign in

Team Playbook Plays Why Team Playbook Ways of Working at Atlassian

Disruptive Brainstorming

The Disruptive Brainstorming Play is a fast-paced, high-energy meeting that sparks creative thinking and generates fresh ideas by forcing changes in perspective.

Jump to instructions

PREP TIME	15 MINS	RUN TIME	60 MINS	PEOPLE	3-11
-----------	---------	----------	---------	--------	------

3. انکر تکست تطبیق جزئی (Partial-match):

- این انکر تکست تقریباً مشابه کلمه کلیدی است. به عنوان مثال انکر تکست «استراتژی‌های لینک سازی» به صفحه‌ای در رابطه با «لینک سازی» لینک می‌شود. این نوع را انکر تکست مترادف نیز می‌نامند.

The screenshot shows a web page from Semrush Blog. The main article is titled "What Is Digital PR?". Below the title, the text reads: "Digital PR is a marketing practice intended to raise brand awareness and increase credibility." and "It involves communication techniques designed to improve an organization's public image by leveraging online channels." A purple box highlights a link in the text: "What Is Brand Awareness?". To the left of the main article, there is a sidebar with a link titled "A Guide to Build Brand Awareness: 21 Tactics with Examples". A purple arrow points from the highlighted link in the main article to the sidebar link.

Semrush Blog

SEO Marketing News & Research

Linking Page

Linked Page

Get trial

Marketing / General Marketing

A Guide to Build Brand Awareness: 21 Tactics with Examples

Asif Ali Nov 02, 2023 18 min read

Share in x f

What Is Brand Awareness?

TABLE OF CONTENTS

What Is Brand Awareness?

Brand awareness is the extent to which people—in your target market or beyond—recognize you.

What Is Digital PR?

Digital PR is a marketing practice intended to raise brand awareness and increase credibility.

It involves communication techniques designed to improve an organization's public image by leveraging online channels.

4. انکر تکست های عمومی (Generic):

- رایجترین انکر تکست هایی که تاکنون در اینترنت مشاهده کرده‌اید از این نوع هستند. به عنوان مثال انکر تکست های «اینجا کلیک کنید» یا «ادامه مطلب» در این دسته‌بندی قرار می‌گیرند. ترجیحا از این نوع انکر تکست ها استفاده نکنید.

Client Management

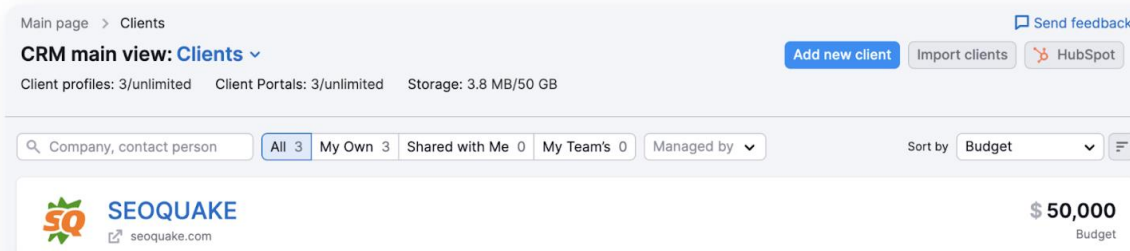
How to share clients in CRM

Sharing clients' or leads' profiles in **CRM** allows for collaboration between team members, helps with distributing workload efficiently, and attracts more resources for certain tasks.

To find out how client sharing works with "viewer" and "editor" access, click [here](#).

*Please note: client sharing is currently only available for **paid users**.*

To share a client, simply click on the **Share** button in the bottom right corner of the client card.



لینک چیست و چه تفاوتی با URL دارد؟

- لینک، که به آن "Hyperlink" می‌گوییم، یه عنصر تو صفحات وب هست که به کاربران اجازه می‌دهد با کلیک کردن روی آن، به یک منبع دیگر بروند، چه در همان وب سایت و چه در سایت های دیگر. لینک ها می‌توانند به انواع مختلف محتوا اشاره کنند:
- مثل صفحات وب، تصاویر، ویدیوها و حتی فایل های قابل دانلود. به زبان ساده، لینک ها مثل پل هایی هستند که کاربران را از یک قسمت به قسمت دیگر هدایت می‌کنند.
- تفاوت اصلی بین لینک و URL اینه که URL یه آدرس خاصه که نشون می‌دهد چطور می‌شود به یک منبع دسترسی پیدا کرد، در حالی که لینک به خود عنصر تعاملی اشاره دارد که کاربر روش کلیک می‌کند تا به ان منبع برود. مثلاً یک URL مثل `https://www.example.com/about` آدرسی است که صفحه "درباره ما" رو مشخص می‌کند، در حالی که لینکی که روی آن نوشته شده "درباره ما" کاربر را به همان URL هدایت می‌کند.



- لینک ها نقش خیلی مهمی در ساختار سایت دارند و همچنین بر رتبه سایت تاثیر می‌گذارند.

فالو (Follow) / دو فالو (Dofollow)

زمانی که یک لینک فالو ایجاد می کنید، این لینک به عنوان یک رأی مثبت برای آن صفحه در نظر گرفته می شود و می تواند به بهبود رتبه بندی آن در نتایج جستجو کمک کند. برای مثال، اگر یک وب سایت معتبر به محتوای شما لینک فالو دهد، این کار می تواند اعتبار شما را افزایش داده و ترافیک جدیدی جذب کند.

نوفالو (Nofollow)

به موتورهای جستجو می گوید که نباید از طریق آن لینک اعتبار صفحه مقصد را محاسبه کنند. این نوع لینک معمولاً زمانی استفاده می شود که نمی خواهید به یک صفحه خاص اعتبار بدهید یا از لحاظ امنیتی نگران هستید. به عنوان مثال، لینک هایی که در نظرات کاربران یا تبلیغات وجود دارند، معمولاً به صورت نوفالو قرار می گیرند تا از تأثیر منفی بر روی سئو جلوگیری شود.

لینک سازی داخلی

(Internal Link)

انواع لینک ها

Link Building

لینک سازی خارجی

(External Link)

- در نهایت، انتخاب بین لینک نوفالو و فالو بستگی به هدف شما دارد. اگر هدف شما افزایش ترافیک و اعتبار یک صفحه خاص است، بهتر است از لینک های فالو استفاده کنید. اما اگر فقط قصد دارید اطلاعاتی ارائه دهید بدون اینکه اعتبار آن را منتقل کنید، لینک نوفالو گزینه مناسبی است.

تکلیف هفته آینده

جلسه نهم

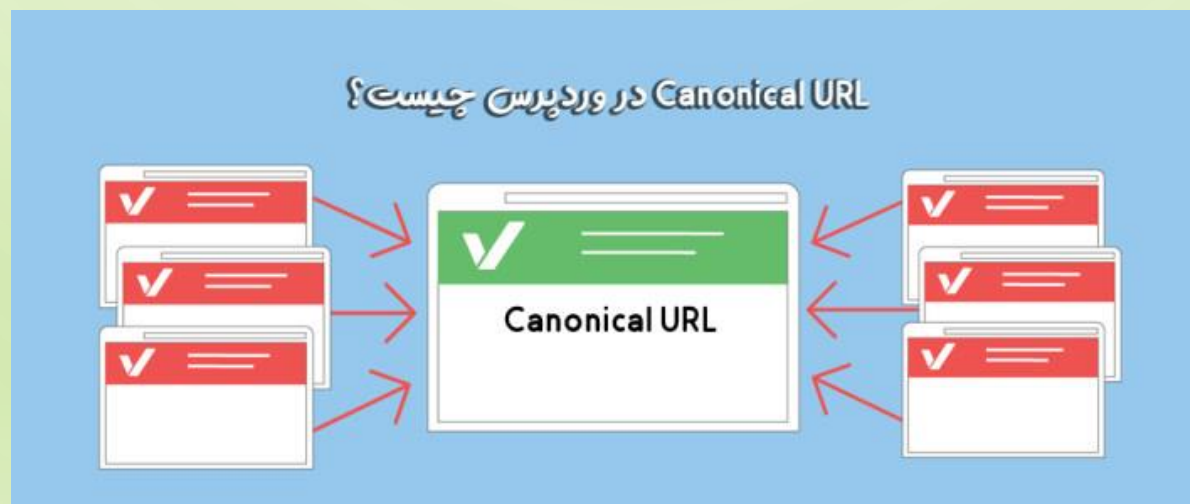
- نوشتن توضیحات متا Meta Description برای هر یک از صفحات سایت
- تنظیم url های صفحات سایت
- تنظیم تگ های پرکاربرد در متن و صفحات
- ایجاد لینک های داخلی سایت

فعال سازی لینک های نو فالو NOFOLLOW در المنتور

- ویرایش صفحه با المنتور:
- صفحه مورد نظر را با المنتور باز کنید.
- انتخاب ویجت یا المان لینکدار:
- مثلاً یک دکمه، متن، یا تصویر که لینک دارد را انتخاب کنید.
- وارد کردن لینک:
- در پنل سمت چپ در بخش تنظیمات، قسمت لینک (Link) را وارد کنید.
- اضافه کردن نوفالو:
- المنتور به طور پیش فرض گزینه نوفالو در رابط کاربری ندارد، اما می‌توانید این کار را از طریق کد سفارشی یا HTML انجام دهید:
- اگر المان شما امکان وارد کردن Attribute های اضافه را دارد (مثل المان HTML یا ویجت متن‌ها)، می‌توانید به صورت دستی `rel="nofollow"` اضافه کنید.
- `<a href="https://example.com" rel="nofollow">لینک نوفالو</a>`
- یا اینکه از افزونه‌های کمکی استفاده کنید تا گزینه نوفالو را به المنتور اضافه کنند، مثلاً افزونه‌های زیر:

برچسب کانونی CANONICAL TAG چیست؟

- برچسب کانونی، که به عنوان "rel canonical" نیز شناخته می‌شود، روشی برای اطلاع رسانی به موتورهای جستجو است که یک URL خاص، که به عنوان URL کانونی شناخته می‌شود، نسخه اصلی یک صفحه است. این برچسب به جلوگیری از مشکلات مربوط به محتوای مشابه یا "تکراری" که در چندین URL یافت می‌شود، کمک می‌کند.
- به طور اساسی، برچسب کانونی موتورهای جستجو را راهنمایی می‌کند تا نسخه انتخابی شما از یک URL را در نتایج جستجو نمایش دهند و به وضوح نشان دهد کدام نسخه از یک صفحه باید به عنوان نسخه ترجیحی فهرست شده باشد.



- canonical URL آدرس متعارف صفحه اصلی وب سایت است. اکثر وب سایت ها با جستجوی آدرس های مختلف در مرورگر قابل مشاهده هستند. برای مثال، با جستجوی همه آدرس های زیر محتوای یکسانی از صفحه اصلی وب سایتتان مشاهده خواهید کرد:

• <http://yoursite.com>

• <https://yoursite.com>

• <http://www.yoursite.com>

• <https://www.yoursite.com>

- اگر <https://yoursite.com> را به عنوان آدرس متعارف تنظیم کرده باشید، همان canonical URL شما خواهد بود.

چگونه کار می کند؟

- برچسب کانونی با قرار گرفتن در بخش هدر HTML یک صفحه وب کار می کند. هنگامی که این برچسب را به یک صفحه اضافه می کنید، در واقع در حال راهنمایی موتورهای جستجو با تعیین نسخه "معتبر" آن صفحه هستید.
- اینطور در عمل کار می کند:
- **جایگذاری:** شما یک عنصر `<link>` با ویژگی `rel="canonical"` را به بخش `< head>` HTML صفحات تکراری وارد می کنید.
- **شناسایی:** این عنصر لینک به URL که شما به عنوان نسخه کانونی یا ترجیحی تعیین کرده اید، اشاره می کند.
- **خزیدن و ایندکس کردن:** هنگامی که موتورهای جستجو وبسایت شما را خزیده می کنند، برچسب کانونی را شناسایی کرده و می فهمند که محتوای موجود در URL مشخص شده در برچسب باید به عنوان نسخه اصلی در نظر گرفته شود.

```

7 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1" /> <meta
8 name="description" content="Looking to level-up your content game? The free Beginner's Guide to
9 Content Marketing from Moz has you covered." />
10 <link rel="canonical" href="https://moz.com/beginners-guide-to-content-marketing" />
11

```

The rel=canonical tag in action. Here, it indicates that the page on which this tag appears should be treated as a duplicate of the specified URL.

- با استفاده از تگ کنونیکال، موتورهای جستجو سیگنال‌هایی مانند لینک‌های مربوط به تمام نسخه‌های تکراری را به URL کنونیکال تجمیع می‌کنند. این فرآیند اطمینان حاصل می‌کند که URL ترجیحی پتانسیل رتبه‌بندی جستجو و دید خود را حفظ کند و از رقیق شدن از طریق صفحات مشابه متعدد جلوگیری نماید.
- چارچوب آدرس پست ها و صفحات مختلف در وردپرس نیز با آدرس صفحه اصلی یکسان است، همچنین می‌توان آنها را با استفاده از شناسه پست نیز جستجو نمود.
- برای مثال هر دو آدرس زیر یک محتوا را نمایش می‌دهند:

<https://yoursite.com/security-pro-feature-spotlight-site-scan> •

<https://yoursite.com/?p=57051> •

- چرا تنظیم canonical URL در وردپرس از اهمیت بالایی برخوردار است؟
- استفاده از هر دو آدرس در مثال قبل برای کاربران آسان است و هر دو را به عنوان یک محتوا در نظر می‌گیرند، در حالیکه ربات ها و خزنده های وب با آنها به عنوان دو پست مجزا از دو وب سایت متفاوت برخورد می‌کنند.

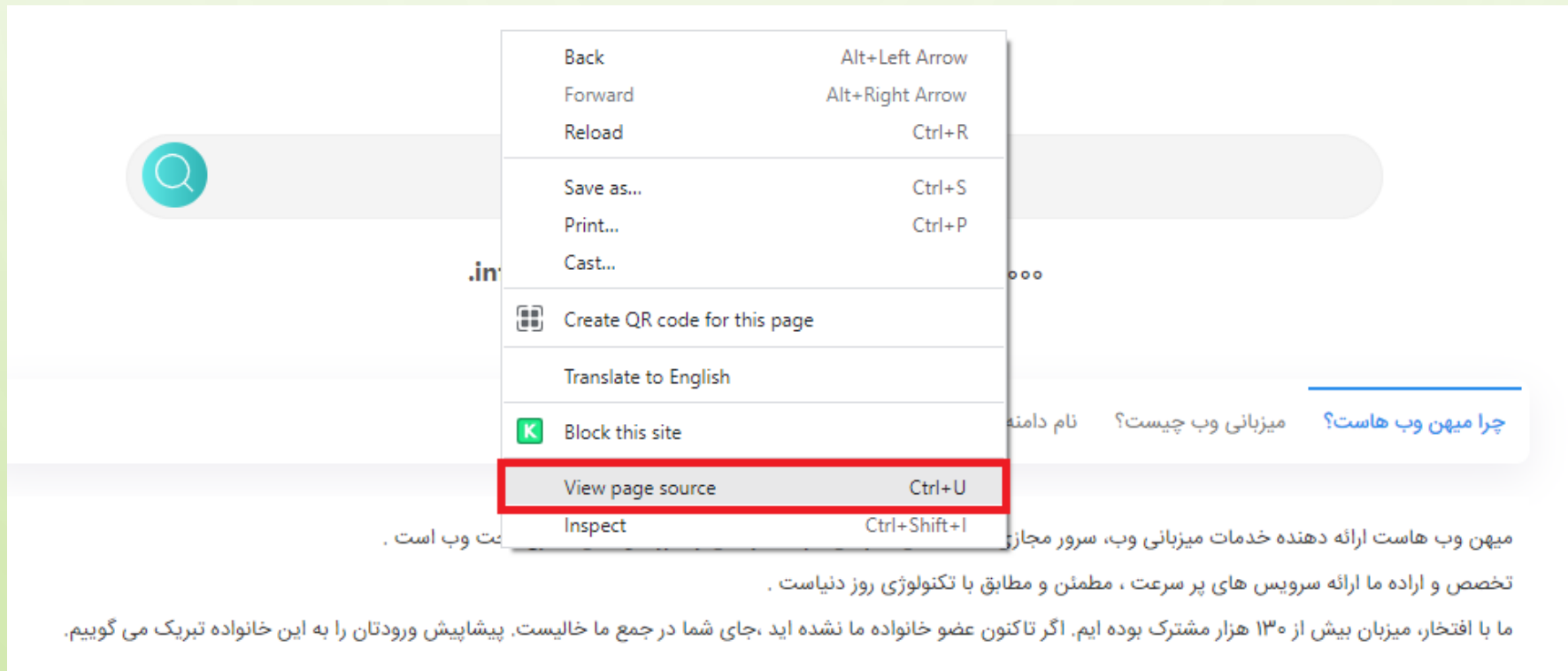
مزایای استفاده از CANONICAL URL در سئو

- تعریف canonical URL برای هر مجموعه از آدرس ها به گوگل و سایر موتور های جستجو کمک می کند تا این آدرس ها را به عنوان محتوای یکسان شناسایی کنند. همچنین از اتلاف وقت ربات های گوگل برای خزیدن دو یا چند باره در محتوای یکسان جلوگیری می کند و مدت زمان پیدا کردن و نمایش محتوای جدید توسط گوگل را کاهش می دهد.

- یکی از مزایای دیگر استفاده از canonical URL در سئو این است که شما خودتان تصمیم می گیرید که گوگل محتوای شما را چگونه به کاربران نمایش دهد. برای مثال آدرس <https://yoursite.com/security-pro-feature-spotlight-site-scan/> بسیار بهتر و توصیفی تر از yoursite.com/?p=57051 است.

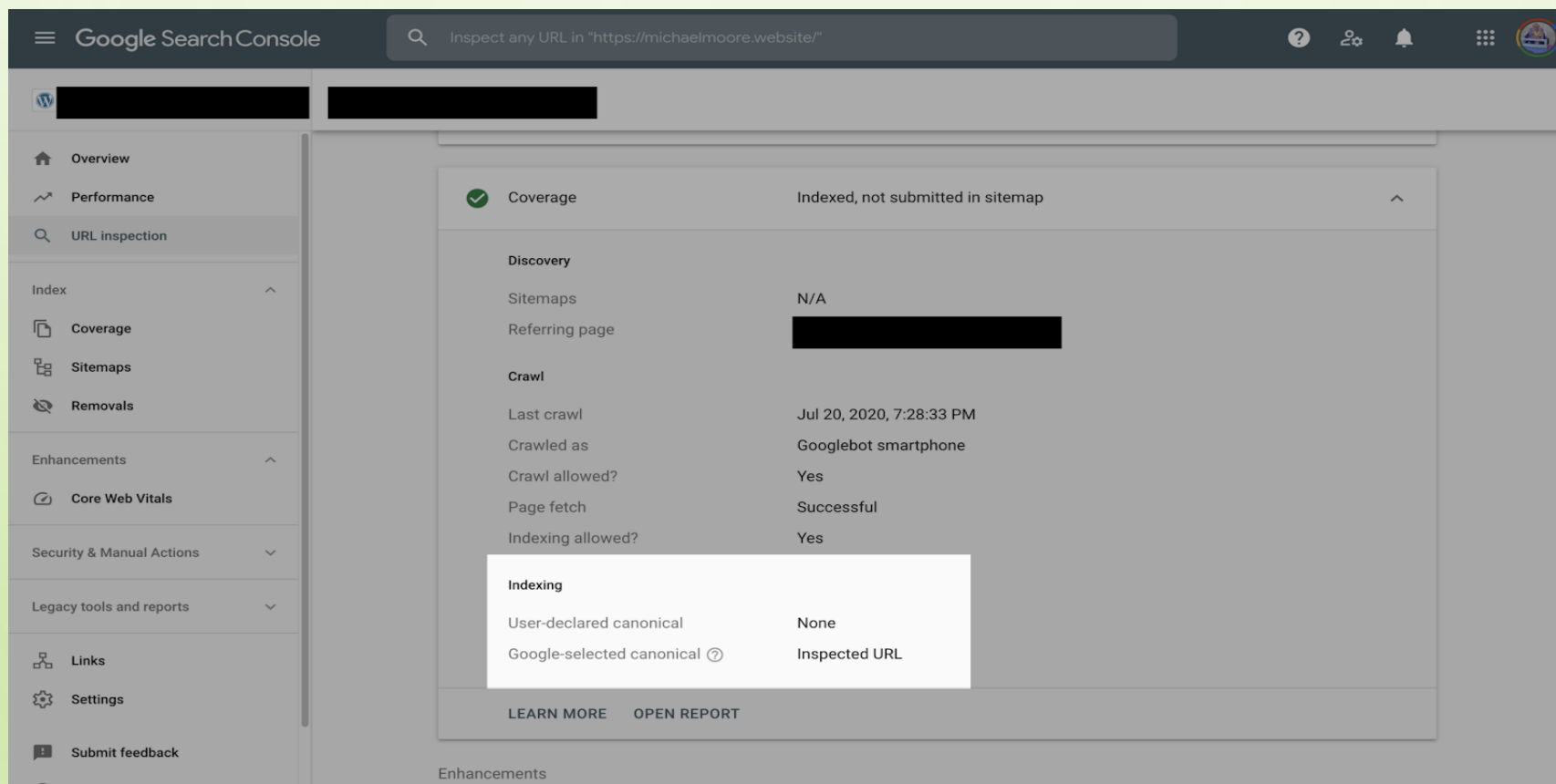
چگونه می توان بررسی کرد که CANONICAL URL در وب سایت تنظیم شده است؟

- **سریع ترین** راه برای اطمینان از تنظیم بودن canonical URL، بررسی کد های صفحه اصلی وب سایت است. برای این کار، صفحه اصلی وب سایت را در مرورگر مورد نظرتان باز کنید، سپس بر روی صفحه کلیک راست کرده و گزینه "View Page Source" را انتخاب نمایید.



سپس صفحه ای نمایش داده می شود که تمام منابع مختلفی که صفحه اصلی سایت توسط آن ایجاد شده و همچنین عناصر مختلف HTML و CSS که برای ساخت وب سایت استفاده گردیده در آن قابل مشاهده است. با جستجوی عبارت "rel="canonical" می توانید canonical URL را پیدا کنید.

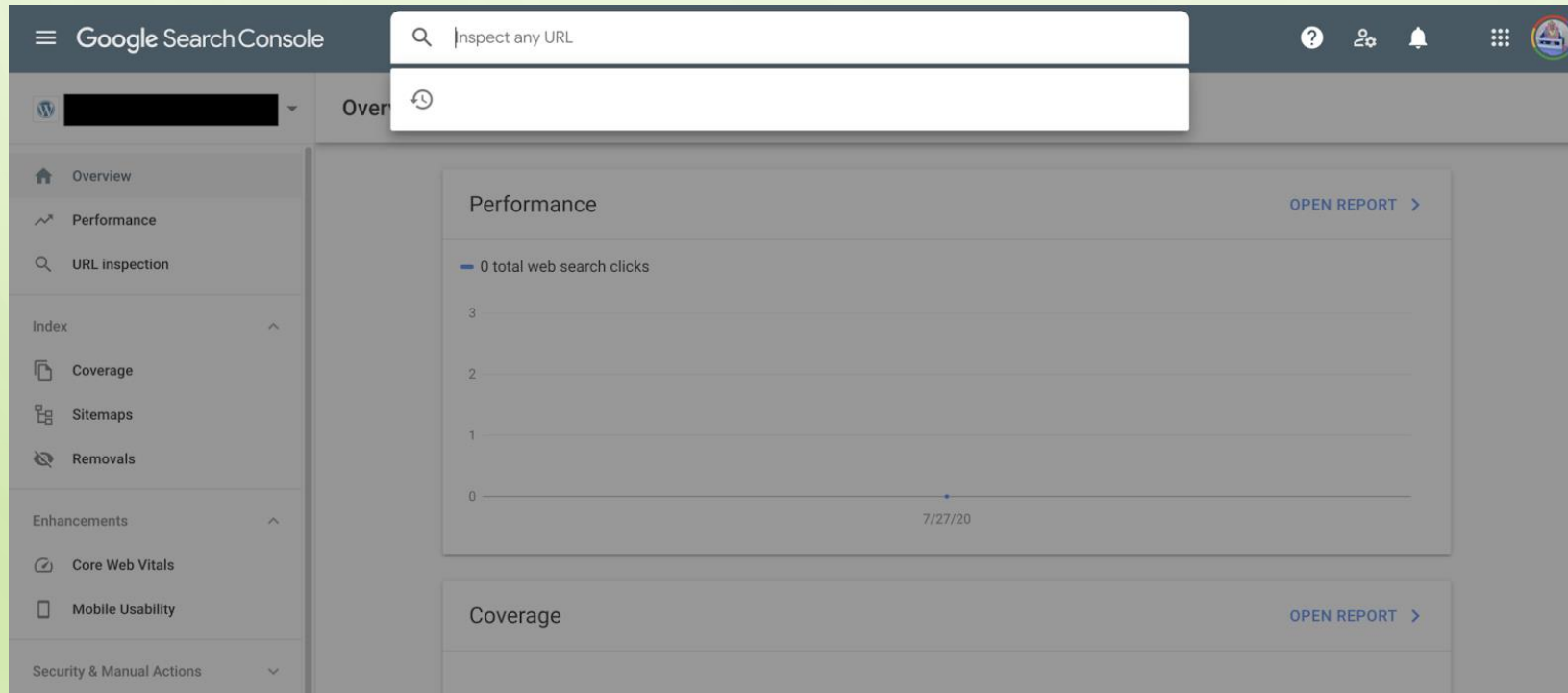
- در بخش "Coverage Summary" شما می توانید User-declared canonical و همچنین Google-selected canonical را مشاهده کنید. User-declared canonical آدرسی است که شما برای وب سایتتان تنظیم کرده اید. Google-selected canonical نیز آدرسی است که در صورتیکه خودتان canonical URL را تعیین نکرده باشید گوگل به صورت خودکار انتخاب می کند.



تصویر بالا مربوط به Google URL Inspection Tool یک سایت است که canonical URL را تنظیم نکرده است. گوگل نیز در نهایت canonical URL را با تاخیر برای آن تعیین می نماید.

چگونه می توان بررسی کرد که CANONICAL URL در وب سایت تنظیم شده است؟

- روش دیگر برای یافتن canonical URL استفاده از Google's URL Inspection Tool است. این ابزار را می توانید در داشبورد مدیریت Google Search Console مشاهده کنید. آدرس صفحه اصلی وب سایت خود را در قسمت جستجو وارد کنید و دکمه Enter را فشار دهید.



نحوه تنظیم CANONICAL URL در وردپرس

- یکی از ساده ترین و سریع ترین روش های تنظیم canonical URL استفاده از افزونه های سئو مانند Yoast SEO یا Rank Math است. اگر از Yoast SEO برای پست ها، صفحات و انواع پست های سفارشی استفاده می کنید، می توانید canonical URL را در بخش "advanced" این افزونه ویرایش کنید.

Advanced ^

Allow search engines to show this Post in search results? ?

Yes (current default for Posts) v

Should search engines follow links on this Post ?

☒ Yes ☐ No

Meta robots advanced ?

Breadcrumbs Title ?

Canonical URL ?

 Set canonical here

<https://example.com/wordpress/seo-plugin/>

- یکی از ویژگی های خوب Yoast SEO این است که به صورت خودکار canonical URL صحیح را برای اکثر پست ها و صفحات انتخاب می کند که البته به آسانی امکان تغییر آن را فراهم کرده است.
- همچنین اگر از افزونه RankMath SEO استفاده می کنید، امکان تغییر canonical URL در بخش advanced وجود دارد.

Rank Math

Advanced

Robots Meta

☒ Index ☐ No Index

☐ Nofollow ☐ No Archive

☐ No Image Index ☐ No Snippet

Advanced Robots Meta

☒ Max Snippet -1

☒ Max Video Preview -1

☒ Max Image Preview Large

Canonical URL

http://localhost/rankmath/?p=154

☒ Redirect

تعریف canonical URL از بروز محتوای تکراری و مشکل در احراز هویت دامنه توسط افزونه های امنیتی جلوگیری می کند. خوشبختانه افزونه های وردپرسی مربوط به سئو تعریف آدرس و دامنه canonical را بسیار ساده کرده اند.

(SCHEMA MARKUP) و (STRUCTURED DATA)

- یکی از مباحث جذاب سئو تکنیکال است.
- واژه اسکیمای به معنی طرحواره است و مفهومی فراتر از schema markup در سئو دارد.
- schema یک قالب یا چهارچوب است. قراردادن اطلاعات در یک چهارچوب و قالب منظم؛ باعث می‌شود تفسیر اطلاعات راحت‌تر انجام شود. با استفاده از schema می‌توان داده‌های گسترده را به سرعت متوجه شد و تفسیر کرد.
- schema markup کدهایی هستند که توسط سایت schema.org به صورت واژه‌نامه معنایی (semantic vocabulary) ارائه شده‌اند.
- کدهای اسکیمای، محتوای صفحه سایت را نشانه‌گذاری می‌کنند و معنای آن را برای گوگل قابل فهم می‌کنند.

- با استفاده از schema markup محتوای صفحه را نشانه‌گذاری و مرتب می‌کنیم تا گوگل معنای صفحه را به صورت کامل متوجه شود. با استفاده از schema markup، می‌توانیم تمام مطالب موجود در صفحات سایتمان را طوری که برای گوگل قابل فهم باشد به گوگل منتقل کنیم.



(STRUCTURED DATA) یا داده های ساختار یافته چیست؟

- **structured data** یا داده‌های ساختار یافته هر کدی است که دارای ساختار مشخص باشد.
- در استراکچرد دیتا، به هر قسمت از داده‌ها یک نام تعلق می‌گیرد که برای گوگل قابل فهم باشد. مثلا قسمتی از متن را به عنوان نویسنده مقاله به گوگل ارائه می‌دهیم. یعنی این متن، نام نویسنده مقاله است.
- با استفاده از کدهای نشانه‌گذاری **schema markup** محتوای صفحه را به صورت استراکچرد دیتا به گوگل و سایر موتورهای جستجو ارائه می‌کنیم.

تفاوت (SCHEMA MARKUP) و (STRUCTURED DATA)

- schema markup و structured data در واقع یک معنی را می‌دهند و به یک موضوع اشاره دارند. وقتی ما با استفاده از schema markup قسمت‌های مختلف یک صفحه سایت را نشانه‌گذاری می‌کنیم محتوای صفحه برای گوگل دارای ساختار می‌شود و به اصطلاح می‌شود داده‌های ساختاریافته یا استراکچرد دیتا.

چرا SCHEMA MARKUP مهم است؟

انتقال معنای صفحه

فرض کنید ما یک مقاله درباره برنامه‌نویسی نوشته‌ایم.

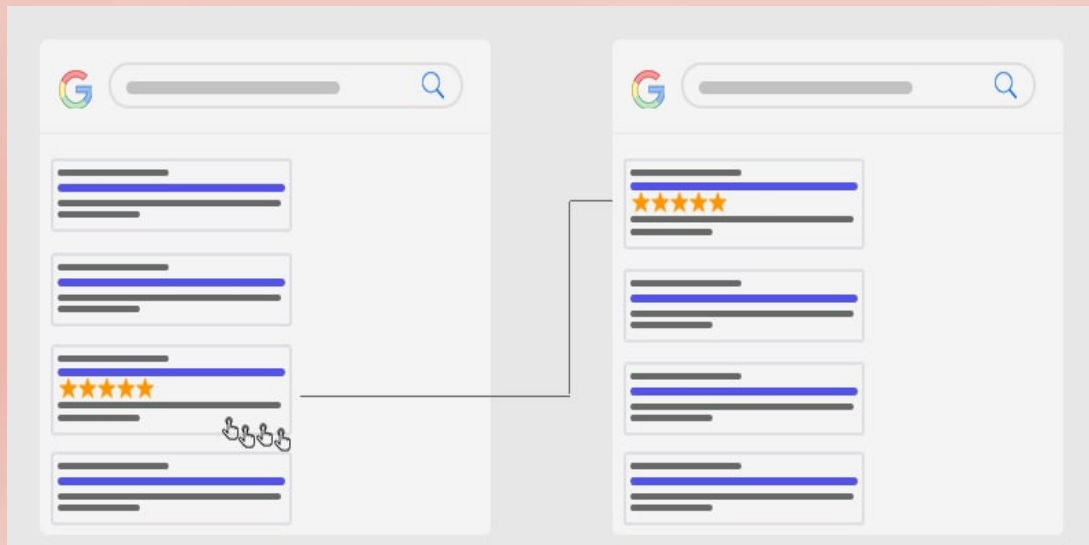
کلمات مترادف می‌توانند اینها باشند: کدنویسی، برنامه‌سازی و ...

اما کلمات و موضوعات معنایی می‌توانند اینها باشند: شی‌گرایی، بانک اطلاعاتی، آرایه‌ها، متغیر، تعریف تابع، کلاس و ...

ملاحظه می‌کنید که کلمات و موضوعات معنایی در ظاهر کلمات ربطی به کلمه برنامه‌نویسی ندارند اما در معنا دقیقاً مربوط هستند.

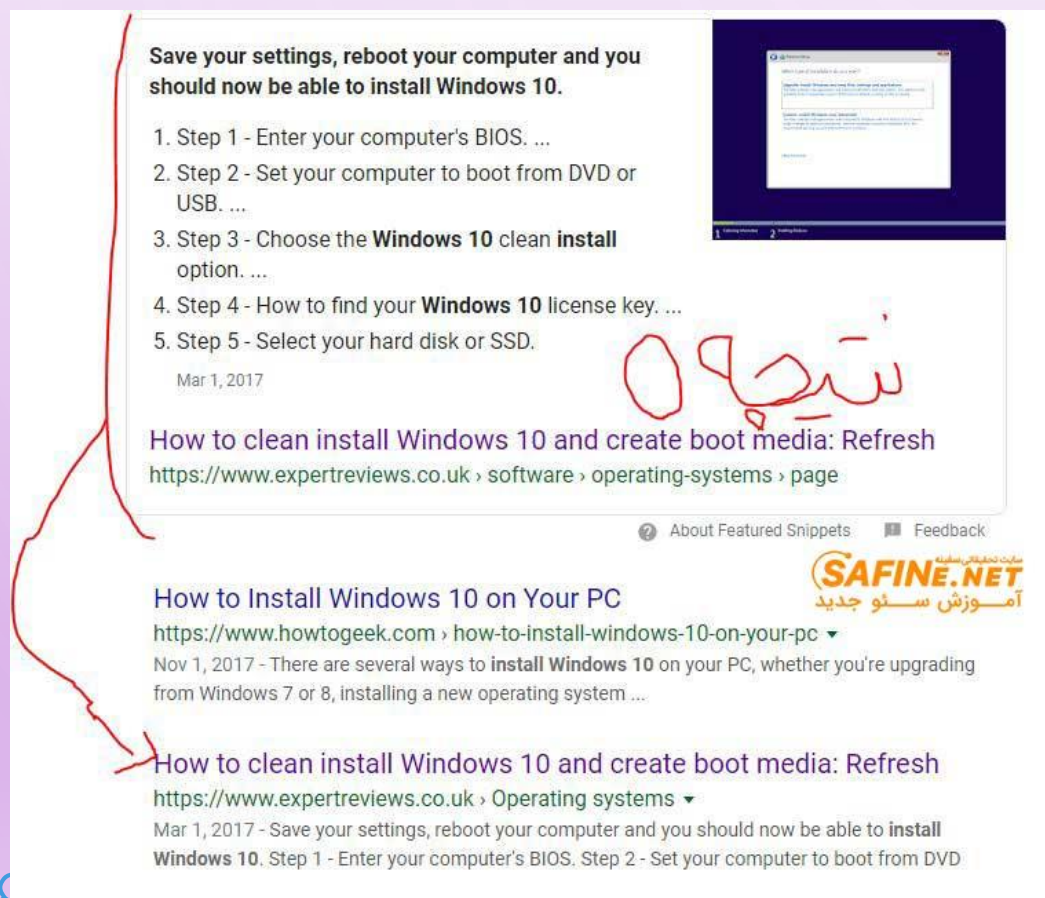
حتی می‌توانیم موضوع را گسترده‌تر پوشش دهیم و به رویدادهای معتبر برنامه‌نویسی دنیا، برنامه‌نویس‌های معروف دنیا، درآمد برنامه‌نویسی در نقاط مختلف دنیا و ... بپردازیم. در واقع هر چقدر به موضوعات معنایی بیشتری در هر صفحه پرداخته شود شانس صفحه برای رتبه‌گیری در گوگل بیشتر خواهد بود.

۲. نشان‌دار شدن صفحه در نتایج جستجو



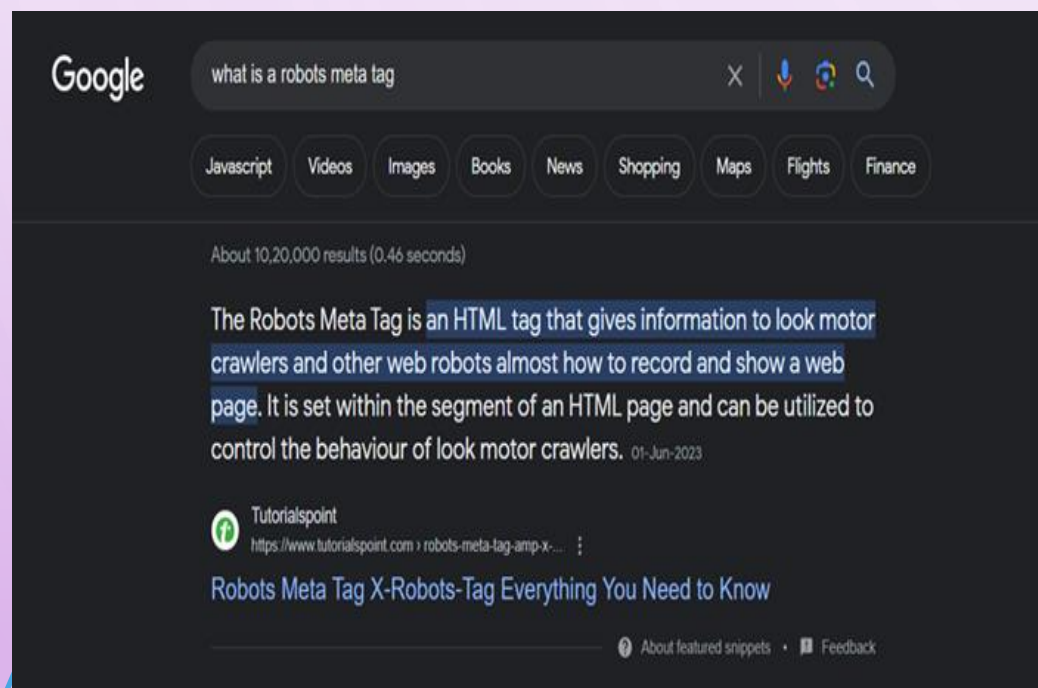
FEATURED SNIPPETS چیست؟

- featured snippets قطعه متن‌های برجسته‌ای هستند که خود گوگل از صفحات انتخاب می‌کند و در نقطه صفر نتایج جستجو و بالاتر از رتبه ۱ قرار می‌دهد.



اگر گوگل تصمیم بگیرد که سایت شما را در فیچر خود نشان دهد، نان تان در روغن است! می‌پرسید چرا؟ برای این‌که فیچر اسنپیت اولین بخشی است که چشم کاربر به آن می‌افتد و بنابراین بیش‌ترین کلیک و بازدید هم برای همین بخش است.

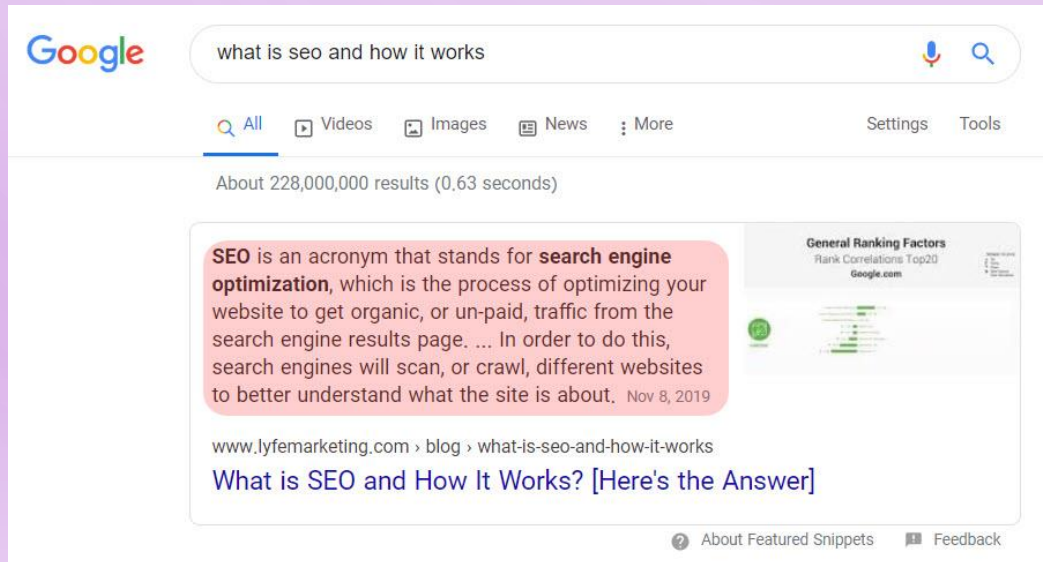
- گوگل این داده‌ها را جمع‌آوری می‌کند تا یکی از صفحات وب با بالاترین رتبه‌ها را به بالاترین نقطه نتایج جستجوی ارگانیک برساند. این اطلاعات بلافاصله به مصرف‌کنندگان ارائه می‌شود و معمولاً بالای نتیجه اصلی جستجوی آنها ظاهر می‌شود، که به عنوان "موقعیت #0" معروف است. هدف آن ارائه یک پاسخ کوتاه و فوری به پرسش کاربر است. گوگل محتوای خاصی برای بلوک‌های ویژه تولید نمی‌کند. بلکه، این اطلاعات را مستقیماً از یکی از وبسایت‌های موجود در فهرست خود به دست می‌آورد.



فیچر اسنپیت گوگل چه انواعی دارد؟

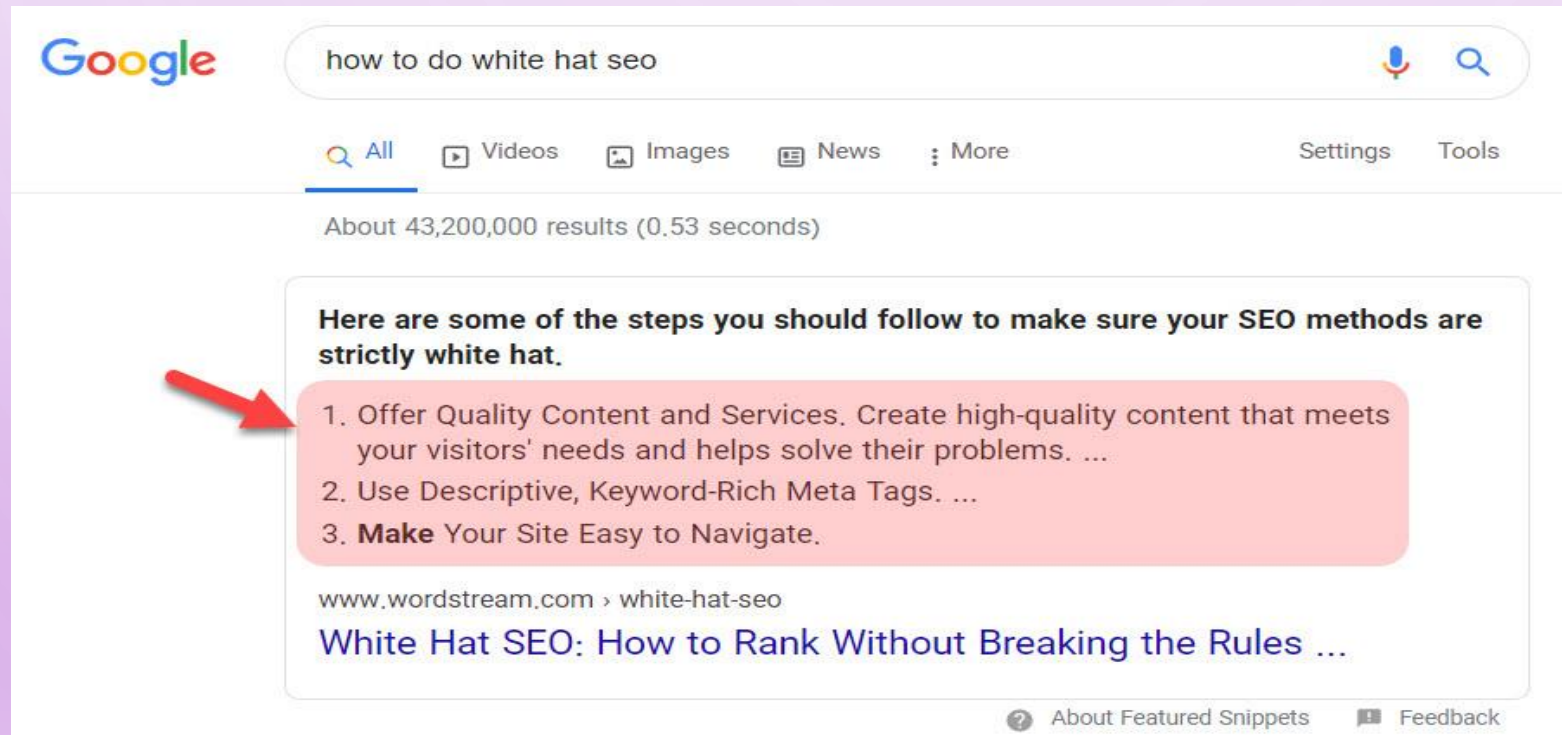
- نوع نمایش فیچر اسنپیت‌ها ثابت نیست و شکل‌های زیادی دارد. در اینجا تمام فیچر اسنپیت‌هایی که در صفحه نتایج جستجو وجود دارد را به شما می‌گوییم:

- پاراگراف Paragraph : رایج‌ترین و پر استفاده‌ترین نوع فیچر اسنپیت، همین نوع پاراگرافی آن است. این پاراگراف‌های مختصر و مفید معمولاً زمانی فعال می‌شوند که کاربر در کوئری خود از کلمات پرسشی Wh زبان انگلیسی (مثل what-when-how-who-why و غیره) استفاده کند.



فیچر اسنippet گوگل چه انواعی دارد؟

- لیست Unordered List یا Bullet list: یکی دیگر از مدل‌های رایج باکس‌های اسنippet، به شکل لیست هستند که معمولاً به صورت بولت یا شماره گذاری نشان داده می‌شود. این ریچ اسنippet زمانی فعال می‌شود که کاربر در کوئری خود در مورد مرحله رسیدن به چیزی سوال کرده باشد.



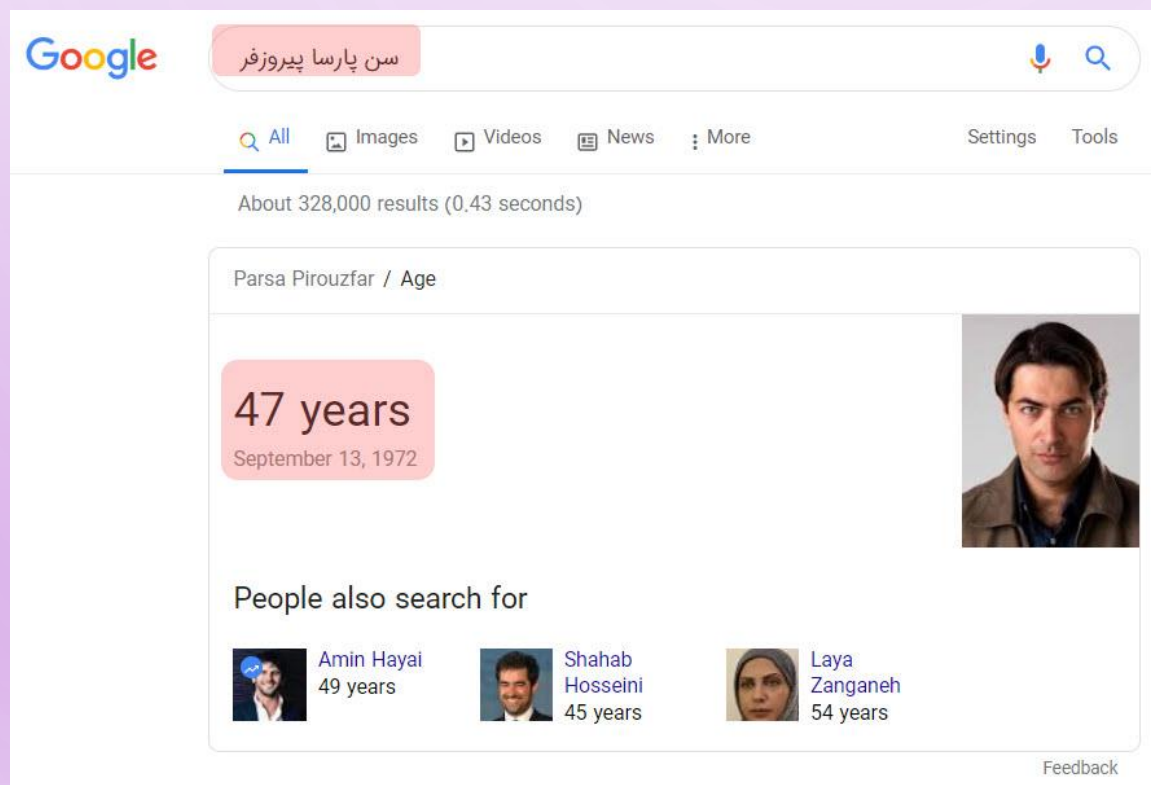
چند مورد از خدمات شرکت میهن وب هاست

<https://websima.academy/glossary/featured-snippet/>

<https://mihanwebhost.com/blog/articles/1476/%D8%A8%D9%87%DB%8C%D9%86%D9%87-%D8%B3%D8%A7%D8%B2%DB%8C-%D9%88%D8%A8-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%DB%8C-featured-snippet-%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84>

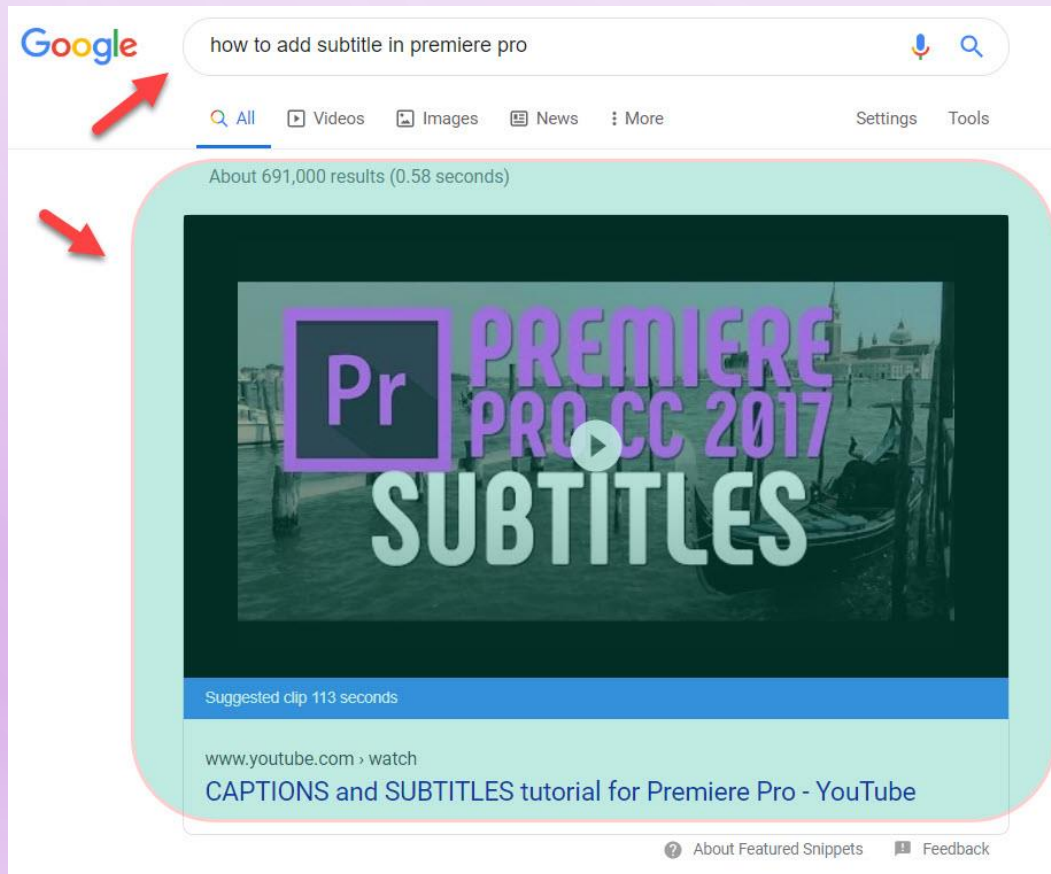
فیچر اسنپیت گوگل چه انواعی دارد؟

- جواب‌های کوتاه: یکی از خوبی‌هایی که گوگل دارد این است که اگر سوال کوتاهی از آن بپرسید که پاسخش چند کلمه باشد، این موتور جستجوی هوشمند هم جواب را به کوتاه‌ترین شکل ممکن می‌دهد. مثلاً اگر سن بازیگران را بپرسید این جواب‌های کوتاه برای شما فعال می‌شوند.



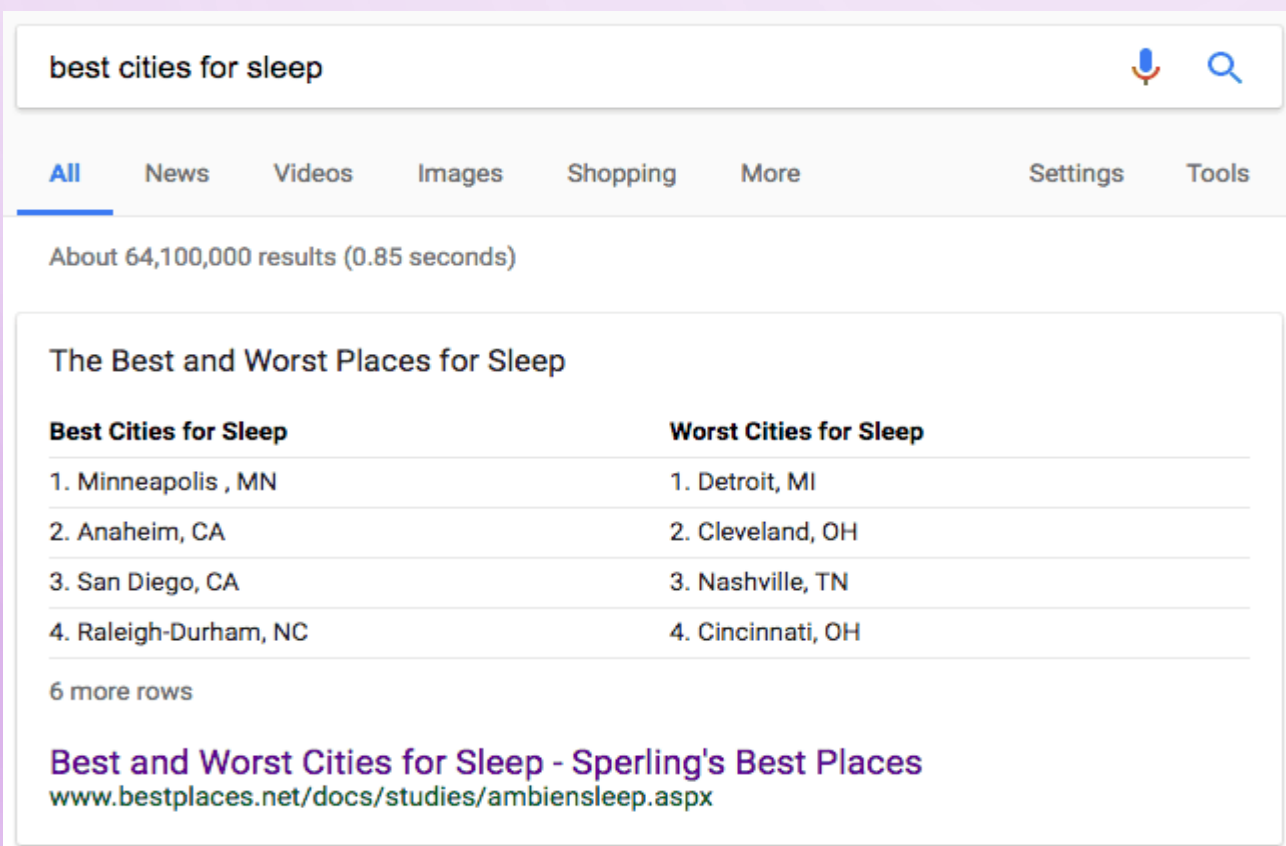
فیچر اسنپیت گوگل چه انواعی دارد؟

- یوتیوب youtube: اگر جواب کوئری شما دقیقاً در یکی از ویدئوهای یوتیوب باشد، گوگل آن ویدئو را به صورت مجزا به شما نشان می‌دهد. به عنوان مثال اگر بخواهید در فوتوشاپ یک لایه ماسک درست کنید، گوگل ویدئو این کار را نشان می‌دهد.



فیچر اسنippet گوگل چه انواعی دارد؟

- جدول Table: اگر اطلاعات موجود در سایت به صورت ستون و ردیف باشد، گوگل آن‌ها را در صفحه نتایج به صورت جدول نشان می‌دهد.



best cities for sleep

All News Videos Images Shopping More Settings Tools

About 64,100,000 results (0.85 seconds)

The Best and Worst Places for Sleep

Best Cities for Sleep	Worst Cities for Sleep
1. Minneapolis , MN	1. Detroit, MI
2. Anaheim, CA	2. Cleveland, OH
3. San Diego, CA	3. Nashville, TN
4. Raleigh-Durham, NC	4. Cincinnati, OH

6 more rows

Best and Worst Cities for Sleep - Sperling's Best Places
www.bestplaces.net/docs/studies/ambientsleep.aspx

خلاصه ای از فصل سئوی داخلی

- بررسی عنوان صفحات
- توضیحات متا meta description
- ساختار URL
- تگ های HTML
- بررسی لینک های داخلی
- بررسی لینک های follow, nofollow
- ساختار آدرس دهی absolute & relative URL
- مفهوم canonicalization کنونیکال
- آشنایی با schema markup , structured data
- بررسی featured snippets

سئو خارجى OFF-PAGE SEO



بک لینک BACK LINK چیست؟

- بک لینک یا لینک ورودی، به پیوندهایی گفته می‌شود که از سایت‌های دیگر به وبسایت شما داده می‌شود. بک لینک‌ها در بهبود رتبه‌بندی وبسایت‌ها اهمیت زیادی دارند.
- بک لینک‌ها باید طبیعی باشند و از روش‌های سئو کلاهخاکستری نباید برای ایجاد بک‌لینک برای وبسایت استفاده شود.
- منظور از روش‌های سئو کلاهخاکستری خرید و فروش بک‌لینک است که توسط برخی افراد یا شرکت‌ها انجام می‌شود.
- از نظر گوگل، هر بک لینک، به منزله یک رای اعتماد می‌باشد.
- لینک دهی دیگران به سایت شما، نشان دهنده این است که سایت شما شناخته شده است و این کار باعث افزایش رنک سایت شما در موتورهای جستجو خواهد شد.
- با این وجود، دقت کنید که تمامی بک‌لینک‌های شما علاوه بر کیفیت بالا، از سایت‌های معتبر و درجه بالا باشند.

انواع بک لینک چیست؟

• بک لینک فالو:

با گنجاندن کدهای فالو به کدهای HTML صفحه به خزنده‌های موتورهای جستجو می‌گوییم که یک لینک را دنبال کنند. به این ترتیب ارزش صفحه به ارزش صفحه‌ای که به آن لینک داده شده نیز منتقل خواهد شد. بنابراین بک لینک فالو می‌تواند ارزش سایت مبدأ را به سایت شما منتقل کرده و چنانچه رتبه آن سایت از رتبه سایت شما بهتر باشد باعث بهبود رتبه سایتتان می‌شود. تمامی لینک‌ها به صورت پیش‌فرض، بدون وارد کردن کد فالو هستند.

• بک لینک نوفالو:

لینک نوفالو کاملاً عکس بک لینک فالو عمل می‌کند و به موتورهای جستجو اعلام می‌کند که لینک وارد شده را دنبال نکرده و هیچ ارزشی از صفحه را به لینک داده شده منتقل نکنند.

بنابراین همان طور که انتظار می‌رود، با گرفتن لینک خارجی نوفالو از سایت‌های معتبر چیزی از اعتبار آن‌ها به سایت شما اضافه نخواهد شد. با این حال نمی‌توان گفت یک لینک خارجی نوفالو فاقد ارزش است. فرض کنید شما در سایت‌های معتبر اقدام به لینک‌سازی کنید حتی اگر این لینک‌ها نوفالو باشند، به این ترتیب در ذهن کاربران به عنوان یک سایت معتبر که ارزش لینک گرفتن از یک سایت معتبر را داشته‌هک می‌شوید. به علاوه موتورهای جستجو نیز آن را دست کم نخواهند گرفت.

نکات مهم در لینک سازی خارجی

- یک لینک خوب ویژگی‌های زیادی دارد. از جمله اینکه:
- یک لینک خوب باید توسط وبسایت‌های معتبر به وبسایت شما داده شود.
- وبسایتی که تعداد زیادی یک لینک می‌دهد و یک لینک گرفتن از آن راحت باشد از دید سئو کاملاً بی‌ارزش است. این گونه وبسایت‌ها اصطلاحاً به مزرعه لینک معروف‌اند و فقط با هدف لینک‌سازی ایجاد شده‌اند.
- اگر ماز بار را بر روی کروم خود نصب کنید می‌توانید با چک کردن اسپم اسکور سایت‌ها به سایت‌های بی‌ارزش برای گرفتن لینک خارجی پی ببرید. سایت‌های بی‌ارزش اسپم اسکور بالایی دارند.
- یک لینک باید از وبسایتی به وبسایت شما داده شود که محتوای آن مشابه زمینه محتوایی وبسایت شما باشد.
- هرچند برخی از سایت‌ها از سایت‌های غیر مرتبط با سایت خود نیز یک لینک می‌گیرند اما اگر این کار را زیاد تکرار کنید، گوگل به شما مشکوک خواهد شد.
- لینک‌های درون محتوا ارزش بیشتری برای سئوی سایت دارند.
- لینک‌های درون محتوا مثل لینک‌هایی که از یک رپورتاژ آگهی می‌گیرید، لینک‌هایی که در یک پست وبلاگ یا یک پست انجمن می‌نویسید و از این دست موارد. در مقابل لینک‌هایی هستند که معمولاً هم از نوع لینک‌های خریداری شده‌اند. سایت‌هایی که اقدام به فروش یک لینک انبوه می‌کنند، یک لینک‌ها را در فضایی مثل فوتر، گوشه‌های پایین فهرست کناری و فضا‌های دور از دید قرار می‌دهند که از نظر سئو اهمیت کمتری داشته یا فاقد اهمیت‌اند.
- هرچه از مقاله باارزش‌تر و معتبرتری یک لینک بگیرید آن یک لینک از دید سئو ارزشمندتر است.
- مسلماً وقتی از یک سایت پربازدید با PA بالا لینک بگیرید، از نظر گوگل یک اعتبار بزرگ برای خود کسب کرده‌اید، نسبت به وقتی که یک وبلاگ ناشناخته با تعداد معدودی خواننده به شما لینک داده باشد. هرچند همان را هم نباید از دست بدهید!
- یک لینک‌های dofollow از نظر سئو اهمیت ویژه‌ای دارند.
- البته یک لینک‌های nofollow را نباید جز دسته یک لینک‌های بد قلمداد کرد. تنها تفاوت آن‌ها با یک لینک‌های dofollow این است که از نظر سئو فاقد ارزش هستند.

تاثیر انکر تکست در کیفیت بک لینک و سئو سایت

- **ارتقاء قابلیت جستجو:** استفاده از انکر تکست مرتبط و شامل کلمات کلیدی مهم به بهبود قابلیت جستجو و بسایت کمک می‌کند.
- **افزایش اعتبار و بسایت:** انکر تکست مناسب، به موتورهای جستجو نشان می‌دهد که صفحه مقصد در ارتباط با محتوای مرتبط و ارزشمند است.
- **ارتقاء محتوا:** استفاده از انکر تکست باعث می‌شود محتوای لینک شما در چارچوب یک موضوع خاص قرار بگیرد و این امر به بهبود ارتباط و تفهیم محتوا توسط موتورهای جستجو کمک می‌کند.

روش های دریافت بک لینک

1) ساخت بک لینک از طریق نوشتن مقاله در سایت های وبلاگ نویسی همانند

• Blogfa.com

• Rozblog.com

• ویرگول

• آرام بلاگ

• Allblog.ir

• Blog.ir



روش های دریافت بک لینک

(2) رپورتاژ آگهی: همانند سایت های خبری

- تسمینو

- تابناک

- ایرنا

- تریبون

روش های دریافت بک لینک

3) شبکه های اجتماعی

- تلگرام
- اینستاگرام
- آپارات
- یوتیوب



روش های دریافت بک لینک

4) پست مهمان

نوشتن پاسخ در قسمت پرسش و پاسخ و ثبت نظر در سایت ها

از نکات مهم قبل از درج پست مهمان میتوان به موارد زیر اشاره کرد

- انتخاب بهترین سایتهای انتشار پست مهمان و بررسی مسائل اصلی سایت و اینکه آیا معتبر است؟ مناسب کسب و کار شماست؟ انتقال اعتبار صورت میگیرد یا اسپم استو...
- بعد از انتخاب سایت باید متناسب با آن به تولید محتوا با کیفیت بپردازیم و از به کار بردن محتوای تکراری و کپی و بی ارزش خودداری کنیم
- چه نکاتی باید رعایت کنیم که لینک در پست مهمان درج شود و در آینده حذف نشود

روش های دریافت بک لینک

Private Bloging Network :PBN (5

در این روش آنها یک سری بلاگ ثبت کرده و محتوایی را درون آنها قرار می‌دهند و شبکه‌ای از بلاگ‌ها را ایجاد کرده و لینک‌های آنها را می‌فروشند. درواقع می‌توان گفت اگر ما 50 تا بلاگ داشته باشیم و مجموع این 50 بلاگ که دارای رتبه خوبی نیستند می‌تواند یک بلاگ قوی را برای ما تشکیل دهد. یعنی شبکه‌ای از بلاگ‌ها که به‌صورت تکتک رنگ خوبی ندارند ولی در کنار هم می‌توانند رنگ خوبی را از نظر سئو رقم بزنند. پس لینک گرفتن از مجموعه این بلاگ‌ها باعث می‌شود که ما رتبه خوبی در گوگل داشته باشیم.

مهم‌ترین عامل برای ما در سئو گوگل است و به همین دلیل این مورد از اهمیت زیادی برخوردار است. گوگل این کار را به شدن نهی کرده است و این مورد طبیعی است. چراکه شما قصد دارید به یک روش سئو کلاه خاکستری یا نسبتاً سئو کلاه سیاه سایت خود را سئو کنید و گوگل این روش را غیرمنطقی می‌داند. چراکه دیگر سایت‌ها روزانه با ایجاد محتوای تازه سئو خود را بهبود می‌دهند و شما می‌خواهید این کار را با لینک سازی انجام دهید و اگر متوجه شود قطعاً شما را پناالتی می‌کند.

گوگل می‌تواند خیلی راحت متوجه این موضوع شود و مطابق با این موارد بررسی می‌کند.

روش های دریافت بک لینک

چند سایت جهت دریافت بک لینک:

- کتاب اول
- ایستگاه
- باسلام
- ترب
- نی نی سایت
- یا لینک سازی پروفایلی که وب سایت هایی که در آن پروفایلی ایجاد کرده و لینک سایتمان را قرار می دهیم. همانند لینکدین

معیارهای مهم در بررسی کیفیت بک لینک چیست؟

- لازمه استفاده از بک لینک در یک صفحه، مرتبط بودن محتوای صفحه مقصد و صفحه مبدا می باشد. از این جمله در میابیم تنها زمانی که از صفحات مرتبط و هم محتوا با موضوع مورد نظر خود لینک دریافت کنیم و یا به آن ها لینک ارجاع دهیم، تاثیر مثبت در سئو سایت حاصل می شود. ضمن اینکه متن لینک باید هماهنگ با موضوع بوده و بهتر است کلمات کلیدی هدف را در آن ها به کار ببریم.

- امروزه 5 معیار مهم در تعیین کیفیت بک لینک مهم به شمار می آیند. این معیارها عبارتند از:

- هماهنگ بودن متن لینک
- هماهنگ بودن محتوای صفحه لینک شده و دامنه مقصد
- کیفیت و ارزشمند بودن محتوای صفحه لینک شده و دامنه مقصد
- معتبر بودن آدرس IP سرور مقصد
- موقعیت لینک در صفحه مبدا

تکلیف هفته آینده

جلسه دهم

- ساخت بک لینک هایی از وبلاگ و شبکه های اجتماعی

خلاصه ای از فصل سئوی خارجی

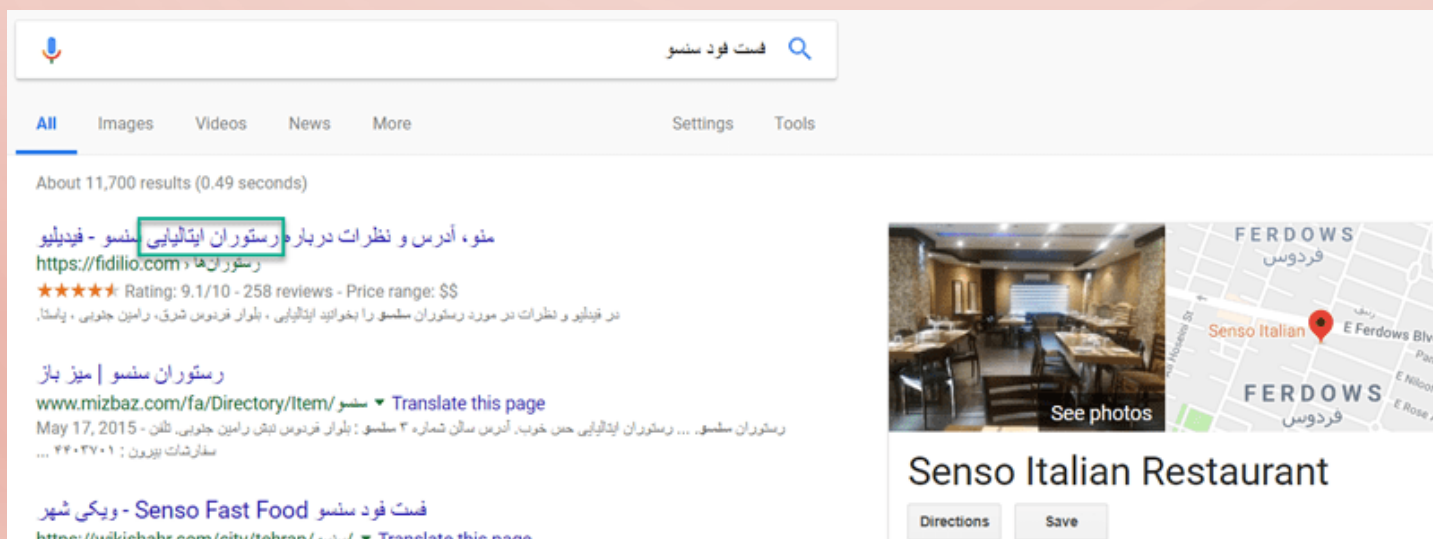
- تعریف بک لینک و تاثیر آن بر سئو
- انواع بک لینک
- بررسی واژه Anchor text و نقش آن
- روش های ایجاد لینک
- معیار های ارزیابی کیفیت بک لینک
- ارتباط بک لینک با سئو کلاه سیاه و کلاه سفید
- پنالتهی گوگل در اثر لینک سازی اشتباه

سئو محلی LOCAL SEARCH



سئوی محلی LOCAL SEO چیست؟

- سئو محلی به شما کمک می‌کند تا کسب و کار خود را به صورت آنلاین در اختیار مشتریان محلی قرار دهید. یعنی اگر کسب و کار شما تنها در محدوده غرب تهران فعالیت دارد، کسانی که در غرب زندگی می‌کنند، بتوانند با یک جستجوی ساده شما را پیدا کنند. به این ترتیب می‌توانید مشتری‌هایی را پیدا کنید که از نظر مکانی (Location) به شما نزدیک هستند و این فرصت را برای فروش بیشتر محصولات یا سرویس‌های شما فراهم می‌کند.



جستجوهای محلی چه تفاوتی با جستجوهای غیرمحلی دارند؟

- اگر کسی در گوگل عبارت «بهترین شرکت سئو» را سرچ کند، با نتایج معمولی روبرو می‌شود. ولی اگر همین عبارت را به «بهترین شرکت سئو در تهران» تغییر دهیم، تنها نتایج محلی (در تهران) به شما نشان داده می‌شود.
- در این حالت گوگل متوجه می‌شود که هدف جستجوی کاربر پیدا کردن سایت‌هایی است که در تهران فعالیت می‌کنند و گوگل هم با در اختیار دادن نتایج مربوط به تهران، سعی می‌کند تجربه خوبی از جستجو برای کاربران فراهم کند.



سئو محلی یعنی

- 1- فرصت جذب مشتریان نزدیک به شما
- 2- معرفی بهتر و اطلاعات دقیق از کسب و کار شما

چرا اهمیت سئو محلی روز به روز (یا حتی ساعت به ساعت!) بیشتر می‌شود؟

- آمار می‌گوید که حدود 46 درصد جستجو کننده‌ها به دنبال نتایجی هستند که به مکان یا لوکیشن خاصی مربوط است. کاربران حالا بیشتر از هر زمان دیگری به دنبال جستجوی عباراتی هستند که در آن‌ها نام یک محل وجود دارد (مثلاً بهترین رستوران‌های تجریش)

- خبر خوب این است که در Local Seo نیاز نیست با تمام سایت‌های دنیا رقابت کنید؛ همین که بتوانید در محله خود که از یک گروه کوچک تشکیل شده، رقابت کنید شانس شما برای موفقیت بالاست. پس شما می‌توانید با یک استراتژی اصولی در موقعیت مکانی خود بدرخشید.

- اصلاً به این فکر کردید که نتایج مربوط به سئو محلی در کجای صفحه نتایج قرار می‌گیرد؟

کلیدواژه‌های آماری مهم سئوی محلی برای سال 2024:

۹۹%

از مردم از اینترنت برای جستجوی کسب‌وکارهای محلی استفاده کرده‌اند.

۸۰%

از کاربران جستجوهای با قصد محلی در موتورهای جستجو انجام می‌دهند.

۹۰۰%

افزایش 900 درصدی در جستجوهای "نزدیک من" در سال‌های اخیر رخ داده است.

۷۸%

از جستجوکنندگان محلی خریدی انجام می‌دهند، چه به صورت آنلاین و چه حضوری.

۸۸%

مصرف‌کنندگانی که با گوشی هوشمند جستجو می‌کنند، ظرف یک روز از فروشگاه بازدید یا تماس برقرار می‌کنند.

۲۱,۶۴۳%

کسب‌وکارهای تأییدشده در جستجو گوگل به طور متوسط بازدید سالانه دریافت می‌کنند.

2.7X

احتمال اعتماد مشتریان به کسب‌وکاری که پروفایل کاملی در گوگل و گوگل مپس دارد، 2.7 برابر بیشتر است.

seoprofy

الگوریتم محلی گوگل چگونه کار می‌کند؟

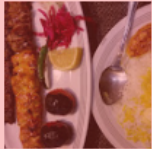
- الگوریتم محلی گوگل برای نمایش بهترین نتایج جستجو بر اساس موقعیت مکانی کاربر طراحی شده است.
- این الگوریتم با تحلیل اطلاعات مختلف، مانند درخواست جستجوی کاربر، مکان او و جزئیات کسب‌وکارها، نتایجی را ارائه می‌دهد که به نیازهای کاربران در همان منطقه جغرافیایی پاسخ دهد.
- هدف اصلی این الگوریتم ارائه گزینه‌هایی مرتبط، نزدیک و معتبر به کاربران است، به طوری که بهترین خدمات یا محصولات محلی را به آن‌ها پیشنهاد دهد.
- تغییرات و به‌روزرسانی‌های مداوم این الگوریتم باعث می‌شود کسب‌وکارها برای بهینه‌سازی استراتژی‌های محلی خود همیشه به‌روز باشند.

نتایج مربوط به سئو محلی کجا نشان داده می‌شود؟

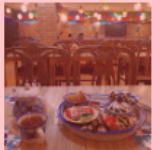
- گوگل در یک بخش مجزا، جدولی از 3 نتیجه محلی را به کاربران نشان می‌دهد. این جدول در انگلیسی به 3 local pack معروف است که در فارسی به شکل زیر است:

Rating ▾ Hours ▾

Tarighat Restaurant
3.9 ★★★★★ (53) · ایرانی
Shariati St
Cosy · Casual · Good for kids



Sogoli Traditional Restaurant
3.4 ★★★★★ (38) · Traditional restaurant
No: 1330-after.Zafar, Shariati St
Casual · Groups



Gholhak Nights Cafe Restaurant
3.4 ★★★★★ (19) · کافه
Shariati, No. 1606
Cosy · Casual · Groups



☰ More places

Businesses :



Prophet's Ascension might affect these hours

part novin gym
3.9 ★★★★★ (52) · Gym
7+ years in business · Q9MH+9G4
Open · Closes 10:30 PM · +98 21 2214 0491

Website Directions

Arina Women Sport Club
4.2 ★★★★★ (30) · Gym
3+ years in business · West 16th Street, Saadat Abad Blvd, No. 39
Open · Closes 10 PM · +98 21 2214 5167

Website Directions

باشگاه بدنسازی (سرزمین قهرمانان) هیرو لند
5.0 ★★★★★ (3) · Gym
Q9PG+J88
Open · Closes 11 PM · +98 21 2212 8133

پارس پک
par's pack

سئو محلی برای کدام کسب و کارها مناسب تر است؟

۱. رستوران‌ها و کافه‌ها
۲. فروشگاه‌های خرده‌فروشی
۳. خدمات درمانی
۴. خدمات خانگی
۵. مشاوران املاک
۶. خدمات حقوقی
۷. خدمات شخصی
۸. مراکز آموزشی
۹. مراکز رویداد و تفریحی
۱۰. صنعت گردشگری و هتل‌داری

فاکتورهای رتبه‌بندی در سئو محلی

۱. ارتباط (Relevance)

- این عامل بررسی می‌کند که چقدر اطلاعات کسب‌وکار شما با درخواست جستجوی کاربر هماهنگ است.

- بهینه‌سازی برای کلمات کلیدی محلی و انتخاب دسته‌بندی‌های دقیق در Google Business Profile (GBP) می‌تواند تأثیر زیادی در افزایش ارتباط داشته باشد. مثلاً اگر شما یک کافی‌شاپ در تهران دارید، باید کلماتی مثل کافی‌شاپ نزدیک میدان انقلاب یا بهترین کافی‌شاپ تهران را هدف قرار دهید.



فاکتورهای رتبه‌بندی در سئو محلی

۲. مجاورت (Proximity)

- این بخش به فاصله فیزیکی بین کسب‌وکار شما و موقعیت کاربر توجه دارد. اگرچه مکان کسب‌وکار شما چیزی نیست که به راحتی تغییر کند، اما می‌توانید صفحات محلی اختصاصی برای مناطق مختلف طراحی کنید و از کلمات کلیدی مکان‌محور استفاده کنید تا شانس دیده شدن را افزایش دهید.



فاکتورهای رتبه‌بندی در سئو محلی

۳. برتری (Prominence)

- برتری به شهرت و اعتبار کسب‌وکار شما اشاره دارد.
- این شاخص شامل عواملی مانند تعداد و کیفیت نظرات، نقل‌قول‌ها در سایت‌های دیگر و میزان دیده شدن آنلاین شما است.
- مدیریت نظرات، پاسخ‌گویی به بازخوردها (چه مثبت و چه منفی) و ایجاد پروفایل‌های معتبر در سایت‌های دایرکتوری محلی می‌تواند برجستگی کسب‌وکار شما را افزایش دهد.



فاکتورهای رتبه‌بندی در سئو محلی

۴. Local SEO Schema

- اسکیمای سئوی محلی یکی دیگر از فاکتورهای مهم سئو محلی است که با افزودن داده‌های ساختاریافته به وبسایت، اطلاعات مرتبط با کسب‌وکار شما (مانند آدرس، شماره تماس و نظرات) را به موتورهای جستجو ارائه می‌دهد.
- این کار باعث بهبود نمایش اطلاعات در نتایج جستجوی محلی و افزایش شانس جذب مشتریان محلی می‌شود.



مراحل انجام سئو محلی

۱. تحقیق کلمات کلیدی محلی:

- ابتدا کلمات کلیدی مرتبط با کسب و کارتان را پیدا کنید که افراد برای جستجوی محصولات یا خدمات محلی استفاده می‌کنند. از ابزارهایی مانند Google Keyword Planner برای شناسایی این کلمات استفاده کنید.

۲. بهینه سازی گوگل بیزینس:

- پروفایل Google Business خود را ایجاد و اطلاعات آن را به روز کنید. اطلاعات مهم شامل نام کسب و کار، آدرس، شماره تماس، ساعات کاری و تصاویر است. این پروفایل در جذب مشتریان محلی بسیار مؤثر است.

مراحل انجام سئو محلی

۳. ایجاد و مدیریت استندهای محلی (Local Citations):

- اطلاعات کسب و کارتان را در دایرکتوری‌های معتبر محلی ثبت کنید و از یکسان بودن نام، آدرس و شماره تلفن در همه پلتفرم‌ها اطمینان حاصل کنید. این کار اعتماد گوگل و کاربران را جلب می‌کند.

۴. تشویق به دریافت نظرات و پاسخ‌دهی به آن‌ها:

- از مشتریان خود بخواهید نظرات خود را در Google و دیگر پلتفرم‌ها ثبت کنند. نظرات مثبت تأثیر زیادی بر رتبه‌بندی و جلب اعتماد کاربران دارند. همچنین به نظرات، چه مثبت و چه منفی، پاسخ دهید.

مراحل انجام سئو محلی

۵. بهینه‌سازی محتوای سایت:

- از کلمات کلیدی محلی در عنوان‌ها، توضیحات متا و محتوای صفحات استفاده کنید. صفحات اختصاصی برای خدمات یا محصولات محلی ایجاد کنید و لینک‌های داخلی را بهبود دهید.

۶. ایجاد بک‌لینک‌های محلی:

- با سایت‌های محلی همکاری کنید و از آن‌ها بک‌لینک دریافت کنید. شرکت در رویدادهای محلی یا حمایت از آن‌ها می‌تواند فرصت‌های خوبی برای لینک‌سازی باشد.

۷. مانیتورینگ و بهبود مداوم:

- به صورت مداوم نتایج و بازخوردهای خود را بررسی کنید. از ابزارهایی مانند Google Analytics و ابزارهای مدیریت سئو برای بهینه‌سازی بیشتر استراتژی خود استفاده کنید.

GMB در سئو محلی چیست؟

- Google My Business (یا به اختصار GMB) یک ابزار رایگان و کارآمد از گوگل است که به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا در جستجوهای محلی بهتر دیده شوند. این ابزار به شما اجازه می‌دهد اطلاعات کسب‌وکار خود، مانند نام، آدرس، شماره تلفن، ساعات کاری و حتی عکس‌ها را در گوگل ثبت و مدیریت کنید.
- GMB به‌طور خاص برای جلب توجه افراد در منطقه شما طراحی شده است. وقتی کسی در نزدیکی شما به دنبال محصول یا خدماتی مرتبط با کسب‌وکار شما می‌گردد، داشتن یک پروفایل GMB فعال، احتمال نمایش شما در نتایج جستجو و نقشه گوگل را افزایش می‌دهد.
- به گفته گوگل، «با تأیید و ویرایش اطلاعات کسب‌وکارتان، می‌توانید به مشتریان کمک کنید شما را پیدا کنند و داستان کسب‌وکارتان را با آن‌ها به اشتراک بگذارید.»

ابزارهای سئو محلی

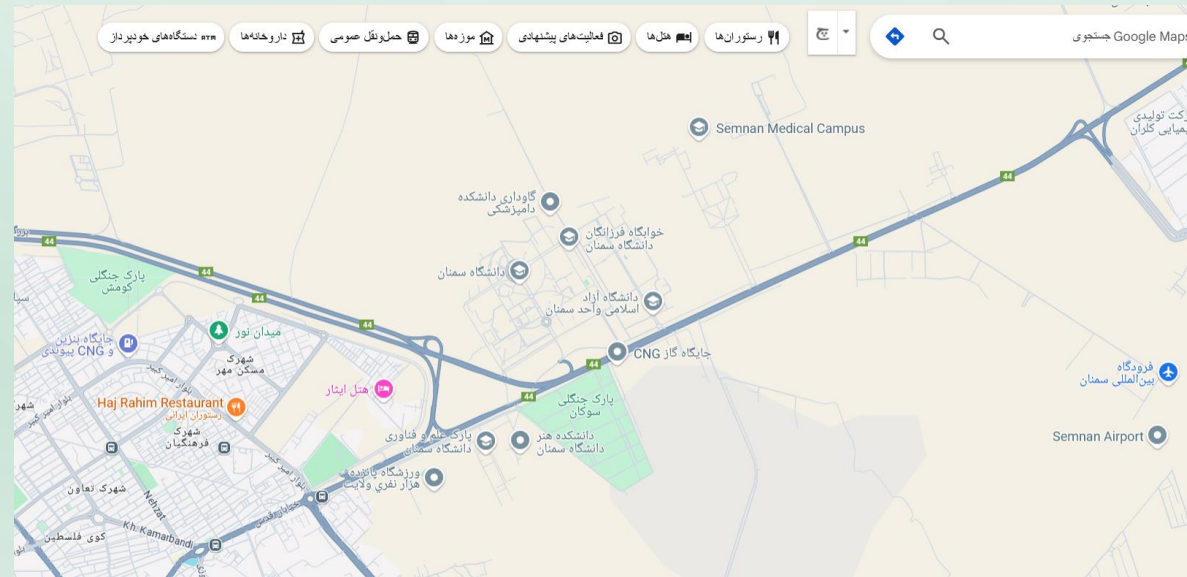
۱. گوگل مپ (Google Maps)

- گوگل مپ به یکی از ساده‌ترین و قدرتمندترین ابزارهای سئو محلی محسوب می‌شود. با ثبت دقیق اطلاعات کسب‌وکار در گوگل مپ، از جمله نام، آدرس، شماره تماس و دسته بندی دقیق، کسب‌وکار شما در نتایج جستجوی محلی گوگل به صورت برجسته نمایش داده می‌شود. استفاده از کلمات کلیدی مرتبط با کسب‌وکار و منطقه جغرافیایی، دریافت نظرات مثبت مشتریان و بهینه‌سازی پروفایل گوگل مپ، همگی به بهبود رتبه و دیده شدن کسب‌وکار شما در گوگل مپ کمک می‌کنند.
- با توجه به اینکه اکثر کاربران برای یافتن کسب‌وکارهای محلی در منطقه خود به گوگل مپ مراجعه می‌کنند، داشتن یک پروفایل قوی و بهینه‌سازی شده در این پلتفرم، می‌تواند به افزایش تعداد مشتریان و بهبود فروش منجر شود.

ابزارهای سئو محلی

۱. گوگل مپ (Google Maps)

- گوگل مپ به یکی از ساده‌ترین و قدرتمندترین ابزارهای سئو محلی محسوب می‌شود. با ثبت دقیق اطلاعات کسب‌وکار در گوگل مپ، از جمله نام، آدرس، شماره تماس و دسته بندی دقیق، کسب‌وکار شما در نتایج جستجوی محلی گوگل به صورت برجسته نمایش داده می‌شود. استفاده از کلمات کلیدی مرتبط با کسب‌وکار و منطقه جغرافیایی، دریافت نظرات مثبت مشتریان و بهینه‌سازی پروفایل گوگل مپ، همگی به بهبود رتبه و دیده شدن کسب‌وکار شما در گوگل مپ کمک می‌کنند.
- با توجه به اینکه اکثر کاربران برای یافتن کسب‌وکارهای محلی در منطقه خود به گوگل مپ مراجعه می‌کنند، داشتن یک پروفایل قوی و بهینه‌سازی شده در این پلتفرم، می‌تواند به افزایش تعداد مشتریان و بهبود فروش منجر شود.



ابزارهای سئو محلی

۲. Semrush Local

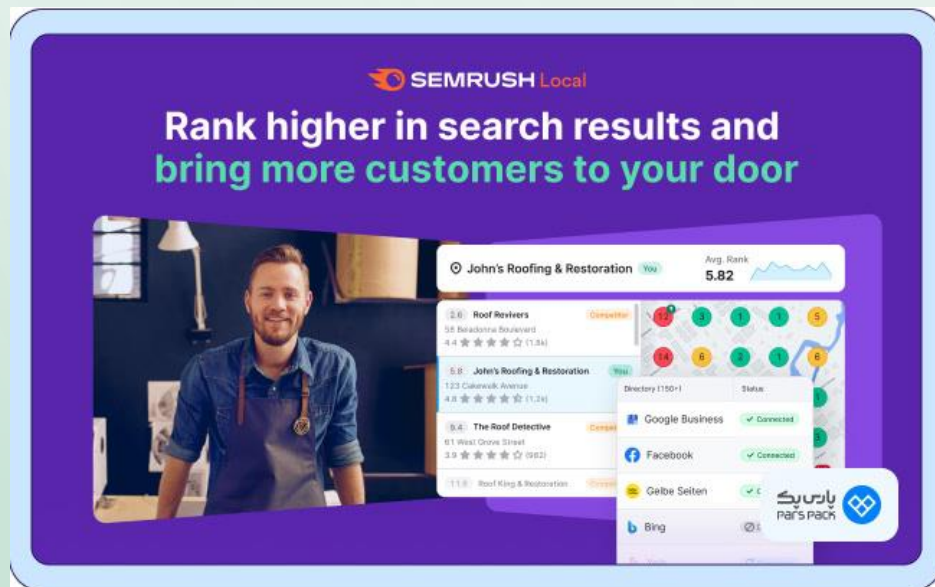
یک ابزار جامع برای مدیریت حضور آنلاین کسب و کار در تمامی پلتفرم‌ها. این ابزار به شما امکان می‌دهد پروفایل Google Business را بهینه کرده و اطلاعات کسب و کار را در بیش از 150 دایرکتوری محلی فهرست کنید.

مزایا:

- مدیریت پیشرفته و خودکار اطلاعات
- گزارش‌های دقیق و استفاده از هوش مصنوعی برای مدیریت نظرات

معایب:

- هزینه نسبتاً بالا



ابزارهای سئو محلی

۳. BrightLocal

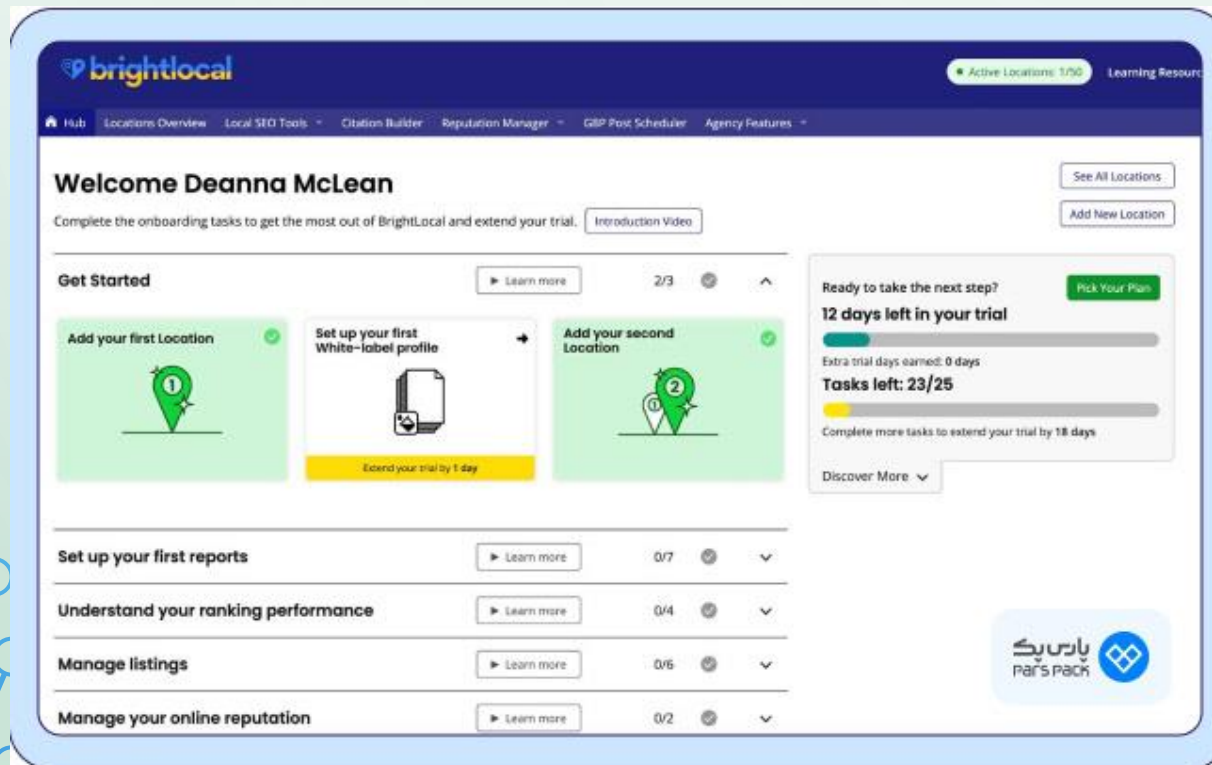
BrightLocal با ارائه گزارش‌های دقیق و مدیریت یکپارچه، تمام نیازهای سئو محلی شما را پوشش می‌دهد.

مزایا:

- قیمت مقرون به صرفه
- ارائه بینش‌های دقیق و قابل اشتراک‌گذاری

معایب:

- یادگیری و استفاده از آن نیاز به زمان دارد.



ابزارهای سئو محلی

۴. Moz Local

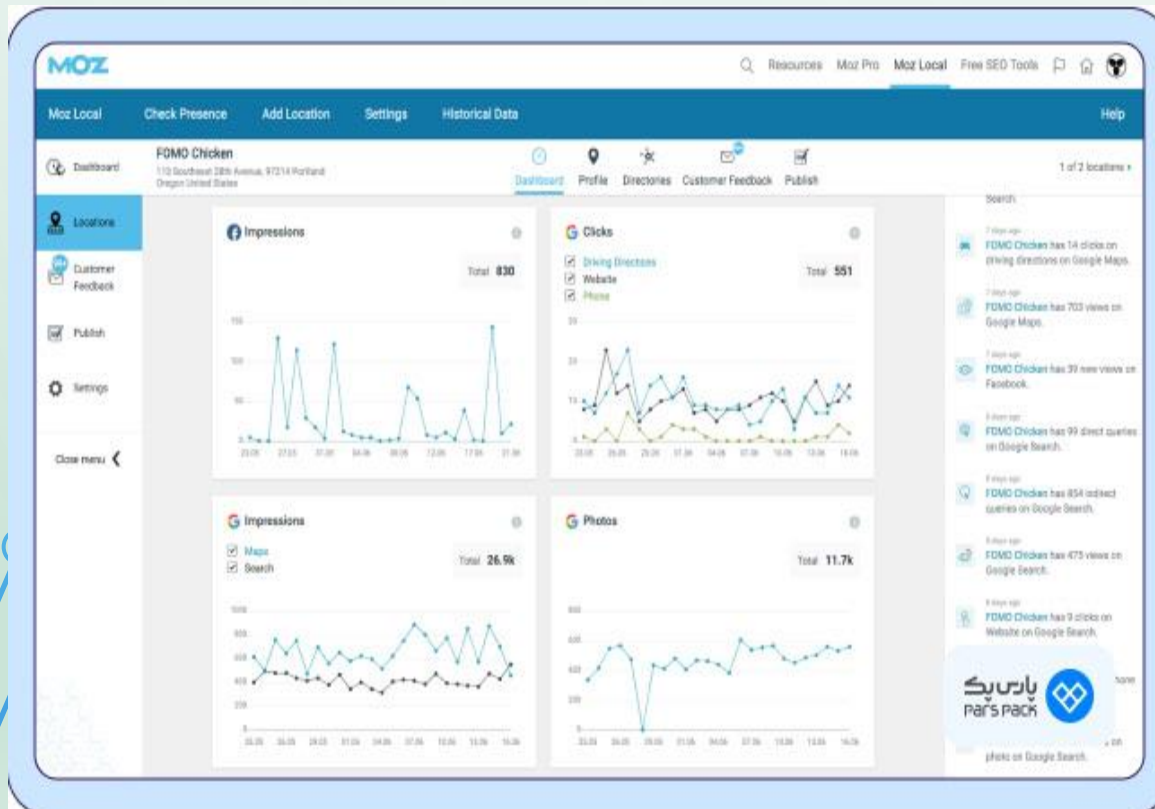
این ابزار وظایف مدیریت لیست‌های آنلاین را خودکار کرده و ثبات اطلاعات کسب‌وکار شما را تضمین می‌کند.

مزایا:

- مناسب برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
- ابزارهای پیشرفته برای ساخت لینک و تحلیل رقبا

معایب:

- هزینه اشتراک نسبتاً بالا



ابزارهای سئو محلی

۵. SE Ranking

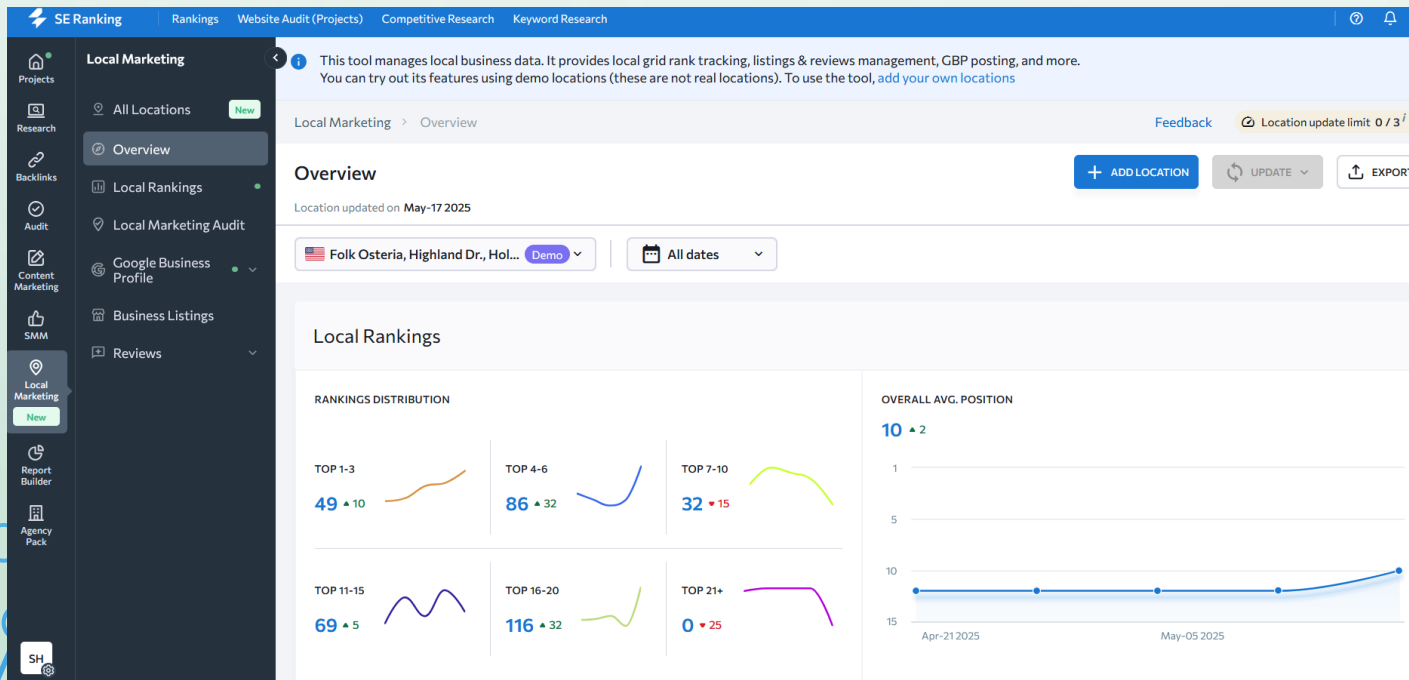
پلتفرمی جامع برای نظارت و بهبود رتبه‌بندی جستجوهای محلی، ایده‌آل برای کسب‌وکارهای کوچک و آژانس‌های بازاریابی.

مزایا:

- مدیریت لیست‌های محلی و بین‌المللی
- قیمت مقرون‌به‌صرفه

معایب:

- پیچیدگی و نیاز به زمان برای یادگیری
- روش‌ها و تکنیک‌های لوکال سئو



NAP در سئوی محلی

NAP مخفف **Name** (نام)، **Address** (آدرس) و **Phone Number** (شماره تلفن) است.

این سه عنصر اطلاعات کلیدی کسب و کار شما هستند که در فهرست‌های محلی، سایت‌های بررسی و پروفایل‌های آنلاین دیده می‌شوند. وجود NAP دقیق و منسجم، برای موفقیت سئو محلی حیاتی است، زیرا به مشتریان کمک می‌کند راحت‌تر شما را پیدا کنند و به شما اعتماد کنند.

NAP اطلاعات پایه‌ای را در اختیار مشتریان محلی قرار می‌دهد:

۱. نام کسب و کار: نشان‌دهنده برند و هویت شما.
۲. آدرس: موقعیت مکانی فیزیکی برای مراجعه حضوری.
۳. شماره تلفن: راهی آسان برای تماس مستقیم با شما.

هر بار که اطلاعات نام، آدرس و شماره تلفن شما به صورت آنلاین ذکر شود، یک NAP Citation یا استناد محلی ایجاد می‌شود. این موارد می‌توانند از طریق روش‌های زیر ایجاد شوند:

- ثبت کسب‌وکار در سایت‌های دایرکتوری و مرور.
- ایجاد پروفایل شبکه‌های اجتماعی مثل فیس‌بوک و اینستاگرام.
- لیست‌های رویدادها یا ثبت رویدادهای محلی.
- مقالات رسانه‌های محلی یا بیانیه‌های خبری.
- همکاری با سازمان‌های محلی مانند اتاق بازرگانی.
- ثبت‌نام در نمایشگاه‌ها یا برنامه‌های صنعتی.
- همچنین، وبسایت شما نیز محل مناسبی برای نمایش NAP است. این اطلاعات می‌توانند در صفحه تماس با ما، فوتر سایت یا بیانیه‌های خبری درج شوند.

استراتژی LOCAL LINK BUILDING

- لینک‌سازی محلی به معنای جذب لینک از وبسایت‌هایی است که مخاطبان آن‌ها با مخاطبان محلی کسب‌وکار شما همپوشانی دارند.
- این وبسایت‌ها می‌توانند شامل وبلاگ‌ها، نشریات محلی، سایت‌های تجاری یا دایرکتوری‌ها باشند.
- برخلاف لینک‌های ملی یا بین‌المللی، لینک‌های محلی به دلیل ارتباط مستقیم با مخاطبان منطقه‌ای شما، برای سئو محلی بسیار ارزشمند هستند.

بهترین روش‌ها برای لینک‌سازی محلی

از بهترین راهکارها برای لینک‌سازی محلی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- اطلاعات تماس دقیق: اطمینان حاصل کنید که اطلاعات کسب‌وکار تان (NAP) در تمام لینک‌ها یکسان و دقیق است.
- ارتباط شخصی: به‌جای ایمیل‌های متعدد، مستقیماً با وب‌سایت‌های هدف ارتباط برقرار کنید.
- ترکیب استراتژی‌ها: هم لینک‌های محلی و هم لینک‌های معتبر صنعتی را هدف قرار دهید.
- با تمرکز بر لینک‌سازی محلی، می‌توانید رتبه‌بندی خود را در جستجوهای محلی بهبود داده و مشتریان بیشتری جذب کنید.

بهترین روش‌ها برای لینک‌سازی محلی

بهینه‌سازی سئو داخلی در سئو محلی

- سئو داخلی یکی از بخش‌های مهم در بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو است که شامل تمام اقداماتی می‌شود که بر روی وبسایت انجام می‌دهید تا رتبه‌بندی آن در نتایج جستجوی محلی بهبود یابد. این اقدامات کمک می‌کنند تا سایت شما برای کاربران محلی و موتورهای جستجو جذاب‌تر و قابل‌فهم‌تر باشد.

6 مزیت GOOGLE MY BUSINESS

1) افزایش دیده شدن و رتبه بندی بهتر

طبق گزارش Safari Digital، حدود 46% از تمام جستجوهای گوگل با اهداف محلی انجام می شوند. علاوه بر این، 97% از افراد برای یافتن فروشگاه های نزدیکشان ابتدا یک جستجوی آنلاین در گوگل انجام می دهند. در سال 2023، نزدیک به 28% از این جستجوهای محلی به خرید ختم شدند.

2) تعامل بهتر با مشتریان

شما می توانید از طریق بخش های سؤال و جواب و نظرات در Google Business Profile، مستقیماً با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید. طبق گزارش Pissed Consumer، حدود 75.5% از مصرف کنندگان به نظرات آنلاین اعتماد می کنند؛ بنابراین پاسخ به نظرات مثبت و منفی برای ایجاد اعتماد و حفظ تعامل مردم مهم است.

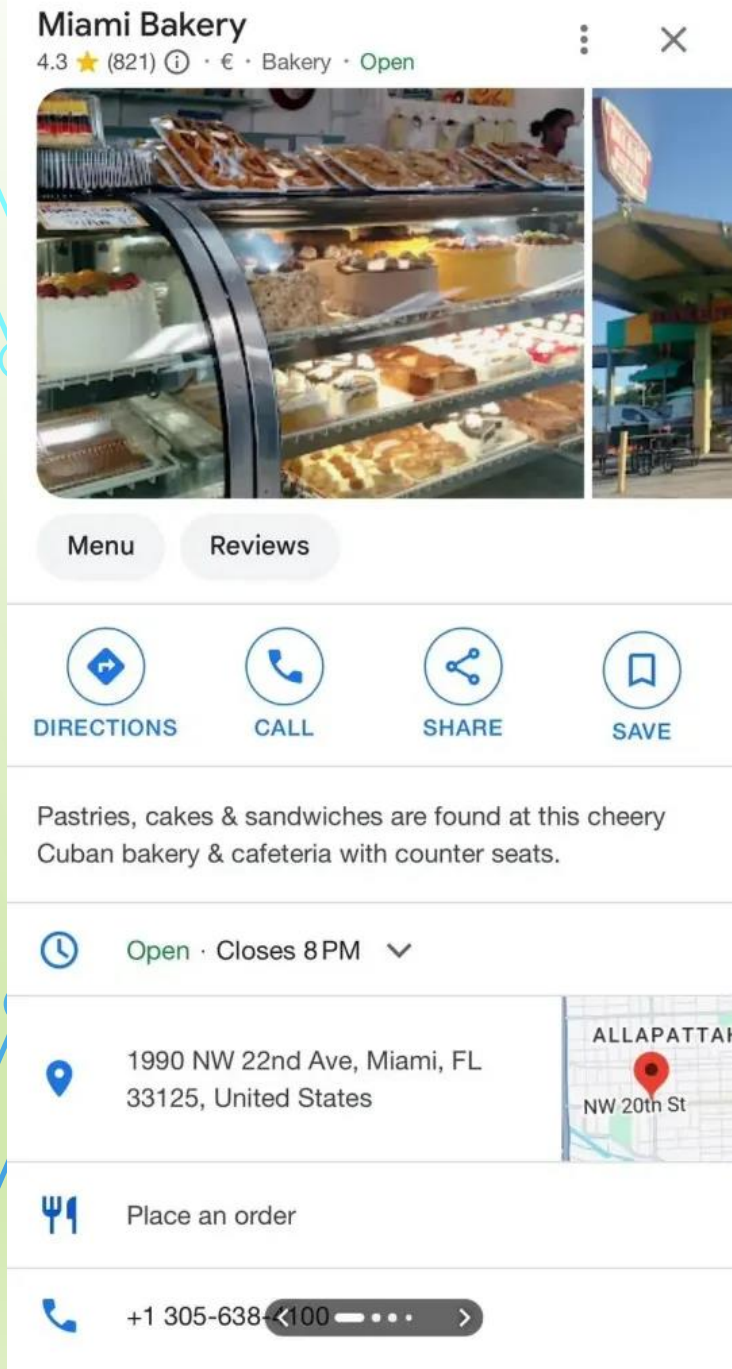
6 مزیت GOOGLE MY BUSINESS

(3) بینش‌ها و تحلیل‌های ارزشمند

یکی از بهترین ویژگی‌های گوگل بیزنس پروفایل، بینش‌های ارزشمندی است که درباره رفتار مشتریان به شما می‌دهد. می‌توانید ببینید که چگونه مشتریان شما را پیدا می‌کنند (عبارات جست‌وجو، مکان)، چه اقداماتی انجام می‌دهند (مانند تماس با کسب‌وکارتان یا بازدید از سایت)، چند نفر کسب‌وکارتان را از طریق نقشه بررسی می‌کنند و چند کاربر با شما تعامل دارند.

(4) تبلیغات و بازاریابی رایگان با گوگل مای بیزینس

گوگل مای بیزینس با امکان نمایش عکس‌ها، توضیحات محصولات یا خدمات و به‌روزرسانی‌های کلیدی، فرصتی برای دیده‌شدن رایگان کسب‌وکارتان است. این امکانات به مشتریان بالقوه کمک می‌کند تا قبل از کلیک‌کردن روی سایت یا مراجعه به فروشگاه، درک خوبی از کسب‌وکارتان داشته باشند.



6 مزیت GOOGLE MY BUSINESS

(5) دسترسی موبایلی

تمام Google Business Listings پروفایل برای موبایل بهینه شده‌اند؛ بنابراین وقتی کاربران با تلفن‌های همراهشان یک کسب‌وکار را جست‌وجو می‌کنند، می‌توانند به‌سرعت تمام اطلاعات مورد نیازشان مانند مسیرها، ساعات کاری، نظرات و... را دریافت کنند. این موضوع بسیار مهم است؛ زیرا جمعیت عمومی عمدتاً از جست‌وجوی موبایل استفاده می‌کنند.

<https://blog.sabavision.com/dm/complete-guide-to-google-my-business>

6 مزیت GOOGLE MY BUSINESS

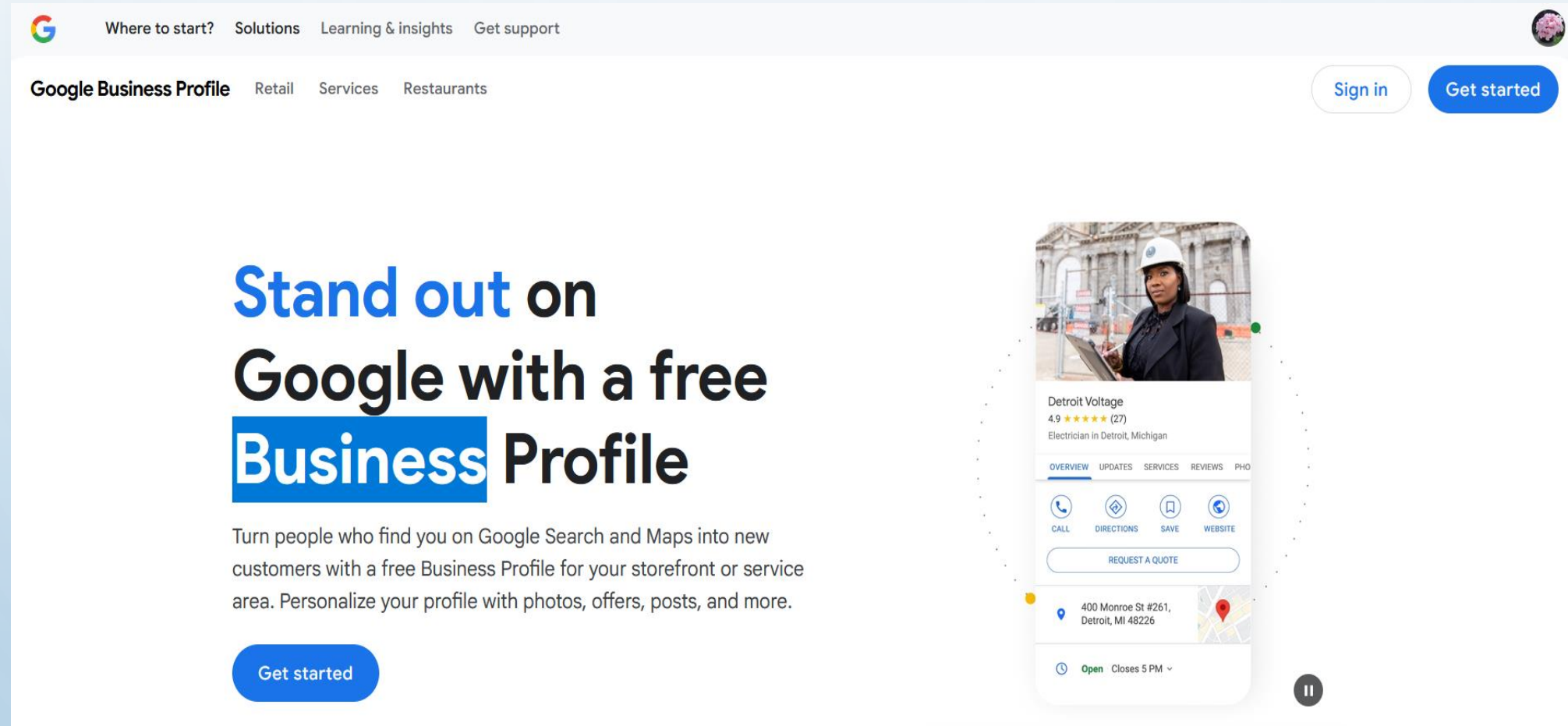
6) رزرو آسان تر قرار ملاقات

کسب و کارهای خدماتی می‌توانند از ویژگی رزرو قرار ملاقات گوگل بیزنس پروفایل استفاده کنند تا مشتریان بتوانند مستقیماً از listing قرار ملاقات رزرو کنند. درواقع، Publer می‌گوید 95% از شرکت‌ها درخواست‌های قرار ملاقات را از طریق گوگل مای بیزینس دریافت می‌کنند.

این کار باعث می‌شود مشتریان راحت‌تر بتوانند با شما ارتباط برقرار کنند و تجربه کاربری بهتری داشته باشند و این دقیقاً همان چیزی است که کاربران ترجیح می‌دهند.



راه اندازی GOOGLE MY BUSINESS

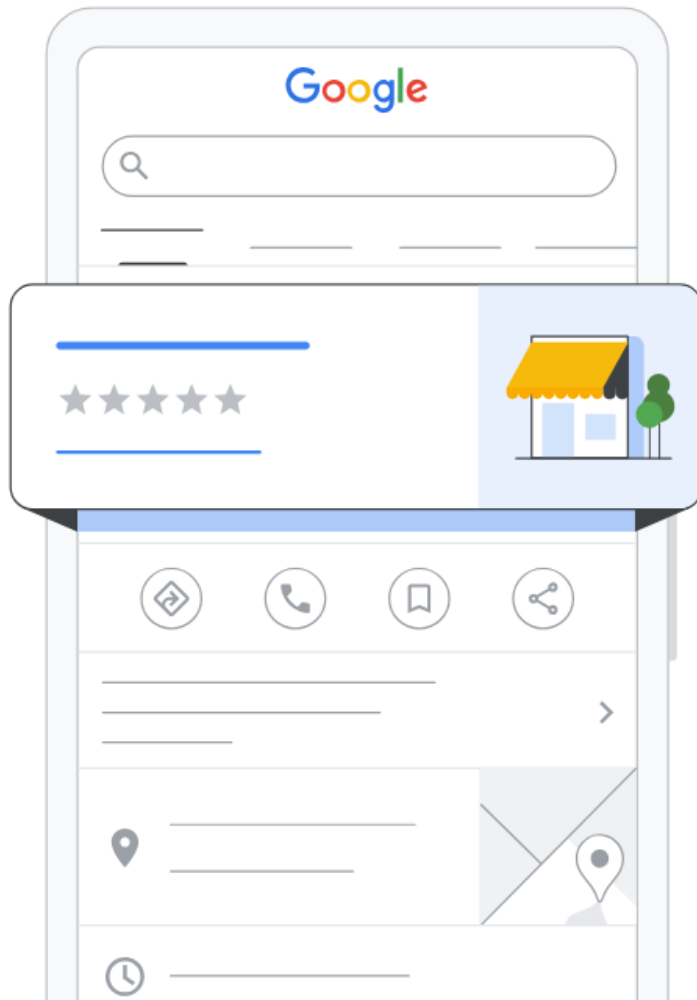


The screenshot shows the Google Business Profile homepage. At the top, there's a navigation bar with the Google logo, links for 'Where to start?', 'Solutions', 'Learning & insights', and 'Get support'. Below this, a secondary bar features 'Google Business Profile' and category links: 'Retail', 'Services', and 'Restaurants'. On the right, there are 'Sign in' and 'Get started' buttons. The main content area has a large heading 'Stand out on Google with a free Business Profile' and a subtext: 'Turn people who find you on Google Search and Maps into new customers with a free Business Profile for your storefront or service area. Personalize your profile with photos, offers, posts, and more.' A 'Get started' button is positioned below the text. To the right, a mobile app interface is displayed, showing a business profile for 'Detroit Voltage' (4.9 stars, 27 reviews), an electrician in Detroit, Michigan. The app interface includes tabs for 'OVERVIEW', 'UPDATES', 'SERVICES', 'REVIEWS', and 'PHOTOS'. Action buttons for 'CALL', 'DIRECTIONS', 'SAVE', and 'WEBSITE' are visible, along with a 'REQUEST A QUOTE' button. The address '400 Monroe St #261, Detroit, MI 48226' and a map snippet are shown at the bottom of the app view. A play button icon is located at the bottom right of the app preview.

<https://javadyasemi.ir/seo-basic/how-to-create-google-business-profile/>

<https://blog.sabavision.com/dm/complete-guide-to-google-my-business>

راه اندازی GOOGLE MY BUSINESS



Get your business discovered on
Google Search, Maps and more

Enter a few business details to get started

Business name*

Continue

Choose your business type

Select all that apply to نيكو صنعت آهوان



Online retail

Customers can purchase products through your website

☐

Local store

Customers can visit your business in person

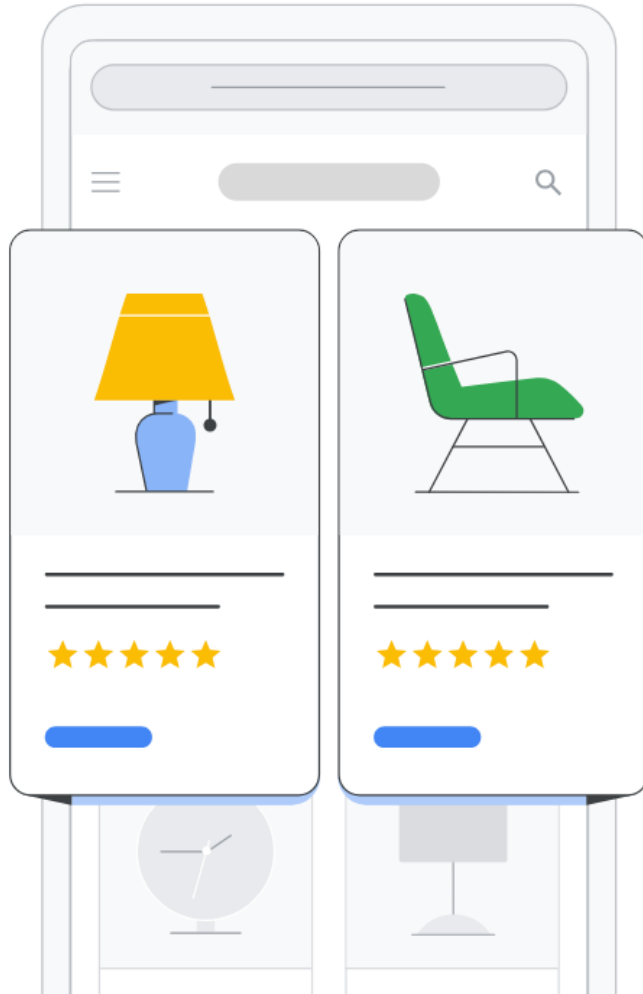
☐

Service business

Your business makes visits to customers

☐

Next



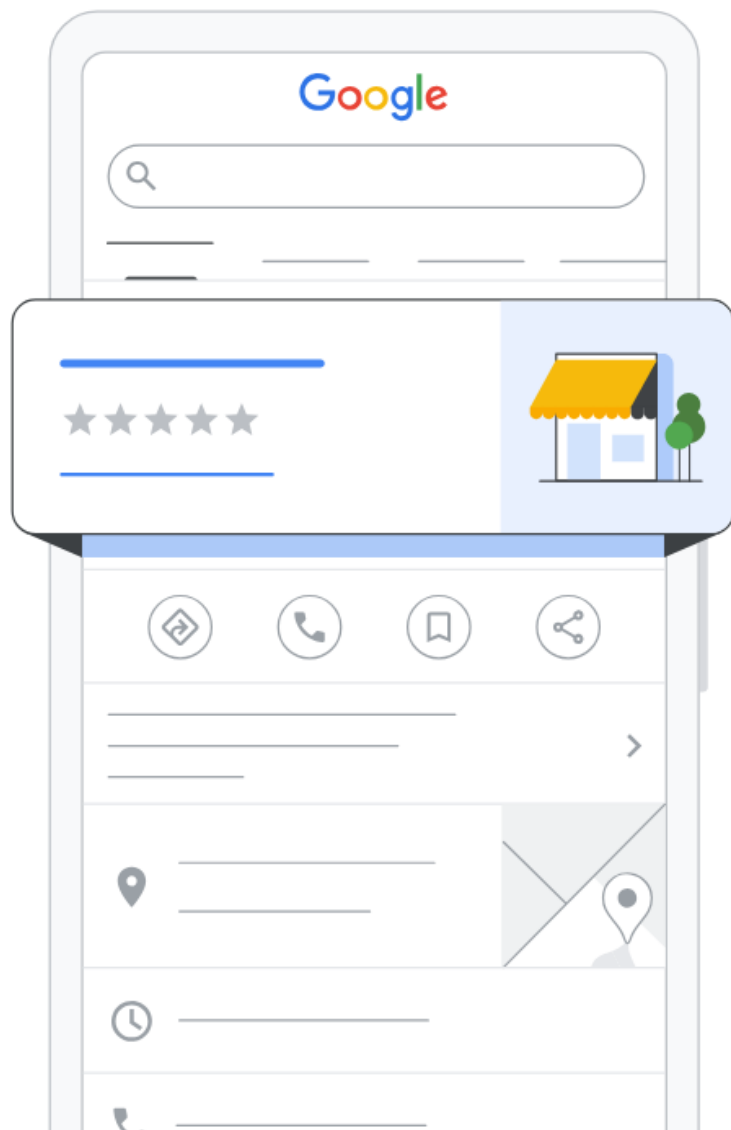
Add your online store

Enter a web address where customers can purchase products. [Learn more about supported online stores.](#)

Website

Skip

Next



Enter a business category

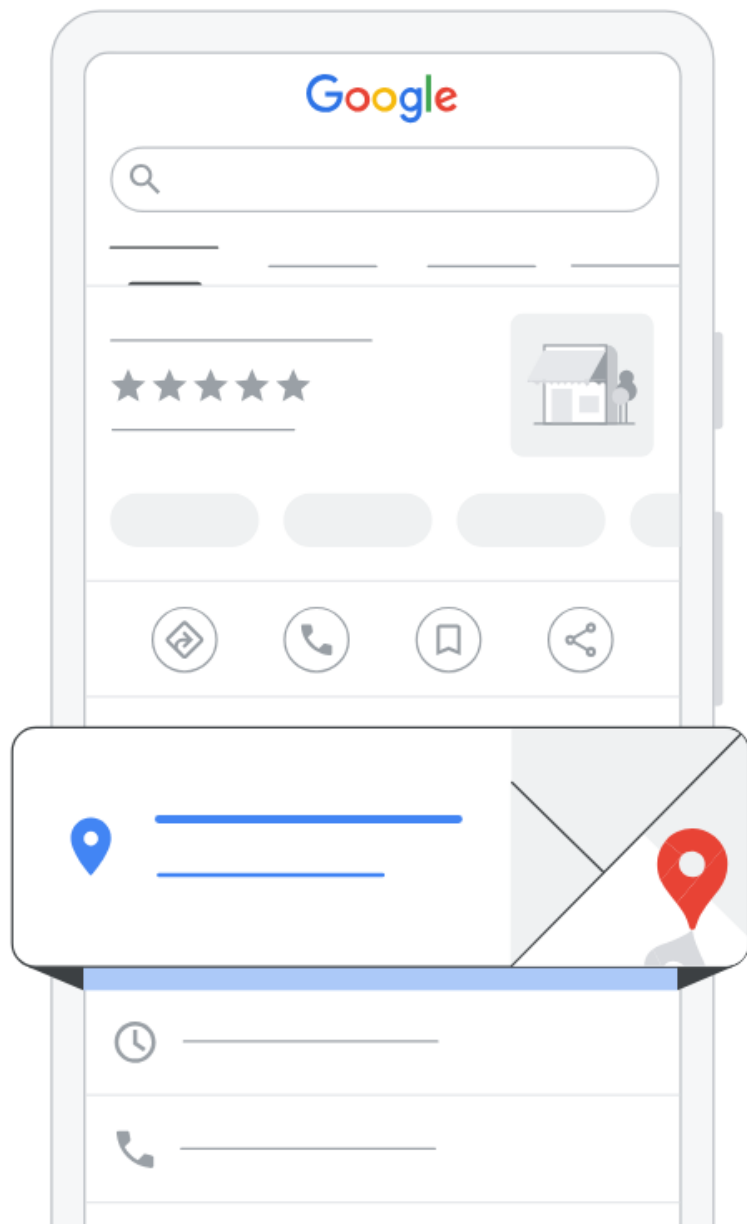
Help customers discover your business by industry by adding a business category

Business category*

Mobility equipment supplier

You can change and add more later

Next



Enter your business address

Add a location where customers can visit your business in person

Country / Region

United States ▼

Street address

City

State ▼

ZIP code

Next

- **شماره‌تلفن (اختیاری):** در صورت تمایل، شماره‌تلفن همراه یا ثابت کسب‌وکارتان را وارد کنید.

- **تأیید هویت:**

- برای تکمیل فرایند راه‌اندازی، باید هویت کسب‌وکارتان را تأیید کنید. چند روش مختلف برای تأیید هویت وجود دارد. اگر فعلاً برای تأیید هویت آمادگی ندارید، می‌توانید گزینه «بعداً تأیید کنید» یا **Verify Later** را انتخاب کنید.

- تأیید هویت کسب‌وکارتان در گوگل مای بیزینس، گامی حیاتی برای افزایش اعتبار و دیده‌شدن کسب‌وکارتان در نتایج جست‌وجوست.

- با تأیید هویت، به گوگل نشان می‌دهید که شما مالک واقعی این کسب‌وکار هستید و به این ترتیب، گوگل به اطلاعات شما اعتماد بیشتری می‌کند و آن را با اولویت بیشتری نمایش می‌دهد.

- همچنین، تأیید هویت باعث می‌شود کنترل کاملی روی پروفایل کسب‌وکار خود داشته باشید و بتوانید آن را بهینه‌سازی کنید.

برای تأیید لیستینگ (نمایش اطلاعات کسب و کار) **GOOGLE MY BUSINESS** خود، چندین روش وجود دارد

(1) تأیید از طریق پست

(2) تأیید از طریق تلفن

(3) تأیید از طریق ایمیل

(4) تأیید فوری

(5) تأیید گروهی