

قدرت سؤ

هفت گام بهینه‌سازی سایت برای
موفقیت در نتایج جستجوی گوگل

نسخه ۲۰۲۰

نویسنده:

دکتر جیسون مک‌کاللد

مترجمین:

ساسان جعفرنیا

هانیه غفرانی

بهاره قاسمی

فهرست مطالب

۱۵	 مقدمه
۱۵	 سنو = تبلیغ رایگان در گوگل
۱۶	 techtimidation = استفاده یک تکنسین از زبان فنی برای ترساندن دیگران تا سر حد مرگ
۱۷	 آپدیت‌های الگوریتم گوگل
۱۹	 موتورهای جستجو چگونه عمل می‌کنند؟
۲۰	 بالیز و چکاپ سنو
۲۱	 آیا سنو، سخت است؟
۲۱	 سنو آسان است، درست همانطور که رسیدن به تناسب اندام آسان است
۲۲	 شما بهتر از من هستید!
۲۳	 هفت گام برای موفقیت در سنو
۲۳	 شما از عهده این کار بر می‌آید!
۲۳	 < با نویسنده کتاب آشنا شوید
۲۶	 < چرا این کتاب متفاوت است؟
۲۷	 < این کتاب مناسب چه کسانی است؟
۲۸	 < هفت گام قدرت سنو
۳۲	 II: اصول اولیه
۳۲	 < سنو همانند پیدا کردن شغل است
۳۴	 < تحقیق کلمات کلیدی
۳۴	 < سنو داخلی
۳۵	 برای گوگل و کاربران بنویسید
۳۵	 < سنو خارجی
۳۶	 < تنظیم اهداف صفحه فرود
۳۷	 1.1: نگرش
۳۷	 < از فراموشی بالتازر یاد بگیرید که نگرش یعنی همه چیز
۳۹	 < افراد "می‌توانم" را از افراد "نمی‌توانم" تشخیص دهید
۴۰	 < نحوه اندازه‌گیری و سنجش را یاد بگیرید

۴۲..... پروژه تمرینی: تیم خود را جمع کنید و آماده شوید.

۱.۲: اهداف..... ۴۳

- ۴۴..... ارزش پیشنهادی کسب و کار خود را مشخص کنید.
- ۴۴..... ارزش پیشنهادی کسب و کار خود را مشخص کنید.
- ۴۵..... مشتریان هدف خود را بر اساس موقعیت جغرافیایی، الگوهای رفتاری، نیازها و ویژگی‌های شخصیتی (پرسونا) شناسایی کنید.
- ۴۶..... اهداف بازاریابی ایجاد کنید.
- ۴۸..... نردبان فروش ما.....
- ۴۸..... مشتریان: سبیه می قزل آلا هستند.
- ۴۹..... در ازای اطلاعات تماس، پیشنهادی رایگان ارائه دهید.
- ۵۰..... نگذارید مشتریان فکر کنند!.....
- ۵۱..... یک گروه کانونی ایجاد کنید.
- ۵۲..... همه را کنار هم بگذارید.
- ۵۲..... چک لیست: اقدامات عملی.....
- ۵۳..... خروجی: پروژه تمرینی ارزش پیشنهادی کسب و کار.

۲.۱: کلمات کلیدی..... ۵۴

- ۵۵..... کلمات کلیدی خود را با استفاده از تکنیک طوفان فکری شناسایی کنید.
- ۵۶..... جلسه طوفان فکری کلمات کلیدی برگزار کنید.
- ۵۸..... از ترندهای گوگل برای پیدا کردن کلمات کلیدی احتمالی استفاده کنید.
- ۶۰..... ابزار Ubersuggest.....
- ۶۰..... دو ابزار شگفت‌انگیز و رایگان دیگر.....
- ۶۱..... الگوهای کلمات کلیدی.....
- ۶۲..... مهندسی معکوس رقبا.....
- ۶۴..... ابزارهای آنالیز و بررسی تگ‌ها.....
- ۶۵..... بلند بخوانید.....
- ۶۶..... یک نکته درمورد متا تگ کلمات کلیدی.....
- ۶۷..... از ابزارهای رایگان برای یافتن کلمات کلیدی استفاده کنید.
- ۶۷..... در Google Ads ثبت نام کنید.
- ۷۰..... از کلمات مترادف و مشابه غافل نشوید!.....

۱	ابزارهای جایگزین
۲	با چند اصطلاح کلمات کلیدی آشنا شوید
۳	در جایی ماهیگیری کنید که ماهی وجود دارد
۴	اما معنی ارزش (value) چیست؟
۵	تبلیغ کنندگان برای کلمات کلیدی معاملاتی، قیمت بیشتری پیشنهاد می کنند
۶	سوراخهای ماهیگیری مخفی بهترین هستند
۷	مقایسه کلمات کلیدی آموزشی با کلمات کلیدی معاملاتی
۸	عبرت های جستجوی کوتاه
۹	ابزارهای جایگزین Keyword Planner
۱۰	تمام کلمات کلیدی پیشنهادی خود را روی کاغذ بنویسید
۱۱	چک لیست اقدامات عملی کلمات کلیدی
۱۲	تمرین: یک پروژه تمرینی برای طوفان فکری کلمات کلیدی
۱۳	۲.۲: برگه کلمات کلیدی
۱۴	گروه های اصلی کلمات کلیدی خود را شناسایی کنید
۱۵	از کلمات کلیدی خود، سه یا چهار ترتیب رسم کنید
۱۶	کلمات کلیدی خود را در برگه سمات کلیدی مرتب کنید
۱۷	شما چند کلمه کلیدی اصلی دارید؟
۱۸	حجم جستجو و ارزش کلمات کلیدی
۱۹	برگه کلمات کلیدی خود را ایجاد کنید
۲۰	ترتیب اولویت
۲۱	کلمات کلیدی خود را اولویت بندی کنید: داغ، گرم، سرد
۲۲	سطح رقابت
۲۳	الگوهای جستجو
۲۴	پروژه تمرینی: برگه کلمات کلیدی
۲۵	هنر سئو و آشپزی
۲۶	رتبه گوگل خود را بر اساس کلمات کلیدی بررسی کنید
۲۷	گوگل آنالیتیکس را راه اندازی کنید
۲۸	رتبه خود را بر اساس کلمات کلیدی هدف ارزیابی کنید
۲۹	چرا رتبه اهمیت دارد
۳۰	رتبه خود را به صورت دستی ارزیابی کنید
۳۱	رتبه خود را با استفاده از ابزارها ارزیابی کنید

- ۱۰۰..... داده‌های رتبه کلمات کلیدی خود را ثبت کنید
- ۱۰۰..... نتایج جستجوی محلی را به صورت دستی ارزیابی کنید
- ۱۰۲..... رتبه خود را در شهرهای مختلف ارزیابی کنید
- ۱۰۳..... < پروژه تمرینی: بررسی رتبه و امتیاز جایگاه
- ۱۰۳..... < چک لیست: اقدامات عملی برگه کلمات کلیدی
- ۱۰۵..... ۳.۱: تگ‌های (برچسب) صفحه
- ۱۰۶..... < با مفاهیم تگ‌های صفحه، HTML و صحبت با گوگل آشنا شوید
- ۱۰۶..... HTML: مرور وب سایت و گوگل
- ۱۰۷..... مشاهده کد های HTML / تگ‌های صفحه
- ۱۰۹..... تگ‌های صفحه، اولویت کلمات کلیدی را به گوگل اطلاع می‌دهند
- ۱۱۰..... وب سایت شما، رزومه شما در آن است
- ۱۱۱..... افزونه پوست (nas Plugin)
- ۱۱۱..... < اولویت تگ‌های صفحه
- ۱۱۲..... راهنمای رسمی شروع سئو گوگل را بخوانید
- ۱۱۳..... در هر صفحه تنها روی یک کلمه کلیدی تمرکز کنید
- ۱۱۴..... صفحات با رتبه بالا را بررسی و تگ‌های صفحه آن را "هندسی معکوس" کنید
- ۱۱۴..... < کلمات کلیدی را در لایه لای تگ‌های صفحه قرار دهید
- ۱۱۴..... تگ‌های صفحه و کلمات کلیدی برای تمام صفحات به صفحه اصلی
- ۱۱۵..... افراط نکنید!
- ۱۱۵..... با شور و حرارت بنویسید
- ۱۱۶..... < از وردپرس برای تگ‌های کلیدی سئو استفاده کنید
- ۱۱۸..... < آزمایش چشمی برای تراکم کلمه کلیدی
- ۱۲۰..... محتوای صفحه: چه چیزی اول می‌آید؟
- ۱۲۰..... آپدیت الگوریتم پاندا
- ۱۲۱..... آیا کلمات کلیدی دیگر مهم نیستند؟
- ۱۲۲..... اهمیت کلمات کلیدی پابرجاست
- ۱۲۳..... < باکس پاسخ (Answer Box)
- ۱۲۵..... < پروژه تمرینی: برگه کامل شده از تگ‌های صفحه
- ۱۲۶..... < صفحه اصلی خود را ایجاد کنید
- ۱۲۷..... هشدار در خصوص اعمال تغییرات بسیار زیاد
- ۱۲۸..... < پروژه تمرینی: بررسی تگ صفحه اصلی

۱۲۸.....	چک لیست: اقدامات عملی تگ صفحه
۱۳۰.....	۳.۲: ساختار وب سایت.....
۱۳۱.....	صفحات فرود سئو را مشخص کنید
۱۳۱.....	بیمه حیوانات خانگی
۱۳۳.....	هزاران راه برای ساخت وب سایت سازگار با سئو وجود ندارد؛ بلکه تنها یک راه وجود دارد.
۱۳۴.....	صفحات فرود بومی شده: یک مورد خاص
۱۳۵.....	صفحات دروازه (Doorway Pages) و صفحات فرود بومی شده
۱۳۵.....	پروژه تمرینی: لیستی از صفحات فرود
۱۳۶.....	فوت - کلمات کلیدی بنویسید
۱۳۷.....	لاگ بسازید و شروع به وبلاگ نویسی کنید
۱۳۸.....	کلمات کلیدی را در ساختار URLها (پیوند یکتا) به کار ببرید
۱۳۹.....	URLهای پارامتری
۱۳۹.....	URLهای پارامتری = صربه هلک سئو
۱۴۰.....	بنابراین به URLهای پارامتری، نه گوید
۱۴۱.....	در صفحه اصلی، لینک بسازید
۱۴۲.....	سازگار با موبایل (mobile-friendly) سریع و ایمن باشید
۱۴۳.....	امن باشید. https داشته باشید
۱۴۳.....	به گوگل و Bing Webmaster Tools متصل شوید
۱۴۶.....	قابلیت URL inspection سرچ کنسول گوگل
۱۴۷.....	دیگر قابلیت‌های سرچ کنسول
۱۴۸.....	پروژه تمرینی: برگه کامل شده از ساختار وب سایت
۱۴۹.....	چک لیست: اقدامات عملی ساختار وب سایت
۱۵۱.....	۴.۱: سئوی محتوا.....
۱۵۲.....	اشتباهات دوگانه در مورد محتوا انجام ندهید
۱۵۴.....	موضوعات کلمات کلیدی را مشخص کنید
۱۵۵.....	محتوا را با عبارت‌های جستجو تطبیق دهید
۱۵۷.....	محتوای همیشه سبز و محتوای لینک طعمه
۱۵۹.....	نقشه محتوا ایجاد کنید
۱۶۱.....	شبکه‌های اجتماعی و سئو

- خروج از سایت و گوگل ۱۶۲
- ◀ وبلاگ بسازید و شروع به وبلاگ نویسی کنید ۱۶۲
- ۱۶۴ هاستینگ وبلاگ
- ۱۶۵ وبلاگ نویسی را شروع کنید
- ◀ چک لیست: اقدامات عملی محتوا ۱۶۵
- ◀ پروژه تمرینی: برنامه بازاریابی محتوا ۱۶۶
- ۱۶۸ ۴.۲: وبلاگ نویسی
- ۱۶۸ ◀ چرا وبلاگ؟
- ۱۶۹ یک وبلاگ فعال به گشتن می گوید که "شما زنده هستید!"
- ۱۷۱ ◀ تقویم وبلاگی درست کنید
- ۱۷۲ تقویم وبلاگی
- ۱۷۴ ◀ وبلاگ خود را برای بهترین سئو تنظیم کنید
- ۱۷۷ ◀ پست های وبلاگی سازگار با سئو تولید کنید
- ۱۷۸ ◀ برای Featured Snippet ها به فکر باشید
- ۱۷۹ چگونه می توان برای featured snippet ها راه رفت
- ۱۸۰ ◀ چک لیست: اقدامات عملی وبلاگ نویسی
- ۱۸۱ ◀ پروژه تمرینی: تقویم وبلاگی و نوشتن اولین پست وبلاگ
- ۱۸۲ ۴.۳: رپورتاژهای آگهی
- ۱۸۳ ◀ رپورتاژ آگهی چیست؟
- ۱۸۴ ◀ تقویم رپورتاژ آگهی درست کنید
- ۱۸۵ مراحل نوشتن رپورتاژ آگهی سازگار با سئو
- ۱۸۶ ◀ رپورتاژهای سازگار با سئو خود را بارگذاری کنید
- ۱۸۸ وضعیت رپورتاژهای آگهی بعد از آپدیت الگوریتم پنگوئن
- ۱۸۸ متعهد شوید که ماهانه تنها دو رپورتاژ منتشر کنید
- ۱۸۹ ◀ از سرویس های هم نشری محتوای رپورتاژ استفاده کنید
- ۱۹۰ نتایج خود را بررسی و ارزیابی کنید
- ۱۹۱ ◀ چک لیست: اقدامات رپورتاژ آگهی
- ۱۹۲ ◀ پروژه تمرینی: تقویم رپورتاژ آگهی و نوشتن اولین رپورتاژ

۹۴	۵.۱: لینک سازی
۹۵	↳ با مفهوم لینک و ستو خارجی آشنا شوید
۹۶	لینک‌ها مانند رأی هستند
۹۶	لینک‌ها مانند رأی هستند
۹۷	۱. تعداد لینک (Link Quantity)
۹۷	۲. ترکیب لینک بهینه‌شده (Optimized Link Syntax)
۹۸	۳. اعتبار دامنه یا رتبه سایت (Domain Authority or PageRank)
۹۹	مربوط بودن اهمیت دارد
۹۹	جمع بندی
۹۹	پس لینک‌ها مانند رأی هستند و شما به دنبال کمیت، کیفیت و اعتبار هستید
۹۹	ه. شروع پیوندها می‌شود
۲۰۰	چند نکته در مورد تگ NoFollow
۲۰۱	آیا لینک‌های NoFollow هم هستند؟
۲۰۲	فقط لینک بگیرید
۲۰۳	↳ مراقب الگوریتم پنگوئن باشید
۲۰۴	لینک‌های بیش از حد بی‌فایده هستند
۲۰۴	تنوع لینک
۲۰۵	لینک‌های خروجی از وبسایت شما
۲۰۶	دورویی گوگل
۲۰۸	محتاط باشید. آزمون کنید و کار درست را انجام دهید
۲۰۹	↳ برای لینک‌های خود، هدف تعیین کنید
۲۱۰	نامید نشود
۲۱۰	↳ ابتدا از لینک‌های آسان شروع کنید
۲۱۱	↳ ویلاگ، وبسایت و دیگر منابع هدف برای لینک سازی را شناسایی کنید
۲۱۲	ویلاگ‌های مرتبط را شناسایی کنید
۲۱۳	رقبای مکمل
۲۱۳	اسپانسر مؤسسات غیر انتفاعی شوید و از آن‌ها لینک بگیرید
۲۱۴	↳ لینک‌های رقبا را مهندسی معکوس کنید
۲۱۶	↳ لینک طعمه ایجاد کنید
۲۱۶	طعمه محتوا (Content Bait)
۲۱۶	طعمه ضمیر (Ego Bait)
۲۱۷	طعمه نمونه محصول (Product Sample Bait)

- ۲۱۷..... طعمه بورس تحصیلی (Scholarship Bait)
- ۲۱۷..... طعمه آخرین راهنما (رایگان) (Ultimate (Free) Guide Bait)
- ۲۱۷..... طعمه نشان (Badge Bait)
- ۲۱۹..... طعمه ویجت (Widget Bait)
- ۲۱۹..... < چک لیست: اقدامات عملی لینک سازی
- ۲۲۰..... < پروژه تمرینی: برگه لینک سازی
- ۲۲۱..... ۵.۲: شبکه‌های اجتماعی
- ۲۲۲..... < با مفهوم سئو در شبکه‌های اجتماعی آشنا شوید
- ۲۲۵..... به اشتراک‌گذاران در شبکه‌های اجتماعی، نوع جدید لینک‌سازی است!
- ۲۲۶..... < در شبکه‌های اجتماعی، نشان بگیرید!
- ۲۲۷..... توییت بگیرید
- ۲۲۹..... با وبلاگ نویسان ارتباط برقرار کنید
- ۲۳۱..... < پروفایل‌های اجتماعی قدرت و نفوذ بسیار دارند
- ۲۳۲..... محتوای سازگار با سئو بنویسید
- ۲۳۲..... < چک لیست: اقدامات عملی شبکه‌های اجتماعی
- ۲۳۳..... < پروژه تمرینی: برگه کامل شده سئو شبکه‌های اجتماعی
- ۲۳۴..... ۵.۳: سئو محلی و بازاریابی نظرات
- ۲۳۵..... < با نحوه کار سایت‌های نقد و بررسی آشنا شوید
- ۲۳۶..... با انقلاب نظرات آشنا شوید
- ۲۳۷..... اکوسیستم نقد و بررسی
- ۲۴۱..... زندگی عادلانه نیست. نظرات نیز همینطور. پس خیلی سخت نگیرید.
- ۲۴۱..... کاربران نظرات را باور می‌کنند
- ۲۴۱..... صاحبان ناراضی کسب‌وکارهای کوچک
- ۲۴۳..... نظرات را چه کسانی می‌نویسند؟
- ۲۴۵..... نظرات اغلب توسط مشتریان ناراضی نوشته می‌شود
- ۲۴۶..... سایت‌های نقد و بررسی را مقصر ندانید
- ۲۴۶..... سیاست رسمی
- ۲۴۷..... معضل نقد و بررسی
- ۲۴۸..... < شرکت‌های موجود در گوگل، Yelp، و دیگر سایت‌های نقد و بررسی را لیست کنید

شرکت‌هایی را شناسایی کنید که به خوبی بازاریابی نظرات می‌کنند و آن‌ها را مهندسی معکوس نمایند.....	۵۰
گوگل، مهم‌ترین سایت نقد و بررسی است.....	۵۱
شرکت‌ها و پروفایل محلی آن‌ها پیدا و لیست کنید.....	۵۳
« پروفایل‌های خود را تأیید و بهینه کنید.....	۵۴
برای اعمال این موارد در Yelp:.....	۵۴
برای اعمال این موارد در Google.....	۵۵
هماهنگی استنادی و جستجوهای محلی گوگل.....	۵۷
پروفایل‌های محلی خود را تأیید و سازمندی نمایند.....	۵۸
« وبسایت محلی خود را سئو کنید.....	۵۸
صفحه - اس با ما را بهینه کنید.....	۵۹
مثال لینک سازی محلی شوید.....	۶۰
« نظرات مثبت را افزایش دهید.....	۶۱
سلب مسمریت فانی.....	۶۱
دادن درخواست برای گرفتن نظر.....	۶۱
به مشتریان در نوشتن نظرات کمک کنید.....	۶۳
برای گرفتن نظرات مثبت، از مشتریان راضی بخواهید برای شما نظر بنویسند.....	۶۵
با درایت باشید. با "قابلیت انکار خالی" آشنا شوید.....	۶۵
پرداخت پول بابت نظرات.....	۶۶
تشویق کارکنان.....	۶۷
خیلی فکر خودتان را درگیر نکنید. تنها از مشتریان، تعمیرات و خواست نظر کنید.....	۶۸
فقط بخواهید. خیلی ساده است. فقط بخواهید.....	۶۸
پاسخ دادن به نظرات منفی.....	۶۸
نظرات منفی را تأیید نکنید.....	۷۰
پاسخ دادن به نظرات.....	۷۰
نظرات منفی را در نظرات مثبت غرق کنید.....	۷۱
« بر وجهه و اعتبار آنلاین خود نظرات کنید و آن را بهبود دهید.....	۷۱
نام شرکت خود به همراه کلمه نقد و بررسی را در گوگل جستجو کنید و بر وجهه و اعتبار آنلاین خود نظرات نمایند.....	۷۳
« نتایج خود را ارزیابی کنید.....	۷۴
روی نظرات سایت تمرکز کنید.....	۷۵
« چک لیست: اقدامات عملی نظرات.....	۷۷
« پروژه تمرینی: برنامه بازاریابی سئو محلی.....	۷۸

- ۶.۱: معیارها..... ۲۷۹
- ۲۸۰ < موارد لازم برای اندازه‌گیری را مشخص کنید
- ۲۸۲ < رتبه SERP خود را ارزیابی کنید
- ۲۸۳ ۱. رتبه خود را به صورت دستی ارزیابی کنید
- ۲۸۳ الف) رتبه خود را به صورت دستی برای عبارت‌های جستجوی محلی ارزیابی کنید
- ۲۸۶ < اعتبار دامنه (DOMAIN AUTHORITY) و معیارهای اجتماعی خود را بررسی کنید
- ۲۸۸ معیارهای شبکه‌های اجتماعی
- ۲۸۹ < از سرچ کنسول گوگل (Webmaster Tools) استفاده کنید
- ۲۹۰ < از قابلیت‌های عملی گوگل آنالیتیکس استفاده کنید
- ۲۹۳ < از قابلیت‌های سرفته گوگل آنالیتیکس استفاده کنید
- ۲۹۴ قابلیت Segments در گوگل آنالیتیکس
- ۲۹۷ قسمت‌های سفارشی
- ۲۹۷ تهیه و ایمیل گزارشات
- ۲۹۸ اهداف و تبدیلات
- ۳۰۱ بازدیدهای تبدیل شده
- ۳۰۲ بخش راهنما در گوگل آنالیتیکس
- ۳۰۲ منابع یادگیری گوگل آنالیتیکس
- ۳۰۳ < چک لیست: اقدامات عملی معیارها
- ۳۰۴ < پروژه تمرینی: برگه گوگل آنالیتیکس
- ۷.۱: یادگیری..... ۳۰۵
- ۳۰۶ < کتاب رایگان Marketing Almanac را از آمازون دانلود کنید
- ۳۰۶ < منابع مختلف سئو را مطالعه نمایید
- ۳۰۶ مطلع و آگاه بمانید: وبلاگ‌ها، کنفرانس‌ها، و کتاب‌ها
- ۳۰۶ هرگز یادگیری را متوقف نکنید
- ۳۰۷ < درخواست آخر: لطفاً در آمازون برای من نظر بنویسید
- ۳۰۸ معرفی کتاب‌های کسب و کار اینترنتی

مقدمه

به کتاب قدرت سئو خوش آمدید! این کتاب آپدیت سال ۲۰۲۰ است و در هفت گام، نحوه موفقیت در بهینه سازی سایت برای موتور جستجو (SEO) را توضیح می دهد. بدون شک سئو، هر و علم رساندن شرکت، محصول، یا خدمات خود به صدر جستجوهای Google یا Bing یا دیگر موتورهای جستجو به صورت رایگان است.

بیشتر کاربران اینترنت از گوگل، بینگ یا دیگر موتورهای جستجو استفاده می کنند، بنابراین سئو، درگاه رایگان شما برای سوالات بیشتر، مشتریان بیشتر و فروش بیشتر است.

سئو = تبلیغ رایگان در گوگل

تبلیغ رایگان در گوگل؟ کاش حقیقت داشته باشد!

حرف من را باور کنید، من نگرانی های بسیاری در حوزه سئو و کلاهبرداری ها و ادعاهای نادرستی که در آن می شود را درک می کنم و شکایت های زیادی در این باره شنیده ام. از جمله:

- ما باید شرکت خود را در کلمات کلیدی مرتبط با ما صدر گوگل برسانیم؛ رقبای ما توانسته اند اما ما هنوز نتوانسته ایم!
- وب سایتمان را دوباره طراحی کردیم و اکنون از نظر ظاهری عالی است، اما هنوز هم به سختی در نتایج گوگل دیده می شویم؛ حتی با جستجوی اسم شرکت خودمان!
- ما از شرکت سئو کمک گرفتیم و هزاران دلار هم خرج کردیم، اما هیچ نتیجه ای نگرفتیم. این به اصطلاح "متخصصان سئو" فقط دزد هستند.
- من چیزی از کامپیوتر سر در نمی آورم، نمی توانم کدهای HTML بنویسم و نمی توانم سئو انجام دهم. کارم تمام است!