

به روز و با
تفصیل کامل

سئو ۲۰۲۱

بهینه سازی موتور جست و جو و با استراتژی های
هوشمند بازاریابی اینترنتی یاد بگیر

■ آدام کلارک ■

مترجمین: زهره علی اسماعیلی، شهاب علی اسماعیلی، آرمین گلی

www.ketab.ir



نقد فرهنگ

۱۴۰۰

■ سرشناسه: کلازک، آدام؛ Clarke, Adam ■ عنوان و نام پدیدآور: سئو ۲۰۲۱؛ بهینه‌سازی موتور جست‌وجو رو با استراتژی‌های هوشمند بازاریابی اینترنتی یاد بگیر/ آدام کلازک؛ مترجمین زهره علی اسماعیلی، شهاب علی اسماعیلی، آرمین گلی. ■ مشخصات نشر: تهران: نقد فرهنگ، ۱۴۰۰. ■ مشخصات ظاهری: ۲۳۹ ص. ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م. ■ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۸۲-۹۴-۷ ■ یادداشت: SEO 2021 Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strategies: Learn SEO with smart internet marketing strategies ■ وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا ■ عنوان دیگر: بهینه‌سازی موتور جست‌وجو رو با استراتژی‌های هوشمند بازاریابی اینترنتی یاد بگیر. ■ موضوع: گوگل؛ موتورهای جست‌جو؛ وب-موتورهای جست‌جو؛ بهینه‌سازی برنامه‌های کامپیوتری ■ شناسه افزوده: علی اسماعیلی، زهره، ۱۳۶۵-، مترجم؛ علی اسماعیلی، شهاب، ۱۳۶۹-، مترجم؛ گلی، آرمین، ۱۳۶۸-، مترجم ■ رده‌بندی کنگره: TK۵۱۰۵/۸۸۴ ■ رده‌بندی دیویی: ۰۰۴/۶۷۸ ■ شماره کتابشناسی ملی: ۸۶۵۴۳۰۹



■ نام کتاب: سئو ۲۰۲۱؛ بهینه‌سازی موتور جست‌وجو رو با استراتژی‌های هوشمند بازاریابی اینترنتی یاد بگیر
 ■ نویسنده: آدام کلازک
 ■ مترجمین: زهره علی اسماعیلی، شهاب علی اسماعیلی، آرمین گلی
 ■ نوبت چاپ: اول
 ■ سال انتشار: ۱۴۰۰
 ■ تیراژ: ۵۰۰ نسخه
 ■ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۸۲-۹۴-۷
 ■ قیمت: ۷۵,۰۰۰ تومان

📞 naqdefarhangpub

✉ @naqdefarhangpub

🌐 www.naqdefarhang.com

نشانی: پردیس، میدان عدالت، خ فروردین جنوبی، خ سعدی، مجتمع قائم ۱، بلوک A2، واحد ۲۰۳

تلفن: ۷۶۲۷۶۷۴۸ | تلفن مراکز پخش: ۶۶۴۶۰۰۹۹، ۶۶۹۶۷۰۰۷، ۶۶۴۸۶۵۳۰

© کلیه حقوق محفوظ و مخصوص انتشارات نقد فرهنگ است.

فهرست

۱۳	-----	مقدمه
۱۵	-----	معرفی نسخه‌ی به‌روز شده
۱۷	-----	۱. آشنایی با نحوه‌ی کار گوگل
۱۸	-----	یادت باشه روش‌های قدیمی دیگه جواب نمی‌ده
۱۹	-----	آپدیت گوگل و چگونگی ادامه‌ی کار با اون‌ها
۲۰	-----	چهار استراتژی مهم که SEO مورد بررسی قرار داده: اعتبار، اعتماد، ارتباط و رفتار کاربره
۲۱	-----	الان، گوگل چطوری سایت‌ها رو رتبه‌بندی می‌کنه؟ سه فاکتور مهم افشاشده در رتبه‌بندی گوگل
۲۲	-----	چطوری می‌شه از به‌روزرسانی‌های گوگل جلوتر بود
۲۴	-----	۲. تحقیق کلمات کلیدی. مهم‌ترین گام در سئو
۲۷	-----	به نظر تو چرا تحقیق کلمات کلیدی خیلی اهمیت داره؟
۲۷	-----	کلمه‌ی کلیدی دقیقاً چیه؟
۲۹	-----	چجوری می‌تونیم به لیست حجیم از کلمه‌های کلیدی ایجاد کنیم
۳۴	-----	چطوری کلمه‌های کلیدی‌ای رو پیدا کنی که باعث ایجاد ترافیک در سایت تو بشه
۳۷	-----	چطور کلمه‌های کلیدی‌ای رو پیدا کنیم که رتبه‌بندی راحتی دارن
۴۱	-----	۳. سنوداخلی و در صفحه. چطوری گوگل می‌تونه سایتت رو پیدا کنه؟
۴۲	-----	چطوری سایتت رو برای سئو راحت و اتوماتیک درست کنی.

چطوری می‌تونی گوگل رو مجبور کنی کلمه‌های کلیدی‌ای که تومی‌خوای رو

انتخاب کنه ----- ۴۴

چطوری کلیک بیشتری از افراد برای رتبه‌بندی خودمون در گوگل بگیریم ----- ۴۶

سرعت بالا آمدن سایت - مهارت فوق‌العاده‌ی گوگل ----- ۴۸

متهم‌های همیشگی - سایتمپس - ایکس‌ام‌ال و روباتس. تی‌اکس‌تی. ----- ۵۲

محتوای تکراری - تگ کنونیکال و چیزهای سرگرم‌کننده‌ی دیگه ----- ۵۵

قابلیت استفاده - توضیحات جدید سئو ----- ۵۶

پشتیبانی از موبایل - سئو مهمی که با زبانی ساده توضیح داده شده ----- ۶۰

راه‌حل‌های کیفیت در جست‌وجوی گوگل و چگونگی انجام آن، طوری که به نفع تو

باشه ----- ۶۳

قابلیت خواندن (خوانا بودن) سئو در آینده ----- ۶۶

چطوری با بازاریابی محتوا به گرفتن ترافیک و رتبه‌بندی شتاب بدیم ----- ۶۸

بهینه کردن رفتار کاربر - چجوری از ماشین‌فناوری یادگیری گوگل به سود خودمون

استفاده کنیم ----- ۷۳

۴. لینک بیلدینگ، چجوری رتبه‌ی عالی تو گوگل بگیریم ----- ۷۹

چرا لینک بیلدینگ خیلی مهمه ----- ۷۹

چطوری لینک به دست بیاریم و از چه چیزی در لینک بیلدینگ پرهیز کنیم -- ۸۰

متن لنگر، این همه هیا هواسه چیه ----- ۸۲

استراتژی‌های درست کردن لینک از ساده تا پیشرفته ----- ۸۴

لینک طعمه (لینک بیت) ----- ۸۷

لینک اوتریچ - توسعه‌ی کمپین‌های لینک‌سازی با کیفیت. ----- ۹۵

چجوری لینک رایگان رو از رسانه‌های مهم خبری بگیریم ----- ۹۹

فرصت‌های اضافه برای لینک‌سازی ----- ۱۰۴

۵. رسانه‌های اجتماعی و سئو ----- ۱۱۱

به نظرت رسانه‌های اجتماعی برای سئو مهمه ----- ۱۱۱

فیس‌بوک و سئو ----- ۱۱۲

- ۱۱۳ ----- نوییتر و سئو
- ۱۱۴ ----- دیگر شبکه های اجتماعی
- ۱۱۹ ----- ۶. تجزیه و تحلیل وب به طور خلاصه. چگونه موفقیت رو بسنجی
- ۱۱۹ ----- پیگیری رتبه بندی جست و جوی تو
- ۱۲۱ ----- چرا باید از گوگل آنالیتیکس استفاده کرد
- ۱۲۲ ----- نحوه ی استفاده از گوگل آنالیتیکس
- ۱۲۳ ----- جذب
- ۱۲۳ ----- گزارش جست و جوی ارگانیک
- ۱۲۴ ----- بخش ها
- ۱۲۵ ----- توضیح اصطلاحات رایج تجزیه و تحلیل وب
- ۱۲۷ ----- ردیابی تماس- تجزیه و تحلیلی قدرتمند برای هر کسب و کاری
- ۱۲۹ ----- سایر ابزارهای تجزیه و تحلیل وب.
- ۱۳۱ ----- ۷. عیب یابی مشکلات رایج سئو و نحوه ی رفع اون ها
- ۱۳۱ ----- چه کاری باید انجام داد وقتی سایتت در گوگل موجود نیست
- وقتی که کسب و کارت برای نام تجاری ت رتبه بندی نشده، چه کاری باید انجام
- ۱۳۳ ----- بدی
- ۱۳۴ ----- وقتی رتبه بندی ت پایین اومد، چه باید کرد
- ۱۳۷ ----- ۸. سئو محلی. سئو برای کسب و کارهای محلی
- ۱۳۷ ----- چرا از سئو محلی استفاده کنیم
- ۱۳۹ ----- چطوری می شه با سئو محلی به رتبه بندی بالا دست پیدا کرد
- ۱۴۰ ----- شروع کار با سئو محلی
- ۱۴۱ ----- سایتیشن بیلدینگ
- ۱۴۲ ----- ریویو بیلدینگ
- ۱۴۲ ----- سوپر شارژ کردن سئو محلی با عکس و فیلم.
- ۱۴۴ ----- چک لیست رتبه بندی سئو محلی و منابع ضروری

۹. چگونگی تسلط برجست و جو با نتایج غنی (ریچ ریزالت). استراکچرد دیتا،

جیسون-الدی، نمودار باز فیس بوک و موارد دیگه ----- ۱۴۷

اسنپیت های غنی (ریچ اسنپیت) کدوم ----- ۱۴۷

چرا باید روی نتایج غنی تمرکز کنی ----- ۱۴۸

چرا باید از استراکچرد دیتا و جیسون الدی استفاده کرد ----- ۱۴۹

نحوه ی شروع کار با جیسون الدی ----- ۱۴۹

چطوری می شه رتبه بندی اسنپیت های ویژه رو در نتایج جست و جوی گوگل هدف

قرار داد ----- ۱۵۲

چطوری «مردم هم می پرسند» و نتایج غنی سؤال محور رو هدف قرار بدی --- ۱۵۳

سنو جست و جوی صوتی و استراکچرد دیتا گفتاری گوگل ----- ۱۵۵

۱۰. ابزارهای قدرتمند سنو ----- ۱۵۹

ابزار تحقیق ----- ۱۵۹

ابزارهای بهینه سازی ----- ۱۶۲

ابزار لینک بیلدینگ ----- ۱۶۶

فصل پاداش ۱: به روزرسانی الگوریتم گوگل ----- ۱۷۱

رتبه بندی گوگل و اطلاعیه ی یادگیری ماشین ----- ۱۷۱

اچ تی تی پی / ۲ - فناوری قدرتمندی که می تونه سرعت بارگیری شما رو دو برابر کنه

----- ۱۷۳

به روزرسانی بینابینی گوگل - ای. کی. ای. «مرگ برپاپ آپ های تلفن همراه» - ۱۷۵

صفحات سریع (شتاب داده شده ی) موبایل - آکا و بگردی با تلفن همراه در

استروئیدها ----- ۱۷۸

گوگلز فرد و پاندا آپدیت - تشخیص و بازیابی ----- ۱۸۱

به روزرسانی های محلی سنو هاوک و پوزوم در گوگل ----- ۱۸۴

گوگل به ارائه دهنده ی جست و جوی پیش فرض ابل برای آی او اس، سیری و

اسپاتلایت در سیستم عامل مک تبدیل می شه ----- ۱۸۵

موبایل- فرست ایندکس تغییر دهنده ی بازی گوگل ----- ۱۸۶

مقدمه

کلیه تلاش‌ها از هدایت، افزایش، حفظ، نگهداری و بهینه‌سازی ترافیک مشتریان مغازه‌ها و کسب و کارهای کوچک در گذشته، یا بهتر است بگوییم سنتی، با حضور مادی و متمرکز بر تراکم اجتماعی تا پیاده‌سازی همین اقدام‌ها در فضای کسب و کار دیجیتال تنها می‌توانند در بستر فرایند مدیریت استراتژیک بازاریابی، پایداری در تمایز و پویایی در بهره‌وری خود را حفظ کنند. علمی که هدف آن تبیین و تکوین روابطی است که بتواند بهره‌ورترین و پایدارترین معامله‌ها را بین طرفین ایجاد کند. از سوی دیگر، برای مدیریت ترافیک مشتریان در فضای حضوری مادی پیاده‌سازی تاکتیک‌های بازاریابی الزاماً وابسته به مهندسی آی تی و کامپیوتر نبود، اما در فضای دیجیتال آنلاین این پیوستگی بین رشته‌ای بیشتر و بیشتر می‌شود، که ضرورت درک متقابل و پیاده‌سازی تاکتیک‌های بین رشته‌ای را ایجاد می‌کند.

البته، این روزها بازاریابی با تمام حوزه‌های تخصصی وارد پیوندی عمیق می‌شود یا پیوند عمیق خود را بیشتر از همیشه نشان می‌دهد، چرا که هر تخصصی ضرورت عرضه را در خود دارد و به دگر معنا با بازاریابی پیوندی درونی دارد. بازاریابی دیجیتال نیز تلفیقی از مدیریت استراتژیک بازاریابی، مهندسی آی تی و سایر تخصص‌هایی است که قصد عرضه‌ی خود را دارند.

SEO نیز با تلفیق استراتژی‌ها و تکنیک‌های بازاریابی و آی تی در بستری برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی قصد بهینه‌سازی ترافیک بالقوه و بالفعل حوزه‌های مختلف کسب و کار را دارد. این کتاب به خوبی توانسته است استراتژی‌ها و

تاکتیک‌های مشترک را به صورت عملیاتی و خودآموز، به طوری که قابل استفاده برای تمامی حوزه‌های کسب و کار باشد، مطرح نماید.

این کتاب توسط آدام کلارک نوشته شده است، که گواهی بازاریابی دیجیتال خود را از گوگل دیجیتال گاراژ^۱، که توسط اینتراکتیو ادورتایزینگ بورویورپ^۲ و اپن یونیورسیتی^۳ معتبر شناخته شده است، دریافت کرده است و اکنون عضو دیجیتال آنالیتیک اسسی ای شن^۴ است که با آخرین الگوریتم گوگل مطابقت دارد.

همچنین، این کتاب توسط انجمن مدیریت کسب و کار ایران، شعبه‌ی مازندران، که مسئولیت آن با اینجانب است، با توجه به اهمیت آموزش به روز که استراتژی‌های مؤثر بازاریابی و آی تی را به طور هوشمندانه به کار گرفته باشد، ترجمه شده است و امیدوار است بتواند راهنمای عمل کاربردی مؤثری را در اختیار کسب و کارها قرار دهد.

این کتاب از سوی انجمن مدیریت کسب و کار ایران شعبه‌ی مازندران، با کمال امتنان، به انجمن مدیریت کسب و کار ایران تقدیم می‌شود. همچنین، از مهندس شهاب علی اسماعیلی که با دانش حرفه‌ای بین‌رشته‌ای خود در حوزه‌ی بازاریابی، آی تی و زبان انگلیسی که به ترجمه‌ی تخصصی تر کتاب کمک شایان کردند و آقای دکتر آرمین گلی، دبیر انجمن مدیریت کسب و کار ایران، شعبه‌ی مازندران، که در ترجمه با اینجانب همکاری کردند نهایت سپاس خویش را ابراز می‌دارم.

زهره علی اسماعیلی

1. Google's Digital Garage

2. Interactive Advertising Bureau Europe

3. The Open University

۴. Digital Analytics Association؛ انجمن تجزیه و تحلیل دیجیتال