

قدرت سئو

هفت گام بهینه‌سازی سایت برای
موفقیت در نتایج جستجوی گوگل

نسخه ۲۰۲۲

نویسنده:

دکتر جی‌سون مک‌دونالد

مترجمین:

ساسان جعفرنیا

هانیه غفرانی

بهاره قاسمی

چاپ سوم- دی ۱۴۰۰

سرشناسه	:	مک‌دونالد، جیسن، ۱۹۶۳-م. McDonald, Jason, 1963-
عنوان و نام پدیدآور	:	قدرت سئو: هفت گام در بهینه‌سازی سایت برای موفقیت در نتایج جستجوی گوگل نسخه ۲۰۲۲
مشخصات نشر	:	مشهد: زمان تغییر، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۳۱۰ص: مصور، جدول.
شابک	:	978-622-94158-5-6
یادداشت	:	چاپ قبلی: سخن گستر، ۱۳۹۹.
عنوان دیگر	:	هفت گام در بهینه‌سازی سایت برای موفقیت در نتایج جستجوی گوگل نسخه ۲۰۲۲
موضوع	:	گوگل
موضوع	:	Google
شناسه افزوده	:	جعفرنیا، ساسان، ۱۳۵۱- مترجم
شناسه افزوده	:	غفرانی، هانیه، ۱۳۶۲- مترجم
شناسه افزوده	:	قاسمی، بهاره، ۱۳۶۸- مترجم
رده‌بندی یکتا	:	TK/۵۱۰۵/۸۸۵
رده‌بندی دیویی	:	۰۲۵/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۶۹۶۷۵۹

قدرت سئو: هفت گام در بهینه‌سازی سایت برای موفقیت در نتایج جستجوی گوگل

دکتر جیسون مک‌دونالد

ساسان جعفرنیا، هانیه غفرانی، بهاره قاسمی

چاپ سوم (اول ناشر) / ۱۴۰۰

چاپخانه: چاپ معین

نسخه ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۴۱۵۸-۵-۶

۹۰۰۰۰ تومان



ناشر: زمان تغییر

مشهد، چهارراه راهنمایی، پاساژ ولیعصر، واحد ۲۱۰ - تلفن ۳۸۴۷۷۸۳۶

مرکز توزیع، فروش و پخش: سایت زمان تغییر www.timetochange.ir

فهرست مطالب

۱۵	مقدمه
۱۵	سنو = تبلیغ رایگان در گوگل
۱۷	آبدیت‌های الگوریتم گوگل
۱۹	موتورهای جستجو چگونه عمل می‌کنند؟
۲۰	آنالیز و چکاپ سنو
۲۲	آیا سنو سخت است؟
۲۲	سنو آسان است، درست همانطور که رسیدن به تناسب اندام آسان است.
۲۳	شما باهوش‌تر از رقبای خود هستید!
۲۴	هفت گام برای موفقیت در سنو
۲۴	شما از عهده این کار بر می‌آید!
۲۵	< با نویسنده کتاب آشنا شوید
۲۷	< چرا این کتاب متفاوت است؟
۲۸	< این کتاب مناسب چه کسانی است؟
۲۹	< هفت گام قدرت سنو

۳۳	II: اصول اولیه
۳۳	< سنو همانند پیدا کردن شغل است
۳۵	< تحقیق کلمات کلیدی
۳۵	< سنو داخلی
۳۶	برای گوگل و کاربران بنویسید
۳۶	< سنو خارجی
۳۷	< تنظیم اهداف صفحه فرود

۳۸	۱.۱: نگرش
۳۸	< از فرانسوی بالتازر یاد بگیرید که نگرش یعنی همه چیز
۴۰	< افراد "می‌توانم" را از افراد "نمی‌توانم" تشخیص دهید
۴۱	< نحوه اندازه‌گیری و سنجش را یاد بگیرید
۴۳	< پروژه تمرینی: تیم خود را جمع کنید و آماده شوید

۱.۲: اهداف..... ۴۴

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

۲.۱: کلمات کلیدی..... ۵۵

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

۷۳.....	« با چند اصطلاح کلمات کلیدی آشنا شوید
۷۴.....	در جایی ماهیگیری کنید که ماهی وجود دارد
۷۵.....	اما معنی ارزش (value) چیست؟
۷۶.....	تبلیغ‌کنندگان برای کلمات کلیدی معاملاتی، قیمت بیشتری پیشنهاد می‌کنند
۷۶.....	سوراهای ماهیگیری مخفی بهترین هستند
۷۸.....	مقایسه کلمات کلیدی آموزشی با کلمات کلیدی معاملاتی
۷۹.....	عبارت‌های جستجوی کوتاه
۸۰.....	ابزارهای جایگزین Keyword Planner
۸۱.....	تمام کلمات کلیدی پیشنهادی خود را روی کاغذ بنویسید
۸۱.....	« چک لیست: اقدامات عملی کلمات کلیدی
۸۲.....	« خروجی: یک پروژه تمرینی برای طوفان فکری کلمات کلیدی

۸۳.....	۲.۲: برگه کلمات کلیدی
۸۴.....	« گروه‌های اصلی کلمات کلیدی خود را شناسایی کنید
۸۵.....	از کلمات کلیدی خود، سلسله مراتب تهیه کنید
۸۸.....	کلمات کلیدی خود را در برگه کلمات کلیدی مرتب کنید
۸۹.....	شما چند کلمه کلیدی اصلی دارید؟
۸۹.....	حجم جستجو و ارزش کلمات کلیدی
۹۱.....	« برگه کلمات کلیدی خود را ایجاد کنید
۹۲.....	ترتیب اولویت
۹۲.....	کلمات کلیدی خود را اولویت‌بندی کنید: داغ، گرم، سرد؟
۹۳.....	سطح رقابت
۹۵.....	الگوهای جستجو
۹۷.....	« پروژه تمرینی: برگه کلمات کلیدی
۹۷.....	هنر سئو: سئو و آشپزی
۹۸.....	« رتبه گوگل خود را بر اساس کلمات کلیدی بررسی کنید
۹۸.....	گوگل آنالیتیکس را راه‌اندازی کنید
۹۹.....	رتبه خود را بر اساس کلمات کلیدی هدف ارزیابی کنید
۹۹.....	چرا رتبه اهمیت دارد
۹۹.....	رتبه خود را به صورت دستی ارزیابی کنید
۱۰۰.....	رتبه خود را با استفاده از ابزارها ارزیابی کنید
۱۰۲.....	داده‌های رتبه کلمات کلیدی خود را ثبت کنید

- 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 ۱۰۵
- ◀ چک لیست: اقدامات عملی برگه کلمات کلیدی ۱۰۵
- ۳.۱: تگ‌های (برچسب) صفحه ۱۰۷
- ◀ با مفاهیم تگ‌های صفحه، HTML و صحبت با گوگل آشنا شوید ۱۰۸
- HTML: مرورگر، وب سایت و گوگل ۱۰۸
- مشاهده کدهای HTML / تگ‌های صفحه ۱۰۹
- تگ‌های صفحه، اولویت کلمات کلیدی را به گوگل اطلاع می‌دهند ۱۱۱
- وب سایت شما، رزومه شما در گوگل است ۱۱۱
- افزونه یوست (Yoast Plugin) ۱۱۳
- ◀ اولویت تگ‌های صفحه ۱۱۳
- راهنمای رسمی شروع سئو گوگل را بخوانید ۱۱۴
- در هر صفحه تنها روی یک کلمه کلیدی تمرکز کنید ۱۱۴
- صفحات با رتبه بالا را بررسی و تگ‌های صفحه آن‌ها را "مهندسی معکوس" کنید ۱۱۵
- ◀ کلمات کلیدی را در لایه تگ‌های صفحه قرار دهید ۱۱۵
- تگ‌های صفحه و کلمات کلیدی برای تمام صفحات به جز صفحه اصلی ۱۱۵
- افراط نکنید! ۱۱۶
- با شور و حرارت بنویسید ۱۱۷
- ◀ از وردپرس برای تگ‌های کلیدی سئو استفاده کنید ۱۱۷
- ◀ آزمایش چشمی برای تراکم کلمه کلیدی ۱۲۰
- محتوای صفحه: چه چیزی اول می‌آید؟ ۱۲۲
- آپدیت الگوریتم پاندا ۱۲۲
- آیا کلمات کلیدی دیگر مهم نیستند؟ ۱۲۴
- اهمیت کلمات کلیدی پابرجاست ۱۲۴
- ◀ باکس پاسخ (Answer Box) ۱۲۵
- ◀ پروژه تمرینی: برگه کامل شده از تگ‌های صفحه ۱۲۷
- ◀ صفحه اصلی خود را ایجاد کنید ۱۲۸
- هشدار در خصوص اعمال تغییرات بسیار زیاد ۱۳۱
- ◀ پروژه تمرینی: بررسی تگ صفحه اصلی ۱۳۱
- ◀ چک لیست: اقدامات عملی تگ صفحه ۱۳۱

۱۳۳	۳.۲: ساختار وب سایت.....
۱۳۴	◀ صفحات فرود سئو را مشخص کنید
۱۳۴	بیمه حیوانات خانگی
۱۳۶	هزاران راه برای ساخت وب سایت سازگار با سئو وجود ندارد؛ بلکه تنها یک راه وجود دارد.
۱۳۸	صفحات فرود بومی شده: یک مورد خاص
۱۳۸	صفحات دروازه (Doorway Pages) و صفحات فرود بومی شده
۱۳۹	◀ پروژه تمرینی: لیستی از صفحات فرود
۱۳۹	◀ فوتر حاوی کلمات کلیدی بنویسید
۱۴۰	◀ وبلاگ بسازید و شروع به وبلاگ نویسی کنید
۱۴۱	◀ در صفحه اصلی، لینک سازی کنید
۱۴۲	◀ سازگار با موبایل (Mobile-friendly)، سریع و ایمن باشید
۱۴۳	◀ به گوگل و Bing Webmaster Tools متصل شوید
۱۴۵	قابلیت URL inspection سرچ کنسول گوگل
۱۴۶	دیگر قابلیت‌های سرچ کنسول
۱۴۸	◀ پروژه تمرینی: برگه کامل شده از ساختار وب سایت
۱۴۸	◀ چک لیست: اقدامات عملی ساختار وب سایت
۱۵۰	۴.۱: سئوی محتوا.....
۱۵۱	◀ اشتباهات دوگانه در مورد محتوا انجام ندهید
۱۵۳	◀ موضوعات کلمات کلیدی را مشخص کنید
۱۵۴	محتوا را با عبارت‌های جستجو تطبیق دهید
۱۵۶	محتوای همیشه سبز و محتوای لینک طعمه
۱۵۸	◀ نقشه محتوا ایجاد کنید
۱۶۰	شبکه‌های اجتماعی و سئو
۱۶۱	خروج از سایت و گوگل
۱۶۱	◀ وبلاگ بسازید و شروع به وبلاگ نویسی کنید
۱۶۳	هاستینگ وبلاگ
۱۶۴	وبلاگ نویسی را شروع کنید
۱۶۴	◀ چک لیست: اقدامات عملی محتوا
۱۶۵	◀ پروژه تمرینی: برنامه بازاریابی محتوا

- ۴.۲: وبلاگ نویسی..... ۱۶۷
- ◀ چرا وبلاگ؟ ۱۶۷
- یک وبلاگ فعال به گوگل می گوید که "شما زنده هستید!" ۱۶۸
- ◀ تقویم وبلاگی درست کنید ۱۷۰
- تقویم وبلاگی ۱۷۲
- ◀ وبلاگ خود را برای بهترین سئو تنظیم کنید ۱۷۴
- ◀ پست‌های وبلاگی سازگار با سئو بنویسید ۱۷۷
- ◀ برای Featured Snippet ها رتبه بگیرید ۱۷۸
- چگونه می‌توان برای featured snippet ها رتبه گرفت 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 ۱۸۷
- وضعیت رپورتاژهای آگهی بعد از آپدیت الگوریتم پنگوئن ۱۸۹
- متعهد شوید که ماهانه تنها دو رپورتاژ منتشر کنید ۱۸۹
- ◀ از سرویس‌های هم‌نشتری 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 ۱۹۳

- ۵.۱: لینک سازی..... ۱۹۴
- ◀ با مفهوم لینک و سئو خارجی آشنا شوید ۱۹۵
- لینک‌ها مانند رأی هستند ۱۹۶
- لینک‌ها مانند رأی هستند ۱۹۶
۱. تعداد لینک (Link Quantity) ۱۹۷
۲. ترکیب لینک بهینه‌شده (Optimized Link Syntax) ۱۹۷

۱۹۸.....	۳. اعتبار دامنه یا رتبه سایت (Domain Authority or PageRank)
۱۹۹.....	مرتبط بودن اهمیت دارد
۱۹۹.....	جمع بندی
۱۹۹.....	پس لینک‌ها همانند رأی هستند و شما به دنبال کمیت، کیفیت و اعتبار هستید.
۲۰۰.....	موضوع پیچیده می‌شود
۲۰۰.....	چند کلمه در مورد تگ NoFollow
۲۰۲.....	آیا لینک‌های Nofollow مهم هستند؟
۲۰۲.....	فقط لینک بگیرد
۲۰۳.....	مراقب الگوریتم پنگوئن باشید
۲۰۴.....	لینک‌های بیش از حد بهینه چیستند؟
۲۰۵.....	تنوع لینک
۲۰۵.....	لینک‌های خروجی از وبسایت شما
۲۰۶.....	دورویی گوگل
۲۰۹.....	محتاط باشید. آزمون کنید و کار دیگران را انجام دهید
۲۰۹.....	برای لینک‌های خود، هدف تعیین کنید
۲۱۰.....	ناامید نشوید
۲۱۱.....	ابتدا از لینک‌های آسان شروع کنید
۲۱۲.....	وبلاگ، وبسایت و دیگر منابع هدف برای لینک سازی را شناسایی کنید
۲۱۳.....	وبلاگ‌های مرتبط را شناسایی کنید
۲۱۳.....	رقبای مکمل
۲۱۴.....	اسپانسر مؤسسات غیر انتفاعی شوید و از آن‌ها لینک بگیرید
۲۱۴.....	لینک‌های رقا 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)
۲۱۸.....	طعمه نشان (Badge Bait)
۲۱۹.....	طعمه ویجت (Widget Bait)
۲۱۹.....	چک لیست: اقدامات عملی لینک سازی
۲۲۰.....	پروژه تمرینی: برگه لینک سازی

- ۵.۲: شبکه‌های اجتماعی..... ۲۲۱
- « با مفهوم سئو در شبکه‌های اجتماعی آشنا شوید ۲۲۲
- به اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی، نوع جدید لینک‌سازی است! ۲۲۵
- « در شبکه‌های اجتماعی منشن بگیرید! ۲۲۶
- توییت بگیرید ۲۲۷
- با وبلاگ نویسان ارتباط برقرار کنید ۲۳۰
- « پروفایل‌های اجتماعی قدرتمند و بانفوذ بسازید ۲۳۱
- محتوای سازگار با سئو بنویسید ۲۳۲
- « چک لیست: اقدامات عملی شبکه‌های اجتماعی ۲۳۳
- « پروژه تمرینی: برگه کامل شده سئو شبکه‌های اجتماعی ۲۳۳

- ۵.۳: سئو محلی و بازاریابی نظرات..... ۲۳۴
- « با نحوه کار سایت‌های نقد و بررسی آشنا شوید ۲۳۵
- با انقلاب نظرات آشنا شوید ۲۳۷
- اکوسیستم نقد و بررسی ۲۳۷
- زندگی عادلانه نیست. نظرات نیز همینطور. پس خیلی سخت نگیرید ۲۴۱
- کاربران نظرات را باور می‌کنند ۲۴۱
- صاحبان ناراضی کسب و کارهای کوچک ۲۴۲
- نظرات را چه کسانی می‌نویسند؟ ۲۴۳
- نظرات اغلب توسط مشتریان ناراضی نوشته می‌شود ۲۴۵
- سایت‌های نقد و بررسی را مقصر ندانید ۲۴۶
- سیاست رسمی ۲۴۶
- معضل نقد و بررسی ۲۴۷
- « شرکت‌های موجود در گوگل، Yelp، و دیگر سایت‌های نقد و بررسی را لیست کنید ۲۴۹
- شرکت‌هایی را شناسایی کنید که به خوبی بازاریابی نظرات می‌کنند و آن‌ها را مهندسی معکوس نمایید ۲۵۱
- گوگل، مهم‌ترین سایت نقد و بررسی است ۲۵۱
- شرکت‌ها و پروفایل محلی آن‌ها پیدا و لیست کنید ۲۵۳
- « پروفایل‌های خود را تأیید و بهینه کنید ۲۵۴
- برای اعمال این موارد در Yelp ۲۵۵
- برای اعمال این موارد در Google ۲۵۶

۲۵۸	هماهنگی استنادی و جستجوهای محلی گوگل
۲۵۹	پروفايل‌های محلی خود را تأیید و سازماندهی نمایید
۲۵۹	«وبسایت محلی خود را سئو کنید
۲۶۰	صفحه تماس با ما را بهینه کنید
۲۶۱	مشغول لینک سازی محلی شوید
۲۶۲	« نظرات مثبت را افزایش دهید
۲۶۲	سلب مسئولیت قانونی
۲۶۲	دادن درخواست برای گرفتن نظر
۲۶۴	به مشتریان در نوشتن نظرات کمک کنید
۲۶۶	برای گرفتن نظرات مثبت، از مشتریان راضی بخواهید برای شما نظر بنویسند
۲۶۶	با درایت باشید. با "قابلیت انکار قابل قبول" آشنا شوید
۲۶۷	پرداخت پول بابت نظرات
۲۶۸	تشویق کارکنان
۲۶۹	خیلی فکر خودتان را درگیر نکنید. تنها از مشتریان واقعی درخواست نظر کنید
۲۶۹	فقط بخواهید. خیلی ساده است. فقط بخواهید
۲۶۹	پاسخ دادن به نظرات منفی
۲۷۱	نظرات منفی را تأیید نکنید
۲۷۱	پاسخ دادن به نظرات
۲۷۲	نظرات منفی را در نظرات مثبت غرق کنید
۲۷۲	« بر وجهه و اعتبار آنلاین خود نظارت کنید و آن را بهبود دهید
	نام شرکت خود به همراه کلمه نقد و بررسی را در گوگل جستجو کنید و بر وجهه و اعتبار آنلاین خود
۲۷۴	نظرات نمایید
۲۷۵	« نتایج خود را ارزیابی کنید
۲۷۶	روی نظرات سایت تمرکز کنید
۲۷۸	« چک لیست: اقدامات عملی نظرات
۲۷۹	« پروژه تمرینی: برنامه بازاریابی سئو محلی
۲۸۰	۶.۱ معیارها
۲۸۱	« موارد لازم برای اندازه‌گیری را مشخص کنید
۲۸۳	« رتبه SERP خود را ارزیابی کنید
۲۸۴	۱. رتبه خود را به صورت دستی ارزیابی کنید
۲۸۴	الف) رتبه خود را به صورت دستی برای عبارت‌های جستجوی محلی ارزیابی کنید
۲۸۷	« اعتبار دامنه (DOMAIN AUTHORITY) و معیارهای اجتماعی خود را بررسی کنید

- ۲۸۸..... معیارهای شبکه‌های اجتماعی
- ۲۹۰..... < از سرچ کنسول گوگل (Webmaster Tools) استفاده کنید
- ۲۹۱..... < از قابلیت‌های اصلی گوگل آنالیتیکس استفاده کنید
- ۲۹۴..... < از قابلیت‌های پیشرفته گوگل آنالیتیکس استفاده کنید
- ۲۹۶..... قابلیت Segments در گوگل آنالیتیکس
- ۲۹۸..... قسمت‌های سفارشی
- ۲۹۹..... تهیه و ایمیل گزارشات
- ۳۰۰..... اهداف و تبدیلات
- ۳۰۳..... بازدیدهای تبدیل شده
- ۳۰۴..... بخش راهنما در گوگل آنالیتیکس
- ۳۰۴..... منابع یادگیری گوگل آنالیتیکس
- ۳۰۵..... < چک لیست: اقدامات عملی معیارها
- ۳۰۶..... < پروژه تمرینی: برگه گوگل آنالیتیکس
- ۳۰۷..... ۷.۱: یادگیری
- ۳۰۷..... < کتاب رایگان Marketing Almanac را از آمازون دانلود کنید
- ۳۰۸..... < منابع مختلف سئو را مطالعه نمایید
- ۳۰۸..... مطلع و آگاه بمانید: وبلاگ‌ها، کنفرانس‌ها، و کتاب‌ها
- ۳۰۸..... هرگز یادگیری را متوقف نکنید
- ۳۰۸..... معرفی کتاب‌های کسب و کار اینترنتی

مقدمه

به کتاب قدرت سئو خوش آمدید! این کتاب آپدیت سال ۲۰۲۲ است و در هفت گام، نحوه موفقیت در بهینه سازی سایت برای موتور جستجو (SEO) را توضیح می دهد. بدون شک سئو، هنر 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 دانسته باشید.

حرف من را باور کنید. من نگرانی های شما 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 به 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!

• با بررسی که روی گوگل انجام دادم، به نظر می‌رسد اصول سئو همواره در حال تغییر است. به هیچ وجه نمی‌توان با الگوریتم‌های پاندا، پنگوئن، جستجوی معنایی و طراحی سایت موبایل فرندلی همگام بود. هممون سر کاریم!

• گوگل؟ این که فقط گوگل نیست. آمازون است، App Store است. این پیچیدگی دیگر ما را کلافه کرده است!

• ما از شرکت سئو ناشناخته کمک گرفتیم و آن‌ها ۵۰,۰۰۰ لینک وبلاگی برای ما ساختند. اما حالا با آپدیت الگوریتم پنگوئن گوگل نیست و نابود شدیم.

• انجام سئو بدون داشتن مدرک کامپیوتر غیر ممکن است.

• ما فقط تبلیغات گوگل انجام می‌دهیم (و هزاران دلار خرج می‌کنیم). بدون شک گوگل به پول کسب و کارهای کوچیکی مثل ما نیاز دارد تا بتواند از پس هزینه کارمندهای خود برآید.

من مشکلات و دغدغه‌های شما را درک می‌کنم. من تنها یک فرد معمولی هستم، اما بیشتر از شما با چیزی که آن را **techtimidation** می‌نامم، برخورد کرده‌ام.

techtimidation = استفاده یک تکنسین از زبان فنی برای

ترساندن دیگران تا سرحد مرگ

با این حال کاملاً معتقدم که همه شما برای موفقیت در سئو به کمی آموزش، تلاشی بسیار، و مقداری منطق نیازمندید. کسانی که هیچوقت به جایی نرسیده‌اند، دوست دارند که ما باور کنیم سئو دشوار است و بدون داشتن مدرک کامپیوتر غیر ممکن.

شما از پس سئو بر می‌آیید و در آن موفق می‌شوید، زیرا ساده‌تر از آن چیزی است که فکر می‌کنید.

هدف این کتاب این است که: اول، خودتان را باور کنید؛ دوم، دانش اولیه خود را با اصول سئو تقویت کنید؛ و سوم، بتوانید برنامه‌ریزی دقیق سئو برای کسب و کار خود داشته باشید.

حال بیایید به سئو، هنر و علم رساندن شرکت، محصول، یا خدمات به صدر موتورهای جستجو برگردیم.

آپدیت‌های الگوریتم گوگل

در سال‌های اخیر شاهد به روز رسانی‌های برخی الگوریتم‌های گوگل از جمله پنگوئن، پاندا، مرغ مگس خوار و کبوتر بوده‌اید. همچنین الگوریتم‌های جدیدی مانند الگوریتم مدیک یا Medic اعلام و دستورالعمل‌های سنجش کیفیت گوگل معرفی شده است که در مورد کلمات اختصاری مانند E-A-T (Expertise, Authoritativeness, and Trustworthiness) صحبت می‌کنند. در واقع E.A.T الگوریتمی برای سنجیدن میزان اعتبار، تخصص و مورد اعتماد بودن سایت است. گوگل به شدت در حال حرکت به سمت هوش مصنوعی (AI) است. بر اساس این نظریه، موتور جستجو می‌تواند پیش‌بینی کند مردم چه می‌خواهند و کدام وب‌سایت‌ها بهترین گزینه برای کلمه کلیدی جستجو شده آن‌هاست، حتی اگر آن وب‌سایت‌ها قوانین سئو را دنبال نمی‌کنند.

از مهم‌ترین این الگوریتم‌ها، الگورین پنگوئن است که مخالف "لینک‌های اسپم" است. و دیگری، الگوریتم پاندا است که از محتوای بی کیفیت خوشش نمی‌آید. علاوه بر این، گوگل اخیراً سایت‌هایی را که "سازگار با موبایل" (mobile-friendly) نیستند را جریمه یا به اصطلاح پنالتی می‌کند و تغییرات عمده‌ای در نتایج جستجوی محلی (الگوریتم کبوتر) انجام داده است.

حرکت دیگری که گوگل به آن "جستجوی معنایی" می‌گوید؛ از طریق به روزرسانی الگوریتم رنک برین (RankBrain) ایجاد شده، و در آن تلاش می‌کند تا "هوش مصنوعی" را در الگوریتم جستجوی خود جاسازی کند.

گوگل حتی به تازگی از الگوریتم BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers) رونمایی کرده است که به ربات‌های گوگل کمک می‌کند تا ساختار معنایی کلمات موجود در عبارت جستجو شده (کوئری) را به شکل دقیق‌تری درک کند.

پس اینطور که پیداست همه چیز به سمت "موبایلی شدن" و "جستجوی صوتی" پیش می‌رود و روز به روز برای صاحبان و بازاریابان کسب و کارهای کوچک پیچیده‌تر می‌شود.

حال سوالی که پیش می‌آید این است که آیا گوگل در حال تغییر اصول و قوانین سئو است یا نه؟

نکته مهم این است: هر آنچه که در وبلاگ‌ها می‌خوانید و تمام اظهارات رسمی گوگل در مورد سئو را باور نکنید. زیرا اطلاعات دروغ و نادرست زیاد است و این تغییرات گاهی تنها روی برخی صنایع اعمال می‌شود نه تمام آن‌ها.

آیا تا به حال با "اخبار جعلی" برخورد داشته‌اید؟ خب، در سئو هم اخبار فیک زیاد است. مثلاً یکی از این خبرهای فیک این است که "سئو به طور مداوم در حال تغییر است" و به طور ضمنی اشاره می‌کند که "فقط تسلیم شوید - برای انسان‌ها بنویسید و پول خود را در Google Ads هزینه کنید."

بیخشید ولی من مخالفم. دلیل مخالفتم را توضیح می‌دهم اما از شما خواهش می‌کنم که وحشت نکنید.

بله درست است! تغییراتی ایجاد شده و گوگل به سمت "موبایل فرندلی"، "جستجوی صوتی" و "هوش مصنوعی" حرکت کرده است. اما خبر خوب این است که اصول اولیه سئو هیچ تغییری نکرده است و اگر شما مطابق اصول سئو کلاه سفید پیش بروید، موفق خواهید شد.

دوباره تکرار می‌کنم:

اصول اولیه سئو تغییر نکرده است.

در این کتاب کار به شما خواهم گفت که چه کارهایی باید و چه کارهایی نباید انجام دهید تا در سئو و با وجود الگوریتم‌های متعدد گوگل موفق شوید. و همچنین در مورد اصول ابتدایی موفقیت سئو آموزش داده خواهید شد. (اگر نمی‌دانید که الگوریتم‌های پاندا، پنگوئن، رنک برین و ... چه می‌باشند، نگران نباشید. در فصل‌های بعدی توضیح خواهم داد.)

برگردیم به بحث سئو

سئو چیست؟ سئو بدون شک علم و هنر رساندن سایت شرکت، محصول، یا خدمات خود به صدر نتایج ارگانیک گوگل است. این یعنی اگر شما فروشنده "پنکه‌های سقفی" هستید، زمانی که مشتریان در گوگل برای "پنکه سقفی" جستجو می‌کنند، محصول شرکت شما در صدر نتایج جستجو دیده شود. و چنانچه کسب و کار محلی مانند پیتزا فروشی دارید، در صدر نتایج جستجوی گوگل با عنوان "تحویل پیتزا در هاستون" باشید.

چرا سئو اینقدر اهمیت دارد؟ سئو به این دلیل اهمیت دارد چون تقریباً تمام افراد برای پیدا کردن محصولات، خدمات، یا شرکت‌های مورد نظر خود، اول از همه به گوگل سر می‌زنند. علاوه بر این، سئو برای صاحبان کسب و کارها یک فرآیند بدون هزینه است (البته اگر تلاش و زحمت و خون دل خوردن آن را فاکتور بگیریم).

به طور خلاصه، سئو همان تبلیغ رایگان در گوگل است! و هیچ چیز بهتر از رایگان بودن نیست. مگر نه؟

موتورهای جستجو چگونه عمل می‌کنند؟

بیایید به عقب برگردیم و ببینیم که روند جستجو در گوگل و سایر موتورهای جستجو به چه صورت است.

ابتدا مشتریان برای یافتن محصولات و خدمات جدید، شرکت‌های جدید و گرفتن مشاوره به گوگل مراجعه می‌کنند. آن‌ها معمولاً تبلیغات گوگل را نادیده می‌گیرند و بیشتر دوست دارند روی نتایج ارگانیک صفحه اول کلیک کنند، مخصوصاً سه نتیجه اول.

بنابراین با این دیدگاه، گوگل به زنجیره‌ای از رویدادهای بازاریابی بسیار با ارزش برای کسب و کارهای کوچک تبدیل می‌شود.

رسیدن به رتبه بالا در گوگل به صورت رایگان، به معنی تبلیغ رایگان است.

تبلیغ رایگان به معنی دریافت کلیک رایگان از گوگل،

کلیک رایگان از گوگل به معنای ترافیک ورودی رایگان به سایت

و در نهایت ترافیک ورودی رایگان به سایت به معنی فروش بیشتر است.

در واقع، سئو "تبلیغ رایگان" را به "فروش پولی" تبدیل می‌کند؛ که اگر دقیق‌تر به این موضوع نگاه کنیم، بازگشت باورنکردنی از سرمایه‌گذاری است!

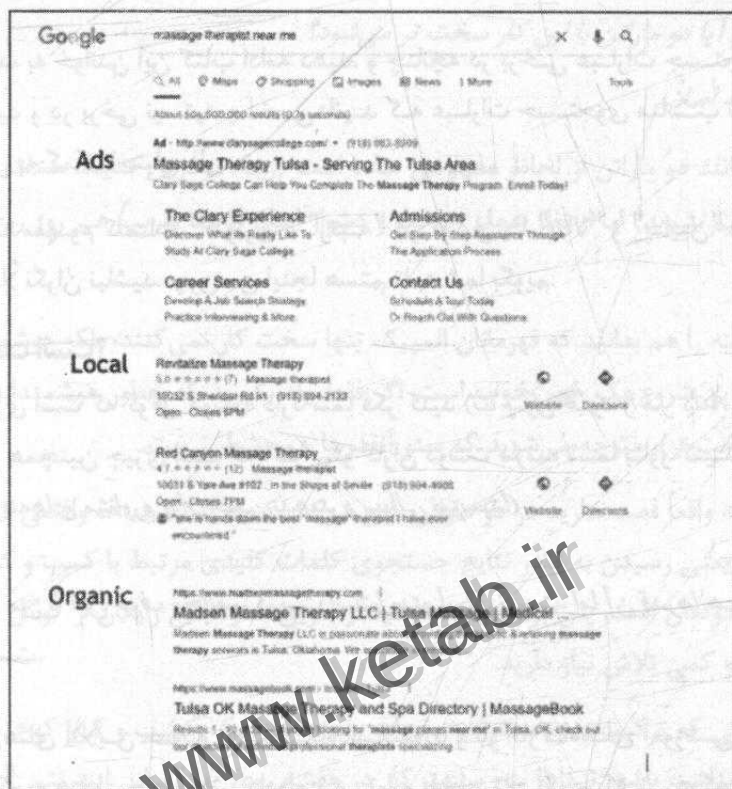
(توجه کنید که در بیشتر قسمت‌های کتاب به جای موتور جستجو از کلمه گوگل استفاده می‌کنم. البته Bing و یاهو هم هستند که در ایالات متحده، کانادا و اروپای غربی فقط دو موتور جستجو وجود دارد: Bing و Google). خبر خوب این است که اکثر روش‌های سئو برای رتبه‌بندی در گوگل، برای Bing و یاهو هم کاربرد دارد.

آنالیز و چکاپ سئو

این چند سوال را از خود بپرسید:

- ۱- آیا مشتریان بالقوه شما از گوگل یا بینگ برای پیدا کردن شرکت‌ها، محصولات و خدماتی مانند شما استفاده می‌کنند؟
- ۲- جستجوی مرتبط با شرکت خود انجام دهید (مثلاً "پنکه سقفی" یا "بهترین پیتزا در شهر من")، آیا شرکت خود را در صفحه اول گوگل می‌بینید؟ در رتبه‌های ۱، ۲ یا ۳ چطور؟ بالای صفحه یا پایین صفحه چطور؟
- ۳- مجموعه‌ای از سوالات مرتبط با کلمات کلیدی کسب و کار خود را جستجو کنید. ("تمام" عبارت‌هایی که ممکن است مشتریان برای شرکت، محصول یا خدمات شما جستجو کنند)، آیا در صفحه اول گوگل دیده می‌شوید؟ در رتبه ۱ تا ۳ چطور؟ رتبه ۱ تا ۱۰؟ یا اصلاً نیستید؟

در اینجا تصویری از عبارت جستجو شده، «نزدیک‌ترین ماساژ درمانی به من» آورده شده است. همانطور که مشاهده می‌کنید تبلیغات (در بالا)، جستجوی محلی (در وسط، به همراه ستاره‌های نظرات گوگل) و نتایج ارگانیک دقیقاً زیر آن‌ها نشان داده می‌شوند:



عبارت‌های جستجوی مورد نظر خود را امتحان کنید، یعنی همان کلمات کلیدی که ممکن است مشتریان‌تان در گوگل تایپ کنند. به نتایج نگاه کنید: تبلیغات (بالا و پایین صفحه)، نتایج محلی (در صورت مرتبط بودن، در وسط)، و نتایج ارگانیک (معمولاً درست زیر تبلیغات و/یا نتایج محلی).

با نادیده گرفتن تبلیغات، اگر با کلمه‌های کلیدی مرتبط در صفحه اول گوگل و مخصوصاً در رتبه‌های ۱، ۲ یا ۳ هستید، این کتاب را کنار بگذارید، چون دیگر به خواندن آن نیاز ندارید. شما با نمره A+ (عالی) قبول شده‌اید.

اما اگر نیستید، به خواندن این کتاب ادامه دهید. و چنانچه در برخی عبارات جستجو (سرچ کوثری) هستید و در برخی نیستید یا نمی دانید که عبارات جستجوی مناسب شما چه می باشند، پس به کمک احتیاج دارید.

در صورتی که مفهوم کلمات "کوثری"، "رتبه" در گوگل یا "بالا" و "پایین" صفحه را نمی دانید، اصلاً نگران نباشید. چون من اینجا هستم تا به شما بگویم.

آیا سئو سخت است؟

خب، این چیزی است که گوگل دوست دارد شما فکر کنید (تا پول خود را در Google Ads خرج کنید) و همچنین چیزی است که اکثر سئو کاران دوست دارند شما باور کنید (تا به آن ها بابت هزینه های مشاوره پول خوبی بدهید و سوالی نپرسید!)

اما من با این حرف مخالفم. درست است! سئو آسان نیست، اما آن قدرها هم سخت نیست.

من در کلاس های آنلاین خودم در دانشگاه استنفورد و در کارگاه های آموزشی دانشگاه سان فرانسیسکو به هزاران نفر آموزش داده ام و می توانم با اطمینان بگویم که سردرگمی زیادی در مورد سئو وجود دارد.

افراد فکر می کنند که سئو، سخت، پیچیده و غیر ممکن است؛ در صورتی که اینطور نیست.

سئو آسان است، درست همانطور که رسیدن به تناسب اندام آسان است.

سئو بسیار شبیه به آمادگی جسمانی است. اگرچه همه می توانند دو ماراتن انجام دهند، اما تنها تعداد کمی می دانند که قدم های خود را چگونه تنظیم کنند تا در نهایت مسیر ماراتن را تمام کنند.

آیا این کار دو ماراتن را آسان می کند؟

نه.

و آیا دو ماراتن با این کار سخت تر می شود؟

نه اصلاً.

سئو نیز همانند دو ماراتن از لحاظ مفهومی ساده است (زیاد تمرین کنید، مستمر آموزش ببینید، تسلیم نشوید) اما از نظر عملی سخت و دشوار است (باید تقریباً هر روز روی آن کار کنید).

البته این نکته را هم بدانید که قهرمانان المپیک تنها سخت کار نمی کنند، بلکه هوشمندانه کار می کنند. و این شروع یک خبر خوب است. اگر فقط یاد بگیرید که چطور هوشمندانه تر عمل کنید (نه سخت تر)، متوجه می شوید که سئو آنقدرها هم دشوار نیست.

البته شما که واقعاً قصد ندارید در دو ماراتن سئو شرکت کنید! بلکه هدف واقعی شما "روی فرم آمدن" یعنی رسیدن به صدر نتایج جستجوی کلمات کلیدی مرتبط با کسب و کار یا ناحیه جغرافیایی خودتان است. پس برای اینکه بتوانید از طریق سئو تبلیغ رایگان از گوگل بگیرید، به دانش اولیه و کمی تلاش نیاز دارید.

در واقع زمانی که ترکیب بندی محتوای صفحات وب سایت یک کسب و کار کوچک از نظر اصول سئو مناسب باشد، تنها با پنج ساعت کار در هفته روی "بازاریابی اینترنتی" می تواند موقعیت خود را در صدر نتایج گوگل حفظ کند. البته گاهی استثنائاتی هم وجود دارد، اما در کل سئو بسیار ساده تر از چیزی است که فکر می کنید.

شما باهوش تر از رقبای خود هستید!

از آن بهتر اینکه با کمی تحقیق متوجه خواهید شد که رقبای شما خیلی هم باهوش نیستند. به عبارت دیگر، بیشتر صنایع آنقدر که فکر می کنید در سئو رقابتی نیستند، و به اصطلاح لازم نیست که از خرس سریع تر بدوید؛ بلکه تنها کافیسیت از هم تایان خود سریع تر بدوید.

بگذارید واضح تر توضیح بدهم. گوگل رقیب شما نیست، بلکه شما باید با رقبای خود رقابت کنید و آن ها خیلی هم باهوش تر از شما نیستند. در واقع حاضرم شرط ببندم که شاید خیلی هم کند ذهن باشند.

من مطمئنم که ۹۰ یا بیشتر از ۹۰٪ رقبای شما کار زیادی برای سنو انجام نمی‌دهند.

پس تنها کافیست که شما با اطلاعات مفیدی که در این کتاب می‌آموزید، کمی بیشتر از آن‌ها تلاش کنید تا بدون شک در صفحه اول گوگل و یا در رتبه‌های بسیار خوب قرار گیرید.

هفت گام برای موفقیت در سنو

در این کتاب، هفت گام برای موفقیت سنو به شما ارائه می‌شود. در این مسیر، اهداف را تعیین می‌کنیم، با جزئیات فنی (Technical) آشنا می‌شویم و سرگرم خواهیم شد. من نیز در این راه "مربی آمادگی جسمانی" شما خواهم بود تا به شما آموزش دهم و انگیزه ادامه کار را در شما بالا ببرم.

شما از عهده این کار بر می‌آیید!

در طول این کتاب، کسب و کارهایی را معرفی می‌کنم که اصول سنو را درک کرده‌اند و با پیروی از این هفت گام به موفقیت رسیده‌اند.

آیا می‌توانید سنو را درک کنید؟ بله، می‌توانید! آیا می‌توانید سنو را پیاده‌سازی کنید؟ بله، می‌توانید! البته به کمی دانش و تلاش نیاز دارد، اما شما از عهده آن بر می‌آیید.

انگیزه بگیرید! تصور کنید که من مربی تناسب اندام شما هستم و میکروفونی هم در دستم گرفتم و با صدای بلند داد می‌زنم: "بیشتر تلاش کن! هوشمندانه‌تر عمل کن! تو از پشش برمیای!"

شاید عجیب به نظر برسد، اما نکته اصلی موفقیت در سنو، دانش، تلاش بسیار و باور "هرگز تسلیم نشو" است.

قبل از شروع، اجازه دهید چندین نکته را با شما در میان بگذارم.

◀ با نویسنده کتاب آشنا شوید

خب، اول از همه، من چه کسی هستم و تخصص من چیست؟ اسم من جیسون مک دونالد است و از سال ۱۹۹۴ در حوزه اینترنت فعالیت می‌کنم.

من از سال ۲۰۰۹ به تدریس سئو، ادوردز، و شبکه‌های اجتماعی مشغول هستم و در سان‌فرانسیسکو، در دانشگاه استنفورد نیز کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی آنلاین برگزار می‌کنم.

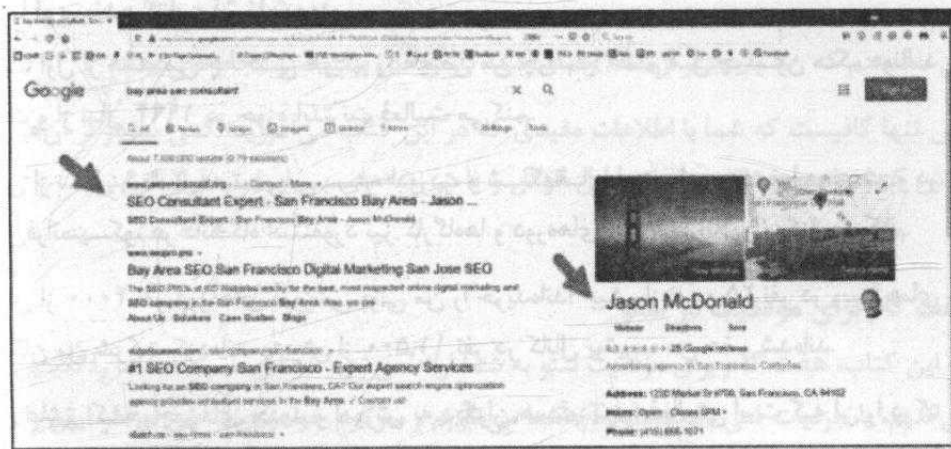
بیش از ۴۰۰۰ نفر دوره‌های آموزشی پولی من را خریده‌اند؛ بیش از ۲۵,۰۰۰ نفر در وبینارهای رایگان من شرکت کرده‌اند، و بیش از ۱۱,۵۰۰ نفر در کانال یوتیوب من عضو شده‌اند.

من عاشق کشف چیزهای جدید و آموزش به دیگران هستم. سئو، فعالیتی است که آن را درک می‌کنم و می‌خواهم قدرت یادگیری آن را نیز به شما بدهم.

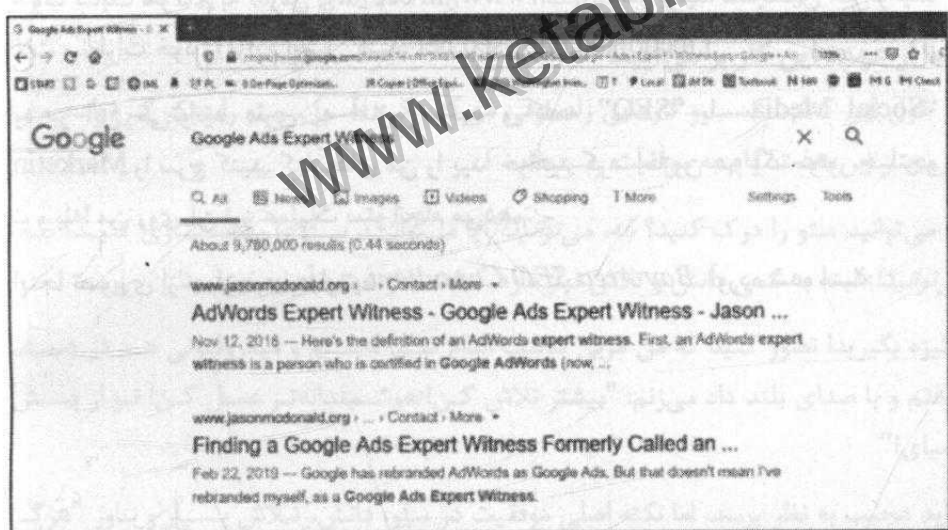
اگر می‌خواهید درباره من بیشتر بدانید، به وب سایت <https://www.jasonmcdonald.org/> یا به وب سایت شرکت من به آدرس <https://www.jm-seo.org> سر بزنید. همچنین می‌توانید سوالات و نظرات خود را برایم ایمیل کنید j.mcdonald@jm-seo.net

علاوه بر این می‌توانید سری به آمازون بزنید و کلمه “SEO” یا “Social Media Marketing” را سرچ کنید. کتاب‌های من را پیدا خواهید کرد. آمازون هم یک موتور جستجو است و بله! من روی آن نیز عملیات سئو انجام می‌دهم.

در اینجا تصویری از جستجوی عبارت *Bay Area SEO Consultant* آورده شده است:



و اینجا هم تصویر دیگر برای اثبات مهارت در Google Ads Expert Witness :



تقریباً تمام کتاب‌های من در آمازون در صدر نتایج قرار دارند.

من همچنین در جستجوی محلی سان فرانسیسکو برای عبارت‌های "متخصص سئو"، "مشاور سئو" و "دفتر سئو"، در صدر نتایج قرار دارم.

و برای اطمینان بیشتر نسبت به مهارتی که در سئو، ادوردز و بازاریابی شبکه‌های اجتماعی دارم، می‌توانید کتاب من را با جستجوی عبارت "Best Books on SEO 2020" پیدا کنید.

«چرا این کتاب متفاوت است؟»

کتاب‌های بسیار خوبی در دنیا درباره سئو، چندین هزار پست با محتوای سئو و هزاران مشاور سئو وجود دارد.

اما تنها یک کتاب **راهنما** وجود دارد: کتاب قدرت سئو. این کتاب کار چه تفاوتی با یک کتاب معمولی دارد؟ الان به شما می‌گویم.

اول اینکه، کتاب قدرت سئو مفاهیم مهم سئو را به صورت **کاربردی** توضیح می‌دهد نه به صورت پیچیده. اگرچه اکثر کتاب‌های نوشته شده در مورد سئو توسط متخصصان و برای متخصصان نوشته شده است، اما این کتاب کار، اصول و مفاهیم سئو را به بیانی ساده و قابل فهم توضیح می‌دهد.

اکثر صاحبان کسب و کارها هیچ تمایلی به دانستن جزئیات سئو ندارند، بلکه آن‌ها دنبال اصول کاربردی و عملی سئو هستند؛ اینکه اول باید چکار کنند، دوم باید چه کار کنند، سوم، چهارم و

و کتاب قدرت سئو بیشتر درباره "انجام سئو" است تا "درک سئو".

دوم اینکه، کتاب قدرت سئو به صورت **عملی** آموزش می‌دهد؛ در صورتی که اغلب کتاب‌های سئو به صورت منفعلانه خوانده می‌شوند. به عبارت دیگر، در کتاب قدرت سئو به شما پروژه‌های تمرینی داده می‌شود و از شما نتیجه گرفته می‌شود.

در واقع در پایان هر فصل، پروژه تمرینی مربوط به همان فصل برای شما آورده شده است؛ زیرا این کتاب فقط برای خواندن نیست، بلکه برای **تمرین**، **یادگیری** و **موفقیت** است.

علاوه بر این، در هر فصل چک لیستی از "اقدامات عملی" و آزمونی برای تست سطح دانش شما قرار داده شده است.

سوم اینکه، موضوعاتی که در اکثر کتاب‌های چاپ شده در این حوزه آورده شده است، قدیمی و تکراری هستند، اما مطالب کتاب کار سئو با جدیدترین منابع اینترنتی در ارتباط است؛ مانند: ابزارهای رایگان سئو و ویدیوهای آموزشی یوتیوب که نشان می‌دهند چطور به موفقیت برسید. از این گذشته، ما در قرن ۲۱ ام هستیم، پس باید تمام اطلاعاتمان به روز باشد. مگر نه؟

و چهارم اینکه، از شما می‌خواهم سوالات خود را از من بپرسید. تنها کافیست به این آدرس <http://jmlinks.com/contact> یا به این لینک j.mcdonald@jmseo.net ایمیل بزنید

مراجعه کنید.

من واقعاً از آموزش سئو لذت می‌برم و همواره خوانندگانم را به سوال پرسیدن تشویق می‌کنم. در واقع، به همان اندازه که دانش آموزان از من چیزی یاد می‌گیرند، من نیز از آن‌ها یاد می‌گیرم؛ چون زمانی که با یک سوال عجیب و گیج‌کننده رو به رو می‌شویم، همگی با هم جواب آن را یاد می‌گیریم.

پس خجالت نکشید و سوالات خود را بپرسید. اگرچه نمی‌توانم مشاوره طولانی به شما بدهم، اما سعی می‌کنم به صورت کوتاه به آن‌ها پاسخ دهم.

◀ این کتاب مناسب چه کسانی است؟

من کتاب قدرت سئو را برای این گروه از افراد نوشته‌ام:

صاحبان کسب و کارهای کوچک: اگر دارای کسب و کار کوچک هستید و وب سایت شما پتانسیل دریافت ورودی قابل توجهی از مشتریان را دارد، این کتاب مخصوص شماست.

بازاریابان کسب و کارهای کوچک: اگر مسئولیت بازاریابی کسب و کار کوچک را بر عهده دارید و وب سایت آن پتانسیل دریافت ورودی قابل توجهی از مشتریان را دارد، این کتاب مخصوص شماست.

مدیران بازاریابی: اگر شما تیمی از وبلاگ نویسان، تولیدکنندگان محتوا برای سئو و دیگر تکنسین‌های بازاریابی سئو از جمله شرکت‌های سئو را هدایت می‌کنید، این کتاب مناسب شماست.

طراحان سایت: چنانچه می‌خواهید سایت‌هایی طراحی کنید که علاوه بر جذابیت ظاهری در رتبه‌های بالای جستجوی گوگل نیز قرار گیرند، این کتاب به شما پیشنهاد می‌شود.

بازاریابان غیرانتفاعی: در صورتی که در نهادی غیر انتفاعی یا دولتی کار می‌کنید که فعالیت آن به ترافیک جستجوی وب بستگی دارد، این کتاب برای شما نیز نوشته شده است.

و هر کسی که سازمان او (و محصولات، خدمات و یا سایر پیشنهادات آن) از بودن در صدر نتایج گوگل نفع می‌برد، می‌تواند از کتاب قدرت سئو استفاده کند.

◀ هفت گام قدرت سئو

در اینجا هفت گام قدرت سئو آورده شده است:

۱. **اهداف:** اهداف خود را تعیین کنید.
۲. **کلمات کلیدی:** کلمات کلیدی را شناسایی کنید.
۳. **سئو داخلی (On Page SEO):** کاری کنید که وبسایت شما "با گوگل حرف بزند".
۴. **بازاریابی محتوا:** برای گوگل و افراد، محتوای با کیفیت تولید کنید.
۵. **سئو خارجی (Off Page SEO):** لینک سازی کنید، از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید و روی سئو محلی کار کنید.
۶. **معیارها:** نتایج خود را ارزیابی کنید و از آن‌ها درس بگیرید.
۷. **یادگیری:** هرگز یادگیری را متوقف نکنید!

و این هفت گام به شرح زیر هستند:

گام ۱# اهداف. سئو نیز همانند آمادگی جسمانی هدف محور است؛ یعنی اگر اهداف خود را تعیین نکنید، نمی‌توانید به آن‌ها برسید.

۱.۱ نگرش - نگرش یعنی همه چیز. سئو نیازمند تعهد به یادگیری مداوم و ایجاد تغییرات مثبت و سازگار با سئو است. هدف ۱.۱ داشتن نگرش درست است.

۱.۲ اهداف - مشخص کنید که چه چیزی می‌فروشید، مشتریان شما چه کسانی هستند، و بهترین راه برای جذب آن‌ها چیست. اهداف وبسایت شامل: فروش آنلاین، گرفتن نام، شماره تلفن، و ایمیل مشتریان و یا کسب بازدیدکنندگان دائمی می‌شود.

گام ۲# کلمات کلیدی - کلمات کلیدی خود را شناسایی کنید. این کلمات کلیدی هستند که تمام جنبه‌های سئو را هدایت می‌کنند. بنابراین به "برگه کلمات کلیدی" مشخص و ساختاریافته نیاز دارید.

۲.۱ کلمات کلیدی - کلمات کلیدی با ارزش و با حجم جستجوی بالا را شناسایی کنید.

۲.۲ برگه کلمات کلیدی - برگه کلمات کلیدی تهیه کنید و رتبه خود را در گوگل و بینگ بررسی کنید.

گام ۳# سئو داخلی سایت. پس از مشخص کردن کلمات کلیدی، باید بدانید که آن‌ها را کجا قرار دهید. فرآیند سئو داخلی با تگ‌های صفحه شروع می‌شود، با ساختار وبسایت ادامه می‌یابد، و با بررسی سئو پایان می‌یابد.

۳.۱ تگ‌های صفحه - با تگ‌های HTML اصلی آشنا شوید و کلمات کلیدی هدف خود را درون تگ‌های تایتل، متاتگ توضیحات، و تگ ALT تصاویر قرار دهید.

۳.۲ ساختار وبسایت - صفحات فرود بسازید، صفحه اصلی خود را بازسازی کنید، و چیدمان وبسایت خود را از طریق لینک سازی، بهینه کنید.

گام ۴# بازاریابی محتوا. در سئو، محتوا پادشاه است. در این بخش، شما استراتژی محتوای بلند مدت ایجاد خواهید کرد که به شما کمک می‌کند روز به روز یا هفته به هفته، محتوایی سازگار با سئو بنویسید.

۴.۱ **سنو محتوا** - استراتژی محتوا ایجاد کنید که مشخص می‌کند چه کسی، چه کاری، چه زمانی، چگونه و هرچند وقت یکبار آن را انجام می‌دهد. این استراتژی کوتاه مدت و بلند مدت استراتژی محتوای سنو است که شامل فهرستی از محتوایی است که برای موفقیت به آن نیاز دارید.

۴.۲ **وبلاگ نویسی** - وبلاگ بسازید که بهترین اصول سنو در آن رعایت شده باشد، از جمله - تمام راه‌های ارتباطی به شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر و فیسبوک و غیره.

۴.۳ **سنو رپورتاژ آگهی** - از سرویس‌های هم‌نشری محتوا رپورتاژ برای سنو استفاده کنید، زیرا رپورتاژ آگهی از آسان‌ترین تکنیک‌ها برای گرفتن لینک و شناخته شدن در شبکه‌های اجتماعی است.

گام ۵# **سنو خارجی سایت** - لینک‌ها و شبکه‌های اجتماعی. در سنو خارجی از لینک‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی برای ارتقاء اعتبار وبسایت شما در گوگل استفاده می‌شود. برای گرفتن لینک‌های ورودی از تکنیک‌های مرسوم استفاده کنید. همچنین از طریق اعتبار اجتماعی و با کمک پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر، فیسبوک، لیندکین و یوتیوب، اقدامات سنو خود را بهبود دهید.

۵.۱ **لینک سازی** - ساختار لینک‌های خود را بررسی کنید و استراتژی لینک سازی بلند مدت بچینید.

۵.۲ **سنو شبکه‌های اجتماعی** - در شبکه‌های اجتماعی حضوری فعال داشته باشید تا اعتماد گوگل به وبسایت شما به عنوان منبع معتبر افزایش یابد.

۵.۳ **سنو محلی** - در این بخش می‌گوییم که چطور وبسایت خود را برای جستجوهای محلی بهینه کنید.

گام ۶# **معیارها** - نتایج خود را ارزیابی کنید و از آن‌ها درس بگیرید. سنو نیز همانند آمادگی جسمانی، فرآیندی است که با یک سری اهداف مشخص شروع می‌شود و از معیارهای خاصی برای سنجش میزان دستیابی به هدف استفاده می‌کند.

۶.۱ معیارها - میزان پیشرفت خود در رسیدن به صدر نتایج گوگل، کلمات کلیدی ورودی، و کانال‌های ورود مشتری به سایت خود را اندازه گیری و سنجش کنید.

گام ۷# یادگیری: هرگز یادگیری را متوقف نکنید. فرآیند سئو با خودیابی شروع می‌شود، با دانش فنی ادامه می‌یابد، و با سخت کوشی به پایان می‌رسد.

۷.۱ یادگیری - در این فصل، کتابی به شما معرفی می‌شود که شامل صدها ابزار رایگان سئو است. ابزارهایی که به شما در همه ابعاد سئو کمک می‌کند؛ از شناسایی کلمات کلیدی از طریق تگ‌های صفحه گرفته تا لینک‌ها و منشن‌ها در شبکه‌های اجتماعی.

www.ketab.ir