

## کاملترین آموزش سئو وردپرس - آموزش ۰ تا ۱۰۰ سئو - آموزش جامع سئو ۲۰۲۰

سلام دوستان و کاربران عزیز سایت [یوتا وردپرس](#)، با کاملترین و جامعترین آموزش سئو وردپرس در خدمت شما هستیم. همانطور که میدانید بهبود سئو سایت شما برای دستیابی به ترافیک بیشتر به وبسایت شما بسیار مهم است. متأسفانه بیشتر راهنماهای سئو وردپرس برای شروع کار کاربران جدید بسیار فنی هستند و یادگیری و فهم آنها کار آسانی نخواهد بود. اگر برای افزایش ترافیک وبسایت خود جدی هستید باید به یادگیری سئو را جدی بگیرید. در این مقاله آموزشی وردپرس، آموزش ۰ تا ۱۰۰ سئو وردپرس را آموزش داده‌ایم تا به شما در بهبود سئو وردپرس کمک کرده و ترافیک ارگانیک تری داشته باشید. این آموزش کاملترین آموزش سئو در سطح وب فارسی خواهد بود پس تمامی نکات و راهنمایی‌ها را جدی بگیرید و از آنها برای بهبود رتبه سایت خود استفاده کنید.



شاید شنیده باشید که وردپرس به‌خودی‌خود سئو شده است، این مطلب کاملاً درست است و کدهای وردپرس کاملاً سئو شده هستند اما سئو سایت فقط مربوط به کدهای سایت نیست و شما باید کارها و فعالیت‌های دیگری را انجام دهید تا بتوانید سایت خود را در نتایج گوگل به بالاترین سطح ممکن برسانید. در زیر ما مطالبی که در این آموزش قرار داده‌ایم را لیست کرده‌ایم. با کلیک روی هرکدام به بخش مربوط به آن منتقل خواهید شد. توصیه می‌کنیم که از ابتدا شروع به کار کنید

تا همه نکات گفته شده را به یاد داشته باشید. با ما در کامل ترین آموزش سئو وردپرس همراه باشید.

## فصل ۱ - سئو پایه

۱ - ۱ - سئو چیست؟

۱ - ۲ - چرا سئو مهم است؟

۱ - ۲ - آیا سئو کار سختی است؟

۱ - ۳ - چگونه می توانم سئو را یاد بگیرم؟ آیا به کمک کسی احتیاج دارم؟

۱ - ۴ - اصطلاحات اساسی سئو

۱ - ۴ - ۱ - سئو داخلی و سئو خارجی

۱ - ۴ - ۲ - سئو کلاه سیاه، سئو کلاه سفید و سئو کلاه خاکستری

۱ - ۵ - سئو کلاه سیاه، کلاه خاکستری و کلاه سفید

## فصل ۲ - موتورهای جستجو

۲ - ۱ - موتورهای جستجو چگونه کار می کنند؟

۲ - ۲ - فاکتورهای رتبه بندی

۲ - ۳ - نحوه استفاده مردم از موتورهای جستجو

۲ - ۴ - سهم بازار موتورهای جستجو

۲ - ۵ - چگونه می توان پرس وجوهای (کوئری) جستجو را طبقه بندی کرد؟

۲ - ۶ - به روزرسانی های SERP

۲ - ۷ - ویژگی های SERP

## فصل ۳ - سئو داخلی

۳ - ۱ - برچسب های متا

۳ - ۲ - چک لیست سئو داخلی

۳ - ۳ - چک لیست تکنیکال (فنی) سئو داخلی

۳ - ۴ - هک های تکنیکال سئو

فصل ۴ - محتوا و سئو

۴ - ۱ - چه محتوایی باید ایجاد کنم؟

۴ - ۲ - طول پست مطلوب وبلاگ چقدر باید باشد؟

۴ - ۳ - در مورد مطالب تکراری در سایر مقالات یا بخش های وبسایت باید چکار کرد؟

فصل ۵ - جستجو کلمات کلیدی

۵ - ۱ - کلمات کلیدی را کجا پیدا کنیم؟

۵ - ۲ - معیارهای کلمه کلیدی

۵ - ۳ - چگونه جستجو کلمات کلیدی انجام نشود

۵ - ۳ -

فصل ۶ - لینک بیلدینگ یا بک لینک

۶ - ۱ - چرا لینک بیلدینگ یا بک لینک بسیار مهم است؟

۶ - ۲ - انواع بک لینک

۶ - ۳ - متن لنگر

۶ - ۴ - جنبه های کیفیت بک لینک

۶ - ۵ - استراتژی های بک لینک

۶ - ۶ - تکنیک ها و پناالتی های کلاه سیاه

۶ - ۷ - بهترین تمرین ها

فصل ۷ - UX (User experience) و سئو

۷ - ۱ - تجربه‌ی کاربری یا UX چیست؟

۷ - ۲ - UX امروز حاکم بر جهان است

۷ - ۳ - چالش‌های سئو و UX

۷ - ۴ - نحوه اندازه‌گیری UX و سئو

فصل ۸ - افزونه‌های مهم سئو

## فصل ۱ - سئو پایه

قبل از اینکه به تکنیک‌های خاص و جنبه‌های آموزش سئو در سال ۲۰۲۰ بپردازیم، اجازه دهید با مطالب اساسی و پایه در فصل اول شروع کنیم. به کامل‌ترین آموزش سئو برای مبتدیان خوش آمدید!

### ۱ - ۱ - سئو چیست؟

بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) فرایندی برای بهبود موقعیت‌ها در نتایج جستجوی ارگانیک (غیر پولی) در موتورهای جستجو است. هرچه وب‌سایت بالاتر باشد، مردم آن را بیشتر مشاهده می‌کنند. به زبان ساده سئو یعنی کارهایی که شما در سایت خود انجام می‌دهید تا رتبه سایت شما در گوگل بهبود یابد.

تاریخچه به دهه ۹۰ میلادی برمی‌گردد که موتورهای جستجو برای اولین بار ظاهر شدند. امروزه، این یک استراتژی اساسی برای بازاریابی و یک صنعت رو به رشد است.



آگهی • هاست/iranhost.com

**خرید هاست حرفه ای | هاست ویندوز و لینوکس | iranhost.com**

خرید هاست و دامین با گارانتی بازگشت وجه و پشتیبانی فنی 24 ساعته واقعی. برای...

|                                                                                 |                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>هاست لینوکس</b></p> <p>مبتنی بر سیستم عامل CentOS</p> <p>Apache/Nginx</p> | <p><b>هاست ویندوز کانادا</b></p> <p>میزبانی در دیتاستر معتبر کانادایی</p> <p>پشتیبانی از کلیه نگارشهای net.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

آگهی • www.faraso.org/

**هاست ویژه وردپرس سایت پر بازدید | پرسرعت ترین هاست...**

اگر دنبال مطمئن ترین و پرسرعت ترین هاست وردپرس در ایران هستید، از سرویس فراسو استفاده کنید

آگهی • www.parsdev.host/

**سرور مجازی پرسرعت NVMe | تحویل آنی | parsdev.host**

کیفیت فوق العاده بیش از ده توزیع و سیستم عامل

آگهی • سرور/مجازی/www.hostnetwork.ir/

**سرور مجازی ایران و خارج | 50 درصد تخفیف هیجان انگیز**

خرید سرور مجازی ایران، سرور مجازی خارج، سرور مجازی با هارد پرسرعت 50...

**نتایج پولی**

wordpress < web-hosting < www.iranserver.com

**هاست وردپرس و خرید هاست ووکامرس | ایران سرور**

رتبه: ۴۹ - ۶۸۸ رأی ★★★★★

هاست مخصوص ویژه وردپرس و ووکامرس، در صورتی که شما از وردپرس استفاده می کنید ایران سرور به شما هاست وردپرس را برای میزبانی سایت تان پیشنهاد می دهد ...

**نتایج واقعی و ارگانیک**

نکته اضافی: اگر هنگام جستجو در نتایج گوگل به مواردی که در کنار آن ها "آگهی" یا "Ad" نوشته بود برخوردید یعنی این نتایج واقعی نیستند و با پرداخت هزینه خود را به نتایج بالای گوگل رسانده اند. توصیه می کنیم که روی این موارد کلیک نکنید و فقط روی نتایج واقعی و ارگانیک کلیک کنید.

اگر می خواهید سئو را یاد بگیرید باید برای کارهای خلاقانه، فنی و تحلیلی آماده باشید. بسیاری از تکنیک ها با اهداف مختلف وجود دارند، با این حال، نکته اصلی و مهم این است که خود را به بالاترین نتایج در جستجوی ارگانیک برسانید.

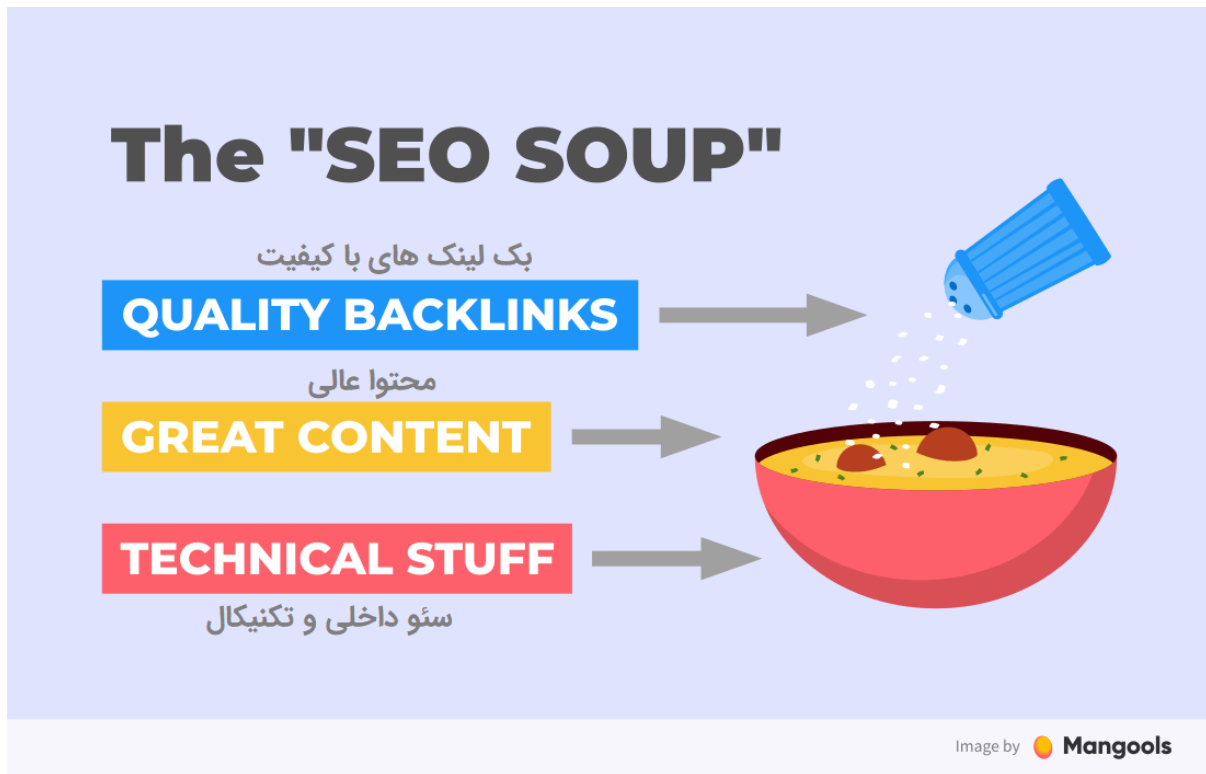
**به عبارت ساده، سئو مربوط به اجرای وبسایت مناسب برای افراد مناسب است.**

سئو فقط در مورد یک ساختار کامل یا پیشینه فنی وبسایت نیست. وبسایت شما باید با محتوای باکیفیت و بهینه‌سازی شده متناسب با نیاز مخاطبان شما پر شود و البته، مطالب شما باید به اندازه کافی خوب و مناسب باشد که از وبسایت‌های دیگر لینک دریافت کنید و به عنوان یک مرجع معرفی شوید.

## ۱ - ۲ - چرا سئو مهم است؟

موتورهای جستجو مانند Google، Bing، Yahoo و ... وبسایت‌ها را بر اساس الگوریتم‌های مختلف رتبه‌بندی می‌کنند. آیا می‌توانیم این الگوریتم‌ها را شناسایی کنیم؟ بله و خیر. گوگل از بیش از ۲۰۰ عامل رتبه‌بندی استفاده می‌کند. گرچه ما بسیاری از آن‌ها را می‌شناسیم: محتوای باکیفیت، بک لینک یا موارد فنی مانند سرعت سایت اما بسیاری از آن‌ها به عنوان یک راز نگه‌داشته می‌شوند. البته لازم نیست همه عوامل را برای رتبه‌بندی با وبسایت خود بدانید. برای درک آنچه در مورد سئو وجود دارد، یک کاسه سوپ را تصور کنید. سه جنبه مهم وجود دارد:

۱. کاسه نمایانگر موارد فنی پشت وبسایت است (سئو داخلی و تکنیکال)، بدون کاسه مناسب، سوپ روی تمام میز پاشیده می‌شود.
۲. سوپ داخل کاسه محتوای وبسایت شما را نشان می‌دهد، این مهم‌ترین بخش است. محتوای بد = بدون رتبه‌بندی.
۳. چاشنی نشان‌دهنده بک لینک‌های باکیفیت است که باعث افزایش اقتدار وبسایت شما می‌شود، آخرین ماده‌ای که سوپ سئو شما را کامل می‌کند.



موتورهای جستجو هنگام جستجو برای چیزی توسط کاربران اینترنت استفاده می‌شوند و شما می‌خواهید آن چیزی باشید. مهم نیست که شما چه محصول یا خدماتی را بفروشید، وبلاگ بنویسید یا هر چیز دیگری، بهینه‌سازی موتور جستجو ضروری است. وبسایت شما باید توسط موتورهای جستجو ایندکس شود در غیر این صورت، شما گم می‌شوید و در نتایج گوگل مشاهده نخواهید شد.

فعالیت‌های سئو هوشمندانه، رتبه شما را در صفحه نتایج موتور جستجو (SERP) بهبود می‌بخشد. رتبه‌های بالاتر به معنای ترافیک بالاتر است. اگر ترافیک سایت شما بیشتر شود، فروش شما بیشتر خواهد شد. برای خلاصه کردن موضوع، اگر قصد دارید با وبسایت خود موفق شوید باید سئو را انجام دهید. برخی از جنبه‌های سئو پیچیده‌تر هستند اما در اکثر اوقات، موفقیت سئو بر روی عقل سلیم و چند روش برتر متکی است. کامل‌ترین آموزش سئو وردپرس را ادامه دهید!

۱ - ۳ - آیا سئو کار سختی است؟



موتورهای جستجو اغلب بزرگترین منبع ترافیک برای اکثر وبسایتها هستند. گوگل و سایر موتورهای جستجو از الگوریتمهای پیشرفتهای برای درک و رتبهبندی مناسب صفحات در نتایج جستجو استفاده میکنند؛ اما این الگوریتمها کامل نیستند، آنها هنوز هم به کمک شما نیاز دارند تا درک کنند که محتوای شما در مورد چه چیزی است. اگر محتوای شما بهینه نشده باشد، موتورهای جستجو نمی دانند چگونه آن را رتبهبندی کنند و وقتی کاربران مباحثی را که نیاز دارند در گوگل جستجو میکنند وبسایت شما در نتایج جستجو ظاهر نمیشود و در نتیجه ترافیکی هم دریافت نخواهید کرد. برای همه صاحبان مشاغل بسیار مهم است که سایت خود را برای گوگل دوستانه جلوه دهند تا بتوانند ترافیک جستجوی خود را به حداکثر برسانند.

#### ۱ - ۴ - چگونه می توانم سئو را یاد بگیرم؟ آیا به کمک کسی احتیاج دارم؟

کوچکترین تغییری در وبسایت شما میتواند تفاوت زیادی در نحوه مشاهده در موتورهای جستجو ایجاد کند. در این آموزش سئو وردپرس برای مبتدیان، تمام مباحث مهم و اصول سئو را پوشش خواهیم داد و شما دانش کافی را برای انجام سئو سایت خود را (به تنهایی) کسب خواهید کرد. اگر نمی دانید چگونه سئو را در سال ۲۰۲۰ یاد بگیرید، ما یک جواب ساده برای شما داریم: به مطالعه و تمرین زیادی نیاز دارید. نکته خوب این است که شما می توانید هزاران اطلاعات را به صورت رایگان در اینترنت پیدا کنید (از جمله همین آموزش سئو) اما باید عاقلانه انتخاب کنید. همچنین می توانید در دوره آموزش سئو سایت یوتا وردپرس هم شرکت کنید تا بتوانید اطلاعات بیشتر را به دست آورید.

اگر نمی خواهید خودتان را خیلی اذیت کنید یا وقت ندارید، می توانید از مشاوران، متخصصان یا آژانس های سئو هزینه زیادی دارد. می توانید پلن های سئو تیم یوتا وردپرس را مشاهده نمایید و در صورت انتخاب از تیم ما کمک بگیرید:

[برای مشاهده پلن های سئو وردپرس اینجا کلیک کنید](#)



در ادامه مقاله ما برای درک بهتر موضوع و راحتی کار به جای استفاده از کلمه موتورهای جستجوگر از گوگل استفاده می‌کنیم. قوانین سئو تقریباً برای همه موتورهای جستجوگر یکسان است اما به دلیل اینکه در ایران بیش از ۹۰ درصد جستجوها در گوگل انجام می‌شود ما هم‌روی آن تمرکز می‌کنیم.

## ۱ - ۵ - اصطلاحات اساسی سئو

- سئو داخلی و سئو خارجی
- سئو کلاه‌سیاه، سئو کلاه‌سفید و سئو کلاه خاکستری

### ۱ - ۵ - ۱ - سئو داخلی و سئو خارجی

انجام سئو در داخل سایت یا همان سئو داخلی به معنای بهینه‌سازی وبسایت شما برای تأثیرگذاری بر نتایج جستجوی ارگانیک در داخل سایت خودتان است. این‌همه کاری است که شما می‌توانید در وبسایت انجام دهید تا سایت شما از نظر سئو در داخل سایت بهینه شود. از جنبه‌های فنی بهینه‌سازی محتوا می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- برچسب‌های متا
- عناوین
- ساختار URL
- بهینه‌سازی تصاویر
- محتوا
- داده‌های ساختاری
- اندازه و سرعت وبسایت
- و خیلی‌های دیگر... ما در فصل ۳ همین مقاله با آن‌ها به صورت کامل آشنا خواهیم شد.

سئو خارج از صفحه یا سئو خارجی کلیه فعالیت‌هایی را که در خارج از سایت خود انجام می‌دهید تا رتبه سایت خودتان را در گوگل بهبود بخشید، است. هدف اصلی

سئو خارجی گرفتن بک لینک از سایت های دیگر است. روش های زیادی برای به دست آوردن بک لینک وجود دارد:

- وبلاگ نویسی مهمان در سراچه هایی مانند ویرگول
- فعالیت در رسانه های اجتماعی
- همکاری با سایت های پراهمیت حوزه کاری خودتان
- نوشتن مطالب ارزشمند که باعث می شود سایت های دیگر به وبسایت شما لینک دهند
- ... و بسیاری دیگر که در فصل ششم پوشش داده شده اند.

## ۱ - ۵ - ۲ - سئو کلاه سیاه، سئو کلاه سفید و سئو کلاه خاکستری

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>BLACK HAT SEO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>VS</b> | <b>WHITE HAT SEO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p>تغییر مسیرهای مخفی و پنهانی</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• cloaking and sneaky redirects</li><li>• hidden text <p>متن مخفی</p></li><li>• keyword stuffing <p>تراکم زیاد کلمه کلیدی</p></li><li>• link manipulation <p>دستکاری لینک</p></li><li>• irrelevant backlinks <p>بک لینک های نامربوط</p></li><li>• PBN / link farms <p>مزارع لینک</p></li><li>• comment spam <p>دیدگاه های اسپم</p></li></ul> |           | <p>محتوا مفید و مناسب</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• useful, well-written content</li><li>• natural links <p>لینک های طبیعی</p></li><li>• brand building <p>برندسازی</p></li><li>• content strategy <p>استراتژی محتوا</p></li><li>• on-page optimization <p>بهینه سازی داخلی</p></li><li>• keyword research <p>تحقیق کلمه کلیدی</p></li><li>• focus on quality <p>تمرکز روی کیفیت</p></li></ul> |

Image by  Mangools

سئو کلاه سیاه مجموعه ای از اقدامات غیراخلاقی برای بهبود رتبه بندی یک وبسایت در صفحه نتایج گوگل است. آن ها طوری طراحی شده اند که گوگل را تحت تأثیر قرار

دهند درحالی که فاکتور انسانی را در نظر نمی گیرند. سئو کلاه سیاه می تواند در مدت زمان کوتاه شما را به صدر SERP برساند اما گوگل احتمالاً دیر یا زود متوجه این موضوع شود. اگر گوگل متوجه شود یک وبسایت از سئو کلاه سیاه استفاده کرده است آن وبسایت را پنالیتی و بلاک می کند و دیگر در نتایج خود نمایش نمی دهد.

برای مشاهده لیست مواردی که باعث می شود یک سایت پنالیتی شود کلیک کنید.

سئو کلاه سفید مجموعه ای از تکنیک های اخلاقی است که با استفاده از رهنمودها و قوانین عمل می کند. بخش های اصلی سئو کلاه سفید عبارت اند از:

- کیفیت محتوا
- بهینه سازی کلی وبسایت
- لینک سازی

سئو کلاه سفید یک استراتژی بلندمدت است که با هدف بهبود تجربه کاربر انجام می شود. اگر شما با استفاده از این نوع سئو به رتبه های بالای گوگل بیاید احتمالاً پایین رفتن شما بسیار کم خواهد بود و احتمالاً تا مدت زیادی جزو نتایج بالای گوگل خواهید بود.

اصطلاحی دیگری به نام سئو کلاه خاکستری نیز وجود دارد، عملی که در مقایسه با تکنیک های کلاه سیاه ممکن است خطر کمتری داشته باشید. تکنیک های کلاه خاکستری به طور واضح توسط گوگل تعریف نشده اند اما استفاده از این نوع سئو ریسک زیادی دارد.

**به طور کلی، شما نباید کاری کنید که گوگل را دشمن خود کنید.**

## فصل ۲ - موتورهای جستجو

در فصل ۲ این راهنمای سئو، شما می‌آموزید که موتورهای جستجو چگونه کار می‌کنند، چگونه افراد از آن‌ها استفاده می‌کنند و چه نوع جستجوی جستجو را ارسال می‌کنند. ما نگاهی به پیشینه فنی پشت Google خواهیم انداخت.

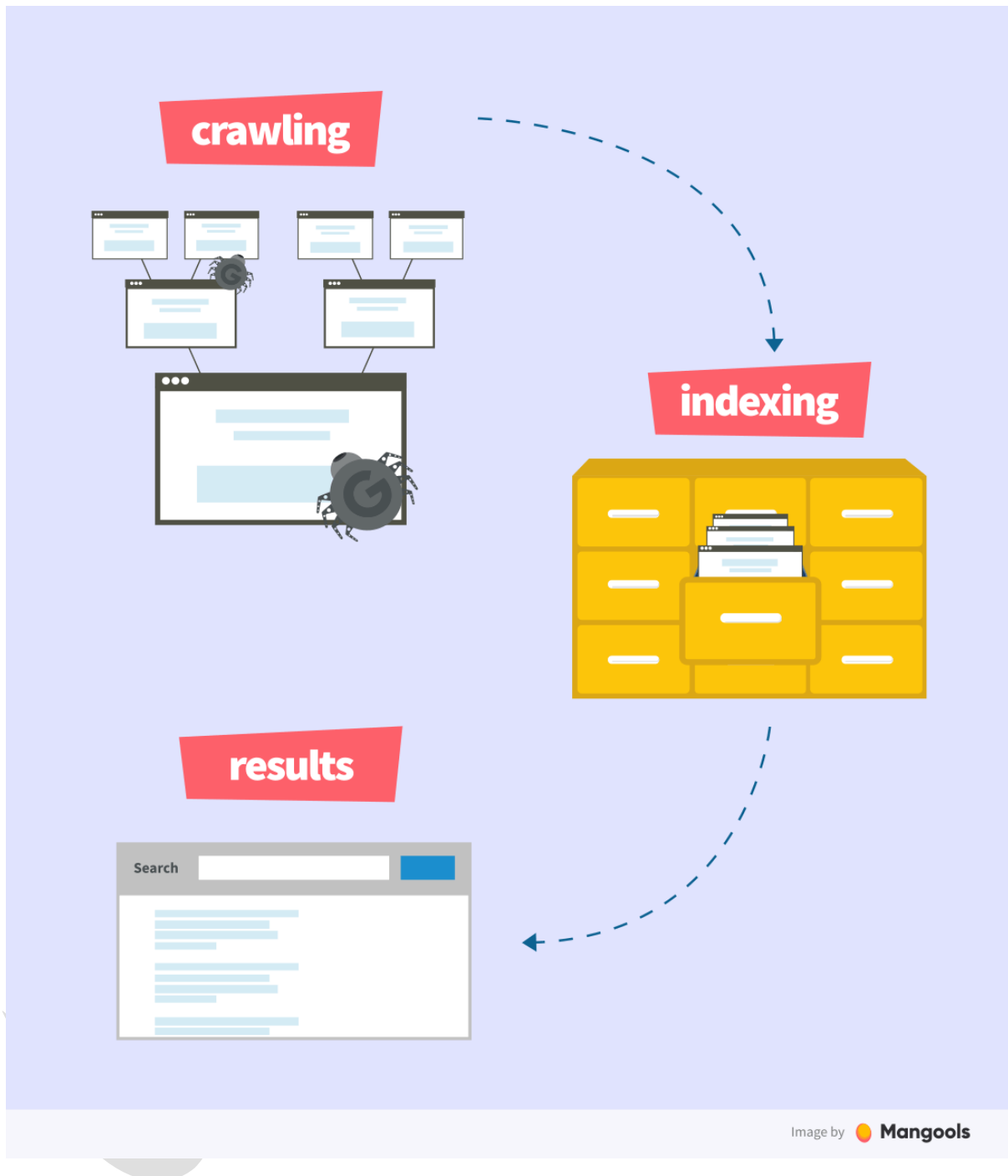
بیا یاد با دقت بیشتری به موتورهای جستجو بپردازیم و معمولی‌ترین عوامل رتبه‌بندی‌ای که شما باید بیشتر روی آن‌ها تمرکز کنید را بهتر بشناسیم.

### ۱ - ۲ - موتورهای جستجو چگونه کار می‌کنند

موتورهای جستجو شامل سه مرحله اصلی هستند:

۱. خزیدن یا کراولینگ (Crawling)
۲. نمایه‌سازی یا ایندکس کردن (Indexing)
۳. انتخاب نتایج

روند به شرح زیر است:



## خزیدن

خزیدن یا عنکبوتی به معنای اسکن وبسایت، بخش‌های آن، محتوا، کلمات کلیدی، عناوین، بک لینک‌ها، تصاویر و ... توسط هزاران ربات کوچک گوگل است. اطلاعاتی که در وبسایت یافت می‌شود بایگانی یا به اصطلاح خزیده شده (crawled) می‌شوند.

خزنده‌ها تمام لینک‌هایی را که به دیگر وب‌سایت‌ها ارجاع داده‌اید را ردیابی می‌کنند. آن‌ها بارها و بارها صفحات سایت شما را تجزیه می‌کنند. ربات‌ها برای به‌روزرسانی داده‌ها به‌طور مرتب کل اینترنت را خزش می‌کنند. گفته می‌شود خزنده‌ها روزانه به‌صورت مرتب سایت‌ها را بررسی می‌کنند تا از به‌روزرسانی‌های آن‌ها مطلع شوند و طبق آن رتبه‌بندی سایت‌ها را ارائه می‌دهند.

### نمایه‌سازی یا ایندکس کردن

پس از خزیدن ربات‌ها در وب‌سایت شما، ایندکس کردن صورت می‌گیرد. ایندکس کردن را به‌عنوان یک کاتالوگ غول‌پیکر یا یک کتابخانه پر از وب‌سایت‌های سراسر جهان تصور کنید که کل وب‌سایت‌های دنیا در آن قرار دارد و ثانیه به ثانیه آپدیت می‌شود. ایندکس شدن وب‌سایت معمولاً مدتی طول می‌کشد. طبق تجربه ما، از ۱ تا ۱۰ روز طول می‌کشد.

"نکته مهم: می‌توانید با استفاده از این اپراتور جستجو، صفحات وب‌سایت خود که قبلاً ایندکس شده‌اند را مشاهده نمایید: `site:domain.com` مثلاً `site:yotawp.com`"

علاوه بر این، هر بار که وب‌سایت شما تغییر کند، دوست خوب خزنده ما دوباره آن را اسکن می‌کند. به خاطر داشته باشید تا زمانی که به‌روزرسانی‌های وب‌سایت شما ایندکس نشوند در موتورهای جستجو قابل‌مشاهده نیستند.

### انتخاب نتایج

نتایج برای توسعه‌دهندگان و کاربران بسیار مهم است. هنگامی که کاربر اینترنت یک مورد را در گوگل جستجو می‌کند، گوگل در کتابخانه‌ای که در بخش ایندکس کردن ایجاد کرده است به جستجو می‌پردازد و نتایج مربوط به جستجو کاربر را بیرون می‌کشد. این فرآیند بررسی پرس‌وجو در برابر میلیاردها وب‌سایت بر اساس الگوریتم‌های مختلف است. شرکت‌هایی که موتورهای جستجو را اجرا می‌کنند

(Google، Microsoft، Yahoo) محاسبات دقیق الگوریتمهای خود را مخفی نگه می‌دارند. با این وجود، بسیاری از فاکتورهای رتبه‌بندی سایت کاملاً شناخته شده هستند که در ادامه آموزش سئو وردپرس به این موضوع می‌پردازیم.

## ۲ - ۲ - فاکتورهای رتبه‌بندی

بیشتر فاکتورهای گوگل اثبات شده هستند اما برخی فقط گمانه‌زنی یا حتی افسانه هستند. علاوه بر این، برخی از این فاکتورها از دیگر فاکتورها مهم‌تر هستند. برای یادگیری سئو لازم نیست همه عوامل رتبه‌بندی را به صورت کامل بدانید اما خوب است که حداقل یک مرور کلی روی آن داشته باشید. یکی از مهم‌ترین فاکتورها، پروفایل بک لینک بر اساس تعداد و کیفیت بک لینک‌های منتهی به یک وبسایت است.

### 10 CRITICAL SEO SUCCESS FACTORS

۱۰ فاکتور مهم برای موفقیت در سئو سایت

|    |                                                                |                                                                                     |    |                                                                  |                                                                                       |
|----|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | <b>Well-targeted content</b><br>محتوا هدفمند                   |  | 06 | <b>EAT: Expertise, Authority, Trust</b><br>مهارت، صلاحیت، اعتماد |  |
| 02 | <b>Crawlable website</b><br>داشتن قابلیت خزیدن وبسایت          |  | 07 | <b>Fresh content</b><br>محتوا تازه                               |  |
| 03 | <b>Quality &amp; quantity of links</b><br>کیفیت و کمیت لینک‌ها |  | 08 | <b>Click-through rate (CTR)</b><br>نرخ کلیک                      |  |
| 04 | <b>Satisfies user intent</b><br>جلب رضایت کاربر                |  | 09 | <b>Website speed</b><br>سرعت وبسایت                              |  |
| 05 | <b>Unique content</b><br>محتوا منحصر بفرد                      |  | 10 | <b>Works on any device</b><br>کار در همه دستگاه‌ها               |  |

Source: zyppy.com

Image by  Mangools



برخی دیگر از فاکتورهای مهم رتبه‌بندی شامل موارد زیر هستند: (بدون ترتیب خاص)

- استفاده از کلمات کلیدی
- استفاده از HTTPS
- لینک سازی
- محتوا قوی
- رسانه‌های اجتماعی
- سن دامنه
- AMP
- طرح‌بندی صفحه
- و ...

به‌طورکلی فاکتورهای رتبه‌بندی گوگل را می‌توان به دو دسته زیر تقسیم کرد:

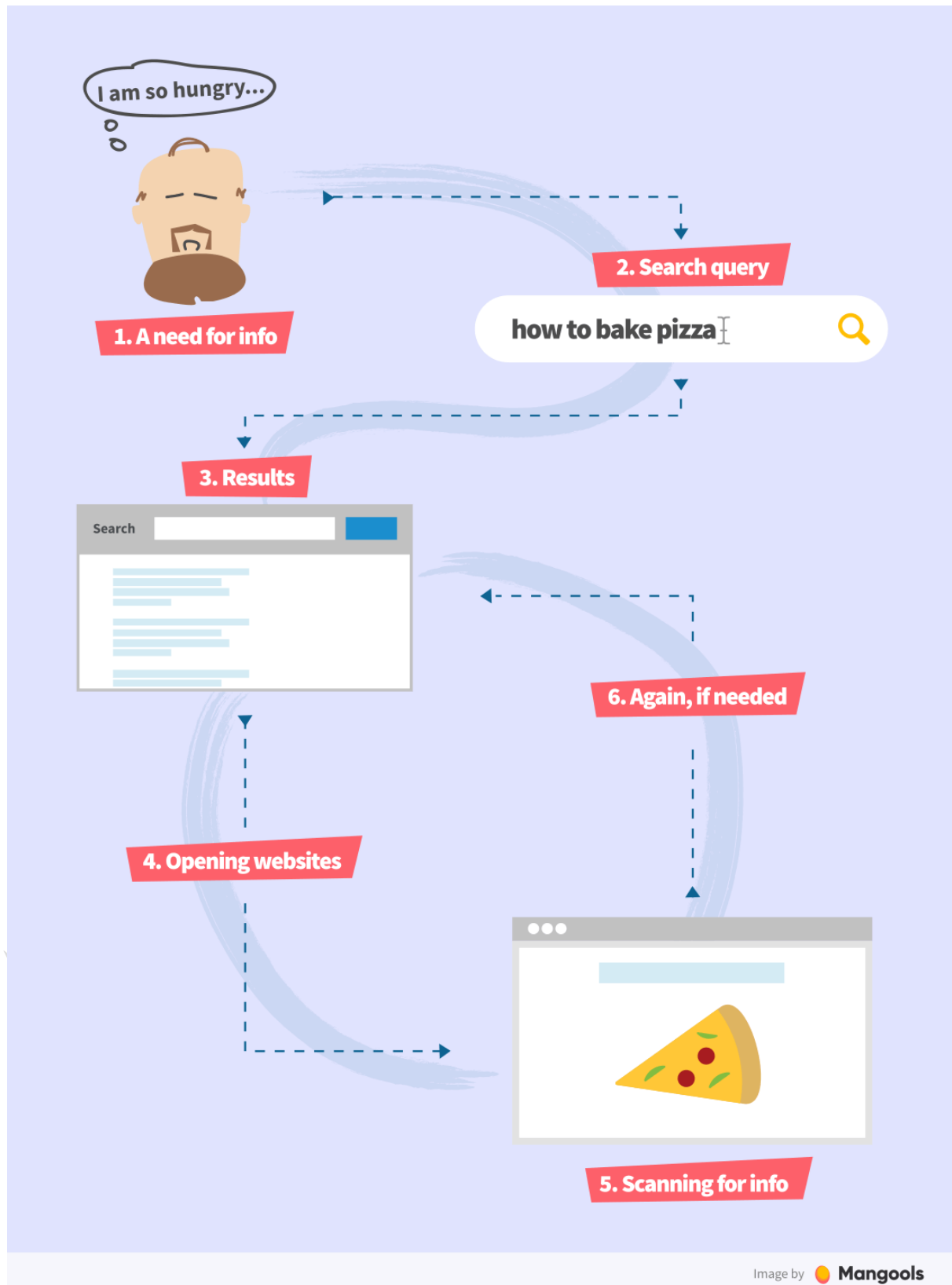
۱. دسته سئو داخلی (همراه با سئو تکنیکال)

۲. دسته سئو خارجی یا بک لینک‌ها

## ۲ - ۳ - نحوه استفاده مردم از موتورهای جستجو

برای یادآوری: نکته اصلی سئو، دوستانه بودن سایت شما با کاربران و موتورهای جستجو است. اگر تمام پول و وقت خود را در سئوی فنی کامل سرمایه‌گذاری کنید، خوب است؛ اما اگر تعامل با کاربر ضعیف باشد، موقعیت‌های شما می‌تواند به هدر رود و همچنین کاربر از شما راضی نباشد و این‌گونه شروع به هدر دادن پول می‌کنید. نقطه‌نظر کاربر اولویت شماره یک است.

تصویر زیر یکی از سفرهای متداول کاربر در جستجوی گوگل را نشان می‌دهد:



تعامل با موتورهای جستجو در طی سال‌های اخیر دچار تغییر و تحول شده است. با این حال، اصل همان است:

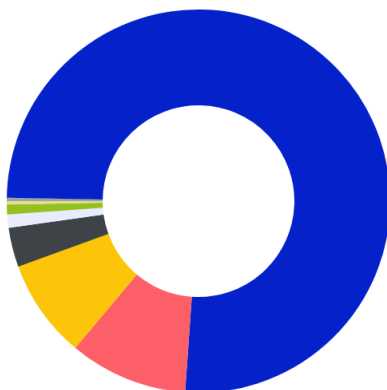
۱. نیاز به راه حل، اطلاعات یا پاسخ
۲. تایپ نیاز به صورت پرس و جو (کلمه کلیدی) در موتور جستجو
۳. رفتن به اولین نتیجه
۴. کلیک روی یک یا چند نتیجه دیگر (وبسایت)
۵. اسکن وبسایت برای پاسخ
۶. در صورت یافتن جواب، احتمالاً در وبسایت مورد نظر دنبال پاسخ‌های دیگری نیز باشد!

## ۲ - ۴ - سهم بازار موتورهای جستجو

در نمودارهای زیر می‌توانید مشاهده کنید که سهم هر کدام از موتورهای جستجو به چه صورتی است. این داده از وبسایت [Netmarketshare](http://Netmarketshare) جمع‌آوری شده است.

## Desktop/laptop search engine market share (Jun 2018 - May 2019)

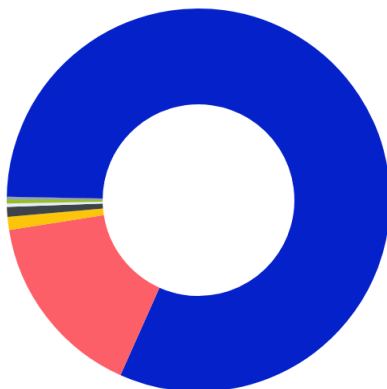
سهم بازار موتورهای جستجوگر در لپ تاپ/ دسکتاپ در بازه زمانی مشخص شده



■ Google (76.02%) ■ Baidu (9.86%) ■ Bing (8.43%) ■ Yahoo! (3.26%) ■ Yandex (1.27%) ■ Ask (0.60%)  
■ DuckDuckGo (0.32%) ■ Naver (0.12%) ■ AOL (0.06%) ■ Seznam (0.05%)

## Mobile search engine market share (Jun 2018 - May 2019)

سهم بازار موتورهای جستجوگر در موبایل در بازه زمانی مشخص شده



■ Google (81.66%) ■ Baidu (15.70%) ■ Yahoo! (1.01%) ■ Bing (0.82%) ■ Yandex (0.39%) ■ Naver (0.16%)  
■ DuckDuckGo (0.15%) ■ Ask (0.07%) ■ AOL (0.02%) ■ Seznam (0.02%)

**۲ - ۵ - چگونه می توان پرس وجوهای (کوئری) جستجو را طبقه بندی کرد؟**

سه نوع کوئری جستجو وجود دارد:

۱. کوئری جستجوی ناوبری
۲. کوئری جستجوی اطلاعاتی
۳. کوئری جستجوی تراکنش

### کوئری جستجوی ناوبری

این نوع جستجو نمایانگر هدف جستجو برای نام تجاری یا وبسایت خاصی هستند. مردم تمایل دارند به جای استفاده از تاریخچه یا نشانک‌های مرورگر (Bookmark)، دقیقاً کلمات خاص مانند "youtube" یا "google" یا "یوتا وردپرس" را در موتورهای جستجو تایپ کنند. بر اساس مطالعه موردی سایت mangools که در آن ۱۶ میلیارد کلمه کلیدی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند، برندهایی مانند YouTube، Facebook و Google بالاترین حجم جستجو را دارند.

### کوئری جستجوی اطلاعاتی

این موارد وقتی کاربران در جستجوی اطلاعات خاصی هستند ارسال می‌شوند. آن‌ها به دنبال یافتن پاسخ یا راهنمایی در مورد چگونگی انجام کاری هستند و به دنبال یک وبسایت خاص نیستند. به عنوان مثال، در باکس جستجو گوگل عبارت "نحوه پخت پیتزا" را جستجو می‌کنند.

### کوئری جستجوی تراکنش

در این نوع کوئری، کاربر قصد انجام خرید را دارد. معمولاً با یک نام محصول (مثلاً: قیمت تلویزیون الجی) یا دسته خاصی (مثلاً: کفش ورزشی) همراه می‌شود. علاوه بر این، می‌تواند همراه با "کجا بخریم ..."، "... قیمت" یا با روشی مشابه هم انجام شود.

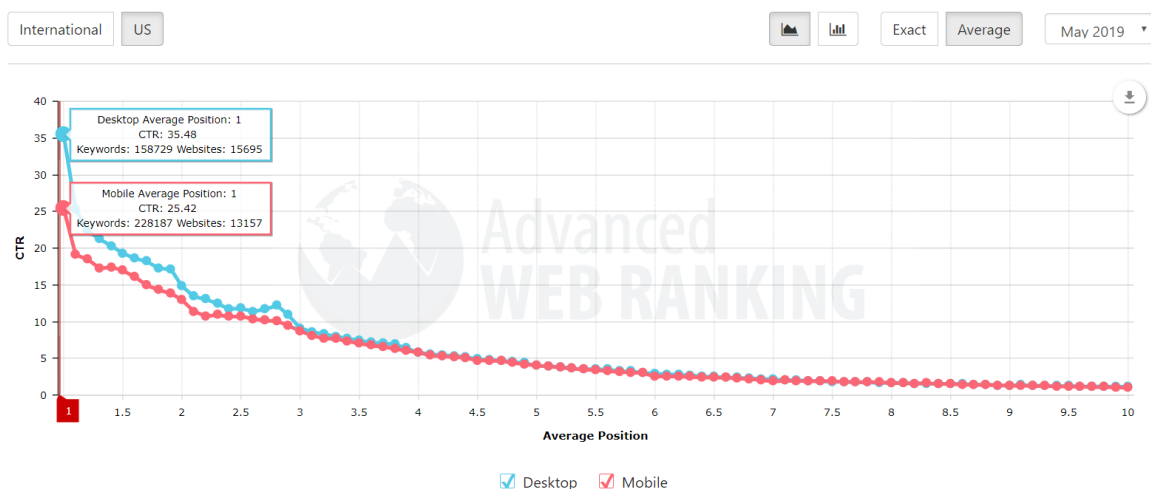
نوشته‌های وبلاگ اغلب ما در اکثر موارد با یک کلمه کلیدی خاصی نوشته شده‌اند و هدف اصلی جستجوی یک کلمه خاص است اما به دلیل افزایش محبوبیت

دستیاران صوتی مانند سیری، Google Now یا الکسا، ممکن است در آینده به تعریف کلمات کلیدی به این آسانی نباشد.

## ۲ - ۶ - به روزرسانی های SERP

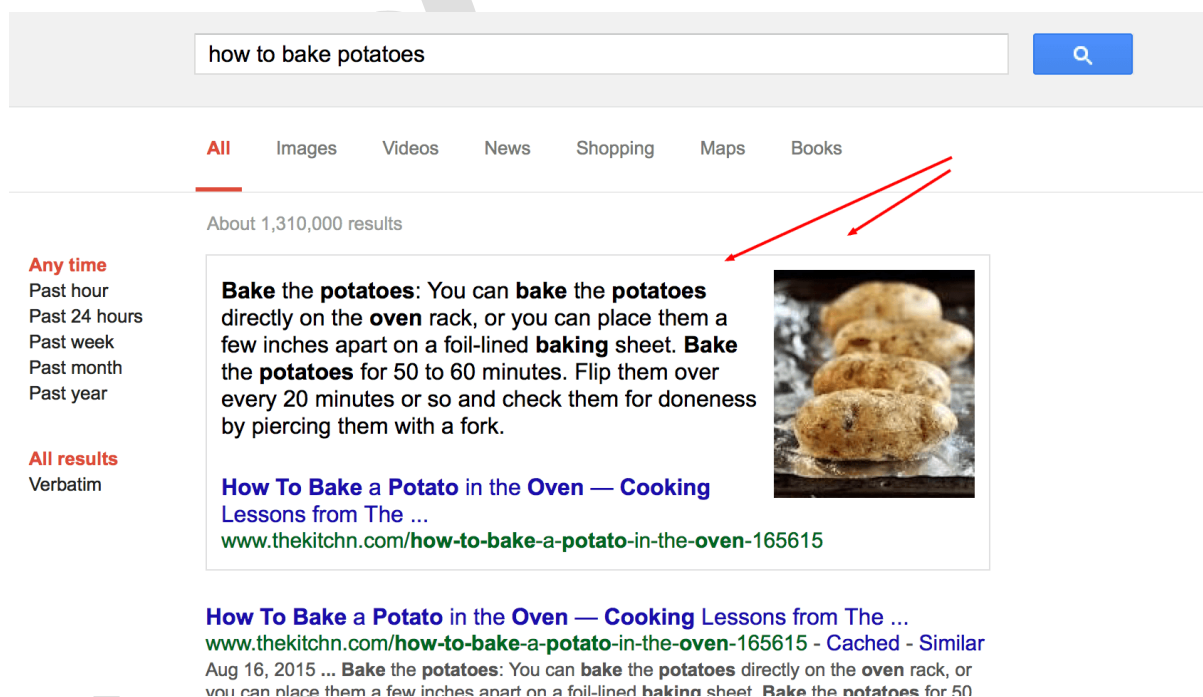
قرار گرفتن در صفحه اول نتایج جستجوی ارگانیک خوب است، قرار گرفتن در بین سه نتیجه اول عالی است اما تنها یک برنده وجود دارد، درست است؟ وبسایت ها در سراسر جهان به صورت روزانه، هفتگی یا ماهانه به روز می شوند. مسئله این است که اینترنت هر روز رشد می کند. هنگامی که وبسایت ها و تغییرات جدید توسط موتور جستجو ایندکس می شوند، نتایج ارگانیک ممکن است تغییر کند. یکی دیگر از عوامل بسیار مهم الگوریتم گوگل است که همواره تغییر می کند. تغییرات جزئی ممکن است تغییری در SERP ایجاد نکند اما یک به روزرسانی اصلی الگوریتم می تواند به عنوان یک زمین لرزه برای وبسایت ها باشد.

آنچه ما می خواهیم بگوییم این است که حتی اگر شما امروز برنده شوید و نتیجه اول باشید احتمالاً موقعیت شما در روز دیگر جایگزین رقبا شود و بالعکس. در نمودار زیر، شما می توانید بسته به میزان توزیع کلیک ارگانیک (CTR) برای ماه مه ۲۰۱۹ (بر اساس داده های Advanced Web Ranking) اهمیت بالاترین رتبه را در گوگل مشاهده کنید.



## ۲ - ۷ - ویژگی‌های SERP

نتیجه اول مهم است اما این روزها، باید به اصطلاح "موقعیت صفر" را در نظر بگیرید. بیاید نگاهی به نتایج جستجوی "How to bake potatoes" بیاندازیم. نتیجه اول یک قطعه برجسته گوگل با تمام یا مهم‌ترین اطلاعات است، بنابراین نیازی به بررسی نتایج دیگر نیست.



ویژگی‌های بسیار زیادی برای SERP وجود دارد (همچنین به آن‌ها Rich snippets گفته می‌شود). چرا باید به آن‌ها اهمیت دهید؟ Rich snippets ها در هنگام مشاهده نتایج بر رفتار کاربران تأثیر می‌گذارند. به این دلیل است که ویژگی‌های SERP جذابیت بصری بیشتری دارند و در اغلب مواقع اطلاعات کافی را در اختیار کاربران قرار می‌دهند، بنابراین کاربران اصلاً لازم نیست روی نتایج دیگر کلیک کنند.

این‌ها برخی از رایج‌ترین Rich snippets ها هستند که در SERP مشاهده خواهید کرد:

- جعبه پاسخ
- اسلایدر چرخشی (تصاویر، فیلم‌ها، محصولات)
- بسته تصویر
- بسته نقشه
- گراف‌های آموزشی
- داستان‌های برتر
- رویدادها
- و ...

### فصل ۳ - سئو داخلی

سئو داخل صفحه یا همان سئو داخلی شامل لیست کاملی از کارهایی است که باید انجام شود. چند سال پیش، بیشتر مربوط به برچسب‌های متا، مطالب و عناوین بیش‌ازحد بهینه‌شده بود اما در سال ۲۰۲۰ تغییرات زیادی کرده است. اگر می‌خواهید آموزش سئو وردپرس را در سال ۲۰۲۰ یاد بگیرید، با ما در ادامه آموزش ۱۰۰ سئو همراه باشید.

تا چند سال گذشته الگوریتم‌های موتور جستجو بیشتر روی محتوا، عناوین و توضیحات پر از کلمات کلیدی برای دستیابی به رتبه‌های بالا در نتایج جستجو تمرکز کرده بود اما در حال حاضر این الگوریتم‌ها پیچیده‌تر شده‌اند. اگر می‌خواهید سئو را یاد بگیرید، نمی‌توانید درگذشته گیر کنید. یکی از بزرگ‌ترین پیشرفت‌های موتورهای جستجوگر این است که آن‌ها عامل انسانی و به عبارت دیگر درگیری کاربر را در نظر می‌گیرند.

**فراموش نکنید که SEO مربوط به هدف قرار دادن افراد واقعی است، نه تنها موتورهای جستجو.**



### ۳ - ۱ - برچسب‌های متا

برچسب‌های متا بخشی از کد HTML هستند. آن‌ها محتوای وب‌سایت را توصیف می‌کنند. مهم‌ترین برچسب‌ها عناوین متا و توضیحات متا هستند.

"عناوین متا و توضیحات همراه با کلمات کلیدی تأثیر مستقیمی در رتبه‌بندی شما ندارند، اما آن‌ها همچنان یک عامل روانی قوی بر CTR (نرخ کلیک) و درگیری کلی کاربر هستند؛ بنابراین، آن‌ها هنوز هم برای سئو بسیار مهم هستند."

ابزارها و افزونه‌های زیادی وجود دارد (مانند Yoast for WordPress) که محتوای شما را از نظر استفاده از کلمات کلیدی متمرکز در عنوان متا، توضیحات متا، عنوان‌ها، چگالی کلمه کلیدی، ویژگی‌های alt تصویر و موارد دیگر مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد. این ابزارها و افزونه‌ها نکات زیادی ارائه می‌دهند اما به سختی می‌توانند الگوریتم گوگل را در هنگام توجه به عامل انسانی متوجه شوند. اطمینان حاصل کنید که هنگام ایجاد برچسب‌های متا، هم از نظر فنی و هم از نظر کاربر متن شما بهینه‌شده باشد.

### ۳ - ۲ - چک لیست سئو داخلی

کارهایی که باید برای انجام سئو داخلی در وردپرس (یا هر سیستم دیگری) لازم است انجام دهید را در اینجا ذکر می‌کنیم.

#### ۳ - ۲ - ۱ - قبل از نوشتن متن، بدانید که کاربران چه چیزهایی را جستجو می‌کنند

آیا قصد دارید در مورد موضوعی که افراد جستجو می‌کنند بنویسید؟ آیا مطمئن هستید که مقاله شما از دیگر مقالات موجود بهتر است؟ آیا می‌توانید یک ارزش افزوده جدید به موضوع ارائه دهید؟ آیا زمان شما مناسب است؟

این سؤالات اصلی قبل از شروع نوشتن است و مهم نیست که یک نوشته برای وبلاگ باشد یا یک صفحه فرود محصول. روش‌های بسیاری برای پاسخ دادن به این سؤالات وجود دارد. تحقیق کلمات کلیدی بخشی اجتناب‌ناپذیر است که شما باید قبل از نوشتن هر نوشته‌ای به آن توجه داشته باشید. در مورد چگونگی انجام تحقیق کلمات کلیدی در فصل ۵ به صورت کامل توضیح داده‌ایم.

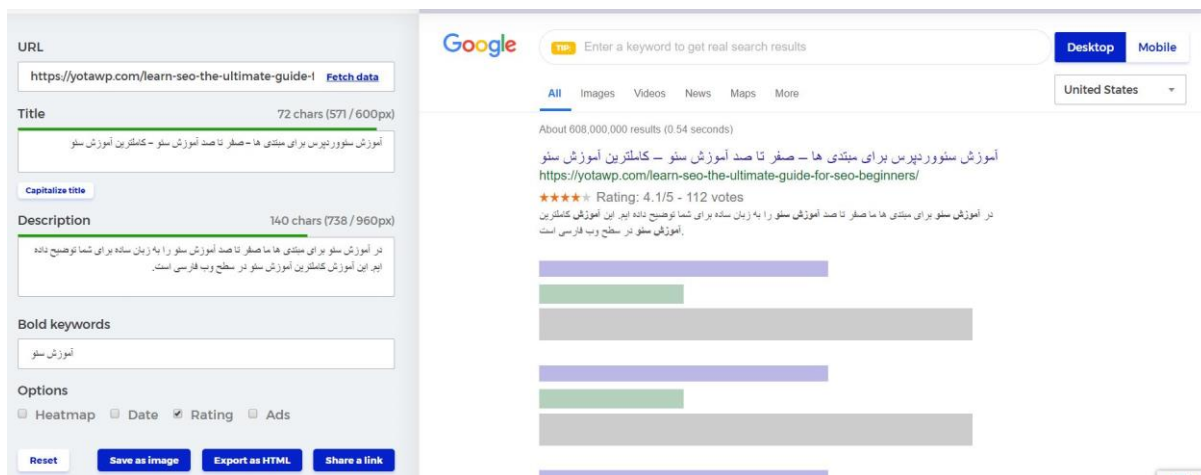
### ۳ - ۲ - ۲ - برچسب‌های عنوان و سرتیترها

شما باید یک عنوان جذاب، توضیحات متا مناسب و عناوین عالی را ایجاد کنید. روی کلیدواژه اصلی تمرکز داشته باشید تا کاربران موضوع شما را بهتر درک کنند. از توضیحات متا به عنوان یک فرصت عالی برای تأکید بر فراخوانی برای عمل (CTA) استفاده کنید.

"کاربران و موتورهای جستجو را متقاعد کنید که وبسایت شما همان چیزی است که باید روی آن کلیک کنند."

### نکات سریع برای برچسب‌های عنوان و سرتیترها:

- عنوان باید حداکثر ۷۰ کاراکتر و توضیحات متا باید حداکثر تا ۱۵۵ کاراکتر (به روز شده در مه ۲۰۱۹) باشند تا به صورت مناسب در گوگل نمایش داده شود.
- برای خوانایی و ساختار مناسب از ساختار <H1>، <H2>، <H3> و... درست استفاده کنید. به عنوان مثال فقط یک بار از H1 در نوشته خود استفاده کنید یا بیشتر از ۳ بار از H2 استفاده نکنید و به همین ترتیب تا H6.
- پیش‌نمایش نتایج جستجو را در ابزارهایی مانند [SERP Simulator](#) (تصویر زیر)، [SEOSiteCheckup](#) یا با استفاده از [افزونه‌های سئو وردپرس](#) بررسی کنید.



### ۳ - ۲ - ۳ - استفاده از URL های سئو دوست

از URL هایی که خودکار توسط سیستم ایجاد می شوند خودداری کنید:

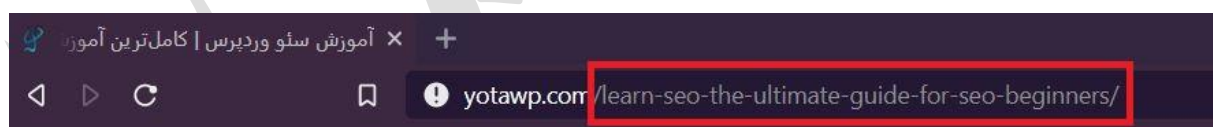
[www.example.com/2017/post318e7a349f6](http://www.example.com/2017/post318e7a349f6)

از URL های مربوط به مطالب و عنوان آن استفاده کنید:

[www.example.com/how-to-bake-pizza](http://www.example.com/how-to-bake-pizza)

در وردپرس شما می توانید نحوه نمایش URL های خودتان را انتخاب کنید. برای این کار از مسیر تنظیمات > پیوندهای یکتا اقدام کنید. بهترین و بهینه ترین حالت، حالت "نام نوشته" است.

متخصصان سئو و وبلاگ نویسان می گویند URL های کوتاه در گوگل رتبه بهتری دارند. البته، این بدان معنا نیست که بتوان از URL های بلند استفاده کرد ولی تا جایی که می توانید سعی کنید URL های شما از ۱۰ کلمه بیشتر نشود. برای مثال همین مقاله ای که در حال مطالعه آن هستید ۸ کلمه را شامل می شود:



### ۳ - ۲ - ۴ - چند رسانه ای یا مولتی مدیا

اگر می خواهید بازدیدکنندگان خود را درگیر کنید از تصاویر، اینفوگرافیک ها، نمودارها و فیلم ها استفاده کنید. این موارد منجر به کاهش نرخ پرش و تعامل بیشتر کاربران با سایت شما می شوند. بعضی چیزها باید به شیوه قدیمی نوشته شود اما در حال حاضر چند رسانه ای یک ضرورت است.

استفاده از ویدئو در مطالب یکی از داغ‌ترین روند بازاریابی طی چند سال اخیر بوده است. علاوه بر این، استفاده از ویدئو به افراد انگیزه می‌دهند تا مطالب شما را بپسندند، به اشتراک بگذارند یا برای آن دیدگاه قرار دهند.

نکات مهم برای استفاده از چندرسانه‌ای:

- تصاویر را با استفاده از نام فایل‌های مربوطه (چگونه-به-پخت-پیتزا.jpg) در سایت بارگذاری کنید.
- ویژگی‌های alt تصویر را روی تصویر خود اعمال کنید.
- اندازه پرونده را بهینه کنید. [برای مشاهده مقاله مربوط به آن کلیک کنید.](#)
- چندرسانه‌ای تعاملی مانند فیلم یا نمودار را درج کنید.
- فراموش نکنید که از متن نیز استفاده کنید. استفاده از محتوای متنی باعث می‌شود که کلمات کلیدی مهم را از دست ندهید (خزندگان موتور جستجو نمی‌توانند فیلم را "بخوانند").

### ۳ - ۲ - ۵ - لینک‌های داخلی و خارجی

استفاده از لینک‌های خارجی، سیگنال ارتباطی موضوع شما به گوگل می‌دهد به عبارت دیگر به سایت‌های معتبر و معروف در حوزه کاری خودتان لینک دهید تا گوگل موضوع سایت شما را بهتر درک کند.

لینک‌های داخلی روشی مناسب برای تبلیغ سایر مقالات یا بخش‌های وبسایت شما هستند. بازدید از آن‌ها آسان‌تر می‌شود و منجر به تعامل بیشتر می‌شود. لینک‌های داخلی همچنین به ربات‌های گوگل کمک می‌کند تا ساختار وبسایت را بهتر درک کنند.

نکات سریع برای لینک‌های داخلی و خارجی:

- لینک‌های خارجی ممکن است به طور مستقیم رتبه سایت شما را بهبود ندهند اما استفاده از آن‌ها بسیار توصیه می‌شود.

- بسته به طول محتوا از حداکثر ۲-۳ پیوند داخلی استفاده کنید.
- خزنده‌های موتور جستجو لینک‌ها را اسکن می‌کنند بنابراین مطلب خودتان را به لینک‌های خراب ارجاع ندهید.
- برای لینک دهی داخلی از [مدل خوشه موضوع](#) استفاده کنید.

### ۳ - ۲ - ۶ - بگذارید مردم درگیر شوند

محتوای عالی خودش را به اشتراک می‌گذارد. به شاید در گذشته این موضوع درست بود اما این روزها مردم تنبل هستند و این کار را انجام نمی‌دهند بنابراین دکه‌های اشتراک‌گذاری مطالب را همیشه باید در وبسایت خود داشته باشید. طبق گفته BuzzSumo، سهم اشتراک‌گذاری مطالب از سال ۲۰۱۵ به نصف کاهش یافته است. شما علاوه بر فیس‌بوک، توییتر یا لینکدین، شبکه‌های اجتماعی خاص و مرتبط با موضوع مانند Reddit، Pinterest، تلگرام و موارد دیگر را در نظر بگیرید.

علاوه بر فیس‌بوک، توییتر یا لینکدین، شبکه‌های اجتماعی خاص و مرتبط با موضوع مانند Reddit، Pinterest و بسیاری دیگر را در نظر بگیرید.

### ۳ - ۳ - چک لیست تکنیکال (فنی) سئو داخلی

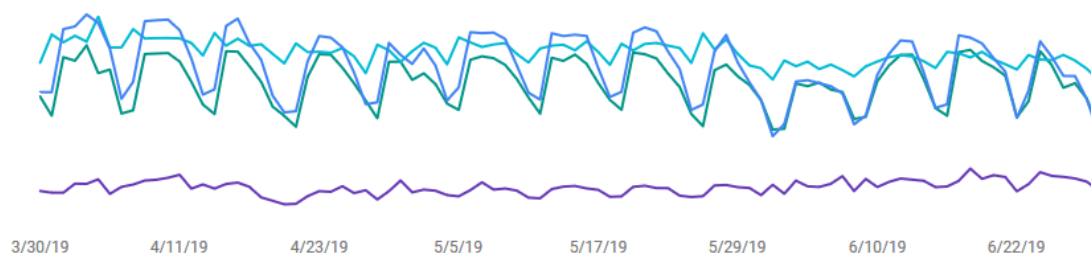
ما می‌توانیم سئو تکنیکال را به عنوان بخشی از سئو داخلی که به موارد فنی بیشتری می‌پردازد، طبقه‌بندی کنیم. معمولاً حداقل به یک مقدار آشنایی با کدنویسی نیاز دارید اما نگران نباشید وردپرس اینجاست! با استفاده از وردپرس اکثر کارها را به راحتی انجام خواهید داد.

مهم‌ترین فاکتورهای تکنیکال سئو که باید روی آن‌ها تمرکز کنید را در زیر ذکر کرده‌ایم:

### ۳ - ۱ - گوگل وبسمتر یا سرچ کنسول (Search Console)

اتصال سایت به [سرچ کنسول گوگل](#) (همان گوگل وبسمتر قبل) یکی از اصول اولیه سئو است. این به شما کمک می‌کند تا حضور و عملکرد سایت خودتان را در گوگل به صورت کامل نظارت کنید.

| Total clicks | Total impressions | Average CTR | Average position |
|--------------|-------------------|-------------|------------------|
| 242K         | 12.7M             | 1.9%        | 38.2             |



کنسول جستجو به شما کمک می‌کند تا رتبه‌بندی کلمات کلیدی، CTRها، مجازات‌های احتمالی گوگل و بسیاری از داده‌های مفید دیگر را برای سئو تکنیکال سایت خود مورد تجزیه و تحلیل قرار دهید.

سایر ویژگی‌های سرچ کنسول شامل قابلیت استفاده از موبایل، انتخاب آنچه شما می‌خواهید ایندکس شود، خطاهای سایت، خطاهای داده ساختاری و لینک‌ها هستند.

### ۳ - ۲ - سرعت وبسایت

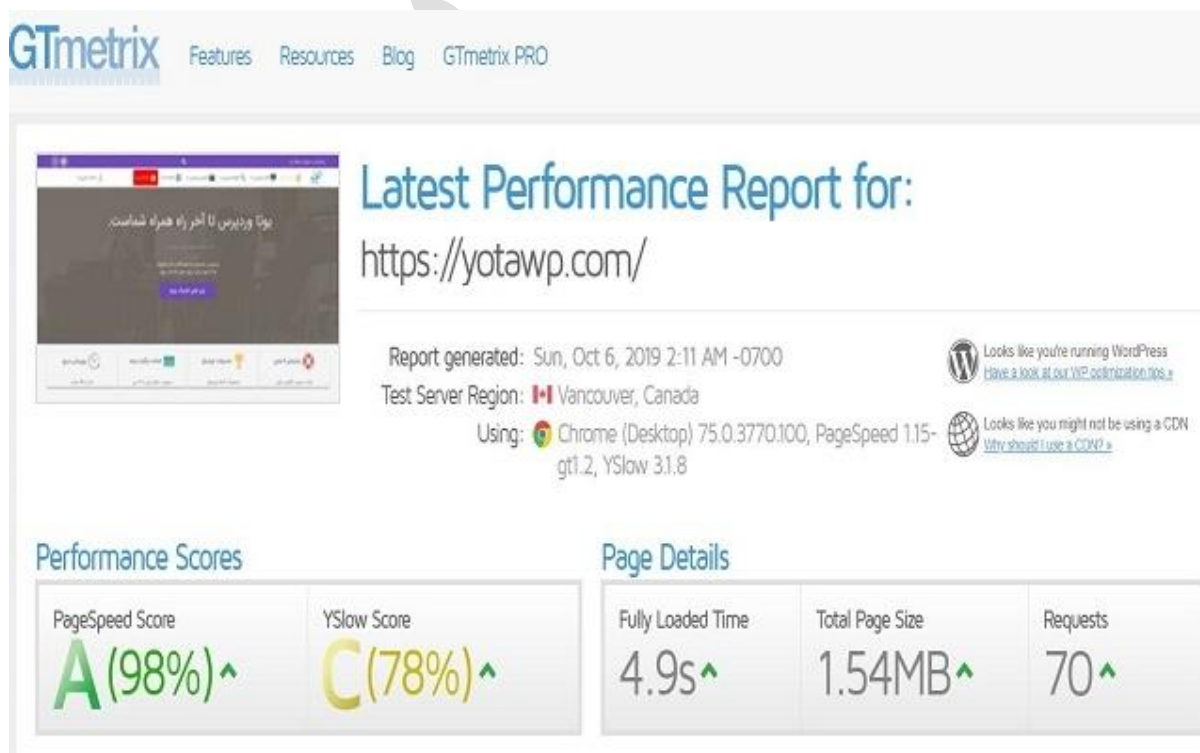
سرعت وبسایت یکی از عوامل رتبه‌بندی است، بنابراین شما همیشه باید در جهت بهبود آن باشید. مشخص است که ۵۰٪ از کاربران وب انتظار دارند یک سایت در ۲ ثانیه یا کمتر بارگیری شود. اگر در ۳ ثانیه بارگیری نشود، آن‌ها را ترک می‌کنند.

#### نکات مهم:

- سرعت سایت خودتان را در [gtmetrix](#) یا [pingdom](#) تست کنید.



- بهینه‌سازی تصاویر، فشرده‌سازی GZIP، فشرده‌سازی HTML، کوچک‌سازی JS و CSS را انجام دهید و سعی کنید زمان پاسخگویی سرور را کاهش دهید.
- میزبانی وب باکیفیت نقش بزرگی در سرعت وب‌سایت دارد بنابراین حتماً یک ارائه‌دهنده قابل‌اعتماد را انتخاب کنید.



### ۳ - ۳ - ۳ - بهینه‌سازی موبایل

در حال حاضر بهینه‌سازی سایت برای موبایل یک ضرورت است. جهان از دسکتاپ به موبایل در حال تغییر است. درواقع، اجرای یک وب‌سایت که برای موبایل بهینه‌سازی نشده باشد تأثیر منفی بر رتبه‌بندی آن خواهد گذاشت.

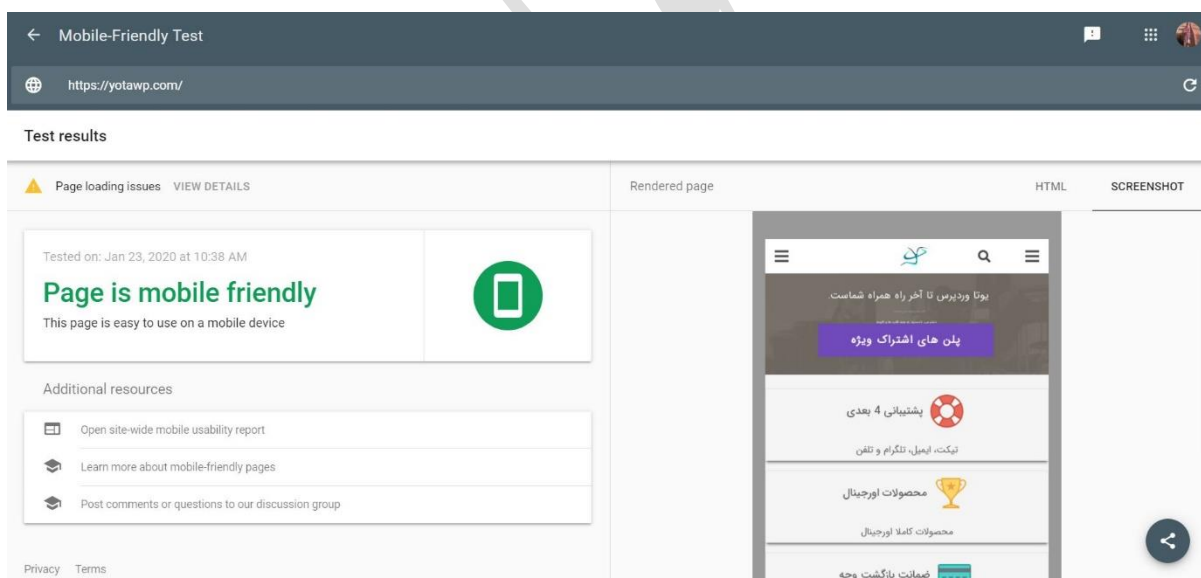
از مارچ ۲۰۱۸ به بعد گوگل موبایل را جداگانه ایندکس می‌کند درواقع سایت شما دو بار ایندکس می‌شود یک‌بار برای دسکتاپ و صفحات بزرگ و یک‌بار برای موبایل و تبلت. ایندکس کردن سایت برای موبایل به این معنی است که گوگل از نسخه موبایل وب‌سایت شما برای فهرست بندی و رتبه‌بندی استفاده می‌کند. درواقع نتایج



جستجوی گوگل در موبایل و در دسکتاپ یکسان نخواهد بود و بر اساس دستگاه کاربر بهترین نتیجه را نمایش می‌دهد.

### نکات مهم:

- واکنشگرایی وبسایت خود را در سایت [Mobile-Friendly Test](#) تست کنید.
- رتبه‌بندی کلمات کلیدی خود را در نتایج جستجوی موبایل نظارت کنید.
- اطمینان حاصل کنید که نسخه موبایل وبسایت شما جذاب است و بدون مشکل عمل می‌کند.



یک بحث دیگری که وجود دارد استفاده از AMP (شتاب‌دهی صفحات موبایل) برای افزایش سرعت بارگذاری صفحات سایت در موبایل است. AMP یک کد HTML با ویژگی‌های سفارشی است که امکان ارائه سریع‌تر محتوای استاتیک را فراهم می‌کند. در سال ۲۰۱۷، این یکی از پروژه‌های اصلی جستجوی موبایل بود.

خوشبختانه وردپرس برای این مورد هم راه‌حل دارد. توسعه‌دهندگان افزونه‌های وردپرس برای AMP هم یک افزونه بسیار مناسب تهیه کرده‌اند تا شما را از درگیری با کدها دور کنند.

[برای مشاهده صفحه افزونه وردپرس AMP کلیک کنید](#)

### ۳ - ۳ - ۴ - سایت مپ

نقشه سایت یا سایت مپ به ربات های گوگل کمک می کند تا محتوای شما را بهتر بررسی کنند یا اصطلاحاً crawl کنند. سایت مپ یک فایل است که در آن همه بخش های وبسایت ذکر شده است. بهتر است که هنگام راه اندازی وبسایت، سایت مپ آن را نیز فعال کنید.

داشتن نقشه سایت به این معنی نیست که رتبه سایت شما بهتر می شود بلکه باعث می شود ربات های گوگل راحت تر در سایت شما بخرزند. به گفته گوگل، استفاده از سایت مپ امتیاز مثبتی دارد اما نداشتن آن دلیلی برای مجازات سایت شما نخواهد بود.

#### نکات مهم:

- همه وبسایت ها به نقشه سایت احتیاج ندارند.
- بیشتر نقشه های سایت XML هستند.
- نقشه سایت نباید حاوی بیش از ۵۰,۰۰۰ نشانی اینترنتی (URL) باشد و نمی تواند بیش از ۵۰ مگابایت باشد.
- نقشه سایت را در دایرکتوری روت وبسایت خود قرار دهید:

[https://yotawp.com/sitemap\\_index.xml](https://yotawp.com/sitemap_index.xml)

## XML Sitemap

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

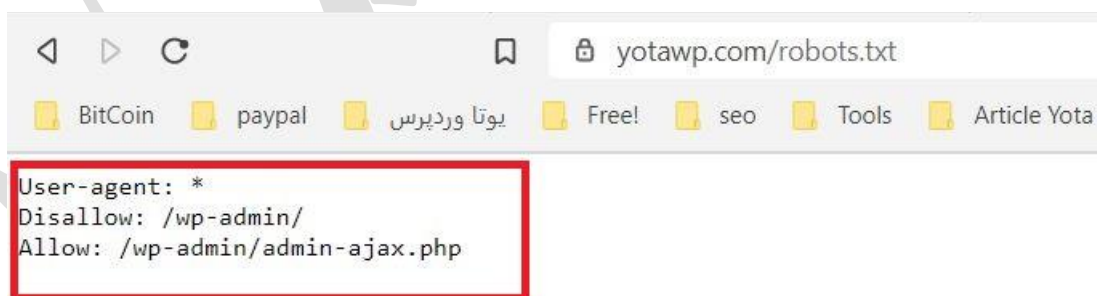
You can find more information about XML sitemaps on **sitemaps.org**.

This XML Sitemap Index file contains 10 sitemaps.

| Sitemap                                                                                                         | Last Modified           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <a href="https://yotawp.com/post-sitemap.xml">https://yotawp.com/post-sitemap.xml</a>                           | 2020-01-23 09:05 +03:30 |
| <a href="https://yotawp.com/page-sitemap.xml">https://yotawp.com/page-sitemap.xml</a>                           | 2020-01-23 10:05 +03:30 |
| <a href="https://yotawp.com/download-sitemap.xml">https://yotawp.com/download-sitemap.xml</a>                   | 2020-01-21 23:45 +03:30 |
| <a href="https://yotawp.com/us_portfolio-sitemap.xml">https://yotawp.com/us_portfolio-sitemap.xml</a>           |                         |
| <a href="https://yotawp.com/category-sitemap.xml">https://yotawp.com/category-sitemap.xml</a>                   | 2020-01-23 09:05 +03:30 |
| <a href="https://yotawp.com/post_tag-sitemap.xml">https://yotawp.com/post_tag-sitemap.xml</a>                   | 2020-01-23 09:05 +03:30 |
| <a href="https://yotawp.com/download_category-sitemap.xml">https://yotawp.com/download_category-sitemap.xml</a> | 2020-01-21 23:45 +03:30 |
| <a href="https://yotawp.com/download_tag-sitemap.xml">https://yotawp.com/download_tag-sitemap.xml</a>           | 2020-01-21 16:21 +03:30 |
| <a href="https://yotawp.com/ticket-type-sitemap.xml">https://yotawp.com/ticket-type-sitemap.xml</a>             | 2020-01-04 17:13 +03:30 |
| <a href="https://yotawp.com/author-sitemap.xml">https://yotawp.com/author-sitemap.xml</a>                       | 2019-08-26 19:51 +04:30 |

### Robots.txt - ۵ - ۳ - ۳

Robots.txt فایلی است که به خزنده‌ها اجازه خزیدن در برخی از صفحات سایت را نمی‌دهد. در <https://example.com/robots.txt> قرار دارد و عمومی است. استفاده از این فایل هنگامی که نمی‌خواهید برخی اسکریپت‌ها، فایل‌ها یا تصاویر غیرضروری ایندکس شوند، مفید است.



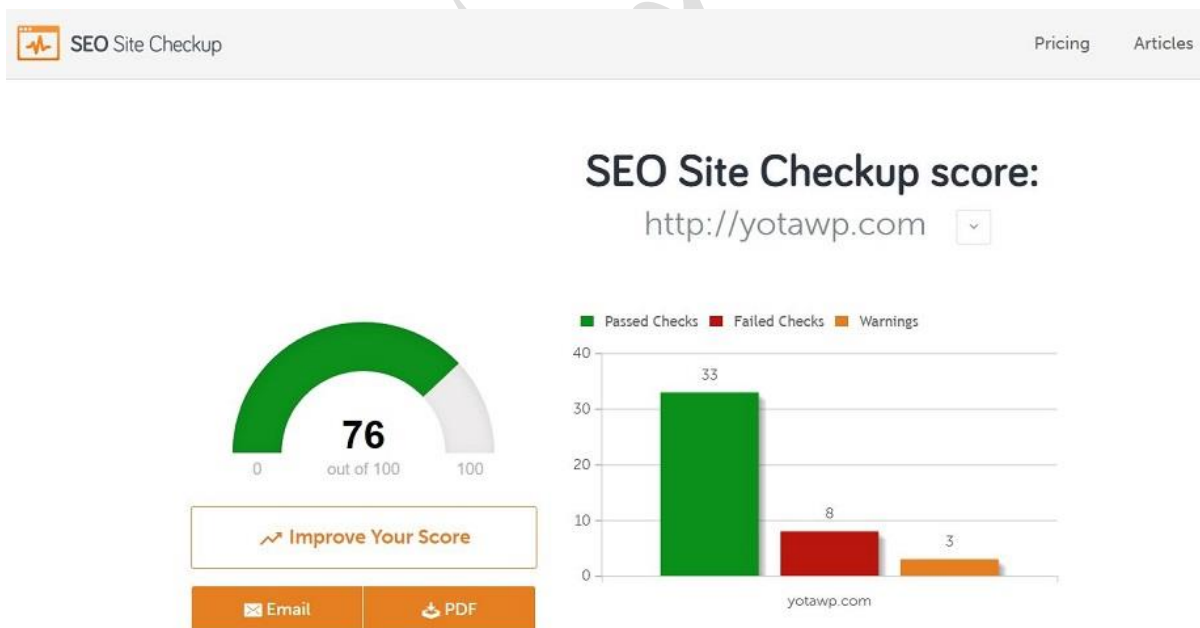
### نکات مهم:

- برای مخفی کردن محتوا از موتورهای جستجو از robots.txt استفاده نکنید.
- خزندگان یا ربات‌های مخرب نباید قادر به نقض robots.txt باشند.

### ۳ - ۴ - هک های تکنیکال سئو

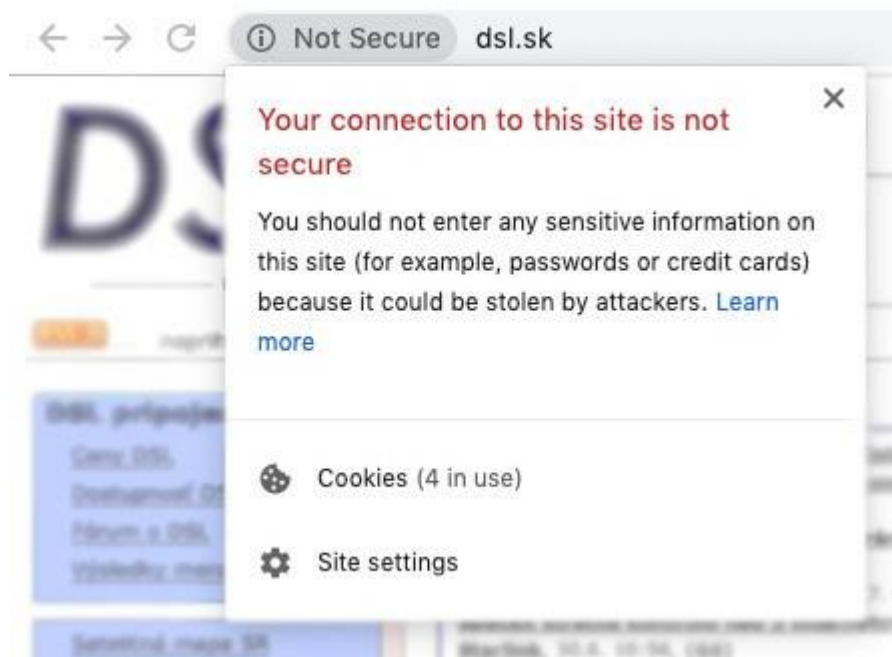
بسیاری از هک های سئو وجود دارد که باعث افزایش عملکرد وبسایت شما می شود. ابتدا با تجزیه و تحلیل وضعیت فعلی شروع کنید. این به شما کمک می کند فرصت ها را پیدا کنید.

[SEOSiteCheckup](#) ابزاری عالی برای تجزیه و تحلیل سئو داخلی است. می توانید هر روز یک URL را تجزیه و تحلیل کرده و بدون ثبت نام در سایت فایل PDF آن را دانلود کنید.



### HTTPS در مقابل HTTP

در سال ۲۰۱۴، گوگل اعلام کرد که رتبه وبسایت هایی که HTTPS / SSL دارند را ارتقا می بخشد. در حال حاضر می دانیم که این یک فاکتور رتبه بندی سبک است که تأثیر کمی در رتبه بندی سایت شما دارد. با این حال، امنیت یک عامل روانی قوی است. به عنوان مثال، مرورگر گوگل کروم وبسایتی را که با SSL رمزگذاری نشده باشد را به عنوان ناامن تشخیص می دهد و عبارت "not secure" را نشان می دهد که بر تعامل کاربر تأثیر منفی می گذارد.



## فصل ۴ - محتوا و سئو

آیا محتوا و سئو دو اصطلاح مستقل هستند یا یک زوج ایده آل؟ بسیاری از بازاریابان تصور می‌کردند که آن‌ها بازیکنان جداگانه‌ای هستند. بیایید دریابیم که چگونه می‌توانید از هم‌افزایی آن‌ها بهره‌مند شوید.

در میان برخی بازاریابان یک اسطوره محبوب وجود دارد که به محتوای کامل نیاز به سئو ندارد. حقیقت این است که آن‌ها اشتباه کردند و ما به شما نشان خواهیم داد که چرا.

آیا می‌توانید بدون بهینه‌سازی صفحه یا بدون یک بک لینک واحد، محتوای باکیفیت بالا را تصور کنید؟ به همین ترتیب، آیا می‌توانید یک وب‌سایت کاملاً بهینه و مملو از محتوا را تصور کنید که هیچ‌کس آن را نخواند؟

**برخی از مردم هنوز هم اعتقاد دارند که:**

- سئو برای موتورهای جستجو است

- محتوا برای انسان است

این افراد کاملاً در اشتباه هستند! محتوا و سئو باهم همپوشانی دارند. شما فقط باید محتوای منحصربه‌فرد را ایجاد کنید و آن را به‌طور هم‌زمان برای موتورهای جستجو و افراد بهینه کنید. به این تکنیک گاهی "سئو محتوا" یا "نوشتن مقاله سئو شده" گفته می‌شود.

## ۴ - ۱ - چه محتوایی باید ایجاد کنم؟

این اولین و مهم‌ترین سؤال است. پاسخ (حداقل در تئوری) ساده است: "منحصربه‌فرد باشید". ایجاد محتوای اورجینال، تأمل‌برانگیز و جذاب یک شروع عالی است. محتوا و سئو از ابتدا باید دست‌به‌دست هم دهند. می‌توانید انواع مختلفی از مطالب را انتخاب کنید:

### وبلاگ‌ها

وبلاگ‌ها به‌خصوص در سال‌های گذشته بسیار محبوب هستند. یک وبلاگ خوب منبع خوبی برای جذب کاربر نه‌فقط برای وبلاگ نویسان بلکه برای وبسایت‌های فروشگاه‌های یا ارائه‌دهندگان خدمات حرفه‌ای است. وبلاگ نویسی همچنین راهی برای کسب درآمد با انجام کاری است که شما دوست دارید (وبلاگ نویسان مسافرتی، وبلاگ نویسان بازاریابی و غیره).

شما هر کسب‌وکاری را شروع کنید می‌توانید در منابع انگلیسی مطالب خوبی را به دست آورید. کافی است آن‌ها را ترجمه کنید. ما در تیم یوتا وردپرس هم مقالات خارجی را ترجمه می‌کنیم و هم خودمان به‌صورت انحصاری تولید محتوا می‌کنیم.

### نکات مهم:

- اورجینال باشید؛ یعنی محتوای شما منحصربه‌فرد باشد.
- تحقیقات خود را انجام داده و از داده‌های منحصربه‌فرد استفاده کنید.

- مطالب باکیفیت و با ارزش افزوده بالا ایجاد کنید.
- با شرکت های بزرگ در حیطه کاری خودتان همکاری کنید.

## صفحات محصول

صفحات محصول باکیفیت باید اولویت اصلی هر فروشگاه اینترنتی باشد. اغلب صفحات محصول به عنوان صفحات فرود برای کمپین های PPC، از جمله بازاریابی AdWords یا رسانه های اجتماعی پولی استفاده می شوند. صفحات محصول شما باید از نظر سئو کاملاً بهینه باشد. تعداد کلمات آن باید حداقل ۵۰۰ کلمه باشد. این مورد باید به صورت منحصربه فرد نوشته شود. البته اگر شما یک محصول را از یک سایت خارجی تهیه کرده اید و توضیحات انگلیسی دارد می توانید آن را به فارسی روان برگردانید. کاری که ما در حال حاضر انجام می دهیم. بعد از خرید قالب وردپرس اورجینال یا افزونه وردپرس اورجینال از سایت های خارجی، مطالبی که آن ها برای توضیحات محصول ذکر کرده اند را ترجمه می کنیم.

## نکات مهم:

- باید صفحه محصول شما تا حد امکان ساده باشد و لینک های خروجی زیادی نداشته باشد.
- از عکس های حرفه ای محصولات استفاده کنید.
- در صفحه محصول سرعت وبسایت و UX مناسب مهم تر از بخش های دیگر سایت هستند.

## بررسی ها

نوشتن یک بررسی چیز جدیدی نیست اما در دنیای اینترنت، همه چیز قابل بررسی است. شما می توانید فیلم ها، کافه ها، رستوران ها، بازی ها و ... را بررسی کنید و در مورد آن ها مقاله بنویسید. اگر بتوانید یک سایت تأثیرگذار و قابل اعتماد شوید، نظرات مردم را جلب می کنید و می توانید برای بررسی های خود اسپانسر بگیرید.



برای این مورد نیز می‌توانید از سایت‌های خارجی استفاده کنید و شما فقط کار ترجمه را انجام دهید.

### نکات مهم:

- یک موضوع خاص را انتخاب کنید.
- نگران رقبایی که هزینه زیادی می‌کنند نباشید.
- ثبات، کلید اصلی برای تبدیل شدن به یک برند قوی است.

### مطالعات موردی و تحقیقات اورجینال

در مورد چگونگی انجام کارها مقاله بنویسید، داده‌های جالبی را که جمع‌آوری کرده‌اید به اشتراک بگذارید، نشان دهید استراتژی رضایت مشتری شما چیست یا چگونه در هنگام راه‌اندازی یک محصول جدید شکست خورده‌اید. احتمالاً بهترین چیز در مورد مطالعات موردی این است که همیشه منحصربه‌فرد هستند و اطلاعات جدیدی را برای خوانندگان به ارمغان می‌آورند.

برای این مورد هم می‌توانید از جدیدترین تحقیقات که در سایت‌های خارجی قرار داده‌شده‌اند استفاده کنید. برگرداندن و ترجمه مقالات خارجی به فارسی از نظر گوگل همانند نوشتن یک محتوا منحصربه‌فرد است. فقط در پایان مقاله خود لینک منبع را قرار دهید.

### نکات مهم:

- روی موضوع خود وقت بگذارید، تحقیقات خود را انجام دهید، داده‌های اورجینال کافی تهیه کنید و صادق باشید (دروغ نگویند)
- اگر در مورد مشاغل خود می‌نویسید، پشت کار را به کاربران نشان دهید.
- خجالتی نباشید، مردم علاقه‌مند به داستان‌های موفقیت‌آمیز نیستند. از شکست‌ها هم بنویسید.



## اینفوگرافیک

همه کاربران اینفوگرافیک را دوست دارند و می‌پسندند زیرا مطلب را به سادگی بیان می‌کند همچنین به اشتراک‌گذاری و دانلود آن‌ها آسان است. اگر می‌خواهید از اینفوگرافیک به عنوان یک جایگزین متن استفاده کنید توصیه می‌کنم اصلاً اینفوگرافیک تهیه نکنید. اینفوگرافیک باید متن شما را به صورت تصویری بیان کند نه اینکه جای آن را بگیرد.

ایجاد اینفوگرافیک به معنای آسان خواندن اطلاعات است. برای ایجاد اینفوگرافیک می‌توانید از سایت [renderforest](https://renderforest.com) استفاده کنید.

### نکات مهم:

- اینفوگرافیک‌ها هنوز هم اشتراک‌گذاری و ارتباط بالایی دارند، بنابراین حتماً با داده‌ها و طراحی بازی کنید.
- فقط از مهم‌ترین داده‌ها استفاده کنید.
- داستانی را ایجاد کنید، نمودارها یا تصاویر را اضافه کنید.
- هنگام بارگذاری اینفوگرافی به عنوان عکس، فراموش نکنید که متن را بنویسید زیرا خزانگان نمی‌توانند متن را در تصویر "بخوانند".

### آموزش، راهنمایی، چگونه، ترفندها و نکات

بسیاری از اوقات، راهنماها به عنوان بخشی از وبلاگ‌ها منتشر می‌شوند. "راهنمای ..."، "چگونه ... " و "آموزش ... " کلمات کلیدی جذاب هستند. می‌توانید پاسخ این راهنمایی‌ها را بنویسید، اما به خاطر داشته باشید که در حال حاضر صدها سایت از این مدل وجود دارند. هیچ‌وقت از دیگران کپی نکنید و ترفندها و نکات مختلفی را نسبت به رقبا ارائه دهید.

مثلاً: چگونه پیتزا بپزیم یا آموزش درست کردن پیتزا یا راهنمایی در مورد درست کردن پیتزا

## نکات مهم:

- می‌توانید با استفاده از فیلم آموزشی، ترفندها و سؤالات را پاسخ دهید.
- از صاحب کالا یا فروشنده یا شخص سؤال‌کننده مطلع شوید تا احتمالاً بتوانید یک بک لینک یا اشتراک در پروفایل شبکه‌های اجتماعی خود داشته باشید.
- اگر در حال نوشتن راهنمایی برای محصول خود هستید، راهنمایی را در صفحه فرود محصول قرار دهید تا از این طریق ترافیک اضافی و یک بک لینک داخلی به دست آورید.

## لیست‌های برتر

یکی دیگر از فرم‌های محبوب محتوای نوشتاری، نوشتن لیست‌های برتر حوزه‌های مختلف است. به عنوان مثال می‌توانید از عبارات "بهترین ..."، "برترین ..."، "تاپ ترین ..." و امثال این عبارات استفاده کنید. این نوع جستجو بسیار محبوب است و شما می‌توانید بازدیدکنندگان زیادی را به سمت سایت خود بکشید.

## نکات مهم:

- سرتیترها همه‌چیز را در مورد پست می‌گویند. در نوشتن آن‌ها دقت داشته باشید.
- ساختار را ساده نگه‌دارید.
- از منابع اطلاعات اثبات‌شده استفاده کنید.
- از خوانندگان بخواهید موارد دیگر را در بخش دیدگاه‌ها ذکر کنند.

## مصاحبه‌ها

دریافت اطلاعات و نظرات منحصربه‌فرد از یک فرد باتجربه بسیار عالی است! این کمک می‌کند تا اعتبار، ترافیک، اشتراک‌گذاری و بک لینک ایجاد شود. از این گذشته،

اگر کسانی که با آن‌ها مصاحبه می‌کنید دارای مخاطبان زیادی باشند و فایل مصاحبه را به اشتراک بگذارند، ترافیک بالایی را به صورت رایگان برای شما ایجاد می‌کنند. می‌توانید یک فیلم یا پادکست از مصاحبه ضبط کنید و در سایت خود قرار دهید البته نوشتن متن مصاحبه هم باید انجام شود.

### نکات مهم:

- سعی کنید با یک شخص مشهور مصاحبه کنید.
- یک ساختار واضح از مصاحبه تنظیم کنید.
- سوالات باید به طور طبیعی جریان پیدا کنند.

### ویدئوها

تعامل بیشتر، اشتراک‌گذاری بالا، لایک، بک لینک و تبدیل بیشتر؛ این‌ها بزرگ‌ترین مزیت استفاده از محتوای ویدیویی هستند. ویدئوها می‌توانند نرخ تبدیل را تا ۸۰٪ افزایش دهند.

### نکات مهم:

- موضوع ویدئو را بنویسید، آن را اصلاح و تمرین کنید سپس شروع به ضبط کردن و درست کردن کنید.
- برای بودجه سخت‌افزاری و ویرایش نرم‌افزار و یا برای استخدام تدوینگر و ویرایش گر حرفه‌ای، مقداری بودجه تهیه کنید.
- در داخل ویدئو از متن استفاده کنید.
- برای توجیه زمان و هزینه‌ای که برای آن در نظر گرفته‌اید، یک برنامه بازاریابی تهیه کنید یا حداقل فعالیت‌های تبلیغی اولیه را برنامه‌ریزی کنید.

البته، شما همیشه نیازی به ایجاد ویدئو به صورت اختصاصی ندارید. با اشتراک گذاری یا قرار دادن ویدئو یک متخصص، نوشته خود را جالب تر کنید! این می تواند محتوای شما را غنی سازد و باعث شود که خواننده در وبسایت شما طولانی تر بماند.

## کتاب های الکترونیکی

کتاب های الکترونیکی معمولاً برای بازاریابی و بررسی استفاده می شوند. شاید بیشتر در صنعت B2B وجود داشته باشد اما هنوز بسیاری از وبسایت های B2C وجود دارد که برای دانلود کتاب نیاز به یک آدرس ایمیل دارند. اگر شما می خواهید برای دانلود کتاب الکترونیکی خود از کاربران ایمیل دریافت کنید باید دلیل خوبی را ارائه دهید و کتاب شما هم ارزشمند باشد. کتاب های الکترونیکی معمولاً به صورت PDF و حاوی مطالب طولانی هستند.

### نکات مهم:

- PDF را به عنوان یک کتاب مناسب بنویسید: شما به یک موضوع جذاب، عنوان، پیش نمایش، نویسنده معتبر، تصحیح مناسب و طراحی جذاب نیاز دارید
- به کاربران انگیزه دهید تا کتاب را دانلود کنند: از کتاب های الکترونیکی با اطلاعات منحصر به فرد و ترفندهای ویژه استفاده کنید که در وبسایت شما یا در مقایسه با رقبا قابل یافتن نیستند.

## ۴ - ۲ - طول پست مطلوب وبلاگ چقدر باید باشد؟

تا چند سال پیش، پست های طولانی پر از کلمات کلیدی به راحتی در موقعیت های برتر گوگل قرار می گرفتند و به جایی رسیده است که به نظر می رسد صدها مقاله تقریباً یکسان با همان کلمات کلیدی وجود دارند.

## ایجاد محتوا به خاطر محتوا دیگر کار نمی‌کند.

اگر مقاله‌ای می‌نویسید، باید توجه خواننده را جلب کنید، صرفاً مقاله‌ای ننویسید که فقط برای گوگل باشد باید برای کاربران مقاله بنویسید. نوشتن مقاله با عنوان مناسب، پاراگراف جذاب اول، نوع محتوا و از همه مهم‌تر ساختار کلی محتوای شروع می‌شود. از `<h1>`، `<h2>`، `<h3>`... و سایر برچسب‌های HTML به‌طور صحیح استفاده کنید. طبق گفته سایت [Medium](https://medium.com) مقالات با زمان خواندن ۷ دقیقه، مقالات ایده آل و مناسبی هستند.

## ۴ - ۳ - در مورد مطالب تکراری در سایر مقالات یا بخش‌های وبسایت باید چکار کرد؟

دیر یا زود، همه ما به‌جایی می‌رسیم که باید چند بخش که در جایی دیگر در وبسایت خود نوشتیم را تکرار کنیم. اگر محتوای وبلاگ زیادی در وبسایت شما وجود دارد، می‌توانید از ۳۰۱ تغییر مسیر یا عنصر پیوندی `rel = "canonical"` استفاده کنید.

گوگل بسیار هوشمند است و به کپی کردن مطالب از سایت‌های دیگر بسیار حساس است. اگر شما محتوای تکراری در داخل سایت خود داشته باشید گوگل آن‌ها را تشخیص می‌دهد و فقط یکی از آن‌ها را نمایش می‌دهد و بقیه موارد را از نتایج گوگل حذف می‌کند.

می‌توانید با کمک سایت [copyscape](https://copyscape.com) محتوای تکراری سایت خودتان را مشاهده کرده و در صورت امکان آن‌ها را تصحیح کنید.

## فصل ۵ - جستجو کلمات کلیدی

تحقیقات کلمات کلیدی یکی از کارهای اساسی سئو است. در این فصل، نحوه یافتن موقعیت مناسب خود و چگونگی پیدا کردن کلمات کلیدی سودآور برای رتبه‌بندی را می‌آموزید.

ایجاد محتوا بدون تحقیق در مورد کلمات کلیدی فایده‌ای ندارد. محتوای بدون بهینه‌سازی مناسب رتبه‌بندی نمی‌شود در نتیجه میزان ترافیک وبسایت پایین خواهد بود. شما فقط باید بدانید که برای ایجاد ترافیک بالا، چه کلمات کلیدی را هدف قرار می‌دهید.

## ۵ - ۱ - کلمات کلیدی را کجا پیدا کنیم؟

روش‌های مختلفی برای یافتن کلمات کلیدی وجود دارد. اولین کار شما تهیه کلمات کلیدی بذر است - عباراتی که از آن‌ها به عنوان پله برای یافتن ایده‌های بیشتر برای کلمه کلیدی استفاده خواهید کرد. به عنوان مثال اگر یک وبلاگ در مورد قهوه دارید، عبارات ساده‌ای از قبیل "دانه‌های قهوه"، "دستگاه‌های قهوه" یا "اسپرسو" بسیار عالی کار خواهند کرد.

روش‌های کلاسیک برای جستجوی کلمات کلیدی:

### پیشنهادهای گوگل

گوگل بسیاری از پیشنهادات کلمات کلیدی را مستقیماً در SERP ارائه می‌دهد. امکاناتی مانند Google Autocomplete, People Also Ask or Related Searches می‌توانند منبع بزرگی از ایده‌های کلمات کلیدی باشند. با ویژگی تکمیل خودکار، فقط کافی است کلمه کلیدی بذر خود را در جستجوی گوگل بنویسید تا پیشنهادات به صورت خودکار ظاهر شوند.



می‌توانید کلمه کلیدی بذر خود را با حروف مختلف از الفبا ترکیب کنید تا ایده‌های کامل‌تری داشته باشید (به‌عنوان‌مثال بازاریابی ایمیل a، بازاریابی ایمیل b و...) در اینجا مثال دیگری از ایده‌های کلمه کلیدی است که می‌توانید در صفحه نتایج گوگل پیدا کنید:

#### جستجوهای مربوط به افزونه وردپرس

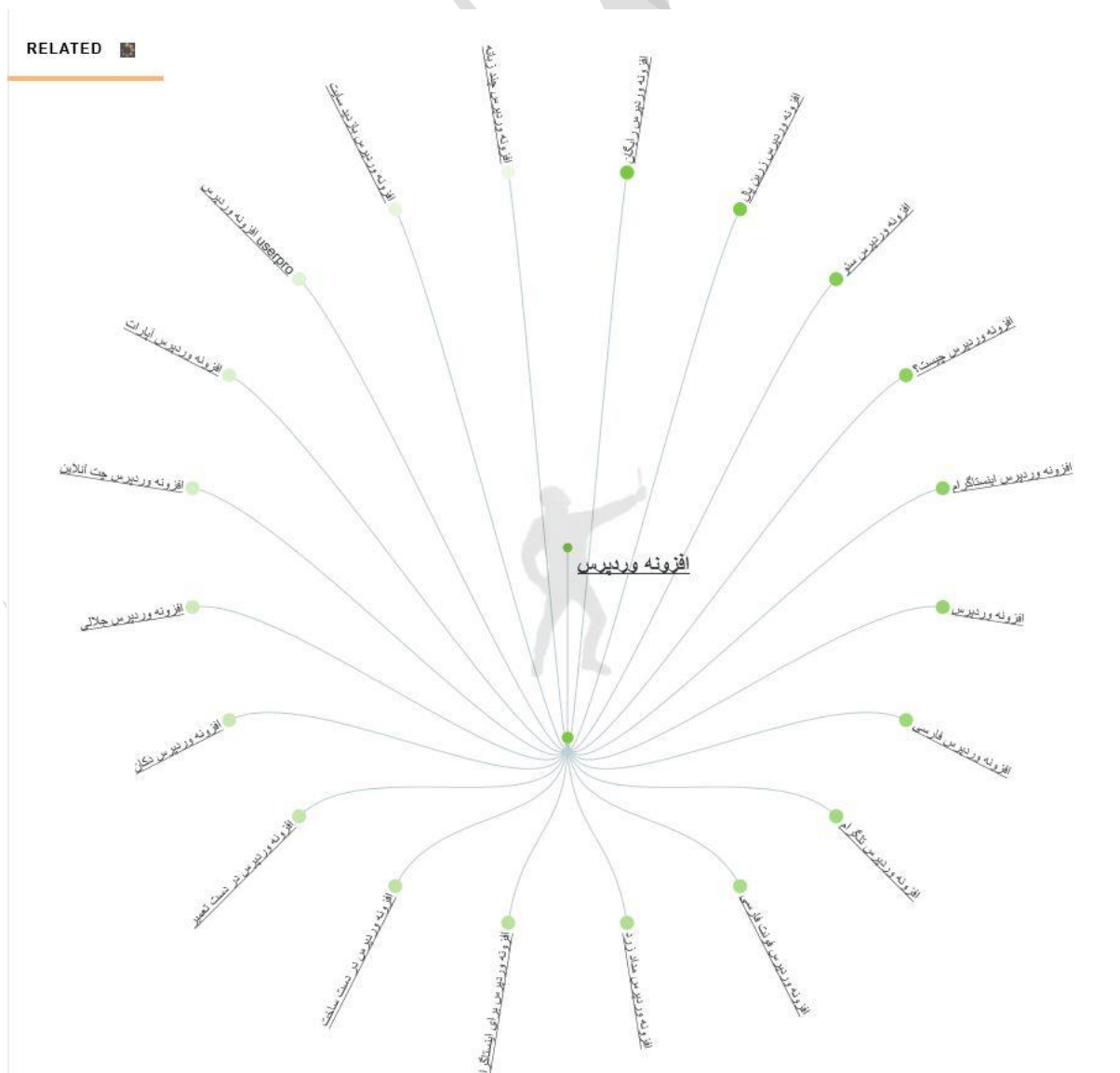
|                          |                            |
|--------------------------|----------------------------|
| آموزش وردپرس             | افزونه وردپرس چیست         |
| افزونه های ایرانی وردپرس | خرید افزونه وردپرس         |
| قالب وردپرس آموزشی       | افزونه های فروشگاهی وردپرس |

تمام پیشنهادات مبتنی بر نمایش داده‌های جستجوی ارگانیک مورد استفاده افراد در سراسر جهان است و کاملاً کاربردی است.

## ابزارهای کلیدی

بسیاری از ابزارهای رایگان برای تحقیق کلمات کلیدی وجود دارد که می‌توانند صدها ایده از کلمه کلیدی را بر اساس یک کلمه کلیدی بذر واحد ارائه دهند. یکی از محبوب‌ترین آن‌ها [Google Keyword Planner](#) است گرچه تمرکز اصلی آن تحقیق کلمات کلیدی برای تبلیغات PPC است اما می‌توانید به شما در یافتن کلمات مرتبط بسیار کمک کند.

یکی دیگر از ابزارهای محبوب [AnswerThePublic](#) است که به‌طور خودکار صدها پیشنهاد خودکار گوگل را تولید می‌کند.





البته دسترسی به ویژگی‌های ابزارهای رایگان بسیار محدود هستند. آن‌ها پیشنهادات کلیدی زیادی را ارائه می‌دهند، اما اگر شما تعداد زیاد کلمه کلیدی داشته باشید این ابزارهای رایگان پاسخگو نیستند و باید از ابزارهای حرفه‌ای مانند [KWFinder](#) استفاده کنید. اگر توان پرداخت دلاری دارید این ابزارها می‌توانند بسیار مفید باشند. البته این ابزار ۱۰ روز استفاده رایگان دارد و نیازی به اطلاعات کارت بانکی هم ندارد.

### پلتفرم‌های دیگر

تقریباً در هر مکانی می‌توانید به دنبال ایده‌های کلمات کلیدی باشید. برای استفاده از سؤالات، ارتباط برقرار کردن و به اشتراک گذاشتن ایده‌ها، از وبسایت‌هایی که در رتبه بالایی دارند استفاده کنید. به عنوان مثال اگر فروشگاه اینترنتی دارید می‌توانید از قسمت جستجو دیجی کالا هم استفاده کنید.

برخی از محبوب‌ترین سیستم‌عامل‌ها برای یافتن ایده‌های کلمات کلیدی:

یوتیوب

دیجی کالا

ویکی‌پدیا

انجمن‌ها

و غیره.

## ۵ - ۲ - معیارهای کلمه کلیدی

در گذشته، تولیدکنندگان محتوا فقط برای یافتن کلمات کلیدی با حجم جستجوی بالا تحقیقات کلمات کلیدی انجام می‌دادند. آن‌ها کلمات کلیدی را برای فریب الگوریتم‌های موتور جستجو و اطمینان از رتبه‌های بالا در جستجوی ارگانیک در

محتوا قرار می‌دادند اما حالا این دیگر کمک نمی‌کند زیرا تحقیقات کلمات کلیدی بسیار پیچیده‌تر شده است!

این روزها شما باید با معیارهای بیشتری کار کنید زیرا الگوریتم RankBrain Google همه چیز را می‌داند!

### الگوریتم Google RankBrain

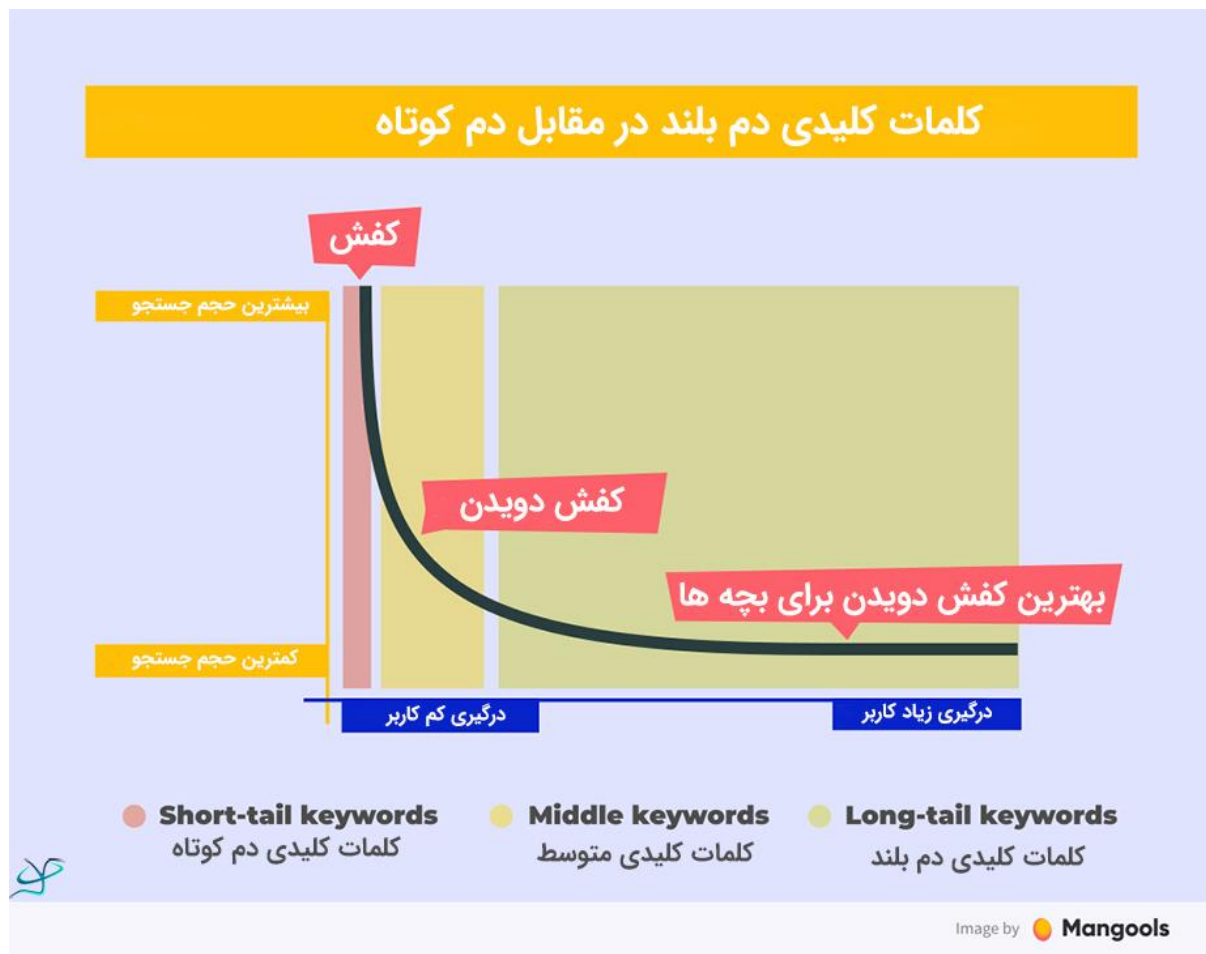
الگوریتم RankBrain گوگل جزء الگوریتم گوگل مبتنی بر هوش مصنوعی است. این الگوریتم کمک می‌کند تا گوگل به درک هدف از پرس‌وجو جستجو بپردازد و به لطف سیستم یادگیری ماشین، مرتبط‌ترین نتایج را به دست آورد.

کلمات کلیدی مرتبط با حجم جستجوی بالا و مشکل کم کلمه کلیدی - ترکیبی ایده آل از سه عامل مهم تحقیق در کلمات کلیدی.

ما آن را قانون سه پایه تحقیق در مورد کلمات کلیدی می‌نامیم - این سه عامل نشان‌دهنده یک سه پایه محکم هستند. به محض اینکه یکی از پایه‌ها را گرفتید، سه پایه سقوط می‌کند. شما باید همه سه پایه را باهم بردارید نه به صورت تک‌تک.

### حجم جستجو کلمات کلیدی دم‌کوتاه در مقابل دم بلند

با جستجوی کلمات کلیدی دم بلند یا دم متوسط شروع کنید. کلمات کلیدی دم بلند حجم جستجوی کمتری دارند اما هزاران نفر وجود دارند که به این شکل جستجو می‌کنند و این فرصتی مناسب برای شما است. بازدیدکنندگانی که شما را از طریق کلیدواژه‌های دم بلند پیدا می‌کنند، بیشتر با محتوای شما درگیر می‌شوند و نرخ تبدیل آن‌ها نیز بیشتر است.



بزرگترین مزیت کلمات کلیدی دم بلند، حجم جستجوی آنهاست. بعضی اوقات ممکن است به اندازه ۱۰۰ جستجو در هر ماه باشد. با استفاده از کلمات کلیدی دم بلند می‌توانید از این ۱۰۰ جستجو بیشترین بازدید را داشته باشید.

## دشواری کلمه کلیدی

پس از پیدا کردن کلمات کلیدی مناسب، باید ارزیابی کنید که این کار چقدر سخت خواهد بود. دشواری کلمه کلیدی یک متریک بسیار مفید است که به شما در بهبود رتبه آنها کمک خواهد کرد. به عنوان نمونه شما در Google Keyword Planner می‌توانید این موضوع را به راحتی مشاهده کنید. قیمت هر کدام از کلمات کلیدی بالاتر باشد دشواری آن نیز بیشتر خواهد بود. دقت کنید منظور از دشواری رسیدن با

آن کلمه کلیدی به رتبه‌های بالای گوگل است به عبارت دیگر تعداد سایت‌هایی که از آن کلمه کلیدی استفاده کرده‌اند بیش از اندازه است.

## هدف جستجو

تجزیه و تحلیل SERP بخش مهمی از تحقیق کلمات کلیدی است. این به شما کمک می‌کند تا دریابید که:

۱. شما قادر به رقابت در وبسایت‌های رتبه‌های بالا هستید.
  ۲. هدف جستجو در پشت کلمات کلیدی است که می‌خواهید آن‌ها را بهینه کنید.
- با نگاهی به SERP می‌توانید هدف از جستجوی کاربران را تشخیص دهید. وقتی کاربران به دنبال "دستور تهیه پیتزا خانگی" هستند احتمالاً نمی‌خواهید پیتزا بخرند. همیشه این را به خاطر بسپارید، بنابراین نمی‌توانید در کلمات کلیدی اشتباه به خوبی بهینه‌سازی را انجام دهید.

در کل ۴ نوع جستجو مختلف وجود دارد:

۱. ناوبری - جستجوی یک وبسایت / برند خاص ("یوتا وردپرس")
۲. اطلاعاتی - جستجوی اطلاعات عمومی ("نحوه تهیه قهوه")
۳. کاربردی - کاربر می‌خواهد چیزی را به صورت آنلاین بخرد ("[خرید قالب وردپرس](#)")
۴. تجاری - کاربر تحقیق را قبل از خرید انجام می‌دهد ("بررسی شیائومی نوت ۱۰")

## فصل ۶ - لینک بیلدینگ یا لینک سازی

در فصل ششم آموزش سئو وردپرس برای مبتدی‌ان، در مورد ایجاد لینک - یکی از مهم‌ترین جنبه‌های بهینه‌سازی موتور جستجو بحث خواهیم کرد.

لینک سازی فرایندی برای دسترسی به لینک‌ها از وبسایت‌های دیگر است. از نظر فنی، بک لینک‌ها، لینک‌های ابرمتن هستند که به‌عنوان پیمایش در بین وبسایت‌ها استفاده می‌شوند لینک‌ها توسط موتورهای جستجو خزیده می‌شوند که به آن‌ها امکان می‌دهد محتوای وب را فهرست بندی کنند.

## ۶ - ۱ - چرا لینک بیلدینگ یا لینک سازی بسیار مهم است؟

گوگل از لینک سازی برای کاوش در وبسایت‌های جدید و تعیین رتبه کلی وبسایت در SERP استفاده می‌کند. به عبارت دیگر، آن‌ها محتوای جدید را کاوش کرده و بر اساس اهمیت دامنه لینک شده از منابع خارجی، اهمیت دامنه یک وبسایت را تعیین می‌کنند.

هنگامی که گوگل در دهه ۱۹۹۰ PageRank را معرفی کرد، از تعداد لینک دهنده به عنوان یک معیار مهم در رتبه‌بندی کلی استفاده شد. هر چه تعداد لینک‌های بیشتری به دست می‌آوردید، رتبه شما بهتر بود. از آنجاکه این امر به راحتی قابل سوءاستفاده بود، چندین به روزرسانی الگوریتم گوگل بر مجازات تکنیک‌های ایجاد لینک سایه دار (سئو کلاه سیاه) متمرکز شده‌اند. امروزه، ساخت لینک در مورد تعداد بک لینک نیست بلکه بیشتر در مورد کیفیت و مرتبط بودن آن است.

## ۶ - ۲ - انواع بک لینک

به طور کلی، دو نوع بک لینک وجود دارد:

- بک لینک‌های دوفالو (Do-follow) به ربات‌های گوگل اجازه می‌دهد تا لینک را دنبال کنند و از محتویات آن مطلع شوند. هرچه کیفیت سایتی که به آن لینک داده‌اید بالاتر باشد رتبه سایت شما بهتر خواهد شد.

- بک لینک‌های نوفالو (No-follow) به ربات‌های گوگل اجازه نمی‌دهد که لینک را دنبال کنند در نتیجه هیچ امتیازی به وب‌سایتی که لینک به آن داده شده است داده نمی‌شود. اگر می‌خواهید به یک سایتی با رتبه پایین‌تر از خودتان و یا غیر مرتبط با کسب‌وکار خودتان لینک دهید حتماً از تگ اچ تی ام ال (HTML) `rel = "nofollow"` استفاده کنید تا خزندگان گوگل آن را دنبال نکنند.



در تصویر بالا، سایت A به هر دو سایت B و C لینک شده است اما فقط لینک به سایت B ارزش دارد و لینک داده شده به سایت C برچسب نوفالو دارد، بنابراین هیچ ارزشی به سایت C منتقل نمی‌شود.

لینک‌های نوفالو از نظر سئو هیچ ارزشی ندارند.

## ۶ - ۳ - متن لنگر

متن لنگر یا انکر تست (anchor text) بخشی قابل مشاهده و قابل کلیک با لینک است. این به خزندگان کمک می‌کند تا صفحه لینک شده را مشخص کنند. اگر صفحات بیشتری با اصطلاحات خاصی که در متون لنگر استفاده شده‌اند به شما لینک دهند، ممکن است به شما در رتبه‌بندی این اصطلاحات در موتورهای جستجو کمک کند.

اگر به این شکل است ما تنها نیاز به یک لینک‌های زیادی با کلمه کلیدی موردنظر به عنوان متن لنگر داریم، درست است؟

به این راحتی نیست. پروفایل متن لنگر بیش از حد بهینه‌سازی شده توسط گوگل ممکن است به مجازات الگوریتمی منجر شود. بهتر است متن‌های لنگر را طبیعی جلوه دهیم تا اینکه سعی کنید آن‌ها را به صورت مصنوعی بچرخانید.

برای لینک‌های داخلی هم این موضوع صدق می‌کند یعنی شما می‌توانید روی یک یا چند کلمه کلیدی خاص تمرکز کنید و آن‌ها را تا حد معقولی در نوشته‌های خودتان قرار دهید. مثلاً ما بیشتر تمرکز خود را روی برندسازی قرار داده‌ایم یعنی روی نام یوتا وردپرس تمرکز کرده‌ایم و بیشترین لینک دهی ما به نام [یوتا وردپرس](#) است. کلمات کلیدی بعدی آموزش وردپرس، [قالب وردپرس](#)، [افزونه وردپرس](#) و ... است.



Image by  Mangools

باید بین انواع لنگرهای زیر تعادل وجود داشته باشد:

- کلمات کلیدی و عبارات ("آموزش سئو")
- برندها ("یوتا وردپرس")
- اصطلاحات همراه با برند ("آموزش سئو یوتا وردپرس")
- لنگرهای عمومی ("صفحه")
- URL های خاص ("yotawp.com")
- CTA ( "اینجا کلیک کنید" ، "ادامه مطلب" )

#### ۶ - ۴ - جنبه‌های کیفیت بک لینک

گوگل از چندین جنبه کیفیت وبسایت‌های مراجعه‌کننده را در نظر می‌گیرد:

- اهمیت و قدرت دامنه
- اهمیت و قدرت صفحه
- سایر معیارهای کیفیت پروفایل لینک

چندین معیار توسط [Moz](#) و [Majestic](#) وجود دارد که به ما در ارزیابی / تقریبی این خصوصیات کمک می‌کند:

اهمیت و قدرت صفحه Moz (PA)

اهمیت و قدرت دامنه Moz (DA)

جریان قابل‌اعتماد Majestic (TF)

جریان مستند Majestic (CF)



هرچه مقدار بیشتر باشد، کیفیت بک لینک نیز بالاتر است.

وارد این دو سایت شوید و دامنه خودتان را وارد کنید. اطلاعات جالبی در مورد لینک‌های موجود در سایت خود به دست می‌آورد.

## ۶ - ۵ - استراتژی‌های بک لینک

دستیابی به بک لینک با کیفیت بالا کار ساده‌ای نیست. ساده‌ترین تکنیک‌هایی که موجود (تبادل لینک یا عضویت در دایرکتوری) بودند دیگر کار نمی‌کنند، در حال حاضر سئو کردن سایت نیاز به زمان و تلاش زیادی دارد و باید برای آن استراتژی‌های مناسبی را در نظر داشته باشید.

بیا بید به بهترین کارهایی که در حال حاضر می‌توان برای سئو انجام داد بپردازیم:

### نوشتن مطلب به عنوان مهمان

نوشتن و ارسال مقاله به عنوان مهمان در سایت‌های دیگر احتمالاً محبوب‌ترین روش لینک بیلدینگ است. این معادله ساده است: شما پستی را می‌نویسید و آن را در وبسایت دیگری منتشر می‌کنید. وبسایت محتوای رایگان دریافت می‌کند و شما یک بک لینک رایگان دریافت خواهید کرد. برد - برد.

علاوه بر دریافت لینک از سایت می‌توانید بر روی ورود کاربران به سایت خود هم حساب باز کنید. اگر مطلب شما جذاب باشد احتمالاً کسانی که مطلب شما را می‌خوانند روی لینک سایت شما کلیک کنید و وارد سایت شما شوند و این یعنی دریافت بازدیدکننده رایگان و مناسب برای کسب و کار شما. تبدیل این نوع بازدیدکننده به خریدار بسیار آسان‌تر از بازدیدکنندگانی است که از طریق جستجوی گوگل وارد سایت شما می‌شوند.

برای دریافت بک لینک از سایت فارسی زبان می‌توانید از سایت [ویرگول](#) و برای دریافت از سایت خارجی می‌توانید از سایت [Medium](#) استفاده کنید.

## بک لینک‌های رقبا

یک استراتژی وقت‌گیر اما کاملاً مؤثر، یافتن مواردی است که برای دیگران مفید است. وبسایت‌هایی را که به رقبای شما لینک دارند بررسی کنید و سعی کنید شما هم از آن‌ها لینک دریافت کنید.

آسان‌ترین راه برای یافتن بک لینک‌های رقبا، استفاده از ابزارهای بک لینک مانند [neilpatel](#) است. تمام کاری که شما باید انجام دهید این است که دامنه رقیب خود را وارد کنید و ابزارها بک لینک‌هایی را که سایت موردنظر دارد را به شما نمایش می‌دهد.

NEILPATEL | IN >

Menu

Dashboard

UBERSUGGEST

Overview

Keyword Ideas

Content Ideas

TRAFFIC ANALYZER

Overview

Top Pages

Keywords

SEO ANALYZER

Site Audit

Backlinks

You are 3 steps away from growing your SEO traffic

1 SIGN UP

2 CREATE A PROJECT

3 ADD KEYWORDS

EXPORT TO CSV

Q Search

Advanced Filters

ALL LINKS

FOLLOW

NO FOLLOW

ONE LINK PER DOMAIN

| SOURCE PAGE TITLE & URL   TARGET PAGE                                                                                                                                                                                                                                                                       | DOMAIN SCORE | PAGE SCORE | LINK TYPE | ANCHOR TEXT                                                                       | FIRST SEEN | LAST SEEN  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| <div>یوتایپ</div> <div>Source: <a href="http://aperat.com/yotawp">aperat.com/yotawp</a></div> <div>Target: <a href="http://yotawp.com/">yotawp.com/</a></div>                                                                                                                                               | 90           | 35         | Text      |                                                                                   | 09/30/2019 | 09/30/2019 |
| <div>دانشگاه - فایف وایلد</div> <div>Source: <a href="http://demo.hamyarwp.com/medzone-lite/blog/">demo.hamyarwp.com/medzone-lite/blog/</a></div> <div>Target: <a href="http://yotawp.com/">yotawp.com/</a></div>                                                                                           | 85           | 15         | Image     | انیمیشن                                                                           | 01/18/2020 | 01/19/2020 |
| <div>تصمیمات ورتایپس با استفاده از شبکه تصاویر</div> <div>Source: <a href="http://mihan/video.com/v/EIcbD/%D9%86%D8%...">mihan/video.com/v/EIcbD/%D9%86%D8%...</a></div> <div>Target: <a href="http://yotawp.com/">yotawp.com/</a></div>                                                                    | 73           | 11         | Text      | <a href="https://yotawp.com/">https://yotawp.com/</a>                             | 01/04/2019 | 07/06/2019 |
| <div>فرم های ورتایپس سوپر فرمز   یوتایپ</div> <div>Source: <a href="http://zhaket.com/product/super-forms-drag-d...">zhaket.com/product/super-forms-drag-d...</a></div> <div>Target: <a href="http://plugins.yotawp.com/superforms/%D8%A7%D8%AF...">plugins.yotawp.com/superforms/%D8%A7%D8%AF...</a></div> | 68           | 10         | Text      | مشاهده نمونه اعلان ماشین حساب                                                     | 06/10/2019 | 08/29/2019 |
| <div>نحوه ی انتخاب و خرید هاست و دامنه بااستفاده از یوتایپس - یوتایپس</div> <div>Source: <a href="http://tamasha.com/v/dIE65/%D9%A2%D8%AD...">tamasha.com/v/dIE65/%D9%A2%D8%AD...</a></div> <div>Target: <a href="http://yotawp.com/buy-host-domain/">yotawp.com/buy-host-domain/</a></div>                 | 64           | 10         | Text      | <a href="https://yotawp.com/buy-host-do...">https://yotawp.com/buy-host-do...</a> | 02/09/2019 | 02/09/2019 |
| <div>410-210932 آگهی تلف فروشگاه پخش و تعمیرات لوازم خانگی</div> <div>Source: <a href="http://dejaegahi.com/%D8%A2%D8%AF%D9%A...">dejaegahi.com/%D8%A2%D8%AF%D9%A...</a></div> <div>Target: <a href="http://yotawp.com/">yotawp.com/</a></div>                                                              | 38           | 5          | Text      | <a href="https://yotawp.com">https://yotawp.com</a>                               | 12/04/2018 | 12/07/2018 |

این کار را می‌توانید برای یک آدرس خاص از سایت انجام دهید.

https://yotawp.com/learn-seo-the-ultimate-guide-for-seo-beginners/

URL

Search

**Backlinks:** <https://yotawp.com/learn-seo-the-ultimate-guide-for-seo-beginners/>

هنگامی که بک لینک‌های رقبای خود را پیدا کردید، زمان آن رسیده که بهترین فرصت‌ها را تحلیل کنید. شما باید مطالب زیر را در نظر بگیرید:

- ارتباط لینک - آیا لینک مربوط به مطالب شما است؟

- قدرت لینک - اهمیت و قدرت (authority) صفحه لینک داده شده چقدر است؟

- احتمال تکرار بک لینک - آیا من می توانم همان بک لینک را به دست آورم؟

مرحله بعد، به اصطلاح دسترسی الکترونیکی است - برای تعویض بک لینک رقباي خود (همچنین به عنوان تکنیک آسمان خراش معروف است) با صاحبان وبسایت تماس بگیرید یا بک لینک خود را به عنوان منبع اضافی اضافه کنید.

در اینجا برخی دیگر از تکنیک های محبوب لینک بیلدینگ را معرفی کرده ایم:

- بک لینک های شبکه های اجتماعی: محتوای خود را در رسانه های اجتماعی به اشتراک بگذارید، آن را در اینستاگرام تبلیغ کنید، به بحث و گفتگو بپیوندید، درباره پست های مربوطه نظر دهید و ارتباط برقرار کنید.
- ساختمان لینک شکسته: وبسایت هایی را با لینک های غیرفعال پیدا کنید و محتوای خود در اختیار آن ها بگذارید تا به جای آن ها لینک شما را قرار دهند.
- مقالات روابط عمومی که توسط متخصصان نوشته شده و در پورتال های خبری منتشر شده است، به شما لینک های باکیفیت می دهند اما بودجه ای را برای این کار تهیه می کنید و اطمینان حاصل کنید که آن ها واقعاً مرتبط هستند

- خرید بک لینک از ریپورتاژ آگهی
- نوشتن توضیحات برای محصولی که دارای بک لینک به وبسایت شماست
- دریافت بک لینک از انجمن ها، سایت های پرسش و پاسخ، لیست های برتر، نظرات و غیره (به خاطر داشته باشید که بیشتر این سایت ها دارای لینک باکیفیت هستند)

## ۶ - ۶ - تکنیک ها و پنالتهای کلاه سیاه

بک لینک‌های پولی و پیوند PBN (شبکه وبلاگ خصوصی) راه دیگری برای ایجاد بک لینک هستند اما این تکنیک‌ها به‌عنوان کلاه سیاه (یا کلاه خاکستری) در نظر گرفته می‌شوند. گوگل ممکن است این الگو را تشخیص داده و وبسایت شما را مجازات کند. از طرف دیگر، این تکنیک‌ها به‌خوبی کار می‌کنند. شما فقط باید بسیار مراقب باشید و قبل از طی کردن مسیر کلاه سیاه به تمام خطرات احتمالی فکر کنید.

## مجازات‌ها (Penalties)

با به‌روزرسانی الگوریتم پنگوئن گوگل در آوریل ۲۰۱۲؛ شناسایی و مجازات سایت‌هایی که دارای لینک‌های نامناسب، اسپم و یا باکیفیت پایین هستند شروع شد.

### Google Search Console

#### Unnatural inbound links to http://www. [redacted] .org/ violate Google Webmaster Guidelines

To: Webmaster of http://www. [redacted] .org/,

Google has detected a pattern of links from other sites to your site that is either unnatural or irrelevant. This pattern attempts to artificially boost your site's ranking in search results. Such unnatural ranking would cause search results to show preference for results not relevant to the user's actual query. It also violates Google Webmaster Guidelines. Therefore, when determining your site's ranking, we will demote links to your site as a factor in our calculations. This manual spam action has been applied to [redacted]. To fix this, remove a majority of unnatural links and file a reconsideration request. After we determine that you have complied with our guidelines, we will remove this manual action.

#### How to fix this problem:

- Download a sample of links to your site
- 1** Download sample links in either CSV or Google Documents by clicking Download more sample links. (Search Traffic > Links to your Site > More >>). [Links to Your Site](#)
- 2** Collect a list of artificial links to your site  
Look for links that could be paid or links created solely to manipulate your site's ranking.
- Contact website owners who have artificial links to your site
- 3** Ask them to to remove or add a <nofollow> attribute to the links. You can typically find contact information for a webmaster on the site or by looking in a WHOIS database for that website.
- Disavow remaining links
- 4** Only use the disavow tool if you have made a good-faith effort to have a link removed or tagged as <nofollow>, and the owner of the site does not comply or asks for monetary compensation. A reconsideration request will not succeed if you merely disavow links. [Disavow Links](#)
- Submit a reconsideration request
- 5** Once you fix your site, file for reconsideration to remove this manual action. Include any details or documentation that can help us understand the changes made to your site. [Reconsideration Request](#)

اما اگر لینک‌های اسپمی یا کم کیفیتی دارید که توسط خود شما ایجاد نشده است، نگران نباشید! گوگل می‌فهمد که همه بک لینک‌ها به‌طور هدفمند ایجاد نشده‌اند و معمولاً، بدترین حالت این است که فقط این بک لینک‌ها را نادیده می‌گیرد. اگر می‌خواهید مطمئن باشید می‌توانید چنین لینک‌هایی را در کنسول جستجو غیرفعال کنید.

## ۶ - ۷ - بهترین تمرین‌ها

- لینک سازی را به‌صورت منظم انجام دهید، این یک تلاش یک باره نیست.
- به‌جای استفاده از تعداد زیادی از لینک‌های کم کیفیت، چند لینک باکیفیت بالا به دست آورید.
- توزیع متن لنگر طبیعی را بر اساس نکاتی که در بخش "متن لنگر" ذکر کرده‌ایم انجام دهید.
- از دریافت بک لینک از وب‌سایت‌ها و شبکه‌های اسپم خودداری کنید.
- سعی کنید از جاهایی بک لینک به دست آورید که می‌تواند ترافیک ارجاع را نیز به شما منتقل کند به‌عبارت‌دیگر لینک دوفالو باشد.

## فصل ۷ - UX (User experience) و سئو

UX و سئو دو جنبه بازاریابی دیجیتال هستند که با هم به کار می‌روند. در این فصل ما روی هم‌افزایی آن‌ها تمرکز می‌کنیم تا دریابیم که چگونه می‌توانید با انجام کمی کار اضافی در وب‌سایت خود، رتبه‌بندی سایت خود را بهبود بخشید.

اگر در سال ۲۰۰۸ با سئو را شروع کرده باشید به یاد دارید که وظایف اصلی شما پر کردن محتوا با کلمات کلیدی، پنهان کردن متن‌ها، انجام تبادل بک لینک با سایت‌های دیگر و ایجاد صفحات باکیفیت پایین برای هر نوع کلمه کلیدی بود. خوشبختانه، ما در سال ۲۰۲۰ هستیم که تکنیک‌های ذکر شده دیگر کار نمی‌کنند و برخی از آن‌ها مجازاتی را برای وب‌سایت شما به دنبال دارند.

درحالی که سئوکاران باید درک کند که این سئو کردن مطالب تنها مربوط به رتبه‌بندی گوگل نیست، متخصصان UX نیز باید بپذیرند که تجربه کاربر حتی قبل از استفاده از وبسایت شروع می‌شود.

تجربه کاربر با ارسال یک جستجوی جستجو به موتور جستجو شروع می‌شود.

## ۷ - ۱ - تجربه‌ی کاربری (User experience) یا UX چیست؟

تجربه کاربر تعامل هر کاربر با شرکت، وبسایت یا محصولات آن است. این تجربه کلی است که در توسعه محصول، طراحی، بازاریابی و پشتیبانی مشتری تأثیر می‌گذارد. در این بخش از آموزش سئو وردپرس، ما به تجربه کاربر "آنلاین" و ارتباط آن با سئو تمرکز می‌کنیم. UX فقط در مورد برآورده کردن نیازهای مشتری نیست. این در مورد فراتر از این الزامات است.

به زبان ساده UX مربوط به قرار دادن بخش‌های سایت در جای خود است. مثلاً ما می‌بینیم که اغلب سایت‌های بخش جستجو را در بالای سایت خود قرار می‌دهند یا بخش ورود و ثبت‌نام. اگر شما از این قواعد پیروی نکنید احتمالاً کاربر را سردرگم می‌کنید زیرا چشم کاربر به این نوع دیدن عادت نکرده است و ممکن است که سایت شما را ترک کند.

## ۷ - ۲ - UX امروز حاکم بر جهان است

اولین و مهم‌ترین بخش درک این مسئله این است که UX یک فرآیند بی‌پایان از پیشرفت به سمت مشتریان است. این یک فلسفه است که شما باید به آن پیوند و وبسایت خود را بر این اساس توسعه دهید.

UX وب ترکیبی از محتوا و UX تکنیکال (فنی) است. اگر می‌خواستیم آن را ساده بیان کنیم، می‌گفتیم UX همه‌چیز است. به همین دلیل باید پیچیدگی و تأثیر آن را بر همه افراد درک کنیم. مواردی که شامل UX وب می‌شود:

- ساختار وبسایت و ناوبری
- بهینه‌سازی قیف تبدیل
- سرعت صفحه
- واکنشگرا بودن وبسایت
- بهینه‌سازی محتوا
- ساختار محتوا
- عنوان‌ها و توضیحات متا
- پشتیبانی مشتری در زمان واقعی
- و ...

## ۷ - ۳ - چالش‌های سئو و UX

وقتی به این فکر می‌کنیم "UX و سئو" به جای "UX در مقابل سئو" است، مجبوریم هر چند وقت یک‌بار با چالش‌ها کنار بیاییم. همه موارد ذکر شده در مورد UX به‌طور مستقیم به سئو متصل نیستند. بیایید نگاهی به موارد ذکر شده در بالا بیندازیم.

### ساختار وبسایت و ناوبری

بیایید همه‌چیز را در یک صفحه قرار دهیم تا از UX روان اطمینان حاصل شود. این یک ایده معتبر در دنیای UX است. آسان و منطقی است اما سئو کارها می‌دانند که ترافیک ارگانیک حداقل نیمی از موفقیت است.

بسیاری از بازدیدکنندگان از طریق جستجوی ارگانیک به سایت شما وارد می‌شود و یا بر اساس اقدامات قبلی خود (مانند تبلیغات) مستقیماً به صفحه دسترسی پیدا



کنند. سایر بازدیدکنندگان از منابع مختلفی از جمله رسانه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها یا کمپین‌های PPC وارد سایت می‌شوند.

در بخش منو سایت خود باید لینک‌های مهم را قرار دهید تا دسترسی به دیگر مطالب راحت‌تر باشد. همچنین بخش جستجو را هم در هدر سایت قرار دهید تا دسترسی به آن آسان باشد.

### سرعت صفحه

هرچه وبسایت شما سریع‌تر باشد، UX بهتر است. همان‌طور که در فصل ۳ ذکر کردیم، سرعت صفحه یکی از عوامل رتبه‌بندی است.

### واکنشگرا بودن وبسایت

وبسایت شما باید برای همه دستگاه‌ها بهینه‌شده باشد. در حال حاضر اکثر کاربران با گوشی‌های هوشمند خود جستجو را انجام می‌دهند و اگر سایت شما واکنشگرا نباشد کلاً در نتایج گوگل نمایش داده نمی‌شود.

### بهینه‌سازی محتوا

زبان یک جستجوگر معمولی را بشناسید و محتوای خود را با آن تنظیم کنید. به عبارت دیگر، تحقیق در مورد کلمات کلیدی انجام دهید و متناسب با آن محتوای خود را بهینه کنید.

نکته این است که محتوای شما باید طوری نوشته شوند که برای همه افرادی که به دنبال یک محصول، راه‌حل یا هر اطلاعاتی هستند در دسترس قرار گیرد. در فصل ۴ در مورد تحقیق کلمات کلیدی به اندازه کافی توضیح داده‌ایم.

### عنوان‌ها و توضیحات متا



هرچه در SERP بالاتر باشید، امکان کلیک بیشتر وجود دارد. این یک اصل اثبات شده است. با این حال، اگر شما برچسب عنوان و توضیحات متا را به درستی وارد نکنید و یا جذاب نباشد جستجوگرها روی سایت شما کلیک نمی کنند. هدف شما جلب توجه جستجوگرها و ترغیب آن ها به کلیک روی وبسایت شما در SERP است.

۳ عنصر اصلی برای ایجاد تگ های عنوان و توضیحات متا:

- سئو - از کلمات کلیدی مناسب استفاده کنید تا خندگان بتوانند درک کنند وبسایت در مورد چیست و مهمترین محتوای شما کدام ها هستند.
- UX - به جستجوگرها اطلاعات واضح و معناداری بدهید که آن ها را به سمت ایجاد انگیزه به کلیک کردن بکشاند.
- بازاریابی - کاری کنید که جستجوگر ترغیب شود روی وبسایت شما کلیک کند و اگر کلیک نکند چیز مهمی را از دست می دهد.

#### ۷ - ۴ - نحوه اندازه گیری UX و سئو

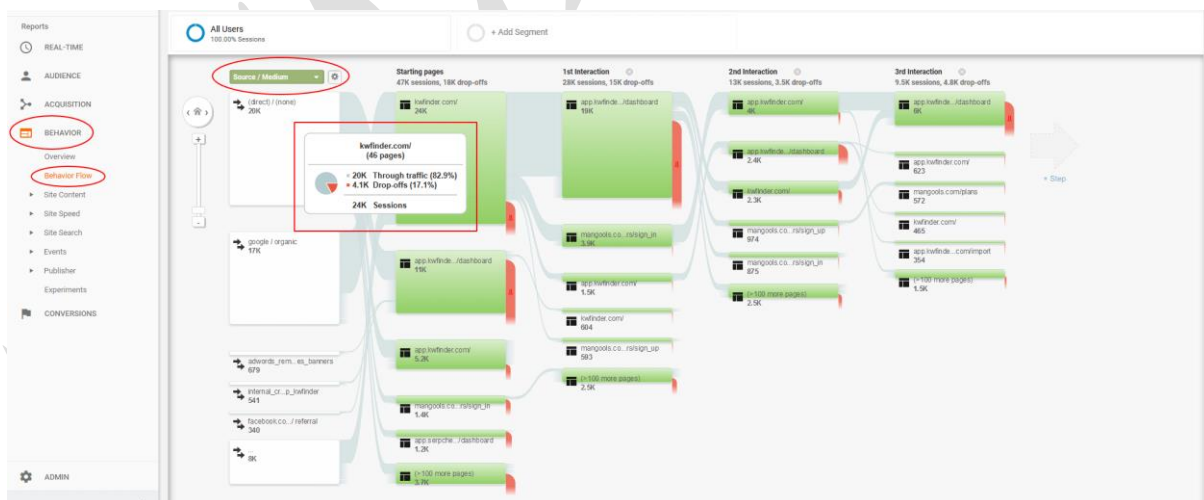
با استفاده از ابزارهای موجود می توانید همه چیز را اندازه گیری کنید!

#### معیارهای درگیری و رفتار در Google Analytics

"Bounce rate"، "Pages per session" و "Avg. session duration" یک دیدگاه اساسی درباره تعامل کاربر ارائه می دهند. این معیارها تقریباً در هر گزارش در گوگل آنالیتیکز وجود دارند، بنابراین می توانید آن ها را برای منابع مختلف ترافیکی مشاهده کنید.

| Behavior                                  |                                       |                                               |
|-------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Bounce Rate ?                             | Pages / Session ?                     | Avg. Session Duration ?                       |
| 26.98%<br>Avg for View: 26.98%<br>(0.00%) | 4.88<br>Avg for View: 4.88<br>(0.00%) | 00:07:18<br>Avg for View: 00:07:18<br>(0.00%) |
| 29.13%                                    | 4.84                                  | 00:07:14                                      |
| 22.49%                                    | 4.95                                  | 00:07:26                                      |

اطلاعات دقیق‌تر در بخش "behavior" در دسترس است. "behavior flow" نحوه تعامل بازدیدکنندگان با بخش‌های مختلف وبسایت را به شما اطلاع می‌دهد. گزینه‌های پیشرفته به شما امکان می‌دهد گزارش‌ها را بر اساس منابع ترافیکی، صفحات فرود، کمپین‌ها و موارد دیگر مشاهده کنید.

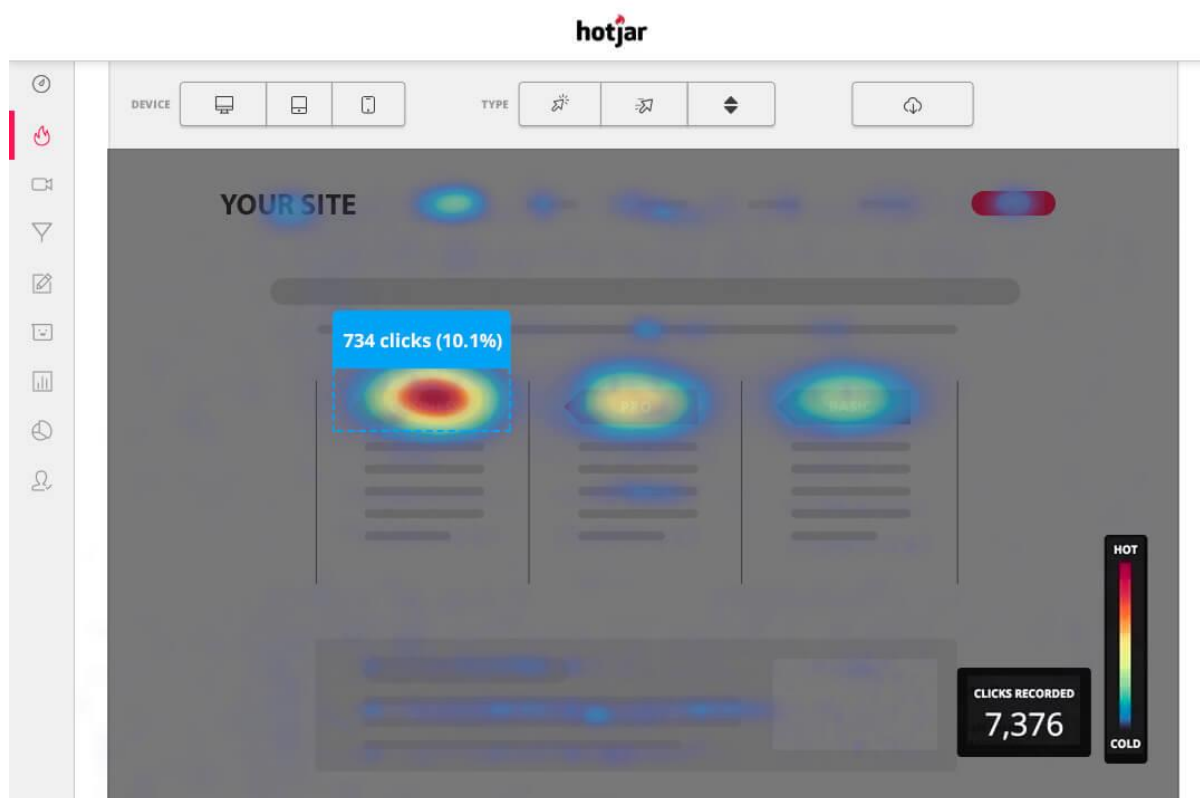


## قیف تبدیل در Google Analytics

این گزارش به شما می‌گوید که چگونه افراد با صفحه پرداخت در وبسایت شما ارتباط برقرار می‌کنند. آیا روند پرداخت سایت شما پیچیده است؟ می‌توانید اطلاعات جالبی را در مورد نحوه پرداخت در سایت خود مشاهده کنید.

## Heatmaps

Heatmaps ضمن ارائه گزارش های مفید، رفتار بازدیدکنندگان وبسایت را تجسم می کند. ابزارهای پیشرفته نقشه برداری گرم مانند [Hotjar](#) یا [Crazyegg](#) با راه حل های پیچیده تحلیلی همراه هستند اما می توانند برای وبلاگ نویسان یا مشاغل کوچک بسیار گران باشند. برای مبتدیان، یک طرح رایگان محدود توسط Hotjar یا [Ptengine](#) ممکن است شروع خوبی باشد.



Heatmaps در مورد UX و SEO بسیار کمک می کنند. قدرت نقشه های گرمایی در این است که دقیقاً می توانید ببینید که افراد در چه مکانی کلیک می کنند یا روی چه عناصری کلیک می کنند، نحوه اسکرول کاربر را مشخص می کند، نحوه پر کردن فرم ها و بسیار موارد دیگر را نشان می دهد.

ابزارهای گرمای نقشه برتر شامل ضبط رفتار کاربر نیز هستند. اگر فروشگاه اینترنتی دارید ضبط کردن رفتار کاربر می تواند به شما کمک کند.

اطلاعات داخلی

آیا می‌دانید چه اطلاعات خوبی در مورد اطلاعات داخلی وجود دارد؟ هیچ هزینه اضافی وجود ندارد شما همیشه می‌توانید این گزارش‌ها را با اطلاعات مفید به راحتی مشاهده کنید:

- سوالات مشتریان
- فرم‌های بازخورد
- دیدگاه‌ها و امتیازات
- درخواست‌ها و شکایات مشتری
- گزارش‌های بازاریابی
- پاسخ‌های ایمیل
- و ...

### تست و سرعت سایت

تست وبسایت قبل از راه‌اندازی آن ضروری است! کسانی که سایت را تست می‌کنند اطلاعات مفیدی را در اختیار شما قرار می‌دهند. آن‌ها اولین کاربر واقعی هستند. مهم‌تر از آن، شما می‌توانید برخی از تست‌ها را با همکاران، دوستان یا هواداران خود در طی مراحل توسعه انجام دهید.

به عناصر کلیدی مانند سرعت صفحه، بهینه‌سازی موبایل و سایر جنبه‌های مهم سئو داخلی هم توجه کنید.

## فصل ۸ - افزونه‌های مهم سئو

افزونه‌های سئو زیادی برای وردپرس وجود دارند و انتخاب کردن بهترین افزونه‌ها از بین آن‌ها کار چندان آسانی نیست. در آخرین بخش از آموزش سئو وردپرس ما مهم‌ترین افزونه‌های سئو برای وردپرس را معرفی می‌کنیم. این افزونه‌ها کاملاً

ضروری هستند و توصیه می‌کنم حتماً روی سایت خودتان نصب کنید. آموزش کار با بیشتر این افزونه‌ها در سایت یوتا وردپرس موجود است.

## ۱ - افزونه یواست سئو (yoast seo)

Yoast SEO بهترین افزونه سئو وردپرس است. این افزونه یک ابزار بهینه‌سازی وبسایت کامل را ارائه می‌دهد که به شما در بهبود وبسایت کمک می‌کند.

با استفاده از یواست سئو می‌توانید عناوین و توضیحات سئو را به راحتی به تمام پست‌ها و صفحات وبسایت خود اضافه کنید. همچنین به طور خودکار نقشه سایت XML را برای کلیه محتوای وبسایت شما ایجاد می‌کند که باعث می‌شود موتورهای جستجو بهتر وبسایت شما را بخزند.

ما از افزونه Yoast SEO در یوتا وردپرس برای کمک به بهینه‌سازی عناوین و توضیحات متا در صفحه استفاده می‌کنیم؛ همچنین برای مدیریت تغییر مسیرها، تولید نقشه سایت و غیره از یواست سئو کمک می‌گیریم.

## ۲ - افزونه لینک ساز خودکار (autolinks manager)

همان‌طور که در فصل ۶ اشاره کردیم لینک سازی یکی از مهم‌ترین بخش‌های سئو است. بدون لینک سازی عملاً سئو شما ناقص خواهد بود. این افزونه به شما کمک می‌کند تا به راحتی و به صورت خودکار به کلمات کلیدی خود لینک دهید. همه چیز خودکار انجام خواهد شد کافی است شما فقط یک‌بار به هر کلمه لینک دهید.

## ۳ - افزونه تعیین زبان برای گوگل (hreflang)

برای اینکه به گوگل بفهمانیم که سایت ما به چه زبانی است و محصولات و خدمات ما بیشتر برای چه کشوری مورد استفاده قرار می‌گیرد باید از این افزونه استفاده

کنیم. با افزونه hreflang به راحتی می‌توانید زبان و مکان خودتان را به گوگل معرفی کنید.

#### ۴ - افزونه بررسی لینک‌های شکسته (Broken Link Checker)

پیوندهای شکسته می‌تواند بر سئوی سایت شما تأثیر بگذارد و تجربه بدی را برای کاربران شما ایجاد کند. اگر مدتی است که وبلاگ خود را اداره می‌کنید، باید هر از گاهی سایت خود را برای پیوندهای خراب بررسی کنید و آن‌ها را برطرف کنید.

Broken Link Checker یک افزونه رایگان وردپرس است که به شما امکان می‌دهد لینک‌های شکسته را در سایت وردپرس خود پیدا کنید. سپس می‌توانید آن لینک‌ها را حتی بدون ویرایش پیام‌های خود برطرف کنید.

این افزونه بسیار مفید است و کاملاً رایگان است. تنها نکته منفی این است که می‌تواند به منابع تبدیل شود و ممکن است سرور میزبان وردپرس شما را کند کند.

#### ۵ - افزونه موشک وردپرس (wp-rocket)

سرعت سایت عامل اصلی در رتبه‌بندی جستجو است. به همین دلیل شما باید بر سرعت و عملکرد وبسایت خود نظارت داشته باشید تا اطمینان حاصل کنید که در سئو شما تأثیر منفی نمی‌گذارد.

آسان‌ترین راه برای افزایش سرعت وبسایت شما فعال کردن حافظه پنهان (کش) است. WP Rocket بهترین افزونه کشینگ وردپرس در بازار است که به شما امکان می‌دهد بدون وارد شدن به جزئیات فنی سایت خودتان را کش کنید.

## فصل ۹ - سخن پایانی و منابع

امیدواریم این مقاله به شما کمک کند تا یاد بگیرید که چگونه سایت وردپرس خود را بهینه‌سازی کنید. پیش بروید و چند مورد از این نکات مربوط به سئو وردپرس را پیاده‌سازی کنید. بعد از چند ماه افزایش میزان ترافیک ورودی به سایت خود را به‌وضوح مشاهده خواهید کرد.

در مقاله آموزش سئو وردپرس سعی کردیم تمامی نکات موردنیاز برای سئو کردن سایت را بیان کنیم. اگر نکته اضافی دارید که ما در آپدیت‌های بعدی اضافه کنیم لطفاً در بخش دیدگاه‌ها برای ما ذکر کنید. همچنین می‌توانید سوالات خودتان را نیز از این طریق از ما بپرسید.

[منبع اول](#)

[منبع دوم](#)