

# از محتوای تا سئو

نویسنده: ندا حسینی

تقدیم به

همسرم که در تمام فراز و نشیبهای زندگی امید و حامی من بوده است،

و سپاس فراوان از

پدر و مادرم که تمام لحظه های زندگی خود را وقف پیشرفت و ترقی من نمودند و از هیچ حمایتی دریغ

نکردند.

## فهرست

- ..... عوامل موفقیت یک وب سایت
- ..... روش های جذب کاربر به سایت
- ..... علت روی کارآمدن تولید محتوا و بازیابی محتوایی
- ..... پربازدیدترین سایت های دنیا
- ..... معرفی الگوریتم های گوگل
- ..... پنگوئن
- ..... مرغ مگس خوار
- ..... کبوتر
- ..... پاندا
- ..... گورخر
- ..... منظور از محتوای با کیفیت چیست؟
- ..... چگونه محتوا تولید می شود؟
- ..... انتخاب موضوع برای تولید محتوا چگونه است؟
- ..... فرمت محتوا
- ..... انتخاب کلمات کلیدی چگونه است؟
- ..... نحوه انتخاب عنوان صفحات
- ..... در چه جاهایی از کلمات کلیدی استفاده کنیم؟
- ..... نحوه محاسبه چگالی کلمات کلیدی
- ..... منظور از تولید محتوای هدفمند چیست؟
- ..... کاربرد تگ های HTML چیست؟
- ..... لینک های خارجی و داخلی

..... کاربرد تگ یا برچسب چیست؟

..... توصیه هایی برای افزایش فعالیت کاربران در سایت

..... چگونه برای تولید محتوا ایده بگیریم؟

## عوامل موفقیت یک وب سایت

با وجود هزاران وب سایتی که در زمینه های مختلف در فضای نامحدود اینترنت وجود دارد وب سایتی موفق به شمار میآید که در درجه اول بتواند کاربر هدفمند جذب کند. منظور از کاربر هدفمند کاربری است که تارگت و هدف کالا و خدمات سایت محسوب می شود. سایت موفق این جاذبه گرافیکی، محتوایی را دارد که ظرف مدت ۳ تا ۷ ثانیه بازدید کننده را ترغیب کند که در سایت بماند و او را تبدیل به کاربر وفادار نماید.

کاربر وفادار به کسی گفته می شود که سایت هدف را دنبال می کند یعنی اینکه هر روز به سایت سر می زند که از آخرین رویدادها مطلع شود و این کاربر بسیار با ارزش است چرا که اگر وب سایت هر روز برای این کاربر نوآوری داشته باشد پس از مرحله اعتماد این کاربر تبدیل به مشتری کالا و خدمات می شود و اگر سایتی این چرخه را به درستی ایجاد نماید، صددرصد وب سایت موفق به شمار می آید.



## روش های جذب کاربر سایت

حال سؤالی که پیش می آید این است که این کاربر از چه طرقي به سایت ما جذب می شود و در واقع چگونه با سایت ما آشنا می شود و متوجه حضور ما می شود؟

می توان به طور کلی گفت به ۳ طریق کاربران سایت هدف را می بینند از آنجایی که وب سایت در بستر اینترنت قرار دارند مهمترین و اولین روش جذب کاربر از طریق موتورهای جستجو می باشد. گفته می شود ۸۰ درصد از بازدید کل اینترنت از این طریق انجام می شود. در واقع کاربران نیازهای کالا و خدمات و یا محتوای آموزشی مدنظر خود را از طریق جستجو در اینترنت مرتفع می کنند و **Search engines** کمک می کند که دقیقاً کالا و خدمات و محتوای مورد نظر به کاربر جستجوگر نمایش داده شود.

روش دوم برای دیده شدن تبلیغات است که می توان در سایت های پر بازدید یا خود موتورهای جستجو باشد و یا از طریق ارسال ایمیل گروهی (ایمیل مارکتینگ) انجام شود. گفته می شود در نتایج گوگل ۳۰ درصد روی تبلیغات و ۷۰ درصد روی نتایج کلیک می کنند و این آمار مورد توجه ای است.

سومین روش جذب کاربر به سایت روش مستقیم و یا دایرکت می باشد. این روش همانطور که از نامش پیداست مستقیم است مانند معرفی و تبلیغات از طریق کاتالوگ و بروشور و بیلبورد.



## علت روی کارآمدن بازیابی محتوا و تولید محتوا

با توجه به گفته های پیشین متوجه شدیم که دیده شدن در فضای مجازی از عوامل موفقیت هر وب سایت و کسب و کاری محسوب می شود.

اما امروزه با توجه به اینکه در هر زمینه هزاران وب سایت مجزا وجود دارد رقابت بر سر دیده شدن و جذب کاربران بسیار دشوار به نظر میرسد. به همین دلیل موتورهای جستجو دائماً الگوریتم های خود را بروزرسانی می کنند تا وب سایت ها در فضای سالم و کاملاً براساس اصول معین به رقابت پردازند.

یکی از موتورهای جستجو که دائماً الگوریتم های خود را به روزرسانی می کند که فضای رقابتی سالمی ایجاد نماید گوگل است. در سال ۱۳۹۱ الگوریتم های جدید گوگل به وب سایت های فارسی تعمیم داده شد. تمرکز این الگوریتم ها بر محتوای وب سایت ها بوده است. خلأ بهینه سازی محتوا در سایت های فارسی بحث تولید محتوا و بازیابی براساس محتوا یا همان بازاریابی محتوایی در بسترهای اینترنتی را بیش از گذشته پر رنگ نمود. تا جایی که امروزه تولید محتوای یونیک و دست اول مهمترین مزیت رقابتی وب سایتها به شمار می رود.



## پر بازدیدترین سایت های دنیا

همانطور که در بحث عوامل موفقیت وب سایت اشاره کردیم جذب کاربر وفادار یکی از با ارزش ترین اتفاقات برای وب سایت های موفق محسوب می شود.

این پدیده وفاداری بیشتر در مورد وب سایت های خبری، شبکه های اجتماعی، سایت های دانلود، انجمن ها و تالارهای گفتگو و فروشگاه های اینترنتی اتفاق می افتد.

کاملاً پر واضح است که دلیل این امر محتوای این سایتها است که همواره به روزرسانی می شود و محتوای دست اول و تازه این وب سایت ها کاربران را به خود جذب می کند.

در مورد انجمن ها و تالارهای گفتگو و شبکه های اجتماعی علاوه بر بروز رسانی محتوا و تولید محتوای دست اول، باید به امکان تعاملات کاربران هم اشاره نمود که برای کاربران بسیار جاذبه ایجاد می کند.





## معرفی الگوریتم های گوگل

گوگل الگوریتم های خود را به نام حیوانات نامگذاری می کند و به همین خاطر به باغ وحش گوگل شهرت دارد. این الگوریتم ها به منظور جلوگیری از روش های نادرست و غلط برای به دست آوردن جایگاه مطلوب در نتایج موتورهای جستجو پایه گذاری شده اند.

با توجه به اینکه این الگوریتم ها مرتب در حال تغییر هستند تضمینی نیست که اگر وب سایتی با عبارات یا کلماتی خاص در صدر نتایج موتورهای جستجو باشد برای همیشه همانجا بماند.

بنابراین وبمسترهای حرفه ای و جویای نتایج مطلوب همواره اخبار الگوریتم های گوگل را دنبال می کنند.



### الگوریتم پاندا

یکی از الگوریتم ها پانداست. تمرکز پاندا بر روی محتوای سایت ها است. این الگوریتم از سال ۹۱ به سایت های فارسی تعمیم داده شد.

مواردی که مورد توجه پاندا قرار می گیرند عبارتند از :

- محتوای یونیک و ارزشمند وب سایت ها

- وجود لینک های ارزشمند درون سایت ها
- شبکه های اجتماعی به خصوص گوگل پلاس که مختص خود گوگل است.
- CTR یا نرخ کلیک ها (CTR = Click through rate) درصد تعداد کلیک های وب سایت. بنابراین هرچه این مقدار بالا باشد وب سایت مورد نظر موفقیت بیشتری در جذب کاربر از SE را داشته است.
- تعداد دفعاتی که برند شما جستجو شده و کاربر از این طریق وارد وب سایت شما شده که منظور همان برند سازی اینترنتی می باشد.

## الگوریتم پنگوئن گوگل

۵ اردیبهشت سال ۱۳۹۱ پنگوئن به سایت های فارسی رسید. تمرکز این الگوریتم بر روی لینک های سالم وب سایت ها می باشد. همانطور که پنگوئن به دو رنگ سیاه و سفید می باشد این الگوریتم قادر به تشخیص وب سایت های سیاه و سفید می باشد.

مواردی که مورد توجه این الگوریتم قرار می گیرند عبارتند از :

۱. صفحات مخفی
  ۲. خرید لینک
  ۳. لینک و متن مخفی
  ۴. کلوکینگ و ریدایرکت
- کلوکینگ یکی از مرسوم ترین روش های سئوی سیاه می باشد که امروزه اسپم شناخته می شود. در این روش اطلاعاتی که به کاربر نشان داده می شود با اطلاعاتی که به موتور جستجو معرفی می شود متفاوت است.



### الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل

این الگوریتم بر روی سمانتیک سئو تأکید دارد و تمرکز آن بر روی پیدا کردن کلمات مترادف می باشد. از انجایی که مرغ مگس خوار در هر ثانیه ۷۰ بار بال می زند و با سرعت ۳۰ مایل در ساعت پرواز می کند. در حالی که با این سرعت قادر است در یک نقطه ثابت بماند یا به عقب حرکت کند، نماد سرعت و دقت می باشد. بنابراین نامگذاری این الگوریتم به علت سرعت و دقت تمرکز آن بر روی عبارات جستجو شده توسط کاربران و امکان تجزیه و تحلیل آنها می باشد.



### معرفی الگوریتم کبوتر گوگل

کبوتر خاکستری پرنده ای است که می تواند جزئیات را بدون در نظر گرفتن جهت گیری فضایی به دقت بررسی نماید و این همان قابلیت است که موجب می شود موتور جستجو از میان هزاران سایت ایندکس شده سایت های مرتبط و مطلوب را پیدا کند. الگوریتم کبوتر به نوعی بر CRO یا بهینه سازی نرخ تبدیل تمرکز دارد.

### معرفی الگوریتم گورخر

تمرکز گورخر بر روی فروشگاه های اینترنتی می باشد. با این الگوریتم عواملی که باعث کاهش رتبه فروشگاه های اینترنتی می شوند عبارتند از :

- قیمت بالای محصولات مشابه با سایر سایت ها

لازم به ذکر است که گورخر فروشگاه های که محصول مشابه با قیمت پایین تر ارائه می دهد را در جایگاه بالاتری قرار می دهد.

- نارضایتی مشتریان

- نداشتن قیمت و محل فیزیکی

- مشخص نبودن روش و هزینه ارسال
- نبود لیست مورد علاقه کاربران
- فقدان لیست نظرسنجی کاربران
- نبود امکان ثبت نام و لاگین
- نداشتن سیاست مشخص برای عودت کالا
- عدم بروزرسانی سبد خرید بعد از افزودن خرید

با توجه به تمام موارد بالا نتیجه می گیریم که موفقیت یک فروشگاه اینترنتی بسته به عوامل متعددی است از جمله طراحی سایت، تولید محتوا و خدماتی که سرویس ها و خود فروشگاه اینترنتی به کاربران ارائه می دهد.



## منظور از محتوای با کیفیت چیست ؟

محتوای مطلوب در واقع محتوایی است که منجر به چند اتفاق می شود:

۱. جذب کاربر وفادار.
۲. جلب اعتماد کاربران و تبدیل شدن به یک مرجع معتبر برای آنان.
۳. خرید کالا و خدمات از سایت هدف توسط کاربران در موقع نیاز.
۴. برند سازی



شاید به همین دلایل باشد که گفته می شود محتوا پادشاه است.

این محتوای مطلوب و با کیفیت باید چند مشخصه داشته باشد که به ترتیب ذکر می شود :

۱. کاربر پسند باشد.
  ۲. توسط کاربران به سایرین پیشنهاد شود و یا به اشتراک گذاشته شود.
  ۳. کاربران را ترغیب کند که دوباره به سایت برگردند و یا مطالب مرتبط را مطالعه کند.
- این موارد زمانی اتفاق می افتد که تولید کننده محتوا در هنگام آماده کردن کانتنت خود را جای کاربر قرار دهد و سعی کند به گونه ای بنویسد که تمام سؤالاتی که ممکن است برای وی ( در جای کاربر ) پیش بیاید پاسخ داده شود.





## چگونه محتوا تولید می شود ؟

تولید محتوا به سه روش کلی انجام می شود :

### ۱. تحقیق و بازنویسی

در این روش از منابع مختلف اطلاعات جمع آوری می شود و پس از یک نتیجه گیری کلی، تولید محتوا به گونه ای یونیک و یا یک نگارش کاربرپسند و کاملاً منحصر بفرد انجام می شود.

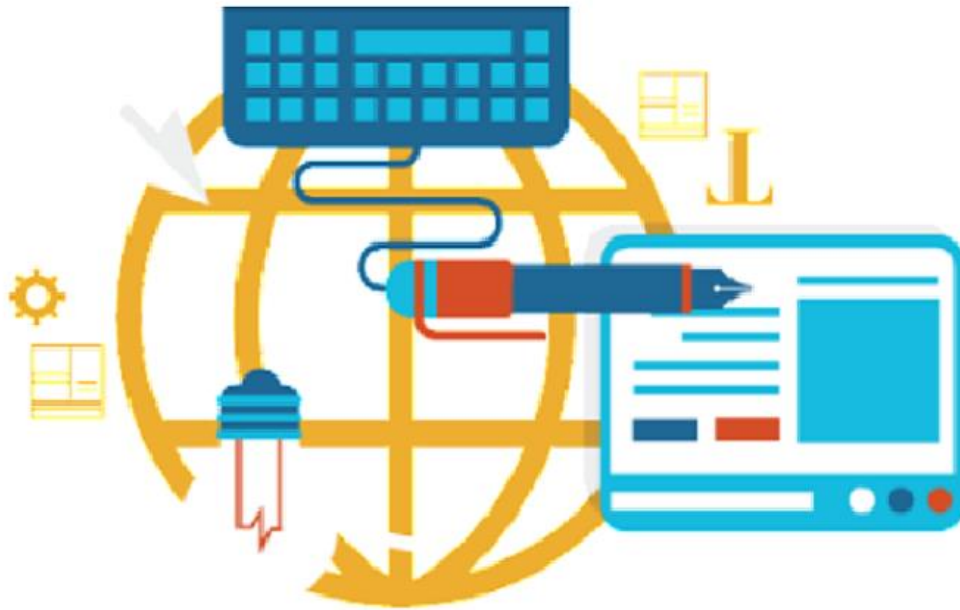
### ۲. ترجمه و بومی سازی

از آنجایی که نگارش و سبک و سیاق نوشتن در هر زبان متفاوت می باشد مهمترین مرحله پس از ترجمه، بومی سازی متن تلقی می شود. این بومی سازی متون ترجمه شده از دو جنبه اهمیت دارد، اول اینکه از آنجایی که ممکن است از یک منبع چندین سایت و رسانه استفاده نمایند و در نهایت پس از ترجمه متون کاملاً شبیه به هم منتشر شود، این بومی سازی سبب یونیک شدن متن می شود و دوم اینکه گاهی دیده می شود دستورالعمل ها و اصول یک متن با فرهنگ و امکانات موجود همخوانی ندارد، با این روش تمام این مشکلات حذف خواهد شد و متن کاملاً با سلیقه و فرهنگ و خواسته کاربران همخوانی پیدا می کند.

### ۳. مصاحبه و تولید محتوای خبری و پرتاژ

در روش سوم تولید محتوا از منابع انسانی انجام می شود. بدین گونه محتوایی کاملاً یونیک و دست اول تولید می شود. علاوه بر اینکه منبع هر متن خود کسانی هستند که به گونه ای یا صاحبان کار تلقی می شوند و یا اینکه نظر کارشناسی آنها حائز اهمیت می باشد. به همین خاطر، این شیوه طرفداران خاص خود دارد.





## انتخاب موضوع برای تولید محتوا

با توجه به مبحث ششم درباره محتوای با کیفیت، انتخاب موضوع یکی از مهمترین بخشهای تولید محتوا محسوب می شود.

درباره انتخاب موضوع یا عنوان باید توجه داشت که هر چیز که به کالا و خدمات هدف مرتبط می شود برای کاربران جذاب خواهد بود. مثلاً اگر وب سایتی درباره شوینده ها مد نظر می باشد، مطلبی راجع به اینکه صابون مایع برای پوست مناسب تر است یا صابون جامد برای کاربران جالب توجه خواهد بود. برای انتخاب موضوعات این چینی می توان از علم UX یا تجربه کاربری بهره گرفت و در واقع جای کاربران قرار گرفت و موضوعاتی که احساس میشود مخاطبان بیشتری دارد انتخاب نمود.

یک راه دیگر هم که قطعاً موثر می باشد استفاده از ساجست های گوگل و نرم افزارهایی در این زمینه می باشد مانند Planner زیرا اساس نتایج این نرم افزارها، جستجوی کاربران می باشد.



## سمانتیک سئو را فراموش نکنید !

الزامیست که از کلمات مترادف و هم معنی در موضوعات استفاده شود. گوگل کلمات مترادف را به خوبی تشخیص خواهد داد.

نکته حائز اهمیت دیگر این است که موضوعات هدفمند و واضح انتخاب شود مثلاً اگر راجع به شوینده صحبت می شود حتماً مشخص شده باشد که شوینده خانگی یا صنعتی، یا اینکه در بحث پرطرفدار داندلود، داندلود فیلم یا نرم افزار مشخص شود.

## فرمت محتوا

به طور معمول تولید محتوا در ۴ فرمت انجام می شود :

۱. تکست

۲. اینفوگرافی و اطلاع رسانی از طریق تصویر

۳. ویدیو

۴. فایل صوتی (پادکست)

نکته قابل توجه این است که محتوا در هر فرمتی که تولید شود باید دارای مشخصات زیر باشد :

۱. یونیک و منحصر به فرد باشد.

۲. کاربر پسند باشد.

۳. دقیقاً مطابق با موضوع باشد.

۴. مفید و ساده و با کیفیت باشد.



## انتخاب کلمات کلیدی

اولین گام برای تولید محتوا انتخاب تارگت و کلمات کلیدی می باشد. در واقع انتخاب کلمه کلیدی به معنای انتخاب هدف تلقی می شود.

اصطلاح کیورد نیچه به مفهوم انتخاب کلمات کلیدی براساس ساجست ها و نرم افزارهای گوگل می باشد که به نوعی نشانه نیاز کاربران می باشد.

بهتر آن است که کلماتی انتخاب شود که تعداد سرچ بالا و رقبای کمتری دارند و برای هر صفحه مطلوب است که بر روی ۲ تا ۳ کلمه کلیدی تمرکز نمود.

همواره کلمه کلیدی به گونه ای انتخاب شود که پاسخگوی نیاز کاربر باشد به عنوان مثال اگر در زمینه دندانپزشکی فعالیت می شود اما ایمپلنت جز خدمات مجموعه درمانی نیست به هیچ عنوان بر روی کلمه کلیدی ایمپلنت یا کاشت دندان تمرکز نشود زیرا کاربری جذب خواهد شد که به هیچ عنوان تبدیل به مشتری نخواهد شد علاوه بر اینکه بعدها چندان به نوشته های سایت هدف اعتماد نمی کند.



## محتوای قدیمی را به روز کنیم!

علاوه بر اینکه یک سایت نیاز به محتوای تازه دارد باید بعد از مدتی محتوای قبل خود را نیز تازه کند تا همیشه در جایگاه برتر بماند. در صورت امکان، به جای اینکه صفحات قبلی سایت به روزرسانی شود و یا محتوای جدید به آن اضافه شود میتوان مطلب جدیدی درباره همان موضوع نوشت و صفحه قبلی را با کد ۳۰۱ به آن ریدایرکت نمود.

## انتخاب عنوان صفحات

برای انتخاب عنوان صفحه لازم است که حتماً کلمات کلیدی صفحه از قبل انتخاب شده باشد بهتر آن است که کلمات کلیدی در ۶۰ تا ۷۰ کارکتر اول عنوان استفاده شود چون مابقی کلمات در نتایج موتورهای جستجو به صورت نقطه چین نمایش داده می شود.

### تصور اشتباه !!

برخی بر این باورند که انتخاب عنوان صحیح و نوشتن پاراگراف اول متن به درستی کافیست و بقیه متن به لحاظ موتورهای جستجو ارزشی ندارد و برآورد نمی شود در حالیکه این تصور صد در صد اشتباه است و با روی کارآمدن HTML5 این گفته کاملاً مردود شد. چون به واسطه HTML5 گوگل به راحتی منو، عنوان، فوتر و یا سایر قسمت های سایت را تشخیص می دهد.

از دلایل اهمیت عنوان صفحات می توان به موارد زیر اشاره نمود :

۱. اولین خطی که کاربر مشاهده می کند عنوان صفحه می باشد.

۲. در صورت به اشتراک گذاشتن صفحات در شبکه های اجتماعی عنوان نمایش داده می شود.

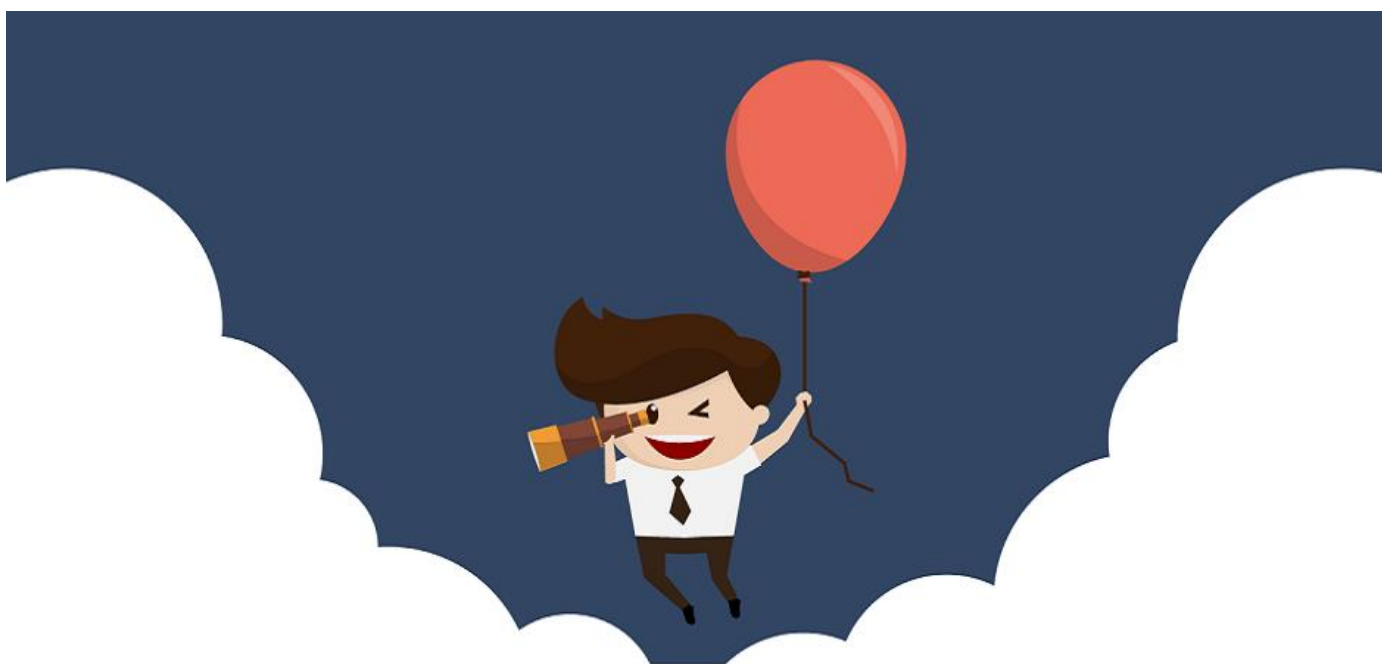
۳. مرورگرها و موتورهای جستجو عنوان صفحه را نشان می دهند.

نکاتی که باید در انتخاب عنوان صفحات لحاظ شود :

- در عنوان صفحه اصلی سایت بهتر آن است که نام شرکت یا برند ذکر شود. این کار در برندسازی تأثیر گذر خواهد بود.

- از عناوین جذاب و توجه برانگیز مانند شگفت انگیز، بهترین، کاربردی ترین و ... استفاده شود.

- بکار بردن اعداد مانند ۳ روش تولید محتوا، به کاربر این حس را منتقل می کند که قرار است مطلبی کامل را به صورت خلاصه و طبقه بندی مطالعه نمایید و درصد کلیک توسط کاربران در این موارد بسیار بالا می باشد.
- به هیچ عنوان نباید عناوین تکراری انتخاب شود .
- ارتباط و همخوانی عنوان با متن صفحات از موارد ضروری می باشد.
- توجه به سئوی معنایی در انتخاب عناوین صفحات بسیار حائز اهمیت می باشد به این معنا که از کلمات مترادف و هم معنی استفاده شود.



## در چه جاهایی از کلمات کلیدی استفاده شود ؟

همانطور که در مباحث قبلی اشاره شد انتخاب کلمات کلیدی، از مهمترین اصول تولید محتوا می باشد. اما اینکه از این کلمات کلیدی منتخب در چه جاهایی استفاده شود بسیار حائز اهمیت است که در اینجا به مواردی اشاره خواهیم داشت :

۱. عنوان صفحه

۲. آدرس سایت یا URL

تولید محتوا / <http://wikimohtava.com>

۳. متن

گفتنی است که بهترین چگالی برای کلمات کلیدی بین ۱ تا ۳ درصد در هر صفحه است و بمباران کردن متن با کلمات کلیدی به هیچ عنوان توصیه نمی شود.

بہتر آن است کہ از مترادف و یا حتی انگلیسی کلمات کلیدی در متن استفاده شود.

۴. تگ H1

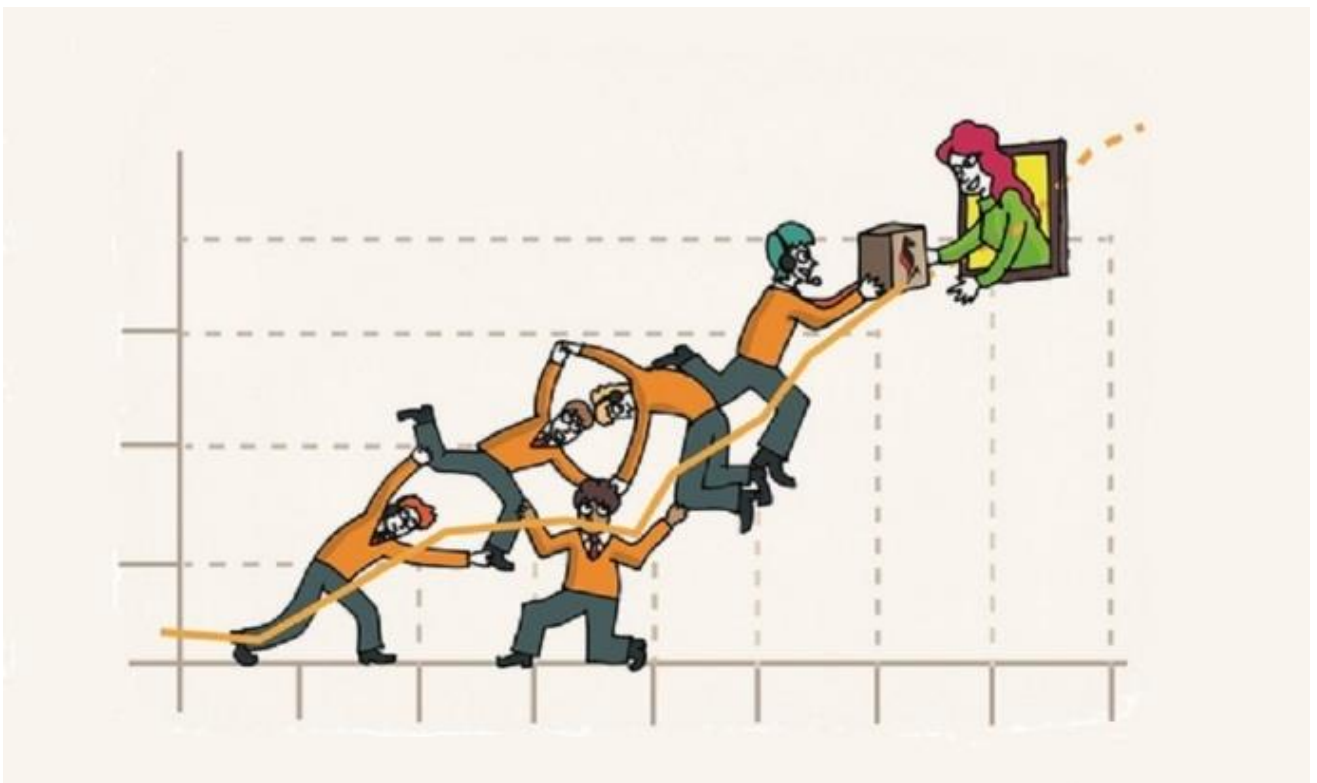
۵. تگ H2

۶. تگ alt تصویر

۷. توضیحات یا متا دیسکریپشن

نکته : مجوز شما برای نوشتن توضیحات هر صفحه ۷۰ الی ۱۶۰ حرف با احتساب فاصله ها می باشد.

۸. لینک های داخلی



## محاسبه چگالی کلمات کلیدی

همانطور که در قسمت قبل گفتیم بهترین چگالی برای کلمات کلیدی بین ۱ تا ۳ درصد در هر صفحه می باشد اما

این چگالی چگونه محاسبه می شود ؟

$$100 \times (NKR \times NWP \times TKn)$$

NWP : تعداد کلمات در عبارات

NKr = تعداد دفعات تکرار عبارت یا کلمه کلیدی

Tkn = تعداد کل کلمات صفحه موردنظر

بمباران کردن متن با کلمات کلیدی علاوه بر اینکه برای کاربر بسیار آزاردهنده خواهد بود، بسیار غیرحرفه ای می باشد و از کیفیت متن می کاهد.

## منظور از محتوای هدفمند چیست ؟

در اینجا سعی بر این است که مشخصات این نوع محتوا را در چند بند ساده بیان کنیم :

۱. محتوایی که هم کاربر محور باشد هم موتور جستجو محور.

به این معنا که محتوا هم برای کاربر جاذبه داشته باشد و هم قابل تشخیص و ارتقاء برای خزنده های موتورهای جستجو باشد.

۲. محتوایی که بر پایه خلاقیت و نوآوری تولید شده باشد. ( محتوایی که یونیک تولید شده باشد و خلاقیت های نویسنده در آن به کار رفته باشد و کپی از نوشته دیگر نباشد. )

۳. محتوایی که منجر به ارتقاء جایگاه وب سایت در موتورهای جستجو شود به این مفهوم که تمام استانداردها و الگوریتم های موتورهای جستجو در متن لحاظ شده باشد.

۴. محتوایی که کاربر را در سایت نگه دارد و او را ترغیب به اشتراک کند.

۵. محتوایی که به خوبی دانش و تخصص نویسنده را منتقل نماید.





## تگ های HTML چه کاربردی در تولید محتوا دارند ؟

Hyper Text Markup Language (HTML) به معنای زبان اشاره فوق متن می باشد. برای مرورگرها تنها کدهای اچ تی ام ال قابل فهم هستند. به همین دلیل HTML زمان استاندارد طراحی وب شناخته می شود و تمام کدها باید به اچ تی ام ال تبدیل شوند تا توسط مرورگرها تشخیص داده شود. در زبان HTML بخش های مختلف توسط تگ جدا می شوند، این تگ ها به مرورگرها می فهمانند که هر بخش از صفحه چیست و باید چگونه نمایش داده شود. تگ ها انواع مختلف دارند و هرکدام کاربرد و خواص مربوط به خود را دارند که در اینجا به آنها اشاره می نمایم.

### - تگ های هدر

تگ های عنوان یا همان هدر مهمترین تگ ها برای جستجوگرهای وب می باشند.

**H1** تگ عنوان است و تنها یکبار در هر صفحه تکرار می شود و برای سئو و بهینه سازی بسیار حائز اهمیت می باشد.

تگ **H2 - H6** ، **H2** بزرگترین استایل را دارا می باشد و به تدریج استایل ها تا **H6** کوچکتر می شود. که درجه اهمیت آنها هم به همین میزان رده بندی می شود.

### - تگ کیورد

م تاکیورد از سال ۲۰۱۲ از جستجوگر گوگل حذف شد. تنها کیورد تگی که برای گوگل همچنان وجود دارد متا تگ news-keyword است که همانطور که از نامش پیداست فقط برای اخبار کاربرد دارد و حداکثر تعداد تگ نیوز کیورد ۱۰ عدد می باشد که به واسطه ویرگول از هم جدا می شوند.

## - متادیسکریشن

تگ توضیحات یا همان دیسکریشن بسیار حائز اهمیت می باشد زیرا در تمام نتایج جستجوها که به کاربر نمایش داده می شود علاوه بر عنوان، دیسکریشن هم نمایش داده می شود و کاربر را برای کلیک و ورود به سایت ترغیب می نماید.

نکته ای که بسیار باید رعایت شود این است که علاوه بر جذابیتی که دیسکریشن باید داشته باشد حتماً باید به متن صفحه هم مرتبط باشد.

بسیار دیده می شود که دیسکریشن و متن صفحات هیچ ارتباطی به هم ندارد . توضیحات صرفاً برای جذب کاربر به سایت نوشته شده است. این تقلب علاوه بر اینکه توسط موتورهای جستجو لحاظ می شود باعث بی اعتمادی کاربر به سایت هدف نیز خواهد شد و باعث می شود سریعاً سایت را ترک نماید و به مرور زمان نام وب سایت به عنوان سایت بی کیفیت و متقلب زبان به زبان خواهد شد.

گفتنی است تعداد کاراکترهای مجاز برای دیسکریشن ۱۵۴ کاراکتر می باشد.



## لینک های داخلی و خارجی

برخلاف تصور عموم که لینک موثر را فقط لینک خارجی تلقی می کنند گفتنی است که برای گوگل لینک داخلی و خارجی فرقی نمی کند و مهم این است که لینک ها درست به کار گرفته شوند.

در واقع بک لینک به لینک های مؤثر بر رتبه سایت گفته می شود که این لینک ها می توانند درون خود سایت باشند یا از سایر سایت های معتبر دیگر پیوند داده شده باشند.

مواردی که به عنوان عوامل مؤثر بر لینک ها شناخته می شوند عبارتند از :

۱. تعداد لینک ورودی به یک صفحه از وب سایت
۲. صفحاتی که به یک صفحه خاص لینک داده می شوند، اینکه مرتبط باشند یا خیر
۳. لینک به صفحاتی که پیج رنگ بالایی داشته باشند.
۴. طول عمر لینک
۵. تعداد لینک های خروجی از یک صفحه از وب سایت



## کاربرد تگ یا برچسب

نکته ای که شاید از تصور خیلی از افراد دور باشد این است که تگ ها یا همان برچسب ها تأثیری بر سئو ندارند و تنها نقش رابط موضوعات را برعهده دارند. متاسفانه بسیار دیده می شود که تگ ها با کلمات کلیدی اشتباه گرفته می شوند.

مشخصات تگ یا برچسب به شرح زیر می باشد.

۱. تعداد تگ نباید بیشتر از ۱۰ عدد باشد.
۲. حداکثر عباراتی که برای تگ در نظر گرفته می شود ۳ کلمه ای باشد.
۳. بهتر آن است که از تگ هایی که قبلاً به کار برده شده است، استفاده شود.
۴. برچسب هایی اضافه شود که حتماً موضوع مرتبط دیگری با آن در سایت وجود داشته باشد که این تگ به عنوان راهنمای کاربران استفاده شود، در غیر این صورت هیچ کاربردی نخواهد داشت.

## توصیه هایی برای افزایش فعالیت کاربران در سایت

۱. سایت خود را برای موتورهای جستجو بهینه کنید تا در نتایج جستجوهای کاربران دیده شوید.
۲. گرافیک جذاب برای سایت خود به کار ببرید.

۳. از عناوین و متون جذاب و یونیک استفاده نمایید.

۴. از عکس های جذاب و اینفوگرافی های گویا و مناسب بین متون سایت خود استفاده نمایید.

۵. مطالب خود را در شبکه های اجتماعی به اشتراک گذارید و کاربران شبکه ها را ترغیب نمایند تا به سایت

شما سر بزنند و در خبرنامه شما عضو شوند.

۶. به بخش نظرات کاربران احترام بگذارید و با حوصله و کلام زیبا پاسخ کاربران خود را دهید.

۷. برای کاربران فعال خود اهمیت قائل شوید و برای ایشان امتیازاتی قائل شوید.



## چگونه برای تولید محتوا ایده بگیریم؟

نوشتن درباره موضوعات نو بسیار دشوار است. پس چگونه می توان درباره عناوین جدید نوشت؟!

توجه به موارد زیر قطعاً کمک کننده خواهد بود :

۱. تهیه لیستی از کلمات پر جستجو و تحقیق و مطالعه درباره آنها
۲. کمک گرفتن از کسانی که اطلاعات یا تجربیاتی درباره موضوع دارند.
۳. نظرسنجی از اطرافیان و سایرین
۴. نگاه به موضوع در جایگاه خواننده و پاسخ به سؤالات ذهن او درباره موضوع
۵. نوشتن برداشت های شخصی از موضوع براساس تحقیقات و جستجوها
۶. استفاده از عبارات و جملات مترادف



CONTENT

در پایان امید است که خواندن این کتاب دریچه ای تازه درباره تولید محتوا و بهینه سازی وب سایت در ذهن

خواننده باز نماید.

هر چیز زکاتی دارد و زکات دانش، آموختن آن است به اهلش.