



عنوان مقاله :

نکاتی برای مبتدیان سئو

(بهینه سازی سایت های تجاری کوچک)

✓ عنوان لاتین مقاله :

The Beginner's Checklist for Small Business SEO

✓ مترجم :

آزاده دلیری

✓ آدرس پست الکترونیک :

azade_daliri@yahoo.com

تحقیق و بررسی

قبل از انجام هرگونه بهینه سازی برای موتور جستجو نیاز دارید که در قسمت هایی از وب که قصد بهینه سازی آن را دارید تحقیق کنید. بسیاری از افراد عقیده دارند که این مهمترین مرحله در فرآیند بهینه سازی موتور جستجو است. پس آن را از قلم نیندازید!

- **چک لیست مبتدیان برای یادگیری سئو** را بررسی کنید. کامل کردن تمام موارد در این مقاله همه مهارت های ضروری را به شما خواهند داد.

- **هدف خود را یادداشت کنید.** چرا این کار را انجام می دهید؟ چرا از مردم می خواهید که سایت مشتری شما را پیدا کنند؟ آیا فقط مشاهده سایت مشتری شما کافی نیست. هدف من این بود: "از والدین محلی می خواهم که وب سایت مشتری من را بیابند و متقاعد شوند که فرزندان خود را در آن ثبت نام کنند."

- **در خواست های احتمالی جستجو را یادداشت کنید.** چه کلماتی را ممکن است افراد در موتور جستجو برای پیدا کردن شرکت مشتری شما تایپ کنند؟ برای مثال، من به این جواب ها رسیدم: "Issaquah Preschool"، "Issaquah Daycare"، "Sammamish Preschool" (در همسایگی حومه)، "Preschool Summer Camp" و "Creative Preschool". لیست شما باید طولانی تر باشد.

- **کلمات کلیدی خود را جستجو کنید.** در سایت [Google Adwords](https://www.google.com/adwords) ثبت نام کنید و چگونگی استفاده از ابزار ارائه شده "ابزار کلمات کلیدی" (Keyword Tool) و "ایده های متون تبلیغاتی" (Ad Text Ideas) را بیاموزید. چگونگی استفاده از Wordtracker (غیر رایگان) و ابزار Keyword Difficulty (رایگان) را بیاموزید.

- **استفاده از آنچه که از جستجوی کلمات کلیدی فراگرفتید، ثبت آنچه را که معتقدید می تواند بهترین کلمات کلیدی باشد.** برای پروژه خود، از "Issaquah Preschool"، "Issaquah Early Childhood"، "Preschool Summer Camp" و پنج مورد دیگر استفاده کردم.

- **صفحات نتیجه فعلی موتور جستجو را (SERPs) (برای کلمات کلیدی سایت خود) تجزیه و تحلیل کنید.** چه کسی رتبه دار است؟ آن ها چه کار های مؤثر یا غیر مؤثری انجام می دهند؟ بررسی کرده و رقبای خود را بشناسید.

- **یک لیست از رقبای خود تهیه کنید.** اطلاعات مراحل قبلی را برای بوجود آوردن لیست رقبای خود به کار ببرید. با استفاده از این کار در خواهید یافت که چگونه سایت های دیگر در رسیدن به SERP های هدفشان موفق بودند.

- از [Yahoo Site Explorer](#) برای پیدا کردن مراجع لینک های رقبای خود استفاده کنید. مراجع لینک هایی که رقبای شما دارند یادداشت و برای استفاده های دیگر ذخیره کنید.



- سایت مشتری خود را جستجو کنید. از Google، Live و Yahoo استفاده کنید تا بفهمید آیا سایت شما وارد فهرست شده است. مثال: سایت "www.gigglywigglypreschool.com" را جستجو کنید! اگر سایت شما در فهرست نیست لازم است تا بفهمید چه چیزی مانع موتور جستجو جهت رخداده این مسئله شده است. همچنین اطمینان یابید که تگ های عنوان مهمترین صفحات مشتریان تان را جستجو کردید و دریابید آیا / کجا رتبه بندی شده اند. نتیجه را ثبت کنید.

در سایت

-در [Google Analytics](#)، [Google Webmaster Tools](#) و [Live Search Webmaster Center](#) عضو شوید. این مرحله مهمی است که بعداً ضرورت پیدا خواهد کرد.

-به [Google Analytics](#) اجازه بدهید برای دو هفته اجرا شود(قبل از انجام هرگونه بهینه سازی). این کار به Analytics اجازه می دهد اطلاعات را جمع آوری کند و برای شما یک ایده فراهم می آورد. پیشنهاد می کنم که از صفحات مربوط تصویر تهیه کنید. بنابراین با ادامه روند بهینه سازی می توانید به مشتریان خود نشان دهید که چگونه کار شما تأثیر مثبتی بر روی سایت آنها دارد.

-طراحی بصری سایت مشتریان خود را ارزیابی کنید. اگر سایت مردم را براند هیچ اندازه تلاش و کوشش سئو کمک نخواهد کرد. اگر سایت جالب به نظر نرسد به دنبال سایت های مشابه باشید که خوب طراحی شدند.

-سازگاری بین مرورگرها را چک کنید. سایت مشتری خود را با استفاده از [Mozilla Firefox 2.X](#) و [Internet Explorer 6,7](#) و [Safari 3.X](#) مشاهده کنید. به یاد داشته باشید که این اعمال را هم در کامپیوتر خانگی و هم در [Mac](#) انجام دهید. چراکه قصد دارید مطمئن شوید که وب سایت مشتری شما به درستی تحویل داده شده و کاربر را نخواهد راند.

-یک آدرس [Mail](#) جدید، مخصوص سایتی که روی آن کار می کنید بوجود آورید. از این آدرس برای تمام ایمیل های مربوط به پروژه خود استفاده کنید.

-به کد [HTML](#) خود نگاهی بیندازید و تمام تگ های مربوط به سئو را بهینه سازید. اگر اطمینان ندارید که چه هستند دوباره "[Beginner's Guide to Search Engine Optimization](#)" را بخوانید. با این حال خلاصه موارد مجدداً آورده می شود :

- هدف و موضوع اصلی باید از صفحه اصلی سایت رعایت شده باشد
- کلمات کلیدی در عنوان (برای هر صفحه جداگانه انتخاب شود، شامل کلمات کلیدی باشد)
- کلمات کلیدی در [h1](#) هر صفحه
- کلمات کلیدی در متن سایت
- بهینه سازی معماری لینک

www.website.com/birds/eaglein

به جای

www.website.com/allanimals/?type=bird&species=eagle

- معماری اطلاعات - نیاز به کمترین کلیک
- اگر نام صفحه را عوض کردید از قابلیت redirects استفاده کنید.
- در تصاویر مرتبط، از کلمات کلیدی در Alt Tags استفاده کنید. برای اسم فایل ها هم همینطور.

- تصمیم بگیرید آیا نیاز به *meta description* دارید. موتورهای جستجوی جدید در بررسی اجمالی متن سایت ها و تشخیص محتوای صفحات (بر اساس کلمه مورد جستجوی کاربر) ماهر هستند. نیاز است تصمیم بگیرید آیا به الگوریتم آن ها اعتماد می کنید یا می خواهید خود در مورد صفحه توضیح دهید. پیشنهاد می کنم برای صفحه خانگی *meta description* خود را فراهم کرده و به موتور جستجو اجازه دهید استراحت کند! به یاد داشته باشید هدف از بوجود آوردن توضیحات این است که مشتریان اصلی را متقاعد کنید که بر روی لینک شما در SERP ها کلیک کنند. پس توضیح را قانع کننده بسازید و از کلمات کلیدی خود استفاده کنید.

- آدرس شرکت و شماره تلفن را اضافه کنید. به انجام این کار در هر صفحه مطمئن شوید. موتور های جستجو به اندازه کافی برای پیدا کردن فرمت آدرس و شماره تلفن باهوش هستند. این اطلاعات برای جستجوهای محلی ضروری اند. پیشنهاد می کنم که فرمت اطلاعاتی زیر را به عنوان زیر نویس به همه صفحات سایت مشتری خود اضافه کنید: (مثال برای شرکت آمریکایی است)

Company Name
 1111 11th Pl NE
 City, State Zip
 (555) 555-5555

Robot.txt اضافه کنید. به دو دلیل : اول به شما اجازه می دهد تا دقیقاً آن صفحاتی که موتور های جستجوی اصلی می توانند به آن داخل شوند را مشخص کنید. دوم وجود Robot.txt کار موتور جستجو را راحت تر می کند زیرا آنها همیشه فایل را (قبل از هدایت سایت مشتری شما) دانلود می کنند. این ویژگی موتورهای جستجو را از بازدید کننده معمولی سایت (انسان ها) متمایز می کند.

خارج سایت

شغل و وب سایت مشتری خود را به لیست محلی موتور جستجوی اصلی اضافه کنید. این بخش مهم است چرا که جستجوی محلی بخش عظیمی از ارتباطات شما را رهبری می کند. این ها مکان های بسیار مهمی هستند که می توانید ارائه دهید:

- Yahoo Local
- Google Local
- Live Local

Ask City- به نظر من بهترین روش برای این کار این است که به آدرس

askcitybusiness@help.ask.com

با عنوان "Ask City Feedback.Business" پست الکترونیکی ارسال کنید و نام شغل مربوطه، آدرس کامل، شماره تلفن، URL، طبقه بندی شغلی، نام و آدرس پست الکترونیکی را یادداشت کنید. (آیا کسی می تواند آن را تصدیق کند؟)

City Search- (اطلاعات داخل این سایت، Ask.com و Live را تغذیه می کند).

Yelp- (اطلاعات این سایت، Live و Yahoo را تغذیه می کند)

- وب سایت مشتری خود را به دایرکتوری های تخصصی اضافه کنید. جهت یافتن دایرکتوری مرتبط از لیست لینک منابعی که قبلاً به وجود آورید استفاده کنید. همچنین می توانید جستجوی " (نام شهر مشتریتان) دایرکتوری های تجاری " و " (صنعت مشتریتان) دایرکتوری " را نیز امتحان کنید. به طور مثال می توان این چنین جستجو کرد: "دایرکتوری تجاری Issaquah" و "دایرکتوری Preschool".

اطمینان حاصل کنید که سایت مشتریتان را در کدام دایرکتوری ها ثبت کرده اید و از چه نام کاربری و رمز عبوری استفاده کردید. باید از آدرس پست الکترونیکی که قبلاً برای ثبت نام در دایرکتوری ها بوجود آورده اید نیز استفاده کنید. همچنین باید مطمئن باشید که برای ورودهای متفاوت رمز عبور های متفاوتی را بکار ببرید. همیشه باید به امنیت اطلاعات مشتریتان فکر کنید.

- سعی کنید لینک هایی را که رقبایتان قبلاً به دست آورده اند در اختیار داشته باشید. از لیست لینک های مرجعی که از Yahoo Site Explorer بدست آوردید استفاده کنید و سعی کنید از این مراجع لینک هایی را پیدا کنید. این کار ممکن است به سادگی ارسال یک فرم یا به سختی فرستادن یک پست الکترونیکی به مدیر سایت برای فهمیدن شرایط آنها به منظور افزودن لینک باشد. بکوشید همیشه کلمات کلیدی خود را در متن لینک خود داشته باشید.

- لینک های بیشتری ثبت کنید. اینترنت را جستجو کنید و سایت های دیگری بیابید که ممکن است بخواهند با سایت مشتری شما در ارتباط باشند (سایت: Website.com "ارائه لینک").

به اهمیت مرجع لینک ها و متن لینک استفاده شده بسیار توجه کنید: ۱۰۰۰۰۰ لینک از سایتهای هرز با متن لینک نامناسب کمتر از یک لینک همرا با متن حاوی کلمات کلیدی عالی از یک سایت بسیار مقتدر به شما کمک می کند. بهترین مکان برای شروع، استفاده از [Juicy Link Finder](#) است. همچنین اتاق بازرگانی محلی خود، گروه های شبکه ای محلی و مشاغل متعارفی محلی

خود را در نظر بگیرید. موتورهای جستجو دوست دارند لینک های محلی را ببینند که به وب سایت های محلی محور (مرتبط از نظر محتوا) اشاره دارند.

-تصمیم بگیرید که آیا استفاده کردن از سایت های ارتباط جمعی اجتماعی سودمند است؟ آیا مشتری شما در صنعتی است که می تواند به طور فعال در ارتباطات جمعی اجتماعی شرکت کند؟ اگر این چنین است، اطمینان حاصل کنید که این سایت ها هرز نیستند و فقط در زمینه محتوا مناسب و با کیفیت همکاری می کنند. ترمیم شهرت لکه دار شده برای یک شغل یا تجارت بسیار گران تر است برای شما تا برای یک کاربر جزء. ممکن است بخواهید در نظر بگیرید که شغل مشتریانتان را به شبکه های حرفه ای اضافه کنید مثل [Linkedin](#).

-نقشه سایت طراحی کنید. [sitemap](#) را تهیه کنید. سپس به Google Webmaster Control و Live Search Webmaster Tools بروید و آن را ثبت کنید.

-سایت مشتری خود را از دید گوگل بهینه سازید. به Google Webmaster Tools وصل شوید و بر روی منوی Tools کلیک کنید. منطقه جغرافیایی هدف و دامنه ترجیحی خود را تنظیم کنید. به علاوه باید تصمیم بگیرید آیا می خواهید جستجوی تصویری سایت خود را در اختیار بگذارید یا خیر. این کار ممکن است سایت شما را در ترافیک بیشتری قرار دهد اما این رفت و آمد ها معمولا مفید نخواهد بود.

پیگیری و پیشرفت

- پیگیری پیشرفت. پیشنهاد می‌کنم که از همه SERP‌هایی که دنبال می‌کنید تصویر بگیرید. این کار برای گردآوری مقدری زیاد از اطلاعات است. فایل‌های عکس براحتی می‌تواند بر اساس زمانی که گرفته شده اند طبقه بندی شوند. بنابراین مرتب کردن آنها ساده است. انجام این کار را برای موارد زیر پیشنهاد می‌کنم:

- Ask Local SERP
- Ask Main SERP
- Google Local SERP
- Google Main SERP
- Google Webmaster Tools
- Live Maps SERP
- Live Local SERP
- Live Search Webmaster Control
- Yahoo Local SERP
- Yahoo Main SERP
- Yahoo Site Explorer

- رتبه بندی خود را برای هر موتور جستجو در یک صفحه جداگانه تهیه و نگهداری کنید. این کار منبعی را به شما ارائه می‌دهد تا به مشتریان خود ثابت کنید کار شما ضروری و مفید است. از بروز نگه داشتن ماهانه آن مطمئن شوید. از این طریق شما همیشه از رتبه خود مطلع و آگاهید.

- ادامه دهید تا تغییر دهید، لینک‌ها را بسازید و نتیجه‌های خود را ثبت و ضبط کنید. این مرحله هیچ وقت به پایان نخواهد رسید. شما باید بکوشید تا نفر اول همه SERP‌های خود شوید و آنقدر پیشی بگیرید که هیچ یک از رقبای شما نتوانند با شما رقابت کنند.