

اشتباهات هزینه دار

سوء



نویسنده : امیر حاجی حیدری
مدیر سوء به سبک ایرانی

www.3eo.ir

۱. چرا اشتباهات سئو باعث می شوند که وبسایت شما موفق نشود؟ ۳
۲. اشتباهات مربوط به محتوا ۴
۳. اشتباهات لینک سازی ۱۷
۴. اشتباهات در ایندکس صفحات وبسایت ۲۳
۵. سلیقه و نیاز های کاربران را نادیده نگیرید ۲۵
۶. اشتباهات در کار با ابزارهای تحلیلی ۲۷
۷. اشتباهات در استفاده از شبکه های اجتماعی ۳۲
۸. اشتباهات موجود در طراحی سایت ۳۷
۹. سئو به عنوان مجموعه ای از فعالیت ها برای ارتقا موثر وبسایت ۴۱



برای هر تجارت آنلاین، سئو یک ابزار بسیار مهم به حساب می آید. اگر وبسایت شما در گوگل در دسترس نباشد جذب کاربران و مشتریان جدید که به محصول و یا خدمات شما علاقه مند باشند فعالیت بسیار مشکل خواهد بود. صاحبان تجارت و بازاریاب ها اعلام کرده اند که بیش از ۴۵ درصد مشتریان آن ها با استفاده از سیستم های جستجوی وبسایت، آن ها را پیدا کرده اند.

تحقیقات نشان می دهد که صاحبان تجارتی که درخواست یک بررسی سئو را از مراکز بهینه سازی وبسایت داشته اند و از دستورالعمل های مراکز معتبر سئو در زمینه ی سئو داخلی، محتوا و لینک سازی پیروی کرده اند در ۶ ماه نخست توانسته اند مبالغ بسیار زیادی را صرفه جویی و یا کسب کنند.

در ادامه به بررسی خطاهایی که باعث می شود وبسایت شما جزء ۱۰ رتبه ابتدایی گوگل نباشد می پردازیم و همچنین راهکارهایی در خصوص جلوگیری از بروز این اشتباهات و صرفه جویی در هزینه ها و افزایش درآمد ارائه خواهیم داد.



چرا اشتباهات سئو باعث می شوند که وبسایت شما موفق نشود؟

هدف هر وبمستر و مدیر سایت، کسب سود و منفعت از طریق وبسایت خود می باشد. شما فقط در صورتی می توانید وبسایت خود را به رتبه های بالا ارتقا دهید که از قوانین و دستورالعمل های سئو پیروی کنید. تفاوتی نمی کند که محتوای شما به چه اندازه جذاب و استثنایی باشد، اگر این محتوا با توجه به قوانین سئو ایجاد نشده باشد هیچ گاه به رتبه های بالا دسترسی نخواهید داشت!

در این کتاب اشتباهات و خطاهای رایج سئو را برای شما لیست کرده ایم تا بتوانید با اجتناب از آنها، وبسایت خود را به رتبه های بالای

موتورهای جستجو برسانید.



۱. اشتباهات مربوط به محتوا

در ابتدا فرمول موفقیت را به شما معرفی می کنیم :

محتوای با کیفیت ← رشد جایگاه و رتبه وبسایت ← افزایش ترافیک ← رشد فاکتورهای رفتاری طبیعی ← افزایش فروش ← سودآوری

در سال های گذشته الگوریتم های رتبه بندی موتورهای جستجو بهبود پیدا کرده و تمرکز خود را معطوف به وبسایت هایی کرده اند که در فضای

وب، محتوای خوب در اختیار کاربران قرار می دهند.

وبسایت ها باید بتوانند به تعداد زیادی از سوالات کاربران تا حد امکان

پاسخ دهند و برای آنها مطالبی خاص و با کیفیت و غنی فراهم کنند.

بعد از خواندن این موارد آن ها یا از شما خرید می کنند یا سفارش

خدمات می دهند.



برای تولید یک محتوای خوب به موارد زیر دقت نمایید:

- هر پاراگراف باید ایده ی کاملی را ارائه دهد. یعنی اینکه کاربر لازم نباشد پاراگراف دیگری را بخواند تا متوجه این قسمت شود!
- بهتر است از گزینه های فرم دهی مانند ایتالیک و بولد و همچنین علامت های نشانه گذاری در متن استفاده نمایید.
- در متن از کلمات کلیدی بیش از حد استفاده نکنید و از عبارات جایگزین و مترادف ها استفاده کنید. مثلاً برای کلمه سئوگاهاً از مترادف آن یعنی بهینه سازی سایت استفاده شود.
- زبان نوشتاری باید آسان باشد. از ساختارهای غیر ضروری و استفاده از عبارات و کلمات مشکل پرهیز کنید مگر اینکه مخاطبان بسیار خاصی داشته باشید!
- مشتریان بالقوه شما باید مطالب و پیشنهادات شما را به خوبی مشاهده کنند. حداقل سایز فونت مورد استفاده باید 12pt باشد. همچنین رنگ متن نیز کاملاً نسبت به رنگ پس زمینه سایت قابل رویت باشد.



۱.۱. اشتباهات هنگام بهینه سازی محتوا

• بولد کردن کلمات کلیدی در متن

در زمان های قدیم این روش یک تاکتیک به حساب می آمد، اما اکنون این روش غیر کاربردی و حتی زیان آور است. پیشنهاد می کنیم که موضوعات بسیار مهم بولد^۱ شوند در غیر این صورت نوشته اسپم به حساب خواهد آمد.

• ایجاد فرمت های نامتداول در نوشته



مشتریان شما هیچ گاه به طرز قرار گرفتن نوشته توجه ندارند. شما باید محتوایی ایجاد کنید که مفید باشد، عنوان جذاب داشته باشد و از لیست ها، هایپر لینک ها و رنگ ها استفاده کنید. تگ های `<h1>`، `<h2>` و `<h3>`

می توانند به شما برای فهم بهتر مطالب توسط کاربران و نشان دادن اهمیت هر قسمت کمک کنند.

1. Bold

• اشتباهات نوشتاری و گرامری

اگر محتوا دارای خطای نوشتاری باشد رتبه خوبی را کسب نمی کند و یا حداقل این که کاربر نمی تواند مطلب را به خوبی تشخیص دهد. در نتیجه نوشته کاربرد خود را از دست می دهد. آیا خود شما حاضر هستید هزینه ای را به گروهی پرداخت کنید که توانایی نوشتن یک مطلب را برای خود ندارند؟ حتماً نوشته ها را ویرایش کنید و یا یک ویرایشگر برای این کار استخدام کنید.

• قابل فهم نبودن مطلب

تصمیم گرفتن در مواردی مانند ادامه دادن به خواندن یا پایان آن، فقط در چند ثانیه اتفاق می افتد. در طول این چند ثانیه خواننده مطلب باید متوجه شود که نوشته درباره چیست؟ آیا حاوی اطلاعات مرتبط است؟ توانایی حل مشکل من را دارد؟ شما باید از امکانات موجود خود در یک نوشته، مانند عنوان ها، پاراگراف ها، تصاویر، اینفوگرافیک ها و ... هوشمندانه استفاده کنید.

به یاد داشته باشید، خدمات شما باید بر اساس خواسته ها و نیازهای کاربر باشد.

شما نباید صرفاً برای موتورهای جستجو محتوا ایجاد کنید.



۱.۲. مشکل محتوای یکسان

هنگامی که ۲ یا چند صفحه به شکل آگاهانه و یا تصادفی دارای محتوایی شبیه به هم باشند، گفته می شود که محتوای یکسان استفاده شده است.

برای خزشگرهای موتور جستجو هر URL یکتا که توسط آن ها شناسائی شود به عنوان یک صفحه جداگانه به حساب می آید حتی اگر آدرس های گوناگون به صفحه یکسانی ارجاع شوند. شاید این اتفاق غیر عمدی رخ دهد، اما برای موتورهای جستجو اهمیتی ندارد!

معروف ترین و محبوب ترین سیستم مدیریت محتوا (CMS) وردپرس است. بهتر است بدانید که اگر از تنظیمات پیش فرض وردپرس استفاده کنید تعدادی از محتواهای یکسان را خواهید داشت و مشکلات زیادی با هدینگ ها، تگ ها و آرشیوها پیدا می کنید.

۱.۳. کپی کردن محتوای دیگر سایت ها

کپی کردن کلی یعنی این که سایت ۱۰۰ درصد دارای محتوای یکسان با سایت دیگر است و فقط در URL آدرس تفاوت وجود دارد. ولی کپی جزئی زمانی است که محتوای صفحات در بعضی قسمت ها متفاوت است. برای مثال در یک نوشته قسمتی از متن، تصاویر و ... تفاوت را ایجاد میکند.



چرا محتوای کپی یک اشتباه مهم در سئو به حساب می آید؟

• ایندکس ضعیف صفحات

برای بارگذاری اطلاعات و بسایت در پایگاه داده ها، اسپایدرهای موتور جستجو فعالیت های گوناگونی را انجام می دهند. اگر موتورهای جستجو تشخیص دهند که اطلاعات یکسانی در صفحات گوناگون قرار گرفته اند، فرآیند اسکن کردن و ایندکس شدن وبسایت متوقف می شود. در بهترین حالت ممکن اسپایدرهای موتور جستجو اسکن دوباره صفحات را متوقف می کنند و در بدترین حالت، صفحات جدید ایندکس نخواهند شد، حتی اگر اطلاعات داخل نوشته جدید، غنی و یکتا باشد!

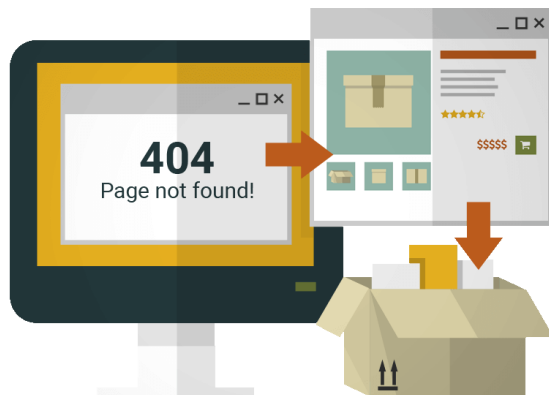
• افزایش احتمال جریمه شدن توسط موتورهای جستجو

زمانیکه در وبسایت صفحات با مطالب یکسان و یا کپی شده از سایت های دیگر وجود داشته باشد، به احتمال زیاد سایت توسط موتورهای جستجو و به خصوص گوگل جریمه خواهد شد؛ زیرا آن ها نمی خواهند به جستجوگران مطالب تکراری نشان دهند. جریمه های موتور جستجو، جایگاه وبسایت ها را از ۳۰ تا ۱۰۰ رتبه جابجا می کند و ترافیک های ورودی از موتورهای جستجو را نیز متوقف خواهد کرد.



روش های حل مشکل محتوای یکسان و کپی شده

• حذف صفحات غیر ضروری



این روش سریع ترین و البته ساده لوحانه ترین راه ممکن است. بعد از فرآیند حذف، برای پاسخگویی به درخواست های این صفحات، سرور تعداد زیادی ارورهای ۴۰۴ را پخش خواهد کرد. این روش برخورد با محتوای کپی تنها زمانی پیشنهاد می شود که صفحه ترافیک نداشته و مهم تر این که بک لینک های غنی و با کیفیت از وبسایت های دیگر نداشته باشد.

• متا تگ های روبات

این تگ ها به شما توانایی کنترل رفتار روبات های موتور جستجو را در سطح یک صفحه منفرد می دهند. با استفاده از این روش می توانید ایندکس کردن صفحات و یا اسکن کردن بک لینک ها یا انتخاب این که خزشگر به دیگر صفحات رجوع کند را متوقف کنید.

```
<meta name="robots" content="noindex, nofollow">
```

• کد انتقال ۳۰۱

با استفاده از این روش می توانید کاربران را از صفحات محتوای کپی به صفحه اصلی انتقال دهید. بررسی ها نشان می دهد در صورت استفاده از ریدایرکت های ۳۰۱، میزان ۹۰ تا ۹۹ درصد به صفحات جدید منتقل می شوند. ریدایرکت های ۳۰۱ با ویرایش فایل "htaccess" اجرایی می شوند. اما قبل از آغاز باید یک کپی از فایل ایجاد کنید و آن را در محلی امن برای اطمینان بیشتر ذخیره کنید. زمانی که یک فایل "htaccess" را ویرایش می کنید احتمال آسیب به عملکرد وبسایت بسیار کم خواهد بود.

از ریدایرکت های ۳۰۲ استفاده نکنید چون صفر درصد حجم رفرنس ها را منتقل می کند!



• استفاده از تگ canonical

شما می توانید رفتار روبات ها را در وبسایت خود تنظیم کنید. این مورد به کدهای سربرگ صفحه اضافه می شود. با استفاده از تگ

Rel = canonical وبمسترها می توانند نسخه اصلی صفحه را مشخص نمایند.

• جلوگیری از ایجاد مشکل

بهترین روش برای حل این مشکل این است که جلوی ایجاد خطا را بگیرید. بهتر است ساختار و لینک سازی داخلی وبسایت خود را مورد بازبینی قرار دهید که مشکل ایجاد محتوای یکسان در سایت برطرف شود؛ همچنین از کپی کردن مطالب دیگر سایت ها به شدت پرهیز کنید. مگر در مواردی که به عنوان مرجع و یا نقل قول استفاده می شود.



۱.۴. محتوای کم کیفیت

محتوای بروز، نه تنها درباره موضوعات کلاسیک سئو موثر است، بلکه در بحث فاکتورهای رفتاری هم اثرگذار است. اگر یک وبمستر محتوایی غنی و یکتا را با گستردگی مناسب کلمات کلیدی بهینه منتشر کند، او از موتورهای جستجو ترافیک مد نظر خود را کسب خواهد کرد. اما اگر این نوشته خواسته و نیاز مخاطب و کاربر خود را برآورده نسازد، کاراکترهای رفتاری مخالف توسط کاربر و موتور جستجو ایجاد شده و جایگاه کلمه کلیدی نزول خواهد کرد.

• افراط در بهینه سازی

گاهی اوقات بهینه سازی بیش از اندازه به عنوان اسپم شناسائی می شود. موتورهای جستجو این سیگنال ها را پیگیری و رتبه این وبسایت ها را کاهش خواهند داد.

• نداشتن فرا داده¹

بسیاری از افراد از اهمیت متا دیتاها باخبر هستند اما نمی دانند که چگونه باید با آن ها کار کنند. استراتژی محتوای شما باید روی هدف قرار دادن جامعه ی هدف و رفتار موتورهای جستجو تمرکز کند.

1. metadata: فراداده یا متا دیتا به گونه ای از داده ها اطلاق می شود که اطلاعاتی را در مورد داده های دیگر فراهم می آورد.



• کمبود ترافیک موبایلی

سئو موبایل یعنی این که وبسایت را برای جستجوهای موبایلی بهینه سازی کرد. در دوران کنونی بیش از ۵۰ درصد کاربران از موبایل، تبلت و دیگر دستگاه های هوشمند همراه برای جستجو استفاده می کنند. گوگل وبسایت های دوستدار موبایل را شناسائی خواهد کرد و در جستجوهای موبایلی به آن ها رتبه بهتری خواهد داد. پس بهتر است به این نکات درباره دوستدار موبایل بودن سایت توجه کنید :

الف. طراحی واکنش گرا

بدون توجه به دستگاه نمایش دهنده محتوا این امکان برای وبسایت فراهم می شود تا از کدهای HTML مشابهی استفاده کند. شما فقط کافیست از متا تگ viewport استفاده کنید. این صفحه در هر دستگاهی بدون توجه به اندازه صفحه نمایش بصورت بهینه نمایش داده خواهد شد. طراحی تطبیقی این شرایط را فراهم می کند تا آدرس های صفحات مشابه را در دستگاه های مختلف مورد استفاده قرار داد.

ب. محتوای دینامیک

این هم روش دیگری برای کسب ترافیک های موبایلی است یعنی زمانی که سرور کدهای HTML و CSS گوناگونی را برای گجت های مختلف ارسال می کند. برای این منظور می بایست از دستور "Vary: User-Agent" استفاده کنید.



ج. آدرس های گوناگون (برای نسخه های موبایلی و استاندارد وبسایت)

با استفاده از این گزینه کاربری که از گوشی هوشمند و یا تبلت وارد وبسایت شما می شود به طور خود کار به نسخه موبایلی ریدایرکت می شود.

• سرعت بارگذاری پایین

گوگل به طور رسمی اعلام کرده است که سرعت بارگذاری سایت روی رتبه بندی تاثیر خواهد داشت. بهینه سازی روی سرعت بارگذاری

تصاویر، گرافیک ها، صفحات و ... تاثیر گذاری است. این گزینه در سئو نسخه موبایل اهمیت دو چندانی دارد!

• تمرکز روی کلمات کلیدی پر تکرار

موتورهای جستجو با صفحاتی که با کلمات کلیدی پر تکرار پر شده اند و به صورت یک صفحه اسپم در آمده اند برخورد خواهند کرد.

• نداشتن صفحه خطای کاربر پسند

حتی زمانی که یک خطا رخ می دهد، کاربر توقع دارد که صفحه خطایی با طراحی مناسب و ظاهر خوب مشاهده کند. متداول ترین صفحه

خطا، صفحه خطای ۴۰۴ می باشد که می بایست دارای طراحی جذاب باشد و همچنین بتواند کاربر را به صفحات دیگر سایت هدایت نماید.

• افراط در توجه به سئو تکنیکال

توصیه می شود که به جای بهینه سازی مداوم کدها، قرار دادن افزونه های غیر کاربردی و ... ، محتوایی جدید ایجاد و منتشر کنید و نیازی از

کاربر رفع نمایید.



• ایجاد وبسایت فلش

توصیه می شود تا حد امکان از کدهای فلش برای طراحی وب سایت استفاده نکنید. ولی در صورتی که اجبار به استفاده از کدهای فلش دارید حتماً در کنار آن از کدهای Html نیز استفاده کنید. چون کدهای فلش برای موتورهای جستجو قابل فهم نیستند.

• عدم بهینه سازی برای جستجوهای منطقه ای



این مشکل بیشتر در حالتی پیش می آید که وبسایت، محصول و یا خدمتی را به طور آفلاین ارائه می کند. در این حالت بهتر است که وب سایت برای جستجوی خدمات یا محصول در آن منطقه خاص سئو شود.

• استفاده از تصاویر با کیفیت بسیار بالا

اگر حجم و کیفیت تصاویر بسیار بالا باشد وبسایت به شکل درست بارگذاری نمی شود و سرعت بارگذاری صفحه نیز کاهش می یابد.

• عدم به روزرسانی وبسایت

فعالیت های لازم برای وبسایت با کلیک کردن روی دکمه "پست کردن" تمام نمی شود. ایجاد محتوای با کیفیت، بررسی طراحی ها و سئو چند

گام مهم در ایجاد یک پروژه حرفه ای آنلاین هستند. وبسایت ها باید حاوی محتوای بروز باشند. این فرایند می تواند با بروز رسانی مقالات در

قسمت وبلاگ، کار در شبکه های اجتماعی و یا بروز رسانی صفحه اصلی انجام پذیرد.



۲. اشتباهات لینک سازی

همه سئوکاران حرفه ای معتقد هستند که فرآیند لینک سازی نباید فراموش شود. اما هیچ کس هم نمی خواهد خطر لینک سازی بی کیفیت را قبول کند. پس باید طبق یک برنامه تعدیلی صحیح از لینک های ضعیف دوری و به سمت لینک سازی با کیفیت حرکت شود. برای این که نتایج بهتری در گوگل کسب کنید باید تلاش های فراوانی انجام دهید و باید ایمان داشته باشید که کیفیت نسبت به کمیت برتری دارد.



بهترین پیشنهادی که ما می توانیم به شما ارائه کنیم این است که بک لینک های با کیفیت خرید کنید. به میزان کمتری خرید کنید اما تلاش کنید که بهتر و با کیفیت تر انجام دهید. مشکل پسند باشید و بهترین ها را انتخاب کنید همچنین محتواهای غنی و با کیفیت ایجاد کنید تا کاربران آن ها را به اشتراک بگذارند و به شما کمک کنند تا بک لینک های با کیفیت رایگان و طبیعی بدست آورید.



از این اشتباهات در لینک سازی دوری کنید تا همیشه در برترین رتبه ها باشید

• ثبت خودکار یا دستی وبسایت در دایرکتوری ها

موتورهای جستجو این تعداد و نوع از بک لینک ها را به عنوان نشانه ای از دست کاری کردن در نظر می گیرند و سایت دچار مشکل خواهد شد.

• پست کردن دستی و یا خودکار مطالب در انجمن ها

این روش لینک سازی منسوخ شده است و نتیجه مطلوبی نخواهد داشت.

• کامنت کردن در بلاگ های Dofollow

اگر شما چند کامنت در پلتفرم های گوناگون قرار دهید اتفاق خاصی رخ نمی دهد. اعتبار وبسایت شما افزایش پیدا نخواهد کرد. هوشیار باشید که اگر کامنت های زیادی قرار دهید شما جریمه خواهید شد.

• رفرنس ها در قسمت فوتر

اگر شما توسعه دهنده وب هستید و سرویس ها و خدمات بازاریابی وب را ارائه می کنید همکاران شما گاهی اوقات به شما ارجاع خواهند داد و

موتورهای جستجو این بک لینک ها را طبیعی به حساب می آورند. البته تعداد زیادی بک لینک در قسمت فوتر سایت های مختلف باعث ایجاد

گمان نادرست خواهد شد. اگر لینک های فوتر، نوفالو نباشند و با کلمات کلیدی خاص لینک شده باشند، به احتمال زیاد شما جریمه خواهید شد.



• عدم وجود لینک های مرتبط خروجی

در سایت شما لینک های خروجی به منابع معتبر و مطمئن باید وجود داشته باشد. لینک سازی طبیعی یک مسیر دوطرفه است، نمی شود که شما فقط لینک ورودی داشته باشید.

• استفاده افراطی از بک لینک ها با عبارات بهینه سازی شده ثابت

زمانیکه تمام لینک های ورودی به سایت شما با یکسری کلمه کلیدی خاص و محدود باشد، موتورهای جستجو متوجه می شوند که این یک حالت طبیعی نیست و امکان جریمه شدن زیاد است.

• لینک های شکسته

به طور منظم وبسایت را به منظور بررسی لینک های شکسته بررسی کنید. برای این کار می توانید از [این ابزار بررسی رایگان لینک ها](#) استفاده کنید.

• منتظر نتایج سریع نباشید

اگر در ساخت بک لینک عجله داشته باشید، گوگل این لینک ها را غیرطبیعی در نظر می گیرد و در نتیجه شما وارد سند باکس گوگل خواهید شد و جریمه می شوید و زمان و سرمایه خود را از دست می دهید. طبق تجربیات تیم سئو به سبک ایرانی، حداقل زمان لازم جهت لینک سازی حرفه ای و خوب بین ۳ تا ۶ ماه می باشد.



• عدم وجود برنامه ریزی استراتژیک کارآمد

شخصی باشید که برنامه دارد و طبق آن عمل می کند. داشتن برنامه استراتژیک به شما کمک می کند که همیشه جایگاه مناسب داشته باشید.

• کمبود بودجه

این مسئله کاملاً مشخص است. اگر پولی هزینه نکنید لینکی کسب نخواهید کرد. همچنین دقت داشته باشید که با سرمایه اندک وارد رقابت لینک سازی نشوید. علی الخصوص اگر کلمات مورد نظر شما دارای رقابت سنگین هستند. زیرا در غیر این صورت اندک سرمایه خودتان را نیز نابود خواهید کرد!

• عدم بهینه سازی داخلی (on-page)

بهینه سازی داخلی به موتورهای جستجو کمک می کند تا وبسایت را بهتر و آسان تر ایندکس کنند.



• کم بودن تعداد بک لینک ها



تعداد لینک های مورد نظر برای قرار گرفتن در ۱۰ رتبه بالایی گوگل از طریق بررسی

رقبا مشخص می شود. برای این که بتوانید تعداد لینک ها لازم برای رسیدن به ۱۰

رتبه ی نخست گوگل را متوجه شوید از ابزارهای موجود در وب برای بررسی

لینک های رقا استفاده کنید. اگر تعداد لازم از بک لینک ها را که برای رسیدن به صفحه اول گوگل احتیاج است کسب نکنید تمامی

تلاش های شما بی اثر خواهد ماند.

• عمر بک لینک کمتر از ۳ ماه

لینک های جدیدی که خریداری کرده اید نباید به مدت کمتر از ۳ ماه فعال باشند در غیر اینصورت شما نتیجه ای کسب نخواهید کرد چون

گوگل لینک هایی که کمتر از ۳ ماه سن دارند را به حساب نمی آورد.



اگر لینک جدیدی ساخته شد و وبسایت شما ترافیک لازم و یا هیچ نوع ترافیکی کسب نکرد، قطعا در نتایج گوگل هم پیشرفتی برای شما حاصل نمی شود. وقتی گوگل ترافیک بسیار کمی در وبسایت شما مشاهده کند، اما بک لینک های فراوانی وجود داشته باشد، این بک لینک ها را غیر طبیعی به حساب خواهد آورد. دقت داشته باشید تا ترافیک وبسایت شما متناسب با تعداد بک لینک ها افزایش پیدا کند.



گوگل الگوریتم های خود را توسعه و گسترش داده و موضوعات روانشناسی هم در رتبه بندی وارد کرده است. زمانی که شما بک لینک کسب می کنید، ابتدا رتبه بندی شما کاهش پیدا کرده و پس از گذشت زمان معینی شاید به رتبه قبلی بازگشته و یا جایگاه بهتری کسب کنید. زمانی که رتبه بندی شما متغیر شد (نزول و سپس صعود و دوباره نزول و صعود) یعنی این که شرایط به شکل صحیحی پیش می رود. اگر سعی کنید بر اساس برنامه حرکت کنید وضعیت پایداری به وجود خواهد آمد.



۳. اشتباهات در ایندکس صفحات وبسایت

برای این که از بروز خطای ایندکس شدن وبسایت خود جلوگیری کنید به نکات زیر توجه کنید. این نکات را با دقت مطالعه و تلاش کنید تا از آن ها در فعالیت های سئو خود استفاده کنید.

- **استفاده نامناسب از فایل robots.txt**

اگر قصد جلوگیری از ایندکس صفحات خاصی را ندارید و یا اگر آگاهی لازم جهت ویرایش این فایل را ندارید، بهتر است از این فایل استفاده نکنید.

- **جلوگیری از ایندکس شدن وبسایت در سیستم مدیریت محتوا**

گاهی اوقات وبمستران به دلایلی برای مدت کوتاهی ایندکس شدن صفحات را توسط CMS متوقف می کنند، اما فراموش می کنند که شرایط را به حالت اولیه بازگردانند. به شدت مراقب این مسئله باشید.

- **عدم وجود نقشه وبسایت**

بدون وجود نقشه وبسایت، اسپایدر های موتور جستجو نمی توانند به شکل صحیحی وبسایت شما را ایندکس کنند.

- **عدم وجود لینک به صفحه های جدید و یا وبسایت جدید**

اگر شما یک سایت یا صفحه جدید ایجاد کردید مطمئن شوید که توسط دیگر منابع وب لینک شوند. همچنین دقت داشته باشید که لینک های داخلی برای صفحات جدید بسیار کارآمد هستند.



• استفاده نامناسب از تگ `noindex`

با قرار دادن تگ `noindex` در هدر صفحه، به موتورهای جستجو اعلام می کنیم که این صفحه نباید بررسی و ایندکس گردد. در استفاده از این متاتگ بسیار دقت کنید زیرا می تواند کل سایت شما را نابود نماید. در صورت عدم آشنایی با ساختار آن، پیشنهاد می شود اصلاً استفاده نگردد!

• به کارگیری غیر اصولی از ریدایرکت ها

کدهای انتقال صفحه همانگونه که مفید هستند، می توانند بسیار خطرناک عمل کنند. شما با انتقال صفحات به آدرس یا صفحه دیگر، امکان ایندکس شدن را از آنها صلب می نمایید.

• نادیده گرفتن سئو در هنگام تغییر طراحی

گاهی اوقات تغییر در طراحی باعث از دست رفتن اطلاعات مهم خواهد شد. عدم استفاده صحیح از متاتگ ها، کدهای هدر و می تواند در این تغییر طراحی، باعث ایجاد مشکل برای سئو سایت شود.



۴. سلیقه و نیازهای کاربران را نادیده نگیرید

خوانندگان شما، مشتریان و خریداران بالقوه ی شما هستند. آن ها به محتوای شما علاقه دارند و می خواهند خریدی از شما انجام دهند. هرگز علاقه مندی های کاربران خود را نادیده نگیرید. به آن ها نشان دهید که به فکرشان بوده و به آن ها توجه دارید.



برای احترام به مخاطبان خود، از این موارد اجتناب کنید:

• استفاده بیش از حد از لینک ها و بنرهای تبلیغاتی

در هر صفحه بیش از ۳ قسمت را به تبلیغات اختصاص ندهید. همچنین از بنرهای تبلیغاتی آزار دهنده که مدام در حال فلش زدن هستند استفاده ننمایید.

• جا زدن تبلیغات به عنوان محتوای وبسایت

با این عمل شما دو دفعه جریمه می شوید. ابتدا زمانی که کاربر متوجه این امر شود اعتماد خود را به شما از دست می دهد و در مرحله دوم جایگاه شما توسط موتورهای جستجو نزول پیدا خواهد کرد.



• انتشار محتوای مخفی

بعضی از سایت ها، محتواهایی را در سایت خود منتشر می کنند ولی به دلایل مختلف مانند نا مربوط بودن به موضوع سایت و امثال آن، صفحه مورد نظر را از دید کاربران سایت مخفی نگه می دارند. زمانیکه کاربر با چنین مسئله ای رو به رو شود، اعتماد خود به سایت شما را از دست خواهد داد.

• عدم کارایی و عملکرد صحیح وبسایت

وبسایت شما باید به صورت صحیح و روان عمل کند و اگر امکان خرید آنلاین در آن فراهم است، کاربر به راحت ترین شکل ممکن باید بتواند فرآیند خرید را تکمیل نموده و همچنین از حفظ اطلاعات مالی خود، اطمینان داشته باشد.

• عدم استفاده از طراحی واکنش گرا و جذاب

بسیاری از سایت های بزرگ به این نکته توجه ندارند که مهمترین نکته برای کاربران در حال حاضر نمایش سایت به صورت صحیح در هر دستگاه هوشمند و همچنین داشتن طراحی و رابط کاربری مناسب است. بسیاری از سایت ها حتی با داشتن محتوای غنی، به خاطر همین مشکل کاربران دائمی ندارند.



۵. اشتباهات در کار با ابزارهای تحلیلی

کار با سیستم های تحلیلی و آنالیز وبسایت، فعالیت آسانی نیست. اما اگر نحوه ی به کارگیری این ابزارها را فرا بگیرید می توانید پویش های موفق بهینه سازی سایت را اجرایی کنید تا ترافیک وبسایت شما ارتقا پیدا کند.



اشتباهات رایج در هنگام استفاده از ابزارهای تحلیلی

• استفاده از کدها به صورت اشتباه

کد سرویس های آنالیز وبسایت بین تگ های `<head>` و `</head>` قرار داده می شود. دقت داشته باشید که حتما کدهای واقعی و صحیح را در این قسمت وارد کنید.



نرخ دفع یکی از مهم ترین موضوعات در وب است. بانس ریت مشخص می کند که یک صفحه به خصوص از یک سایت تا چه اندازه خواسته و نیازهای کاربران را پاسخ می دهد. این پارامتر مشخص می کند که چند درصد از کاربران پس از مشاهده یک صفحه از وبسایت خارج شده اند. هر چه این مقدار کمتر باشد بهتر است، اگر آمار ۱۰۰ درصد شکست وجود داشته باشد می توان گفت که صفحه نتوانسته نیازهای کاربران را پاسخگو باشد. البته این همیشه صحیح نیست چون ممکن است که کاربر پس از ۱۵ تا ۲۰ دقیقه مطالعه و استفاده از محتوا به پاسخ خود دست پیدا کرده و وبسایت را ترک کند. برای این که این تفاوت ها مشخص شود تحلیل گران وب و موتورهای جستجو، پارامتر نرخ دفع تعدیل شده را تعریف کرده اند. شناساگر دفع گوگل از سال ۲۰۱۲ میلادی فعالیت خود را آغاز کرد. بعد از وارد کردن تگ سرویس تحلیلی گوگل آنالیتیکس شما می توانید زمان و نرخ شکست را به طور مثال در ۱۵ یا ۳۰ ثانیه تعریف کنید. در این حالت اگر کاربر به مدت ۱۵ یا ۳۰ ثانیه در وب سایت حضور داشته باشد، سرویس این وضع را شکست در نظر نمی گیرد. گاهی اوقات بعد از اجرای تنظیمات، بانس ریت وبسایت از ۸۰ درصد یا حتی بیشتر به ۲۰ درصد و یا کمتر افت می کند. تحلیل این نتایج به صاحبان سایت کمک می کند تا تاثیرگذاری منابع را با دقت بیشتری اندازه گیری کنند.

1. Bounce rate



• تمرکز صرف روی پارامترهای تحلیلی به جای توجه به نیازهای کاربران

گزارش های سرویس گوگل آنالیتیکس باید در اثرگذاری بر بازاریابی محتوای وبسایت آنالیز شود. همانگونه که در مراحل قبل هم اشاره شد مهم این است که کاربران از محتوای شما چگونه استفاده می نمایند. اندازه گیری ها کمک می کند تا گزارش بازدیدها و نرخ های تبدیل و ... را در اختیار داشته باشید و از آن ها جهت بهبود تجربه کاربری در سایت استفاده نمایید.



• انتخاب نادرست شاخص های موثر در آنالیز وبسایت

سیستم های آنالیز وب سایت نظیر گوگل آنالیتیکس اطلاعات بسیار زیادی را در اختیار شما خواهند گذاشت. اگر شما به تازگی یک وب سایت را ایجاد کرده اید کافیه که شاخص های بنیادی یک پویش بازاریابی موثر را بررسی کنید نه همه موارد موجود در سیستم.

شاخص های اصلی سیستم های آنالیز وب سایت

• تعداد بازدید کنندگان

این شاخص فقط تعداد کاربرانی که در یک بازه زمانی مشخص وب سایت شما را بازدید می کنند نمایش می دهد و ادامه بازدیدهای صفحات دیگر سایت توسط همین کاربر در این قسمت شمارش نخواهند شد.

• عدم فهم آمار مشاهده صفحه

این شاخص تعداد میانگین صفحاتی که یک بازدید کننده در یک دوره مشخص مشاهده کرده است را نشان می دهد. این شاخص در اکثر مواقع باید از تعداد بازدید کنندگان بیشتر شود.



دقت داشته باشید که این مورد می تواند به عنوان شاخص محتوای با کیفیت در نظر گرفته شود، یعنی کاربران و بازدید کنندگان از محتوای ارائه شده توسط شما رضایت داشته اند، پس صفحات بیشتری از وبسایت شما را در یک دوره مشاهده می کنند.

• ترافیک موتورهای جستجو

این پارامتر نشان دهنده تعدادی ورودی به وبسایت از طریق جستجو در موتورهای جستجو می باشد و در بحث سئو بسیار مهم می باشد.

• نرخ تبدیل

درصد کاربران و بازدید کنندگانی را نمایش می دهد که فعالیت های به خصوصی را انجام داده اند، به طور مثال در خبرنامه اینترنتی ثبت نام کرده اند. نرخ تبدیل، به تجارت، فعالیت و اهداف شما وابسته است. این نرخ به طور میانگین ۲ تا ۳ درصد است که ممکن است ۱۰ تا ۲۰ درصد و حتی بیشتر هم افزایش پیدا کند.

• لینک های طبیعی دریافتی

تعداد و کیفیت بک لینک ها روی سطح اعتبار وبسایت تاثیر گذار است. موتورهای جستجو این توانایی را پیدا کرده اند که به طور کامل لینک های طبیعی را نسبت به لینک های غیرطبیعی تشخیص دهند. توصیه ما به شما این است که تعداد لینک های طبیعی را کنترل کنید. بک لینک های دریافتی نشان می دهند که فعالیت های بازاریابی شما موثر بوده اند یا خیر.



• نوشته های رسمی

در شبکه های اجتماعی کاربران یا همان مردم از زبان محاوره ای استفاده می کنند. سعی کنید که بیش از اندازه رسمی نباشید چون باعث می شود که خوانندگان دیگر مطالب شما را دنبال نکنند.

• تخمین های عددی و تمرکز روی پوشش دهی اطلاعات

رسانه های اجتماعی فرصتی را پدید آورده اند تا بتوان انجمن ها و یا گروه های مستقلی را تشکیل داد و اطلاعات لازم درباره ی محصول و یا یک برند و کمپانی را در آن ارائه کرد. جامعه هدف خود را شناسایی کنید و به آن ها اطلاعات

و مطالبی را ارائه دهید که به آن ها نیاز دارند. شاید شما یک گروه چند هزار نفره داشته باشید اما فقط ۱ تا ۳ درصد آن ها از شما خرید کنند

شاید هم گروهی داشته باشید که فقط چند صد نفر در آن عضو هستند اما به مشتریان همیشگی شما تبدیل شده اند. پس صرفاً داشتن دنبال کننده

زیاد به معنای فروش زیاد و موفق نیست!



• اشتباه در تعیین هدف نهایی

ابتدا شما شهرت و اعتبار بدست می آورید، سپس محصول و یا خدمت خود را به فروش می رسانید. توجه داشته باشید که فروش نباید هدف نهایی فعالیت های بازاریابی رسانه های اجتماعی باشد، چون تلاش ها و فعالیت های شما تبدیل به تبلیغات پیش پا افتاده خواهد شد. اهداف اصلی شما باید این ۳ مورد باشند :



۱. ایجاد اعتبار و شهرت

۲. قرار گرفتن در بازار

۳. ارتباط مستمر و موثر با مشتریان

برندی که معتبر باشد و مشتریان وفادار داشته باشد همیشه فروش خوبی خواهد داشت.

• اسم برند در خط مقدم قرار دارد

کاربران می توانند برای شما جایگزینی پیدا کنند اما شما نمی توانید به راحتی جایگزینی برای مشتری پیدا کنید. چیزی که کاربران به آن احتیاج دارند را در اختیار آن ها قرار دهید و خواسته مشتریان را همیشه در جایگاه نخست قرار دهید تا شما هم یک برند وفادار به حساب بیایید.



• قالب زمانی



کار با شبکه های اجتماعی باید به طور روزانه و سیستماتیک اجرا شود. اگر به دنبال جذب مشتریان با وفا هستید باید برای ساخت یک رابطه طولانی مدت آماده شوید. این فرآیند پایان ناپذیر است.

• عدم ارتباط با کاربران

کافیست که یک نظر منفی درباره برند شما منتشر شود، آنگاه اعتبار و شهرت شما زیر سوال خواهد رفت. تلاش کنید به هر کاربر نشان دهید که به نظرات او احترام می گذارید. بهترین روش برای دانستن دیدگاه کاربر داشتن ارتباط صحیح و مستقیم است.

• ترس از شفافیت

مردم دوست دارند که همه چیز را درباره آن چه خرید می کنند بدانند. اگر محصول شما وارد منزل آن ها شد می خواهند بدانند شما چه کسی هستید. از این که چهره، گذشته و تاریخچه برند شما را مردم بدانند ترسی نداشته باشید.



• عدم آگاهی از موضوع ارتباط دو طرفه

مشتریان علاقه دارند که هم گوش دهند و هم صدای آن‌ها شنیده شود. اجازه دهید مشتری سخن بگوید. با اینکار محصول و یا خدمات شما ارتقا پیدا خواهد کرد.

• فکر نکنید که شما خاص هستید

حتی اگر محصول و خدمت شما واقعاً با کیفیت باشد، به دلیل گسترش بازار تعدادی رقیب برای شما وجود دارند که محصولاتی همانند محصول شما را به بازار ارائه کنند. اگر بخشی از خدمات و یا محصولات شما برای کاربر رضایت بخش نباشد به راحتی می‌تواند مشابه آن را در بازار بدست آورد.

• بدون مأموریت

شما توان ارائه چه چیزی را به جامعه دارید؟ آیا شما امکان ارائه فعالیتی کارآمد برای همه مخاطبان و یا یک خریدار به خصوص را دارید؟ مشتری و مخاطب هیچ علاقه‌ای به دانستن سود، میزان فروش و جایگاه شما در بازار ندارد، آن‌ها می‌خواهند بدانند که شما توانایی ارائه چه قابلیت‌هایی را دارید. درباره توانایی‌های خود با آن‌ها صحبت کنید.



۷. اشتباهات موجود در طراحی سایت



ظاهر وبسایت شما برای خریداران مهم و تاثیرگذار است. آیا هنوز درباره اجزای وبسایت خود تصمیمی نگرفته اید؟ اگر این طور باشد کمپین های سئو شما بی اثر خواهد ماند. در این قسمت به اشتباهاتی اشاره خواهیم کرد که در زمینه طراحی رخ می دهند.

• صفحات ورودی

داشتن صفحات ورودی واضح و دقیق به نوعی وبسایت را تزئین می کند و مانند یک رابط بین وبسایت و موتورهای جستجو خواهد بود. روبات های موتور جستجو اغلب محتوای غیر نوشتاری، جاوا و فلش را نادیده می گیرند. پیشنهاد می شود که از محتواهای نوشتاری در صفحات ورودی استفاده کنید.

• افراط در استفاده از فلش

فایل های فلش خیلی ضعیف ایندکس می شوند اما تردیدی وجود ندارد که فلش ها جذاب هستند. این موضوع به این مفهوم نیست که شما باید تمامی فایل های انیمیشن را از وبسایت خود حذف کنید. کافیت که اطلاعات مهم و المان های جهت دهی را به طور فلش ارائه نکنید.



• آیفیریم

هنوز بعضی از وبسایت ها از آیفیریم استفاده می کنند. باید قبول کرد که این فناوری دیگر منسوخ شده است. آیفیریم روی موضوع سئو هم تاثیر گذار است و موتورهای جستجو اطلاعات مهم را در وبسایت شناسائی نمی کنند. این نکته را بدانید که وبسایت دارای آیفیریم به جای یک فایل از چند فایل html استفاده می کند که باعث ایجاد مشکل در ایندکس خواهد شد.

• استفاده از تصاویر به جای المان های مهم وب سایت

در بعضی از قالب ها از تصاویر به جای قسمت های مهم و اطلاعات حیاتی سایت استفاده شده است. به طور مثال به جای متن عنوان در صفحه از تصویر آن استفاده می کنند. ساده ترین روش این است که با استفاده از کدهای CSS، از نوشته ها به جای تصاویر استفاده کرد.

• عدم وجود منوهای مناسب

ماتریکس های هدایت دهی هوشمند، رتبه بندی وبسایت را ارتقا می دهند. لینک های نوشتاری به طور کامل توسط روبات ها خوانش شده و ساختار زنجیره ای وبسایت را به بهترین شکل نشان می دهد.

• عدم وجود نقشه سایت

نقشه سایت هدایت دهی را در وبسایت تکمیل می کند و هم برای هدایت کاربران لازم است و هم موتورهای جستجو.



• کدهای پاپ آپ

استفاده از پاپ آپ ها واقعاً ناکارآمد است. المانی خسته کننده که باعث می شود کاربران از وبسایت شما دور شوند و در نتیجه موتورهای جستجو هم آن را ایندکس نخواهند کرد. توجه داشته باشید پاپ آپ برای سایت نمایش دهنده بیشتر مضر است!

• بخش فایل صوتی

تبلیغ صوتی و یا پخش یک موسیقی در اکثر اوقات باعث ناراحتی و عصبانیت کاربر آن وبسایت خواهد شد، به ویژه زمانی که این فایل صوتی، ارتباطی با موضوع وبسایت نداشته باشد.

• عدم امکان تغییر ساینز نوشته

بهتر است به کاربران امکان تغییر اندازه فونت صفحات داده شود تا اگر در مشاهده متن صفحه مشکل دارند، بتوانند آن را بزرگتر نمایند.

• سیستم هدایتی بسیار پیچیده

تا جایی که امکان دارد باید ساختار هدایتی ساده باشد. در هر بخش باید بازدید کننده بتواند به راحتی به صفحه خانگی برگردد و یا قسمت های مورد نظر خود را انتخاب نماید و به آسانی وارد آن شود.



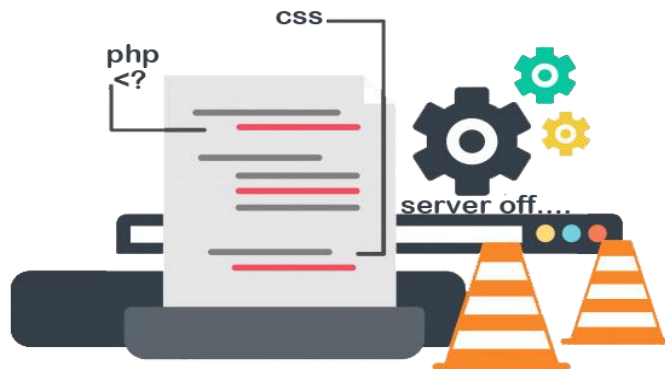
• صفحاتی که به طور کامل آماده نیستند

زمانیکه محتوای یک صفحه آماده نیست، بهتر است دسترسی به این صفحه مسدود شود.

• خطاهای فنی

ممکن است بعضی از وبسایت ها عملکرد صحیحی نداشته باشند و ممکن است این مشکلات از طرف سرور و یا مشکلات موجود در اسکریپت سایت باشد و می بایست در اسرع وقت رفع گردند.

ممکن است این موضوع برای شما عجیب باشد اما موفقیت شما به میزان ۶۰ درصد مربوط به طراحی های ظاهری، مقدار ۳۰ درصد به نحوه ارائه مطالب و مقدار ۱۰ درصد مربوط به کیفیت نوشته ها است. هنگامی که روی وبسایت خود کار می کنید حتماً به این موضوعات توجه کنید!



سئو به عنوان مجموعه ای از فعالیت ها برای ارتقا موثر وبسایت



بهینه سازی موثر به شما این توانایی را می دهد که به رتبه های بالا دست پیدا کنید و مشتریان بیشتری را بدست آورید. سئوی موثر تنها در زمانی بدست می آید که دو عامل بهینه سازی داخلی و خارجی اجرایی شود. سئو به عنوان بهینه سازی داخلی تنها موثر نیست. بلکه باید بهینه سازی خارجی به عنوان قدم نهایی که فقط روی موضوعات افزایش ترافیک و رتبه بندی وب سایت در نتایج جستجو هدف گذاری می شود، اجرایی گردد.

موثرترین روش بهینه سازی خارجی شامل لینک سازی صحیح، پویش ها و کمپین های تبلیغاتی و ارتقا وبسایت در جستارهای ویژه در موتورهای جستجوی محبوب است. این نوع از بهینه سازی موتورهای جستجو زمان بر است، اما نتایج نهایی آن استثنایی است.

ساخت بک لینک ها کاری سخت و دشوار است ولی سئو کاران حرفه ای به شما کمک می کنند تا به بهترین شکل درباره انتخاب و خرید بهترین بک لینک ها تصمیم گیری کنید تا نتایج مورد نظر شما حاصل شود.

