

طراحی سایت و سئو (SEO & website design) پروژه هایی هستند که با در نظر گرفتن پارامترهای مختلف توسط شرکت ها و آژانس های طراحی وب و سئو برنامه ریزی و اجرا می شوند.

آنچه در این مقاله طراحی سایت و سئو خواهید خواند :

مقدمه

توسعه یک وب سایت مناسب SEO (Developing an SEO-friendly website)

مبانی طراحی سایت و سئو

معماری اطلاعات و ساختار بندی سایت شما

URL ها (URLs)

ناوبری سایت (Navigation)

طراحی سایت سازگار با موبایل (Mobile-friendly design)

سرعت صفحه (Page speed)

قابلیت استفاده

کیف بازاریابی محتوا

هدف قرار دادن کلمات کلیدی

تگ های عنوان HTML (HTML title tags)

تگ / برچسب های توضیحات متا (Meta description tags)

تگ های عنوان بندی ها (Heading tags)

محتوا

ریچ اسنیپت (Rich snippets)

بهینه سازی تصاویر

دامنه ها ، زیر دامنه ها و پروتکل ها

مقدمه

سئو برای هر کسب و کاری که به صورت آنلاین یا آفلاین فعالیت می کند مهم است . اما بسیاری از آنها نمی دانند که بهینه سازی موتور جستجو باید در فرآیند طراحی وب تعبیه شود – نه اینکه بعداً به آن اضافه شود . در این مقاله تیم مارکتینگ ایران تلنت ، راهنمای جامع سئو و طراحی وب را ارائه داده است .

وب سایت تان مرکز دنیای بازاریابی دیجیتال شما است - مکانی که همه رودخانه های دیجیتال به سمت آن می روند. و البته ، بزرگترین منبع ترافیکی آن معمولاً جستجوی ارگانیک است . با این حال اغلب اوقات ، مشاغل تا قبل از طراحی وب سایت (یا طراحی مجدد) به سئو فکر نمی کنند ، و این سایت ها اغلب متاسفانه در حوزه سئو و بازاریابی دیجیتال کمبود دارند. ممکن است پر زرق و برق به نظر برسند ، اما اگر افراد هوشمند بازاریابی در زمان طراحی غافل شوند ، در این صورت شما با یک برنامه ناقص مسابقه بازاریابی را اجرا خواهید کرد. یا حداقل با برگشتن به صفحه طراحی و هدر دادن کل وقت و هزینه روبرو شده اید . ما اخیراً در مارکتینگ ایران تلنت به SEO و طراحی وب سایت بیشتر توجه کرده ایم و به تازگی راهنمای برنامه ریزی طراحی وب سایت و سئو را منتشر

کرده ایم که به فرایند پیچیده ای کمک می کند. در این مقاله ، ما نگاهی داریم که چگونه SEO باید بخشی جدایی ناپذیر از روند طراحی وب سایت شما (یا طراحی مجدد) باشد.

آنچه معمولاً اتفاق می افتد...

زنگ تلفن شرکت به صدا در می آید .

مارکتینگ ایران تلنت : "سلام. چطور میتوانیم کمک کنیم؟"

تماس گیرنده: "سلام. ما به تازگی یک وب سایت ساخته ایم و ... به نظر می رسد میزان قابل توجهی از بازدید را از دست داده ایم. " یا "... ما برای کلمات کلیدی که قبلاً قابل مشاهده بودیم در رتبه بندی گوگل قرار نمی گیریم. " یا "... ما هیچ تماسی دریافت نمی کنیم. " یا "... ما می خواهیم ببینیم که چه کاری می توانیم برای بهبود SEO خود انجام دهیم."

مارکتینگ ایران تلنت: "آه ، خوب. اگر می توانید URL وب سایت و شماره ای را برای تماس ارائه دهید ، می توانیم بررسی کنیم و پیشنهادهایی ارائه دهیم " .

در اینجا یک مشکل وجود دارد. سئو به معنای باند پزشکی نیست که شما بتوانید بر روی یک سایت موجود بپیچید. سئو وب سایت برای موفقیت آنلاین برای اکثر مشاغل اساسی است. و همان مفاهیمی که سئو را تأمین می کنند ، به جستجوی پرداختی ، اجتماعی و سایر اقدامات بازاریابی داخلی کمک

می کنند. این را اشتباه بگیرید و مطمئناً در رسیدن به اهداف بازاریابی دیجیتال خود موفق نخواهید شد.

توسعه یک وب سایت مناسب (Developing an SEO-friendly website) SEO

در سطح بنیادی، **سایتی مناسب برای سئو SEO**، سایتی است که به موتور جستجو اجازه می دهد صفحات موجود در سایت را کاوش و مطالعه کند. اطمینان از اینکه موتور جستجو به راحتی می تواند محتوای شما را بررسی و درک کند، اولین قدم برای اطمینان از دیدن شما در صفحات نتیجه موتور جستجو است.

یک موتور جستجو برای این کار از یک خزنده وب استفاده می کند، و ما باید سعی کنیم با موتورهای جستجو کار کنیم نه در برابر آنها. متأسفانه روش های زیادی برای **ساخت وب سایت** وجود دارد و همه فناوری ها با در نظر گرفتن **بهینه سازی موتور جستجو** ساخته نمی شوند.

ایجاد یک سایت مناسب برای سئو نیاز به برنامه ریزی دقیق و یک رویکرد ساختاریافته، برای نمایندگی کسب و کار شما و خدماتی که ارائه می دهید، دارد. برای بسیاری از مشاغل، این ممکن است پیچیده باشد - ثبت اسناد کاری که دقیقاً انجام می دهید همیشه آسان نیست.

به عنوان یکی ابزارهای بازاریابی، وب سایت شما باید بر اساس یک **طرح جامع بازاریابی دیجیتال** با یک مدل تجاری و ارزش پیشنهادی روشن ساخته شود. اگر این نامشخص است، ابتدا باید دوباره آن را مرور کنید.

با فرض اینکه همه چیزهای خوب را در محل کسب و کار خود دارید، بیا باید در مورد طراحی سایت و سئو صحبت کنیم.

مبانی طراحی سایت و سئو

چند عنصر اصلی وجود دارد که زمینه را برای **فرآیند طراحی وب سایت** بهینه سازی شده فراهم می کند.

دامنه ها (Domains)

ممکن است تجارت شما از **example.com** به عنوان دامنه اصلی استفاده کند. اما ممکن است دیگران هم آنرا را داشته باشند. اطمینان از اینکه دامنه شما مربوط به کاری است که انجام می دهید ، بسیار مهم است. اطمینان از اینکه همه تغییرات و زیر دامنه ها به درستی به سایت اصلی و به یک نسخه متعارف از سایت هدایت می شوند ، مهم است.

کسب و کار ما مارکتینگ ایران تلنت نام دارد. ما در ایران ، اصفهان فعالیت می کنیم. ما یک تجارت مبتنی بر وب هستیم. به طور طبیعی نتیجه می گیرد که دامنه ما www.marketingirantalent.com است. همه زیر دامنه های ۳۰۱ به آدرس اصلی www.marketingirantalent.com هدایت می شوند. تغییرات دامنه کمی داریم که ۳۰۱ به URL اصلی هدایت می شوند.

گول این را نخورید که داشتن -کلمات کلیدی-در-دامنه **my.com** به شما کمک می کند. فقط جسورانه به نظر می رسد. این می تواند برای مشاغل محلی کمی مفید باشد ، اما اطمینان حاصل کنید که در حال نقشه برداری به دنیای واقعی هستید. در مورد طراحی سایت و سئو معقول فکر کنید.

هاستینگ (Hosting)

هاستینگ وب سایت شما نیز مهم است. یک سایت کند باعث ایجاد کاربران ناراضی می شود. هاست شما باید از قوانین عقل سلیم پیروی کند. در محلی که مخاطبان شما واقع شده اند قرار بگیرید. سریع باشد در صورت لزوم سیستم عامل خاص داشته باشید.

CMS

CMS (سیستم مدیریت محتوا - content management system) که برای تجارت خود انتخاب کرده اید ، می تواند تا حد زیادی در موفقیت شما تأثیر بگذارد. وردپرس در بسیاری از موقعیت ها گزینه مناسبی است ، اما تنها مورد نیست. مطمئناً در سطح پایه به گونه ای طراحی شده که Google می تواند آن را درک کند. این بدان معنا نیست که بهترین انتخاب برای همه شرایط است . اما مطمئناً نقطه شروع خوبی برای بیشتر مشاغل است. فقط مطمئن باشید CMS انتخابی شما مناسب برای وضعیت شماست .

خریدن و دسترسی (Crawling & accessibility)

اولین قدم اطمینان از این است که یک موتور جستجو می تواند سایت شما را جستجو کند و درک کند که شما چه کاری انجام می دهید (و کجا آن را انجام می دهید).

قابلیت ایندکس شدن (Indexation)

برای درک سایت شما ، موتورهای جستجو باید بتوانند محتوای صفحه را بخوانند. این بدان معنی است که محتوای اصلی سایت شما باید پشت صحنه متن باشد. تصاویر ، گیف ها یا فیلم ها موضوع بحث نیستند. حتی در این دنیای همیشه در حال پیشرفت ، محتوای اصلی شما همچنان باید مبتنی بر متن باشد. برخی از ابزارهای عالی مانند فونت های وب وجود دارد که به این معنی است که شما هنوز می توانید بخشی را جستجو کنید. و تصاویر

شما نیز جایگاهی دارند اما حتماً با زبان واضح درباره کارهایی که انجام می دهید صحبت کنید تا موتور جستجو بتواند پیشنهاد شما را بخواند و درک کند .

تصاویر ، ویدیوها ، PDF و محتوا نیز مهم هستند و می توانند منبع ترافیک موتور جستجو باشند. باز هم ، اینها باید قابل کشف و قابلیت ایندکس شدن داشته باشند.

ساختار پیوند (Link structure)

برای ایندکس شدن محتوای خود فراتر از صفحه اصلی ، به پیوندهای داخلی نیاز دارید که موتور جستجو می تواند در آنها بخزد. ناوبری اصلی ، دستورالعمل های موتور جستجو و ابزارهایی مانند نقشه سایت XML همه به موتور جستجو در بررسی سایت شما و کشف صفحات جدید کمک می کنند. ابزارهایی مانند Screaming Frog به شما کمک می کنند تا اطمینان حاصل کنید که سایت شما به راحتی توسط یک موتور جستجو خزیده می شود.

معماری اطلاعات و ساختار بندی سایت شما

ما همیشه در مورد معماری و ساختار بندی در **طراحی و سئوی سایت** تذکر می دهیم. دسته های اصلی منوها هستند. زیرمجموعه ها ، زیرمنوها هستند. صفحات اسنادی در منوها هستند.

کابینه: وب سایت شما

منو: دسته ای سطح بالا

زیر منو : زیر مجموعه

موضوعات : سند / صفحه منفرد

متن نه تنها با سایتی که در آن وجود دارد بلکه با موقعیت درون آن سایت نیز نشان داده می شود. سایت خود ما یک منو برای موضوعات اصلی دارد و هر منو دارای زیر منویی حاوی صفحات خاص است. این کار سایت شما تا حد زیادی یکدست نشان میدهد.

ساختار زیر، یک سایت فرضی را به عنوان مثال نشان می دهد :

خانه

- خدمات

-- محل خدمات

--- خدمات فردی

خانه

- خدمات

-- سئو

--- مقالات SEO

برخی از سایت ها ممکن است رویکرد عمیقی در ساختار سازی محتوا داشته باشند. دیگران ممکن است رویکرد گسترده ای داشته باشند. نکته مهم در اینجا این است که همه چیز باید به گونه ای تنظیم شود که منطقی باشد و پیمایش و کشف را ساده کند.

رویکردی سه تا چهار سطحی تضمین می کند که بیشتر مطالب را می توان در چهار کلیک به راحتی جستجو کرد

URL ها (URLs)

مضمون سایت با URL بیشتر نشان داده می شود. یک استراتژی نامگذاری معقول کمک می کند تا مضمون عمیق تری برای انسانها و موتورهای جستجو فراهم شود.

در زیر دو مجموعه فرضی از URL وجود دارد که می تواند به مسیر خدمات >سئو >مقالات سئو که در بالا ذکر شده است ترسیم شود - با این حال یکی منطقی است و دیگری هیچ کمکی نمی کند.

مجموعه اول

www.example.com

[/www.example.com/services](http://www.example.com/services)

[/www.example.com/services/seo](http://www.example.com/services/seo)

[/www.example.com/services/seo/articles](http://www.example.com/services/seo/articles)

مجموعه دوم

www.example.com

[/www.example.com/s123](http://www.example.com/s123)

/www.example.com/s123/s1

/www.example.com/s123/s1/75

مطمئناً، مجموعه دوم URL ها به عنوان نمونه ای دلفریب است، اما یک نقطه را تأمین می کند - اولین مجموعه نامگذاری URL به موتورهای جستجو و کاربران کمک می کند و دسته دوم مانع از درک درست توسط کاربران و ربات های جستجو می شود.

ناوبری سایت (Navigation)

ناوبری سایت در طراحی های سایت و سئو بسیار مهم است. وقتی یک سایت از ساختار خوبی برخوردار است، ناوبری با ساختار، URL ها و سایر اجزا مانند نقشه سایت XML کار می کند تا به ثابت کردن هر صفحه یا محتوای آن کمک کند.

ناوبری سایت چیزی فراتر از منوی بالای وب سایت شماست. این نحوه راهنمایی کاربران به مهمترین قسمت سایت شماست. ناوبری می تواند ابزاری برای افزایش آگاهی از خدمات اضافی باشد و نه تنها شامل پیوندهای متنی بلکه محتوای موجود در همه صفحات و عناصر طراحی شده سایت شماست.

ما همیشه از آن به عنوان تشبیه تابلوی راهنما یاد می کنیم. وارد یک سوپرمارکت می شویم و به دنبال تابلوها می گردیم تا آنچه را که نیاز داریم پیدا کنیم. این تشبیه در طراحی وب سایت شما هم کاربرد دارد. اگر کاربری ارجاع داده شود و نام تجاری شما را جستجو کند، در صفحه اصلی شما قرار می گیرد. سپس آنها به یک تابلوی راهنما نیاز دارند تا آنها را به خدمات مربوطه برسانند. و بهتر است یافتن آن آسان باشد!

دریافت این اشتباه بسیار آسان است ، و باید دقیق فکر کرد - قبل از ساخت سایت - در مورد نیازها و خواسته های کاربران خود. وب سایت یک مولفه دیجیتالی است که باید استراتژی برنامه بازاریابی شما را اجرا کند. شناخت کاربران در اینجا بسیار مهم است ، بنابراین می توانید اطمینان حاصل کنید که نیازهای آنها را برآورده می کنید.

ناوبری نیازی به شناخت واقعی از شما ندارد -

نباید به گونه ای باشد که کاربر مجبور به حل مساله شود. به تصویر زیر دقت کنید. کدام مسیر شما را به پارکینگ و کدام مسیر شما را به ورودی محل تحویل می رساند؟

مغز ما خط "پارکینگ مشتری" را از چپ به راست دنبال می کند ، بنابراین ما البته به راست می پیچیم. با این حال ، پارکینگ مشتری در سمت چپ است. هیچ چیز وجود ندارد که درستی یا غلط را به روشنی نشان دهد.

باید فکر کنیم یا در عمل ، قبل از یادگیری ، چند بار به مسیر اشتباه می رویم. با این حال ، اگر کاربران آنچه را که می خواهند در یک وب سایت پیدا نکنند ، به اقیانوس بزرگ رقابت که نتایج جستجوی Google نشان می دهد ، باز می گردند.

اطمینان حاصل کنید که ناوبری شما کاملاً شفاف است - اگر یک کاربر بتواند اشتباه کند ، بسیاری دیگر نیز می توانند این کار را انجام دهند.

مشکلات معمول

بسیاری از موضوعات بالقوه درمورد محتوا وجود دارد که توسط موتور جستجو می تواند علیه شما کار کند . در واقع موتور جستجو نمی تواند آنها را پیدا کند یا قابل درک نیست. مثلاً:

محتوای تنهایی (محتوایی بدون هیچ پیوندی به سایر نقاط سایت) را نمی توان یافت.

محتوا فقط از طریق جستجوی سایت در دسترس است.

فایل های فلش ، برنامه های جاوا ، فایل های صوتی ، فایل های ویدئویی.

AJAX * و جلوه های سایت پر زرق و برق.

فریم ها - محتوای جاسازی شده در سایت دیگری می تواند مشکل ساز شود.

زیر دامنه ها - محتوا به جای زیر پوشه ها به زیر دامنه ها تقسیم می شود.

مطمئن باشید که مطالب مهم به راحتی قابل کشف ، قابل فهم و به شکلی منطقی در ساختار کلی سایت هستند.

خلاصه

اگر همه کارها به خوبی انجام شده باشد ، یک انسان و یک موتور جستجو باید قبل از اینکه یک صفحه را ببینند ، کاملاً ایده خوبی راجع به آن داشته باشند. SEO معمولی شما فقط بر این پایه محکم بنا شده است که توسط معماری اطلاعات و ساختار سایت شما ایجاد شده است.

طراحی سایت سازگار با موبایل (Mobile-friendly design)

محبوب ترین وسیله ای که برای انجام جستجوهای اینترنتی و مرور وب سایت ها استفاده می شود، تلفن همراه است. ما در عصر موبایل زندگی می کنیم. سایتهایی که برای موتورهای جستجو بهینه شده اند باید به طراحی موبایل وب سایت هایشان توجه یکسانی داشته باشند (و نه فقط در طراحی ساده یک وب سایت ریسپانسیو).

با این حال ، از سال ۲۰۱۷ به این طرف ، طراحی ریسپانسیو سایت کافی نیست. ما در مورد اهمیت طراحی وب سایت ریسپانسیو در سالهای ۲۰۱۲ صحبت می کردیم. پنج سال بعد ، با پیشرفت گسترده فن آوری و شبکه های داده تلفن همراه بسیار بهبود یافته ، مشتریان آینده شما از تلفن همراه به عنوان اولین و اغلب تنها دستگاه برای تعامل با تجارت شما استفاده می کنند.

برای ایجاد یک طراحی کاملاً سازگار برای موبایل و به حداکثر رساندن نتایج از جستجوی تلفن همراه ، باید به نیازها و خواسته های کاربران تلفن همراه فکر کنید. آنچه کاربر در تلفن انجام خواهد داد غالباً با کاری که در کامپیوتر انجام می دهد بسیار متفاوت است. و حتی اگر امکانات ارتباطی روی میز کار باشد ، اولین تماس مهم ممکن است در تلفن همراه باشد.

از دیدگاه سئو ، شایان ذکر است که وب سایت سازگار یا موبایل یک فاکتور رتبه بندی تایید شده برای جستجوی موبایل است و این نسخه موبایل سایت شما است که توسط موتور جستجو برای بررسی و رتبه بندی سایت شما استفاده می شود. با این حال ، مهمتر از همه ، این است که مشتریان احتمالی شما چگونه سایت شما را با موبایل خود جستجو و مرور می کنند.

در بهینه سازی تجربه کاربر برای کاربران تلفن همراه سخت کار کنید. از تلاش خود در زمینه بازدید و مشارکت کاربر سود خواهید برد.

سرعت صفحه (Page speed)

یکی دیگر از موارد مهم در عصر موبایل ، سرعت صفحه است. کاربران ممکن است بی تاب باشند ، یا ممکن است همیشه اتصال داده تلفن همراه عالی نداشته باشند. اطمینان از کم حجم بودن و متوسط بودن صفحات ، یک نکته اساسی در طراحی وب سایت مدرن با سئو است.

یک نقطه شروع عالی ، تست سازگاری وب سایت با موبایل بوسیله **Google** است. این ابزار به شما در مورد سازگاری موبایل ، سرعت موبایل و سرعت دسکتاپ بازخورد می دهد. همچنین همه چیز را در یک گزارش کوچک مفید قرار می دهد که جزئیات دقیقاً کاری را که می توانید برای سرعت بخشیدن انجام دهید ، ارائه می دهد.

کافی است بگوییم ، سرعت صفحه یکی از موارد مهم دیگری است که نحوه ساخت سایت شما و کیفیت و مناسب بودن هاستینگ مورد استفاده شما را شامل می شود.

قابلیت استفاده

قابلیت استفاده از وب سایت در طراحی و سئوی سایت ترکیبی از عوامل دیگر است :

طراحی خاص دستگاه ،

سرعت صفحه ،

قراردادهای طراحی و

رویکردی بصری برای قرار دادن سایت در کنار کاربر نهایی.

عوامل کلیدی مورد توجه عبارتند از:

صفحه آرایی . عناصر مهم باید از برجستگی بیشتری برخوردار باشند.

سلسله مراتب بصری . عناصر مهم تر را بزرگتر کنید!

صفحه اصلی و ناوبری سایت . راهنماها را به وضوح برای کاربران علامت گذاری کنید.

جستجوی سایت . سایت های بزرگ به یک گزینه جستجو در موقعیت مناسب نیاز دارند.

مدخل فرم . فرم ها را تا حد ممکن سبک و با فیلدهای کم بسازید.

طراحی . طراحی عالی همه چیز را آسان می کند.

کیف بازاریابی محتوا

وب سایت شما یک کار پر زحمت دارد : باید به کسب و کار شما کمک کند تا در موتورهای جستجو در مقابل

مشتریان احتمالی قرار بگیرد و سپس باید آنها را جذب و تبدیل کند.

سایت شما برای کمک به همه این مراحل سفر مشتری به محتوا نیاز دارد. محتوا و سئو در اینجا ترکیب مهمی

است. زیرا ممکن است در مقابل مشتری به دنبال خدمات مشابه دیگری از شرکت مورد نظر خود باشید.

یک روش ساختاری برای در نظر گرفتن محتوای مورد نیاز در اینجا یک کیف بازاریابی معمولی است :

آگاهی - بالای کیف

محتوای آگاهی به طور معمول وبلاگ و مقالات اطلاعاتی شما خواهد بود. ما به مشتری احتمالی شما کمک می

کنیم تا مشکلات پیش روی خود را درک کند و تجربه و اعتبار شما را در حل آنها نشان می دهیم.

پست های وبلاگ

مقالات اطلاعاتی

وبینارها

راهنماهای جامع

سوالات متداول

ملاحظه - وسط کیف

محتوا در مرحله بررسی به مشتری شما کمک می کند تا شما را با سایر پیشنهادهای موجود مقایسه کند. این یک محتوای کاربردی است که به مشتری در تصمیم گیری کمک می کند.

مطالعات موردی

اطلاعات مربوط به محصول یا خدمات

فیلم های نمایش محصول

راهنمای استفاده

تبدیل - پایین کیف

محتوای پایین کیف منجر به تبدیل می شود و باید به آرامی فروش یا جذب مشتری را تشویق کند.

بررسی ها

توصیفات

امتحان رایگان

مشاوره رایگان

به یاد داشته باشید که مشتریان در کل این طیف از انواع محتوا جستجو خواهند کرد. بنابراین ، اطمینان از اینکه همه این مناطق تحت پوشش کمکه‌های کشف شده از طریق موتورهای جستجو هستند ، بسیار ضروری است.

پیچ و مهره سئو

همانطور که می‌بینید ، قبل از بررسی عناصر آشناتر بهینه سازی سایت و صفحات شما ، موارد زیادی وجود دارد که باید در نظر گرفته شود. ما فقط باید فکر کنیم که کلمات کلیدی و بهینه سازی اصلی صفحه را داشته باشیم . وقتی این پایه محکم را ایجاد کردیم. اگر همه چیز را به درستی ساختار دهیم ، بهینه سازی واقعی صفحات بسیار راحت تر می‌شود.

هدف قرار دادن کلمات کلیدی

به راحتی می‌توانید **استراتژی کلمات کلیدی** خود را بدون نیاز به تکثیر درونی ، ساده تر کنید. اگر برای سلسله مراتب و ساختار سایت به مثالهای قبلی خود نگاه کنیم ، افزودن کلمات کلیدی نسبتاً ساده است (و این کاری است که ما اغلب در پیش طراحی صفحه گسترده انجام می‌دهیم).

- خدمات

-- سئو

--- ممیزی های SEO

[/www.example.com/services](http://www.example.com/services)

/www.example.com/services/seo

/www.example.com/services/seo/audits

اگر از این صفحات به عنوان نمونه استفاده کنیم ، پیشرفت طبیعی تری از کلمات کلیدی گسترده به عبارات جستجوی تصفیه شده خواهیم داشت. اگر مشاغل محلی هستیم ، حتی می توانیم اصلاح کننده های اساسی مانند مکان را در نظر بگیریم.

به عنوان مثال می خواهیم طراحی سایت و سئو در اصفهان و تهران را هدف قرار دهیم.

خانه

- طراحی سایت

- سئو

+ اصفهان

+ تهران

حال می خواهیم در قسمت خدمات ، خدمات بازاریابی و بازاریابی دیجیتال در اصفهان و تهران را هدفگذاری

کنیم :

خدمات

- خدمات بازاریابی

- خدمات بازاریابی دیجیتال

+ اصفهان

+ تهران

حال می خواهیم در مورد شرکت و آژانس سئو در اصفهان / تهران جذب مشتری کنیم :

سئو

- سئو

- بهینه سازی موتور جستجو

+ شرکت

+ آژانس

+ اصفهان

+ تهران

ممیزی SEO

- ممیزی SEO

- ممیزی SEO فنی

+ آژانس

+ شرکت

+ اصفهان

نکته ای که در اینجا وجود دارد این است که یک سایت با ساختار خوب به شما کمک می کند تا استراتژی کلمات کلیدی خود را تعیین کنید. شما هنوز هم مجبور به انجام تحقیق و نوشتن متن هستید. اما مطمئن باشید که یک استراتژی محکم برای هدف قرار دادن اصطلاحات گسترده و دقیق تر دارید.

تگ های عنوان HTML (HTML title tags)

تگ / برچسب <title> اصلی ترین برچسب پشت صحنه است که می تواند بر نتایج موتور جستجوی شما تأثیر بگذارد. در واقع ، این تنها متا تگ است که در واقع به طور مستقیم بر موقعیت تأثیر می گذارد.

بهترین روش برای برچسب/ تگ های عنوان به شرح زیر است:

کلمات کلیدی را در ابتدای تگ قرار دهید.

طول را در حدود ۵۰ تا ۶۰ کاراکتر نگه دارید.

از کلمات کلیدی و عبارات کلیدی به روشی طبیعی استفاده کنید.

از جداکننده‌ها برای جدا کردن عناصر مانند دسته و برند استفاده کنید.

روی کلیک و کاربر نهایی تمرکز کنید.

رویکردی ثابت در سرتاسر سایت داشته باشید.

تگ / برچسب‌های توضیحات متا (Meta description tags)

توضیحات متا مستقیماً بر رتبه بندی تأثیر نمی‌گذارند. همه ما این را می‌دانیم، درست است؟ اما مسلماً، این نکته مهم در اینجا کاملاً گم شده است. توضیحات متای شما محتوای تبلیغات شما برای آن صفحه در مجموعه ای از نتایج موتور جستجو است. توضیحات متای شما همان چیزی است که شما را برنده می‌کند. و برنده شدن در آن کلیک‌ها می‌تواند به بهبود دید کمک کند و برای هدایت کاربران بیشتر به صفحات شما کاملاً حیاتی است.

توضیحات متا باید:

به درستی محتوای صفحه را توصیف کنید.

صفحه را تبلیغ کنید و نرخ کلیک را بهبود ببخشید.

روند فکر کاربر را در نظر بگیرید و اینکه چرا آنها روی این صفحه کلیک می‌کنند.

کلمات کلیدی را در موارد مرتبط و طبیعی برای انجام آن درج کنید.

موتور جستجو عبارات جستجو را در عنوان صفحه و توضیحات متا شما برجسته می کند که به کاربر در اسکن صفحه کمک می کند. از این بهانه برای اسپم کردن توضیحات متا استفاده نکنید ، در غیر این صورت Google احتمالاً از آن چشم پوشی می کند و منجر به آن کلیک مهم نمی شود!

همچنین شرایطی وجود دارد که ایجاد یک توضیح متا منطقی است و اجازه می دهد موتور جستجو محتوا را از صفحه بیرون بکشد. تا توصیفی ایجاد کند که با دقت بیشتری به جستجوی کاربر ترسیم شود. توضیحات متا مختصر شما همیشه نمی تواند همه گزینه های محتوای با فرم طولانی تر را پوشش دهد ، بنابراین این را بخاطر داشته باشید.

تگ های عنوان بندی ها (Heading tags)

برچسب های عنوان به ساختار صفحه کمک می کنند و سلسله مراتب را در یک سند نشان می دهند: H1، H2 ، H3 و غیره. متن در برچسب های عنوان با ارتقا رتبه بندی ارتباط دارد (البته کمی) . اما آنچه واقعاً مهم است این است که همسویی بین ساختار سایت ، بهینه سازی پشت صحنه مانند عنوان صفحه و توضیحات متا و خود محتوا وجود داشته باشد. همه چیز را در یک ردیف قرار دهید و همه چیز برای کاربران منطقی تر است و ما به موتورهای جستجو کمک می کنیم تا محتوای شما را دسته بندی کنند .

به یاد داشته باشید که برچسب های هدر را با سلسله مراتب بصری تراز کنید. به معنی مهمترین هدر صفحه (نوعاً <h1>) نیز باید بزرگترین عنصر متن در صفحه باشد. شما در اینجا جلوه بصری را آسان می کنید و اطمینان حاصل می کنید که طراحی و محتوا برای دستیابی به بهترین نتیجه نهایی با هم کار می کنند.

محتوا باید به طور کلی مهمترین قسمت صفحه باشد. با این حال ، ما همچنان شاهد ترفندهای قدیمی SEO مانند تراکم آشکار کلمات کلیدی و عبارات جستجو با کمبود کلمات پیوندی استفاده شده در نسخه هستیم. این کار ترفند دیگر نمی کند. مطمئناً به SEO شما کمک نمی کند. و این تاکتیک یک تجربه کاربری ضعیف را ایجاد می کند.

ما می خواهیم مطمئن شویم که متن صفحه ما روشن است. ناوبری ، URL ها ، عناوین صفحه ، سایر عناوین و موارد دیگر باید در اینجا کمک کنند. با این حال می خواهیم به طور طبیعی و با استفاده از کلمات مترادف و زبان طبیعی بنویسیم.

روی ایجاد محتوای عالی که کاربر را درگیر خود می کند تمرکز کنید. مراقب کلمات کلیدی باشید ، اما مطمئناً در این کار زیاده روی نکنید.

ملاحظات مربوط به محتوای صفحه :

کلمات کلیدی در محتوا (اما در بکارگیری آن زیاده روی نکنید)

ساختار صفحه

موقعیت کلمات کلیدی در محتوا – اوایل محتوا می تواند بهتر باشد

مترادف و جایگزین

همزمانی کلمات کلیدی - سایر اسناد با کیفیت دیگر شامل چه موارد دیگری هستند؟

ریچ اسنیپت (Rich snippets)

ریچ اسنیپت ابزاری قدرتمند برای افزایش نرخ کلیک هستند. ما به طور طبیعی لیست هایی را جذب می کنیم که در نتایج موتور جستجو برجسته هستند. هر کاری بتوانید برای بهبود نرخ کلیک انجام دهید باعث ایجاد کاربران بیشتر می شود. و باعث می شود لیست موتورهای جستجو کار شما را راحت تر کند.

قطعه هایی که بیشترین ارتباط را با مشاغل شما دارند ، به کاری که انجام می دهید بستگی دارد ، اما schema.org مکان بسیار خوبی برای شروع است.

بهینه سازی تصاویر

در طراحی سایت و سئو ، سئوی تصویر می تواند در شرایط مناسب میزان قابل توجهی از ترافیک را ایجاد کند. و دوباره ، افکار ما در مورد متن در اینجا مهم است. Google (هنوز) از محتوای تصاویر استفاده نمی کند ، بنابراین متن در سایت و صفحه و بهینه سازی اساسی در اینجا بسیار مهم است.

به عنوان مثال ، به نتایج جستجوی [kids hobbit hole playhouse](http://kids.hobbit.hole.playhouse) دقت کنید ، و جستجوی نتایج تصاویر زیر را به ارمغان می آورد:

می توانیم دقیقاً در نتایج تصویر غوطه ور شویم. و بسیاری از گزینه ها را پیدا کنیم ، سپس با استفاده از این تصاویر ، به سایتی هدایت می شویم که نیاز ما را برآورده می نماید. بهینه سازی تصاویر احتمال بهبود برجستگی در نتایج جستجوی تصویر را افزایش می دهد.

بهینه سازی تصویر از نظر فنی ساده است:

نام تصویر - اسمی را ارائه دهید که به وضوح توصیف کند تصویر چیست.

متن Alt - از متن توصیفی alt برای کمک به کسانی که نمی توانند تصاویر را ببینند برای تقویت محتوای تصویر استفاده کنید.

OpenGraph و Twitter را اضافه کنید تا از تصویر در اشتراک های اجتماعی استفاده شود.

برای اطمینان از بارگیری سریع ، از تصویر در اندازه فیزیکی مناسب استفاده کنید.

برای بهبود زمان بارگیری ، اندازه پرونده تصویر را بهینه کنید.

اضافه کردن تصاویر به نقشه سایت XML خود را در نظر بگیرید.

بهینه سازی تصویر نسبتاً ساده است. تصاویر را مرتبط نگه دارید. نام فایل ها و متن alt را با کلمات کلیدی اسپم نکنید. سعی کنید توصیفی باشند.

مشکلات معمول

پروژه های طراحی سایت و سئو در مارکتینگ ایران تلنت اغلب به عنوان اولین درگاه ممیزی سئو حساب می شوند. ما در اینجا نمی توانیم هر احتمالی را پوشش دهیم ، اما موارد مشکوک زیر ، معمول هستند و طراحان وب باید از آنها مراقب باشند.

محتوای تکراری

دو نوع محتوای تکراری وجود دارد : نسخه های واقعی و تقریباً تکراری. کپی های واقعی جایی است که محتوا در چندین مکان وجود دارد (صفحات ، سایت های مختلف ، زیر دامنه ها و غیره). نسخه های نزدیک به آن می توانند محتوای کوچک یا محتوای کاملاً مشابه باشند .

کلمه کلیدی آدم خوار

کلمات کلیدی آدم خوار به وضعیتی گفته می شود که چندین صفحه کلمات کلیدی یکسانی را هدف قرار دهند. این می تواند بر توانایی سایت شما برای داشتن یک صفحه که اصطلاح مشخصی را هدف قرار می دهد ، تأثیر بگذارد.

در مواردی که معماری و سلسله مراتب سایت به دقت برنامه ریزی شده باشد ، باید این مراحل را در مراحل برنامه ریزی و طراحی سایت حذف کنید.

دامنه ها ، زیر دامنه ها و پروتکل ها

مسئله احتمالی دیگر که در آن تکثیر رخ می دهد این است که سایت در چندین دامنه ، زیر دامنه و پروتکل در دسترس است.

کسب و کاری با دو دامنه را در نظر بگیرید:

Example.com

Example.co.ir

با نسخه های WWW و غیر WWW:

Example.com

Example.co.ir

www.example.com

www.example.co.ir

و سایت با HTTP و HTTPS اجرا می شود:

http://example.com

http://example.co.ir

http://www.example.com

http://www.example.co.ir

https://example.com

https://example.co.ir

https://www.example.com

https://www.example.co.ir

خیلی زود ، می توانیم به موقعیتی برسیم که سایت دارای هشت تغییر بالقوه باشد. فاکتور موجود در سایت در مورد هر زیر دامنه و چند پیوند داخلی ثابت است و ما اغلب می توانیم مواردی مانند "www.example.com" را به لیست بالا اضافه کنیم.

این نوع مسائل به سادگی با تغییر مسیر URL حل و فصل می شوند ، اما دوباره ، هر آژانس طراحی وب و سئو که از میزبانی خدمات پشتیبانی می کند و در مورد SEO وب سایت مشتریان خود جدی است ، از پذیرش این پروژه خودداری می کند.

URL های متعارف بسته شده

مسئله مشترک دیگری که مشاهده می کنیم اجرای نادرست URL های متعارف است. اتفاقی که معمولاً در اینجا رخ می دهد این است که فرد سازنده سایت به URL های متعارف به عنوان نوع چک لیست سئو نگاه می کند. آنها با قرار دادن URL پویا در نوار آدرس در URL متعارف پیاده سازی می شوند.

این اساساً از این جهت دارای نقص است که ما می توانیم با اجرای سایت در چندین URL که هر یک دارای یک URL متعارف هستند ادعا کنیم که نسخه معتبری هستند.

URL های متعارف ابزاری قدرتمند است که اگر به درستی بکار گرفته شوند ، مفید خواهند بود. با این وجود باید به درستی از آنها استفاده شود و گرنه می توانند اوضاع را بدتر کنند.

سوال یا نظری دارید؟

قسمتهای مختلف و زیادی در طراحی وب سایت و سئو وجود دارد. فرقی ندارد که شما در اصفهان ، تهران ، تبریز ، شیراز و یا هر مکان دیگری باشید. هدف ما در اینجا این بود که شما را با عناصر اصلی SEO آشنا کنیم . نشان دهیم که یک شرکت / آژانس طراحی سایت و سئو در پیاده سازی این پروژه ها با چه مواردی رو به رو خواهد شد.