

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

پیوست فنی

(راهنمای برنامه نویسان)

راهنمای استفاده از Google Analytics

راهنمای استفاده از Google Webmaster Tools

آشنایی با SEO (Search Engine Optimization)

مرداد ۹۵

راهنمای استفاده از Google Analytics

۱. آشنایی با (Google Analytics)

گوگل آنالیتیکز سرویس آمارگیری وب سایت ها و نرم افزارهای تحت موبایل است که به صورت رایگان توسط گوگل ارائه شده و آمار بازدید کنندگان یک وب سایت را نشان می دهد. با قرار دادن کد جاوا اسکریپت مورد نیاز در وب سایت خود میتوانید آنالیز کاملی از بازدیدکنندگان وب سایت را با آمار و نمودارهای ساده و کاربرپسند مشاهده کنید.

۲. کاربرد Google Analytics

Google Analytics به شما امکان می دهد تا موارد زیر را زیر نظر داشته باشید:

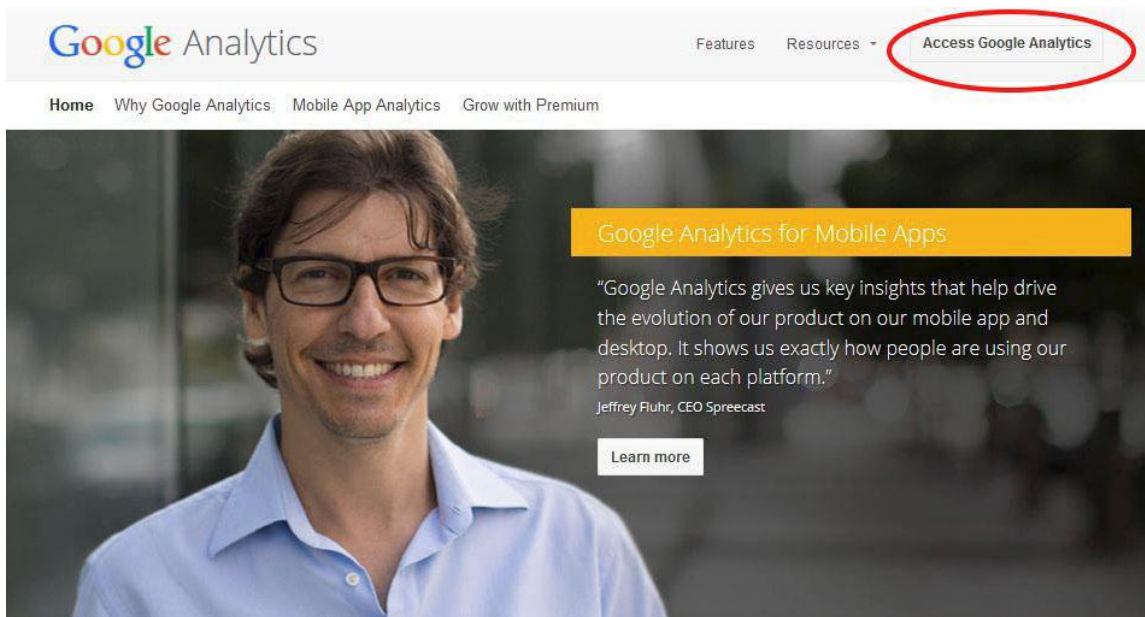
- کاربران وارد شده
- فعالیت های کاربران
- چه کسانی از سایت شما بازدید می کنند؟
- رزولوشن صفحه نمایش کاربران
- فعال بودن جاوا اسکریپت
- نمایش شهر و کشور کاربران به شما این امکان را میدهد تا بدانید بیشتر مخاطبان شما از کدام نقاط کشور و دنیا هستند.
- نمایش آمار مرورگرهای کاربران که در استفاده از CSS ها به برنامه نویسان وب سایت کمک می کند.
- آمار مشاهده توسط موبایل، ضرورت ایجاد نسخه موبایل برای وب سایت شما را مشخص میکند.
- نمایش کلماتی که کاربران جستجو کرده اند و بواسطه آن به وب سایت شما آمده اند.

۳. نصب Google Analytics

اگر شما بخواهید از Google Analytics استفاده کنید، باید حتما یک حساب کاربری گوگل داشته باشید. سپس برای نصب Google Analytics باید:

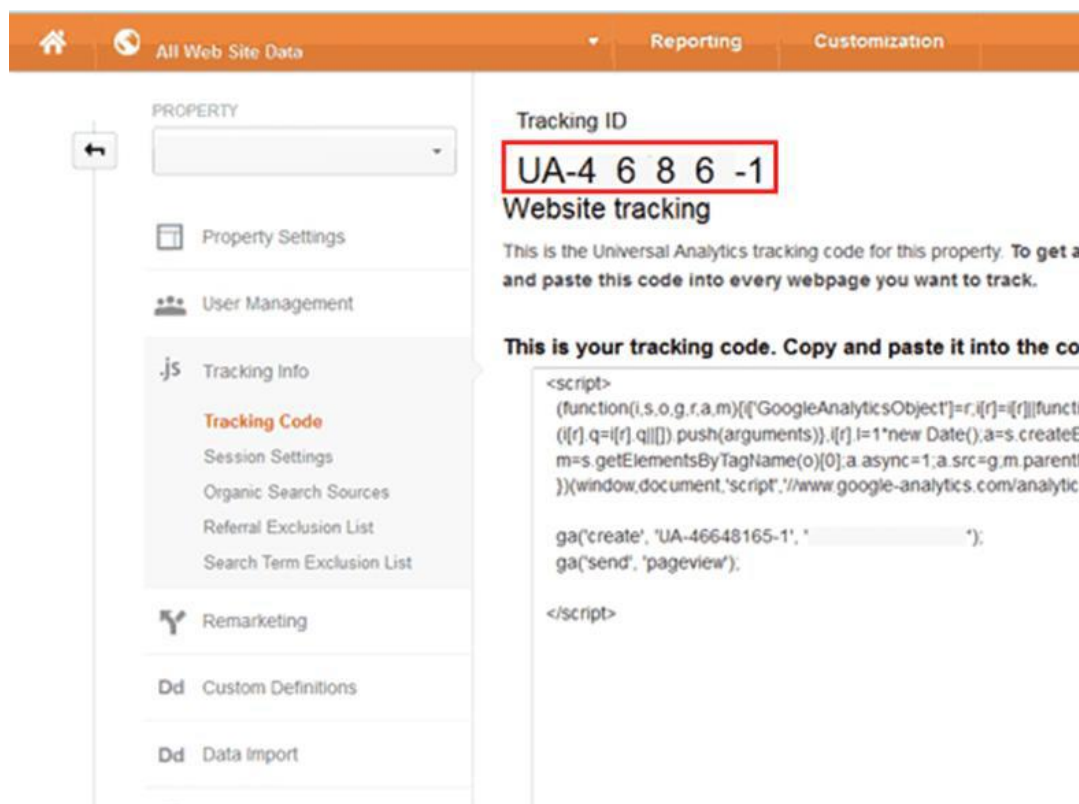
۱. وارد وب سایت رسمی Google Analytics شده و روی Access Analytics کلیک کنید.

راهنمای برنامه نویسان



۲. در صفحه بعد گزینه **Sign up** را بزنید.

۳. پس از پر کردن فرم ثبت نام و کلیک بر دکمه **Get Tracking ID** به صفحه زیر منتقل می شوید.



راهنمای برنامه نویسان

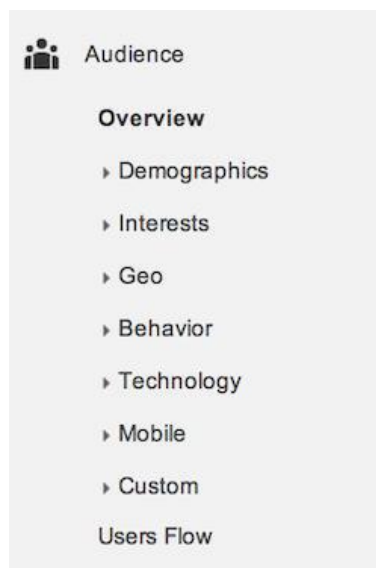
از track ID و track code در وب سایتتان میتوانید به منظور جمع آوری اطلاعات مشاهده توسط کاربران و نمایش آن در Google Analytics، استفاده نمایید. Track code را در هر یک از صفحاتی که میخواهید مورد بررسی قرار گیرد، بلافاصله قبل از بستن تگ </head>، اضافه (paste) نمایید. در صورت استفاده از قالب هایی که به صورت پویا صفحات را تولید می کنند (مانند PHP ، ASP ، یا یک تکنولوژی مشابه)، شما می توانید کد رهگیری را در فایل خود کپی کنید، سپس آن را در بالای (Header) هر صفحه اضافه نمایید.

۴. نحوه گزارش گیری در Google Analytics

۱- Real-Time

یک داشبورد جدید که ترافیک و معیارهای خاصی از وب سایت شما را نشان می دهد. در حقیقت گزارشی از آنچه در زمان حال (real time) در وب سایت اتفاق می افتد را، نمایش می دهد.

۲- Audience Reports

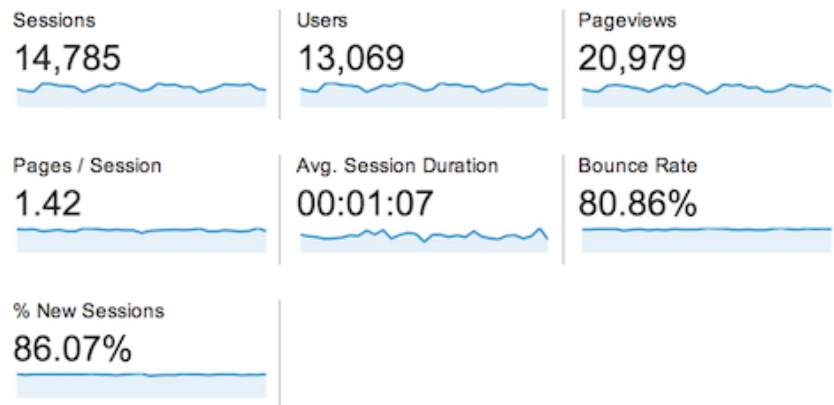


از Audience Report شما میتوانید برای دسترسی به:

- ✓ چه کسانی مخاطبان وب سایت هستند
- ✓ مخاطبان چگونه از اطلاعات سایت استفاده میکنند (موبایل، تکنولوژی)
- ✓ اطلاعات جغرافیایی (شهر، کشور)
- ✓ میزان وفاداری و ماندگاری در وب سایت استفاده کنید.

راهنمای برنامه نویسان

: Overview ۱-۲-۴



▪ Session :

تعداد کل session ها (بازدیدها) در یک بازه زمانی . یک session یک بازه زمانی است که یک کاربر با وب سایت در ارتباط است.

▪ Users :

تعداد کاربرانی که حداقل یک session در محدوده تاریخ انتخاب شده داشته اند.

▪ Pageviews :

تعداد کل صفحات بازدید شده (نمایش های مکرر یک صفحه نیز محاسبه می شود)

▪ Pages/Session :

متوسط تعداد صفحات بازدید شده در طی یک session است. (نمایش های مکرر یک صفحه نیز محاسبه می شود).

▪ Avg. Session Duration :

میانگین زمان یک session را نشان می دهد.

▪ % New Session :

برآورد درصد میزان اولین مراجعه به وب سایت می باشد.

▪ Bounce Rate :

درصد کاربرانی که تنها یک صفحه را مشاهده کرده اند و سپس وب سایت را ترک کرده اند. اگر یک صفحه یا صفحاتی از وب سایت شما bounce rate بالا دارد بهتر است در ساختار و محتوای این صفحات تجدید نظر کنید.

Demographics ۲-۲-۴

نشان دهنده بررسی اجمالی بازدید کنندگان بر اساس سن و جنسیت است.

راهنمای برنامه نویسان

Geo ۳-۲-۴

این بخش زبان و محل بازدید کنندگان وب سایت شما را نمایش می دهد.

Behavior ۴-۲-۴

این گزارش به شما اطلاع می دهد که:

- اغلب بازدید کنندگان چطور به سایت شما می آیند.
- بازدید کنندگان چه مدت در وب سایت شما می مانند.
- چه تعداد صفحاتی را در زمانی که هستند مشاهده میکنند.

Technology ۵-۲-۴

اطلاعات بیشتری در مورد مرورگر و سیستم عامل بازدید کنندگان در هنگام بازدید از وب سایت را در اختیار شما قرار می دهد.

Mobile ۶-۲-۴

این قسمت تعداد بازدید کنندگانی که از دسکتاپ، موبایل و تبلت برای مشاهده وب سایت شما استفاده کرده اند را مشخص می کند.

Device Category ?	Acquisition			Behavior			Conversions	
	Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?	Goal Conversion Rate ?	Goal Completions ?
	225,845 % of Total: 100.00% (225,845)	28.40% Site Avg: 28.33% (0.26%)	64,139 % of Total: 100.26% (63,975)	43.52% Site Avg: 43.52% (0.00%)	3.30 Site Avg: 3.30 (0.00%)	00:04:26 Site Avg: 00:04:26 (0.00%)	0.00% Site Avg: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)
1. desktop	167,573 (74.20%)	30.10%	50,437 (78.64%)	39.96%	3.55	00:04:53	0.00%	0 (0.00%)
2. mobile	47,868 (21.20%)	23.75%	11,368 (17.72%)	54.64%	2.50	00:03:02	0.00%	0 (0.00%)
3. tablet	10,404 (4.61%)	22.43%	2,334 (3.64%)	49.59%	2.98	00:03:38	0.00%	0 (0.00%)

۷-۲-۴ به اشتراک گذاری حساب کاربری

شما میتوانید حساب کاربریتان را میان افرادی که می خواهید به اشتراک بگذارید. برای دادن امکان دسترسی به یک کاربر وارد بخش 'admin' شوید و بر روی 'user management' کلیک کنید.

راهنمای برنامه نویسان

 Account Settings

 **User Management**
 AdSense Linking

 All Filters

 Change History

در این قسمت باید سطح دسترسی کاربری را که می خواهید اضافه کنید، انتخاب کنید.
۴ نوع سطح دسترسی وجود دارد:

▪ مشاهده و تحلیل و بررسی

▪ همکاری

کاربران این سطح علاوه بر همه امکاناتی که در دسته قبل (مشاهده و تحلیل و بررسی) گفته شد، میتوانند در همکاری و ویرایش گزارش ها با دیگر کاربران همکاری کنند.

▪ ویرایش

این سطح علاوه بر همه دسترسی های دو دسته قبل (مشاهده و تحلیل و بررسی و همکاری) امکان انجام کارهای مدیریتی مانند اضافه کردن، ویرایش یا حذف حساب کاربری، فیلترها و اهداف را شامل می شود.

مدیریت کاربران

مدیریت (اضافه/ حذف، انتصاب سطح دسترسی) کاربرانی که به این حساب دسترسی دارند. این سطح دسترسی، ویرایش یا همکاری را شامل نمی شود.

راهنمای استفاده از Google Webmaster Tools

Google Webmaster Tools ابزاری رایگان ولی قدرتمند جهت مدیریت SEO وب سایت و بررسی آماری روند پیشرفت سایت است که با هدف افزایش کیفیت با توجه به معیارهایی شرکت گوگل در اختیار مدیران وب سایتها قرار می گیرد.

برای استفاده از امکانات این سرویس به وب سایت [Google Webmaster Tools](#) بروید.

۱. نحوه ثبت نام وب سایت در Google Webmaster Tools

- پس از ورود به این سرویس بر روی دکمه **ADD A SITE** کلیک کنید.
- در پنل زیر، آدرس وب سایت خود را وارد کنید و سپس دکمه Continue را جهت ثبت وب سایت کلیک کنید.

Add a site

Enter the URL of a site you'd like to manage

www.example.com

Continue

Cancel

- در این صفحه آدرس وب سایت نمایش داده خواهد شد که نیاز به تایید دارد.
- در این قسمت روشهایی را در اختیار شما قرار میدهد تا به صورت دلخواه انتخاب کنید.

- ✓ اضافه کردن فایل html به مسیر اصلی فایل‌های وب سایت (root).
 - ✓ اضافه کردن تگ meta به صفحه اول وب سایت خود
 - ✓ اضافه کردن کد به DNS وب سایت
 - ✓ استفاده از حساب کاربری Google Analytics
- روش اول نسبت به سایر روش ها ساده تر است و استفاده از این روش توصیه می شود.

- بعد انجام هریک از این روشها بر روی دکمه **VERIFY** کلیک کنید تا در صورت انجام درست مراحل، وب سایت تأیید گردد.

۲. امکانات Google Webmaster Tools

وبمستر تولز دارای امکانات فراوانی است که پرکاربردترین آنها به شرح ذیل است:

- کنترل لینک های وب سایت.
 - لیست وب سایت هایی که به وب سایت شما لینک داده اند.
 - لیست صفحات وب سایت که توسط گوگل ایندکس شده اند.
 - لیست لینک های که باعث بروز خطاهای مختلف از جمله ۴۰۴ شده اند.
 - لیست صفحاتی که ربات گوگل به آنها دسترسی ندارد.
- برای دیدن سایر امکانات و سرویس های وبمسترتولز حتما در آن ثبت نام کنید!

۳. مقایسه Google Analytics با Google Webmaster Tools

گوگل آنالیتیک بازدید کنندگان وب سایت را اندازه می گیرد و اطلاعاتی از اینکه چه کسانی کاربران سایت هستند و چه چیزی از وب سایت میخواهند را فراهم می کند در حالیکه گوگل وبمستر تولز اطلاعات و گزارش هایی در رابطه با اینکه صفحات شما در گوگل چطور به نظر می رسند را فراهم می کند.

۴. نحوه اتصال Google Analytics و Webmaster Tools

وارد Google Analytics شوید.

وارد قسمت Traffic Sources ==> Search Engine Optimization ==> Queries

بر روی دکمه set up webmaster tools data sharing کلیک کنید.

هنگامی که این ارتباط تکمیل شود شما اطلاعاتی بیشتر در هر کدام از این دو ابزار مشاهده خواهید کرد برای مثال گوگل وبمستر تولز ممکن است اطلاعات کاربرانی که جاوااسکریپت را غیر فعال کرده اند را نیز مورد بررسی قرار می دهد.

آشنایی با SEO (Search Engine Optimization)

SEO یا بهینه سازی برای موتورهای جستجو به مجموعه ای از فعالیتها گفته میشود که صفحات سایت یا کل یک وب سایت را به منظور داشتن رتبه بهتر در رتبه بندی موتور های جستجو و داشتن موقعیت بالاتر در نتیجه جستجو بهینه می کند. در واقع SEO راهکارهایی برای بهبود و ارتقا یک وب سایت است ، به منظور افزایش تعداد بازدید کنندگانی که از طریق جستجو به وب سایت آمده اند.

شاخص های متعددی در SEO تاثیر گذار هستند، از کلماتی که در صفحه وجود دارند، تا پیوند هایی که از وب سایت های دیگر به سایت شما برقرار شده اند.

در حقیقت SEO راهکاری است برای اطمینان حاصل کردن از اینکه ساختار وب سایت شما توسط موتور های جستجو قابل فهم می باشد SEO. فقط مربوط به موتور های جستجو نیست بلکه مربوط به کاربران نیز می باشد.

از لحاظ مفهومی راهکارهای بهبود وب سایت برای موتورهای جستجو به دو دسته تقسیم می شوند:

۱. on page SEO (بهینه سازی در صفحه)

این دسته از فاکتورها مربوط به محتوای صفحه و عناصری است که در یک صفحه وجود دارند. به همین دلیل مدیر وب سایت کنترل بیشتری بر آنها داشته و می تواند آنها را به سادگی بهبود دهد. این عوامل در رتبه بندی وب سایت ها توسط موتور های جستجو تاثیر گذار هستند . تعدادی از این فاکتورها، شامل فراهم آوری محتوای مفید، انتخاب درست کلمات کلیدی، قرار دادن کلمات کلیدی در مکان مناسب، اختصاص عنوان مناسب برای هر صفحه و ... می باشد.

۲. off page SEO (بهینه سازی خارج از صفحه)

راهکارهای دیگری که مستقیماً مربوط به محتوا و امان های موجود در صفحه وب سایت نمی شوند، به عنوان SEO خارج از صفحه شناخته می شوند. معمولاً بهینه سازی این عوامل پیچیده تر از عوامل موجود در صفحه وب سایت می باشند. تعدادی از این موارد شامل، ساخت لینک، افزایش محبوبیت لینک ها، تبادل لینک و ... می باشند.

عوامل موفقیت در SEO

در راه رسیدن به موفقیت در فرایند بهبود سایت برای موتورهای جستجو عوامل متعددی وجود دارند که در دو گروهی که در قسمت قبل معرفی شدند دسته بندی می شوند. در ادامه مهمترین عوامل موجود را بررسی می کنیم.

نکته مهمی که مدیران وب سایت ها باید به خاطر داشته باشند این است که فرایند بهبود وب سایت برای موتورهای جستجو یک فرایند مستمر است که باید به صورت مداوم انجام گیرد و تمام عواملی که در ادامه بررسی شده اند باید همواره در وب سایت بررسی شده و بهبود یابند.

۱. عوامل بهینه سازی داخل صفحه ای

۱.۱. عوامل محتوایی

مهمترین عامل موجود در صفحه که بیشترین تاثیر را در بهبود جایگاه یک وب سایت در نتایج جستجو دارد، محتوای صفحه می باشد. یک محتوای خوب ابعاد مختلفی دارد که مدیران وب سایت باید در هنگام تولید محتوا همه آنها را در نظر بگیرند.

۱.۱.۱. کیفیت محتوا

کیفیت محتوای موجود در صفحه دارای بیشترین اهمیت در این بخش می باشد. در تمامی متونی که به بحث بهبود وب سایت برای موتورهای جستجو می پردازند محتوای صفحه به عنوان مهمترین عامل مطرح شده و به شدت بر روی این مهم تاکید شده است. یک متن مناسب باید ویژگی های زیر را دارا باشد:

- متن مناسب باید تقاضای مخاطب را برآورده کند.
- یک متن مناسب باید به صورت یک صفحه وب ارائه شده باشد که بتوان از جای دیگر به آن پیوندی را برقرار کرد.
- از دیدگاه جستجوگر ها اگر نتوانیم به یک محتوا از طریق یک آدرس یکتا دسترسی داشته باشیم. آن محتوا گذشته از راهنما و اینکه به چه میزان برای تولید آن زمان صرف شده و تا چه اندازه برای مخاطب مفید است، محتوای خوبی نیست و در نتایج جستجو جایگاه خوبی نخواهد داشت. حتی ممکن است محتوای مورد نظر در نتایج جستجو هیچ جایگاهی نداشته باشد.

اگر نتوان به یک متن پیوندی در وب برقرار کرد، موتور های جستجو به این صفحه رتبه ای نمی دهند و در نتیجه آن مطلب نمیتواند افرادی را به وب سایت شما بکشاند. متأسفانه این مساله در وب سایت ها بسیار اتفاق می افتاد به عنوان مثال متن ها و مقالاتی که فقط در صورت عضو بودن کاربر در وب سایت نشان داده می شوند از این دسته اند.

- در متن صفحات باید قواعد زبان و نگارش را رعایت کرد.
- در صفحات فارسی باید از کاراکتر فارسی " ی " و " ک " که با کیبورد فارسی استاندارد تایپ شده اند استفاده کرد.
- یا در صورت امکان باید از ابزار مدیریت محتوایی برای وب سایت استفاده کرد که در صورتی که این حروف به اشتباه با کاراکتر عربی تایپ شدند آنها را به صورت خودکار با کاراکتر فارسی جایگزین کند.
- دقت در اتصال حروف و کلمات در متن فارسی مقالات (چسبیدن ها، نبود فاصله بین کلمات و ...)

۱.۱.۲. تحقیق در مورد کلمات کلیدی

ابزارهای رایگان متعددی جهت تحقیق در مورد کلمات کلیدی وجود دارند، که مدیران وب سایت ها باید قبل از تولید محتوا برای وب سایت کلمات کلیدی مورد استفاده در متون را توسط این ابزارها بررسی کنند تا مطمئن شوند محتوای تولید شده، توسط کاربران (از طریق جستجو) قابل دسترس باشد.

۱,۱,۳. استفاده از کلمات کلیدی در متون

تولید کنندگان محتوای وب سایت ها باید از کلمات کلیدی که در مرحله تحقیق مشخص شده اند، در متون خود استفاده کنند. این کار باعث می شود کاربران با جستجوی کلمات در موتورهای جستجو با احتمال بیشتری صفحه مورد نظر را یافته و به وب سایت شما راه یابند.

۱,۱,۴. درگیر کردن کاربران با وب سایت

یک نکته مهم در هر وب سایت این است که، آیا کاربران برای خواندن مطالب وب سایت شما، وقت میگذارند یا سریع صفحه را می بندند؟ آیا بازدید کنندگان زمانی را صرف خواندن محتوا کرده اند یا به سرعت صفحه را ترک کرده اند؟ تعداد کلیک هایی که کاربران موتورهای جستجو، بعد از مشاهده نتیجه، بر روی لینک وب سایت شما می کنند و تعداد کاربرانی که پس از مراجعه به وب سایت شما وب سایت را در همان لحظه ترک می کنند، گویای این موضوع می باشد. برای دستیابی به این اطلاعات میتوانید از ابزارهایی مانند گوگل آنالیتیکز استفاده کنید. این ابزار بصورت کامل در بخشهای قبلی این مستند معرفی شده است.

تعامل فقط محدود به محتوای صفحه نمی شود بلکه طراحی صفحات نیز به همان اندازه مهم است. خوانایی مطلب شامل طرح صفحه، اندازه فونت، فاصله خطوط نیز مهم و تاثیر گذار است همچنین استفاده از لینک های مرتبط با موضوع میتواند در این تعاملات موثر باشد.

۱,۱,۵. محتوای نو و تازه

آیا صفحات وب سایت شما دارای محتوای جدید هستند؟ وب سایت هایی با محتوای قدیمی که به روز رسانی نشده اند معمولاً نتایج خوبی را در موتورهای جستجو نخواهند گرفت. به همین دلیل بهتر است که گردانندگان وب سایت ها مطالب جدید را به صورت منظم و مکرر منتشر کنند. همچنین این مطالب جدید باید باعث جذب خوانندگان شود. و از نظر خوانندگان، وب سایت شما باید یک منبع غنی و قابل اعتماد باشد. تنها راه رسیدن به این هدف تولید محتوای غنی به صورت منظم می باشد.

۱,۲. زبان نشانه گذاری صفحات (HTML)

صفحات وب توسط زبان نشانه گذاری ابرمتن ایجاد می شوند. المان های موجود در صفحات و سبک نوشتن این زبان نشانه گذاری در رتبه بندی وب سایت ها در نتایج جستجو تاثیر می گذارد. این زبان نشانه گذاری شامل المان های استاندارد است که با نام تگ شناخته می شوند. افرادی که مدیریت یک وب سایت را برعهده دارند لازم است تا حدی با این زبان نشانه گذاری و تگ های مهم مورد استفاده در آن آشنا باشند. در ادامه مهمترین عواملی که در پیاده سازی یک صفحه توسط زبان نشانه گذاری ابرمتن باید رعایت شود توضیح داده شده اند.

۱,۲,۱. عنوان صفحه:

یکی از تگ های مهم موجود در صفحه، تگ عنوان (title) است. این تگ حتما باید در صفحه موجود بوده و در متن آن باید از کلمات کلیدی مرتبط با متن صفحه استفاده کرد.

تگ عنوان باید یک پیغام واضح در مورد صفحه تان به موتور های جستجو بدهد. باید شامل کلمات کلیدی (کلمات و عبارتی که بیشترین جستجو را داشته اند) باشند. برای مثال اگر مقاله شما در مورد موفقیت در رشته مهندسی کامپیوتر است عنوان شما باید "چطور در رشته مهندسی کامپیوتر موفق شویم" یا "راز های موفقیت در رشته مهندسی کامپیوتر" باشد.

باید توجه داشته باشید که متن موجود در این تگ توسط کاربر در متن صفحه دیده نمی شود. لازم به ذکر است که بهتر است طول عنوان صفحه کمتر از ۵۵ کاراکتر باشد.

۱,۲,۲. شرح صفحه:

یکی از تگ هایی که در صفحه استفاده می شوند تگ شرح (Description) می باشد که مجددا در متن صفحه توسط کاربر قابل دیدن نیست ولی به دلیل اینکه موتورهای جستجو معمولا متن آن را در نتایج جستجو نشان می دهند دارای اهمیت است. به همین دلیل بهتر است در متن این المان توضیحات مناسبی در مورد محتوای صفحه ارائه دهید. این متن باید برای هر صفحه از وب سایت شما یکتا باشد و نباید صفحات مختلف وب سایت از متن یکسانی استفاده کنند. شرح صفحه تاثیری در بهبود جایگاه صفحه در نتایج جستجو ندارد ولی یک متن مناسب باعث می شود کاربران بیشتری بر روی لینک نتیجه سایت شما در صفحه جستجو کلیک کنند.

لازم به ذکر است که برای نوشتن توصیف هر صفحه از تگ `<meta name="description">` استفاده می کنیم و طول متن آن بهتر است بین ۱۵۰ تا ۱۶۰ کاراکتر باشد.

۱,۲,۳. هدرها یا عناوین:

عنوان ها در محتوای صفحات از اهمیت زیادی برخوردارند. کاربران وب سایت ها پیش از خواندن یک صفحه ابتدا عناوین صفحه را مرور می کنند و بر اساس آنها تصمیم به خواندن ادامه مطلب می گیرند. موتورهای جستجو هم از این قاعده پیروی می کنند و به متن عناوین مختلف موجود در محتوای صفحه اهمیت می دهند.

در زبان نشانه گذاری کلمات وب برای مشخص کردن عناوین در متن از تگ های `h1` تا `h6` استفاده می کنند. از نظر موتورهای جستجو متن موجود در تگ `h1` بیشترین اهمیت را دارد و چنانچه از کلمات کلیدی در متن این تگ استفاده کنید نتیجه بهتری خواهید گرفت.

۱,۲,۴ ساختار صفحه:

ساختار تشکیل دهنده کدهای یک صفحه باید از استاندارد زبان نشانه گذاری پیروی کند. هر اندازه که کدهای تشکیل دهنده یک صفحه استاندارد تر باشند نتایج بهتری در موتورهای جستجو برای آن صفحه می توان متصور شد. بنابراین همیشه باید در نظر داشته باشید که استانداردهای زبان نشانه گذاری مورد استفاده را رعایت کرده و توسط ابزارهای موجود از صحت آنها اطمینان حاصل کنید. همانطور که در بخش استانداردهای فنی ذکر شده است، پیشنهاد ما استفاده از ابزار validator.w3.org است.

۱,۲,۵ استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی

استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی در صفحات تاثیر منفی بر روی رتبه سایت در نتایج جستجو دارد. سعی کنید که از کلمات مورد نظر خود به اندازه کافی استفاده کنید و از تکرار بی مورد آنها پرهیز کنید.

۱,۲,۶ پنهان کردن کلمات کلیدی با ترفندهای مختلف

برخی مدیران وب سایت ها با تغییر رنگ متون به رنگ پس زمینه سایت تلاش می کنند متونی را از دید کاربر سایت مخفی کنند و کلمات کلیدی را در این متون تکرار کنند. این کار تاثیر منفی بر روی رتبه سایت در موتورهای جستجو دارد. امروزه موتورهای جستجو بسیار هوشمند شده اند و این چنین فعالیت هایی را تشخیص می دهند. موتور های جستجو هیچ چیز پنهانی را دوست ندارند آن ها میخواهند هر چیزی را که یک کاربر می بیند، ببینند. بنابراین از متن های پنهانی استفاده نکنید.

۱,۲,۷ سایر قوانین و اصولی که باید در زبان نشانه گذاری رعایت شود

- عدم استفاده از فایل های فلش برای ساخت صفحات سایت
- عدم استفاده از frame ها در صفحات
- استفاده مناسب و صحیح از CSS
- استفاده مناسب و صحیح از JavaScript
- استفاده از Google Analytics
- استفاده از Google Webmaster Tools
- وجود فهرست راهبری وب سایت در بالا یا پایین صفحات (breadcrumb)
- قراردادن خوراک RSS در وب سایت: برای معرفی اطلاعات جدید در وب سایت استفاده از RSS راه ایده آلی برای ایجاد لینک های بازگشتی به وب سایت است که باعث بهبود رتبه وب سایت می شود.
- تعریف صفحه ۴۰۴ در قالب فرمت صفحات وب سایت و دادن پیغام مناسب و قراردادن لینک بازگشت در این صفحه
- تصاویر:

راهنمای برنامه نویسان

- در تگ باید از ویژگی alt استفاده کرد.
- در تگ باید از کلمات کلیدی استفاده کرد.
- همه فایل‌های تصاویر را باید در یک فولدر مانند images قرار داد.
- نام گذاری صحیح و مناسب فایل‌های تصاویر (عدم استفاده از کاراکترهای فارسی، فاصله، علامت سوال و ...)

۱,۳ فنی

مسائل فنی متعددی هم در پیاده سازی و اداره وب سایت وجود دارد که در ادامه به آنها می پردازیم.

۱,۳,۱ دسترسی موتورهای جستجو

همیشه باید از خود بپرسید آیا موتورهای جستجو به راحتی می توانند وب سایت شما را مرور کنند؟ موتور های جستجو ربات هایی به نام خزنده دارند که کار آنها مرور صفحات وب می باشد. در این فرایند یک کپی از صفحات در پایگاه داده موتور جستجو ذخیره می شود. به این کپی ایندکس نیز گفته می شود. وقتی کاربر جستجویی را انجام می دهد موتور جستجو در این پایگاه داده همه مطالب مرتبط را پیدا می کند و از بین آنها تعدادی که فکر می کند بهترین هستند را انتخاب می کند و اول نمایش می دهد.

اگر ربات خزنده موتور جستجو به وب سایت شما دسترسی نداشته باشد در نتیجه صفحات وب سایت شما را نمی تواند ایندکس کند و وب سایت شما در نتایج جستجو جایگاهی نخواهد داشت. استفاده از فایل robot.txt، برای لینک های داخلی و مشخص کردن صفحات خاصی که نیازی به ایندکس شدن ندارند، برای موتور جستجو میتواند در بهبود عملکرد موثر باشد.

Robot.txt: فایل کنترل ربات

فایل ربات یک فایل متنی ساده است که قواعدی را برای ربات های خزنده موتورهای جستجو مشخص می کند. این فایل به خزنده ها میگوید به چه آدرس هایی میتوانند دست یابند و به چه آدرس هایی نمیتوانند دسترسی پیدا کنند.

۱,۳,۲ محتوای تکراری در وب سایت

برنامه ای که مدیریت محتوای وب سایت شما را به عهده دارد باید بتواند به خوبی محتوای تکراری وب سایت را مدیریت کند. به عنوان مثال از تولید آدرس های مختلف برای یک صفحه جلوگیری کند. چنانچه از یک صفحه چندین ورژن وجود دارد تنها یک ورژن در دسترس موتور های جستجو قرار گیرد. همچنین بهتر است اطلاعات قدیمی در بخش آرشیو وب سایت نگهداری شود.

۱,۳,۳. سرعت صفحات وب سایت

موتورهای جستجو به سرعت لود شدن صفحات سایت و سرعت پاسخ دهی از سمت سرور اهمیت می دهند و هرچه سرعت وب سایت شما بیشتر باشد نتایج بهتری در موتورهای جستجو خواهید گرفت.

۱,۳,۴. آدرس صفحات

آیا آدرس صفحات وب سایت (URL) کوتاه و معنادار و مرتبط به عنوان صفحه مورد نظر هستند؟ در تولید آدرس صفحات عوامل زیر موثر هستند:

- استفاده از کلماتی که می خواهید کاربران به وسیله آنها به سایت شما کشانده شوند (کلمات کلیدی) در آدرس صفحات
- کم کردن تعداد "/" ها در آدرس صفحه
- عدم بکارگیری کاراکترهای خاص در آدرس مانند "-", "?", "%", "\$", "&"
- در صورت امکان از زیردامنه برای درج مطالب وب سایت استفاده نکنید. به عنوان مثال برای ایجاد وبلاگ استفاده از آدرس <http://example.com/blog> به جای <http://blog.example.com> توصیه می شود.

۱,۳,۵. نسخه مخصوص تلفن هوشمند

امروزه بسیاری از کاربران محتوای وب را توسط گوشی های هوشمند و تبلت ها مرور می کنند. موتورهای جستجو هم به این نکته اهمیت می دهند. به همین دلیل پیشنهاد می دهند نسخه موبایل وب سایت خود را نیز آماده کنید و سعی کنید همواره وب سایت شما در ابزارهای مختلف به خوبی دیده شود.

۲. عوامل بهینه سازی خارج صفحه ای**۲,۱. لینک ها**

لینک های ورودی و خروجی وب سایت اهمیت بسیار زیادی در رتبه بندی توسط موتورهای جستجو دارد. موتورهای جستجو پیوندهای وب سایت را از ابعاد مختلفی بررسی می کنند که در ادامه به آنها می پردازیم.

۲,۱,۱. کیفیت لینک ها

کیفیت و محبوبیت لینک های ورودی به وب سایت از اهمیت زیادی برخوردار است. موتورهای جستجو همه پیوندهای اشاره شده به وب سایت را می شمارد اما همه لینک ها را به یک اندازه ارزش گذاری نمیکنند لینک های با کیفیت بهتر ارزش بیشتری دارند.

راهنمای برنامه نویسان

کیفیت یک لینک را دو معیار تعیین می کند. اول اینکه این پیوند از چه وب سایتی به صفحه شما برقرار شده. یک پیوند از یک وب سایت بزرگ نسبت به پیوندی که از یک وب سایت کوچک، برای مثال در قسمت ارسال نظر برقرار شده باشد ارزش بیشتری دارد. حتی پیوندی که در وب سایتی قرار دارد که به نوعی موضوع آن مرتبط با وب سایت شما است، ارزش بیشتری دارد. همچنین داشتن لینک از وب سایت هایی مانند ویکی پدیا می تواند تاثیر مثبتی در رتبه بندی وب سایت شما داشته باشد.

هنگام ایجاد پیوند از صفحات وب سایت خودتان به وب سایت های دیگر نیز باید نکاتی را در نظر بگیرید. به عنوان مثال زمانی که می خواهید به صفحاتی که قابل اعتماد نیستند و ممکن است پس از مدتی حذف شوند لینک دهید، از ویژگی nofollow استفاده کنید. این ویژگی که در تگ لینک استفاده می شود به موتورهای جستجو می گوید که مسیر لینک مربوطه را تعقیب نکنند.

۲,۱,۲. متن لینک ها

متن پیوندهایی که به وب سایت شما در وب سایت های دیگر داده شده اند اهمیت زیادی دارند. متن لینک ها یک عامل قدرتمند در رتبه بندی سایت است. متن یک لینک چیزی است که موتور های جستجو از آن به عنوان راهی برای شناخت یک وب سایت از طریق توصیف وب سایتی دیگر استفاده می کند.

۲,۱,۳. تعداد لینک ها

تعداد پیوندهایی که به وب سایت شما از وب سایت های دیگر وجود دارد، نیز در رتبه وب سایت موثر است. این فاکتور اگر از طریق وب سایت های مختلف باشد تاثیر بیشتری نیز در رتبه وب سایت دارد برای مثل اگر به وب سایت شما از چندین وب سایت مختلف پیوند ورودی دریافت کند، رتبه بهتری میتواند کسب کند تا از یک وب سایت تعداد بسیار زیادی پیوند داشته باشد.

۲,۱,۴. اعتبار وب سایت های لینک دهنده

موتور های جستجو بر اساس الگوریتم های پیچیده ای که دارند درجه ای از اعتبار و قابل اطمینان بودن را برای هر وب سایت در نظر می گیرند. این الگوریتم ها احتمالاً بر اساس اعتبار پیوند های ورودی و صفحات اجتماعی وب سایت ها و عوامل متعدد دیگری این عامل را محاسبه می کنند. اما هیچ کس الگوریتم های آنها را دقیقاً نمی داند.

عوامل زیر در اعتبار وب سایت تاثیر گذر می باشند.

- نوع پیوندهای دریافتی (کیفیت یا تعداد پیوندها)
- فعالیت و حضور در شبکه های اجتماعی
- زمانی که بازدیدکنندگان وب سایت برای خواندن مطالب وب سایت صرف می کنند

۲,۱,۵. تاریخچه وب سایت

موتور های جستجو به طور پیوسته سایت شما را مشاهده میکنند آن ها می دانند وب سایت شما چه مدتی فعال بوده است. در این مدت چه مطالبی منتشر کرده اید و کاربران چگونه با سایت شما تعامل داشته اند. چنانچه اشتباهی در وب سایت شما رخ دهد و مطالب غیر مرتبطی منتشر شود. یا مواردی که در رتبه سایت تاثیر منفی دارد را در سایت خود داشته باشید موتورهای جستجو آنها را به خاطر داشته و ممکن است در آینده تاثیر منفی بر روی وب سایت شما داشته باشد.

۲,۱,۶. دزدی مطالب از وب سایت های دیگر

کپی کردن اطلاعات از وب سایتهای دیگر باعث کاهش رتبه وب سایت و مخدوش کردن اعتبار آن می شود. به همین دلیل باید از انجام این کار خودداری کرد. در صورتی که لازم است از مطلب یک وب سایت دیگر استفاده کنید بهتر است وب سایت منبع ذکر شود.

۲,۲. شبکه های اجتماعی

امروزه شبکه های اجتماعی و مطالبی که از وب سایت شما در آنها به اشتراک گذاشته شده است از اهمیت بالایی برخوردارند. موتورهای جستجو به مطالبی که از وب سایت شما در شبکه های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده اند اهمیت می دهند اما قوانینی نیز برای این کار وجود دارد.

۲,۲,۱. اعتبار شبکه اجتماعی

همانطور که موتور های جستجو همه لینک ها را به یک اندازه ارزش گذاری نمیکنند، همه حساب های کاربری در شبکه های اجتماعی را نیز به یک اندازه ارزش گذاری نمیکنند.

۲,۲,۲. اشتراک گذاری

مشابه با لینک ها، به اشتراک گذاشتن در شبکه های اجتماعی نیز موثر است و باعث میشود که افراد بیشتری یا مطالب وب سایت و شما آشنا شوند.

۳. کلمات کلیدی

کلمات کلیدی مرتبط و مناسب می تواند به شما در دستیابی به قرار گرفتن در بالاترین رده بندی موتور های جستجو کمک کند و به شما کمک می کند افرادی که به محتوای وب سایت و محصولات شما علاقه مند هستند را جذب کنید.

• چطور بهترین کلمات کلیدی را برای وب سایتتان انتخاب کنید؟

۱. کلمات کلیدی تمرکز وب سایت شما را مشخص می کنند. ابتدا کلمات کلیدی را در فرآیند ایجاد وب سایتتان انتخاب کنید. انتخاب کلمات کلیدی بسیار شبیه به نوشتن هدف سایت به صورت کوتاه می باشد
 ۲. برای این منظور از خودتان سوالات زیر را بپرسید:
 - هدف وب سایت چیست؟ (وب سایت بر چه موضوعی تمرکز دارد)
 - چرا اطلاعات وب سایت با ارزش است؟
 - مخاطبان شما چه کسانی هستند؟
- پاسخ به این سوالات به شما در انتخاب کلمات کلیدی مناسب کمک می کند. چون شما را مجبور می سازد در رابطه با محتوای وب سایت و مخاطبان آن فکر کنید.
۳. تحقیق در باره شهرت کلمات کلیدی
ابتدا محبوب ترین و مشهورترین موتور های جستجو را انتخاب کنید و ببینید هر کدام از کلمات کلیدی چه تعدادی نتیجه برمی گرداند.
 ۴. استفاده از کلمات کلیدی در در صفحات وب سایتتان:
نکاتی که در استفاده از کلمات کلیدی باید رعایت کرد:
 - ✓ کلمات کلیدی را به هر دو صورت جمع و مفرد در محتوای سایتتان استفاده کنید
 - ✓ به منظور بالا بردن رتبه جستجو از کلمات کلیدی به طور مکرر و بی معنی استفاده نکنید
 - ✓ از کلمات کلیدی پر طرفداری که به متن شما نمیخورند استفاده نکنید موتور های جستجو با این روش ها آشنا هستند و وب سایت های که از این روش ها استفاده میکنند را تحریم میکنند استفاده از کلمات کلیدی باید در حدود ۱ تا ۴ درصد کل متن باشد ساده ترین راه برای بررسی میزان به کار گیری کلمات کلیدی استفاده از ابزار بررسی صفحات است.
 - ✓ اگر یک کلمه کلیدی واقعا مورد نیاز است شما باید بتوانید آن را چندین بار در صفحه تان استفاده کنید.
 - ✓ چندین صفحه در ارتباط با یک مطلب که چندین کلمه کلیدی را در خود بگنجانند، ایجاد نکنید. در عوض یک مطلب که به خوبی نگرش شده است و چندین کلمه کلیدی را در خود جای داده است استفاده کنید.
 - ✓ کلمات کلیدی را در ۵۰ کلمه اول قرار دهید. هنگامی که وب سایت شما توسط موتور های جستجو ایندکس می شود. بیشتر بر ابتدای صفحه تاکید میکنند بنابراین مهم است که این قسمت مرتبط باشد به همین دلیل ضروری است که کلمات کلیدی را در ۵۰ کلمه اول مقاله تان قرار دهید.
 - ✓ بکارگیری کلمات کلیدی در Image alt
 - ✓ بکارگیری کلمات کلیدی بصورت Bold Text