



بررسی راهکارهای موثر در بهینه سازی صفحات وب و ارائه راهکارهای مفید با استفاده از

تکنولوژی سئو (SEO)

عطیه زاهد^{1*}، امید اکبریانی²

¹ گروه کامپیوتر، واحد کاشان، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران، a.zahed@iaukashan.ac.ir

² کارشناس IT و مدیر عامل شرکت همیار سئو، omid.akbariani@gmail.com

چکیده - این مقاله در مورد راهکارهایی برای افزایش بازدید وب سایتها و فرارگیری صفحات وبسایت در بین اولین نتایج جستجوی کاربران در بین صفحات وب تمرکز دارد. علاوه بر تکنولوژی سئو (SEO) و ویژگیهای آن، در مورد الگوریتم های مورد استفاده در موتورهای جستجو و رتبه بندی وبسایت ها، بالخصوص الگوریتم های موتور جستجو گر گوگل بحث و بررسی صورت میگیرد، سعی می گردد چگونگی رفتار با الگوریتم های جستجو و روشهای انحرافی که برای منحرف کردن این الگوریتم ها استفاده میشود نیز بیان گردد. اما تمرکز اصلی این مقاله بر پیشنهاد و ارائه راهکارهایی در بهینه سازی صفحات اینترنتی و استفاده مفید و صحیح از تکنولوژی سئو است.

کلید واژه - سئو (SEO)، افزایش بازدید، الگوریتم های جستجو، گوگل، بهینه سازی سایت.

باشد. در شرایطی که هرروزه به کاربران اینترنت افزوده میشود، سئو اهمیت زیادی در نتایج جستجوی موتورهای جستجوگر دارد و این دلیل وبمستران در این تکاپو هستند که در نتایج اولیه موتورهای جستجو باشند تا به اهداف خود برسند. [1,2]

در فصل دوم این مقاله در مورد انواع سئو و روش های بکار گرفته شده در این زمینه صحبت میشود. فصل سوم مربوط به الگوریتم های استفاده شده در موتور جستجوگر گوگل است. در فصل چهارم چگونگی معرفی وبسایت به گوگل و در فصل پنجم انتخاب دامنه و میزبانی مورد توجه قرار میگیرند. در نهایت و در فصل ششم، در مورد بهینه سازی سایت به طور مفصل صحبت خواهد شد. فصل هفتم به جمع بندی مطالب میپردازد.

2- انواع سئو

برای بالا بردن آمار بازدیدکنندگان وبسایت وهمچنین قرار دادن وبسایت در صفحه اول نتایج جستجو، روش های متفاوتی وجود دارد. اما دو روش کلی تمام روش های متفاوت را در بر میگیرد:

سئو کلاه سفید و سئو کلاه سیاه

1-2 سئو کلاه سفید

1- مقدمه

امروزه با افزایش روزافزون کاربران اینترنت و استفاده از آن در هر زمینه ای، رقابت سنگینی در بین مدیران سایت های اینترنتی بوجود آمده است که هدف از این رقابت ها، فروش و بازاریابی در زمینه های مارکتینگ، افزایش بازدید وبسایت و غیره است. برای رسیدن به این اهداف از تکنولوژی قدرتمندی به نام سئو (SEO) استفاده میشود، این تکنولوژی به پیشتاز بودن صفحات وب در نتایج جستجو کمک فراوانی میکند.

Search Engine Optimization که به اختصار به آن SEO میگویند، در اصل اینگونه تلفظ میشود: اس، ای، او. برای ساده تر شدن تلفظ آن در فارسی به آن "سئو" گفته میشود. به طور کلی به منظور بهبود عملکرد سایت بر اساس استاندارد های موتورهای جستجو و جذب بازدید کننده از این تکنولوژی استفاده میشود، اما مفهوم سئو فقط مرتبط با موتورهای جستجو نیست، بلکه از اهداف اساسی آن مناسب سازی وبسایت برای بازدیدکنندگان است، به طوری که سیاست های اخیر موتورهای جستجوگر با انتظارات بازدید کنندگان همسو شده و وبسایت به گونه ای پیاده سازی میشود که برای بازدیدکنندگان سهل الفهم و سهل استفاده



بک لینک می کند. مانند خرید بک لینک.

2-2-4 Invisible text (نوشته پنهان)

ایجاد یک متن مخفی در صفحات وبسایت که باعث میشود وبسایت در نتایج جستجویی که با محتوای آن هماهنگی ندارد ظاهر شود.

2-2-5 Spam comment (نظرات اسپم)

نظرات نامربوط به همراه لینک در قسمت نظرات وبلاگ و وبسایت ها باعث میشود، وبسایت یا وبلاگ مورد نظر کاربرد به نظر برسد.

2-2-6 مطالب تکراری

ایجادکردن مطالب و کلمات تکراری در وبسایت به منظور منحرف کردن موتورهای جستجو در زمانی که به دنبال کلمه ای خاص هستند.

2-2-7 Cloackig (پنهان)

این روش موتور جستجو را منحرف میکند و باعث میشود صفحه مورد نظر جزو نتایج جستجو باشد به گونه ای که نتایج جستجو با نتایج درخواست شده در موتور جستجوگر متفاوت است.

اگرچه استفاده از سئوی کلاه سیاه باعث میشود وبمستران بسیار سریع به نتایج مورد نظر خود برسند و در صفحه اول جستجوها ظاهر شوند، اما دارای خطرات زیادی است، از جمله این احتمال وجود دارد که وبسایت مورد نظر برای همیشه در لیست سیاه موتورهای جستجوگر قرار بگیرد.

این روش بهترین و پرکاربردترین روش سئو است، زیرا طبق استاندارد سازی های موتورهای جستجو یا همان الگوریتمهای موتورهای جستجوگر است و هیچ مشکل و خطری در این روش برای وبسایت بوجود نمی آید [3]. در فصلهای بعدی به اصول روشهای مبتنی بر سئوی کلاه سفید پرداخته میشود.

2-2-2 سئو کلاه سیاه

این نوع سئو از روش های غیر قانونی و نامطلوب برای کاربران و موتورهای جستجوگر استفاده میکند و استفاده از آن احتمال اسپم شدن (spam) دامین (domain) را افزایش میدهد. سئو کلاه سیاه شامل روش های مختلفی است که در ادامه شرح داده شده است.

روش های سئو کلاه سیاه [4]:

2-2-1 Key word stuffing

استفاده بی رویه از کلمات کلیدی نامربوط در مطالب وبسایت که هیچ ربطی به محتوا و عنوان مطالب ندارد.

2-2-2 Doorway pages (صفحات کاذب یا راهرو)

استفاده از صفحاتی که وجود خارجی ندارند و موجب انتقال کاربر به صفحات دیگر سایت که ارتباطی با نتایج جستجو ندارد، میگردد. به زبان ساده تر، کاربر کلمه کلیدی را در موتور جستجوگر، جستجو میکند و در نتایج نشان داده شده با صفحه ای مواجه میشود که بلافاصله پس از کلیک روی عنوان آن، وارد سایت نامربوط دیگری میشود.

2-2-3 Create backlink

جمع آوری بک لینک به روش سیاه که به گونه ای مصنوعی شروع به جمع آوری



سئو منفی می باشد. برای جلوگیری از جریمه شدن توسط الگوریتم پنگوئن باید نکات زیر حتماً رعایت گردد.

- 1- از تبادل لینک اضافی و خرید آن خود داری شود
 - 2- دوری از برچسب های بیش از اندازه و انتخاب برچسب های متناسب با محتوا برای وبسایت
 - 3- دوری کردن از سئوی منفی
- C- الگوریتم مرغ مگس خوار

این الگوریتم تمرکز خود را روی جستجوهای کاربر گذاشته است تا نتایج بهتری را به ارمغان بیاورد و دلیل انتخاب این اسم ، بخاطر سرعت و دقت بالا این پرنده می باشد.

بطور کلی می توان گفت که این الگوریتم هوشمند برای رتبه بندی محتوا بر اساس درک بهتر از جستجو کاربر است و برخلاف دو الگوریتم پنگوئن و پاندا که برای ضد اسپم می باشند، این الگوریتم برای بهبود بخشیدن به نتایج جستجو کاربر عمل می کند و بهترین نتیجه جستجو را به ارمغان می آورد.

همان طور که حجم اطلاعات در اینترنت رو به افزایش است ، باید کلمات بیشتری را جستجو کرد تا به نتایج بهتر جستجو رسید ، بنابراین گوگل الگوریتم مرغ مگس خوار را پیاده سازی کرده است تا با گرفتن نتایج جستجو و کلمات کلیدی کاربر، نتایج مطلوب تری را به نمایش بگذارد.

برای بهره برداری از نتایج این الگوریتم ، وب مستران باید عنوان و کلمات کلیدی را طبق نیاز و جستجوهای کاربران انتخاب کنند تا به نتیجه بهتر برسند .

d- page Rank

این الگوریتم محبوبیت سایت را نزد کاربران و سایت های دیگر نشان می دهد . امتیاز دهی این الگوریتم از عدد 0 تا 10 است و هر چه این امتیاز به عدد 10 نزدیکتر باشد، سایت نزد گوگل محبوب تر است . این الگوریتم توسط گوگل پشتیبانی می شود و

3- الگوریتم های موتور جستجوگر

الگوریتم جستجو، به مجموعه ای از دستورات و قوانینی می گویند که بر اساس آن ، نتایج جستجو پردازش و در خروجی جستجوگرها به نمایش در می آید .

1-3 الگوریتم های موتور جستجوی گوگل

از آنجایی که در بیشتر مواقع گوگل برای بدست آوردن نتایج بهتر، از دیگر موتورهای جستجو جلوتر است، انتخاب اول کاربران برای جستجو در اینترنت است، بنابراین در این قسمت به بررسی الگوریتم های این موتور جستجو پرداخته شده است [6,7,8,9,10,11].

a- الگوریتم پاندا:

این الگوریتم گوگل بسیار مشهور است و طرفداران زیادی در بین وبمستران پیدا کرده است. یکی از دلایل این شهرت ، تغییرات زیادی است که در نتایج جستجو بوجود آورده است. گوگل ، نسخه های به روز شده متفاوتی برای این الگوریتم ارائه کرده که به طور کامل تمرکز این الگوریتم را بر روی محتوا گذاشته است. از مواردی که در الگوریتم پاندا مورد ارزیابی قرار میگیرد، میتوان به نکات زیر اشاره نمود:

- 1- محتوا کپی نباشد.
- 2- برای مطلب گذاری در وبسایت، زمان و حوصله کافی صرف شده باشد.
- 3- در محتوای وبسایت از عکس و ویدیو استفاده شده باشد.
- 4- محتوا اسپم نباشد و بدون هیچ رباتی این محتوا ایجاد شده باشد.
- 5- در محتوا از لینک استفاده شود.
- 6- در محتوا از منبع استفاده و به آن ارجاع داده شود.

b- الگوریتم پنگوئن:

این الگوریتم همانند الگوریتم پاندا، تغییرات زیادی در نتایج جستجو داده و به روز رسانی های مختلفی برای این الگوریتم توسط گوگل ارائه می شود. تمرکز این الگوریتم روی لینک ها ، برچسب ها و روش های



انتخاب دامین و هاست یک از مهمترین بخش های سئو است. [13,14,15]

a. دامین (Domain)

انتخاب دامنه یکی از مهم ترین معیارها برای سئو می باشد، و تاثیر غیر مستقیم و بسیار بالایی در سئو و برند سازی دارد.

همین که اسم سایت ساده و جذاب باشد و کاربر پس از اولین ورود این نام را بخاطر بسپارد و مجدداً وارد سایت شود، تاثیر به سزایی بر سئو سایت می گذارد. برای انتخاب دامین باید مراحل و موارد زیر را به دقت رعایت نمود:

1. حیطه کاری سایت چیست؟
 2. انتخاب اسم کوتاه، جذاب و بامعنی
 3. احتیاط در نوع انتخاب .com ، .ir ، .co ، .uk.co ، و...
 4. استفاده از کلمات کلیدی در زمینه کاری
- b. میزبانی (HOST)

انتخاب هاست از دیگر نکاتی است که تاثیر مثبت در سئو می دارد. افکار اشتباه زیادی در انتخاب میزبانی وجود دارد. افکاری مانند این که اگر میزبانی در خارج از کشور ایران باشد، مورد توجه بیشتر ربات ها (robots) قرار میگیرد، در حالی که برای ربات ها (robots)، دور یا نزدیک بودن سرور و حتی این که سرور در داخل یا خارج از کشور باشد اهمیتی ندارد. اما به دو دلیل زیر باید یک هاست یا میزبان خوب انتخاب کرد [16]:

- 1) آپ تایم (UPTIME)
 - 2) سرعت بارگذاری (load)
- یکی از معیارهای مهم این است که سایت همیشه در دسترس باشد و هیچ عدم دسترسی به کاربران ندهد. به این مسئله آپ تایم گویند.

سرعت بارگذاری به configuration سرور بستگی دارد و این که روی چه Data Center ی قرار گیرد تا سرعت عالی داشته باشد.

همچنان در حال به روزرسانی است. معیار های زیادی برای ارتقاء rank سایت وجود دارد، که برای مثال می توان از تبادل لینک و تعدا بازدیدکنندگان سایت نام برد.

4- معرفی وبسایت به گوگل:

یکی از بخش های مهم در سئو این است که مطالب سایت در موتورهای جستجوگر index شود [12].

به طور معمول دو روش برای ورود مطالب در داخل موتور جستجوگرها وجود دارد:

a. ثبت شدن به مرور زمان:

در این روش هیچ اقدامی نباید انجام داد و گوگل به مرور زمان و با استفاده از روشهای شناسایی که دارد، مطالب سایت را index می کند.

b. ثبت سریع:

این عمل به دو روش صورت میگیرد:

(1) Index کردن تک صفحه

در لینک زیر می توان صفحات و سایت را در گوگل index کرد.

<https://www.google.com/webmasters/tools/submit-url>

(2) ثبت در وب مستر گوگل (webmaster google)

گوگل بطور اتوماتیک مرحله index کردن را برعهده می گیرد و نیازی نیست که مطالب صفحه به صفحه index شوند. بلافاصله بعد از بروز شدن سایت، توسط sitemap به گوگل اطلاع رسانی می شود و صفحه نیز در گوگل index می شود.

از طریق لینک زیر می توان به این ویژگی گوگل دسترسی داشت:

<https://www.google.com/webmasters/tools>

5- انتخاب دامنه و میزبانی



و این دو مورد کاملاً وابسته به میزبان است.

به طور کلی موتورهای جستجوگر مواردی را که کاربر مهم می داند، برای خود مهم می پندارند، پس نحوه تولید محتوا و استفاده درست از کلمات کلیدی و تگ ها باید به درستی انجام شود تا برای کاربران مفید بوده و از این طریق موتورهای جستجوگر محتوا را به خوبی شناسایی کنند. در ادامه مولفه های مهم سایت بررسی می شوند.

6- بهینه سازی سایت

Title 1-6

عنوان صفحه برای موتورهای جستجوگر و طراحان وب بسیار مهم است زیرا:

- کاربران با دیدن عنوان صفحه در موتورهای جستجوگر، آن را مطالعه می کنند.
- در رتبه بندی صفحات، بخشی از متن اصلی سایت در نظر گرفته می شود.
- عنوان صفحه معرف سایت و فعالیت آن متن می باشد.

بنابراین نوشتن عنوان مناسب صفحه بخش مهمی است زیرا در عین حال که حاوی کلمات کلیدی است، باید بتواند کاربران را به کلیک کردن و آمدن به سایت ترغیب کند و قرار دادن کلمات کلیدی در آن ممکن است به کسب رتبه بالاتری منجر شود.

ویمسترانی که کلمات کلیدی بسیاری دارند باید صفحات بسیاری نیز طراحی کنند و عنوان ها را با کلمات کلیدی متناسب با همان صفحه بنویسند. قرار دادن یک عنوان ثابت در تمام صفحات سایت کار اشتباهی است که بسیاری مرتکب آن می شوند. این کار تنها زمانی درست است که سایت تنها یک کلمه کلیدی داشته باشد [17,18].

Meta tag 2-6

در سئو دو متا تگ بسیار مهم وجود دارد که یکی برای کلمات کلیدی (keyword) و دیگری برای توضیحات صفحه (description) است [19,20].

a. Meta tag keywords

در این قسمت کلمات کلیدی صفحه قرار می گیرد، یعنی کلمات کلیدی که روی آن تمرکز شده است در قسمت content قرار می گیرد که این کلمات باید ارتباط زیادی با متون داخل سایت و فعالیت سایت داشته باشد.

اجرای یک استراتژی موثر و بلند مدت برای بازاریابی با موتورهای جستجو، بدون توجه به خود سایت اصولاً بی معنی است. پی ریزی یک بنای مستحکم و قابل اتکا در خود سایت ضروری است. نوشتن متن و برنامه نویسی کل وب سایت نیز موجب بالا رفتن شانس دست یابی به رتبه های بالاتر در نتایج جستجو می شود. در واقع بهینه سازی سایت وسیله ای است برای کمک به مخاطبان که وب سایت را به سادگی بیابند.

در پیاده سازی استراتژی بلند مدت، سه مولفه اصلی در صفحه و کل سایت مورد توجه قرار دارد:

- مولفه متن: نحوه استفاده از متن مناسب با کلمات کلیدی
- مولفه لینک: استفاده درستی از لینک های داخلی و خارجی
- مولفه محبوبیت: میزان محبوبیت سایت

محتوا یکی از بحث های مهم سئو است و موتورهای جستجو، کلمات و عبارت های هر صفحه را بایگانی می کنند، برای عملکرد بهتر باید کلمات مهم در مکان های مهم سایت قرار داده شود.

بنابراین یکی از بخش های مهم، محتوا است و بخش مهم تر از آن کلمات کلیدی است که باید روی آن تمرکز کرد و بگونه ای آنها را انتخاب نمود که با متن اصلی همخوانی داشته باشد.

کلمات کلیدی باید شرایط زیر را داشته باشند:

- کلمه پرطرفدار باشد
- مربوط به موضوع اصلی سایت باشد.
- کلمه کلیدی خیلی رقابتی استفاده نشود (نباید از کلمات کلیدی یک وبسایت پرطرفدار استفاده کرد، درحالی که با موضوع اصلی سایت متفاوت است)



وقتی روبات های موتور جستجوگر مانند گوگل و بینگ در سایت گشت و گذر می کنند، به فایل robots.txt مراجعه می کنند تا متوجه شوند که مجاز به ایندکس کردن کدام قسمت هستند. این فایل را در قسمت Root میزبانی یا همان Public_html قرار می دهند و دستوراتی را در داخل این فایل درج میگرد [21,22]، دستوراتی شامل :

- 1) User-Agent: *
- 2) Allow: / uploads/
- 3) Disallow: / plugins/
- 4) Disallow: /readme.html

بعضی از وبسایت ها مثل www.robotsgenerator.com در زمینه ایجاد فایل روباتس (Robots) فعالیت دارند.

5-6 htaccess

وظایف مهم زیر بر عهده htaccess است [23,24] :

- 1- Redirect : انتقال دائمی یا موقت یک صفحه به صفحه دیگر
- 2- داشتن یا نداشتن www
- 3- جلوگیری از لینک شکسته
- 4- برای صفحات 404
- 5- برای فشرده سازی صفحات

<http://beamusup.com/generate-htaccess> یکی از وبسایتهایی است که به ایجاد htaccess برای دیگر وبسایت ها می پردازد.

6-6 ریدایرکت (Redirect)

برای خیلی از سایت ها اتفاق می افتد که صفحات جدیدی ایجاد می کنند و می خواهند صفحات قدیمی را به صفحات جدید انتقال دهند ، درحالیکه هیچ یک از بازدید کنندگان خود و لینک ثبت شده در داخل موتور جستجوگرها را از

```
<meta name="keywords" content="seo,learn seo, page rank">
```

همانطور که مشخص است، کلمات کلیدی: seo,learn seo, page rank هستند.

b. Meta tag description

تگ مهم دیگر، متا تگ description است که این تگ توضیحاتی در مورد صفحه می دهد و این توضیحات در قسمت جستجوی گوگل درج می شود.

Tag H 3-6

استفاده مناسب و درست از این تگ به بهینه سازی وبسایت بسیار کمک میکند. جدول شماره یک مکان مناسب و بهترین تعداد تکرار هر یک از تگهای H را بیان میکند.

جدول 1 : مکان مناسب و بهترین تعداد تکرار برای تگ H

تگ عنوان	مکان مناسب استفاده	بهترین تعداد بکارگیری
h1	عنوان مقاله یا مطلب	۱ بار
h2	عناوین داخل مطلب	بین ۲ تا ۵ بار
h3	زیر عنوان های داخل مطلب	تا ۶ بار
h4	عنوان برای منوها یا عنوان نظرات	بدون محدودیت
h5	عنوان برای منوهای سایت	بدون محدودیت
h6	عنوان برای فوتر (footer) سایت	بدون محدودیت

Robots.txt 4-6

در حقیقت این فایل راهنمایی برای رباتها محسوب میشود تا بتوانند مکان های درست را جستجو و index کنند.



AMP یکی از پروژه های متن باز گوگل است که مخفف عبارت Accelerated Mobile Pages به معنی سرعت بخشیدن به صفحات موبایل است. این پروژه در حال حاضر در گوگل، توئیتر، وردپرس، دروپال و... در حال استفاده است. این پروژه در سرعت بارگذاری (load) متن صفحات وبسایت تاثیر چشم گیری دارد. در حقیقت هدف اصلی AMP، سرعت بخشیدن به صفحات موبایل برای خواندن محتویات سایت است. تمرکز این پروژه بر روی CSS، JS و cache است [26].

در وبسایت <https://www.ampproject.org> میتوان به کتابخانه و روش استفاده از این پروژه دسترسی حاصل کرد.

link building 9-6

بک لینک ها باعث ایجاد لینک های ورودی به وبسایت میگردند. هر چه این بک لینک ها بیشتر باشد، محبوبیت سایت بیشتر خواهد بود. البته با وجود الگوریتم پنگوئن، بک لینک غیر طبیعی نه تنها موجب محبوبیت وبسایت نمی شود، بلکه موجب می شود تا وبسایت spam گردد.

a. بک لینک مفید :

بک لینک هایی که به صورت طبیعی توسط نویسنده/مدیر سایت دیگری به یک وبسایت همراه با یک متن و عبارت مرتبط به آن وبسایت ایجاد شده باشد، بک لینک نامیده می شود. بنابراین این بک لینکی مفید است که بدون هیچ سئو منفی انجام شود. در بوجد آمدن بک لینک ها باید نکات زیر را رعایت کرد :

- بک لینک ها نباید از سایت های اسپم باشد.
- تعداد لینک های خروجی سایت بوجود آورنده بک لینک نباید زیاد باشد.
- نباید سایت لینک دهنده با سایت مورد نظر از لحاظ ارتباط موضوعی خیلی متفاوت باشد.
- محبوبیت سایت لینک دهنده از سایت مورد نظر بیشتر باشد.

دست ندهند، این عمل به معنای ریدایرکت (Redirect) است. چندین روش برای ریدایرکت وجود دارد :

1- Meta

2- Htaccess

3- استفاده از قسمت ریدایرکت پنل میزبانی

بیشتر پنل های میزبانی قسمتی برای Redirect دارند که با تغییر دادن آن، بطور اتوماتیک در فایل htaccess. تغییرات درج می شود. ریدایرکت به دو طریق 301 و 302 انجام میشود. بین ریدایرکت 301 و 302 تفاوت هایی وجود دارد که تاثیر خیلی زیادی در سئو دارد:

301 Redirect : برای انتقال بصورت دائم صفحه استفاده می شود و برای بهینه سازی سئو استفاده از آن پیشنهاد می شود.

302 Redirect : برای انتقال موقت صفحه استفاده می شود.

البته ریدایرکت 303 نیز وجود دارد که کاربرد چندانی ندارد و تاثیری در بهینه سازی سئو نمی گذارد.

7-6 Mobile friendly

امروزه با پیشرفت دستگاهها و وسایلی که میتوانند به صفحات وب دسترسی پیدا کنند، وبسایت ها نیز باید به گونه ای طراحی و پیاده سازی شوند که بتوانند بر روی انواع دستگاهها بدون مشکل ظاهر شوند. هرچه یک وبسایت واکنش پذیرتر باشد میتواند همگی پذیر تر هم باشد، واکنشگرا (responsive) بودن به معنای mobile friendly هم هست. در کل وبسایت و بلاگ را باید به گونه ای طراحی کرد که با انواع دستگاهها واکنش پذیر باشند [25].

برای اطلاع از این که آیا سایت Mobile friendly است یا خیر، می توان از لینک زیر استفاده کرد :

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly>

AMP 8-6



یک سایت مفید واقع شود، sitemap یا همان نقشه سایت است. برای ایجاد یک نقشه سایت حرفه ای و مورد قبول موتورهای جستجوگر، علاوه بر بکارگیری افراد متخصص به این فن، می توان از وبسایت زیر نیز کمک گرفت.

<https://www.xml-sitemaps.com>

7- نتیجه گیری :

مهمترین نتیجه استفاده درست از تکنولوژی seo، قرار دادن صفحات سایت در نتایج اولیه موتورهای جستجو می باشد. در این مقاله ابتدا در مورد انواع seo و اهمیت آن صحبت شد و این که الگوریتم های موتورهای جستجوگر چه نوع تاثیری برنتایج جستجو دارند مورد بررسی قرار گرفت. ده مورد از روش ها و راهکارهایی که بر سئو تاثیر مثبت و منفی دارند، یک به یک بررسی شدند و در هر زمینه بهترین ابزارها جهت بهره گیری از این روش ها پیشنهاد شد و به نکات کلیدی هر راهکار اشاره شد.

امروزه تنها یک سایت و محتوا قادر به رقابت در نتایج جستجو نیست و این قدرت seo است که سایت ها را در نتایج جستجو بالا و پایین می کند، می توان گفت که سئو آینده روشنی دارد، زیرا خیلی از خریده ها و جابجایی ها، معاملات و خلاصه هر عملیاتی در فضای مجازی با جستجو کردن و بررسی نتایج جستجو انجام می پذیرد و این تکنولوژی seo است که تاثیر بسزایی در این نتایج دارد و هرروزه این مبحث داغتر و بهای بیشتری به آن داده می شود [30,31]. در ادامه تحقیقات فعلی میتوان در مورد هر یک از راهکارهای موثر در سئو تحقیقات بیشتر و مفصل تری انجام داد که منجر به ارائه روش های کارآمد تری در این زمینه خواهد شد.

مراجع

[1] <https://moz.com/beginners-guide-to-seo/why-search-engine-marketing-is-necessary>

b. بک لینک مضر :

روزانه بسیاری از سایت های اسپم بوجود می آیند و میخواهند راه چند ساله را یک شب طی کنند و با خرید و دریافت لینک خارجی به سایت خود از نتایج آن بهره مند شود. به این ترتیب پنالیز میشوند. اما مواقعی هست که وبلاگ یا وبسایت بک لینکی دریافت می کند که کاملاً به ضرر و اعتبار آن است. به طور مثال اگر بک لینک از یکی از سایتهای زیر باشد :

- وب سایت های غیر اخلاقی با محتوای نامناسب و ناهنجار
- وب سایت هایی با محتوا توهین آمیز و ناخوشایند
- سایت های اسپم و فروشنده بک لینک
- سایت های غیر مربوط

برای جلوگیری از این مشکل، استفاده از سایتی مانند :
<https://monitorbacklinks.com>

می تواند بسیار موثر باشد .

وبسایت و محتوای آن باید به گونه ای باشد که به آن لینک داده شود و مورد حمایت و بحث و گفتگو کاربران قرار گیرد. هرگاه ارائه سرویس سایت به خوبی و درستی انجام شود، بک لینک مفید بدست خواهد آورد [27,28].

10-6 Sitemap

موتورهای جستجوگر از جمله گوگل، از نرم افزاری به نام روبات یا اسپایدر برای جمع آوری اطلاعات موجود در وب استفاده می کنند. آنها به محض اینکه سایتی را پیدا کنند، متن صفحات را می خوانند و لینک ها را دنبال می کنند. همه مدیران سایت ها تلاش می کنند تا میزان مراجعه اسپایدر به سایت و زمان حضور آن در سایت خود را افزایش دهند. هرچه مراجعه عنکبوت به سایت بیشتر باشد، بهتر است. زیرا همواره از آخرین تغییرات اعمال شده در محتوای سایت با خبر می شود. یکی از عوامل مهمی که باعث می شود حضور یک روبات یا اسپایدر در



- [25] <http://searchengineland.com/library/google/google-mobile-friendly-update>
- [26] <https://www.ampproject.org>
- [27] <https://moz.com/beginners-guide-to-link-building>
- [28] <https://moz.com/beginners-guide-to-seo/growing-popularity-and-links>
- [29] <https://www.xml-sitemaps.com>
- [30] *The Art of SEO* – Eric Enge, et. al. ISBN 978-0-596-51886-8 Available : https://www.ieee.org/about/webteam/resources/search_optimization.html
- [31] Matthew, Aaron (2014),seo book , Oakland,Avilable:<http://www.seobook.com/seobook53.pdf>
- [2] <https://searchenginewatch.com/sew/study/2276184/no-1-position-in-google-gets-33-of-search-traffic-study>
- [3] <http://www.whatisseo.com/types-of-seo.html>
- [4] <http://positionly.com/blog/seo/black-hat-seo-techniques>
- [5] <http://www.yuanlei.com/studies/articles/is567-searchengine/page2.htm>
- [6] <https://moz.com/google-algorithm-change>
- [7] <https://moz.com/blog/search-engine-algorithm-basics>
- [8] https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Panda
- [9] https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Penguin
- [10] https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Hummingbird
- [11] <https://en.wikipedia.org/wiki/PageRank>
- [12] <https://support.google.com/webmasters/answer/6259634?hl=en>
- [13] <https://moz.com/learn/seo/domain>
- [14] <https://seo-hacker.com/domain-domain-extension-affect-seo>
- [15] <https://www.searchenginejournal.com/how-your-domain-name-will-impact-seo-social-media-marketing>
- [16] <https://www.wordtracker.com/blog/hosting-seo-affects>
- [17] <https://moz.com/learn/seo/title-tag>
- [18] <https://moz.com/blog/title-tags-is-70-characters-the-best-practice-whiteboard-friday>
- [19] <http://www.wordstream.com/meta-tags>
- [20] <https://moz.com/learn/seo/meta-description>
- [21] <https://moz.com/learn/seo/robotstxt>
- [22] <http://tools.seobook.com/robots-txt/>
- [23] <https://moz.com/blog/htaccess-file-snippets-for-seos>
- [24] <https://moz.com/learn/seo/redirectio>
n