



آستانه بزرگانی، صنایع، مادون و کشاورزی
خواهان رضوی

دوره آموزش بهینه سازی سایت (SEO)

مدرس: مسعود معاعونی

(مسئول دپارتمان طراحی سایت و سئو استودیو نوآوری دیجیتال چکاد)



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خرسان رضوی

الگوریتم‌های گوگل





چرا باید الگوریتم‌های گوگل را بشناسیم؟

- ▶ الگوریتم‌های گوگل نقشه راه برای یک سایت هستند. هر کدام از الگوریتم‌های گوگل دارای کاربرد خاصی هستند و شناخت این الگوریتم‌ها به ما کمک می‌کند تا سئو بهتری داشته باشیم.
- ▶ تغییرات در گوگل می‌تواند بر روی نتایج جستجو تاثیر سریعی بگذارد و یک سایت از نتایج گوگل حذف شود.
- ▶ اطلاع از تغییرات گوگل به ما کمک می‌کند تا بتوانیم برنامه‌ریزی بهتری برای آینده داشته باشیم.



ماهیت الگوریتم‌های گوگل

▶ برنامه‌های نرم افزاری هستند که سعی می‌کنند با اعمال تعدادی پارامتر (که برای کاربران نامعلوم

هستند) به برخی از نتایج امتیاز بیشتری بدهند و آن را در رنکبندی گوگل در جایگاه بالاتری قرار

دهند.

▶ گوگل به شدت به روش‌های سئو کلاه سیاه حساس است؟

به همین دلیل همیشه سعی می‌کند با معرفی الگوریتم‌های جدید یا بروزرسانی هسته نتایج بهتری

را به کاربران نمایش دهد.



مرگ یک موتور جستجو

=

فریب از روش‌های سئو کلاه سیاه

رشد یک موتور جستجو

=

نمایش نتایج دقیق به کاربران



تکنولوژی‌های جدید در الگوریتم‌های گوگل

- ▶ هوش مصنوعی
- ▶ تشخیص گفتار
- ▶ پردازش تصویر
- ▶ منطق فازی
- ▶ پردازش متن
- ▶ ..و



آستانه بزرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خرسان رضوی

تاریخچه الگوریتم‌های گوگل





شناخت عوامل موثر بر روی نتایج جستجو

- ▶ شناخت معنا و مفهوم توسط موتور جستجو
- ▶ برقراری ارتباط بین صفحات
- ▶ کیفیت محتوا
- ▶ دسترسی آسان به صفحات
- ▶ بهبود و بروزرسانی محتوا
- ▶ تجربه کاربری

تعدادی از الگوریتم های پر کاربرد گوگل (باغ وحش گوگل)

الگوریتم پاندا ▶

ارائه شده در سال ۲۰۱۱ و به هدف فیلتر محتواهای بی کیفیت، کوتاه و اسپم ارائه شد.





آستانه بازرگانی، صنایع، معاون و کشاورزی
فرسان رضوی

الگوریتم پنگوئن

در سال ۱۴۰۰ ارائه شد و به دنبال مبارزه با لینکسازی غیر طبیعی و جلوگیری از مزارع لینک و PBN های غیر استاندارد بود.





آستان بزرگانی، صنایع، معاون و کشاورزی
فرسان رضوی

الگوریتم مرغ مگسخوار ►

به دنبال تفسیر کوئری‌های مخاطب و ارائه نزدیکترین نتایج به جستجوی مخاطب است.





الگوریتم رنک برین

گوگل سعی کرده با هوش مصنوعی نتایجی را به کاربران ارائه کند که به هدف کاربر شباهت داشته باشد.

الگوریتم برت

در این الگوریتم سعی می‌شود تا کلمه کلیدی در یک محتوا شناسایی شود تا براساس این کلمه کلیدی محتوا به مخاطبان پیشنهاد شود.

الگوریتم کبوتر (Pigeon)

تلash برای بهبود سئو محلی و رشد کسب و کارها در منطقه خود



آستان بزرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خرسان رضوی

الگوریتم فرد (FRED) ▶

به هدف مبارزه با تبلیغات بیش از حد در وبسایت‌ها ایجاد شده است.

الگوریتم رقص گوگل (Google Dance) ▶

تست و خطا با محتواها و سنجش رفتار مخاطب با آن





آستان بزرگانی، صنایع، معاون و کشاورزی
فرسان رضوی

الگوریتم موش کور (possum)

در این الگوریتم هر کاربر ممکن است براساس موقعیت جغرافیایی نتایج متفاوتی را مشاهده کند.

الگوریتم ضد اسپم (payday loan)

این الگوریتم بر روی تکرار بیش از حد کلمات کلیدی حساس است.

الگوریتم جعبه شنی (sandbox)

قرارگیری سایت ها در سندباکس، بررسی عملکرد آنها و پس از اطمینان نمایش عمومی



الگوریتم تازگی (freshness) ▶

این الگوریتم به دنبال محتواهای تازه انتشار یافته یا بروزرسانی شده است.

الگوریتم دزد دریایی (pirate) ▶

به دنبال جلوگیری از کپی شدن محتوای یک سایت در سایتهاهی دیگر بدون ذکر منبع است.

الگوریتم موبایل فریندلی ▶

نمایش نتایجی که برای دیوایس موبایل نیز بهینه شده‌اند.



الگوریتم گورخر (zebra) ▶

بهبود تجربه کاربردی در مشتریان یک فروشگاه اینترنتی ▶

الگوریتم hilltop ▶

این الگوریتم سعی می‌کند تا کلمات مرتبط با جستجو کاربر را به او نمایش دهد. ▶

الگوریتم نقل قول گوگل (Paraphrase) ▶

ترکیب نتایج گوگل ▶



با این همه الگوریتم گوگل چه کنم؟

رفتارهای گوگل برای کاربر چندان مشخص نیست ولی می‌توان با رعایت نکاتی در اکثر مواقع به آن بپردازیم. تیکه دلخواه رسید.

- | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| طول عمر دامنه | بهینه سازی تصاویر | نقشه سایت |
| ارتباط دامنه با موضوع فعالیت | محتوای سبز، غیرتکراری، غیر کپی | SSL |
| اعتبار دامنه | بروزرسانی محتوا | نرخ پرش، ترافیک |
| استفاده درست از کلمات کلیدی در محتوا | لينک های دریافتی | نام برنده |
| طول محتوا | عناصر چند رسانه‌ای | نویسنده شناخته شده |
| سرعت بارگذاری سایت | کیفیت لینکهای داخلی | پنالتی نشدن یا اسپم نبودن سایت |
| تجربه کاربری | خوانایی بالا | اور سئو نکردن |
| استفاده از AMP | ساختار URL | |



چطور وارد دنیای سئو بشویم؟

تعیین موضوع اصلی ▶

شناخت پرسونای مخاطبان ▶

تحلیل رقبا و بازار ▶

تحقیق کلمه کلیدی ▶

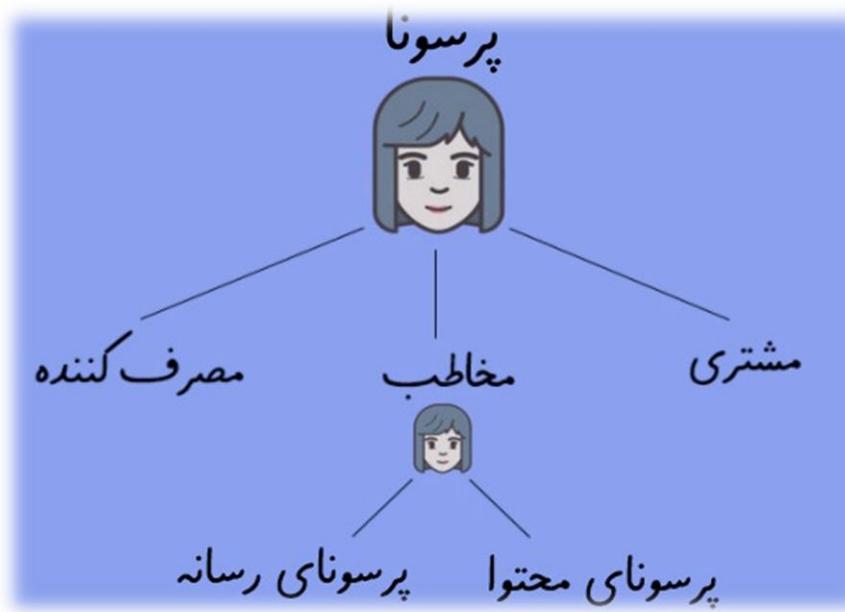
تولید محتوا ▶

سئو داخلی و خارجی ▶



شناخت پرسونای مخاطب

▶ پرسونا یک مدل ذهنی از یک مشتری با یک سری ویژگی‌های مشخص است. ویژگی‌های روانشناسی که یک پرسونا دارد به ما کمک می‌کند تا بتوانیم به شکل هدفمندتری بازاریابی سئو خود را



طرح ریزی کنیم.

▶ تولید محتوا و سئو

▶ تقسیم بندی مشتری

▶ تعیین نوع محصول



تمرین برای جلسه آینده: در ادامه موضوعی که در جلسه قبل برای کسب وکار خود تعیین کردید به شناسایی پرسوناهای مرتبط با خود بپردازید.

با پاسخ به سؤالات خود پرسونای مخاطب خود را بهتر بشناسید:

چه چیزی؟ ►

چه کسی؟ ►

چگونه؟ ►

چه زمانی؟ ►