

دوره آموزش بهینه سازی سایت (SEO)

مدرس: مسعود معاونی

آشنایی با الگوریتم‌های گوگل (مزرعه حیوانات گوگل)



چرا باید الگوریتم‌های گوگل را بشناسیم؟

- ▶ الگوریتم‌های گوگل نقشه راه برای رشد 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 نرم‌افزاری 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.

(در صورت نیاز در کلاس فایل سئو کلاه سفید و کلاه سیاه بررسی شود)

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

تاریخچه الگوریتم‌های گوگل



1998

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. ▶



الگوریتم پنگوئن ▶

در سال ۲۰۱۲ ارائه شد و به دنبال مبارزه با لینکسازی غیر طبیعی و جلوگیری از مزارع لینک و PBN های غیر استاندارد بود. ▶



▶ الگوریتم مرغ مگس خوار

▶ 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)

▶ تلاش برای بهبود سئو محلی و رشد کسب و کارها در منطقه خود

▶ 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



▶ الگوریتم موش کور (possum)

▶ در این الگوریتم هر کاربر ممکن است بر اساس 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 سایت‌های 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

▶ الگوریتم EEAT که مخفف چهار کلمه Experience یا همان تجربه، Expertise یا همان تخصص،

Authority یا همان اعتبار و Trust یا همان اعتماد است.

▶ الگوریتم HCU (محتوای مفید کاربر)

با این همه الگوریتم گوگل چه کنم؟

رفتارهای گوگل برای کاربر چندان مشخص نیست ولی می‌توان با رعایت نکاتی در اکثر مواقع به

نتیجه دلخواه رسید.

▶ نقشه سایت

▶ بهینه سازی تصاویر

▶ طول عمر دامنه

▶ SSL

▶ محتوای سبز، غیرتکراری، غیر کپی

▶ ارتباط دامنه با موضوع فعالیت

▶ نرخ پرش ، ترافیک

▶ بروزرسانی محتوا

▶ اعتبار دامنه

▶ نام برند

▶ لینک های دریافتی

▶ استفاده درست از کلمات کلیدی در

▶ نویسندگان شناخته شده

▶ عناصر چند رسانه‌ای

محتوا

▶ پنالتی نشدن یا اسپم نبودن سایت

▶ کیفیت لینک‌های داخلی

▶ طول محتوا

▶ اور سئو نکردن

▶ خوانایی بالا

▶ سرعت بارگذاری سایت

▶ تجربه کاربری

▶ ساختار URL

▶ استفاده از AMP

چطور وارد دنیای سئو بشویم؟

- ▶ تعیین موضوع اصلی
- ▶ شناخت پرسونای مخاطبان
- ▶ تحلیل رقبا و بازار
- ▶ تحقیق کلمه کلیدی
- ▶ تولید محتوا
- ▶ سئو داخلی، سئو فنی و سئو خارجی
- ▶ ..و

شناخت پرسونای مخاطب

▶ پرسونا یک مدل ذهنی از یک مشتری با یک سری ویژگی‌های مشخص است. ویژگی‌های روانشناختی

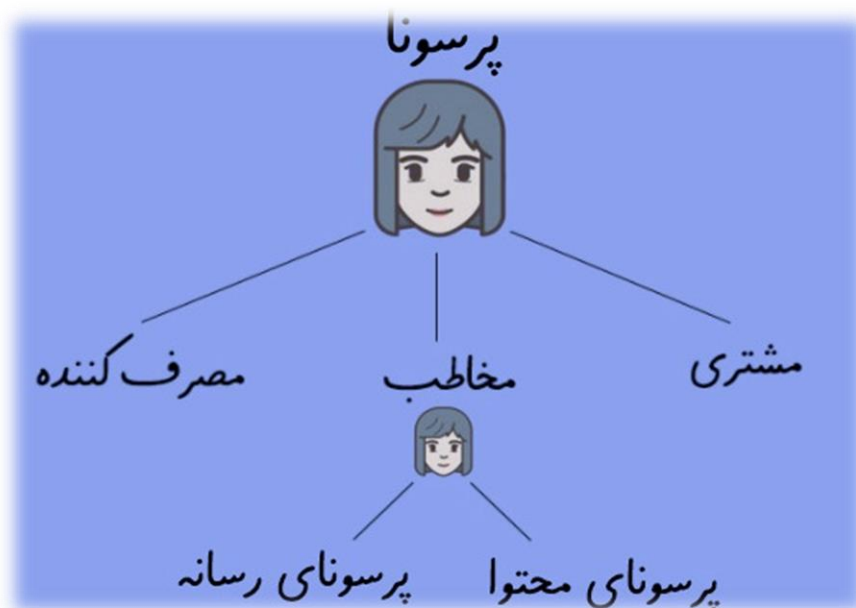
که یک پرسونا دارد به ما کمک می‌کند تا بتوانیم به شکل هدفمندتری بازاریابی سئو خود را

طرح‌ریزی 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 پرسوئاهای مرتبط با خود بپردازید.

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

▶ چه چیزی؟

▶ چه کسی؟

▶ چگونه؟

▶ چه زمانی؟