

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





# الگوریتم های گوگل ۲۰۲۰

- ۱۲ الگوریتم سند باکس گوگل SandBox دقیقا چیست ؟
- ۱۷ راه های خروج از لیست الگوریتم سند باکس گوگل
- ۱۸ چطور بفهمیم از الگوریتم سند باکس گوگل خارج شده ایم؟
- ۲۲ الگوریتم رنک برین گوگل RankBrain چیست ؟
- ۲۷ پارامترهای مهم الگوریتم رنک برین گوگل
- ۳۲ تاثیرات الگوریتم رنک برین گوگل بر روی SERP
- ۳۶ در گذشته جستجو در گوگل اینطوری بود
- ۳۸ الگوریتم مرغ مگس خوار چیست ؟
- ۴۰ الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل چگونه کار می کند؟
- ۴۴ تاثیر الگوریتم مرغ مگس خوار Hummingbird بر روی سئو سایت
- ۵۱ الگوریتم پنگوئن گوگل چگونه متولد شد ؟
- ۵۳ الگوریتم گوگل پنگوئن دقیقا چیست ؟
- ۶۲ چگونه جریمه الگوریتم پنگوئن گوگل را رفع کنیم ؟
- ۶۶ الگوریتم رقص گوگل یا گوگل دنس Google Dance چیست ؟
- ۶۷ الگوریتم رقص گوگل Google Dance چگونه عمل می کند ؟
- ۶۹ گوگل دنس و تاثیر آن بر نوسانات رتبه سایت



- ۷۴ الگوریتم پاندا گوگل چیست ؟
- ۷۸ فاکتورهای مهم الگوریتم پاندا گوگل
- ۸۲ چگونه تشخیص دهیم سایت توسط الگوریتم پاندا گوگل جریمه شده است ؟
- ۸۴ چگونه جریمه پاندا را رفع کنیم ؟
- ۸۶ الگوریتم کبوتر گوگل چیست ؟
- ۸۷ تغییرات جدید با الگوریتم کبوتر
- ۹۰ چگونه سایت را برای الگوریتم کبوتر بهینه کنیم ؟
- ۹۱ فاکتورهای مهم برای الگوریتم کبوتر گوگل
- ۹۶ الگوریتم گورخر چیست ؟
- ۹۷ چگونه سایت را برای الگوریتم گورخر گوگل سئو کنیم ؟
- ۹۸ فاکتورهای مهم بهینه سازی سایت برای الگوریتم گورخر
- ۱۱۲ چرا گوگل به جستجوهای موبایلی اهمیت می دهد؟
- ۱۱۳ تفاوت Mobile First Index و Mobilegeddon
- ۱۱۷ چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم First Index موبایل قرار می گیرند؟
- ۱۱۹ چگونه سایت را برای الگوریتم Mobile First Index آماده کنیم ؟
- ۱۲۷ الگوریتم Freshness گوگل چیست ؟



- ۱۲۸ چرا الگوریتم تازگی محتوا ساخته شد؟
- ۱۳۱ چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم تازگی محتوا قرار می گیرند؟
- ۱۳۳ چگونه سایت را برای الگوریتم Freshness بهینه کنیم ؟
- ۱۴۰ الگوریتم Pay Day Loan گوگل چیست ؟
- ۱۴۱ چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم ضد اسپم گوگل قرار می گیرند؟
- ۱۴۱ ورژن ۳ الگوریتم pay day loan گوگل
- ۱۴۲ چگونه سایتمان را برای الگوریتم مقابله با اسپم سئو کنیم ؟
- ۱۴۶ الگوریتم کافئین گوگل چیست ؟
- ۱۴۷ رابطه موتور جستجوی گوگل با تولید محتوا
- ۱۵۰ چرا الگوریتم گوگل کافئین منتشر شد؟
- ۱۵۵ تغییرات بعد از الگوریتم کافئین گوگل
- ۱۵۸ الگوریتم دزدان دریایی google pirate چیست ؟
- ۱۵۹ الگوریتم دزدان دریایی google pirate کدام سایت ها را جریمه می کند ؟
- ۱۶۱ الگوریتم Pirate کدام محتواها را از نتایج گوگل حذف می کند ؟
- ۱۶۷ چگونه با دزدان محتوا مقابله کنیم ؟
- ۱۷۲ الگوریتم فلوریدا Algorithm Florida چیست ؟



- ۱۷۳ متخصصین سئو درباره فلوریدا چه می گویند ؟
- ۱۷۵ چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم فلوریدا گوگل قرار می گیرند؟
- ۱۷۵ چگونه سایت را برای الگوریتم florida بهینه سازی کنیم ؟
- ۱۷۷ فاکتورهای مهم تولید محتوا برای جلب رضایت فلوریدا



**مقدمه**

داشتن یک سایت پرترافیک نیازمند رعایت اصول اساسی سئو سایت است. سئو سایت بهبود مجموعه ای از فرآیندهای قابل تعریف برای سایت است و به طور کلی از دو قسمت تشکیل می شود سئو داخلی سایت و سئو خارجی سایت. موتورهای جستجو برای رتبه بندی سایت ها از الگوریتم های مختلفی استفاده می کنند. برای تسلط به سئو و بالا آوردن سایت در گوگل هر شخصی که به دنبال علم سئو است ابتدا باید با الگوریتم های گوگل آشنا شود و سپس به دنبال تکنیک های حرفه ای سئو باشد.

در این کتاب الکترونیک سعی کرده ایم مهم ترین الگوریتم های گوگل را به صورت جامع بررسی کنیم و دلیل استفاده از هر کدام و نکات مهم مربوط به هر الگوریتم را ذکر کنیم تا وبمستران عزیز بتوانند با رعایت نکات مربوط به هر الگوریتم هر روز نتایج بهتری را از بهبود سئو سایت دریافت کنند.

این کتاب در ۱۴ فصل تدوین و گردآوری شده است. لطفا پس از مطالعه کتاب نظرات خود را با ما در میان بگذارید.

با تشکر از انتخاب شما آکادمی پایلاش

گرد آورنده رامین ابراهیمی





## چگونه هدایای خود را دریافت کنیم؟



اولین هدیه آکادمی پایلاش دوره آموزش تحقیق کلمات کلیدی پولساز است. (ارزش واقعی این دوره

۳۹۰۰۰۰ هزار تومان) است. اما شما می توانید همین حالا این پکیج ارزشمند را به صورت رایگان به

عنوان هدیه دریافت کنید. برای دریافت این پکیج ارزشمند مراحل زیر را انجام دهید:



۱: ابتدا عبارت ( آموزش سئو + پایلاش ) را در گوگل جستجو کنید.

۲: روی آدرس سایت کلیک کنید و وارد سایت شوید .

۳: در داخل سایت روی بنر زیر کلیک کنید تا به بخش دریافت هدیه هدایت شوید.



۴: در نهایت فرم دریافت هدیه را پر کنید تا بتوانید پکیج هدیه خود را دریافت کنید.

هدیه دوم یک کد تخفیف به ارزش ۵۰۰ هزار تومان است. شما می توانید همین حالا با شرکت در دوره

ی آموزش گوگل سرچ کنسول دو دوره ارزشمند زیر را به صورت هدیه دریافت کنید:

هدیه اول شرکت در دوره آموزش گوگل سرچ کنسول: دوره آموزش گوگل آنالیتیکس به ارزش ۳۹۰۰۰۰۰ هزار تومان.

هدیه دوم شرکت در دوره آموزش گوگل سرچ کنسول: دوره آموزش گوگل تگ منیجر به ارزش ۹۹۰۰۰ هزار تومان.



## جشنواره ویژه آکادمی پایلاش

با شرکت در دوره آموزش گوگل سرچ کنسول با ۴۴ درصد تخفیف  
دوره آموزش گوگل آنالیتیکس و تگ منیجر را به صورت رایگان هدیه بگیرید

**کد تخفیف : seco**

# فصل اول

الگوریتم سند باکس گوگل



شما با غریبه ها چطور رفتار می کنید؟ بدون شک رفتاری که با غریبه ها دارید همان رفتاری نیست که با دوستان صمیمی خود دارید. الگوریتم سند باکس گوگل Sandbox دقیقا همین رفتار را با سایت های تازه تاسیس دارد. روزانه تعدادی زیادی سایت در اینترنت راه اندازی شده و فعالیت خود را شروع می کنند پس گوگل در ماه های اول این سایت ها را در سند باکس یا اصطلاحا زمین بازی کودکان قرار می دهد تا از ادامه فعالیت این سایت ها مطمئن شود. شما هم هیچ وقت به غریبه ها در همان اول اعتماد نمی کنید!.

زمانی که ما در حال وب گردی در اینترنت هستیم سایت های جدید راه اندازی می شوند و گوگل مجبور است نحوه ی فعالیت این سایت ها را بررسی کند. بررسی این نوع سایت ها بر عهده ی داور سر سخت یعنی موتور جستجوی گوگل است. بسیاری از دوستان که سایتشان را راه اندازی می کنند و علمی از سئو سایت ندارند همیشه این سوال برایشان مطرح است که چرا صفحات سایت ما در نتایج جستجو نمایش داده نمی شود؟

اگر این سوال برای شما هم پیش آمده و شما هم سایت جدیدی راه اندازی کرده اید ما به شما کمک می کنیم تا با راه کارهای خروج از سند باکس آشنا شوید. با توجه به اینکه تعداد سایت های جدید که در روز راه اندازی می شوند بسیار زیاد است گوگل ناچار است سایت های جدید را از سایر سایت ها تفکیک کند تا بهترین نتیجه را به کاربران خود نمایش دهد در حقیقت الگوریتم سند باکس



گوگل یا کیسه شنی گوگل به نوعی یک فیلتر است که سایت های جدید را از سایت های قدیمی جدا کرده و به بررسی این سایت ها می پردازد.

## الگوریتم سند باکس گوگل SandBox دقیقا چیست ؟

الگوریتم سند باکس گوگل یا کیسه شنی گوگل در واقع یک تئوری تجربی است! حقیقت این است که برخلاف الگوریتم هایی مثل پاندا و پنگوئن مدیران گوگل هیچ گاه وجود آن را تأیید یا تکذیب نکرده اند. آن طور که از عملکرد الگوریتم سند باکس مشخص است این الگوریتم رابطه ی خوبی با سایت های تازه تاسیس ندارد و اصلا دوست ندارد این سایت ها رتبه بگیرند.

بر اساس تجربیات سئو کاران شاید شنیده باشید که گفته می شود حداقل زمان برای سئو یک سایت ۶ ماه است و در طول این ۶ ماه نباید انتظار هیچ پیشرفتی داشت! حقیقت این است گوگل اصلا دوست ندارد فریب بخورد چرا که اگر نتایج نا مرتبگی به جستجوگران نمایش دهد آنها بی خیال گوگل می شوند و از آنجا که گوگل نیز یک کسب و کار محسوب می شود لذا دوست ندارد مخاطبان خود را در این بازی پر رقابت از دست دهد.

شاید هدف اصلی از پیاده سازی الگوریتم سند باکس گوگل مبارزه با سایت های اسپم باشد . سایت هایی که دقیقا هر کاری می کنند تا در کمترین زمان ممکن به رتبه های بهتر گوگل دست یابند و

گوگل اصلاً این مورد را دوست ندارد و دیر یا زود این سایت ها از لیست نتایج حذف خواهند شد. پس گوگل در ابتدا سایت ها را فیلتر می کند تا اگرهم سایت هایی با تکنیک های فریبنده خواستند گوگل را گول بزنند توسط الگوریتم سند باکس گوگل شناسایی شوند.

بقول Michael Gray سند باکس گوگل چیزی نیست که از آن فراری باشیم. بلکه می بایست با اشتیاق به داخل آن برویم. در واقع این کیسه ، کیسه اعتماد است. اگر وارد آن نشوید پروسه سئو شما استارت نخورده است.

اگر سایت جدیدی راه اندازی کرده اید و رتبه خوبی برای کلمات کلیدی نگرفته اید اصلاً نگران نباشید چرا که شما در سند باکس گوگل هستید در طول این مدت گوگل سایت شما را بررسی می کند تا بتواند به سایت شما اعتماد کند و به نوعی حکم آزادی سایت شما را صادر کند. گوگل سندباکس به خوبی علت پیشرفت کند و بسایت های جدید را توضیح می دهد.

این الگوریتم تا مدتی (معمولاً بین ۱ تا ۶ ماه) بعد از راه اندازی دامنه جدید وب سایت شما را در سند باکس گوگل قرار می دهد تا در این مدت از کیفیت محتوا و زمینه اصلی کار شما مطمئن شود. در این مدت شما نمی توانید در هیچ کلمه ارزشمندی جایگاه بگیرید چراکه هنوز در سند باکس هستید. باید به این نکته توجه کنید که رتبه نگرفتن سایت شما به دلیل جریمه شدن سایت نیست بلکه به این



دلیل است که فعلا شما در لیست الگوریتم سند باکس گوگل هستید. سعی کنید در طول شش ماه ساختار اصلی سایت خود و زمینه فعالیت خود را به صورت کامل به گوگل معرفی کنید.

### چرا نام این الگوریتم SandBox است؟

نام سند باکس گوگل یا کیسه شن الهام گرفته از بازی کودکان خردسال از بازی با شن در ساحل دریا است. فرض کنید با فرزند خرد سال خود برای تفریح به ساحل دریا می روید و دوست دارید فرزند شما در ساحل دریا مشغول بازی شود اما یک نگرانی به وجود می آید اگر موج های دریا در حد بسیار کمی خروشان شوند بدون شک برای کودک خردسال شما خطر آفرین خواهد بود!

پس راهکار چیست چه کاری انجام دهیم تا کودکمان از بازی در ساحل دریا لذت ببرد و بتواند طبیعت ساحل و دریا را لمس کند؟ بهترین کار این است که او را در یک جعبه شنی قرار دهید تا حس و حال بازی در ساحل دریا برای او زنده شود، و در عین حال او را از خطر محفوظ نگه دارید. گوگل هم در دریای پر فراز و نشیب اینترنت، شما را به حال خود رها نمی کند بلکه باید مدتی را در جعبه شنی او بازی کنید.



## آیا Sandbox برای همه سایتها فعال می شود؟

با توجه به اینکه الگوریتم سند باکس گوگل یک الگوریتم تئوریک است و عده زیادی حتی از وجود آن بی خبر هستند. دلیل این نا آگاهی آن است که جعبه شنی گوگل ممکن است برای همه سایتها فعال نشود. از طرفی بسیاری از سایت های تازه ساخته شده همچنان شانس جذب بازدیدکننده از طریق صفحه نتایج را دارند ولی این پیشرفت به قدری کند اتفاق می افتد که ممکن است اصلاً به چشم نیاید.

## در حالت کلی سند باکس در ۳ حالت زیر اتفاق می افتد:

- سند باکس گوگل اصلاً برای سایت شما فعال نشود.
- روند قرار گرفتن شما در سند باکس خیلی آهسته باشد، به طوری که متوجه آن نشوید.
- به طور ناگهانی و به یکباره در سند باکس قرار بگیرید و متوجه سند باکس بودن سایت بشوید.

## چطور بفهمیم که سایت ما در سند باکس گوگل قرار دارد یا نه؟

متأسفانه چون گوگل در مورد الگوریتم سند باکس چندان با ما رو راست نبوده نمی توانیم اظهار نظر دقیقی در مورد ابعاد و عملکرد آن داشته باشیم. حتی نمی توانیم بگوییم که همه سایت ها از زیر

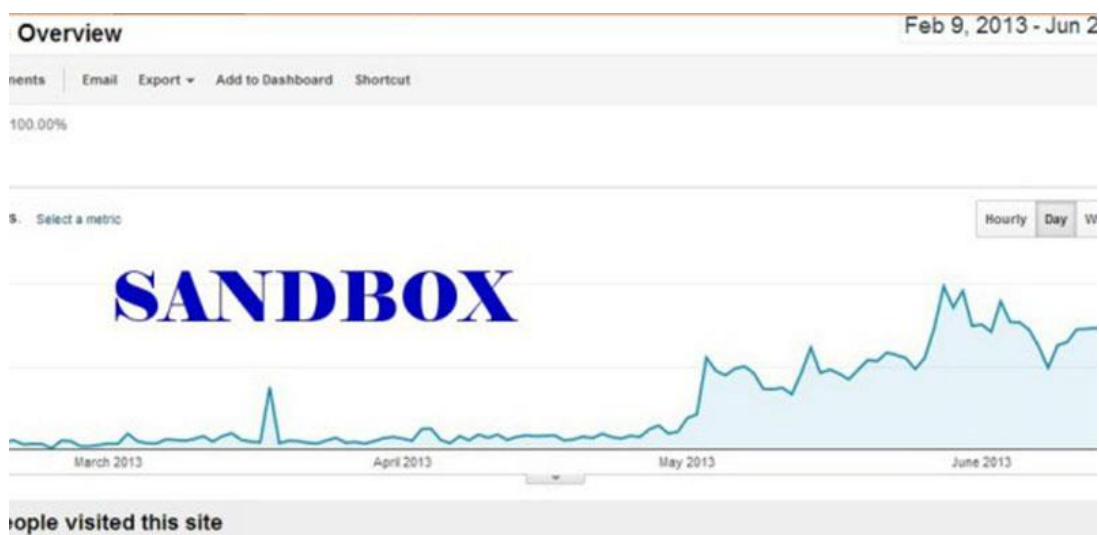




دست سند باکس رد می شوند یا نه! پس پاسخ به سوال بالا هم قطعیتی ندارد. اما روشی که تا حدودی راهنمای کار سئوکاران در تشخیص سند باکس بودن وب سایت می باشد ، بررسی نمودار رشد سایت از طریق نمودار گوگل سرچ کنسول است که اگر یک رشد ناگهانی داشته باشد ، نشان از خروج سایت از لیست الگوریتم سند باکس گوگل است.

اگر در ابتدای فعالیت سایت گوگل صفحات زیادی از سایت شما را ایندکس کرده ولی در عبارات مورد نظر خود جایگاه خوبی ندارید احتمالاً در سند باکس قرار گرفته اید و بهتر است فعلاً شن بازی کنید!

معمولاً هرچقدر از زمان راه اندازی سایت شما می گذرد وضعیت کسب جایگاه در کلمات کلیدی هدف بهبود می یابد و شما یک روند صعودی با شیب کم را مشاهده خواهید کرد. خروج از سند باکس گوگل را می توان با یک جهش چشمگیر در آمار بازدید و رتبه سایت در کلمات مهم شناسایی کرد. نمودار زیر نشان دهنده یک سایت است که موفق به خروج از سندباکس شده است.



## راه های خروج از لیست الگوریتم سند باکس گوگل

بدون شک خروج از لیست الگوریتم سند باکس گوگل برای هر سایت جدید بسیار شیرین خواهد بود چون دیگر می تواند شاهد پیشرفت سایت خود و جذب مخاطب هدفمند باشد. اما در صورتی که سایت شما با یک دامنه تازه ثبت شده ، نباید به این زودی ها انتظار دیدن سایت خود در صفحه نتایج را داشته باشید. در بسیاری از موارد حدود ۳ تا ۶ ماه طول می کشد که گوگل سایت شما را معتبر بداند و از جعبه شنی آزادتان کند در طول این مدت شما شاهد پیشرفت خیلی کم سایتتان خواهید بود اما بعد از این مدت اگر موفق به خروج از سند باکس گوگل شوید جهش چشمگیری در سایت مشاهده خواهید کرد.

پس در مدت زمان ۳ تا ۶ ماهی که مهمان گوگل هستید سعی کنید به بهترین شکل فعالیت خود را برای گوگل اثبات کنید شاید بتوانید حتی در مدت ۲ ماه از لیست الگوریتم سند باکس گوگل خارج شوید.

## راه کارهای زیر در این مورد به شما کمک بزرگی می کنند:

- ارائه محتوای جدید ، مفید و کاربر پسند به مخاطبان سایت
- اشتراک گذاری محتواها در شبکه های اجتماعی برای سوشال سیگنال



- لینک سازی داخلی به صورت کاملا هدفمند
- استفاده بهینه از کلمات کلیدی
- استفاده از کلمات کلیدی دنباله بلند به جای کلمات کوتاه
- استفاده از سئو کلاه سفید در طول حداقل ۳ ماه
- بروز رسانی منظم سایت
- افزایش درگیری کاربران با سایت برای کاهش نرخ خروج
- عدم دریافت بک لینک های فالو حداقل تا ۲ ماه
- شروع لینک بیلدینگ از ماه سوم
- استفاده از کلمات کلیدی کم رقابت (بسیار مهم)

انجام دادن فرایندهای فوق الزاما شما را از لیست الگوریتم سند باکس گوگل خارج نمی کند بلکه به گوگل کمک می کند تا ماهیت سایت شما را بهتر و سریعتر مورد ارزیابی قرار دهد.

### چطور بفهمیم از الگوریتم سند باکس گوگل خارج شده ایم؟

همانطور که قبلا گفتم ساده ترین راه برای اطمینان از اینکه از لیست الگوریتم سند باکس گوگل خارج شده اید فقط بررسی نمودار گوگل سرچ کنسول است. نکته ی دیگری که در مورد الگوریتم سند باکس



گوگل باید بداند این است که اگر یک بار وارد سند باکس شوید و موفق به خارج شدن از آن شوید دیگر هیچ گاه وارد آن نخواهید شد.

اگر به هر دلیلی بعد از خروج از الگوریتم سند باکس سایت شما دچار افت رتبه یا افت بازدید شد این مورد ربطی به سند باکس گوگل ندارد و احتمالاً سایت شما توسط سایر الگوریتم های گوگل جریمه شده است که باید ابتدا جریمه ها را رفع کنید **در حالت کلی کار درست جریمه ندارد** پس با سئو اصولی هم پیشرفت دائمی داشته باشید هم از نگرانی جریمه شدن به دور باشید.



# فصل دوم

## الگوریتم رنگ برین گوگل



گوگل برای مرتب سازی نتایج جستجو از یک سیستم هوش مصنوعی و تکنیک های یادگیری ماشین به نام **RankBrain** استفاده می کند. با توجه به اینکه مدت زمان زیادی نیست که الگوریتم رنک برین گوگل معرفی شده است اما تمام صاحبان و مدیران سایت و دارندگان کسب و کار اینترنتی از تاثیرات الگوریتم رنک برین بر روی رتبه سایت ها در موتورهای جستجو نگرانند.

اگر شما در حال کار بر روی سئو سایت خود یا سئو سایت مشتریتان هستید باید خودتان را برای الگوریتم رنک برین آماده کنید چرا که خود گوگل صراحتاً اعلام کرده است که رنک برین سومین فاکتور رتبه بندی سایت ها است و روز به روز به اهمیت آن در موتور جستجوی گوگل افزوده می شود.

الگوریتم RankBrain وظیفه دارد بر اساس عباراتی که کاربران در موتور جستجوگر گوگل جستجو می کنند مفهوم اصلی جستجو را درک کند و بهترین نتیجه را بر اساس تطابق مفهوم و کلمه مورد نظر به کاربر نشان دهد.

در نهایت گوگل بر اساس رفتار کاربران نتایج جستجو را بهینه سازی می کند. در طول سال های مختلف الگوریتم های مختلفی از طرف گوگل برای بهینه سازی نتایج جستجو پیاده سازی شدند که



هر یک از این الگوریتم های گوگل وظیفه ی خاصی را بر عهده دارند تا در نهایت گوگل بتواند بهترین نتیجه را نمایش دهد.

با توجه به اینکه در ابتدای پیاده سازی الگوریتم های گوگل توجه ویژه ای بر کلمات کلیدی و نحوه پخش شدن آن ها در صفحات اینترنتی شده بود مدیران سایت سعی داشتند با استفاده از همین مفهوم و پخش کلمات کلیدی در صفحات اینترنتی به ویژه مقالات سایت و بالا بردن **چگالی کلمات کلیدی** رتبه های بهتری در گوگل کسب کنند.

علی رغم دریافت رتبه های بهتر برای صفحات مشکلی پیش می آمد و آن عدم رضایت کاربران از محتوای بی کیفیت بود!!! همین مسئله موجب ظهور و پیدایش الگوریتم رنک برین گوگل شد و هدف اصلی الگوریتم رنک برین گوگل این بود که صفحات را بر اساس مفهوم مورد جستجو شناسایی کرده و نتیجه را به کاربران نمایش دهد. در حقیقت الگوریتم رنک برین گوگل باعث شد تا مفهوم کلمه کلیدی جایگزین خود کلمه کلیدی شود.

## الگوریتم رنک برین گوگل RankBrain چیست ؟

الگوریتم RankBrain نامی است که شرکت گوگل برای سیستم هوش مصنوعی و تکنیک های یادگیری ماشینی (ماشین لرنینگ) جهت کمک به پردازش نتایج جستجوی خود استفاده می کند و



توسط گوگل و بلومبرگ تایید شده است. در اکتبر سال ۲۰۱۵ شرکت گوگل به صورت رسمی الگوریتم رنگ برین را معرفی کرد که در عمل یک الگوریتم کمکی برای الگوریتم مرغ مگس خوار است.

الگوریتم رنگ برین برای پیدا کردن مطالب و موضوعات مرتبط و بیشتر برای نمایش های خاص و کلمات کلیدی طولانی و دریافت مفهوم و معنای جملات استفاده می شود. الگوریتم های یادگیری ماشین به بررسی و تحلیل داده های موجود می پردازند و با استفاده از هوش مصنوعی سعی در آموزش و یادگیری از نتایج و آزمایش های خود دارند.

### الگوریتم مرغ مگس خوار چیست ؟

با توجه به پخش بیش از حد کلمات کلیدی در محتواهای تولیدی توسط وب مستران گوگل کم کم به این نتیجه رسید که مدیران سایت اصلا توجهی به کیفیت و ماهیت اصلی محتوا ندارند و صرفا با پخش بیش از اندازه کلمات کلیدی فقط می خواهند جایگاه بهتری کسب کنند از این رو در ۲۰ آگوست سال ۲۰۱۳ گوگل الگوریتم دیگری را برای بهبود موتور جستجوی خود و تکمیل دو الگوریتم قبلی (پاندا و پنگوئن) معرفی کرد که مرغ مگس خوار یا **Hummingbird** نام گرفت.

دلیل اینکه نام مرغ مگس خوار برای این الگوریتم انتخاب شده، “سرعت و دقت” آن است. الگوریتم مرغ مگس خوار با دقت و سرعت بالایی کلمات را بررسی می کند و مترادف آن ها را تا حد زیادی





می‌شناسد. مگس خوار در حالی که نزدیک ترین نتایج را به شما نشان می‌دهد، صفحاتی را هم که بیش از حد از کلمات کلیدی استفاده کرده‌اند و محتوای درست و حسابی ندارند جریمه می‌کند.

## الگوریتم رنک برین گوگل RankBrain چگونه کار می‌کند؟

- درک عبارات جستجو (کلمات کلیدی)
- بررسی رفتار کاربر در قبال نتایج مختلف (رضایت کاربران)

بهتر است بدانید قبل از معرفی الگوریتم رنک برین گوگل تیم فنی گوگل با استفاده از یک الگوریتم ریاضی نتایج جستجو را رتبه بندی می‌کرد. این الگوریتم ریاضیاتی صرف نظر از بروزرسانی‌های دوره‌ای روندی ثابت و همیشگی داشت در صورتی که الگوریتم رنک برین دائماً در حال تغییر و یادگیری است.

توجه به همین اصل باعث می‌شود تا با استفاده از الگوریتم Rankbrain نتیجه ای به جستجوگران نمایش داده شود که بیشترین شباهت را با عنوان و مفهوم کلمه داشته باشد. بر اساس گفته های رسمی گوگل الگوریتم رنک برین وظیفه پاسخ‌دهی به **۱۵ درصد از کل جستجوهای آنلاین** را بر عهده دارد و از مهم‌ترین سیگنال‌های تعیین‌کننده جایگاه و رتبه بندی سایت هاست.



در حال حاضر الگوریتم رنک برین گوگل سومین عامل تاثیرگذار در تعیین نتایج و پاسخ به درخواست جستجوی کاربر و رتبه بندی سایت ها است.

## درک عبارات جستجو توسط رنک برین

تا چند سال پیش گوگل یک مشکل خیلی بزرگ داشت، ۱۵ درصد از عبارات ها تا به حال در گوگل جستجو نشده بودند. ۱۵ درصد به نظر خیلی عدد بزرگی نمی آید، اما وقتی صحبت از میلیاردها جستجو می شود ۴۵۰ میلیون عبارات روزانه گوگل را گیج می کردند. پیش از رنک برین، گوگل تمام صفحات را بدنال همان عبارت جستجو شده می گشت. اما از آنجایی که این کلمات کلیدی کاملاً تازه بودند گوگل هیچ سرنخی از هدف کاربر جستجو کننده نداشت.

الگوریتم رنک برین با استفاده از هوش مصنوعی حجم بالایی از داده ها را به بردارهای قابل درک برای رایانه تبدیل می کند و زمانی که کلمه یا عبارتی را مشاهده کند که با آن آشنایی ندارد، شروع به حدس زدن در مورد آن کلمه و یا عبارات مشابه با آن می کند الگوریتم رنک برین گوگل به کلمات موجود در جستجوی کاربر دقت می کند و به تفسیر مفاهیم کلمات می پردازد.



الگوریتم رنک برین با بررسی منطقه جغرافیایی کاربر، تاریخچه جستجو، علایقی که کاربر در گذشته از خود نشان داده (از طریق کوکی های مرورگر شما و دسترسی گوشی هوشمند) و حدوداً ۲۰۰ عامل دیگر به رتبه بندی نتایج جستجو برای نمایش در صفحه اول گوگل می پردازد.

### اندازه گیری رضایت کاربران پس نمایش نتایج جستجو

عملکرد الگوریتم رنک برین گوگل فقط محدود به شناسایی مفهوم مورد نظر کاربر نمی شود بلکه پس از نمایش نتایج جستجو نیز الگوریتم رنک برین گوگل سعی می کند تا میزان رضایت کاربر از آنچه نمایش داده شده است را بررسی کند. در واقع رفتار کاربر در صفحه نتایج جستجو به این الگوریتم کمک می کند تا درک بهتری از مفهوم مورد نظر او داشته و رتبه بندی نتایج جستجو را بر همین اساس تعیین نماید. زمانیکه جستجویی در گوگل انجام می شود الگوریتم رنک برین شروع به بررسی رفتار کاربر و جایگاه صفحات می کند.

در این فرآیند عبارت جستجو شده ، مشخصات کاربر و نتایج نمایش داده شده توسط گوگل ذخیره می شود. در قدم بعدی سایت هایی که توسط کاربر انتخاب می شوند زمان حضور کاربر در هر یک از آنها بررسی شده و در نهایت میزان رضایت از این صفحات سنجیده می شود. رفتار یک کاربر به تنهایی مورد نظر گوگل نیست بلکه همین فرآیند برای هزاران کاربر دیگر تکرار شده و براساس اطلاعات جمع آوری شده در مورد تغییر رتبه بندی نتایج تصمیم گیری می شود.



## عوامل مهم برای الگوریتم رنک برین گوگل RankBrain

- نرخ کلیک CTR
- Dwell time
- نرخ پرش Bounce rate

## پارامترهای مهم الگوریتم رنک برین گوگل

شناخت صحیح و دقیق الگوریتم رنک برین گوگل به متخصصان سئو و مدیران سایت ها کمک می کند تا استراتژی های مناسبی را بر کسب جایگاه های بهتر تدوین کنند در ادامه به بررسی چند فاکتور مهم می پردازیم که می توانند بر روی عملکرد الگوریتم رنک برین گوگل تاثیر داشته باشند.

- پاسخ گویی به سوالات کاربران
- ساده نویسی با رعایت اصول نگارشی
- بررسی رضایت کاربران از محتوای صفحه
- سئو داخلی سایت با لینک سای داخلی
- پارامترهای مهم کاربران قبل از ورود به صفحه
- رضایت کاربران در هنگام جستجو

## پاسخ گویی به سوالات کاربران

با توجه به اینکه در چند سال اخیر اهمیت تولید محتوای با کیفیت برای گوگل بسیار مهم شده است لذا تمام مدیران سایت باید برنامه ی مناسبی برای تولید محتوای با کیفیت داشته باشند . با استفاده از استراتژی بازاریابی و تولید محتوا و همچنین رعایت ماهیت مفهوم کلمات کلیدی در محتوا همچنین در اولویت قرار دادن تولید محتوا برای کاربران نه موتورهای جستجو ، صاحبان سایت ها می توانند رتبه های بسیار خوبی در گوگل کسب کنند.

وقتی سخن از تولید محتوا است منظور محتوای با کیفیت است نه تعداد محتوا پس **کیفیت را فدای کمیت نکنید**. همانطور که از تیترا این بخش مشخص است الگوریتم رنک برین گوگل سعی دارد بخشی از عملکرد خود را برای پاسخ گویی به سوالات کاربران اختصاص دهد و درک همین موضوع خود یکی از بزرگترین نکات سئو و تولید محتوا است .

تولید محتوا باید هدف محور باشد و سعی کند یکی از نیازهای کاربران را پاسخ دهد. محتوای شما باید طوری نوشته شود که کاربر را تحت تاثیر قرار دهد و به هدف اصلی تولید محتوا یعنی تعامل کاربر با سایت و همچنین علاقه مند کردن کاربر به سایت کمک کند. لذا انتخاب موضوعات مناسب



برای تولید محتوا بر اساس نیاز کاربران می تواند به این امر کمک بزرگی کند. تمامی این عوامل در عملکرد رنک برین گوگل بسیار مهم هستند و رعایت آن ها به بهبود رتبه گوگل کمک می کند.

## ساده نویسی با رعایت اصول نگارشی

یکی از بزرگترین اشتباهات در تولید محتوا رعایت نکردن اصل ساده نویسی است! به این نکته حتما توجه کنید شما محتوا را برای کاربران تولید می کنید نه گوگل! اگر این اصل را رعایت نکنید محتوای شما برای کاربران زنده خواهد بود و همین موضوع باعث **افزایش نرخ پرش** یا بانس ریت سایت می شود. هر چقدر محتوای شما ساده باشد حتی کاربران مبتدی نیز به راحتی با محتوای شما ارتباط برقرار می کنند.

استفاده از فهرست بندی اصولی، تگ های H1 تا H6، انتخاب عنوان جذاب، رعایت طول محتوا (توصیه می شود بیشتر از ۱۵۰۰ کلمه باشد) استفاده مناسب از کلمات کلیدی و مفهوم آن ها و درحالت کلی رعایت سئو محتوا می تواند در عملکرد الگوریتم رنک برین گوگل بسیار موثر باشد.



## بررسی رضایت کاربران از محتوای صفحه

در تولید محتوا سعی کنید به صورت دوره ای رضایت کاربران را اندازه گیری کنید مثلا تعداد نظرات یک مقاله یا امتیازاتی که کاربران برای آن مقاله در نظر می گیرند و میزان اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی می تواند جز پارامترهای رضایت کاربران باشد. الگوریتم رنک برین به صورت دوره ای رضایت کاربران را مورد بررسی قرار می دهد و اگر بتوانید کاربران را راضی نگه دارید نتیجه ی بسیار خوبی از الگوریتم رنک برین دریافت می کنید.

## سئو داخلی سایت با لینک سای داخلی

یکی از روش های گوگل برای درک ارتباط میان صفحات سایت لینک های داخل سایت هستند که با استفاده از **انکر تک ست** به دیگر صفحات لینک شده اند. با توجه به اینکه یکی از اصول اساسی الگوریتم رنک برین گوگل شناسایی مفهوم صفحات است پس باید به این نکته توجه داشت که صفحات مرتبط به هم را با استفاده از انکر تک ست به یکدیگر لینک کنیم. برای این کار بهتر است کلمات **LSI** کلمه کلیدی را نیز در محتوای خود پخش کنید.

## پارامترهای مهم کاربران قبل از ورود به صفحه

علاوه بر پارامترهای گفته شده در بخش قبلی پارامترهایی هم وجود دارند که قبل از ورود کاربران به صفحات سایت شما توسط الگوریتم رنک برین گوگل بررسی می شوند. مثلا فرض کنید کاربری با استفاده از گوشی هوشمند در حال جستجو در گوگل است بدون شک گوگل نتایجی را به این کاربر نمایش می دهد که کاملا برای موبایل بهینه شده باشند .

بر اساس الگوریتم **FirstMobile** گوگل نتایجی را لیست می کند که با نسخه های موبایل سازگاری کامل داشته باشند و اصطلاحا سایت ریسپانسیو باشد. پس از نمایش سایت پارامترهای مانند سرعت لود صفحه ، رعایت استانداردهای کدنویسی ، طراحی تجربه کاربری و رابط کاربری نیز توسط گوگل بررسی می شود.

## رضایت کاربران در هنگام جستجو

یکی دیگر از پارامترهایی که در نتایج جستجو بسیار مهم و تاثیر گذار است رضایت کاربران در هنگام جستجو است . کاربران از بین نتایج لیست شده کدام را انتخاب می کنند؟ این مفهوم بسیار کلیدی است و بخصوص در رتبه های اول برای کلمات کلیدی دشوار بدون رعایت این پارامتر تحت هیچ شرایطی نمی توانید جایگاه خود را تثبیت کنید زیرا که رتبه گرفتن بسیار سخت و ماندن در همان رتبه بسیار سخت خواهد بود.





این مفهوم را تحت عنوان نرخ کلیک یا **CTR** می شناسیم و در حالت کلی روی **عنوان مقاله** یا **صفحات** معنی پیدا می کند ، یعنی شما باید عنوان صفحه را در حدی جذاب بنویسید که کاربران از بین لیست نتایج صفحه شما را انتخاب کند. پس با توجه به گفته ها فوق زمان حضور در سایت نیز باید مهم باشد . دو گزینه **CTR** و **زمان حضور در سایت Dwell Time** برای الگوریتم رنک

برین گوگل بسیار مهم هستند. برای اندازه گیری این پارامترها و بهبود آنها توصیه می کنم حتما گوگل آنالیز را بر روی سایت خود فعال کنید.

## تاثیرات الگوریتم رنک برین گوگل بر روی SERP

تا اینجا نحوه عملکرد الگوریتم رنک برین گوگل را بررسی کردیم و می دانیم گوگل بر اساس جمع آوری اطلاعات ذکر شده سایت ها را رتبه بندی می کند .



## الگوریتم رنک برین گوگل چه تاثیری در نمایش نتایج گذاشته است.

- باکس محتوایی یا featured snippets
- مردم همچنین می پرسند People also ask
- مردم همچنین جستجو می کنند برای People also search for

### باکس محتوایی یا featured snippets

شاید برای شما هم اتفاق افتاده باشد زمانی که کلمه ای را در گوگل جستجو می کنید یک باکس محتوایی توسط گوگل به شما نمایش داده می شود که معمولاً پاسخ سؤال کاربر به صورت لیست در آن وجود دارد. به این قابلیت featured snippet یا رتبه • گوگل گفته می شود.

معمولاً گوگل برای جستجوهای که حالت سؤالی دارند از نمایش موقعیت صفر استفاده می کند. معمولاً سایت هایی در این بخش قرار می گیرند که اعتبار بالایی داشته باشند. این بخشی از عملکرد گوگل بر اساس اطلاعات جمع آوری شده از الگوریتم رنک برین گوگل است.

## مردم همچنین می پرسند **People also ask**

در بسیاری از جستجوها که مفهوم آنها پرسش یک سوال است، یک باکس متفاوت به کاربران نمایش داده می شود که شامل جستجوهای مرتبط با موضوع مورد نظر شماست. با انتخاب هر یک از آنها محتوایی کوتاه از پاسخ به همان سوال و یک لینک برای اطلاعات بیشتر نمایش داده می شود که این مورد نیز از تاثیرات الگوریتم رنک برین گوگل می باشد.

## مردم همچنین جستجو می کنند برای **People also search for**

بعضی وقت ها برای جستجوی یک عبارت گوگل در زیر صفحه بندی نتایج کلمات دیگری را لیست می کنند **تحت عنوان مردم همچنین جستجو می کنند برای ...** که این بخش هم از تاثیرات الگوریتم رنک برین گوگل است و به جستجوی معنایی و مشابه با کلمه مورد جستجو بر اساس تجربه های سایر کاربران اشاره می کند. این مورد به خصوص زمانی اتفاق می افتد که شما یکی از نتایج را انتخاب کنید و مجدداً به صفحه نتایج گوگل باز گردید.

در این حالت الگوریتم رنک برین گوگل متوجه شده است که شما با مراجعه به آن صفحه پاسخ نهایی خود را دریافت نکرده اید (**افزایش نرخ پرش و افت رتبه سایت!!!**) و نیازمند جستجوهای دقیق تری هستید. در نتیجه براساس عبارتی که جستجو کرده بودید و صفحه ای که انتخاب کردید گزینه های جدیدی را به شما پیشنهاد می کند.



# فصل سوم

الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل



الگوریتم مرغ مگس خوار به احتمال زیاد آینده سئو را تغییر خواهد داد. وقتی در ماه سپتامبر الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل رسماً اعلام شد. **مت کات** اعلام کرد که این الگوریتم روی **90% جستجو ها** تقریباً چیزی بیش از **3.5 میلیارد** تاثیر خواهد گذاشت. الگوریتم های گوگل روز به روز هوشمند تر می شوند و روز به روز کار سئو بر روی سایت پیچیده شده و به معنای واقعی خود نزدیک می شود.

در حال حاضر همین الگوریتم ها عملکرد موتور جستجوی گوگل را تشکیل داده اند و جزء الگوریتم های پایه ای گوگل محسوب می شوند. قصد داریم کمی به گذشته برگردیم و ببینیم چگونه در گذر زمان جستجو در گوگل دچار دگرگونی شده و گوگل چگونه به این دگرگونی ها پاسخ داده است. در ادامه با الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل یا **hummingbird algorithm** آشنا می شویم و سعی می کنیم استانداردهای این الگوریتم را بازگو کنیم.

## در گذشته جستجو در گوگل اینطوری بود

شاید برای شما هم در گذشته اتفاق افتاده باشد که مثلاً کلمه آموزش ایروبیک را در گوگل جستجو کرده باشید و گول نیز نتایجی را به شما نمایش داده باشد. اما زمانی که روی اولین نتیجه گوگل کلیک کرده اید دقیقاً با یک صفحه بی محتوا یا به درد نخور روبه رو شده اید. یا مثلاً وقتی وارد سایتی شده اید با تبلیغات سرسام آور به صورت پاپ آپ روبه رو شده اید، **حال سوال اینجاست این سایت ها چگونه در رتبه اول گوگل قرار داشتند؟**



ماجرا از این قرار است تا قبل از الگوریتم های گوگل همچون الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل ، مدیران سایت ها با پخش فله ای کلمات کلیدی و گرفتن بک لینک های اسپم (یکی از تکنیک های سئو کلاه سیاه) برای آن صفحه به رتبه ی اول گوگل هدایت می شدند و این مورد در آن زمان یکی از ضعف های گوگل بود!!!

خوب از آنجایی که دور زدن گوگل به این راحتی ها نبود و گوگل هم بهتر از این مدیران فکر می کرد شروع به آپدیت الگوریتم ها و ارائه الگوریتم های جدید کرد کار اصلی این الگوریتم ها این بود که سایت های متخلف را شناسایی و از لیست نتایج حذف کند.

در راستای رسیدن به این هدف گوگل اولین الگوریتم خود را الگوریتم پاندای گوگل نامگذاری کرد . هدف اصلی این الگوریتم بررسی کیفیت محتوا بود و در حال حاضر این الگوریتم محتوای کپی را نیز بررسی می کند و اگر سایتی محتواهای دیگر سایت ها را کپی کند سرو کارش با عمو پاندا خواهد بود.

الگوریتم دیگری که بعد از پاندا گوگل معرفی شد الگوریتم پنگوئن بود . کار اصلی الگوریتم پنگوئن مبارزه با سایت هایی بود که با ساخت بک لینک های اسپم سعی داشتند طی یک هفته در صفحه اول و رتبه اول گوگل قرار بگیرند. و بازی از همین جا برای گوگل شروع شد سایت هایی با محتوای بی کیفیت و به در نخور در صفحه اول گوگل جا خشک کرده بودند!!!



## الگوریتم مرغ مگس خوار چیست ؟

اگر بخواهیم در ساده ترین حالت ممکن الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل را تعریف کنیم.

**می توانیم بگوئیم :**

یکی از الگوریتم های حامی حقوق کاربران مرغ مگس خوار گوگل است . بر اساس گفته های فوق گوگل به این نتیجه رسید که باید اولویت صفحه ی اول و رتبه اول با سایت هایی باشد که محتوای با کیفیت تولید می کنند. گوگل به دنبال الگوریتمی بود که بتواند مفهوم و معنی عبارت مورد جستجو را به خوبی تشخیص دهد چون با این کار دیگر محتوا هایی که به صورت فله ای چگالی کلمه کلیدی را زیاد می کردند در صفحه اول قرار نمی گرفتند. همین مورد باعث شد که گوگل:

در ۲۰ آگوست سال ۲۰۱۳ الگوریتم جدیدی را تحت عنوان الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل برای بهبود موتور جستجوی خود و تکمیل دو الگوریتم پاندا و پنگوئن معرفی کند. دلیل اینکه نام مرغ مگس خوار برای این الگوریتم انتخاب شده، “سرعت و دقت” آن است. الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل با دقت و سرعت بالایی کلمات را بررسی می کند و مترادف آن ها را تا حد زیادی می شناسد.

الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل در حالی که محتوای با کیفیت را به جستجو کنندگان نمایش می دهد سایت هایی که سعی دارند گوگل را با تکنیک **Keyword Stuffing** دور بزنند جریمه می کند.

اما اگر در حال حاضر همان کلمه ی آموزش ایروبیگ را در گوگل جستجو کنید خواهید دید که سایت هایی در صفحه اول و در رتبه اول قرار دارند که واقعا محتوای بسیار با کیفیتی ارائه می دهند. علاوه بر محتوای متنی و مقاله به احتمال زیاد گوگل برای کلمات مورد جستجو ویدئو هایی را هم پیشنهاد می دهد که این به این معناست که گوگل عمیقا هدف جستجوی شما را فهمیده است و واقعا سعی می کند بهترین نتیجه ممکن را به کاربران خود نمایش دهد.

## چرا مرغ مگس خوار ؟

مرغ مگس خوار نام یک پرنده ی کوچک است که قادر است به سرعت پرواز کند. این سرعت به طور دقیق محاسبه شده است و بر اساس آنچه محققان ثبت نموده اند سرعت بال زدن این پرنده در حالت شیرجه زدن دویست بار در ثانیه است و سرعت بال زدن معمولی آن هفتاد بار بر ثانیه این ارقام نشان می دهد که این پرنده کوچک قدرت پرواز بالایی دارد و به همین دلیل هم می تواند مگس های پر جنب و جوش را شکار کند.

از آن جایی که این پرنده در عین کوچک بودن از دقت و سرعت بسیار بالایی برخوردار است، گوگل تصمیم گرفت از نام این پرنده برای نامگذاری الگوریتم جدیدش استفاده کند. الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل هم همانند پرنده ی هم نامش، دقت و سرعت بسیار بالایی دارد و تاثیر عمده ی آن در

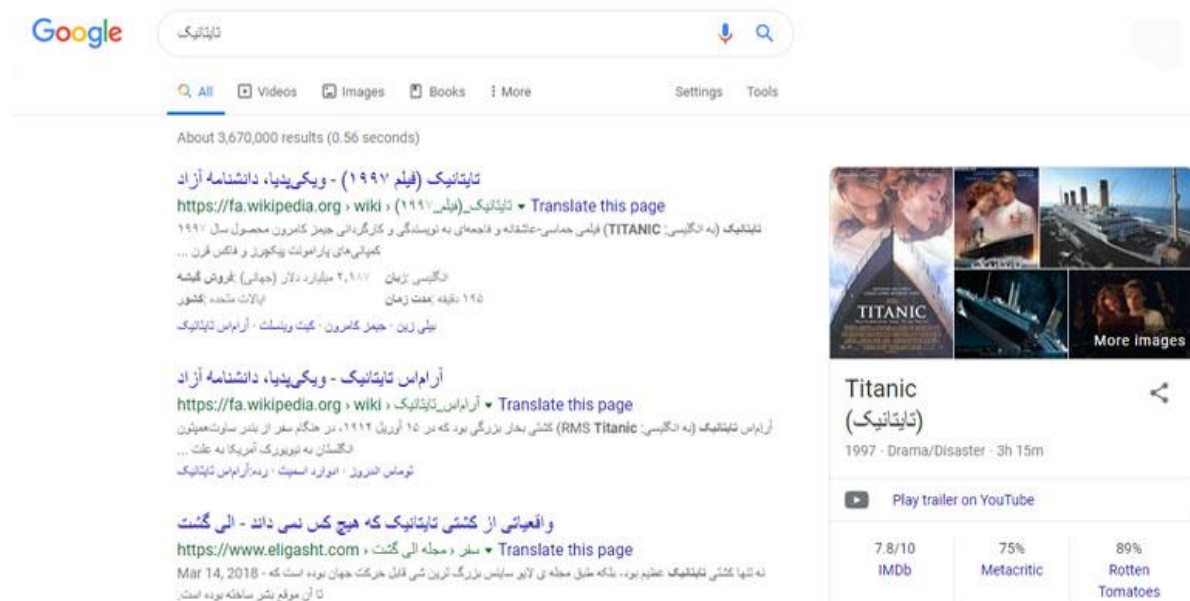




ایندکس صفحات و محتوا و همچنین بررسی رفتار کاربران است. در واقع این الگوریتم، مفهوم محتوای وبسایت ها را همانند غذایش با سرعت و دقت شکار می کند.

## الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل چگونه کار می کند؟

خوب قبل از هر چیز بهتر است بدانید الگوریتم مرغ مگس خوار مکمل دیگر الگوریتم های گوگل است. در حقیقت مرغ مگس خوار به دنبال درک مفهوم و تا حدود زیادی مترداف و تشابهات با کلمه ی مورد جستجو است. اما نکته ی بسیار جالب و جذابی دارد، الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل علاوه بر اطلاعاتی که کاربر به دنبال آن می باشد اطلاعات ارزنده ی دیگری را هم به کاربر نمایش می دهد مثلا در عکس زیر من عبارت تایتانیک را جستجو کرده ام اما گوگل اطلاعات بی نظیری ارائه داده است.



همانطور که مشاهده می کنید گوگل کامل ترین نتایج را در رتبه اول قرار داده است حتی بدون آنکه من عبارت فیلم تایتانیک را جستجو کرده باشم خود الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل با همیاری دیگر الگوریتم ها ، گراف دانش و جستجوی معنایی Semantic search تشخیص داده است که هدف اصلی از جستجوی تایتانیک فیلم و کشتی تایتانیک است. در گذشته شاید ۱۰ سال قبل تحت هیچ شرایطی نمی شد اطلاعات مستند و بسیار دقیق از گوگل در رابطه با موضوعات خاص به دست آورد .

## گراف دانش گوگل The Knowledge Graph

گوگل با استفاده از گراف دانش می تواند اطلاعات مکملی را علاوه بر اطلاعاتی که مورد جستجویتان بوده است را نمایش دهد. چون وقتی شما کلمه ای را جستجو می کنید دقیقا به دنبال یک هدف مشخص هستید و همین جاست که گراف دانش به گوگل کمک می کند تا شما را به هدف اصلی نزدیک کند .

گراف دانش گوگل The Knowledge Graph یک سال قبل از الگوریتم مرغ مگس خوار شروع به کار کرد و هدف آن نشان دادن نتایج دقیق و مرتبط، درباره افراد و مکان ها و هرآنچه که به آنها مربوط می شد بود. این اطلاعات از سراسر اینترنت و سایت های معتبر مثل [ویکی پدیا](#) جمع آوری



می شوند. برای مثال به عکس زیر توجه کنید من عبارت استیو جابز بنیان گذار برند اپل را جستجو کرده ام اما خود گوگل گویا همه چیز را می داند حتی بهتر از خود استیو جابز!!!

The screenshot shows search results for 'Steve Jobs'. On the left, there are two search results: one from Wikipedia and one from Biography.com. On the right, there is a knowledge panel for Steve Jobs, featuring a photo of him and a list of biographical facts such as his birth date (February 24, 1955), death date (October 5, 2011), and his role as the co-founder of Apple Computer.

## جستجوی معنایی یا Semantic search چیست؟

در یک کلام جستجوی معنایی یعنی چیزی به غیر از کلمه ی جستجو شده. در جستجوی معنایی دیگر تمرکز روی کلماتی نیست که شما جستجو می کنید، بلکه تمرکز روی معنا و مفهوم کلمات

است. گوگل با استفاده از جستجوی معنایی سعی دارد از معنی کلمه به اصل آن برسد اما چگونه؟ فرض کنید شما طرفدار یکی از "فست فود های تهران با نام X هستید اگر شما در گوگل به جای فست فود X رستوران X را جستجو کنید بازهم به فست فود ایکس می رسید در حقیقت گوگل ارتباط بین این دو مفهوم را با جستجوی معنایی درک می کند.

خوب تا اینجا به حد کافی با الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل آشنا شدید حال می خواهیم پارامترهایی را به شما بگوئیم که رعایت کردن آنها باعث بهبود سئو سایتتان در گوگل خواهد شد و خبر خوب این

است که بهینه سازی این پارامترها باعث بهبود تجربه کاربری شده و در حقیقت شما با یک تیر دو نشان می زنید هم بهبود سئو سایت و هم بهبود تجربه ی کاربری.

### الگوریتم مرغ مگس خوار چگونه رفتار کاربران را تحلیل می کند؟

برای پاسخ به این سوال یک مثال می زنم ، فرض کنید شما در گوگل آموزش ایروبیک را جستجو کنید و از بین لیست در صفحه اول مثلا نتیجه ۷ را انتخاب کنید . با این کار عملا یک سیگنال به گوگل می فرستید و می گوئید نتیجه اول مناسب است برای همین من روی نتیجه ی ۷ کلیک کردم .

اگر همین رفتار شما برای کاربران دیگر هم صادق باشد گوگل بعد از مدتی سایتی که در رتبه ۷ قرار دارد را به رتبه ها ۲ تا ۳ منتقل می کند و اگر با زهم بیشتر کلیک ها بر روی این سایت باشد این سایت به رتبه ۱ گوگل منتقل می شود . زیرا گوگل نتیجه گرفته است که این سایت خوب است و تمام کاربران از این سایت استفاده می کنند.



این مورد به ویژه زمانی که رقابت در کلمه کلیدی زیاد باشد بسیار با اهمیت است. بدون توجه به این پارامتر هم عملاً ماندن در رتبه ۱ کمی غیر ممکن است این پارامتر نرخ کلیک یا CTR نام دارد.

علاوه بر این پارامتر بسیار مهم زمان ماند در سایت و شبکه های اجتماعی و بازدید از سایر صفحات سایت به ماندن شما در رتبه ۱ گوگل کمک بسیار بزرگی می کند.

### تاثیر الگوریتم مرغ مگس خوار Hummingbird بر روی سئو سایت

تا اینجا نحوه ارتباط الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل با رفتار کاربران را متوجه شدید حال ذکر این نکته ضروری است که گوگل برای بررسی رفتار کاربران باید اطلاعاتی از فعالیت کاربران در سایت های مختلف را جمع آوری و تجزیه و تحلیل کند. اگر نکاتی که در زیر گفته می شود را رعایت کنید الگوریتم مرغ مگس خوار تاثیر بسیار خوبی بر روی سئو سایتتان خواهد گذاشت.

### استفاده از LSI کلمات کلیدی

لطفا محتوای خود را با کلمه کلیدی خفه نکنید بر اساس مباحث مطرح شده معنا و مفهوم بسیار مهم هستند و این یعنی اینکه شما باید کلمات مترادف و مشابه با کلمه اصلی را نیز در محتوای خود پخش



کنید و عملیات سئو را برای آن ها هم انجام دهید. بهترین حالت این است که شما باید از کلمات کلیدی توصیفی یا کلمات کلیدی دنباله بلند Long tail Keywords استفاده کنید .

برای مثال اگر می خواهید کلمه راه اندازی سایت را برای یک صفحه بهینه کنید بهتر است علاوه بر کلمه راه اندازی سایت در داخل محتوا از کلمات ایجاد سایت , ساخت سایت , نحوه ساخت سایت , ساخت سایت رایگان , آموزش راه اندازی سایت و راه اندازی وب سایت یا راه اندازی پرتال استفاده

کنید تا شانس بیش تری برای رتبه گرفتن داشته باشید. به این کار اصطلاحاً مفهوم گرایی در تولید محتوا می گویند.

## محتوای جامع تولید کنید

این درست است که محتوا پاشاه است و مقاله های طولانی و جامع برای سئو عالی هستند و خوانندگان زیادی هم هستند که توضیحات جامع را دوست دارند. اما بعضی از کاربران به دلایلی شاید بی حوصله باشند بهتر است خلاصه ای از محتوای خود را نیز برای آنها به صورت پی دی اف یا اینفو گرافیک قرا دهید.



## استفاده از نشانه‌گذاری استاندارد Schema

برای اینکه با گوگل صحبت کنید نمی‌توانید به محتوای خشک و خالی بسنده کنید بهتر است از اسکیمای استفاده کنید. این همان زبان نشانه‌گذاری گوگل است که استفاده از آن تاثیر زیادی بر روی بهبود سئو سایت داشته و باعث می‌شود موتورهای جستجو راحت‌تر با سایت ارتباط برقرار کرده و بهتر آن را درک کنند.

بدون شک کمک به گوگل باعث بهبود رتبه سایت و افزایش ورودی گوگل خواهد شد. گوگل در حقیقت با استفاده از الگوریتم‌های مختلف و کدهای نوشته شده سعی می‌کند محتوای صفحه را

درک کند. حال اگر سایت شما از نشانه‌گذاری استاندارد Schema استفاده کند به راحتی توسط **کراولر های گوگل** رندر شده و رتبه می‌گیرد.

## انکر تکست های خود را بهینه کنید

منظور از بهینه سازی انکر تکست یعنی لینک سازی داخلی را فقط با صفحات مرتبط و با عنوان مرتبط پیاده سازی کنید وقتی در یک محتوا از بازاریابی اینترنتی صحبت می‌کنید انکر تکست دیجیتال مارکتینگ، بازاریابی عصبی، بازاریابی جاذبه ای و... می‌توانند انکر تکست مناسب باشند.



اما سعی کنید بیشتر از اینکه از کلمات هم حوزه استفاده کنید از کلمات مشابه استفاده کنید مثلا به جای انکر تکست **بازاریابی جاذبه ای** از **بازاریابی آنلاین** استفاده کنید در غیر اینصورت ممکن است گوگل برای جستجوهای یک کلمه صفحات متفاوتی را به کاربر پیشنهاد دهد.

## زمان ماند کاربر را افزایش و نرخ پرش یا بانس ریت را کاهش دهید

هر چقدر کاربرانی که وارد سایت شما می شوند بدون بازدید از صفحات دیگر از سایت شما خارج شوند نرخ پرش افزایش پیدا می کند از طرفی اگر بتوانید زمان ماند کاربران در صفحات را افزایش دهید هم بانس ریت را کاهش داده اید و هم کمک بزرگی به سئو سایت کرده اید. چرا که این

عملکرد برای الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل خوشایند است و به راحتی می تواند تشخیص دهد که سایت شما برای کاربران مفید است. می توانید با استفاده از ویدئو یا تصاویر جذاب و همچنین اینفو گرافیک های حرفه ای زمان ماند کاربران را افزایش دهید.

## الگوریتم مرغ مگس خوار گوگل و آینده ی جستجو در اینترنت

گوگل روز به روز باهوش تر شده و سعی می کند از مفهوم به اصل قضیه پی ببرد و با بروزرسانی های الگوریتم مرغ مگس خوار Hummingbird و رنگ برین سعی در تغییر ساختار جستجو ها دارد. شاید برایتان جالب باشد که بدانید گوگل از سال ۱۳۹۴ جستجوی صوتی را برای فارسی زبانان فعال





کرده است و روز به روز در حال بهبود آن است . در آینده الگوریتم مرغ مگس خوار سختگیرتر خواهد بود چرا ؟ چون درک درست عبارت صوتی و تطابق آن با نتایج مهم خواهد شد.



# فصل چهارم

الگوریتم پنگوئن گوگل



الگوریتم پنگوئن گوگل در سال ۲۰۱۲ اولین بار توسط **مت کات** از طریق **twitter** معرفی شد . گوگل همواره تلاش می کند برای مطابقت هرچه بیشتر نتایج با کلمات کلیدی جستجو شده الگوریتم های مختلفی را استفاده کنند. از جمله الگوریتم های معروفی که تا به امروز معرفی شده اند الگوریتم **رنک برین گوگل** , الگوریتم **سند باکس گوگل** , الگوریتم **مرغ مگس خوار** , گوگل **پاندا** و **رقص گوگل** است .

هر کدام از این الگوریتم های گوگل نقش مهمی در نمایش نتایج برای کاربر دارد . الگوریتم گوگل پنگوئن نیز به عنوان الگوریتم های دیگر به هسته ی اصلی موتور جستجوی گوگل پیوست و با آپدیت هایی که در طول چند سال داشت توانست نقش بزرگی را در فیلتر کردن نتایج و جریمه کردن سایت های اسپم ایفا کند .

قبل از اینکه بخواهیم در مورد الگوریتم پنگوئن گوگل صحبت کنیم ابتدا می خواهیم شما را با داستان تولد گوگل پنگوئن آشنا کنم **چرا الگوریتم پنگوئن گوگل متولد شد؟** در بخش قبلی که مربوط به چند مورد از الگوریتم های گوگل بود دلیل پیدایش بعضی از الگوریتم ها را به طور کامل شرح دادیم همه چیز از مدیران سایت ها شروع شد. **چرا بعضی سایت های بی کیفیت همیشه در رتبه های اول بودند ؟** دلایل این مورد نزدیکی زیادی به دلایل تولد الگوریتم گوگل پنگوئن دارد.



## الگوریتم پنگون گوگل چگونه متولد شد ؟

داستان تولد گوگل پنگون به زمانی بر می گردد که سایت ها بدون توجه به کاربران و هدف جستجوی آنها اقدام به تولید محتوای اسپم و لینک سازی اسپم می کردند. در گذشته نحوه تشخیص گوگل برای محتوا به این صورت بود که اگر تعداد کلمه کلیدی در یک محتوا بیشتر باشد یعنی این محتوا به کلمه ی جستجو شده ی کاربران بسیار مرتبط است . در نتیجه سایت هایی که بیش از حد از کلمات کلیدی Keyword Stuffing استفاده می کردند همیشه در رتبه های خوب بودند اما برای کاربر اصلا مورد استفاده نبودند.

داستان به همینجا ختم نمی شود فاکتور مهم بک لینک به موتور جستجوی گوگل اضافه شد . **لری پیج** یکی از موسسین گوگل الگوریتم پیج رنگ PageRank را اختراع کرد و داستان پیش از پیش جالب شد . سایت ها باید برای کسب رتبه های بهتر در گوگل رای جمع آوری می کردند و این رای چیزی نبود جز دریافت بک لینک از سایت های دیگر. در حقیقت این روش الگوریتمی برای اندازه گیری رتبه بندی سایت بود و از آن پس بک لینک سازی به عنوان یکی از مهم ترین فاکتورهای سئو مطرح شد.

اساس کار الگوریتم پیج رنگ به این شکل بود هر بک لینک یک رای تایید برای سایت بود و هر سایتی که بیشترین بک لینک را داشت بدون چون چرا در صدر نتایج بود. تئوری این الگوریتم این بود



اگر شخصی در وب سایت خود به سایت دیگری لینک دهد دلیل بر این است که آن سایت یک منبع مهم و احتمالا یک مرجع برای کاربران است. پس هر چقدر لینک بیشتر یعنی رتبه بهتر و در نهایت دریافت ورودی از گوگل بیشتر.

از آنجایی که همیشه دست رو دست زیاد بود (در ایران هم صدق می کند) تمام سئو کاران جهان روش هایی را برای دور زدن قوانین گوگل پیدا کردند و با روش های خود توانستند در رتبه های بهتر قرار بگیرند. شاید بپرسید چگونه؟ فرض کنید سایتی از یک سایت دیگر لینک خریده باشد و تعداد این سایت ها به مرور زمان بیشتر شود بدون شک در کمتر از یک ماه تعداد لینک های یک سایت می تواند به چند هزار برسد و همین کافی بود تا به گوگل بگویی گوگل من خوبم!!!

گوگل بر اساس الگوریتم پیج رنگ امتیاز خوبی برای این سایت ها در نظر می گرفت اما مشکلی وجود داشت دیگر گوگل یک موتور جستجو گر حرفه ای نبود بلکه تبدیل شده بود به یک سیستم پیشنهاد دهنده ی سایت های بد و به درد نخور که صرفا فقط دنبال جذب کاربر با هر روش ممکن بودند.

گوگل برای رفع این مشکل دست به کار شد و سعی کرد با پیاده سازی الگوریتم های مختلف سایت های اسپم را جریمه کند و در بدترین حالت به کلی آن ها را از لیست نتایج حذف کند. همین جا بود که الگوریتم پنگوئن گول متولد شد و سایت های زیادی در نتایج گوگل دست خوش تغییر شدند.



## الگوریتم گوگل پنگوئن دقیقا چیست ؟

الگوریتم پنگوئن گوگل google penguin algorithm در حقیقت فیلتری است برای سایت هایی که قصد دارند با روش های سئو کلاه سیاه مانند بک لینک سازی اسپم و پر کردن صفحات با کلمات کلیدی در عملکرد گوگل تغییر ایجاد کنند و همواره در نتایج جستجوی گوگل به عنوان سایت برتر باشند. در یک کلام الگوریتم گوگل پنگوئن تلاش می کند سایت های اسپم را جریمه کند.

در گذشته عملکرد الگوریتم گوگل پنگوئن به صورت دوره ای بود یعنی در بازه های زمانی خاصی به وب سایت مراجعه می کرد و اگر نشانه ای از بک لینک سازی اسپم یا پر کردن صفحات با کلمات کلیدی مشاهده می کرد سایت مورد نظر را جریمه می کرد. اگر سایتی در بازه ی خاص زمانی توسط الگوریتم پنگوئن جریمه می شد برگشتنش به نتایج ممکن بود چندین ماه طول بکشد. حتی اگر موارد اسپم را اصلاح می کرد چون باید منتظر بررسی دوباره الگوریتم پنگوئن گوگل می شد.

امروز الگوریتم پنگوئن گوگل همراه با خزیدن خزنده های گوگل سایت را بررسی می کند و دیگر هیچ اطلاعی در مورد تغییرات این الگوریتم به اطلاع عموم نخواهد رسید. این مورد می تواند گزینه ی خوبی باشد برای سایت هایی که با استفاده از متدهای سئو کلاه سفید و سئو کلاه خاکستری سعی دارند به رتبه های بهتری برسند و دیگر نگران فعالیت الگوریتم گوگل پنگوئن نباشند.



## وظیفه اصلی الگوریتم پنگوئن گوگل چیست؟

همانطور که پیش از این گفتیم الگوریتم پنگوئن گوگل برای مبارزه با سایت های اسپم پیاده سازی شده است. الگوریتم گوگل پنگوئن پیش از هر چیز بر روی بک لینک های اسپم حساس است و اگر در بک لینک سازی استانداردها را رعایت نکنید بدون شک اسپم می شوید. یکی دیگر از وظایف اصلی این الگوریتم مبارزه با تکرار بیش از حد کلمه ی کلیدی در صفحات و مبارزه با سئو بیش از حد است.

### Matt Cutts در جریان کنفرانس SMX سال ۲۰۱۲ در این مورد گفته بود:

“ما به این فکر کردیم که چطور با محتوای بی کیفیت مبارزه کنیم و برای حل این موضوع الگوریتم پاندا را معرفی کردیم. اما بعد از معرفی این الگوریتم متوجه شدیم که این شروع کار است و هنوز وبسایت های اسپم زیادی وجود دارند. سپس برای حل این مشکل الگوریتم پنگوئن را طراحی کردیم.”

پس با توجه به گفته مت کات و ماهیت الگوریتم پنگوئن می توان نتیجه گرفت که سایت هایی که دوست دارند بیشتر با متدهای سئو کلاه سیاه به رتبه های بهتر برسند بیشتر مورد توجه الگوریتم پنگوئن گوگل هستند.



## اهداف اصلی الگوریتم پنگوئن

- مبارزه با لینک سازی اسپم
- تکرار بیش از حد کلمات کلیدی

## مبارزه با لینک سازی اسپم

همواره باید بدانید لینک سازی در بهبود رتبه سایت در گوگل تاثیر بسیار خوبی دارد اما نباید کل انرژی خود را بر روی لینک بیلدنگ بگذارید. توجه داشته باشید اگر تعداد لینک های سایت شما بیشتر باشد اما معروفیت و قدرت مارکتینگ شما ضعیف باشد احتمالا مشکوک به نظر برسید.

اگر از سوشال سیگنال ها بی بهره اید و دوست ندارید از این مورد نهایت استفاده را داشته باشید در بک لینک سازی باید بسیار هوشمند عمل کنید. در حقیقت با تولید محتوای یونیک و کاربر پسند که واقعا برای کاربران جذاب باشد، فعالیت در شبکه های اجتماعی و دریافت سوشال سیگنال ها و در کل یک فعالیت عالی می توانید بک لینک سازی خود را کاملا طبیعی جلوه دهید.

## تکرار بیش از حد کلمات کلیدی

همانطور که گفته شد یکی از وظایف جانبی الگوریتم پنگوئن گوگل مبارزه با keyword stuffing یا تکرار کلمات کلیدی است. اگر می خواهید جریمه نشوید تحت هیچ شرایطی عین





کلمه کلیدی را در محتوای خود استفاده نکنید و حدوداً فقط ۱ درصد یا نهایتاً ۱.۶ درصد از محتوای سایت شما باید عین کلمه کلیدی را داشته باشد.

در بقیه ی موارد استفاده از مترادف کلمات کلیدی یا مفاهیم کلمات کلیدی می تواند بسیار موثر باشد و شما را از شر جریمه شدن خلاص کند این مورد توسط الگوریتم رنک برین و مرغ مگس خوار بررسی می شود.

استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی در مقالات هیچ کمکی به بهبود رتبه سایت نمی کند و برعکس مشکلات فراوانی را هم برای سایت شما به وجود می آورد. اگر می خواهید توسط الگوریتم گوگل پنگوئن جریمه نشوید می توانید از افزونه **Yoast** در سایت خود استفاده کنید و از چگالی کلمه کلیدی خود مطلع شوید. همواره به این نکته توجه داشته باشید که سئو کردن بیش از حد محتوا برای کاربر بسیار دردناک است چرا؟

چون خواندن این نوع مقالات کار بسیار دشواری است و عملاً شما با این کار بانس ریت یا نرخ پرش را افزایش داده اید که یکی از مهم ترین پارامترها برای دریافت رتبه بهتر است. پلاگین



یوآست Yoast به شما کمک می کند علاوه بر چگالی کلمات کلیدی موارد دیگری را هم تحت کنترل داشته باشید و با رعایت آنها یک محتوای سئو شده حرفه ای را به گوگل ارائه کنید.

## به روز رسانی های الگوریتم پنگوئن گوگل

الگوریتم پنگوئن گوگل برای اولین بار در سال ۲۰۱۲ شروع به کار کرد و موجب تغییرات اساسی در نتایج جستجو شد. به صورت مستقیم ۳ درصد از نتایج تحت تاثیر الگوریتم گوگل پنگوئن قرار گرفت با توجه به اینکه تغییرات پنگوئن گوگل مرحله ای بود در بروز رسانی هایی که داشت تاثیرات بیشتری بر روی نتایج گذاشت. لذا توجه داشته باشید که بعضی از بروز رسانی الگوریتم های گوگل پنگوئن به طور رسمی توسط گوگل اعلام نشدند و بعضی هم به طور رسمی اعلام شدند.

- اولین معرفی الگوریتم پنگوئن گوگل (۱.۱) – ۲۶ مارس ۲۰۱۲
- به روزرسانی الگوریتم پنگوئن (۱.۲) – ۵ اکتبر ۲۰۱۲
- تغییرات پنگوئن (نسخه ۲.۰) – ۲۲ مه ۲۰۱۳
- نسخه ۲.۱ برای تصحیح سریع نسخه ۲ – ۴ اکتبر ۲۰۱۳
- به روزرسانی اطلاعات الگوریتم پنگوئن (۳.۰) – ۱۷ اکتبر ۲۰۱۴
- آخرین به روزرسانی رسمی (۴.۰) بعد از دو سال – ۲۳ سپتامبر ۲۰۱۶
- 



### اولین معرفی الگوریتم پنگوئن گوگل (۱.۱) - ۲۶ مارس ۲۰۱۲

در این بروز رسانی الگوریتم گوگل پنگوئن هیچ تغییری در هسته اصلی گوگل پنگوئن رخ نداد. در این بروز رسانی سایت هایی که اقدام به حذف بک لینک های اسپم کرده بودن مورد بخشش گوگل قرار گرفتند و بسیاری از وب سایت هایی که در مرحله اول انتشار قرار گرفته بودند در تله گوگل پنگوئن گرفتار شدند.

### به روز رسانی الگوریتم پنگوئن گوگل (۱.۲) - ۵ اکتبر ۲۰۱۲

در ۵ اکتبر ۲۰۱۲ الگوریتم پنگوئن گوگل به روز شد و در جستجو برای انواع زبان های مختلف تاثیر گذاشت. این به این معناست که تمام تغییرات سئو ابتدا بر روی سایت های انگلیسی اعمال می شد و بعد از تست موفقیت آمیز بودن آن به تدریج روی بقیه ی زبان ها هم تاثیر گذاشت.

### تغییرات پنگوئن (نسخه ۲.۰) - ۲۲ مه ۲۰۱۳

بروز رسانی که بر خلاف دیگر دوره ها بر روی هسته اصلی الگوریتم گوگل پنگوئن تاثیر گذاشت و می توان گفت اولین تغییر اساسی در هسته الگوریتم گوگل پنگوئن از همین جا شروع شد. با ایجاد این تغییرات ۲.۳ درصد از نتایج تحت تاثیر قرار گرفتند. در این الگوریتم گوگل از صفحه اصلی و دسته بندی های مهم وب سایت ها پیش تر رفت و همه صفحات را برای پیدا کردن آثار لینک سازی اسپم بررسی کرد.



**نسخه ۲.۱ برای تصحیح سریع نسخه ۲ - ۴ اکتبر ۲۰۱۳**

بعد از بروز رسانی های گفته شده گوگل احساس کرد که دوباره به بروز رسانی نیاز دارد و در این بروز رسانی ۱ در صد از کل سایت ها تحت تاثیر قرار گرفتند رفته رفته میدان برای سایت های اسپم تنگتر شد.

**به روز رسانی اطلاعات الگوریتم پنگوئن (۳.۰) - ۱۷ اکتبر ۲۰۱۴**

در این بروز رسانی گویا تغییرات اساسی در بانک اطلاعاتی گوگل پنگوئن انجام شده است و تغییرات زیادی در هسته اصلی صورت نگرفته است. گوگل بسیاری از وبسایت هایی که نسبت به جبران اشتباهات خود اقدامی کرده بودند را به نتایج جستجو باز گرداند.

**آخرین به روز رسانی رسمی (۴.۰) بعد از دو سال - ۲۳ سپتامبر ۲۰۱۶**

۲ سال بعد از به روز رسانی نسخه ۳ الگوریتم گوگل پنگوئن آخرین نسخه این الگوریتم ارائه شد. با ارائه این بروز رسانی گوگل پنگوئن این الگوریتم به هسته اصلی گوگل اضافه شد در نتیجه این الگوریتم در بهترین حالت عملکردی خود قرار گرفت. با تغییراتی که در آخرین نسخه پنگوئن صورت گرفت نگرش گوگل در مورد سایت های خاطی و اسپم تغییر پیدا کرد.



از این جا به بعد گوگل در بیشتر موارد به بی اثر کردن لینک های کم اعتبار و بی اعتبار کفایت می کند و تا جای ممکن از مجازات این وبسایت ها خودداری می کند. از سپتامبر ۲۰۱۶ به بعد هرگز یک آپدیت رسمی برای الگوریتم پنگوئن اعلام نشده است زیرا با تغییرات اساسی در الگوریتم اصلی گوگل دیگر نیازی به آپدیت های مقطعی وجود نداشته و نتایج جستجو به صورت لحظه ای آنالیز و ارائه می شوند.

## Google Webmaster Central Blog

Official news on crawling and indexing sites for the Google index

### آخرین بروز رسانی های الگوریتم پنگوئن گوگل

#### Penguin is now part of our core algorithm

Friday, September 23, 2016

Google's algorithms rely on more than 200 unique signals or "clues" that make it possible to surface what you might be looking for. These signals include things like the specific words that appear on websites, the freshness of content, your region and PageRank. One specific signal of the algorithms is called **Penguin**, which was first launched in 2012 and today has an update.



[www.paylash.org](http://www.paylash.org)

### آیا سایت شما توسط الگوریتم پنگوئن گوگل جریمه شده است ؟

اگر الگوریتم گوگل پنگوئن متوجه شود که شما برای کسب رتبه های بهتر از بک لینک سازی اسپم و یا پخش بیش از حد از کلمات کلیدی استفاده کرده اید. سایت شما را برای همان کلمه ی کلیدی

جریمه می کند. یکی از مشخصه های جریمه شدن توسط الگوریتم گوگل پنگوئن تاثیر در صفحه اصلی است اما این احتمال وجود دارد که روی صفحات داخلی نیز تاثیر گذار باشد. این به این معنی است که اگر دچار جریمه شوید احتمالا فقط برای همان کلمه جریمه می شوید نه کل سایت و دیگر صفحات سایت بدون مشکل باقی می ماند. شدت جریمه شدن نیز از افت رتبه تا از خارج شدن ایندکس صفحه می تواند متغیر باشد.

### شواهد جریمه شدن توسط الگوریتم گوگل پنگوئن:

- افت شدید رتبه و کاهش شدید ترافیک سایت برای یک کلمه یا گروهی از کلمات مثلا احتمال سقوط رتبه از ۲ به ۲۰۰.
- از ایندکس خارج شدن صفحه ای که شامل کلمه ی کلیدی خاص بوده است.
- دریافت پیغامی از طرف گوگل در بخش "Search Queries" یا "Manual Actions" مبنی بر لینک سازی غیر طبیعی.
- جایگزین شدن صفحات بی ربط توسط صفحات اصلی مثلا ممکن است صفحه درباره ما به جای صفحه اصلی در گوگل نمایش داده شود.



## آیا بازگشت رتبه امکان پذیر است؟

در جریمه الگوریتم پنگوئن گوگل بعضی موارد مشاهده شده است که حتی با اصلاح موارد مشکل دار که باعث اسپم شناخته شدن سایت می شد دیگر آن صفحه از سایت به رتبه ی قبلی بازنگشته است و این یعنی روز از نو و روزی از نو زمانی که مورد بخشش گوگل قرار بگیرید و گوگل شروع به بازگردانی رتبه های شما کند، نباید انتظار داشته باشید که به جایگاه سابق خود برگردید.

### دلایل این کار می تواند موارد زیر باشد:

- نا معتبر بودن ترافیک و رتبه سایت
- حذف نشدن بک لینک های اسپم به میزان کافی
- مشکل به طور کلی از سمت لینک های اسپم نباشد.
- عدم تلاش برای دریافت لینک های طبیعی بعد از حذف لینک های اسپم

## چگونه جریمه الگوریتم پنگوئن گوگل را رفع کنیم؟

همانطور که گفته شد دلیل اصلی جریمه شدن توسط الگوریتم پنگوئن گوگل وجود بک لینک های اسپم است. اگر بک لینک های اسپ سایت خودتان را شناسایی کنید و اقدام به حذف آنها کنید می توانید انتظار داشته باشید که بعد از مدتی به تدریج از جریمه گوگل آزاد شوید اما انتظار نداشته باشید دقیقا به همان رتبه برگردید باید صبر داشته باشید و با حوصله سعی کنید اقدامات لازم برای دریافت

رتبه ی بهتر را انجام دهید . بهترین روش برای حذف بک لینک های اسپم و رهایی از جریمه الگوریتم پنگوئن گوگل استفاده از ابزار [Disavow links](#) خود گوگل وبمستر یا سرچ کنسول گوگل است .

برای خارج شدن از جریمه الگوریتم پنگوئن گوگل ابتدا لازم است بک لینک هایی که به خاطر آن تنبیه شده اید را شناسایی کنید. این قسمت بسیار مهم است و باید با دقت فراوانی انجام گردد چرا که یک اشتباه کوچک باعث حذف بک لینک های با کیفیت و با ارزش سایت شما می شود که می تواند خسارت های جبران ناپذیری در پی داشته باشد.

ابتدا باید لینک های سایت خود را بررسی کنید. لینک ها را پس از استخراج تک به تک بررسی کنید و ببینید از چه وب سایت هایی لینک گرفته اید تا بتوانید اسپم بودن لینک ها را تشخیص دهید . بعد از این کار لیست سایت های اسپم را استخراج کنید و با استفاده از ابزار معرفی شده لینک ها را حذف کنید حداقل ۲ ماه باید صبر کنید تا تاثیرات مشاهده شود و امید وار باشید که می توانید از جریمه الگوریتم پنگوئن گوگل رها شوید .





# فصل پنجم

الگوریتم رقص گوگل



همه چیز از جایی شروع میشه که گوگل باید در هر ثانیه از ۲۴ ساعت در ۷ روز هفته پاسخگوی نیازهای کاربران باشد. گوگل برای کیفیت نمایش نتایج به کاربران از الگوریتم **رقص گوگل** استفاده می کند. جستجوی کاربران در گوگل بر اساس یک سری کلمات کلیدی انجام می شود و ربات ها و الگوریتم های گوگل از جمله گوگل دنس Google Dance از همین موارد برای نمایش نتیجه استفاده می کند.

تعداد صفحاتی که هر روز برای کلمات کلیدی مشابه ایجاد می شود بسیار زیاد است و گوگل وظیفه دارد از بین همه ی این نتایج بر اساس پارامترهای مختلف نتایج را لیست کند و به کاربران نمایش دهد.

شاید برایتان اتفاق افتاده باشد که مدام شاهد تغییر جایگاه کلمه کلیدی برای سایتتان باشید و زمانی که از طریق **گوگل سرچ کنسول** موارد را بررسی می کنید روی نمودار مدام بالا و پائین شدن رتبه سایت برای شما جالب باشد. اگر این نوع اتفاق را تجربه کرده اید و مدام در حال رقابت با بقیه صفحات برای کسب جایگاه بهتر هستید می توانید دلایل رقص جایگاه کلید واژه های سایتتان را در این بخش پیدا کنید.



## الگوریتم رقص گوگل یا گوگل دنس Google Dance چیست ؟

الگوریتم دنس گوگل یک وظیفه اصلی و کلی دارد و آن هم به چالش کشیدن نتایج جستجو است. برا اساس عملکرد الگوریتم گوگل دنس گوگل سعی می کند بهترین رتبه بندی را برای سایت ها با کلمات کلیدی مشابه ارائه دهد . گوگل سایت ها را براساس فاکتورهای مهم سئو لیست می کند. زمانی که شما در گوگل جستجویی انجام می دهید در همان لحظه نتایج مرتب سازی می شود و این نتایج از قبل مرتب نشده اند.

در مورد الگوریتم رقص گوگل باید به این نکته توجه داشته باشید که این الگوریتم دقیقا جزء الگوریتم های دیگر نیست بلکه بخشی از الگوریتم گوگل است. گوگل وجود این الگوریتم را تا به حال نه تایید کرده و نه تکذیب . الگوریتم رقص گوگل Google Dance می تواند یک سایت را از رتبه ۱۰ به رتبه ۱ ببرد و یا همان سایتی که در رتبه ۱ جا خشک کرده را به رتبه های پایین تر منتقل کند , همه چیز دقیقا به گوگل دنس بستگی دارد . می توان گفت الگوریتم رقص گوگل به نوعی یکی از تنظیمات گوگل است که بوسیله آن می تواند سایت ها را به چالش بکشد.

الگوریتم رقص گوگل تاثیر مستقیم بر روی رتبه وب سایت و رنکینگ وب سایت شما در نتایج گوگل دارد . به جرات می توان گفت یکی از مهم ترین دلایل بالا و پایین شدن رتبه سایت شما در سرچ کنسول گوگل به عملکرد الگوریتم رقص گوگل بستگی دارد. گوگل از سال ۲۰۰۳ اقدام به استفاده از



الگوریتم گوگل دنس کرده و هدفش از استفاده از این الگوریتم صرفاً رتبه بندی بهتر وب سایت ها است.

می توان گفت گوگل دنس آنقدر سایت ها را می رقصد تا در بهترین جایگاه ممکن جایگاهشان را تثبیت کند . همواره به خاطر داشته باشید این تثبیت جایگاه همیشگی نخواهد بود و بعد از اتفاق افتادن الگوریتم رقص گوگل مشخص نیست که دقیقاً چه جایگاهی نصیب شما شود. ممکن است جایگاه شما بهتر، بدتر و یا حتی مساوی با رتبه قبلی خودتان باشد.

### الگوریتم رقص گوگل Google Dance چگونه عمل می کند ؟

در ساده ترین حالت همانطور که گفتیم گوگل با استفاده از گوگل دنس به صورت موقتی رتبه یک سایت را کاهش یا افزایش می دهد . گوگل سعی می کند با این الگوریتم فاکتورهای مهم سئو را بررسی کند مثلاً یکی از این فاکتورها نرخ کلیک یا CTR است . الگوریتم رقص گوگل می خواهد ببیند اگر رتبه یک سایت را کاهش داد آیا باز کاربران روی همان سایت کلیک می کنند؟. این سوال به این معنی است زمانی که سایت شما در رتبه بالاتری قرار داشته گوگل تمام پارامترهای مهم سئو داخلی سایت را جمع آوری کرده است همچون زمان ماند کاربران در سایت , اسکرول سایت , بانس ریت یا نرخ پرش .



دقیقا زمانی که دنس گوگل می خواهد سایت شما را برقصاند بر اساس همین پارامترها سایت شما را با نتایج قبلی به دست آمده مقایسه می کند تا مطمئن شود سایت شما توانایی کسب نتایج قبلی را دارد. اگر سایت شما بتواند مشابه همان نتایج را در دوره ی الگوریتم رقص گوگل دوباره کسب کند شما به جایگاه قبلی خود باز می گردید در غیر این صورت با افت رتبه مواجه خواهید شد.

در بعضی از موارد نیز این الگوریتم سعی می کند محتوای کاملا جدید را به رتبه های بهتر هدایت کند تا رضایت کاربران را بسنجد. در این مورد نیز اگر بتوانید رضایت کاربران را جذب کنید رضایت الگوریتم های گوگل را نیز جذب کرده اید. در غیر این صورت به جایگاه قبلی بازگردانده می شوید. نکته ی مهمی که در این الگوریتم وجود دارد رفتار کاربران واقعی است. زیرا در صفحه اول گوگل شرایط کاملا فرق می کند. اگر به تولید محتوای مناسب برای سئو اهمیت دهید و کیفیت محتوا و رضایت کاربران را در الویت قرار دهید برای محتواهای سایت عنوان های جذاب بنویسید می توانید تا حدودی سایت را برای الگوریتم رقص گوگل بهینه سازی کنید.

## مثالی از رقص گوگل

برای مثال فرض کنید برای یک کلمه ی کلیدی ۵۰ سایت یکی از صفحاتشان را سئو کرده اند حال زمانی که کاربری در جستجوگر گوگل همان کلید واژه را جستجو می کند، الگوریتم های مختلف گوگل به کمک گوگل دنس شروع به رتبه بندی این سایت ها براساس پارامترهای مختلف می کنند.



جدای از رتبه ای که این سایت ها می گیرند الگوریتم رقص گوگل در بازه های زمانی مختلف برای کاربران محدودی (نه همه کاربران) رتبه این سایت ها را تغییر می دهد.

اگر در این بازه مطلبی با عنوان جذاب و دوست داشتنی توانست کلیک های کاربران را از آن خود کند و پس از کلیک روی عنوان کاربران زمان زیادی در سایت مانند گوگل به این نتیجه می رسد که این صفحه از سایت برای کلمه ی کلیدی جستجو شده بهترین نتیجه است. پس رتبه شما را ارتقا می دهد و برعکس همین مورد هم صادق است یعنی با رعایت نکردن موارد فوق دچار افت رتبه خواهید شد. الگوریتم رقص گوگل یا گوگل دنس یکی از مهم ترین و در عین حال ناشناخته ترین الگوریتم های گوگل است.

## گوگل دنس و تاثیر آن بر نوسانات رتبه سایت

بر اساس توضیحات داده شده حالا می دانید الگوریتم رقص گوگل چیست و اصلا چرا به وجود آمده است. بدون شک اگر مدیر سایت باشید برایتان پیش آمده که در طول ماه محتواهای زیاد و بسیار ارزشمندی تولید کنید. اما مدام با کاهش و یا افت رتبه مواجه شوید و در نظر خودتان این افت رتبه را یک اتفاق غیر منطقی تلقی کنید و یا حتی از ترس اینکه ممکن است شرایط بدتر شود مقالات را از روی سایت حذف کرده باشید.

شاید هم اقدام به ویرایش و بازبینی مشکلات مقاله کنید بهتر است هیچ کدام از کارهای بالا را انجام ندهید چند دلیل برای جابه جا شدن رتبه سایت وجود دارد . اگر با انتشار مقاله دچار افت رتبه شدید تحت هیچ شرایطی مقاله را حذف یا ویرایش نکنید ، افت رتبه سایت به دلیل فعالیت الگوریتم رقص گوگل است و دقیقا همین الگوریتم موجب نوسانات رتبه سایت و صفحات می شود و شما فکر می کنید مسیر را اشتباه رفته اید .

یکی دیگر از دلایل مهم برای نوسانات رتبه که به کلی باعث سردرگمی و گیج شدن مدیران سایت و وبمستران عزیز می شود ، فرآیند بک لینک سازی است . زمانی که شما اقدام به ساخت بک لینک برای صفحات خاص می کنید به دلیل تاثیرات بک لینک رتبه صفحات سایت شما دچار نوسان شده و در کل رتبه سایت شما تغییر می کند ، در چنین شرایطی نیز به هیچ وجه ساختار سایت یا مقالات را تغییر ندهید .

پس در نتیجه یک نکته ی بسیار مهم در فعالیت الگوریتم رقص گوگل وجود دارد و آن هم نوسانات رتبه بندی گوگل است . این رتبه بندی هیچ ارتباط مستقیمی با انتشار مقاله یا تغییر ساختار سایت شما ندارد . و به شدت توصیه می شود ساختار سایت را حفظ کنید . فقط در یک شرایط افت رتبه گیج کننده است آن هم بک لینک سازی است و این مورد نیز چون در حال لینک سازی هستید متوجه می شوید پس اصلا نگران افت رتبه ناگهانی سایتتان نباشید .



## رقص گوگل چقدر طول می کشد؟

تا به حال از طرف گوگل هیچ آمار و ارقام دقیقی برای دوره فعالیت الگوریتم رقص گوگل ارائه نشده است. آیا شما از رتبه فعلی وب سایتتان ناراضی هستید؟ یک تکنیک وجود دارد که ربات های گوگل را به سایت فرا می خواند و باعث فعالیت الگوریتم گوگل دنس در وب سایت شما می شود. اگر محتوای سایت شما به لحاظ استاندارد های سئو و تولید محتوا و در نظر گرفتن رضایت کاربر عالی است، فقط کافی است محتوای خود را بعد از گذشت یک یا دو ماه بروز رسانی کنید به همین راحتی رقص گوگل شروع می شود.

## الگوریتم دنس گوگل بر چه سایت های تاثیر دارد؟

- سایت هایی که جدید هستند و به خوبی فعالیت می کنند
- سایت هایی که به سرعت در حال افزایش تعداد بک لینک ها هستند
- سایت هایی که برای کلمات کلیدی جدید و کم رقابت محتوا تولید می کنند

## چگونه سایت را برای الگوریتم گوگل دنس بهینه سازی کنیم؟

همانطور که می دانید بهینه سازی سایت برای الگوریتم های گوگل کار راحتی نیست اما غیر ممکن هم نیست. اولین کاری که باید انجام دهید تحلیل سایت های رقبا است، سایت رقبا را بررسی کنید





و ببینید دلیل اینکه در رتبه های بهتری هستند چیست؟ از ابزارهای تجزیه و تحلیل آمار سایت استفاده کنید.

### رعایت موارد زیر می تواند به بهینه سازی سایت برای الگوریتم رقص گوگل کمک کند:

- استفاده از عنوان های جذاب
- استفاده از ایموجی در عنوان ها
- بهینه سازی توضیحات متا برای صفحات
- تولید محتوا برای کاربران نه موتورهای جستجو
- رعایت لینک سازی داخلی برای افزایش نرخ تعامل کاربران با صفحات سایت



# فصل نهم

## الگوریتم پاندا



روزانه سیل عظیمی از مردم در اینترنت به دنبال جوابی برای سوالاتشان می گردند . آنها با جستجو کردن کلمات مختلف در موتور های جستجوگر مثل گوگل سعی می کنند سایت هایی را پیدا کنند که در مورد موضوع مورد نظر آنها اطلاعاتی ارائه می دهد . در این میان باید توجه کرد که در اینترنت انواع مختلفی از محتوا وجود دارد و نمی شود به همه آنها اعتماد کرد. مشکل بزرگی که گوگل را به چالش کشید و به دنبال همین چالش الگوریتم پاندا گوگل ارائه شد.

در اینترنت سایت های مختلف با کپی برداری از محتوای دیگر سایت ها سعی می کنند خود را به گوگل معرفی کنند . همین موضوع ماهیت و اصالت محتواهای تولید شده توسط سایت ها را به خطر می اندازد و دیگر نمی توان به اصالت محتوا اعتماد کرد. گوگل برای مقابله با سایت هایی که قوانین گوگل را زیر پا می گذارند و به حقوق کاربران اهمیت نمی دهند همواره سعی کرده است با پیاده سازی الگوریتم های مختلف این نوع سایت ها را جریمه کند . الگوریتم پاندای گوگل دقیقا یکی از همین الگوریتم ها است .

## الگوریتم پاندا گوگل چیست ؟

در معرفی الگوریتم پاندا باید گفت وظیفه اصلی این الگوریتم مبارزه با سایت هایی است که محتوا های بی کیفیت و کم حجم تولید می کنند . این سایت ها در طول ماه محتوای بسیار زیادی تولید کرده و سعی می کنند با این تکنیک در نتایج جستجو دیده شوند . الگوریتم پاندای گوگل شانس



نمایش محتوای کم ارزش را کاهش داده و با استفاده از پارامترهایی که اندازه گیری می کند شانس دیده شدن محتوای با کیفیت و یونیک را افزایش می دهد.

الگوریتم پاندا گوگل زمانی متولد شد که در پی مزارع محتوا نارضایتی کاربران از سایت ها بسیار بالا رفت و دیگر کاربران نمی توانستند محتوای به درد بخور در اینترنت پیدا کنند. گوگل با معرفی الگوریتم پاندا فاکتور مهمی را برای رتبه بندی صفحات در نظر گرفت این فاکتور تعیین کیفیت محتوا ، رضایت کاربر بود و توانست در مدت زمان بسیار کوتاهی به یکی از مهم ترین عوامل در رتبه بندی سایت ها در گوگل تبدیل شود.

### چرا الگوریتم پاندای گوگل به وجود آمد ؟

در سال ۲۰۱۰ موتور جستجو گر گوگل با یک چالش بحرانی روبه رو شد افزایش محتوای بی کیفیت و کاهش شدید کیفیت محتوا در نتایج پیشنهادی گوگل به جستجو گران. این چالش برای گوگل قابل توجه نبود چرا که مدل کسب و کار گوگل بر پایه رضایت کاربر از نتایج جستجو بنا شده بود و اگر گوگل نمی توانست این چالش بزرگ را حل کند احتمالاً امروز گوگلی وجود نداشت که بخواهیم در آن جستجو کنیم چون به احتمال زیاد بر شکست شده بود .



این حساسیت برای گوگل زمانی بیشتر شد که در سال ۲۰۱۱ روزنامه Business Insider تیتری با این عنوان منتشر کرد:

### الگوریتم جستجوی گوگل تبدیل به یک ویرانه شده. وقت درمان است!

زمانی که این خبر منتشر شد با توجه به معتبر بودن روزنامه سهام گوگل دچار سقوط شد و گوگل با معرفی الگوریتم گوگل پاندا توانست از پس این چالش به خوبی برآید. زمانی که این الگوریتم شروع به فعالیت کرد ظرف مدت چندین ماه، روی ۱۱.۸ درصد نتایج جستجوی گوگل تاثیر مستقیم داشت. گوگل پاندا از ابتدای کار خود در سال ۲۰۱۱، دستخوش تغییرات فراوانی شده و بارها به روزرسانی شده است.



## به روزرسانی های الگوریتم پاندای گوگل

## Finding more high-quality sites in search

February 24, 2011

Our goal is simple: to give people the most relevant answers to their queries as quickly as possible. This requires constant tuning of our algorithms, as new content—both good and bad—comes online all the time.

Many of the changes we make are so subtle that very few people notice them. But in the last day or so we launched a pretty big algorithmic improvement to our ranking—a change that noticeably impacts 11.8% of our queries—and we wanted to let people know what’s going on. This update is designed to reduce rankings for low-quality sites—sites which are low-value add for users, copy content from other websites or sites that are just not very useful. At the same time, it will provide better rankings for high-quality sites—sites with original content and information such as research, in-depth reports, thoughtful analysis and so on.


[www.paylash.org](http://www.paylash.org)

اولین نسخه از الگوریتم پاندای گوگل در تاریخ ۲۳ فوریه ۲۰۱۱ معرفی شد. یک روز بعد، در ۲۴ فوریه گوگل یک بلاگ پست درباره الگوریتم پاندا منتشر کرد و در آن توضیح داد که برای بهبود وضعیت نتایج جستجو، الگوریتم مهم و بزرگی منتشر کرده و این الگوریتم باعث تغییر قابل توجهی در ۱۱.۸ درصد از نتایج جستجو شده است. در ادامه به قسمتی مهم از متن این بلاگ پست اشاره می‌کنیم:

“این بروزرسانی در پی کاهش رتبه وبسایت‌هایی منتشر شده است که محتوای بی‌کیفیتی دارند، محتوای آن‌ها ارزش افزوده‌ای برای مخاطب ایجاد نمی‌کند، محتوایشان را از وبسایت‌های دیگر کپی می‌کنند و یا محتوای آن‌ها مفید و قابل استفاده نیست. در همین حال این الگوریتم باعث بهبود رتبه



وبسایت‌های با کیفیت می‌شود و سایت‌هایی که از محتوای اصیل، باکیفیت، منحصر به فرد، مفید و تحقیقی در وبسایت خود استفاده کرده باشند در بهترین رتبه‌ها قرار خواهند گرفت.”

مهم ترین تغییری که در استفاده از الگوریتم پاندا گوگل به وجود آمد این بود که به کلی سایت های مزرعه محتوا تخریب شد و سایت های زیادی دچار افت رتبه شدید شدند . مزرعه تکنیکی بود که مدیران سایت ها با استفاده از این تکنیک محتوای کم ارزش و بی کیفیت زیادی را در سایت منتشر می کردند و با لینک سازی ها مخرب سعی می کردند در رتبه های بهتر گوگل قرار بگیرند.

### فاکتورهای مهم الگوریتم پاندای گوگل

الگوریتم پاندا گوگل سایت هایی را جریمه می کند که محتوای بی ارزش و فاقد ارزش افزوده به کاربران ارائه می دهند . در ادامه فاکتورهای مهم سئو داخلی برای بهینه سازی سایت برای الگوریتم پاندا را آورده ایم . اگر می خواهید عمو پاندا شما را جریمه نکند سعی کنید این ضعف ها را در سایت خود نداشته باشید:

- طراحی بد
- تبلیغات آزاردهنده
- محتوای کم و فاقد ارزش

- محتوای کپی و تکراری
- مزرعه محتوا
- محتوای نا مرتبط با عبارت جستجو شده

## طراحی بد و تاثیرات آن بر الگوریتم پاندا گوگل

یک سایت خوب همیشه به کاربران وب سایت حس خوب منتقل می کند . سایت هایی که در طراحی رابط کاربری دقت نمی کنند در تله الگوریتم پاندا گوگل افتاده اند و به مرور زمان به رتبه های پایین تر منتقل شده اند. همیشه درست چیدن المان های هر سایتی بسیار مهم است . تمام المان های سایت به نوعی برای کاربر نقشه راهی است.

اگر درست طراحی کنید نتیجه درستی می گیرد و اگر در طراحی خود ظرافت نداشته باشید بدون شک کاربران تجربه کاربری خوبی از سایت شما نخواهند داشت و این اصلا به نفع وب سایت شما نیست.

## تبلیغات آزار دهنده

همیشه به این نکته توجه داشته باشید که اگر تبلیغات شما بیشتر از محتوا سایت شما باشد الگوریتم پاندا گوگل بیشتر به سایت شما حساس خواهد شد. سایت های داندلود فیلم , داندلود نرم افزار , داندلود آهنگ و مجلات خبری بیشتر در دایره ی فعالیت الگوریتم پاندا هستند.





## محتوا کم و فاقد ارزش

اگر صفحات سایتتان محتوای بسیار ضعیفی دارد در تبه بندی توسط الگوریتم پاندا گوگل جزء محتوا های بی کیفیت تلقی می شود. منظور از محتوای ضعیف متنی است که فاقد لینک های خارجی و استاندارد های سئو است. همیشه در تولید محتوا استاندارد های سئو را رعایت کنید.

تولید محتوای مناسب برای سئو فاکتورهای خاصی دارد که حتما باید آن ها را رعایت کنید تا بتوانید یک محتوای با ارزش و با کیفیت در سایت منتشر کنید. توجه داشته باشید یک موضوع با چند خط قابل توصیف نیست و این موضوع را الگوریتم پاندا گوگل به خوبی می داند دیگر دوران ۳۰۰ یا ۴۰۰ کلمه گذشته است.

صفحاتی که به مخاطبان هدفشان اطلاعات بسیار کم و یا بی ارزشی می دهند رتبه خوبی از پاندا نخواهند گرفت. الگوریتم پاندا همواره دنبال یک محتوای با کیفیت است مانند یک پیتزای خوشمزه!

اگر بتوانید برای کاربران خود انواع پیتزاهای خوشمزه را آماده کنید الگوریتم پاندا گوگل به کمک شما می آید و بدون شک رتبه ی بهتری در رتبه بندی برایتان در نظر می گیرد.



## محتوای کپی و تکراری

منظور از محتوای تکراری یعنی صفحاتی با عنوان های یکسان که دقیقا در مورد یک موضوع صحبت می کنند . اما محتوای کپی یعنی اینکه شما دقیقا محتوای یک سایت را در سایت خودتان کپی کنید که این مورد اصلا برای الگوریتم پاندا گوگل جالب نیست و محتوای شما را کپی در نظر می گیرد و بدترین رتبه را به سایت شما می دهد.

گاهی اوقات در محتوای خود باید کاملا هوشمندانه عمل کنید و اگر بخشی از یک نوشته را کپی می کنید نباید دقیقا همان را استفاده کنید بلکه باید برداشت خودتان از موضوع را بنویسید یا اینکه به هر روشی شده تغییراتی را در آن لحاظ کنید.

## مزرعه محتوا نباشید

**Content Farm** منظور سایت هایی که فقط در حد چند خط محتوا تولید می کنند یا این محتوا را از سایت های دیگر کپی می کنند و اصلا کیفیت محتوا برای این سایت ها مهم نیست. الگوریتم

پاندای گوگل به خوبی این نوع سایت ها را تشخیص می دهد . اگر تا به امروز محتوا های این چینی تولید می کردید از همین امروز دست نگه دارید و بازاریابی محتوا و تولید محتوا را از سر بگیرید چون فقط زمان و هزینه خودتان را از دست می دهید.

## محتوای نا مرتبط با عبارت جستجو شده

بدون شک خودتان با این نوع محتواها روبه رو شده اید. بعضی وقت ها وارد صفحاتی می شوید که عنوان آنها حکایت از این دارد که هر آن چیزی که دنبالش هستید دقیقا در همین صفحه است مثلا فواید ورزش های هوازی برای بانوان یا مزایای کسب و کار اینترنتی یا درآمد پنجاه میلیون در ۲۴ ساعت و امثال اینها. اما وقتی وارد صفحه مربوطه می شوید دقیقا همه چیز را مشاهده می کنید به جز موردی که باید ببینید الگوریتم پاندا گوگل با این نوع صفحات سازگار نیست.

به عنوان یک وب مستر حرفه ای سعی کنید همواره تولید محتوای خود را با یافتن کلمات کلیدی سایت هم برای موتورهای جستجو بهینه کنید و هم برای کاربران. با این کار علاوه بر اینکه مسیر مشخصی برای تولید محتوا پیش می گیرید رضایت کاربران را هم جذب می کنید و در دراز مدت به یک وب سایت مرجع تبدیل می شوید که برای گوگل بسیار و مهم است.

## چگونه تشخیص دهیم سایت توسط الگوریتم پاندا گوگل جریمه شده است؟

باید به این نکته توجه داشته باشید که جدیداً گوگل از الگوریتم پاندا گوگل به عنوان جریمه یاد نمی کند بلکه آن را ابزاری برای سنجش کیفیت محتوای سایت در نظر می گیرد. این الگوریتم کل کیفیت سایت شما را بررسی می کند. اگر با دید جریمه به گوگل پاندا نگاه کنیم تقریباً الگوریتم پاندا دنبال همه ی وب سایت ها است.



اگر الگوریتم پاندا گوگل تشخیص دهد که سایت شما محتوایی بی کیفیت و کم ارزش تولید می کند، موتور جستجوی گوگل امتیاز پائینی برای کیفیت کل سایت شما در نظر می گیرد.

الگوریتم پاندا می تواند به شدت بر روی رتبه سایت تاثیر بگذارد و سبب کاهش شدید ترافیک وب سایت شود. به همین خاطر است که بعضا مشاهده می کنیم رتبه کل کلمات کلیدی تغییر کرده است

### علائم جریمه شدن یا هشدار توسط پاندا

- کاهش ترافیک سایت به تدریج
  - مشکل رنکینگ در وب سایت علی رغم بک لینک سازی
  - مشاهده ی صفحات با رتبه های خوب در صفحات ۲ یا ۳
- با توجه به اینکه جریمه الگوریتم پاندا گوگل در بخش جریمه های دستی نمایش داده نمی شود پس باید نهایت دقت و توجه را در بخش محتوا و سئو داخلی سایتتان به خرج دهید تا دچار این جریمه نشوید زیرا پیشگیری بهتر از درمان است.

نکته‌ای که درباره الگوریتم پاندا گوگل باید به آن توجه کافی داشته باشید این است که گوگل پاندا کل سایت را مورد بررسی قرار می‌دهد، یعنی تمام سایت شما با کلمات کلیدی تحت تاثیر عملکرد پاندا قرار می‌گیرد. اگر متوجه شدید ترافیک همه کلمات کلیدی سایتتان با درصد مساوی افت کرده است. می‌توانید مطمئن شوید که احتمالا دچار جریمه پاندا گوگل شده اید. برای بررسی میزان افت کلمات کلیدی سایت می‌توانید از گوگل سرچ کنسول یا گوگل آنالیز استفاده کنید.

### چگونه جریمه پاندا را رفع کنیم؟

اگر الگوریتم پاندا گوگل سایت شما را جریمه کند رفع جریمه کار بسیار سختی خواهد بود. اما یک اصل در عملکرد الگوریتم پاندا گوگل وجود دارد آن هم توجه به کیفیت محتوا و یکسری استاندارد ها است پس بهترین راه حل تولید محتوای منحصر بفرد و یونیک است. به جای اینکه کاری کنید که از همان ابتدا جریمه شوید از همان ابتدا کاری کنید مورد توجه الگوریتم های گوگل قرار بگیرید و رتبه ها خوب دریافت کنید.

همیشه این مورد را به خاطر داشته باشید که گوگل تلاش می‌کند بهترین صفحات را در نتایج جستجوی خود به کاربران نمایش دهد و الگوریتم پاندای گوگل برای بررسی این محتوا طراحی شده است. اگر تمام صفحات و محتواهای سایت شما با کیفیت باشد همیشه در رتبه های خوب خواهید بود.

# فصل هفتم

## الگوریتم کبوتر گوگل



آیا تا به حال برایتان پیش آمده است که مثلا کلمه رستوران را در گوگل جستجو کنید و با تعجب تمام مشاهده کنید گوگل نزدیک ترین رستوران ها به محل شما را پیشنهاد می دهد. **اما گوگل چگونه این کار را انجام می دهد؟** این وظیفه به عهده ی الگوریتم کبوتر گوگل است که بر روی جستجو محلی تاثیر می گذارد و باعث می شود سایت ها پیش از پیش به سئو محلی اهمیت دهند. نتایجی که گوگل برای جستجو های محلی نمایش می دهد بدون شک نیاز جستجو گران را تا حدود بسیار زیادی در اکثر مواقع صد درصد بر طرف می کند.

در چند سال گذشته **سئوی لوکال** یا همان **سئوی محلی** برای گوگل بسیار مهم شده است. یکی از معیارهای مهم برای رتبه بندی سایت ها برای گوگل در حال حاضر الگوریتم کبوتر گوگل است. الگوریتم کبوتر گوگل بعد از الگوریتم های معروف گوگل معرفی شد.

## الگوریتم کبوتر گوگل چیست ؟

همانطور که می دانید گوگل یک موتور جستجوی بسیار قدرتمند است. اولین اصل گوگل نمایش نتیجه رضایت بخش به کاربران است چرا که مدل کسب و کار گوگل بر پایه رضایت کاربران از نتایج جستجو بنا شده. الگوریتم کبوتر گوگل در سال ۲۰۱۴ معرفی شد اگر تا قبل از سال ۲۰۱۴ گوگل فقط به دنبال محتوا های متنی بود امروزه داستان کاملا تغییر کرده و عکس ، صوت ، ویدئو و حتی لوکیشن یا موقعیت جغرافیایی نیز برای گوگل به عنوان محتوا تعریف شده است.



با ازدیاد انواع محتوا در وب سایت های اینترنتی گوگل به دنبال راهکاری برای تفکیک این نتایج بود و الگوریتم های بسیار قدرتمندی نیز برای این موارد پیاده کرد. بعد از گذشت زمان گوگل به این نتیجه رسید که بهتر است مکان جستجوی افراد به عنوان یک پارامتر بسیار مهم مورد توجه قرار گیرد.

## تغییرات جدید با الگوریتم کبوتر

پس حالا ماهیت وجودی نقشه گوگل پیش از پیش برای کسب و کارها مشخص می شود هدف گوگل از پیاده سازی نقشه و لوکیش صرفا پیدا کردن آدرس نبوده و گوگل فراتر از آن چیزی فکر کرده است که جستجوگران فکر می کردند. تا زمانی که الگوریتم کبوتر گوگل معرفی نشده بود فاصله و مکان شما از عبارت مورد جستجو به عنوان یکی از فاکتورهای مهم سئو تلقی نمی شد.

بعد از اینکه گوگل الگوریتم کبوتر را معرفی کرد رتبه بندی در SERP گوگل تغییر کرد. زیرا فقط محتوای متنی ملاک گوگل نبود گوگل به دنبال یک نتیجه واقعی بود او می خواست به کاربر بهترین و واقعی ترین نتیجه را نمایش دهد. همین موضوع تاثیر بسیار زیادی بر روی وب سایت ها گذاشت و بعضی با افت رتبه و بعضی با بهبود رتبه دچار تغییر جایگاه شدند. الگوریتم کبوتر گوگل بیشتر به دنبال شخصی سازی نتایج جستجو برای شما است و ملاک اصلی این الگوریتم موقعیت مکانی و فاصله فیزیکی شما با عبارت جستجو شده است.





زمانی که الگوریتم کبوتر گوگل متولد شد دغدغه هایی هم برای سئو کاران و وب مستران پیش آمد آنها نمی دانستند این الگوریتم به نفع یا به ضرر چه کسانی است. آیا برای سایت مفید است یا به نفع کاربر است و در کل همه دچار نگرانی بودند چون ممکن بود رتبه خود را به دلیل اینکه ملاک کبوتر گوگل موقعیت مکانی و سئو محلی بود از دست بدهند.

### آیا کبوتر گوگل برای کسب و کار و کاربران مفید بود؟

- 69 درصد افراد فکر می کنند که الگوریتم کبوتر برای کاربران تغییر مثبت ایجاد کرده است.
- 53 درصد افراد فکر می کنند که این الگوریتم برای کسب و کارها، تغییر منفی ایجاد کرده است.

سوالی که برای بیشتر سئو کاران و مدیران سایت پیش آمده **کبوتر گوگل به نفع یا ضرر چه کسی است؟** واقعیت این است که الگوریتم کبوتر بیشتر برای کاربران مفید است نه کسب و کارها چرا؟ چون الگوریتم کبوتر برای نشان دادن نتایج مرتبط، شما را در محدوده ای فرضی در نظر گرفته و فاصله و حتی لوکیشن شما را ملاک قرار می دهد و تلاش می کند دقیقاً بهترین نتیجه را نشان دهد و به همین دلیل بیشتر کسب و کارها در محدوده ی این الگوریتم قرار نمی گیرند و همین باعث می شود شما به رتبه یک برسید و جهشی باور نکردنی برای کسب و کار شما پیش می آید اما این جهش برای همه کسب و کارها مثبت نیست.



## ترافیک سایت بعد از کبوتر گوگل چگونه تغییر کرده است؟

- 37 درصد افراد ترافیک وبسایتشان کمتر شده است
- 28 درصد افراد، ترافیک وبسایتشان بیشتر شده است.
- 87 درصد افراد فقط شاهد تغییرات جزئی (مثبت و منفی) شده‌اند.

همانطور که از نتایج تحقیقات مشخص شده تقریباً برای بیشتر افراد وجود الگوریتم کبوتر گوگل تغییرات زیادی در ترافیک وب سایت ایجاد نکرده است و فقط درصدی کمی از افراد دچار کاهش ترافیک شده‌اند. الگوریتم کبوتر بر روی میزان مرتبط بودن نتایج جست و جو تاثیر گذاشته است و همین کار باعث جابجا شدن تعداد ورودی وبسایت های مختلف می‌شود. چرا که هر چقدر به رتبه ۱ نزدیک تر باشیم ورودی بیشتری نیز دریافت می‌کنیم.

نکته ی مهمی که در الگوریتم کبوتر گوگل وجود دارد افزایش نرخ تبدیل و فروش بیشتر است شاید بپرسد چرا؟ همانطور که تا اینجا متوجه شدید هدف از معرفی کبوتر توجه به کیفیت جستجو بود نه کمیت! این مورد باعث می‌شود کاربرانی که سایت هایی را بر اساس این الگوریتم پیدا می‌کنند کارابرن بسیار با کیفیتی باشند و هدف اصلی آنها نیز از جستجوی عبارت بدون شک برطرف کردن نیاز شان است.



با اینکه درصدی از وب سایت ها ترافیکشان کاهش یافته اما از آن طرف بعضی از وب سایت ها ورودی بسیار با کیفیتی را تجربه می کنند که باعث افزایش نرخ تبدیلیشان شده است.

### چگونه سایت را برای الگوریتم کبوتر بهینه کنیم؟

برای اینکه سایتتان را برای الگوریتم کبوتر گوگل بهینه سازی کنید باید فاکتورهایی را در سایت خود رعایت کنید تا مورد توجه کبوتر گوگل قرار بگیرید. اول هر چیزی باید بدانید **سئو محلی چیست؟** یک پاسخ سر راست و کوتاه سئوی محلی به شما کمک می کند کسب و کار خود را مستقیماً به همان مشتری یا کاربری که در همسایگی شما زندگی می کند، معرفی کنید.

اگر شما یک جستجو گر محلی باشید مثلاً عبارت باشگاه بدنسازی در ولیعصر تهران را جستجو کرده باشید چون از کلمه ولیعصر تهران بعد از کلمه کلیدی هدف استفاده کرده اید نتایج گوگل بر اساس الگوریتم کبوتر شخصی سازی شده و نزدیک ترین موقعیت مکانی به عنوان نتیجه به شما نمایش داده می شود. پس جستجوگر محلی کسی است که یک عبارت را با یک مکان یا کسب و کار سنتی جستجو می کند.

## فاکتورهای مهم برای الگوریتم کبوتر گوگل

- ثبت سایت در نقشه گوگل
- بهره گیری و استفاده از نشانه گذاری اسکیمای
- بهره گیری از پرسش و پاسخ ها
- درج آدرس و تلفن سایت در تمام صفحات سایت (در صورت امکان)
- ثبت سایت در وبسایت های دایرکتوری های (Directory Websites) محلی

## ثبت سایت در نقشه گوگل

یکی از مهم ترین فاکتورها برای نمایش سایت شما براساس موقعیت، درک گوگل از موقعیت فیزیکی کسب و کار شماست. برای اینکه در گوگل بهتر دیده شوید بهتر است موقعیت خود را به عنوان یک کاربر در گوگل ثبت کنید چون با توجه به تحریم ها امکان ثبت اطلاعات کسب و کار در Local Business وجود ندارد.

ثبت موقعیت مکانی سایت از طریق نسخه وب نقشه گوگل و همچنین اپ موبایل وجود دارد. برای ثبت یک نقطه جدید شما تنها به یک اکانت gmail نیاز خواهید داشت. سعی کنید که نام، زمینه فعالیت، تصویر، ساعات کاری و اطلاعات تماس را به دقت تکمیل نمایید. برای اینکار بر روی نقطه

مورد نظر خود راست کلیک کرده و گزینه **Add a Missing Place** را انتخاب کنید. فرمی که نمایش داده می شود را کامل بر اساس نیازتان پر کنید.

## بهره گیری و استفاده از نشانه گذاری اسکیمای

اسکیمای (Schema) مجموعه ای تشکیل شده از اطلاعات کوچک (microdata) است که با اضافه کردن آن ها به سایت خود، یک توضیح اضافه تر و جامع تر به سایت اضافه می کنید، گوگل هم در نتایج جستجو این توضیحات اضافه را به کاربران نمایش می دهد. در واقع با نشانه گذاری اسکیمای شما دقیقا به زبان گوگل صحبت می کنید و در این حالت الگوریتم کبوتر گوگل سایت شما را بهتر درک می کند.

## بهره گیری از پرسش و پاسخ ها

اگر شما یک صفحه مشخص برای سایت یا تجارت خود در گوگل مپس (Google Maps) ایجاد کرده باشید، کاربران قادر خواهند بود نظراتشان را در مورد کیفیت خدمات شما در آن فضا بیان کنند. یکی از مهم ترین پارامترهای موثر بر سئو محلی، همین نظرات کاربران در صفحه گوگل مپ شرکت شما است. مشتریان و مخاطبین خود را تشویق کنید تا نظر خود را در مورد کسب و کار شما ثبت کنند و سوالات دیگران را در این بخش به خوبی پاسخ دهید.



## درج آدرس و تلفن سایت در تمام صفحات سایت (در صورت امکان)

ربات‌های گوگل قابلیت درک شماره تماس و آدرس شما را دارند، به همین دلیل یکی از بهترین فضاهای سایت جهت درج اطلاعات تماس فوتر سایت است که در همه جا تکرار می‌شود. با این کار کبوتر گوگل به راحتی می‌تواند سایت شما را ردیابی کند.

سعی کنید اطلاعاتی که در نقشه گوگل درج کرده اید را در فوتر سایت نیز قرار دهید. یکسان بودن اطلاعات شما شانس شما را برای دیده شدن با الگوریتم کبوتر گوگل بیشتر می‌کند. همچنین پیشنهاد می‌شود صفحه درباره ی ما و تماس با ما نیز حاوی اطلاعات دقیق کسب و کار شما باشد.

## ثبت سایت در وبسایت‌های دایرکتوری‌های (Directory Websites) محلی

دایرکتوری‌ها، منابعی هستند که فهرستی از سایت‌های مختص به یک کسب و کار را با تفکیک شهر یا منطقه به شما نشان می‌دهند. در واقع معرفی الگوریتم کبوتر گوگل، در جذب کاربر و افزایش ترافیک دایرکتوری‌ها بی‌نظیر بوده زیرا کاربران بسیاری را با تفکیک موقعیت، به این سایت‌ها روانه کرده است.

# فصل هشتم

الگوریتم گورخر گوگل



می گویند الگوریتم گورخر! اما شما بگوئید آپدیت گورخر گوگل . **zebra** گورخر گوگل یک آپدیت برای هسته الگوریتم گوگل است . نمی توان آپدیت گورخر را به عنوان یکی از الگوریتم های گوگل نام برد . هر چند امروز این آپدیت گوگل را به عنوان الگوریتم گورخر گوگل می شناسند. در گذشته فروشگاه های اینترنتی کمی فعالیت می کردند که اعتبار بسیار زیادی هم داشتند به تدریج تعداد این فروشگاه ها زیاد شد و برخی از آنها واقعا اعتبار لازم را نداشتند . فروشگاه های بی کیفیت سعی می کردند با آراستن ظاهر سایت خود را به عنوان یکی از فروشگاه های معتبر به گوگل و کاربران اینترنت معرفی کنند.

گوگل سعی داشت با فروشگاه های اینترنتی بی کیفیت مقابله کند و الگوریتم گورخر گوگل **zebra** ایده ای بود برای همین مورد . شاید کنجکاو باشید **چرا گوگل اسم این آپدیت را گورخر گذاشت ؟** تا به الان گوگل به صورت صریح در مورد اسم این آپدیت چیزی نگفته است اما به رنگ گورخر توجه کنید راه راه است .

اگر بخواهیم رنگ راه راه گورخر را تفسیر کنیم می توانیم بگوئیم می تواند در طبیعت خوب استتار کند . همین موضوع اشاره دارد به فروشگاه های بی کیفیت که می خواهند با استتار و آراستن ظاهر سایت خود را به عنوان یک فروشگاه با کیفیت و معتبر معرفی کنند.





## الگوریتم گورخر چیست ؟

الگوریتم گورخر گوگل یا الگوریتم زبرا zebra زمانی متولد شد که گوگل به شدت می خواست با سایت های فروشگاههای قلابی مبارزه کند. **مت کاتس** مدیر سابق بخش اسپم گوگل در سال ۲۰۱۳ اعلام کرد یک فروشگاه عینک فروشی اینترنتی در حد افتضاح به رتبه یک گوگل رسیده است. بعد از چند روز این فروشگاه از لیست نتایج حذف شد.

همین اعلام نظر مت کات باعث شد که متخصصین سئو به تجزیه و تحلیل گفته های مت کات بپردازند و همین باعث شده تا آپدیت گورخر را به عنوان الگوریتمی از هسته گوگل در نظر بگیرند که کارش مبارزه با سایت های ضعیف فروشگاههای است.

الگوریتم گورخر گوگل الگوریتمی است که بیشتر سایت های فروشگاههای ضعیف را به دردمر می اندازد و اگر سایت شما فروشگاههای نیست لازم نیست نگران سایتتان باشید. در ایران هنوز نمونه فروشگاههای پیدا نشده است که به دلیل وجود الگوریتم گورخر گوگل از نتایج حذف شده باشد چون بروز رسانی الگوریتم ها ابتدا در ایران تست نمی شود! زیرا وب ایران بین 40 تا 50 میلیون کاربر دارد. اما وب انگلیسی و عربی و ... میلیاردها کاربر دارد و همین هم ترفند جالبی است برای سایت ها که می توانند از دردمر خلاص شوند به قول یک ضرب المثل **جستی ملخک**.



## چگونه سایت را برای الگوریتم گورخر گوگل سئو کنیم؟

با اینکه تا به امروز موردی برای فعالیت الگوریتم گورخر در ایران مشاهده نشده است، اما شما هم نمی خواهید سایتتان را فقط برای یکی دو سال داشته باشید پس بهتر است آینده نگر باشید و اگر در حال حاضر یک فروشگاه افتتاح دارید برنامه ای برای بهبود فروشگاه اینترنتی خود داشته باشید.

پس هر چیزی که سایت فروشگاهی شما را معتبر می کند می تواند یکی از فاکتورهای مهم سئو داخلی برای سایت شما باشد. یادگیری سئو و بهینه سازی سایت شاید کمی زمانبر باشد اما قطعا در مقابل نتیجه ای که از سئو می گیرید یک توجیه منطقی دارد. امروزه همه فروشگاهی می خواهند در حد دیجی کالا باشند چرا که بازار کسب و کار اینترنتی بسیار داغ است. همیشه افرادی وجود دارند که می خواهند راه ۱۰۰ ساله را یک شبه طی کنند و دقیقا همین افراد باعث به وجود آمدن هنجارهایی در زمینه های مختلف می شوند.

دقیقا همین مدل افراد در اینترنت هم وجود دارند و می خواهند با راه اندازی یک فروشگاه اینترنتی و استفاده از سئو کلاه سیاه به جای سئو کلاه سفید و سئو کلاه خاکستری بعد از یکی دو ماه تمام فروشگاه های اینترنتی ایران را جارو کنند شما از این نوع نباشید چرا که الگوریتم های گوگل واقعا هوشمند شده اند و ورود الگوریتم گورخر به وب ایران هم چندان دور نیست.



## فاکتورهای مهم بهینه سازی سایت برای الگوریتم گورخر

الگوریتم گورخر گوگل تاثیر بسیار زیادی روی سئو سایت دارد. اگر نمی خواهید توسط آپدیت گورخر گوگل جریمه شوید و به صفحات پایین تر سقوط کنید باید به سئو کل سایتتان اهمیت دهید چرا که سئو سایت فقط ظاهر سایت نیست و شما باید به تمام مشکلات سایت رسیدگی کنید. اگر می خواهید سایت شما به فروش های باورد نکرده برسد اگر می خواهید همیشه در بین کاربران محبوب باشید و اگر می خواهید در رسانه های اجتماعی هواداران شما در مورد شما بگویند به فکر سایتتان باشید.

در ادامه فاکتورهای مهمی را بررسی می کنیم که می توانند برای بهینه سازی سایت فروشگاههای برای الگوریتم گورخر گوگل یا زبرا مناسب باشند.

- مشکلات برنامه نویسی سایت را نابود می کنند
- تجربه کاربری و رابط کاربری دو فاکتور مهم
- نشانه گذاری اسکیمای حرف زدن به زبان گوگل
- استفاده از ویدئو برای معرفی محصولات
- پشتیبانی آنلاین یا چت آنلاین
- صاحب سایت نباید ناشناس باشد گوگل متوجه می شود
- محتوای کپی فقط اتلاف زمان است



- درگاه های پرداخت معتبر برای مشتری
- لینک سازی غیر اصولی باعث شکست سایت می شوند
- سایت واکنشگرا
- محتوای تازه و جدید
- نگه داشتن کاربران در سایت و مشتری مداری
- محصولات را با کیفیت انتخاب کنید
- سرعت سایت را بهبود دهید
- در دسترس بودن شرایط و قوانین
- امتیازات و نظرات کاربران برای گوگل مهم است

### مشکلات برنامه نویسی سایت را نابود می کنند

همیشه یکی از مشکلات باورنکردنی که می تواند سایت را نابود کند وجود باگ برنامه نویسی در سایت است. فرض کنید ربات های گوگل وارد سایت شما شده اند و به دلیل مشکلات برنامه نویسی نتوانستند سایت شما را ایندکس کنند چه اتفاقی خواهد افتاد؟ در یک کلام گوگل سایت شما را نخواهد دید و اگر گوگل سایت شما را ایندکس نکند شما یک هشدار خوب برای الگوریتم گورخر گوگل فرستاده اید و همین سیگنال های منفی باعث می شود که الگوریتم گورخر به فروشگاه اینترنتی شما شک کند.



در نهایت متأسفانه احتمالاً شما از لیست نتایج حذف می شوید. همیشه به مشکلات برنامه نویسی سایت توجه داشته باشید مهم نیست با چه زبان برنامه نویسی سایت را پیاده کرده اید سایت شما نباید تحت هیچ شرایطی مشکلات برنامه نویسی داشته باشد.

### تجربه کاربری و رابط کاربری دو فاکتور مهم

همواره این نکته مهم را به خاطر داشته باشد که سایت شما فقط ۳ ثانیه وقت دارد تا نظر کاربر را به خود جلب کند. فقط یک تصویر بی کیفیت با سایز نامناسب در صفحه محصول کافی است تا شما از دید کاربران به عنوان یک سایت نامعتبر شناخته شوید. الگوریتم گوگل نیز این موارد را به خوبی درک می کند. طراحی رابط کاربری و تجربه ی کاربری دو فاکتور بسیار مهم هم برای گوگل و هم برای کاربران هستند تا می توانید فرایند را راحت کنید.

یک سایت فروشگاهی معتبر مثل دیجی کالا را بررسی کنید موقعیت قرار گرفتن دکمه خرید ، رنگ دکمه ، سایز دکمه ، توضیحات ، تب بندی ها ، عکس ها همه و همه بر روی تجربه ی کاربر تاثیر می گذارند. سعی کنید با الگو گیری درست از سایت های معتبر سایت خود را برای الگوریتم zebra معتبر کنید.



## نشانه گذاری اسکیمای حرف زدن به زبان گوگل

اگر می خواهید با زبان خود گوگل با الگوریتم گورخر گوگل صحبت کنید بهتر است کدهای اسکیمای را به ساختار صفحات خود اضافه کنید تا گوگل به راحتی سایت شما را درک کند. نشانه گذاری سایت های فروشگاه تأثیر بسیار زیادی روی سئو آنها دارد چرا که گوگل با استفاده از این کدها بهتر ساختار صفحه، نوع محصول، قیمت و مشخصات آن را درک می کند.

## استفاده از ویدئو برای معرفی محصولات

اگر دنبال رضایت زبر هستید فروشگاه های معتبری را بررسی کنید. چند درصد این فروشگاه ها از ویدئو برای معرفی محصولاتشان استفاده می کنند؟ درصد بسیار کمی و دقیقا همین درصد بسیار کم همان سایت هایی هستند که به عنوان سایت های فروشگاه های معتبر شناخته شده اند. اگر نگران هزینه های میزبانی وب هستید بهتر است ویدئو ها را در سرویس های اشتراک ویدئو مثل آپارات بارگذاری کنید سپس در صفحات مورد نظر آن ها را نمایش دهید. با این کار می توانید با الگوریتم گورخر گوگل دوست شوید.



## پشتیبانی آنلاین یا چت آنلاین

بهتر است برای کسب رضایت کاربران به جای استفاده از تیکت برای سوالات مبتدی و پیش پا افتاده از سرویس چت آنلاین یا پشتیبانی آنلاین استفاده کنید تاثیر بسیار خوبی هم بر روی سئو سایت و هم

بر روی اعتبار سایت دارد. الگوریتم های گوگل به خوبی متوجه می شوند که کاربران چه مدت زمانی را در سایت شما حضور داشته اند.

## صاحب سایت نباید ناشناس باشد گوگل متوجه می شود

احتمالا با هویز **whois** آشنا هستید که اطلاعات دامنه ها را در آن می توان مشاهده کرد. اگر اطلاعات دامنه فروشگاه اینترنتی نامعتبر و ناشناس باشد الگوریتم گوگل و سایر الگوریتم های گوگل به زودی متوجه می شوند. همواره توصیه می شود برای بهبود سئو سایت هویز سایت ها را باز نگه دارید تا دلیلی برای قفل بودن نداشته باشید وقتی هویز دامنه قفل باشد یعنی گوگل ما داریم یه کارایی می کنیم که تو نباید بفهمی به همین سادگی در تله الگوریتم **zebra** می افتید.



## محتوای کپی فقط اتلاف زمان است

احتمالا به این جمله برخورد کرده اید که می گوید محتوا پادشاه هست! یکی از مهم ترین فاکتورهای سئو در ۲۰۲۰ تولید محتوای مناسب برای سئو است یعنی محتوایی که اول رضایت کاربر را مد نظر قرار دهد نه گوگل را چرا که گوگل دیگر مثل سابق نیست بسیار هوشمندانه سایت ها و محتوا را بررسی می کند. وجود محتوای با کیفیت به الگوریتم گوخر می گوید که این سایت مفید است.

- اولین راهکار برای تولید محتوا وجود یک وبلاگ در فروشگاه اینترنتی است.
- دومین راهکار توجه به کیفیت توضیحات محصولات در صفحه جزئیات محصول است.

وجود لینک داخلی در داخل محتوا و همچنین تکرار نبودن محتوا نیز به بهینه بودن سایت برای گوگل کمک می کند و یک مزیت مهم دیگری که دارد این است که دیگر توسط دیگر الگوریتم ها جریمه نمی شوید یک تیر و چند نشان!

## درگاه های پرداخت معتبر برای مشتری

کاربران و مشتریان شما باید مطمئن شوند که در حال استفاده از یک درگاه پرداخت امن برای پرداخت قیمت محصولات هستند. استفاده از درگاه های نامعتبر باعث نگرانی الگوریتم گوخر گوگل می شود





پس در حد امکان از درگاه های پرداخت ایمن و معتبر استفاده کنید . نمونه درگاه های واسط معتبر مثلا درگاه واسط زرین پال یا در بهترین حالت درگاه معتبر را از طریق بانک های معتبر دریافت کنید.

## لینک سازی غیر اصولی باعث شکست سایت می شوند

بک لینک سازی یکی از مهم ترین تکنیک های سئو است که اگر اصولی اجرا شود باعث بهبود رتبه سایت در گوگل می شود. همیشه نمی توان با محتوای مناسب به رتبه های بهتر رسید به خصوص در کلمات کلیدی پر رقابت پس باید لینک سازی اصولی نیز داشته باشید .

## سایت واکنشگرا

همه کاربران از PC برای جستجو های خود استفاده نمی کنند. گوگل به شدت بر روی این موضوع حساس است اگر سایت شما برای کاربران موبایلی بهینه نباشد امتیاز پایین تری برای سایت شما در نظر می گیرد و این اصلا از مشخصه های یک فروشگاه اینترنتی معتبر نیست . الگوریتم گورخر گوگل این مورد را درک می کند و مهم ترین نکته ای که در مورد سایت های ریسپانسیو باید بدانید این است که اگر سایت شما واکنشگرا نباشد دیگر برای جستجوهای موبایلی نمایش داده نخواهد شد حتی اگر بهترین و با کیفیتترین محتوا را نوشته باشید. فقط با رعایت واکنشگرایی سایت هم می توانید ورودی گوگل خود را بالا ببرید و هم اینکه با الگوریتم گورخر گوگل دوست شوید.



## محتوای تازه و جدید

از همین الان خیالتان را راحت کنم گوگل تشنه محتوای تازه است. محتوای فروشگاه اینترنتی را در چند پاراگراف قبل توضیح دادم وبلاگ و توضیحات محصولات . توضیحات را با زبان ساده و رعایت استانداردهای سئو تولید کنید.

## نگه داشتن کاربران در سایت و مشتری مداری

چرا باید کاربران را در سایت نگه دارید ؟ چند دلیل خوب برای این کار وجود دارد اگر کاربران وقت زیادی در سایت سپری کنند بانس ریت Bounce Rate سایت پایین آمده و زمان ماند کاربر در سایت بالا می رود و همین اتفاق کافی است تا شما به رتبه های بهتری منتقل شوید . مشتری مداری را نیز اصلا فراموش نکنید پس از اینکه پرداخت را انجام دادند و پول به حسابتان آمد دیگر بی خیال مشتری نشوید.

بعد از چند هفته با مشتری خود تماس بگیرید و جویای کیفیت و رضایت از محصول باشید. این کار یک حس بسیار خوبی به مشتری منتقل می کند و باعث می شود مشتری بیشتر به شما اعتماد کند. هدف اصلی این است که فروشگاه معتبری داشته باشیم که بتوانیم فروش خوبی را تجربه کنیم دقیقا همین کارهای کوچک باعث دوستی الگوریتم گوگل با سایت شما می شود.



## محصولات را با کیفیت انتخاب کنید

همیشه یادتان باشد اگر مردم به جای محصول ۱۰۰ هزارتومانی دنبال محصول ۵۰۰ هزارتومانی هستند چند دلیل دارد:

- کیفیت محصول
- ایجاد حس خوب در محصولات فیزیکی
- ایجاد تغییر در زندگی در محصولات آموزشی

اگر بتوانید سه گزینه ی فوق را در قالب یک محصول برای مشتریان خود فراهم کنید آنها هیچ وقت شما را فراموش نمی کنند . الگوریتم های گوگل به دنبال یک سایت عالی هستند تا به کاربران پیشنهاد دهند و مدل کسب و کار گوگل رضایت از پیشنهاد نتایج به جستجوگران است!

## سرعت سایت را بهبود دهید

سرعت سایت در حال حاضر یکی از فاکتورهای بسیار مهم برای سئو سایت است و گوگل در آپدیت های جدید سرچ کنسول صراحتاً این موضوع را شفاف کرده است و بخشی تحت عنوان سرعت سایت در حالت دسکتاپ و موبایل به گوگل سرچ کنسول اضافه شده است . باید بدانید سرعت کم لود سایت در یک فروشگاه اینترنتی یعنی مشتری پرانی به نفع رقیبان ! .



فرض کنید مشتری وارد فروشگاه اینترنتی شما شده است و قصد دارد محصولی خرید کند اما صفحه جزئیات محصول بسیار کند کار می کند به نظرتون چند درصد مشتریان شما آنقدر حوصله دارند که منتظر لود سایت شما باشند. اگر می خواهید توسط الگوریتم گوگل جریمه نشوید بهتر است این فاکتور را بسیار جدی بگیرید این فاکتور یکی از فاکتورهایی است که تمام وبمستران و سئوکاران بر آن تاکید می کنند.

## در دسترس بودن شرایط و قوانین

برای الگوریتم های گوگل بسیار مهم است که یک سایت معتبر فروشگاهی صفحه ای تحت عنوان قوانین و سیاست ها داشته باشد. چرا که این صفحات برای گوگل کاملا شناخته شده هستند.

## امتیازات و نظرات کاربران برای گوگل مهم است

یکی از بخش های بسیار مهم در فروشگاه اینترنتی بخش نظرات و رضایت یا عدم رضایت کاربران از محصولات است. همیشه سعی کنید به نظرات و انتقادات کاربران و مشتریان احترام بگذارید و تحت هیچ شرایطی برخورد تند نداشته باشید. نظرات یک صفحه باعث بروزرسانی آن صفحه می شوند و بعضا کاربران نظرات دیگر مشتریان را مطالعه می کنند که باعث افزایش زمان ماند کاربران و کاهش بانس ریت می شود.



به نظرات و سوالات مشتریان پاسخ قانع کننده ای بدهید حتی اگر محصول شما با کیفیت نبود یا به هر دلیلی مشکلی داشت با احترام کامل محصول را پس بگیرید و پول مشتری را بازگردانید.



# فصل نهم

## الگوریتم موبایل فرندلی



سالهاست که گوشی های هوشمند در عرصه وب جولان می دهند و بیشتر سرچ ها گوگل با استفاده از گوشی های هوشمند انجام می شود. الگوریتم **Mobile First Index** دوست دار کاربران موبایلی در گوگل است و برای این دسته از کاربران اینترنتی عرضه شده است. امروزه تعداد کاربرانی که از موبایل برای وب گردی استفاده می کنند روز به روز بیشتر می شود. گوگل برای احترام به حقوق کاربران اینترنتی سعی می کند تمام صفحات اینترنتی را براساس داده هایی که از تلفن های هوشمند به دست می آورد دسته بندی کند.

اگر به اطراف خود نگاه کنید خواهید دید که تنها دلیل تغییر رفتار انسان در قرن ۲۱ تکنولوژی بوده است. کاربران دیگر فقط با کامپیوترهای روی میزی وبگردی نمی کنند، آنها قادرند در هر زمان و مکانی وبگردی کنند حتی در رختخواب، تغییر رفتار کاربران اینترنتی از دسکتاپ به سمت استفاده از موبایل یک چالش بزرگ برای سایت ها و انواع کسب و کارهای اینترنتی شد. زمانی که گوگل برای اولین بار در سال ۲۰۱۵ از الگوریتم جدیدی برای رتبه بندی سایت ها (در موبایل) خبر داد متخصصان سئو این الگوریتم را **Mobilegeddon** نامیدند.

ابتدا تصور سئو کاران این بود که با ارائه الگوریتم **Mobile First Index** دیگر باید بی خیال صفحه اول گوگل و رتبه ۱ گوگل باشند. در حالی که گوگل اصلاً نمی خواست وبمستران را بترساند،



بلکه می‌خواست آن‌ها را برای ساخت سایت‌های موبایل فرندلی Mobile Friendly تشویق کند.

الگوریتم Mobilegeddon اولین نسخه از الگوریتم موبایل فرندلی گوگل بود که در نهایت با الگوریتم Mobile First Index به پایان رسید و امروزه با همین نام شناخته می‌شود.

### الگوریتم Mobile First Index چیست ؟

گوگل الگوریتم های مختلفی دارد، که هر یک برای منظور خاصی طراحی شده است. الگوریتم Mobile First Index نیز یکی از آنهاست. اگر بخواهیم به طور خلاصه این الگوریتم را توضیح دهیم، می‌توانیم بگوییم این الگوریتم برای رتبه بندی صفحات در جستجوهای موبایلی پیاده سازی شده است، پس اگر سایت شما موبایل فرندلی نباشد دیگر رتبه ی خوبی در جستجوهای موبایلی نخواهد گرفت. مفهوم موبایل فرندلی به طراحی ریسپانسیو “Responsive” بر می‌گردد. به همین دلیل الگوریتم Mobile First Index تلاش می‌کند، تا آنچه را که کاربران موبایل از یک وب سایت انتظار دارند را در اولویت قرار دهد.





موضوع موبایل فرندلی Mobile Friendly اهمیت ریسپانسیو بودن وب سایت ها را می رساند ،  
سایت هایی که تا به امروز از نسخه های قدیمی و غیر تعاملی استفاده می کنند از الگوریتم Mobile  
First Index صدمه می بینند. توجه داشته باشید که قرار نیست Mobile First Index به  
یک باره رتبه سایت ها را بگیرد این کار به تدریج انجام می شود . استفاده از این الگوریتم در وب

فارسی شروع شده است لذا مدیران سایت ها می توانند تا قبل از تحت تاثیر قرار گرفتن سایت نسبت  
به طراحی واکنشگرا و ارائه نسخه تعاملی یا ریسپانسیو سایت اقدام کنند.  
مدتهاست که گوگل به آرامی به سمت الگوریتم Mobile First Index حرکت کرده است.  
ایندکس Mobile First Index ابتدا به نسخه موبایل وبسایت شما نگاه می کند که اگر وجود  
نداشته باشد به سراغ نسخه دسکتاپ وبسایت می رود.

### چرا گوگل به جستجو های موبایلی اهمیت می دهد؟

بر اساس گزارش ها در سال ۲۰۱۶، بیش از ۵۵ درصد جستجوها در اینترنت، از طریق موبایل انجام  
می شود. این مقدار در برخی از حوزه های کاری حتی تا ۸۵ درصد هم می رسد. با افزایش روزافزون  
تعداد کاربران موبایلی، گوگل تصمیم گرفت سرویس جستجوی اینترنتی خود را برای گوشی های  
هوشمند بهینه کند تا وقتی کاربری با گوشی موبایل خود در اینترنت جستجو کرد، تنها سایت هایی به  
او نشان داده شود که برای نسخه موبایل بهینه شده است.



گوگل به دنبال رضایت کاربران از جستجو های اینترنتی است . هدف گوگل از ارائه الگوریتم Mobile First Index این بود که نتایجی را به کاربران موبایلی نمایش دهد که واقعا برای موبایل بهینه شده اند و با این کار جستجو گران اینترنت از وبگردی لذت می برند.

بدون شک هر سایتی با هر هدفی که راه اندازی شده باشد، دوست دارد در بین نتایج دیده شود و کلیک هایی از کاربران را از آن خود کند. پس وب سایت هایی که به جستجو های موبایلی و کاربران موبایلی اهمیت می دهند شانس بیشتری برای دیده شدن دارند. از طرفی وب سایت هایی که برای الگوریتم Mobile First Index بهینه نشده اند رفته رفته از نتایج جستجو حذف می شوند. برای کسانی که به موبایل فرندلی بودن سایت اهمیت می دهند Mobile First Index یک پوئن مثبت است.

## تفاوت Mobilegeddon و Mobile First Index

وقتی شما در جستجو های موبایلیتان وارد سایتی می شوید که همه چیز در هم ریخته است آیا ترجیح می دهید بمانید یا خارج شوید ؟ احتمالا خارج می شوید چون امکان استفاده از سایت عملا تا حد زیادی وجود ندارد . پس وقتی می بینید در جستجو های موبایلی سایتی رتبه اول را دارد اما در جستجو های دسکتاپ همان سایت رتبه مثلا ۵ را دارد تعجب نکنید .



گوگل در سال ۲۰۱۵ اعلام کرد که هر چند موبایل فرندلی بودن مهم است، اما باز هم هدف و رفتار کاربران تعیین کننده رتبه های جستجو است. این به این معنی است که حتی اگر سایت شما موبایل فرندلی نباشد اما همچنان در تولید محتوا برنامه ای برای تولید محتوای مناسب برای سئو داشته باشید باز هم به رتبه یک و صفحه یک می رسید اما تا زمانی که رقبایتان موبایل فرندلی نباشند!!!

## تاثیر الگوریتم Mobilegeddon

- رتبه بندی نتایج جستجو در موبایل
- نتایج جستجو در تمام زبان های دنیا
- رتبه بندی صفحات مجزا نه کل وب سایت

آیا تا حالا اصطلاح آرامش قبل از طوفان را شنیده اید! واقعیت آن است زمانی که Mobilegeddon ارائه شد تغییر زیادی در رتبه بندی سایت ها مشاهده نشد طبق بررسی های چند سایت خارجی سرعت سایت بیشتر از موبایل فرندلی بودن بر روی رتبه های بهتر تاثیر داشت و اصطلاح آرامش قبل از طوفان کنایه از همین مورد است.

کمتر از یک سال بعد طوفان شروع شد و گوگل رسماً اعلام کرد به سایت های موبایل فرندلی رتبه ی بهتری می دهد و می خواهد سیگنال های موبایل فرندلی و تعاملی بودن سایت ها را تقویت کند.



## پایانی زیبا با Mobile First Index

با بیشتر شدن جستجو در موبایل گوگل هم اهمیت بیشتری به سایت‌های موبایل فرندلی می‌داد. تا اینکه در نهایت شرکت گوگل با معرفی الگوریتم Mobile First Index اعلام کرد از این به

بعد نسخه موبایل هر سایت را به عنوان نسخه اصلی در نظر می‌گیرد!؟ داستان شروع شد ربات‌های گوگل که مسئول بررسی محتوا و ایندکس کردن محتوا هستند ابتدا به سراغ نسخه موبایل سایت می‌آمدند و موبایل فرندلی بودن سایت تبدیل شد به یکی از مهم‌ترین فاکتورهای سئو داخلی سایت اولویت با نسخه موبایل است نه دسکتاپ.

نکته ی مهمی که وجود دارد این است که این الگوریتم از همان ابتدای راه اندازی سایت موبایل فرندلی بودن سایت را زیر نظر می‌گیرد اگر قصد راه اندازی یک سایت را دارید یا سایت شما هنوز موبایل فرندلی نیست بهتر است دست بکار شوید چون رقبا آماده شده‌اند. توجه داشته باشید اگر نسخه موبایل سایت شما درست کار نکند یا حتی سایت شما نسخه موبایل نداشته باشد نسخه دسکتاپ شما ایندکس خواهد شد اما گوگل حساسیت بسیار زیادی برای موبایل فرندی نشان می‌دهد تا جایی که دیگر در رابط کاربری جدید گوگل سرچ کنسول بخشی جدیدی تحت عنوان Mobile Usability به این سرویس اضافه شده است.



اگر به کاربران سایت خود اهمیت می دهید بهتر است بدانید اگر نسخه موبایل فرندلی شما واقعا کارپسند باشد احتمالا حتی در دستکاپ هم بتوانید رتبه بهتری بگیرید. چون اولین هدف گوگل رضایت کاربران از نتایج جستجو است و این نکته ی بسیار مهمی است. این الگوریتم باعث شد طراحان سایت علاقه بیشتری به موبایل فرندلی بودن نشان دهند.

### چگونه بدانیم نسخه ایندکس اول موبایل درست نمایش داده می شود؟

اگر می خواهید بدانید سایت شما موبایل فرندلی است بهتر است از طریق این آدرس (<https://search.google.com/test/mobile-friendly>) موبایل فرندلی بودن و سازگاری سایتتان با الگوریتم Mobile First Index را بررسی کنید.

خوشبختانه گوگل همیشه به فکر وبمستران بوده و در این سرویس رایگان این امکان را به وب مستران می دهد تا سازگاری سایتشان را بررسی کنند. فقط کافی است وارد سایت شوید و آدرس سایت خود را در سرچ باکس وارد کنید و سپس منتظر بررسی گوگل باشید.



## چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم First Index موبایل قرار می گیرند؟

- سایت هایی که نسخه موبایل و دسکتاپ آنها یکسان است
- سایت های Responsive یا واکنش گرا
- سایت هایی که برای نسخه موبایل، طراحی و آدرس مجزایی دارند
- داینامیک سروینگ (Dynamic Serving)

## سایت هایی که نسخه موبایل و دسکتاپ آنها یکسان است

زمانی که نسخه موبایل و دسکتاپ شما یکی باشد دیگری تغییری در آنالیز صفحات سایتتان از طرف گوگل ایجاد نمی شود پس از ارائه شدن الگوریتم Mobile First Index گوگل درست مانند قبل به سایت شما رتبه می دهد. همچنین اگر سایت شما ریسپانسیو نباشد یک نکته منفی محسوب می شود. و به همین خاطر گوگل امتیاز خوبی برای سایت شما در نظر نمی گیرد.

## سایت های Responsive یا واکنش گرا

الگوریتم Mobile First Index تغییری در درک گوگل از محتوای سایت های تعاملی یا واکنش گرا ایجاد نمی کند، زیرا فقط حالت بصری سایت شما در نسخه دسکتاپ و موبایل تغییر می کند و محتوا همان است. اگر سایت شما ریسپانسیو باشد ولی در دو نسخه موبایل و دسکتاپ محتوای متفاوتی داشته باشد گوگل درک دیگری خواهد داشت و اینگونه برداشت می کند که بخشی از محتوای سایت



شما توسط سی اس اس پنهان شده است و ممکن است جایگاه سایت شما پس از اعمال الگوریتم موبایل فرست ایندکس دچار تغییراتی شود.

## سایت‌هایی که برای نسخه موبایل، طراحی و آدرس مجزایی دارند

اگر تا به حال با موبایل وارد سایت فیسبوک شده باشید خواهید دید که آدرس سایت به این آدرس `m.facebook.com` تغییر می‌کند. در این صورت گفته می‌شود نسخه دسکتاپ و موبایل سایت

دو آدرس مجزا دارند. **آیا این برای گوگل خوب است؟** در این شرایط، گوگل تنها محتوایی که در آدرس مجزای موبایل وجود دارد را آنالیز می‌کند. پس با توجه به داشتن دو آدرس مجزا این نوع سایت ها بیشتر مورد موشکافی گوگل قرار می‌گیرند.

## داینامیک سروینگ (Dynamic Serving)

برخی از سایت‌ها وجود دارند که در هیچ یک از موارد ذکر شده قرار نمی‌گیرند، به عنوان مثال اگر وارد سایت دیجی کالا شوید، با اینکه برای هر دو نسخه موبایل و دسکتاپ، یک آدرس وجود دارد و سایت در هر دو نسخه درست نمایش داده می‌شود، اما وقتی از مرورگر موبایل خود وارد این سایت‌ها می‌شوید، نه تنها نحوه نمایش بلکه کدهای HTML صفحه نیز تغییر می‌کند، به این روش **Dynamic Serving** گفته می‌شود.



## چگونه سایت را برای الگوریتم Mobile First Index آماده کنیم؟

- ریسپانسیو بودن بهتر از دو نسخه مجزا داشتن است
- نشانه گذاری schema رعایت شود
- محتوا، ساختار صفحات و کدهای موبایل و دسکتاپ یکسان باشد
- محتوای پنهان نداشته باشید
- توجه به محتوای ساید بار و فوتر
- بی خیال طراحی فلش
- استفاده از الگوهای Mobile First Design
- اهمیت نقشه سایت و فایل ROBOT.TXT
- محتوای عالی و کاربر پسند تولید کنید
- سرعت سایت را بهبود دهید
- صفحات پر شتاب موبایل (AMP) ایجاد کنید

## ریسپانسیو بودن بهتر از دو نسخه مجزا داشتن است

همانطور که تا اینجا متوجه شدید ریسپانسیو بودن سایت محتوای سایت را برای هر دونسخه موبایل و دسکتاپ به درستی نمایش می دهد. پس تفاوتی در محتوا یا کد نویسی وجود ندارد. اما سایت هایی که برای هر نسخه از صفحه نمایش ها کد نویسی جداگانه داشته اند احتمالا پس از فهرست بندی بر





اساس ایندکس موبایل آسیب می بینند. از این رو بهتر است سایت واکنشگرا باشد. و استفاده از دونسخه مجزا توصیه نمی شود.

## ترتیب ارزش گذاری گوگل برای هر یک از این روش ها به شرح زیر است:

- اولویت اول: ریسپانسیو بودن سایت
- اولویت دوم: داشتن نسخه مجزا برای موبایل یا Mobile Version
- اولویت سوم: نمایش یکسان سایت در دسکتاپ و موبایل (از این مورد اجتناب کنید!!!)
- و در آخر اینکه برای تجارت های بزرگتری که تعداد بازدید کننده بی شتری دارند، استفاده از تکنیک Dynamic Serving می تواند بعد از اولویت اول، انتخاب مناسبی باشد.

## نشانه گذاری schema رعایت شود

اگر می خواهید سایت شما با گوگل تعامل خوبی داشته باشد کدهای schema را به سایتتان اضافه کنید اما اول مطمئن شوید که کدهای اسکیمای در حالت ریسپانسیو درست نمایش داده می شوند.

## محتوا ، ساختار صفحات ، کدهای موبایل و دسکتاپ یکسان باشد

یکسان بودن محتوای سایت در دو نسخه موبایل و دسکتاپ می تواند تا حد زیادی خیال شما را در مقابل بروز رسانی های گوگل راحت کند. یکسان بودن محتوا در نسخه موبایل و دسکتاپ به معنی رعایت این موارد است:

- یکسان بودن تگ های متا مانند عنوان و توضیحات
- نشانه گذاری استاندارد و کدهای اسکریپت در هر دو نسخه کاملاً یکسان باشد
- محتوای اصلی صفحه (به جز سایدبار، فوتر و هدر) در هر دو نسخه کاملاً یکسان باشد

## محتوای پنهان نداشته باشید

در گذشته گوگل به محتوای پنهان واکنشی نشان نمی داد و در رتبه بندی سایت ها نیز به آن اهمیت نمی داد. اما با تغییراتی که در الگوریتم Mobile First Index ایجاد کرده است باید گفت طراحان سایت به ناچار برخی از محتوا را باید در تب ها قرار دهند، چرا که در نسخه موبایلی همه محتوا نمی گنجد.

## توجه به محتوای سایید بار و فوتر

از آنجایی که نسخه موبایل سایت‌ها به دلیل اندازه کمتر، نسبت به دسکتاپ فضای کوچک‌تری دارند. وقتی وارد یک سایت واکنش‌گرا می‌شوید، بخش‌هایی مانند فوتر و ساییدبار حذف می‌شوند بنابراین اگر لینک مهمی در این بخش‌ها وجود داشته باشد بعد از تمرکز گوگل بر روی نسخه موبایل طبیعتاً ارزش خودشان را از دست خواهند داد و بهتر است فکری به حالشان کنید.

## بی خیال طراحی فلش

باید قبول کرد که طراحی سایت با سبک فلش بسیار زیباست و می‌شود کارهای عجیب و غریب انجام داد، اما باید به این نکته توجه کنید که گوشی‌ها به طور کامل از فلش پشتیبانی نمی‌کنند و اینگونه طراحی به درد نسخه موبایل نمی‌خورد. نکته منفی دیگری که در سایت‌های فلش وجود دارد سرعت لود این سایت‌ها است که خود یک نکته منفی برای سئو سایت است.

## استفاده از الگوهای Mobile First Design

از زمانی که الگوریتم Mobile First Index ارائه شده است مفهوم Mobile First Design به یک ترند در طراحی سایت تبدیل شد، در طراحی ریسپانسیو ابتدا محتوای سایت در نسخه دسکتاپ طراحی و سپس در مورد نحوه نمایش آن در موبایل تصمیم‌گیری می‌شود ولی در



Mobile First ابتدا نسخه موبایل به صورت کامل طراحی شده و در نسخه تبلت و دسکتاپ بخش‌هایی به آن اضافه می‌شود.

## اهمیت نقشه سایت و فایل robot.txt

سایت مپ و robot.txt دو مورد از نکات مهم و تأثیرگذار روی سئو سایت هستند.

- Site Map سایت مپ در واقع فایلی است که لیستی از مهم‌ترین محتواهای موجود در سایت شما را لیست می‌کند تا ربات‌های خزنده گوگل بتوانند به راحتی مطالب سایت شما را ایندکس کنند.

- robot.txt با استفاده از این فایل می‌توانید رفتار Crawler های موتور جستجو در قبال وبسایت خود را تعیین کنید و به آن‌ها بگویید کدام قسمت از صفحات وبسایتان را نباید ایندکس کنند.

## محتوای عالی و کاربر پسند تولید کنید

اگر قرار است سایت را برای کاربران موبایلی بهینه کنید بهتر است بدانید در کل شما برای کاربران سایت طراحی می‌کنید و محتوا ارئه می‌دهید پس فکری به حال محتوای کاربر پسند کنید. سعی کنید فیلم و تصاویر موجود در صفحات سایت به درستی به کاربران موبایلی نمایش داده شوند. فکر نکنید چون سائز موبایل نسبت به دسکتاپ کوچکتر است پس کاربران مقالات طولانی را نمی‌خوانند



به هیچ وجه اینگونه نیست. با تولید محتوای با کیفیت و استفاده از تصاویر جذاب کاربران را ترغیب کنید دوباره به سایت شما سر بزنند.

## سرعت سایت را بهبود دهید

گوگل در مورد عملکرد و سرعت سایت اعلام کرده است که بالا آمدن در ۳ ثانیه محدوده زمانی مناسب برای قبول یک سایت تجارت الکترونیک است. اما در گوگل، هدف کمتر از نیم ثانیه است! کاربران توقع دارند که وبسایتها سریع لود شوند. پس به سرعت لود سایتتان اهمیت دهید.

## نکاتی برای بهینه سازی سرعت سایت ؟

- تصاویر را بهینه سازی کنید: تصاویر بزرگ می توانند سرعت سایت را کم کنند. سایزبندی مناسب تصاویر یک راه حل سریع و موثر برای افزایش سرعت سایت است.
- کدها را کوچک سازی کنید: همه کاراکترهای غیرضروری را از کد اصلی حذف کنید بدون اینکه کارکرد آنها را تغییر دهید تا امکان بهینه سازی الگوریتم Mobile First Index فراهم شود.
- کش کردن مرورگر را در نظر بگیرید: کش کردن مرورگر، منابع و فایل های صفحات وب سایت را در کامپیوتر کاربر در هنگام بازدید ذخیره می کند.
- ریدایرکت ها را کاهش دهید: ریدایرکت بیش از اندازه می توانند باعث لود مجدد وب سایت شود که تجربه کاربری را کند می کند.



## صفحات پر شتاب موبایل (AMP) ایجاد کنید

اگر می خواهید تا با الگوریتم Mobile First Index دوست شوید بهتر است فناوری AMP را تست کنید شاید برای همیشه از آن استفاده کنید. با استفاده از پلاگین AMP کاربران وردپرس می توانند صفحات ساده و پر سرعتی برای نمایش در تلفن های هوشمند ایجاد کنند.



# فصل دهم

## الگوریتم تازگی محتوا گوگل



Google Freshness Algorithm

همیشه در سئو سایت موضوعاتی وجود دارد که که اکثر وبمستران به آن اهمیت نمی دهند . الگوریتم Freshness گوگل یا تازگی محتوا زمانی که برای اولین بار در نوامبر ۲۰۱۱ نهایی شد گوگل رسماً اعلام کرد که ۳۵ درصد از نتایج جستجو دچار تغییراتی شده اند. از آن پس کارشناسان سئو و تیم های تولید محتوا تصمیم گرفتند به الگوریتم Freshness گوگل بیشتر اهمیت دهند چرا که حدود ۳۵ درصد نتایج جستجو تحت تاثیر الگوریتم تازگی محتوا قرار گرفته بود و همین موضوع باعث نگرانی صاحبان کسب و کار اینترنتی می شد.

## الگوریتم Freshness گوگل چیست ؟

همه چیز از تولید محتوا شروع می شود با یک مثال نقش تولید محتوای با کیفیت در الگوریتم Freshness گوگل را بررسی می کنیم . فرض کنید شما قصد اطلاع از قیمت طلا یا خرید هر کالای دیگری را از طریق اینترنت دارید. همیشه در جستجوهای گوگل لیستی از نتایج به شما نشان داده می شود که همگی در رابطه با موضوع مورد جستجوی شما هستند . مثلاً ممکن است شما با عناوینی مشابه زیر برخورد کنید.

- قیمت لحظه ای طلا و سکه
- قیمت سکه در یک ماه گذشته
- نمودار قیمت سکه و طلا
- و ...





اما اینکه کدام یک از نتایج برای شما مفید است بر می گردد به تازگی محتوا. اگر شما قصد دارید از قیمت طلا در لحظه با خبر شوید فقط عنوان اول به کار شما می آید و مابقی عنوان ها احتمالا در اولویت دوم قرار دارند.

در حقیقت می توان گفت که الگوریتم Freshness گوگل، تاریخ انتشار و به روز بودن محتوا را به عنوان یک فاکتور بسیار مهم و کلیدی در تعیین جایگاه سایت در نظر می گیرد.

### چرا الگوریتم تازگی محتوا ساخته شد؟

هدف اصلی گوگل از ارائه این الگوریتم تاکید بیشتر بر تازگی محتوا بود. کاربران اینترنتی همیشه محتوای تازه را دوست دارند و از محتوای دست اول استقبال می کنند. این محتوا بخصوص زمانی که مثلا قیمت خودرو، ارز، طلا و ... مورد نظر باشد به شدت با اهمیت می شود. در برخی حوزه ها مثل اخبار، اهمیت تازگی محتوا بیشتر می شود و سایت هایی که در این حوزه مشغول فعالیت هستند باید همیشه محتوای خود را بروز نگه دارند.



تازگی محتوا به حدی برای گوگل و کاربران اینترنت مهم است که مدیر سابق بخش جستجوی گوگل اعلام می کند:

در اولین قدم لازم بود محتوایی مانند اخبار، سیاست و موضوعات ترندی که در اینترنت بیشتر جستجو می شوند، بر اساس جدید بودن در نتایج بالاتر قرار بگیرند. به هر حال چه کسی دوست دارد بداند اولین دوست دختر Justin Bieber در سال ۲۰۰۵ چند سال داشته است؟

گوگل پیش از این نیز الگوریتم های مختلفی را برای بهبود نتایج جستجو ارائه کرده است. هر کدام از این الگوریتم ها برای موضوعات خاصی طراحی و پیاده شده اند و در کل هدف همه ی آنها ارائه بهترین نتیجه ممکن به جستجوگران بوده است. گوگل تشنه تازگی محتوا است و هدف اصلی گوگل از ارائه الگوریتم Freshness گوگل جلب رضایت کاربرانی بود که دنبال محتوای تازه بودند.

### رتبه دهی به محتوای تازه با الگوریتم Freshness

یک دلیل اصلی برای ارائه الگوریتم Freshness گوگل وجود دارد ان هم حل مشکل کاربران در برخورد با محتواهای قدیمی است. وظیفه اصلی این الگوریتم افزایش رتبه محتواهای جدید نسبت به محتوای قدیمی است. وقتی در مباحث آموزش سئو سایت گفته می شود بروز رسانی و آپدیت محتوا یکی از فاکتورهای مهم سئو داخلی سایت است واقعا اغراق نیست و همینطور است کافیس



امتحان کنید تا نتایج را مشاهده کنید! مدیران سایت ها باید مقاله های قدیمی خود را بروز کنند تا کاربران مجبور نباشند با گذشت زمان ، فقط محتوای جدید را مطالعه کنند.

یکی از چالش هایی که ارائه الگوریتم Freshness گوگل به وجود آورد این بود که آیا فقط محتوای جدید می تواند رتبه سایت را افزایش دهد؟ در جواب باید گفت همانگونه که نوشتن یک مقاله خوب به تنهایی نمی تواند باعث بهبود رتبه سایت شود، تولید محتوای بروز هم هیچ بهبود جایگاهی را تضمین نمی کند. چیزی که باعث می شود گوگل سایت شما را بروز به حساب بیاورد، سیگنال هایی است که از طرف کاربر دریافت می کند.

الگوریتم تازگی محتوا صرفا یکی از نکاتی است که شما باید در تولید محتوای مناسب برای سئو سایت آن را رعایت کنید در یک کلام باید گفت همه ی کارهای لازم برای رتبه گرفتن را انجام دهید و تازگی محتوا و بروز رسانی محتوا را نیز در دستور کار داشته باشید.

سئو صرفا یک تکنیک نیست که پس از اجرا شدن نتایج فوق العاده داشته باشد SEO مانند یک ماراتن ورزشی است و همه ورزشکاران از صفر تا صد باید برای این ماراتن آماده باشند از تغذیه گرفته تا وضعیت روحی ، جسمانی و تمرین های سخت.



## چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم تازگی محتوا قرار می گیرند؟

برای اینکه بدانیم چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم تازگی محتوا قرار می گیرند اجازه دهید با یک مثال آغاز کنیم. فرض کنید شما عبارت رئیس جمهور ایران را در گوگل جستجو می کنید **چه انتظاری** از نتایج جستجو خواهید داشت؟ بدون شک احتمالا اولین رتبه گوگل سایت ویکی پدیا خواهد بود که اطلاعاتی را در مورد آقای حسن روحانی به صورت محتوای ساختار یافته structure data به شما نمایش می دهد. و اصلا انتظار ندارید به جای نمایش اطلاعات آقای حسن روحانی اطلاعات آقای دکتر محمود احمدی نژاد را مشاهده کنید.

اما اگر مثلا جستجو کنید آموزش ساخت کاردستی احتمالا دیگر برای گوگل زیاد اهمیت ندارد که محتوا برای چند ساعت پیش باشد یا یک سال قبل در نهایت تصمیم با گوگل است باید تصمیم بگیرد چه نوع محتوایی برای کاربر اهمیت دارد. تمرکز این الگوریتم برای ارتقا رتبه محتوای تازه بیشتر بر روی این نوع سایت هاست:

- خبری
- رویدادی
- سینمایی
- دانلودی



## گوگل چگونه متوجه محتوای تازه در سطح وب می شود ؟

گوگل به خوبی متوجه می شود که در کدام کسب و کارها باید به دنبال محتوای تازه باشد. اما گوگل چگونه این موضوع را متوجه می شود؟ مهم ترین نکته ای که به گوگل در فهم این موضوع بسیار مهم کمک می کند، داغ بودن یک بحث یا عنوان در سطح وب است. یک مثال بسیار ساده زمانی که آقای قاسم سلیمانی به شهادت رسید تمام وب سایت های خبری ، اخباری پیرامون این موضوع منتشر کردند تمام شبکه های اجتماعی این رویداد بزرگ را پوشش دادند و کاربران در گوگل هر روز نام این سردار را جستجو کردند.

زمانی که به طور ناگهانی تمامی وبسایت ها پیرامون یک موضوع جدید می نویسند و کاربران زیادی عبارت های مربوط به آن را جستجو می کنند، گوگل متوجه وقوع یک اتفاق تازه می شود و به دنبال افزایش رتبه جدیدترین مطالب می گردد. اطلاعاتی که دست به دست در سطح اینترنت می چرخد و همه سایت ها در مورد آن می نویسند به گوگل کمک می کند تا با استفاده از الگوریتم Freshness گوگل متوجه شود که محتوای تازه ای داغ شده است.



## چگونه سایت را برای الگوریتم Freshness بهینه کنیم؟

- باید مدت زمان حضور کاربر در سایت به تدریج افزایش پیدا کند
- بروز رسانی محتواهای قدیمی
- سرعت عمل در انتشار محتواهای جدید
- توجه به سیگنال های شبکه های اجتماعی
- ساخت بک لینک های معتبر و دائمی
- محتوای همیشه سبز تولید کنید
- بک لینک گرفتن از سایت هایی که محتوای جدید منتشر می کنند

## باید مدت زمان حضور کاربر در سایت به تدریج افزایش پیدا کند

گوگل به اولین حضور کاربر در سایت اهمیت و ارزش زیادی نمی دهد مهم این است که کاربر شما دوباره به سایت بازگردد و در این شرایط است که گوگل ارزش بیشتری به سایت شما می دهد و جایگاه شما را ارتقاء می دهد. برای مثال کاربر در اولین بازدید از سایت شما فقط ۱ دقیقه در سایت سپری کرده است، این مدت باید با گذشت زمان افزایش پیدا کند اما به تدریج. افزایش تدریجی زمان حضور کاربر در سایت این سیگنال را به گوگل می دهد که محتوای موجود در سایت همچنان تازه است.

بهترین روش برای ارائه محتوای تازه به کاربران و بهینه سازی برای الگوریتم Freshness گوگل بروز رسانی محتوای صفحه است. به عنوان مثال اگر کاربران در هفته اول بعد از انتشار محتوا، به طور متوسط ۲ دقیقه در سایت شما وقت صرف کنند، این مقدار باید با گذشت زمان بیشتر شود یعنی مثلاً بعد از گذشت سه ماه این عدد به ۳ دقیقه نزدیک شده باشد. در این روش که یکی از بهترین تکنیک های سئو است در بازه های زمانی کوتاه بخش هایی به مقاله اصلی اضافه می شود و با اضافه شدن نظرات کاربران و افزایش زمان ماند کاربران در صفحه مقاله شما به یک محتوای همیشه سبز و تازه تبدیل می شود.

### بروز رسانی محتواهای قدیمی

اولین نکته مهم برای بهبود رتبه محتوا و رقابت در دنیای سئو با صفحات جدید و بهبود سایت برای الگوریتم Freshness گوگل به روزرسانی محتوا است. شما باید مطمئن شوید که محتوای موجود صفحات سایتتان، در زمان حال نیز برای کاربر مفید هستند. نکته ی مهمی که در بروز رسانی محتوا وجود دارد این است که باید اطلاعات جدید به محتوای خود اضافه کنید و از اضافه کردن لینک جدید و تصویر جدید غافل نشوید استفاده از کلمات جدید در هدینگ ها می تواند تاثیر بسیار خوبی داشته باشد.



## سرعت عمل در انتشار محتوای جدید

یک مثال برای سرعت عمل ، فرض کنید می خواهید رویداد جام جهانی را در سایت خود پوشش دهید . بهترین کار این است که یک محتوا برای آینده بنویسید تا دقیقا در زمان رویداد اولین سایت شما باشید که در مورد آن صحبت کرده اید با بروز رسانی محتوای خود تا زمان رویداد از رقبا سبقت می گیرید. تا حد ممکن در زمینه فعالیت خود، بروز باشید و محتواهای خبری و دیگر محتواها را به سرعت منتشر کنید. انتشار سریع محتوا یکی از نکاتی است که می تواند باعث موفقیت بیشتر شما در مواجهه با الگوریتم تازگی محتوا باشد.

## توجه به سیگنال های شبکه های اجتماعی

به اشتراک گذاری محتوا در شبکه های اجتماعی یکی از سیگنال هایی است که روی رتبه سایت تاثیر می گذارد. بسیاری از وبمستران با این موضوع برخورد می کنند که محتوای یونیک و با کیفیتشان پس از انتشار توسط یک سایت دیگر کپی برداری می شود و احتمالا وب سایت جدید رتبه بهتری هم می گیرد. **اما چرا این اتفاق می افتد ؟** یکی از دلایل وقوع این اتفاق سرعت ایندکس بالاتر سایت های کپی کننده نسبت به سایت های تازه تاسیس است.





کار کپی کردن محتوا توسط ربات های مخصوصی انجام می شود و چون این محتوا ها برای اولین بار در این سایت ها منتشر می شود گوگل این سایت ها را به عنوان مالک محتوا در نظر می گیرد. برای اینکه این اتفاق ها نیفتد، محتوای تولیدی خود را سریعاً در شبکه های اجتماعی مخصوصاً توئیتر منتشر کنید و از آن ها لینک بگیرید تا گوگل شما را به عنوان ناشر محتوا شناسایی کند. در زمان انتشار محتواهای خبری و دست اول حتماً به این موضوع دقت داشته باشید. این موضوع برای الگوریتم Freshness گوگل بسیار مهم است.

### ساخت بک لینک های معتبر و دائمی

بهترین استراتژی ساخت بک لینک آن است که به طور مداوم و به تعداد کم از سایت های مختلف لینک بگیرید. به عنوان مثال اگر برای یک هفته بک لینک هایی با حجم بالا دریافت کنید ولی یک ماه فرایند لینک سازی را متوقف کنید روش خوبی را انتخاب نکرده اید. در این شرایط گوگل ممکن است لینک های شما را اسپم شناسایی کند. یک راه حل خوب بروز رسانی محتوا است. با بروز رسانی محتوا مقاله های خود را در شبکه های اجتماعی منتشر کنید تا محتوای قدیمی سایت با لینک های جدیدتر بروز شود.



## محتوای همیشه سبز تولید کنید

محتوای همیشه سبز یا **Ever Green Content** محتوایی است که نیاز به بروز رسانی مداوم در جهت یکی شدن با سلیقه مخاطب را ندارد. مثلا زمانی که محتوای جامعی در مورد انتخاب کلمه کلیدی مناسب می نویسیم این محتوا نیاز به بروز رسانی مداوم ندارد و می تواند جوابگوی نیاز کاربران باشد. یکی از مزیت های محتوای همیشه سبز برای سایت این است که نیاز به بروز رسانی دائمی ندارند.

گوگل همیشه سبز بودن محتوای شما را با توجه به رفتار کاربر بررسی می کند. مهم ترین نکته در محتوای همیشه سبز (**Time On Site**) است مثلا در حال حاضر زمان ماند کاربران در یکی از صفحات محتوای سبز شما ۲ دقیقه است. اگر به مرور زمان زمان ماند کاهش یابد یک سیگنال منفی برای الگوریتم **Freshness** گوگل محسوب می شود و اگر بعد از گذشت زمان این مدت مثلا به ۶ دقیقه برسد یک سیگنال بسیار قدرتمند برای الگوریتم **Freshness** گوگل محسوب می شود چرا که توانسته پاسخگوی کاربران در مدت زمان طولانی باشد.

## بک لینک گرفتن از سایت هایی که محتوای جدید منتشر می کنند

اگر می خواهید سایت همیشه برای الگوریتم **Freshness** گوگل بهینه باشد بهتر است از سایت هایی بک لینک بگیرید که تازگی محتوا را رعایت می کنند. هر لینکی که به محتوای شما داده



می‌شود، یک امتیاز مثبت محسوب می‌شود. گوگل حتی منبعی که به شما لینک داده را هم بررسی می‌کند. این به این معنی است که اگر سایتی که به شما لینک داده در کل محتوای بروزی نداشته باشد و تازگی محتوا را رعایت نکند، الگوریتم تازگی محتوا یا الگوریتم Freshness گوگل امتیاز سایت شما را در رابطه با تازگی محتوا کاهش می‌دهد.

در حالت کلی دریافت لینک برای صفحات قدیمی‌تر سایت شما، موجب می‌شود که معیار تازگی محتوا در آن‌ها کاهش پیدا نکند زیرا هنوز صفحاتی هستند که به محتوای شما لینک می‌دهند. حالا اگر این لینک‌ها از سایت‌ها و صفحاتی باشد که خود آن صفحات تازه و کاربردی هستند ارزش آن به مراتب بیشتر خواهد بود.



# فصل یازدهم

## الگوریتم ضد اسپم گوگل



از زمان ورود موتورهای جستجو گر به دنیای اینترنت همواره موضوع سوء استفاده از موتورهای جستجو گر مطرح بوده است . در این بین موتور جستجوگر گوگل با ارائه الگوریتم های متفاوت توانسته است با سایت های اسپم و متقلب مقابله کند. یکی از جدیدترین الگوریتم های گوگل که برای مقابله با سایت های اسپم ارائه شد الگوریتم Pay Day Loan گوگل یا الگوریتم ضد اسپم گوگل است . اگر در سایتی از کلمات کلیدی نامرتب و یا عبارات نامناسب استفاده شود و یا در سایت فعالیت های غیر اخلاقی انجام شود این الگوریتم آنها را شناسایی و از میان بر می دارد.

## الگوریتم Pay Day Loan گوگل چیست ؟

اساس عملکرد الگوریتم Pay Day Loan گوگل مقابله با سایت هایی است که از کلمات کلیدی پر کاربرد به عنوان اسپم استفاده می کنند. منظور از عبارات و کلمات کلیدی اسپم اصطلاحاتی مستهجن شامل (وام ، کازینو ...) است . اگر سایتی در انتخاب کلمات کلیدی از کلمات کلیدی اسپم استفاده کند الگوریتم ضد اسپم گوگل با این نوع سایت ها مقابله می کند. اسم این الگوریتم از نوعی خاصی وام که در کشور ایالات متحده آمریکا به نام pay day loan معروف است گرفته شده است و برای مقابله با سایت های اسپم در این زمینه است .

**Matt Cutts** سرپرست مبارزه با اسپم گوگل در این باره می گوید: این الگوریتم مختص کاربران آمریکایی نیست و در تمام نتایج جستجوی کاربران جهان اعمال خواهد شد.



نکته قابل توجهی که در عملکرد این الگوریتم وجود دارد این است که پس از فعالیت این الگوریتم حدوداً ۳ درصد سایت های آمریکایی تحت تاثیر این الگوریتم قرار گرفتند. در حالی که در ترکیه حدود ۴ درصد سایت ها با الگوریتم ضد اسپم گوگل تحت تاثیر قرار گرفتند. سایت های اسپم در بین سایت های ترکیه بسیار زیاد است. این الگوریتم در حال حاضر در کشور ایران هم فعالیت می کند و بنا به گفته مت کات این الگوریتم بر روی تمام نتایج جستجوی جهان اعمال می شود.

### چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم ضد اسپم گوگل قرار می گیرند؟

الگوریتم Pay Day Loan گوگل اشاره ی مستقیم به سایت های غیر اخلاقی دارد که از کلمات کلیدی مستهجن و یا عبارات مستهجن استفاده می کنند. عبارت مستهجن می تواند به عنوان یک عامل مبارزه برای این گونه سایت ها در نظر گرفته شود. کار الگوریتم پرداخت روزانه گوگل یا همان الگوریتم ضد اسپم گوگل برخورد با سایت های اسپم است. این الگوریتم هیچ ارتباطی با الگوریتم پاندا گوگل و الگوریتم پنگوئن گوگل ندارد.

### ورژن ۳ الگوریتم pay day loan گوگل

زمانی که ورژن سوم الگوریتم ضد اسپم گوگل رونمایی شد در آن باز هم بر مبارزه با سایت های اسپم شدیداً تاکید کرده اند. اما به طور شفاف مشخص نشده است چه سایت هایی هدف الگوریتم پی دی قرار می گیرند. اما بر اساس توضیحاتی که کارشناسان کمپانی گوگل ارائه می دهند می توان به



یک نتیجه گیری کلی رسید که در آن سایت های غیر اخلاقی ، قمار ، شرط بندی ، کازینو و مشابه اینها مورد هدف الگوریتم Pay Day Loan گوگل هستند.

### چگونه سایتمان را برای الگوریتم مقابله با اسپم سئو کنیم ؟

نکته ای که باید بدانید این است که اگر سایت شما در رابطه با موضوعات مستهجن فعالیت نکند تحت هیچ شرایطی گرفتار الگوریتم ضد اسپم گوگل نمی شوید. اما نکاتی وجود دارد که بهره گیری از آنها می تواند سایت شما را در مقابل جریمه های رنگا رنگ گوگل بیمه کند و بهتر است همیشه در سایت خود این موارد را رعایت کنید.

### عدم استفاده از عبارات و کلمات مستهجن در عنوان سایت

خواسته یا ناخواسته از کلمات مشابه مستهجن در عنوان سایت به هیچ وجه استفاده نکنید . مثلا می خواهید سایتی در رابطه با فیلم و موزیک راه اندازی کنید . در این موارد سعی کنید عنوان اصلی سایت را طوری انتخاب کنید که حتی به موضوعات مستهجن شبیه هم نباشد . چرا که سئو معنایی گوگل شدیداً مترادف کلمات و هم خانواده ی آنها را شناسایی می کند و این می تواند به ضرر سایت شما تمام شود و الگوریتم ضد اسپم گوگل را نسب به سایت شما تحریک کند.



## دریافت بک لینک از سایت های مستهجن

یکی از سرنخ هایی که می تواند الگوریتم Pay Day Loan گوگل را تحریک کند تا سایت شما را در لیست سایت های اسپم قرار دهد وجود لینک سایت شما در سایت های مستهجن است. تحت هیچ شرایطی در سایت های پرن ، شرط بندی ، کازینو ، قاقاق ، تروریستی و ... بک لینک نسازید چرا که ربات های گوگل از طریق لینک ها وارد سایت ها می شوند و اصلا برای گوگل خوب نیست که از یک سایت مستهجن وارد سایت شما شود و این شک برانگیز است.

## استفاده زیاد از عبارات مستهجن در مقالات

بعضی وقت ها شاید پیش بیاد که بخواهید در مورد مثلا شرط بندی یا قمار یک سری مقالاتی در سایت خود منتشر کنید یا حتی موضوعات مشابه با مستهجن. در تولید محتوا شما ناچار هستید از عباراتی استفاده کنید که بتواند موضوع را توصیف کند سعی کنید به هیچ وجه در استفاده از عبارات زیاده روی نکنید و با دست خودتان محتوا را به مزرعه اسپم تبدیل نکنید. همانطور که گفتم سئو معنایی گوگل به شدت هوشمند شده است و ممکن است سایت شما الگوریتم ضد اسپم گوگل را تحریک کند.





## تصاویر را دریابید

سایت هایی که در دسته سایت های زرد قرار می گیرند بعضی وقت ها خواسته یا ناخواسته تصاویری در محتوای آن ها منتشر می شود که تقریبا شباهت زیادی با محتوا های مستهجن دارد . این نوع تصاویر به مرور زمان می توانند شما را در لیست سایت های اسپم قرار دهند و الگوریتم Pay Day Loan گوگل را به سایتتان دعوت کنند . می توانید با استفاده از فتوشاپ عکس ها را مات کنید یا حتی از عکس دیگری استفاده کنید .



# فصل دوازدهم

الگوریتم کافئین گوگل



موتورهای جستجوی زیادی امروزه در حال ارائه خدمات به جستجوگران در سطح وب هستند. که در این بین موتور جستجوی گوگل و بینگ از محبوبیت بسیار خوبی در بین کاربران برخوردار هستند. بر اساس آمارهایی که از استفاده کنندگان این جستجوگرها منتشر شده است، نشان می‌دهد که ۸۶ درصد جستجوگران از گوگل ۴ درصد از بینگ و ۱۰ درصد کاربران از بقیه جستجوگرها استفاده می‌کنند. گوگل به کاربران خود ارزش خوبی قائل است و مدام با ارائه الگوریتم‌های جدید سعی می‌کند بهترین نتیجه را به آنها نمایش دهد.

گوگل بهترین موتور جستجوگر جهان است که در بین کاربران بسیار محبوب شده است و این محبوبیت بی‌دلیل نیست. با توجه به اینکه مدل کسب و کار گوگل رضایت کاربران از نتایج جستجو در اینترنت است گوگل مدام در حال تغییر و بروز رسانی هسته الگوریتم‌هایش است تا بتواند پیش از پیش کاربران را راضی نگه دارد.

## الگوریتم کافئین گوگل چیست؟

Google Caffeine Algorithm با هدف ایندکس بهتر و نمایش نتایج جدیدتر ارائه شد. در ۱۰ اگوست سال ۲۰۰۹ کمپانی گوگل الگوریتم کافئین گوگل را رونمایی کرد که یکی از مهم‌ترین الگوریتم‌های موتور جستجو است. به روز رسانی الگوریتم کافئین تا حدی پیچیده بود که گوگل چند ماه وقت گذاشت تا اسمی برای اولین نسخه آن انتخاب کند. گوگل قبل از اینکه بخواهد نسخه اصلی



الگوریتم کافئین را ارائه دهد آن را به متخصصین سئو سپرد تا اگر مشکلی وجود دارد بررسی شود و سر انجام در ۸ ژوئن سال ۲۰۱۰ الگوریتم کافئین گوگل رسماً متولد شد.

الگوریتم کافئین گوگل الگوریتمی است که فضایی کاملاً جدیدی را برای گروه بندی صفحات ایندکس شده به وجود می آورد. الگوریتم کافئین گوگل در واقع صفحات ایندکس شده را در بخش ها و صفحات مختلفی گروه بندی می کند. زمانی که کاربران در گوگل کلمه کلیدی را جستجو می کنند موتور جستجوی گوگل بر اساس کلید واژه سعی می کند از بین صفحات گروه بندی شده برای آن کلید واژه بهترین نتیجه را به کاربر نمایش دهد.

### رابطه موتور جستجوی گوگل با تولید محتوا

وقتی کلمه ای را در گوگل جستجو می کنید با انبوهی از نتایج روبه رو می شوید که همه ی این نتایج توسط گوگل ایندکس و تأیید شده اند و شما می توانید از بین آنها به یک منبع مراجعه کنید. ایندکس شدن در گوگل یعنی گوگل صفحات و محتواهای جدید وبسایت های مختلف را بر اساس موضوعات آنها پیدا کند و بعد از تایید صحت کیفی آنها و مفید بودنشان برای کاربران آنها را گروه بندی کند تا در جستجوهای کاربران آنها را به جستجوگران نمایش دهد.



موتور جستجوگر گوگل به گونه ای طراحی شده است که به محتوای تولید شده توسط وبسایت ها اهمیت بیشتری می دهد. به همین دلیل گفته می شود تولید محتوا و مطالب یک سایت جزء مهم ترین فاکتورهای سئو داخلی سایت است. الگوریتم کافئین گوگل سعی دارد زمان کمتری برای ایندکس محتوای جدید و نمایش آن به کاربر صرف کند.

## آیا واقعا محتوا ارزشمند است ؟

در پاسخ باید گفت بله محتوا واقعا ارزشمند است ، چرا که سایت ها بدون محتوا چیزی برای ارائه به کاربران ندارند. حتی اگر صفحات ایندکس شده شما در جایگاه های خوبی قرار بگیرند ولی محتوای خوب نداشته باشند نمی توانند رضایت کاربران را جلب کنند. اگر می خواهید اهمیت محتوا را واقعا درک کنید بهتر است از زبان بیل گیتس اهمیت آن را بیان کنیم.

## محتوا پادشاه است

گوگل در شیوه ی ایندکس کردن محتوا زمان زیادی را برای پیدا کردن صفحات جدید و آنالیز آن ها برای بررسی میزان کیفیتشان صرف می کرد. از این رو جستجوگران برای پیدا کردن جدید ترین محتواها باید کمی صبور باشند تا گوگل مطالب جدید را در بازه های زمانی جایگزین مطالب و محتواهای پیشین کند.



ایندکس محتوا شیوه ای وقت گیر برای دسته بندی و بررسی محتواهای قابل نمایش در نتایج جستجو های گوگل است. ایده ی الگوریتم کافئین گوگل از همین جا شکل می گیرد.

## اهمیت محتوای خوب و تاثیر آن بر کسب و کار اینترنتی

اگر می خواهید فروش سایتتان بیشتر شود و درصد درگیری کاربران با سایتتان افزایش یابد فقط باید به فکر تولید محتوای ارزشمند برای گوگل باشید. در حقیقت شما باید محتوا را برای کاربران تولید کنید نه گوگل اگر در تولید محتواهایتان اصول سئو را رعایت کنید گوگل به راحتی مطالب سایت شما را ایندکس و به کاربران نمایش می دهد. گوگل سعی می کند تا ربات ها و الگوریتم های خود را طوری پیاده کند که بتوانند رفتار انسان گونه ای داشته باشند.

مخاطبان امروزی به راحتی می توانند تشخیص دهند که کدام سایت صرفا به فکر فروش محصولات و خدمات است و کدام سایت به فکر رفع نیاز کاربران گوگل دیگر جای خود دارد اگر متوجه این داستان ها نمی شد با الگوریتم های مختلفی سایت ها را رتبه بندی نمی کرد. پس ملاک اهمیت محتوا رفع نیاز کاربران و کیفیت محتوا است همواره باید محتوا برای کاربر تولید شود. محتوا به قدری مهم است که به راحتی می تواند در سخت ترین کلمات کلیدی رتبه شما را مثلا از صفحه ۱۷ گوگل به صفحه ۴ گوگل برساند.



## چرا الگوریتم گوگل کافئین منتشر شد؟

زمانی که سیستم ایندکس گوگل آپدیت می شد علی رغم ارتقاء امکانات کارایی سیستم کم می شد و همین موضوع باعث می شد تا کارایی کلی سیستم کاهش پیدا کند. دقیقا مثل آپدیت کردن ویندوز علی رغم بروز بودن سر آدم رو درد میاره ایندکس گوگل هم تقریبا مشابه همین مورد بود. کمپانی گوگل بر اساس همین مشکلات سعی کرد به جای اینکه سیستم ایندکس را بروزرسانی کند آن را به کلی تغییر دهد و پس از گذشت مدت ها سردرگمی در نهایت الگوریتم کافئین گوگل جایگزین سیستم ایندکس گوگل شد.

الگوریتم کافئین گوگل یک سیستم ایندکس گذاری بود. این سیستم جدید به گوگل اجازه می داد صفحات را به شکل موثرتر و بهتر کراول Crawl و ذخیره کند. در حقیقت با کمک این الگوریتم، تعداد صفحاتی که گوگل ایندکس گذاری می کرد بسیار افزایش پیدا کرد و همزمان صفحات ایندکس شده بروز تر از قبل بودن حدودا ۵۰ درصد.

## سیستم ایندکس index گوگل چیست ؟ چگونه کار می کرد؟

سیستم index الگوریتم یا سیستمی که تا سال ۲۰۰۹ بر روی موتور جستجوگر گوگل وظیفه گروه بندی و ایندکس سایت هایی که باید ایندکس می شدند را بر عهده داشت. یکی از مشکلاتی که این سیستم داشت ساختارش بود. سیستم ایندکس ساختاری لایه ای داشت و صفحاتی که باید



ایندکس می شدند بر اساس ویژگی هایی که داشتند، بر روی این لایه ها قرار می گرفتند. هر لایه در این سیستم از اهمیت خاصی برخوردار بود.

اهمیت لایه ها در این سیستم از بالا به پایین کم می شد و بهتر است بدانید سرعت ایندکس شدن صفحاتی که بر روی لایه اصلی قرار داشتند، حداقل دو هفته بود! یعنی ایندکس شدن مطالب و صفحات موجود بر روی لایه اصلی که سریعترین ایندکس ها را انجام می داد، دو هفته طول می کشید. در گذشته ابتدا صفحات در یک سری لایه قرار می گرفتند و سپس توسط گوگل بر اساس ارزشی که داشتند به لایه های بالایی منتقل می شدند. گوگل به خوبی این مشکلات را درک کرده بود و سعی در پیدا کردن راه حلی برای آن داشت و ظاهر الگوریتم کافئین گوگل مشکل را به خوبی حل کرده است.

## دلیل استفاده گوگل از الگوریتم کافئین؟

الگوریتم کافئین گوگل هیچ تأثیری در رتبه دهی به سایتها ندارد. الگوریتم گوگل کافئین تنها وظیفه ایندکس گذاری دوباره صفحات را بر عهده دارد. اگر به روند رشد سایت ها توجه کنید محتوایی که در سال 1999 در اینترنت منتشر شده تنها مقداری با محتوای آن در سال 2010 فرق می کند برای همین سیستم ایندکس گذاری قدیمی گوگل کارآمد بود.





وقتی که بحث ایندکس گذاری صفحات سایت ها بوجود آمد تعداد وب سایت ها ۴/۲ میلیون بود و ۱۸۸ میلیون نفر هم کاربر اینترنت وجود داشت. اما در سال ۲۰۰۹ این مقادیر تقریباً ۱۰۰ برابر شده بودند، تعداد سایت ها ۲۳۸ میلیون شد و تعداد کاربران اینترنت به ۸/۱ میلیارد نفر افزایش پیدا کرد.

اگر این سایت ها با همان سیستم ایندکس گذاری قدیمی ایندکس می شدند شاید رضایت کاربران از جستجو های گوگل به شدت کم می شد. دلیل بسیار مهم دیگر هم وجود دارد آن هم اینکه محتوا دیگر فقط متن خالی نبودند بلکه محتواهای ویدئویی، پادکست ها و حتی عکس و اینفوگرافیک و کتاب های الکترونیک هم به محتواها اضافه شده بود. الگوریتم کافئین گوگل یک سیستم بسیار کارآمد برای ایندکس کردن صفحات بود.

## شایعاتی در مورد الگوریتم گوگل کافئین

از وقتی الگوریتم گوگل کافئین در گوگل شروع به کار کرده، شایعاتی در رابطه با بروز رسانی محتوا در history گوگل به وجود آمده. از آنجایی که الگوریتم کافئین گوگل به سرعت صفحات را Crawl و ایندکس گذاری می کرد و با استفاده از درکی که از محتوای تازه داشت، آن را به history گوگل اضافه می نمود.



بر همین اساس بسیاری از تولید کنندگان محتوا و کارشناسان سئو، یک راه میانبر پیدا کرده بودند و بر این باور بودند که تنها کافیست یک محتوای جدید (هر چیزی) تولید شود تا از نظر الگوریتم کافئین گوگل یک اتفاق مثبت باشد و بر رتبه سایت تأثیر بگذارد. اما یک واقعیت وجود دارد الگوریتم گوگل کافئین به صورت مستقیم تأثیری در رتبه سایت ندارد و وظیفه اصلی آن ایندکس سریع و بهتر محتوا است.

### تأثیر الگوریتم کافئین بر جستجوهای گوگل

الگوریتم هایی که تا بحال توسط گوگل ارائه شده اند، همه و همه تأثیرات بسیاری بر روی موتور جستجوگر گوگل داشته اند. از زمانی که کافئین گوگل وارد دنیای اینترنت شده است، گوگل به راحتی می تواند انبوهی از صفحات را ایندکس کند و می توان گفت روزهای خوشی را سپری می کند. در حال حاضر گفته می شود سرعت ایندکس کردن سایت ها توسط گوگل در حالت LIVE قرار دارد. سرعت ایندکس شدن صفحات پس از الگوریتم کافئین گوگل به شدت افزایش یافته است. یکی از مهم ترین اهداف گوگل از تولید الگوریتم گوگل کافئین افزایش سرعت ایندکس صفحات بود. سرعت ایندکس ها پس از این الگوریتم به میزان صد ها هزار سایت در ثانیه رسیده است.



همچنین گذشته از سرعت، حجم ذخیره اطلاعات توسط گوگل به صد ها میلیون گیگابایت رسیده است و توانایی این را دارد که هر روز به میزان ها هزار گیگابایت به حافظه اطلاعات خود اضافه کند. یکی از ویژگی ها در الگوریتم کافئین گوگل مقیاس پذیر بودن آن است یعنی با توجه به رشد روز افزون کاربران و صفحات اینترنتی سرعت ایندکس هم به همام میزان بالا رفته است. الگوریتم گوگل کافئین نیز آمادگی های لازم در مقابل افزایش بار کاری را دارد و از این لحاظ خیلی پیشرفته تر از سیستم index گوگل می باشد.

### آیا الگوریتم کافئین بر روی سئو سایت ها تاثیر دارد؟

الگوریتم هایی که توسط گوگل معرفی می شود به صورت مستقیم یا غیر مستقیم بر روی سایت تاثیر دارند. الگوریتم کافئین گوگل نیز بر روی سئو سایت ها تاثیر دارد. اگر سرعت ایندکس سایت ها توسط گوگل کم باشد محتواهای جدید تقریباً بسیار دیر رتبه می گرفتند. گوگل باید محتوا و صفحاتی را که تغییری در آنها به وجود آمده، سریع تر ایندکس کند. تا بلکه توسط کاربران، در نتایج جستجو، دیده شود. الگوریتم کافئین گوگل این مشکل را حل کرده است.



## تغییرات بعد از الگوریتم کافئین گوگل

- افزایش سرعت ایندکس محتواها و سایت های جدید
- ایجاد نظم و هماهنگی بین محتواهای قبلی موجود در نتایج
- بهبود بانک اطلاعاتی گوگل جهت ایندکس محتوا
- ایجاد یک ساختار منظم برای نمایش نتایج
- بروزرسانی لحظه و افزایش منابع نوین مورد نظر کاربران
- افزایش تعامل شبکه های اجتماعی با نتایج جستجو ها و محتواها
- و...

همه این تاثیرات باعث شد تا میزان کیفیت محتواهای تولید شده از سوی نویسندگان و سئو کاران بهبود یابد و وبمستران محتواهای خود را با رعایت استانداردها منتشر کنند. با روی کار آمدن الگوریتم کافئین گوگل منابعی که رتبه های خوبی را در نتایج دارا هستند برای حفظ رتبه ی خود باید به شکل مداوم به روزرسانی شوند.



## مزایای الگوریتم کافئین برای گوگل

مزایایی که الگوریتم کافئین گوگل به همراه داشت باعث افزایش رضایت کاربران و افزایش کارایی موتور جستجوی گوگل شد.

- افزایش فضای ایندکس سازی صفحات و محتواهای جدید
- افزایش سرعت ایندکس محتوا
- توسعه وب در موتور جستجوی گوگل
- افزایش امکانات کاربری و نمایش نتایج کاربردی و جدید برای کاربران به شکل منظم
- افزایش مقیاس جستجوی معنایی برای کاربران
- امکان افزودن روزانه ۱۰۰ هزار گیگابایت اطلاعات جدید به بانک اطلاعاتی گوگل



# فصل سیزدهم

## الگوریتم دزدان دریایی



شما هم در طول روزهای کاری زمان زیادی برای تولید محتوا صرف می کنید. احتمالاً با کپی محتوا رو به رو شده اید و این موضوع به یکی از نگرانی های وبمستران تبدیل شده است چرا که برای تولید محتوای با کیفیت انرژی و زمان زیادی صرف می شود . الگوریتم دزدان گوگل وظیفه دارد با سارقان محتوا یا کپی کنندگان محتوا مقابله کند .

در طی چند سال گذشته کپی کردن منابع به حدی بالا بود که دیگر قانونی به اسم کپی رایت کار ساز نبود. در این میان شرکت های بسیار از جمله شرکت برادران وارنر، شرکت والت دیزنی و سونی به شدت با کپی شدن منابع مخالفت می کردند و همه مقصراً صلی این رویداد را موتور جستجوی گوگل می دانستند.

## الگوریتم دزدان دریایی google pirate چیست ؟

دزد دریایی یکی از الگوریتم های گوگل است که در سال ۲۰۱۲ معرفی و در سال ۲۰۱۴ به روزرسانی شد. وظیفه الگوریتم pirate شناسایی محتوای کپی است. هدف اصلی گوگل از ارائه این الگوریتم مبارزه با سایت هایی بود که قانون کپی رایت copy right را نقض می کنند. زمانی که کپی محتوا رایج بود تعداد شکایت ها از گوگل تا حدی بالا بود که دیگر گوگل توانایی پاسخگویی به شکایت های وب مستران را نداشت . گوگل با ارائه الگوریتم pirate وظیفه مهم مقابله با محتوای کپی را به این الگوریتم محول کرد.



## الگوریتم دزدان دریایی google pirate کدام سایت ها را جریمه می کند؟

سوال مهمی که پیش می آید این است که الگوریتم دزدان دریایی کدام سایت ها را جریمه می کند؟ همه ی سایت ها برای هدف مشخصی تلاش می کنند و بیشتر سایت موارد مربوط به سئو را رعایت می کنند اما باز هم سایت هایی جریمه می شوند برای اینکه بدانیم در این بین چه سایت هایی تو سطر الگوریتم دزد دریایی گوگل جریمه می شوند ابتدا باید انواع سایت های کپی کار را بشناسیم.

### سایت های کپی کار چند نوع هستند:

- سایت هایی که تمام مطالب خود را از یک سایت کپی می کنند
- سایت هایی که تمام محتوای آن ها از چندین سایت کپی شده است
- سایت هایی که فقط بعضی از محتواهایشان کپی است
- سایت هایی که جمالتی کپی می کنند نه کل محتوا یا حتی بخش از آن را

الگوریتم pirate وظیفه ی رسیدگی به سه مورد اول را بر عهده دارد و مورد چهارم بر عهده ی الگوریتم پاندا گوگل است. الگوریتم های زیادی برای مقابله با سایت هایی که قوانین گوگل را زیر پا می گذارند و کپی رایت را نقض می کنند ارائه شده است. عملکرد الگوریتم دزدان دریایی گوگل





در دو مورد اول کاملا یکسان است و فقط تفاوت در تعداد شکایت هاست . در مورد اول سایتی که محتوایش از یک سایت دیگر کپی شود فقط با شکایت یک طرف روبه رو خواهد شد اما در مورد دوم چون محتوا از چندین سایت کپی شده است تعداد شکایت کنندگان نیز بیشتر خواهد شد.

### آیا همه ی سایت ها جریمه می شوند؟

سایت هایی که به صورت مستقیم از یک سایت یا چندین سایت کپی می کنند توسط الگوریتم pirate جریمه می شوند و احتمال افت رتبه برای این نوع سایت ها دور از انتظار نیست. یکی از مهم ترین پارامترهایی که بر جریمه شدن سایت کپی کار توسط الگوریتم دزد دریایی تاثیر می گذارد رتبه و محبوبیت سایت کپی کار است. فرض کنید سایت دیجی کالا از سایت کوچک دیگری کپی کند.

حال اگر این سایت کوچک بخواهد از دیجی کالا شکایت کند به احتمال زیاد سایت دیجی کالا توسط الگوریتم دزدان دریایی گوگل جریمه نخواهد شد چرا که اعتبار و محبوبیت بسیار زیادی دارد . اما اگر همین سایت کوچک از سایت دیجی کالا کپی کند و دیجی کالا از همین سایت شکایت کند احتمالا این سایت کوچک جریمه خواهد شد چرا که اعتبار زیادی نسبت به سایت دیجی کالا ندارد.



مورد سوم یعنی سایت هایی که بخشی از محتوا را از سایت ها کپی می کنند نیز توسط الگوریتم دزدان دریایی بررسی می شوند و اگر تطابق کپی بیشتر باشد احتمالاً دچار افت رتبه خواهند شد. نکته ای که در این مدل وجود دارد اگر قصد دارید بخشی از محتوا را از یک سایت کپی کنید بهتر است آن را عیناً در محتوای خود وارد نکنید و آن را بازنویسی کنید در غیر این صورت لینک دادن به منبع کاری منصفانه خواهد بود.

### الگوریتم Pirate کدام محتواها را از نتایج گوگل حذف می کند؟

زمانی که صحبت از محتوا به میان می آید، همه ی مخاطبان به مقالات متنی فکر می کنند که به صورت مقاله در سایت منتشر می شود. اما منظور از حذف محتوا توسط الگوریتم دزدان دریایی صرفاً محتوای متنی نیست بلکه تمرکز اصلی الگوریتم pirate بیشتر روی محصولات و محتوای پولی یا اشتراکی است محتواهای رایگان همانطور که در مورد چهارم گفتم توسط پاندا شناسایی می شوند.



انواع محتوای مختلفی وجود دارد که الگوریتم دزد دریایی می تواند اقدام به حذف صفحه آن محتوا از لیست نتایج کند.

- متن
- ویدیو
- صوت
- تصویر
- محصول

همانطور که مشاهده می کنید تولید محتوا صرفا شامل مقاله های متنی نیست . شما می توانید برای همه ی موارد فوق از سایت های کپی کار شکایت کنید . سایت های زیادی هستند که اخیرا به دلیل شکایت های زیاد سایت های فارسی و سایت های خارجی رتبه بسیاری از کلمات کلیدی را از دست داده اند. در گذشته افراد بسیار زیادی می توانستند از کپی محتوا سود کنند.

مثلا سایت هایی بودند که فیلم های غیر رایگان را برای دانلود رایگان در سایتشان قرار می دادند یا حتی همان فیلم ها را در سایت بفروش می رساندند. اما امروز به لطف الگوریتم های مختلف گوگل به خصوص الگوریتم دزدان دریایی شما در جستجوهایتان نتایج را مشاهده می کنید که بالای ۹۰



در صد شما را به سمت ناشر اصلی اثر هدایت می کنند. در کشور ایران این موضوع کمی کم رنگ است چون تقریباً قانون کپی رایت خوب رعایت نمی شود.

## چگونه سارقان محتوا را به گوگل گزارش دهیم؟

گزارش دادن محتوای کپی شده توسط سایت ها به گوگل با استفاده از سرویس DMCA گوگل انجام می شود. اما قبل از اینکه نحوه کار با این سرویس را توضیح دهیم بهتر است بدانیم DMCA چیست؟.

## سرویس DMCA گوگل چیست؟

DMCA مخفف عبارت Digital Millennium Copyright Act به معنای «قانون حق چاپ هزاره دیجیتال» است که در سال ۱۹۸۸ به دست رئیس جمهور آمریکا امضا شد. پس از آن و از سال ۲۰۱۲، واحد DMCA در کمپانی گوگل، شروع به کار کرد. هدف این واحد حمایت از قانون کپی رایت در حوزه وب بود.

با استفاده از این سرویس، افرادی که محتوای سایتشان توسط دیگر سایت ها به سرقت رفته می توانند درخواست بدهند تا صفحه سایت کپی کار، از نتایج جستجوی گوگل serp حذف شود DMCA و الگوریتم دزدان دریایی گوگل ارتباط نزدیکی باهم دارند. در حقیقت الگوریتم pirate با استفاده از



گزارش کاربران و کمک اپراتورهای انسانی تصمیم می‌گیرد کدام صفحات و سایت‌ها باید از نتایج گوگل حذف شوند.

## گزارش محتوای کپی شده به DMCA

ابتدا وارد پیشخوان سرویس DMCA شوید سپس بر روی **Create new notice** کلیک کنید در صفحه ای که باز می‌شود یک سری فرم در اختیار شما قرار می‌گیرد مشابه تصویر زیر باید اطلاعات خواسته شده را وارد کنید تا مراحل ارسال گزارش انجام شود.

\* Required field

### Contact Information

First name: \*

Last name: \*

Company Name:

Copyright holder you represent: \*

Choose copyright holder ▾ | [Add represented copyright holder](#)

Email address: \*

Country/Region: \*

Choose your country/region ▾



مشخصاتتان را وارد کنید



www.paylash.org



**Identify and describe the copyrighted work: \***

(For example, "The photographs of the black widow spider with red spots and that of the black labrador retriever which can be viewed at the URL below" or "My published book, "Touch Not This Cat", is infringed by the text excerpted on the site, beginning with the text 'I came home to find my cat sitting on the kitchen counter.'")

If this notice concerns multiple infringed works, please submit only the first one in this box. Then, click the 'Add a new group' link below the text boxes to add another infringed work.

توضیحات و دلایل شما مبنی بر کپی شدن محتوا و صاحب امتیاز بودن سایت شما

**Where can we see an authorized example of the work?:**

(Please provide URL(s) where an example of the copyrighted work can be viewed. This will be used by our team to verify that the work appears on the pages you are asking us to remove.)

آدرس (URL) صفحات خودتان که کپی شده اند هر کدام در یک خط



Please enter one URL per line (Max 1000 lines)

www.paylash.org



**Location of infringing material: \***

Please provide the URL(s) of the allegedly infringing material that you are asking us to remove.

If this notice concerns more than one copyrighted work, please input the URLs for the first work below. Then, click the 'Add a new group' link below to input infringing URLs related to another infringed work.

آدرس (URL) صفحاتی که محتوای شما را کپی کرده اند هر کدام در یک خط

Please enter one URL per line (Max 1000 lines)



www.paylash.org

با انجام این مراحل شما می توانید سایت هایی کپی کننده را به گوگل گزارش دهید مقابله گوگل با این سایت ها ممکن است زمانبر باشد. همچنین نکات زیر را در رابطه با ارسال گزارش در نظر بگیرید.



- متن پیام و مشخصات شما باید به زبان انگلیسی باشد
- گزارش خود را به صورت دقیق بنویسید و فقط اسم و آدرس سایت کپی را را ذکر نکنید
- آدرس صفحات را وارد کنید نه دامین اصلی را
- توجه داشته باشید گزارش ها شما توسط نیروی انسانی بررسی می شود نه ربات ها

## آیا همه سایت هایی که بر علیه آن ها شکایت شده از نتایج حذف می شوند؟

تمرکز و اولویت اول الگوریتم Google Pirate روی حذف URL یا همان صفحه ای است که محتوا را کپی کرده نه کل سایت. اما اگر محتوای سایت کپی کار بیش از ۵۰ درصد باشد به احتمال بسیار زیاد سایت فوق دچار پنالتی خواهد. نمونه سایتی که در حال حاضر با این جریمه دست و پنجه نرم می کند سایت محبوب پی سی دانلود است که بر اثر همین موضوع رتبه ی بسیاری از کلمات کلیدشو از دست داده.!!!

در مورد سختگیری الگوریتم دزدان دریایی باید بگوئیم سختی در حد اعدام نخواهد بود و بعضا خود گوگل هم مجبور است گزارش های زیادی را نادیده بگیرد شاید بپرسید چرا؟ همان طور که می دانید مدل کسب و کار گوگل رضایت کاربران از نتایج جستجو است! فرض کنید شما در گوگل مثلا نرم افزار فتوشاپ یا تردی مکس را جستجو می کنید ، گوگل هم بخاطر شکایت های شرکت های فوق از سایت های ارائه دهنده این نرم افزارها تمامی آنها را از نتایج حذف می کند.



آیا موضوع فوق باعث می شود کاربران این نرم افزارها را به قیمت چند صد دلار از سازنده های آن خرید کنند؟ صد درصد خیر در ایران حداقل این اتفاق نمی افتد در خارج از کشور هم بعضا مقاومت های بسیار شدیدی برای پرداخت همچنین هزینه ای وجود خواهد داشت. اما اتفاق دیگری که می افتد و گوگل هم دوست ندارد با همچنین اتفاقی روبه رو شود گرایش کاربران به جستجو در دیگر موتورهای جستجو است کسی دوست ندارد کاربرانش را از دست دهد.

### چگونه با دزدان محتوا مقابله کنیم؟

احتمالا دوستانی که این قسمت را مطالعه می کنند وبمسترانی هستند که محتوای یونیک تولید می کنند و کپی نمی کنند. این دوستان بهتر است به جای گزارش سایت های کپی کار مقابله با کپی محتوا را در اولویت قرار دهند و در مرحله دوم به فکر گزارش کپی کارها باشند.

امروزه مبحث تولید محتوا به یک امر اجتناب ناپذیر در هر کسب و کار اینترنتی تبدیل شده است. همه سایت ها در حال هزینه کردن برای محتوای مفید برای استفاده ی کاربرانشان هستند. تولید محتوا مناسب برای سئو کاری زمان بر است و بهتر است با کپی شدن آن مقابله کنیم.

مشکل بزرگی که در بحث کپی وجود دارد و کار را برای الگوریتم دزدان دریایی سخت می کند ربات های کپی کار هستند. سایت هایی در اینترنت وجود دارند که توسط نیروی انسانی مدیریت نمی شوند،





بلکه به دست ربات های خودکار مدیریت می شوند. این ربات ها به صورت اتوماتیک محتوای یک سایت را کپی می کنند و در سایت خودشان قرار می دهند.

## دلیل مقابله با سایت های کپی کار

محتوایی که توسط این ربات ها در سایت های سارق محتوا کپی می شود تعداد و سرعت بالایی دارد و همین موضوع باعث می شود ربات های گوگل و سایر موتورهای جستجو با سرعت بیشتری این سایت ها را بررسی و ایندکس کنند. و این موضوع اصلا به نفع سایر سایت ها نیست. فرض کنید امروز ساعت ۱۰ یک محتوا در سایت منتشر می کنید اما گوگل ۲ روز بعد احتمالا سایت شما را ایندکس می کند.

اما اگر تا آن زمان ربات های کپی کار محتوای سایت شما را هدف قرار دهند احتمالا تا چند دقیقه ی دیگر محتوای سایت شما در سایت سارقان محتوا منتشر خواهد شد و گوگل نیز اینگونه برداشت می کند که سایت کپی کار ناشر محتوا است و همان سایت را نیز ناشر و مالک اثر در نظر می گیرد. در این شرایط محتوای یونیک شما که چندین ساعت برای آن زحمت کشیده اید توسط الگوریتم پاندا کپی محسوب می شود(شما کپی کار هستید).



## راهکارهایی برای مقابله با کپی محتوا

- اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی
- ثبت آدرس صفحه مقاله در سرچ کنسول گوگل
- کپی رایت تصاویر را فراموش نکنید

برای اینکه با کپی محتوا مقابله کنید بهتر است با الگوریتم دزدان دریایی دوست باشید و به الگوریتم pirate کمک کنید تا وظیفه خود را به خوبی انجام دهد و شما نیز به راحتی بتوانید محتوای تازه خود را منتشر کنید. همان طور که مطلع هستید محتوای تازه نقش بسیار مهم در سئو سایت دارد.

## اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی

برای اینکه مقاله سایت شما با سرعت بیشتری ایندکس شود به محض انتشار مقاله یا هر محتوای دیگر آن را در شبکه های اجتماعی به خصوص توئیتر به اشتراک بگذارید. با این کار علاوه بر دریافت بک لینک از این شبکه ها می توانید به الگوریتم دزدان دریایی نیز کمک کنید چرا که سوشال سیگنال ها برای گوگل بسیار مهم است.



## ثبت آدرس صفحه مقاله در سرچ کنسول گوگل

با استفاده از ابزار موجود در گوگل سرچ کنسول ربات های گوگل را از انتشار محتوای جدید با خبر کنید تا سریعاً برای ایندکس آن اقدام کنند. برای این کار کافیسیت وارد سرچ کنسول شوید، گزینه URL Inspection را انتخاب کنید، آدرس صفحه را در کادر وارد کنید و اینتر را بزنید. در اینجا اگر محتوای شما ایندکس نشده باشد، می‌توانید گزینه Request Indexing را انتخاب کنید تا در اولین فرصت، ربات‌های گوگل محتوای تان را ایندکس کنند.

## کپی رایت تصاویر را فراموش نکنید

ممکن است تصاویر یک سایت بیشتر از محتوای متنی آن در سایت‌ها استفاده شود برای مقابله با این موضوع قبل از انتشار تصاویر در سایتتان برای عکس‌ها کپی رایت قرار دهید این کار به راحتی با نرم افزار فتوشاپ قابل انجام است. همچنین اضافه کردن واترمارک به تصاویر تا حدی جلوی کپی را می‌گیرد و اگر هم کپی کنند احتمالاً به نفع شما خواهد بود چون نمی‌توانند تا حد زیادی آن را ویرایش کنند. همچنین وجود واتر مارک آگاهی از برند شما را افزایش می‌دهد.



# فصل چهاردهم

## الگوریتم فلوریدا



فلوریدا نام جدیدترین الگوریتم منتشر شده توسط گوگل است. زمانی که الگوریتم فلوریدا برای اولین بار ارائه شد بسیاری از سایت ها نگران افت رتبه بودند. الگوریتم فلوریدا برای پناستی کردن سایت ها ارائه نشده است. بنا به گفته مسئولین گوگل این آپدیت یکی دیگر از تغییرات اصلی در الگوریتم هسته ای گوگل است. سایت هایی که تحت تاثیر فلوریدا florida قرار گرفتند و دچار افت رتبه در نتایج جستجوی گوگل شدند محدود بودند و این افت رتبه برای این سایت ها همیشگی نیست. سایت هایی که تحت تاثیر این الگوریتم قرار گرفتند چه سایت هایی بودند؟

## الگوریتم فلوریدا Algorithm Florida چیست؟

گوگل الگوریتم خود را آپدیت کرده است و **دنی سالیوان** به عنوان یکی از چهره های محبوب گوگل، این آپدیت را تایید نموده است. بر طبق آنچه که از توئیت این فرد مشخص شده است، از تاریخ ۱۲ مارس این الگوریتم شروع به کار کرده و ظاهر قرار است در چندین فاز به اجرای کامل برسد.

## متن توئیت دنی سالیوان به شرح زیر است:

این هفته ما یک آپدیت گسترده برای الگوریتم هسته ای منتشر کردیم؛ همانطور که چند بار در سال این کار را انجام می دهیم. راهنمایی ما در مورد چنین آپدیتی همان مواردی است که قبلا گفته ایم. برای اطلاعات بیشتر می توانید سایر توئیت های ما در این مورد را ببینید.



الگوریتم فلوریدا florida algorithm در واقع از بزرگترین آپدیت های گوگل می باشد و آنچه که وجود خواهد داشت اینست که به زودی شاهد تغییرات دگرگونی در رتبه و بسایت ها خواهیم بود. همانطور که الگوریتم Neural Matching تغییرات زیادی را در رتبه ی گوگل و بسایت ها ایجاد نمود. به عنوان یک وبمستر بهتر است شما نیز با جزئیات این الگوریتم آشنا شوید چون خواسته یا ناخواسته ممکن است سایتتان دچار تغییراتی در رتبه شود.

### متخصصین سئو درباره فلوریدا چه می گویند ؟

در رابطه با الگوریتم فلوریدا تمام متخصصان سئو دیدگاه های تقریباً یکسانی دارند و می شود از بین آنها نکات مشترک را استخراج کرد. دیدگاه های زیادی در مورد الگوریتم فلوریدا از طرف متخصصین سئو وجود دارد که سعی می کنیم بعضی از آنها را بررسی کنیم.

### نظر کارشناسان seo در مورد الگوریتم فلوریدا:

- این الگوریتم فقط سایت هایی که محتوای ضعیف دارند را تحت تاثیر خود قرار داده است.
- سایت هایی که محتوای کپی بیشتری نسبت به محتوای یونیک داشته اند با منتشر شدن فلوریدا کاهش رتبه عجیبی داشته اند.



- وب سایت هایی که لینک های غیر طبیعی و اسپم زیادی داشته اند و صرفا فقط با بک لینک بالا بوده اند و محتوای خوبی نداشته اند تحت تاثیر فلوریدا قرار گرفته اند و کاهش رتبه شدیدی را تجربه کرده اند.

- این الگوریتم فقط برای حواشی سازی است و هیچ تاثیری روی سایت ها نگذاشته است.

براساس نظرات کارشناسان سئو تقریبا وب سایت هایی که محتوای بی کیفیتی داشته اند و می خواستند با محتوای تازه اما کپی در نتایج جستجو خودنمایی کنند تحت تاثیر الگوریتم فلوریدا قرار گرفته اند و با افت رتبه مواجه شدند. در رابطه با محتوای کپی مشخص نیست آیا منظور دقیقا عینا کپی محتوا است یا صرفا بخشی از آن یا حتی بازنویسی آن. آن چیزی که مشخص است تولید محتوای سئو شده و نیاز محور که برای کاربران مفید است به سختی توسط الگوریتم فلوریدا دچار افت رتبه می شود.

در مقابل وب سایت هایی که محتوای کامل تری نسبت به رقیبان خود داشته اند به رتبه های بالاتر و بهتری صعود کرده اند. به عنوان یک نتیجه گیری کلی جامع و کامل بودن محتوا و در عین حال با کیفیت بودن و نیاز محور بودن محتوا تاثیر به شدت زیادی بر روی رتبه سایت دارد. حتی بدون بک لینک نیز می توان در یک کلمه ی سخت از رتبه ۲۵۰ تا رتبه ۴۰ یا حتی پایینتر رسید بستگی به سئو داخلی سایت دارد.



## چه سایت هایی تحت تاثیر الگوریتم فلوریدا گوگل قرار می گیرند؟

همانطور که در آپدیت های قبلی گوگل برای الگوریتم هسته ای Neural Matching مشاهده کرده ایم . یک آپدیت گسترده هسته ای به معنی این است که گوگل هیچ نوع موضوع خاص یا سیگنال خاص مانند کیفیت را هدف قرار نمی دهد، در واقع، در چنین آپدیتی گوگل هیچ چیز را هدف قرار نمی دهد!

**جان مولر**، تحلیلگر گوگل، بارها تاکید کرده است آپدیت های هسته ای و گسترده گوگل هیچ نوع دسته ی خاصی از وب سایت ها را هدف قرار نمی دهند، اما با بررسی چند انجمن سئو مختلف یا انجمن دیجیتال مارکتینگ مختلف و با خواندن نظرات صاحبان وب سایت می توان متوجه شد که افراد زیادی بر این باورند که این آپدیت وب سایت های پزشکی / سلامتی را هدف قرار داده است. شواهدی مبنی بر اینکه سایت هایی که کیفیت محتوا و سرعت سایت را در الویت قرار داده اند تجربه افزایش ترافیک داشته اند. تاثیر الگوریتم فلوریدا بر روی یک صنعت خاص نیست.

## چگونه سایت را برای الگوریتم florida بهینه سازی کنیم ؟

پس از بررسی های مختلف در نهایت متخصصین سئو پی بردند که دو فاکتور اصلی که برای فلوریدا بسیار حائز اهمیت است استفاده از تکنیک **بک لینک سازی** برای وب سایت ها و تولید محتوای بسیار باکیفیت.





بک لینک در حقیقت یکی از تاثیر گذارترین تکنیک های سئو است که به سایت ها در بدست آوردن رتبه و جایگاه خوب در serp گوگل کمک بسیاری می کند. بک لینک دقیقا به همان اندازه که خوب است می تواند به همان اندازه هم بد باشد و اگر اشتباهات کوچکی در بک لینک سازی مرتکب شوید سایتتان را داغون می کنید و توسط گوگل جریمه می شوید.

خروج از جریمه گوگل کار حضرت فیل است به خصوص در کلمات سخت. پس می توان گفت انتخاب درست و استفاده درست از بک لینک ها می تواند نقش مهمی در ارتقاء رتبه وب سایت داشته باشد. با تدوین استراتژی درست بک لینک سازی می توانید کاملا طبیعی رفتار کنید بک لینک سازی اگر به خوبی پیاده شود می تواند تاثیر بسیار خوبی در سایت بگذارد.

تولید محتوا دیگر فقط نوشتن مقاله و محتوا متنی نیست شما باید یک برنامه منسجم برای تولید محتوای هدفمند داشته باشید استفاده از عکس ویدئو و اینفو گرافیک ها , تبدیل محتوای متنی به کتاب های الکترونیک می تواند باعث بهبود سئو سایت شود که در ادامه با فاکتورهای مهم تولید محتوای با کیفیت برای سایت آشنا می شویم.



## فاکتورهای مهم تولید محتوا برای جلب رضایت فلوریدا

- مطمئناً کپی نمی کنید!
- محتوای کامل و جامع بالا ۱۵۰۰ کلمه
- برای حوزه خودتان محتوا تولید کنید
- عکس ویدئو و اینفوگرافیک
- فکری به حال محتواها ی قدیمی کنید
- بک لینک سازی خود را طبیعی کنید

## مطمئناً کپی نمی کنید!

واقعیت آن است که الگوریتم های گوگل بسیار هوشمند شده اند. و دیگر مثل سابق در زبان فارسی ضعیف عمل نمی کنند و به راحتی می توانند محتوای کپی را تشخیص دهند. شاید در گذشته صرفاً با محتوای کپی و چندتا بک لینک امکان کسب رتبه ی خوب وجود داشت اما دیگر کار به این راحتی ها نیست. در حال حاضر سایت های بزرگی با استفاده از محتوای کپی رتبه ۱ را دارند دلش این است که سایت های قدیمی دیگر برای گوگل خود را اثبات کرده اند اما از آینده کسی خبر ندارد همانطور که سایت بزرگ پی سی داندلود بعد از سال ها نقض کپی رایت در بسیاری از کلمات کلیدی رتبه اش را از دست داد.



منظور از محتوای کپی یعنی بازنویسی یک مقاله با طول مشخص. اگر قصد دارید به روش جمع آوری اطلاعات content curation محتوایی را تولید کنید باید از طریق چندین منبع اطلاعات لازم را جمع آوری کنید و سپس محتوای خوب و به دربخوری تولید کنید. برای اینکه محتوای خوب تولید کنید بهتر است فهرست مشابهی نداشته باشید و عینا یک مقاله را بازنویسی نکنید. باید حرف جدیدی در آن محتوا برای گفتن داشته باشید.

### چه محتوایی کپی نیست؟

- ترجمه مقاله از سایر زبان ها به زبان فارسی (بهتر است بومی شود)
- تبدیل محتوای فایل صوتی به مقاله و برعکس
- تبدیل محتوای ویدئو به مقاله و برعکس
- تولید محتوا با جمع آوری اطلاعات از چند منبع
- تبدیل محتوای جامع سایت به کتاب الکترونیک
- استفاده از نظرات سایت ها برای تولید محتوا
- استفاده از بخشی از متن یک کتاب چاپی
- و ...



## محتوای کامل و جامع بالای ۱۵۰۰ کلمه

برای جلب رضایت الگوریتم فلوریدا سعی کنید محتوای جامع تولید کنید. اما هر محتوایی نه بلکه محتواهایی که برای کلمه کلیدی سایتتان باشد. انتخاب کلمات کلیدی اولین قدم برای تولید محتوای خوب است. نوشتن محتوای جامع نیازمند صرف زمان و داشتن استراتژی است. بعد از انتخاب کلمه کلیدی سری به نتایج گوگل بزنید تا متوجه شوید رقیبان شما چگونه محتوا تولید می کنند. محاسبه میانگین طول محتوایی سایت رقیبان بسیار مهم است .

## برای حوزه خودتان محتوا تولید کنید

موضوعات مختلف پیرامون کسب و کار خود را شناسایی کنید و برای آن موضوعات محتوا تولید کنید برای الگوریتم فلوریدا مهم است که سایتها مرتبط با زمینه فعالیت خودشان محتوا تولید کنند اگر می خواهید محتوای مرتبط تولید کنید باید استراتژی هدفمندی داشته باشید. هر چه بیشتر در مورد حوزه کاری خودتان محتوا تولید کنید کاربران بیشتر و هدفمندتری نیز جذب می کنید و بعد از مدتی به یک سایت مرجع در حوزه خودتان تبدیل می شوید. سایت های مرجع برای الگوریتم فلوریدا و سایر الگوریتم های گوگل بسیار جذاب هستند.

برای شناسایی موضوعات کسب و کار خودتان بهتر است ابتدا سایت های رقیب را بررسی کنید و سپس با جستجوی کلید واژه مرتبط با حوزه ی کاریتان موضوعات مختلف را شناسایی کنید. سایت



هایی که به صورت تخصصی فعالیت می کنند هم رتبه بهتری دارند وهم در بین کاربران محبوب شده اند گوگل هم دقیقا همین را می خواهد .الگوریتم فلوریدای گوگل بیشتر به وب سایت هایی اهمیت می دهد که به صورت تخصصی روی حوزه ی خاص فعالیت می کنند و محتوای با کیفیت تولید می کنند.

## عکس ویدئو و اینفوگرافیک

سعی کنید حتما از انواع رسانه ها در محتواهای خودتان استفاده کنید وجود عکس ، ویدئو ، اینفوگرافیک ، پادکست می تواند زمان ماندگاری کاربران را بسیار افزایش دهد که همین موضوع یکی از نکات بسیار مهم در سئو سایت است. ویدئو های کوتاه بازخورد بسیار خوبی در محتواهای سایت دارد و تمایل کاربران برای دیدن ویدئوهای کوتاه بسیار بیشتر است. اگر در محتوا عکس استفاده می کنید سعی کنید برای عکس کپی رایت تعریف کنید و عکس را نیز بهینه کنید یعنی از کلمات کلیدی در Alt یا نوشته جایگزین استفاده کنید.

## فکری به حال محتواهای قدیمی کنید

هیچ وقت محتواهای قدیمی را پاک نکنید! بهترین استراتژی بروز رسانی محتوا است که تاثیر بسیار خوبی هم بر روی رتبه می گذارد. اگر در کلمه ای افت رتبه داشته اید بهتر است محتوای مرتبط به

آن را آپدیت کنید. اگر می خواهید همیشه در رتبه های خوب قرار بگیرید بهتر است برنامه ای برای بروز رسانی محتواهای قدیمی داشته باشید.

### بک لینک سازی خود را طبیعی کنید

همانطور که قبلا اشاره کردم یکی از فاکتورهای مهم و تاثیر گذار در سئو بک لینک است که الگوریتم فلوریدا نیز به بررسی بک لینک ها می پردازد و اگر تشخیص دهد بک لینک ها مصنوعی هستند دچار افت رتبه می شوید. اگر می خواهید توسط الگوریتم فلوریدا جریمه نشوید بهتر است بک لینک های طبیعی بسازید.



بهتره انیستاگرام آکادمی پایلاش رو هم فالو کنی چون هم محتوای عالی داخلش

منتشر می شه هم کد تخفیف های باورد نکرنی

<https://www.instagram.com/paylashorg>

paylashorg [Follow](#)

4 posts 368 followers 326 following

paylash | آکادمی پایلاش  
#آموزش\_سنو\_کسب\_کار\_اینترنتی#بازار\_بازی\_اینترنتی#  
📍 دوره ی رایگان آموزش تحقیق کلمات کلیدی کاملا عملی  
[www.paylash.org/keyword-training](http://www.paylash.org/keyword-training)

POSTS TAGGED

تست کوررنگی  
رنگ کدام گزینه متفاوت است؟

روش  
برای کاهش بانس ریت  
ساده ترین روش های کاهش بانس ریت سایت

تکنیک بهبود سنو  
سایت بدون نیاز به محتوا  
افزایش ترافیک سایت بدون تولید محتوای جدید

