

فاکتور های رتبه بندی گوگل در سال ۲۰۱۷

۱۶ شهریور ۱۳۹۶

شاید شما وردپرسی های عزیز با خواندن عنوان این کتاب یعنی (فاکتورهای رتبه بندی گوگل در سال ۲۰۱۷) سوال هایی برایتان پیش بیاید!!!!

سوال هایی از قبیل:

- چه عواملی یک وبسایت را در صدر جست و جوی گوگل قرار می دهد؟
- ملاک انتخاب سایت های برتر توسط موتورهای جستجو چیست؟

فاکتورهای اصلی رتبه بندی سایت توسط Google در سال ۲۰۱۷

Google با داشتن الگوریتم های پیچیده، فرصت را برای کسب و کار های آنلاین تازه ایجاد شده و کوچک ایجاد کرده است تا بتوانند با رقبای بزرگ و پر تجربه خود رقابت کنند. گوگل، در تعریف الگوریتم های خود ملاک های مهم و با ارزشی برای بالا بردن یک وبسایت در نتایج جستجو انجام داده است.

بک لینکها در سایت

بک لینکها همچنان یکی از مهم ترین نشانه های برتری و قدرت نمایی از سوی Google مطرح شده است، ناگفته نماند که یک بک لینک به تنهایی نمی تواند در سئوی سایت شما تاثیرگذار باشد. اما Google چگونه می تواند مفهوم انتزاعی و پیچیده ی بک لینکها را به یک فاکتور مهم رتبه بندی قابل سنجش تبدیل کند؟



گوگل این فرآیند را به کمک معیاری به نام امتیاز لینک یا Link Score انجام می‌دهد. این عدد از امتیاز کیفی هرکدام از لینک‌های ورودی مجزا و تعداد لینک‌های داده‌شده به وبسایت به دست می‌آید. بنابراین، تعداد لینک، امری مهم در این امتیازدهی به شمار می‌آید.

نکته بسیار مهم و قابل توجه این است که شما نمی‌توانید در سال ۲۰۱۷ از لینک‌های اسپم و کم‌ارزش استفاده کنید.

به‌علاوه، لینک‌های گرفته‌شده از چنین دامنه‌هایی نیز ارزش بالایی برای شما به همراه نخواهند داشت؛ برای مثال google به هنگام ارزیابی تعداد لینک‌های شما، تنها یکی از آن‌ها را شمارش می‌کند. به همین دلیل، توجه اصلی شما از نظر کمی، باید معطوف به تعداد دامنه‌هایی باشد که از آن‌ها لینک می‌گیرید.

به بیان ساده تر Google با ایجاد چنین الگوریتمی تشخیص می‌دهد که محتوا و بطور کل سایت شما در چه سطح از محبوب بودن و مفید بودن برای کاربران قرار دارد و افزایش بک لینک‌های وبسایت شما به معنای افزایش محبوبیت و رتبه سایت شما در نتایج جستجوی گوگل است.

اما محاسبه کیفیت لینک‌ها چگونه بررسی میشود؟

در حالی که ما می‌دانیم الگوریتم PageRank گوگل همچنان یکی از فاکتورهای رتبه بندی گوگل در سال ۲۰۱۷ محسوب می‌شود، اما خوشبختانه، جایگزین‌های معتبر دیگری وجود دارند که بر اساس فرمول اصلی پیج رنک طراحی شده‌اند. وبسایت SEO PowerSuite که در حوزه‌ی سئو فعالیت دارد، به‌تازگی از الگوریتم InLink Rank رونمایی کرده است.

نکته قابل توجه دیگری در رابطه با بک لینک‌ها و الگوریتم‌های گوگل، Anchor Text یا متن لینک بخش دیگری از بک لینک است که از جمله فاکتورهای رتبه بندی گوگل در سال ۲۰۱۷ محسوب می‌شود.

Anchor Text‌ها نیز مانند محتوای صفحات وب شما، اطلاعات زیادی در اختیار گوگل قرار می‌دهند. به این ترتیب که گوگل بر اساس Anchor Text‌های لینک‌ها می‌تواند از موضوع فعالیت سایت‌ها مطلع شوند.

به همین دلیل، Anchor Text‌ها از موضوعات مهم در مبحث سئو به شمار می‌آیند.

تست سرعت افزونه‌های وردپرس با افزونه P3



محتوای سایت



یکی دیگر از فاکتورهای مهم رتبه بندی گوگل در سال ۲۰۱۷ تولید محتوا است. اما سوال اصلی این است که گوگل در جست و جوی خود در کیفیت محتوا به دنبال چه فاکتورهایی می‌گردد؟ در زیر به بررسی این فاکتورها می‌پردازیم.

۱) استفاده از کلمات کلیدی

Title محتوای شما، همچنان یکی از مهم‌ترین فاکتورها در رتبه‌بندی گوگل است. استفاده از کلمات کلیدی یا تغییرات در تگ عنوان همچنان در سال ۲۰۱۷ مهم تلقی می‌شوند. تگ توضیحات یا Meta Description نیز مهم است، هرچند از نظر وزنی در رتبه پایین‌تری جای می‌گیرد. در پایان، نباید هرگز استفاده از کلمات کلیدی در بدنه‌ی اصلی محتوا را فراموش کرد.

۲) مقدار محتوا

Google در توصیه‌های خود در رابطه با کیفیت جستجو به این موضوع اشاره می‌کند که اندازه و حجم محتوای یک صفحه در کیفیت کلی آن صفحه و در نهایت رتبه‌بندی آن تأثیرگذار است. به طور مشخص، یک محتوا با طول ایده‌آل برای این منظور در نظر گرفته نشده است؛ اما همان‌طور که گوگل اشاره می‌کند: میزان محتوای لازم و رضایت‌بخش برای یک صفحه‌ی وب، بستگی به موضوع و هدف آن صفحه دارد. برای آگاهی از تعریف واژه‌ی رضایت‌بخش در محتوا، به وبسایت‌هایی مراجعه کنید که قبلاً و با استفاده از کلمات کلیدی مشابه شما، رتبه‌ی خوبی کسب کرده‌اند. به علاوه، آموختن استراتژی‌های آن‌ها نیز می‌تواند برای شما یک مزیت تلقی شود.


۳) جامعیت و فراگیری محتوای سایت

ابزار RankBrain بخشی از الگوریتم Google موسوم به مرغ مگس‌خوار را تشکیل می‌دهد. به گفته‌ی Google، این ابزار در تمامی جست‌وجوها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

یکی از کاربردهای RankBrain، تحلیل نتایج مرتبط با معیارهای رضایتمندی کاربران و شناسایی ویژگی‌های مشترک آنها است. ویژگی‌هایی که به دستیابی به یک نتیجه‌ی خوب در جست‌وجو کمک می‌کنند.

توجه: ابزار بررسی وبسایت با نام Website Auditor به شما امکان چک کردن صفحات با استفاده از فاکتورهای متعددی نظیر استفاده از کلمات کلیدی و طول محتوا را می‌دهد. این ابزار همچنین با استفاده از الگوریتم TF-IDF، صفحات شما را از منظر جامعیت تحلیل کرده و توصیه‌هایی برای بهبود آنها در مقایسه با بهترین رقبای شما ارائه می‌دهد.

سرعت صفحات سایت



Google انتظار دارد تا صفحات سایت شما در طول دو ثانیه یا کمتر بارگذاری شوند.

به‌علاوه، آنها رسماً اعلام کرده‌اند که سرعت سایت یک امر مهم و یک اصل اساسی در رتبه‌بندی محسوب می‌شود.

همچنین، سرعت بالا تأثیر زیادی در UX دارد؛ صفحات کندتر، Bounce Rate بالاتری دارند و از رتبه‌ی پایین‌تری در تبدیل کاربر به مشتری برخوردار میشوند.

عمده‌ترین دلایل شایع در کاهش سرعت صفحات سایت، اسکریپت‌ها، تصاویر و فایل‌های CSS فشرده نشده و استفاده بدون مدیریت و نامحدود از افزونه‌ها است.

تجربه کاربری

بحث بر سر استفاده از فاکتورهای رفتاری در رتبه‌بندی وبسایت‌ها برای چندین سال ادامه داشته و دارد. با این حال، Google سیاست خود را دنبال کرده و معتقد است: کاربران در حال جست‌وجو، بهترین قضاوت‌کنندگان هستند.

به همین دلیل، اگر آنها یک نتیجه‌ی جست‌وجوی مشخص را انتخاب کنند، این احتمال وجود دارد که آن Search مناسب باشد یا حداقل مناسب‌تر از روش‌های جایگزین مطرح‌شده باشد.

فاکتورهای رتبه‌بندی گوگل در سال 2017

واکنشگرا بودن سایت

اگر صفحات وب شما برای موبایل ها و تبلت ها بهینه نشده باشند، به هیچ وجه در رتبه بندی جستجوی موبایل قرار نخواهند گرفت. از آنجایی که بیش از نیمی از جستجوهای Google از طریق تلفن های همراه انجام می شوند، بنابراین سال ۲۰۱۷ برای شما بی ثمر خواهد بود.

با توجه به تمایل Google برای ایندکس صفحات وب با استراتژی جدید mobile-first indexing، تمرکز در این حوزه همچنان ادامه دار خواهد بود.

با این روند، بسیاری از صاحبان کسب و کار علاوه بر داشتن صفحات وب مخصوص کامپیوترهای دسکتاپ، به داشتن صفحات وب مخصوص تلفن های همراه نیز ترغیب خواهند شد. البته خودتان هم شاهد رشد فزاینده تلفن های همراه هستید و میدانید که این روزها اکثریت کاربران با تلفن همراه خود وارد دنیای وب شده و به جستجوی محتوای مورد نظر می پردازند.

نرخ کلیک در سایت

نرخ کلیک یا Click-through Rate یا همان CTR، در صفحات نتایج موتورهای جستجوگر نیز یکی دیگر از فاکتورهای رتبه بندی Google در سال ۲۰۱۷ است.

این عبارت به معنای تعداد دفعات کلیک شده بر روی یک لینک، نسبت به تعداد دفعات مشاهده آن موضوع توسط کاربران است.

مطالعات نشان می دهد که CTR در میان سایر فاکتورهای بررسی شده، بالاترین ارتباط و همبستگی با رتبه بندی صفحات سایت را دارد.

درست است که همبستگی فاکتور اصلی ما نیست؛ اما بسیار دشوار است تا مشاهدات مبتنی بر تجربیات در زندگی واقعی در رابطه با CTR را نادیده بگیریم.

برای مشاهده CTR میتوانید از کنسول Google یا همان گوگل وبمستر استفاده کنید.



همانطور که شما مکانیک وردپرسی های عزیز میدانید سئو و بهینه سازی سایت یک مبحث پیچیده، گسترده و یک

علم در حال تکامل است که لازمه پیشرفت در آن، کسب اطلاعات و

دانش لازم در زمینه های گوناگون از جمله الگوریتم های رتبه بندی

سایت توسط Google است.



مکانیک وردپرس در این مقاله سعی کرد تا فاکتورهای مهم رتبه بندی Google در سال ۲۰۱۷ را به همراه چند ابزار

مناسب در اختیار شما قرار دهد تا شما کاربران بیشتر و بیشتر با الگوریتم ها و نحوه رتبه بندی سایت ها توسط

Google آشنا شوید و در جهت افزایش رتبه سایت خود گام های محکمی بردارید.

موفق و پاینده باشید .

مکانیک وردپرس

راهی به سمت موفقیت در کسب و کار

www.mechanicwp.ir