



جلاد دوم
مجموعه مقالات سئو

SEO
agerin.ir

Levelsa 2022

سخنی با خوانندگان

این مجموعه مقاله به کوشش تیم طراحی و تبلیغات لولسا و به صورت رایگان در اختیار شما قرار گرفته است. فروش این مجموعه مقالات تحت هیچ عنوانی مجاز نبوده و حق کپی رایت آن برای تیم لولسا محفوظ است. مطالب تهیه شده در این مجموعه، برگرفته از مقالات منتشر شده در سایت لولسا است. امیدواریم این مجموعه بتواند به جهت رشد علمی فعالین حوزه سئو مفید قرار گیرد.

تیم طراحی و تبلیغات لولسا

فهرست مطالب

سئو و راه‌های انطباق با آن؟	۱
تبلیغات کلیک‌ی یا سئو؟ کدام برای کسب و کار آنلاین شما بهتر است؟	۳
حل مشکل پنالتی سایت، با چند راهکار ساده	۶
اسپم سئو چیست؟	۱۰
راه‌های مقابله با اسپم سئو	۱۲
نتایج جستجو پر بار با داده‌های ساختاریافته	۱۴
رد کردن بک لینک‌های ناخواسته - Disavow backlinks	۱۶
بک لینک‌های نامناسب - Link Schemes	۱۸
پنهان کاری یا Cloaking و مضررات آن در سئو	۲۰
گزارش سایت‌های اسپم، فروش لینک و بدافزار به گوگل	۲۲

سئو و راه‌های انطباق با آن

شناخت سئو اولین قدم برای بهینه سازی سایت شماست تا مشتریان احتمالی بتوانند به صورت آنلاین سایت فروشگاه یا شرکت شما را بیابند. وقتی رتبه سئوی شما بالاتر باشد، احتمال اینکه مشتریان شما را انتخاب کنند بیشتر خواهد بود. با این حال برای درک واقعی سئو باید با نحوه کار موتورهای جستجوی مدرن آشنا باشید و این به معنای آشنایی با هوش مصنوعی است.

هوش مصنوعی چیست؟

هوش مصنوعی یک پیشرفت در زمینه تکنولوژی است که ما را قادر می‌سازد ترکیبی از سخت افزارها و نرم افزارها را بیافرینیم که همانند مغز انسان عمل می‌کنند. این تکنولوژی کمک می‌کند تا بتوانیم در مدت زمان اندکی حجم عظیمی از اطلاعات را آنالیز کنیم. این تکنولوژی جدید به ما کمک کرده تا موتورهای جستجوی بهتری بسازیم.

به طور کلی سه نوع هوش مصنوعی داریم:

هوش مصنوعی محدود (ANI): این نوع هوش مصنوعی فقط می‌تواند روی یک مسئولیت کار کند.

هوش مصنوعی عمومی (AGI): این نوع هوش مصنوعی مسئولیت‌هایی کلی و جامع بر عهده دارد (توانایی این نوع هوش مصنوعی معادل توانایی ذهن یک انسان است).

هوش مصنوعی برتر (ASI): توانایی این هوش مصنوعی فراتر از هوش مصنوعی عمومی است.

هوش مصنوعی گوگل که رتبه‌بندی‌ها به وسیله آن صورت می‌گیرد، از نوع ANI است. این سیستم نحوه یادگیری انسان‌ها را تقلید می‌کند. سیستم رتبه‌بندی جدید گوگل که از هوش مصنوعی استفاده می‌کند از سال ۲۰۱۵ راه‌اندازی شد. پیش از آن رتبه‌بندی‌های گوگل توسط الگوریتم‌های انسانی انجام می‌شد. پس از گذشت زمان کوتاهی شیوه هوش مصنوعی جای تمامی الگوریتم‌های انسانی را گرفت. البته الگوریتم‌هایی که گوگل در گذشته از آن‌ها استفاده می‌کرد، همچنان وجود دارند. تنها تفاوت در نحوه اعمال این الگوریتم‌ها در رتبه‌بندی وب سایت هاست.

چه سایت‌هایی رتبه بهتری دریافت می‌کنند؟

سیستم رتبه‌بندی، سایت‌ها را از لحاظ مطابقت با معیارهای گوگل می‌سنجد و بر اساس آن رتبه هر سایتی را مشخص می‌کند. سپس برای هر کلید واژه رتبه‌بندی‌ای جدا در نظر می‌گیرد. البته این تنها نگاهی سطحی به کاری است که این سیستم انجام می‌دهد. در حقیقت این سیستم محتوا و ساختار هر سایت را بررسی می‌کند. برای مثال در صورتی که یک سایت بیش از حد محتوای عمومی و کلی داشته باشد، رتبه‌ای بدتر از سایت‌هایی که در باره یک موضوع خاص هستند دریافت می‌کند. علاوه بر این مورد، سیستم به بکلینک‌ها نیز توجه می‌کند. برای مثال اگر یک سایت فروش کفش به سایت فروش لباس لینک شده باشد، در رتبه آن

تاثیر بسیاری خواهد گذاشت. اما لینک شدن همین سایت به یک وبسایت مربوط به کامپیوتر انتخاب خوبی نیست.

منطبق شدن با شیوه جدید سئو

وبسایت‌های خوب آنهایی هستند که خود را بیش از سایرین با شیوه جدید منطبق می‌کنند. برای این کار گام‌های زیر را دنبال کنید:

کیفیت: صرفه نظر از نوع محتوا (چه محتوای گرافیکی، چه محتوای متنی) کیفیت سایت خود را همواره بالا نگه دارید. این کار باعث می‌شود کاربران بیشتری به سایتتان مراجعه کنند و همین امر باعث افزایش لینک‌های سایتتان در برابر سایر رقبا می‌شود.

تجربه کاربری: تجربه کاربری (UX) از اهمیت بالایی برخوردار است. راحتی کار با سایت و جستجوی آسان در آن تاثیر به سزایی در رتبه‌تان ایجاد خواهد کرد. برای این کار بهتر است ساختار سایت خود را به سایت‌هایی که در حرفه شما بهترین رتبه را دارند، شبیه کنید.

محتواهای مرتبط: این که محتواهای موجود در وبسایتتان به هم مرتبط باشند، از نکات مهم است. برای مثال کسی که برای خرید لباس به سایت شما مراجعه می‌کند، هیچ تمایلی برای مشاهده مطلبی درباره ی دندان پزشکی ندارد. امروزه سئو یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر حرفه‌ای به شمار می‌رود. اگر می‌خواهید در این رقابت تنگاتنگ موفق شوید، باید دائماً سایت خود را با استانداردهای گوگل تطبیق دهید.

تبلیغات کلیک یا سئو؟ کدام برای کسب و کار آنلاین شما بهتر است؟

تبلیغات کلیک و سئو از راه‌هایی هستند که می‌توانند منجر به موفقیت یک کسب و کار در دنیای اینترنت شوند. اما کدام شیوه بهتر است؟ این سوال را بارها و بارها از طرف افرادی که می‌خواهند یک وب سایت جدید راه اندازی کنند شنیده‌ام. اما آیا یک پاسخ همیشگی و قطعی وجود دارد؟ خیر، نمی‌توان یک روش همیشگی و قطعی برای همه اعلام کرد. در این مقاله به بررسی مزایا و معایب سئو و تبلیغات کلیک می‌پردازیم.

تبلیغات کلیک چیست؟

تبلیغات کلیک بر اساس توضیح Wordstream به این صورت تعریف می‌شود: یک مدل از بازاریابی اینترنتی که با هر کلیک بر روی تبلیغ، تبلیغ کننده مبلغی را پرداخت خواهد کرد. به صورت ساده‌تر می‌توان تبلیغات کلیک را روشی دانست که شما ترافیک برای سایتتان می‌خرید (به جای آنکه کاربران را به صورت ارگانیک وارد سایت کنید).

سئو یا جایگاه ارگانیک گوگل به این معنی است که شما برای هر کلیک پرداختی نخواهید داشت.

تبلیغات کلیک و سئو با یک مثال

تبلیغات کلیک و سئو را در تصویر زیر مشاهده می‌کنید. کلمه‌ای که برای آن جستجو انجام شده است «Car Insurance» است. با استفاده از گوگل کیورد پلنر قیمت متوسط هر کلیک برای این کلمه کلیدی در حدود ۶۰ دلار است. این کلمه کلیدی یکی از موارد بسیار گران است.

در تصویری که مشاهده می‌فرمایید یک باکس بسیار کوچک که درون آن نوشته شده است Ad را مشاهده می‌کنید. این موارد تبلیغات کلیک هستند. زمانی که یک کلمه کلیدی به صورت ارگانیک در نتایج جستجو مشاهده می‌شود فاقد این باکس Ad خواهد بود. در نمونه پایین سه مورد تبلیغ کلیک را مشاهده می‌کنید. بر اساس آمار Search Engine Watch کاربران موتورهای جستجوی گوگل و بینگ بیشتر به سمت نتایج ارگانیک می‌روند. در حدود ۹۴ درصد کاربران نتایج ارگانیک را مشاهده می‌کنند و تنها در حدود ۶ درصد آنها تبلیغات کلیک را باز می‌کنند.

Google **car insurance** کلمه کلیدی

All Maps News Shopping Images More Settings Tools

About 65,300,000 results (0.60 seconds)

GEICO Car Insurance | Get a Free Rate Quote | GEICO.com
 (Ad) www.geico.com/car-insurance
 In just 15 minutes, you could save \$500 or more on car insurance. Get a quote!
 Get a Quote · Discounts · Military Discounts · Motorcycle Insurance · Join the Millions

Progressive Car Insurance | Official Progressive Website
 (Ad) www.progressive.com/
 ★★★★★ Rating for progressive.com: 4.6 - 656 reviews
 You Could Save an Average of \$668 with Progressive. Get Your Free Quote Today!
 Insurance coverage: Auto, Home/Renters, Motorcycle, Boat, RV/Trailer, Life

Farmers® Car Insurance | Get a Fast & Free Online Quote | farmers.com
 (Ad) www.farmers.com/Car/Insurance
 Discover Great Discounts on Your Auto Insurance. Start an Online Quote Today!
 24/7 Claims · Smart Savings & Discounts · Free Quotes · Flexible Coverage Options · Local Agents
 Types: Liability, Collision, Comprehensive, Uninsured Motorist, Medical Payments, Personal Injury

Car Insurance - Compare Car Insurance Quotes and Save
<https://www.carinsurance.com/>
 Compare car insurance quotes and find all the information you need to save on your car insurance policy.

Auto Insurance & Car Insurance Quotes—Allstate
<https://www.allstate.com/auto-insurance.aspx>
 Customized car insurance coverage options, discounts galore and amazing features. Get a free online quote and speak to a dedicated Allstate agent.

حال بهتر است کمی اقتصادی به ماجرا نگاه کنیم. فرض کنید صاحبان این سایت‌هایی که تبلیغات کلیک‌ی کرده‌اند روزانه ۱۰۰ مخاطب از این شیوه به دست می‌آورند. یعنی در حدود مبلغ ۶۰۰۰ دلار در روز! و در مقابل سایت‌هایی که به صورت ارگانیک در زیر آنها وجود دارند هیچ گونه مبلغی را پرداخت نکرده‌اند. به نظر می‌رسد همه چیز به نفع سئو باشد تا تبلیغات کلیک‌ی.

انتخاب میان تبلیغات کلیک‌ی و سئو

انتخاب میان تبلیغات کلیک‌ی و سئو شاید اکنون به نظر ساده برسد. اما بیایید کمی دقیق‌تر به ماجرا نگاه کنیم. بسیاری از برندها می‌خواهند خیلی زود به نتیجه برسند. مثلاً اگر امروز سایت خود را راه‌اندازی کرده‌اند، انتظار دارند از فردا در نتایج جستجو ظاهر شوند. سئو یک استراتژی میان و بلند مدت است. چندین ماه زمان خواهد برد

تا بتوانید با استفاده از سئو به نتیجه مطلوب رسید. همین جا است که تبلیغات کلیکی اهمیت خود را نشان می‌دهد.

تبلیغات کلیکی روشی سریع است. همان روشی که می‌توان از فردا به نتیجه رسید. اما روشی دراز مدت و همیشه به صرفه نیست. برای برندهای متوسط و بزرگ هزینه تبلیغات کلیکی چندان سرمایه‌گذاری پرهزینه‌ای محسوب نمی‌شود. می‌توانند همیشه این هزینه را پرداخت کنند و از این شیوه ترافیک سایتشان را افزایش دهند.

توصیه برای انتخاب میان تبلیغات کلیکی و سئو

توصیه می‌کنم هر دو مورد را در برنامه خود قرار دهید: هم تبلیغات کلیکی و هم سئو. شما با تبلیغات کلیکی می‌توانید در ابتدا ترافیک سایت را افزایش دهید. سئو کمی زمانبر است، اما نباید کنار گذاشته شود. نمی‌توانید همیشه از تبلیغات کلیکی استفاده کنید. هزینه این تبلیغات وقتی به عنوان شیوه اصلی افزایش ترافیک سایت در نظر گرفته شود بسیار زیاد خواهد بود. می‌توانید از ترکیب این دو استفاده کنید. برای کوتاه مدت تبلیغات کلیکی داشته باشید. همزمان با آن بر روی سئو وب سایتتان کار کنید. زمانی که نتایج سئو سایت خود را نشان دادند هم می‌توانید تبلیغات کلیکی را ادامه دهید. اما نیاز نیست هزینه بسیار زیادی بکنید.

در نظر بگیرید که سئو هم رایگان نیست. شما برای اینکه وب سایت خود را سئو کنید باید هزینه صرف کنید. نیاز خواهید داشت تولید محتوا انجام دهید. البته همانطور که امار نشان داد رغبت کاربران موتورهای جستجو به سئو بسیار بیش از تبلیغات کلیکی است. پس بهترین روش، ترکیب این روش‌ها است.

نکته: گاهی شما می‌توانید با یک تبلیغات کلیکی مشتریانی طولانی مدت به دست بیاورید. بسیاری از مشتریان زمانی که از یک برند خرید می‌کنند، تا مدت‌ها به آن وفادار خواهند شد. اگرچه یک تبلیغ کلیکی هزینه بر هست، اما مشتری وفادار به معنای ترافیک دائمی است. افزایش ترافیک نیز روی سئو تاثیر می‌گذارد. پس تصور نکنید تبلیغات کلیکی فقط یعنی یک فروش!

حل مشکل پنالتی سایت، با چند راهکار ساده

پنالتی شدن وب سایت توسط گوگل کابوس بسیاری از وبمستران است. هر کدام از ما تلاش می‌کنیم با گوگل بهترین نتیجه‌ها را بگیریم، اما زمانی که این موضوع به عکس اتفاق می‌افتد بسیار آسیب‌زا است. این اتفاق ناگوار ممکن است دلایل مختلفی داشته باشد. ممکن است شما به درستی هرآنچه گوگل اعلام کرده است را رعایت نکرده باشید. احتمالا می‌توانستیم با یک بررسی بسیار ساده برطرف کنیم و هیچگاه نگران به وجود آمدن پنالتی نباشیم (پیش از پنالتی شدن وب سایت، پیام‌های کنسول وبمستر گوگل به شما اخطار می‌دهد). اکنون قصد داریم تا اگر وب‌سایت شما پنالتی شده است راهکاری برای خروج از آن ارائه دهیم.

پنالتی شدن وب سایت و تاثیرات مخرب آن

پنالتی شدن وب سایت در دنیای کنونی می‌تواند تاثیرات بسیار مخربی بر روی هر کسب و کاری داشته باشد. در دنیای دیجیتال رتبه یک و یا دو گوگل تفاوت بسیار زیادی دارند. چه برسد به اینکه یک وب سایت پنالتی شود. رتبه ۱ و ۲ می‌توانند حداقل میلیون‌ها تومان تفاوت در کسب و کار داشته باشند. حال تصور کنید وب سایت این رتبه ۱ را از دست می‌دهد و دیگر در صفحات اول و دوم هم قرار ندارد. موضوع ممکن است باعث شکست کامل کسب و کار شما شود. مشتریانی که تا دیروز به سادگی به دست می‌آوردید اکنون دیگر دست نیافتنی هستند. اما گوگل آن‌قدرها هم بی‌رحم نیست. همیشه به شما فرصت می‌دهد تا اشتباهاتتان را جبران کنید.

حتی پیش از پنالتی شدن به شما از طریق کنسول وبمستر اعلام می‌کند. اگر در این زمان به موقع تصمیم‌گیری درستی داشته باشید دیگر مشکل اتفاق نخواهد افتاد. اما اکنون فرض را بر این می‌گیریم که شما در این زمان اقدامات لازم را انجام ن داده‌اید و سایت شما پنالتی شده است. چه راهکاری برای خروج از این شرایط وجود دارد؟

رفع مشکل پنالتی گوگل

برای رفع مشکل پنالتی باید ابتدا ببینیم وب سایت شما به چه علت پنالتی شده است. پس از اینکه این موضوع را دریافتیم، آنگاه می‌توانیم تصمیم‌گیری مناسبی داشته باشیم. اکنون برخی از علت‌های پنالتی شدن وب سایت را خواهیم گفت و سپس روش‌هایی که مشکل به وجود آمده را برطرف کنند می‌گوییم.

Cloaking یا پنهان کاری

پنهان کاری یک شیوه قدیمی بود که در گذشته برخی از وب مسترها برای به دست آوردن نتیجه خوب در گوگل استفاده می کردند. اما این روش اکنون نه تنها کاربرد ندارد بلکه می تواند باعث پنالتی شدن یک وب سایت هم بشود. در این شیوه سایت چیزی که به گوگل نشان می دهد با چیزی که به کاربر نشان می دهد متفاوت است. در متاهای سئو گاهی مواردی نوشته می شوند که اگر صفحه را باز کنید محتوایی مربوط به آن را پیدا نخواهید کرد. این شیوه دیگر از سوی وبمسترها استفاده نمی شود (حداقل آنهایی که با تجربه هستند). اما ممکن است با اشتباهی بسیار ساده مرتکب آن شده باشید.

مثلا از یک قالب آماده استفاده می کنید که ساختار درستی ندارد و یا افزونه های مختلفی روی وب سایت شما نصب شده اند که این مساله را به وجود بیاورند. این مشکل را بسیار ساده می توانیم برطرف کنیم. ابزارهای بسیار زیادی در اینترنت موجود هستند که به شما در این راه یاری می دهند. کافیست گوگل کنید و سایت هایی که cloaking را بررسی می کنند را مشاهده کنید. این وب سایت ها تمامی محتوای پنهان شده که برای گوگل ارسال می شوند اما در سایت شما قابل مشاهده نیست را اعلام می کنند. می توانید مشکل را در وب سایت برطرف کرده و در مرحله بعد به کنسول گوگل وبمستر مراجعه کنید. در آنجا صفحاتی که این مشکلات را داشتند را Fetch کنید. مشکل شما در طول زمان برطرف می شود. انتظار نداشته باشید که اگر همین امروز این کار را انجام دهید، از فردا دوباره رتبه قبلی خود را به دست آورید. در طی زمان مشکل برطرف شده و وب سایت دیگر پنالتی نخواهد بود.

هستند افرادی که ادعای تخصص سئو می کنند و برای به دست آوردن رتبه چنین روش هایی را به کار می گیرند، حواستان باشد که اگر به دنبال متخصص سئو می گردید از چنین روش هایی استفاده نکنند.

اسپم و پنالتی شدن وب سایت

اسپم می تواند باعث پنالتی شدن وب سایت شما شود. یکی از روش هایی که هنوز هم برخی از سئو کاران و وبمستران استفاده می کنند ارسال اسپم است. بسیاری از افراد تفاوت شبکه های اجتماعی و وب سایت را به خوبی نمی دانند. تصور می کنند اگر در شبکه های اجتماعی با استفاده از وسایلی که امکان ارسال انبوه اطلاعات به افراد مختلف را دارند و از آن نتیجه می گیرند، می توان همین روش را در وب سایت هم انجام داد و به نتیجه

رسید. این موضوع کاملاً برعکس است. این افراد با استفاده از سیستم‌هایی مانند کامنت گذاری اسپم می‌کنند تا محتوای به وجود بیاورند که گوگل را به اشتباه بیندازد. شاید در کوتاه مدت هم موفق باشند. حتی ممکن است این اتفاق برای چندین ماه هیچ گونه آسیبی به وب سایت آن‌ها نرساند. اما به محض اینکه گوگل متوجه اسپم‌ها شود، به سرعت سایت را پنالتی می‌کند. اگر وب سایت شما به علت اسپم پنالتی شد راهکار بسیار ساده‌ای دارد. باید اسپم را از بین ببرید. برای این منظور استفاده از این گونه ابزارها را متوقف کرده و به گوگل فرصت دهید تا متوجه شود که وب سایت شما دیگر تولید کننده اسپم نیست.

ارزش وب سایت

هر وب سایتی که ما به وجود می‌آوریم با توجه به ارزش محتوای آن برای گوگل و مخاطب رتبه به دست می‌آورد. مهم است محتوای وب سایت شما ارزشمند باشد. اگر کاربران به وب سایت مراجعه کنند و همگی به سرعت به علت نداشتن محتوای که بتواند آن‌ها را جذب کند سایت را ترک نمایند انتظار داشته باشید در آینده نه چندان دور امکان پنالتی شدن وب سایت شما وجود دارد. برای این که چنین اتفاقی رخ ندهد و یا اگر این اتفاق رخ دهد، آن را برطرف کنید چند راهکار بسیار ساده را به شما پیشنهاد می‌کنم.

حذف لینک های نامربوط و غیرطبیعی: اگر لینک‌های غیر طبیعی و یا بیش از اندازه دارید، آنها را حذف کنید.

استفاده از محتوای ارزشمند: تلاش کنید تا محتوای مربوط به کار خود را تولید کنید و این محتوا ارزشمند باشد. در نظر داشته باشید که اگر از محتوای دیگران بدون اجازه سرقت می‌کنید، ممکن است دچار مشکلاتی همچون پنالتی شوید. در این شرایط تمام محتوای کپی شده را از وب سایت پاک کرده و سپس به کنسول وبمستر گوگل مراجعه کنید در آنجا لینک صفحه حذف شده را از کنسول خود پاک کنید.

البته در نظر داشته باشید هر نوع کپی برداری به معنی پنالتی شدن وب سایت نیست. در مواقع بسیار زیادی اجازه کپی برداری با رعایت قوانین کپی رایت را خواهید داشت. محتوای یکتا بسیار ارزشمند تر بوده، بیشتر وایرال می‌شود و به سئو کمک می‌کند.

این موارد اعلام شده، تنها برای برخی از انواع بسیار ساده و عمومی پناستی هستند. ممکن است مشکلاتی برای وب سایت شما پیش بیاید که مربوط به این سه مورد بالا نمی باشد. در چنین شرایطی باید راهکار مناسب را انتخاب نمایید.

اسپم سئو چیست؟

روزانه کسب و کارهای کوچک و بزرگ بسیاری در اثر حملات سایبری اسپم سئو از بین می‌روند یا به نام تجاری شان صدمه وارد می‌شود. این حملات با نام مسمومیت موتور جستجو (SEP) شناخته می‌شوند. همانطور که از نامش مشخص است، این حمله باعث می‌شود که در نمایش سایت شما در صفحه نتایج موتور های جستجو خدشه وارد شود.

اسپم سئو یعنی چی؟

برای توضیح بیشتر بهتر است کمی به عقب برگردیم و از پایه سئو را بررسی نماییم. سئو مخفف «بهینه سازی موتورهای جستجو» است و به مجموعه اقداماتی اطلاق می‌شود که روی وب سایت انجام می‌شود تا سایت شما در موتورهای جستجو رتبه بالاتری دریافت نماید. موتورهای جستجو همچون گوگل یا بینگ، نرم‌افزارهای مخصوص و پیشرفته‌ای دارند که محتوای تمامی وب سایت‌های ثبت شده را بررسی کرده و بر اساس کلمات کلیدی طبقه بندی می‌نمایند. هر چه صفحه شما برای کلمه کلیدی مربوطه بهینه‌تر باشد و بیشتر با قواعد سئو سازگاری داشته باشد، در موتور جستجو بالا تر نمایش داده می‌شود. این به معنای بازدید بیشتر و در نهایت درآمد بیشتر برای بیزینس شما خواهد بود.

بهبود رتبه سئو روش‌ها و راهکارهای متعدد و گوناگونی دارد که می‌توانید در مقالات مربوطه آن‌ها را مطالعه نمایید. اما حملات SEP داستانی متفاوت دارند. در این حملات که با نام اسپم سئو نیز شناخته می‌شوند، فرد اسپمر به وبسایت شما کلید واژه‌ها و لینک‌های نامربوط تزریق می‌کند. هکرها می‌توانند لینک‌های مزاحم و اضافی را در هر جای وب سایت شما وارد کنند و بسته به روشی که به کار می‌برند، می‌توانند این لینک‌ها را در متا دیتا یا محتوای سایت شما جاسازی کنند. هکرها برای این کار از عناصر لینک دهی HTML استفاده می‌کنند. معمولاً این دسته لینک‌ها در فوتر و هدر صفحات نمایش داده می‌شوند. زیرا این دو بخش با هر درخواستی در وب سایت به نمایش در می‌آیند. البته گاهی در عنوان صفحه و محتوای آن نیز دیده می‌شوند.

رایج‌ترین مزاحمت‌هایی که اسپم سئو برای سایت‌ها ایجاد می‌کند، نمایش تبلیغات دارویی، آموزشی، مد و لباس و سایر صنایع در نقاط مختلف سایت است. در همه این موارد هکرها راهی برای تزریق لینک‌ها به بک لینک سایت‌های مورد نظر خود می‌یابند.

وقتی یک وبسایت مورد حملات SEP قرار می‌گیرد، به جای این در موتورهای جستجو با کلید واژه مورد نظر خود نمایش داده شود، با کلید واژه‌های لینک اسپم نمایش داده می‌شود. در دیجیتال مارکتینگ به این حالت "از دست دادن رتبه" گفته می‌شود. این قضیه به ضرر صاحبان کسب و کار تمام خواهد شد. زیرا مشتریان نمی‌توانند با کلید واژه‌های مورد نظر وب سایت آن‌ها را بیابند.

این دست حملات برای هکرها بسیار جذاب است؛ زیرا شناسایی و تشخیص آن کار راحتی نیست. لازم به ذکر است با توجه به این که افیلیت مارکتینگ یکی از شیوه‌های بسیار جذاب بیزینس است. بیشتر شرکت‌هایی که رو به سوی این نوع بیزنس می‌آورند، برایشان ترافیک سایت اهمیت بسیار بالایی دارد. به همین دلیل هکرها برای این دست از مشتریان خود از روش اسپم سئو استفاده می‌کنند. اسپم سئو این روزها بسیار رایج شده. به طوری که در مطالعه‌ای که اخیراً روی ۶۰ هزار وب سایت انجام شد، مشخص شد که ۷۳ درصد از آن‌ها آلوده به این دست لینک‌های مزاحم هستند.

این مسئله می‌تواند منجر به خراب شدن شهرت یک کسب و کار شود. زیرا ممکن است بازدید کننده با جستجوی یک کلید واژه ی نامربوط مستقیماً وارد وب سایت شما شود؛ و یا می‌تواند باعث نمایش تبلیغات متفرقه در سایت شما شود و بازدید کننده تصور نادرستی از نام تجاری شما بگیرد.

بنابراین اگر برای کسب و کار خود وب سایتی طراحی نموده‌اید، بهتر است آن را از نظر آلوده بودن به لینک‌ها و تبلیغات اضافه چک نمایید. روش‌های پاک سازی سایت از این مسمویت را در مقاله‌ای جداگانه شرح خواهیم داد.

راه‌های مقابله با اسپم سئو

پیش‌تر درباره مضرات اسپم سئو صحبت کردیم. همان‌طور که در مقاله «اسپم سئو چیست؟» توضیح داده شد، اسپم سئو می‌تواند تاثیراتی بسیار منفی بر موفقیت کسب و کار شما بگذارد. این تاثیرات به صورت آلوده کردن صفحات وب سایت به کلید واژه‌های نامربوط و متفرقه و افزایش رتبه شما در موتورهای جستجو خود را نشان می‌دهد.

اما چگونه می‌توان از اسپم سئو جلوگیری کرد و وب سایت را از هر گونه لینک و کلید واژه مزاحم پاک‌سازی نمود؟ در این مقاله قصد داریم شما را با راه‌های مختلف مقابله با اسپم سئو آشنا کنیم.

برای مقابله با اسپم سئو چه راه‌هایی وجود دارد؟

۱- وب سایت خود را توسط ابزار وب مستر گوگل ثبت کنید

شما می‌توانید این کار را به صورت رایگان و در کم‌ترین زمان ممکن انجام دهید. در حال حاضر گوگل، پرمخاطب‌ترین و محبوب‌ترین موتور جستجوی دنیاست. نرم‌افزارهای گوگل دائماً در حال بررسی و رتبه‌بندی وبلاگ‌ها و سایت‌ها در سطح اینترنت هستند. بنابراین ثبت سایت به کمک ابزارهای گوگل می‌تواند مطمئن‌ترین راه ممکن باشد؛ زیرا به شما این امکان را می‌دهد تا با به روزترین ابزارهای موجود این کار را انجام دهید. از مزیت های جالب ثبت سایت به کمک ابزار وب مستر گوگل می‌توان به این مورد اشاره کرد که این ابزار در صورتی که مشکلی در وبسایت شما مشاهده کند، پیش از این که آن را در معرض دید عموم قرار دهد، به شما هشدار می‌دهد.

۲- از حمله‌ها پیشگیری کنید

سایت‌ها دائماً در معرض حمله‌های اینترنتی قرار دارند. به همین دلیل پیشگیری کردن از این حملات کار راحت‌تری نسبت به مبارزه پس از حمله به نظر می‌رسد. برای پیشگیری شما می‌توانید سایت خود را به ابزارهای محافظتی مجهز کنید. این ابزارها هم به صورت فضای ابری، هم به صورت اپلیکیشن و هم به صورت سرورهای محافظتی موجود هستند. پیشنهاد ما استفاده از فایروال‌های مبتنی بر فضای ابری است. همان‌طور که از نامش پیداست فایر وال می‌تواند همچون یک دیوار در برابر حملات گوناگون اسپمی از سایت شما محافظت کند.

۳- از سرویس‌های نظارتی برای اسپم سئو استفاده کنید

وظیفه این سرویس‌ها نظارت سایت برای تشخیص زنگ خطرهایی هست که شما به تنهایی متوجه آن‌ها نخواهید شد؛ همچون اسپم سئو. سرویس‌های نظارتی (مانیتورینگ) به عنوان مکمل ابزار وب مستر گوگل به شمار می‌روند. سرویس‌های مانیتورینگ در کنار ابزار وب مستر گوگل خیال صاحبان کسب و کار های کوچک و بزرگ را از بابت امنیت وب سایت راحت می‌کند.

۴- نظارت بر کلید واژه‌ها

از اعضای تیم سئوی کسب و کار خود بخواهید تا دائما ترافیک و کلید واژه‌های صفحات مختلف سایتتان را بررسی کنند. آن‌ها اولین افرادی هستند که متوجه هر نوع مورد مشکوک در ارتباط با کلید واژه‌های سایت خواهند شد.

امنیت یکی از ظریف‌ترین شاخه‌های شبکه‌ای است که دائما در حال توسعه و تکامل است. تهدیدهای آنلاینی که ما یک سال پیش با آن‌ها دست و پنجه نرم می‌کردیم، امروزه کاملا تحول یافته‌اند. بنابراین اگر می‌خواهید همچنان با قدرت به کسب و کار خود ادامه دهید و رقبای خود را پشت سر بگذارید، باید خود را با به روز ترین این تهدیدها آشنا شوید و راه‌های پیشگیری و مبارزه با آن‌ها را بدانید. این حملات پنهان را جدی بگیرید و مطمئن باشید که مقابله با اسپم سئو آن بازدید سایت را افزایش خواهد داد. به یاد داشته باشید که امروزه توسعه بخش اینترنتی کسب و کارتان بیشترین سود را برای شما به ارمغان خواهد آورد.

نتایج جستجو پربار با داده‌های ساختاریافته

داده‌های ساختاریافته (Structured Data) را برای سالیان متمادی است که گوگل به وبمسترها توصیه می‌کند. اما داده‌های ساختار یافته چه هستند؟ داده‌های ساختاریافته، نشانه‌گذاری محتوای یک وب سایت برای فهم دقیق آن توسط موتورهای جستجو است. این موضوع به دریافت نتیجه بهتر یک وب سایت در سئو منجر خواهد شد.

داده‌های ساختار یافته به سایت شما کمک می‌کنند تا محتوا را به درستی برای گوگل مشخص کنند. این موضوع باعث بهبود ظاهری نتایج جستجوی وب سایت شما و همچنین رتبه بهتر در سئو خواهد شد. برای فهم دقیق این داده‌ها، گوگل اقدام به سری آموزش‌های جدید برای وب مسترها کرده تا بتوانند به درستی از این امکان مهم استفاده کنند.

داده‌های ساختاریافته چیست؟

داده‌های ساختار سافته، روشی است که اطلاعات مربوط به صفحه و محتوای آن را برای موتورهای جستجو مشخص می‌کند. این داده‌ها انواع مختلفی دارند که مهمترین آنها برای گوگل همان‌هایی است که schema.org مشخص کرده است. اما انواع دیگر داده‌های ساختار یافته را هم گوگل پشتیبانی می‌کند. از این نمونه‌ها می‌توان به JSON-LD (تلاش کنید این مورد را هم حتما داشته باشید)، microdata و RDFa اشاره کرد. اما توجه داشته باشید انواع مختلف جستجو نیازمند انواع مختلف داده‌های ساختار یافته است. برای همین می‌توانید از آموزش‌های گوگل برای این انواع استفاده کنید.

داده‌های ساختار یافته از آنجایی که به گوگل کمک می‌کند تا ساختار سایت‌ها را بهتر بشناساند، در نتیجه منجر خواهد شد کاربران بتوانند راحت‌تر به سایت مورد نظر دسترسی پیدا کنند. توجه داشته باشید زمانی که کاربر به اشتباه وارد سایت شما شده و سریعاً صفحه را ببندد می‌تواند برای شما آسیب‌زا باشد. چرا که نرخ بازگشت (Bounce Rate) سایت افزایش پیدا می‌کند. پس نباید تمام تلاشتان را برای ورود همه افراد کنید. بلکه باید بر روی مخاطبین واقعی خود تمرکز داشته باشید.

سایت‌هایی که از داده‌های ساختاریافته استفاده می‌کنند بهتر نتیجه می‌گیرند

سایت‌هایی که از داده‌های ساختاریافته استفاده می‌کنند، در طول زمان کوتاهی نتایج بسیار بهتری به دست می‌آورند. این موضوعی است که گوگل آن را بیان کرده است. پس اگر شما هم از جمله افرادی هستید که

می‌خواهید با توجه به الگوریتم‌ها و الگوهای گوگل پیش رفته تا بهتر نتیجه بگیرید، توصیه های گوگل را جدی بگیرید.

رد کردن بک لینک‌های ناخواسته – Disavow backlinks

بک لینک‌ها همیشه برای سایت شما مفید نیستند. این موضوعی است که بسیاری از افراد نمی‌دانند و هر نوع بک لینکی را برای وب سایتشان تهیه می‌کنند. اما این موضوع گاهی برخلاف قواعدی است که گوگل برای بک لینک معتبر و با کیفیت اعلام کرده است. در این مقاله Disavow backlinks را برایتان توضیح خواهم داد.

بک لینک‌های نامناسب

بک لینک‌ها همیشه فاکتور مناسبی از سمت گوگل محاسبه نمی‌شوند. به‌عنوان مثال ممکن است سایت شما دارای بک لینک‌های اسپم و یا بک لینک‌های نامعتبر گوگل باشد. در این شرایط باید تلاش کنید هر چه سریع‌تر از شر آنها خلاص شوید. گاهی می‌توانید این کار را به سادگی انجام دهید. مثلاً خودتان اقدام به پاک کردن آن لینک کنید. یا اگر خریداری انجام داده‌اید یا صاحب وب سایتی ناخواسته سایت شما را لینک کرده از او بخواهید تا لینکتان را پاک کند.

اما گاهی این موارد در دسترس نیستند و امکان پاک کردن بک لینک نامعتبر نیست. در این شرایط نباید کار خودتان را تمام شده بدانید. گوگل برای این موضوع راهکار ارائه کرده است. این راه کار را در سه مرحله برای شما شرح خواهم داد.

چگونه بک لینک‌ها را Disavow کنیم؟

مرحله اول: تصمیم بگیرید آیا Disavow برای شما الزامی است؟

گوگل در بیشتر مواقع خودش بدون نیاز به هیچ کمکی از سمت شما این کار را برایتان انجام می‌دهد. این کار تنها در دو صورت باید انجام شود:

۱. لینک‌های زیادی که اسپم، ساختگی و کم کیفیت هستند به سایت شما وارد می‌شوند.

۲. این بک لینک‌ها منجر به manual action شده‌اند.

اگر این دو مورد برای شما اتفاق افتاده، آنگاه باید دست به کار شوید.

مرحله دوم: ساخت لیست لینک‌هایی که قصد Disavow آنها را دارید

برای ساخت این لیست باید یک فایل با فرمت `txt` ساخته و آن را در گوگل آپلود کنید. اما این فایل باید به چه شکلی نوشته شود؟

- در هر خط تنها یک دامنه یا آدرس صفحه را وارد کنید
- برای اینکه بخواهید کل یک دامنه (یا ساب دامنه) را به صورت کامل حذف کنید باید به شکل `domain.example.com` آدرس را وارد کنید. (به جای `example.com` آدرس سایت مورد نظر را وارد کنید).
- فایل باید به صورت `UTF-8` و یا `bit ASCII-7` اینکد شده باشد.
- فرمت فایل حتما باید `txt` باشد.
- اگر نیاز به کامنت نویسی (برای خودتان) در فایل داشته باشید در ابتدای آن سطر علامت `#` قرار دهید.

نمونه اطلاعات فایل:

```
# Two pages to disavow
http://spam.example.com/stuff/comments.html
http://spam.example.com/stuff/paid-links.html

# One domain to disavow
domain:levels.com
```

مرحله سوم: آپلود فایل

۱. ابتدا وارد این آدرس بشوید:

<https://www.google.com/webmasters/tools/disavow-links-main>

۲. سایت خود را انتخاب کنید.
۳. روی گزینه `Disavow Links` کلیک کنید.
۴. روی گزینه `Choose File` کلیک کرده و فایل ساخته شده را انتخاب و آپلود کنید.
۵. چند هفته زمان می برد تا گوگل لینک های مورد نظر را برطرف کند.
۶. به همین شیوه شما موفق به رد کردن بک لینک های ناخواسته شده اید.

بک لینک‌های نامناسب – Link Schemes

بک لینک‌ها اثرات بسیار زیادی در بهینه‌سازی موتورهای جستجو (سئو) دارند. اما تمامی آنها برای شما مفید نیستند. شاید اگر کمی حرفه‌ای‌تر در موضوع سئو کار کرده باشید عنوان Link Schemes را شنیده باشید. در این مقاله قصد داریم در مورد Link Schemes و اثرات آنها صحبت کنیم.

توجه: این موارد بر اساس آموزش‌های کنسول وبمستر گوگل نوشته شده است.

هر لینکی که برای دستکاری در پیج رنک (PageRank) و یا رتبه سایت در نتایج جستجوی گوگل ساخته شده باشد می‌تواند یک Link Schemes و تخلف شناخته شود. این موضوع هم شامل لینک‌های ورودی به وب سایت شما و هم لینک‌های خروجی از آن می‌شود.

نمونه Link Schemes مخرب

- خرید و فروش لینک‌هایی که پیج رنک ایجاد کنند. این موضوع شمال هرگونه رد و بدل کردن پول با لینک و یا پست‌هایی که شامل لینک هستند می‌شود.
- لینک‌های متقابل بیش از اندازه. به عنوان مثال ساخت دو وب سایت که در صفحات بسیار زیادی به یکدیگر لینک می‌دهند تا با اینکار نتایج جستجو را دچار تغییر کنند.
- استفاده از برنامه‌ها و خدمات اتوماتیک لینک‌سازی.

این موضوع تا همین جا ختم نمی‌شود. مثلاً اگر شما به وب سایتی، بر خلاف تمایل صاحب آن لینک دهی کنید، یکی از مواردی است که گوگل آن را لینک‌های غیر طبیعی دانسته و ممکن است شما را دچار مشکل کند.

اما در نظر داشته باشید خرید لینک در هر صورت شما را دچار مشکل نمی‌کند. مثلاً در تبلیغات کلیک PPC اگر بدون انتقال پیج رنک باشد گوگل آن را بدون مشکل می‌داند. برای جلوگیری از انتقال پیج رنک روشهای مختلفی وجود دارند که ساده‌ترین آن افزودن تگ `rel="nofollow"` به تگ لینک است.

بهترین روش برای به دست آوردن لینک به وب سایت ایجاد محتوای یونیک و مرتبط به فعالیت شما است. این کار خود منجر به افزایش محبوبیت سایت شما در دنیای اینترنت خواهد شد. ساخته محتوا خوب اثر بخش

است. افراد بسیاری ممکن است آن را به جهت کیفیت و اهمیت آن در وب سایت خود منتشر کرده و به شما لینک بدهند.

این موارد بدین جهت از سوی گوگل انجام می‌شوند تا مخاطبین به محتوای با کیفیت برسند. یک مخاطب پس از جستجوی کلمه کلیدی نیازمند باز شدن وب سایتی است که محتوای مورد نظر او را داشته باشد نه وب سایتی که با روش های غیر مجاز رتبه گرفته و حقوق مخاطب را زیر پا بگذارد. برای این منظور، گوگل ابزاری آنلاین قرار داده تا کاربران بتوانند وب سایت هایی که باعث ایجاد اختلال در نتایج جستجو با روش هایی که در بالا گفت می‌شوند را گزارش دهند. برای این منظور می‌توانید از طریق آدرس زیر وب سایت مختلف را گزارش دهید. گوگل پس از بررسی، در صورت مشاهده تخلف این وب سایت ها را جریمه می‌کند.

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

پنهان کاری یا Cloaking و مضرات آن در سئو

پنهان کاری یا Cloaking در سئو به معنی آن است که به کاربر یا موتورهای جستجو لینک و یا محتوایی را نشان دهید که با آنچه او جستجو کرده بود (نه تنها جستجو بلکه به هر شیوه‌ای دیگر هم این موضوع صادق است) متفاوت باشد. امروز قصد داریم شما را با این موضوع و چهارچوب‌های گوگل بیشتر آشنا کنیم.

پنهان کاری یا Clocking چیست و چه مواردی را شامل می‌شود؟

پنهان کاری یا Clocking همانطور که پیش‌تر گفته شد به نمایش محتوا و یا لینکی غیر از آنچه موتور جستجو و یا کاربر به دنبال او بوده گفته می‌شود. این شیوه در گذشته از سوی بسیاری از افراد برای کسب رتبه بهتر در نتایج جستجو استفاده می‌شود. همین موضوع باعث شد تا گوگل سخت‌گیری بسیار شدیدی برای پنهان کاری یا Clocking پیش بگیرد.

شاید شما هم تجربه کرده باشید که چیزی را در گوگل جستجو می‌کنید و یا در سایتی لینکی به شما داده شده است که وقتی وارد آن می‌شود، با محتوایی بی‌ارتباط با آنچه به دنبالش بودید مواجه می‌شوید. این موضوع بسیار برای کاربران آزار دهنده است. البته با توجه به اینکه کاربران معمولاً پس از مشاهده چنین صفحاتی سریعاً آنها را می‌بندند، لذا نرخ بازگشت یا همان Bounce Rate این گونه سایت‌ها بسیار بالا می‌رود.

نمونه‌هایی از پنهان کاری

بیشتر افراد از دو شیوه عمومی برای پنهان کاری یا Clocking استفاده می‌کنند:

۱. معرفی یک صفحه متنی HTML به موتورهای جستجو و نمایش تصاویر و یا فلش به جای آن برای کاربران.
۲. ارسال متن و یا کلمه کلیدی زمانی که موتورهای جستجو سایت را بررسی می‌کنند و نمایش متن و کلمات دیگر به کاربران.

اما این موضوع به معنی آن نیست که شما نمی‌توانید صفحاتی که شناسایی آنها برای موتورهای جستجو سخت است مانند جاوا اسکریپت‌ها، تصاویر یا فلش استفاده کنید. برای این موضوع گوگل روش‌های بسیار ساده‌ای دارد که در مقاله‌ای جداگانه آنها را برای شما معرفی خواهیم کرد.

اما در نظر داشته باشید ممکن است این اتفاق برای سایت شما هم افتاده باشد ولی متوجه آن نشده باشید. این روش یکی از راهکارهایی است که برخی هکرها به کار می‌برند. چرا که یافتن اینگونه موارد معمولا برای مدیران وب سایت‌ها بسیار سخت است. پس بهتر است هر از چند گاهی وب سایت خود را به صورت کامل بررسی کنید.

مضرات پنهان کاری

اگر از این روش استفاده می‌کنید، باید بدانید زمانی که گوگل متوجه چنین اتفاقی در وب سایت شما بشود، می‌تواند برایتان بسیار گران تمام شود. ابتدا پیامی در کنسول وب مستر گوگل دریافت می‌کنید که باید توضیحاتی در باره این اتفاق بدهید. سپس گوگل توضیحات و وب سایت شما را بررسی می‌کند. اگر این موضوع صادق باشد و شما از این روش استفاده کرده باشید و پس از اخطار گوگل آنها اصلاح نکنید، عواقبی همچون پنالتی شدن ممکن است برایتان به سادگی پیش بیاید.

گزارش سایت‌های اسپم، فروش لینک و بدافزار به گوگل

شاید بارها در جریان جستجو به وب سایت‌هایی که اسپم، فروش لینک و بدافزار هستند برخورد کرده باشید. این وب سایت‌ها وقت بسیاری از افراد را مانند شما می‌گیرند، کاربر را آزار می‌دهند و نتایج اشتباه در جستجو را نمایش می‌دهند. برای این موضوع گوگل از کاربران خواسته تا این سایت‌ها را گزارش کنند.

گوگل الگوریتم‌های پیچیده و به روزی برای شناسایی وب سایت‌ها دارد. اما باز هستند وب سایت‌هایی که به شیوه‌های نامتعارف این نتایج جستجو را دچار اخلاص می‌کنند. حال تصور کنید شما مالک یک کسب و کار در اینترنت هستید و نتایج جستجو برای کسب و کارتان بسیار مفید است. وجود این وب سایت‌ها می‌تواند به فعالیت اقتصادی شما ضربه‌های بزرگی بزند. پس اگر با چنین اخلاص گرهایی در نتایج جستجو روبرو می‌شوید گوگل برای این موضوع راهکار ساده اما کاربردی اندیشیده است.

البته توجه کنید زمانی می‌توانید گزارش کنید و این گزارش اثر گذار باشد که اطلاعات دقیق و درستی برای گوگل ارسال کنید. ارسال هر وب سایت به عنوان اسپم، فروش لینک و یا بدافزار به معنی مقابله گوگل با آن سایت نخواهد بود. پس از گزارش شما، گوگل آن وب سایت را بررسی کرده و در کنسول وب مستر به مدیر آن سایت پیام می‌دهد. اگر در زمان مشخص شده اصلاحات از سوی مدیران سایت انجام نشود آنگاه گوگل برخورد خواهد کرد.

گزارش سایت‌های اسپم

اگر با وب سایت‌هایی که اسپم هستند مواجه هستید، برای گزارش آنها به گوگل باید از آدرس زیر اقدام نمایید:

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

گزارش وب سایت‌های فروش لینک

زمانی که فروش لینک (و نه تبلیغات کلیکی) به منظور انتقال پیچ رنگ باشد می‌توانید از این لینک وب سایت مورد نظر را برای گوگل ارسال کنید:

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

گزارش وب سایت‌های بدافزار

اگر اطمینان دارید یک وب سایت دارای بدافزاری است که به سیستم کاربران ویروس منتقل می کند، می توانید آنرا از لینک زیر گزارش کنید:

https://safebrowsing.google.com/safebrowsing/report_badware/

این گزارش ها به گوگل کمک خواهند کرد تا بتواند نتایج جستجوی دقیق تری را به کاربران خود عرضه کند. اگر صاحب یک وب سایت هستید، پیشنهاد می کنم از این روش ها (اسپم یا خرید و فروش لینک) برای کسب رتبه استفاده نکنید. چرا که اگر گوگل خود متوجه این موضوع نشود، سایر افراد با گزارش وب سایت شما آن را در لیست گوگل قرار می دهند. برای کسب نتایج بهتر در جستجو روش های استاندارد همیشه بهترین کار هستند.

تهیه شده در تیم طراحی و تبلیغات لولسا

www.agerin.ir

www.levelsa.com