

منظور از سئو داخلی و سئو خارجی سایت چیست و چه تفاوت‌هایی دارند؟

اگر به تازگی وارد فضای دیجیتال مارکتینگ شده‌اید، مطمئناً با اصطلاحات زیادی برخورد می‌کنید که در ابتدا ممکن است کمی گیج کننده به نظر برسند. سئو داخلی و سئو خارجی، دو مورد از این اصطلاحات هستند. همانطور که می‌دانید، سئو (SEO) یا بهینه‌سازی موتور جستجو، فرآیندی است که به وبسایت‌ها کمک می‌کند تا در نتایج جستجوی گوگل و دیگر موتورهای جستجو بهتر دیده شوند. این فرآیند به دو بخش اصلی تقسیم می‌شود: سئو داخلی و سئو خارجی.

هر کدام از این دو نوع سئو دارای ویژگی‌ها، اهداف و تکنیک‌های خاص خود هستند که به افزایش ترافیک وبسایت و بهبود رتبه آن در نتایج جستجو کمک می‌کنند. در این مقاله به بررسی تفاوت سئو داخلی و خارجی خواهیم پرداخت. با ما همراه باشید تا به عمق این موضوع بپردازیم و بفهمیم که چگونه می‌توانیم از هر دو نوع سئو برای بهبود عملکرد وبسایت خود استفاده کنیم.

سئو داخلی به چه معناست؟

منظور از سئو داخلی یا همان (on-page SEO)، مجموعه اقداماتی است که در داخل وبسایت انجام می‌شود تا رتبه سایت در موتورهای جستجو ارتقا پیدا کند. این اقدامات شامل بهینه‌سازی محتوا، ساختار سایت، تگ‌ها و عناصر مختلف صفحات وب است. هدف اصلی سئو داخلی، ارائه تجربه کاربری بهتر و فهم آسان‌تر محتوای سایت برای موتورهای جستجو است. با استفاده از تکنیک‌های سئو داخلی، می‌توانیم به راحتی محتوای خود را برای کلمات کلیدی خاص بهینه کنیم و از این طریق شانس دیده شدن وبسایت خود را افزایش دهیم.

هدف سئو داخلی چیست؟

هدف اصلی سئو داخلی، افزایش قابلیت مشاهده وبسایت در نتایج جستجو و جذب هرچه بیشتر ترافیک ارگانیک است. با بهینه‌سازی عناصر داخلی سایت، می‌توانیم کاربران را تشویق کنیم که بیشتر در سایت بمانند و با محتوا تعامل داشته باشند. از سوی دیگر، سئو داخلی به موتورهای جستجو کمک می‌کند تا محتوای سایت را بهتر درک کنند و آن را در نتایج جستجو نمایش دهند. به طور کلی هدف سئو

داخلی ایجاد یک ساختار منطقی و کاربرپسند است که با افزایش قابلیت بازاریابی محتوا بتواند منجر به افزایش نرخ تبدیل و فروش شود.

فاکتورهای مورد نیاز برای سئو داخلی

برای موفقیت در سئو داخلی، باید به چندین فاکتور کلیدی توجه کرد. این فاکتورها شامل کیفیت محتوا، ساختار URL، استفاده صحیح از تگ‌های عنوان و هدینگ‌ها، بهینه‌سازی تصاویر و سرعت بارگذاری سایت هستند. در ضمن، باید اطمینان حاصل کرد که وبسایت ریسپانسیو بوده و بر روی دستگاه‌های مختلف به خوبی نمایش داده شود. رعایت یا عدم رعایت این فاکتورها وجه تفاوت سئو کلاه سیاه و سئو کلاه سفید است که سرنوشت سایت شما را تعیین خواهد کرد.

داشتن تقویم محتوایی

ممکن است در ابتدا ارتباط تقویم محتوایی و سئو را درک نکنید. اما باید بگوییم داشتن یک تقویم محتوایی منظم برای سئو داخلی بسیار حیاتی است. این تقویم به شما کمک می‌کند تا برنامه‌ریزی دقیقی برای تولید محتوا داشته باشید و از انتشار مطالب تکراری یا بی‌کیفیت جلوگیری کنید. با استفاده از تقویم محتوایی، می‌توانید موضوعات مهم را شناسایی کرده و زمان‌بندی مناسبی برای انتشار آن‌ها تعیین کنید. در نتیجه هم کیفیت محتوای خود را حفظ می‌کنید و هم نظر مثبت کاربران جدید و قدیمی را به خود جلب می‌نمایید.

تولید محتوای باکیفیت

محتوای باکیفیت، محتوایی است که اطلاعات مفید و مرتبطی ارائه دهد که نیازهای کاربران را برآورده کند. محتوا باید به صورت منظم بروزرسانی شود تا اطلاعات آن همواره تازه و معتبر باقی بماند. اگر محتوای شما ارزشمند باشد، کاربران آن را بیشتر به اشتراک خواهند گذاشت و این امر باعث افزایش ترافیک وبسایت شما خواهد شد.

مخاطب‌پسند بودن

کیفیت محتوا به تنهایی کافی نیست. محتوای شما باید طوری طراحی شود که پاسخگوی نیازها و سوالات کاربران باشد. شناخت دقیق مخاطبان هدف و ایجاد محتوای متناسب با علایق و نیازهای آنها می‌تواند

تاثیر زیادی بر روی نرخ تبدیل داشته باشد. همچنین، استفاده از زبان ساده و قابل فهم در نوشتار نیز می‌تواند باعث ارتباط بیشتر کاربران با محتوای شما شود.

اصالت محتوا

موتورهای جستجو نسبت به محتوای کپی حساس هستند و ممکن است وبسایت‌هایی که محتوای غیراصیل دارند را جریمه کنند. بنابراین، تولید محتوای منحصر به فرد و خلاقانه اهمیت زیادی دارد. اصالت محتوا اعتبار بیشتری به سایت شما می‌بخشد و باعث می‌شود کاربران بیشتری با آن تعامل داشته باشند.

معتبر بودن محتوا

اطلاعاتی که ارائه می‌دهید باید دقیق، معتبر و مستند باشد تا اعتماد کاربران را جلب کند. استفاده از منابع معتبر و ارجاع به مطالعات علمی یا آمارهای قابل اعتماد می‌تواند به افزایش اعتبار محتوای شما کمک کند. هرچه از منابع معتبرتری برای تولید محتوا استفاده کنید، مخاطبان بهتر می‌توانند به محتوای شما استناد کنند.

رفع نیازهای کاربران

برای موفقیت در سئو داخلی، باید نیازها و سوالات مخاطبان خود را شناسایی کرده و محتوایی تولید کنید که پاسخگوی آن‌ها باشد. تولید و انتشار محتوای نامربوط به خواست‌ها و سوالات مخاطبان، باعث می‌شود که مخاطبان خود را از دست بدهید.

تگ‌های عنوان و هدینگ‌ها

تگ عنوان اولین قسمت از محتوای شما است که کاربران آن را می‌بینند. در نتیجه باید نسبت به نوشتن آن دقت الایی به خرج داد. استفاده از اعداد و عبارات خاص مانند «ترفند، رایگان، ویژه، بهترین و ...» شانس بازدید از سایت شما را افزایش می‌دهند. تگ عنوان باید شامل کلمات کلیدی اصلی و مختصر و مفید باشد.

هدینگ‌ها نیز باید ساختاری منطقی برای محتوا ایجاد کنند و خوانایی آن را افزایش دهند. این کار هم برای امتیاز گیری در موتورهای جستجو خوب است و هم باعث رفاه کاربران در درک مطالب خواهد شد.

بهینه سازی تصاویر

تصاویر باید دارای نام فایل مناسب، تگ ALT و اندازه مناسب باشند تا سریع بارگذاری شوند. با این کار سرعت سایت افزایش پیدا می‌کند و موتورهای جستجو نیز رتبه بالاتری به محتوای شما اختصاص خواهند داد. سعی کنید از عکس‌های مرتبط با متن استفاده کنید. فرمت webp به علت کاهش حجم در عین حفظ کیفیت، از بهترین فرمت‌ها برای تصاویر سایت است.

سرعت سایت

از مهم‌ترین معیارهای گوگل برای رتبه‌بندی سایت، سرعت بارگذاری آن است. علاوه بر این، اگر وبسایت شما کند باشد، کاربران ممکن است آن را ترک کنند و این امر بر روی نرخ تبدیل تاثیر منفی خواهد گذاشت. بنابراین، بهینه‌سازی سرعت سایت از طریق فشرده‌سازی تصاویر، استفاده از کش و انتخاب هاست مناسب اهمیت زیادی دارد.

ریسپانسیو بودن

امروزه بسیاری از کاربران از دستگاه‌های مختلفی مانند موبایل، تبلت، لپتاپ و کامپیوترها برای اتصال به اینترنت استفاده می‌کنند. به همین دلیل سایت‌ها باید با انواع صفحات نمایش سازگار باشند. به این ترتیب هم تجربه کاربری افراد بهبود پیدا می‌کند و هم رتبه سایت در نتایج جستجو بالا می‌رود.

سئو خارجی به چه معناست؟

سئو خارجی (Off-page SEO) به مجموعه اقداماتی اشاره دارد که خارج از وبسایت شما انجام می‌شود تا به بهبود رتبه آن در موتورهای جستجو کمک کند. هدف اصلی سئو خارجی افزایش اعتبار وبسایت شما در نظر موتورهای جستجو است که منجر به افزایش ترافیک و اعتبار سایت خواهد شد.

عناصر تاثیرگذار بر سئو خارجی

لینک بیلدینگ

لینک بیلدینگ به معنای فرآیند ایجاد لینک‌های ورودی (بک‌لینک) از سایر وبسایت‌ها به وبسایت شما است. این لینک‌ها نشان‌دهنده اعتبار وبسایت شما هستند و هرچه تعداد لینک‌های ورودی بیشتر

باشد، شانس نمایش سایت در نتایج گوگل افزایش می‌یابد. البته باید توجه داشت که کیفیت لینک‌ها نیز بسیار مهم است؛ لینک‌هایی که از وبسایت‌های معتبر دریافت شده‌اند تاثیر بیشتری دارند.

بک‌لینک‌ها

بک‌لینک‌ها لینک‌هایی هستند که از سایر وبسایت‌ها به وبسایت شما اشاره دارند. وجود بک‌لینک‌های باکیفیت می‌تواند تأثیر مثبتی بر روی رتبه‌بندی سایت شما داشته باشد. برای دستیابی به بک‌لینک‌های باکیفیت، می‌توانید با دیگر وبسایت‌ها همکاری کنید یا محتوای ارزشمندی تولید کنید که دیگران تمایل داشته باشند آن را لینک دهند.

اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی

با انتشار محتوای خود در پلتفرم‌های اجتماعی مانند فیسبوک، توئیتر و اینستاگرام، می‌توانید دسترسی بیشتری به مخاطبان جدید پیدا کنید و احتمال اشتراک‌گذاری محتوا توسط آن‌ها را افزایش دهید. هرچه محتوای شما، ارتباط بیشتری با نیاز روز کاربران داشته باشد، احتمال اینکه مطالب شما را به اشتراک بگذارند افزایش خواهد یافت.

هاست و سرور

بله! انتخاب هاست و سرور مناسب نیز بر روی سئو خارجی تأثیرگذار است. هاست با کیفیت بالا سرعت بارگذاری سایت را افزایش داده و تجربه کاربری را بهتر می‌کند. همچنین، انتخاب سرور نزدیک به محل جغرافیایی مخاطبان هدف می‌تواند تأثیر مثبتی بر روی سرعت بارگذاری داشته باشد.

استفاده از گوگل ادز

استفاده از تبلیغات گوگل (Google Ads) یکی دیگر از روش‌های موثر برای جذب ترافیک بیشتر است. با استفاده از گوگل ادز، می‌توانید تبلیغات خود را در بالای نتایج جستجوی گوگل نمایش دهید و بدین ترتیب توجه بیشتری را جلب کنید. ترکیب گوگل ادز و سئو می‌تواند باعث افزایش آگاهی از برند شما شود.

جدول تفاوت سئو داخلی و خارجی

ویژگی	سئو داخلی	سئو خارجی
-------	-----------	-----------

مکان اجرا	داخل وبسایت	خارج از وبسایت
اختیارات اجرایی	در دست صاحب وبسایت	تا حدودی وابسته به سایت‌ها و پلتفرم‌های دیگر
تمرکز بر ...	کیفیت محتوا/ تجربه کاربری	بک لینک‌ها/ اعتبار سایت در فضای وب
هدف	جذب ترافیک ارگانیک	افزایش اعتبار
تکنیک‌ها	بهینه سازی محتوا/ سرعت سایت/ کیفیت محتوا	لینک بیلدینگ/ جذب اعتبار از سایت‌های دیگر
ارتباط با کاربر	مستقیم	غیرمستقیم
تأثیر بر رتبه سایت	فوری اما نیازمند به به‌روزرسانی/ عمر کوتاه	بلندمدت با عمر طولانی
نیاز به منابع	کمتر/ تأکید بر تجربه کاربری	بیشتر/ تأکید بر اعتبار و صحت محتوا

سخن پایانی

هر دو نوع سئو داخلی و خارجی برای موفقیت یک وبسایت به یک اندازه ضروری هستند. سئو داخلی بر روی کیفیت محتوا و تجربه کاربری تمرکز دارد، در حالی که سئو خارجی بر روی اعتبار وبسایت تأکید می‌کند. برای دستیابی به بهترین نتایج، باید هر دو جنبه را مد نظر قرار داد. برخی از این اقدامات مانند انتخاب هاست و سرور مناسب، زیرساختی هستند و برخی دیگر وابسته به تولید محتوای باکیفیت و بازاریابی محتوا می‌باشند. با رعایت اصول سئو داخلی و خارجی، می‌توانید شانس دیده شدن وبسایت خود را افزایش دهید و ترافیک بیشتری جذب کنید.

منابع

++

<https://www.portal.ir/on-page-and-off-page-seo>

<https://rayamarketing.com/blog/The-Difference-Between-Internal-And-External->

SEO

