

# اصطلاحات رایج در سئو که کارفرماها باید بدانند

سئو، یکی از کلمات پرتکرار در ادبیات مشاغل مدرن است که به بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو اشاره دارد. اگر سایت شما در نتایج اولیه گوگل دیده نشود، احتمال موفقیت کسب و کار پایین می‌آید و وظیفه سئو این است که از بابت امتیاز گرفتن سایت در موتورهای جستجو مطمئن شود. با این حال، بالا بردن سئو سایت کار چندان راحتی نیست و به دانش تخصصی نیازمند است. بخشی از این دانش تخصصی، از آشنایی با اصطلاحات سئو به دست می‌آید. این اصطلاحات شامل روش‌ها، تکنیک‌ها و ابزارهایی است که به ارتقا سایت در نتایج جستجو کمک می‌کنند. در این مقاله به بررسی مهم‌ترین اصطلاحات سئو خواهیم پرداخت تا بتوانید با دنیای سئو آشنا شوید و از آن بهره‌برداری کنید.

## مهمترین اصطلاحات سئو که باید بدانیم

### سئو داخلی

سئو داخلی به معنای مجموعه اقداماتی است که در داخل وب‌سایت برای بهینه‌سازی محتوا و ساختار آن انجام می‌شود. این فرآیند شامل بهینه‌سازی عناوین، متا تگ‌ها، تصاویر و URLها است. هدف اصلی سئو داخلی، افزایش قابلیت خواندن و دسترسی محتوا برای کاربران و موتورهای جستجو است. برخی از اقدامات مورد نیاز برای سئو داخلی عبارت‌اند از:

- استفاده از کلمات کلیدی مناسب در متن و عناوین
- ایجاد ساختار مناسب برای صفحات
- استفاده از لینک‌های داخلی
- توجه به تجربه کاربری
- ریسپانسیو بودن
- تولید محتوای به‌روز و یا آپدیت محتوای قدیمی

### سئو خارجی

تفاوت سئو داخلی و سئو خارجی در این است که سئو خارجی، به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که خارج از وب‌سایت شما انجام می‌شود تا اعتبار و رتبه آن را در موتورهای جستجو افزایش دهد. این فرآیند

شامل لینک‌سازی، اشتراک‌گذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی و همکاری با دیگر وب‌سایت‌ها برای ایجاد بک‌لینک‌های معتبر است.

یکی از جنبه‌های مهم سئو خارجی، کیفیت بک‌لینک‌هاست؛ یعنی لینک‌هایی که به وب‌سایت شما اشاره دارند باید از منابع معتبر و مرتبط باشند تا تأثیری مثبت بر روی رتبه شما بگذارند. سئو خارجی به جذب ترافیک از وب‌سایت‌های دیگر نیز کمک می‌کند. با انجام فعالیت‌های موثر بر سئو خارجی، می‌توان رتبه آن را در نتایج جستجوی گوگل ارتقاء داد.

## سئو کلاه سفید

سئو کلاه سفید به تکنیک‌هایی اشاره دارد که مطابق با دستورالعمل‌های موتورهای جستجو انجام می‌شوند. این روش‌ها بر اساس ارائه محتوای با کیفیت و تجربه کاربری مثبت طراحی شده‌اند. سئو کلاه سفید شامل تولید محتوای ارزشمند، بهینه‌سازی ساختار وب‌سایت و استفاده از کلمات کلیدی مرتبط است. با استفاده از سئو کلاه سفید، شما می‌توانید ترافیک ارگانیک بیشتری جذب کنید و روابط بلندمدتی با مشتریان خود برقرار سازید. این روش‌ها پایدار بوده و خطر پنالته شدن توسط موتورهای جستجو را کاهش می‌دهند.

## سئو کلاه سیاه

در نقطه مقابل سئو کلاه سفید، سئو کلاه سیاه را داریم که به تکنیک‌ها و روش‌هایی اشاره دارد که با هدف فریب موتورهای جستجو برای کسب رتبه بالاتر استفاده می‌شوند. این روش‌ها معمولاً بر خلاف دستورالعمل‌های گوگل هستند و ممکن است به سرعت نتایج مثبتی به همراه داشته باشند، اما خطر پنالته یا حذف کامل از نتایج جستجو را نیز به همراه دارند.

برخی از تکنیک‌های سئو کلاه سیاه شامل پر کردن محتوا با کلمات کلیدی، استفاده از محتوای تکراری و خرید بک‌لینک‌های غیرمعتبر هستند. استفاده از این روش‌ها ممکن است باعث بروز مشکلات جدی برای کسب و کار شما گردد. بنابراین، توصیه می‌شود که از این تکنیک‌ها دوری کنید و به جای آن بر روی روش‌های پایدار و اصولی تمرکز کنید.

## سئو کلاه خاکستری

سئو کلاه خاکستری ترکیبی از تکنیک‌های سئو کلاه سیاه و کلاه سفید است؛ یعنی شامل روش‌هایی است که ممکن است کمی خارج از چارچوب قوانین موتورهای جستجو باشند اما هنوز هم خطر پناستی شدن کمتری دارند. این نوع سئو ممکن است شامل استفاده از تکنیک‌هایی باشد که موتورهای جستجو آن‌ها را ناپسند نمی‌شمارند اما ممکن است چندان اخلاقی نباشند. برخی از این تکنیک‌ها شامل خرید بک‌لینک‌های کم هزینه یا تولید محتوای کم کیفیت برای جذب ترافیک هستند. اگرچه استفاده از سئو کلاه خاکستری ممکن است نتایج سریع‌تری نسبت به روش‌های کاملاً قانونی داشته باشد اما کم ریسک هم نیست.

## سئو تکنیکال

این اصطلاح، به جنبه‌های فنی وبسایت اشاره دارد که بر روی قابلیت خزیدن و ایندکس شدن آن توسط موتورهای جستجو تأثیر می‌گذارد. این نوع سئو شامل بهینه‌سازی سرعت بارگذاری صفحات، ساختار URLها، استفاده از تگ‌های هدر مناسب و ایجاد نقشه سایت ( Sitemap) است.

علاوه بر این‌ها، اطمینان از اینکه وبسایت شما ریسپانسیو باشد و بر روی دستگاه‌های مختلف به خوبی نمایش داده شود، جزء مهم‌ترین جنبه‌های سئو تکنیکال محسوب می‌شود. این نوع از سئو به دانش فنی بیشتری نیازمند است اما با توجه به تأثیر مهمی که بر سرعت صفحه، ایندکس شدن سایت و در نهایت، بهتر شدن رتبه سایت می‌گذارد، ارزش سرمایه‌گذاری را دارد.

## سرچ کنسول

یکی از ابزارهای رایگانی که گوگل در اختیار وبمستران گذاشته تا عملکرد وبسایت خود را در نتایج جستجوی گوگل بررسی کنند، سرچ کنسول است. با استفاده از این ابزار، کاربران می‌توانند اطلاعاتی درباره تعداد نمایش‌ها، کلیک‌ها، نرخ کلیک (CTR) و موقعیت میانگین صفحات خود در نتایج جستجو دریافت کنند.

این ابزار توانمندی‌های دیگری همچون شناسایی مشکلات فنی مانند خطاهای خزیدن، مشکلات مربوط به موبایل و مسائل امنیتی را دارد. با تحلیل داده‌های ارائه شده توسط سرچ کنسول، کاربران می‌توانند نقاط ضعف وبسایت خود را شناسایی کرده و اقدامات لازم را برای بهبود عملکرد و رتبه آن انجام دهند.

## سئو محلی

هدف از سئو محلی، افزایش دیده شدن کسب و کارها در نتایج جستجوی محلی است. این نوع سئو برای کسب و کارهایی که خدمات یا محصولات خود را در یک منطقه خاص ارائه می‌دهند بسیار مهم است. با استفاده از سئو محلی، شما می‌توانید اطلاعات دقیقی درباره مکان کسب و کار خود را در نقشه‌های آنلاین ثبت کنید و از طریق لیست‌های محلی مانند Google My Business دیده شوید.

استفاده از کلمات کلیدی محلی در محتوا و متا تگ‌ها نیز می‌تواند تأثیر مثبتی بر روی رتبه شما داشته باشد. با توجه به رشد روزافزون جستجوهای محلی، سرمایه‌گذاری بر روی سئو محلی یک استراتژی مؤثر برای جذب مشتریان جدید محسوب می‌شود.

## تبلیغات کلیک گوگل

یکی از ترفندهای مؤثر برای جذب ترافیک فوری به وبسایت‌ها استفاده از تبلیغات کلیک گوگل است. در این سیستم تبلیغاتی، کسب و کارها تبلیغات خود را در نتایج جستجوی گوگل نمایش می‌دهند اما تا زمانی که کسی روی این تبلیغات کلیک نکرده باشد، نیازی به پرداخت هزینه ندارند.

این نوع تبلیغات قابلیت هدف‌گذاری دقیق بر اساس کلمات کلیدی، مکان جغرافیایی و ویژگی‌های جمعیتی کاربران را فراهم می‌کند. اگرچه ترکیب گوگل ادز و سئو، باعث افزایش دیده شدن برند و جذب مشتریان می‌شود، اما برای کسب موفقیت بیشتر در این زمینه باید برنامه‌ریزی دقیقی برای مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی و محتوای تبلیغ داشت تا با کمترین میزان هزینه، بهترین نتایج حاصل شوند.

## لینک‌سازی

لینک‌سازی شامل دو نوع اصلی است: لینک‌های داخلی (لینک‌هایی که صفحات مختلف سایت شما را به هم متصل می‌کنند) و لینک‌های خارجی (لینک‌هایی که از دیگر وبسایت‌ها به سایت شما اشاره دارند). از آنجا که لینک‌های معتبر باعث افزایش اعتبار سایت شما در نظر موتورهای جستجو خواهند شد، باید بر روی ایجاد محتوای ارزشمند تمرکز کنید که دیگران تمایل داشته باشند آن را لینک کنند.

## بکلینک

لینک‌هایی که از سایت‌های دیگر به سایت شما متصل می‌شوند، بکلینک، نام دارند. هرچه تعداد بکلینک‌های معتبر بیشتری داشته باشید، اعتبار سایت شما بیشتر خواهد شد. اما کیفیت بکلینک‌ها نیز اهمیت زیادی دارد؛ بکلینک‌هایی که از سایت‌های معتبر و مرتبط با حوزه فعالیت شما آمده‌اند تأثیر بیشتری خواهند داشت. برای جذب بکلینک‌های با کیفیت، تولید محتوای ارزشمند و قابل اشتراک گذاری بسیار مهم است. همکاری با دیگر وبلاگ نویسان یا تولیدکنندگان محتوا نیز می‌تواند راهی مؤثر برای ایجاد بکلینک باشد.

## پنالتی گوگل

اگر قوانین گوگل را نقض کنید، گوگل نیز مجازات‌هایی را برای شما در نظر می‌گیرد که به آن‌ها در اصطلاح، پنالتی گوگل می‌گوییم. این مجازات‌ها ممکن است منجر به کاهش رتبه یا حذف کامل سایت از نتایج جستجو شوند. پنالتی‌ها معمولاً ناشی از استفاده نادرست از تکنیک‌های سئو کلاه سیاه مانند پر کردن کلمات کلیدی یا خرید بکلینک‌های غیرمعتبر هستند. شناسایی پنالتی‌ها معمولاً از طریق کاهش ناگهانی ترافیک یا تغییرات شدید در رتبه‌بندی صورت می‌گیرد. برای جلوگیری از پنالتی شدن، مهم است که همیشه طبق دستورالعمل‌های گوگل عمل کنید و تمرکز خود را بر روی تولید محتوای با کیفیت بگذارید.

## فراخوان به اقدام

Call to action- CTA یا فراخوان به اقدام، عبارتی است که کاربران را تشویق به انجام یک عمل خاص مانند خرید محصول، ثبت نام یا دانلود محتوا می‌کند. وجود CTA‌های مؤثر در صفحات وب یکی از عواملی است که باعث افزایش نرخ تبدیل می‌شود. طراحی مناسب CTA‌ها باید شامل متن واضح، جذاب و دکمه‌ای قابل کلیک باشد تا کاربران ترغیب شوند اقدام مورد نظر را انجام دهند.

مکان قرارگیری CTA‌ها نیز اهمیت دارد؛ آن‌ها باید در نقاطی قرار گیرند که کاربران بتوانند به راحتی آن‌ها را مشاهده کنند. با استفاده صحیح از فراخوان‌های اقدام، می‌توان تجربه کاربری مثبت ایجاد کرد و احتمال موفقیت کمپین‌های بازاریابی را افزایش داد.

## اسکیما

اسکیما ( Schema Markup) نوعی کد HTML است که اطلاعاتی اضافی درباره محتوای موجود در یک صفحه وب را ارائه می‌دهد تا موتورهای جستجو بهتر بتوانند آن محتواها را درک کنند. استفاده از اسکیما باعث ایجاد نمایش ویژه‌ای در نتایج جستجو مانند ستاره‌های نظرات یا اطلاعات تماس می‌شود که می‌تواند نرخ کلیک ( CTR) را افزایش دهد. این نوع نشانه گذاری باعث می‌شود تا محتوای شما بیشتر مورد توجه قرار گیرد. پیاده سازی اسکیما نیازمند دانش فنی است اما ابزارهایی وجود دارند که این فرآیند را تسهیل می‌کنند.

## محتوای رپورتاژ

محتوای رپورتاژ نوعی محتوای تبلیغاتی است که معمولاً در قالب مقاله منتشر شده و هدف آن معرفی محصولات یا خدمات یک برند خاص است. این نوع محتوا معمولاً در رسانه‌های مختلف منتشر شده و شامل لینک‌هایی به وبسایت برند مورد نظر است. محتوای رپورتاژ باید کیفیتی بالا داشته باشد تا بتواند توجه خوانندگان را جلب کرده و اعتبار برند را افزایش دهد. جذابیت محتوای رپورتاژ، علاوه بر شناخته شدن برند، باعث افزایش ترافیک ارگانیک سایت نیز خواهد شد.

## سخن آخر

می‌دانیم که آشنایی با اصطلاحات سئو برای هر فردی که قصد دارد حضور آنلاین خود را تقویت کند ضروری است. با دانستن مفاهیم مختلف مانند سئو داخلی، خارجی، تکنیکال و دیگر اصطلاحات مرتبط، شما قادر خواهید بود تا تدابیر مفیدی برای ارتقاء رتبه وبسایت خود اتخاذ کنید.

توجه به عوامل تأثیرگذار بر سئو نظیر داشتن تقویم محتوایی برای برنامه‌ریز بهتر، بهبود سرعت بارگذاری صفحه، ریسپانسیو بودن سایت و کیفیت محتوا نقش بسزایی در موفقیت شما خواهد داشت. با پیاده سازی اصول صحیح سئو، علاوه بر جذب ترافیک بیشتر، تجربه کاربری بهتری را نیز برای بازدیدکنندگان خود فراهم خواهید کرد.

## منبع

<https://farin.academy/%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%AF%D8%A7%D8%AD%D8%A7%D8%AA-%D8%B3%D8%A6%D9%AA/>