

در نخستین رسانه سئو محور و کاربرمحور انجام می شود

رونق بازار کسب و کارهای کوچک و بزرگ در دستان صاحبان کسب و کار

چند سال است که سئو در بازار دیجیتال مارکتینگ هم داستانی مشابه دارد. و اما یکی از غرفه‌های کوچک، کم هزینه و دوست داشتنی بازار مارکتینگ لوکال سئو یا سئوی محلی است. برای کسب و کارهای کوچک و مکان محور لوکال سئو فوق‌العاده است. مهم نیست حاکم بزرگ ما گوگل چه حکم کند، اگر از سئوی محلی استفاده کنید، آس حکم همیشه دست شماست.

به گزارش روابط عمومی گزارش خبر، این روزها به هر طرف سرک بکشید، صحبت داغ سئو سر زبان‌هاست. من یاد شنبه بازار سبزی فروشان می‌افتم یک نفر فریاد می‌زند، ما ارزان‌تر می‌فروشیم، دیگری می‌گوید کیفیت ما حرف اول را می‌زند، آن دیگری می‌گوید می‌توانی هر جور دلت می‌خواهد سوا کنی. خلاصه هرکس یک طور می‌خواهد متقاعدمان کند که خدمات بهتری ارائه می‌کند.

چند سال است که سئو در بازار دیجیتال مارکتینگ هم داستانی مشابه دارد. و اما یکی از غرفه‌های کوچک، کم هزینه و دوست داشتنی بازار مارکتینگ لوکال سئو یا سئوی محلی است.

برای کسب و کارهای کوچک و مکان محور لوکال سئو فوق‌العاده است. مهم نیست حاکم بزرگ ما گوگل چه حکم کند، اگر از سئوی محلی استفاده کنید، آس حکم همیشه دست شماست.

اما اول از همه باید روشن بگوییم که منظور من از کسب و کار محلی چیست؟

یک آرایشگاه در خیابان سعادت آباد تهران را در نظر بگیرید، برای این آرایشگاه، بهترین مشتری‌ها، کسانی هستند که در محدوده سعادت آباد زندگی می‌کنند، یک مثال دیگر؛ بیشترین مشتریان یک کارواش در اصفهان، در بهترین حالت تمام ساکنان شهر اصفهان محسوب می‌شوند. این از کسب و کار محلی و اما ...

برای این کسب و کارهای کوچک و محلی بهترین مشتریان هدف جستجوکنندگان محلی هستند. جست‌وجو کنندگان محلی؟ اجازه بدهید بیشتر توضیح بدهم.

Local searcher یا جست‌وجوکننده محلی کیست؟

من معادل کلمه Local Searcher را جست‌وجوکننده محلی می‌گذارم. جست‌وجوکننده محلی کسی است که در محله و مکان خاصی بیزینس شما را در گوگل جست و جو می‌کند. برای روشن شدن موضوع اجازه بدهید یک مثال بزنم.

مجله‌های محلی را به یاد بیاورید که از صندوق پست به درون ساختمان شما می‌انداختند. در این مجله‌ها تمام فروشگاه‌ها و کسب و کارهای محلی معرفی می‌شدند. مثلاً اگر در ونک زندگی می‌کردید، تمام رستوران‌ها، آرایشگاه‌ها، تعمیرگاه و هرچه خدماتی، فروشگاه و رستوران در ونک وجود داشت، در این مجله‌ها معرفی شده بودند. تا اینکه ...

گوگل وارد عمل شد و آنقدر پیشرفت کرد که اعتماد تمام کاربران را برانگیخت و یواش یواش آن مجلات و روزنامه‌های محلی جای خود را به سرچ عبارت‌هایی مانند "بهترین کافی شاپ در منطقه ونک"، "شهر کتاب در خیابان انقلاب"، "بهترین آموزشگاه زبان در اصفهان" دادند. حالا من به این کاربرانی که یک مکان مشخص را در جست و جوهای خود هدف گرفته‌اند، می‌گویم جست‌وجوگران محلی. این جست‌وجوگران محلی بهترین و هدفمندترین مشتریان بالقوه شما حساب می‌شوند. در همین راستا شاید این آمار برایتان جالب باشد:

بر اساس آمار رسمی سایت Think with Google :

حدود یک سوم از سرچ‌های موبایل موبوط به لوکیشن و مکان است.
بیش از دو سوم کاربران گوشی‌های هوشمند به دنبال شرکت‌ها و سایت‌هایی هستند که از نظر مکانی به آنها نزدیک باشد.

پس این کاربران محلی اهمیت ویژه‌ای برای شما دارند. تمام این حرف‌ها را زدم که با تمام وجود بتوانید بفهمید و لمس کنید که چرا سئوی محلی یک ورق آس در دنیای سئو است. پس اگر هنوز از آن استفاده نکرده‌اید و دنبال سرباز پیک و شاه کیشینز هستید، سریعاً دست به کار شوید. اما پیش از هرچیز ...

سئو محلی یا Local Seo چیست؟

سئوی محلی به طور کلی فرآیندی است که به جست و جوگران محلی کمک می‌کند تا راحت‌تر شما را در سرچ‌های گوگل پیدا کنند.

گوگل در سال ۲۰۱۳ الگوریتم کبوتر را ارائه داد که به کاربران کمک می‌کند تا کسب و کارهای محلی را به راحتی پیدا کنند.

در حقیقت هدف گوگل در این الگوریتم تاکید بر نتایج محلی (local result) است. گوگل در این الگوریتم به دنبال این است که کاربران بتوانند در سریع‌ترین زمان ممکن به مقصد خود برسند.

در حقیقت شما قرار است به موتورهای جست و جوگر گوگل بفهمانید که بیزینس شما چیست و در کدام محله فعالیت می‌کند. با انجام فرایند سئوی محلی شما به راحتی در سرچ‌های مرتبط با کسب و کار در صدر نتایج جست و جو قرار می‌گیرید.

چرا سئوی محلی برای کسب و کار کوچک شما از نان شب واجب‌تر است؟

گوگل روزبه‌روز هوشمندتر می‌شود و هرچه جلوتر می‌رود بیشتر و بیشتر نتایج مرتبط‌تر و هدفمند را به شما نشان می‌دهد. لوکیشن شما برای گوگل اهمیت زیادی دارد. به عبارت دیگر یکی از فاکتورهایی که گوگل برای نشان دادن نتایج جست‌وجوهای شما در نظر می‌گیرد، مکان جغرافیایی شماست. در دو حالت گوگل لوکیشن شما را می‌فهمد.

حالت اول: برای کسانی که عبارتی مانند "کافی‌شاپ در خیابان انقلاب" را سرچ می‌کنند. در این حالت اگر شما کافه‌ای در خیابان انقلاب هستید، با انجام سئو محلی به گوگل می‌فهمانید که کجایید و گوگل سایت شما را به تمام کسانی که لوکیشن‌هایی حوالی شما را سرچ کردند نشان خواهد داد.

حالت دوم: حتی اگر شما عبارت "کافی‌شاپ" یا "کافی‌شاپ نزدیک من" را سرچ کنید بازهم گوگل نتایجی که حوالی شماست را نشان می‌دهد. در این حالت گوگل به صورت هوشمند عمل می‌کند و با پرسشی در ابتدای سرچ شما (اینکه می‌تواند به لوکیشن شما دسترسی داشته باشد) محدوده جغرافیایی شما را تشخیص می‌دهد. این مورد به خصوص در کاربرانی که با موبایل سرچ می‌کنند، بسیار دقیق‌تر است.

یک بررسی آماری

میزان سرچ‌های لوکال سال به سال در حال افزایش است. نمودار زیر براساس آمار و نموداری است که سایت Moz در سال ۲۰۱۷ ارائه داده است.

نمودار بالا نشان می‌دهد که وقتی بحث سئوی محلی مطرح می‌شود، بسیاری از عواملی که قبلاً در سئو موثر بودند، تاثیر خود را از دست می‌دهند و عوامل محلی دیگری جایگزین آن می‌شوند. البته کماکان لینک‌های شما و صفحات داخلی سایت شما از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، اما تفاوت عمده فرآیند لوکال سئو و سئوی معمولی در نوع لینک‌ها و بک لینک‌هایی است که سایت شما دریافت می‌کند.

در این زمینه نخستین رسانه «سئو محور» و «کاربر محور» گزارش خبر، با بیش از ۱۷ سال سابقه مدیریت محتوا در روابط عمومی‌ها و رسانه‌ها و همچنین مشاوره در زمینه ارتباطات، روابط عمومی و رسانه به مدیران ارشد سازمان‌ها و صاحبان کسب و کار و در ادامه همکاری با تیم حرفه‌ای «سئوکار» در فرآیند دیده شدن کلمات کلیدی، اخبار و محصولات نوشتاری، دیداری و شنیداری و تولیدات و خدمات تمامی مجموعه‌های دولتی و خصوصی را در بستر یک رسانه معتبر با مجوز رسمی وزارت محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی را به آدرس اینترنتی www.gozareshkhabar.ir مهیا نموده است.

جهت هرگونه بهره‌گیری از این خدمات به شماره تماس ۰۹۱۲۶۹۴۴۹۶۶ و یا ایمیل gozareshkhabar.ir@gmail.com تماس حاصل فرمائید.