کد خبر: ۴۵۹۰۱۶
یکشنبه ۱۶ بهمن ۱۴۰۱ ۱۰:۲۳

"گزارش خبر" نخستین رسانه سئومحور و کاربرمحور در ایران؛

تاثیر URL مناسب در فرآیند سئو محتوا در موتورهای جستجو

سئو url یکی از مهمترین معیارها گوگل جهت ارزیابی صفحات است. در مطلب آموزشی زیر ۱۵ روش سئو برای ساختار url مناسب معرفی شده است.<br&#۴۷;>

به گزارش خبرنگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، یکی از بنیادی ترین و اصلی ترین قسمت هر سایت ساختار URL آن است. ما در این مقاله می خواهیم در مورد ۱۵ روش سئو برای ساختار URL حرف بزنیم.

قبل از شروع لازم است این نکته را به شما بگوییم که روش های توصیف شده در پایین در صورت انجام ندادن آن ها مشکلی برای سایت و صفحه های شما پیش نمی آید.

این ۱۵ توصیه را اینگونه در نظر بگیرید که در صورت انجام دادن آن برای سایت شما عالی می شود، نه اینکه در صورتی اینکه آن را انجام ندهید موتور های جستجو به ما رنک نمی دهند، چون اصلا این مسئله صحت ندارد. گوگل و بینگ در طی زمان به اندازه ای هوشمند شده اند که رابطه ی بین لینک ها و محتوای خود لینک صفحه ها را به درستی تشخیص می دهند، پس موتور های جستجو به راحتی از این چالش های فنی بر می ایند. شاید سوال برای پس چرا لازم است خودمان را زحمت بدیم؟ جواب ساده است هرچه ما کار را برای موتور های جستجو و کاربران ساده تر کنیم، نتایج بهتری از هر دو طرف دریافت می کنیم.

۱. تا جایی که امکان دارد از یک دامنه و زیر دامنه استفاده کنید

بحث در این مورد کمی مشکل است چون شواهدی وجود دارد که برخی از افراد محتوای خود را از یک زیر دامنه به یک زیر پوشه منتقل کرده اند و نتایج مثبتی دریافت کرده اند و برخی که برعکس این کار را انجام داده اند، به از دست رفتن ترافیک آن ها منجر شده است. به هر حال اکتشافات به این صورت بوده است که محتوا راحت تر می توانند قدرت رنک گیری را از دامنه اصلی دریافت کنند، در حالی که انتقال قدرت رنک گیری در زیر دامنه چندان بالا نیست.

البته منظور ما این نیست که این روش اصلا کاربردی ندارد، اگر تنها راه شما برای ایجاد وبلاگ یا تولید محتوا، ایجاد زیر دامنه است این کار را انجام دهید به هر حال از هیچی بهتر است. اما در صورتی که وبلاگ شما در یک زیر پوشه و زیر دامنه اصلی باشد برای سایت شما بسیار مفید تر و بهتر ظاهر خواهد شد.

۲. هر چه خوانایی آن برای انسان بالا تر باشد بهتر است

اصلا جایی تعجبی ندارد که بگوییم به هر اندازه که یک URL برای انسان ها قابلیت خوانایی بیشتری داشته باشد برای موتور های جستجو نیز مناسب تر است. قابلیت دسترسی همواره یکی از نکات اصلی سئو بوده است و امروزه این اهمیت بیشتر هم شده است، امروز موتور های جستجو به صورت پیشرفته ای از نحوه ی کار کاربران حرفه ای و تعامل آن ها تعیین می کنند که کاربران می خواهند با چه چیز هایی تعامل داشته باشند و با چه چیز هایی نه.

خوانایی می تواند یک موضوع ذهنی باشد. لازم نیست که URL شما از هر لحاظی باید تمیز و کامل باشد، بلکه تنها لازم است که قابل فهم، توصیفی و برای کاربران امید وار کننده باشد.

۳. وجود کلمه کلیدی در URL

وجود کلمه کلیدی که برای محتوای خود هدف قرار داده آید را در URL خود استفاده کنید هنوز آیده ی خوبی است. اهمیت وجود کلمه کلیدی در URL سه دلیل عمده دارد.

اول اینکه در صورتی که URL شما در شبکه های اجتماعی منتشر شود کاربران کلمه کلیدی و برند شما را در میان URL شما مشاهده می کنند این مسئله در ایمیل و یا هر جایی که که بتوان آن را ارسال کرد صدق می کند و کاربران با دیدین آن متمایل می شوند که بر روی آن کلیک کنند.

دوم مورد این است که URL ها در جا های مختلفی کپی پیست می شوند، در بعضی از مواقع که لینک بدون متن لنگر کپی می شود کاربران به راحتی می توان تشخیص بدهند لینکی که قرار است روی آن کلیک کنند در چه موردی است.

سوم، کلمه کلیدی ها موجود در URL، در صفحه ی نتایج نیز به نمایش در می ایند و تحقیقات نشان داده استURL یکی از مهم ترین و برجسته ترین المان ها برای تصمیمی گیری کاربران برای کلیک کردن است.

مهم است که تحقیقات کلید واژه شما آگاهانه باشد، به خصوص اگر در URL شما استفاده شود. ابزار های رایگان و مناسبی برای تحقیق در مورد کلمات کلیدی و بررسی برای استفاده در کلمات کلیدی وجود دارد.

۴ چندین URL یک محتوا را ارائه می کنند؟ آن ها را کانونی سازی کنید!

اگر شما دوتا URL دارید که یک محتوای مشابه را ارائه می دهند سعی کنید در کمترین زمان با استفاده از ۳۰۱ redirect کانونی سازی کنید(در صورتی که هیچ دلیلی برای وجود این دو صفحه ندارید!)، همچنین می توانید از rel=canonical نیز استفاده کنید(در این روش شما می توانید هر دو صفحه را نگه دارید و هر دو برای کاربران در دسترس خواهد بود)

محتوای تکراری تا زمانی باعث پنالتی شما نمی شود که در ابعاد کوچکی باشد، در صورتی که سایت شما در ابعاد بزرگی محتوای تکراری تولید یا کپی کند. البته در صورتی که پنالتی هم نشوید ممکن است سایت شما با از دست رفتن رنک مواجه شود، چون وجود محتوای تکراری باعث ارسال سیگنال های گمراه کننده می شود و این مسئله در ارسال ترافیک به سایت شما خلل ایجاد می کند. شما در صورتی ک این صفحه های تکراری را کانونی سازی کنید بهتر و سریعتر می توانید رنک دریافت کنید.

۵. در صورت امکان، پارامتر های پویا را حدف کنید

در صورتی که می توانید از پارامتر های پویا دوری کنید، این کار را انجام دهید. در صورتی که شما بیش از ۲ پارامتر برای URL های خود دارید سعی کنید ساختار URL های خود را باز نویسی کنید و آن را بیشتر با ساختار استاتیک نزدیک کنید.

بیشتر پلتفرم CMS ها این موضوع را درک کرده اند ولی هنوز تعدادی باقی مانده اند که این اصلاحات را انجام دهند. ابزار هایی مانند ، mod_rewrite ISAPI rewrite و URL Rewrite Module (برای IIS) وجود دارد که می تواند به شما در این پروسه کمک کند.

بعضی از پارامتر های داینامیک برای ردیابی کلیک ها استفاده می شوند(مانند برنامه های شبکه های اجتماعی یا اشتراکی). در کل، اینها یک مشکل بزرگی ایجاد نمی کنند، اما ممکن است URL های شما طول و اندازه ی بسیار نا خوشایندی داشته باشند. خودتان قضاوت کنید که استفاده از پارامتر ها به نفع شما خواهد بود یا خیر.

۶. هرچه کمتر، بهتر

در حالت کلی URL های کوتاه تر، ارجحیت بیشتری دارند. لازم نیست که آن را بسیار زیاد کنید اگر تعداد کاراکتر های شما کمتر از ۵۰ الی ۶۰ کاراکتر است، اصلا نگران آن نباشید، اما در صورتی که شما بیش از ۱۰۰ کاراکتر دارید بهتر است که یک فرصت به آن بدهید و سعی کنید که طول آن را کمتر کنید.

این یک مشکل مستقیم به Google یا Bing مربوط نیست – موتورهای جستجو می توانند URL های طولانی را بدون هیچ مشکلی پردازش کنند. در عوض، مسئله، کاربرد و تجربه کاربری است. URL های کوتاه تر برای تجزیه و تحلیل، کپی و پیست ، اشتراک گذاری در رسانه های اجتماعی و جاسازی(embed) مناسب تر هستند. در حالی که این همه ممکن است تنها به یک بهبود جزئی در اشتراک گذاری و تقویت منجر شود، برای مثال در توییت ها، اشترک گذاری، پین، ایمیل و یا به صورت لینک مستقیم(چه مستقیم چه غیر مستقیم)

۷. تا جای ممکن URL ها را با عنوان مطابقت بدید

این موضوع به این معنی نیست که عنوان مانند: «۵ نوع از محبوب ترین پیتزا های سبزیجات خوشمزه و مورد علاقه ما و نحوه تهیه و پخت آن ها با مواد ساده» را کلا به URL تبدیل کنید. شما می توانید URL خود را به روش زیر بنویسید:

domain.com/۵-vegteble-pizza-recipes

یا می تواند به صورت زیر نیز باشد:

domain.com/blog/۵-recipes-for-vegteble-pizza

domain.com/blog/vegteble-pizza-۵-recipes

یا موارد مشابه اینگونه. با این روش می توانید به هدف اصلی که نشان دادن انسان محور بودن محتوای و URL است نیز دست پیدا کنید. به این صورت کاربرانی که این URL را می بینند و تصمیم می گیرند که بر روی آن کلیک کنند پس از مشاهده ی محتوا از آن احساس رضایت خواهند کرد.

به همین دلیل است که ما توصیه می کنیم عنوان صفحه (که موتور های جستجو درصفحه نتایج نشان می دهند) را و توضیحات عنوان را مشابه هم ایجاد کنید به این صرت یکی تقاضا را ایجاد می کند و دیگری نیز آن را پوشش خواهد داد.

۸. عدم استفاده از حروف ربط

بهتر است در عنوان ها خود از حروف ربط استفاده نکنید، اگر هم استفاده می کنید اصلا لازم نیست آن را وارد URL خود کنید(حروفی مانند: و، یا، اما، از و غیره)، استفاده از آن ها در URL تنها به طولانی تر شدن آن می انجامد شما بدون استفاده از این نوع حروف و کلمات می توانید یک URL کوتاه تر، خواناتر و قابل فهم تری ایجاد کنید. بهتر است خودتان قضاوت کنید که استفاده از آن ها واقعا لازم است یا نه.

ما توصیه می کنیم که در بعضی از URL ها لازم است که از این حروف استفاده نکنید، ولی در بعضی مواقع لازم است که استفاده کنید چون در غیر این صورت به خوانایی URL شما ضربه خواهد زد.

۹. حذف یا کنترل برخی از کاراکتر های نشانه گذاری

تعدادی از کاراکتر های متنی وجود دارد که قرار دادن آن ها در رشته ادرس های URL می تواند آن را به یک رشته از کاراکتر های نا خوانا تبدیل کند.

این کاراکتر ها به تنهایی باعث ضعیف تر شدن خوانایی نمی شوند بلکه پتانسیل این را دارند که برخی از مرورگر ها و کراولر ها را نیز با مشکل مواجه کنند.

۱۰. محدود کردن ری‌دایرکت ها به دو مرحله یا کمتر

اگر یک کاربر یا کراولر URL A, را در خواست می کند و به URL B ری‌دایرکت می شود مشکلی نیست، حتی شما می توانید URL B را به URL C ری‌دایرکت کنید(هرچند بهتر است که مستقیما URL A را به URL C ری‌دایرکت کنید، ولی در کل مشکلی نیست) ولی اگر ری داریکت های شما از دو مرحله بیشتر شود، مطمئنا در دردسر می افتید.

در کل، موتور های جستجو این پرش ها را دنبال می کنند، ولی در گذشته به ما در باره ی این روش اخطار داده اند و گفته اند هر چند یک URL بیشتر ری‌دایرکت شود در نگاه موتور های جستجو کم ارزش تر خواهد شد تا زمانی که شاید هیچ رنکی به آن اختصاص ندهند.

بزرگترین مشکل مرورگر و کاربران هستند، که سرعت ورودی آن ها به شدت پایین می آید و در برخی مواقع مخصوصا در مرورگر های موبایل می تواند در رشته های طولانی ری‌دایرکت کلا به بن بست بر بخورد. تا جایی که می توانید ری دایرکت ها را کوتاه تر کنید.

۱۱. پوشه های کمتر، بهتر

نگاهی به URL زیر بیاندازید:

Domain.com/shop/digital/cellphone/HTC/flagship/۲۰۱۸/htc-U۱۲

و آن را با URL زیر مقایسه کنید:

Domain.com/shop/htc/htc-U۱۲

نه تنها اسلش ها(بخوانید پوشه ها) به عملکرد سایت شما آسیب می رسانند بلکه در درک کاربران و موتور های جستجو نیز خلل وارد می کنند، همچنین ویرایش URL در بیشتر CMS ها شما را با دردسر مواجه می کند.

در این مورد نیز شما می توانید بر حسب قضاوت خود عمل کنید، اما توصیه ما این است تا جایی که امکان دارد پوشه های خود را کوتاه نگه دارید.

۱۲. از هشتگ ها در URL خود برای ایجاد محتوای جداگانه و منحصر به فرد اجتناب کنید

هش، هشتگ یا شناسه قطعه URL از لحاظ تاریخی راهی برای ارسال بازدید کننده به یک مکان خاص در یک صفحه معین استفاده می شده است، به عنوان مثال شما می توانید با استفاده از هش یا هشتگ به کامنتی در یک صفحه مورد نظر ارسال کنید(domain.com/blog/post۱۲۴#comment-۲۷). همچنین هشتگ ها می توانند پارامتر های ردیابی نیز باشند. به غیر از موارد بالا استفاده از هش ها، مانند نمایش محتوای منحصر به فرد در صفحه ای که بدون استفاده از هشتگ این امکان وجود ندارد که به آن دسترسی داشد در کل ایده بدی خواهد بود.

استثنا هایی وجود دارد، مثلا گوگل در مواردی برنامه نویسان را قادر می سازد از فرمت hashbang برای پویا سازی برنامه های AJAX خود استفاده

کنند. اما از لحاظ دیدگاه SEO این موارد نیز به عنوانURL هایی با ساختار تمیز، کاربر پسند و ساده در نظر گرفته نمی شود. سایت هایی از آمازون به توییتر سود بسیار زیادی در ساده سازی URL های قبلی خود را با استفاده از هش و هشبنگ دارند. در صورتی که می توانید از انجام این کار اجتناب کنید، حتما این کار را بکنید.

۱۳. مواظب حساسیت کلمات باشید

به زبان ساده اگر شما از وب سرور Microsoft/IIS استفاده می کنید زیاد جای نگرانی نیست ولی در صورتی که هاست وب سرور شما لینوکس یا یونیکس است باید به این مورد توجه کنید، چون امکان دارد که در دردسر زیادی بیوفتید. در هاست های یونیکس و لینوکس page با PAGE و Page کاملا متفاوت است و می تواند شما را به صفحه های متفاوتی بفرستد.

اگر متوجه این خطا در صفحه ی خود شده اید می توانید از کانونی سازی و ری‌دایرکت برای اصلاح URL های خود کمک بگیرید.

۱۴. خط و زیر خط بهترین از جداکننده ها هستند.

در طی چند سال وب خط و زیر خط (- و ـ)به عنوان بهترین جدا کنده ها در دنیای وب شناخته شده اند. ولی ما توصیه می کنیم که بهتر است از خط (–)در URL های خود استفاده کنید در گذشته موتور های جستجو با زیر خط کمی مشکل داشتند و به سادگی نمی توانستند آن را پردازش کنند ولی امروزه این مشکل وجود ندارد.

همچنین امروزه شما می توانید بدون هیچ مشکلی از فاصله(space) استفاده کنید ولی بعدا این کار شدیدا تو ذوق شما می زند، فاصله در URL به عنوان %۲۰ رندر می شود. می توانید متوجه شوید که این کار شدیدا به خوانایی صفحه ی شما ضربه می زند. تا جایی که می توانید از فاصله در URL های خود استفاده نکنید (استفاده نکردن در CMS های امروزی کار بسیار ساده ای است). برای مثال URL ای مانند domain.com/blog/vegteble pizza ۵ recipes به این صورت نمایش داده خواهد شد: domain.com/blog/vegteble%۲۰pizza%۲۰۵%۲۰recipes

۱۵. پر کردن URL با کلمات کلیدی بی معنی است و موجب می شود سایت شما اسپم بنظر برسد.

به عکس زیر نگاهی بیاندازید شما می توانید تعداد زیادی canoe puppies در URL و عنوان مشاهده کنید. این کار خوبی و آیده الی نیست، بعضی جستجو کنندگان حرفه ای در صورتی که همچین URL را مشاهده کنند از کلیک بر روی آن ها امتناع می کنند.

تکرار های این گونه به رنک گیری شما کمکی نخواهند کرد، امروزه الگوریتم های گوگل و بینگ هوشمند تر از آن هستند که با تکرار کلمه کلیدی در عنوان، URL و توضیحات متا گول بخورند. با استفاده ی بیش از حد از کلمات کلیدی به تعداد کلیک های خود ضربه نزنید چون کاهش تعداد کلیک می تواند باعث کاهش رنک های شما نیز بشود.