گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۴۶۱۱۹۲
جمعه ۱۴ مهر ۱۴۰۲ ۱۰:۱۹

درگفتگو با احمد باقری مدرس دوره سئوی محتوا برای روابط عمومی ها؛

شناخت اولیه و ضروریت های آشنایی با سئوی محتوا در روابط عمومی ها

در دنیای اینترنت، سئو یکی از مفاهیم بسیار مهم و کلیدی است. هدف اصلی سئو، افزایش رتبه یک وبسایت در نتایج جستجو است. این امر از اهمیت بسیاری برخوردار است زیرا بیشتر مدیران ارتباطات و روابط عمومی و کاربران در جستجوی اطلاعات و خدمات خود از موتورهای جستجو استفاده می‌کنند.

به گزارش خبرنگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، سئو شامل مجموعه‌ای از عوامل و رویکردهاست که تاثیر مستقیمی بر رتبه یک وبسایت در نتایج موتورهای جستجو دارند. این عوامل شامل استفاده از کلمات کلیدی مناسب، بهینه‌سازی توضیحات و عناوین صفحات، بهبود سرعت بارگذاری صفحه و دیگر موارد مرتبط می‌شوند.

همچنین، سئو شامل ساخت لینک‌های با کیفیت از سایت‌های دیگر به وبسایت شما، بهبود ساختار و معماری سایت، و ارائه محتوای با ارزش برای کاربران است.

سئو چیست؟

اصطلاح بهینه سازی برای موتورهای جستجو به فعالیت های مختلفی اشاره دارد که می توان برای افزایش تعداد بازدیدکنندگان مطلوبی که در صفحه وب شما از طریق موتورهای جستجو ظاهر می شوند، انجام داد. هرچه صفحات شما در نتایج جستجو رتبه بهتری داشته باشند، احتمال بیشتری برای جذب مشتریان جدید خواهید داشت.

دلایل متعددی وجود دارد که چرا سایت شما رتبه مناسبی کسب نمی کند. برخی از دلایل احتمالی عبارتند از:

زمان بارگذاری وب سایت شما بیش از حد طولانی است.

شما از کلمات کلیدی بی اثر استفاده می کنید.

محتوای رقبای شما برتر است.

وب سایت شما به طور ناخواسته از ایندکس خارج شده است.

شما از استراتژی های لینک سازی ضعیف استفاده می کنید.

وب سایت شما تجربه کاربری بدی را ارائه می دهد.

اینجاست که نیاز به سئو برای مسئولان تولید محتوا در سازمان ها و هر کسب و کاری احساس می شود.

اهمیت سئو در روابط عمومی ها

همانطور که در این عبارت آمده است: "یک پلتفرم در روابط عمومی ها بدون سئو مانند یک ماشین بدون بنزین است."

مردم سالانه تریلیون ها جستجو انجام می دهند، اغلب با هدف تجاری برای یافتن اطلاعات در مورد محصولات و خدمات، سئو یکی از جنبه های مهم بازاریابی دیجیتال است.

جستجو منبع اصلی ترافیک دیجیتال برای بسیاری از برندها است و با سایر شبکه های تبلیغاتی در هم تنیده می شود. رتبه بالاتر در موتورهای جستجو نسبت به رقبای شما ممکن است تاثیر قابل توجهی بر نتیجه شما داشته باشد.

از سوی دیگر، نتایج جستجو در سال‌های اخیر تکامل یافته است تا پاسخ‌ها و اطلاعات مستقیم‌تری را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهد، که به احتمال زیاد به جای هدایت مجدد کاربران به صفحات وب دیگر، کاربران را در صفحه نتایج حفظ می‌کند.

سئو چگونه کار می کند؟

فاکتورهای رتبه بندی توسط شرکت های موتور جستجو (مانند گوگل) ایجاد می شوند و برای ارزیابی با کیفیت ترین محتوا برای جستجو استفاده می شوند. با این حال، قبل از تعیین مرتبط ترین محتوا، یک موتور جستجو باید آن را بخزد و فهرست کند.

خزیدن:

خزیدن توسط موتورهای جستجو برای کشف و کشف مجدد صفحات وب جدید و قبلی استفاده می شود. خزنده ها، که به عنوان اسپایدر ها نیز شناخته می شوند، از لینک ها برای کاوش و کشف مجدد محتوا استفاده می کنند، در نتیجه دلیل ضروری بودن لینک های داخلی و بک لینک برای SEO است.

ایندکس:

موتورهای جستجو از ایندکس برای نمایش محتوای وب و سپس توزیع آن از طریق نتایج جستجو استفاده می کنند. خزیدن با ایندکس دنبال می شود. بیشتر صفحات توسط موتورهای جستجو ایندکس می شوند، اما صفحات تکراری، ممنوعه یا اضافی به ندرت ایندکس می شوند.

چگونه تحقیق کلمات کلیدی انجام دهیم؟

کلمات کلیدی اساس سئو هستند. اگر کسی چیزی را که درباره آن می نویسید جستجو نکند، هر چقدر هم که تلاش کنید، ترافیک گوگل را دریافت نخواهید کرد.

تحقیق کلمات کلیدی روشی برای درک عباراتی است که مشتریان هدف شما هنگام جستجوی مارک ها، کمک ها و اطلاعات استفاده می کنند. مرحله زیر ارزیابی، مقایسه و رتبه بندی بهترین احتمالات کلمات کلیدی برای وب سایت شما است.

ارزش تحقیق کلمات کلیدی چیست؟

تحقیق کلمات کلیدی تنها راه برای یادگیری آنچه که مردم در موتورهای جستجو تایپ می کنند است. شما باید این را درک کنید تا از تولید محتوا در موضوعاتی که هیچ کس به آن علاقه ای ندارد خودداری کنید. این اشتباه رایجی است که صاحبان وب سایت مرتکب می شوند و به احتمال زیاد یکی از دلایلی است که ۹۰.۶۳٪ از صفحات از گوگل ترافیک دریافت نمی کنند.

کلمات کلیدی می توانند به سوالات شما پاسخ دهند

تحقیق کلمات کلیدی همچنین می تواند به شما در پاسخ به سوالاتی مانند:

رتبه بندی برای این کلمه کلیدی چقدر دشوار خواهد بود؟

آیا افرادی که این عبارت را جستجو می کنند احتمالاً خریدار می شوند؟

چه نوع داده ای باید ایجاد کنم تا برای چنین کلمه کلیدی امتیاز بگیرم؟

اگر برای این کلمه کلیدی رتبه بندی کنم، چه نوع ترافیکی را باید در نظر بگیرم؟

انواع سئو

تاکتیک های سئو را می توان به سه دسته تقسیم کرد:

سئو اخل سایت

سئو خارج از صفحه

سئو فنی

سئوی درون صفحه، خارج از صفحه و سئوی فنی همگی در تلاش هستند تا سایت شما را برای کاربران و موتورهای جستجو کاربرپسندتر و قابل اعتمادتر کنند. از آنجایی که خزنده های موتورهای جستجو می بینند که وب سایت شما چقدر برای آنها و کاربران دوستانه است، احتمال اینکه سایت شما برای جستجوهای مختلف رتبه خوبی داشته باشد افزایش می یابد.

انواع استراتژی های سئو

ما بحث کردیم که سئو برای بهبود دید وب سایت شما مهم است، بیایید اکنون به انواع استراتژی های سئو برای حضور خود در موتورهای جستجو نگاه کنیم.

سئو کلاه سفید:

استراتژی سئو کلاه سفید با نظارت و بهبود و تمرکز بر روی کاربر، سایت شما را بهبود می بخشد. تولید محتوای ارزشمند، افزایش سرعت بارگذاری صفحه و قرار دادن کلمات کلیدی از روی عادت همگی نمونه هایی از استراتژی های سئو کلاه سفید هستند.

سئو کلاه سیاه :

استراتژی سئو کلاه سیاه به کارگیری استراتژی های مشکوک و درهم ریخته مانند خرید بک لینک ، تکرار محتوا از سایت های دیگر، یا حتی قرار دادن کلمات کلیدی در متن پنهان در یک صفحه است.

اگر می خواهید سئو در درازمدت برای کسب و کار شما کار کند، روی یک استراتژی سئو کلاه سفید سرمایه گذاری کنید. در حالی که سئو کلاه سیاه ممکن است نتایج سریعی به همراه داشته باشد، اما در نهایت منجر به عواقبی برای سایت شما می شود، مانند رتبه بندی پایین تر یا خروج از رتبه گوگل.

ساخت بک لینک

ساخت بک‌لینک یکی از استراتژی‌های مهم در بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO) است و به لینک دادن لینک‌های موجود در یک وبسایت به سایت‌های دیگر گفته می شود. این لینک‌ها می‌توانند به بهبود رتبه وبسایت شما در نتایج جستجو کمک کنند.

بک‌لینک‌ها می‌توانند از منابع مختلف مانند وبلاگ‌ها، سایت‌های خبری، شبکه‌های اجتماعی و حتی فروشگاه‌های آنلاین دریافت شوند. اما باید مراقب باشید که بک‌لینک‌ها از وبسایت‌های با اعتبار و مرتبط با حوزه شما آمده باشند. بک‌لینک‌های با کیفیت ارزش بیشتری دارند و می‌توانند تاثیر مثبت بیشتری بر رتبه وبسایت شما داشته باشند.

برای ساخت بک‌لینک‌ها، می‌توانید از روش‌های مختلفی استفاده کنید از جمله مهمان‌نویسی در وبلاگ‌ها و سایت‌های مرتبط، اشتراک‌گذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی، شرکت در انجمن‌ها و گروه‌های موضوعی، و همچنین ارسال مطالب به دایرکتوری‌ها و لیست‌های موضوعی.

به یاد داشته باشید که کیفیت بک‌لینک‌ها مهم است و باید از وبسایت‌های معتبر و مرتبط دریافت شوند. همچنین، می‌توانید از ابزارهای مانیتورینگ و تحلیل وب‌سایت استفاده کنید تا اثرات بک‌لینک‌ها را بر روی رتبه و ترافیک وب‌سایت خود مشاهده کنید.

ضرورت آموزش دوره سئومحتوا برای روابط عمومی ها

با توجه به انبوه محتوا و تنوع نوع محتوا از جنس نوشتاری، تصویری و پادکست و چند رسانه ای منتشر شده در بسترهای مختلف در اختیار روابط عمومی ها و وظیفه خطیر مدیریت محتوا در تمامی کسب و کارها و همچنین شناخت نیاز مخاطبان و انتظارت آنان از سازمان متبوع مان، و میزان نفوذ و اثربخشی دیده شدن محتوا در موتورهای جستجو و تصاحب کلمات کلیدی کسب و کارمان، ضروریت های آموزش دوره سئو محتوا برای روابط عمومی ها را دو چندان می کند.

جهت برنامه ریزی دوره های ویژه روابط عمومی حرفه ای برای تمامی سازمان ها و شرکت های خصوصی و همچنین فعال بازارسرمایه به صورت تدریس حضوری یا آنلاین با شماره تماس ۰۹۱۲۶۹۴۴۹۶۶ هماهنگ فرمائید.

جهت دریافت رزومه مدرس دوره، احمد باقری به وب سایت پایگاه تخصصی مدیریت و مشاوره توسعه کسب و کار، ارتباطات و روابط عمومی و رسانه مراجعه فرمائید.