

قابل توجه مدیران و کارشناسان روابط عمومی،

آموزش و بررسی افزایش اعتبار دامین آتوریتی و پیج آتوریتی سایت های سازمانی

دامین آتوریتی یکی از مباحث مهم و تاثیرگذار در سئوی سایت و سنجش مهمی برای کیفیت و اعتبار سایت سازمان و یا کسب و کارتان خواهد بود.

به گزارش خبرنگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، روزانه چیزی در حدود صدهزار سایت جدید ساخته می‌شوند و در نتایج گوگل به رقابت می‌پردازند. هرچقدر که تعداد این سایت‌ها بیشتر باشد، مسلماً اعتبارسنجی آن‌ها نیز سخت‌تر خواهد شد. به همین دلیل مفهومی تحت عنوان پیج آتوریتی و دامین آتوریتی شکل گرفته است که به سایت شما از ۱ تا ۱۰۰ عددی نسبت می‌دهد که نشان‌دهنده اعتبار و کیفیت سایت در نتایج موتورهای جستجو مثل گوگل است.

در ابتدا پیج رنک (Page Rank) عددی بین ۱ تا ۱۰ برای سایت شما در نظر می‌گرفت که نشان از محبوبیت و اعتبار سایت شما از دید بازدیدکنندگان آن داشت. اما بعد از مدتی گوگل به صورت رسمی اعلام کرد که دیگر Page Rank را منبع معتبری برای انتخاب جایگاه سایت‌ها نمی‌داند.

بلافاصله بعد از انتشار این خبر، شرکت‌های مختلفی سعی کردند کار Page Rank را انجام دهند که در میان آن‌ها شرکت MOZ که معتبرترین سایت در زمینه سئو در دنیا نیز هست، مفهومی به اسم دامین آتوریتی را برای سایت‌ها در نظر گرفت. هر چقدر که عدد دامین آتوریتی شما به ۱۰۰ نزدیکتر باشد، سایت شما کیفیت و اعتبار بیشتری دارد. در ادامه این مطلب قصد داریم تا این مفهوم را به صورت کامل با یکدیگر بررسی کنیم.

آتوریتی (Authority) به چه معناست؟

آتوریتی (Authority) به معنای اعتبار است. با زیاد شدن تعداد سایت‌ها، گوگل تصمیم گرفت تا به دامنه‌هایی بیشتر بها دهد که اعتبار و ارزش بیشتری دارند و برای اینکه صفحه‌ای را به رتبه‌های برتر در نتایج برساند، یکی از معیارهایی که مورد سنجش قرار دهد، آتوریتی یا اعتبار آن صفحه باشد. اعتبار صفحات و دامنه هم درست مثل دنیای واقعی زمانی به دست می‌آید که سایت و مطلب شما، مفید، کاربردی، محبوب و برگرفته از اطلاعات درست باشد. در دنیای واقعی هم اعتبار آدم‌ها باهم فرق می‌کند و گوگل هم این معیار را ترتیب اثر داد تا کیفیت بیشتری به مخاطبان خود تحویل دهد.

دامین آتوریتی (Domain Authority) چیست؟

دامین آتوریتی، Domain Authority یا به اختصار DA یکی از پارامترهایی است که توسط شرکت ماز برای تحلیل و آنالیز سایت‌ها ارائه شده است و درواقع معیاری برای بررسی قدرت و اعتبار دامنه یک سایت محسوب می‌شود. دامین آتوریتی همان‌طور که گفتیم، عددی بین ۱ تا ۱۰۰ است و بزرگتر بودن آن نشان از اعتبار بیشتر سایت و دامنه شما دارد. البته باید به این نکته توجه کنید که تنها داشتن اعتبار و امتیاز بالا در سایت MOZ برای رسیدن به رتبه‌های برتر گوگل کافی نیست.

دامین آتوریتی در واقع یک المان نسبی برای سنجش اعتبار و کیفیت سایت‌هاست که برای مقایسه آن‌ها می‌توان از این المان استفاده کرد و در نظر داشته باشید که این رتبه محصولی از سایت MOZ است که می‌تواند به بهبود کیفیت سایت کمک کند. اما باید بدانید که گوگل بیش از ۲۰۰ پارامتر مختلف را برای تعیین جایگاه شما در نظر می‌گیرد و بعد از آن رتبه سایت شما مشخص می‌شود. در واقع دامین آتوریتی می‌تواند به شما کمک کند تا راه و مسیر خود را بهتر بشناسید و بدانید که در میان سایت‌های دیگر در چه موقعیتی قرار دارید.

پیج آتوریتی (Page Authority) چیست؟

مفهوم دیگری جدای از دامین آتوریتی Domain Authority وجود دارد به اسم پیج آتوریتی Page Authority یا به اختصار PA که قدرت و اعتبار یک صفحه منحصر به فرد از دامنه کلی وب‌سایت شما را نشان می‌دهد. پیج آتوریتی هم درست مثل دامین آتوریتی عددی بین ۱ تا ۱۰۰ را به صفحه‌ی مورد نظر اختصاص می‌دهد که معمولاً صفحات اصلی سایت در مقایسه با دیگر صفحات آن، پیج آتوریتی بالاتری دارد.

تفاوت اعتبار دامنه Domain Authority و اعتبار صفحه Page Authority

درست است که هر دوی این مفاهیم توسط یک سایت اندازه‌گیری می‌شوند و عددی بین ۱ تا ۱۰۰ را نشان می‌دهند، اما ممکن است در یکی از صفحات خود عددی متغیر با دامین آتوریتی خود ببینید و برایتان سوال پیش بیاید که چگونه ممکن است این دو عدد با هم تفاوت داشته باشند.

دلیل آن هم این است که دامین آتوریتی امتیازی است که به کل دامنه تعلق می‌گیرد و پیج آتوریتی امتیازی است که به هر صفحه تعلق دارد. به زبان ساده‌تر یعنی میانگین اعتبار صفحات مختلف وب‌سایت شماست که اعتبار دامنه را مشخص می‌کند و همین امر می‌تواند سبب شود تا دو عدد متفاوت در پیج آتوریتی و دامین آتوریتی خود مشاهده کنید.

امتیاز پیج اتوریته (Page Authority) و دامین اتوریته (Domain Authority) چگونه محاسبه می‌شود؟

پیج اتوریته و دامین اتوریته با فرمولی تقریباً مشابه به یکدیگر سنجیده می‌شوند و همواره در حال تغییر و به‌روزرسانی هستند. بنابراین ممکن است در بازه زمانی مشخص تغییرات و نوسانات زیادی را در امتیاز این دو به خصوص پیج اتوریته مشاهده کنید که کاملاً طبیعی است.

فرمول محاسبه پیج اتوریته و دامین اتوریته با استفاده از یک لگاریتم یا دقیق‌تر نمودار لگاریتمی است که در بازه ۱ تا ۱۰۰ قرار دارد، و اعتبار سایت شما توسط آن سنجیده می‌شود. شاید برایتان جالب باشد که بدانید در نمودار لگاریتمی رسیدن از عدد ۲۰ به عدد ۳۰ بسیار آسان‌تر از رسیدن از عدد ۷۰ به عدد ۸۰ است و همین باعث می‌شود تا در ادامه کار سخت‌تری برای رشد و پیشرفت پیشرو داشته باشید.

عوامل تاثیرگذار در اتوریته سایت کدامند؟

حالا که با مفهوم پیج اتوریته و دامین اتوریته آشنا شدید، وقت آن است که توضیح دهیم چگونه آن‌ها را بهینه کرده و به نوعی بهتر استفاده کنید. فرض می‌کنیم که اعتبار دامنه یا پیج شما پایین است، برای بالا بردن آن باید عوامل مختلفی را مورد بررسی قرار دهید تا اگر مشکلی هست که گوگل را به اشتباه می‌اندازد و شما را یک سایت بی‌اعتبار معرفی می‌کند، برطرف کنید و اگر هم مشکلی نیست، راهکارهایی برای بهبود آن پیاده‌سازی کنید.

کیفیت و تعداد بک لینک‌ها

دامین اتوریته تا حد زیادی به بک لینک‌های سایت شما مرتبط است و با استفاده از بک لینک‌ها می‌توانید امتیاز و اعتبار دامنه‌ی خود را افزایش دهید. اما باید دقت کنید که اقدام به بک لینک سازی بدون بررسی و تحقیق می‌تواند برای سایت شما مضر هم باشد. به جای آن که به کمیت و تعداد بک لینک فکر کنید به کیفیت آن‌ها اهمیت دهید و قبل از انجام آن اعتبار و ارزش آن سایت را نزد گوگل بسنجید. زمانی که یک بک لینک از سایت معتبر و با قدمت به سایت خود می‌دهید، گوگل این پیام را دریافت می‌کند که اگر این سایت معتبر به شما لینک داده است، یعنی شما را معتبر می‌داند، بنابراین گوگل هم ارزش بیشتری برای شما قائل می‌شود و شما را در رتبه‌های بالاتری قرار می‌دهد.

سیگنال شبکه‌های اجتماعی

به غیر از لینک سازی خارجی معیارهای دیگری هم در تعیین اعتبار دامنه موثر هستند. مانند دریافت سیگنال‌های مثبت از سمت شبکه‌های اجتماعی، برند منشن توسط مخاطبین شما در فضای آنلاین و جستجوی نام شما توسط تعداد زیادی از کاربران و عمر بیشتر دامنه که سبب می‌شود تا دامین اتوریته شما شانس بیشتری برای دریافت امتیاز بالا داشته باشد.

جستجوی نام برند در گوگل

طبیعی است که هرچه میزان جستجویی که از نام برند شما می‌شود بیشتر باشد، گوگل هم اعتبار بیشتری به شما می‌دهد و همین کافیت تا امتیازی که برای دامین اتوریته کسب می‌کنید را دستخوش تغییرات کند و امتیاز بیشتری به شما و برندتان بدهد. جستجوی نام برند در گوگل ممکن است کمتر از دیگر موارد تاثیرگذار مورد توجه کاربران قرار بگیرد، اما شما آن را دست کم نگیرید و سعی کنید گاهی اوقات کاربران خود را به انجام این کار با روش‌های مختلف تشویق کنید.

روش‌های مشاهده اعتبار دامنه و اعتبار صفحه

همانطور که در بالا به آن اشاره کردیم، بعد از اینکه گوگل کار با پیج رنگ را متوقف کرد، سایت‌های زیادی اقدام کردند که جای آن را بگیرند و برای بهبود کیفیت موتورهای جستجو از جمله گوگل، خدماتی را ارائه دهند مانند ابزارهای سایت MOZ و CheckMoz و Seo Review Tools.

در ابتدا سایت MOZ را معرفی کردیم اما برای دیدن دامین اتوریته و پیج اتوریته خود کافیت که بعد از ورود به پنل خود، لینک موردنظر را در آن وارد کنید تا به شما امتیاز مربوط به سایت را نشان دهد.

ابزارهای دیگری هم مثل Check Moz و Seo Review Tools وجود دارند که با استفاده از معیارهایی تقریباً مشابه برای سایت شما نمره‌ای در نظر می‌گیرند. می‌توانید از آن‌ها هم برای فهمیدن دامین اتوریته و پیج اتوریته خود استفاده کنید.

راه‌حل‌های کاربردی و موثر برای افزایش دامین اتوریته (Domain Authority) سایت

گفتیم که بهبود امتیاز دامین اتوریته به بک لینک‌های سایت شما تا حد زیادی مرتبط است، اما به غیر از این، عوامل و راه‌حل‌های تاثیرگذار دیگری هم وجود دارد که با استفاده از آن‌ها می‌توانید خود را نزد گوگل معتبر نشان دهید. در ادامه به معرفی ۴ راه‌حل کاربردی برای افزایش دامین اتوریته و توضیح مختصری درباره هرکدام از آن‌ها خواهیم پرداخت:

اولین گام برای افزایش دامین آتوریتی سایت شما، تولید محتوای باارزش و با کیفیت است. محتوای کاربردی و جذاب که مخاطب را درگیر کند و به پاسخ سوالش برساند، برای شما بسیار مفید خواهد بود. زیرا کاربر اگر از مطلب شما رضایت داشته باشد، آن را برای دوستان خود ارسال می‌کند یا در شبکه‌های اجتماعی قرار می‌دهد. همین اتفاق باعث می‌شود که لینک‌های مفیدی به سایت شما داده شود. این اتفاق نه تنها به افزایش بازدید و ورودی منجر می‌شود، بلکه افزایش اعتبار پیج و در نهایت دامنه را نیز برای شما به دست خواهد آورد.

حضور در شبکه‌های اجتماعی

چیزی که آشکار است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت، پیشرفت روز به روز شبکه‌های اجتماعی است و گوگل هم قطعا با پیشرفت این موضوع ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی و تاثیرات آن بر سئو را بیشتر خواهد کرد. همانطور که الان نسبت به گذشته، شبکه‌های اجتماعی تاثیر بیشتری دارند. این تاثیرپذیری هم ناشی از سیگنال‌های واقعی و حقیقی است که از سمت کاربران شبکه‌های اجتماعی ارسال می‌شود و می‌تواند به بهینه‌سازی عملکرد الگوریتم‌های گوگل برای کاربران کمک کند. گوگل از این موضوع استفاده می‌کند تا نتایج بهتر و دقیق‌تری به کاربران خود نشان دهد.

اگر محتوای شما در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شود، به این معناست که برای کاربران مفید بوده است و همین کافیسیت تا گوگل به صدای شبکه‌های اجتماعی توجه کند و به شما به دلیل محتوای باکیفیتی که تولید کردید و از نظر مردم مفید بوده است، امتیاز بیشتری دهد تا کاربران بیشتری بعد از جستجو شما را پیدا کنند.

همچنین با حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌توانید کاربران خود را به سمت مطالب سایت خود ارجاع دهید و یا لینکی از مقالات خود را داخل پست خود قرار دهید تا به سایت شما منتقل شوند. این کار هم پالس مثبتی است برای گوگل، پس حضور در شبکه‌های اجتماعی را دست کم نگیرید. اما فراموش نکنید که محتوای شبکه‌های اجتماعی استراتژی خاص خود را می‌خواهد و ورود به این فضا صرفا به دلیل لینک دادن به مقالات نتیجه مطلوبی در بر نخواهد داشت.

حذف لینک‌های شکسته و مخرب سایت

نکته‌ی دیگری که در کنار لینک‌سازی برای وبسایت شما اهمیت دارد، حذف لینک‌های مخرب و شکسته‌ای است که در سایت شما وجود دارد. این لینک‌ها می‌توانند حاصل زمانی باشند که اطلاعات کافی نداشتید یا به اشتباه این لینک‌ها به شما داده شدند. حتما هرچند وقت یکبار لینک‌هایی که به سایت شما داده شده را بررسی کنید و لینک‌های مخرب و بی‌فایده را حذف کنید. گوگل همانطور که با بک لینک از سایت‌های معتبر به شما امتیاز بیشتری می‌دهد، در صورت وجود لینک‌های مخرب هم اعتبار شما را کم خواهد کرد و اجازه نخواهد داد که به رتبه‌های برتر در گوگل برسید. پس برای حذف لینک های شکسته و مخرب هرچه سریعتر اقدام کنید.

طراحی یک وبسایت با ساختار کاربرپسند

احتمالا تا به حال به سایت‌هایی که طراحی خاصی ندارند سر زدید. ممکن است بدون آن که به محتوا توجه کنید سایت را ببندید و خارج شوید. اگر هم داخل سایت بمانید، شاید بعد از مدت کوتاهی دل شما را بزند یا رغبتی برای به اشتراک گذاشتن آن نداشته باشید.

با طراحی سایت خود و کاربرپسند کردن آن باعث می‌شوید که توجه مخاطب به سرعت به شما جلب شود و حس کند داخل سایتی وارد شده است که جواب سوالاتش را می‌تواند پیدا کند. ساختار کاربرپسند، مخاطب را تشویق می‌کند تا محتوای شما را به اشتراک بگذارد و برای مدت بیشتری در سایت شما بماند که بسیار برای افزایش اعتبار دامنه‌ی شما مفید است.

بهبود وضعیت لینک‌دهی داخلی سایت

اگر تنها لینک‌سازی را لینک خارجی و بک لینک از سایت‌های دیگر می‌دانید، ضرب المثل «آب در کوزه و ما گرد جهان می‌گردیم» دقیقا شامل حال شماست. لینک‌سازی داخلی یکی از مهم‌ترین کارهایی است که با انجام آن می‌توانید دامین آتوریتی خود را افزایش دهید. برای تاثیر آن در افزایش دامین آتوریتی باید بگویم که تاثیر لینک‌سازی داخلی به اندازه‌ی بک لینک‌ها (حتی شاید کمی بیشتر) در افزایش دامین آتوریتی سایت و معتبر دانستن آن توسط گوگل است.

جمع‌بندی

دامین آتوریتی و پیج آتوریتی یکی از معیارهایی است که می‌تواند به شما کمک کند تا به رتبه‌های برتر گوگل برسید. با انجام راهکارهایی که در این مقاله گفته شد، می‌توانید به راحتی دامین آتوریتی و پیج آتوریتی سایت خود را بهبود ببخشید. توجه کنید که زمانی که روی پیج آتوریتی‌های خود تمرکز کنید، دامین آتوریتی تا حد زیادی به دست می‌آید. در این مقاله سعی شد تا به صورت کامل این دو مفهوم برای شما توضیح داده شود.

جهت مشاوره و یا آموزش دوره های طراحی وب سایت سازمانی و مدیریت تولید محتوای سئو محور برای روابط عمومی به شماره ۰۹۱۲۶۹۴۴۹۶۶ تماس حاصل فرمائید.