کد خبر: ۴۷۳۲۱۸
یکشنبه ۵ فروردین ۱۴۰۳ ۲۱:۲۵

آکادمی گزارش خبر؛

آموزش مهارت گزارش نویسی سئو برای وبسایت صاحبان کسب وکار

یکی از اصلی‌ترین کارها و وظیفه‌هایی که هر شرکت خدماتی در این زمینه باید به مشتریان خود ارائه دهد گزارش سئو است. درواقع در گزارش کار می‌توان از روند فعالیت‌های انجام‌گرفته و بازخوردهای آن اطلاعاتی را به دست آورد.

به گزارش آکادمی گزارش خبر، گزارشات سئو یک روش موثر است که به کمک آن می‌توانیم به رئیس یا مشتری خود نشان دهیم که چگونه اقدامات سئویی که انجام داده‌ایم باعث ارتقای تجارت آنها شده است. در این مورد یک مشکل وجود دارد وآن هم این است که در بسیاری از گزارش های سئو اطلاعات خاصی ذکر نشده است. گزارش‌نویسی در مورد پارامترهای مهم است تا بتوان با نشان دادن آن به دیگران به نحو موثری اطلاعات مربوط به پیشرفت کار را براساس شاخص‌های کلیدی گزارش کرد.

همچنین این گزارش به نحوی بیان می‌کند که چه اقداماتی باعث موفقیت شده است و چه اقداماتی مفید نبوده‌اند و در کل چه اقداماتی در زمینه seo برای سایت انجام شده است. یک گزارش عالی کمک می‌کند تا بتوان به بهترین شکل با دیگران ارتباط برقرار کرد. بنابراین ارزشش را دارد که برای تهیه این گزارش‌ها وقتی را اختصاص دهیم.

گزارش سئو برای مشتریان، مدیران و کارفرمایان شما یک منبع آگاهی دهنده است که نشان می‌دهد پیشرفت کار و اثر بخشی عملکرد شما در طول مدت زمان مشخص چقدر بوده‌است. همه افراد نسبت به هزینه ای که میکنند باید بازخورد مناسبی دریافت کنند تا برای ادامه همکاری تمایل داشته باشند. کارفرما ها و شرکت ها نیاز دارند به کمک یک گزارش منظم و دقیق نسبت به بازگشت سرمایه خود اطمینان حاصل کنند و در ادامه مسیر پرداختی بیشتری برای هزینه های seo خود انجام دهند.

یک متخصص با ارائه گزارش مناسب و دقیق می‌تواند نشان دهد مشتریان و کاربران کارفرما افزایش یافته است. بنابراین ارائه یک گزارش کار مناسب یک اقدام سنجیده جهت افزایش رضایت کارفرما است.

ویژگی‌های گزارش سئو مناسب

همانطور که در بخش قبلی اشاره شد، اهمیت بالای گزارش seo جای اشتباهی برای این کار مهم باقی نمیزارد. در ادامه این مقاله به نکاتی خواهیم پرداخت که ضروری است در گزارش به کارفرما رعایت شود.

ظاهر گزارش آراسته باشد

مهم نکته‌ای که برای نوشتن یک گزارش سئو مناسب باید به آن دقت کنید، این است که گزارش شما باید ظاهر مناسبی داشته باشد. بهتر است این گزارش تا جایی که امکان دارد، ساده باشد. استفاده از تصاویر جذاب و پرزنت کردن مناسب گزارش نیز از اهمیت بالایی برخوردار است.

استفاده از لوگو شرکت

برای آن‌که گزارش شما ظاهر حرفه ای تری داشته باشد، میتوانید از لوگوی وبسایت مشتری استفاده کنید.

اجازه دسترسی گزارش به کارفرما

گزارش سئو باید به سادگی دردسترس کارفرما قرار گیرد. حتما یک نسخه از گزارش کار خود را به صورت مستقیم برای مطالعه کارفرما ارسال کنید.

نگارش مخاطب پسند

گزارش سئو وبسایت کارفرما باید واضح و دقیق باشد. در این‌صورت درک آن بسیار ساده تر خواهد بود. همچنین از اضافه کردن اطلاعات اضافی خودداری کنید. در حقیقت گزارش سایت کارفرما باید مختصر و جامع باشد. در حقیقت باید در گزارش کار توضیحاتی راجب سایت و عملکرد آن و همچنین نقاط ضعف و قوت، راه های پیشرفت و پیشنهادات خود را بصورت شفاف بیان کنید.

انتخاب معیارها و شاخص های کلیدی عملکرد برای گزارش سئو

برای تهیه گزارش عملکرد سایت باید معیارها و پارامترهایی را ثبت کنیم که اهمیت دارند. باید گفت این معیارها بسته به نوع کسب‌وکار بسیار متفاوت هستند، اما باید دقت کنیم که پارامترهایی که انتخاب می‌کنیم باید بیانگر میزان پیشرفت و موفقیت و همچنین اقدامات انجام شده برای سایت باشند.

اگر تنها روی چند پارامتر تمرکز کنیم و آن‌ها را در گزارش خود بیان کنیم، نمی‌توانیم تصویر درستی از کارمان را ارئه دهیم. از سوی دیگر اگر همه پارامترها را نیز در گزارش خود ذکر کنیم نیز گزارش آنقدر طولانی خواهد شد که احتمالا کسی علاقه ندارد آن را مطالعه کند. کلید یک گزارش موفق این است که تنها پارامترهایی را که برای آن کسب‌وکار معنادار هستند، بیان کنیم. مثلا گزارش seo یک کسب‌وکار محلی بسیار متفاوت از یک فروشگاه اینترنتی است که به جای خاصی محدود نیست.

ابزارهای لازم برای ایجاد گزارش سئو

باید بدانید که تعداد زیادی ابزار وجود دارند که برای تهیه گزارش سئو می‌توانید از آن‌ها استفاده کنید. نحوه ارائه گزارش نیز در هر کدام از این ابزارها با دیگری متفاوت است. بعضی از آن‌ها به صورت فایل‌های متنی هستند اما بعضی دیگر به شکل داشبوردهایی هستند که می‌توان آن را به دلخواه تغییر داد.

با وجود این‌ها، واقعیتی که وجود دارد این است که برای تهیه یک گزارش خوب باید فقط از ابزارهای زیر استفاده کرد:

Google Analytics

Google Data Studio

Google Search Console

Semrush

ویژگی های گزارش سئو خوب و حرفه ای

گزارش سئو باید منظم باشد

در ارائه گزارش منظم بودن یک امر بسیار مهم است و اگر هیچ نظمی در گزارش‌دهی نداشته باشیم یعنی ما از برنامه دقیق و استراتژی مشخصی برای کار کردن روی سایت مورد نظر برخوردار نیستیم و در اینجا کارفرما به این موضوع پی خواهد برد. پس اگربه طور منظم به کارفرما گزارش کار خود را ارائه ندهید، نباید انتظار داشته باشید کارفرما از اقدامات شما مطلع شود وپرداخت‌های مالی شما را منظم پرداخت کند و یا به این همکاری ادامه دهد.

شفافیت در گزارش سئو

همچنان که seo ساده و روان است اما بسیار پیچیده، سخت و حتی گاهی اوقات مبهم نیز هست زیرا seo سایت دیگر، تنظیم کردن تگ‌ها، محتوا نوشتن و یا یک هدینگ تنظیم کردن و نوشتن alt تصاویر نیست (سئو تصاویر)، بلکه جدای از دانش فنی نیاز به تجربه و نیاز به یک دید خوب برای تحلیل رقباء و تدوین استراتژی دارد. پس در گزارش‌دهی باید جزئیات کاری که انجام شده است را به زبان بسیار ساده و بدون اغراق و بزرگنمایی به کارفرما ارائه نمود.

گزارش سئوی ساده و مختصر

با توجه به درگیری‌ها و مشغله‌های زیادی که یک کارفرما دارد، نمی‌تواند و یا شاید اصلا نخواهد از خیلی از اصطلاحات تخصصی آگاهی پیدا کند و یا ده‌ها صفحه گزارش را مطالعه کند بنابراین استفاده کردن از اصطلاحات سخت و پیچیده گویای حرفه‌ای یا با سواد بودن متخصص سئو نیست، بلکه درک صحیح کارهای انجام شده را برای کارفرما سخت می‌کند و این می‌تواند روی پروژه و ادامه همکاری تاثیرگذار باشد.

گزارش سئو باید شامل اقدامات قبلی و برنامه های آتی باشد

در گزارشات سئو باید حتما اقدامات و برنامه‌های بعدی که قرار است انجام گیرد نیز نوشته شود، این یک چشم‌انداز خوب برای کارفرما است که می‌گوید متخصص دارای برنامه و هدف است و می‌داند در مراحل بعدی قرار است چه کارهایی انجام شود.

برای مثال ممکن است انتظار کارفرما از خدمات سئو این باشد که به طور منظم ماهیانه یا هفتگی یا حتی روزانه باید درج محتوا انجام شود اما اگر در این ماه کارشناس اصلا نخواهد محتوای جدیدی بزند و این را در برنامه خود مشخص نکرده باشد، در زمانی که کافرما سایت را چک می‌کند می‌بیند هیچ محتوا جدیدی اضافه نشده و در ظاهر سایت هم تغییری اتفاق نیفتاده است، احتمالا این طور برداشت می‌کند که کارشناس هیچ کاری روی سایت انجام نداده است.

قابل مقایسه بودن با گزارش ماه ها یا دوره ها قبلی

اگر در گزارش اطلاعاتی ارائه شود که هر ماه تغییر می‌کنند، در کنار هم قرار دادن این نتایج یک دید خوب به کارفرما از روند رشد سایت می‌دهد. مثلا تعداد کلیک‌هایی که سایت از گوگل گرفته است یا رتبه‌هایی که برای کلمات کلیدی کسب شده است، بخشی از گزارش سئو را تشکیل می‌دهند.

معیارهای مناسب برای گزارش سئو

۱- کلمات کلیدی که باعث ورود کاربران به سایت شما شده است

مهم‌ترین و اولین نکته‌ای که باید در گزارش بهینه سازی وب سایت به آن دقت کرد همین کلمات کلیدی است. البته قبل از این کار باید کلمات کلیدی مرتبط با کسب‌وکارمان را پیدا کنیم. درواقع در این مرحله ما باید میزان اختلاف رتبه سایت خود در کلمه کلیدی مورد نظر نسبت به رتبه اول و همچنین میزان ورودی از هر کلمه را پیدا کنیم.

نکته مهم در این زمینه این است که رتبه ما در کلمه کلیدی اهمیت کمتری نسبت به میزان ورودی دارد. ممکن است که در یک کلمه کلیدی خاصی رتبه اولی داشته باشیم، ولی جستجوی زیادی برای آن کلمه کلیدی نمی‌شود، در نتیجه ورودی زیادی به دست نمی‌آوریم پس بیشتر باید به دنبال میزان ورودی از کلمه کلیدی باشیم. یکی از بهترین ابزارها برای این کار گوگل آنالاتیک است.

۲- میزان ترافیک از بک لینک ها

اینکه بدانیم از کدام سایت‌ها بک لینک دریافت کرده‌ایم، مهم است. این اطلاعات به ما می‌گوید که در نوع سایت‌ها بیشتر به فعالیت و اقدام به دریافت بک لینک بیشتری کنیم. پس باید تمامی بک لینک‌ها و دامنه‌های سایت را جمع‌آوری کنیم و در آن‌هایی که بیشترین میزان ورودی و همچنین بیشترین رتبه را در گوگل دارند، تمرکز کنیم.

۳- میزان ترافیک ورودی از موتور جستجوگر گوگل

میزان ترافیک ورودی از موتور گوگل، یکی از موارد مهمی است که باید در گزارش سئو در نظر بگیریم. می‌توان گفت مهم‌ترین معیاری که همه متخصصان به دنبال افزایش مقدار آن هستند، همین مورد است. با استفاده از گوگل آنالاتیکس می‌توانیم به این مقادیر دست پیدا کنیم.

۴- مقدار زمانی که هر کاربر در صفحه است

نوع طراحی صفحه سایت و محتوای داخل آن روی اینکه کاربران چقدرزمان خود را به هر صفحه اختصاص می‌دهند، تاثیر دارد و این مورد را می‌توانیم در حالت کلی از بونس ریت گوگل آنالاتیکس متوجه شویم.

۵- میزان بازدید از هر صفحه

ما می‌توانیم اطلاعات مفیدی از میزان بازدید صفحه بدست آوریم. اگر میزان بازدید صفحه بالا باشد، به این معنی است که کاربران به محتوای آن بخش علاقه‌مند هستند یا اینکه از نظر به کار بردن اصول قوی‌تر از بقیه صفحات است که به‌هرحال باید آن را بررسی کنیم. برای به دست آوردن این اطلاعات و قرار دادن آن در گزارش سئو، از گزینه session در گوگل آنالاتیکس استفاده می‌کنیم.

۶- میزان کاربران بازگشتی به سایت

مقدار کاربران بازگشتی به سایت نیز یکی از مواردی است که در گزارش بهینه سازی سایت باید به آن دقت کنیم. روش‌های گوناگونی برای بدست آوردن این مقدار وجود دارد، برای مثال ما هر بار که مطلبی را در سایت خود قرار می‌دهیم، چند نفر از کاربران همیشگی آن را به اشتراک می‌گذارند، این می‌تواند نشانه‌ای باشد که آن‌ها از مخاطبان اصلی سایت ما هستند. البته در گوگل آنالیتیکس قابلیتی وجود دارد که از طریق آن می‌توان درصد ورود کاربران قدیمی با کاربران جدید را به دست آوریم.

۷- Bounce rate

یکی از مهم‌ترین معیارهای گزارش سئو که کمتر به آن توجه می‌شود همین مورد است. بونس ریت بالا به این معنی است که وقتی کاربران به سایت ما وارد می‌شوند، آن را به سرعت ترک می‌کنند. این مقدار از نظر استاندارد، باید پایین باشد.

۸- سرعت سایت

یکی دیگر از مهم‌ترین معیارهایی که زیاد بودن آن می‌تواند بر معیارهای دیگر اثر منفی بگذارد سرعت سایت است، برای مثال، در مورد قبلی که بیان کردیم یعنی بونس ریت، اگر سرعت بارگذاری سایتی پایین باشد کاربر سریعا صفحه را ترک می‌کند.

۹- نظارت بر اشتباهات و رفع آن ها

در گزارش دهی سئو باید اشتباهاتی که در طراحی سایت و پیاده‌سازی اصول seo وجود دارد و همچنین نحوه رفع آن‌ها بیان شود. باید گفت بیشتر متخصصان این موارد را در گزارش نمی‌آورند و آن‌ها را فقط به صورت شفاهی و در جلسه حضوری با مالک بیان می‌کنند.

۱۰- ترافیک از ابزارهای ورودی مختلف

ترافیک یکی از مهم‌ترین مواردی است که اگر به درستی تعیین شود باعث بهبود بازاریابی اینترنتی می‌شود. همانطور که می‌دانید امروزه رشد تکنولوژی و استفاده از ابزارهای مختلف مانند موبایل و تبلت برای استفاده از اینترنت افزایش زیادی داشته است، به همین دلیل با افزایش میزان ورودی ترافیک از این ابزارها مواجه شده‌ایم. پس این مورد باید حتما در نظر گرفته شود.

۱۱- تعداد دفعاتی که یک صفحه مورد خزش قرار می گیرد

این یکی از مواردی است که از نظر گوگل بسیار مهم است اما اهمیت زیادی ندارد که آن را در گزارش سئو خود قرار ندهیم. این به دلیل این است که، یک مورد کاملا تخصصی است و بیشتر به کارشناسان کمک می‌کند تا مالک سایت و اگر قرار باشد آن را در نظر بگیریم، باید توضیحات خیلی اضافه‌تری در این مورد به مالک بدهیم.

۱۲- حالت های ایندکس

یکی از مهم‌ترین موارد در گزارش سئو تعداد صفحاتی است که مورد ایندکس گوگل هستند و همچنین سرعت آن هم از مواردی است که باید در این گزارش ذکرشود.

۱۳- صفحه ۴۰۴

این مورد نیز از مواردی است که اهمیت زیادی ندارد که در گزارش seo خود برای مشتری بیان کنیم، ولی می‌تواند به عنوان یکی از خدماتی باشد که در سایت قرار می‌گیرد.

۱۴- نرخ تبدیل

وقتی که تولید ترافیک با کیفیت بالا داشته باشیم، نشان دهنده نرخ تبدیل بالا است. برای بالا بردن این نرخ باید محتوای با کیفیتی را در سایت قرار دهیم تا بتوانیم جذب کاربران را به سمت سایت خود افزایش دهیم. در این زمینه قسمت نرخ تبدیل در گوگل آنالیتیکس اطلاعات خوبی را در این خصوص به ما می‌دهد.

شاید سوال برخی از افرادی که seo سایت انجام می‌دهند این باشد که چگونه گزارش سئو بنویسیم. جاب تیم در این مطلب سعی کرد تا نکات بسیار مهم و کاربردی که برای تهیه یک گزارش سئو نیاز است را بیان کند. اگر نکات مهم دیگری به ذهنتان می‌رسد خوشحال می‌شویم آن را در قسمت نظرات با ما به اشتراک بگذارید.

منبع:jobteam