

به نام خدا

بهینه سازی موتورهای جستجو (SEO):

آموزش SEO با استراتژی های هوشمند بازاریابی اینترنتی

نویسنده :

آدام کلارک

مترجم :

هانیه زندی شهری نژاد

انتشارات ارسطو

(سازمان چاپ و نشر ایران - ۱۴۰۳)

نسخه الکترونیکی این اثر در سایت سازمان چاپ و نشر ایران و اپلیکیشن کتاب رسان موجود می باشد

chaponashr.ir

سرشناسه : کلارک، آدام Clarke, Adam
عنوان و نام پدیدآور : بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO): آموزش SEO با استراتژی‌های
هوشمند بازاریابی اینترنتی / نویسنده آدام کلارک ؛ مترجم هانیه زندی شهری نژاد.
مشخصات نشر : انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران) ، ۱۴۰۴.
مشخصات ظاهری : ۲۳۶ ص.
شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۴۵۵-۰۲۸-۶
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
یادداشت : عنوان اصلی: SEO 2025: Learn search engine optimization with smart:
internet marketing strategies, ۲۰۲۴.
موضوع : گوگل Google
موضوع : وب -- موتورهای جستجو
موضوع : موتورهای جستجو
بازاریابی اینترنتی
جستجوی اینترنتی
شناسه افزوده : زندی شهری نژاد، هانیه، ۱۳۸۰-، مترجم
رده بندی کنگره : TK۵۱۰۵/۸۸۴
رده بندی دیویی : ۰۰۴/۶۷۸
شماره کتابشناسی ملی : ۱۰۰۱۳۲۵۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیبا

نام کتاب: بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO): آموزش SEO

با استراتژی‌های هوشمند بازاریابی اینترنتی

نویسنده: آدام کلارک

مترجم: هانیه زندی شهری نژاد

ناشر: انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)

صفحه آرای، تنظیم و طرح جلد: پروانه مهاجر

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۳

چاپ: زبرجد

قیمت: ۳۵۰۰۰۰ تومان

فروش نسخه الکترونیکی - کتاب‌رسان :

<https://chaponashr.ir/ketabresan>

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۴۵۵-۰۲۸-۶

تلفن مرکز پخش : ۰۹۱۲۰۲۳۹۲۵۵

www.chaponashr.ir



انتشارات ارسطو



چاپ و نشر ایران
Chaponashr.ir

مقدمه

با گسترش روزافزون فضای دیجیتال و تاثیر بی‌چون‌وچرای آن بر زندگی شخصی و حرفه‌ای ما، اهمیت دیده شدن در این دنیای شلوغ بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. در این بین، سئو (بهینه‌سازی موتورهای جستجو)، یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین ابزارهای مدیریت و رشد کسب‌وکارهای آنلاین، جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص داده است. این علم نه تنها دریچه‌ای برای جذب مخاطب هدفمند است، بلکه پلی است برای ارتباط مؤثر با کاربرانی که به جستجوی راه‌حل‌ها و خدمات مورد نیاز خود می‌پردازند.

کتابی که پیش روی شماست، اثری ارزشمند و کاربردی است که اصول سئو را به صورت ساختاریافته و در قالبی کاملاً عملیاتی ارائه می‌دهد. این کتاب با تمرکز بر استفاده از استراتژی‌های هوشمند بازاریابی اینترنتی، پا را از مباحث تئوری فراتر گذاشته و به شما نشان می‌دهد که چگونه می‌توان اصول فنی و تحلیلی سئو را در هماهنگی کامل با تکنیک‌های بازاریابی خلاقانه به کار گرفت و به نتایج ملموس و چشم‌گیری دست یافت.

به عنوان مترجم این اثر، برای من همواره اهمیت داشت که حس و پیام اصلی نویسنده را در انتقال مفاهیم این کتاب حفظ کنم. در حین ترجمه، تلاش کردم تا مفاهیم تخصصی و جزئیات فنی را به گونه‌ای ساده و روان ارائه دهم تا برای خوانندگان فارسی‌زبان، نه تنها جذاب، بلکه ملموس و کاربردی باشد.

زمانی که تصمیم گرفتم این کتاب را ترجمه کنم، هدفم صرفاً ارائه یک متن آموزشی نبود؛ بلکه می‌خواستم بستری ایجاد کنم که فعالان دنیای دیجیتال مارکتینگ، صاحبان کسب‌وکار و حتی علاقه‌مندان به یادگیری، بتوانند از مطالب ارزشمند این اثر بهره‌مند شوند و به شکلی هدفمند و مؤثر گام در مسیری بگذارند که آن‌ها را به نتایجی بزرگ و موفقیت‌های پایدار سوق دهد. در پایان، وظیفه خود می‌دانم از نویسنده کتاب بابت دانش گسترده و بینش عمیقی که در این اثر ارائه کرده است و تمامی عزیزانی که در این مسیر همراه من بودند قدردانی کنم. همچنین، امیدوارم این ترجمه بتواند مسیر رسیدن به اهداف حرفه‌ای و شخصی شما خوانندگان محترم را هموارتر کند.

با آرزوی موفقیت برای شما

هانیه زندی شهری نژاد

فروردین ماه ۱۴۰۴

فهرست

مقدمه‌ای بر نسخه به‌روز شده	۱۵
فصل ۱: مقدمه‌ای بر نحوه کار گوگل	۱۷
بازی موش و گربه: اسپرها در مقابل گوگل	۱۹
چالش گوگل: مبارزه با اسپم	۱۹
به‌روزرسانی‌های گوگل و چگونگی زنده ماندن در میان آن‌ها	۱۹
پنج استراتژی قدرتمند سئو	۲۰
پنج اصل کلیدی برای رتبه گرفتن در گوگل	۲۲
سایر عوامل تأثیرگذار بر اعتماد سایت	۲۳
ایندکس اول موبایل گوگل (Google's Mobile-First Index)	۲۶
تأثیر بر استراتژی‌های سئو (SEO)	۳۲
هوش مصنوعی در سئو و بازاریابی محتوا	۳۲
آیا مدل سنتی جستجوی گوگل حذف خواهد شد؟	۳۳
چگونه از تغییرات گوگل جلوتر بمانیم؟	۳۳
چگونه از آخرین به‌روزرسانی‌های گوگل مطلع بمانیم؟	۳۳
بهترین منابع برای اطلاع از تغییرات الگوریتمی گوگل	۳۴
به‌روزرسانی‌های الگوریتم گوگل	۳۵
گوگل جیمینای در برابر ChatGPT – نبرد سخت هوش مصنوعی	۳۵
ChatGPT از OpenAI: قهرمان میدان	۳۶
Google Gemini: چالش گر میدان	۳۶
بینش‌های کاربردی برای بازاریابان و متخصصان سئو	۳۷

راهنمای جدید گوگل برای ارسال‌کنندگان ایمیل انبوه در سال ۲۰۲۴: قوانین جدید تعامل	۳۸
از طریق ایمیل.....	۳۸
درک استانداردهای جدید ایمیل گوگل.....	۳۹
لینک‌سازی و تعامل ایمیلی در عصر جدید گوگل.....	۴۰
به‌روزرسانی اسپم گوگل در مارس ۲۰۲۴.....	۴۰
موارد جدید در سیاست مقابله با اسپم گوگل:.....	۴۱
SpamBrain چیست؟.....	۴۱
چگونه با SpamBrain و به‌روزرسانی‌های اسپم مقابله کنیم؟.....	۴۳
لینک‌های رسمی برای اطلاعات بیشتر:.....	۴۴
تحلیل برندگان و بازندگان.....	۴۴
برندگان به‌روزرسانی آگوست ۲۰۲۴.....	۴۵
بازندگان.....	۴۶
داده‌های پشت تحلیل.....	۴۸
همگام شدن با به‌روزرسانی‌های گوگل.....	۴۸
به‌روزرسانی‌های گوگل در سال ۲۰۲۵- چه چیزهایی در پیش است؟.....	۵۱
فصل ۲: تحقیق کلمات کلیدی - مهم‌ترین مرحله در سئو.....	۵۱
چرا تحقیق کلمات کلیدی این‌قدر مهم است؟.....	۵۱
کلمه کلیدی دقیقاً چیست؟.....	۵۲
کلمات کلیدی دم بلند و درک هدف جستجو.....	۵۲
تسلط بر هدف جستجو.....	۵۳
تحقیق تجاری و هدف تراکنشی در سئو.....	۵۳
تحقیق تجاری (Commercial Investigation).....	۵۴
هدف تراکنشی (Transactional Intent).....	

- کلمات کلیدی معنایی، موجودیت‌ها و هستی‌شناسی‌ها در سئو..... ۵۴
- کلمات کلیدی معنایی چیستند؟..... ۵۵
- موجودیت‌ها (Entities) چیستند؟..... ۵۵
- هستی‌شناسی (Ontologies) و ارتباط آن با سئو..... ۵۵
- چگونه کلمات کلیدی معنایی و موجودیت‌ها را در محتوا بگنجانیم؟..... ۵۶
- چگونه کلمات کلیدی معنایی و موجودیت‌ها را در محتوای خود بگنجانید؟..... ۵۶
- منابع مفید برای سئوی معنایی:..... ۵۷
- چگونه یک لیست گسترده از کلمات کلیدی ایجاد کنیم؟..... ۵۷
- ارتباط، عامل کلیدی در انتخاب کلمات کلیدی است..... ۵۷
- حفظ ارتباط و ایجاد لیست کلمات کلیدی بالقوه..... ۵۸
- استفاده از هوش مصنوعی برای تولید لیست کلمات کلیدی..... ۵۹
- پیشوندها..... ۶۲
- کلمات میانی..... ۶۲
- پسوندها..... ۶۳
- کلمات کلیدی ترکیبی..... ۶۳
- راهنمای سریع و ساده برای تبلیغات پرداخت به‌ازای کلیک با Google Ads..... ۷۲
- چرا باید به تبلیغات پرداخت به‌ازای کلیک اهمیت داد؟..... ۷۲
- بهترین ارائه‌دهنده PPC برای شروع کدام است؟..... ۷۳
- موفقیت در تبلیغات با تحقیق و برنامه‌ریزی..... ۷۴
- چگونه کلمات کلیدی مناسب را انتخاب کنیم؟..... ۷۵
- کلمه کلیدی:..... ۷۶
- باعث نمایش تبلیغات برای:..... ۷۶
- کلمات کلیدی تطبیق عبارتی (Phrase Match Keywords)..... ۷۶

۷۷	کلمات کلیدی تطبیق دقیق (Exact Match Keywords).....
۷۸	کلمات کلیدی منفی (Negative Keywords).....
۷۹	ساختاردهی کمپین شما با گروه‌های تبلیغاتی.....
۸۰	چگونه با تبلیغات متنی قوی، رقبا را شکست دهید.....
۸۱	اجزای تشکیل‌دهنده تبلیغات متنی:.....
۸۲	نمونه‌هایی از تبلیغات موفق و دلایل اثربخشی آنها:.....
۸۴	چقدر باید برای کلمات کلیدی هزینه کرد؟.....
۸۴	چگونه هزینه هر کلیک (CPC) مشخص می‌شود؟.....
۸۵	تنظیمات Google Ads برای شروع کار.....
۸۶	مراحل راه‌اندازی کمپین Google Ads.....
۹۰	سایر منابع پیشنهادی برای یادگیری PPC و Google Ads.....
۹۲	هدیه ویژه: دوره ویدیویی رایگان سئو برای مبتدیان.....
۹۵	افکار و نکات پایانی.....
۹۸	گام بعدی چیست؟.....
	فصل ۳: سئوی داخلی (On-page SEO) – چگونه به گوگل بفهمانید که صفحه شما
۹۹	درباره چیست؟.....
۹۹	اهداف و اقدامات سئوی داخلی:.....
۹۹	چگونه سایت خود را برای سئوی آسان و خودکار ساختار بندی کنیم؟.....
۱۰۰	نمونه‌ای از یک URL تمیز:.....
۱۰۱	افزایش سئو با لینک‌گذاری داخلی.....
۱۰۱	چگونه گوگل را وادار کنیم که کلمات کلیدی مورد نظر ما را شناسایی کند؟.....
۱۰۷	سرعت بارگذاری — جادوی گوگل.....
۱۰۷	روش‌های رایج برای بهبود سرعت بارگذاری.....

- ابزارهای تحلیل سرعت بارگذاری.....۱۰۸
- مجرمان معمول – فایل‌های robots.txt و sitemaps.xml.....۱۰۹
- محتوای تکراری—تگ‌های کانونیکال و موارد دیگر.....۱۱۲
- قابلیت استفاده—SEO جدید توضیح داده شده.....۱۱۳
- پشتیبانی از موبایل—SEO مهم توضیح داده شده به زبان ساده.....۱۱۷
- بهبود عملکرد در نتایج جستجوی موبایل.....۱۱۸
- قابلیت استفاده موبایل – Google Search Console.....۱۱۹
- سایت‌های سازگار با موبایل – Google Developers.....۱۲۰
- راهنمای ارزیابان کیفیت جستجوی گوگل - مهم‌ترین عوامل.....۱۲۰
- راهنمای ارزیابان کیفیت جستجو – نکات کلیدی.....۱۲۱
- راهنمای ارزیابان کیفیت جستجو – گوگل.....۱۲۲
- قابلیت خواندن — سئو برای آینده.....۱۲۲
- چگونه با بازاریابی محتوا ترافیک و رتبه‌بندی را تسریع کنیم.....۱۲۴
- HTTPS و گواهی‌نامه‌های SSL.....۱۲۶
- فعال‌سازی HTTPS در سرورهای شما - گوگل توسعه‌دهندگان.....۱۲۸
- چگونه یک سایت را منتقل کنیم - مرکز جستجوی گوگل.....۱۲۸
- افزایش نرخ کلیک (CTR).....۱۲۹
- افزایش زمان در سایت.....۱۳۰
- معیارهای اصلی تجربه صفحه گوگل (Core Web Vitals).....۱۳۱
- معیارهای اصلی تجربه صفحه چیستند؟.....۱۳۲
- بهینه‌سازی بزرگ‌ترین محتوای قابل مشاهده - Web.Dev.....۱۳۴
- ابزارهای معیارهای اصلی تجربه صفحه.....۱۳۵
- منابع معیارهای اصلی تجربه صفحه.....۱۳۵

- درک جستجوی صوتی.....۱۳۶
- فصل ۴: لینک‌سازی – چگونه در گوگل رتبه‌ی بسیار بالایی کسب کنیم؟**..... ۱۴۱
- چرا لینک‌سازی این قدر مهم است؟..... ۱۴۱
- راز کثیفی که کسی درباره‌ی لینک‌سازی به شما نمی‌گوید..... ۱۴۱
- متن انکر (Anchor Text) – چرا این قدر مهم است؟..... ۱۴۴
- مقایسه‌ی یک پروفایل متن انکر بد و یک پروفایل متن انکر طبیعی:..... ۱۴۵
- چگونه متن انکر سایت‌های موفق را بررسی کنیم؟..... ۱۴۶
- از روش‌های ساده تا پیشرفته‌ی لینک‌سازی..... ۱۴۷
- چگونه دایرکتوری‌های مرتبط را پیدا کنیم؟..... ۱۴۸
- لیست کوتاهی از دایرکتوری‌های معتبر برای شروع:..... ۱۴۹
- چگونه لینک‌های رقبا را پیدا کنیم؟..... ۱۵۰
- ابزارهایی برای ساخت سریع ویدئو و آپلود آن..... ۱۵۱
- سایت‌های باکیفیت برای آپلود ویدئو و دریافت بکلینک..... ۱۵۲
- عبارات جستجو برای یافتن سایت‌های پذیرای پست مهمان..... ۱۵۳
- فرمت‌های محتوای لینک‌ساز..... ۱۵۹
- چگونه موضوعات داغ را پیدا کنیم؟..... ۱۶۰
- ابزارهای پیشنهادی برای بررسی موضوعات ترند:..... ۱۶۰
- برقراری ارتباط لینک – مقیاس‌سازی کمپین‌های ساخت لینک با کیفیت بالا..... ۱۶۳
- مراحل اجرای کمپین‌های برقراری ارتباط لینک..... ۱۶۴
- یافتن اطلاعات تماس..... ۱۶۵
- شخصی‌سازی ایمیل‌ها..... ۱۶۵
- پلتفرم‌های ارتباط‌گیری و زمان‌بندی ایمیل‌ها..... ۱۶۶
- چگونه به‌صورت رایگان از رسانه‌های خبری بزرگ لینک بگیریم؟..... ۱۶۸

- ۱۶۸..... مراحل شروع کار با Connectively (گام به گام).
- ۱۶۹..... استفاده از تکنیک "Connectively One-Two Punch"
- ۱۷۰..... نحوه ایجاد فیلترهای Gmail برای ایمیل های Connectively
- ۱۷۱..... نتیجه نهایی
- ۱۷۲..... ایجاد قوانین برای فیلتر کردن ایمیل های شما - Gmail
- ۱۷۲..... نکات پیشرفته برای افزایش موفقیت با Connectively
- ۱۷۳..... فرصت های اضافی برای لینک سازی
- ۱۷۴..... هشدار درباره این استراتژی
- ۱۷۴..... بازارهای خرید و فروش وبسایت و دامنه
- ۱۷۴..... بازار خرید و فروش دامنه ها
- ۱۷۵..... نمونه ایمیل پیشنهادی:

فصل ۵: رسانه های اجتماعی و سئو ۱۷۹

- ۱۷۹..... آیا رسانه های اجتماعی برای سئو مهم هستند؟
- ۱۸۰..... توئیتر و سئو: استفاده از قدرت توئیت
- ۱۸۰..... استفاده از هشتگ ها
- ۱۸۰..... استراتژی محتوای توئیتر برای سئو
- ۱۸۱..... فیسبوک و سئو
- ۱۸۱..... منابع:
- ۱۸۱..... سایر شبکه های اجتماعی
- ۱۸۲..... لینکدین
- ۱۸۲..... پینترست
- ۱۸۳..... اینستاگرام
- ۱۸۳..... تحلیل داده های رسانه های اجتماعی

۱۸۴.....Hootsuite

فصل ۶: مروری بر تحلیل‌های وب – چگونه موفقیت خود را اندازه‌گیری کنیم؟..... ۱۸۵

۱۸۵.....ردیابی رتبه‌بندی سایت در نتایج جستجو.....

۱۸۶.....ابزارهای ردیابی رتبه‌بندی سایت در گوگل.....

۱۸۶.....انتخاب موقعیت جغرافیایی صحیح برای ردیابی رتبه‌ها.....

۱۸۶.....محدودیت‌های Google Search Console در ردیابی رتبه‌ها.....

۱۸۷.....ابزارهای پیشنهادی برای ردیابی رتبه‌بندی کلمات کلیدی.....

۱۸۷.....چرا باید از Google Analytics استفاده کنیم؟.....

۱۸۸.....نصب Google Analytics.....

۱۹۰.....بخش Acquisition (کسب ترافیک) در Google Analytics.....

۱۹۰.....اهمیت کانال‌های ترافیک.....

۱۹۱.....Organic Search (جستجوی ارگانیک) و اهمیت آن.....

۱۹۱.....چگونه عملکرد جستجوی ارگانیک را تحلیل کنیم؟.....

۱۹۱.....بخش‌ها (Segments) در Google Analytics.....

۱۹۳.....استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشین برای دستیابی به بینش‌های جدید.....

۱۹۵.....تحلیل وب در دوران حریم خصوصی کاربران.....

۱۹۵.....قانون حریم خصوصی مصرف‌کنندگان کالیفرنیا (CCPA).....

۱۹۶.....تحلیل‌های تطابق با حریم خصوصی.....

۱۹۶.....ابزارهای دیگر تحلیل وب.....

فصل ۷: عیب‌یابی مشکلات رایج سنو و چگونگی رفع آن‌ها..... ۱۹۹

۱۹۹.....چه کار باید بکنید وقتی سایت شما اصلاً در گوگل فهرست نشده است؟.....

۲۰۰.....چه کار باید بکنید وقتی کسب‌وکار شما برای نام تجاری خود رتبه‌بندی نمی‌شود.....

۲۰۱.....چه کار باید بکنید وقتی رتبه‌بندی‌های شما کاهش یافته است.....

چگونه از کمک حرفه‌ای به صورت رایگان بهره‌مند شویم..... ۲۰۲

فصل ۸: سئوی محلی. سئو برای کسب‌وکارهای محلی ۲۰۵

چرا از سئوی محلی استفاده کنیم؟..... ۲۰۵

تفاوت نتایج جستجوی محلی با نتایج جستجوی ارگانیک..... ۲۰۶

چگونه با سئوی محلی رتبه بالاتری کسب کنیم؟..... ۲۰۷

شاخصی بهتر برای اهمیت یک کسب‌وکار..... ۲۰۷

چگونه در نتایج جستجوی محلی رتبه بالاتری کسب کنیم؟..... ۲۰۸

شروع کار با سئوی محلی..... ۲۰۸

چگونه سئوی محلی را آغاز کنیم؟..... ۲۰۸

ایجاد لیست کسب‌وکار..... ۲۰۸

ساخت استنادات (Citations)..... ۲۰۹

تشویق مشتریان به ثبت نظرات..... ۲۱۰

افزایش نظرات مشتریان..... ۲۱۰

افزایش قدرت سئوی محلی با عکس‌ها و ویدئوها..... ۲۱۱

چرا عکس‌ها و ویدئوها برای یک کسب‌وکار محلی مهم هستند؟..... ۲۱۱

جذب مشتریان بیشتر با تصاویر..... ۲۱۲

چک‌لیست رتبه‌بندی سئوی محلی و منابع ضروری..... ۲۱۴

چک‌لیست سئوی محلی:..... ۲۱۴

منابع ضروری برای به‌روز ماندن در سئوی محلی..... ۲۱۵

راهنمای سئوی محلی..... ۲۱۵

وبلاگ جستجوی محلی WhiteSpark..... ۲۱۵

فصل ۹: چگونه با نتایج غنی در جستجو تسلط پیدا کنیم ۲۱۷

نتایج غنی (Rich Results) چیستند؟..... ۲۱۷

- ۲۱۸.....چرا باید بر نتایج غنی تمرکز کنید؟
- ۲۱۸.....چرا باید از داده‌های ساختاریافته و JSON-LD استفاده کنیم؟
- ۲۱۸.....چگونه با JSON-LD شروع کنیم؟
- ۲۱۹.....انواع مختلف نتایج غنی که توسط گوگل پشتیبانی می‌شود.....
- ۲۲۱.....نشانه‌گذاری داده‌های ساختاریافته که گوگل پشتیبانی می‌کند - گوگل.....
- ۲۲۲.....ابزار تست داده‌های ساختاریافته - گوگل.....
- ۲۲۲.....آزمایش نتایج غنی - گوگل.....
- ۲۲۲.....چگونه رتبه‌بندی نتایج ویژه را در نتایج جستجوی گوگل هدف قرار دهیم.....
- ۲۲۵.....گراف باز فیس بوک.....
- ۲۲۶.....پروتکل گراف باز.....
- فصل ۱۰: سئو فنی. عملکرد خود را تقویت کنید..... ۲۲۷**
- ۲۲۷.....خزش، ایندکس کردن و دسترسی‌پذیری.....
- ۲۲۷.....درک خزش.....
- ۲۲۸.....ایندکس‌سازی: قرار دادن صفحات وب شما در پایگاه داده گوگل.....
- ۲۲۸.....دسترس‌پذیری موتور جستجو.....
- ۲۲۸.....دسترس‌پذیری برای کاربران.....
- ۲۲۹.....چرا باید یک ممیزی سئو فنی انجام دهید؟.....
- ۲۳۰.....ساختار سایت و بهینه‌سازی URL.....
- ۲۳۰.....درک اصول URL: اصول آدرس وب.....
- ۲۳۰.....WWW در مقابل غیر WWW.....
- ۲۳۰.....زیر دامنه‌ها.....
- ۲۳۰.....دامنه‌های سطح بالا.....
- ۲۳۱.....پاکیزگی URL: خط تیره در مقابل زیرخط.....

- ۲۳۱.....کانونیکال سازی: مدیریت محتوای تکراری.
- ۲۳۱.....بهترین شیوه‌های ناوبری: ایجاد یک سایت ساختاریافته و کارآمد.
- ۲۳۲.....SSL، تگ‌های متا، بهینه‌سازی HTML و لینک‌دهی داخلی.
- ۲۳۲.....پذیرش HTTPS: سنگ بنای امنیت وب‌سایت.
- ۲۳۲.....بهترین شیوه‌های HTML.
- ۲۳۲.....تگ‌های متا: اجتناب از اشتباهات رایج.
- ۲۳۳.....جاوا اسکریپت و سئو.
- ۲۳۳.....لینک‌دهی داخلی: هنر ناوبری سئو.
- ۲۳۳.....محتوا و کنترل کیفیت.
- ۲۳۳.....رفع محتوای تکراری.
- ۲۳۳.....محتوای ضعیف.
- ۲۳۴.....ایجاد اعتماد.
- ۲۳۴.....پاسخ‌گویی موبایل و بهینه‌سازی سرعت.
- ۲۳۴.....بررسی پشتیبانی موبایل.
- ۲۳۴.....بررسی سرعت سایت.
- ۲۳۴.....افزایش قابلیت خزیدن: نقشه سایت‌ها، ربات‌ها و خطاها.
- ۲۳۴.....بررسی فایل‌های sitemap.xml.
- ۲۳۵.....بررسی فایل‌های robots.txt.
- ۲۳۵.....مدیریت خطاها: اجتناب از مشکلات رایج.
- ۲۳۵.....ابزارهای ضروری برای بررسی فنی سئو.
- ۲۳۵.....Google Search Console: نقطه شروع.
- ۲۳۶.....ابزارهای پیشرفته برای سئوکاران حرفه‌ای: Moz، Ahrefs، SEMrush.
- ۲۳۶.....ابزارها برای متخصصین سئو حرفه‌ای: Screaming Frog.