

اصول SEO

از زبان پارتنر رسمی گوگل

نویسنده

نیما جعفری

شناسنامه کتاب

## فهرست مطالب

۱۵.....	فصل ۱ : مفاهیم
۱۶.....	۱-۱ نام دامنه
۱۶.....	۲-۱ زیردامنه
۱۷.....	۳-۱ دامنه سطح بالا
۱۷.....	۴-۱ دامنه های سطح بالای جغرافیایی
۱۷.....	۵-۱ DNS
۱۸.....	۶-۱ موتور جستجو
۱۸.....	۷-۱ ربات
۱۸.....	۸-۱ خزشگر وب
۱۹.....	۹-۱ HTTP Response Code
۱۹.....	۱۰-۱ ROBOTS.TXT
۲۰.....	۱۱-۱ گوگل بات
۲۰.....	۱-۱۱-۱ Googlebot و سایت شما
۲۱.....	۱۲-۱ SERP
۲۱.....	۱۳-۱ نتایج ارگانیک
۲۱.....	۱۴-۱ جریمه گوگل
۲۲.....	۱۵-۱ Google Webmaster Guidelines
۲۲.....	۱۶-۱ Google Search Console
۲۳.....	۱۷-۱ Google AdWords
۲۳.....	۱۸-۱ Google Analytics
۲۴.....	۱۹-۱ Webspam
۲۴.....	۲۰-۱ ایندکس گوگل
۲۵.....	۲۱-۱ سئو
۲۵.....	۱-۲۱-۱ SEO مراحل انجام

## فصل ۲ : الگوریتم های موتور جستجو ..... ۲۹

۳۱	..... الگوریتم Google PageRank
۳۲	..... الگوریتم پاندا گوگل
۳۳	..... الگوریتم پنگوئن گوگل
۳۳	..... آپدیت های الگوریتم پنگوئن
۳۴	..... جزئی نگر شدن پنگوئن
۳۴	..... آپدیت Page layout
۳۵	..... الگوریتم کبوتر گوگل
۳۶	..... الگوریتم مرغ مگس خوار
۳۷	..... تاثیر الگوریتم مرغ مگس خوار بر جستجوی صوتی
۳۸	..... الگوریتم RankBrain گوگل
۳۹	..... بیشترین کاربرد الگوریتم RankBrain
۳۹	..... آپدیت موبایلگدون
۴۰	..... آپدیت دزد دریایی
۴۰	..... DMCA ۱-۹-۲
۴۳	..... آپدیت سرعت ۱۰-۲

## فصل ۳ : ACCELERATED MOBILE PAGES ..... ۴۵

۴۶	..... مزیت صفحات AMP
۴۷	..... تاثیر AMP بر رنکینگ سایت
۴۷	..... چرا سایت ما صفحه امپ داشته باشد
۴۸	..... پیاده سازی AMP

## فصل ۴ : راهنماهای گوگل وبمستر ..... ۵۱

۵۲	..... راهنمای گوگل وبمستر در مورد کیفیت
۵۲	..... ۱-۱-۴ محتوای تولید شده به طور خودکار
۵۲	..... ۲-۱-۴ ریدایرکت های آب زیر کاهانه

۵۳	.....Cloaking ۳-۱-۴
۵۴	..... Link schemes ۴-۱-۴
۵۶	..... متن یا لینک های مخفی ۵-۱-۴
۵۷	..... Doorway صفحات ۶-۱-۴
۵۸	..... محتوای گرفته شده ۷-۱-۴
۵۹	..... کلمات کلیدی غیر مرتبط ۸-۱-۴
۵۹	..... ایجاد صفحات با رفتار مخرب ۹-۱-۴
۶۰	..... اسپم تولید شده توسط کاربر ۱۰-۱-۴
۶۱	..... روشهای جلوگیری از کامنت های اسپم ۱۱-۱-۴
۶۵	..... گزارش اسپم، لینکهای پولی و بدافزار به گوگل ۱۲-۱-۴
۶۶	..... راهنمای گوگل وبمستر در مورد محتوا ۲-۴
۶۶	..... iframe ۱-۲-۴
۶۶	..... فرمت عکس ۲-۲-۴
۶۶	..... اصول بهینه سازی تصاویر ۳-۲-۴
۷۰	..... سایت های چندزبانه ۴-۲-۴
۷۳	..... متا تگ های قابل فهم توسط گوگل ۵-۲-۴
۷۷	..... URL ساختار ۶-۲-۴
۷۸	..... canonical استفاده از آدرس ۷-۲-۴
۸۰	..... استفاده از "rel="nofollow" برای لینک های مشخص ۸-۲-۴
۸۲	..... صفحه بندی محتوا ۹-۲-۴
۸۵	<b>فصل ۵ : آنچه یک سئوکار باید بداند</b>
۸۶	..... نقشه سایت ۱-۵
۸۶	..... آیا شما به نقشه سایت احتیاج دارید؟ ۱-۱-۵
۸۷	..... انواع فرمت نقشه سایت ۲-۱-۵
۸۸	..... اصول کلی نقشه سایت ۳-۱-۵
۸۹	..... معرفی نقشه سایت به گوگل ۴-۱-۵
۹۰	..... تگ های استفاده شده در نقشه سایت ۵-۱-۵
۹۱	..... نقشه سایت عکس ۶-۱-۵
۹۲	..... robots.txt ۲-۵

۹۲	..... نکات استفاده از robots.txt
۹۳	..... robots.txt های المان های
۹۵	..... دستورات robots.txt
۹۶	..... محل قرارگیری فایل robots.txt
۹۶	..... Mobile friendly
۹۹	..... اطلاعات ساختار یافته
۱۰۰	..... تاثیر اطلاعات ساختار یافته بر سئو
۱۰۰	..... نحوه نمایش نتایج دارای اطلاعات ساختار یافته در SERP
۱۰۱	..... فرمت های پیاده سازی اطلاعات ساختار یافته
۱۰۱	..... منبع استانداردهای اطلاعات ساختار یافته
۱۰۲	..... پیاده سازی اطلاعات ساختار یافته
۱۰۲	..... Rich result
۱۰۳	..... انواع rich result
۱۰۵	..... نرخ پرش (Bounce rate)
۱۰۵	..... آیا bounce rate خطرناک است؟
۱۰۶	..... دلایل رایج نرخ پرش بالا
۱۰۸	..... بهینه سازی سایت های کم ترافیک و با ترافیک بالا
۱۰۹	..... کش کردن اطلاعات
۱۱۰	..... کش سمت سرور
۱۱۱	..... کش سمت کاربر
۱۱۳	..... فشرده سازی در HTTP

## ۱۱۵ ..... فصل ۶ : گوگل سرچ کنسول

۱۱۷	..... ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول
۱۱۹	..... مدیریت کاربران در گوگل سرچ کنسول
۱۲۰	..... داشبورد گوگل سرچ کنسول
۱۲۱	..... تنظیمات سایت
۱۲۱	..... Preferred domain
۱۲۲	..... Crawl rate
۱۲۲	..... پیام ها

۱۲۳.....	Search Appearance ۶-۶
۱۲۳.....	اطلاعات ساختار یافته ۱-۶-۶
۱۲۴.....	Rich cards ۲-۶-۶
۱۲۵.....	Data Highlighter ۳-۶-۶
۱۲۷.....	HTML Improvement ۴-۶-۶
۱۲۹.....	Accelerated Mobile Pages ۵-۶-۶
۱۳۰.....	Search Traffic ۷-۶
۱۳۰.....	Search Analytics ۱-۷-۶
۱۳۵.....	Links to Your Site ۲-۷-۶
۱۳۶.....	Internal Links ۳-۷-۶
۱۳۶.....	Manual Actions ۴-۷-۶
۱۳۷.....	International Targeting ۵-۷-۶
۱۳۸.....	Mobile Usability ۶-۷-۶
۱۳۹.....	Google Index ۸-۶
۱۳۹.....	Index Status ۱-۸-۶
۱۴۰.....	Blocked Resources ۲-۸-۶
۱۴۱.....	Remove URLs ۳-۸-۶
۱۴۲.....	Crawl ۹-۶
۱۴۲.....	Crawl Errors ۱-۹-۶
۱۴۵.....	Crawl Stats ۲-۹-۶
۱۴۶.....	Fetch as Google ۳-۹-۶
۱۴۷.....	robots.txt Tester ۴-۹-۶
۱۴۸.....	Sitemaps ۵-۹-۶
۱۵۰.....	URL Parameters ۶-۹-۶
۱۵۳.....	Security Issues ۱۰-۶
<b>۱۵۷ .....</b>	<b>GOOGLE PAGESPEED INSIGHTS : ۷ فصل</b>
۱۶۰.....	موارد تاثیرگذار در نمره PageSpeed ۱-۷
۱۶۴.....	بهینه سازی فایلها توسط PageSpeed Insights ۲-۷

۱۶۵.....	فصل ۸ : بهینه سازی تصاویر .....
۱۶۶.....	۱-۸ فرمت عکس .....
۱۶۶.....	۱-۱-۸ فرمت Webp .....
۱۶۷.....	۲-۱-۸ فرمت SVG .....
۱۶۷.....	۳-۱-۸ تبدیل فرمت عکس .....
۱۶۸.....	۲-۸ inline کردن عکس .....
۱۶۸.....	۱-۲-۸ استفاده از base64 برای inline کردن عکس .....
۱۶۹.....	۲-۲-۸ اینلاین کردن عکس در CSS با base64 .....
۱۶۹.....	۳-۲-۸ اینلاین کردن عکس SVG .....
۱۷۰.....	۴-۲-۸ ایراد inline کردن عکس .....
۱۷۰.....	۳-۸ CSS image Sprites .....
۱۷۱.....	۱-۳-۸ چه زمانی از CSS Image Sprites استفاده کنیم .....
۱۷۱.....	۲-۳-۸ چه زمانی از CSS Image Sprites استفاده نکنیم .....
۱۷۲.....	۳-۳-۸ استفاده از CSS Sprites Generator .....
۱۷۳ .....	لینک های مفید.....



## مقدمه ناشر

## سخن نویسنده

یازده سال است که در زمینه های بهینه سازی برای موتورهای جستجو و مبارزه با وب اسپم و گوگل ادوردز و آنالیز سایت ها فعالیت میکنم و علاوه بر گوگل با شرکت ها و سایت های انگلیسی زبان در سراسر دنیا مانند فروشگاه های اینترنتی آمازون و المارت کار کرده ام. همچنین از سال ۲۰۱۴ که گوگل از Google Partners رونمایی کرد، به عنوان پارتنر رسمی گوگل در زمینه های گوگل ادوردز و گوگل آنالیتیکس فعالیت مستمر داشته ام. از حدود سه سال گذشته با سایت های بزرگ فارسی زبان به عنوان مشاور SEO و یا آموزش سئو و گوگل ادوردز و گوگل آنالیتیکس کار کرده ام. در مدتی که با سایتهای فارسی زبان ایرانی در ارتباط بوده ام، متوجه شدم که دید بسیاری از افراد در مورد سئو اشتباه است. بدون تعارف برداشت من این است که به دلیل ضعف افراد در استفاده از منابع اصلی انگلیسی در مورد علم سئو و همچنین متاسفانه بابت علل فرهنگی در مورد برخی افراد، بسیاری از سایت ها به دنبال یافتن روش های فریب الگوریتم های گوگل و ظاهر شدن در صفحه اول نتایج گوگل پس از مدت کوتاه هستند و به دنبال یادگیری اصول سئو نمی پردازند. به عنوان نمونه روشهای خطرناکی در گذشته برای بالا بردن موقعیت یک سایت در نتایج جستجو وجود داشت که هم اکنون در صورت استفاده از آنها، ممکن است با جریمه الگوریتم های گوگل و افت رنک و یا حتی خارج شدن از ایندکس گوگل مواجه شوید.

سایت های بسیاری هستند که به علت استفاده از روشهای بهینه سازی تاریخ گذشته و یا روشهایی که مبنای آنها تاثیرگذاری بر موتور جستجو بوده و به کاربر توجهی نداشته اند، پس از مدتی با افت رنک مواجه شده اند.

همچنین برخی از افراد به دنبال راه های ضربه زدن به سایت های رقیب با استفاده از تکنیک های مختلف هستند.

به طور حتم هر مالک سایتی علاقه دارد که کاربران بیشتری در اینترنت از سایت وی بازدید کنند ولی باید به این نکته دقت کرد که تنها بالا رفتن بازدید ملاک نیست، بلکه جذب ترافیک هدفمند همیشه باید مد نظر باشد و طبق توصیه گوگل هدف اصلی سایت باید کاربر سایت باشد و نه موتور جستجو. نکته دیگر این است که به دلیل استفاده موتورهای جستجو از هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، موتورهای جستجو همواره در حال پیشرفت و بهبود نتایج جستجو و ارائه خدمات بهتر به کاربرانشان هستند، بنابراین دلیلی ندارد که یک روش فریب دهنده الگوریتم موتور جستجو برای همیشه کارآمد باشد.

اگر همواره بر اساس روشهای اصولی و مطابق با راهنماها و استانداردهای گوگل به انجام کار سئو بپردازید، هیچ گاه نگران آپدیت الگوریتم ها و یا هوشمندتر شدن آنها نخواهید بود و در صورت بروز مشکل احتمالی در رنکینگ سایت، یافتن و برطرف کردن مشکل آسوده تر خواهد بود.

در این کتاب تلاش کرده ام که در مورد SEO به صورت ریشه ای و اصولی مطالبی را خدمت شما ارائه دهم. کلیه مطالب نوشته شده در این کتاب برای همه سایت های کم ترافیک و پرترافیک صدق می کند و البته در مورد سایت های پر ترافیک باید به موارد دیگر مانند تنظیمات سرور و نکات متعدد دیگر در مورد کد نیز پرداخت که در کتاب های بعدی به توضیح آنها خواهم پرداخت.

این کتاب را به پدر و مادر و همسر عزیزم که همیشه در همه مراحل زندگی مرا یاری کرده اند، عاشقانه تقدیم میکنم.

همچنین از دوستان عزیزم آقایان جف والترز و علی قائم مقامی که همواره از بنده حمایت کرده اند، کمال تشکر را دارم.

**نیما جعفری**

**پارتنر رسمی گوگل**