

سالنامه ۲۰۲۳ع

نویسنده:

آدام کلارک

مترجم:

مریم حبیبی یوسفی

ویراستار علمی:

عادل طالبی

۲۶ بعد از پاراگراف اول

با اینکه رفتار کاربر و تجربه کاربر کاملاً جدید است، اما اکنون یکی از قوی ترین عوامل در الگوریتم گوگل محسوب می شود.

۲۷ لینک اندازه گیری های جست و جو: عوامل رتبه بندی گوگل - به روزرسانی ۲۰۱۸

<https://www.searchmetrics.com/knowledgehub/studies/ranking-factors/>

انتهای فصل اول

فهرست به روزرسانی های رتبه بندی جست و جوی Google Search Central - Google

<https://developers.google.com/search/updates/ranking>

اگر یک صفحه رسمی وجود داشته باشد که گوگل به روزرسانی های اصلی خود در جست و جوها را آنجا اعلام کند، اتفاق بی نظیری نیست؟ خب یک خبر خوب، چنین صفحه ای وجود دارد. گوگل فهرستی رسمی از همه به روزرسانی های اصلی دارد که از آن پشتیبانی می کند. این فهرست منتشر می شود تا ما از این به روزرسانی ها مطلع شویم. همچنین، این فهرست منبعی کاربردی برای بازدید است، زیرا هر زمان که گوگل به روزرسانی گسترده ای را منتشر می کند، می توانید به جای حدس و گمان، اسناد رسمی و دستورالعمل های مرتبط را مطالعه کنید.

۴۸ انتهای پاراگراف با تیترا سرعت بارگذاری سایت، جادوی گوگل

و بعدها هنگام اعلام فاکتورهای رتبه بندی جدید، گوگل تأیید کرد که سرعت بارگذاری با عنوان Core Web Vitals مهم است. در ادامه، درباره این مبحث اطلاعات بیشتری ارائه خواهد شد.

۴۹ تغییر لینک تیترا ابزارهای تحلیل سرعت بارگذاری

Google Page Speed Insights .۱

<https://pagespeed.web.dev/>

۵۰ شماره ۴، تغییر لینک

Lighthouse - Tools For Web Developers - Google

<https://developer.chrome.com/docs/lighthouse/overview/>

۵۶ مطلب Try My UI -

Trymata - نسخه آزمایشی رایگان، قیمت های نتایج آزمایش از ۳۳۳ دلار در ماه آغاز می شود.

<https://trymata.com/>

۵۹ سطر دوم، تغییر لینک

Mobile Friendly Sites – Google Developers

<https://developers.google.com/search/mobile-sites/get-started>

۶۵ تغییر لینک‌ها

Enabling HTTPS on your servers - Google Developers

<https://web.dev/enable-https/>

Site Moves With URL changes – Google Search Console Help

<https://developers.google.com/search/docs/crawlingindexing/site-move-with-url-changes>

۷۶ تغییر لینک‌های قبل از تیترا لینک طعمه

<https://www.youtube.com/>

<https://www.vimeo.com/>

<https://www.veoh.com/>

<https://www.dailymotion.com/>

<https://www.archive.org/>

۸۰ تغییر لیست

کلمه کلیدی "پست مهمان"

کلمه کلیدی "مقاله مهمان"

کلمه کلیدی "نویسنده مهمان"

کلمه کلیدی "مشارکت کننده مهمان"

کلمه کلیدی "مشارکت کننده"

کلمه کلیدی "پست حمایت شده"

کلمه کلیدی "برای ما بنویس"

عنوان کلمه کلیدی: "برای ما بنویس"

کلمه کلیدی inurl: "برای ما بنویس"

کلمه کلیدی "دستورالعمل‌های پست مهمان"

۹۱ به انتهای فصل ۴ اضافه شده است

"کلمه کلیدی" + توصیفات

"کلمه کلیدی" + توصیه‌ها

"کلمه کلیدی" + "توصیه‌های مشتری"

"کلمه کلیدی" + "توصیه‌های مشتری"

"کلمه کلیدی" + "آنچه مشتریان می گویند"

"کلمه کلیدی" + "آنچه مردم می گویند"

بباید به تکنیک‌هایی که به‌تازگی به آن‌ها پرداختیم نگاه دیگری بیندازیم...

- ارسال به دایرکتوری‌های تجاری

- ساخت ویدئو و ایجاد لینک در توضیحات

- پست مهمان

- ایجاد لینک شکسته

- توسعه و درخواست لینک

- روابط عمومی و برجسته‌شدن در مقاله‌های خبری با HARO

- برقراری ارتباط با دیگر وبلاگ‌نویسان

- راه‌اندازی وبسایت‌های معتبر شخصی برای پیوندهای مرتبط نامحدود

- ثبت گواهی‌نامه برای سایر محصولات.

آیا تکنیک‌های بیشتری وجود دارد؟ احتمالاً وجود دارد. اما آن‌ها از همان اصول و فرایندهایی که اخیراً توضیح دادم استفاده خواهند کرد. تکنیک‌هایی که در این فصل آمده‌اند برای شروع و دیدن نتایج، کافی و کاربردی هستند. ابتدا این تکنیک‌ها را به‌دقت بررسی کنید، وقتی متوجه شدید کدامیک از آن‌ها کاربردی و مفیدند و کدامیک ناکارآمدند، فرایندها را بهبود بخشید و با تکنیک‌های خود پیش بروید.

۱۰۸ تغییر لینک سطر ۱۰

Looker Studio by Google

<https://lookerstudio.google.com/overview>

در پاراگراف بعدی، گوگل دیتا استودیو با looker studio جایگزین می‌شود.

۱۱۱ تغییر لینک

Google Search Console

<https://search.google.com/search-console/about>

عنوان فصل ۹ تغییر کرده است

چگونگی تسلط بر جست‌وجو با Rich Snippets

۱۲۷ از سطر ۱۰ تا سرتیتر به‌صورت زیر تغییر کرده است

Search Gallery of Structured Data – Google

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/search-gallery>

شما همچنین می‌توانید از Merkle Schema Markup Generator برای تولید خودکار کد استفاده کنید. Merkle Schema Markup Generator نوعی ابزار رایگان است که برایتان کد تولید می‌کند. تنها کاری که باید انجام دهید این است که نوع rich snippet موردنظر خود را انتخاب کنید (برای مثال یک کسب‌وکار محلی، دستورالعمل پخت نوعی غذا، یک صفحه‌سؤالات متداول)، تا جای ممکن اطلاعات را تایپ کنید، این ابزار کد پیشنهادی را برایتان چاپ خواهد کرد و بعد از آن برای بارگذاری در وبسایت آماده است.

Schema Markup Generator - Merkle

<https://technicalseo.com/tools/schema-markup-generator/>

سرانجام، هنگامی که شما یا توسعه‌دهنده سایتتان در حال تست کد خود هستید، از ابزار تست داده ساختار یافته گوگل استفاده کنید و مطمئن شوید که به درستی اجرا شده است. در نهایت، از تست Rich Results گوگل استفاده کنید و نحوه نمایش صفحه‌تان در نتایج جست‌وجو را ببینید.

Structured Data Testing Tool - Google

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data>

Rich Results Test – Google

<https://search.google.com/test/rich-results>

۱۲۹ بعد از شماره ۵ به این صورت تغییر کرده است

FAQ – Structured Data, Google Search

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/faqpage>

How-to – Structured Data, Google Search

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/how-to>

Q&A – Structured Data, Google Search

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/qapage>

۶. از ابزار Also Asked برای یافتن سؤالاتی که افراد در جست‌وجویشان هستند استفاده کنید. ابزار Also Asked سؤالات «People also Ask» را با هر موضوعی به شما نشان می‌دهند. می‌توانید از این اطلاعات برای نمایش نتایج متعدد استفاده کنید تا شانس دیده شدن‌تان بیشتر شود.

People Also Ask keyword research - Also Asked

<https://alsoasked.com/>

۱۳۰ لینک اول

Google - Speakable and Submission for Eligibility

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/speakable#eligibility>

۱۳۴ مطلب ابزارهای جست و جو به این صورت تغییر کرده است

Also Asked - Free and paid plans

<https://alsoasked.com/>

از ابزار Also Asked برای یافتن سؤالاتی که افراد در جست و جوی شما هستند استفاده کنید. ابزار Also Asked سؤالات «People also Ask» را با هر موضوعی به شما نشان می دهد. می توانید از این اطلاعات برای بهبود شانس خود برای نمایش چندین نتایج جست و جوی rich snippet استفاده کنید.

۱۳۶ لینکها تغییر کرده است

Google Page Speed Insights - Free

<https://pagespeed.web.dev/>

Google SERP Snippet Optimization Tool - Free

<https://www.highervisibility.com/seo/tools/serp-snippetoptimizer/>**۱۳۷ لینکها تغییر کرده است**

Lighthouse – Chrome Developers

<https://developer.chrome.com/docs/lighthouse/overview/>

Robots.txt Generator -Free

<https://nobsmarketplace.com/resources/tools/robots-txtgenerator/>

Schema Markup Generator - Free

<https://technicalseo.com/tools/schema-markup-generator/>**۱۳۷ به انتهای صفحه اضافه شده است**

Screaming Frog SEO Spider - Free version available

<https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>

Screaming Frog SEO Spider یکی از قدرتمندترین ابزارهای سئوست که کل سایت یا لیستی از لینکها را بررسی می کند و آماری بسیار قدرتمند و جالب ارائه می دهد. مانند آماری از صفحات دارای خطای ۴۰۴، ریدایرکت ۳۰۱، خطاهای سرور، تگهای عنوان، متا تگهای توصیف و... البته این لیست ادامه دارد! این ابزار سالهاست که استفاده می شود و ابزاری ضروری برای متخصصان سئوی پیشرفته است.

۱۴۹ پاراگراف قبل از تیتربه این صورت تغییر کرده است

Translation is too long to be saved

در ابتدا این به روزرسانی بر تجربه کاربران تلفن همراه و نتایج جست و جوی تلفن همراه متمرکز بود. اما اکنون بر موبایل و دسکتاپ متمرکز شده است. بنابراین هنگام کار با سایتتان، مطمئن شوید که این زمینه‌ها برای کاربران موبایل و دسکتاپ بهبود پیدا کرده است؛ در این صورت دو قدم جلوتر از رقبا خواهید بود. برای آگاهی از جزئیات بیشتر در خصوص استفاده از این به روزرسانی برای افزایش رتبه خود به مطالعه ادامه دهید.

لینک اول: زمان، ابزارها و جزئیات بیشتر در به روزرسانی تجربه صفحه - مرکز جست و جوی گوگل
لینک دوم: یادگیری وب و ویتالها

۱۵۲ تغییر لینک مطلب ارزیابی تجربه صفحه برای یک وب بهتر، مرکز جست و جوی گوگل

Google's July 2021 Link Spam Update

لینک آخر این مبحث تغییر کرده است:

Link spam - Google Search Central

<https://developers.google.com/search/docs/essentials/spampolicies#link-spam>

۱۵۵ مطالب زیر اضافه شده است

به روزرسانی اصلی Google در مه ۲۰۲۲

گوگل در ۲۵ مه ۲۰۲۲ به روزرسانی اصلی خود را منتشر کرد. به طور کلی، به روزرسانی‌های اصلی فقط مربوط به یک بخش یا حوزه نیستند. آن‌ها بر ارتباط کلی، کیفیت و عوامل مربوط به اعتمادسازی در خصوص یک وبسایت تمرکز می‌کنند. با توجه به این امر، تحلیل‌گران سئو و صاحبان وبسایت موارد زیر را گزارش کردند:

- وبسایت‌هایی که بیش از اندازه به محتوای هوش مصنوعی (محتوای تولیدشده خودکار توسط نرم‌افزار) متکی بودند، ضربه مهلکی خوردند و در برخی موارد به طور کامل از نتایج جست و جو حذف شدند و وبسایت‌هایی با محتوای باکیفیت و منحصر به فرد جای آن‌ها را گرفتند.

- وبسایت‌های کوچک‌تر با ارتباط موضوعی محدودتر و اعتبار کمتر برند، کاهش ترافیک و رتبه‌بندی گوگل را تجربه کردند.

- وبسایت‌هایی با حجم کم یا محتوای بی کیفیت نیز با افت ترافیک و رتبه مواجه شدند.

- به نظر می‌رسد وبسایت‌ها و برندهای بزرگ، مانند ۱۰ و ۱۰۰ وبسایت برتر در گوگل (اپل، فیس‌بوک، ویکی‌پدیا و...) با این به روزرسانی در ترافیک و رتبه‌بندی خود افزایش داشته‌اند.

- صنعت‌هایی که بیشترین تغییر را تجربه کردند، املاک و مستغلات، بهداشت، حیوانات خانگی و حیوانات، علوم و سفر هستند.

می‌توانید اطلاعیه رسمی گوگل درباره این به‌روزرسانی هسته‌ای را در صفحه زیر بخوانید.

به‌روزرسانی اصلی ماه مه ۲۰۲۲ برای جست‌وجوی گوگل - وبلاگ مرکزی جست‌وجوی گوگل
<https://developers.google.com/search/blog/2022/05/may-2022-core-update>

اگر این به‌روزرسانی هسته‌ای شما را نگران می‌کند و اگر حدود ۲۵ مه ۲۰۲۲ هیچ‌گونه تغییر چشمگیری در ترافیک یا رتبه‌بندی وبسایت مشاهده نکردید، باید از آن دست بکشید. ولی اگر تغییرات مهمی را مشاهده کردید، باید روش‌های زیر را برای به‌روزرسانی‌های اصلی گوگل به کار بگیرید.

اگر به‌روزرسانی هسته‌ای بر سایتتان اثر گذاشت، چه باید کرد؟

گوگل درباره به‌روزرسانی‌های اصلی خود خجالتی است و نمی‌خواهد کسی از جزئیات آن مطلع شود! اما روندی وجود دارد که می‌توانید برای بهبود وبسایت خود دنبال کنید، بنابراین هنگامی که به‌روزرسانی هسته‌ای بعدی ارائه شد، امیدواریم شاهد افزایش ترافیک باشید.

مهم‌ترین تمرینی که باید با به‌روزرسانی‌های اصلی دنبال کنید این است: اگر چیزی خراب نیست، به دنبال رفع آن نباشید. در وبسایت‌هایی که ترافیک بالایی دارند، چیزی را تغییر ندهید، مگر اینکه واقعاً مطمئن باشید که تحت تأثیر به‌روزرسانی قرار گرفته‌اید یا می‌دانید دارید چه می‌کنید. اگر تغییرات عظیمی را در اواسط ژوئیه ۲۰۲۱ مشاهده کردید، ایده خوبی است که وبسایت خود را بررسی کنید و به سؤالات زیر پاسخ دهید.

کیفیت محتوا. آیا محتوای شما برای کاربران منحصر به فرد، مفید و ارزشمند است؟ یا محتوایی کم‌ارزش و سطحی است و بکر و مفید نیست؟

تخصص و اعتبار. آیا شما واجد شرایط انتشار مطالب هستید؟ یا بدون تخصص یا اعتبار، موضوعات حساسی را منتشر می‌کنید که می‌تواند بر رفاه کاربران تأثیر بگذارد؟

ارائه و تولید. آیا فرایند تولید محتوا و بارگذاری آن روی سایت به‌طور مرتب انجام می‌شود؟ آیا دسترسی کاربران به محتوای اصلی سایت شما دشوار است؟

وبسایت خود را با سایت‌های رقیب مقایسه کنید. آیا محتوای شما بهتر از رقبا به سؤالات کاربران پاسخ می‌دهد؟

اگر به‌روزرسانی‌های اصلی بر سایت تأثیر منفی می‌گذارد، بهتر است دستورالعمل‌های گوگل را به‌طور کامل در آدرس‌های اینترنتی زیر مرور کنید و اگر وبسایت شما حجم بالایی از ترافیک و رتبه‌بندی جست‌وجو را دارد، از متخصصان این حوزه کمک بگیرید. آنچه صاحبان سایت باید درباره به‌روزرسانی‌های اصلی گوگل بدانند.

<https://developers.google.com/search/blog/2019/08/coreupdates>

Google Search Essentials - Google Search Central

<https://developers.google.com/search/docs/essentials>

به روزرسانی محتوای مفید گوگل (با نام مستعار عامل رتبه‌بندی جدید مخفی گوگل)

برای جامعه سئو خبری داریم! با ابراز تأسف، گوگل اعلام کرد که نوعی به‌روزرسانی هوش مصنوعی را به کار خواهد گرفت. این به‌روزرسانی در اوت ۲۰۲۲ منتشر شد.

می‌دانید که گوگل فقط خبر به‌روزرسانی‌هایی را از قبل اعلام می‌کند که بزرگ و اثرگذار باشند. به همین دلیل، توقع داشتیم که این اتفاق، صنعت را زیورو کند. قرار نبود متخصصان سئو که برای بررسی رتبه‌بندی جست‌وجوی خود تلاش می‌کنند، یک‌باره در سیاهچاله ناپدید شوند. در این شرایط، صاحبان سایت دست‌های خود را بالا بردند و نمی‌دانستند که باید چه کار کنند.

شور و هیجان بسیار زیادی میان وبلاگ‌نویسان حوزه سئو ایجاد شد. آن‌ها شبانه‌روز مقاله‌ها و تحلیل‌ها را جمع‌آوری کردند و می‌کوشیدند تأثیر این به‌روزرسانی را پیش‌بینی کنند.

و هنگامی که در نهایت این به‌روزرسانی منتشر شد، هیچ‌گونه پاسخ یا واکنشی به همراه نداشت. «به‌روزرسانی محتوای مفید» در ۹ سپتامبر ۲۰۲۲ به پایان رسید. با اینکه این به‌روزرسانی خیلی کوچک به نظر می‌رسد، اما در واقع برخی از تحلیلگران صنعت را ناامید کرده است. بله، این به‌روزرسانی بسیار بزرگی است که در قالب یک به‌روزرسانی کوچک پنهان شده است. پس بیایید آن را تمام‌وکمال و با جزئیات بررسی کنیم.

به‌روزرسانی محتوای مفید چیست؟

با توجه به اعلام رسمی از گوگل HQ، خود را آماده کنید چراکه ما در شرف دریافت تنظیمات فنی هستیم. به‌روزرسانی محتوای مفید گوگل، نوعی سیگنال جست‌وجوی طبقه‌بندی‌کننده هوش مصنوعی گسترده، سنگین، پیوسته و مستمر در سایت است.

در حال حاضر، گوگل از هوش مصنوعی برای تشخیص محتوای شما بهره می‌برد تا کیفیت آن را تعیین کند.

وقتی شما می‌توانید به کیفیت محتوا فکر کنید، منطقی است که گوگل نیز بتواند این کار را انجام دهد... گوگل به‌جای اینکه چند ترفند بدی را که وبسایت‌های اسپم هر سال به کار می‌گیرند، انتخاب کرده و سپس آن‌ها را از نتایج جست‌وجو حذف کند (کاری که در گذشته انجام می‌داد)، از این سیستم هوش مصنوعی جدید برای تشخیص خودکار محتوای شما استفاده می‌کند. سپس گوگل از این اطلاعات به‌عنوان عامل رتبه‌بندی برای محاسبه نتایج جست‌وجو بهره می‌گیرد. این قابلیت همیشه در پس‌زمینه در حال اجراست.

بنابراین به‌طور کلی، وبسایت‌هایی که در نتایج جست‌وجو در رتبه بالایی قرار دارند، از محتوای واقعاً خوب و مفیدی برخوردارند. و وبسایت‌هایی با محتوای اسپم و غیرمفید در نتایج جست‌وجو در جایگاه پایین‌تر ظاهر می‌شوند.

اما چگونه بفهمیم که محتوایمان بد و بی‌کیفیت است؟ واقعاً خوشحالم که چنین سؤالی را پرسیدید. گوگل مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها را منتشر کرد تا مطمئن شود انگِ عنوان بد به محتوایمان نمی‌چسبد. بیایید نگاهی به راهنمای رسمی گوگل بیندازیم.

محتوای اول مردم (با نام مستعار، محتوای خوب)

- احتمالاً وبسایت کسب و کار شما مخاطبانی دارد یا برای جذب مخاطب برنامه ریزی کرده است. اگر این مخاطبان مستقیماً به سراغتان بیایند، با محتوای مفید مواجه شوند؟
- آیا محتوایتان به خوبی بیانگر تخصص قابل اعتماد و عمق دانش شما هست؟ (برای مثال، تخصص ناشی از استفاده درست از یک محصول یا خدمات یا بازدید از یک مکان.)
- آیا سایتتان هدف یا تمرکز اصلی دارد؟
- پس از خواندن محتوایتان، آیا کسی احساس می کند که به اندازه کافی درباره یک موضوع یاد گرفته است تا بتواند به هدف خود جامعه عمل ببوشاند؟
- آیا کسی که محتوای شما را می خواند تجربه رضایت بخشی داشته است؟
- آیا به راهنمایی های ما برای به روزرسانی های اصلی و بررسی محصول توجه می کنید؟

محتوای اول موتور جست و جو (با نام مستعار، محتوای بد)

- آیا در درجه اول، هدف محتوا جذب افراد از موتورهای جست و جوست؟
- آیا محتوای زیادی درباره موضوعات مختلف تولید می کنید، به این امید که برخی از آن ها در نتایج جست و جو عملکرد خوبی داشته باشند؟
- آیا برای تولید محتوا برای موضوعات مختلف از اتوماسیون گسترده، استفاده می کنید؟
- آیا معمولاً حرف های دیگران را بدون افزودن ارزش اضافی، خلاصه می کنید؟
- آیا صرفاً با توجه به مُد روز می نویسید یا نیاز و خواسته مخاطب برایتان مهم است و با توجه به آن می نویسید؟
- آیا محتوایتان این احساس را در خواننده ایجاد می کند که باید دوباره جست و جو کند تا بتواند اطلاعات بهتری از منابع دیگر به دست آورد؟
- آیا برحسب تعداد کلمات خاصی می نویسید، زیرا شنیده اید یا خوانده اید که گوگل تعداد کلمات ترجیحی دارد؟ (حُب، نه ما نداریم.)

آنچه سازندگان باید درباره به روزرسانی محتوای مفید اوت ۲۰۲۲ گوگل بدانند - Google Search Central
<https://developers.google.com/search/blog/2022/08/helpfulcontent-update>

به عبارت دیگر، گوگل از شما می خواهد محتوایی که تولید می کنید اصیل و مفید و حداقل به نحوی با موضوع اصلی وبسایتتان مرتبط باشد. اگر محتوایتان این گونه است، پس کارتان خوب و درست است و جایی برای نگرانی وجود ندارد.

اگر محتوای انبوهی را تولید می کنید که از سایت های دیگر کپی شده است، ممکن است دچار مشکل شوید. اگر محتوایتان مشابه به نظر می رسد، بهتر است قبل از ایجاد تغییرات، اسناد رسمی گوگل را بخوانید و از یک شخص دیگر نیز نظر بخواهید. و تأکید کنید که هنگام انتشار این به روزرسانی، مشکل ترافیکی داشته اید.

اگر مطمئن هستید که «محتوای بد» دارید، دستورالعمل‌های رسمی گوگل را برای حذف محتوای غیرمفید و نامرتب از وبسایت خود دنبال کنید و طبیعتاً ظرف یک یا دو ماه اوضاع بهتر خواهد شد. و اگر در حال حاضر، سایتتان ترافیک چشمگیری دارد، تنها در صورتی تغییرات را اعمال کنید که کاملاً مطمئن هستید این به روزرسانی تأثیر منفی بر آن نگذاشته است.

به روزرسانی اصلی گوگل در سپتامبر ۲۰۲۲

در سپتامبر ۲۰۲۲، گوگل این قدرت را داشت که بلافاصله پس از به روزرسانی محتوای مفید، و به روزرسانی لینک اسپم، یک به روزرسانی اصلی منتشر کند که تقریباً غیرممکن بود بفهمیم این به روزرسانی درباره چیست. هیچی به هیچی!

آیا این بدان معناست که باید لباس هایمان را از پنجره پرت کنیم، سرمان را به دیوار بکوبیم یا با حال زار در خیابان‌ها پرسه بزنیم تا ساعت ۵ صبح پلیس دستگیرمان کند؟ البته که نه. ما کلاه کارآگاهی خود را به سر می‌گذاریم و از قدرت استنباطمان استفاده می‌کنیم تا بفهمیم گوگل دقیقاً چه چیزی را تغییر داده است. دیوانگی به نظر می‌رسد، اما مؤثر است! پس سرتان را به دیوار نکوبید و بیایید ببینیم چه اتفاقی افتاده است.

چه چیزی تحت تأثیر قرار گرفت؟

در ۱۲ سپتامبر ۲۰۲۲، گوگل عرضه این به روزرسانی را پایان داد. به عنوان یک قاعده و قانون، یادتان باشد که به روزرسانی‌های اصلی گوگل روی یک یا دو مؤلفه کوچک متمرکز نمی‌شوند و در عوض بر نحوه ارزیابی کلی محتوای وبسایت توسط گوگل تمرکز می‌کنند. با این حال، تحلیلگران صنعت به وجه‌های اشتراک سایت‌های تحت تأثیر این به روزرسانی پی بردند که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌کنیم. - صناعی که بیشتر از همه تحت تأثیر قرار گرفته‌اند عبارت‌اند از: جوامع آنلاین، سرگرمی‌ها و اوقات فراغت، حیوانات خانگی و حیوانات، زیبایی و تناسب اندام و بازی‌ها. - سایت‌هایی که ترافیک و رتبه‌های جست‌وجو را از دست داده‌اند، محتوای کپی شده یا غیراصولی زیادی دارند.

- سایر سایت‌هایی که تأثیر منفی داشته‌اند، محتوای سایر سایت‌های معروف را جمع‌آوری کردند. - و برخی از سایت‌هایی که تأثیر منفی گرفته‌اند، مشکلات اعتماد و حفظ حریم خصوصی داشتند (مانند درخواست ایمیل‌های کاربر در صفحه اصلی یا مشخص نکردن مالکیت وبسایت).

اگر تحت تأثیر این به روزرسانی قرار گرفتید چه کار باید بکنید؟

اگر فکر می‌کنید این به روزرسانی بر سایت شما تأثیر گذاشته است، اولین کاری که باید انجام دهید این است که ترافیک خود را بررسی کنید که آیا واقعاً تحت تأثیر این به روزرسانی قرار گرفته‌اید یا خیر. ترافیک و رتبه‌بندی جست‌وجوی خود در حوالی ۱۲ سپتامبر ۲۰۲۲ را بررسی کنید. اگر در رتبه‌بندی ترافیک و جست‌وجو در این تاریخ، کاهش شدیدی مشاهده کردید (به طوری که انگار از صخره سقوط کرده است) احتمالاً لازم باشد سایت خود را اصلاح کنید.

برای مراحل بازاریابی، مراحلی را که پیش از این در بخش به روزرسانی اصلی مه ۲۰۲۲ آورده شده است، بررسی کنید و اسناد رسمی گوگل را نیز در ادامه مطالعه کنید. و به یاد داشته باشید، بهترین روش برای به روزرسانی‌های اصلی این است که وبسایت‌ها را فقط در صورتی اصلاح کنید که واقعاً به آن نیاز داشته باشد. به سراغ وبسایتی که عملکرد خوبی دارد نروید و تغییرات زیادی هم ایجاد نکنید، مگر اینکه کاملاً مطمئن باشید که تحت تأثیر به روزرسانی اصلی قرار گرفته‌اید.

آنچه صاحبان سایت باید درباره به روزرسانی‌های اصلی گوگل بدانند - Google

<https://developers.google.com/search/blog/2019/08/coreupdates>

Google Search Essentials - Google Search Central

<https://developers.google.com/search/docs/essentials>

به روزرسانی اکتبر ۲۰۲۲ اسپم گوگل

در اکتبر ۲۰۲۲، گوگل به روزرسانی اسپم در صفحه به روزرسانی جست‌وجوی خود را اعلام کرد. البته این به روزرسانی چندان رسانه‌ای نشد. گوگل سعی کرد یکی از اسپم‌ها را از بین ببرد. گوگل تغییر کوچکی را در صفحه به روزرسانی‌های جست‌وجوی خود ایجاد کرد که خوشبختانه برخی از متخصصان فوق‌العاده باهوش سئو که کار بهتری برای انجام دادن نداشتند، متوجه آن شدند. آن‌ها کلاه‌های کارآگاهی خود را بر سر گذاشتند و دنبال سرنخ‌هایی گشتند تا ببینند چه اتفاقی افتاده است.

گوگل تقریباً سالی یک بار، فناوری خود را برای جمع‌آوری اسپم بهبود می‌بخشد و سپس عملکرد سایت‌های مهم را از نتایج جست‌وجو حذف می‌کند. اگر کاری انجام می‌دهید که مخاطره‌آمیز است، مانند بازاریابی وابسته، تولید محتوای زیاد با کیفیت پایین یا لینک‌های با کیفیت پایین، حسابی حواستان را جمع کنید.

ترافیک خود را حدود ۲۱ اکتبر ۲۰۲۲ بررسی کنید. اگر در این زمان تغییرات گسترده‌ای در ترافیک یا رتبه‌بندی داشتید، ممکن است توسط ربات تشخیص اسپم فوق‌العاده هوشمند گوگل به نام SpamBrain شناسایی شده باشید.

SpamBrain چیست؟

SpamBrain ابزار مبتنی بر هوش مصنوعی است که گوگل در سال ۲۰۱۸ ساخته است تا به‌طور خودکار صفحات اسپم و هک‌شده را شناسایی کرده و آن‌ها را از نتایج جست‌وجو خارج کند. هر چند ماه یک بار، SpamBrain گوگل وبسایت و محتوای شما را بررسی می‌کند و تصمیم می‌گیرد که آیا شما ارسال‌کننده اسپم هستید یا خیر. اگر هستید، مراقب باشید! چراکه ممکن است رتبه‌بندی جست‌وجوی شما افت شدیدی پیدا کند.

درباره SpamBrain و به روزرسانی‌های اسپم چه کار باید کرد؟

اگر تحت تأثیر به روزرسانی اسپم گوگل قرار گرفته‌اید، خبر خوبی است. تنها کاری که باید انجام دهید

این است که محتوا یا اقدامات توهین آمیز را به طور کامل از وبسایت حذف کنید و به گوگل نشان دهید که سایت شما طی چند ماه اصلاح شده است (و به طور خودکار شناسایی می شود) و می توانید آن را بازیابی کنید. به فهرست زیر از مجموعه دستورالعمل های اسپم گوگل نگاهی بیندازید و اگر چیزی به نظرتان آشنا آمد آن را از سایتتان حذف کنید. کارهایی که طبق قوانین اسپم گوگل نباید انجام دهید...

- پنهان کاری
- راه های دررو
- محتوای هک شده
- متن و لینک های مخفی
- استفاده افراطی از کلمات کلیدی
- لینک اسپم
- ترافیک ماشینی
- بدافزارها و رفتارهای مخرب
- عملکرد گمراه کننده
- محتوای ناقص
- تغییر مسیرهای پنهانی
- محتوای اسپم تولید شده به صورت خودکار
- صفحات وابسته ناکارآمد
- اسپم های ایجاد شده توسط کاربر.

به روزرسانی های اسپم جست و جوی گوگل و سایت شما - Google Search Central

<https://developers.google.com/search/updates/spam-updates>

سیاست های اسپم برای جست و جوی وب گوگل - Google Search Central

<https://developers.google.com/search/docs/essentials/spampolicies>

۱۵۴ تیترا آنچه باید در خصوص حذف تدریجی کوکی ها از گوگل بدانید موارد اول و دوم تغییر کرده است

- در اواسط سال ۲۰۲۲، گوگل از حذف تدریجی کوکی های خارجی در مرورگر گوگل کروم خبر داد و به صاحبان مشاغل و تبلیغ کنندگان و ناشران هشدار داد که کدهای رهگیری را در وبسایت های خود به روز کنند.

- در اواخر سال ۲۰۲۴، استفاده از این فایل ها با کمپین های تبلیغاتی تجزیه و تحلیل وب، به طور کامل در مرورگر گوگل کروم مسدود می شود.

۱۵۶ مورد ۱۰ اضافه شده است

۱۰. و مراقب سرعت بارگذاری باشید، کدهای رهگیری کارشان این است که زمان بارگذاری شما را کاهش دهند. اگر در حال حاضر، سرعت وبسایتتان بسیار کند است، ممکن است مجبور شوید نصب کدهای رهگیری جدید را تا زمانی که واقعاً مجبور نباشید، متوقف کنید.

۱۵۷ تغییر لینکها

Google Algorithm Change History

<https://moz.com/google-algorithm-change>

Google PageRank & Algorithm Updates

<https://www.seroundtable.com/category/google-updates>

Google Search Central Blog

<https://developers.google.com/search/blog>

List of Google Search Ranking Updates - Google Search

Central

<https://developers.google.com/search/updates/ranking>

۱۵۷ از شماره ۱ تا انتهای فصل به صورت زیر تغییر کرده است**ایجاد بهبودهایی برای جست و جو توسط گوگل**

گوگل به طور مداوم مهم ترین محصولش، یعنی جست و جو، را ارتقا می دهد و از جایگاه خود به عنوان مرتبط ترین موتور جست و جو محافظت می کند. بهبودها شامل فناوری بهتر برای فیلتر کردن صفحات اسپم و نیز فناوری بهتر برای درک سؤالات دشوار و بهبود نتایج جست و جو است. همچنین، گوگل هر ۳ تا ۴ ماه یک بار به روزرسانی های اصلی را منتشر می کند و پیش بینی می شود که این برنامه ریزی انتشار به این زودی ها تغییر نکند.

به روزرسانی هوش مصنوعی

در چند سال گذشته، هوش مصنوعی در مرکز تغییرات عمده گوگل بوده است. هوش مصنوعی به گوگل کمک کرده است که جست و جوها را تقریباً بهتر از انسان درک کند، وبسایت های اسپم را به صورت خودکار شناسایی کرده و نتایج جست و جو را بر اساس رفتار کاربران شخصی سازی کند. همه این تغییرات نشان دهنده روندی کلی است، گوگل از هوش مصنوعی برای بهبود نتایج جست و جو و تقویت مزیت رقابتی خود بهره می برد. اگر در حوزه بازاریابی فعالیت می کنید، توجه به روند کلی هوش مصنوعی مفید است.

بهبود حریم خصوصی

پس از سال‌ها جنجال بر سر حریم خصوصی که شرکت‌های فناوری را گرفتار کرده است، دولت‌ها را در سراسر جهان به فکر واداشته و منجر شده که آن‌ها قوانین جدیدی را برای محافظت از نحوه مدیریت داده‌های شخصی ما توسط این شرکت‌ها ارائه کنند. البته گوگل در تلاش است تا از این روند پیشی بگیرد. تغییرات پیش رو شامل حذف تدریجی کوکی‌های گوگل کروم در سال ۲۰۲۴، تغییرات حریم شخصی در دستگاه‌های تلفن همراه گوگل و امکان درخواست کاربران برای حذف اطلاعات شخصی از نتایج جست‌وجوست. این روند نوید پیروزی برای حریم شخصی کاربر را می‌دهد، اما به احتمال زیاد اثربخشی تبلیغات آنلاین را کاهش خواهد داد.

سود بردن گوگل از ماندن افراد در خانه

اکنون روند عجیبی در جهان در حال اجراست. جهان در حال تبدیل شدن به تمدنی از درون‌گراها و گوشه‌نشینان است که دوست دارند در خانه زندگی و کار کنند. چه بخواهید چه نخواهید، این روند واقعی است و گوگل می‌کوشد تا با بهبود خرید آنلاین و نحوه تعامل کاربران با مشاغل محلی، بخشی از این روند باشد.

این حوزه‌های احتمالی تمرکز گوگل را در ۱۲ ماه آینده، بر اساس روندهای فعلی و آنچه اهالی صنعت باور دارند باید روی آن تمرکز کنیم، شامل می‌شود.

من روان‌شناس نیستم و نمی‌توانم پیش‌گویی کنم. مواردی که گفتم فقط حدس‌های آموزشی هستند. صبر کنید و کل کسب‌وکار خود را بر اساس حدس و گمان تغییر ندهید. فقط این موارد را در گوشه ذهن داشته باشید تا در به‌روزرسانی گوگل، سرتان بی‌کلاه نماند.

بر بهبود کیفیت و اعتماد سایتتان تمرکز کنید، از خدمات تلفن همراه به‌خوبی پشتیبانی کنید، بک‌لینک‌های مرتبط را به دست آورید و رفتار کاربر را در سایت خود بهبود بخشید. اگر بر این زمینه‌ها تمرکز کنید، بعید است که با مشکلات بزرگی مواجه شوید و در عین حال می‌توانید عملکرد خود را ارتقا دهید.

سایت: barayandbooks.ir



ایمیل: info@barayandbooks.ir



اینستاگرام: [Barayandbooks](https://www.instagram.com/Barayandbooks)



تلگرام: [@barayandbook](https://www.t.me/barayandbook)



ffo.ir/seo2022+3