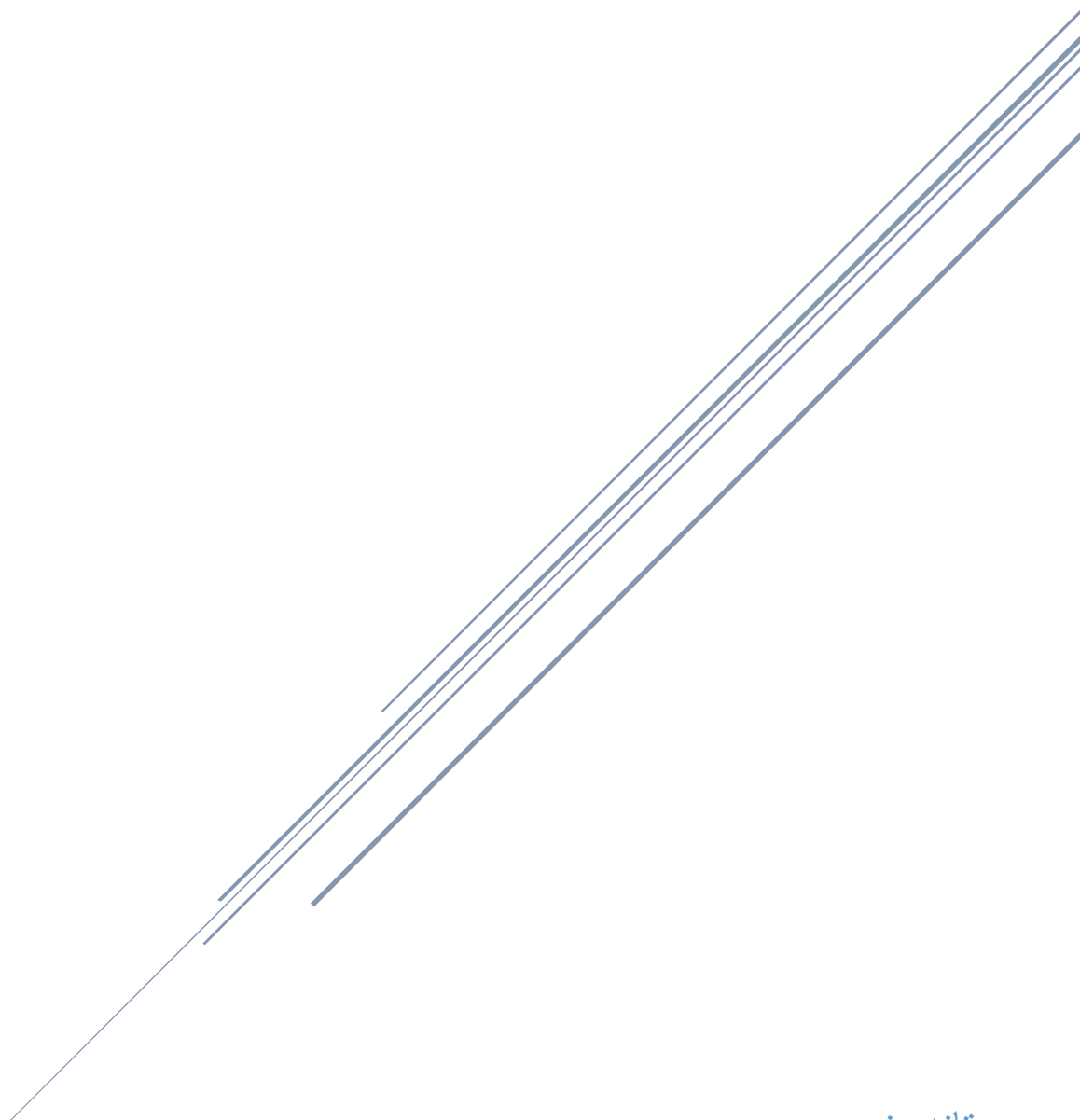


ده الگوریتم گوگل برای کسب رتبه ی یک از ده!



ده الگوریتم گوگل برای کسب رتبه ی یک از ده!

الگوریتم روشی گام به گام برای حل مسئله است و الگوریتمهای مختلف گوگل هم هریک به منظوری ارائه شده اند تا مسایل مختلفی که کاربران و سایتها در مسیر بهینه سازی با آن روبرو هستند را حل کنند.

بعضی از آنها ماهیت تنبیه یا جریمه دارند و برخی دیگر تنها برای آگاه ساختن سئوکاران و صاحبان سایت جهت بهبود روشها یا جلوگیری از روشهای غلط بکار می روند.

تعداد الگوریتمهای گوگل زیاد است و می توان گفت گوگل نمی گذارد آب خوش از گلوی افراد فعال در حوزه ی سئو پایین برود و مرتب تغییرات، آپدیت ها و الگوریتمهای مختلفی را ارائه می کند.

پس اگر در این حوزه فعال هستید، نه تنها باید با الگوریتمهای گوگل آشنا شوید، بلکه لازم است راههای رویارویی با آنها را هم یاد بگیرید.

از آنجایی که عادت دارم همه چیز را خلاصه کنم و از خواندن متنهای طولانی فراری هستم، تلاش کرده م خیلی ساده و خلاصه، الگوریتمهای گوگل را اینجا گرد آورم تا پس از چند دقیقه مطالعه یک دید کلی از آنها بدست آورید و اگر کافی نبود به بخش الگوریتمهای گوگل در سایت فرست آفن سر بزنید که کمی مفصل تر به آنها پرداخته است.

<https://firstoften.com/google-algorithms>

ده الگوریتمی که باید بشناسید

1. الگوریتم زمین شنی
2. الگوریتم پاندا
3. الگوریتم پنگوئن
4. الگوریتم مرغ مگس خوار
5. الگوریتم کبوتر
6. الگوریتم rank brain
7. الگوریتم رقص گوگل
8. الگوریتم تازگی محتوا
9. الگوریتم Mobile first
10. الگوریتم گورخر گوگل

1. الگوریتم سند باکس

بطور خلاصه الگوریتم سندباکس گوگل الگوریتمی است که شبیه فیلتر عمل می کند و سایت های جدید را از سایت های قدیمی تر تفکیک می کند.

شاید این کار گوگل به ذائقه ی سئو کاران زیاد خوش نیاید چرا که افزایش رتبه در این زمین خیلی کند پیش می رود، اما بعد از یکی دو ماهی که سایت نوپای شما در این زمین بازی فعالیت کرد، می تواند خودی نشان داده و از آن خارج شود و اگر پتانسیل کافی داشته باشد، راه پیشرفت را بی وقفه طی کند.

اگر بخواهیم به این روش گوگل خوشبینانه نگاه کنیم، الگوریتم زمین شنی را می توان زمین تمرینی برای ورود به دریای خروشان سئو دانست که ممکن است سایت شما اصلا وارد آن نشود، به طور ناگهانی در آن قرار بگیرد و نتایج را تحت تاثیر قرار دهد و یا خیلی کند وارد آن شود.

اگر ورودی های سایت شما بیشتر از کلمات غیر کلیدی سایتتان است، احتمالا در این زمین شنی گیر افتاده اید و باید با تولید محتوای با کیفیت و لینک سازی درست خودتان را به گوگل ثابت کنید تا اجازه دهد وارد بازی بزرگترها شوید.

2. الگوریتم پاندا

خیلی دور نیست زمانی که سایتها با کپی کردن محتوا و ارائه ی مقالات بی کیفیت و پر از کلمات کلیدی، صدر نشین گوگل بودند.

اما با شکایت کاربران از محتوای بی ارزش و به نتیجه نرسیدن جستجوها، گوگل الگوریتم پاندا را در سال 2011 ارائه کرد که کارش مبارزه با محتوای تکراری و بیهوده بود.

آشکارترین تغییر بعد از معرفی و توسعه الگوریتم پاندای گوگل، نابودی مزرعه های محتوا بود. فضایی که پر بود از مقالات بی ارزش، تکرار بیش از حد کلمات کلیدی و لینکهای مخرب که هیچ کمکی به حل مشکل کاربران نمی کرد.

پس برای دوستی با پاندا لازم بود سایتها بهتر عمل کرده و محتوای با کیفیت تولید کنند و در این میان اگر توسط پاندا جریمه شوند، رهایی از آن کار سختی است.

ساده ترین راه برای بهبود عملکرد سایت این است که محتوای بی ارزش و صفحات اضافی را با ابزار remove URL در سرچ کنسول حذف کرده و سراغ کپی کردن نروید.

3. الگوریتم پنگوئن

ظاهرا بعد از پاندا هم هنوز شکایت کاربران به جای خود بوده و گوگل ناچار شده در سال 2012 الگوریتم دیگری با نام پنگوئن ارائه دهد که کارش مبارزه با لینک سازی غیر طبیعی است.

تا پیش از پنگوئن، هر سایتی که لینک بیشتری داشت، بیشتر مورد توجه رباتهای گوگل قرار می گرفت، چه این لینکها مفید و معتبر بودند و چه مخرب و بی ارزش! اما پنگوئن که آمد سر و سامان ویژه ای به روشهای لینک سازی داد و در مقابل سئوی کلاه سیاه قد علم کرد.

به روز رسانی های مختلف پنگوئن سبب شد که مدیران وب سایتها دیگر نتوانند از روشهای زیر بهره ببرند:

- لینکهای اسپم
- در رفتن از دست گوگل در زبانهای مختلف غیر از انگلیسی
- در رفتن صفحات غیر اصلی و دسته بندی بندی ها از دست گوگل

در رفتن از دست پنگوئن آسان نیست. سایتهایی که با پشتوانه ی لینکهای مشکوک رتبه ای کسب کرده اند، بعد از جریمه توسط این الگوریتم نه تنها باید از خیر تمام آن لینکها بگذرند، بلکه باید دنبال لینکهای درست باشند تا لاقلا به جایگاهی نزدیک به جایگاه قبلی خود برگردند. البته این نکته را فراموش نکنید که پنگوئن یک جریمه نیست و بخشی از هسته ی اصلی الگوریتم گوگل است که باید با احترام با او رفتار کنید، چون نه تنها در سرنوشت سایت شما تاثیر زیادی دارد، بلکه در صورتی که از شما ناراحت شود، به شما اعلام نمی کند و شما را با غم از دست دادن جایگاه سایتتان تنها می گذارد.

4. الگوریتم مرغ مگس خوار

مرغ مگس خوار پرنده ای سریع و دقیق است و در الگوریتم گوگل، موجودی است به دنبال درک مفهوم عبارت جستجو شده توسط کاربر.

این الگوریتم یکی از مهم‌ترین الگوریتم‌های گوگل برای افزایش ارزش تکنیک‌های سئو کلاه سفید است و برای راضی نگه داشتن او لازم نیست کلمات کلیدی را تکرار کنید. او با سرعت و دقت فراوان، محتوای شما را بررسی کرده و تلاش می‌کند ارتباط معنایی بین کلمات برقرار کرده و نزدیک ترین نتایج را به کاربر معرفی کند.

در جایی خواندم که سئو یعنی، حس خوب جستجو و الگوریتم مرغ مگس خوار این حس را به خوبی منتقل می‌کند.

در واقع گوگل با استفاده از این الگوریتم حرف کاربر را دقیقتر می‌فهمد و تلاش می‌کند صفحات مرتبط را طوری به او نمایش دهد که نیازش برطرف شود.

همانطور که احتمالاً تصورش هم سخت است، درک ارتباط موضوعی بین صفحات کار پیچیده ای است و گوگل با استفاده از گراف دانش خود می‌تواند این ارتباط معنایی را عملی کند. این دانش هم از جایی نمی‌آید جز رفتار کاربران در گوگل و کلیک‌هایی که بر روی نتایج انجام می‌شود.

نکته کاربردی: اینجاست که اهمیت پیدا کردن سایت مرتبط با موضوع وب سایت ما برای لینک سازی خارجی مشخص می‌شود. چرا که ارتباط مفهومی بین دو سایت نقش مهمی در راضی کردن مرغ مگس خوار گوگل دارد.

البته راههای دیگری هم برای راضی نگه داشتن این پرنده ی دقیق وجود دارد که می‌توان به این موارد اشاره کرد:

- استفاده از کلمات کلیدی متنوع و عبارات توصیفی
- بهره گیری از سیستم نشانه گذاری استاندارد (Schema)
- تلاش برای نگه داشتن کاربر در سایت و بهبود تجربه ی کاربری
- متعادل سازی لینکها و دریافت لینک از سایتهای مرتبط

5. الگوریتم کبوتر

احتمالا گوگل با الهام از کبوتر نامه رسان، برای این الگوریتم خود نام انتخاب کرده است. کبوترهایی که بدون نیاز به نقشه راه خود را پیدا می کردند و در محدوده ی زندگی خود نامه ها را به دست صاحبانشان می رساندند.

گوگل هم برای اینکه مرتبط ترین نتایج را با توجه به مکان کاربر در اختیار او قرار دهد، الگوریتم کبوتر را معرفی کرد و از آن پس مفهوم Local SEO شکل گرفت.

سئوی محلی به کسب و کارهای محلی اجازه می دهد که محصول یا خدمت خود را به مشتریان محلی خود معرفی کنند.

مسلم است که این نوع جستجو مشتاقان زیادی داشته و به گزارش MOZ هم روز به روز در حال افزایش است. بنابراین در این مواقع گوگل اعتبار بیشتری به فاصله مکانی و سهولت دسترسی می دهد و گاهی این فاکتورها از اعتبار سایت و یا محتوای آن هم مهم تر می شوند.

پس برای اینکه کبوتر گوگل با شما دوست شود،

سایت خود را در نقشه گوگل ثبت کنید

سایت خود را در دایرکتوری های محلی ثبت کنید.

اطلاعات تماس خود را در همه ی صفحات سایت درج کنید.

از زبان نشانه گذاری اسکیمای بهره بگیرید.

6. الگوریتم Rank Brain

رنک‌برین هم به نوعی مشابه مرغ مگس خوار گوگل است. با این تفاوت که بجای توجه به خود عبارت کلیدی، وظیفه دارد با بهره گیری از هوش مصنوعی مفهوم مورد نظر کاربر را شناسایی کرده و بهترین و نزدیک ترین پاسخ را به او ارائه کند.

در واقع پس از معرفی این الگوریتم، مفهوم کلیدی جایگزین کلمه کلیدی شد. مفهومی که بیشترین شباهت را به عبارت جستجو شده توسط کاربر دارد.

این الگوریتم کلمات موجود در جستجو را بررسی کرده و معنای آنها را تفسیر می کند. سپس بر اساس پارامترهای مختلف مانند تاریخچه ی جستجوی او، علایق گذشته و حتی منطقه ی جغرافیایی اش، نتایج را در صفحات گوگل به نمایش در می آورد.

برای این الگوریتم پاسخ گویی به کاربر و رضایت او بسیار مهم است. همچنین بر روی عبارت های لینک شده چه در لینک ورودی و چه خروجی حساس است.

7. الگوریتم رقص گوگل

اگر آمادگی رویارویی با الگوریتمهای مختلف گوگل را داشته باشید، رقص گوگل برایتان بسیار هیجان انگیز خواهد بود.

درست مثل اینکه گوگل دست شما را می گیرد و از رتبه های پایین به جایگاه خوبی می آورد تا ببیند در این سن باشکوه چه می کنید!

اگر توانستید به ساز گوگل برقصید، رتبه ی جدید شما تثبیت یا تنها کمی کاهش پیدا می کند. ولی اگر رقص بلد نباشید، به جای قبلی یا حتی بدتر از آن پرت می شوید.

حواستان باشد که شانس همیشه در خانه ی شما را نمی زند. پس اگر رتبه های شما یکباره پیشرفت کرد، اول اینکه عجله نکنید و بخاطر ماندن رتبه ها در این جایگاه خود را به آب و آتش نزنید که مجبور شوید سر از روشهای سئوی کلاه سیاه در آورید. بلکه همیشه آماده ی این جشن باشکوه باشید، با توجه به فاکتورهایی مانند سرعت سایت، نمایش صحیح سایت در موبایل، رعایت استانداردهای نوشتاری، طراحی مناسب، پاسخگو بودن به کاربر و پرداختن به شبکه های اجتماعی.

اگر اصول سئوی کلاه سفید را به خوبی رعایت کنید، هیچ ترسی از الگوریتمها و روشهای گوناگون و جالب گوگل نخواهید داشت.

8. الگوریتم تازگی محتوا

دریافت اخبار دست اول، قیمت روز طلا یا خودرو، نتیجه مسابقات ورزشی یا مواردی از این دست زمانی برای کاربر ارزشمندند که به روز و تازه باشند. بنابراین به سادگی می توان استنباط کرد که تاریخ انتشار محتوا برای گوگل اهمیت ویژه ای دارد تا بتواند این دسته از کاربرانش را که بدنیاال مطالب تازه هستند را هم راضی نگه دارد.

اگر سایت شما مدعی ارائه ی مطالب روز و دست اول است، باید پذیرای مهمانانش باشد و زمان حضور کاربر در آن گواهی بر این ادعا باشد.

ضمن اینکه لینک سازی هدفمند و گرفتن لینک از سایتهایی هم که محتوای دست اول دارند، می تواند تاثیر خوبی روی نتایج بدست آمده از این الگوریتم داشته باشد.

اگر بتوانید در تولید محتوا پیش دستی کرده و دائم محتوای روز را تولید کنید، گوگل دوستیش را با شما به هم نمی زند، مگر اینکه بخواهید با روشهایی سر او کلاه بگذارید. مثلا روشهایی مانند حذف تاریخ انتشار از آن کارهای بی فایده است که نه تنها گوگل را عصبانی می کند بلکه مچ گیری آن برایش خیلی آسان است.

پس به فکر تولید مقاله ی تازه باشید و یا مقالات بدون تاریخ انقضای سایتتان را همیشه سبز نگه دارید (یعنی به آنها رسیدگی کرده و گاهی در محتوای آن تغییراتی ایجاد کنید و یا به آن لینک کنید).

9. الگوریتم Mobile First Index

همانطور که احتمالاً شما هم الان در حال خواندن این مقاله روی گوشی موبایلانتان هستید، موافقید که بیش از 60 درصد جستجوها در اینترنت از طریق موبایل انجام می‌شود. این رقم شاید حتی در بعضی حوزه‌ها به 85 درصد هم برسد. بنابراین شکی نیست که گوگل برای جلب رضایت کاربران الگوریتمی معرفی کرده باشد که تمرکز آن بر روی کاربران موبایلی و رضایت آنها باشد و این الگوریتم چیزی نیست جز الگوریتم Mobile First Index.

هدف گوگل از انتشار الگوریتم موبایل فرست این بود که کاربران موبایل بتوانند گشت و گذار لذت بخش تری در اینترنت داشته باشند. در واقع اولویت گوگل برای رتبه دهی به سایتها بر خلاف گذشته نسخه ی موبایل آنهاست نه دسکتاپ.

از آنجایی که نسخه های موبایل خود انواع مختلفی دارند، تمرکز روی هر کدام از آنها هم متفاوت است.

1. نسخه ی یکسان موبایل و دسکتاپ

گوگل مانند حالت قبل، یعنی از روی نسخه ی دسکتاپ به سایت امتیاز می دهد.

2. نسخه ی ریسپانسیو

باز هم از روی نسخه ی دسکتاپ امتیاز می گیرد، مگر اینکه بخشهایی در موبایل حذف شده یا تغییر کرده باشد که در نتیجه جایگاه آنها تغییر خواهد کرد.

3. آدرس مجزا برای نسخه ی موبایل و دسکتاپ

گوگل تنها محتوای موبایل را بررسی می کند و بطور کلی روی این مدل سایتها حساستر است.

4. داینامیک سروینگ

سایتهایی هستند که نه تنها آدرس آنها بلکه ساختار و محتوای آنها هم در نسخه ی موبایل و دسکتاپ متفاوت است و گوگل فقط نسخه ی موبایل را بطور مستقل بررسی می کند.

در این میان، یک سری از سایتها وجود دارند که در هیچ یک از گروههایی بالایی که برایتان گفتیم نیستند، به عنوان مثال اگر وارد سایتهایی نظیر بامیلو یا دیجیکالا شوید، با اینکه برای هر دو نسخه موبایل و دسکتاپ، یک آدرس در نظر گرفتند، اما وقتی از مرورگر موبایل خود وارد این سایتها می شوید، نه تنها نحوه نمایش بلکه کدهای HTML صفحه نیز تغییر می کند، به این روش Dynamic Serving گفته می شود.

راههایی برای کمک به درک بهتر گوگل از نسخه ی موبایل سایتها

1. یکسان بودن ساختار و محتوای نسخه ی موبایل و دسکتاپ
2. توجه به لینکهای مهم فوتر و سایدبار (خصوصا زمانی که در موبایل حذف می شوند)
3. طراحی ریسپانسیو (دارای اولویت نسبت به چهار روش بالا)

داشتن نسخه ی موبایل الزامی نیست ولی قطعاً وجودش طبق استانداردها، تاثیر مثبتی روی نتایج جستجو خواهد داشت.

10. الگوریتم گورخر گوگل

شاید این اسم کمی مضحک بنظر بیاید ولی انتخاب هوشمندانه ی گوگل برای الگوریتمهایش جالب است.

از آنجایی که بدن گورخر از راههای مشکی و سفید تشکیل شده، می تواند حشرات موذی را از دور و بر خود دفع کند. دقیقا مثل کاری که این الگوریتم انجام می دهد.

گورخر گوگل وبسایتهای فروشگاهی که موجب فریب مشتریان خود می شوند را شناسایی و گزارش کرده و آنها را جریمه می کند. این الگوریتم فروشندگان آنلاین را وادار می کند که اصول اساسی و قوانین تجارت الکترونیک را رعایت کرده و به این ترتیب اعتماد مشتریان خود را جلب کنند.