



راهنمای ابتدایی بهینه سازی موتورهای جستجوگر



انتشارات منظومه نگاران
مترجم: نعیمه اعتدال مهر

این نوشته در ابتدا برای تیم کاری داخل شرکت گوگل نوشته شده بود اما ما فکر کردیم که این مطلب برای همه ی وب مسترها می تواند کارآمد باشد تا بتوانند وب سایتهایشان را هم در جهت ارتباط با کاربران و هم در جهت ارتباط با موتورهای جستجوگر ارتقا دهند. با وجودی که این مطلب هیچ رازی را برملا نمی کند اما عمل به آن باعث می شود که به صورت خودکار سایت شما در فهرست اولین ها در موتور جستجوی گوگل قرار گیرد. چرا که عمل به این رهنمودها باعث می شود که برای موتورهای جستجوگر راحت تر باشد که محتوای شما را مرور، فهرست بندی و درک کند.

بهینه سازی برای موتورهای جستجوگر معمولاً شامل تغییرات کوچکی در وب سایت است که شاید این تغییرات به تنهایی، فقط توسعه ای سودمند بنظر برسند اما وقتی که با هم جمع می شوند تاثیر قابل توجهی در تجربه ی کاربر از سایت و همچنین میزان ورودی سایت از موتورهای جستجو خواهد داشت. احتمال می رود که شما با تمام مطالبی که در این راهنما آمده است آشنایی داشته باشید. چرا که این سرفصلها برای طراحی وب حیاتی هستند، اما شما حداکثر استفاده را از آنها نبرده اید.

هرچند که در این راهنما کلمه ی "موتور جستجوگر" بسیار تکرار شده است اما شما باید این نکته را در نظر داشته باشید که باید هدف بهینه سازی سایتتان را جایی قرار دهید که برای کاربران شما بهترین است. چرا که آنها اولین مصرف کنندگان محتوای شما هستند و از موتورهای جستجوگر استفاده می کنند تا شما را بیابند. تمرکز بیش از حد روی ترفندهای خاص جهت افزایش رتبه بندی شما در صفحات اول موتورهای جستجو ممکن است نتیجه ی دلخواه را برای شما به ارمغان نیاورد. بهینه سازی در جهت موتورهای جستجوگر یعنی قدم برداشتن در جهت دستیابی به مطلوب ترین نتایج وقتی که صحبت از کاربرانی است که از طریق موتورهای جستجو به سایت شما می رسند. اما توجه داشته باشید که مصرف کننده ی نهایی محتوای سایت شما کاربرانانتان هستند نه موتورهای جستجوگر. این یعنی برداشتن قدم هایی که در نهایت منجر به بهینه سازی در هر دو طرف شود.

ممکن است سایت شما کوچک تر یا بزرگتر از مثال های ما در این مطلب باشد یا اینکه محتوایی که ارائه می دهید بسیار متفاوت تر باشد، اما مطالبی که ما اینجا عنوان می کنیم در مورد همه ی سایتها با هر اندازه و محتوایی صدق می کند. امیدواریم که این راهنما سبب شود که شما به بهترین نتایج در جهت بهینه سازی و ارتقای سایت خود دست یابید.

فهرست:

- **مبانی بهینه سازی سایت**
 - 4 ایجاد عنوانی یکتا و صحیح برای صفحات
 - 6 استفاده از "description" meta tag
- **ارتقاء ساختار سایت**
 - 9 ارتقاء ساختار URL ها
 - 11 ساده سازی راهبری سایت و گردش کاربران در سایت
- **بهینه سازی محتوا**
 - 14 محتوای موجود در سایت را بهینه سازی کنید
 - 16 anchor text های بهتری ایجاد کنید
 - 17 استفاده از تصاویر را بهینه سازی کنید
 - 18 به تناسب از heading tag استفاده کنید
- **کنار آمدن با مرورکننده ها (Crawlers)**
 - 19 از robots.txt به صورت موثر استفاده نمایید
 - 19 مراقب لینک هایی که به "rel="nofollow" می خورند باشید
- **بهینه سازی برای کاربران موبایل**
 - 21 به نسخه ی موبایل سایت خود بپردازید
 - 23 کاربران موبایل را به دقت راهنمایی کنید
- **Promotions and Analysis**
 - 26 سعی کنید سایت خود را از راه صحیح آن ارتقاء دهید
 - 27 از گوگل وب مستر استفاده ی بهینه کنید

نکته: بهینه سازی تنها در جهت نتایج خودکاری است که موتورهای جستجو نمایش می دهند نه تبلیغات یا به

عنوان مثال Google AdWords

The screenshot shows a Google search for "baseball cards". The search results are divided into three main sections:

- Sponsored links (AdWords):** Includes "Baseball Cards" from deanscards.com and "Vintage Baseball Cards" from stores.shop.ebay.com.
- Organic Search:** Includes "TOPPS - Welcome to the home of topps!", "Baseball Card | Value Price Guide | Selling Cards Worth", and "Shopping results for baseball cards" with product listings like "1994 Upper Deck Baseball Cards Complete Set".
- News for baseball cards:** Includes "Even Bob Sheppard had trading card" and "Jordin Sparks, Stuart Scott in card set".

A red box highlights the organic search results, and a blue box highlights the sponsored links.

ایجاد عنوانی یکتا و صحیح برای صفحات

- برای نشان دادن عنوان صفحه از **title tag** استفاده کنید

title tag باعث می شود که هم کاربر و هم موتورهای جستجوگر بدانند که محتوای سایت چیست. **title tag** باید در میان **<head> tag** صفحه **HTML** قرار گیرد. بهترین حالت این است که شما یک عنوان یکتا برای صفحه ی خود اختصاص دهید.

- عنوان های صفحات شما چیزی هستند که در فهرست های نتایج جستجو در موتورهای جستجو نمایش داده می شوند

در صورتی که محتوایی که شما تولید نموده اید در فهرست موتورهای جستجو نمایش داده شود، اولین خطی که نمایش داده می شود عنوانی است که برای آن صفحه در نظر گرفته اید. در صورتی که با اجزای مختلف نتایج جستجو در موتور جستجو آشنا نیستید می توانید از این لینک ها کمک بگیرید.

[://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/11/anatomy-of-search-result.html](http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/11/anatomy-of-search-result.html)
و [://support.google.com/websearch/answer/35891](http://support.google.com/websearch/answer/35891)

همچنین کلماتی که کاربر جستجو کرده و در عنوان صفحه ی شما وجود دارد به صورت ضخیم (**bold**) نمایش داده خواهد شد. این به کاربران کمک می کند تا به سرعت متوجه شوند که آیا نتیجه جستجو متناسب با محتوای درخواستی شان هست یا نه.

عنوان صفحه اصلی یا همان خانه، باید محتوی نام سایت یا شغل شما باشد یا می توان محتوی بخش های دیگری از اطلاعات مهمی باشد که شما دوست دارید در اولین برخورد کاربر در مورد شما بداند.

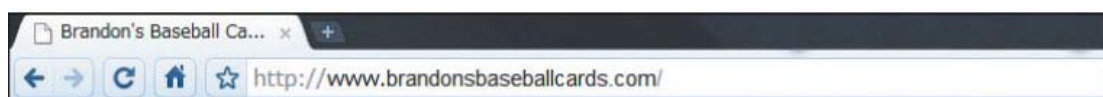
```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description=" content="Brandon's Baseball Cards provides a
large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer
daily baseball news and events in">
</head>
<body>
```

(1) The title of the homepage for our baseball card site, which lists the business name and three main focus areas.

خطی که در عکس اول آبی شده است، عنوانی است که شما در کد **HTML** خود در نظر گرفته اید. در عکس دوم عبارتی که کاربر در موتور جستجو تایپ نموده، و نحوه ای که در نتایج جستجو آدرس سایت نمایش داده می شود قابل مشاهده است.



اگر کاربر روی لینک مورد نظر کلیک کند آدرس سایت به شکل زیر در آدرس بار مرورگر نمایش داده می شود، همانطور که می بینید، عنوانی که شما در کدتان در نظر گرفته اید، روی مرورگر نیز قابل مشاهده است.



بهترین شیوه ها

عنوانی که انتخاب می کنید بهتر است که به دقت نمایانگر محتوای صفحه باشد:

- از انتخاب عنوان هایی که به محتوای صفحه بی ارتباط است پرهیزید
- از انتخاب عناوینی مانند "Untitled" و "New Page 1" پرهیز کنید.

برای هر یک از صفحات یک عنوان یکتا در نظر بگیرید، چرا که این به موتور جستجو کمک می کند که بدانند هر یک از صفحات شما تا چه حد از دیگر صفحات متمایز است.

- هرگز از یک عنوان تکراری برای همه ی صفحات و یا برای بخش اعظمی از آنها استفاده نکنید

حتما از یک عنوان خلاصه اما اثرگذار و قابل فهم استفاده کنید. عنوان می تواند درعین کوتاهی جامع و مفید هم باشد. در صورتی که از عنوان طولانی استفاده کنید گوگل تنها بخشی از آن را به نمایش در خواهد آورد.

- از استفاده از عناوین طولانی که برای کاربران مفید نیستند پرهیز کنید.
- کلمات کلیدی غیر ضروری را از عنوانتان حذف نمایید

استفاده از "description" meta tag

- می توانید برای هر صفحه یک خلاصه تعریف کنید

description meta tag به گوگل و سایر موتورهای جستجوگر می گوید که محتویات این صفحه در مورد چیست؟ درحالیکه عنوان صفحه باید شامل کلمات و اصطلاحات کمی باشد. توضیحات خلاصه ی صفحه یا همان tag description می تواند یک یا چند جمله و یا حتی یک پاراگراف باشد. می توانید در Google Webmaster Tool اطلاعات جامعی را در مورد tag description هم از نوع طولانی، هم از نوع کوتاه و همچنین، خلاصه هایی که یک مطلب چندین بار تکرار شده است دارد. tag description نیز مانند tag title در <head> نوشته می شود.

- مزایای تعریف خلاصه چیست؟

خلاصه بسیار پر اهمیت است زیرا ممکن است گوگل از آن برای شرح کوچکی که در زیر لینک صفحه ی شما در لیست نتایج جستجو می آید، استفاده کند، می گوییم شاید چون احتمال دارد، برای این منظور گاهی هم از خود متن صفحه که احتمالاً به کلمات کلیدی ای که مشتری جستجو کرده نزدیک تر است، استفاده کند. اگر سایت شما در **Open Directory Project** لیست شده باشد هم گوگل از خلاصه ی شما در آن استفاده خواهد کرد. در اینجا می توانید بیاموزید که چگونه می توانید از نمایش اطلاعاتتان در جلوگیری کنید. افزودن tag description همیشه مفید است چرا که اگر گوگل نتواند از درون متن Body شرح مناسبی را برای Snippet (شرح کوچکی که در زیر لینک صفحه ی شما در لیست نتایج جستجو می آید) استفاده کند این شرح خلاصه ی صفحه کارآمد خواهد شد.

اگر Snippet حاوی کلماتی که کاربر جستجو می کند، باشد، آن کلمات به صورت ضخیم به کاربر نمایش داده خواهد شد. این کار سبب می شود که مشتری در مورد اینکه لینک توصیه شده به مطلبی که دنبالش است، نزدیک است یا نه، دید بهتری داشته باشد.

در زیر نمونه ای از tag description و نحوه ی نمایش آن در گوگل آورده شده است.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a
large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer
daily baseball news and events in">
</head>
<body>
```

(1) The beginning of the description meta tag for our homepage, which gives a brief overview of the site's offerings.



The screenshot shows the Google search interface. The search bar contains the text "baseball cards". Below the search bar are two buttons: "Google Search" and "I'm Feeling Lucky". An arrow points down from the search bar to a search result snippet. The snippet title is "Brandon's **Baseball Cards** - Buy Cards, Baseball News, Card Prices". The snippet text reads: "Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...". Below the snippet text is a link: "www.brandonsbaseballcards.com/ - Cached - Similar".

(2) A user performs the query [baseball cards]. Our homepage appears as a result, with part of its description meta tag used as the snippet.



The screenshot shows the Google search interface. The search bar contains the text "rarest baseball card". Below the search bar are two buttons: "Google Search" and "I'm Feeling Lucky". An arrow points down from the search bar to a search result snippet. The snippet title is "Top Ten **Rarest Baseball Cards** - Brandon's **Baseball Cards**". The snippet text reads: "These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...". Below the snippet text is a link: "www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - Cached - Similar".

(3) A user performs the query [rarest baseball cards]. One of our deeper pages, with its unique description meta tag used as the snippet, appears as a result.

بهترین شیوه ها

با دقت محتوای صفحه را برای tag description خلاصه نمایید، تا در صورتی که به عنوان Snippet نمایش داده شد، هم به کاربران اطلاعات درستی ارائه دهد و هم آنان را جذب کند که روی لینک صفحه ی شما کلیک کنند.

- از نوشتن خلاصه ای که کاملاً به موضوع صفحه ی شما بی ارتباط است خودداری کنید.
- هرگز از خلاصه های عمومی و کلی ای مانند "This is a web page" و "Page about baseball card" استفاده نکنید.
- سعی نکنید که تنها کلمات کلیدی را پشت سر هم در tag description بیاورید.
- از کپی کردن بخشی از محتوای صفحه در tag description اجتناب کنید.

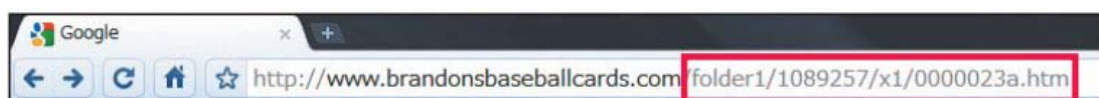
برای هر صفحه یک خلاصه ی یکتا در نظر بگیرید، البته واضح است که اگر تعداد صفحات شما بسیار زیاد باشد انجام این کار بصورت دستی، امکان پذیر نیست و منطقی این کار به صورت خودکار، بر اساس محتوای صفحه انجام خواهد شد

- از تکرار یک خلاصه برای تمام صفحات خودداری کنید.

ارتقاء ساختار URL ها

- انتخاب آدرس های قابل فهم، محتوای صفحه را بهتر منتقل می کند

ایجاد گروه بندی ها و فولدرهای توصیفی و مجزا برای بخش های مختلف سایت، نه تنها سبب می شود که سایت شما منظم تر باشد، بلکه باعث می شود که ربات های موتورهای جستجو هرچه بهتر سایت شما را مرور کرده و بروی برونند. همچنین این باعث می شود تا شما آدرس های قابل فهم تری برای کاربرانی که به سایتتان لینک میشوند، داشته باشید، این در حالی است هم آدرس های طولانی یا نامفهومی که پر از اعداد و کلمات نامفهوم هستند، گاهی کاربران را مرعوب هم می کند.



(1) A URL to a page on our baseball card site that a user might have a hard time with.

آدرس هایی مانند آدرس بالا، هم سردرگم کننده است و هم مدت بیشتری طول می کشد تا کاربران آن را بخوانند، به خاطر بسپارند و یا به آن لینک کنند. همچنین ممکن است کاربران تصور کنند که بخشی از آدرس غیرضروری است، بخصوص اگر آدرس حاوی تعداد زیادی علائم نا آشنا باشد.

ممکن است برخی کاربران از آدرس صفحات شما برای anchor text استفاده کنند، بنابراین اگر آدرس شما حاوی کلمات مرتبط باشد، هم موتورهای جستجو و هم کاربران راحتتر آن را درک می کنند تا زمانی که پر از کلمات نامفهوم و علائم عجیب و غریب باشد.

همچنین در صفحه ی نتایج جستجوی موتورهای جستجو آدرس نیز نمایش داده می شود و همانطور که اگر عنوان خلاصه ی صفحه ی شما حاوی کلماتی باشد که کاربر جستجو کرده، به صورت ضخیم Bold نمایش داده می شود، در مورد آدرس هم همینطور است. لذا اگر آدرس شما حاوی کلمات مرتبط باشد، در صورتی که این کلمات را کاربری جستجو کند در لیست نتایج جستجو، آن کلمات هم به صورت ضخیم Bold نمایش داده خواهد شد.

گوگل به راحتی همه نوع آدرس را می تواند بخواند و ارزیابی کند اما به هر حال زمانی که برای ارزیابی و آنالیز آدرس ها طول می کشد، در رتبه دهی موثر خواهد بود. همچنین برخی وب مسترها برای دستیابی به این منظور آدرس ها dynamic URLs را به آدرس های Static بازنویسی می کنند. هر چند که این برای گوگل بسیار خوب است اما باید این نکته را یادآوری کنیم که این روش بسیار پیچیده است که اگر به درستی اجرا نشود ممکن است که سایت شما را برای Crawling با مشکل روبرو کند.

برای اینکه اطلاعات بیشتری برای نوشتن آدرس های بهتر کسب کنید، این متن را نیز مطالعه نمایید:

[://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=76329](https://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=76329)

بهترین شیوه ها

سعی کنید از کلمات مرتبط با محتوای صفحه در آدرس استفاده نمایید. چرا که راحت تر به خاطر سپرده می شوند و کاربران بیشتر مایلند به آن لینک کنند.

- از ساختن آدرس های طولانی با کاراکترهای غیرضروری و session ID خودداری کنید
- از آدرس های عمومی استفاده نکنید مانند "page1.html"
- به شکل افراطی از کلید واژه ها در آدرس استفاده نکنید "baseball-cards-baseball-cards-" "baseballcards.htm"

بهرتر است فقط از یک نسخه آدرس برای دستیابی به یک صفحه استفاده کنید. برای جلوگیری از اینکه برخی به یک آدرس شما لینک کنند و برخی به آدرس دیگر آن صفحه، (که این باعث می شود که سابقه ی آن صفحه مخدوش گردد.) فقط از یک نسخه آدرس برای هر صفحه استفاده نمایید.

در صورتی که متوجه شدید به یک صفحه از دو آدرس لینک شده است از **canonical** استفاده کنید. برای آدرس ناخواسته نسبت به آدرس اول استفاده کنید. اگر نتوانستید از دستور redirect استفاده کنید می توانید از **canonical** استفاده نمایید.

- برای یک محتوا از دامنه اصلی و subdomains آدرس ندهید مانند:
"sub.domain.com/page.htm" و "domain.com/page.htm"
- به شکل غیرضروری از حروف بزرگ استفاده نکنید.

راهبری و گردش در سایت را برای کاربران ساده کنید

راهبری یا **navigation** بسیار برای موتورهای جستجو با اهمیت است. به علاوه این باعث می شود که کاربران به سادگی و سرعت محتوایی را که به دنبالش هستند پیدا کنند. همچنین این به موتورهای جستجو نشان می دهد که کدام محتوا برای وب مستر مهم تر است. هر چند که نتایج جستجو در گوگل بر اساس سطح صفحه دسته بندی می شود اما باز هم گوگل مایل است که یک تصویر کلی از نقش هر صفحه در نمای کلی سایت داشته باشد.

نقشه ی **navigation** سایت را بر اساس صفحه اول طرح ریزی کنید. همانطور که هر سایتی یک صفحه ی خانه دارد، معمولا اغلب کاربران گردش در سایت را از آن صفحه آغاز می کنند. بنابراین حتی اگر سایت شما تعداد صفحات زیادی ندارد، شما باید به این فکر کنید که چگونه یک کاربر وقتی از صفحه ی اول سایت شروع می کند به ترتیب بتواند به راحتی به محتواهای خاص تر دسترسی داشته باشد و بالعکس.

کاربر شما همیشه باید بداند که کجای سایت است و چگونه می تواند به سایر صفحات سایت دسترسی داشته باشد.

از دسته بندی درختی در صفحات استفاده کنید، مانند:

page -> related topic listing -> specific topic

یا اگر تعداد زیادی محصول دارید حتما از یک دسته بندی درست و قابل فهم استفاده کنید.

آدرس ها را طوری طراحی کنید که کاربران بتوانند با حذف بخشی از آدرس به صفحات دیگر سایت دسترسی داشته باشند.

همیشه این را در نظر بگیرید که اگر کاربر شما بخشی از آدرس را حذف نماید، چه اتفاقی خواهد افتاد. بعضی از کاربران مایلند به جای اینکه از **navigation** خود سایت استفاده کنند، با حذف انتهای آدرس یک صفحه به محتوایی کلی تر دسترسی داشته باشند. باید به این روش عجیب و غریب برخی کاربران از قبل فکر کنید. به عنوان مثال اگر کاربر در صفحه ای با آدرس زیر است:

<http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2010/upcoming-baseballcard-shows.htm>

اما می خواهد ممکن است بخشی از آدرس را به این شکل زیر حذف نماید با این فکر که به این روش مثلا به کل اخبار سال 2010 دسترسی داشته باشد.

<http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2010>

در چنین حالتی آیا سایت شما ("**404 page not found" error**") را نشان خواهد داد یا ترتیبی داده اید که مثلا در چنین حالتی کاربر به صفحه ای در مورد دسته بندی های کلی اخبار دسترسی داشته باشد.

حتما 2 نسخه نقشه سایت (**sitemap**) طراحی کنید، یکی برای کاربران و یکی برای موتورهای جستجوگر. معمولا نسخه ی (**lower-case**) یک نقشه ی ساده است که معمولا کاربران از آن در زمانی استفاده می کنند که در یافتن صفحات مشکلی داشته باشند. اما چون موتورهای جستجو، برای بهتر Crawl کردن سایت، (**sitemap**) را می خوانند، برای آنها باید نسخه **XML** یا همان (**Upper case**) را طراحی کنید. شما این فایل را از طریق **google webmaster** بارگذاری می نمایید تا گوگل راحت تر به تمامی صفحات شما دسترسی داشته باشد. در این بخش توضیحات کاملی هم در مورد نحوه ی ساختن نقشه ی سایت وجود دارد که می توانید در - مطالعه کنید.

Site map

Top:

- [News](#)
- [About this site](#)
- [Privacy policy](#)

Card category:

- [By team](#)
- [By players](#)
- [By year](#)
- [By price](#)

Special features:

- [Card exchange](#)
- [Bargain pack](#)
- [Holiday gifts](#)

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2009/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2010/</loc>
  </url>
</urlset>
```

تصویر بالا نمونه ای از نقشه ی سایت مخصوص کاربران و نمونه ی نقشه ی سایت XML است.

بهترین شیوه ها

هر چقدر می توانید، حرکت از یک محتوای عمومی به سمت محتوای خاص تر را در سایت ساده کنید. تا کاربران بتوانند به راحتی به موضوعی که می خواهند دسترسی داشته باشند.

- از ایجاد navigation های پیچیده و تو در تو و یا لینک کردن هر صفحه به یک صفحه ی دیگر خودداری نمایید
- از قطعه قطعه کردن یک متن یا محتوا به شکلی که کاربر باید 20 بار کلیک کند تا یک موضوع را به صورت کامل بخواند پرهیز نمایید.

برای طراحی navigation سعی کنید بیشتر کلمات و جملات را لینک کنید تا تصاویر، چرا که اولاً برای موتورهای جستجوگر راحت تر است تا سایت شما را Crawl کنند و همچنین برای دستگاه هایی که از Flash و JavaScript پشتیبانی نمی کنند هم روش امن تری به حساب می آید.

- اگر navigation سایت را تمام بر پایه ی تصویر، انیمیشن و drop-down menus طراحی کرده اید، اشتباه بزرگی مرتکب شده اید. البته برخی موتورهای جستجو گر می توانند این نوع navigation را درک کنند، اما اگر کاربران از طریق لینک های متنی به تمامی صفحات دسترسی داشته باشند. برای رتبه ی سایت شما بهتر است.

حتماً هر دونسخه ی HTML و XML نقشه ی سایت را طراحی نمایید.

- مراقب باشید با گذشت زمان، نقشه ی سایت شما تبدیل به یک نقشه ی سایت تاریخ گذشته با لینک های شکسته نگردد.
- از لیست کردن اسم صفحات بدون طبقه بندی آنها، به عنوان نقشه ی سایت HTML خودداری کنید.

یک صفحه ی مناسب برای صفحات با error 404 داشته باشید. چنانچه کاربران از طریق یک لینک شکسته یا آدرس اشتباه به چنین صفحه ای رسیدند، آنها را به صفحه ی مرتبط و یا جایی که قبلاً بودند بازگرداند. این کار به شکل اعجاب آوری **کارایی** سایت شما را افزایش خواهد داد. در صورتی که مایلید در مورد error 404 و صفحه ی مربوط به آن بیشتر بدانید، را مطالعه کنید.

اصولاً صفحات 404 باید لینکی برای بازگشت به صفحه ی اصلی سایت یا یک صفحه ی مرتبط دیگر داشته باشد. گوگل 404 را طرح ریزی کرده تا شما آن را در صفحه 404 جا داده و از امکانات فراوان آن استفاده کنید. برای مطالعه ی لیست آدرسی هایی که باعث خطای 404 میشوند، مطلب را بخوانید.

- هرگز اجازه ندهید که موتورهای جستجو صفحات 404 را در لیست صفحات سایت شما فهرست کنند. (در صورتی که موتورهای این صفحات را Crawl کنند این اتفاق خواهد افتاد) حتما مطمئن شوید که برای صفحاتی که وجود ندارند HTTP status code در نظر گرفته شده است.
- از گذاشتن پیام های مبهم در صفحات 404 خودداری کنید. مانند "Not found"
- طراحی صفحات 404 باید مبتنی بر سایر صفحات سایت شما باشد.

محتوای موجود در سایت را بهینه سازی کنید

سایتهای جذاب و کارآمد به نام خود شناخته می شوند. در نظر داشته باشید که هرچه محتوایی که در سایت تولید می کنید، کارآمدتر و بهتر باشد بیشتر از تمام راه حل های این مطلب به بهینه سازی آن کمک خواهد کرد. کاربران مطلب خوب را می شناسند و به محض اینکه به آن برخورد کنند کاربران دیگر را از طرق مختلف مانند شبکه های اجتماعی، وبلاگ ها، ایمیل و... به سمت سایت شما هدایت خواهند کرد. این کار سابقه ی مفیدی برای سایت شما خواهد ساخت، چه از لحاظ تبلیغات دهان به دهان بین کاربران چه از لحاظ داشتن کاربران عضو.

از کاربرانان پیشی بگیرید و مطالب منحصر به فرد تولید کنید. باید هنگام تولید محتوا به کاربرانان فکر کنید، اینکه کاربر برای رسیدن به مطلب شما از جستجوی چه کلیدواژه هایی استفاده خواهد کرد. مثلا کاربری که بر موضوع تخصص دارد از کلیدواژه های متفاوتی نسبت به کسی که در موضوع مبتدی است، استفاده خواهد کرد. اگر این ها را بدانید می توانید به صورت هوشمندتری از کلیدواژه ها به صورت تنوعی از کلیدواژه های مختلف با یک معنی واحد استفاده نمایید.

برای این منظور از گوگل وب مستر هم می توانید کمک بگیرید برای اینکه بدانید کدام کلید واژه ها کاربر بیشتری را به سمت سایت شما روانه کرده اند.

تولید محتوا و مطالب یکتا و جذابی که سایتهای دیگر به آن نپرداخته اند نیز به دستیابی به این هدف بسیار کمک خواهد کرد.

مطالب را به شکلی بنویسید که خواندن و دنبال کردن آن راحت باشد

- نوشتن مطالب بی دقت و پر از غلط‌های دیکته‌ای و گرامری بسیار پر خطر است.
- هرگز متن را به صورت عکس در سایت قرار ندهید. اولاً موتورهای جستجو نمی‌توانند آن را بخوانند و دوماً کاربران نمی‌توانند آنها را کپی کنند.

به عنوان مطلب دقت کنید و متون را بر اساس عناوین آن مرتب‌سازی کنید تا کاربران به راحتی بتوانند بفهمند مطلب کجا آغاز شده و کجا به پایان خواهد رسید. در هر جا که لازم است مطالب را از هم جدا کنید و به صورت قسمت‌های مجزا اما مرتبط درآوردید.

- جا دادن یک مطلب طولانی بدون پاراگراف بندی، عنوان، تیترو سوتیتر در یک صفحه بسیار اشتباه است.

مطالب جدید در سایت قرار دهید، چرا که هم کاربران را به سایت شما برمی‌گرداند و هم کاربر جدید به سمت سایت شما خواهد آورد.

- از تکرار مکررات و یا کپی کردن مطلب جدا بپرهیزید.
- یک متن ثابت را در صفحات مختلف سایت تکرار نکنید.

محتوای سایت را برای کاربران تهیه و تولید کنید نه برای موتورهای جستجو. چرا که نتیجه‌ی بهتر زمانی به دست می‌آید که محتوا را بر اساس نیاز کاربران با توجه به استانداردهای موتورهای جستجو تولید نمایید.

- تکرار بی‌شمار کلیدواژه‌ها در صفحات برای اینکه مورد توجه موتورهای جستجو قرار گیرد. هم برای کاربران آن‌آزاردهنده است و هم برای موتورهای جستجو بی‌معنی است
- هرگز با پنهان کردن یک متن از کاربر و نمایش آن به موتور جستجو، فریبکاری نکنید.

anchor text های بهتری ایجاد کنید

استفاده از **anchor text** مناسب سبب می شود که مطلب متن شما سریع تر و راحت تر به کاربر منتقل شود. **Anchor text** همان کلمه یا جمله ی قابل کلیک شدنی است که به کاربر می گوید، صفحه ای که به آن لینک می شود در مورد چیست. در هر دو مورد لینک های داخلی و لینک های خروجی سایت هر چقدر **Anchor text** بهتری انتخاب کنید، برای کاربر و موتورهای جستجوگر گشتن در سایت شما راحت تر خواهد بود.

بهترین شیوه ها

برای **anchor text** از متن مشروح و توصیفی استفاده کنید، تا حداقل کاربر بداند مطلبی که به آن لینک می شود در چه مورد خواهد بود.

- از نوشتن جملات عمومی و رایجی مانند: اینجا کلیک کنید، صفحه، مقاله و ... خودداری نمایید
- از لینک کردن نوشته هایی که به محتوای صفحه مربوط نیست پرهیز نمایید
- لینک نمودن آدرس صفحه هم به همان صفحه کار مناسبی نیست

بهتر است متنی که برای **anchor text** انتخاب می کنید خلاصه اما رسا و بامفهوم باشد.

- لینک کردن یک جمله یا یک پاراگراف کار خطرناکی است.

anchor text ها را جایی در فرمت صفحه قرار دهید که مشاهده ی آن برای کاربر راحت باشد. چون اگر کاربران لینک های صفحه را نبینند یا به صورت شانسی یا اتفاقی روی آن کلیک کنند، از ارزش صفحه ی شما می کاهد.

- با استفاده از **CSS** و **text styling** لینک هایتان را شبیه نوشته های معمولی نکنید

معمولا همه به ساختار بهتر برای **anchor text** هایی که به خارج از سایت لینک می شوند فکر می کنند اما بهتر است به لینک های داخلی هم فکر کنید چرا که این نوع لینک ها باعث می شود هم کاربران هم موتورهای جستجو سایت شما را بهتر بگردند.

- از استفاده ی بیش از حد لینک های که کلیدواژه ای که فقط موتورهای جستجوگر را هدف گرفته خودداری کنید
- لینک های بی مصرف و غیرضروری را حذف نمایید

استفاده از تصاویر را بهینه سازی کنید

با استفاده از "attribute" alt" اطلاعاتی را به تصاویرتان اضافه نمایید. تصاویر جزء مهمی از سایت شما هستند، اما بهتر است که طریقه ی استفاده از آنها را بهینه سازی نمایید. هر تصویر باید یک نام (file name) متمایز و یک "alt" attribute داشته باشد. که دومی به شما این امکان را می دهد که یک توضیح جایگزین هم برای تصویرتان داشته باشید. توجه داشته باشید که اگر کاربر شما از مرورگر یا Devise استفاده کند که امکان نمایش تصویر را نداشته باشد این توضیح جایگزین نمایش داده می شود، و به کاربر می گوید تصویر در مورد چه بوده است. همچنین اگر تصویر را لینک نمایید alt text به راحتی جایگزین anchor text می گردد. این نکته ها را هم در نظر بگیرید که لینک کردن بیش از حد تصاویر اصلا به نفع شما نیست. رعایت کردن نکات بالا برای شما این امکان را فراهم می کند که موتورهای جستجوی عکس به راحتی متوجه شوند که هر عکس سایت شما در چه موردی است.

حتما فایل های عکس را در دایرکتوری های منظم و دسته بندی شده نگهداری کنید. و جدا از پراکندن فایل های تصویر در فولدرهای مختلف پرهیز نمایید. این کار باعث می شود تا ادرس عکس هایتان نیز مرتب و قابل فهم باشد. از پسوند های رایج برای تصویر استفاده کنید که تمام مرورگرها از آن پشتیبانی می کنند. مانند JPEG و GIF و BMP و PNG.

بهترین شیوه ها

- اسم فایل هایتان را به شکل اسم های عمومی و رایج انتخاب نکنید. اسامی مانند: "image1.jpg", "pic.gif", "1.jpg" اصلا خوب نیستند.
- اسم فایل ها نباید طولانی باشند
- alt text را با کلید واژه ها انباشته نکنید و جمله در آن کپی نکنید

وقتی که عکسی را لینک می کنید حتما از alt text استفاده کنید، دقیقا همان شکلی که برای anchor text متنی را به دقت انتخاب می کنید

همچنین حتما از یک نقشه برای تصاویرتان در سایت استفاده کنید. Image Sitemap به ربات های گوگل اطلاعات درستی از عکس های سایت شما خواهد داد. ساختار آن هم مانند نقشه سایت XML است.

به تناسب از <h> tag استفاده نمایید

برای مطالبی که مهم هستند از `<h1>` استفاده کنید این `tag` از `<h1>` که قوی ترین آن تا `<h6>` که ضعیف ترین آن است شش سایز مختلف را پشتیبانی می کنند و باعث می شود که مطالب مهمی که در محتوای خود می نویسید از متن اصلی متمایز شود. این کار باعث می شود تا به کاربران نشان دهید که مطلب داخل این `tag` مطلبی است که یا از لحاظ اهمیت نسبت به باقی متن بالاتر است و یا چکیده یا معرفی بر متن زیر آن می باشد.

بهترین شیوه ها

تصور کنید برای مطلبتان یک تیتر می نویسید. درست همانطور که برای یک مطلب طولانی یک تیتر و یک سوتیتر انتخاب می کنید سعی کنید راجع به مطلب خودتان هم خطوطی را به عنوان تیتر و سوتیتر انتخاب کنید و برای آنها از `tag <h1>` استفاده کنید.

- از ایجاد تیترهای بی ارتباط به موضوع اصلی متن خودداری کنید
- در جایی که `tag ` یا `tag ` انتخاب های بهتری هستند با آنها از `<h1>` استفاده نکنید
- به شکل نامنظم از سایزهای مختلف `<h1>` به صورت پشت سرهم استفاده نکنید

در استفاده از این `tag` زیاده روی نکنید چرا که استفاده ی بیش از حد از آن باعث می شوند که کاربران در خواندن متن دچار مشکل شوند.

- تمام متن را در `<h1>` کپی نکنید
- استفاده از این `tag` تنها برای زیبایی نیست بلکه باید با استفاده از آن متن را ساختار بندی کنید

از robots.txt به صورت موثر استفاده نمایید

شما می توانید از crawl شدن سایت در مواقعی که نیازی به آن نیست جلوگیری نمایید. فایل robots.txt یک فایل است که در root سایت قرار می گیرد و به موتورهای جستجوگر می گوید که آیا می توانند به سایت شما دسترسی داشته و آن را Crawl کنند یا نه.

ممکن است شما در سایتتان صفحاتی داشته باشید که نخواهید در موتورهای جستجو معرفی شوند، مثلاً به این دلیل که محتوای مفیدی در آن نیست و اگر در موتورهای جستجو معرفی شوند به درد کاربرانان نمی خورند.

توجه داشته باشید اگر برای سایت خود subdomain هم تعریف کرده اید برای هرکدام از آنها باید یک robots.txt تخصیص دهید. برای مطالعه بیشتر در مورد این مطلب حتماً بخش [robots.txt files](#) مطالعه نمایید.

برای مطالبی که از حساسیت خاصی برخوردارند از robots.txt استفاده نکنید و روشهای امن تری را برای این منظور در نظر بگیرید. چرا که با این کار موتورهای جستجو هنوز می تواند URL صفحه را فهرست کنند اما هیچ محتوایی از آن در فهرست خود نمایش نمی دهند. از طرف دیگر ممکن است از جای دیگری به آدرس صفحه ی شما لینک شده باشد مانند **referrer logs**.

از طرفی هم ممکن است برخی موتورهای جستجوگر از استاندارد robots.txt پیروی نکنند. نکته ی دیگر اینکه ممکن است یک کاربر کنجکاو پیدا شود که بر اساس اسم دایرکتوری ها آدرس های مختلفی را امتحان کند و به محتوایی که شما نمی خواهید را پیدا کند. برای پنهان کردن بخشی از محتوا از رمز گذاری یا پسورد که روش های امن تری هستند استفاده کنید.

- اجازه ندهید آدرس هایی که در نتیجه proxy services به وجود آمده اند Crawl شود.

نسبت به "rel='nofollow'" آگاه باشید

این Tag به موتور جستجو می گوید که آدرس لینک شده ارزش پیگیری ندارد و آن را در سابقه ی سایت هم ثبت نکند.

این کار در صورتی مفید است که شما سایتی داشته باشید که کاربران به راحتی بتوانند در آن کامنت یا مطالب عمومی بگذارند، برای جلوگیری از سواستفاده های لینکی می توانید در مورد لینک های احتمالی که کاربران ممکن است ایجاد کنند از این tag استفاده کنید. همچنین این کار باعث می شود در اثر تعدد لینک ایجاد شده توسط کاربران در صفحات سایت شما به **Spam** بودن شبیه نشود.

به طور کلی می توانید در تمام صفحاتی که کاربران آزادند در آنها مطلب تایپ کنند و احتمال آن می رود که لینک هم اضافه کنند می توانید از این روش استفاده کنید

مصرف دیگر این روش زمانی است که شما مطلبی را می نویسید و می خواهید از منبع نام ببرید بدون اینکه به آن لینک نمایش دهید، یا در مطلبتان به هر دلیلی می خواهید سایتی را مثال بزنید اما نمی خواهید به آن لینک بدهید و این لینک در سابقه ی شما ثبت شود. این بهترین نوع استفاده از `nofollow` است. در ضمن اگر می خواهید کل لینک های یک صفحه را به صورت `nofollow` در آورید بهتر است آن را در `robots meta tag` جا دهید.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a
large selection of vintage and modern baseball cards for sale. We also offer
daily baseball news and events in">
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
```

(4) This nofollows all of the links on a page.

به نسخه ی موبایل سایت خود پردازید

امروزه جهان به سمت مبتنی شدن به موبایل می رود، با رشد روزافزونی که مصرف موبایل در ابعاد مختلف زندگی ما دارد باید حتما به نسخه موبایل وب سایت های خود بیاندیشیم. امروزه بسیاری از کاربران از جستجوی مخصوص موبایل گوگل استفاده می کنند. بنابراین حتما باید این نسخه را برای گوگل پیکربندی کنید.

نسخه های مخصوص موبایل نه تنها از لحاظ فرمت با نسخه های مخصوص desktop متفاوت هستند بلکه به مدیریت و تخصص متفاوتی هم نیاز دارند. در نتیجه طراحی نسخه های موبایل چون به این منظور طراحی می شوند که دسترسی به آنها از طریق موبایل راحت باشد، به دسترسی موتورهای جستجو به آنها زیاد فکر نشده است. در اینجا ما تعدادی نکات را آورده ایم که به **Crawl** شدن و فهرست شدن نسخه های موبایل در موتورهای جستجو کمک شایانی می کند.

اگر سایتتان حتی با استفاده از **operator** : بازهم در لیست جستجوی گوگل موبایل نمایش داده نمی شود ممکن است ایراد یکی یا هر دو از دو مورد زیر باشد:

1. ممکن است **Googlebot** نتوانسته است که سایت شما را ببیند. به این دلیل که از وجود نسخه ی موبایل شما آگاه نیست حتما یک **Mobile Sitemap** برای سایت خود طراحی کنید که استاندارد آن هم مشابه سایر نقشه های سایت است و آن را به بخش وب مستر گوگل **submit** کنید تا از وجود نسخه ی موبایل آگاه شود.
2. همچنین ممکن است **Googlebot** به سایت شما دسترسی نداشته باشد چرا که شما دسترسی هر **device** غیر از موبایل را به سایت موبایل خود بسته باشید. **Crawler** نسخه های موبایل **"Googlebot-Mobile"** می باشد. پس حتما آن را به لیست دسترسی ها اضافه کنید و حتما این کار را در **Useragent header** انجام دهید برای اینکه مطمئن شوید که گوگل تنظیمات را تغییر نداده می توانید از **DNS lookup** هم استفاده نمایید.

اولین تصویر زیر مربوط به همین دو نکته می باشد.

```
SetEnvIf User-Agent "Googlebot-Mobile" allow_ua
```

```
SetEnvIf User-Agent "Android" allow_ua
```

```
SetEnvIf User-Agent "BlackBerry" allow_ua
```

```
SetEnvIf User-Agent "iPhone" allow_ua
```

```
SetEnvIf User-Agent "NetFront" allow_ua
```

```
SetEnvIf User-Agent "Symbian OS" allow_ua
```

```
SetEnvIf User-Agent "Windows Phone" allow_ua
```

```
Order deny,allow
```

```
deny from all
```

```
allow from env=allow_ua
```

(2) An example of a mobile site restricting any access from non-mobile devices. Please remember to allow access from user agents including "Googlebot-Mobile".

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//WAPFOLUM//DTD XHTML Mobile 1.0//EN"
```

```
"http://www.wapfolum.org/DTD/xhtml-mobile10.dtd">
```

```
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
```

```
<head>
```

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="application/xhtml+xml;  
charset=Shift_JIS" />
```

(3) An example of DTD for mobile devices.

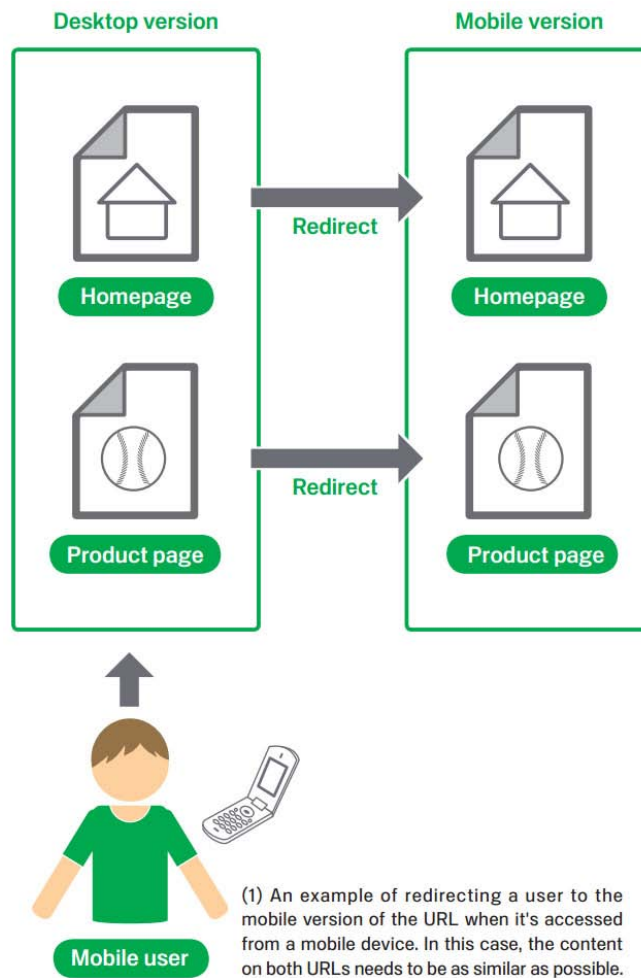
وقتی سایت crawl می شود، اول آدرس ها یک به یک چک شده و سپس از این لحاظ بررسی می شود که آیا آنها با موبایل قابل دسترسی هستند یا نه! و صفحاتی که قابل دسترسی از طریق دستگاه های موبایل نیستند در لیست جستجو لحاظ نخواهند شد. این تصمیم به دلیل وجود فاکتورهای متفاوتی است که یکی از آنها می تواند DTD (Doc Type Definition) باشد. مطمئن شوید که DTD آدرس های نسخه موبایل در فرمت مناسبی مانند Compact HTML یا XHTML Mobile باشد. اگر فرمت سازگاری باشد، در فهرست لیست خواهد شد.

کاربران موبایل را به دقت راهنمایی کنید

مشکل دیگری که اغلب وب مسترهایی که هر دو نسخه ی موبایل و desktop را راه اندازی کرده اند، با آن مواجه هستند، نشان دادن نسخه موبایل به کاربران desktop و بالعکس است. برای مبارزه با این مشکل دو راه سازنده را به شما پیشنهاد می کنیم.

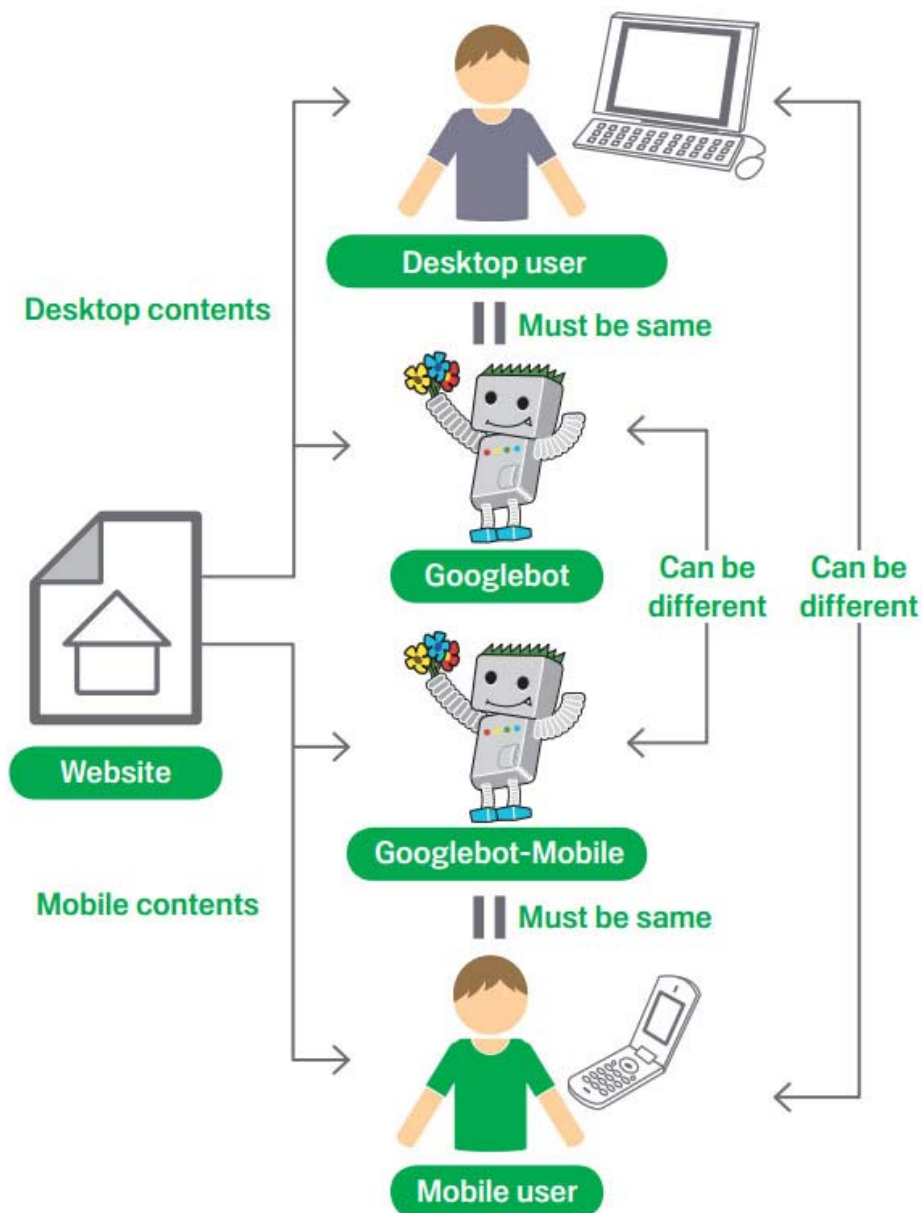
اول وقتی که یک کاربر موبایل یا Googlebot-Mobile به نسخه ی Desktop صفحه ای دسترسی پیدا می کند شما باید آن را به صفحه ی مشابه در نسخه مربوطه **redirect** نمایید. و حتما مطمئن شوید که محتوای هر دو صفحه تا بالاترین حد امکان مشابه یکدیگر است. به عنوان مثال اگر سایت شما یک فروشگاه است و یک کاربر با موبایل خود به آدرس صفحه ی نسخه Desktop یک محصول دسترسی پیدا کرده شما باید او را به صفحه ی همان محصول در نسخه ی موبایل **redirect** کنید نه خانه یا صفحه ی اصلی سایت یا ... چون دیده شده که برخی سایتها از این روش برای بالابردن رنکینگ خود استفاده می کنند که خطای بسیار بزرگی است و فقط تجربه ی کاربر را از **navigation** سایت شما خراب می کند.

اما در مورد زمانی که کاربران Desktop به نسخه ی موبایل دسترسی پیدا می کنند نیازی آنها را **redirect** کنید. به جای آن یک لینک کوچک برای تغییر صفحه به نسخه ی desktop در آن قرار دهید. این کار منفعت دیگری هم دارد و آن اینکه اگر کاربری که با موبایل مشغول مشاهده ی نسخه ی موبایل است بخواهد از امکانات بیشتری که معمولا در نسخه ی desktop هست استفاده کند می تواند با یک کلیک خودش این کار را انجام دهد.



توجه داشته باشید که اگر نتوانید این پیکره بندی را درست انجام دهید ممکن است سایت شما به cloaking متهم شود (cloaking یعنی نشان دادن دیتای متفاوت به کاربر و ربات های گوگل) و این باعث می شود که از لیست های موتورهای جستجو حذف شوید.

برای اینکه بتوانید این کار را به درستی انجام دهید لازم است به این نکته توجه کنید که محتوای نسخه desktop را googlebot می خواند و محتوای نسخه ی موبایل را googlebot-mobile بنابراین توجه داشته باشید که باید اطلاعاتی که Googlebot می خواند با چیزی که کاربر desktop می خواند یکی باشد و از طرف دیگر اطلاعاتی که Googlebot-Mobile می خواند با محتوایی که نسخه ی موبایل در مرورگر مشاهده می شود یکی باشد. در ضمن نیازی نیست که محتوای نسخه موبایل و نسخه desktop یکی باشد.



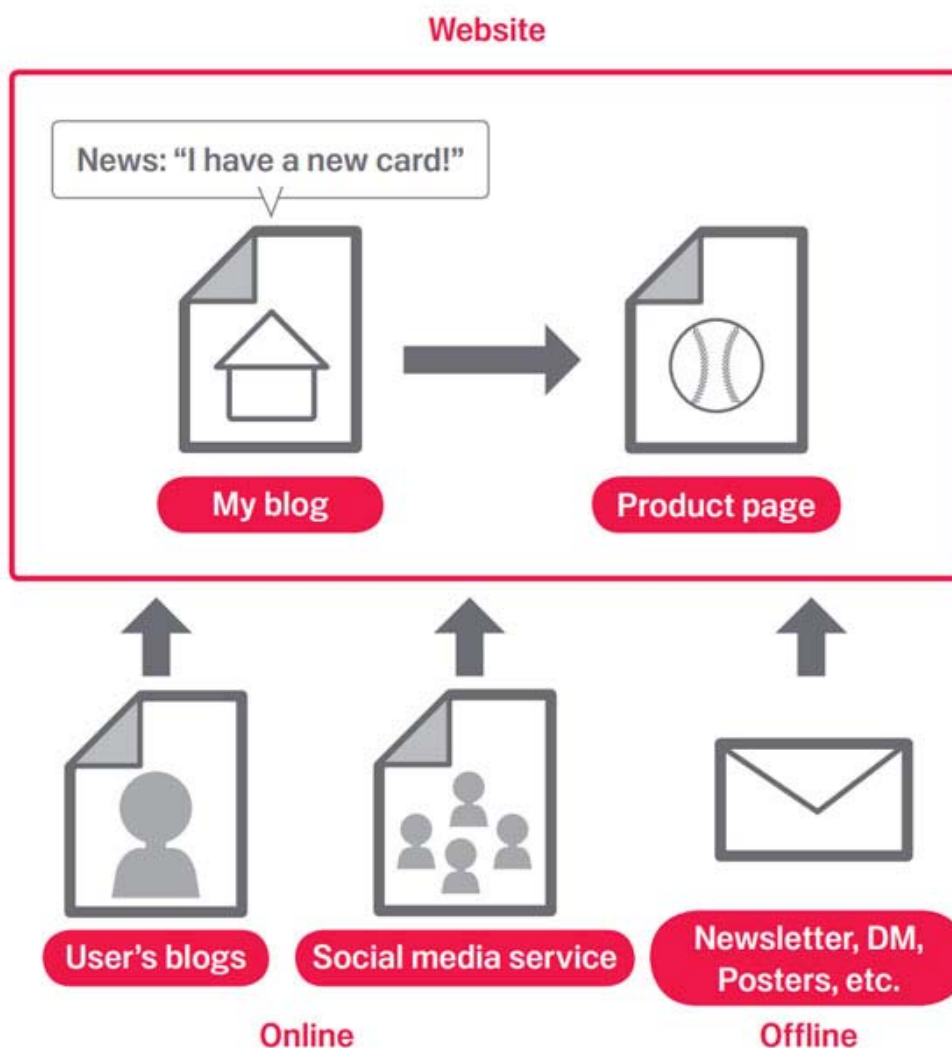
(2) Example of changing the format of a page based on the User-agent. In this case, the desktop user is supposed to see what Googlebot sees and the mobile user is supposed to see what Googlebot-mobile sees.

یکی از مواردی که ممکن است شما را ناخواسته به cloaking متهم کند این است که وقتی یک کاربر Desktop به نسخه موبایل دسترسی پیدا کند به او می گوید لطفاً از طریق موبایل سایت را مشاهده کنید اما به هر دو robot های گوگل نسخه ی موبایل را نمایش می دهد و در این حالت googlebot هم نسخه ی موبایل را crawl می کند.

سعی کنید سایت خود را از راه صحیح آن ارتقاء دهید

Backlink ها اعتبار و ارزش سایت شما را افزایش می دهند. کاربرانی که محتوای شما را خوانده اند و آن را مفید یافته اند به آن لینک می دهند و هرچه تعداد این لینک ها به سایت شما بیشتر باشد، اعتبار سایت شما را نشان می دهد. از آنجایی که **backlink** رفته رفته بوجود می آید، باید برای محتوای جدیدی که در سایتتان ایجاد می کنید تبلیغات موثری داشته باشید تا کاربرانی که نسبت به موضوع شما مشتاق هستند سریع تر به آن دسترسی داشته باشند و از این طریق این روند را سریعتر نمایید.

ایجاد یک وبلاگ در سایتتان بسیار مفید است چون یک پست جدید در وبلاگتان دقیقاً به کاربران می گوید که چه محتوای جدیدی ایجاد شده. به تبلیغات آن لاین برای سایت خود فکر کنید. برای مشتریان ایمیل های خبری بفرستید و در تبلیغات کاغذی خود حتماً آدرس سایت خود را ذکر نمایید.



(1) Promoting your site and having quality links could lead to increasing your site's reputation.

سعی کنید با سایت هایی که مطالبی مشابه مطالب شما دارند مراد داشته باشید و بتوانید با آنها تبادل لینک کنید. ولی هرگز لینک صفحات خود را جایی spam نکنید و یا backlink خریداری نکنید.

از گوگل وب مستر استفاده ی بهینه کنید

استفاده ی بهینه از گوگل وب مستر باعث می شود سایت شما بهتر crawl شود و بهتر توسط موتورهای جستجو دیده شود. این خدمات گوگل باعث نمی شود که سایت شما از لحاظ فنی بهتر شود اما نقاط ضعف سایت را به شما نشان می دهد تا آنها را برطرف کنید. و همچنین به شما کمک می کند بفهمید که گوگل چگونه با سایت شما تعامل می کند.

نکات زیر مواردی هستند که می توانید از وب مستر استفاده کنید:

- چک کنید که کدام بخش های سایت را Googlebot نتوانسته crawl کند
- XML Sitemap را به این بخش اضافه کنید
- فایل های robots.txt را ارزیابی و تولید کنید.
- آدرس هایی را که یکبار Crawl شده اند را از لیست حذف کنید
- دامنه ی ارجح خود را مشخص کنید
- مشکلات title و description meta tags را شناسایی کنید
- برترین کانال هایی که کاربران را به سایتتان می آورد شناسایی کنید
- ببینید که Googlebot چگونه سایت شما را می بیند
- صفحاتی را که مایل نیستید در نتایج جستجوی گوگل نمایش داده شود، حذف کنید.
- می توانید کیفیت سایتتان را چک کنید

آنالیز پیشرفته ی سایت نیز از طریق Google Analytics امکانپذیر می شود. اگر از لحاظ فنی سایتتان را بازبینی کرده اید a Google Analytics به شما این امکان را می دهد که به شکل کاملا پیشرفته بدانید که کاربرانان چگونه و از چه طریقی به سایت شما می رسند و اصلا جامعه ی کاربران خود را بهتر بشناسید. همچنین این امکان را خواهید داشت که رفتار کاربران خود در سایت را کاملا ارزیابی کنید. محتوا و صفحات محبوب سایت را شناسایی کنید و همچنین می توانید تاثیر تغییراتی که از لحاظ فنی در سایت ایجاد کرده اید نیز ارزیابی کنید.

همچنین Website Optimizer سرویس جدیدتری است که گوگل برای ارتقای سایت به شما پیشنهاد می دهد.