



در حال حاضر، گوگل واژه‌های آشنا برای مردم سراسر دنیا است. در اواسط دهه 90 میلادی که تعداد وبسایت‌ها به‌طور نمایی افزایش یافت، پلتفرم‌های موتور جستوجو مانند گوگل گسترش یافتند تا افراد بتوانند اطلاعات مدنظرشان را سریع‌تر و راحت‌تر پیدا کنند. الگوریتم‌های به‌کار گرفته‌شده برای رتبه‌بندی وبسایت‌هایی که با جستوجو نمایش داده می‌شود، با گذشت زمان بسیار پیچیده شده است. امروزه، یکی از مواردی که اعتبار کسب‌وکارها را مشخص می‌کند، کیفیت وبسایت است. کاربران اینترنتی به وبسایت‌های کهنه و همچنین تازه‌کار اعتماد نمی‌کنند و در نتیجه تجارتي که وبسایت مدرنی نداشته باشد، مورد توجه قرار نمی‌گیرد. این به‌آن معنا است که تجارت‌های مختلف باید هزینه، زمان و تلاش زیادی را صرف کنند تا وبسایتی شیک و کارآمد ایجاد کنند. اما باید توجه داشت که چنین وبسایتی اگر دیده نشود، ارزشی نخواهد داشت و در اینجا است که تکنیک‌های بازاریابی با موتور جستوجو اهمیت پیدا می‌کنند.

این مطلب یکی از مقالات پرونده ویژه «[استراتژی بازاریابی](#)» شماره 208 ماهنامه شبکه است. علاقه‌مندان می‌توانند کل این پرونده ویژه را از روی سایت شبکه [دانلود](#) کنند.

بازاریابی مبتنی بر جستوجو چیست؟

SEM (سرنام Search Engine Marketing) در زبان فارسی به عبارتهایی مانند **بازاریابی با موتور جستوجو** یا **بازاریابی مبتنی بر جستوجو** ترجمه می‌شود. **SEM** یک استراتژی بازاریابی به‌صورت آنلاین است که باعث ارتقای رتبه وبسایت در گوگل، بینگ و دیگر موتورهای جستوجو می‌شود. این کار می‌تواند به‌صورت پولی یا غیرپولی انجام شود. پرداخت به ازای هر کلیک (PPC) یک راهکار پولی و پرداختن به SEO راهکار غیرپولی این نوع بازاریابی است. در PPC شما از وبسایت موردنظر می‌خواهید که رتبه سایت شما را بالاتر بیاورد و در عوض به ازای هر کلیک مبلغی را به آن وبسایت بپردازید. اما در SEO به‌طور طبیعی سعی می‌کنید که جایگاه بالاتری نسبت به سایر سایت‌ها پیدا کنید. بازنده‌هایی که از طریق بهبود در SEO به دست می‌آید، بازدید ارگانیک نیز نامیده می‌شود.

تمام وبسایت‌ها توسط خزنده‌های موتور جستوجو بررسی می‌شوند و رتبه صفحات آن مشخص می‌شود. این به‌آن معنا است که همه این شانس را دارند تا با کمک گرفتن از متخصصان، **بازاریابی مبتنی بر جستوجو** را انجام دهند. توجه به کلمات کلیدی برای تمام وبسایت‌ها با ارزش است و مهم نیست که محصول یا خدمت ارائه‌شده چیست. هر وبسایت می‌تواند از تحلیل در صفحه سایت سود ببرد؛ به این صورت که با ترکیب کلیدواژه‌ها در یک صفحه، محتوای آن را مشخص کند.



سئوکاران شبکه آماده‌اند!
سئو (seo) چیست و چرا به سئو کار نیاز دارید؟

10 موتور جست‌وجوی محبوب در دنیا (ژانویه 2018)

حدود 74 درصد از جست‌وجوها توسط گوگل انجام می‌شود که اختلاف آن با سایت رتبه دوم (bing) 66 درصد است. گوگل همچنین 93 درصد از بازار موتورهای جست‌وجو در گوشی‌ها و تبلت‌ها را از آن خود کرده است.	Google
مایکروسافت تلاش زیادی کرده تا بتواند با گوگل رقابت کند اما هنوز نتوانسته است مردم را متقاعد کند که نتایج بهتری نسبت به گوگل ارائه می‌دهد. با این حال موتور جست‌وجوی آن در رتبه دوم قرار دارد.	Bing
ياهو که بخش ایمیل آن طرفدار بیشتری دارد، از سال 2011 توسط bing پشتیبانی می‌شود.	Yahoo
این وبسایت حدود 0.05 درصد از جست‌وجوها را سهم خود کرده؛ اساس این سایت بر مبنای پرسش و پاسخ است و بیشتر سوال‌ها توسط کاربران دیگر پاسخ داده شده‌اند. با همه این‌ها ask کیفیت به مراتب پایین‌تری نسبت به سه مورد قبلی ارائه می‌دهد.	Ask
0.04 درصد از افراد برای جست‌وجو به این سایت مراجعه می‌کنند.	AOL
در سال 2000 تأسیس شد و بیشترین محبوبیت آن در چین است. جست‌وجوهای انجام‌شده در هر ماه، بیش از یک میلیارد است. جایگاه baidu در الکسا چهارم و در چین اول است.	Baidu
کار این سایت با دیگر موتورهای جست‌وجو تفاوت دارد و در حقیقت یک موتور دانش محاسباتی است که می‌تواند حقایق و داده‌هایی را برای تعدادی از موضوعات به شما ارائه دهد.	Wolframalpha
نکات مثبت زیادی در این موتور جست‌وجو یافت می‌شود. رابط ساده‌ای دارد، کاربران را ردیابی نمی‌کند، نتایج تنها به یک صفحه نمایش داده می‌شوند و ... دور از ذهن نیست که سایر موتورهای جست‌وجو از امکانات این وبسایت الگوبرداری کنند. همچنین انتظار می‌رود سهم این سایت برای جست‌وجوها افزایش یابد.	DuckDuckGo
archive.org موتور جست‌وجوی آرشیو اینترنت است و یک کتابخانه رایگان از فیلم‌ها، تصاویر، کتاب‌ها و وبسایت‌ها است. شما می‌توانید از آن استفاده کنید تا بفهمید یک وبسایت از سال 1996 تا به حال به چه شکل بوده است. بنابراین یک ابزار مفید در اختیار دارید که می‌توانید تاریخچه دامنه و تغییرات آن را طی سال‌های مختلف بررسی کنید.	Internet Archive
بیشترین استفاده این وبسایت در روسیه است. 65 درصد از روس‌ها از yandex استفاده می‌کنند. این وبسایت در روسیه چهارمین و در دنیا سی‌امین سایت پربازدید است.	Yandex

جدول 1- محبوب‌ترین موتورهای جست‌وجو

بازاریابی با موتور جست‌وجو چگونه گسترش پیدا می‌کند؟

چه با SEO و چه با PPC، مهم‌ترین مواردی که باید به آن توجه کرد تحلیل کلیدواژه‌ها، محبوبیت وبسایت و ابزار back end است. وسواس داشتن و استفاده ترکیبی این سه مورد وظیفه اصلی تیم **بازاریابی مبتنی بر جست‌وجو** است. قبل از شروع SEM باید مطمئن شوید، سایت شما به تعادل رسیده است. منظور از تعادل این است که همه لینک‌ها سالم باشند، تمام صفحات دارای محتوا باشند و مراجعه‌کننده با نگاه به سایت، برند و پیام شرکت را درک کند. سپس می‌تواند تحلیل کلمات کلیدی را آغاز کند؛ با انجام تحقیقات، کلماتی که بیشترین جست‌وجو را داشته مشخص می‌شوند و راهی برای تولید ترافیک و جلب‌توجه کاربران به کار گرفته می‌شود. برای مثال، وقتی یک تیم SEM بر یک وبسایت الکترونیکی کار می‌کنند، متوجه می‌شود که عبارتهای «بهترین دوربین دیجیتال» و «ده گوشی برتر» بیشترین جست‌وجوها را دارند. آن‌ها باید طوری در پس‌زمینه نوشتارها قرار گیرند تا هنگام جست‌وجو بیشترین تطبیق حاصل شود. نکته مهم این است که نباید یک لیست از این عبارتها را در بالای سایت قرار داد و آن‌ها به‌روز کرد. این کار نه تنها کمکی نمی‌کند، بلکه ممکن است باعث تحریم از طرف موتور جست‌وجو شود. به این نوع کارها «**بازاریابی کلاه سیاه**» گفته می‌شود. در واقع، در دنیای **سئو** قوانینی وجود دارد که باید رعایت شود و اگر کسی قصد داشته باشد موتور جست‌وجو را دور بزند و یک‌شبه به بالای سایت برسد، کلاهبردار شناخته می‌شود. نتیجه این است که موتور جست‌وجو با وبسایت برخورد می‌کند و آن را به‌طور کامل از نتایج جست‌وجو حذف می‌کند.

برای استفاده درست از واژه‌های کلیدی، آن‌ها را باید طوری با محتوا، عنوان‌ها، متاتگ‌ها و توضیحات جست‌وجو یکپارچه کرد که خواننده تحت تأثیر قرار گیرد اما احساس اجبار نکند. به‌علاوه، عبارتهایی که کمتر جست‌وجو می‌شوند نیز باید بررسی و در صورت صلاح‌دید انحصاری شوند. برای مثال، وقتی یک وبسایت محلی توان رقابت با غول‌هایی مانند آمازون را در عبارتهای «ده گوشی برتر» ندارد، باید از عبارتهایی مانند «تعویض گوشی در شهر X» که برای تبلیغ فروشگاه به کار گرفته می‌شود، استفاده کند.

در ادامه تیم جست‌وجو باید محبوبیت لینک‌های مختلف را آنالیز کند. این کار مشخص می‌کند که چه بخش‌هایی از سایت در موتورهای جست‌وجو دیده می‌شوند. اگر در تمام صفحات سایت، متن و کلمات کلیدی وجود داشته باشد (نه صرفاً عکس و ویدئو)، افراد بیشتری به سایت مراجعه می‌کنند و رتبه آن در موتورهای جست‌وجو بهتر می‌شود. تیم برای تحلیل می‌تواند از ابزارهایی مانند Google Analysis، Search Engine Saturation و Marketleap's Link Popularity استفاده کنند. ابزارهای back end مانند Google Analytics و تعیین صحت HTML، موفقیت یک وبسایت را با داده‌های بازدیدکننده‌ها اندازه می‌گیرند. این ابزارها علاوه بر ترافیک، اطلاعات مهمی درباره صفحات وب و نحوه استفاده آن‌ها ارائه می‌دهد. زمانی که تیم جست‌وجو متوجه کاهش بازدید می‌شود، می‌تواند از کلیدواژه‌ها استفاده کند تا حفره‌ها پر شوند.





برندسازی ساده، اما موثر
برند و برندسازی چیست و چرا اهمیت بسیار زیادی دارند؟

شغل‌های حوزه بازاریابی مبتنی بر جست‌وجو

یک تیم خوب شامل افرادی است که همواره با روند رو به رشد تکنولوژی همراه باشد یا به قول معروف خود را آپدیت کنند. به علاوه خلاقیت تأثیر بسزایی در خارج شدن یک سایت از وضعیت آشفته دارد. در **بازاریابی با موتور جست‌وجو** سه شغل اصلی وجود دارد:

مدیران بازاریابی: اگر قرار باشد یک وبسایت در SEM موفق شود باید یک مدیر بازاریاب آن را هدایت کند. زیرا این افراد دانش و تجربه کافی را برای تعیین استراتژی دارند. این افراد عموماً تمام فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات را سرپرستی، خطمشی برندسازی و رشد استراتژی‌ها را تعیین می‌کنند، نیازهای مشتری را ارزیابی کرده و با توجه به شرایط، تغییراتی در طرح‌های بازاریابی به وجود می‌آورند. بیشتر مدیران بازاریابی حداقل دارای مدرک تحصیلی کارشناسی (لیسانس) هستند و رشته تحصیلی آن‌ها **بازاریابی** یا موارد مشابه مانند تبلیغات، ارتباطات یا تجارت است.

متخصص **SEO**: نقش این فرد در پشت‌صحنه اهمیت دارد. این افراد طوری وبسایت را بهینه می‌کنند تا بیشترین بازدیدکنندگان ممکن را جذب کنند؛ بازدیدکنندگانی که در آینده به مشتری تبدیل می‌شوند. کسب لیسانس بازاریابی بهترین راه برای ورود به این شغل است و برنامه‌نویسی در پس‌زمینه نیز بسیار مفید خواهد بود. جدا از تحصیلات، سئوکارها باید همواره به‌روز باشند و تغییرات سئو را در دنیا دنبال کنند.

سازنده سایت: این فرد که به‌عنوان webmaster شناخته می‌شود، همراه با تیم بازاریاب، ظاهر و ساختار وبسایت را گسترش می‌دهد. او مسئول عملکرد و کاربردی بودن سایت است و این کار را در بهترین سطح ممکن انجام می‌دهد. با نظارت بر ترافیک و تجربیات مشتری، وبمستر به تیم **بازاریابی** کمک می‌کند تا پیش‌بینی‌ها بهتر انجام شوند و عملکرد سایت بهبود پیدا کند. شروع کار در این شغل می‌تواند با کسب درجه لیسانس تجارت یا برنامه‌نویسی کامپیوتر باشد. یادگیری زبان‌های برنامه‌نویسی مانند HTML تأثیر بسزایی در درک مفاهیم این شغل دارد. معمولاً این افراد قبل از این‌که مسئول سایت خود شوند، چند سالی در حوزه برنامه‌نویسی تجربه کسب می‌کنند.

متخصصان	تازه‌کارها	
155 هزار دلار	60 هزار دلار	مدیر بازاریابی
60 هزار دلار	28 هزار دلار	متخصص SEO
73 هزار دلار	29 هزار دلار	سازنده سایت

□□□□□□ □□ □□□□□□ □□□□□□□□□□ □□ □□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□□□

بیشتر **SEM** در پشت‌صحنه اتفاق می‌افتد اما بخش‌هایی که کاربر مشاهده می‌کند باید روان، یکپارچه و خوانا باشد. مهارت‌های **بازاریابی** و ارتباطات برای متخصصان این حوزه ضروری است. بهترین راه برای وارد شدن به این حوزه کسب مدرک تحصیلی است. البته برای کسب دانش عمیق در این حوزه باید مهارت نیز کسب کرد. بیشتر سازمان‌هایی که این افراد را استخدام می‌کنند به مدرکی کمتر از لیسانس توجه نمی‌کنند. بنابراین کسب دانش پیش‌زمینه‌ای اهمیت بالایی دارد و بدون آن نمی‌توان کار خاصی در پیش گرفت.



پسر ۱۳ ساله مهاجری که توانست کسب و کار پردرآمد آنلاین خود را راه اندازی کند. بهانه شما چیست؟
رمزهای موفقیت کارآفرین ۱۳ ساله‌ای که درآمد آنلاین بالایی دارد!

سخن آخر

علاوه بر محتویات، دیده شدن سایت در موتورهای جست‌وجو اهمیت بالایی دارد. بنابراین، امروزه هر کسی که وبسایت دارد به **SEM** توجه ویژه‌ای دارد. راهکارهای پولی می‌تواند در کوتاه‌مدت جوابگو باشد اما SEO در بلندمدت تأثیر بیشتری خواهد داشت. باید توجه داشت که SEO یک‌بار اتفاق نمی‌افتد. هر بار که محتوا تولید می‌شود و هر بار که تغییرات عمده‌ای در سایت به وجود می‌آید، باید به کلیدواژه‌ها و موارد ذکرشده در متن توجه داشت.

تاریخ انتشار:

25 بهمن 1397

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/cover-story/14052/%D9%85%D9%88%D8%AA%D9%88%D8%B1%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D8%AC%D8%B3%D8%AA-%D9%88-%D8%AC%D9%88-%D8%B1%D9%88%DB%8C-%D8%B4%D9%85%D8%A7-%D8%B2%D9%88%D9%85-%D9%85%DB%8C%E2%80%8C%DA%A9%D9%86%D9%86%D8%AF>