

BLACK
HAT
SEO

سئو کلاه سیاه

چیزهایی که بهتر است ندانیم!



بهینه سازی بیش از حد سایت

آرش نقدی



5

تکنیک های سئو کلاه سیاه در تولید محتوا

معین زمانی



20

تکنیک های سئو کلاه سیاه در لینک سازی

امین اسماعیلی



33

فراتر از کلاه سیاه، بازی با دم شیر

مهدی رئوف



57

آموزش سئو کلاه سیاه یا کلاه برداری از کلاه برداران!

آرمین خیراندیش



67

سئو منفی چیست؟ بالاتر از سیاهی رنگی هست!

آرش نقدی



77

در مورد همه چیز اشتباه می کنیم

امین اسماعیلی



92



SEO MONSTER

دوره جامع هیولای سئو

دوره جامع سئو مجموعه ای از 5 کارگاه تخصصی سئو (20 ساعت آموزش حضوری) است.

اطلاعات بیشتر

استراتژی سئو و تولید محتوا

در این کارگاه 4 ساعته، استراتژی سئو سایت را تدوین خواهیم کرد. این مسیر را با انتخاب ارزشمندترین کلمات کلیدی و آنالیز رقبا آغاز می کنیم و در ادامه به یک راهکار جامع و کاربردی برای تعیین صفحات هدف و نگارش محتوای مفید خواهیم رسید.



SEO Strategy

آموزش گوگل سرچ کنسول

داشتن یک برنامه مشخص برای آنالیز مداوم عملکرد، از ارکان جدایی ناپذیر بهینه سازی سایت و سئو محسوب میشود. برای بررسی وضعیت سئو سایت خود نیازمند ابزارهای مناسب هستیم. بهترین مرجع برای این کار ابزار Google Search Console است.



Search Console

تکنیک های حرفه ای سئو

تولید محتوا و رعایت استانداردهای سئو میتواند موجب حضور ما در صفحه اول گوگل شود ولی برای قرار گرفتن در رتبه های بالاتر و ورود به رقابت جدی نیازمند شناخت الگوریتم های جدید گوگل و تکنیک های حرفه ای سئو برای بهبود جایگاه سایت هستیم.



Advanced SEO

آموزش سئو تکنیکال

سئو تکنیکال یعنی رعایت استانداردهای سئو در طراحی سایت. روش های مختلفی برای کدنویسی سایت و نمایش محتوا به کاربر و ربات های گوگل وجود دارد. در این کارگاه 4 ساعته می آموزیم چه استانداردهایی را باید هنگام کدنویسی سایت در نظر بگیریم.



Technical SEO

لینک سازی کلاه سفید

رعایت استانداردهای سئو تکنیکال و تولید محتوای ارزشمند، تضمینی برای رسیدن به رتبه 1 گوگل نیست. در این کارگاه 4 ساعته کلیه تکنیک های لینک سازی داخلی، خرید بک لینک، رپورتاژ آگهی و فعالیت در شبکه های اجتماعی را می آموزیم.



Link Building



سئو کلاه سیاه، چیزهایی که بهتر است ندانیم!

در یک تعریف ساده میتوان گفت؛ سئو کلاه سیاه مجموعه ای از تکنیک ها برای کسب جایگاه سریع در نتایج جستجو است که با استانداردها و الگوریتم های پیشنهادی گوگل در تضاد است.

به بیان ساده تر، تکنیک های کلاه سیاه روش هایی برای فریب موتور جستجو هستند تا جایگاه بهتری برای سایت ما در نظر بگیرند.

برخلاف تصور عموم، تکنیک های کلاه سیاه تنها مختص لینک سازی خارجی نیستند بلکه حتی در تولید محتوا، لینک سازی داخلی و سئو تکنیکال نیز روش های کلاه سیاه متعددی وجود دارند.

بسیاری از فعالیت های رایج در مدیریت یک سایت پتانسیل تبدیل شدن به یک روش کلاه سیاه را دارند و با توجه به دانش پایین ما در مورد الگوریتم های گوگل نمیتوان مرز مشخصی میان سفید و سیاه در نظر گرفت.

در این کتاب تلاش کرده ایم تا تکنیک هایی که ذاتا کلاه سیاه هستند و روش هایی که پتانسیل تبدیل شدن به آن را دارند، در هفت فصل به شما معرفی کنیم.

OVER OPTIMIZATION



آرش نقدی

بهینه سازی بیش از حد سایت





بهینه‌سازی بیش از حد سایت چیست؟

بهینه‌سازی بیش از حد چیزی شبیه به وسواس است. به خوبی میدانیم که باید نظافت شخصی را رعایت کنیم ولی افرادی که بیش از اندازه به آن اهمیت میدهند خود و اطرافیانشان را آزار میدهند.

در سئو نیز گاهی چنین حالتی مشاهده میشود. یعنی تکنیک مشخصی را پیدا میکنیم که برای سئو سایت مفید است ولی به قدری در اجرای آن زیاده روی می‌کنیم که تاثیرش برعکس شده و موجب از دست رفتن جایگاه ما در نتایج گوگل شود.

در این فصل تلاش می‌کنیم تا نمونه‌هایی از وسواس در سئو را به شما معرفی کنیم. نمونه‌هایی که موجب میشوند یک روش کلاه سفید به یک تکنیک کلاه سیاه در سئو تبدیل شده و برخلاف انتظار موجب از دست رفتن جایگاه شما شود.



1- تکرار بیش از حد از کلمه کلیدی یا Keyword Stuffing

فرض کنید در حال نگارش مقاله‌ای پیرامون سئوی سایت هستید و در حالی که کلمات را یکی پس از دیگری به رشته تحریر درمی‌آورید، سوالی در ذهن شما شکل می‌گیرد و آن اینکه باید چندبار از کلمه کلیدی هدفم در این مقاله استفاده کنم؟

برای پاسخ به این سوال باید از خودتان بپرسید چه لزومی به تکرار یک کلمه کلیدی در متن وجود دارد؟ وقتی از کلمه کلیدی در متن‌تان استفاده میکنید گوگل موضوع صفحه یا مقاله شما را به خوبی درک می‌کند. از طرفی، به کار بردن کلیدواژه در مقاله باعث می‌شود خواننده نیز بهتر مقاله شما را درک کند. حالا بر اساس پاسخی که برای خودتان خواهید داشت میتوانید تصمیم بگیرید چه میزان تکرار از کلمات کلیدی در متن لازم است.

مشکل زمانی به وجود می‌آید که در مواردی، گوگل متوجه موضوع اصلی صفحه نمیشود زیرا کلمه کلیدی مورد نظر ما به اندازه کافی در متن تکرار نشده است. در این شرایط معمولا متخصصین سئو تلاش میکنند تا با تکرار کلمه هدف از شناخت آن توسط گوگل مطمئن شوند.

این روش در گذشته بسیار نتیجه‌بخش بود و طولی نکشید که استفاده از تکنیک تکرار کلمه کلیدی در متن به سرعت همه گیر شد تا جاییکه بسیاری از متن‌های اینترنت مملو از کلمات کلیدی شدند.

به بیانی ساده‌تر، کلیدواژه‌ها به مهم‌ترین بخش مقاله تبدیل شدند و رضایت کاربر و خواننده رفته رفته اهمیت خود را از دست داد که در واقع نوعی از بهینه‌سازی بیش از حد محسوب میشود



بمباران کلمه کلیدی، خوب یا بد؟

اما خوب است بدانید که در بسیاری موارد، استفاده بیش از حد از یک کلمه موجب میشود که کاربر رضایت کافی از محتوای شما نداشته باشد و یا احساس کند متن شما بیش از حد ماشینی و مصنوعی است.

وقتی یک متن را بمباران کلمه کلیدی می‌کنیم، اصطلاحاً به آن keyword stuffing گفته میشود. فراگیر شدن این تکنیک موجب شد تا گوگل الگوریتم پاندا را برای مقابله با آن معرفی کند. (برای کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [الگوریتم پاندا](#) در وبسایت آکادمی وبسیما مراجعه کنید)



بمباران کلمه کلیدی در متن، برای کاربران آزاردهنده است و به همین دلیل بر سئو سایت نیز تاثیر منفی خواهد داشت

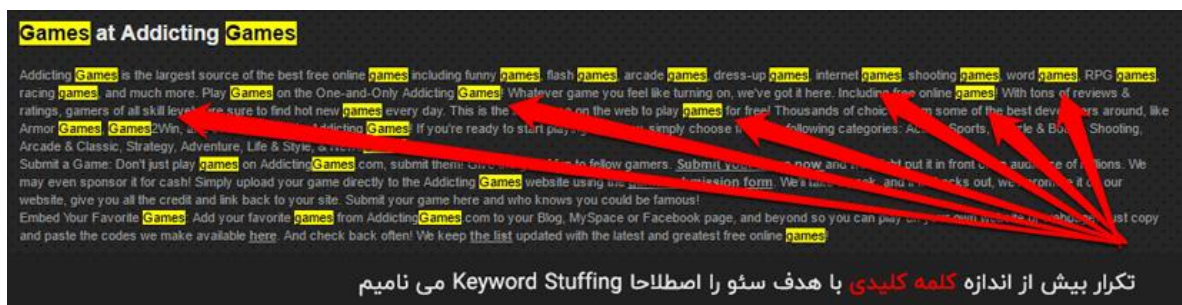
جمله زیر می‌تواند مصداق خوبی برای اهمیت کلیدی در دوران قبل از حکمرانی الگوریتم های گوگل باشد:

اگر دوست دارید بهترین سایت را داشته باشید، بهتر است از طراحی سایت ما استفاده کنید زیرا طراحی سایت برای ما تنها طراحی سایت نیست، بلکه چیزی فراتر از طراحی سایت است!



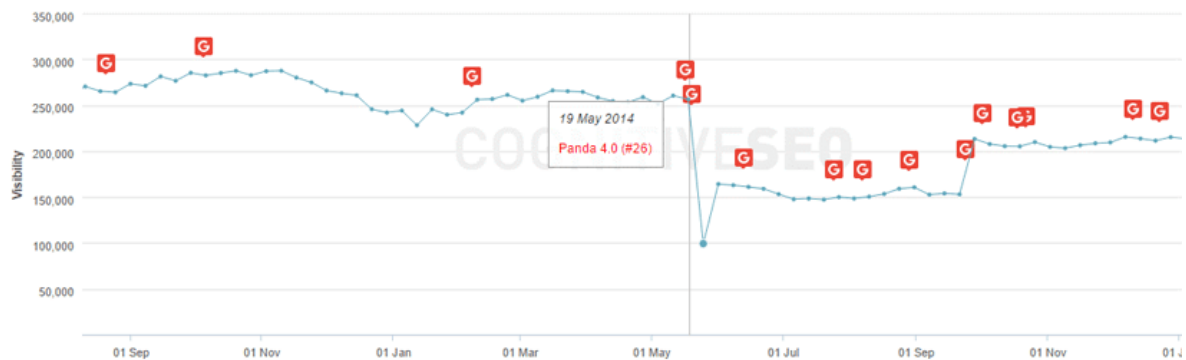
وقتی جمله یا عبارت خود را با کلمه کلیدی خفه می‌کنید، مثل این است که به گوگل بگویید کاربر اصلاً برای شما مهم نیست!

زمانی که به جای تکرار، از کلمات مترادف، هم‌خانواده و یا عبارات توصیفی در متن استفاده کنید، مقاله شما به مذاق کاربر بیشتر خوش می‌آید و در مقابل گوگل هم از این اقدام شما خوشنود می‌شود. با خوشحال کردن الگوریتم‌های گوگل، وقتی کاربر موضوع مشابهی را در گوگل سرچ میکند سایت شما جایگاه به مراتب بهتری در نتایج جستجو به دست می‌آورد. به عبارت دیگر، درست زمانی که تصمیم می‌گیرید محتوای خود را به جای موتورهای جستجو، برای کاربر بنویسید، روند بهینه‌سازی بیش از حد سایت شما شروع می‌شود. با یک مثال تمام این حرف‌ها را به صورت عینی به شما نشان می‌دهیم:



با خواندن متن بالا، چه حسی به شما دست می‌دهد؟ به نظر شما استفاده افراطی از کلمه کلیدی «بازی» می‌تواند شما را به خواندن ادامه مقاله ترغیب کند؟ هر جا که سخن از استفاده افراطی از کلمه کلیدی به میان می‌آید، الگوریتم پاندای گوگل وارد صحنه می‌شود تا سایت متقلب را هدف جریمه جبران‌ناپذیر خود قرار دهد.

نمودار زیر نشان می‌دهد که تکرار بیش از اندازه کلیدواژه‌ها در سایت، به چه میزان می‌تواند باعث سقوط رتبه سایت شما شود:



تاثیر آپدیت الگوریتم پاندای 4 بر یک سایت که از تکنیک تکرار کلمه کلیدی استفاده میکرده است

2- بهینه‌سازی بیش از اندازه در متن جایگزین تصاویر (Alt Text)

حالا یک قدم به جلو می‌رویم و از بهینه‌سازی متن به بهینه‌سازی عکس می‌رسیم. اما شاید برایتان جالب باشد که بدانید این دو در واقع تفاوت چندانی با یکدیگر ندارند. با اینکه متن و عکس در ظاهر ممکن است متفاوت به نظر برسند، اما برای اینکه به موتورهای جستجو بفهمانید که موضوع عکس شما چیست، باید با استفاده از متن جایگزین، عکس خود را توصیف کنید.

همچنین باید بدانید که استفاده از متن جایگزین برای موتورهای جستجو اهمیت زیادی دارد چرا که وقتی توضیحی برای تصاویر سایت خود می‌نویسید، گوگل این توصیف را ایندکس می‌کند و وقتی کاربری موضوع مشابه با عکس شما را در گوگل سرچ کند، عکس شما به کاربر نشان داده می‌شود. بنابراین قوانینی که برای محتوای مقاله شما اعمال می‌شوند، در مورد توضیحات عکس هم صدق می‌کند.



آیا در نوشتن متن جایگزین عکس هم Over Optimize انجام می‌شود؟

بله. بسیاری از وب مستران کلمه کلیدی هدف خود را بیش از اندازه در توضیحات عکس خود تکرار می‌کنند به طوری که متن جایگزین عکس به جای اینکه توصیف کننده تصویر باشد، تنها بمباران کلمه کلیدی می‌شود. این کار هم در نهایت نتیجه خوشایندی ندارد و ممکن است گوگل برای این استفاده نابجا از کلمات کلیدی نیز شما را جریمه کند.



یکی دیگر از اشتباهات رایج در تصاویر استفاده از متن جایگزین مشابه برای چند تصویر در یک صفحه است. متن جایگزین باید توصیفی از تصویر شما باشد حال اگر همه تصاویر صفحه توصیف یکسانی دارند از نظر گوگل محتوای یکسانی نیز به کاربر نمایش می‌دهند. همین مساله موجب میشود که ارزش و اعتبار تصاویر شما از دست برود.



3- لینک سازی داخلی بر روی کلمات کلیدی کوتاه

یکی از نشانه‌های بارز صفحات بیش از اندازه سئو شده یا به اصطلاح Over Optimized این است که انکر تکست‌های کوتاه و با هدف سئو در آن به وفور یافت می‌شود. این نکته را به یاد داشته باشید که انکر تکست‌هایی که به صفحات داخلی شما لینک می‌شوند نباید صرفاً جنبه تبلیغاتی داشته یا با هدف سئو ایجاد شوند.

در لینک سازی داخلی بهتر است تنها به صفحاتی لینک دهید که ورود به آنها برای کاربر جذاب و ارزشمند است.



به عنوان مثال فرض کنید که می‌خواهید یک تور گردشگری در سایت خود به فروش برسانید. برای اینکار در بخش بلاگ سایت خود، یک مقاله در مورد راهنمای رزرو تور می‌نویسید. برای اینکه کاربران را مجاب به فروش تور پیشنهادی خود کنید، با استفاده از انکر تکست‌هایی، بازدیدکننده را به صفحات لندینگ خود هدایت می‌کنید.

انکر تکست‌هایی که به صفحات مهم سایت شما لینک می‌شوند باید عبارات توصیفی بلند و مرتبط با حوزه کسب و کار شما باشند. اما منظور ما دقیقاً از این حرف چیست؟ به دو نمونه از انکر تکست زیر دقت کنید:

1- اگر دوست دارید [سفری شگفت‌انگیز به کیش](#) داشته باشید، می‌توانید به [تور 6 روزه گردشگری در کیش](#) مراجعه کنید.

2- اگر دوست دارید به کیش سفر کنید، می‌توانید با استفاده از تورهای گردشگری به کیش سفر کنید. برای دیدن این تورها به صفحه ["همین حالا به کیش سفر کنید"](#) مراجعه کنید.

به نظر شما کدام یک از جملات بالا برای کاربر نوشته شده‌اند و رضایت او را هدف قرار داده‌اند؟



شاید قبلاً شنیده باشید که محتوایی که در قدم اول رضایت کاربر را اولویت اول خود قرار دهد، از نظر گوگل بهترین محتوا محسوب می‌شود؛ این حرف کاملاً درست است اما متأسفانه برخی از افراد همچنان اصرار دارند تا با استفاده از ترفندهای سئوی کلاه سیاه، قوانین موتور جستجوی گوگل را دور زده و در مدت کوتاهی به بالاترین رتبه در صفحات نتایج برسند.

- بهینه سازی سایت
- بهینه سازی موتورهای جستجو
- بهینه سازی موتور جستجو

نام های فوق نیز برای سئو استفاده می شود.

سئو برگرفته از عبارت SEO می باشد که این عبارت به معنی Search Engine Optimization یا بهینه سازی موتورهای جستجو می باشد. این عملیات به منظور بهبود در دیده شدن در موتورهای جستجو می باشد. هرچقدر در جستجوی کاربران در اینترنت، وب سایت شما بیشتر به چشم بخورد، شانس موفقیت شما در بازار و فروش محصولاتتان بیشتر خواهد بود.

سه راهکار اصلی بهینه سازی موتور جستجو به شرح زیر می باشد:

- 1- تولید محتوی خوب برای وب سایت
- 2- جذب لینک از سایر سایت ها
- 3- استفاده از زبان موتور جستجو در سایت

از همین رو، یکی از مهمترین مسائل در انتخاب طراح وب سایت این مورد است که طراحی سایت شما به چه صورت و استانداردی انجام می گیرد.

بهینه سازی موتورهای جستجو (سئو- بهینه سازی سایت) از زیر مجموعه های بازاریابی موتورهای جستجو بشمار می رود .

نمونه ای از لینک سازی بی هدف و عدم توجه به رضایت کاربر

واقعیت امر آن است که به کارگیری تکنیک‌های سئو کلاه سیاه هرچند ممکن است در کوتاه مدت، وضعیت سئو سایت شما را بهبود دهد، اما پس از گذشت مدتی، باید انتظار ریزش ناگهانی سایت خود را داشته باشید.



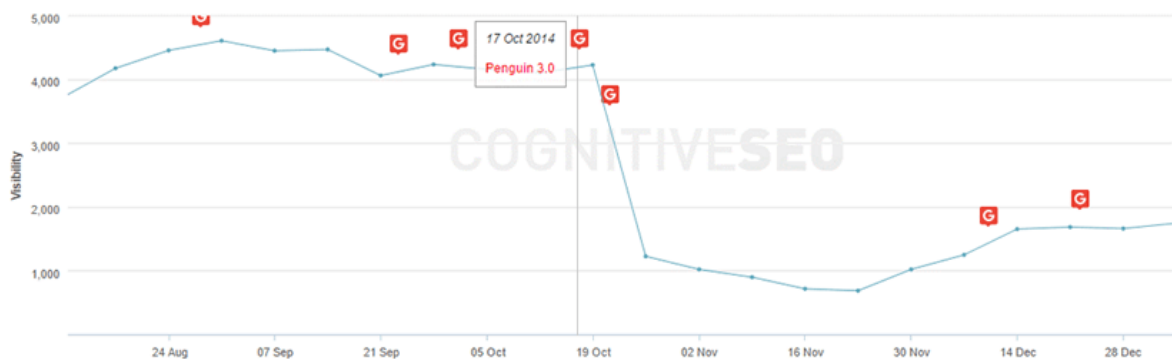
برای اثبات این ادعا به آمارهای زیر دقت کنید:

این نمودار جایگاه سایتی را نشان می‌دهد که رضایت کاربر را هدف خود قرار داده و به مرور و با گذشت زمان، جایگاه بهتری را کسب کرده است.



تأثیر آپدیت الگوریتم پنگوئن 4 بر یک سایت که رضایت کاربر را اولویت اصلی در سئو قرار داده است

همانطور که در نمودار بعدی می‌بینید، سایت‌هایی که بیش از حد سئو و بهینه‌سازی شده‌اند، با اینکه ممکن است در مدت کوتاهی جایگاه خوبی در صفحه نتایج کسب کنند، ولی به طور ناگهانی و دور از انتظار از عرش به فرش می‌رسند!



تأثیر آپدیت الگوریتم پنگوئن 3 بر یک سایت که لینک سازی های داخلی را تنها بر روی کلمات کلیدی انجام داده است



4- به کار بردن کلمات کلیدی نامرتب با کسب و کار

اگر حوزه فعالیت کسب و کار شما کاملاً جدید است و سخت می‌توانید کلمات کلیدی پرجستجو را به حوزه فعالیت سایت خود ربط دهید، احتمالاً اولین راه حلی که به ذهن شما می‌رسد استفاده از کلیدواژه‌های پرجستجو ولی نامرتب است!

اما صبر کنید، تکنیک بالا یکی از ترفندهای سئو کلاه سیاه محسوب می‌شود. استفاده از این ترفند شاید در گذشته کاربرد زیادی داشته است اما در حال حاضر گوگل متوجه فریبکاری شما شده و جریمه سختی برایتان در نظر می‌گیرد.

افزون بر جریمه گوگل، استفاده از این تکنیک از جانب کاربر هم محکوم خواهد شد. وقتی کاربران به صفحه‌ای وارد شوند که هیچ ارتباطی با موضوع مورد نظر آن‌ها ندارد، فرار را بر قرار ترجیح می‌دهند! وقتی کاربران بیشتری بلافاصله بعد از ورود سایت شما را ترک کنند، نرخ پرش و بسایت شما افزایش می‌یابد و این یعنی کاهش رتبه در گوگل.

تنها از کلمات کلیدی مرتبط با حوزه کسب و کار خود استفاده کنید زیرا ممکن است هم رضایت کاربر و هم جایگاهتان در صفحه نتایج را از دست بدهید.

یکی از کارشناسان معروف سئو در این باره می‌گوید:

بعضی اوقات کارشناس سئوی شما به قدری دوست دارد سایتتان را به صفحه اول گوگل ببرد که محوریت کسب و کار شما را به کلی فراموش می‌کند. حتی اگر موفق شوید با استفاده از کلمات کلیدی نامرتب، به صفحه اول گوگل برسید، سایت شما به زودی با کاهش بازدید کننده روبرو خواهد شد.



5- لینک سازی بیش از حد برای صفحات درجه اول سایت

صفحاتی همچون درباره ما، تماس با ما یا دیگر مواردی که دائماً در منوی هدر یا فوتر سایت شما تکرار می‌شوند، نیازی به لینک‌دهی مجدد در محتوای صفحه ندارند. بهتر است تنها به محتوایی لینک دهید که در بخش‌های تکرار شونده سایت همچون هدر و فوتر وجود ندارند. این کار باعث می‌شود که کاربر راحت‌تر به محتوای درونی و مخفی‌تر سایت شما دسترسی داشته باشد.

آموزش سئو بصورت کامل و رایگان

اگر به دنبال آموزش سئو بصورت کامل و رایگان هستید اصلاً عجله نکنید! ما برای شما طرح ویژه ای آماده کرده ایم. اگر امکان صرف هزینه ندارید یا اصلاً تمایل به استفاده از سرویس های مالی نظیر تدریس خصوصی سئو یا خدمات سئو ندارید نیازی به پرداخت هزینه برای آموزش سئو نیست. تنها کفایت مطالب آموزشی زیر را مطالعه کنید تا تبدیل به ستوکار و متخصص سئو شوید!!! البته حتما توجه داشته باشید که پس از مطالعه مطالب آموزشی حتما باید روحیه پژوهشی داشته و آنرا حفظ کنید. چون کارشناس سئو همواره می بایست اطلاعات خود را بروز کند.

نمونه ای از لینک سازی داخلی افراطی در محتوای صفحه

به بیانی دیگر، صفحاتی که در هدر یا فوتر سایت قرار دارند به راحتی در دسترس کاربر هستند. در نتیجه در بیشتر مواقع، نیازی نیست که از داخل محتوای صفحه خود به صفحاتی همچون درباره ما و تماس با ما لینک دهید.

پیشنهاد ما این است که لینک هایی که در محتوای صفحه قرار گرفته اند تنها به صفحاتی لینک شوند که در حالت عادی دسترسی به آنها دشوار است یا در منوی سایت حضور ندارند. به عنوان مثال اگر شما در منوی اصلی سایت به یکی از دسته بندی های خود با عبارت "کفش" لینک داده باشید و در متن محتوا نیز مجدد به همین صفحه با عبارت "خرید کفش" لینک سازی کنید؛ گوگل عبارت قرار گرفته در هدر را ملاک اصلی برای آنالیز خود قرار میدهد.



اگر در یک صفحه از اینترنت دو لینک مجزا به صفحه دیگری باشد گوگل تنها لینک اول را در نظر میگیرد.



در نتیجه تلاش میکنیم تا جای امکان منوی اصلی سایت ساده و کم گزینه باشد و لینک دهی به زیرمجموعه ها از طریق بخش های محتوایی و از داخل صفحات انجام شود.

6- قرار دادن متن یا لینک مخفی در صفحه

بعضی از وبمستران تلاش میکنند تا با افزایش محتوای صفحه، جایگاه خود در گوگل را بهبود دهند. ولی در بسیاری موارد این محتوای اضافی برای کاربر مناسب نیست یا عبارات نامفهوم و تکراری در آن زیاد دیده میشود؛ در نتیجه با پنهان کردن آن در صفحه کاری میکنند که تنها گوگل به این بخش ها دسترسی داشته باشد و از دید کاربران خارج شود.

اضافه کردن محتوای پنهان، یکی از تکنیک سئو کلاه سیاه و به طور خاص تر بهینه سازی بیش از حد برای گوگل محسوب میشود. در حقیقت، زمانی که محتوایی به صفحه اضافه کنید که از دید کاربر پنهان باشد، قوانین گوگل را نقض کرده اید.

بد نیست بدانید که گوگل به خوبی متوجه محتوای مخفی در صفحه سایت شما میشود. در واقع الگوریتم های گوگل با دسترسی به کدهای CSS، قادرند تمام محتوای صفحه شما (چه پنهان و چه غیرپنهان) را بررسی کنند.



نمونه هایی از روش های پنهان کردن محتوا که برای گوگل قابل درک است عبارتند از:

- 1- مخفی کردن لینک در یک کاراکتر کوچک مانند نقطه، کاما یا یک حرف
- 2- استفاده از کد CSS برای قرار دادن محتوا خارج از صفحه نمایش داده شده به کاربر
- 3- مخفی کردن متن مورد نظر با استفاده از یک تصویر بر روی آن
- 4- به کار بردن رنگ فونت مشابه با پیش‌زمینه برای پنهان کردن متن
- 5- استفاده از فونت با اندازه صفر

البته مخفی بودن محتوا همیشه یک فاکتور منفی در سئو محسوب نمیشود بلکه در بسیاری موارد مانند منوهای بازشونده، تب ها، نشانه گذاری های استاندارد و ... محتوایی در صفحه وجود دارد که در نگاه اول برای کاربر قابل مشاهده نیست. گوگل تفاوت این نوع محتوا را با محتوایی که بیش از حد بهینه‌سازی شده کاملاً درک میکند.

7- بهینه‌سازی افراطی با استفاده از تگ‌های هدینگ

اجازه دهید این قسمت را با یک سوال شروع کنیم. وقتی عبارتی را در گوگل جستجو می‌کنید و با نتایج پیشنهادی گوگل مواجه می‌شوید، از کجا متوجه موضوع یک صفحه در نتایج می‌شوید؟

بله درست حدس زده‌اید، عنوان یا تگ h1 ، در واقع مهم‌ترین بخش یک صفحه عنوان یا تیترا آن است و به همین دلیل برای نمایش آن نیز فونت بزرگتری نسبت به دیگر بخش‌ها استفاده میشود. به کارگیری تگ‌های هدینگ مانند H1 ، H2 ، H3 همچنین باعث می‌شوند مقاله شما از لحاظ ظاهری برای کاربر خوشایندتر باشد.

علاوه بر کاربرپسند بودن این تگ‌ها، گوگل با استفاده از تگ‌های heading ، متوجه موضوع کلی صفحات سایت شما می‌شود. مشکل اصلی زمانی رخ می‌دهد که برخی از وب‌مستران، با



تکرار کلمات کلیدی در این تگ‌ها، سعی می‌کنند گوگل را فریب دهند. ولی لازم است اشاره کنیم که وقتی تیتروهای صفحه خود را مملو از کلمات کلیدی کنید، درست مثل این است که به بازدیدکننده سایت خود بگویید:

این متن را تنها برای موتورهای جستجو نوشتم، می‌توانی همین حالا سایت را ترک کنی!

پس بهتر است وقتی اقدام به بهینه‌سازی تگ‌های H2 ، H3 و غیره در صفحه خود می‌کنید، از عبارات توصیفی یا مترادف با کلمه کلیدی هدف خود استفاده کنید. به خاطر داشته باشید بمباران کلمه کلیدی در تگ‌های هدینگ، نه تنها دردی دوا نمی‌کند، بلکه ممکن است خشم الگوریتم‌های سرسخت گوگل را هم برانگیزد.

چطور با بهبود سئو رتبه بهتری در گوگل بگیریم

برای بهبود رتبه سرچ چه کار هایی نباید کرد

برای بهبود رتبه سرچ از نظر کدنویسی چه کار هایی باید کرد

برای بهبود رتبه سرچ محتوا به چه صورت باید باشد

برای بهبود رتبه سرچ از اقدامات Off-Page استفاده شود

نمونه ای از استفاده بیش از حد از عبارت هدف در تگ های H2

CONTENT SCAMS



معین زمانی

تکنیک‌های سئو کلاه سیاه در تولید محتوا





تکنیک‌های سئو کلاه سیاه در تولید محتوا

محتوا زمانی ارزشمند است که برای کاربر مفید و رضایت بخش باشد. اگر در تولید محتوا فقط به فکر کسب جایگاه باشیم به احتمال زیاد موفقیت چشم گیری نخواهیم داشت. با این شرایط تولید محتوا کاری دشوار خواهد بود و سایت های بسیاری هستند که به جای تحمل سختی تلاش میکنند تا با استفاده از محتوای دیگر سایت ها اعتبار خود را افزایش دهند.

محتوا پادشاه است، ولی پادشاهان بسیاری در طول تاریخ تاج و تخت خود را به دلیل بی کفایتی از دست داده اند.



خودخواهی و تنبلی مدیران سایت ها موجب شد تا موج جدیدی از تکنیک های کلاه سیاه در حوزه تولید محتوا پدیدار شود. در این میان میتوان به سایت هایی اشاره کرد که به مرور به مزرعه محتوا تبدیل شدند. الگوریتم های گوگل هر روز دقیق تر و سخت گیرتر از گذشته به دنبال این سایت ها هستند و در صورت مشاهده هر یک از این روش ها بیرحمانه سایت را جریمه خواهند کرد.

در این فصل مهمترین روش های کلاه سیاه در تولید محتوا را به شما معرفی میکنیم. البته نه با این هدف که از آنها استفاده کنید بلکه برای شناسایی دقیق و پرهیز از انجام آنها.



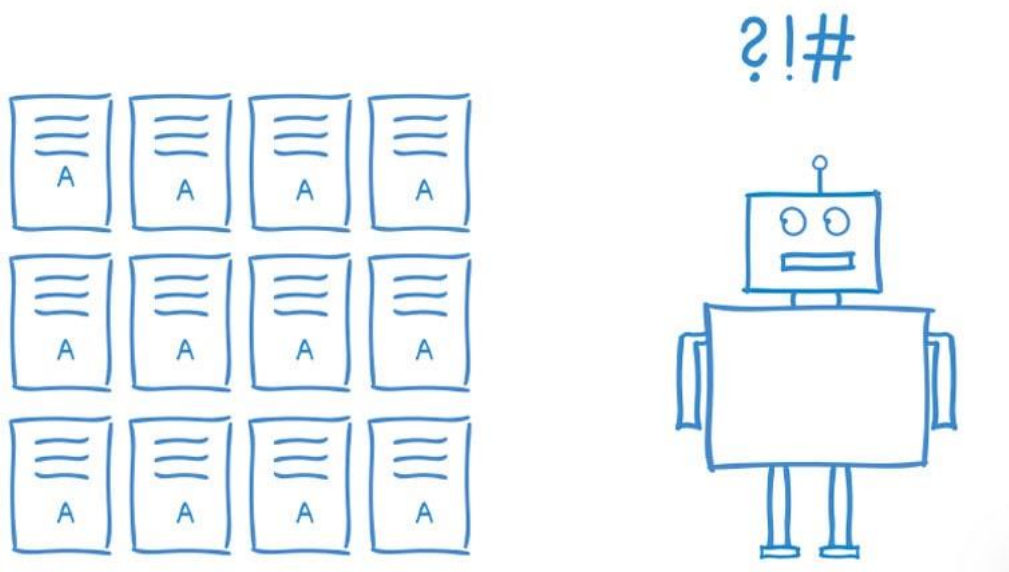
1 - محتوای تکراری (کپی شده) یا Duplicate Content

یکی از تکنیک‌های به شدت همه‌گیر در سئو کلاه سیاه، کپی کردن محتوای متنی از سایت‌های دیگر است. خوشبختانه گوگل با انجام بروزرسانی‌های متعدد، توانایی تشخیص محتوای تکراری را با دقتی بسیار بالا، به الگوریتم‌های خود اضافه کرده است.

در بیشتر موارد وقتی عبارتی را جستجو می‌کنید، گوگل تنها محتوای اصلی و منبع را به شما نشان می‌دهد.



در نظر داشته باشید که محتوای تکراری فقط شامل کپی کردن از سایت‌های دیگر نمی‌شود! حتی اگر دو صفحه از سایت خودتان محتوای یکسان یا بسیار شبیه به هم داشته باشند محتوای تکراری محسوب می‌شوند. در این شرایط گوگل قادر به تشخیص صفحه بهتر نبوده و ممکن است هر دو صفحه یا یکی از آنها جایگاه خود را از دست بدهند.

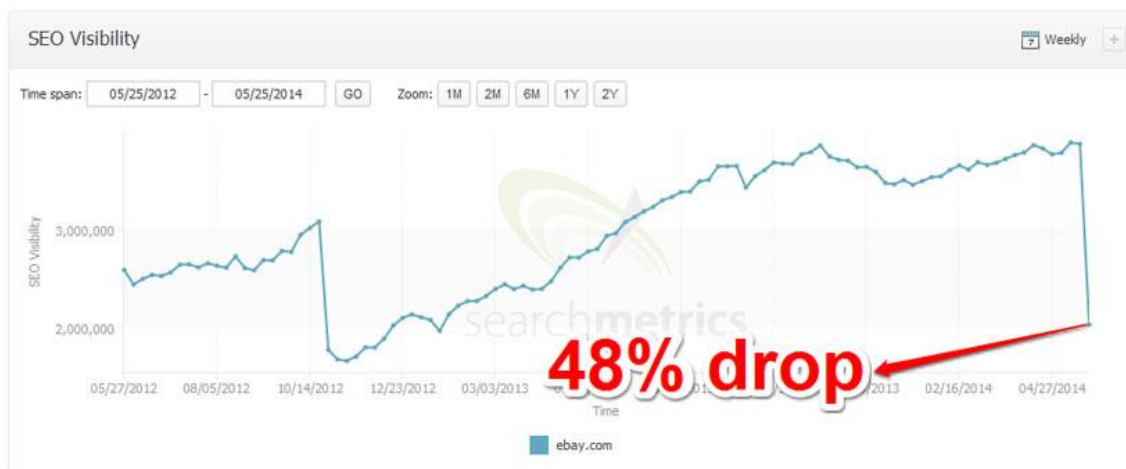


ریات‌های گوگل هنگام مشاهده صفحات مشابه، یکی را برگزیده و بقیه را نادیده می‌گیرند



ممکن است فکر کنید کپی کردن محتوا از چند سایت یا منابع مختلف موجب جریمه سایت شما نمیشود. تا همین چند سال پیش، ممکن بود محتوای تکراری حتی باعث بهبود رتبه سایت شما شود، ولی در حال حاضر دیگر چنین امکانی وجود ندارد. در واقع تنها کافی است تا دست به کپی محتوا بزنید، تا در یک چشم به هم زدن رتبه شما از عرش به فرش سقوط کند. علاوه بر این، الگوریتم پاندای گوگل هم در انتظار شماست تا با کپی کردن محتوا، شما را جریمه کند.

تصویر زیر سرنوشت سایت ebay پس از آپدیت الگوریتم پاندا را نشان میدهد. بین سال های 2012 تا 2014 سایت ebay مملو از صفحات تکراری با محتوای مشابه بود. جالب اینکه محتوای تکراری نکته ای منفی محسوب نمیشد و آمار بازدید سایت به طرز چشمگیری در حال افزایش بود. تا اینکه در سال 2014 و با آپدیت جدید الگوریتم پاندا بازدید سایت ناگهان با کاهشی 48 درصدی مواجه شد.



با ورود الگوریتم پاندا، حتی محتوای تکراری روی سایت خودتان نیز میتواند خطرناک باشد



2 - تکنیک استفاده از محتوای اتوماتیک یا Content Automation

محتوای اتوماتیک آن دسته از متن‌هایی هستند که به صورت خودکار و یا برنامه‌ریزی شده تولید می‌شوند. در این روش مجموعه‌ای از عبارات و کلمات مرتبط با موضوع هدف به یک ربات داده میشود و این ربات کلمات دریافتی را با افعال و حروف اضافه ترکیب میکند تا گوگل تصور کند که محتوای واقعی تولید شده است.

محتوای اتوماتیک معمولا فاقد هرگونه عکس، سرتیتر، فاصله بین پاراگراف‌ها و نظم است. در واقع هدف اصلی محتوای اتوماتیک به جای اینکه کسب رضایت کاربر باشد، رضایت موتورهای جستجو است. اما واقعیت امر آن است که این روش دیگر حتی رضایت گوگل را هم به دنبال ندارد.

پس بهتر است به جای استفاده از ابزارهایی که به صورت اتوماتیک برای شما محتوا تولید می‌کنند. سعی کنید با خواندن مقالات مختلف ایده‌های جدیدی پیدا کنید، در نهایت خودتان شروع به نوشتن و تولید محتوایی ارزشمند کنید.

3 - Bait and Switch ترفندی برای جذب کاربر و تغییر محتوا

یکی از ترفندهای زیرکانه سئو کلاه سیاه که در گذشته طرفداران زیادی داشت، تکنیک Bait and Switch جلب توجه و تغییر است. جالب است بدانید که نام این روش از یک ترفند تبلیغاتی معروف در آمریکا گرفته شده است که در آن، آگهی‌های اغراق آمیز و جذابی در اختیار مشتری قرار داده می‌شوند، اما بعد از جلب توجه، مشتری کالایی را می‌خرد که محصول تبلیغ شده نبوده و تنها نمونه مشابهی از آن است. این حقه تبلیغاتی در دنیای سئو و جذب کاربر به سایت هم نمود عینی دارد.



شاید یک مثال آشنا از این تکنیک کالاهای موجود در سوپرمارکت ها باشد. زمانیکه برای خرید بستنی عروسکی اقدام میکنید با یک تصویر زیبا مواجه میشوید ولی به محض باز کردن بسته متوجه تفاوت محصول واقعی با تصویر چاپ شده خواهید شد.



طبق این روش، در قدم اول باید مقاله‌ای جذاب و ارزشمند بنویسید و صبر کنید تا مقاله در موتورهای جستجو رتبه بالایی کسب کند. سپس با تغییر محتوای اصلی، سعی کنید محصولات اصلی خود را در این صفحه قرار دهید تا شانس فروش بیشتری را تجربه کنید. بد نیست اشاره کنیم که این روش به طور شگفت‌آوری نتیجه‌بخش بوده و به یک روش اسپمینگ محبوب در میان وب‌مستران تبدیل شده بود.

اما اگر بخواهید حالا از این ترفند استفاده کنید، عواقب جبران ناپذیری در انتظار شما خواهد بود؛ زیرا وقتی کاربران وارد صفحه‌ای می‌شوند که ارتباطی با موضوع جستجو شده آن‌ها ندارد، فوراً صفحه را می‌بندند و این یعنی افزایش نرخ پرش. گوگل نرخ پرش یا Bounce Rate زیاد را یک سیگنال منفی تلقی می‌کند و جایگاه وبسایت شما را کاهش می‌دهد.



گوگل صفحات شما را در بازه های زمانی مختلف بررسی میکند و اگر تغییرات اساسی مشاهده کند، جایگاه شما در موضوع اولیه از دست خواهد رفت.



در سال 2011 یک سایت فروش بیت کوین از این تکنیک استفاده میکرده است. این سایت صفحه مناسبی برای عبارت "Download Games" ایجاد کرده و جایگاه مناسبی در نتایج گوگل داشت. پس از مدتی محتوای این صفحه را تغییر داده و در آن به فروش بیت کوین میپرداخت. تصویر زیر نمونه ای از حضور این سایت در نتایج جستجو است در حالیکه صفحه هدف فاقد هرگونه محتوای مرتبط با موضوع جستجو شده است.

Google search results for "download games". The search bar shows "download games". Below the search bar, there are tabs for "All", "Apps", "Shopping", "Videos", "News", "More", and "Search tools". The search results show "About 1,200,000,000 results (0.39 seconds)". Under "In the news", there is a news article titled "As Downloads Take Over, a Turning Point for the Video Game Industry" from the New York Times, dated 2 days ago. Below the news article, there is a link for "Download Games - MyRealGames.com" with the URL "www.myrealgames.com/download-free-games/". At the bottom, there is a link for "Free Games Download - Bitcoinspot.nl" with the URL "www.bitcoinspot.nl/?t=Free-Game-Downloads". This link is highlighted with a red box and a red arrow points to it from the search bar area.



4 - اسپین کردن یا بازنویسی ظاهری مقاله

با توجه به اینکه الگوریتم های جدید گوگل قادر به شناسایی محتوای کپی شده و شباهت صفحات بودند؛ ربات هایی برای بازنویسی خودکار محتوا تولید شد. این ربات ها متن اولیه را از سایت های دیگر جمع آوری کرده و با تغییر کلمات و جملات، نسخه جدیدی از آن می ساختند. به عنوان مثال هر جا که کلمه "آموزش" استفاده شده بود با "یادگیری" جایگزین میکردند.



آیا راهی وجود دارد که متنی را از سایتی کپی کنیم ولی ظاهر آن طوری باشد که تکراری به نظر نرسد؟ بله، به این ترفند Article Spinning میگویند. اجازه دهید برای ساده تر کردن درک مفهوم بازنویسی محتوا، یک مثال برای شما بزنیم. به ظاهر و معنای جملات زیر توجه کنید:



متن اصلی:

تکرار بیش از اندازه عبارت کلیدی در محتوا باعث شد که گوگل برای نشان دادن نتایج موردنیاز کاربر، به جای تمرکز بر کلمه کلیدی، معنا و مفهوم عبارات را معیار خود قرار دهد.

متن اسپین شده:

با تکرار بیش از حد کلمه کلیدی در متن، گوگل به جای اهمیت به کلمه کلیدی، نتایج کاربر را با توجه به معنا و مفهوم متون، به او نشان می‌دهد.

اگر خوب به دو جمله بالا دقت کنید، متوجه خواهید شد که هیچ تفاوتی در معنا و مفهوم این عبارات وجود ندارد و تنها ظاهر جمله تغییر کرده است. اما چرا استفاده از چنین روشی سئو کلاه سیاه محسوب می‌شود؟

در ابتدای کار این روش تاثیر مثبتی داشت ولی آپدیت های جدید گوگل قادر به شناسایی این تکنیک بودند و سایت هایی که از این روش ها استفاده میکردند به سرعت جایگاه خود را از دست دادند. زیرا محتوای تولید شده هیچ مفهوم جدید یا ارزشی را برای کاربر ایجاد نمیکرد. در بهترین حالت محتوای تولید شده به اندازه نسخه اصلی ارزشمند است. در حالیکه؛

برای آنکه در رقابت با سایت های دیگر موفق باشید باید یک سر و گردن از بقیه بالاتر باشید.



5 - محتوای دزدیده شده یا Scraped Content

در سایت گوگل بخشی به نام Webmaster Guidelines قرار گرفته تا وبمستران بتوانند با اطلاع از استانداردهای گوگل پیرامون سایت های اسپمر، از ترفندهای نادرست در تولید



محتوا آگاه باشند. یکی از موضوعاتی که گوگل تأکید زیادی بر آن دارد بحث جمع آوری محتوا از سایت های دیگر یا Scraped Content است.



در واقع این تکنیک مشابه تکنیک محتوای تکراری است با این تفاوت که هر بخش از محتوا از سایت دیگری کپی شده است و با استفاده از محتوای چندین صفحه یک مقاله جدید تولید میشود. الگوریتم های گوگل به قدری پیشرفت کرده اند که حتی متوجه تکراری بودن یک جمله در متن شما میشوند چه برسد به اینکه شما یک یا دو پاراگراف را از مقاله ای دیگر کپی کنید.

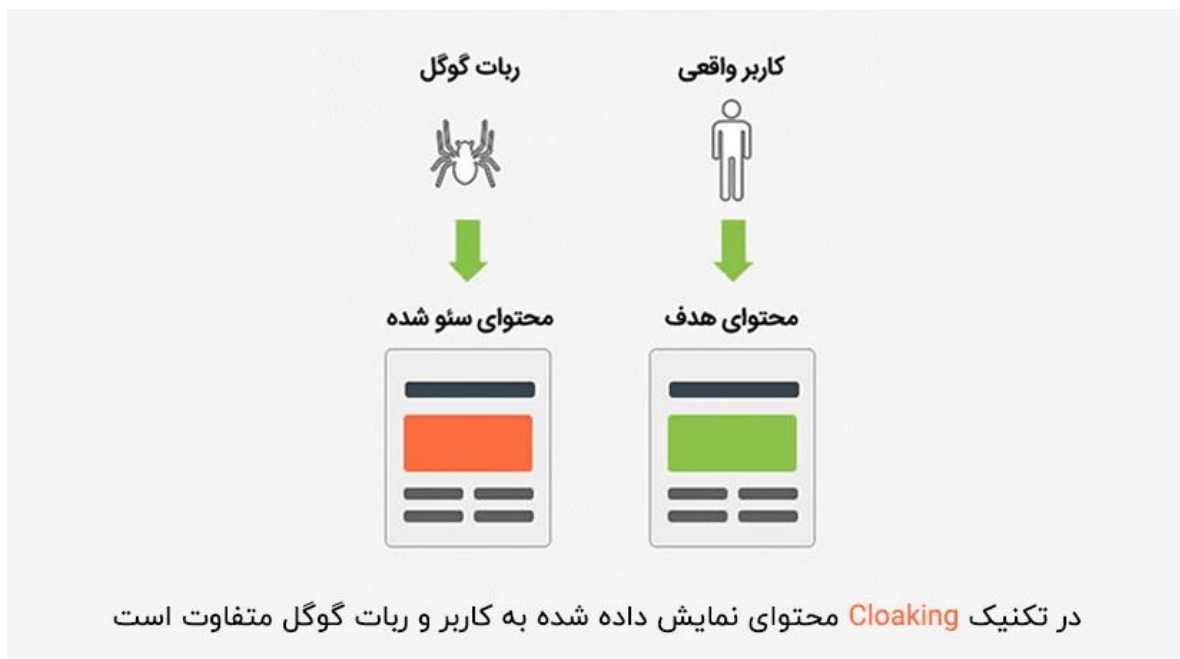
روش درست برای کپی کردن محتوا آن است که شما همه مقالات مرتبط در این حوزه را مطالعه کرده و برداشت خود را از آنها با تجربه شخصی ترکیب کرده و محتوای جدیدی تولید کنید. البته روش بهتر آن است که زمان خود را صرف تولید محتوای باکیفیت و اختصاصی کنید تا از این طریق بتوانید رضایت کاربر و موتورهای جستجو را جلب کنید.



جالب است اشاره کنیم که بحث دزدی محتوا علاوه بر اینکه موجب جریمه و کاهش رتبه از طرف گوگل می‌شود، در کشورهای هم‌چون آمریکا که قانونی کپی‌رایت در آن رعایت می‌شود، غیرقانونی نیز هست.

6 - ترفند Cloaking در تولید محتوا

براساس اطلاعاتی که در سمت سرور دریافت می‌شود میتوان تشخیص داد که ربات گوگل وارد صفحه شده یا یک کاربر واقعی است. در این تکنیک دو نوع محتوا تولید می‌شود که یکی با هدف گرفتن رتبه در موتورهای جستجو و دیگری برای کسب رضایت کاربر نوشته شده است. در تکنیک Cloaking ، وقتی کاربر وارد یک صفحه از سایت می‌شود، محتوایی متفاوت با آنچه در ربات های گوگل ایندکس شده را مشاهده می‌کند.



به عنوان مثال زمانی که ربات گوگل وارد صفحه می‌شود محتوای آن شامل متن و تصاویر مناسب است ولی با ورود کاربر به صفحه، محتوای کاملا متفاوتی به بازدید کننده نشان داده



می‌شود. این تکنیک برای سایت هایی که در زمینه فروش بک لینک یا تبلیغات زیاد فعال هستند کاربرد دارد.

7 - محتوای آزاردهنده و اسپم

محتوای اسپم صفحاتی هستند که بدون اجازه کاربر، محتوایی آزاردهنده و اسپم به نمایش می‌گذارند و سعی دارند با استفاده از جذابیت‌های ظاهری همچون ویدئو، انیمیشن و فایل‌های صوتی کاربر را مجبور به کلیک کردن و باز کردن لینک های جدید کنند.

با آپدیت الگوریتم های گوگل شانس نمایش چنین سایت هایی به شدت پایین آمده و به ندرت با نمونه ای مواجه می شوید که محتوایی خطرناک یا بی ارزش داشته باشد و در نتایج صفحه اول گوگل باشد. این تکنیک مستقیماً به کسب جایگاه در نتایج گوگل مربوط نمیشود ولی تاثیر بسیار منفی آن بر رضایت کاربر موجب میشود تا در دسته بندی تکنیک های سئو کلاه سیاه قرار داده شود.





اگر می‌خواهید هدف این سایت‌های اسپم قرار نگیرید، بهتر است یک آنتی ویروس نصب کرده و از کلیک کردن بر تبلیغاتی که ظاهری فریبنده و جذاب دارند جلوگیری کنید.

8 - استفاده از عنوان های جذاب ولی نامرتب یا Clickbait

شاید برای شما هم پیش آمده باشد که با عناوین بسیار جذاب و قانع‌کننده مانند 100 درصد رایگان، باورنکردنی، فرصتی استثنایی، مدت محدود یا عباراتی همچون با لینک مستقیم، با کیفیت Full Hd یا غیره برای سایت‌های دانلودی مواجه شده باشید. اما به محض ورود به این صفحات، هیچ ارتباطی بین عنوان صفحه در نتایج جستجو و محتوای صفحه وجود ندارد. در واقع این سایت‌ها، از عبارات فریب‌دهنده به عنوان یک طعمه استفاده می‌کنند تا شما را وارد صفحات هدف خود کنند.

با اینکه استفاده از این حقه ممکن است در مدت کوتاهی نرخ کلیک شما را افزایش دهد، ولی با به کارگیری Clickbait، کاربران وارد صفحاتی می‌شوند که به هیچ وجه ارتباطی با عبارت جستجو شده آن‌ها ندارد و در نتیجه فوراً سایت شما را ترک می‌کنند. وقتی کاربران بیشتری به مرور زمان، صفحات سایت شما را می‌بندند، گوگل متوجه این عدم رضایت شده و جایگاه سایت شما را به شدت کاهش می‌دهد.

LINK BUILDING



امین اسماعیلی

تکنیک های سئو کلاه سیاه در لینک سازی

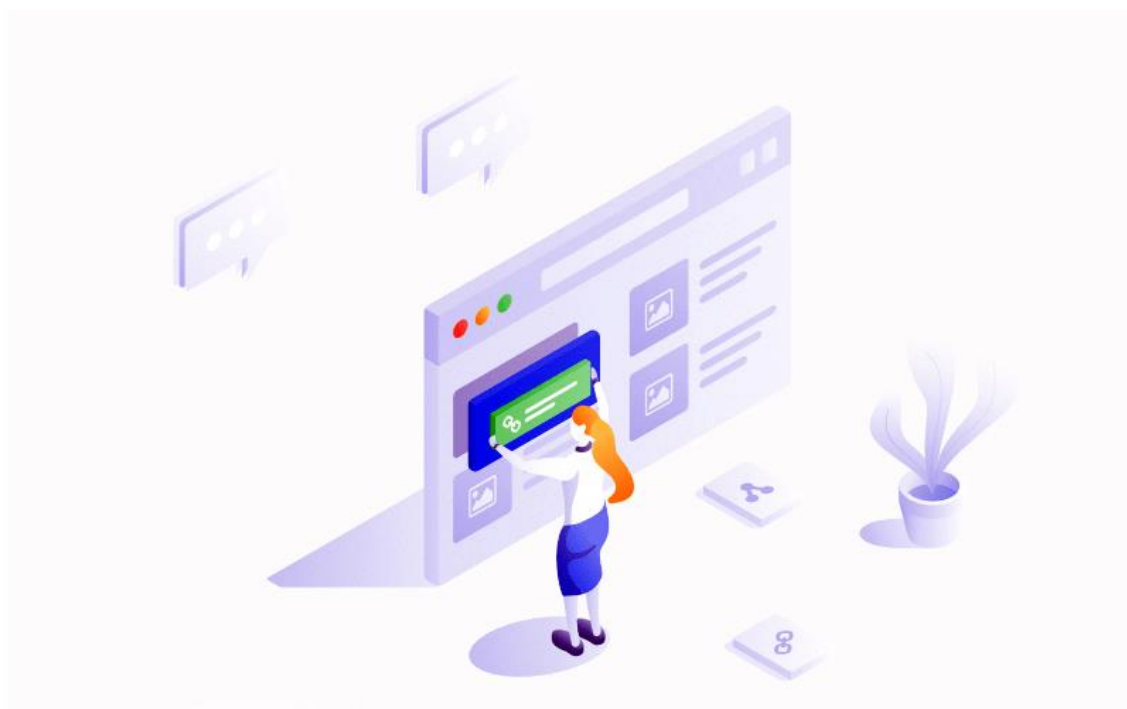




تکنیک های سئو کلاه سیاه در لینک سازی

بیا بید گوگل را یک جوان 20 ساله در نظر بگیریم. این جوان پُرانگیزه در 12 سالگی (یعنی قبل از معرفی الگوریتم‌هایش) هنوز به پختگی حالا نرسیده بود و در تشخیص سایت‌های خوب از بد، خیلی با حساب و کتاب عمل نمی‌کرد. در واقع می‌توان گفت که پاشنه آشیل گوگل در گذشته این بود که نمی‌توانست سایت‌هایی که از لینک سازی مخرب استفاده می‌کنند را شناسایی کند.

در آن زمان نه الگوریتم پنگوئنی بود و نه مرغ مگس خواری، تنها چیزی که باعث می‌شد سایت شما در نتایج بالای جستجوی گوگل ظاهر شود، تعداد بک لینک‌هایی بود که سایت‌های مختلف به شما می‌دادند. در واقع لینک سازی به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های سئو و بهینه سازی وبسایت‌ها تبدیل شده بود.



در گذشته ای نه چندان دور، مفهوم سئو تنها در **لینک سازی** خلاصه میشد!



در قدم بعدی، تکنیک های لینک سازی به روش های خلاقانه ای ابداع شدند تا بتوانند در مدت زمانی کوتاه رتبه سایتها را از فرش به عرش برسانند! در واقع به کار بردن این روش های نوین بسیار کاربردی بودند زیرا بیشتر سایتها در یک برهه زمانی خاص، بهبود خوبی را در جایگاه نتایج جستجو تجربه کردند. اما این داستان، پایان غم انگیزی داشت.

چرا که سرتاسر فضای وب را سایت‌هایی تشکیل می‌دادند که تنها یک چیز برایشان مهم بود؛ کسب رتبه در نتایج جستجو!

بالاخره در این وضعیت نابسامان، کسی باید به داد کاربران و هیاهوی درهم و برهم لینک سازی در فضای اینترنتی می‌رسید. کسی که بتواند کاربر را در اولویت قرار دهد و برای کسب رضایتش چاره‌ای بیاندیشد. اما چه کسی بهتر از فردی که همیشه به فکر رضایت کاربران بود؟ گوگل!

گوگل با گذشت زمان، روز به روز هوشمندتر می‌شد به طوری که وقتی موضوع پایان نامه خود در مورد الگوریتم های جستجوی آنلاین را ارائه داد، همه استادها به چشم یک نابغه به او نگاه می‌کردند. این الگوریتم ها همان چیزی بودند که قوانین لینک سازی در فضای وب را به نفع کاربر تغییر دادند. بر اساس این قوانین؛

هر سایتی که به صورت غیرطبیعی و تنها با هدف گرفتن جایگاه در صفحه نتایج، لینک سازی انجام دهد، محکوم به جریمه است.



اگر نوار این داستان را کمی به جلو ببریم به زمان حال (2018) می‌رسیم. متأسفانه عده زیادی از افراد هنوز هم از تکنیک های لینک سازی به روش مخرب استفاده می‌کنند و حتی بر این



باورند که این روش ها، باعث بهبود رتبه سایتشان هم می‌شود. شاید تعجب کنید اما به مرور زمان این ترفندها حتی بیشتر و بیشتر هم شدند.

آیا این ترفندهای لینک سازی به ظاهر خلاقانه، که در واقعیت کاملاً غیرقانونی هستند نامی هم دارند؟

بله! تکنیک های کلاه سیاه در لینک سازی.

حالا، در گام بعدی می‌خواهیم شما را با روش هایی آشنا کنیم که به تکنیک های سئو کلاه سیاه در لینک سازی معروف شدند.

به طور خلاصه این فصل مناسب کسانی است که:

1. نمی‌دانند چه روشی، سئو کلاه سیاه محسوب می‌شود و بدون اطلاع، اقدام به لینک سازی مخرب و غیرقانونی می‌کنند.

2. از روش های لینک بیلدینگ کلاه سیاه استفاده می‌کنند و باور دارند که این روش ها خیلی هم خوب جواب می‌دهد.

1 - تبادل لینک یا Link exchange

فرض کنید یکی از دوستان شما به یک رستوران خیلی معروف می‌رود و بعد از مدتی به شما هم پیشنهاد می‌دهد که به آن سر بزنید. طبیعتاً حالا که یک دوست صمیمی به شما این پیشنهاد را داده است، به کیفیت غذا و خدمات این فست فود اعتماد بیشتری پیدا می‌کنید و با اطمینان بیشتری وارد این رستوران می‌شوید.

این قضیه در دنیای سئو هم کاملاً مشهود است. به طوری که اگر سایت‌های بیشتری به شما لینک دهند، گوگل هر لینک را به عنوان یک رای مثبت در نظر می‌گیرد. این کار باعث



می‌شود گوگل اعتماد بیشتری به وب سایت شما داشته باشد و در نتیجه این سایت محبوب را در صفحه نتایج بیشتر نشان دهد.

بسیاری از سایت ها متوجه شدند گوگل برای بک لینک ها اهمیت زیادی قائل است و می‌توانند با استفاده از آن رتبه بهتری بگیرند، در نتیجه سعی کردند به روش های غیر طبیعی با سایت های دیگر لینک رد و بدل کنند.



در تکنیک تبادل لینک، شما از مدیران سایت درخواست می‌کنید تا لینک سایت شما را در سایت یا وبلاگ خود درج کنند تا شما نیز در عوض همین کار را برای آنان انجام دهید. این کار باعث می‌شود هر دو سایت بتوانند جایگاهشان را در صفحه نتایج بهبود دهند.

با اینکه تبادل لینک بین چند سایت ممکن است نتایج خوبی برای سئو سایت شما داشته باشد. اما پس از مدتی جایگاه سایت شما با روندی چشمگیر ریزش خواهد کرد. این سقوط به این دلیل است که گوگل متوجه تبادل لینک شما با سایت‌های دیگر شده و شما و سایت خاطی دیگر را جریمه کرده است.



2 - لینک سازی حلقه ای یا Web Rings

در قسمت قبل به شما گفتیم که تبادل لینک بین سایت‌ها یکی از روش‌های رایج و دوست‌داشتنی بود که اتفاقاً در بسیاری موارد خیلی خوب جواب داد. اما پس از اینکه سایت‌های بیشتری دست به انجام این ترفند کلاه سیاه زدند، گوگل بلاخره متوجه این تکنیک در لینک‌سازی شد. حالا زمان آن رسیده بود که یک تکنیک پیشرفته‌تر ابداع شود تا گوگل از آن سر در نیاورد.

اجازه دهید این سوال را از خود شما بپرسیم تا کمی در جریان کار قرار بگیرید. اگر قرار باشد تبادل لینک را به شکلی انجام دهید که گوگل متوجه نشود دارید از چه سایتی لینک دریافت می‌کنید، به چه نحوی وارد عمل می‌شدید؟

یک راهنمایی: این روش زیرکانه شما باید به شکلی باشد که سایتی که لینک‌سازی را شروع کرده قابل شناسایی نباشد. زمانیکه لینک‌سازی بین دو سایت انجام میشود تشخیص سایت‌های متخلف برای گوگل راحت است ولی اگر در این فرآیند چندین سایت درگیر باشند چطور؟ بله! درست حدس زدید! لینک‌سازی شما باید به صورت یک دایره یا حلقه (Ring) انجام شود. دلیل انتخاب نام این تکنیک کلاه سیاه (Web Ring) هم به این دلیل است که شما در این روش به شکل حلقه‌ای و دسته‌جمعی، اقدام به لینک‌سازی می‌کنید. در واقع این روش با این فرض به وجود آمده که گوگل وقتی وارد یک وب رینگ می‌شود، مانند یک فرد سرگردان در گرداب، باید به دنبال سایتی بگردد که این لینک‌سازی مصنوعی را شروع کرده است.



3 - مزرعه لینک یا Link Farm

قبل از اینکه به تعریف و چیستی مزرعه لینک بپردازیم، بهتر است به علت به وجود آمدن آن نگاهی بیاندازیم تا بتوانید عمیق‌تر آن را درک کنیم.

سایت های بسیاری از تکنیک تبادل لینک یا ساخته حلقه های لینک استفاده میکردند که موجب میشد هر روز ارزش این روش کاهش یابد. زیرا تعداد لینک های تبادل شده در سایت هایی که با آنها توافق کرده بودند هر روز در حال افزایش بود. نسخه های اولیه الگوریتم پنگوئن به دنبال بررسی ارتباط موضوعی سایت ها و نشانه هایی از تبادل لینک بودند، که موجب شد این تکنیک ها هر روز خطرناک تر از گذشته شوند.



عده ای در این میان به فکر افتادند که به جای تبادل لینک با دیگران، خودشان مجموعه ای از سایت ها و وبلاگ های اینترنتی با موضوعات نزدیک به هم ایجاد کنند و با استفاده از آنها سایت اصلی را تقویت کنند. در یک مزرعه لینک ارتباطات بسیار پیچیده ای بین سایت ها برقرار میشود و معمولا از حلقه های تو در تو و چند لایه تشکیل شده است.



اما گوگل برای این سایت ها نیز راه حل هایی را پیدا کرد؛ توجه به عمر دامنه ها، واقعی بودن اطلاعات تماس، استفاده از هاست یا DNS مشترک و البته مهمترین نکته آنکه تمام این دامنه ها به نام یک نفر یا یک مجموعه بودند؛ موجب شد تا سایت های بسیاری توسط گوگل شناسایی و جریمه شوند. این تکنیک با نام PBN نیز شناخته میشود.

به جای استفاده از مزارع لینک، می‌توانید از تاکتیک‌های سئو کلاه سفید، مانند ایجاد محتوای ارزشمند، نمودارها، داده‌ها، مصاحبه‌ها و غیره بهره ببرید. در کل بهترین محتوا، محتوایی است که به شما اجازه می‌دهد لینک ها را به صورت طبیعی و به مرور زمان بدست آورید.



4 - پست مهمان اسپم

اگر بخواهیم خیلی ساده به شما بگوییم، پست مهمان یعنی اینکه محتوایی را در سایت‌هایی قرار دهید که مالک حقیقی آن شما نباشید. این محتوا می‌تواند به شکل مقاله، عکس، ویدئو یا هر نوع دیگری باشد. یکی از مزایای پست مهمان آن است که با انتشار محتوا در سایت‌های دیگر، نام برند و محصول یا سرویس شما توسط عموم مردم شناخته می‌شود.

اما مزیت دیگری که باعث شده وب مستران زیادی اقدام به منتشر کردن محتوا در سایت‌های مختلف کنند، اهمیت پست مهمان در سئو یا بهبود رتبه سایت است. شاید برایتان سوال شود که چرا استفاده از پست مهمان باعث جابه جایی رتبه می‌شود؟

جواب سوال بالا در یک کلمه خلاصه می‌شود: «بک لینک»!

با فراگیر شدن تکنیک‌های لینک سازی، هر روز سایت‌های بیشتری توسط الگوریتم پنگوئن جریمه می‌شدند و مدیران سایت‌ها متوجه شده بودند که قرار دادن لینک در سایدها یا فوتر یک سایت یکی از فاکتورهای گوگل برای شناسایی لینک‌های خریداری شده است. در نتیجه بهترین فضا برای لینک سازی محتوا صفحات بود.

در همان زمان سایت‌های خبری و آموزشی تشنه‌ی محتوای تازه و جدید بودند. متخصصین سئو شروع کردند به نوشتن مقالات تخصصی در موضوعات مختلف و انتشار آنها در این سایت‌های جامع و به مرور تکنیک پست مهمان همه گیر شد!



پست مهمان

شبيه جوجه اردک زشت بود!

محتوای آن از نظر موضوعی با سایر صفحات سایت متفاوت بود

در واقع وقتی محتوایی را در سایت‌های دیگر بارگذاری می‌کنید و در آن به سایت خود لینک می‌دهید، گوگل این بک لینک‌ها را به عنوان یک سیگنال مثبت در نظر می‌گیرد و جایگاه سایت شما در صفحه نتایج را بهبود می‌دهد. احتمالاً وقتی فهمیدید که گوگل اینقدر به پست مهمان و لینک‌های داخل آن بها می‌دهد، با خود فکر کنید:

« چه روش خوبی، حالا در تمام سایت‌هایی که پست مهمان قبول می‌کنند، محتوا می‌ذارم و به سایت خودم لینک میدم. اینجوری رتبه سایت‌م سریع میره بالا! »

مثل هر روش دیگری این تکنیک نیز به سرعت توسط گوگل شناسایی شد زیرا بیشتر این صفحات و سایت‌ها از نظر مفهومی ارتباطی به هم نداشتند، به بیان ساده‌تر، زمانی که تنها به قصد گرفتن لینک و افزایش رتبه سایت خود، شروع به منتشر کردن محتوا در سایت‌های مختلف می‌کنید، گوگل هم متوجه این روش به ظاهر زیرکانه می‌شود و کارت قرمز خود را از جیبش بیرون می‌کشد.



همزمان سایت ها نیز متوجه دلیل این حجم از نویسندگان مهمان شدند و برای درج محتوای شما تقاضای پول میکردند؛ و اینچنین شد که خرید رپورتاژ آگهی با هدف سئو متولد شد.

5 - نظرات اسپم یا Comment Links

بعد از آنکه تبادل لینک خطرناک شد و رپورتاژ آگهی جای پست مهمان را گرفت، دریافت بک لینک رایگان بسیار سخت شده بود. ولی متخصصین سئو کلاه سیاه همیشه ایده های جدید و جذابی داشته اند! این بار نوبتِ حمله به بخش نظرات سایت بود.

بسیاری از سایت های اینترنتی از سیستم های مدیریت محتوای رایج مانند جوملا و وردپرس استفاده میکنند و در همه آنها فضایی برای قراردادن لینک هنگام ارسال دیدگاه وجود داشت. در نتیجه روند کامنت گذاری دستی و رباتی در سایت ها با هدف کسب بک لینک آغاز شد. همین روند به ظاهر ساده تاثیر زیادی بر سئو سایت ها داشت زیرا در مدتی کوتاه لینک های بسیاری از سایت های مختلف دریافت میکردند. به محض آنکه ارسال نظرات اسپم کارایی خود را نشان داد، همه گیر شد و پس از آنکه همه گیر شد مورد توجه گوگل و الگوریتم پنگوئن قرار گرفت.



نظرات اسپم

تعداد لینک های زیادی را با ارزش کم و در مدت کوتاه برای سایت شما ایجاد میکند.



در حال حاضر بیشتر سایت ها اجازه قراردادن لینک در بخش نظرات را نمیدهند و سایت هایی که چنین اجازه ای میدهند مملو از نظرات اسپم و لینک های نامرتب هستند، در نتیجه این صفحات فضای مناسبی برای لینک سازی شما نخواهند بود. همچنین (با آپدیت های جدید پنگوئن) لینک هایی که در بخش نظرات یک صفحه هستند ارزش و تاثیر به مراتب پایین تری در مقابل لینک های موجود در محتوای سایت دارند.

اما بهتر است بدانید که قرار دادن لینک در کامنت عملاً غیرقانونی نیست و حتی خیلی هم توصیه می شود. (در واقع قرار دادن لینک در کامنت یک تکنیک سئو کلاه سفید هم محسوب می شود)؛ این روش تنها زمانی غیرقانونی است که به طور غیر طبیعی و افراطی آن را به کار بگیرید.

اگر شما مدیر یک بلاگ اینترنتی، انجمن و یا فروم هستید، باید خیلی مراقب کامنت هایی که دریافت می کنید باشید. چراکه گوگل با دیدن صفحات حاوی هرزنامه، سایت شما را از نتایج جستجو حذف می کند. استفاده از ابزارهای ضد هرزنامه مانند ابزار Google reCAPTCHA یکی از راه های جلوگیری از ابتلا به محتوای اسپم در بخش کامنت سایت است.

6 - خرید بک لینک

بعد از آزمون و خطاهای بسیار متخصصین سئو متوجه شدند که تنها راه باقی مانده برای کسب بک لینک ارزشمند پرداخت پول است. در این روش شما سایت هایی که ارزش و اعتبار بالایی دارند و از نظر موضوعی با سایت شما مرتبط هستند را شناسایی کرده و در ازای پرداخت هزینه نسبتاً بالایی لینک خود را در آنها قرار می دهید.



خرید بک لینک رویکرد کاملاً متفاوتی با روش های پیشین داشت، در این تکنیک خبری از لینک سازی رایگان نبود و در نتیجه به جای توجه به تعداد و تنوع لینک ها تمرکز بر روی اعتبار سایت و کیفیت محتوا بود. این روش نیز همچون متدهای قبلی در ابتدا تاثیر شگفت انگیزی داشت ولی مشکل از زمانی آغاز شد که زیاده روی ها در استفاده از آن شروع شد.



سایت هایی که در زمینه فروش بک لینک فعالیت داشتند به سرعت درآمد بالایی کسب کردند و لینک های زیادی را در سایدبار و فوتر خود قرار دادند. با اضافه شدن هر لینک به این فضا عملاً ارزش و سهم منتقل شده به لینک های قبلی کاهش می یافت. در برخی موارد تعداد این لینک ها به قدری زیاد است که خود سایت فروشنده توسط گوگل جریمه میشود. خرید بک لینک به مرور زمان بعنوان یکی از خطرناک ترین روش های سئو کلاه سیاه شناخته شد. مهمترین دلایلی که موجب سیاه شدن این روش شدند عبارتند از:

لینک سازی در فوتر و سایدبار

فوتر و سایدبار سایت به این دلیل که در هر صفحه از وبسایت مرتباً تکرار می شوند یکی از بخش های مهم سایت شما برای موتورهای جستجو محسوب می شوند. به بیان ساده تر،



کلمات و لینک هایی که در این بخش قرار می‌دهید، خیلی سریع تر نسبت به محتوای دیگر توسط گوگل ایندکس می‌شوند. اما آیا می‌توان از بخش فوتر سایت هم یک روش کلاه سیاه درست کرد؟

متأسفانه بله! قراردادن دادن لینک‌های نامرتب و اسپم در بخش فوتر یا سایدبار سایت یکی دیگر از راه‌های غیرطبیعی برای افزایش رتبه در موتورهای جستجو است. در واقع مشکل اصلی زمانی رخ می‌دهد که این لینک‌ها، عباراتی هستند که در عین نامرتب بودن با موضوع اصلی سایت، تعداد جستجوی بالایی دارند. شاید این سوال برایتان پیش آید که چرا سایت‌ها در بخش فوتر از لینک های اسپم و نامرتب استفاده می‌کنند؛ تنها به خاطر کسب جایگاه بهتر در نتایج گوگل.

ولی باید حسابی حواستان باشد زیرا گوگل در این روش خیلی مته به خش خاش می‌گذارد! در واقع وقتی گوگل لینکی نامرتب در فوتر سایت شما پیدا کند، ممکن است کارت قرمزش را از جیب بیرون بیاورد و شما را به کلی از صفحه نتایج خود حذف کند.

برای اینکه به کلی با این تاکتیک سئو کلاه سیاه آشنا شوید، ما بعد از بررسی سایت های بسیار، یک نمونه خوب برای شما پیدا کردیم. فوتر سایتی که در زیر مشاهده می‌کنید، موضوع‌هایی از شیر مرغ تا جان آدمیزاد را پوشش داده که برخی از آن‌ها عبارات کلیدی مهمی در گوگل هستند. این کلمات کلیدی با اینکه در گوگل سرچ بالایی دارند ولی با موضوع سایت کاملاً نامرتب هستند.



آگهی متنی عادی

اجاره ویلا شمال / لوازم آتش بازی / گوشت گوسفند / روشویی / کد تخفیف / بلیط چارتر / ثبت شرکت / کد تخفیف / آموزش طراحی لباس / آموزش گریم / آموزش عکاسی / پنجره دو جداره / کتاب پزشکی / ویزای شینگن / Instagram Robot / زانوی ضربدری و پروتز پا / کلینیک صحت بخش / بانک خون بند ناف رویان ارومیه / پکیج تصفیه فاضلاب / آیلتس / تبلیغ در گوگل / تحلیل رفتار متقابل / مشاوره حقوقی، طلاق، مهریه / تعمیر گیربکس اتوماتیک / دوربین مداربسته، دوربین، دزدگیر / مشاوره حقوقی آنلاین / ثبت شرکت / سئو / جاهای دیدنی / شیشه سکوریت / ثبت برند / فروش ویلا در شمال / درب ضد سرقت / دانلود تلگرام / دانلود اینستاگرام / منصور کیارش / تناسب اندام / پلاستوفوم، یونولیت بسته بندی، قالب پلاستوفوم، پلاستوفوم بسته بندی، فوم بسته بندی / شال و روسری / هدایای تبلیغاتی صدرا / بلیط هواپیما / قیمت کولر گازی بانه / خرید ابزار آلات / سوابق بیمه / تبلیغات در گوگل / ضبط مکالمات تلفنی / جعبه فست فود / کولر / برج خنک کننده / سپتیک تانک پلی اتیلن / چربی گیر / تصفیه فاضلاب / سپتیک تانک / دانلود نرم افزار / دانلود / گرافیک /

انکرتکست تکراری

قبل از اینکه متوجه مفهوم انکرتکست تبلیغاتی به عنوان یک ترفند سئو کلاه سیاه شوید، لازم است به شما بگوییم انکرتکست در اصل چیست.

در کل کلمات و کاراکترهای موجود در یک متن که به سایت یا متنی دیگر لینک می شوند را انکر تکست (Anchor Text) می نامند. متن لینک شده یا انکرتکست در واقع همان قسمتی از یک لینک است که کاربر می تواند بر روی آن کلیک کند.

زمانیکه از یک سایت بک لینک می خرید، لینک دریافت شده را بر روی پر رقابت ترین و مهمترین کلمه کلیدی کسب و کار خود قرار می دهید، تا اینجا مشکلی نیست. ولی زمانیکه از چندین سایت مختلف برای تقویت همان صفحه لینک می خرید عملاً در همه آنها از یک عبارت مشخص (انکر تکست یکسان) برای ارجاع به سایت خود استفاده کرده اید.

اینکه همه سایت ها با ادبیات یکسان و دقیقاً به یک صفحه از سایت شما لینک سازی کنند، یکی از فاکتورهای مهم پنگوئن برای شناسایی لینک های خریداری شده است. در نتیجه هرچقدر تعداد لینک های شما با این عبارت هدف بیشتر باشد ریسک جریمه شدن توسط گوگل افزایش می یابد.



ریدایرکت 301 به روش غیر اخلاقی!

ریدایرکت 301 یکی از روش‌های مفید برای جلوگیری از ایجاد صفحات 404 است. به طوری که اگر یک صفحه از سایت شما حذف شده باشد، می‌توانید با استفاده از ریدایرکت، کاربر را به صفحه‌ای هدایت کنید که محتوای جایگزین در آن قرار دارد. اما متأسفانه این روش هم تا جایی مورد سوءاستفاده قرار گرفت که یک تکنیک سئو کلاه سیاه رنگ از آن متولد شد.

در این روش صفحاتی از سایت‌های معتبر که جایگاه مناسبی در نتایج گوگل کسب کرده‌اند شناسایی شده و در قبال پرداخت پول به صفحه‌ای با همان موضوع در سایت شما ریدایرکت میشوند. در واقع شما به جای آنکه مدت‌ها زمان و انرژی صرف تقویت یک صفحه کنید آن را از سایتی دیگر خریداری می‌کنید.

با انجام ریدایرکت 301 در واقع همه لینک‌ها و ارزش و اعتبار آن صفحه به صفحه‌ای که در سایت شما قرار دارد منتقل میشود.





پس لینک سازی کلاه سفید چیست؟!

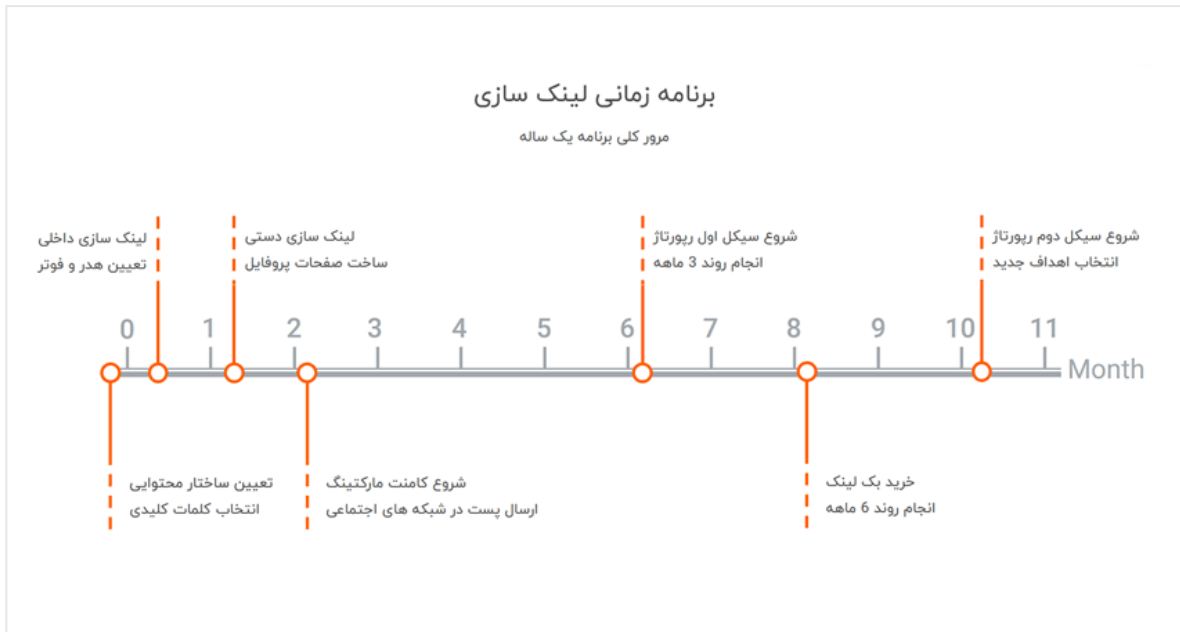
شاید تا به حال شنیده باشید که انسان در هر جا باشد، نابودی به بار می‌آورد!

این جمله خیلی عام حتی در دنیای سئو و بهینه سازی وب سایت ها هم صادق است به طوری که تمام تکنیک هایی که در این مقاله به شما معرفی کردیم، روزگاری جزو روش های کلاه سفید در لینک سازی بودند. اما متأسفانه با گذشت زمان برخی (که اکثر آنها را مدیران سایت تشکیل می‌دادند) به قدری از آنها استفاده کردند که این تکنیک ها را به روش های ممنوعه لینک سازی یا سئو کلاه سیاه تبدیل کردند.

اما اگر از هر یک از روش های این کتاب استفاده کنید، باید منتظر مجازات های سنگین گوگل باشید. تنبیه شدن از سوی موتورهای جستجو چند تراژدی بزرگ برای شما به بار می‌آورد. ممکن است جایگاه شما در یک یا چند صفحه با افت شدید مواجه شود و یا حتی دامنه شما به صورت کامل از نتایج گوگل حذف شود.

شما که نمی‌خواهید داستان سایت خود را با یک تراژدی به پایان برسانید؟ و البته نمی‌خواهید که از ارزش و تاثیر بک لینک چشم پوشی کنید؟!

لینک سازی کلاه سفید یعنی استفاده درست از تمام تکنیک هایی که در مورد آنها صحبت کردیم، ولی به صورتیکه گوگل متوجه هدف شما و فرآیند دریافت این لینک ها نشود. هیچ یک از این روش ها نادرست نیستند، استفاده از آنها زمانی خطرناک است که شما دید درستی در مورد نحوه عملکرد الگوریتم های گوگل نداشته باشید.



برای موفقیت در لینک سازی نیازمند یک برنامه زمانی دقیق و البته استراتژی مناسب هستیم. اگر هر یک از این تکنیک ها را در زمان مناسب و با اطلاعات کافی انجام دهیم میتوانند تاثیر بالایی بر بهبود سئو سایت داشته باشند. آنچه در این مسیر مورد نیاز است را در کارگاه لینک سازی کلاه سفید به صورت کامل آموزش میدهیم.

SERP SPANI



مهدی رئوف

فراتر از کلاه سیاه! بازی با دم شیر





فراتر از کلاه سیاه! بازی با دم شیر

تا اینجای کار به بررسی تکنیک هایی که برای کسب جایگاه بهتر طراحی شده بودند ولی در عمل نتیجه معکوسی داشتند پرداخته ایم. در ادامه تکنیک هایی را به شما معرفی میکنیم که پا را فراتر گذاشته و مستقیماً صفحه نتایج گوگل را دستخوش خلاقیت خود میکنند یا با استفاده از روش هایی غیراخلاقی سعی در کسب جایگاه بهتر دارند.

اگر به ویتترین مغازه ها دقت کنید، متوجه می‌شوید که این فضا در اکثر اوقات، جای بهترین، جدیدترین و بروزترین اجناس است. اما اگر قرار باشد این ویتترین را وارد دنیای جستجوی اینترنتی کنیم، چه چیزی را می‌توان به ویتترین تشبیه کرد؟

صفحه نتایج جستجو گوگل (SERP)، که مخفف عبارت Search Engine Result Page است کاربردی مشابه ویتترین یک مغازه را دارد، به طوری که گوگل همیشه سعی میکند سایت هایی که به نظرش برای کاربر ارزشمندتر هستند را در ویتترین آنلاین خود قرار دهد. اما از آن جایی که این فضا در صفحه اول تنها ظرفیت 10 سایت را دارد، رقابت برای حضور در این صفحه از نتایج گوگل، چیزی شبیه به مرگ و زندگی است.

در واقع رقابت در صفحه اول نتایج گوگل به قدری زیاد است که سایت های زیادی تلاش می‌کنند با استفاده از روش های غیرقانونی قوانین گوگل را دور بزنند تا در رتبه های بالا حضور پیدا کنند. به این تکنیک های کلاه سیاه که تنها به قصد حضور در صفحه اول نتایج جستجو انجام می‌شود، اسپم کردن صفحه نتایج یا SERP Spam می‌گویند.

در این فصل قصد داریم روش های اسپم کردن صفحه نتایج را با زبانی ساده به شما معرفی کنیم.



1 - بمب گوگل یا GOOGLE BOMBING

برای اینکه به خوبی متوجه مفهوم Google Bombing شوید، بهتر است یک قدم به عقب برداریم و تعریف سئو را بازگو کنیم. به عبارت ساده، وقتی می‌خواهیم سایت ما با جستجوی کلمات یا عباراتی خاص، به کاربران نشان داده شود، از اصطلاح بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو استفاده می‌کنیم. اما این بهینه سازی یک شرط بزرگ دارد.

یکی از مهم ترین شرایط یک سئو اصولی این است که سایت خود را تنها برای عبارات مرتبط با موضوع سایت خود بهینه کنید. اما اگر بخواهیم در بهینه سازی سایت خود، از عبارات نامربوط استفاده کنیم چطور؟

یکی از ویژگی های Google Bombing همین شروع طوفانی در بهینه سازی کلمات کلیدی نامرتب است.

در این تکنیک، یک صفحه اینترنتی با استفاده از لینک سازی های گسترده، در عبارتی مشخص که در محتوای آن صفحه وجود ندارد، جایگاه کسب میکند!



اگر بخواهیم با یک مثال این تکنیک کلاه سیاه را برای شما واضح تر کنیم، باید به مثال خلیج فارس اشاره کنیم.

داستان به این صورت است که چند سال پیش سایتی با نام خلیج فارس ایجاد شد و بسیاری از سایت های ایرانی در حرکتی هماهنگ با عبارت "خلیج عربی**" به آن لینک سازی کردند. این صفحه به سرعت در عبارت هدف به رتبه یک گوگل رسید و با جستجوی خلیج عربی** سایت خلیج فارس نمایش داده می‌شد.



استفاده از این تکنیک موجب می‌شود صفحه هدف در زمانی کوتاه به رتبه یک گوگل برسید ولی احتمال از دست رفتن جایگاه و جریمه آن توسط گوگل بسیار زیاد است.

همچنین خوب است بدانید که تکنیک کلاه سیاه Google Bombing با نام دیگر-Google Washing هم شناخته می‌شود که در اکثر اوقات با اهداف کوتاه مدت یا بعضاً سیاسی انجام مورد استفاده قرار می‌گیرد.

در سال 2004 تکنیک گوگل بمب بیش از هر زمانی شناخته و شنیده شد. جایی که با جستجوی عبارت miserable failure اولین پیشنهاد گوگل صفحه معرفی رئیس جمهور آمریکا یعنی جورج بوش در سایت رسمی کاخ سفید نمایش داده میشد.

The screenshot shows a Google search interface with the search term 'miserable failure' entered in the search box. The search results are displayed under the 'Web' tab. The top result is 'Biography of President George W. Bush' from the official White House website, dated 21 Mar 2005. The second result is 'Biography of Jimmy Carter' from the official White House site. The third result is 'Welcome to MichaelMoore.com', the official site of the gadfly of corporations, creator of the film Roger and Me and the television show The Awful Truth.

در ابتدا گوگل توجهی به این روش نداشت زیرا معمولا سایت ها و عباراتی هدف قرار میگرفتند که ارزش اقتصادی یا آمار جستجوی بالایی نداشتند. ولی در سال 2007 گوگل



تمهیدات ویژه ای برای **مقابله با تکنیک Google Bomb** در نظر گرفت؛ زیرا مقالات و شایعات بسیاری در سطح اینترنت منتشر شده بود مبنی بر اینکه این جستجوها توسط خود گوگل برنامه ریزی میشوند و اهداف سیاسی مورد نظر او را دنبال میکنند. در حال حاضر استفاده از Google Bombing نتیجه ای برای شما به همراه نخواهد داشت.

Google Webmaster Central Blog

Official news on crawling and indexing sites for the Google index

A quick word about Googlebombs

Thursday, January 25, 2007

We wanted to give a quick update about "Googlebombs." By improving our analysis of the link structure of the web, Google has begun minimizing the impact of many Googlebombs. Now we will typically return commentary, discussions, and articles about the Googlebombs instead. The actual scale of this change is pretty small (there are under a hundred well-known Googlebombs), but if you'd like to get more details about this topic, read on.

2 - شوخی با بخش پیشنهادات گوگل

زمانیکه عبارتی را در گوگل جستجو می کنید، قبل از اینکه سوال خود را به صورت کامل در باکس جستجو وارد کنید، با یک سری جملات پیشنهادی از طرف گوگل روبرو میشوید. این پیشنهادات به شما کمک میکنند تا نیازی به تایپ بقیه عبارت نداشته باشید و یا عبارات کلیدی دقیق تری را برای جستجوی خود انتخاب کنید.



به عنوان مثال با جستجوی «آژانس خلاقیت»، عبارتی مانند «آژانس خلاقیت وبسایم» در پیشنهادات گوگل به شما نشان داده می‌شود. این پیشنهادات براساس جستجوهای پیشین سایر کاربران در اختیار شما قرار می‌گیرد. به دلیل تعداد زیاد این جستجو، گوگل متوجه تقاضای بالای آن می‌شود و اگر کاربری «آژانس خلاقیت» را تایپ کند، گوگل به این کاربر یک عبارت پر جستجو (آژانس خلاقیت وبسایم) را پیشنهاد می‌دهد.

جالب است بدانید که حتی این فضای کوچک و دوست داشتنی هم هدف کلاه برداران سئو کلاه سیاه قرار گرفته است!



برخی افراد برای آنکه نام برند یا سایت خود را در پیشنهادات گوگل (Auto Complete) به کاربران نشان دهند، با استفاده از ربات های نرم افزاری، یک عبارت را به دفعات زیادی در



گوگل جستجو میکنند. این کار باعث می‌شود که گوگل متوجه تقاضای بالای این عبارت شده و وقتی کاربری عبارت مشابه آن را جستجو میکند، عبارت پر جستجو را به او پیشنهاد دهد.

این کار همان چیزی است که ما اسمش را می‌گذاریم سئو کلاه سیاه.

گوگل الگوریتم‌های پیچیده‌ای برای تشخیص جستجوهای واقعی از جستجوهای انجام شده توسط ربات دارد. اطلاعاتی مانند موقعیت جغرافیایی، جستجوهای پیشین، حساب کاربری و ... که به واسطه آنها تشخیص انسان از ربات امکان پذیر میشود .

با استناد به همین اطلاعات و با توجه به رشد ناگهانی جستجوها در یک عبارت، گوگل متوجه هدف شما از انجام این جستجوها شده و مانع حضور این عبارت در نتایج میشود. در نتیجه انجام این کار با استفاده از ربات‌ها تقریباً غیرممکن است.

این تکنیک اگر توسط تعداد زیادی از کاربران واقعی انجام شود، ممکن است موفقیت آمیز باشد ولی باید دقت کنیم که پیشنهادات گوگل وابسته به بازه‌های زمانی است و برای آنکه عبارت مورد نظر شما در این لیست باقی بماند باید این فرآیند را تا همیشه ادامه دهید!





در کشورهای آسیای شرقی مانند هند، فیلیپین و چین شرکت هایی وجود دارند که به آنها اصطلاحاً Click Farm گفته میشود. در این شرکت ها افراد زیادی با دستمزد پایین فعالیت میکنند و وظیفه آنها انجام فعالیت هایی از این دست با حساب های کاربری واقعی است. لایک کردن تصاویر، کامنت گذاری، اشتراک گذاری و ... همگی فعالیت هایی هستند که توسط این شرکت ها ارائه میشوند و جستجوی عبارت مورد نظر شما در گوگل نیز یکی از خدمات رایج آنهاست.

3 - استفاده از منابع سایت های دیگر برای لینک سازی کلاه سیاه

یکی از معیارهای مهم گوگل برای تعیین جایگاه سایت ها، Domain Authority است. این معیار که با نام DA هم شناخته می شود، نشان دهنده میزان اعتبار سایت شما از دیدگاه گوگل است. این اعتبار به دلایل زیادی بستگی دارد که برخی از این فاکتورها شامل عمر دامنه، تعداد بک لینک های دریافتی، تعداد لینک های خروجی، فعالیت در شبکه های اجتماعی و ... است.

از طرفی براساس تجربه به دست آمده از الگوریتم های گوگل؛

هرچقدر اعتبار دامنه ای که به شما لینک داده است بیشتر باشد، ارزش بک لینک و تاثیر آن بر جایگاه شما بیشتر خواهد بود.



حال چه کنیم که سایت هایی با اعتبار بالا به ما لینک دهند تا به دنبال آن سئو سایت ما هم دست خوش بهبود شود؟

اگر بخواهیم از روش قانونی یا به اصطلاح کلاه سفید وارد عمل شویم، **رپورتاژ آگهی** می تواند تا حد زیادی، اعتبار سایت های با DA بالا را به سایت ما منتقل کند. اما اگر بخواهیم قوانین



را دور بزیم و به صورت غیرقانونی و بدون اطلاع این سایت های معتبر، به سایت خود لینک بدهیم، با پدیده ای به نام Parasite Hosting مواجه می‌شویم.



برخی پرندگان جوجه های خود را در لانه پرندگان دیگر میگذارند تا به آنها غذا دهند، جالب است که این جوجه ها به محض اینکه از تخم خارج میشوند تخم ها و جوجه های دیگر را به پایین پرتاب میکنند تا سهم بیشتری از غذای مادر داشته باشند.

Parasite Hosting چطور انجام میشود؟

اجازه دهید روند انجام این روش را به صورت ساده تری بررسی کنیم؛ در گذشته زمانیکه یک سایت اینترنتی هک میشد معمولا تصویری سیاه رنگ با نام هکر در صفحه اول آن نمایش داده میشد ولی هدف هکرها به مرور زمان از خودنمایی به سواستفاده و بهره برداری از منابع سایت ها تغییر یافت.

در حال حاضر تکنیک های هک به قدری پیشرفته شده اند که ممکن است مدیر سایت تا مدت ها متوجه این اتفاق نشود. یکی از اهداف هکرها ایجاد صفحات هدف و لینک سازی به سایت های مورد نظر خود است.



ژاپنی ها در استفاده از این تکنیک بسیار شناخته شده هستند. اگر در نتایج جستجوی گوگل برای سایت خود عبارات و صفحات ژاپنی مشاهده کردید یعنی به دام یکی از این هکرها افتاده اید.



تکنیک Parasite Hosting به صورت زیر انجام می‌شود:

1. یک صفحه مملو از کلمات کلیدی مرتبط با کسب و کار خود می‌سازید.
2. در محتوای این صفحه، به سایت خود لینک می‌دهید.
3. به صورت غیرقانونی وارد هاست سایت دیگری می‌شوید.
4. صفحه ساخته شده خود را بدون اطلاع، در هاست یک سایت با اعتبار دامنه بالا قرار می‌دهید.

شاید جالب باشد اشاره کنیم که دلیل انتخاب نام Parasite Hosting هم به این خاطر است که در واقع شما با هک کردن هاست (HOST) سایتی دیگر، یک انگل (Parasite) را وارد سایت قربانی (صفحه دارای لینک) می‌کنید تا بتوانید با استفاده از آن اعتبار سایت خود را افزایش دهید.



این روش توسط گوگل قابل شناسایی است ولی بیشتر از آنکه برای سایت هکر خطرناک باشد برای سایت قربانی زیان بار است. اگر سایت شما در **گوگل سرچ کنسول** ثبت شده باشد به محض اینکه ربات های گوگل با صفحاتی از این دست مواجه شوند از طریق ایمیل به شما اطلاع خواهند داد.

4 - استفاده از تکنیک Doorway Pages

بسیاری از سایت ها به واسطه اعتبار دامنه و سابقه ای که در اینترنت دارند شانس بیشتری برای کسب جایگاه در نتایج جستجو دارند. این سایت ها در قبال دریافت هزینه های بالا صفحاتی متناسب با موضوع مورد نظر شما تولید میکنند که جایگاه خوبی در نتایج جستجو خواهند داشت. تا این جای کار به نظر مشکلی ندارد ولی؛

این صفحات به گونه ای طراحی شده اند که با استفاده از تگ Refresh یا کدهای جاوااسکریپت کاربران عادی را از ربات های گوگل تشخیص داده و پس از ورود کاربر به صفحه او را به سایت دیگری ارجاع میدهند. البته این تکنیک به سرعت توسط گوگل شناسایی و سایت هایی که از آن استفاده میکردند جریمه شدند.

گوگل در مارس 2015، یک الگوریتم اختصاصی برای جریمه Gateway Pages ارائه داد تا با این تکنیک کلاه سیاه مبارزه کند. ولی همین ایده ساده زمینه ساز دو تکنیک دیگر شد.



Google Webmaster Central Blog

Official news on crawling and indexing sites for the Google index

An update on doorway pages

Monday, March 16, 2015

Google's Search Quality team is continually working on ways in which to minimize the impact of webspam on users. This includes [doorway pages](#).

We have a long-standing view that doorway pages that are created solely for search engines can harm the quality of the user's search experience.

در تکنیک Cloaking کدهای نمایش داده شده به گوگل و کاربر با هم متفاوت هستند. یعنی به جای آنکه مستقیماً کاربر را به آدرس دیگری ارجاع دهند محتوای مورد نظر خود را در همان صفحه به او نمایش میدهند. در حالیکه ربات های گوگل محتوایی کاملاً متفاوت را در آن صفحه مشاهده و ایندکس میکنند.

در حال حاضر گوگل قادر به تشخیص هر دو نسخه انسانی و رباتی در یک صفحه است و به راحتی صفحاتی که از این تکنیک استفاده میکنند را شناسایی میکند. برای اطلاعات بیشتر میتوانید به مقاله [تکنیک های لینک سازی کلاه سفید](#) در وبسایت آکادمی وبسایما مراجعه کنید.

متخصصین سئو کلاه سیاه یک قدم جلوتر گذاشتند. این بار به جای نمایش محتوای دیگر یا ارجاع به صفحه ای دیگر، لینک ها و بنرهایی را در اختیار کاربر قرار میدادند. یعنی کاربر ابتدا وارد صفحه ای با جایگاه مناسب در نتایج جستجو میشود و از آنجا با لینک ها و بنرهای متعددی به سایت هدف ارجاع داده میشود. بنظر آشنا نیست؟ بله، رپورتاژ آگهی.



اگر استانداردهای رپورتاژ آگهی به درستی رعایت نشود گوگل آن صفحه را به عنوان یک Doorway Page شناسایی خواهد کرد، در نتیجه هم سایت هدف و هم سایت واسط جریمه خواهند شد. استانداردهای مربوط به خرید رپورتاژ آگهی به صورت کامل در کارگاه لینک سازی کلاه سفید آکادمی وبسیما آموزش داده میشود.

5 - تکنیک های نشانه گذاری غیراستاندارد

الگوریتم های گوگل نمیتوانند به درستی زبان انسان ها را درک کنند. چیزی که برای ما کاربران قابل فهم است، ممکن است برای خزنده های گوگل ملموس و قابل فهم نباشد. به عنوان نمونه، ممکن است نام نویسنده و تاریخ منتشر کردن یک مقاله برای ما معلوم باشد ولی گوگل نتواند این ویژگیها را تشخیص دهد.

برای اینکه بتوانیم الگوریتم های گوگل را به درک درست تری از محتوای خود برسانیم، لازم است به زبان خودشان صحبت کنیم.



نشانه گذاری استاندارد (Schema) همان زبانی است که استفاده از آن باعث می شود گوگل محتوای ما را به شکل دقیق تری بفهمد. به عنوان مثال اطلاعاتی از قبیل نام نویسنده، تاریخ انتشار، تعداد نظرات و نقدهای مقاله با استفاده از کدهای HTML در اختیار خزنده های گوگل قرار می گیرند.

نشانه گذاری استاندارد تنها به هدف درک ربات ها از محتوای صفحه استفاده نمیشود بلکه موجب بهبود نمایش صفحات شما در نتایج جستجو نیز خواهد شد. احتمالاً هنگام جستجو در اینترنت با سایت هایی مواجه شده اید که علاوه بر عنوان و توضیحات ستاره های زردرنگ، تاریخ انتشار و یا حتی قیمت محصولات را نیز به شما نشان میدهند.



The screenshot shows a Google search interface. At the top, there is a search bar with the text 'دوره جامع سئو' and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are tabs for 'All', 'Videos', 'Images', 'News', and 'More', along with 'Settings' and 'Tools'. The search results show 'About 1,070,000 results (0.40 seconds)'. The first result is for 'دوره جامع سئو Monster - آموزش صفر تا صد تکنیک های سئو در 20 ساعت' with the URL 'https://websima.academy/course/seo-monster/'. It has a rating of 4.5 stars from 4 reviews. The description mentions that the course is a 20-hour practical training course for SEO, covering all standards and techniques, and is suitable for those who want to learn SEO from scratch. It also mentions that the course includes content creation and SEO optimization.

در صفحه سیاه و سفید گوگل، این ستاره های زرد رنگ موجب میشوند که شانس شما برای جذب بازدیدکننده افزایش یابد. نکته جالب اینجاست که اطلاعات مربوط به صفحه شامل تعداد رای و متوسط آرای کاربران توسط خود شما به گوگل اعلام میشود و همین نکته راه ارائه اطلاعات غیرواقعی را برای طراحان سایت باز کرده است.

ارائه اطلاعات غیرواقعی توسط تعداد زیادی از سایت ها موجب شد تا گوگل سخت گیری بیشتری نسبت به نمایش ستاره ها و اطلاعات صفحات در نتایج جستجو داشته باشد و فاکتورهایی مانند اعتبار دامنه، رتبه سایت، بازه های زمانی افزایش آرا و ... در آن تاثیرگذار باشند.

با وجود همه سخت گیری ها هنوز هم سایت هایی هستند که از این فضا سو استفاده میکنند. برای جلوگیری از این کار گوگل یک فرم اختصاصی برای گزارش سایت های اسپمر طراحی کرده است. اگر در حوزه کسب و کار شما سایتی وجود دارد که اطلاعات غیرواقعی آن در نتایج گوگل نمایش داده میشود میتوانید از طریق فرم [Report spam in rich results](#) به گوگل اطلاع دهید.



Report spam in rich results

A rich result may be considered spam if it harms the user experience by highlighting falsified or misleading information. For example, a rich result promoting a travel package as an [Event](#) or displaying fabricated [Reviews](#) would be considered spam.

To let us know about potential rich result spam, fill out the form below.

URL of specific webpage for which the rich result is displayed (Example: <http://example.org/veryspammywebpage.html>): *

Exact query that shows the rich result (copy this from the Google search box) (Example: Events in San Francisco):

Submit

* Required field

اسپم کردن در بخش های Rich Snippets و Featured Snippet گوگل یکی از بدترین روش های سئو کلاه سیاه محسوب می شود که از تبعات آن جریمه دستی گوگل خواهد بود. جریمه دستی گوگل یا Manual Action حتی باعث می شود سایت شما به کلی از صفحه نتایج حذف شود.

البته فراموش نکنیم که سایت های بسیاری با رعایت استانداردهای نشانه گذاری و ارائه اطلاعات واقعی به گوگل سهم خود از کلیک کاربران را افزایش داده و به مرور جایگاه بهتری در نتایج گوگل کسب میکنند. آنچه برای پیاده سازی این استانداردها نیاز دارید به صورت کامل و حرفه ای در کارگاه آموزش سئو تکنیکال فرا خواهید گرفت.



این نکته را فراموش نکنید!

تکنیک های سئو کلاه سیاه به همین جا ختم نمیشود ولی مهمترین مواردی که با هدف انجام تغییرات غیرواقعی در صفحه نمایش نتایج جستجو استفاده میشوند را به شما معرفی کردیم. برخی از این تکنیک ها ممکن است همین حالا هم قابل استفاده و تاثیرگذار باشند ولی دقت کنید که زمان تاثیر آنها بسیار کوتاه و عوارض جانبی شان بلندمدت و خطرناک است.

امیدواریم با مطالعه این بخش به فکر یافتن مسیرهای میانبر و روش های جدید برای فریب گوگل نیافتاده باشید، هدف اصلی ما معرفی مسیرهای اشتباه بوده تا شما با علم به آنها بتوانید از مسیرهای واقعی و صحیح سئو سایت را انجام دهید.

SWEET LIES



آرمین خیراندیش

آموزش سئو سیاه، یا کلاه برداری از کلاه برداران!





آموزش سئو کلاه سیاه، یا کلاه برداری از کلاه برداران!

هنگام جستجو در مورد تکنیک های سئو، معمولاً با مقالات مختلفی در حوزه آموزش تکنیک های سئو کلاه سیاه روبرو میشویم. مقالاتی که عمدتاً در مورد پیامدهای استفاده از این تکنیک ها هستند ولی در میان آنها موارد زیادی برای آموزش استفاده از آنها نیز به چشم میخورد.

دلیل وجود این دست مقالات چیست؟ چرا در فضای اینترنت میتوان به راحتی تکنیک هایی در زمینه سئو کلاه سیاه و فریب گوگل پیدا کرد؟ این آموزش ها تا چه حد قابل اعتماد یا کاربردی هستند؟

در این فصل تلاش میکنیم تا پاسخ مناسبی برای این سوالات پیدا کنیم.

چرا مقالاتی در حوزه آموزش سئو کلاه سیاه وجود دارد؟

مقالات آموزشی در حوزه سئو، معمولاً توسط متخصصین این حوزه یا حداقل کسانی که در این زمینه فعال هستند نوشته میشود. این افراد معمولاً آنالیزهای دقیقی در مورد میزان جستجوی کلمات انجام میدهند و هر مقاله ای که نگارش میکنند با هدف کسب جایگاه در عبارات مشخصی خواهد بود.

شاید بتوان گفت مهمترین دلیل وجود این دست مقالات، تقاضای بالا و تعداد جستجوهای مرتبط با آن است. افراد زیادی به دنبال یادگیری تکنیک های سئو کلاه سیاه هستند و این فرصت مناسبی برای جذب بازدیدکننده خواهد بود.

یک مقایسه ساده با استفاده از ابزار KWFinder نشان میدهد که؛ میزان جستجوهای عبارت black hat seo به صورت ماهانه نزدیک به 6600 عدد است در حالیکه جستجوهای مرتبط



با عبارت white hat seo تقریباً یک دهم آن یعنی 596 عدد است. البته تعداد جستجوهای واقعی هریک از این کلمات به مراتب بیشتر از این اعداد است.

Keywords	Trend	Search	CPC	PPC	KD
★ black hat seo		6,600	\$3.89	5	51
★ white hat seo		596	\$5.46	10	47
★ seo techniques		1,600	\$3.02	9	41
★ white hat seo services		260	\$11.29	22	53
★ black hat seo techniques		818	\$2.39	3	50
★ black and white hat		480	\$0.51	100	54
★ blackhat		90,672	\$0.68	55	57
★ white seo		258	\$25.22	7	45
★ white hat seo techniques		391	\$0.06	3	48

حالا خود را به جای کسی بگذارید که قرار است مقاله ای آموزشی در حوزه سئو تولید کند، بهتر است زمان و انرژی خود را بر روی کدام یک از این موضوعات متمرکز کند؟ اگر منطقی فکر کنیم هدف ما جذب مخاطب بیشتر است و اگر کاربران زیادی به دنبال سئو کلاه سیاه هستند بهتر است که در مورد آن بنویسیم.

جستجوی بالای کاربران، مهم ترین دلیل وجود مقالات آموزشی در حوزه سئو کلاه سیاه است. این آموزش ها تا چه حد قابل اعتماد یا استفاده هستند؟





حالا که میدانیم دلیل اصلی تولید این مقالات جذب مخاطب بیشتر است، دید بهتری نسبت به اعتبار و کارایی آنها خواهیم داشت. برای آنکه بررسی دقیق تری داشته باشیم چند نکته مهم در مورد این تکنیک ها را به شما یاد آوری میکنیم.

1 - چه سایت هایی در مورد سئو کلاه سیاه نوشته اند؟

بررسی سایت هایی که در این عبارت و عبارت های مرتبط با آن جایگاه مناسبی داشته اند نشان میدهد که عملا به دو دسته اصلی تقسیم میشوند.

دسته اول مقالاتی هستند که در مورد تکنیک های سئو کلاه سیاه و تاثیرات مخرب آن بر سایت شما هشدار داده اند. یعنی با مطالعه این مقالات شما با چند تکنیک خاص آشنا میشوید ولی در نهایت متوجه خواهید شد که هیچ یک از آنها در حال حاضر کارایی لازم را ندارند. این سایت ها معمولا منابع معتبر سئو در دنیا مانند moz.com ، Search engine journal یا حتی سایت neilpatel.com هستند. مجموعه مقالات آکادمی وبسیما با عنوان **سئو کلاه سیاه** نیز در همین دسته جای میگیرند.

دسته دوم سایت هایی هستند که به معرفی یک تکنیک خاص و تاثیر شگفت انگیزی که از آن دریافت کرده اند میپردازند. در این مقالات شما با یک روش خاص برای فریب گوگل آشنا شده و نمودارها و آمارهای مختلفی از تاثیر شگفت انگیز آن مشاهده می کنید. نکته مشترک میان همه این تکنیک ها آن است که در نهایت به یک ابزار، سرویس یا محصول خاص منتهی میشوند.



GSA Search Engine Ranker

Automatically Create Backlinks To Your Website.

With GSA Search Engine Ranker you will never have to care about backlinks ever again. The software builds backlinks for you 24 hours a day, 7 days a week. Unlike other SEO tools, it doesn't require a database of prescreened websites to leave backlinks. After your project is configured, GSA SER will automatically locate new websites for you, registers accounts and submit your content/links without any intervention on your end.



در واقع شما همه این آموزش ها و اطلاعات را دریافت میکنید تا برای خرید یک محصول یا ابزار خاص ترغیب شوید. هیچ منبع موثقی برای تایید این روش ها یا بررسی دقیق تاثیر آنها وجود نداشته و همه اطلاعات را باید مستقیما از ارائه دهنده سرویس دریافت کنید.

به عنوان جمع بندی میتوان گفت؛ دسته اول سایت هایی هستند که به دنبال افزایش بازدید یا جمع آوری ایمیل کاربران هستند و عموما درآمد آنها از مشاوره یا تبلیغات است. دسته دوم هم سایت هایی هستند که محصول یا خدمات خاصی را طراحی کرده و قصد دارند از طریق این محتوا آن را به فروش برسانند. در نتیجه هدف هیچ کدام از آنها آموزش تکنیک های کاربردی کلاه سیاه به شما نیست.

2 - شما اولین نفری نیستید که به این صفحه رسیده اید!

زمانیکه با جستجوی یک عبارت عمومی یا حتی خاص به صفحه ای از اینترنت میرسید و با یک ابزار یا تکنیک سئو کلاه سیاه آشنا میشوید باید این نکته را در ذهن داشته باشید که از چه طریقی به این صفحه و اطلاعات رسیده اید؛ احتمالا جستجو در گوگل! یعنی قبل از شما گوگل و ربات های آن در این صفحه بوده اند.



بنظر شما گوگل توجهی به این تکنیک ها و اطلاعات در سطح اینترنت ندارد؟ تیم مبارزه با اسپم گوگل به صورت مداوم به دنبال شناسایی نقاط ضعف الگوریتم ها و بهبود فرآیند رتبه بندی نتایج هستند و با توجه به ارزش میلیارد دلاری این کمپانی خیلی خوش بینانه است که تصور کنیم این تکنیک ها و اطلاعات توسط آنها رصد نمیشود.



3 - تضمینی برای تاثیرگذاری این روش در آینده نیست

بیشتر تکنیک های سئو کلاه سیاه شبیه به خاطره هستند! یعنی در بازه های زمانی مشخصی مورد استفاده قرار میگرفتند و اتفاقا تاثیر زیادی بر جایگاه آن سایت ها داشته اند ولی در حال حاضر میدانیم که خیلی از آنها کارایی گذشته را ندارند. نکته بسیار مهمی که کمتر به آن پرداخته میشود سرنوشت سایت هایی است که در آن زمان از این تکنیک ها استفاده میکردند، بیشتر آنها به طور کلی از نتایج گوگل حذف شدند یا با کاهش رتبه شدیدی روبرو شدند.

عمر تکنیک های کلاه سیاه کوتاه است و هرچقدر تاثیرگذاری و کارایی آنها بیشتر باشد عمرشان نیز کوتاه تر خواهد بود.





فضای رقابتی سئو موجب شده تا ابزارهای زیادی برای آنالیز فعالیت رقبا در اینترنت طراحی شوند. این ابزارها به ما کمک میکنند تا محتوا، لینک سازی، ساختار صفحه و یا هر اتفاقی که در سایت های دیگر می افتد را به راحتی آنالیز کنیم. در نتیجه اگر سایتی در بازه زمانی کوتاه و بدون رعایت استانداردهای سئو کلاه سفید جایگاه کسب کند به سرعت مورد توجه رقبای خود قرار گرفته و آنالیز میشود.

به محض اینکه یک تکنیک، اثربخشی بالایی داشته باشد مورد توجه متخصصین زیادی قرار خواهد گرفت. در این میان سایت هایی هستند که ریسک استفاده از تکنیک های سئو کلاه سیاه را درک کرده اند و به جای آنکه به این جمع اضافه شوند گزارش هایی را برای گوگل ارسال میکنند. این فرآیند از طریق فرم **ارسال گزارش اسپم به گوگل** انجام میشود.

Google

Search Console

"Webspam" refers to pages that try to trick Google into ranking them highly. Before you file a webspam report, see if the page might have a different problem:

Paid links This page is selling or buying links.	Copyright and other legal issues This page should be removed under applicable law.
Objectionable content This page is inappropriate.	Personal/private This page discloses private information.
Malware This page is infected.	Phishing This page is trying to get sensitive information.
Other Google products This page abuses Google products other than Search, e.g., AdSense, Google Maps, etc.	Rich Snippets This page doesn't comply with Google's rich snippets guidelines.

Something else is wrong
This page has other, non-webspam related issues.

This page is really webspam

اگر گوگل متوجه شود که این روش، تهدیدی برای رتبه بندی واقعی نتایج است به سرعت تمهیداتی را برای مقابله پیدا کرده و با آپدیت الگوریتم های خود راه استفاده از این تکنیک را خواهد بست. در این شرایط سایت هایی که با استفاده از این روش ها جایگاه و بازدید خوبی داشته اند به یکباره همه چیز را از دست داده و به ندرت میتوانند از جریمه های سنگین گوگل فرار کنند.



برای دریافت بلیط رایگان بازدید از باغ وحش گوگل به صفحه الگوریتم های گوگل در وبسایت آکادمی وبسیما مراجعه نمایید.

4 - دلیلی برای اعلام عمومی تکنیک های واقعی کلاه سیاه نیست

همانطور که گفتیم تکنیک های کلاه سیاه تا زمانی کارآمد هستند که مورد استفاده عموم قرار نگرفته باشند، در نتیجه اعلام عمومی یا آموزش این روش ها یکی از مهمترین دلایل شناسایی آنها توسط گوگل هستند.

سئو یکی از مهمترین ابزارهای بازاریابی دیجیتال است و کسب جایگاه مناسب در عبارات مهم و پر رقابت ارزش مادی بسیار زیادی خواهد داشت. استفاده از این تکنیک ها و موفقیت در یک پروژه میتواند درآمد بسیار بالایی را به همراه داشته باشد در مقابل، آموزش آن به صورت رایگان و یا حتی در قبال دریافت وجه نمیتواند به همان اندازه درآمدزا باشد.



اگر کسی موفق شود راهی برای فریب موتورهای جستجو و بهبود وضعیت سایت خود پیدا کند، بسیار بعید است که آن را در اختیار دیگران قرار دهد؛ در حالیکه بیشتر ابزارها یا آموزش های ارائه شده در این حوزه با قیمت هایی پایین قابل دسترسی هستند.



چطور به رتبه های بالا در نتایج گوگل برسیم؟

این یک سوال واقعی و ارزشمند است و بهترین پاسخ به آن خود عبارت "سئو" است. برای بیان این مفهوم میتوان ساعت ها سخن گفت ولی آنچه از زبان متخصصین این حوزه شنیده میشود ارزش بیشتری خواهد داشت. به همین دلیل پیشنهاد میکنیم برای درک بهتر آن به صفحه **سئو چیست** در وبسایت آکادمی وبسیما مراجعه نمایید.

درک مفهوم سئو ساده است ولی اجرای آن آسان نیست.



برای موفقیت در سئو باید به سه فاکتور مهم توجه کنیم، سئو تکنیکال، تولید محتوا و لینک سازی ارزشمند.

برای موفقیت در سئو باید به سه فاکتور مهم توجه کنیم؛
سئو تکنیکال، تولید محتوا و لینک سازی ارزشمند.



اولین قدم برای موفقیت در سئو، طراحی سایت و تدوین استراتژی متناسب با استانداردهای گوگل است. کدنویسی سایت، استفاده صحیح از تگ های HTML، سرعت بالا و تجربه کاربری مناسب، نمایش صحیح در موبایل و تبلت، نشانه گذاری استاندارد (Schema) و ... همگی مواردی هستند که در **سئو تکنیکال** مطرح میشوند.

پس از آنکه ساختار سایت و استراتژی ما مشخص شد باید به تولید محتوای با کیفیت بپردازیم. برای این کار ابتدا کلمات کلیدی ارزشمند را شناسایی می کنیم و با توجه به



الگوریتم های گوگل و نحوه آنالیز صفحات توسط ربات های آن به **تولید محتوا** می پردازیم. محتوای مفید و ارزشمند محتوایی است که بهترین پاسخ را به سوالات کاربران ارائه دهد. قدم سوم افزایش اعتبار سایت با استفاده از لینک سازی های خارجی است. محتوای شما زمانی از نظر گوگل ارزشمند است که توسط سایت های دیگر پیشنهاد شده باشد. فعالیت در شبکه های اجتماعی، خرید رپورتاژ آگهی و خرید بک لینک را میتوان رایج ترین **تکنیک های لینک سازی خارجی** دانست. گوگل و الگوریتم پنگوئن حساسیت خاصی روی واقعی بودن لینک ها دارند.

استراتژی، رمز موفقیت در سئو است؛

استراتژی مناسب در لینک سازی، تولید محتوا و کدنویسی سایت عملاً رمز میان سئو کلاه سفید و کلاه سیاه را مشخص میکند.



در نهایت دقت داشته باشید که کسب جایگاه در نتایج گوگل شما را از هدف اصلی که همان جلب رضایت کاربران است دور نکند. هر تکنیک یا ایده ای که در مسیر مخالف با هدف اصلی ما باشد یا سئو کلاه سیاه است یا روزی به سئو کلاه سیاه تبدیل خواهد شد. پیشنهاد می کنیم تمام تمرکز و انرژی خود را بر روی رضایت کاربر و تولید محتوا قرار دهید.

موفقیت در سئو نیازمند صبر و رنج است.

اگر تجربه ای در به کار گیری تکنیک های سئو کلاه سیاه و یا جریمه سایت توسط گوگل داشته اید، لطفاً در بخش نظرات همین صفحه مطرح نمایید. همچنین تجربیات خود از لذت تولید محتوا و کسب جایگاه با استفاده از تکنیک های کلاه سفید برای ما شنیدنی خواهد بود.

NEGATIVE SEO



آرش نقدی



سئو منفی چیست؟ بالاتر از سیاهی رنگی هست!



سئو منفی چیست؟ بالاتر از سیاهی رنگی هست!

استفاده از روش های غیرقانونی و سئو کلاه سیاه، باعث جریمه و کاهش رتبه سایت شما میشود. اگر استفاده از این روش ها تا این حد خطرناک و مضر هستند آیا استفاده از آنها برای سایت های دیگر میتواند جایگاه شان را در نتایج جستجو تغییر دهد؟

گاهی اوقات سایت هایی که رقیب شما هستند تصمیم میگیرند به جای بهتر کردن سایت خود، شما را هدف حمله قرار دهند. به عبارت دیگر، این سایت ها به جای اینکه به فکر بهبود تجربه کاربری و تولید محتوای ارزشمند برای سایت خود باشند، از تکنیک های کلاه سیاه استفاده میکنند، اما نه برای اینکه رتبه سایت خودشان را افزایش دهند، بلکه به این خاطر که سایت شما را از چشم گوگل بیاندازند!

جالب است بدانید که این تفکر در فضای رقابتی اینترنت تازه نیست و حتی برای آن نامی نیز انتخاب شده است؛ سئو منفی!

سئو منفی چیست؟

به یک بازی شطرنج فکر کنید. در این بازی حریف شما سعی میکند از هر تکنیک و راهی که میشناسد مهره های شما را یکی پس از دیگری از بین ببرد. هدف نهایی در بازی شطرنج این است که طرف مقابل بتواند شما را کیش و مات کرده و بازی را ببرد.

در سئو منفی، رقیب تلاش میکند جایگاه سایت شما را در نتایج جستجوی گوگل پایین بیاورد و از این طریق بازدید سایت شما را کاهش دهد.





اما آیا شاید بپرسید که سایت من چطور کیش و مات میشود؟

در واقع چیزی که به نام سئو منفی از آن یاد میکنیم در بیشتر اوقات همان تکنیک های کلاه سیاهی هستند که به قدری برای گوگل قابل ردیابی هستند که جریمه شدن سایت به دلیل استفاده از آن ها خیلی دور از ذهن نیست.



مثلا فرض کنید شما در عبارت «آموزش سئو» در صفحه اول گوگل و در رتبه اول هستید؛ اما رقیب شما در رتبه 3 یا 4 جایگاه دارد. از آن جایی که جایگاه کلمه کلیدی در صفحه نتایج از اهمیت بالایی برخوردار است، سایتی که پایین تر از شما جایگاه دارد تصمیم میگیرد با خرید بک لینک در کلمه کلیدی آموزش سئو، شما را هدف جریمه الگوریتم پنگوئن کند.

برای آنکه بتوانیم استراتژی مناسبی برای مقابله با سئو منفی داشته باشیم ابتدا باید رایج ترین تکنیک هایی که برای این کار استفاده میشوند را به خوبی بشناسیم. در واقع تنها با اطلاع از روش های مختلف سئو منفی است که میتوانیم سایت خود را در برابر حمله ناگهانی سایت های رقیب بیمه کنیم. حالا وقت آن است که با انواع سئو منفی آشنا شویم:



1 - لینک سازی مخرب برای سایت رقیب

در این تکنیک فرد مهاجم دسترسی به سایت و یا محتوای صفحات شما ندارد در نتیجه کلیه فعالیت های خود را بر روی لینک سازی های مخرب برای سایت شما متمرکز میکند. دسترسی به اطلاعات هاست یا پنل مدیریت سایت ها کار دشواری است و در واقع نیازمند عبور از سد امنیتی سایت هدف است در نتیجه میتوان گفت سئو منفی خارجی بیش تر از سئو داخلی مورد توجه قرار گرفته است.

الگوریتم پنگوئن گوگل وظیفه دارد تا وضعیت سلامت لینک سازی سایت ها را بررسی کرده و در صورتیکه مطمئن شود بک لینک ها با هدف کسب جایگاه در نتایج گوگل خریداری شده اند سایت خاطی را جریمه کند. همین نکته ساده کافیهست تا افرادی به این فکر بیافتند تا با لینک سازی مخرب برای رقبای خود آنها را هدف جریمه این الگوریتم قرار دهند.

سئو منفی خارجی در واقع ایجاد لینک های خارجی بسیار و کم ارزش برای سایت رقیب است.



الگوریتم پنگوئن برای بررسی سلامت لینک سازی یک سایت به تعداد، اعتبار، متن لینک شده و بازه زمانی ایجاد لینک ها توجه میکند. افرادی که از این تکنیک ها استفاده میکنند معمولا نکات زیر را در لینک سازی در نظر میگیرند:

1. لینک ها عموما از سایت ها و وبلاگ هایی با اعتبار دامنه پایین و اسپم اسکور بالا هستند.
2. تعداد زیادی لینک و در بازه زمانی کوتاه، برای صفحه اصلی سایت شما یا صفحاتی که بازدید و جایگاه مناسبی دارند ایجاد میشود.
3. برای لینک سازی از عبارات یکسان به عنوان **Anchor Text** استفاده میشود که دقیقا کلمات کلیدی سایت شما هستند.



4. سایت هایی که به شما لینک میدهند هیچ ارتباطی از نظر موضوع و مفهوم با سایت شما ندارند.

5. لینک هایی که به سایت شما داده میشوند همگی فالو هستند.

این فعالیت ها موجب میشوند که در بازه زمانی کوتاهی، انبوهی از لینک های بی کیفیت و البته هدف گذاری شده بر روی عبارتی خاص برای سایت شما ایجاد شوند. در نتیجه سایت شما اعتبار خود را نزد گوگل از دست داده و با افت شدید رتبه مواجه میشود.

روش های پیشگیری و مقابله با لینک سازی مخرب

تصور کنید که اعتبار سایت شما یک فنجان چای است و لینک های خارجی، شکر حل شده در آن! حالا یک سایت رقیب با استفاده از لینک سازی های مخرب تلاش میکند تا میزان شکر موجود در آن را افزایش دهد و این کار موجب شیرینی بیش از اندازه چای شما خواهد شد. شیرینی بیش از حد موجب میشود که الگوریتم پنگوئن نسبت به سایت شما مشکوک شده و یا حتی آن را جریمه کند.

زمانیکه چای شما بیش از حد شیرین میشود چه کاری انجام میدهید؟ چند راه پیش روی شماست:

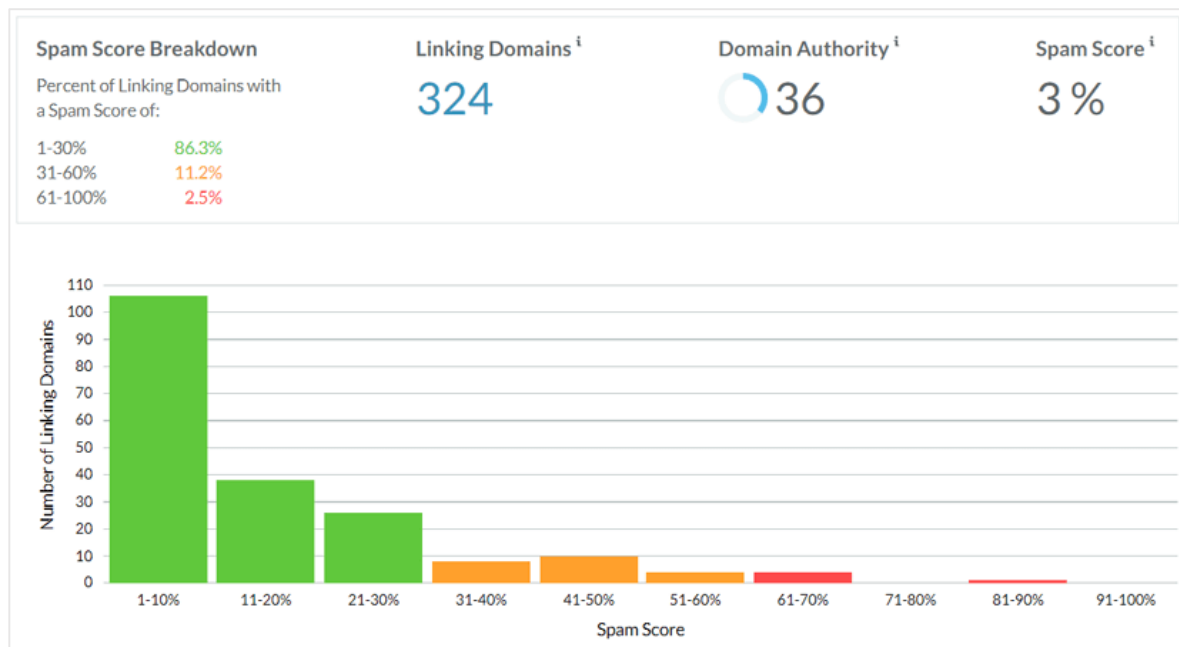
1 - چای را به لیوان بزرگتری منتقل کنید و کمی آب به آن اضافه کنید

در این روش تلاش میکنیم تا با لینک سازی های ارزشمند اعتبار دامنه را افزایش دهیم و تاثیر لینک های مخرب را کم کنیم. نتیجه این استراتژی آن است که در نهایت اعتبار سایت شما بیش تر از گذشته خواهد بود و عملاً از این حمله به نفع خود استفاده کرده اید.

برای بررسی پراکندگی لینک های سایت و میزان اسپم اسکور هرکدام میتوانید از ابزار [Link Explorer](#) در سایت MOZ استفاده کنید. این ابزار به شما کمک میکند آنالیز دقیقی از لینک



های وارد شده به سایت خود، صفحات هدف، عبارت های لینک شده و اسپم اسکور هر یک از دامنه ها داشته باشید. تصویر زیر نمونه ای از نمایش پراکندگی اسپم اسکور بک لینک ها است.



البته افزایش اعتبار سایت و دریافت لینک های ارزشمند کار ساده ای نیست و اگر به درستی انجام نشود ممکن است موجب شیرین شدن بیشتر چای شما شود. استراتژی های مناسب برای این کار در کارگاه آموزش لینک سازی خارجی به صورت کامل بررسی و آموزش داده میشوند.

2 - کمی از سر لیوان خالی کنید و مجدد روی آن چای بریزید

در این روش همزمان که میزان اعتبار سایت را افزایش میدهیم بخشی از لینک های مخرب ایجاد شده را نیز از آن حذف میکنیم. برای معرفی لینک های مخرب به گوگل ابزاری با عنوان Disavow Tool توسط سرچ کنسول معرفی شده است.



Disavow Links

This is an advanced feature and should only be used with caution. If used incorrectly, this feature can potentially harm your site's performance in Google's search results. We recommend that you only disavow backlinks if you believe that there are a considerable number of spammy, artificial, or low-quality links pointing to your site, and if you are confident that the links are causing issues for you.

Upload a text file (*.txt) containing **only** the links you want to disavow.

با استفاده از این ابزار شما میتوانید صفحات و دامنه هایی که به شما لینک داده اند ولی اعتبار پایین و اسپم اسکور بالایی دارند را به گوگل معرفی کنید تا تاثیری بر رتبه بندی و اعتبار سایت شما نداشته باشند. برای اثرگذاری بهتر این روش پیشنهاد میکنیم که همزمان فعالیت لینک سازی کلاه سفید خود را نیز ادامه داده و بک لینک های معتبر و ارزشمندی به سایت خود اضافه کنید.

شناسایی لینک های مخرب و نحوه استفاده از ابزار Disavow Tool در کارگاه آموزش گوگل سرچ کنسول به صورت کامل بررسی میشود.

2 - هک سایت و تغییر در محتوای صفحات

تکنیک های سئو منفی داخلی به مراتب پیچیده تر و سخت تر از روش خارجی آن است. چراکه برای انجام آن، دسترسی مستقیم به پنل مدیریت یا هاست سایت مورد نیاز خواهد بود. در واقع تکنیک های سئو منفی داخلی زمانی قابل اجرا هستند که سایت شما توسط فرد متخاصم هک شده باشد.



هک کردن سایت ها در گذشته هدفی جز خودنمایی یا قدرت نمایی نداشته است و معمولا نتیجه آن قرار دادن صفحه ای سیاه رنگ با نام و مشخصات هکر بود که به سرعت توسط مدیر سایت برطرف میشد.

امروز اگر کسی امکان دسترسی به فایل ها و اطلاعات هاست شما داشته باشد تلاش میکند تا شما متوجه عبور او از لایه های امنیتی خود نشوید.



بعد از آنکه سایت شما هک شد، فرد نفوذی دو راهکار پیش روی خود خواهد داشت. در روش اول با استفاده از منابع و اعتبار سایت شما، صفحاتی جدید ایجاد کرده یا محتوای شما را به گونه ای ویرایش میکند تا برای سایت خود لینک سازی انجام میدهد که در فصل فراتر از کلاه سیاه در مورد آن صحبت کرده ایم.

روش دوم هدفی جز تخریب سایت شما ندارد، و معمولا شامل فعالیت هایی مانند موارد زیر خواهد بود:

1. تولید صفحات کم ارزش و بی کیفیت با تعداد زیاد
2. لینک سازی برای سایت های مخرب و مستهجن از صفحات شما
3. محدود کردن دسترسی ربات های گوگل به صفحات مهم سایت با استفاده از تگ `noindex` یا فایل `robots.txt`
4. نمایش محتوایی متفاوت به ربات های گوگل و محتوای اصلی به کاربران
5. حملات DDOS به سرور با هدف خروج سایت از دسترس کاربران
6. فعال کردن اسکریپت ها و کدهای مخرب و سنگین در صفحات برای استخراج ارزشهای دیجیتال
7. ...



همه موارد ذکر شده میتوانند ارزش و اعتبار سایت شما را نزد گوگل کاهش داده و موجب از دست رفتن جایگاه در کلمات کلیدی مهم شوند.

روش های مقابله با هک سایت و تولید محتوای مخرب

برای جلوگیری از این روش در سئو منفی، مهمترین کاری که باید انجام دهید حفظ امنیت سایت است. سایت های اینترنتی از سه لایه مختلف امنیتی قابل نفوذ هستند؛ اطلاعات کاربری، حفره های امنیتی کدنویسی، حفره های امنیتی سرور.



1 - امنیت سمت کاربر

جالب است بدانید که رایج ترین روش هک برای سایت های اینترنتی ضعیف بودن رمز عبور مدیر سایت است! بله بسیاری از ما تصور میکنیم که با قراردادن یک رمز عبور ساده سرعت و کارایی خود را در ورود به پنل مدیریت افزایش میدهیم غافل از اینکه این اشتباه ساده میتواند تبعات جبران ناپذیری برای شما داشته باشد.

معمولا سایت هایی که توسط چندین نفر مدیریت میشوند نظارت کمتری بر این مساله خواهند داشت زیرا ممکن است فردی که برای مدیریت سفارشات خود انتخاب کرده اید



اطلاعات کافی از امنیت یک سایت و عواقب عدم رعایت آن نداشته باشد. پس اولین قدم انتخاب رمز عبور مناسب و البته مخفی کردن صفحات ورود برای دیگران است.

2 - امنیت در کدنویسی سایت

مرحله بعدی رعایت نکات امنیتی در زمان کدنویسی سایت است. به عنوان مثال ممکن است در بخشی از سایت شما فضایی برای ارسال فایل توسط کاربران وجود داشته باشد در صورتیکه شما فایل های ارسالی را پیش از ارسال به سرور بررسی و پاکسازی نکنید ممکن است کدهای مخرب به سرور شما ارسال شده و دسترسی به اطلاعات آن برای فرد نفوذی ممکن شود.

اگر از سیستم های مدیریت محتوا مانند وردپرس استفاده میکنید باید به صورت مرتب هسته اصلی و افزونه های خود را به روزرسانی کرده و با استفاده از افزونه های امنیتی معتبر مانند IT Security سطح ایمنی آن را بالا ببرید.

3 - امنیت سرور یا هاست

مرحله بعدی، حفظ امنیت سرور در مقابل حمله های احتمالی است. اگر سرور شما ابزارهای لازم برای جلوگیری از این حملات را نداشته باشد به راحتی میتوان با ارسال بازید یا درخواست های زیاد منابع CPU و RAM آن را اشغال کرده و دسترسی کاربران به سایت را مسدود کرد.

اگر دانش کافی برای حفظ امنیت سرور ندارید یا از هاست اشتراکی استفاده میکنید، ابزارهای جانبی مانند Cloud flare وجود دارند که این کار را برای شما انجام میدهند.

گوگل قبل از شما متوجه هک سایت خواهد شد!

اگر سایت خود را در ابزار گوگل سرچ کنسول ثبت کرده باشید، ربات های گوگل به صورت مستمر سایت و صفحات شما را بررسی میکنند. هرگونه تغییر ناگهانی در محتوای صفحات



یا ایجاد صفحات کم ارزش بر روی آن به سرعت توسط این ربات ها شناسایی شده و از طریق بخش Security Issues به شما اطلاع رسانی میشود.

تصویر زیر نمونه ای از گزارش گوگل در مورد صفحات هک شده در سایت شما می باشد. در هر گزارش اطلاعات دقیقی از نوع نفوذ و آدرس صفحات مخرب در اختیار شما قرار میگیرد. پس از رفع ایرادات سایت میتوانید با استفاده از دکمه Request a Review درخواست بررسی مجدد را برای گوگل ارسال نمایید.

Sample URLs	Last detected
http://[redacted]mall/cus/cat/Cc1c02.do?dc_carguid_0=U000...	5/29/16
http://[redacted]mall/cus/cat/Cc1c02.do?dc_carguid_0=U005...	5/29/16
http://[redacted]mall/cus/cat/Cc1c02.do?dc_carguid_0=U006...	5/29/16
http://[redacted]mall/cus/cat/Cc1c02.do?dc_carguid_0=U007...	5/29/16
http://[redacted]mall/cus/cat/Cc1c02.do?dc_carguid_0=U008...	5/29/16
http://[redacted]mall/cus/cat/M_Cc1c02.do?dc_carguid_0=U0...	5/28/16

اگر گوگل متوجه شود که سایت شما هک شده عبارت this site mat be hacked در نتایج جستجو نمایش داده میشود. حتی ممکن است صفحاتی که بسیار مخرب هستند در نتایج جستجو نمایش داده نشوند.

3 - تخریب برند و انتشار محتوای انتقادی در اینترنت

زمانی که شما به یک برند معتبر و قدرتمند تبدیل میشوید احتمالاً نکات امنیتی سایت خود را به شدت جدی خواهید گرفت و لینک سازی های ارزشمند و معتبری در سطح اینترنت



دارید. در این شرایط استفاده از دو تکنیک قبلی عملاً غیرممکن خواهد بود و دشمنان شما تلاش میکنند تا شخصیت و هویت برند شما را تخریب کنند.

کاربران اینترنتی عادت کرده اند که قبل از انتخاب یک شرکت یا محصول در مورد آن تحقیق کنند و زمانیکه با جستجوی نام شما صفحات زیادی از تجربه منفی مشتریان پیشین یا نظرات انتقادی مشاهده کنند در تصمیم گیری دچار تردید خواهند شد.

برخی از رایج ترین فعالیت های سئو منفی، در زمینه تخریب برند، عبارتند از:

1. حذف شرکت شما از نقشه گوگل یا درج نظرات منفی در این فضا
2. انتشار مقالات انتقادی و تجربه های منفی در فروم ها و سرویس وبلاگ دهی رایگان
3. انتشار مقالات تخصصی و تحلیلی برای بررسی و مقایسه خدمات شما با رقبا به صورت یک طرفه و هدفمند
4. گزارش صفحات سایت شما از طریق فرم مبارزه با اسپم گوگل
5. ارسال نظرات منفی در صفحه محصولات یا خدمات سایت شما



جلب اعتماد مشتریان کار بسیار دشواری است و هر اشتباه کوچک میتواند دیدگاه آنها را در مورد کیفیت خدمات و محصولات شما تغییر دهد. در نتیجه این روش ها موجب میشود همه تلاش های شما برای تبدیل یک کاربر به مشتری در یک لحظه از دست برود.

چطور از تخریب برند خود در اینترنت جلوگیری کنیم؟

پاسخ به این سوال کمی دشوار است، نکته مهم آن است که معمولا این روش برای برندهایی استفاده میشود که شناخته شده و معتبر هستند ولی ارتباط مستقیم و قوی با مخاطبین خود ندارند. در واقع این تکنیک ها زمانی کارآمد که است که خود شما توجهی به میزان رضایت مشتریان نداشته اید.

اگر فعالیت برند در شبکه های اجتماعی مناسب و همیشگی باشد، پاسخ گویی به انتقادات و سوالات سریع انجام شود، روابط عمومی آنلاین به صورت مستمر و هدفمند برنامه ریزی شده باشد؛ هیچ کس نمیتواند با استفاده از تکنیک های سئو منفی برند شما را تخریب کند و حتی اگر چنین فعالیت هایی به دور از واقعیت انجام شود احتمالا مشتریان وفادار شما پاسخ آنها را خواهند داد.

در نتیجه برای جلوگیری از این تکنیک ها بهترین راه حل ها عبارتند از:

1. پایش همیشگی اینترنت، برای سنجش میزان رضایت کاربران از محصولات و خدمات شماست.
2. فعالیت هدفمند در شبکه های اجتماعی و ارتباط مستمر با مخاطبین.
3. انتشار اخبار و اطلاعات مرتبط با کسب و کار شما در سایت های تخصصی و خبرگزاری ها.
4. گزارش صفحات مخرب و نظرات بی پایه به مدیران سایت ها و گوگل.



شانس موفقیت در استفاده از سئو منفی چقدر است؟

تیم مبارزه با اسپم گوگل طی سالهای گذشته همواره بر این نکته تاکید داشته اند که سئو منفی و تکنیک های مرتبط با آن تاثیری بر رتبه بندی نتایج جستجو ندارند. کاهش تاثیر بک لینک، شناسایی سایت های مخرب و در دسترس گذاشتن ابزار Spam و Disavow Tool و Report نشان میدهد که گوگل عزم جدی برای مقابله با سئو منفی دارد.

البته این بدان معنا نیست که ما از بررسی وضعیت سایت خود و لینک های خارجی آن غافل شویم. به عنوان یک متخصص سئو، شما همیشه در حال بررسی وضعیت ایندکس صفحات، سرعت بارگذاری، لینک های دریافت شده و ... هستید؛ در نتیجه هر تغییر ناگهانی یا پیش بینی نشده در رتبه بندی و آمار بازدید سایت میتواند زنگ خطری برای بررسی احتمال جریمه گوگل و سئو منفی باشد.

پیاده سازی تکنیک های سئو منفی معمولا کاری دشوار است و هزینه زیادی را برای فرد متخصص به همراه خواهد داشت ولی پیشگیری از آن سخت نیست.



هر چقدر تاکید شما بر تولید محتوای ارزشمند و جلب رضایت کاربران بیشتر باشد، اعتبار و جایگاه برند شما در نزد گوگل و مردم افزایش خواهد یافت و هرچقدر که اعتبار شما بیشتر باشد احتمال اثرگذاری این تکنیک ها بر سایت شما کاهش می یابد.

در واقع سئو منفی معمولا نقاط ضعف ما را هدف قرار میدهد. این حملات، جدای از عواقب احتمالی آن (که قابل رفع هستند) به شما کمک میکند که تا برای رشد و ارتقای برند خود تلاش کنید.



ممکن است تصور کنید که سئو منفی آنقدرها هم دور از دسترس نیست و میتوانید با استفاده از آن فضای رقابتی کسب و کار خود را ساده تر کنید.

قبل از تصمیم گیری این نکته را در نظر بگیرید که، زمان و تمرکز مهمترین سرمایه شما برای موفقیت در سئو است. اگر این سرمایه صرف آسیب رساندن به رقبای خود کنید عملاً از تمرکز بر روی کسب و کار خود دور خواهید شد و همین اتفاق موجب میشود رقبای جدیدی به این عرصه ورود کنند.

وجود رقابت در هر کسب و کاری، موجب رشد همه کسانی میشود که در آن حوزه فعالیت میکنند و اگر فضای رقابتی میان شما آلوده شود همه کسانی که به این بازی وارد میشوند در نهایت ضرر خواهند کرد.

احتمالاً شما هم نمونه هایی از تبلیغات ادوردز با نام رقبا را در گوگل دیده اید، بازخورد خود شما نسبت به این اتفاق چه بوده است؟ زمانیکه مشتریان شما متوجه رفتارهای غیرحرفه ای و غیراخلاقی شما برای موفقیت را متوجه شوند رغبت کمتری برای استفاده از خدمات و محصولات شما خواهند داشت.

ALWAYS WRONG!



امین اسماعیلی

در مورد همه چیز اشتباه می کنیم!





در مورد همه چیز اشتباه می کنیم!

روانشناسان یک آزمایش ساده ولی بسیار عجیب را طراحی و اجرا کرده اند. در این آزمایش فردی به طور تصادفی انتخاب شده و در اتاقی قرار میگیرد که پنج کلید و یک لامپ در آن وجود دارد. به او گفته میشود که اگر کار خاصی را انجام دهد (خودش باید کشف کند که چه کاری) لامپ روشن خواهد شد و با هر بار روشن شدن یک امتیاز دریافت میکند. این افراد باید در مدت 30 دقیقه بیشترین امتیاز را جمع آوری کنند.

آزمایشی که هر روز در آن شرکت میکنیم

نتایج این آزمایش بسیار جالب است. افراد به صورت کاملاً تصادفی کلیدها را فشار میدهند، ترکیب های مختلف را امتحان میکنند تا در نهایت لامپ روشن میشود و اولین امتیاز خود را کسب میکنند. به طور منطقی و برای کسب امتیازات بیشتر به فکر تکرار همین روند می افتند ولی خبری از روشن شدن لامپ نیست.

بیشتر افراد پس از چند بار تکرار، متوجه میشوند که این روش کارآمد نیست و ترکیب های پیچیده تری برای روشن کردن لامپ مورد نیاز است. در نتیجه تلاش میکنند تا روش های جدیدی را امتحان کنند. مثلاً سه بار کلید 1، دو بار کلید 3 و یک بار کلید 5 را فشار داده و پس از 10 ثانیه مکس کلید 4 و 2 را همزمان فشار میدهد و دینگ! یک امتیاز دیگر کسب کرد.

اما این روش هم از کار می افتد. آن ها فکر می کنند که شاید امتیاز به کلید ها ربطی نداشته باشد. شاید نحوه ی نشستن من در آن اثر داشته باشد. یا شاید چیزهایی که لمس می کنم. و شاید به پاهای من ربطی دارد. دینگ! یک امتیاز دیگر. بله؛ شاید پاهای من دخیل باشند، و کلید بعدی را می زنم. دینگ!



عموماً ، طی ده تا پانزده دقیقه ، هر نفر ، ترکیب خاصی را برای کسب امتیازات بیشتر پیدا می کند. این ترکیب معمولاً کار عجیبی است؛ مانند ایستادن روی یک پا یا حفظ کردن یک ترکیب پیچیده از کلیدهایی که در فاصله زمانی خاصی فشار داده می شوند، در حالی که صورت فرد به سمت خاصی است؛ و موارد مشابه.

اما قسمت جالب توجه ماجرا این است؛ امتیازها کاملاً تصادفی هستند. هیچ ترکیبی وجود ندارد؛ هیچ الگویی در کار نیست. تنها یک چراغ وجود دارد که با صدای دینگ روشن می شود و افراد فکر می کنند کاری که آن ها در حال انجام آن هستند، امتیاز را در پی داشته است.

هدف از این آزمایش، این است که نشان بدهد؛

انسان ها چقدر سریع قادر به تولید و باورکردن اراجیفی هستند که واقعیت ندارند ... و مشخص شد که ما واقعا در این کار مهارت زیادی داریم.



هر کسی که این اتاق را ترک می کند ، معتقد است که او آزمایش را بخوبی به پایان برده و امتیاز های خود را کسب کرده است . اما تعداد الگوهایی که آن ها برای کسب امتیاز پیدا کرده اند ، به اندازه ی خود افراد، منحصر به فرد هستند.



یک مرد به فشار دادن ترکیبی از کلیدها رسیده بود که چنان پیچیده بود که حتی قادر به گفتن آن نبود. یک دختر به این نتیجه رسیده بود که باید چند بار به سقف ضربه بزند تا امتیاز بگیرد. وقتی که او اتاق را ترک کرد، از بالا و پایین پریدن بسیار خسته شده بود. این متن برگرفته از کتاب "هنر ظریف بی خیالی" نوشته "مارک منسون" است.

مغز ما بزرگترین مانع برای درک مفاهیم است!

مغز ما ماشین معنا سازیست. چیزی که ما آن را معنا می نامیم، از طریق ارتباطی است که مغز ما بین دو یا چند تجربه برقرار می کند. ما یک کلید را فشار می دهیم و میبینیم که یک چراغ روشن می شود و فکر می کنیم که این کلید، علت روشن شدن چراغ بوده است. این موضوع، اساس معناست.

ذهن ما پیوسته در حال جنب و جوش و تولید ارتباط های بیشتر و بیشتر است تا به ما کمک کند که محیط پیرامون خود را بهتر درک کنیم و کنترل بیشتری بر آن داشته باشیم.

اما دو مشکل وجود دارد:

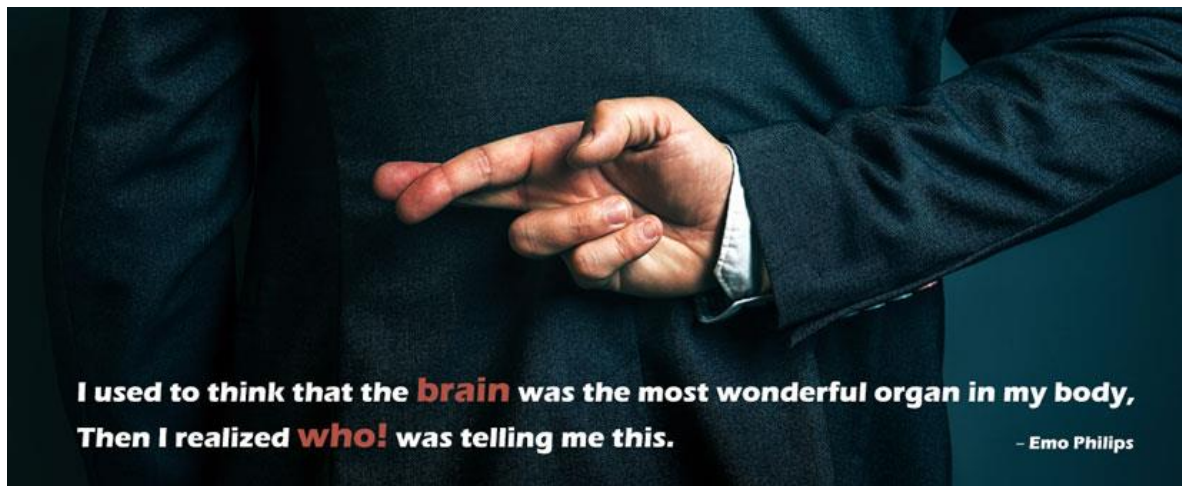
1. مغز، موجود کاملی نیست. ما در دیده ها و شنیده های خود اشتباه می کنیم. ما برخی از چیزها را فراموش می کنیم و به سرعت رویدادها را تحریف می کنیم.
2. وقتی برای خود معنایی ساختیم، مغز ما این معنا را حفظ خواهد کرد. ما نسبت به معنایی که ذهن ما ایجاد کرده است تعصب داریم و دوست نداریم آن را رها کنیم. حتی اگر دلایلی مبنی بر رد معنای ساخته شده ببینیم، غالباً آن را نادیده می گیریم.



واقعیت این است که بیشتر چیزهایی که به آن ها پی می بریم و باور می کنیم، محصول بی دقتی های ذاتی و تعصب های مغز ماست؛ یا اینکه نتیجه ی گذشته ای هستند که اشتباه درک شده اند.

نتیجه ی این ها چیست؟ بیشتر باورهای ما اشتباه است؛ یا اگر بخواهیم دقیق تر بگوییم، همه باورهای ما اشتباه هستند (فقط بعضی کمتر از بقیه اشتباه هستند). ذهن انسان توده ای از بی دقتی هاست و اگرچه این موضوع می تواند ناراحت کننده باشد، اما همان گونه که خواهیم دید، پذیرش آن اهمیت بسیار زیادی دارد.

همین اتفاق دقیقاً در درک رفتار گوگل و استفاده از تکنیک های سئو نیز رخ میدهد در واقع بیشتر آموزش های سئو اشتباه هستند و فقط برخی از آنها کمتر از بقیه اشتباه هستند!



ایمو فیلیپس، کمدین معروف می گوید «من قبلاً فکر می کردم که مغز انسان، شگفت انگیز ترین عضو بدن است؛ اما بعداً متوجه شدم که چه عضوی این موضوع را به من گفته است.»

آنچه آموخته ایم سِدِ راه ما برای موفقیت های بیشتر است.





هر آنچه در مورد الگوریتم های گوگل و تاثیر فاکتورهای مختلف بر آن میدانیم، مجموعه ای از مشاهدات و تجربیات ماست. ما همچون افرادی که در اتاق آزمایش قرار گرفته بودند، به صورت مداوم به دنبال یافتن راه حل برای روشن کردن لامپ میگردیم و دقیقا در لحظه ای که تصور میکنیم مناسب ترین راه را یافته ایم در واقع در حال فریب خوردن از مغزمان هستیم.

بیشتر باورهای ما در مورد تاثیر تکنیک های سئو، بر رتبه و جایگاهی که کسب میکنیم اشتباه هستند. معمولا نتایج فعالیت های ما مدت ها پس از اجرای آنها قابل مشاهده بوده و با توجه به تنوع بالایی که دارند درک صحیح تاثیر هرکدام امری پیچیده است.

مثال زیر به ما کمک میکند که این موضوع را بهتر متوجه شویم:

1 - الگوبرداری از استراتژی سایت رقیب

موفقیت در **سئو** یعنی پیروزی در یک رقابت. اگر شما به رتبه اول گوگل برسید یعنی سایت دیگری جایگاه خود را از دست داده و به رتبه دوم رفته است. برای آنکه در میدان رقابت پیروز باشیم باید شناخت خوبی از رقیب کسب کنیم. گاهی اوقات در بررسی رقیب به استراتژی ها و تکنیک هایی که آنها استفاده کرده اند پی میبریم و تصور میکنیم که اجرای آنها میتواند به رشد جایگاه سایت ما نیز کمک کند.

گاهی اوقات نکات مثبت یک سایت،
برای سایت دیگری به **نقطه ضعف** تبدیل میشود.
گاهی با یک استدلال درست، کار اشتباهی انجام میدهیم!





هنگام بررسی یک سایت شما نکات مثبت و منفی آن را به صورت همزمان مشاهده میکنید و در بسیاری موارد تشخیص آنها از هم بسیار دشوار است. در نتیجه ممکن است به جای الگوبرداری از نقاط قوت تنها نکات منفی سایت رقیب را در سایت خود پیاده کرده و نتیجه معکوسی دریافت کنیم. حتی میتوان یک قدم فراتر رفت و گفت گاهی اوقات نکات مثبت یک سایت برای سایت دیگری به نقطه ضعف تبدیل میشود.

گاهی با یک استدلال درست، کار اشتباهی انجام میدهیم.



به عنوان مثال هنگام آنالیز لینک سازی خارجی رقیب، ممکن است متوجه دریافت بک لینک از آدرس مشخصی بشوید و تصور کنید که حضور شما در آن سایت میتواند موجب بهبود جایگاهتان شود. ولی موفقیت در لینک سازی وابسته به حفظ تعادل است؛ استفاده همزمان از لینک های فالو و نوفالو، تنوع در انتخاب انکرتکست، زمان بندی و تفاوت در صفحات لندینگ و ... که همگی بر ارزش یک لینک اثرگذار هستند. ممکن است یک لینک برای رقیب تضمینی بر حفظ این تعادل باشد ولی در سایت شما تاثیری معکوس داشته باشد.

فعالیت های سایت رقیب هرگز نباید الگوی شما برای تدوین استراتژی یا استفاده از تکنیک های خاص باشد، بررسی رقبا تنها با این هدف انجام میشود که مطمئن شویم از آنها بهتریم. **استراتژی سئو** براساس شناخت ما از کسب و کار، آنالیز کلمات کلیدی و البته اهدافی که در نظر داریم انجام میشود.



2 - استناد به دستاوردهای قبلی خودمان

دانش سئو هر روز در حال تغییر است، الگوریتم های گوگل به صورت مستمر به روزرسانی میشوند و رفتار کاربران رتبه بندی نتایج را دستخوش تغییرات میکند ولی ما هنوز هم به همان تکنیک های قدیمی پایبند هستیم. کارهایی که دو سال و یا حتی 6 ماه پیش تاثیرگذار و ارزشمند بوده اند ممکن است امروز دیگر کارآمد نباشند.

اگر موفقیتی در سئو کسب میکنیم احتمالاً حاصل مطالعه و تلاش ما بوده است ولی استمرار در یادگیری تنها راه حفظ موفقیت در آینده است.



زمانیکه با اظهار نظر یا تجربه جدیدی مواجه میشویم مغز ما ناخودآگاه آن را با باورها و تجربیات پیشین ما مقایسه کرده و تا حد امکان از پذیرش هر تغییری در این باورها خودداری میکند. در حالیکه به خوبی میدانیم فراموشی و خطا در تحلیل دو عنصر جدایی ناپذیر از مغز انسان هستند، به مرور زمان تحلیل های ما کمرنگ شده و جزئیات را به فراموشی میسپاریم. آنچه باقی مانده است تنها یک باور است که حتی قدرت دفاع واقعی از آن را نیز نداریم.



سخن پایانی

به راستی نمیتوان مرز مشخصی میان تکنیک های سئو کلاه سیاه و کلاه سفید در نظر گرفت. هر تغییری که در محتوا، ساختار سایت و یا **لینک سازی** صفحات انجام میدهیم میتواند تاثیری مثبت یا منفی بر جایگاه ما داشته باشد. در بسیاری موارد این تغییرات برخلاف دستورالعمل های گوگل نیستند ولی برای پروژه ی ما انتخاب مناسبی نخواهند بود.

برای موفقیت در سئو علاوه بر انجام فعالیت های روزانه باید به صورت همیشگی به بررسی آمارها شامل جایگاه صفحات، میزان جستجوی کلمات و نرخ کلیک در نتایج جستجو داشته باشیم. اگر از وضعیت سایت خود مطلع نباشیم نمیتوانیم تصمیم درستی برای سنجش عملکرد خود اتخاذ کنیم.

آنچه آموخته ایم میتواند راهنمای ما در این مسیر باشد به شرط آنکه این دانش، به یک باور غیرقابل تغییر تبدیل نشده باشد. شنیدن نظرات مخالف، مطالعه مقالات جدید و اطلاع از آخرین به روزرسانی های مرتبط با الگوریتم های گوگل به ما کمک میکند تا از هرگونه تعصب در استفاده از تکنیک ها پرهیز کنیم.