

آشنایی با بهینه سازی استراتژیک

میلاد صفائی^۱

مقدمه

دو عامل اصلی «توسعه نسبتاً خوب بسترهای تکنولوژیکی در ایران» و «فرصت‌ها و پتانسیل‌های بی‌نظیر فضای مجازی» باعث رشد روز افزون گرایش اشخاص حقیقی و حقوقی به فعالیت و ایفای نقش در جوامع مجازی شده است.

راه‌اندازی وبلاگ‌های شخصی، وب سایت‌های خبری، فروشگاه‌های اینترنتی، حضور در شبکه‌های اجتماعی و ... برخی از مهمترین انواع ایفای نقش افراد در وب محسوب می‌شود. در این میان، یکی از مهمترین نکات قابل توجه، «کیفیت حضور» در فضای مجازی است. «بهینه سازی» علم و هنر بهبود کیفیت پایگاه‌های اینترنتی است.

* مهمترین ابعاد بهینه سازی عبارتند از :

(۱) بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو (SEO)

(۲) بهینه سازی تجربه کاربری (UXO/HEO)

(۳) بهینه سازی کاربردپذیری (UO)

(۴) بهینه سازی نرخ تبدیل (CRO)

(۵) بهینه سازی فرایند خرید (PPO)

(۶) بهینه سازی تبلیغات (AO)

در ادامه به تبیین مفهوم بهینه سازی و همچنین معرفی هر یک از ابعاد بهینه سازی می‌پردازیم.

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل - مدیر و مدرس [موسسه آموزشی رایانیکا](#)

(۱) بهینه سازی چه نیست ؟!

متأسفانه مفهوم بهینه سازی نیز مانند بسیاری از مفاهیم دیگر، در جامعه ما دچار سوء تعبیرها و سوء استفاده های فراوانی شده است.

لذا پیش از آنکه بدانیم بهینه سازی چیست، لازم است بپردازیم به آنچه که بهینه سازی نیست :

۱-۱- بهینه سازی محدود به بهبود رتبه در نتایج جستجو نیست.

همانگونه که در مقدمه اشاره شد، بهینه سازی ابعاد متعدد و دامنه عملیاتی بسیار گسترده ای دارد و فقط به بهبود رتبه در نتایج جستجو محدود نمی شود. با آشنایی با ابعاد دیگر بهینه سازی خواهیم دید که اهمیت سایر انواع بهینه سازی نیز بسیار بالا و حتی همسطح اهمیت بهینه سازی برای موتورهای جستجو است.

۱-۲- بهینه سازی مجموعه ای از روش ها برای بهبود رتبه Alexa نیست.

رتبه الکسا هم مانند مفهوم بهینه سازی دچار سوء تعبیرهایی شده است. لذا لازم است بدانیم که :

۱-۲-۱- الکسا چه کار می کند؟

میزان بازدید وب سایت ها را به صورت حدودی «تخمین» می زند و بر اساس این تخمین بازدید، سایتهای مختلف جهان را در دسته بندی های «جهان»، «کشور» و «موضوع» رتبه بندی می کند.

۱-۲-۲- الکسا چگونه این کار را می کند؟

باید توجه داشته باشیم که الکسا برای رتبه بندی سایت ها، نیاز به «اطلاعات بازدیدکنندگان» دارد و بر خلاف تصور عمومی، اطلاعات کل بازدیدکنندگان اینترنت در اختیار الکسا نیست و الکسا برای جمع آوری این اطلاعات، از یک سری ابزارها استفاده می کند.

چند سال قبل، تنها ابزار جمع آوری اطلاعات الکسا، یک تولبار اختصاصی بود که بر روی مرورگر کاربران نصب می شد و تمام اطلاعات الکسا به اطلاعات همین کاربرانی که این تولبار را نصب کرده بودند، محدود بود.

اما اخیراً الکسا از طریق مجموعه ای از صدها افزونه کاربردی (Extensions) که با اهداف دیگری روی مرورگر کاربران نصب می شود، اطلاعات آنها را جمع آوری و تجزیه و تحلیل می کند. پس با وجود آنکه امروزه ابزارهای جمع آوری اطلاعات الکسا بیشتر شده اند، اما هنوز هم الکسا به اطلاعات تمام کاربران اینترنت دسترسی ندارد و قاعدتاً در آینده نیز نخواهد داشت.

لذا نتایج زیر قابل توجه است :

- رتبه بندی های سایت الکسا محدودیت های فراوانی دارد و به هیچ وجه «دقیق» نیست.
- رتبه سایت هایی که کاربران آنها افزونه های مورد استفاده الکسا را نصب کرده باشند، به صورت مصنوعی از سایر سایت ها بهتر خواهد بود.
- به دلایل فوق، با مقایسه رتبه الکسای دو سایت، نمی توان با قطعیت میزان بازدید آنها را مقایسه کرد.
- با توجه به این که رتبه بندی بر مبنای مقایسه با وضعیت سایر سایت هاست، افزایش بازدید «لزوماً» منجر به بهبود رتبه الکسا نمی شود.

۱-۲-۳- رابطه بهینه سازی با رتبه الکسا چیست؟

بهینه سازی هیچ ارتباط مستقیمی با رتبه الکسا ندارد اما می تواند با افزایش تعداد بازدیدکنندگان و همچنین افزایش رضایتمندی کاربران (که موجب بازدید از صفحات بیشتری از سایت شده و باعث بازگشت مجدد آنها به سایت می شود) رتبه الکسا را نیز در طول زمان بهبود بخشد.

۱-۳- بهینه سازی مجموعه ای از راهکارها برای فریب موتورهای جستجو نیست.

موتورهای جستجوی امروزی بسیار هوشمند و دقیق هستند و نمی توان انتظار داشت با اعمال چند تکنیک تکراری، تحول معجزه آسایی در موفقیت یک وب سایت اتفاق افتد.

۱-۴- بهینه سازی محدود به طراحی و برنامه نویسی سایت نیست.

بخش عمده ای از فعالیت های بهینه سازی در مراحل پس از آماده سازی وب سایت موضوعیت دارد و نباید تصور کرد که بهینه سازی فقط وظیفه برنامه نویس ها و طراحان وب است.

۱-۵- بهینه سازی محدود به زمان نیست.

بهینه سازی یک فرایند دائمی و مستمر است و در کلیه مراحل ایده پردازی، پیاده سازی و همچنین توسعه ایده، باید به اصول و روش های آن توجه داشت. لذا این تصور که میتوان بهینه سازی را به یک شخص یا یک شرکت واگذار کرد که آن شرکت کار بهینه سازی سایت را در یک مقطع زمانی به اتمام برساند، تصویری اشتباه است که می تواند یک پایگاه اینترنتی را دچار شکست نماید.

۱-۶- بهینه سازی با تغییرات الگوریتم های موتورهای جستجو، بی ارزش نمی شود.

گذشته از آن که بهینه سازی محدود به موتورهای جستجو نبوده و ابعاد دیگری نیز دارد که به موتورهای جستجو مربوط نیست، لازم است بدانیم که تغییرات الگوریتم های موتورهای جستجو، اهمیت و ضرورت بهینه سازی را روز به روز افزایش می دهد. لذا لازم است مدیران وب سایت ها، به مفاهیم و اصول بهینه سازی تسلط کامل داشته باشند تا با تغییرات الگوریتم های موتورهای جستجو دچار بحران و شکست نشوند.

۱-۷- بهینه سازی فقط برای رقابت با دیگران نیست.

درست است که بهینه سازی قدرت رقابتی یک پایگاه اینترنتی را به میزان قابل توجهی افزایش می دهد، اما نگاه صرفاً رقابتی به بهینه سازی نیز نگاهی ناقص است. اگر بهینه سازی را به درستی بشناسیم، خواهیم دید که حتی اگر فعالیت ما در یک بازار انحصاری بوده و هیچ رقیبی نیز ما را تهدید نکند، باز هم برای موفقیت نیاز به بهینه سازی داریم.

۱-۸- بهینه سازی نادیده گرفتن موتورهای جستجو نیست.

برخی از افراد از سوی دیگر پشت بام افتاده اند و در بهینه سازی فقط بر کاربران تمرکز دارند و اصول بهینه سازی برای موتورهای جستجو را نادیده می گیرند. در صورتی که یک فرایند جامع بهینه سازی، هم کاربران را مد نظر دارد و هم موتورهای جستجو را.

۲) بهینه سازی چه هست ؟

با توضیحاتی که در بخش «بهینه سازی چه نیست» ارائه شد، این سوال پیش می آید که پس بهینه سازی چیست و چه کاربردی دارد؟
در ادامه دو رویکرد «استراتژیک» و «سیستماتیک» به بهینه سازی را معرفی می کنیم.

۲-۱) نگرش استراتژیک به بهینه سازی

ماهیت بهینه سازی اقتضا می کند که نگرشی استراتژیک به آن داشته باشیم.

نگرش استراتژیک شامل ویژگی های زیر است :

✓ برنامه محور است.

✓ رویکرد بلندمدت دارد.

✓ بر تجزیه و تحلیل نقاط ضعف و نقاط قوت داخلی تأکید دارد.

✓ بر تجزیه و تحلیل فرصت ها و تهدیدهای خارجی تأکید دارد.

✓ فرایندها در این نگرش از سه جزء اصلی «برنامه» و «اجرا» و «کنترل» تشکیل می شوند.

نگرش استراتژیک به بهینه سازی باعث می شود همواره در مسیر رشد و تعالی باقی بمانیم.

اگر بخواهیم بهینه سازی را در عبارتی مختصر تعریف کنیم، می توان گفت :

بهینه سازی، شامل برنامه ریزی جامع، اجرا و کنترل فرایند بهبود مستمر، برای رسیدن به

سطوح بالاتری از موفقیت یک پایگاه اینترنتی است.

در تعریف فوق، چند نکته مهم نهفته است :

✓ کلیه اقدامات بهینه سازی باید در راستای یک برنامه مدون جامع باشد تا کارایی و اثربخشی به

حداکثر برسد.

✓ در هر سطحی از موفقیت، می توان با بهینه سازی به سطح بالاتری از موفقیت دست یافت.

✓ هر نوعی از بهبود که بتواند یک وب سایت را به سطح بالاتری از موفقیت برساند، می تواند جزئی

از برنامه بهینه سازی باشد.

✓ همانگونه که اجرای اقدامات بهینه سازی باید در طول زمان ادامه یابد، کنترل و اصلاح اقدامات و حتی بازنگری در برنامه ریزی نیز باید مستمر باشد.

۲-۲) نگرش سیستماتیک به بهینه سازی

نگرش استراتژیک، مستلزم درک مفهوم سیستم و نگرش سیستماتیک است.

نگرش سیستماتیک شامل ویژگی های زیر است :

✓ اجزای مجموعه را به هم وابسته می داند.

✓ موفقیت مجموعه را وابسته به هماهنگی تمام اجزاء با یکدیگر می داند.

✓ اختلال در یک جزء را باعث اختلال در عملکرد سایر اجزاء می داند.

✓ همه اجزاء را در خدمت هدف یا اهداف کل مجموعه می داند.

اگر هدف بهینه سازی را ارتقاء سطح موفقیت یک پایگاه اینترنتی بدانیم، باید عوامل موثر بر موفقیت

یک وب سایت (اجزای سیستم) را شناسایی کرده و بهینه سازی را بر مجموعه این عوامل متمرکز کنیم.

۴ عامل زیر را می توان مهمترین عوامل موثر بر موفقیت یک وب سایت دانست :

الف) خود سایت

ب) کاربر

ج) موتورهای جستجو

د) وب

پس از شناخت عوامل فوق، لازم است ارتباط متقابل بین این عوامل را نیز شناسایی کنیم.

بین عوامل فوق، ارتباطات زیر وجود دارد :

- ارتباط دو طرفه بین کاربر و موتورهای جستجو

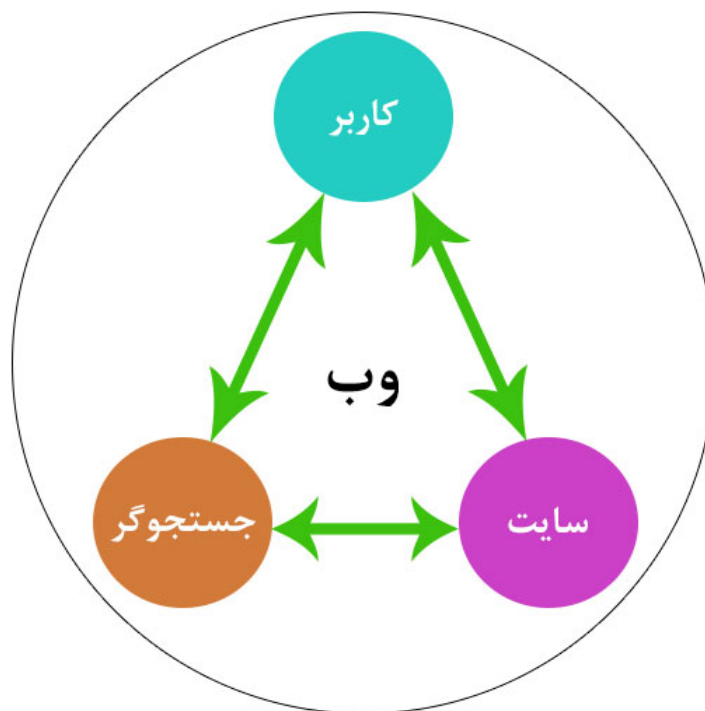
- ارتباط دو طرفه موتورهای جستجو و سایت

- ارتباط دو طرفه بین سایت و کاربر

- ارتباطات موجود در محیط عمومی وب که کاربر، موتورهای جستجو، سایت ما و سایر سایتها در

آن قرار دارند.

ارتباطات مذکور را می توان در مدل شماتیک زیر نمایش داد :



یک برنامه بهینه سازی جامع، برنامه ای است که برای تمام ارتباطات فوق تدابیر ویژه ای را

لحاظ کرده باشد.

به عبارت دیگر، برنامه بهینه سازی باید شامل بهبود در موارد زیر باشد :

- عوامل داخلی سایت:

- ✓ ایده اصلی
- ✓ جزییات ایده پردازی
- ✓ طراحی فرایندها
- ✓ طراحی رابط کاربری
- ✓ برنامه نویسی
- ✓ کیفیت و کمیت و ساختار محتوا
- ✓ دامین، میزبانی
- ✓ سرعت
- ✓ برندینگ
- ✓ و...

- تعامل سایت با کاربر:

- ✓ انتخاب جامعه هدف
- ✓ جلب اعتماد
- ✓ کیفیت ناوبری
- ✓ نحوه ارائه محتوا
- ✓ کمیت و کیفیت تبلیغات داخل سایت

✓ کیفیت و کمیت تبلیغات سایت در خارج از سایت

✓ فرایند خرید

✓ تماس و پشتیبانی

✓ و...

- آنالیز تعامل کاربر با سایت:

✓ کاربردپذیری

✓ تجربه کاربری

✓ نرخ گزینش

✓ نرخ تبدیل

✓ نرخ پرش

✓ نرخ خروج

✓ و...

- تعامل سایت با موتورهای جستجو:

✓ دسترس پذیری

✓ مدیریت دسترسی روبات های خزنده

✓ نقشه سایت

✓ میکرودیتاها

✓ مدیریت پیوندهای داخلی و خارجی

✓ مدیریت آدرس ها

✓ جلوگیری از تکرار محتوا

✓ مدیریت متاتگ ها

✓ و ...

– آنالیز تعامل موتورهای جستجو با سایت:

✓ کنترل خزش ها

✓ کنترل ایندکس ها

✓ اصلاح اشکالات

✓ کنترل نرخ نمایش

✓ کنترل کلمات کلیدی استخراجی

✓ و ...

– آنالیز تعامل کاربر با موتورهای جستجو:

✓ بررسی سهم بازار موتورهای جستجو

✓ بررسی سهم بازار شبکه های اجتماعی

✓ بررسی نرخ جستجوهای جدید

✓ بررسی روند تغییرات جستجوهای مکرر

✓ بررسی نرخ گزینش نتایج

✓ و ...

- آنالیز تعامل موتورهای جستجو با کاربر:

- ✓ بررسی سرویس های جدید
- ✓ بررسی تغییرات کیفیت ارائه نتایج
- ✓ بررسی نتیجه جستجوهای محلی
- ✓ بررسی روش های اعتبارسنجی کاربران
- ✓ بررسی روش های آنالیز رفتار کاربران توسط موتورهای جستجو
- ✓ و ...

- آنالیز تعامل وب و سایت:

- ✓ کمیت و کیفیت پیوندها از بیرون
- ✓ کمیت و کیفیت پیوندها به بیرون
- ✓ ارتباط موضوعی پیوندها
- ✓ محبوبیت در شبکه های اجتماعی
- ✓ و ...

- آنالیز تعامل وب و کاربر:

- ✓ بررسی سایت های محبوب کاربران
- ✓ بررسی سایت های منفور کاربران
- ✓ بررسی روند تغییر علایق اجتماعی
- ✓ بررسی تغییرات ابزارها و تکنولوژی ها

✓ بررسی ایده های جدید

✓ و...

– آنالیز تعامل وب و موتورهای جستجو:

✓ بررسی تغییر کمیت و کیفیت صفحات وب

✓ بررسی سایت های محبوب موتورهای جستجو

✓ بررسی سایت های منفور موتورهای جستجو

✓ رصد تغییرات الگوریتم ها

✓ و...

نکته : برخی از مفاهیم ذکر شده در موارد فوق، با یکدیگر همپوشانی دارند اما به دلیل اهمیت زیاد، مستقلاً ذکر شده اند.

(۳) بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو

کلمه SEO که در زبان فارسی «سئو» تلفظ می شود، مخفف عبارت Search Engine Optimization به معنای بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو است.

این نوع از بهینه سازی ۳ هدف زیر را دنبال می کند :

(۱) بهبود رتبه سایت در صفحه نتایج موتورهای جستجو (SERP)

(۲) افزایش نرخ گزینش (CTR)

(۳) پایداری و رشد در دو هدف فوق

رسیدن به هدف اول و هدف دوم، به صورت جداگانه، با اقدامات مقطعی و تکنیک های متداول ممکن است امکان پذیر باشد اما یقیناً رسیدن به هدف سوم، مستلزم نگرش استراتژیک و سیستماتیک به بهینه سازی و رعایت کلیه اصول این نگرش هاست.

(۴) بهینه سازی کاربرپذیری

کاربردپذیری ترجمه فارسی کلمه Usability است که به معنای «میزان سهولت کاربری» یک محصول یا یک وب سایت یا غیره می باشد.

مثال : قرار دادن یک کلید انگشتی روی درب کنسروها برای سهولت باز کردن آن ها بدون نیاز به در بازکن، اقدامی در جهت بهینه سازی کاربردپذیری است.

بهینه سازی کاربردپذیری در یک پایگاه اینترنتی یکی از مهمترین ابعاد بهینه سازی محسوب می شود که اصول و تکنیک های ویژه ای دارد.

(۵) بهینه سازی تجربه کاربری

بهینه سازی تجربه کاربری ترجمه عبارت Human Experience optimization و یا User Experience Optimization است که به اختصار HEO و یا UXO خوانده می شود.

بهینه سازی تجربه کاربری شامل مجموعه اقداماتی است که موجب می شود کاربر در لحظه ورود به یک وب سایت و ادامه تعامل با آن، احساس لذت نماید.

بهینه سازی کاربردپذیری که در بخش قبلی به آن اشاره شد، بخشی از بهینه سازی تجربه کاربری است.

بهینه سازی تجربه کاربری مزایای زیر را به دنبال دارد :

- ✓ افزایش رضایتمندی مشتریان
- ✓ تبلیغ خودجوش سایت توسط مشتریان راضی
- ✓ افزایش نرخ بازگشت کاربران به سایت در آینده
- ✓ افزایش نرخ اشتراک گذاری سایت در شبکه های اجتماعی
- ✓ افزایش پیوندهای سایت های دیگر به این سایت
- ✓ افزایش اعتماد موتورهای جستجو در پی محبوبیت سایت در میان کاربران
- ✓ و ...

(۶) بهینه سازی نرخ تبدیل

بهینه سازی نرخ تبدیل ترجمه عبارت Conversation Rate Optimization است که به معنای افزایش نسبت کاربران هدف به کل کاربران است.

به عنوان مثال برای یک فروشگاه اینترنتی، بهینه سازی نرخ تبدیل شامل مجموعه اقداماتی است که باعث می شود از بین بازدیدکنندگان فعلی سایت، بدون افزایش بازدید، تعداد خریداران افزایش یابد.

در مثالی دیگر، اگر هدف بالا بردن رتبه الکسا باشد (که البته هدف چندان خوبی نیست!)، بهینه سازی نرخ تبدیل به معنای افزایش تعداد کاربرانی است که افزونه های مورد استفاده الکسا را روی مرورگر خود نصب کرده باشند.

به عنوان مثال سوم، در یک سایت نظرسنجی اینترنتی، بهینه سازی نرخ تبدیل به این معناست که بدون افزایش تعداد بازدیدکنندگان، نسبت نفراتی که حاضر می شوند در نظرسنجی شرکت کنند، افزایش یابد.

بهینه سازی نرخ تبدیل باعث می شود بازدهی هزینه های بازاریابی بیشتر شود و با همان هزینه های قبلی، اهداف بیشتری محقق شود.

(۷) بهینه سازی فرایند خرید

بهینه سازی فرایند خرید که ترجمه Purchase Process Optimization بوده و به اختصار PPO خوانده می شود، شامل مجموعه اقداماتی است که فرایند خرید را برای مشتریان ساده تر، قابل اعتمادتر، سریع تر و لذت بخش تر نماید.

(۸) بهینه سازی تبلیغات

بهینه سازی تبلیغات که ترجمه اصطلاح Advertising Optimization است، به مجموعه اقداماتی گفته می شود که بدون افزایش هزینه تبلیغاتی، اثربخشی تبلیغات را افزایش دهد. بهره گیری از روانشناسی رنگ ها، طراحی صحیح صفحات فرود (Landing Pages)، گزینش هدفمند تبلیغ کنندگان، انتخاب صحیح شعارهای تبلیغاتی، برندسازی و... برخی از اقداماتی است که باعث افزایش اثربخشی تبلیغات خواهد شد.

کلام آخر:

متأسفانه به دلیل هزینه پایین ورود و فعالیت در عرصه وب و همچنین توسعه امکانات و ابزارها، کمیت فعالان این عرصه بسیار بیش از کیفیت آن رشد کرده است. لذا بر همه اشخاص حقیقی و حقوقی فعال در وب فارسی لازم است که دانش و تخصص فعالیت در فضای مجازی را فرا گرفته و با آگاهی بیشتری در این راه قدم بردارند. به امید روزی که بتوانیم از فرصت های بی نظیر فضای مجازی در راستای اهداف خداپسندانه و انسان دوستانه به نحو احسن استفاده نماییم.

میلاذ صفائی

۲۶ بهمن ۱۳۹۳