

تحسين محركات البحث (SEO): كيف تجعل موقعك يظهر في أعلى نتائج البحث

الباحث : د. وسيم رمضان

المشارك : عبد القادر حوراني

كلية الهندسة - قسم الحاسوب

كلية الهندسة - قسم الحاسوب

الملخص

تحسين محركات البحث (SEO) هو عملية تحسين موقع الويب أو الصفحة لجعله أكثر قابلية للاكتشاف وترتيبه بشكل أعلى في نتائج البحث العضوية لمحركات البحث. هناك العديد من العوامل التي تؤثر على ترتيب موقع الويب في نتائج البحث، بما في ذلك الكلمات الرئيسية والروابط الخلفية والمحتوى وتجربة المستخدم والتي تتطلب أن يكون موقع الويب سهل الاستخدام وسريع الاستجابة. كما يوجد العديد من الأدوات المتاحة لمساعدة أصحاب مواقع الويب على تحسين SEO، مثل Google Search Console و Google Keyword Planner و Google Mobile-Friendly Test .

تحسين محركات البحث هو عملية مستمرة تتطلب العمل والاهتمام. ومع ذلك، يمكن أن يكون استثماراً مفيداً يمكن أن يساعد في زيادة حركة المرور إلى موقع الويب وتحسين النتائج المالية.

الكلمات المفتاحية: تحسين محركات البحث، SEO، الروابط الخلفية، المحتوى، تجربة المستخدم

المقدمة

تحسين محركات البحث (SEO) هو عملية جذب أنواع محددة من الزيارات إلى موقع ويب أو صفحة، من صفحة نتائج محرك البحث. يتضمن تحسين محركات البحث إنشاء المحتوى وتحسينه، والحصول على روابط خلفية، وتحسين البحث الصوتي، والكلمات الرئيسية. كما يتضمن المزيد من الجوانب التقنية مثل تحسين سرعة ظهور الصفحة وتحميل الصور وبناء الموقع، بحيث يمكن لمحركات البحث الزحف إلى الموقع بسهولة أكبر.

إن الهدف من تحسين محركات البحث هو تعزيز مكانة موقع الويب في البحث المجاني. يختلف البحث المجاني عن نتائج البحث المدفوعة، كما هو الحال مع البحث المجاني لا يمكن إنفاق المال لترتيب جيد. عادةً ما تظهر النتائج المدفوعة أولاً في الجزء العلوي من جوجل، ولكن الجانب السلبي هو أنه يمكن للأشخاص رؤية أنه يتم الدفع لهم مقابل الإعلانات حيث سنظهر كلمة إعلان أمام رابط موقع الويب.

النتائج العضوية أكثر ثقة بكثير - وأحد أفضل الأشياء في البحث العضوي هو أنه يتطلب أي تكلفة!

يعتمد 92.96% من حركة مرور الويب على نتائج البحث العضوية [1]. هذا يعني أن معظم الأشخاص الذين يبحثون عن منتجات أو خدمات عبر الإنترنت سيجدونها من خلال محركات البحث .

يزيد تحسين محركات البحث من احتمالية ظهور الموقع في الصفحة الأولى من نتائج البحث. تشير الأبحاث إلى أن المواقع الموجودة في الصفحة الأولى من نتائج البحث تحصل على ما يقرب من 90% من جميع النقرات .

يمكن أن يؤدي تحسين محركات البحث إلى زيادة حركة المرور إلى الموقع بنسبة تصل إلى 500%. يمكن أن يؤدي هذا إلى زيادة المبيعات والعملاء المحتملين والوعي بالعلامة التجارية .

شرح مفصل عن SERPs

ما هو SERP ؟

SERP هو اختصار لـ "Search Engine Results Page" وبالعربية يعني " صفحات نتائج البحث "[2]. هي قائمة النتائج التي تظهر عند البحث عن كلمة بحثية. تضم الصفحة عادة 10 نتائج تظهر فيها عنوان و رابط و وصف لكل مقال .

أنواع النتائج في SERP ؟

تنقسم النتائج في صفحات نتائج محرك البحث الى نوعين رئيسيين :

1. نتائج البحث العضوية (Organic)

هي النتائج الطبيعية التي يربتها محرك البحث (مثل جوجل) عند البحث عن كلمات مفتاحية معينة . تختلف هذه النتائج بناء على العديد من العوامل ، بما في ذلك وجود الكلمة المفتاحية التي تم البحث عنها في عنوان و وصف و محتوى كل صفحة .

2. نتائج البحث المدفوعة (Paid)

هي نتائج مدفوعة الأجر يقدمها محرك البحث للمعلنين للظهور بناءً على كلمات مفتاحية معينة في مجال معين . هناك فرق كبير في طريقة ترتيب هذين النوعين من النتائج. مع نتائج البحث المجانية، هناك العديد من عوامل الترتيب الأخرى التي تحتاج إلى أخذها في الاعتبار عند الرغبة في الأداء الجيد في البحث. عندما يتعلق الأمر بالنتائج المدفوعة، يتم تصنيف المعلنين وفقاً للمبلغ الذي سيدفعونه لزاشر واحد، ويتم إرساله إليهم من خلال شبكة جوجل للدفع لكل نقرة. كلما زاد استعدادهم للدفع كلما زاد ترتيبهم. الأمر بهذه البساطة.

البحث العضوي لا يعمل بنفس الطريقة. لا يمكن الدفع للوصول إلى قمة نتائج البحث. بدلاً من ذلك، يجب تحسين الموقع ومحتوى الصفحات للوصول إلى ترتيب عالي في خوارزمية ترتيب جوجل. والخبر السار هو أنه عندما يبحث الناس عن معلومات حول موضوع ما، فإن معظم الناس يتقنون في نتائج البحث المجانية أكثر بكثير مما يتقنون في النتائج المدفوعة. فيما يلي بعض النصائح المحددة حول كيفية استخدام SERPs لتحسين محركات البحث:

- **استخدام أداة تحليل SERP :** هناك العديد من الأدوات المتاحة التي يمكن أن تساعدك في تحليل SERPs . يمكن لهذه الأدوات توفير معلومات حول نتائج البحث، مثل الكلمات الرئيسية المستخدمة، والصفحات الموجودة في الترتيب، والعوامل التي تؤثر على التصنيف.
- **التركيز على الكلمات الرئيسية ذات الصلة :** عند تحسين الموقع لتحسين محركات البحث، يتم التركيز على الكلمات الرئيسية ذات الصلة بموضوع الموقع. سيساعد هذا على جذب الزيارات من الأشخاص الذين يبحثون عن المعلومات التي يقدمها الموقع.
- **استخدام الكلمات الرئيسية في أماكن استراتيجية :** يجب استخدام الكلمات الرئيسية في أماكن استراتيجية على الموقع، مثل عناوين الصفحات، وعناوين URL ، والرؤوس، والمحتوى. سيساعدك ذلك على إخبار محركات البحث عن موضوع الموقع.

كيف تقرر محركات البحث ما هي صفحات الويب الأكثر ملاءمة للباحثين ؟

تطورت Google بشكل كبير منذ بداياتها المتواضعة في عام 1998. أفاد Eric Schmidt ، الرئيس التنفيذي السابق لشركة Google ذات مرة أن Google تفكر في أكثر من 200 عامل لتحديد أي المواقع تحتل المرتبة الأعلى في النتائج . اليوم ، تستخدم Google أكثر من 200 عامل. تقوم Google بتقييم كيفية تفاعل المستخدمين مع الموقع ، وعدد الروابط التي تشير إلى الموقع ، ومدى موثوقية مواقع الربط هذه ، وعدد الإشارات الاجتماعية للعلامة التجارية ، ومدى صلة الصفحات ، وعمر الموقع ، ومدى سرعة تحميل الموقع. ... القائمة تطول .هل هذا يعني أنه من المستحيل أو الصعب

الحصول على أفضل الترتيبات في Google ؟ لا. في الواقع ، إن خوارزمية Google معقدة ، ولكن لا تحتاج إلى عالم لفهم كيفية عملها. يمكن أن يكون الأمر شديد البساطة إذا كنت تتذكر خمسة مبادئ فقط. باستخدام هذه المبادئ الخمسة [2] ، يمكنك تحديد سبب حصول موقع ما على ترتيب أعلى من موقع آخر . بعض هذه المبادئ موجودة منذ سنوات عديدة ، والبعض الآخر تم إضافته مؤخراً خلال العام الماضي أو نحو ذلك ، ولكن هذه المبادئ الخمسة تلخص ما يركز عليه Google في الخوارزمية الآن ، وهي من أقوى الاستراتيجيات التي يستخدمها خبراء SEO حالياً للترتيب في محركات البحث.

مجالات التركيز الخمسة

1. الثقة

تقع الثقة في صميم التغييرات والتحديثات الرئيسية التي أجرتها Google خلال العام الماضيين. يريد Google إبعاد المواقع ذات الجودة الرديئة وغير الموثوقة عن نتائج البحث ، والحفاظ على المواقع عالية الجودة وشرعية في الأعلى. إذا كان الموقع يحتوي على محتوى عالي الجودة موثوق به وروابط خلفية من مصادر محترمة ، يزداد احتمال أن يكون مصدراً موثوقاً به. إذا كان الموقع يحتوي على عنوان بريد إلكتروني حقيقي وعنوان عمل حقيقي وقائمة بأشخاص حقيقيين في صفحة حول ، فإن الصفحت أكثر عرضة للثقة ، ومن المحتمل أن تحتل مرتبة أعلى في نتائج البحث.

2. الصلة

عندما يبحث الأشخاص، فإنهم عادة ما يبحثون عن معلومات حول موضوع معين، لذلك يبحث جوجل عن الصفحات التي يبدو أنها تستضيف المحتوى الأكثر صلة بمصطلح البحث هذا. إذا كنت تبحث عن طعام صحي، على سبيل المثال، فستصاب بخيبة أمل إذا أعطاك محرك البحث قائمة بالنتائج عن الرياضة! يزحف جوجل إلى مواقع الويب لتحديد الصفحات التي تبدو متطابقة تماماً مع الكلمة الرئيسية التي استخدمها الباحث. الأمر هو أن هناك آلاف، إن لم يكن ملايين الصفحات التي قد تكون ذات صلة بمعظم الكلمات الرئيسية التي يبحث عنها الأشخاص، ولا يمكن لجوجل عرضها جميعاً. إذا كنت تبحث مثلاً عن مصطلح عصير الموز على سبيل المثال، فستحصل على 102 مليون نتيجة! لفرز النتائج التي سيتم عرضها في الصفحة الأولى، ثم الصفحة الثانية وما إلى ذلك، تبحث خوارزمية جوجل في عاملين آخرين - السلطة والفائدة.

3. السلطة

تقرر Google ما إذا كان المحتوى الذي ترحف إليه جيداً بالثقة وملائماً لما يبحث عنه الباحثون. لتعيين ترتيب السلطة، تقوم جوجل بتقييم عدد الروابط الخلفية من المواقع الموثوقة التي تمكنت صفحة الويب من الحصول عليها. كلما زادت الروابط الخلفية الموثوقة من المواقع ذات الصلة، زادت مرتبة أي صفحة ويب في تصنيفات سلطة جوجل.

4. الفائدة

حتى إذا أعطت غوغل المحتوى الخاص بك سلطة عالية وقيمة ملائمة، فستظل بحاجة إلى النظر في فائدته قبل تصنيفه في البحث. إذا كانت جوجل لا تعتقد أن المحتوى الخاص بك مفيد، فلن يسجل لك درجة عالية. حتى أن غوغل ذكرت أنها تقييم المحتوى من حيث الجودة والفائدة.

3. ما هو مثال المحتوى الذي قد تعتبره غوغل مفيداً ؟

ستحصل صفحة الويب ذات المحتوى المنظم جيداً، والتي تستخدم لغة واضحة وتستخدم العناوين الفرعية لتقسيم أجزاء النص الكبيرة، على درجة فائدة عالية من جوجل. حتى لو لم تكن هذه الصفحة تحتوي على العديد من الروابط الخلفية عالية الجودة،

فستظل تعمل بشكل جيد في نتائج بحث Google. السبب في أن هذا النوع من الصفحات يتلقى تعزيزاً في الترتيب هو أن جوجل تقيس مدى فائدة الصفحة بناءً على كيفية تفاعل المستخدمين معها. يُعرف هذا باسم إشارات تجربة المستخدم. صفحة منظمة تنظيماً جيداً، وواضحة يجعل من المرجح أنه عندما ينقر المستخدمون، سيكون لديهم تجربة إيجابية والبقاء لفترة أطول.

5. تجربة المستخدم

هل المستخدمون ملتصقون بمحتوى الموقع؟ أم أنهم يزورون ويغادرون الموقع بسرعة؟ يخبر سلوك المستخدمين على الموقع Google ما إذا كانوا يتمتعون بتجربة إيجابية. ببساطة، يريد Google مواقع في أعلى النتائج لتقديم تجربة مستخدم إيجابية. سلوك المستخدم وتجربة المستخدم جديدة نسبياً ولكنها الآن من بين أقوى عوامل خوارزمية Google. لتحسين تجربة مستخدم موقع الويب الخاص بك، ضع في اعتبارك التخطيط ونظام الألوان والخط والتنقل. أسأل الأسئلة التالية :

- هل يسهل موقعي على الناس العثور على ما يحتاجون إليه؟
- هل يتم تسليط الضوء على أهم الأشياء؟
- هل تظهر في أعلى الصفحة؟
- هل موقعي منظم بشكل جيد في أقسام موسومة بوضوح؟
- هل خطي واضح؟
- هل نظام الألوان الخاص بي جذاب وسهل القراءة؟
- هل من السهل التنقل في قائمتي؟
- إذا كان لدي العديد من الصفحات، فهل يتم تنظيمها بكفاءة في فئات ذات صلة ومصنفة بوضوح؟

كيف يرتب Google المواقع حالياً

تم الكشف عن أفضل 10 عوامل تصنيف جديدة من Google. قد نتساءل عما إذا كان يمكننا معرفة العوامل الدقيقة في خوارزمية Google. لحسن الحظ، هناك عدد قليل من قادة الصناعة الذين اكتشفوا ذلك وينشرون نتائجهم بانتظام على الإنترنت. مع هذه المنشورات، يمكننا الحصول على معرفة عملية بالعوامل التي يستخدمها Google لترتيب المواقع. يتم تحديث هذه الاستطلاعات عادة كل بضع سنوات، ولكن لا تتغير العوامل الرئيسية كثيراً، لذلك يمكننا استخدامها لصالحنا من خلال معرفة المجالات التي يجب التركيز عليها. فيما يلي قائمة مختصرة بالعوامل الأكثر قوة حالياً في أفضل 10 نتائج بحث، وفقاً لدراسات الصناعة الأخيرة [3]:

- نشر مستمر لمحتوى جذاب
- الكلمات الرئيسية في علامات عنوان <meta>
- روابط خلفية
- خبرة متخصصة في مجال ضيق
- تفاعل المستخدم
- الجدارة بالنقطة
- موقع ويب متوافق مع الأجهزة المحمولة / أولوية الأجهزة المحمولة
- روابط داخلية
- سرعة الصفحة
- أمان الموقع / شهادة SSL

إذا كان لدى المنافسين عدد أكبر من الميزات المذكورة أعلاه ، فمن المحتمل أن يحصلوا على ترتيب أعلى علينا. والعكس صحيح.

الروابط الخلفية

ماهي الروابط الخلفية؟

الروابط الخلفية هي روابط تأتي من موقع ويب آخر إلى موقعك الإلكتروني. الروابط الخلفية الجيدة يمكن أن تساعد في تحسين ترتيب موقعك على محركات البحث وتحسين ظهوره عند البحث عنه، مما يؤدي إلى زيادة عدد الزيارات إلى موقعك [2].

ما هي أهمية الروابط الخلفية؟

الروابط الخلفية تعتبر بمثابة تصويتات للمحتوى، وكلما زاد عدد الروابط الخلفية كلما ارتفع ترتيب الموقع على محركات البحث. مثال : لنفرض أن صفحتنا الحالية هي عقدة من بيان graph ولنسميها A كلما زاد عدد العقد التي تتصل بها كلما ارتفع ترتيبها.

كيفية الحصول على الروابط الخلفية؟

الروابط الخلفية الجيدة هي تلك التي تأتي من مواقع ذات سمعة جيدة وذات صلة بمحتوى موقعك.

تحسين الصور

من المهم للغاية تحسين تحسين محركات البحث لصورتك، خاصة إذا كان لديك موقع ويب يحتوي على الكثير من المحتوى المرئي. لدى جوجل مهمة صعبة في تحليل الصور لمعرفة ما يدور حوله موقعك. لمساعدته على القيام بذلك، فإنه يقرأ اسم ملف صورتك والنص البديل والعنوان.

ثلاث خطوات بسيطة لتحسين صورتك في تحسين محركات البحث [4]:

1. تأكد من أن صورتك تحتوي على اسم ملف وصفي ذي صلة يرتبط بموضوع صفحتك. إذا كنت تعرض لقطة

شاشة توضح للأشخاص كيفية تحسين صورتهم لتحسين محركات البحث على سبيل المثال، فيمكنك تسميتها مثل

imageSEOoptimisationguide.png

2. قم بتضمين نص بديل للصورة يطابق صورتك، حتى يتمكن الأشخاص من الحصول على مزيد من التفاصيل حول

ما يدور حوله. سيساعد هذا أيضاً في الاحتفاظ بالأشخاص على صفحتك الذين يواجهون مشكلة في تحميل

صورتك، أو الذين لديهم اتصالات إنترنت بطيئة. يمكنك أن تقول " دليل لقطة الشاشة لتحسين الصور "على سبيل

المثال أو " دليل مرئي لتحسين الصور ".

3. تأكد من أن عنوان صورتك دقيق وملئم لموضوع صفحتك. هذا ليس بنفس أهمية الخطوتين الآخرين - لكن هذا

لا يعني أنه يجب عليك تخطيها. عادة ما يكون هناك شيء قصير وسريع يتعلق بصورتك و صفحتك، مثل " لقطة

شاشة تحسين محركات البحث للصور ".

الأدوات المساعدة في تحسين محركات البحث

هناك العديد من الأدوات المتاحة لتحسين SEO. إليك بعض الأدوات الموصى بها:

1. HIX.AI: هي أداة شاملة تعمل بالذكاء الاصطناعي وتوفر أكثر من 120 أداة للمساعدة في إنشاء محتوى جذاب

وغني بالمعلومات وعالي المستوى لمحركات البحث.

2. Jasper: أداة مدعومة بالذكاء الاصطناعي تعمل على زيادة الأداء التسويقي.

3. Copy.ai: تعزيز إنتاجية الكتابة.

