



به نام خدا



دانشگاه علوم پزشکی شیراز

شورای وب سایت

مدیریت بهینه سازی و تکنیک های افزایش ترافیک سایت

تنظیم: مهندس امین حسن دخت

فروردین ۹۲



چکیده:

پس از راه اندازی و آغاز به کار سایت ، برای به ثمر رسیدن تلاش ها و در واقع نشر پیام و دستیابی به هدف اصلی سایت در میان مخاطبان بالقوه سازمان لازم است که برنامه های مناسبی برای جذب و هدایت مخاطبان تهیه و اجرا شود . از جمله بهترین محل های جذب مخاطبان موتورهای جستجو هستند . ویژگی منحصر به فردی که موتورهای جستجو دارند در این است که افرادی که از این طریق وارد سایت می شوند جویای اطلاعات مختلف هستند و بنابراین اگر سایت در ارائه اطلاعات مورد نظر آنها موفق باشد می تواند باعث ایجاد وفاداری و افزایش اعتبار سازمان در ذهن مخاطبان شود و کاربر را از حالت بالقوه به حالت بالفعل تبدیل کند. برای رسیدن به چنین عملکردی کارهای مختلفی را باید به هنگام راه اندازی و نگهداری، در سایت و موتورهای جستجو انجام داد که به مجموعه این کارها بهینه سازی سایت در موتور های جستجو می گویند.

کلمات کلیدی:

وب سایت ، موتور جستجو گر، رتبه بندی، متا تگ، بهینه سازی ، کلید واژه ، کلمات کلیدی ، Optimization ، Position well ، Page Rank ، Ranker و Indexer ، Search Engine. Crawler ، Robot ، Spider ، Spamming

مقدمه:

قبل از اینکه به تکنیکهای بهینه سازی سایت بپردازیم لازم است که یک شناخت کلی از یک جستجوگر داشته باشیم . ابتدا به بررسی ساختار کلی جستجوگر ها (Search Engine) می پردازیم.

1. Search Engine

هر موتور جستجوگر چندین بخش مرتبط به هم دارد :

1. روبات نرم افزاری : تشکیل شده از دو بخش است : Spider و Crawler

Spider یا عنکبوت نوعی برنامه نرم افزاری است که وظیفه کاوش در وب و جمع آوری اطلاعات از وب و ارسال آن به موتور جستجوگر را به عهده دارد . و کراولر تعیین می کند که Spider باید چه کارهایی انجام دهد. کار Spider به این صورت است که طبق دستور Crawler به یک صفحه می رود اطلاعات آن صفحه را از روی Source صفحه خوانده و به Search Engine ارسال می کند سپس باز هم با دستور Crawler لینک هایی که در آن صفحه وجود دارند را دنبال می کند . در صفحه های مقصد باز هم همین عمل را تکرار می کند . به این ترتیب Spider با دنبال کردن لینک ها (تارهای شبکه وب) مانند یک عنکبوت در شبکه تار عنکبوتی وب حرکت می کند و اطلاعات جدید را جمع آوری می کند . مجموعه روبات نرم افزاری وظیفه بایگانی کردن وب را به عهده دارد .

2. بایگانی : این قسمت شامل بخش تجزیه و تحلیل گر (Indexer) و بخش پایگاه داده (Database) است.

Indexer : اطلاعاتی را که روبات نرم افزاری جمع آوری میکند در اختیار این بخش قرار میدهد. Indexer اطلاعات ارسالی را تجزیه و تحلیل می کند. به عبارت دیگر اطلاعات را سازماندهی می کند. به عنوان مثال در یک سند چند کلمه وجود دارد، کلمات کلیدی در کجای متن هستند ، نسبت کلمات کلیدی به کل متن چند است، تصاویر در کجای صفحه هستند و به طور کلی همه پارامترهایی را که به جستجوگر ر، در تعیین رتبه سند کمک میکنند در این مرحله بدست می آیند. این پارامترها در Indexer به یک مقیاس عددی تبدیل می شوند تا سیستم رتبه بندی بتواند الگوریتم های خاص

ویژه و فوق محرمانه موتور جستجوگر را که آنها هم محرمانه هستند اعمال کند و در نهایت رتبه هر سایت مشخص می شود.

Indexer سپس اطلاعات صفحه و پارامترها را در اختیار پایگاه داده جستجوگر قرار می دهد . با توجه به اینکه هر جستجوگر نوعی پایگان ی کننده وب به شم ار می رود، پس باید پایگاه داده عظیمی برای پایگانی وب داشته باشد . علاوه بر این یک جستجوگر باید الگوریتم های خاصی برای جستجو در پایگاه داده خودش داشته باشد تا در کمترین زمان اسناد مورد نظر را بر اساس سوالات کاربر ارائه دهد.

علاوه بر این برای بالا بردن سرعت جستجو در پایگاه داده، اطلاعات گروه بندی و کدگذاری می شوند تا دسترسی به آنها آسانتر شود. این مرحله ضعف عمده جستجوگرها بشمار می رود چون در صورت وجود ابهام در سوال کاربر و گروه بندی های کلی نتایج بسیار وحشتناکی ببار می آورد . یکی از تفاوت های عمده موتورهای جستجوگر در حجم پایگاه داده آنها و همینطور نحوه سازماندهی اطلاعات و جستجو در پایگاه داده است.

هر موتور جستجوگر فقط نتایجی را به کاربر ارائه می دهد که در پایگاه داده اش وجود دارند، به عبارت بهتر عمل جستجو فقط در پایگاه داده جستجوگر انجام می شود. پس، پیش از مراجعه کاربر، جستجوگر باید پایگاه داده خود را آماده کند.

۳. سیستم رتبه بندی Ranker: این مرحله تنها مرحله ای است که بعد از وارد کردن کلمات کلیدی توسط کاربر انجام می شود. یعنی قبل از عمل جست و جو مراحل قبل باید به پایان رسیده باشند؛ Spider اطلاعات را ارسال کرده، در جستجوگر اطلاعات تجزیه تحلیل و ذخیره شده اند و پایگاه داده جستجوگر آماده شده است و سیستم آماده پاسخگویی می شود.

البته کار روبات نرم افزاری هیچگاه تمام نمی شود و دائما در حال پرسه زنی و جمع آوری اطلاعات از وب است . بعد از اینکه کاربر کلمات کلیدی خود را وارد کرد، این کلمات در بانک اطلاعاتی جستجو می شوند و نتایج مرتبط بدست می آید . اما هنوز یک مرحله باقی مانده است، یعنی چگونگی ارائه این نتایج به کاربر . اگر نتایج جستجو کم باشد مشکل چندانی پیش نمی آید و نتایج در یک صفحه به کاربر ارائه می شوند. اما در صورتی که صفحات زیادی پیدا شود مثلا چند هزار صفحه، در این صورت، تصمیم گیری در مورد اینکه کدام صفحات در رتبه های بالا بویژه بین ده رتبه اول قرار بگیرند بسیار مهم است.

سیستم رتبه بندی این وظیفه را به عهده دارد. این سیستم با اعمال یکسری الگوریتم های ویژه و خاص و البته محرمانه، روی پارامترهای سندهای مختلف، به هر صفحه یک رتبه اختصاص می دهد و در نهایت صفحات در خروجی به ترتیب از بیشترین تا کمترین ارتباط مرتب می شوند.

مهمترین تفاوت موتور جستجوگرهای مختلف، تفاوت در الگوریتم های سیستم رتبه بندی آنها است. همین موضوع باعث می شود که یک کلیدواژه در چند جستجوگر مختلف، نتایج متفاوتی داشته باشد.

هدف از بهینه سازی سایت این است که پارامترهای مورد توجه جستجوگر که در صفحات سایت وجود دارند را طوری تنظیم و بهینه کنیم که در

سیستم رتبه بندی و بعد از اعمال الگوریتم ها روی آنها، رتبه مناسبی به سایت داده شود.

نکته قابل توجه این است که هیچکدام از این پارامترها و الگوریتم ها شناخته شده و قطعی نیست و در موتورهای مختلف، متفاوت است . و در طول

فرایندهای بهبود رتبه، از روی تجربه و مقایسه نتایج مختلف حدس زده می شوند.

مهمترین ویژگی این نوع جستجوگرها، وجود روبات نرم افزاری است که هیچگاه از فعالیت نمی ایستد و همواره اطلاعات جدید وب را جمع آوری می کند یا اطلاعات قدیمی را به روز می کند. که این امر به روز بودن نتایج ارائه شده را در پی دارد.

رتبه بندی سایت ها توسط موتورهای جستجو چگونه انجام می شود؟

هر بار که شما توسط موتور جستجو، جستجویی انجام می دهید، عنکبوت (Spider) آن به آهستگی از میان میلیون ها فهرست حرکت می کند و آنهایی را که بیشتر با مورد جستجوی شما ارتباط دارند را به تصویر می کشد. حتی میزان این ارتباط نیز مورد ارزشیابی قرار می گیرد تا مرتبط ترین سایتها در ابتدا به نمایش در آیند.

البته موتور های جستجو همواره درست عمل نمی کند گاهی صفحه های نامربوط به چشم می خورند و در مواردی برای یافتن آنچه می خواهید باید جستجوی بیشتری انجام دهید. موتور های جستجو در یافتن اطلاعات عمل شگفت انگیزی انجام می دهند. عمل ارزش گذاری و رتبه بندی توسط یک گروه دستورالعمل ها که الگوریتم نامیده می شود انجام می گیرد. هر موتور جستجو از گروه متفاوتی از الگوریتم ها استفاده می کند، اما همه آنها از اصول عمومی خاصی پیروی می کنند.

یک راه برای دستیابی به این هدف توجه به مکان قرار گیری و تراکم عبارت های جستجو یا کلمه های کلیدی در یک صفحه است.

متا تگ (Meta Tag) ها نیز در تشخیص ارتباط نقش داشته هر چند بسیاری از موتور های جستجو آنها را در نظر نمی گیرند. امکان دارد موتور های جستجو، وب سایت ها را بعلت Spamming جریمه یا تحریم کنند. کلمات کلیدی یکنواخت و خسته کننده، کلمات کلیدی تکراری در انتها یک صفحه و ارائه کردن صفحه ای که به صورت اتوماتیک مخاطب را به صفحه ای با محتوای کاملاً متفاوت هدایت کند، همه اشکالاتی از Spamming هستند.

کلید واژه ها و عبارات کلیدی

کلید واژه کلمه ای است که بهترین توصیف برای صفحه وب شماست. در هنگام بهینه سازی صفحه های وب باید برای هر صفحه تنها بر روی چند عبارت کلیدی تمرکز کنید که این عبارت های کلیدی مستقیماً به موضوع مرتبط باشد. از کاربرد یک کلید واژه خیلی کلی خودداری کنید چرا که در نهایت رتبه بالایی در موتورهای جستجو کسب نخواهید کرد. وقتی شما بهینه سازی صفحه های سایت خود را آغاز می کنید هر کدام از صفحه ها باید با یکی از عبارت های کلیدی گزینش شده بر اساس محتوای سایت بهینه سازی شوند.

عبارت های کلیدی که به صورت هدفمند انتخاب شده باشند می توانند ترافیک سایت را به صورت هدفمند بالا ببرند. اولین گام برای بهینه سازی صفحه های وب با دانلود یک نرم افزار عالی که Good Keywords نامیده می شود از سایت www.goodkeywords.com آغاز خواهد شد. این سایت نرم افزار رایگانی را ارائه می دهد که شما را قادر می سازد تا با نوشتن کلید واژه های خاصی فهرستی از عبارت های کلیدی را دریافت کنید.

بهینه سازی صفحه های وب

انتخاب عبارت های کلیدی درست، برای هر کدام از صفحه های سایت نخستین گام برای کسب رتبه بالا در موتور های جستجو است. بهینه سازی صفحه های وب شامل موارد زیر خواهد بود:

۱. گزینش کلید واژه هایی با بیشترین ارتباط و تطابق برای هر صفحه با توجه به موضوع هر صفحه
۲. استفاده از تگ های کلید واژه ای و توصیفی در بالای هر کدام از صفحه های وب سایت
۳. اولین کلید واژه ها باید طبق عنوان هر صفحه انتخاب شوند.

۴. استفاده از کلید واژه در تگ های ALT
۵. استفاده از اولین کلید واژه ها در تگ های Heading
۶. استفاده از کلید واژه هایی همنام با عکس های صفحه
۷. استفاده از کلمه های به کار برده شده در قسمت های پیوند شده به عنوان کلید واژه ها
۸. استفاده از کلید واژه ها در درون متن به کار رفته در صفحه

به علاوه برای انتخاب کلید واژه های هدف باید به صورت اساسی صفحه های خود را با اطلاعات زیر بهینه سازی کنید:

متا تگ های توصیفی ، متا تگ های کلید واژه ای ، عنوان صفحه ، تگ های مربوط به عکس ، تگ های سر صفحه ، نام تصویر ، پیوند های صفحه و متن

تگ متا <META>

متا تگ های توصیفی شامل توصیفی از سایت شما خواهند بود. این توصیفات در برخی از موتور های جستجو به هنگام ارائه شدن نتایج جستجو ظاهر می شوند. توصیفات سایت شما باید بیشتر عبارت های کلیدی سایت را شامل شود.

```
<Meta name="Description" content="دانشگاه علوم پزشکی شیراز">
```

در قسمت Content اگر خواستیم چند مورد را ذکر کنیم با علامت ویرگول عبارت ها را از هم جدا می کنیم.

تگ های تصویر

یک تگ تصویری به نشانی فایل های گرافیکی وب سایت شما منتج خواهد شد. برای بهینه سازی کامل فایل های گرافیکی عبارت های کلیدی خود را در بین تگ های ALT وارد کنید. مطمئن شوید که از تعداد عکس های مناسبی برای نمایش تمام عبارت های کلیدی خود استفاده کرده اید. به خاطر داشته باشید که کلید واژه اصلی شما باید همیشه در ابتدا بیاید.

```
<IMG SRC="" WIDTH=80 HEIGHT=105 IMAGENAME ALT=IMAGE NAME>
```

تگ عنوان <TITLE>

همانگونه که عبارات کلیدی خود را در تگ های توصیفی و کلید واژه ای جای دادید بایستی عبارت کلیدی اصلی خود را برای عنوان سایت به کار ببرید . هیچ چیز دیگری به جز عبارت کلیدی نباید بین تگ های TITLE قرار گیرد.

تگ های پیوند <A>

وقتی پیوند هایی را در صفحه خود ایجاد می کنید پیوند شما باید به اضافه یک عکس کوچک در مقابل هر پیوند باشد . این عکس می تواند یک علامت گرافیکی، فلش و یا هر چه که شما دوست دارید باشد. این تصویر ها نه تنها باعث بالا رفتن رتبه سایت شما می شوند بلکه شما را قادر می سازد تا عبارتهای کلیدی بین تگ های ALT جای دهید. وقتی شما شروع به ایجاد پیوند های خود می کنید مطمئن شوید که نام صفحه ، نام عکس و متن توصیفی کوتاهی از آن در میان عبارت های کلیدی شما جای داشته باشد.

تگ های بدنه < BODY >

بهینه سازی متن یکی دیگر از گامهای مهم در جهت بالا رفتن در رتبه بندی موتور های جستجو است. در صفحه های وب شما باید به میزان زیادی متن یا محتوا موجود باشد و همچنین دارای کلید واژه ها و عبارت های کلیدی در حالت های مختلف باشد. اگر تمام کلید واژه هایی که شما در میان متا تگ ها قرار داده اید در میان متری که در آن صفحه قرار داده اید پیدا نشود موتور های جستجو گر به راحتی از آنها چشم پوشی خواهند کرد.

راه شاخص شدن سایت در موتور جستجو

این راه چیزی جز یک پیوند ناقابل از سایت های دیگر نیست. اگر می خواهید موتور جستجو گر را به میهمانی سایتتان دعوت کنید باید راه را به وی نشان دهید و وی نشانی سایت شما را بداند. موتور جستجوگر بهانه های بسیاری برای نپذیرفتن این دعوت دارد زیرا در همان لحظه به سایت های دیگری هم دعوت شده است! بنابراین باید در نشانی دادن نهایت دقت را انجام دهید.

یکی از مهم ترین گام ها برای بدست آوردن رتبه ای بالا در موتور های جستجو و هدایت حجم بالایی از ترافیک کاربران به سایت، صرف وقت و توجه اساسی برای بهینه سازی هر کدام از صفحه های سایت است. فعالیت های قابل انجام در موتور های جستجو عبارتند از:

۱. معرفی به موتور های جستجو: به هر عملی که باعث می شود وب سایت شما در فهرست موتور های جستجو قرار گیرد در اصطلاح ثبت در موتور های جستجو می گویند.

۲. بهینه سازی: هر تغییر در محتوای وب سایت شما که باعث بالا رفتن شانس پیدا شدن توسط موتور های جستجو گردد را اصطلاحاً Optimization یا بهینه سازی می گویند.

۳. تشبیت موقعیت: به هر فعلیتی که باعث شود تا وب سایت شما با کلمه ها و عبارت های خاص خودش در محدوده کلمه ها و عبارت های شناخته شده توسط موتور های جستجو قرار گیرد، به اصطلاح Position Well می گویند.

۴. بازار یابی در موتور های جستجو: این آخرین مرحله فرایند در معرفی موتور های جستجو است و شامل معرفی، بهینه سازی، پرداخت پول و خرید رتبه های بالا و غیره در موتور های جستجو می شود.

نحوه ثبت کردن آدرس سایت در موتور های جستجو

پس از راه اندازی وب سایت مدیران سایت می بایستی آدرس سایت شان را در موتور های جستجو به ثبت برسانند تا موتور جستجو آدرس را به دیتا بیس خود اضافه نماید. برای این امر باید به قسمت AddUrl موتور جستجو گر رفته و آدرس سایتتان را ذخیره نماییم.

آدرس صفحه AdlUrl برای ۴ موتور جستجوگر به شرح زیر می باشد:

<http://google.com/addurl.htm>

<http://altavista.com/sites/search/addurl>

<http://submit.search.yahoo.com/free/request>

<http://doce.msn.com/info/suggests>

جلوگیری از قرار گرفتن سایت در فهرست سیاه موتور های جستجو

بلوکه شدن یک سایت می تواند از طریق بلوکه شدن نام دامنه یا نشانی IP سایت شما باشد. اما از چه کار هایی باید اجتناب کنیم تا سایت ما در فهرست سیاه موتور های جستجو قرار نگیرد و بلوکه نشود.

۱.سایت های دوقلو: به سایت هایی گفته می شود که محتوای یکسانی دارند اما نشانی دسترسی به آنها متفاوت است.

۲.مخفی سازی: تعدادی از سایت ها با استفاده از صفحه هایی که برای موتور های جستجو بهینه شده اند ولی محتوای چندانی برای کاربران سایت ندارند ، به عنوان صفحه ورودی استفاده می کنند.این صفحه ها برای معرفی سایت به موتور جستجو استفاده می شوند در حالی که صفحه های اصلی سایت برای بازدید کنندگان متفاوت است.این صفحه ها به طور خودکار توسط موتور جستجو در سایت تشخیصی داده شده و در کوتاه مدت باعث کاهش رتبه سایت و در بلند مدت باعث بلوکه شدن سایت خواهند شد.

۳.متن های غیر قابل مشاهده: در این روش متن هایی را که از نظر محتوایی نباید در صفحه نشان داده شود را با رنگ پس زمینه در سایت قرار می دهند . این متن ها به صورت عادی می توانند باعث افزایش رتبه سایت در موتور های جستجو شوند.این روش توسط رباتهای موتور جستجو تشخیص داده شده و باعث کاهش رتبه و در نهایت بلوکه شدن سایت را در پی خواهد داشت.

۴.اقدام به ثبت سایت به مقدار زیاد

۵.استفاده از کلمات کلیدی نامربوط

۶.اقدام به ثبت سایت به صورت خودکار

۷.صفحه های ورودی: صفحه هایی هستند که محتوای زیادی برای بازدید کنندگان شما ندارند اما برای موتور های جستجو بهینه شده اند.

۸.استفاده از وب سایت های رایگان

۹.مشکل نشانی اینترنتی

Page Rank چیست؟

امتیازی است بین ۰ تا ۱۰ که موتور جستجوی گوگل به سایت ها و وبلاگ ها اختصاص می دهد. از نظر موتور جستجوی گوگل، هر چه عدد به ۱۰ نزدیکتر باشد، اهمیت و محبوبیت سایت شما بیشتر است. Page Rank از روش های مختلفی قابل افزایش است. اما یکی از مهمترین روش های افزایش Page Rank تبادل پیوند های مختلف است. البته Page Rank سایت هایی که با آنها تبادل می کنید هم خیلی مهم است.

چگونه Page Rank سایت خودمان را در موتور های جستجو حفظ کنیم؟

۱.تنوع در پیوند ورودی

۲.ارائه محتوای با ارزش

۳.نام دامنه مناسب

۴.استفاده از تبلیغات معمولی (سایت های تبلیغاتی)

۵.استفاده از کلمات کلیدی

۶. بررسی وضعیت پیوند های سایت

۷. استفاده از گروه های خبری

۸. وبلاگ نویسی

۹. به روز رسانی منظم

روش های افزایش ترافیک سایت

در دنیای گسترده وب سایت های اینترنتی و در حالی که هزاران سایت با موضوع های گوناگون مشغول به کار هستند مهمترین دغدغه مدیران سایت ها جذب مخاطبان بیشتر می باشد. افزایش مخاطبان سایت ضامن حفظ حیات و پویایی سایت است. بنابراین لازم است از تمامی امکانات و پتانسیل های موجود برای جذب مخاطبان بیشتر استفاده کرد.

۱. نوشتن مقاله
۲. ثبت سایت در انجمن های شبکه ای
۳. تبادل پیوند
۴. مدیریت حجم صفحه ها
۵. اطلاع رسانی
۶. به روز رسانی منظم
۷. اظهار نظر های بازدید کنندگان
۸. کتاب های الکترونیکی رایگان
۹. وبلاگ

نتیجه گیری:

یک بخش مهم در توسعه موفقیت آمیز وب سایت ایجاد زمینه لازم برای جذب ترافیک با تعداد ثابتی از بازدید کنندگان می باشد . بخش عمده ای از ترافیک وب سایت از موتور جستجو سرچشمه می گیرد. یک موتور جستجو سایتی است که صفحه های وب گوناگون را بر اساس شاخص های مختلفی فهرست می کند. این سایت ها بوسیله نرم افزارهایی که Spider یا Robot نامیده می شوند پیوسته در اینترنت مشغول جستجو برای شناسایی صفحه های وب هستند. در حقیقت پس از طراحی سایت یکی از گام های مهم در بهره برداری مناسب از آن معرفی و بهینه سازی است. که سعی شده است نکاتی از راه های بهینه سازی در این مقاله توضیح داده شود.

منابع و مأخذ:

۱. حسنی، فرنود- اصول مدیریت وب سایت
۲. رتبه بندی سایتها توسط موتور های جستجو چگونه انجام می شود؟ برگزیده از سایت www.mahmoodb.com
۳. بهینه سازی صفحات وب برگرفته از سایت www.persianguig.ir
- ۴-تجارت الکترونیک از طریق بهینه سازی موتورهای جستجو- کاوه منگلی کهنوتی ،مصطفی بهمن آبادی
- ۵- نظام ارزیابی وب سایت های وزارت علوم، تحقیقات و فناوری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی دانشگاه آزاد اسلامی - دکتر محمد رضا قانع