

استفاده از بهینه سازی وب سایت و رسانه های اجتماعی برای ایجاد نام تجاری معتبر

ممکن است به این نتیجه رسیده باشید که وب سایت شما هم باید دارای مقدار زیادی مطالب قابل استفاده و مفید و قانع کننده باشد. متأسفانه این که وب سایت شما همیشه فقط در حال گرفتن خواننده جدید بوده و از این طریق از آنها کسب درآمد نماید، کافی نیست. دیگر وقت آن رسیده که برای وب سایت خود از استراتژی بهینه سازی وب سایت و ایجاد لینک برای افزایش قدرت نام تجاری خود و بالا رفتن رتبه بندی در موتورهای جستجو، استفاده نمایید .

برای ایجاد مشارکت با دیگر وب سایت ها، باید شروع به ساخت و ایجاد ارتباط با مدیران وب سایت لینک های تجاری و (خوانندگان آنها) کرده تا شما و وب سایت شما را بهتر بشناسند. فکر می کنید چرا؟ اکثر کامپیوترها و اکثر رسانه ها در حال اجتماعی شدن هستند، پس زمان آن رسیده است که از بسیاری از قوانین و چهار چوب های معمول فراتر قدم بردارید .

بهینه سازی وب سایت اگرچه کار وقت گیری است و اغلب نتایج کار بعد از چند هفته قابل مشاهده نیست. البته اگر انجام بهینه سازی وب سایت به چند ماه نرسد. اما سایتی که رتبه خوبی در موتور جستجو کسب کرده است، در واقع نتیجه برنامه های هوشمندانه می باشد و همچنین این جایگاه مناسب، نتیجه تلاش زیاد به همراه شناخت و استفاده از تعدادی میانبر به جهت بهینه سازی وب سایت میباشد .

برای این کار باید در ابتدا فرایند بهینه سازی وب سایت به سرعت تصمیم مناسبی گرفته تا از تلاش خود نتیجه خوبی دریافت نمایید. اساس استراتژی بهینه سازی وب سایت (سئو) دارای روند طولانی می باشد و البته شما می توانید برای شروع یک راه هوشمندانه در اینجا پیدا کنید .

استفاده و ترکیب رسانه های اجتماعی در نمای عمومی از وب سایت تجاری دارای یک پروسه طولانی است که برای رسیدن به پتانسیل خود نیاز به گذشت زمان می باشد. موفقیت وب سایت شما در شبکه های اجتماعی متکی بر همکاری و تعامل با مشتریان و خوانندگان بوده (وحتی گاهی اوقات همکاری با رقبا) خوب حالا می خواهید از کجا شروع کنید؟

اساس لینک های داخلی
لینک های داخلی به صورت گسترده ای به عنوان یک ضرورت برای رتبه بندی در لیست موتورهای جستجو محسوب میشود. نگاه موتورهای جستجو به لینک های هر وب سایت همانند رای دادن به میزان اهمیت لینک ها و به نفع هر وب سایت می باشد. اگر وب سایت شما مورد پسند سایت های عمومی و محبوب باشد، موتورهای جستجو نیز شما را دوست خواهند داشت .

این بدان معنی است که هر چند لینک های قوی تری به وب سایت شما متصل باشد، سایت معتبر تری به نظر موتور جستجو خواهید آمد. اگر لینک های قوی و معتبر به وب سایت شما متصل شوند، موتور جستجو فکر می کند که شما بخشی از آن قدرت و اعتبار را کسب کرده اید. همچنین باید بدانید قدرت یک سایت نتیجه رتبه بندی آن وب سایت می باشد .

این اساس استاندارد ۱ تا ۱۰ ، مقیاس گوگل است که به صفحات وب اختصاص می گیرد و بر اساس صد ها شرایط پایه گذاری شده؛ ۱۰ یعنی بالاترین مرتبه لیست رتبه بندی با بیشترین قدرت ، بخشی از بهترین شیوه های ساخت و ایجاد رتبه بندی صفحات و اعتبار برای یک سایت شامل: ارسال لینک به دایرکتوری ها و وب سایت هایی که بک لینک شما محسوب می شوند .

اما زمان زیادی صرف ارسال تعداد زیادی از لینک های ناشناس و تصادفی، به دایرکتوری هایی با رتبه پایین در موتورهای جستجو نکنید. بهتر است وقت شما صرف ارسال چند لینک بهینه سازی شده به وب سایت های محبوب شود که مطالب خود را با وحتوای وب سایت شما به اشتراک می گذارند. برای مثال: اگر کسب و کار شما فروش لوازم الکترونیکی است، پس شما باید درخواست لینک از سایت های معتبری کنید که اقدام به فروش محصولاتی می کنند که در وب سایت شما نیز همان محصولات با همان نام تجاری به فروش میرسد .

دیگر جنبه های مهم لینک های داخلی عبارتند از:

- این کار را به سرعت و یا در حجم زیاد انجام ندهید. میزان افزایش لینک های ورودی هرگز نباید از ۲۰٪ در ماه رشد داشته باشد. اگر یکباره تعداد زیادی لینک ورودی به وب سایت خود پیوند دهید موتور جستجو از این کار شما عصبانی شده و به اعتبار وب سایت شما لطمه خواهد خورد!
- لینک باید دارای عبارت توصیفی کامل و مفید باشد(شرح صفحه، تگ دگر ساز برای لینک های تصاویر و یا نام تجاری شما) همچنین ساختار لینک ها برای هر سایتی با سایت دیگر باید متفاوت باشد. این ساختارها تفاوت زیادی با هم ندارند، به همین دلیل فقط کافی است شبیه هم نباشد.
- از تلاش زیاد برای ایجاد لینک با وب سایت هایی که در ساختار آنها قوانین nofollow بکار رفته، اجتناب نمایید. با حذف این چنین پیوند هایی، میزان بهینه سازی وب سایت(سئو) بک لینک های شما افزایش خواهد یافت. با بررسی کد های برنامه نویسی وب سایت ها می توانید به پیروی آنها از قوانین nofollow پی ببرید. همچنین دستورات nofollow معمولاً تحت جاوااسکریپت اجرا می شود.
- شبکه های اجتماعی می توانند ابزار قدرتمندی برای ایجاد ترافیک وب سایت و ارتقای رتبه بندی وب سایت در موتورهای جستجو برای وب سایت شما باشند؛ البته اگر به چند قانون ذکر شده پای بند باشید.

انواع اصلی لینک های داخلی چیست؟

- لینک های مستقیم (جهت دار)
اینها بک لینک های استاندارد هستند که از وب سایت های مختلف و دایرکتوری های مختلف به وب

سایت شما پیوند می خورد که شامل ترکیبی از عنوان، توضیحات کوتاه همراه با آرم تجاری و یا نام تجاری می باشد .

- لینک های متنی
این لینک ها به متون صفحات داخلی وب سایت شما و محتویات آن که توسط شما نوشته شده پیوند می خورد، محتوا معمولاً شامل چند پاراگراف از متن و متن های گرافیکی مانند مطبوعات، وبلاگ و تحقیقات و مقالات سفید و یا دیگر اطلاعات مبتنی بر مقاله می باشد .
- لینک های رسانه اجتماعی
استفاده از این رسانه ها مانند، فیس بوک، مای اسپیس، توئیتر و دیگر سایتها روش بسیار خوبی برای این است که بدانید دیگران در مورد شما و کسب و کار شما چه می گویند. همچنین روش مناسبی است که به دیگران بگویید مشغول انجام چه کاری هستید و چه چیزی ارائه می کنید. بعلاوه شما می توانید خدمات خود را به عنوان منابع تجاری و یا تخصصی به کسانی که به مشاوره نیاز دارند ارائه نمایید .
- نیاز کلی وب سایت ها به ارتباط با چنین شبکه هایی بسیار ساده است. اما به صرف زمان نیاز دارد. شرکت در گفتگو های این شبکه های اجتماعی، البته نه فقط در گفتگو های تجاری و فروش ضروری می باشد .
- لینک های اشتراک گذاری اجتماعی
منابع این لینک ها از (ویدئو، تصاویر و غیره) تشکیل شده است که در خدمت نویسنده و یا اشتراک گذارنده خواهد بود. این استراتژی می تواند شامل ارسال جملاتی مانند " چگونه می توان " همراه با ویدئو های مرتبط با موضوع، همانند ایجاد پیوند لینکهای مستقیم (راهنما) و bookmarking ارائه شود .
- در فصل بعدی این مقاله در مورد لینک های مستقیم و لینک های متنی مفصل بحث می کنیم. در ضمن در مورد چگونگی شروع ایجاد این لینک ها جهت افزایش ترافیک ورودی صحبت خواهد شد .

پرداخت ارائه دهنده راه کارهای تجارت الکترونیک و فروش مجازی
هم اکنون برای مشاوره رایگان تماس حاصل فرمائید:

۰۲۱- ۸۸۴۹۱۶۱۲