

۷ کارنیل، بزرگترین شبکه موفقیت ایرانیان می باشد، که افرادی زیادی توانسته اند با آن به موفقیت برسند، فاطمه رتبه ۱۱ کنکور کارشناسی، محمد حسین رتبه ۶۸ کنکور کارشناسی، سپیده رتبه ۳ کنکور ارشد، مریم و همسرش راه اندازی تولیدی مانتو، امیر راه اندازی فروشگاه اینترنتی، کیوان پیوستن به تیم تراکتور سازی تبریز، میلاد پیوستن به تیم صبا، مهسا تحصیل در ایتالیا، و.... این موارد گوشه از افرادی بودند که با کارنیل به موفقیت رسیده اند، شما هم می توانید موفقیت خود را با کارنیل شروع کنید.

برای پیوستن به تیم کارنیلی های موفق روی لینک زیر کلیک کنید.

www.karnil.com

همچنین برای ورود به کانال تلگرام کارنیل روی لینک زیر کلیک کنید.

<https://telegram.me/karnil>

۷ دلیل عدم موفقیت seo و راهکارهای مقابله با آنها

کارتیل



۷ دلیل عدم موفقیت SEO و راهکارهای مقابله با آن ها

می توان گفت تقریباً اکثر عملیات های سئو با شکست مواجه می شود که دلیل این عدم موفقیت را می توان در توقعات بالا در کنار بودجه های کم دانست. همچنین تصمیمات اشتباه

وب مسترها بر مبنای فرضیه ها به جای استفاده صحیح از آمار و ارقام و نیاز مصرف کنندگان باعث ایجاد اشتباه در این روند می شود.



چه شما خودتان در حال مدیریت یک فرآیند سئو برای خودتان هستید و یا شخصی متخصص در این زمینه را برای این کار استخدام کرده باشید، بهتر است این ۷ سؤال را سرلوحه کارتان قرار دهید تا متوجه شوید مراحل کار شما به درستی انتخاب شده اند یا نه.



۱- آیا اهداف واقع گرایانه ای را در نظر گرفتید؟

تنظیم کردن اهداف غیر واقعی یا **Unrealistic Goals** در فرآیند سئوی شما، مثلاً تحت سلطه قرار دادن و انحصاری کردن تمام نتایج موتورهای جستجوی بزرگ از محصولات شما، معمولاً خیلی سریع به شکست منجر می شود.

در عوض، اگر برای کارتان اهداف واقعی و معقول در نظر داشته باشید می توانید به صورت تدریجی و مطمئن تر موفقیت های زیادی کسب کنید.

برای مثال، خیلی از کمپانی ها در صدد تبلیغ و عرضه چندین محصول هستند. این غیر

واقعیت است که شما بتوانید در زمانی کم همه

محصولات یا سرویس هایتان را در نتایج جستجو

به صدر جدول بکشانید و در رنکینگ جستجوی

مربوط به این محصولات پیروز باشید. اما اگر واقع

گرایانه برخورد کنید و با یک استراتژی درست قدم

بردارید، می توانید یک محصول یا یک سرویس

را به صورت خیلی بهینه تر شده و با کیفیت به

بالای لیست نتایج برسانید و به عبارتی تمرکزتان

را روی همین مورد بگذارید.

بعد از کسب موفقیت و ثبت این محصول یا سرویس در یکی از موقعیت های عالی در موتورهای

جستجو، می توانید به سراغ محصول یا سرویس بعدی بروید.



پس به خاطر داشته باشید که واقع گرایانه بودن یا غیر واقع گرایانه بودن خواسته های شما نقش مستقیم بر موفقیت اهداف شما خواهند داشت.

۲- آیا شما بازه زمانی و بودجه واقع بینانه دارید؟

یکی از موارد بزرگ و حائز اهمیت در رسیدن به موفقیت در زمینه مارکتینگ واقع بینانه بودن در زمان و بودجه است. بسیاری از شرکت ها و بیزینس ها زمان بندی و بودجه واقع بینانه ای برای فعالیت های ستوی خود ندارند.

آن ها به جزئیات کار خاصی ندارند و در اسرع وقت نتایج فعالیتشان را می خواهند. همین عجله و بی توجهی آن ها باعث می شود تا این گونه شرکت ها بر روی پروژه های طولانی مدت سرمایه گذاری نکنند. در نتیجه، نتها چیزی که از این بیزینس ها دیده می شود سرمایه گذاری های کم و کوتاه و در اصل بی فایده است.

مشورت با یک متخصص SEO و یافتن بهترین بازه زمانی و بودجه عاقلانه و واقع بینانه یکی از قدم های بزرگ برای شروع و گسترش یک پروژه است. هر چه خواهان رقابت بیشتر در صنعت و کار خودتان باشید، مسلماً به زمان و بودجه بیشتری نیاز خواهید داشت.

اگر شما فعالیت خود در SEO را با یک زمان بندی کوتاه شروع کنید، احتمالاً با شکست رو به رو می شوید چرا که شما از فرآیند سئو به صورت حرفه ای استفاده نکرده اید و متوجه موارد مورد نیاز برای یک فعالیت سودآور بلند مدت نشده اید.

۳- آیا کلمات کلیدی مناسبی انتخاب کرده اید؟

بهینه سازی کلمات کلیدی اشتباه و نامربوط به بیزینس ها تقریباً رایج است و گاهی اوقات به شکست کامل فرآیند سئو می انجامد. نکته اینجاست که انتخاب کلمه کلیدی که خود شما به آن رسیده اید، حتی اگر فکر می کنید این کلمه نزدیک ترین رابطه با نوع فعالیت شما از دیدگاه کاربران را دارد، باز هم باید گفت که شاید شما کلمه کلیدی درستی انتخاب نکرده اید.

کلمات کلیدی در ظاهر کلمات مرتبط با فعالیت، برند و محتوای سایت شما هستند. اما انتخاب صحیح این کلمات بسیار بسیار حائز اهمیت می باشد. به این فکر کنید که کلمه انتخاب شده توسط شما توسط ده ها، صدها و شاید هزاران سایت دیگر نیز انتخاب شده باشد.



پس، در حالت ایده آل بهتر است این مسئولیت را بر عهده آژانس ها و متخصصان این زمینه بگذارید. متخصصان سئو اگر ۱% یک کلمه را انتخاب کنند، ۹۹% بعدی را روی بررسی کردن آن کلمه و نتایج حواشی آن صرف می کنند.

پس انتخاب یک کلمه کلیدی منوط به انتخاب یک کلمه بر اساس یک نوع فعالیت نیست. این پروسه کاری زمان بر و دقیق است. همچنین یکی دیگر از کارهای مهم در این زمینه، آنالیز

و بررسی کلمات کلیدی رقبای موفق شما می باشد. فهمیدن اینکه رقبایتان از چه کلماتی استفاده می کنند نکته بسیار مهمی می باشد.

با این حساب شما هم باید کلمه بهینه شده و صحیحی انتخاب کنید. پس اگر می خواهید سئوی شما دقیق و منظم انجام شود و کلمه کلیدی شما برای سایت شما نتایج انحصاری به دنبال داشته باشد بهتر است این نکات را در نظر بگیرید.

۴- آیا فعالیت شما منجر به کسب بازدید (ترافیک) صحیح شده است؟

اگر شما از کلمات کلیدی مناسب استفاده نکرده باشید، بنابراین شما هیچ ترافیک و بازدید کافی و مورد انتظاری دریافت نمی کنید.



یک آزمایش سریع برای مشخص کردن این موضوع این است که محتویات موجود در سایت خود را از نظر ترافیک موتورهای جستجو حساب کنید. در این مورد شما باید نرخ پس رفت (bounce rate) سایت خود را بررسی کنید.

اگر مقدار bounce rate برای بازدیدکنندگان سایت شما زیاد باشد، بنابراین به احتمال زیاد آنان نمی توانند آن چیزی که در سایت شما به دنبالش بودند را پیدا کنند.

شما باید این مورد را با بهینه سازی محتوا مدیریت کرده و دسترسی کاربران و روبات های موتورهای جستجو را به بخش های مختلف سایتتان میسر سازید.

۵- آیا یک سایت حرفه ای دارید؟

یک فرآیند موفق سئو در یک سایت حرفه ای زمانی مشخص می شود که بازدید کنندگان به محض ورود به سایت شما به اصطلاح درگیر (engaged) شوند.

تعامل بازدید کنندگان سایت شما با محتوای سایت شما در فرآیند سئو یک نکته بسیار عالی و حیاتی به شمار می رود. با این حساب می توان ملاک یک سایت حرفه ای را تعامل نزدیک بازدید کنندگان با آن سایت دانست.

اگر یک سایت این ویژگی را نداشته باشد باعث بی اعتبار شدن برند آن سایت و بنابراین کاهش تعاملات و منفعت های بعد از آن می شود.



برای این که ببینید سایت شما در چه وضعیتی قرار دارد، شاید بهتر است این سؤالات را برای ارزیابی سایت خود در نظر داشته باشید :

۱. آیا سایت شما قدیمی و منسوخ شده است؟
۲. آیا به صورت حرفه ای و طبق اصول طراحی شده است؟
۳. آیا ساختار آن مناسب و مطابق با درک و فهم کاربران است؟
۴. آیا سایت شما از نظر دسکتاپ، تبلت و موبایل های هوشمند کاربر پسند (user-friendly) است؟
۵. آیا از کاربران سایت خود، بازخوردهای مثبت و منفی دریافت می کنید؟
- ۶- آیا کاربران (مشتریان) شما به مطالبی که در سایتتان منتشر می کنید اهمیت می دهند؟



عدم وجود تعامل سازنده بازدید کننده و در نتیجه عدم دریافت بازخورد صحیح می تواند به ارائه مطالبی که باعث شکست در پاسخگویی به نیازها و خواسته های کاربران است مربوط باشد.

برای جلوگیری از این پیشامد، مطالبی که باعث تجدید نظر موتورهای جستجو می شود را منتشر نکنید. در

نگارش مطالب سایت خود از یک استراتژی استفاده کنید تا کاربران و مشتریان شما بتوانند جواب سؤالاتشان را در سایت شما بیابند.

۷- آیا اطلاعات و داده ها را دنبال می کنید و به دنبال پیشرفت هستید؟



دنبال کردن اطلاعات (داده ها) و ایجاد بهبود و پیشرفت یکی از استراتژی های سئوی بلند مدت و موفق است. حتی می توانید با دقت به نکات ریز و انجام برخی ترندها به فرآیند سئوی صحیح برسید.

اگر شما به تمام جوانب اطلاعات (داده ها) اهمیت بدهید و همه جوانب را بررسی کنید، در این حالت می توانید خیلی سریع تر کمبودها را تشخیص داده و آن ها را برطرف کنید.

نتیجه گیری :



بیشتر فعالیت های سئو به شکست منجر می شود، اما اگر گفته های ما را جدی بگیرید برای شما اینطور نخواهد شد. اگر سؤالات گفته شده را بازبینی کنید و جوابشان را پیدا کنید، احتمالاً مسیر صحیح سئو را در پیش گرفته اید.



در کانال تلگرام کارنیل هر روز انگیزه خود را شارژ کنید 😊

<https://telegram.me/karnil>

