

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>



سٽو بر اساس الگوریتھم پاندا

نویسنده: حمید توکلی کرمانی

طراح جلد: حوریه جعفری



عمو پاندا



به نام خدا

عمو پاندا کیست؟

عمو پاندا نام الگوریتم جدید گوگل است که می خواهد با سایت هایی که دارای کیفیت محتوای مناسبی هستند دوست شده، با سایت های کم کیفیت قهر کرده و پوست سایت های کپی کننده را بکند، اما آیا می دانید عمو پاندا چطور کیفیت سایت ها را ارزیابی می کند؟

کتاب عمو پاندا برای کسانی نوشته شده است که مایلند جهت ارتقاء و یا حفظ جایگاه خود در گوگل، سایت خود را بر اساس الگوریتم جدید بهینه کرده و دست دوستی به عمو پاندا دهند، جهت ایجاد یک ارتباط صمیمی با عمو پاندا می بایست دقت بیشتری در موارد زیر داشته باشید:

1. میزان ماندگاری در سایت – Time on Site
2. میزان گردش در سایت – Page Views
3. میزان فرار از سایت – Bounce Rate
4. شبکه های اجتماعی – Social Networks
5. برندسازی اینترنتی – Internet Branding

موارد 1 تا 3 بسیار با یکدیگر در ارتباط هستند، اگر میزان فرار از سایت کاهش پیدا کند، زمینه برای افزایش میزانش گردش در سایت بیشتر شده و نهایتاً میزان ماندگاری در سایت نیز افزایش پیدا می کند، با وجود ارتباط زیاد بین موارد مذکور به جهت اهمیتی که دارند از یکدیگر تفکیک شده و به صورت جداگانه در کتاب عمو پاندا مورد بررسی قرار گرفته اند، ناگفته نماند که شبکه های اجتماعی یکی از ابزارهای مهم برندسازی اینترنتی بوده و برندسازی اینترنتی نیز تاثیر مثبتی روی موارد 1 تا 3 دارد، اگر سئو را به میزان کافی نمی شناسید حتماً پیش از مطالعه عمو پاندا، کتاب سئو در سه جمله را در گوگل سرچ کرده و در سه دقیقه پیش نیاز علمی مطالعه کتاب عمو پاندا را به دست آورید.



میزان ماندگاری در سایت:

عمو پاندا به شما یک شکلات بزرگ می دهد اگر مخاطب را زمان بیشتری در سایت نگه دارید!

به طور متوسط از زمانی که یک بازدیدکننده به وبسایت شما وارد شده تا زمانی که از آن خارج می شود چند دقیقه طول می کشد؟ سایت خود را با دقت مشاهده کرده و خودتان را جای مخاطبتان بگذارید، به این فکر کنید که چه راه حل هایی برای افزایش ماندگاری مخاطب وجود دارد؟ شما سایت خود را بهتر از هر کس دیگری می شناسید، مخاطب خود را نیز شناخته اید و خوب می دانید به دنبال چه چیزی به سایت شما آمده بنابراین بهتر می دانید چطور می توان او را راضی کرده و منجر به افزایش ماندگاری اش شوید با اینحال شاید راه حل های زیر برای شما مفید باشد:

1- پاسخگویی به نیاز بازدیدکننده: بازدیدکننده در جستجوی اطلاعات به گوگل پناه آورده و نهایتاً به یکی از صفحات سایت شما رسیده است، آیا محتوای سایت شما پاسخگوی نیاز بازدیدکننده بوده و



او را به آنچه می خواهد می رساند؟ آیا همه اطلاعاتی که او نیاز دارد را بدون زیاده گویی ها و به صورت خلاصه و مفید در اختیارش قرار داده اید؟ وقتی بازدید کننده به انتهای متن رسید لبخند رضایت زده و مطالعه مطلب شما را به دیگران نیز توصیه می کند؟

2- عدم عجله در انتشار متن جدید: برتری سایت شما نسبت به سایر سایت های مشابه چیست؟ کیفیت یا کمیت؟

هرچند به روزآوری منظم سایت در مخاطب پسندی و موفقیت سایت بسیار موثر است اما هرگز برای به روز کردن سایت به یک مطلب خوب اکتفا نکرده و برای رساندن آن مطلب به سطح بسیار بسیار خوب به روزآوری سایت را چند روز دیگر به تاخیر بیندازید و هیچ وقت کیفیت را قربانی کمیت نکنید!

3- تقسیم بندی متن: غذا هر چقدر هم که خوشمزه باشد باید آن را لقمه لقمه خورد، آیا می توانید غذایی را به صرف خوشمزه بودن به یک باره بلعید؟ متن مفیدی نوشته اید ولی بسیاری از بازدیدکنندگان قبل از رسیدن به انتهای متن خسته شده و از آن دست می کشند، شما باید اقداماتی انجام دهید که بازدیدکننده از مطالعه مطالب سایت شما احساس خستگی نکند، یکی از این اقدامات تقسیم بندی متن است، یک متن 50 خطی را به صورت 50 خط پشت سر هم ننویسید و آن را پاراگراف بندی نمایید و در صورت امکان برای هر پاراگراف با استفاده از تگ های h1-h6 یک تیتر فرعی انتخاب کنید.

4- استفاده از تصاویر: نگاه کردن به متن های آمیخته به تصاویر برای بازدیدکننده خوشایندتر از نگاه کردن به یک متن طولانی خالی از تصویر است، تصاویر نمک مطلب هستند، خوشمزه ترین غذاها اگر بی نمک باشند، بی مزه خواهند بود.

5- استفاده از ویدئو و صوت: دنیای اینترنت در آینده ای نه چندان دور دنیای ویدئوهای آنلاین خواهد بود، چقدر برای آنچه در آینده روی خواهد داد برنامه ریزی کرده اید؟ استفاده از ویدئو و صوت به مرور سهم خود را در اینترنت افزایش داده و از جمله اقداماتی است که موجب خوشایندی بیشتر سایت برای مخاطب خواهد شد.



6- نظرسنجی و توجه به بازخوردها: تصورات ما همیشه درست نیستند، گاهی ما فکر

میکنیم علت نارضایتی بازدیدکنندگان را می دانیم اما اگر به نظراتشان رجوع کنیم متوجه می شویم مشکل چیز دیگری بوده است، اگر می خواهید تصوراتتان در مورد مشکلات محتوای سایت واقعی تر شود با مخاطب تعامل بیشتری داشته باشید، نظرات آنها در متن های مختلف را مطالعه نموده و گاهی در این مورد نظر سنجی کنید، حتما دیده اید سایت هایی که روی چند موضوع مختلف کار کرده و در مورد اینکه مخاطبین تمرکز روی کدام موضوع را ترجیح می دهند نظرسنجی می کنند.

متنی با عنوان "نحوه تنظیم مودم ADSL جهت برقراری ارتباط با اینترنت" نوشته اید، در قسمت نظرات یکی پرسیده چطور وارد تنظیمات مودم شوم؟ یکی پرسیده VPI و VCI را از کجا باید پیدا کنم؟ یکی نظر داده من که چیزی نفهمیدم، یکی هم گفته چقدر سخته این کار... هیچکس هم از شما بابت کاربردی بودن این نوشته تشکر نکرده است، سوال کردن در بخش نظرات طبیعی است، اما اگر فکر میکنید این سوالات نشان از عدم توضیح کافی نکات ضروری است متن خود را ویرایش کرده و موارد لازم را به آن اضافه نمایید، مهمتر آنکه بعد از آماده کردن یک متن جدید یکبار متن را از نگاه کسی بخوانید که مثل شما در این مساله تخصص ندارد، از خودتان بپرسید آیا این نوشته برای همه قابل فهم هست یا خیر؟

7- فعال بودن بخش نظرات: برخی از بازدیدکنندگان اهل مطالعه نظر نیستند اما برخی دیگر

دوست دارند سریعتر یک مطلب را تمام کرده و نظراتش را بخوانند، حتی هستند کسانی که اول به نظرات نگاهی انداخته و سپس تصمیم به مطالعه متن می گیرند، فرض کنید یک متن 30 خطی نوشته اید که 30 نفر برای آن نظر داده اند، مطمئن باشید اگر مطالعه متن 3 دقیقه زمان ببرد، با وجود نظراتش 6 دقیقه زمان خواهد برد و چنانچه این اتفاق برای همه متن ها بیافتد شما در میزان ماندگاری در سایت رشد خوبی خواهید کرد البته نوشتن مطالبی که دیگران را وادار به ثبت نظر کند کار ساده ای نیست، یکی از راههای افزایش نظرات آن است که خودتان هم به میدان آمده و اگر مخاطب با نظرش سوالی از شما پرسید سریعاً پاسخ دهید با این کار به بازدیدکننده نشان می دهید که نظراتشان برای شما مهم است.



میزان گردش در سایت:

اگر می خواهید عمو پاندا شما را بیشتر دوست داشته باشد کاری کنید که بازدیدکننده مرتب در سایت شما گشته و صفحات بیشتری ببیند، کافی است عمو پاندا احساس کند که انسان مهمان نوازی هستید در اینصورت هر روز با مهمان های زیاد غافلگیرتان می کند.

1- پرهیز از پراکندگی موضوعی: مهارت های زیادی دارید و بر اساس آن در سایتتان هم در مورد تکنیک های عکاسی می نویسید و هم در مورد خواص نارنگی، آشپزی، سئو، تعمیرات خودرو، برنامه نویسی تحت وب، گردشگری و سایر موضوعات...

در چنین حالتی مهارت های زیاد شما بیشتر از آنکه به نفع شما باشد به ضرر شماست، اگر وقت پرداخت همزمان به چند موضوع مختلف را دارید برای هر موضوع یک سایت اختصاصی بزنید تا امکان تعریف



مخاطب هدف برای سایت خود را داشته باشید، به عنوان مثال در یک سایت از آشپزی و خواص میوه ها نوشته و در سایت دیگر برنامه نویسی تحت وب و سئو را آموزش دهید.

کسی که برای مطالعه برنامه نویسی به سایت شما آمده احتمال اینکه به سئو هم علاقه مند باشد وجود دارد اما احتمال آنکه بخواهد در مورد تعمیرات خودرو مطالعه کند بسیار کمتر است، بنابراین سعی کنید موضوعات خود را محدود به مخاطبین خاصی نموده و فقط در مورد چیزهایی بنویسید که آن مخاطبین می پسندند، درک نیاز مخاطب هدف، گردش در سایت را بالا می برد پس تعیین مخاطب هدف پیش زمینه ای برای افزایش گردش در سایت است.

2- ارجاع بازدیدکننده به مطالب مرتبط در ابتدا و میان متن: در هنگام نوشتن یک

مطلب جدید از مطالب مرتبطی که قبلا منتشر کرده اید یاد کرده و از بازدیدکننده بخواهید به آن سر بزند، مثلا در حال نوشتن متنی با عنوان "روش استفاده از جی 5" هستید و پیش از این در متنی جی 5 را معرفی کرده اید، پس بهتر است در ابتدای متن جدیدتان به مخاطب توضیح دهید که قبلا در متنی با عنوان "جی 5 چیست؟"، جی 5 را معرفی کرده ام، چنانچه جی 5 را نمی شناسید حتما به متن "[جی 5 چیست؟](#)" مراجعه بفرمایید!

زمانی که در جای مناسب و به صورت مستقیم بازدیدکننده را به مطالعه متنی دیگر در سایت دعوت می کنیم احتمال گردش در سایت بسیار بالاتر می رود.

3- ارجاع بازدیدکننده به مطالب مرتبط در انتهای متن: علاوه بر آنکه باید در ابتدا و

یا میان متن مخاطب را به مطالب دیگر هدایت کرد، در انتهای متن نیز باید از فرصت هدایت مخاطب با ارائه مطالب مرتبط بهره برد، در برخی سایت ها این کار به صورت خودکار صورت می پذیرد، به عنوان مثال افزونه هایی در وردپرس هستند که از روی تگ های مشترک و یا از روی دسته بندی، مطالب مرتبط را پیدا کرده و در انتهای متن نمایش می دهند، برخی نیز از افزونه هایی استفاده می کنند که علاوه بر عنوان متن های مرتبط، تصویری از آن را نیز نمایش می دهد که در اکثر موارد موثرتر است چرا که یک تصویر جذاب می تواند به سرعت چشم مخاطب را به خود جلب نماید، مسلما استفاده از اینگونه افزونه ها جهت شناسایی خودکار مطالب مرتبط مفید است اما این افزونه ها هیچگاه هوشمندی یک انسان را ندارند، بنابراین بهتر است با توجه به اهمیت گردش در سایت و ارزش مطالب مرتبط در این مورد، انتخاب مطالب مرتبط توسط خودتان را در الویت قرار داده و از این افزونه ها صرفا به عنوان مکمل بهره ببرید.



مثال میزنم، فرض کنید در یک سایت گردشگری در حال نوشتن مطلبی با عنوان "مسجد جامع شهر یزد" هستید و قبلاً 30 متن دیگر در مورد جاذبه های گردشگری یزد منتشر کرده اید، اگر مطالب مرتبط شما به صورت خودکار انتخاب شود، ممکن است پنج متن از میان 30 متن قبلی در انتهای متن جدیدتان قرار گیرد، چون همه ی آن 30 متن در دسته بندی "شهر یزد" قرار داشته و در داشتن تگ "یزد" مشترک هستند اما اگر انتخاب به عهده ی خودتان باشد می توانید در انتهای متن مسجد جامع یزد اینطور بنویسید:

زمانی که برای بازدید از مسجد جامع یزد تشریف می برید چه خوب است از کارگاه سنتی ترمه نیز دیدن کنید، این کارگاه فقط 50 قدم تا مسجد جامع فاصله داشته و بسیار جذاب و دیدنی است، اگر با این کارگاه آشنایی ندارید حتما سری به متن "کارگاه ترمه در یزد" بزنید.

4- استفاده از پربازدیدترین متن ها: متن های پربازدید سایت ما به علت جذابیتی که برای

اکثر بازدیدکنندگان داشته اند پربازدید شده اند، شاید بتوان گفت پربازدیدترین متن ها مطالبی هستند که دارای بهترین کیفیت از نظر مخاطب بوده اند، بنابراین احتمال جذابیت آنها برای بازدیدکننده جدید بسیار بالاست، سعی کنید حتما از مطالب پربازدید در سایدار و یا هر جای مناسب دیگری استفاده کنید، مطالب پربازدید هم می توانند بر اساس تعداد کل بازدید مرتب شوند و هم بر اساس تعداد بازدید 24 ساعت گذشته، به طور معمول زمانی که 24 ساعت گذشته ملاک قرار می گیرد احتمال اثربخشی بیشتر است.

5- استفاده از منوهای مناسب و نقشه سایت نوشتاری: گاهی بازدیدکننده به مطالب

سایت شما علاقه مند شده و دنبال سایر مطالب مورد علاقه اش در سایت می گردد، هر طرف را که نگاه می کند یک منو می بیند اما باز هم نمی داند باید به کجا سر بزند، در چنین حالتی اهمیت یک منوی خوب در جایی که به چشم می آید دو چندان می شود، علاوه بر آن خوب است اگر صفحه ای با عنوان نقشه سایت ایجاد کرده تا مخاطب بتواند در آن نمایی کلی از موضوعات و مطالب سایت را در یک نگاه ببیند، جهت تست کاربردی بودن منوهای سایت خود از دوستانی که تا به حال سایت شما را ندیده اند بخواهید به آن سر زده و سپس این سوال شما را پاسخگو باشند: آیا در چند ثانیه اول فهمیدی که موضوعات کلی سایت چه بوده و هر چیزی را باید از کجا پیدا کنی؟



6- توجه به طراحی و زیبایی سایت: گاهی یک سایت مطالب خوبی دارد اما

بازدیدکنندگان در آن دوام نیاورده و ناخودآگاه سایت را سریع تر از معمول ترک می کنند، چنین سایت هایی معمولا از رنگ های نامناسب در طراحی بهره برده اند، به عنوان مثال سایت هایی که زمینه ی مشکی داشته و نوشته هایشان سفید رنگ است، آیا می دانید خستگی چشم بازدیدکننده یکی از عوامل ترک سایت است؟

7- افزایش سرعت سایت: معمولا صاحبان سایت ها و وبلاگ ها با روش هایی چون ADSL و

WiMAX پرسرعت به اینترنت متصل شده و یادشان می رود چیزی به نام Dial-up هنوز در حال استفاده است، یادشان می رود که همه ی ADSL ها سرعتشان 1 مگ نیست و به طور کلی فراموش می کنند مشکل سرعت پایین اینترنت کشورشان را...

یک کارت دایل آپ گرفته و پس از حذف تاریخچه مرورگرتان، سرعت سایت خود را با آن تست کنید، وقتی سرعت سایت را دیدید از خودتان بپرسید آیا با چنین سرعتی حاضرید از بهترین سایت مورد علاقه تان دیدن کنید یا آنکه زود خسته شده و آن را ترک می کنید؟

سپس با همان اینترنت دایل آپ سری به موفق ترین سایت های دنیا نظیر گوگل بزنید و در مورد اینکه سرعت گوگل چقدر در موفقیتش موثر بوده بیاندهشید، نهایتا تصمیم بگیرید که بعد از این سرعت و سبکی سایت را قربانی زیبایی و کیفیت تصاویر نکنید، و برای افزایش سرعت، سایت خود را Tableless نموده و CSS آن را بهینه کنید، از فلش دوری کرده و از عناصر صفحه اصلی بکاهید... کاری کنید که مخاطب با هر روشی وارد اینترنت شد از سرعت سایت شما لذت ببرد.

8- عدم استفاده از بنرهای تبلیغاتی زیاد و متحرک: زیاده روی در تبلیغات علاوه بر

آنکه موجب ناراحتی عمو پاندا می شود، مخاطب را نیز سردرگم می کند، بدترین نوع تبلیغات اینترنتی هم استفاده از بنرهای متحرک است، بنرهای متحرک به شدت در خستگی چشم تاثیر گذار بوده و از عوامل مهم ترک سایت است، حتی گاهی سرعت زیاد اسلایدشوی سایت و یا استفاده ناهمگون از رنگ ها در طراحی اسلایدها نیز عوارضی مشابه بنرهای تبلیغاتی متحرک را به دنبال دارد، هر کاری که لازم است انجام دهید تا این جمله را از مخاطبتان نشنوید: "چه سایت شلوغی"



میزان فرار از سایت:

وقتی مخاطب بعد از ورود به یکی از صفحات سایت بدون مشاهده سایر صفحات آن را ترک می کند عمو پاندا از شما دلگیر شده و از خودش می پرسد اگر این سایت ارزشمند است چرا بسیاری از مخاطبینش از آن فرار کرده و از همان صفحه ای که وارد سایت می شوند آن را ترک می کنند؟

1- عدم استفاده از عنوان های فریب دهنده: بازدیدکننده به اختیار خودش دنبال مطلبی در گوگل بوده و با پای خودش به سایت شما آمده تا آن را مطالعه کند، پس چرا باید به محض مطالعه چند خط اول، سایت را با عصبانیت ترک کند؟



همانطور که می دانید عنوان متن جزئی از title سایت بوده و در نتایج سرچ گوگل به رنگ آبی و با سایزی درشت تر نمایش داده می شود، بنابراین بیشتر به چشم آمده و مهمترین عامل ورود بازدیدکننده به سایت است، همین مساله موجب شده تا برخی برای جذب بازدید بیشتر از گوگل از عناوین فریب دهنده استفاده کرده و به هر قیمتی بازدیدکننده را به سایت خود بکشانند غافل از آنکه چنانچه درصد کسانی که بعد از ورود به سایت آن را فوراً و بدون رفتن به سایر صفحات سایت ترک کنند بیشتر از حد معمول شود عمو پاندا به سایت شما مشکوک می شود، البته استفاده از عناوین نامناسب همیشه به صورت عمدی نیست، گاهی افراد به هدف زیبایی ادبی عناوینی را برای متن هایشان انتخاب می کنند که به هیچ وجه گویای محتوای متن نیست، در چنین سایت هایی نه تنها گردش در سایت صورت نمی گیرد بلکه بازدیدکننده حتی حاضر نیست تا انتهای متن اول را نیز بخواند.

برای جلب رضایت عمو پاندا علاوه بر دقت در انتخاب عنوان مناسب، مطمئن شوید که title و Description صفحات مختلف سایت شما یکتا بوده و برای هر صفحه منحصر به فرد است.

2- جذب بازدیدکننده در چند ثانیه اول: ممکن است محتوای بسیار خوبی داشته باشید اما

عموم بازدیدکنندگان وب عجول و بی حوصله اند، در چنین شرایطی اگر نتوانید عنوان، تصویر اول و چند خط ابتدای متن را به خوبی بهینه کنید بازدیدکننده دچار قضاوت سریع شده و سایت شما را به سرعت ترک می کند، بنابراین اینکه صرفاً محتوای خوب و با ارزشی منتشر کنیم کافی نیست، آیا عنوان متن و چند خط ابتدایی در همان چند ثانیه ی اول بازدیدکننده را برای مطالعه ادامه متن متقاعد می کند؟

در متن های آموزشی و یا متن هایی که در آن راه حلی ارائه می شود کفایت ابتدا به مشکل بازدیدکننده اشاره کنید و یا متن را با ارائه ی همان سوالی آغاز کنید که می دانید در ذهن بازدیدکننده قرار داشته و عامل جستجوی او در گوگل بوده است، در اینصورت بازدیدکننده احساس می کند راه را درست آمده و قرار است در سایت شما به جواب سوالش برسد.

استفاده از تصویر مناسب در جذب کردن مخاطب بسیار موثر است چرا که نگاه کردن به تصویر نیازمند صرف زمان کمتر بوده و برای مخاطب خوشایندتر است، بنابراین قدرت زیادی در جذب مخاطبین بی حوصله و عجول دارد، شاید بپرسید چرا مخاطب اینترنت بی حوصله و عجول است؟ طبیعی است، فردی که به سایت شما آمده شما را به راحتی در گوگل پیدا کرده است، برای ورود به سایت شما هزینه ای پرداخت نکرده و برای نگاه کردن به سایت رقبای شما نیز قرار نیست هزینه ای بدهد، می تواند در چند دقیقه سایت



شما و رقبايتان را ديده و راحت تر از آنچه فکر مي كنيد شما را ترك كند، حق انتخاب يك مخاطب اينترنتي بسيار بالا و كم هزينه است اما در مجلات كاغذي اينطور نيست.

3- عدم استفاده از تبليغات در بالاي سايت: حتما سايت هاي بسياري را ديده ايد كه با

تصور اينكه بهترين محل براي تبليغات، بالاي سايت است، هدر و يا قسمت بالاي سايت را مملوء از تبليغات مي كنند، به طوري كه وقتي بازديدكننده وارد سايت مي شود در چند ثانيه اول فقط بايد منتظر لود شدن بنرهاي تبليغاتي باشد، مديران اينگونه سايت ها فكر مي كنند با اين كار ميزان اثربخشي تبليغات بالاتر مي رود غافل از آنكه ميزان فرار از سايت را به طور قابل توجهي افزايش داده اند، بگذاريد بازديدكننده به سايتتان بيايد، مطلبتان را بخواند، از شما خوشش بيايد و سپس صحبت از تبليغات كنيد نه آنكه از همان اول با تبليغات سنگين، متحرك و رنگارنگ از او پذيرايي كنيد.



شبکه های اجتماعی:

عمو پاندا بسیار مشتاق است بداند یک سایت خوب از نظر دیگران چقدر ارزشمند بوده و تا چه میزان در مورد آن صحبت می شود.

چه کسانی حضور پررنگ تری در فیس بوک، توئیتر و گوگل پلاس دارند؟ افرادی که ماهی یک بار برای پرداخت قبوض به اینترنت می آیند و یا افرادی که چند ساعت از روزشان را به اینترنت اختصاص می دهند؟

مسلمای دسته ی دوم بیشترین اعضای شبکه های اجتماعی را تشکیل می دهند، افرادی که اطرافیانشان به آنها لقب معتاد اینترنتی داده اند، چه کسانی برای سایت شما بهتر از این اشخاص؟ دوستداران شبکه های اجتماعی افرادی هستند که اگر از سایت شما خوششان بیاید نه تنها آن را رها نکرده و مرتب به آن سر می زنند بلکه آن را به ده ها نفر دیگر نیز معرفی می کنند، آنها معمولاً در چند شبکه اجتماعی به طور همزمان حضور داشته و تعدادی از آنها سایت و وبلاگ نیز دارند، بنابراین می توانید روی حمایت آنها به خوبی حساب کنید البته به شرط اینکه بتوانید رضایتشان را جلب نمایید.



1- حضور همزمان در چند شبکه اجتماعی: به طور همزمان در حداقل سه شبکه

اجتماعی حضور داشته باشید، شبکه‌هایی چون گوگل پلاس، فیس بوک و توئیتر، علاوه بر آن برای انجمن‌ها، وبلاگ‌های مرتبط، یوتیوب، آپارات و کلوب نیز برنامه داشته باشید، حضور در شبکه‌های اجتماعی مختلف هر چقدر هم که کم‌رنگ باشد از عدم حضور بهتر است.

2- تمرکز روی گوگل پلاس: گوگل پلاس برای شما بیشتر از یک شبکه اجتماعی عمل خواهد

کرد، تمرکز روی گوگل پلاس یعنی بهره‌گیری از تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم آن بر روی نتایج سرچ گوگل، گوگل پلاس الویت اول شما باشد و به یوتیوب نیز بیاندیشید.

3- انتخاب دوستان به صورت هدفمند: شما افراد زیادی را دنبال می‌کنید اما یک دهم آنها

نیز شما را دنبال نمی‌کنند، همیشه علت یکطرفه بودن روابط عدم کیفیت و جذابیت متن‌ها نیست، ممکن است آنها از شما خیلی دور باشند، اگر شما سایتی در مورد آشپزی داشته و در شبکه اجتماعی نیز زمان زیادی را به بررسی نکات آشپزی اختصاص داده‌اید، مخاطبین شما دوستداران آشپزی اند، یا خانم‌های خانه‌دار، بنابراین بهتر است از طریق سرچ در شبکه اجتماعی، سر زدن به گروه‌های آشپزی و روش‌هایی از این قبیل دنبال کسانی باشید که فکر می‌کنید به احتمال زیاد شما را فهمیده و دوست خواهد داشت.

اگر 20 علاقه‌مند به آشپزی شما را دنبال کنند بهتر از 200 مخاطب معمولی برای شما ارزش خواهد داشت، دنبال مخاطب هدف خود باشید.

4- دوری از یکنواخت بودن: یکی از مهمترین خصیصه‌های دوستداران شبکه‌های اجتماعی آن

است که تنوع طلب بوده و به دنبال سرگرمی اند، پس اگر در شبکه‌های اجتماعی متناسب با موضوع سایت خود در مورد مطالب علمی می‌نویسید سعی تان بر آن باشد که کوتاه نوشته و گاهی خارج از موضوع سایت به فکر غافلگیر کردن مخاطبین خود باشید، با یک تصور جالب، یک لطیفه و یا هر چیز دیگر...

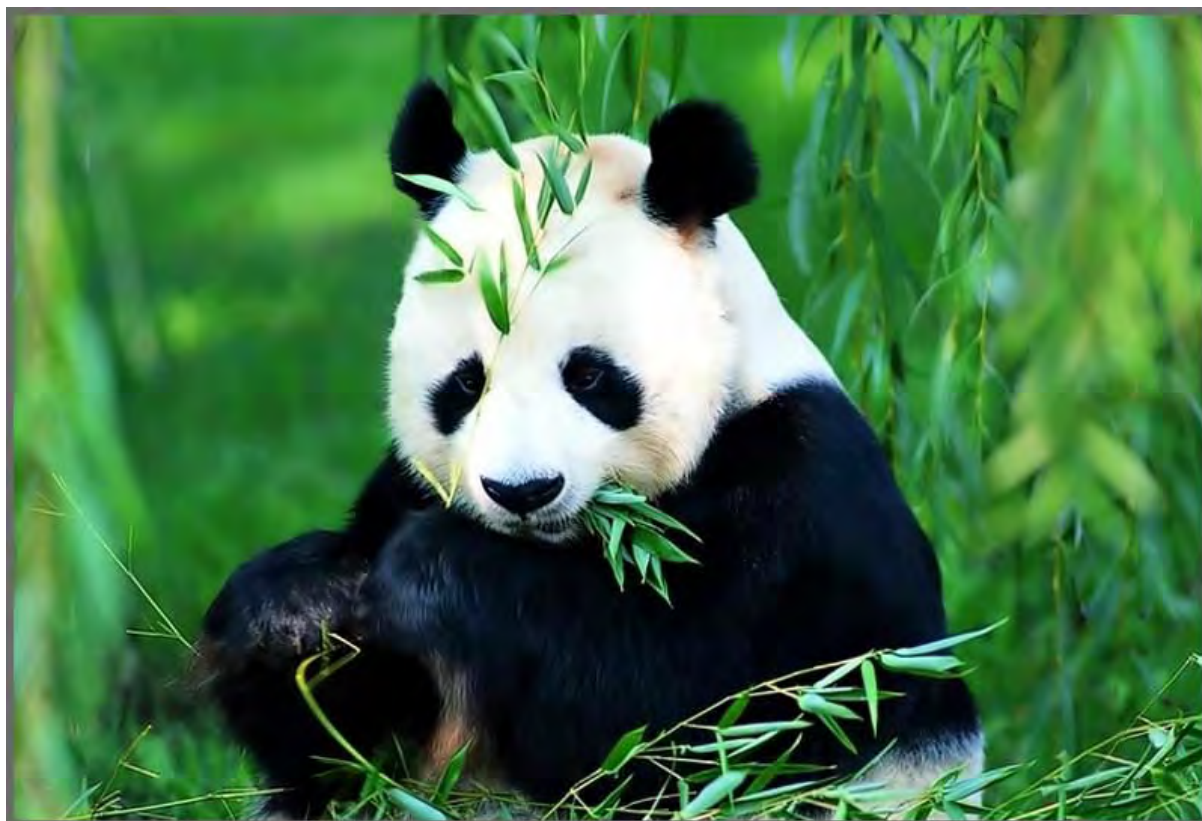


5- توجه به بازخوردها: برخی متن های شما توسط دیگران مورد استقبال قرار گرفته و برخی

با بی محلی دیگران رو به رو می شود، سعی کنید با دقت، ویژگی های مشترک مطالب پرترفدار را پیدا کرده و در ادامه فعالیت در شبکه اجتماعی از آن بهره برداری کنید، همچنین علت بی محلی به سایر مطالب را نیز بیابید، همیشه توجه به بازخوردهای دریافتی از سوی مخاطب می تواند ما را به مسیر درست هدایت کند.

6- ایجاد ارتباط دو طرفه: شبکه اجتماعی یک محیط یک طرفه نیست، قرار نیست شما حرف

بزنید و دیگران فقط گوش دهند، اگر می خواهید دیده شوید دیگران را نیز ببینید، برایشان نظر دهید، لایکشان کنید و نشان دهید که آنها برای شما مهم هستند، مطمئن باشید در اینصورت رفتار شما را منعکس خواهند کرد.



برندسازی اینترنتی:

بسیاری از سایت ها به سایت شما اشاره کرده و مطالب آن را منتشر می کنند، در شبکه های اجتماعی صحبت از سایت شما می شود و ... اما آیا کسی نام سایت شما را در گوگل سرچ می کند؟

عمو پاندا به سایت شما شک می کند اگر ببیند در سایت های مختلف لینک گرفته اید، در شبکه های اجتماعی فعالیت می کنید اما هیچکس اسم سایت شما را در گوگل جستجو نمی کند!

اگر می خواهید در گوگل جستجو شوید علاوه بر آنکه باید به اندازه کافی به فکر افزایش رضایت مخاطب باشید می بایست برند سازی هم بکنید اما چگونه؟



1- انتخاب یک نام خوب، نوآورانه و نسبتاً یکتا: به سایت های بزرگ دنیا دقت

کنید، اسم بهترین موتور جستجوی دنیا Search.com نیست، بلکه google.com است، اسم بهترین فروشگاه اینترنتی دنیا shop.com نیست Amazon.com است، بهترین شبکه اجتماعی نیز به جای Socialnetwork.com نام Facebook را انتخاب کرده، با این حال خیلی ها فکر می کنند اگر می خواهند بهترین سایت کتاب ایران را ایجاد کنند دامنه ی book.ir برای آنها بهترین است.

اگر می خواهید برندسازی کنید به طرف واژه های شناخته شده ی عمومی نروید، برند باید اختصاصی و یکتا باشد.

به جای استفاده از یک واژه ی مرتبط معنادار، یک واژه ساخته و به آن معنا دهید، نام مهدیکا نیز بر همین اساس انتخاب شده است، کمتر از یک ماه از عمر مهدیکا می گذرد و در حال حاضر روی آن برندسازی صورت نگرفته است برای همین است که وقتی شما وارد سایت مهدیکا می شوید ممکن است از خودتان پرسید مهدیکا یعنی چی؟

در حالی که شاید کمتر پیش بیاید که کسی از خودش پرسد فیس بوک یعنی چه؟ معنای آمازون و گوگل چیست؟

چرا که مخاطب به طور ناخودآگاه احساس میکند معنی این واژه ها را می داند، برند سازی یعنی این ...

یعنی تلاش شما به آنجا بیانجامد که مخاطب برند شما را به عنوان یک واژه ی معنادار جدید در ذهن خود بپذیرد، به عنوان مثال اگر کسی از او پرسید یوتیوب یعنی چه؟ در پاسخ بگوید: یوتیوب یعنی ویدئوی آنلاین!

2- عدم تقلید در انتخاب نام: تقلید کردن در انتخاب نام گویای یک پیام روشن به مخاطب

است، شما با تقلید در نام به مخاطب می گوید که ما نوآور نبوده و حرف خاصی برای گفتن نداریم، بلکه جز مریدان برندی هستیم که از او تقلید کرده ایم...



3- طراحی یک لوگوی مناسب: لوگویی زیبا، گویا با رنگی ثابت طراحی کنید، بهترین

لوگوها برای محیط وب لوگوهای هستند که با سبک تایپوگرافی طراحی می شوند، یعنی استفاده از نام برند در طراحی لوگو، نظیر گوگل و آمازون، فیس بوک، آپارات، کلوب، یاهو و ای بی.

4- استفاده مناسب از برند: حتما در title تمام صفحات سایت از نام برندتان استفاده کنید،

روی همه ی تصاویری که در متن ها قرار دارند از لوگو بهره برده و در قسمت هایی از متن نیز به نام سایت خود اشاره کنید، اگر توجه کنید می بینید که خبرگزاری ها به لحاظ اهمیتی که به برند سازی می دهد همیشه در اخبارشان یک یا چند بار به برندشان اشاره می کنند، به گزارش خبرگزاری کتاب عمو پاندا منتشر شد.

برند خوب و لوگوی متناسب با آن برای برندسازی کافی نیست، باید هر جا که لازم است از برند خود یاد کنید.

5- ذکر منابع قابل اعتماد: باور کردن و پذیرفتن برخی از نوشته های شما نیازمند استناد به

منابع معتبر است، آیا در اینگونه نوشته ها از منابع معتبر استفاده می کنید؟ آیا منابع اینترنتی را به سایت مربوطه لینک می نمایید؟ ذکر منابع معتبر موجب افزایش اعتماد به مطالب شما بوده و در دراز مدت موجب اعتماد به برند و نام سایت شماست، فایده ای ندارد اگر برندسازی کنید اما برای برند خود اعتماد سازی نکنید!

6- استفاده از خبرنامه و ایجاد استمرار بازدید: مطالب شما باید آنقدر ارزشمند باشد که

مخاطبین بعد از خواندن چند مطلب از سایت شما احساس کنند اگر مطالب بعدی تان را نخوانند ضرر خواهند کرد، در چنین شرایطی است که می توانید یک خبرنامه ایجاد نموده و کاربران را در موقعیت های مختلف به عضویت در آن دعوت کنید، با استمرار بازدید است که یک برند اینترنتی قوی می شود، همچنین استمرار بازدید برای فروشگاههای اینترنتی از اهمیت بیشتری برخوردار است.



7- محبوبیت برند و ایجاد وفاداری نسبت به آن: هیچ چیز برای یک برند مهمتر از

وفاداری نسبت به آن نیست، وفاداری نسبت به برند و یا عمق برند بسیار مهمتر از شهرت و وسعت برند است، ال جی و سامسونگ هر دو در ایران از لحاظ شهرت و وسعت برند برابر هستند، اما کدام یک برنده است؟ آنکه در ایجاد وفاداری مشتری و عمق برند موفق شده باشد.

ایجاد وفاداری نسبت به برند کار آسانی نیست، اما سرمایه ای است عظیم، سرمایه ای که برای سایت هایی که به هدف درآمدزایی ایجاد شده اند مهم تر بوده و مانع از سقوط آنها در شرایط سخت خواهد شد.

برای ایجاد وفاداری واقعا و از صمیم قلب باید مخاطبتان را دوست داشته باشید، ممکن است شما ماهها برای مخاطب خود بهترین مطالب را بنویسید و بهترین امکانات را در اختیار او قرار دهید اما او نسبت به شما احساس وفاداری پیدا نکند، ولی بعد از مدت ها استفاده از خدمات رایگانان زمانی نسبت به شما احساس وفاداری کند که جواب سوالش در نظرات را با حوصله و دقت فراوان داده باشید.

یکی از راه های ایجاد وفاداری در مخاطب اینترنتی آن است که گاهی آنها را با هدایایی ویژه غافلگیر کنیم، مثلا انتشار یک کتاب الکترونیکی کاربردی و یا انتشار رایگان نرم افزاری کاربردی که خودتان آن را تهیه کرده اید.



نحوه اندازی گیری میزان دوستی با عمو پاندا:

اگر با مطالعه کتاب عمو پاندا تصمیم به بهینه سازی سایت خود بر اساس الگوریتم پاندا گرفته اید، در صورتی که دوست دارید میزان تاثیرگذاری راهکارهای ارائه شده را به دقت بررسی کرده و در مورد آنها اطمینان حاصل کنید لازم است پیش از شروع، به ثبت وضعیت فعلی سایت خود بپردازید تا میزان رشد سایت برایتان دقیقاً قابل اندازه گیری باشد.



برای ثبت میزان ماندگاری در سایت به Avg. Visit Duration ،

جهت ثبت میزان گردش در سایت به Page Views ،

جهت ثبت میزان فرار از سایت به Bounce rate

و جهت ثبت میزان فعالیت در شبکه های اجتماعی به Social Actions در Google Analytics مراجعه فرمایید.

سپس جهت آگاهی از آنکه برند شما ماهانه چندبار در گوگل جستجو می شود به Google Adwords مراجعه کرده و فراموش نکنید که افزایش Returning Visitor نیز از تاثیرات برندسازی است.

با Google Analytics به طور مرتب مطالبی که موجب رشد سایت شده را شناسایی کرده و سپس به بررسی علت محبوبیتشان پردازید، همچنین متن هایی که بیشترین فرار از سایت را به وجود آورده اند نیز شناسایی کرده و به حل مشکل فکر کنید.

این آخرین سوال و مهمترین سوال عمو پاندا از شماست:

مزیت ویژه ی سایت شما نسبت به سایر سایت ها چیست؟

عمو پاندا عاشق شما خواهد شد اگر یک مزیت ویژه نسبت به بقیه داشته باشید، چیزی که شما دارید ولی دیگران ندارند و متنفر می شود از شما زمانی که بدور از هرگونه نوآوری همواره به دنبال تقلید و کپی کردن باشید.



منابعی که از آنها بهره بردم:

1. <http://searchengineland.com>
2. <http://www.mattcutts.com/blog>

سایت های مفید زیادی در زمینه بهینه سازی سایت وجود دارند، از آنها خبر دارید؟

1. <http://seomoz.ir>
2. <http://3eo.ir>
3. <http://seoforum.ir>
4. <http://1admin.ir>
5. <http://modiresite.com>
6. <http://modironline.com>



از شما خواهش می کنم در صورتی که از مطالعه کتاب عمو پاندا رضایت دارید آن را از طریق شبکه های اجتماعی، معرفی در سایت و وبلاگتان و یا با ارسال یک ایمیل به دوستان خود معرفی کنید و در صورت انتقاد داشتن از کتاب عمو پاندا حتما با ارسال یک ایمیل ما را خوشحال نمایید، متشکرم.

Mahdik@

مشتاقانه منتظر دریافت انتقادات استادانه ی شما هستیم:

info@mahdika.com - 09126653145

جهت دانلود نسخه های جدیدتر کتاب عمو پاندا و سایر کتاب ها به آدرس زیر مراجعه فرمایید:

<http://mahdika.com/web-design-books>



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

<https://telegram.me/karnil>

