

الحملة التسويقية الرقمية

MKT 224

الأسبوع ٥

تحسين محركات البحث SEO في الحملة التسويقية الرقمية

اعداد

د. محمد عادل عبدالرازق

دكتورة إدارة الأعمال، جامعة اكستر، إنجلترا

الأهداف التعليمية للمحاضرة

في نهاية هذه المحاضرة، سيكون الطلاب قادرين على:

- معرفة أساسيات تحسين محركات البحث وأهميته في الحملات التسويقية الرقمية.
- استيعاب كيفية عمل محركات البحث وتأثير خوارزمياتها على ترتيب المواقع.
- التعرف على مكونات تحسين محركات البحث وكيفية تطبيقها عملياً.
- استكشاف أدوات التحليل والاستراتيجيات المتقدمة لتحسين محركات البحث.
- القدرة على قياس الأداء وتقييم فعالية استراتيجيات

مكونات المحاضرة

الجزء الأول: مقدمة في تحسين محركات البحث.

الجزء الثاني: مكونات تحسين محركات البحث.

الجزء الثالث: أدوات تحسين محركات البحث.

الجزء الرابع: استراتيجيات متقدمة في تحسين محركات البحث.

الجزء الخامس: قياس الأداء وتقييم النتائج.



الجزء الأول:

تحسين محركات البحث وأهميته في
الحملات التسويقية الرقمية

تعريف تحسين محركات البحث

05

• ما هو تحسين محركات البحث؟

• هو عملية تحسين محتوى الموقع وعناصره الفنية لزيادة ظهوره في نتائج البحث المجانية.

• أهدافه : رفع ترتيب الموقع في نتائج البحث، جذب زيارات مستهدفة، تحسين تجربة المستخدم.

• دوره في التسويق الرقمي: يساعد في رفع الوعي بالعلامة التجارية ويزيد من تفاعل الزوار.



أهمية تحسين محركات البحث في الحملات التسويقية الرقمية

05

تحسين تجربة المستخدم

يتطلب SEO تحسين الموقع بشكل يسهل استخدامه

تعزيز الثقة

المستخدمون يميلون إلى الوثوق بالمواقع التي تظهر في الصفحات الأولى

تخفيض التكاليف

الظهور في نتائج البحث المجانية يقلل من الحاجة إلى الإعلانات المدفوعة

جذب الزيارات المستهدفة

يساهم في جذب الزوار الذين يبحثون فعلاً عن المنتجات أو الخدمات

كيف تعمل محركات البحث؟

05

التصنيف: (Ranking)

عرض النتائج وفقاً لمجموعة
من الخوارزميات

الفهرسة: (Indexing)

تخزين وتصنيف المحتوى
الذي عثرت عليه محركات
البحث.

الزحف: (Crawling)

تقوم محركات البحث بزيارة
صفحات الويب من خلال
برامج تسمى العناكب

أهمية فهم خوارزميات البحث

05



مقارنة بين SEO العضوي والمدفوع

المعيار	SEO العضوي	SEO المدفوع
التعريف	تحسين محتوى الموقع وعناصره ليظهر بشكل طبيعي في نتائج البحث	الدفع مقابل ظهور الموقع في نتائج البحث المدفوعة
النتائج	نتائج طويلة الأمد، لكن تحتاج لوقت للظهور	نتائج فورية، تظهر مباشرة بمجرد بدء الإعلان
التكلفة	لا توجد تكلفة مباشرة، لكن يتطلب استثماراً في تحسين المحتوى والبنية	يعتمد على ميزانية إعلانية مستمرة
الفعالية	فعال من حيث التكلفة على المدى الطويل	فعال للحصول على زيارات فورية، لكن غير مستدام بدون ميزانية
الموثوقية	يعزز الموثوقية ويزيد من ثقة المستخدمين بفضل ظهوره الطبيعي	قد يعتبره بعض المستخدمين أقل موثوقية لكونه إعلان مدفوع
التطبيق	يتطلب استراتيجيات تحسين محتوى، بنية، وكلمات مفتاحية	يتطلب إعداد إعلانات مدفوعة ومراقبة الميزانية وتحديد الكلمات

تحديثات خوارزميات البحث وتأثيرها على الحملات

05

أهمية متابعة التحديثات

- مثل 'اشتر الآن'
أو 'احصل على
خصم.'

تأثير التحديثات على المواقع

- اختيار صور أو
فيديوهات تعكس
منتجك بوضوح.

التحديثات الدورية

استخدام عناوين جذابة،
ونصوص مختصرة
ومباشرة

الجزء الثاني:

مكونات تحسين محركات البحث

مكونات تحسين محركات البحث

05



جودة المحتوى :
محتوى مفيد ومحدث
يلبي احتياجات
المستخدمين.



الروابط : (Links)
الروابط الداخلية
والخارجية التي
تعزز من ثقة الموقع.



العناوين والأوصاف
التعريفية
تساعد على جذب
انتباه المستخدمين
ومحركات البحث



الكلمات المفتاحية
الكلمات التي يبحث
عنها المستخدمون
وتساعد في ظهور
الموقع في نتائج
البحث.

الكلمات المفتاحية - تعريف وأهمية

05

• ما هي الكلمات المفتاحية؟:

• كلمات أو عبارات يبحث عنها المستخدمون لزيادة ظهور المحتوى.

• أهمية الكلمات المفتاحية:

• تساعد في تحسين ترتيب الموقع وجذب الزوار المستهدفين.

• اختيار الكلمات المفتاحية الصحيحة: يجب أن تكون متوافقة مع محتوى الموقع واحتياجات المستخدم.

اختيار الكلمات المفتاحية (بحث وتحليل الكلمات)

05

- استخدام أدوات البحث: مثل Google Keyword Planner لتحليل الكلمات.
- تحديد الكلمات المفتاحية الطويلة الذيل: لتجنب المنافسة العالية وزيادة دقة الاستهداف.
- التركيز على الكلمات التي تلبي نية المستخدم: لتوفير محتوى يرتبط بما يبحث عنه الجمهور.



https://ads.google.com/intl/en_eg/home/tools/keyword-planner/

العناوين Titles وأثرها على الظهور في محركات البحث

05

العناوين الرئيسية

- تلعب دوراً حيوياً في جذب انتباه المستخدم ومحركات البحث

استخدام الكلمات المفتاحية في العنوان

- لضمان ظهور الموقع عند البحث

عناوين جذابة

- تزيد من نسبة النقر وتساعد في تحسين الترتيب

الأوصاف التعريفية (Meta Descriptions) ودورها في تحسين SEO

الوصف التعريفي هو النص القصير الذي يظهر أسفل العنوان في نتائج البحث، ويهدف إلى إعطاء المستخدمين فكرة عن محتوى الصفحة، وجذبهم للنقر على الرابط. يُعتبر تحسين الأوصاف التعريفية أمراً ضرورياً لتحفيز الزوار على النقر على الروابط.

دعوة لاتخاذ إجراء

توجيه المستخدمين
للنقر عبر عبارات
مشجعة

استخدام الكلمات المفتاحية

تضمين الكلمات
المفتاحية الرئيسية
لتعزيز ظهور
الموقع.

الإيجاز والتركيز

يجب أن يكون
الوصف مختصراً
ويعبر بدقة عن
المحتوى

العناوين الداخلية (Headings) وتأثيرها على ترتيب الموقع

05

يسهل عملية قراءة المحتوى للمستخدمين ومحركات البحث، ويزيد من فرصة ظهور الموقع.

H2 - H6

- العناوين الفرعية التي تساعد في تنظيم المحتوى وتوضيح هيكله.

H1

العنوان الرئيسي للصفحة، يعبر عن الموضوع الأساسي

أهمية المحتوى القيم في تحسين SEO

05

• يعتبر المحتوى القيم حجر الأساس في تحسين محركات البحث، حيث يهدف SEO في جوهره إلى تقديم محتوى عالي الجودة يلبي احتياجات المستخدمين ويعزز من تفاعلهم مع الموقع.

• أهم مكونات المحتوى القيم:

• **الملاءمة والجودة:** يجب أن يعكس المحتوى مواضيع تهم المستخدمين ويكون مكتوبًا بجودة عالية.

• **التحديث المنتظم:** محتوى محدث يزيد من ثقة المستخدمين ويجعل الموقع أكثر جاذبية.

• **تلبية احتياجات المستخدمين:** يجب أن يقدم المحتوى إجابات مفصلة على استفسارات المستخدم.

الروابط الداخلية (Internal Links) وأهميتها

05

الروابط الداخلية تربط بين صفحات الموقع نفسها، وتساعد الزوار على التنقل بسهولة بين المواضيع المتصلة

فوائد الروابط الداخلية

توزيع قيمة الروابط

يوزع الزوار بين
الصفحات
الرئيسية والفرعية

رفع ترتيب
الصفحات

توجيه الزوار
لصفحات معينة
يعزز من ترتيبها

تحسين تجربة
المستخدم

تسهيل الوصول
للمحتوى المرتبط

الروابط الخارجية (Backlinks) وأهميتها في SEO

05

الروابط الخارجية هي الروابط التي تشير من مواقع أخرى إلى موقعك،
وتعتبر عاملاً مهماً في رفع ثقة الموقع وترتيبه

دور الروابط الخارجية في SEO

تعزيز ترتيب
الصفحات

كلما كانت الروابط
من مواقع موثوقة،
زاد تأثيرها
الإيجابي

جذب الزيارات

الروابط من مواقع
ذات شعبية تساعد
في جلب زيارات
جديدة.

زيادة المصداقية

تعتبر محركات
البحث الروابط
الخارجية كإشارة
لجودة الموقع

تحسين الصور (Image Optimization) وأهميتها في SEO

05

• تحسين الصور يعني تعديل صور الموقع لتظهر بشكل مناسب في محركات البحث وتزيد من سرعة التحميل، مما يساهم في تحسين ترتيب الموقع

• **أفضل الممارسات لتحسين الصور:**

• **ضغط الصور:** لتقليل حجم الملف وتحسين سرعة التحميل.

• **استخدام النص البديل:** لتوضيح محتوى الصورة لمحركات البحث.

• **تسمية الصور بأسماء مناسبة:** لزيادة فرصة ظهورها في نتائج البحث.



تحسين سرعة الموقع وأثرها على ترتيب SEO

أهمية السرعة: تؤثر سرعة التحميل بشكل مباشر على تجربة المستخدم وترتيب الموقع.

• أدوات قياس السرعة: مثل Google PageSpeed Insights.

نصائح لتحسين السرعة:

- تقليل طلبات الخادم HTTP Requests
- تحسين الكاش Caching للمحتوى الثابت.
- استخدام شبكة توصيل المحتوى CDN



• <https://chromewebstore.google.com/detail/google-pagespeed-insights/hgifcehigmlddmkeagmkmeifejoifjnnd>

الجزء الثالث:

أدوات تحسين محركات البحث

أدوات تحسين محركات البحث SEO Tools

Google Search Console:

لتحليل الكلمات المفتاحية وأداء الموقع
في نتائج البحث.



Google Analytics:

لمراقبة أداء الموقع وفهم سلوك
المستخدمين.



Ahrefs و Moz

لتحليل الروابط وتقييم أداء
الموقع.



SEMrush:

أداة لتحليل المنافسين واختيار
الكلمات المفتاحية.



لمحة عامة: Google Analytics

05

• Google Analytics أداة توفر بيانات حول زوار الموقع وسلوكهم، مما يساعد في قياس مدى نجاح استراتيجيات SEO.

• **أهم الميزات:**

• **تحليل الجمهور:** معرفة معلومات عن الزوار (العمر، الموقع، الأجهزة).

• **تحليل السلوك:** تتبع مسار الزوار داخل الموقع وصفحاتهم المفضلة.

• **مصادر الزيارات:** تحديد المصدر (بحث عضوي، مباشر، اجتماعي).

• <https://chromewebstore.google.com/detail/google-pagespeed-insights/hgjfcehigmlddmkeagmkmeifejoifjnnd>



Google Search Console أداة لتحليل الكلمات المفتاحية وأداء الموقع



- تساعد في فهم أداء الموقع في نتائج البحث من خلال تحليل الكلمات المفتاحية، الروابط، والتقارير التفصيلية عن مشاكل الفهرسة.

- **مميزات رئيسية:**

- **تحديد الكلمات المفتاحية:** معرفة الكلمات التي تجذب الزيارات

- **التحليل الفني:** التعرف على المشاكل التقنية وإصلاحها.

- **تقارير الروابط:** تحديد الروابط الداخلية والخارجية التي تشير إلى

الموقع.

• <https://search.google.com/search-console/about>

• SEMrush هي أداة متخصصة تساعد في معرفة كيفية أداء المنافسين في نتائج البحث، وتوفر معلومات عن الكلمات المفتاحية التي يستخدمونها



SEMRUSH

• <https://www.semrush.com/>

• **الميزات الرئيسية :**

• **تحليل المنافسين:** مقارنة أداء الموقع بأداء المنافسين.

• **اختيار الكلمات المفتاحية:** معرفة الكلمات التي تجذب الزيارات للمنافسين.

• **تقارير تحليلية مفصلة:** تساعد في تحسين استراتيجيات SEO.

Moz و Ahrefs أدوات لتحليل الروابط وتقييم أداء الموقع

05

MOZ
vs
ahrefs

• **Moz:** أداة توفر معلومات عن الروابط، مدى موثوقية الموقع، وتحليل الكلمات المفتاحية.

• **Ahrefs:** أداة متخصصة في تحليل الروابط وتحديد الروابط الخارجية التي تساعد في تحسين ترتيب الموقع.

• **استخدامات شائعة:** معرفة الروابط التي تشير إلى موقعك، تحليل أداء الروابط، واختيار روابط ذات جودة.

• <https://ahrefs.com/>

• <https://mozdesigns.com/>

Chapter 05 Screaming Frog أداة لفحص الأخطاء والمشكلات في الموقع

05



• <https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>

• Screaming Frog هي أداة تساعد في فحص الموقع لاكتشاف الأخطاء والمشكلات التي قد تؤثر على ترتيب الموقع.

• **مميزات الأداة:**

• **فحص الروابط المكسورة:** اكتشاف الروابط التي لا تعمل بشكل صحيح.

• **تحليل العناوين والأوصاف:** التأكد من أن جميع الصفحات تحتوي على عناوين وأوصاف.

• **التعرف على مشاكل الفهرسة:** مساعدة الموقع في التوافق مع متطلبات محركات البحث.

كيفية اختيار الأداة المناسبة لتحسين SEO

05

• خطوات اختيار الأداة المناسبة:

المعيار	التوضيح
تحديد الأهداف	ما الذي تحتاجه تحديدًا من الأداة؟ هل ترغب في تحليل الروابط؟ أو مراقبة الكلمات المفتاحية؟ أم تحتاج إلى تحسين فني للموقع؟
ميزانية الأداة	هل تبحث عن أداة مجانية أم لديك ميزانية مخصصة؟ الأدوات المجانية مثل Google Analytics توفر ميزات محدودة، بينما الأدوات المدفوعة تقدم خيارات أوسع.
المزايا المطلوبة	ما هي الخدمات التي تحتاج إليها؟ هل تحتاج إلى تقارير شاملة، مراقبة يومية للكلمات، فحص الروابط، أم تحليل المنافسين؟ اختيار الأداة يعتمد على هذه المزايا.

الجزء الرابع:

استراتيجيات متقدمة في تحسين
محركات البحث

SEO المحلي لتحسين الظهور في نطاق معين

05

SEO المحلي هو استراتيجية تركز على تحسين ظهور الموقع للمستخدمين في منطقة جغرافية محددة ومن أهم عناصرها ما يلي:

الحصول على مراجعات العملاء

- تزيد من موثوقية الموقع وجاذبيته

استخدام الكلمات المفتاحية المحلية

- مثل اسم المدينة أو المنطقة

تحسين ملف Google My Business:

- يعزز من ظهور الموقع في نتائج البحث المحلية

SEO التقني لتحسين تجربة المستخدم

05

SEO التقني يشمل تحسينات فنية للموقع تساعد في جعله متوافقاً مع معايير محركات البحث ومن أهم عناصرها ما يلي:

تهيئة خريطة الموقع

- **Sitemap** تساعد محركات البحث في فهرسة الصفحات

إصلاح الروابط المكسورة

- تحسين التصفح وزيادة موثوقية الموقع

تحسين سرعة التحميل

لضمان تجربة مستخدم جيدة.

التحسين للهاتف المحمول وأهميته في SEO

05

• التحسين للهاتف المحمول يعني ضمان أن الموقع يعمل بسلاسة على الهواتف الذكية ويوفر تجربة مريحة للمستخدمين.

• نقاط أساسية للتحسين:

• تصميم متجاوب: يتكيف مع مختلف أحجام الشاشات.

• سهولة التصفح: قوائم واضحة وروابط كبيرة.

• السرعة: موقع سريع التحميل على الأجهزة المحمولة.



تصميم الموقع وتجربة المستخدم لتحسين SEO

04

- تصميم الموقع وتجربة المستخدم يعكسان مستوى الجاذبية وسهولة الاستخدام للموقع، مما يؤثر على ترتيب الموقع في محركات البحث.
- عناصر أساسية:
- **التنقل البسيط:** قوائم واضحة تساعد المستخدمين على العثور على المحتوى بسهولة.
- **نظام الألوان والخطوط:** يجب أن يكون متناسقاً ومريحاً للعين.
- **أدوات التفاعل:** مثل أزرار المشاركة الاجتماعية، ونماذج التواصل.

تحسين المحتوى بشكل مستمر Content Optimization

05

تحسين المحتوى يعني تحديثه بانتظام ليبقى ملائمًا ومواكبًا للتغيرات، مما يساعد في جذب زوار جدد ومن طرق تحسين المحتوى ما يلي:

إضافة صور وفيدوهات

- جعل المحتوى أكثر جاذبية وتفاعلية

تحسين الكلمات المفتاحية

- مراجعة الكلمات المفتاحية وضبطها حسب الاتجاهات

التحديثات المنتظمة

- إضافة معلومات جديدة وتجديد البيانات

بناء الروابط Link Building كاستراتيجية لرفع الترتيب

04

بناء الروابط هو عملية الحصول على روابط خارجية من مواقع أخرى، مما يعزز من ثقة محركات البحث بالموقع ويزيد من ترتيبه

الروابط من محتوى
عالي الجودة

المحتوى الذي
يجذب الروابط
بشكل تلقائي

الروابط من
الشركات

تبادل الروابط
مع مواقع أخرى
بطريقة شرعية

الروابط الطبيعية

تأتي من مواقع
موثوقة دون
طلب مباشر

تحديث المحتوى القديم وأثره في تحسين الترتيب

• تحديث المحتوى القديم يساعد في بقاء الموقع نشطًا وملائمًا للزوار، ويزيد من فرص ظهوره في نتائج البحث.

• أسباب تحديث المحتوى:

• **تحسين دقة المعلومات:** تحديث البيانات القديمة يجعل المحتوى مفيدًا.

• **إضافة معلومات جديدة:** تلبية لتغيرات وتطورات الموضوع.

• **تحسين الكلمات المفتاحية:** التعديل بما يتناسب مع الاتجاهات الجديدة.

الجزء الخامس:

قياس الأداء وتقييم نتائج SEO

التحليل المستمر للأداء وتعديل الاستراتيجيات

04

التحليل المستمر للأداء يساعد في فهم تأثير الاستراتيجيات الحالية ويتيح تعديلها لتحقيق نتائج أفضل:

• خطوات التحليل:

- **مراجعة تقارير الأداء:** مثل Google Analytics لفهم حركة الزوار.
- **مراقبة ترتيب الكلمات المفتاحية:** معرفة الكلمات التي تحقق أفضل أداء.
- **تحليل سلوك المستخدمين:** تحسين المحتوى بناءً على تفاعل الزوار.

أهمية قياس الأداء في SEO

04

تحليل نجاح الكلمات
المفتاحية

- هل تجذب الكلمات المفتاحية الزيارات؟

مراقبة ترتيب
الموقع

- معرفة مدى تقدم الموقع في نتائج البحث

تقييم تجربة
المستخدم

- هل يبقى الزوار لفترة كافية؟

مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في SEO

04



• عدد الزيارات: يعكس مدى نجاح الموقع في جذب الجمهور.

• نسبة النقر إلى الظهور: CTR النسبة بين عدد مرات النقر وعدد مرات الظهور في نتائج البحث.

• معدل الارتداد: Bounce Rate نسبة الزوار الذين يغادرون الموقع بسرعة.

• مدة الزيارة: الوقت الذي يقضيه الزوار على الموقع.

تحليل النتائج وتحديد التحسينات المطلوبة

04

• تحليل نتائج مؤشرات الأداء يساعد في تحديد الجوانب التي تحتاج إلى تحسين لتحقيق

أهداف SEO

• **خطوات التحليل:**

• **مراجعة الأداء بشكل دوري:** معرفة التقدم ومدى تحقيق الأهداف.

• **تحديد الجوانب الضعيفة:** مثل الكلمات المفتاحية ذات الأداء المنخفض.

• **تطبيق التعديلات:** تحسين المحتوى والكلمات المفتاحية وفقاً للتحليل.



Thank You