

مقرر الإعلان الرقمي Digital advertising

مفهوم الـ SEO وأهميته
في تصدر المواقع الالكترونية لنتائج محركات البحث

المحاضرة الرابعة

Prepared by Dr. shereen farouk

MKT 123
Digital advertising

Lecture 4





مضمون المحاضرة الثالثة

الأشكال الأساسية للإعلان الرقمي.

- الشريط الإعلاني Banner Ad
- الإعلانات الانتقالية / إعلانات الفواصل Interstitial
- الإعلان السياقي / التحريري Contextual Advertising
- إعلانات الرعاية Sponsorship
- إعلانات الروابط Hyper Text Link
- الإعلانات المبوبة الالكترونية Electronic Classified
- الإعلان الغني / الثري Rich Ad
- إعلان الفيديو الرقمي Online Video Advertising
- إعلان ألعاب الانترنت Online Games Advertising



- مفهوم الـ SEO؟
- خدمات السيو (SEO) في نجاح المواقع الإلكترونية.
- آلية عمل محركات البحث.
- نتائج البحث الطبيعية غير المدفوعة Organic Search
- محركات البحث وأدوات إدارة مواقع البحث.
- إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث



تمهيد.

علم تحسين محركات البحث SEO أصبح أمرًا حيويًا في عالم الويب اليوم. مع تزايد الأعمال التجارية عبر الإنترنت وزيادة المنافسة، أصبح من الضروري أن يتمكن الموقع الإلكتروني من الظهور بشكل بارز في نتائج محركات البحث. وهنا تأتي أهمية علم الـ SEO

أولاً: وقبل كل شيء، يُعد محرك البحث هو المصدر الأساسي الذي يستخدمه معظم الأشخاص للعثور على المعلومات والمنتجات والخدمات عبر الإنترنت. وبناءً على إحصاءات عديدة، فإن أكثر من 90% من تجارب البحث تبدأ على محركات البحث مثل جوجل. وإذا لم يتمكن الموقع من الظهور في النتائج الأولى لمحركات البحث، فسوف يفقد الكثير من الفرص للوصول إلى الجمهور المستهدف وجذب زوار جدد.

Lecture
04

تمهيد..

ثانياً: كما يُعد علم الـ SEO أداة فعالة لزيادة الوعي وبناء العلامة التجارية. فعندما يتصدر الموقع الإلكتروني قائمة النتائج في محرك البحث، يشعر الناس بالثقة في مصداقية الموقع ويصبحون أكثر عرضة للنقر على رابطته واستكشاف محتواه. وهذا يعزز الوعي بالعلامة التجارية ويساهم في بناء السمعة الرقمية.

ثالثاً، يوفر علم الـ SEO تجربة مستخدم أفضل. حيث يهدف لتحسين ترتيب الموقع الإلكتروني في نتائج محركات البحث، ولكنه أيضاً يشجع على تحسين تجربة المستخدم من خلال تحسين سرعة التحميل وتنظيم المحتوى وتحسين تجاوب الموقع، وبذلك يمكنه توفير تجربة أفضل للزوار وزيادة احتمالية بقائهم والتفاعل مع المحتوى.

باختصار، علم الـ SEO ليس مجرد إجراء فني، بل هو استراتيجية أساسية لأي موقع إلكتروني يرغب في الوصول إلى جمهور واسع وتحقيق نجاح على الإنترنت. فيساعدك علم الـ SEO على تحقيق رؤية موقعك وتحسين التفاعل معه، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة حركة المرور والمبيعات.

Lecture
04

مفهوم علم SEO



الـ SEO هو اختصار لجملة Search Engine Optimization، أو "تحسين محركات البحث" ويعتبر الـ SEO من أهم المعايير في قياس كفاءة أي موقع إلكتروني عبر محركات البحث، لأنها تساهم في الوصول للعملاء المحتملين، وبناء مصداقية الموقع لدى العملاء المحتملين، ويعزز تفاعل الجمهور وعدد الزيارات للموقع؛ مما يؤثر على عملية الشراء داخل الموقع، وجذب المُعلنين. ويتم ذلك من خلال نتائج البحث غير المدفوعة على محركات البحث، ما يعرف بالـ "Organic Search Results" أي البحث الاعتيادي غير المدفوع.

➤ وعلى الرغم من أن المصطلح اختصار لـ تحسين محركات البحث؛ إلا أن هذا المفهوم يتعلق بالأشخاص أكثر

من تعلقه بمحركات البحث، فهو يدور حول ما يلي:

◦ فهم ما يبحث عنه المستخدمون على شبكة الإنترنت.

◦ الإجابات التي يسعون للعثور عليها.

◦ الكلمات التي يستخدمونها في بحثهم.

◦ نوع المحتوى الذي يستهلكونه.

➤ ومن الجدير بالذكر أيضا أن الـ SEO هو عملة ذات وجهين، حيث يتمثل الوجه الأول في معرفة ما يبحث

عنه المستخدمون على الإنترنت، بينما يتمثل الوجه الثاني في تقديم هذه المعلومات بطريقة يمكن لمحركات

البحث العثور عليها وفهمها حتى تستطيع إيصالها للمستخدم.

يمكننا تشبيه محركات البحث Search Engines بجهاز الرد الآلي، حيث أنها تقوم بجمع كم هائل من المحتوى، ثم تنظمه وتقيمه اعتمادًا على آلاف العوامل حتى تحدد المحتوى الأفضل الذي سيجيب على سؤال معين يطرحه المستخدم عندما يبحث عن أمر ما على شبكة الإنترنت.

بحيث تتمكن محركات البحث من فعل ذلك من خلال استكشاف كل أشكال المحتوى المتوفرة على شبكة الإنترنت (صفحات الإنترنت، ملفات PDF، صور، فيديوهات... الخ) وذلك من خلال عملية تُسمى الزحف والفهرسة Crawling and Indexing، ومن ثم ترتيبها حسب مدى توافقها مع الاستعلام الذي أدخله المستخدم في محرك البحث من خلال عملية تسمى الترتيب Ranking

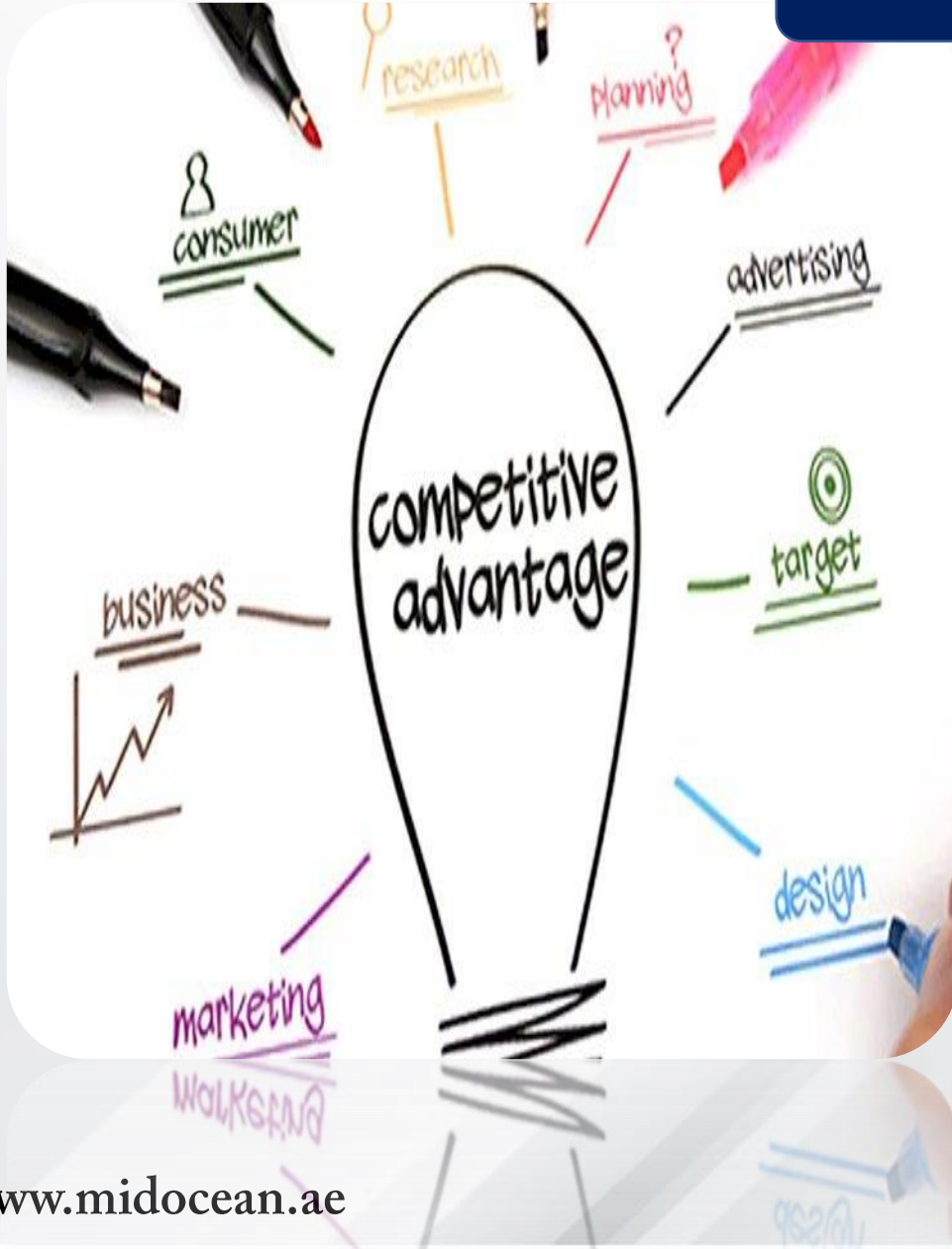


آلية عمل محركات البحث.

تعدد خدمات SEO للمواقع الإلكترونية الخاصة بالأفراد وبالأخص المواقع الإلكترونية الخاصة بالمشروعات والأنشطة التجارية، حيث أنها مصدر رئيسي يصل لنحو 70% من زيارات المواقع الإلكترونية والتي تسهم في زيادة أرباح الشركات والمشروعات التجارية من خلال زيارات مجانية Free Organic Traffic بالإضافة إلى وجود خيارات أخرى للاستفادة من محركات البحث من خلال حملات التسويق عبر محركات البحث



خدمات SEO فى إنجاح المواقع الإلكترونية



➤ تتعدد خدمات SEO للمواقع الإلكترونية على النحو التالي:

1. تكسبك ميزة تنافسية عالية: فمن المؤكد أن منافسينك لديهم صفحات الويب الخاصة بهم، فكلما زادت جودة خدمات SEO لديك؛ كلما زادت فرصتك للظهور فى أعلى النتائج فى محركات البحث؛ فتزداد فرصتك -فى زيارات العملاء- أكثر من المنافسين.

خدمات SEO فى إنجاح المواقع الإلكترونية



2. زيادة العائد على الاستثمار (ROI)، فالنشاط التجاري أو الشركة الناشئة التي تضع خطة تسويقية رقمية عبر الموقع الإلكتروني، تحتاج إلى تقليل تكلفة الحملات الاعلانية المدفوعة لجوجل، والاتجاه إلى رفع جودة الموقع الإلكتروني عن طريق تحسين جودة خدمات الـ SEO الأساسية الخاصة بالموقع؛ فبالتالي تزداد فرص جذب عدد زوار أكبر لتصفح المنتجات، والقيام بعمليات الشراء فتزيد حجم المبيعات، وبالتالي زيادة الأرباح

خدمات SEO فى إنجاح المواقع الإلكترونية



3. أهمية خدمات الـ SEO للأفراد والشركات التي تقدم الخدمات المختلفة.

فعندما تمتلك خدمات SEO قوية وتقدم محتوى مميز وتتصدر نتائج البحث؛ تجذب الشركات الأخرى المهتمة بالتسويق الرقمي digital marketing لوضع الإعلانات الخاصة بها في موقع الويب الخاص بك.

خدمات SEO فى إنجاح المواقع الإلكترونية



4. اكتساب مصداقية أكبر: فعندما يتصدر موقعك الإلكتروني نتائج البحث فى google؛ يجعل الانطباع الأول لدى العملاء جيداً، ويحمسهم لزيارة موقع الويب الخاص بك.

خدمات SEO فى إنجاح المواقع الإلكترونية



5. توفر نطاق أوسع للوصول للعملاء عبر الإنترنت، من خلال ترتيب ظهور الموقع الإلكتروني فى نتائج البحث.

عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO



ماهي معايير جودة المحتوى؟



– هناك العديد من العوامل المؤثرة في مدى الاستفادة من أهمية خدمات الـ SEO، مثل اختيار أفضل متخصص SEO للعمل على تحسين الظهور في النتائج باستمرار، ولكن أيضاً تُعد جودة وملاءمة المحتوى العامل الأكثر تأثيراً، للوصول للعملاء المستهدفين، وبالأخص الـ SEO الداخلي On-Page SEO، لما يبحث عنه الزوار باستخدام كلمات ومصطلحات البحث المستخدمة (Search Keywords) من العملاء المحتملين، وتشمل طرق تحسين جودة وملاءمة المحتوى Content Quality ما يلي:

عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO

1. العنوان الرئيسي (Page Title)

اختيار عنوان شيق يجذب العميل للدخول للصفحة، مثل اختيار جملة (أهمية خدمات الـ SEO) ، ويجب أن يشتمل على كلمة البحث المستهدفة، ويجب أن تكون بحدود الـ 65 حرف أو أقل حتى يتمكن المتصفح من قراءته كاملاً بصورة واضحة من الهواتف الجواله أو من الحاسب.

<title>



عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO

2. وصف الصفحة (Meta Description)

كتابة وصف دقيق ومختصر للصفحة يشمل على اسم المنتج أو الخدمة تساعد محرك البحث في العثور عليها وتقديمها ضمن نتائج البحث، بما من شأنه تحفيز وتشجيع المستخدم للدخول إلى الموقع الإلكتروني، ويجب ألا يزيد عن 156 حرف.



عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO

www://



3. رابط الصفحة Page URL

يظهر أيضاً رابط الصفحة في نتائج البحث، ويجب أن يحتوي على الكلمة المستهدفة في البحث.

عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO



4. العناوين Headings

من العوامل التي تُعد مهمة أيضاً في ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج البحث، مراعاة تقسيم المقالات لعناوين رئيسية وأخرى فرعية، وأن تحتوي على كلمات البحث المستهدفة.

عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO

5. المحتوى النصي والمرئي

يجب التأكد من صحة المعلومات ودقتها، واستخدام صور أو فيديو هات أو موشن جرافيك، وتطوير المحتوى باستمرار، فهذا يساعد المتصفح في فهم المقالات المكتوبة التي تعزز معرفة القارئ؛ وبما يساعد في العملية التسويقية بشكل غير مباشر، أو تعليمات الشراء والسياسات الخاصة بالموقع، وحقوق التأليف، وحقوق النشر، مع الحفاظ على الهوية الخاصة بالموقع.



عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO



6. الروابط الداخلية والخارجية & Internal

External Links

7. تحديد الكلمات المفتاحية المناسبة مما يزيد من سهولة الأمر على المتصفح وعلى جوجل لإظهارك في النتائج البحثية.

طرق تعزز من أهمية خدمات الـ SEO تتعلق بتجربة تصفح زوار الموقع User Experience

Loading Speed



VectorStock®

VectorStock.com/18756409



Best Website Designs

➤ من أهم الطرق التي تعزز أيضا أهمية خدمات الـ SEO هي تجربة تصفح زوار الموقع User Experience حيث تشمل:

1. سرعة تحميل صفحات الموقع المختلفة (Loading Speed) باستخدام المحتوى المرئي المناسب في المجال الخاص بالموقع من صور وفيديوهات أو موشن جرافيك بحجم قليل وجودة مناسبة.

2. تصميم الموقع (Website Design) وذلك باختيار تصميم مبدع للشركة والموقع الإلكتروني، واختيار ألوان ملائمة للمنتجات والخدمات، مع الحفاظ على هوية الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO

HOME PAGE



Footer (primary navigation + additional)

Contact Details
News
Advice

Sectors
Sector 1
Sector 2
Sector 3

Products
Apparel
Accessories
Equipment

Newsletter Signup
Terms of Business
Social Channels

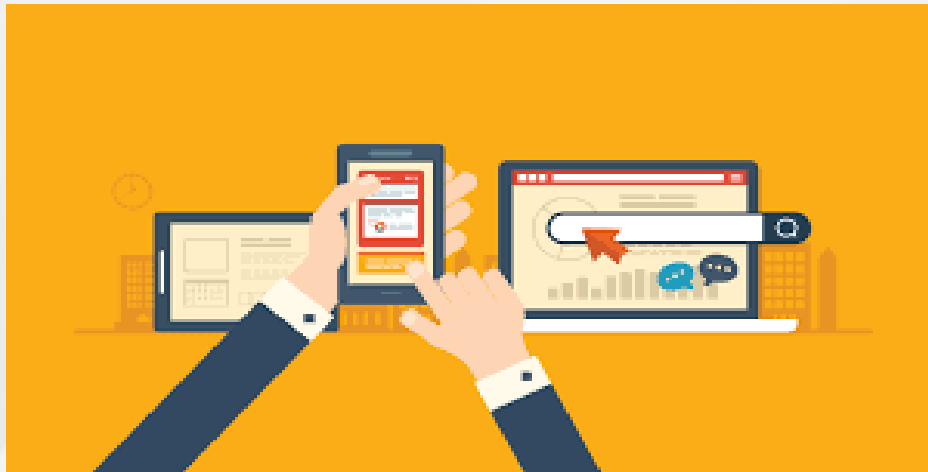
3. هيكل الموقع الداخلي: Website Structure

ويجب هنا أن يتم تخصيص فئات وتصنيفات منفصلة لكل قسم، مثل قسم المنتجات، وقسم المقالات بالمدونة، والاهتمام بالصفحة الرئيسية، وأيقونات التواصل الاجتماعي، وسهولة الاشتراك في الموقع بتسجيل البريد الإلكتروني، وتوفير اللغة العربية والإنجليزية، مع توفير خريطة للموقع مميزة، بطريقة يسهل التنقل بها داخل الموقع.

عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO



4. محتوى الموقع الإلكتروني Web Content يجب أن تحرص دائماً على أن يحظى الزائر بمحتوى ممتع ومعرفة مميزة، وأن يخلو الموقع من الإعلانات المزعجة.



5. توافق الموقع مع التصفح من الهواتف الجواله

Mobile-Friendly

عوامل ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج صفحات البحث وفقاً لمعايير الـ SEO



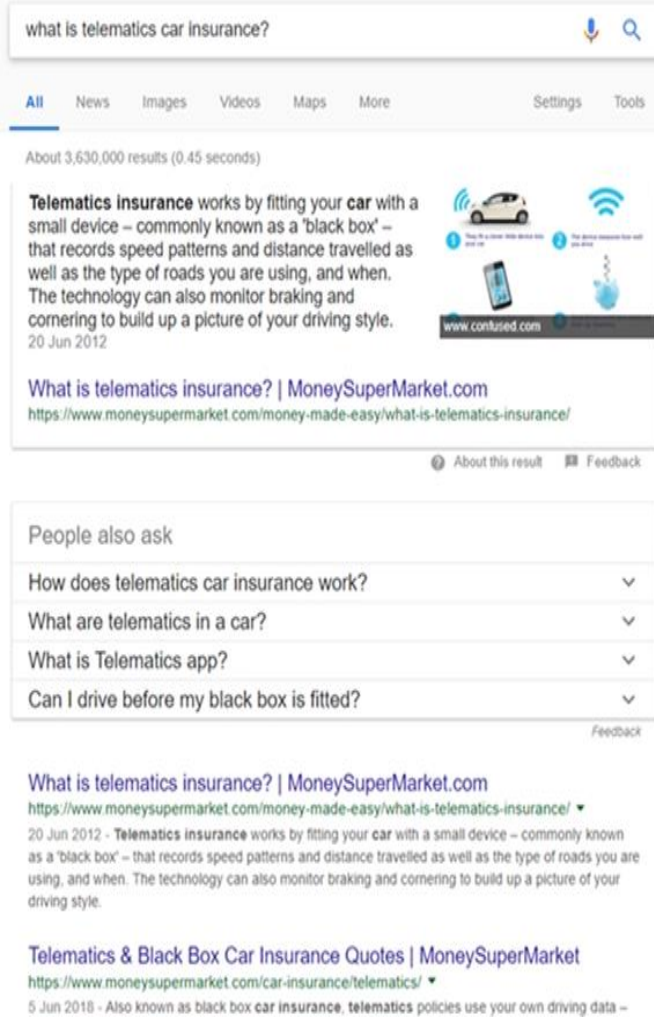
6. درجة أمان المواقع Security Concerns،
فالموقع الناجح يسعى لتوفير أعلى درجات الأمان
للمستخدم.

وتكمن الاستفادة القصوى من أهمية خدمات
الـ SEO في التطوير الدائم للموقع باستخدام تقنيات
حديثّة ومتابعة أخبار مجال نشاطك أولاً بأول،
والكتابة عن أهم الموضوعات بها، وتحليل النتائج،
ووجود المنافسين، وإنتاج محتوى أصلي خاص بك
ومميز، مع توفير تجربة رائعة للمستخدم دائماً.

■ نتائج البحث الطبيعية غير المدفوعة Organic Search

Organic Search Results هي نتائج البحث التي تظهر للمستخدم نتيجة استخدام فعال لتقنيات تحسين محركات البحث SEO، والتي لم يتم دفع أي مبالغ من قبل أصحابها كي تظهر في صفحة النتائج. لقد كان من السهل تحديد نتائج البحث الطبيعية فيما مضى. حيث كانت النتائج الإعلانية ظاهرة في أعلى صفحة النتائج، تليها بعد ذلك 10 روابط لنتائج طبيعية. لكن ومع مرور الوقت تغيرت طريقة عرض النتائج على محركات البحث، فكيف يمكن التعرف على نتائج البحث الطبيعية؟

نتائج البحث الطبيعية غير المدفوعة Organic Search



تحتوي صفحات نتائج البحث اليوم والتي تُعرف اختصارًا بـ SERP على المزيد من الإعلانات وكذلك نتائج البحث الطبيعي الديناميكية المميزة التي تُعرف بـ SERP features إضافة إلى نتائج البحث الطبيعي العادية.

■ من الأمثلة على نتائج البحث الديناميكية SERP features نجد:

○ الـ Snippets أو صناديق الإجابة التي تظهر على شكل إجابة عن سؤالك في أعلى صفحة البحث داخل صندوق.

○ قسم النتائج ذات العلاقة أو People Also Ask.

○ قسم الصور ذات العلاقة بعملية البحث، بالإضافة للعديد من أشكال النتائج الأخرى التي تتغير وفقا لميول المستخدمين واحتياجاتهم.

■ نتائج البحث الطبيعية غير المدفوعة Organic Search

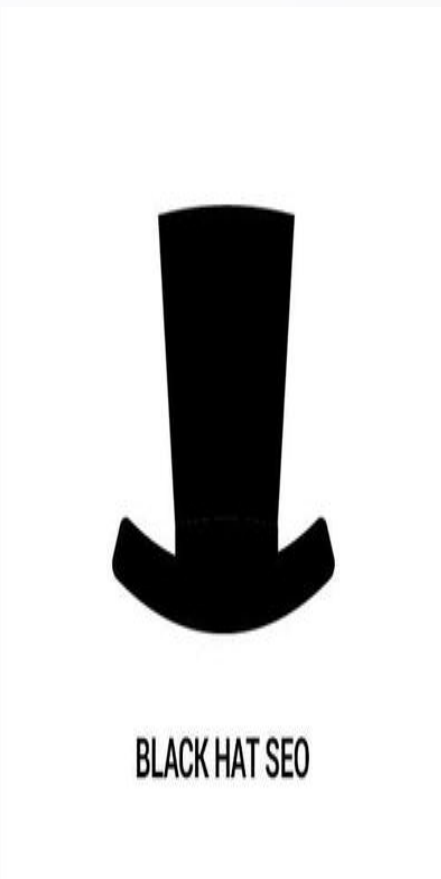
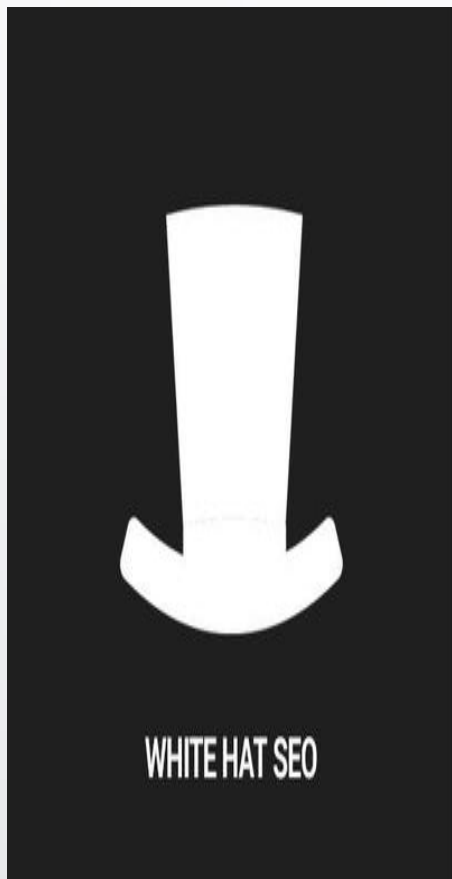
ومن الجدير بالذكر أن نتائج البحث المميزة SERP features في محرك البحث Google طبيعية تمامًا (غير مدفوعة) منها ما يتأثر بتقنيات الـ SEO في حين لا علاقة لبعضها الآخر بتقنيات تحسين محركات البحث. من الأمثلة على الـ SERP features التي تتأثر بالـ SEO يعتمد ظهورها في الصفحة الأولى لنتائج البحث على مدى قوتها واستخدام السيو SEO فيها:

○ الـ Snippets

○ النتائج ذات العلاقة ببحثك والتي تظهر أحيانًا على شكل صناديق باسم People Also Ask :

- أمّا النتائج المميزة التي لا تتأثر بتقنيات الـ SEO فهي تلك التي تتضمن معلومات من مواقع موثوقة أو متخصصة في موضوع البحث مثل الموسوعة المعرفية Wikipedia، أو IMDb المتخصص في تقييم الأفلام.

■ القبعة البيضاء والقبعة السوداء.



وهذان المصطلحان يعبران عن تقنيتين شهيرتين في عالم الـ SEO اللتان تُعرفان أيضًا بقبعة الـ SEO البيضاء White Hat SEO وقبعة الـ SEO السوداء Black Hat SEO.

1. قبعة الـ SEO البيضاء

ويقصد بها تقنيات الـ SEO وأفضل الممارسات والاستراتيجيات التي تتوافق مع القوانين والشروط التي تنصّ عليها محركات البحث. حيث تهدف في المقام الأول إلى إفادة المستخدمين وتقديم نتائج أفضل لبحثهم.

■ القبعة البيضاء والقبعة السوداء.

2. قبعة الـ SEO السوداء

وتُشير إلى التقنيات والاستراتيجيات التي تهدف لخداع محركات البحث، بهدف الحصول على حركة مرور أعلى وزيارات أكثر من المستخدمين.

قد تنجح استراتيجيات الـ Black Hat SEO في تحقيق أرقام أعلى فعلاً، لكنها مع ذلك تعرّض موقعك لخطر العقوبة والحظر من قبل محركات البحث، بل قد يتمّ إزالة موقعك تمامًا من صفحات نتائج البحث، وقد يكلفك ذلك خسائر مادية فادحة. فاحرص على تجنبها والتزم بالاستراتيجيات والتقنيات السليمة.

■ محركات البحث وأدوات إدارة مواقع البحث

قد يبدو لك أمر تحسين موقعك من أجل محركات البحث مهمة صعبة، لكن لا بد لك أن تعرف بأن محركات البحث تريد لك في الواقع أن تنجح، وستساعدك على ذلك أيضاً. حيث أنها وعلى اختلاف أنواعها تقدم لمشرفي المواقع العديد من أدوات إدارة الويب أو ما يعرف بالـ Webmaster Tools ، وتقوم بإرفاق هذه الأدوات مع دليل شامل لكيفية الاستخدام وأحسن السبل لتحقيق أفضل النتائج.

على الرغم من اختلاف هذه الأدوات وتنوعها لكنها جميعها تتبع قاعدة رئيسية: لا تحاول خداع محركات البحث، وابدل جهدك بدلاً من ذلك حتى تقدّم لمستخدمي موقعك تجربة مميزة على الإنترنت.

من خلال اتباع الإرشادات العامة وتحقيق نية المستخدم User Intent

إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث



1. إرشادات مشرفي المواقع من Google Webmaster Guidelines

➤ المبادئ الرئيسية:

- أنشئ صفحاتك للمستخدمين وليس لمحركات البحث.
- لا تخدع مستخدمي موقعك الإلكتروني.
- تجنب اللجوء إلى الحيل والطرق الملتوية لتحسين ترتيبك في صفحة نتائج البحث. واسأل نفسك قبل القيام بأي شيء: هل يفيد هذا الأمر زوار موقعي؟ و "هل سأفعل هذا الأمر لو لم يكن هناك وجود لمحركات البحث؟
- فكر دومًا فيما يجعل موقعك مميزًا، متفردًا أو أكثر جذبًا لاهتمام المستخدمين.

إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث

➤ تجنب ما يلي:

- المحتوى الذي يتم إنشاؤه تلقائياً بطريقة برمجية.
- حيل الروابط أي استخدام الروابط بطرق غير قانونية بهدف التلاعب بالأرقام وترتيب النتائج على صفحة البحث.
- إنشاء صفحات ويب تتضمن محتوى قليل أو شبه معدوم أو فيها محتوى غير أصلي (منسوخ من مواقع أخرى)
- تزوير المحتوى (بحيث يظهر لروبوتات فهرسة الويب Crawlers محتوى مختلف عن ذلك الذي يُعرض للمستخدمين)
- النصوص والروابط المخفية.
- صفحات المدخل: Doorway Pages وهي صفحات ويب يتم تصميمها خصيصاً لتحقيق أرقام عالية في بحث معين ومن ثم تحويل حركة المرور هذه إلى موقعك الخاص.

إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث

2. إرشادات مشرفي المواقع من Bing

➤ المبادئ الرئيسية:

- قدم محتوى واضحًا، عميقًا جذابًا يسهل العثور عليه في موقعك.
- حافظ على عناوين واضحة وذات علاقة بالمضمون.
- لا تهمل سرعة صفحة عرض صفحة الويب وأهمية تقديم تجربة مستخدم مُرضية.
- احرص على استخدام البيانات الوصفية Alt Text لوصف الصور حيث تساعد Bing على فهم محتوى الصور بشكل أفضل.
- تعتبر الروابط Links دليلاً على الشعبية، ومحرك Bing يقدر على وجه الخصوص الروابط التي تكبر وتشتهر طبيعياً (دون إعلانات مدفوعة)
- التأثير الاجتماعي ومشاركة المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي يعتبر علامة إيجابية ويؤثر على ترتيبك الطبيعي في صفحة نتائج البحث على Bing



إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث

➤ تجنب ما يلي:

- المحتوى الضعيف وصفحات الويب التي تعرض الدعايات فقط أو التي توجه المستخدمين إلى مواقع أخرى.
- تقنيات الروابط المسيئة التي تهدف إلى زيادة عدد الروابط الداخلية Internal Links في صفحة معينة، مثل شراء الروابط وأي حيل أخرى غير قانونية.
- استخدام المحتوى المسروق أو المكرر في عدة صفحات ويب.
- المبالغة في استخدام الكلمات المفتاحية. Keyword Stuffing.
- تزوير المحتوى أو الـ Cloaking بحيث يظهر لروبوتات فهرسة الويب Crawlers محتوى مختلف عن ذلك الذي يُعرض للمستخدمين.



إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث

3. إرشادات تمثيل النشاط التجاري من جوجل

في حال كنت تملك مشروعًا محليًا يقدم خدمة أو سلعة مباشرة للعملاء، يمكنك هنا أن تبني حضورًا لك على شبكة الإنترنت، ويتيح لك جوجل أن تضيف عملك هذا إلى قائمة النشاط التجاري Google My Business، وتجذب المزيد من العملاء، لكن لا بدّ بالطبع أن تلتزم بالقوانين والقواعد المنصوص عليها من قبل جوجل.

➤ المبادئ الأساسية:

تأكد من أهليتك لإنشاء ملف شخصي في فهرس Google My Business: إذ يجب أن يكون لعملك عنوان حقيقي (حتى لو كان عنوان منزلك الخاص)، وأن تقدم خدمتك للجمهور بشكل مباشر إما من خلال البيع وجهًا لوجه أو عن طريق زيارة العملاء وتقديم الخدمة لهم.

- سجل جميع البيانات الخاصة بنشاطك التجاري بدقة ومصادقية، ويتضمن ذلك:

اسم النشاط، العنوان، رقم الهاتف، الموقع الإلكتروني، ساعات العمل، فئات النشاط وأقسامه بالإضافة إلى أي خدمات أو أنشطة أخرى.



إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث

3. إرشادات تمثيل النشاط التجاري من جوجل

➤ تجنب ما يلي:

- إنشاء ملف لوحات غير مؤهلة لهذا النوع من التصنيفات.
- سوء تمثيل نشاطك التجاري من خلال المبالغة في استخدام كلمات مفتاحية غير مناسبة في اسم النشاط التجاري (ذكر الخدمات أو الموقع الجغرافي في اسم النشاط).
- استخدام عناوين مزيفة لنشاطك التجاري، أو أسماء مكاتب افتراضية بدلاً من العنوان الحقيقي.

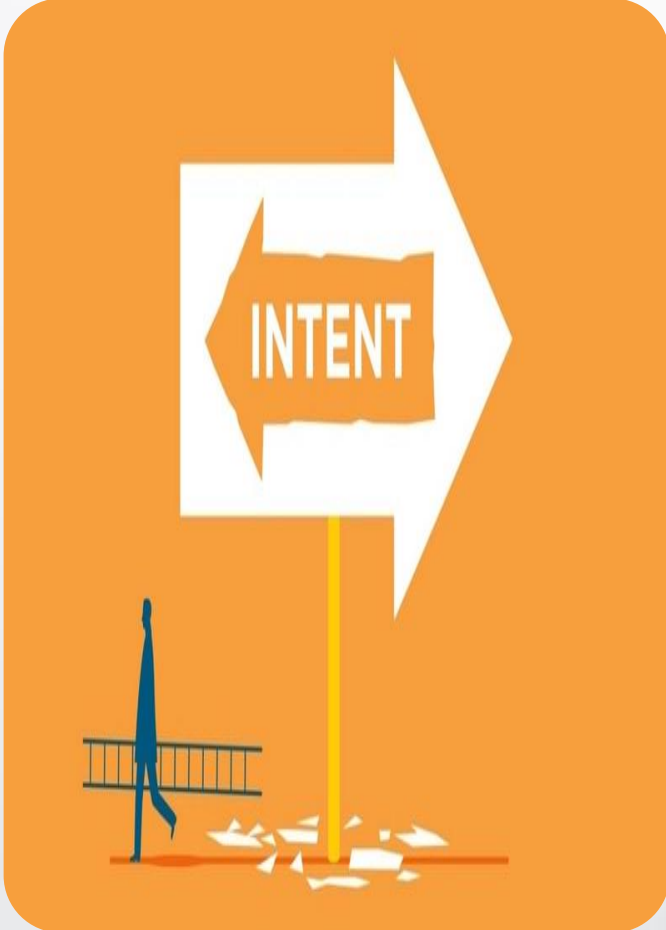


إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث

مهمتك كمتخصص في تحسين محركات البحث تتمثل في تزويد المستخدمين بالمحتوى المناسب الذي يبحثون عنه وبالشكل المناسب الذي يفضلونه.

وتتجلى هنا نوايا المستخدم الأكثر شيوعاً فيما يلي:

- **معلوماتية: Informational:** والتي يبحث فيها المستخدم عن معلومة معينة، مثلاً: أفضل المنح الدراسية في الخارج.
- **تصفحيه: Navigational:** والتي يبحث فيها المستخدم عن موقع معين
- **معاملاتية: Transactional:** والتي يسعى المستخدم من خلالها إلى إجراء معاملة معينة كالبيع أو الشراء. مثلاً: أجهزة حاسوب



إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث

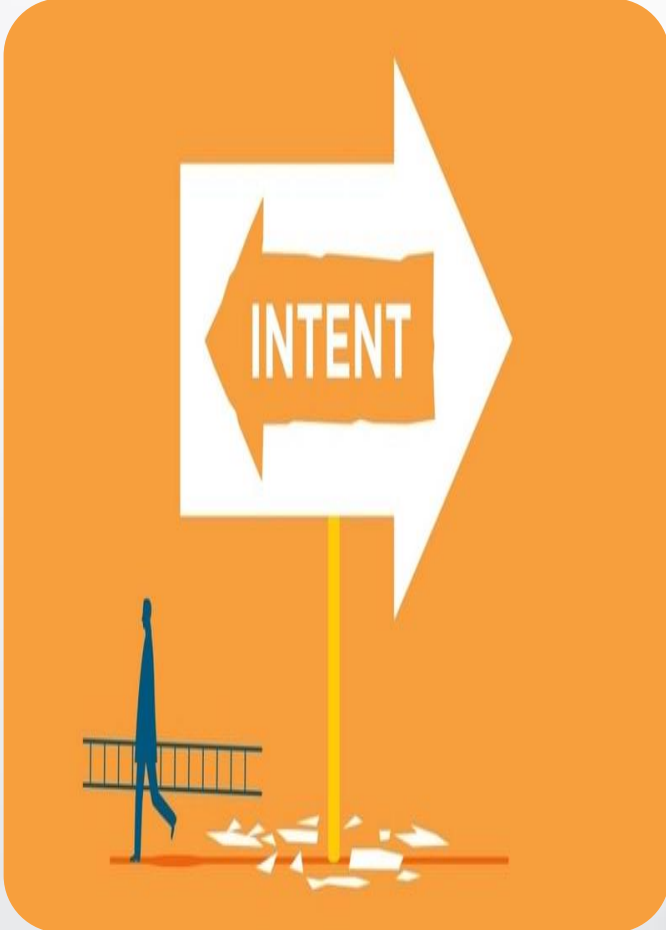
➤ - كيفية التعرف على نية المستخدم:

- يمكنك أخذ فكرة عامة حول نية المستخدم من خلال كتابة كلمة البحث الرئيسية التي تريدها على Google ثم تقييم النتائج التي حصلت عليها في صفحة نتائج البحث. SERP.

على سبيل المثال، إن ظهر لك شريط أعلى الصفحة يُظهر صورًا ذات علاقة، فمن المرجح أن عددًا كبيرًا من الباحثين عن هذه الكلمة يبحثون في الغالب في قسم الصور.

- احرص أيضًا على تقييم المحتوى الذي يقدمه منافسوك حول كلمة البحث هذه، والذي تفتقر إليه في موقعك، ثم فكّر في تقديم محتوى ذو قيمة أكبر بـ 10 أضعاف مما تقدمه المواقع المنافسة.

- عندما تقدم محتوى ذا علاقة بكلمة البحث، ذو جودة عالية ستزداد فرصك في تحقيق ترتيب أفضل في صفحة نتائج البحث وزيادة مصداقية موقعك وموثوقيته.



خاتمة

تضمنت محاضرة اليوم الحديث عن مفهوم علم الـ SEO، والخاص بتحسين ترتيب نتائج المواقع الإلكترونية على محركات البحث المختلفة، كما تم تناول آلية عمل محركات البحث، وأهم خدمات SEO في إنجاح المواقع الإلكترونية، بالإضافة لتناول نتائج البحث الطبيعية غير المدفوعة Organic Search، وكذلك الحديث عن محركات البحث وأدوات إدارة مواقع البحث، فضلاً عن تناول أهم إرشادات إدارة المواقع من مختلف محركات البحث والتي تضمن لصاحب الموقع الالكتروني إمكانية كسب مزيد من الزوار لموقعه.

المصادر والمراجع

- طلال ناظم الزهيري، تهاني فلاح، أدوات تحسين محركات البحث SEO ودورها في كفاءة استرجاع المحتوى الرقمي للمجلات العلمية، الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، قسم المعلومات، المجلة العراقية للمعلومات، المجلد 22، العدد 1-2-2021.
- مایسة حمدي زكي شلبي، اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية الإعلان الرقمي بالمواقع الإلكترونية للشركات، رسالة ماجستير، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2015)



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

