

با رسیدن به ماه‌های آخر سال ۲۰۱۷، وقت آن است که درباره سال پیش رو فکر کنیم و انتظارات سئو را در سال ۲۰۱۸ بررسی نماییم. در ابتدای سال ۲۰۱۷، فاکتورهای جدیدی آغاز به کار کردند و مطمئناً این فاکتورها در سال ۲۰۱۸ برجسته‌تر نیز خواهند بود. در این مطلب به بررسی هفت پارامتری که در سال ۲۰۱۸ گسترده‌تر و مهم‌تر خواهند شد، می‌پردازیم.

جستجوی صوتی و دستیار دیجیتالی

تکنولوژی جستجوی صوتی فرصت بزرگی را برای تغییر روند پردازش اطلاعات ایجاد کرده است. ظهور دستیار دیجیتالی، بازار رو به رشدی را ایجاد کرده که می‌تواند موجب تغییر روش‌های جستجو توسط کاربران شود. طبق اعلام خود گوگل، در حال حاضر یک جستجو از پنج تا از طریق جستجوی صوتی انجام می‌شود.

این مسئله باعث تغییرات بزرگی در بازار جستجو خواهد شد و ما انتظار داریم که تغییرات بیشتری را در سال ۲۰۱۸ شاهد باشیم. وقتی پای سئو و بهینه‌سازی به وسط می‌آید، افزایش جستجوی صوتی، ما را ترغیب به استفاده از کلمات کلیدی بلندتری خواهد کرد که متناسب با سؤالات کاربران و زبان عامیانه آن‌هاست.



همچنان که میزان دقت دستیاران صوتی ارتقا می‌یابد، افراد بیشتری تمایل به جستجوی صوتی در دستگاه‌های موبایل خود خواهند داشت. با این هدف که پاسخ‌های خود را با نهایت سرعت و دقت دریافت کنند. بسیار مهم است که در این برهه، تحقیقاتی درباره فهم قصد کاربران از طریق صدایشان انجام شود تا نتایج دقیق‌تری به آن‌ها ارائه گردد. جستجوی صوتی فراتر از دستگاه‌های موبایل رفته و در حال نفوذ در دستگاه‌های خانگی نیز است. با رشد دستیارهای دیجیتالی در همه عرصه‌ها، فرصت بزرگی برای سئو و محتوا وجود دارد که از امتیازات رشد این تکنولوژی بهره ببرند.

لینک سازی

لینک سازی قرار نیست که در سال ۲۰۱۸ از بین برود، بلکه توجه به کیفیت لینک‌ها ارتقا نیز خواهد یافت. دیگر ضرورتی نخواهد داشت که در جستجوی لینک‌هایی باشید که اعتباری به سایت شما نمی‌افزایند. این مسئله به این معنی نیست که فقط به دنبال کسب لینک از سایت‌های پرطرفدار باشید. نکته مهم در بک لینک‌ها، گرفتن آن‌ها از سایت‌ها ایست که از نظر موضوعیت و محتوا به سایت شما نزدیک هستند. ترافیک ارجاعی نیز می‌تواند در رتبه‌بندی سایت شما نقش مهمی داشته باشد. همچنین بهتر است پروسه لینک سازی را به‌عنوان یک روند بلندمدت دنبال کنید.

یک استراتژی سئو موفق در سال ۲۰۱۸ به دنبال ایجاد لینک‌های باکیفیت خواهد بود و این پروسه را در درازمدت و به شکل پیوسته به انجام می‌رساند. دیگر چالش سال ۲۰۱۸ در مورد پست‌های مهمان و نقش آن‌ها در ساختار بک لینک‌های سایت خواهد بود. بدون اینکه به اعتبار سایت لطمه‌ای وارد کند. گوگل در ماه می سال ۲۰۱۷ اعلام کرد که قصد دارد نگاه دقیقی به سایت‌هایی که بک لینک‌های آن‌ها کاملاً وابسته به پست‌های مهمان است بیندازد و فعالیت‌های مشکوک آن‌ها را شناسایی کند. در صورتی که سایت شما بیش‌ازحد به لینک‌های پست مهمان وابسته است، شاید از دید گوگل اسپم به نظر برسد.

در نتیجه بهترین استراتژی در لینک سازی این است که بک لینک‌های سایت به شکل متنوعی بوده و از سایت‌های معتبر و در عین حال مرتبط باشد.

تجربه کاربری

اهمیت تجربه کاربری در سال ۲۰۱۸ بیشتر نیز خواهد شد. گوگل اعلام کرده است که تمرکز بیشتری بر روی رفتار کاربران خواهد گذاشت و به همین دلیل می‌بایست از کاربرپسند بودن سایت مطمئن گردید.

تجربه کاربری خوب سایت، شانس تعامل کاربران با سایت را افزایش خواهد داد. این مسئله به گوگل نیز کمک خواهد کرد تا صفحات کاربرپسند را شناسایی کرده و به دیگر کاربران نیز پیشنهاد دهد.

اولین قدم، بررسی سرعت سایت، خوانایی آن و ساختار ناوبری آن و در ادامه ارتقا این فاکتورهاست. نگاه دقیق‌تری به رفتار کاربران در سایت می‌تواند نتایج خوبی به شما نشان دهد. به‌عنوان مثال اگر بازدید کاربران از طریق موتورهای جستجو نهایتاً ۳۰ ثانیه به طول می‌انجامد، احتمالاً مشکلی در محتوا وجود دارد که در حال آسیب زدن به تجربه کاربری است.


همین‌طور با افزایش استفاده کاربران از دستگاه‌های موبایل، ما را ترغیب می‌کند که بیشتر به نمایش موبایلی سایت دقت کنیم و تجربه کاربری سایت را در این دستگاه‌ها ارتقا دهیم.

همان‌طور که سئو به سمت تجربه‌های شخصی‌تر و مرتبط‌تر می‌رود، تجربه کاربری به‌عنوان کلیدی‌ترین عامل مؤثر در این مسئله خواهد بود. به‌طور خلاصه، اگر افزایش ترافیک با افزایش نرخ تبدیل همراه نباشد، فایده‌ای برای سایت نخواهد داشت.

اسنپت ها و جعبه های پاسخ

محبوبیت اسنپت ها (featured snippets) افزایش یافته و به ابزار رقابتی در بین کمپانی‌هایی که می‌خواهند رتبه یک گوگل را کسب کنند، تبدیل شده است. کسب اسنپت در نتایج جستجو نیازمند ایجاد ترکیبی از فاکتورهاست که سئو را به سمت جدیدی از رقابت پیش برده است.

People also ask


What is the meaning of faceted? 


For polished girdles, it **means** the entire girdle is polished into a single large and clear facet which enables you to see through into the **diamond's** body. The most common type of finishing found in modern day **diamonds** is the **faceted** girdle.


Does the Type of Girdle Finishing (Faceted-Polished-Bruted) Matter?


beyond4cs.com/grading/girdle-thickness/does-finishing-matter/


Search for: **What is the meaning of faceted?**

What is a cutlet on a diamond? 

What is the table of a diamond? 

What is fluorescence in a diamond? 

What is the meaning facets? 

What is faceted glass? 

[Feedback](#)

طبق گزارش سایت Stone Temple، حدود ۳۰ درصد از نتایج جستجوی گوگل شامل اسنپیت ها می شود. برای نمایش اسنپیت در کنار سایت خود می بایست از استراتژی خاصی برای بهینه سازی محتوا سایت استفاده کرد تا با استانداردهای گوگل برابری کند.

لیست ها، جداول و گراف ها معمولاً بسیار مورد توجه قرار می گیرند. همین طور ایجاد محتوا به صورت پرسش و پاسخ نیز از جمله موارد پرطرفدار در بین انواع محتواست. گوگل اطلاعات این نوع محتوا را آسان تر استخراج کرده و احتمالاً بتواند آن ها را به صورت اسنپیت نمایش دهد.

یکی از موارد قابل توجه در سال آینده بهینه سازی اسنپیت ها برای جستجوی صوتی است. ترکیب این دو عامل در حال گسترش، می تواند فرصت بزرگی برای بازارهای جستجو باشد تا شرکت ها بتوانند با استفاده از آن، خود را در صفحه اول نتایج جستجو نمایش دهند. این مورد شامل تغییرات در عبارات مورد جستجو و تمرکز بر روی کلمات کلیدی بلندتر است.

یکی دیگر از راه های مشابه در رسیدن به بالای نتایج جستجو، ساخت محتوایی است که قابلیت گنجانده شدن در جعبه پاسخ (Answer Box) گوگل را داشته باشد.

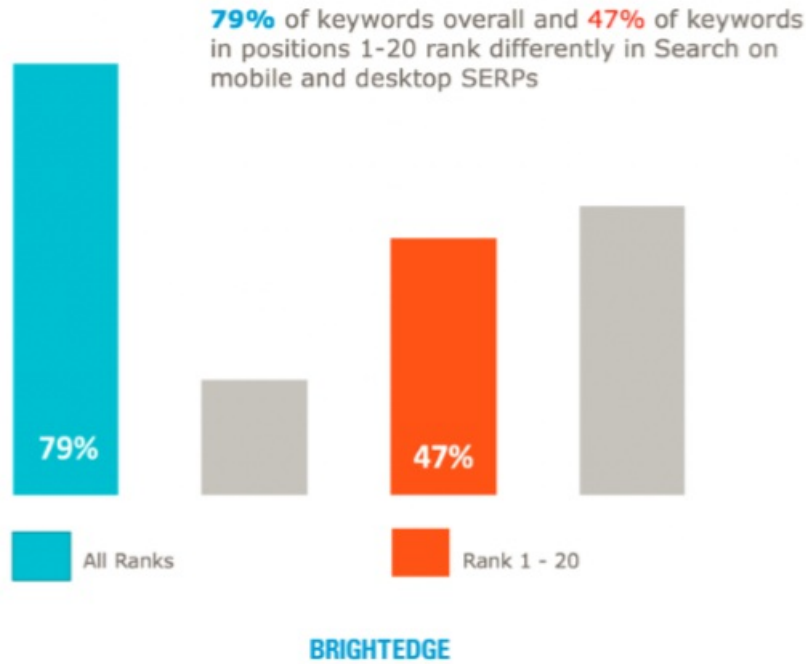
محتوای این نوع صفحات دارای ساختاری با آغاز کلماتی مانند چگونه و چرا است. گوگل سعی در سازمان دهی بهتر به پاسخ این گونه سؤالات دارد. در موارد بسیاری مشاهده شده که نتایج که در جعبه پاسخ گوگل قرار می گیرند، دارای نرخ کلیک متوسط ۳۲.۳٪ هستند.

قرار گرفتن یک سایت در جعبه پاسخ گوگل موجب افزایش اعتبار آن شده و در نتیجه نیاز به نوشتن محتوایی که قابلیت قرار گرفتن در این جعبه ها را دارد کاملاً ضروری است. البته هنوز این قابلیت در زبان فارسی مشاهده نشده است و امید می رود که در سال های آینده و با افزایش توانایی گوگل، این قابلیت در زبان فارسی نیز فعال شود.

ایندکس اولیه موبایلی (Mobile-first index)

سال ۲۰۱۸ احتمالاً سالی است که برندها، پتانسیل بالای نسخه موبایل را کاملاً درک می کنند. این موضوع وقتی حقیقت می یابد که گوگل در سال ۲۰۱۸ بخواهد ایندکس اولیه موبایلی خود را اجرا کند. در سیستم ایندکس جاری، نسخه دسکتاپ ایندکس شده و رتبه بندی سایت ها در جستجوی دسکتاپی و موبایلی بر این اساس انجام می شود؛ اما احتمالاً در سال ۲۰۱۸ نسخه موبایلی سایت ایندکس شده و رتبه بندی سایت ها حتی در نسخه دسکتاپی نیز بر اساس همان ایندکس موبایلی انجام می شود.

اما حتی اگر گوگل دست به اجرای این سیستم نزنند نیز چیزی از اهمیت سئو موبایل نمی کاهد. تحقیقات زیادی در یکی دو سال اخیر نشان داده که ۵۷ درصد کاربران از طریق دستگاه های موبایل خود وارد سایت ها می شوند. به علاوه رتبه بندی سایت ها در دستگاه های موبایل کمی متفاوت از دسکتاپ است؛ بنابراین بر اهمیت نسخه موبایلی سایت در جستجوهای موبایلی بسیار افزوده شده است.



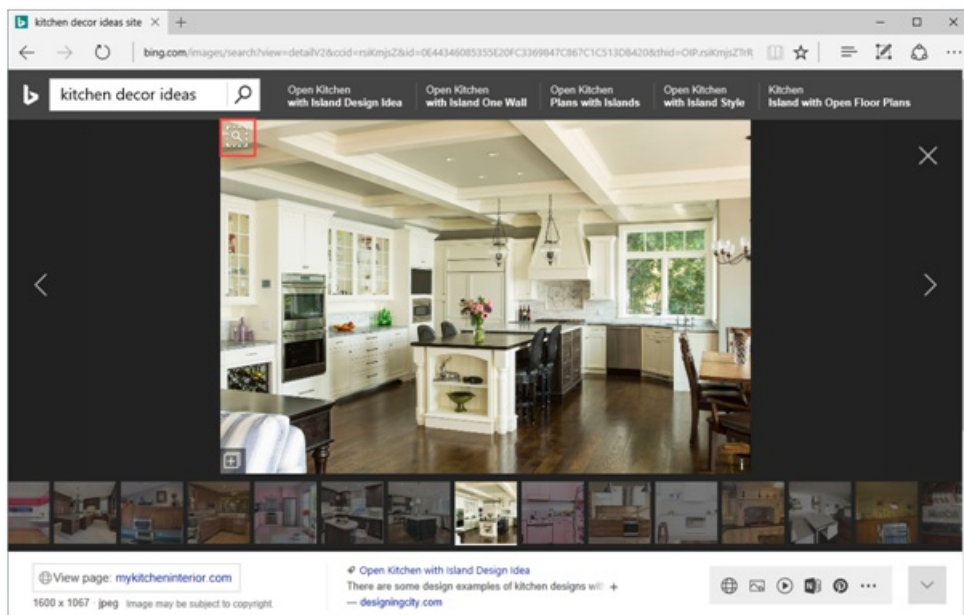
هم‌زمان با رشد سئو محلی، کاربران بیشتری با دستگاه‌های موبایل خود به دنبال مکان‌های موردنظر خود هستند. این مسئله فرصت بزرگی را برای صاحبان سایت‌هایی که در حیطه محلی فعالیت می‌کنند ایجاد خواهد کرد. سئو موبایل برای کاربران محلی در کنار افزایش جستجوی صوتی، روشی عالی برای ایجاد یک استراتژی سئو موفق در سال ۲۰۱۸ خواهد بود.

سرعت سایت تأثیر زیادی بر موتورهای جستجو دارد و در رتبه سایت شما نیز بسیار مؤثر است. ایجاد قابلیت AMP در صفحات می‌تواند موجب کاهش زمان بارگذاری صفحات شده و در نتیجه زمان فعالیت کاربران در سایت را تا حد زیادی افزایش دهد. توجه گوگل به صفحات AMP باعث شده که صاحبان سایت‌ها نیز به این مسئله اهمیت بیشتری دهند. در حال حاضر بیش از دو بیلیون صفحه AMP در وب وجود دارد.

وب‌سایت‌هایی که می‌خواهند با تغییرات جستجوی موبایلی خود را همگام سازند نیاز دارند که از AMP و هرگونه تغییراتی که موجب افزایش سرعت سایت می‌شود، بهره ببرند.

افزایش جستجوی تصویری (Visual search)

جستجوی تصویری ترکیبی از تکنولوژی و تجربه کاربری است که جستجو را به سطح بالاتری نسبت به حال حاضر می‌رساند. همان‌طور که اینترنت به سمت تصویری شدن پیش می‌رود، فرصت‌های زیادی برای بهره بردن از این قابلیت به وجود می‌آید. در حال حاضر کمپانی‌هایی مانند، بینگ، پینترست و گوگل، سرمایه‌گذاری‌هایی بر روی این نوع جستجو انجام داده‌اند.



یک برنامه سئو در سال ۲۰۱۸ می‌بایست این مسئله را در نظر داشته تا بتواند محتوای تصویری خود را در نتایج جستجو به‌خوبی نمایش دهد. جستجوی تصویری در حال ارتقا است و در سال‌های آینده مطمئناً دچار تحولات زیادی خواهد شد؛ بنابراین از هم‌اکنون می‌بایست برای آن آمادگی لازم را کسب کنیم.

هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی

هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی هم‌اکنون در حال تغییر رتبه نتایج جستجو هستند. یادگیری ماشینی روش جستجو را آسان‌تر کرده و به کاربران کمک می‌کند تا محتوای متنی را به راحتی بیابند.

این موارد منجر به جستجوی شخصی‌تری خواهد شد که با ظهور جستجوی صوتی و دستیار دیجیتال می‌تواند توسعه یافته و امتیاز بیشتری به سایت‌هایی بدهد که خود را برای این تکنولوژی‌ها آماده کرده‌اند.

همچنین انتظار می‌رود که رنگ برین گوگل نیز تأثیر زیادی بر جستجوها داشته باشد. راهی برای سئو بهتر در تقابل با رنگ برین وجود ندارد و تنها کار ممکن نوشتن مطالب مرتبط با خواسته کاربران است. ما می‌توانیم انتظار تغییرات بیشتری را در سال ۲۰۱۸ در حوزه یادگیری ماشینی داشته باشیم. تصمیم گوگل بر توسعه این تکنولوژی‌ها، نشان از نوآوری‌های بیشتری در سال‌های آینده می‌دهد.

بهبود سئو در سال ۲۰۱۸

آن‌طور که به نظر می‌رسد، ۲۰۱۸ سال جالبی برای سئو خواهد بود. تکنیک‌های سنتی سئو همچنان مؤثر هستند اما بعضی از تکنیک‌های جدید می‌توانند تأثیر زیادی بر روی نتایج داشته باشند. آنچه در این بین قابل ذکر است، تغییر روند سئو در ۲۰۱۸ می‌باشد. رتبه و کسب رتبه یک گوگل دیگر به‌عنوان هدف نهایی نخواهد بود. همچنان که موتورهای جستجو تکامل می‌یابند، راه‌های جدیدی نیز برای افزایش ترافیک سایت ایجاد می‌گردند و از این پس تنها راه افزایش ترافیک، لزوماً قرار گرفتن در صفحه اول گوگل نخواهد بود.

افزایش اسنپیت‌ها، PPC، جستجوی صوتی و سئو محلی نسبت به کسب رتبه طبیعی سایت، نتیجه بهتری خواهند داد. به همین دلیل، همگام شدن با پارامترهای جدید سئو امری مفید است و باعث ارتقا برند و کسب نتایج موفق در سئو می‌گردد.

