

مبانی مقدماتی استفاده از کنسول جستجوی گوگل برای تقویت سئو



نویسنده: مهران منصوری فر

کنسول جستجوی گوگل (Google Search Console) یکی از کاربردی‌ترین ابزارهای سئو محسوب می‌شود که اطلاعات فراوانی را درباره وضعیت وبسایت در نتایج جستجو و همچنین ایرادات و مشکلات احتمالی در اختیار ما قرار می‌دهد. در این مطلب با عمده‌ترین کاربردهای ابتدایی و پیشرفته کنسول جستجو برای تقویت سئوی سایت آشنا خواهید شد.

کنسول جستجوی گوگل (Google Search Console) یک ابزار رایگان از کمپانی نام‌آشنای گوگل است که در انجام بهینه‌سازی‌های لازم برای تقویت سئو و بهبود وضعیت نمایش نتایج سایت در نتایج جستجو به کسب‌وکارهای مختلف کمک می‌کند. این ابزار قدرتمند، انبوهی از اطلاعات گوناگون و کاربردی را در اختیار شما قرار می‌دهد که دانستن آنها برای بهبود و تقویت سئو ضروری است؛ به عنوان نمونه، کلیدواژه‌هایی که سایت شما برای آنها در نتایج جستجو رتبه کسب کرده است؛ جایگاه سایت شما در نتایج جستجو برای آن کلمه‌های کلیدی؛ میزان انتخاب سایت شما توسط کاربران در میان نتایج جستجو؛ و اینکه سایت‌های دیگر با چه متنی و چقدر به محتوای شما لینک داده‌اند از جمله اطلاعات سودمندی است که کنسول جستجو به رایگان در اختیار شما قرار می‌دهد.

علاوه بر اینها، کنسول جستجو ایراداتی که در سایتتان پیدا می‌کند را نیز به شما گوشزد می‌کند؛ برای نمونه، مواردی مانند اشکالات مرور سایت توسط ربات‌های گوگل (یعنی هنگامی که گوگل نمی‌تواند به قسمتی از سایت شما دسترسی داشته باشد) و اقدامات تنبیهی یا جریمه‌های دستی (موسوم به manual actions). این ابزار حتی می‌تواند موبایل فرندلی بودن (-mobile friendly) سایتتان را نیز مشخص کند.

به دلایلی مانند آنچه که در بالا اشاره شد، استفاده از کنسول جستجوی گوگل در راستای بهبود و تقویت سئو یک ضرورت محسوب می‌شود. به همین منظور، این مطلب آموزشی را تدوین و گردآوری کرده‌ایم تا راهنمای شما در مسیر استفاده از کنسول جستجوی گوگل برای تقویت سئو باشد. بنابراین بدون فوت وقت، در ابتدا به سراغ اطلاعات بنیادی و مقدماتی‌تری که می‌توانید در کنسول جستجو پیدا کنید (و روش پیدا کردن آنها) می‌رویم و سپس مباحث حرفه‌ای‌تر و تخصصی‌تری را برای استفاده از کنسول جستجو در راستای افزایش ترافیک و رتبه مطرح خواهیم کرد که از میان نظرات متخصصان سئو گردآوری شده‌اند.

مبانی مقدماتی استفاده از کنسول جستجوی گوگل برای تقویت سئو

به منظور بهره برداری از نکات حرفه‌ای‌تری که در قسمت بعد درباره استفاده از کنسول جستجوی گوگل برای تقویت سئو ذکر خواهیم کرد، ابتدا لازم است که با کاربردهای اولیه این ابزار کاربردی آشنا باشید.

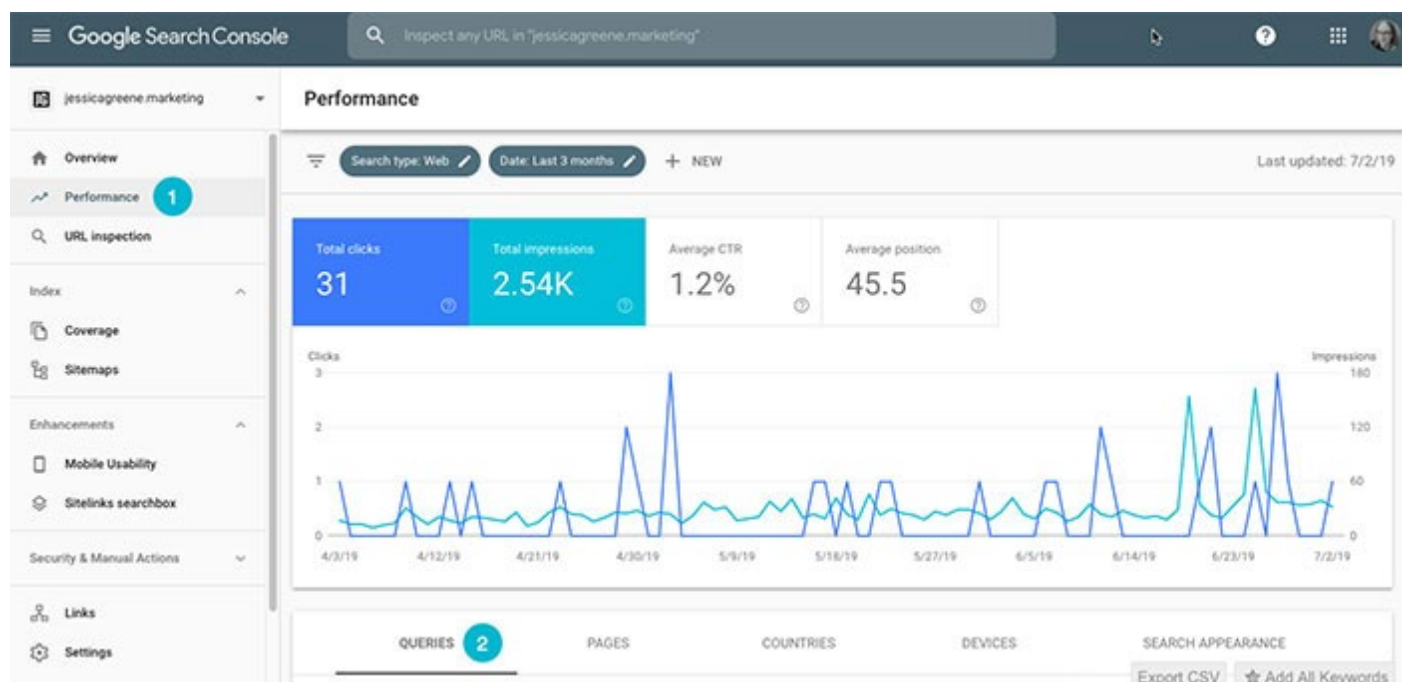
در اینجا ۱۰ مورد از کاربردهای کنسول جستجوی گوگل را معرفی خواهیم کرد که با استفاده از آنها می‌توانید به مرور بهتر سایتتان توسط گوگل و ایندکس شدن آن کمک کنید و در جریان عملکرد آن در نتایج جستجوی طبیعی قرار بگیرید.

۱- شناسایی کلیدواژه‌هایی که سایت یا محتوای شما برای آنها رتبه کسب کرده است

در قسمت گزارش Performance کنسول جستجوی گوگل می‌توانید بسیاری از مؤلفه‌های اساسی مورد نیاز برای تقویت سئوی سایت خود را پیدا کنید. یکی از این موارد که در قسمت queries قرار دارد، کلیدواژه‌هایی است که سایت شما و برگه‌های آن برای آنها در نتایج جستجو رتبه به دست آورده‌اند.

برای مشاهده این کلمه‌های کلیدی در کنسول جستجوی گوگل به سایت




کنسول جستجو وارد شوید، روی Performance از منوی جانبی کلیک کنید و به پایین صفحه بروید.






در اینجا زبانه Queries به صورت پیش فرض انتخاب شده است که می‌توانید همه کلمه‌های کلیدی که سایت شما برای آنها در نتایج جستجو ظاهر می‌شود را در آن مشاهده کنید.

QUERIES	PAGES	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE
Query				Clicks Impressions
jessica greene				4 713
freelance saas writer				1 88
freelance writer saas				0 174
saas content writer				0 174
content writing for saas				0 153
saas freelance writer				0 142

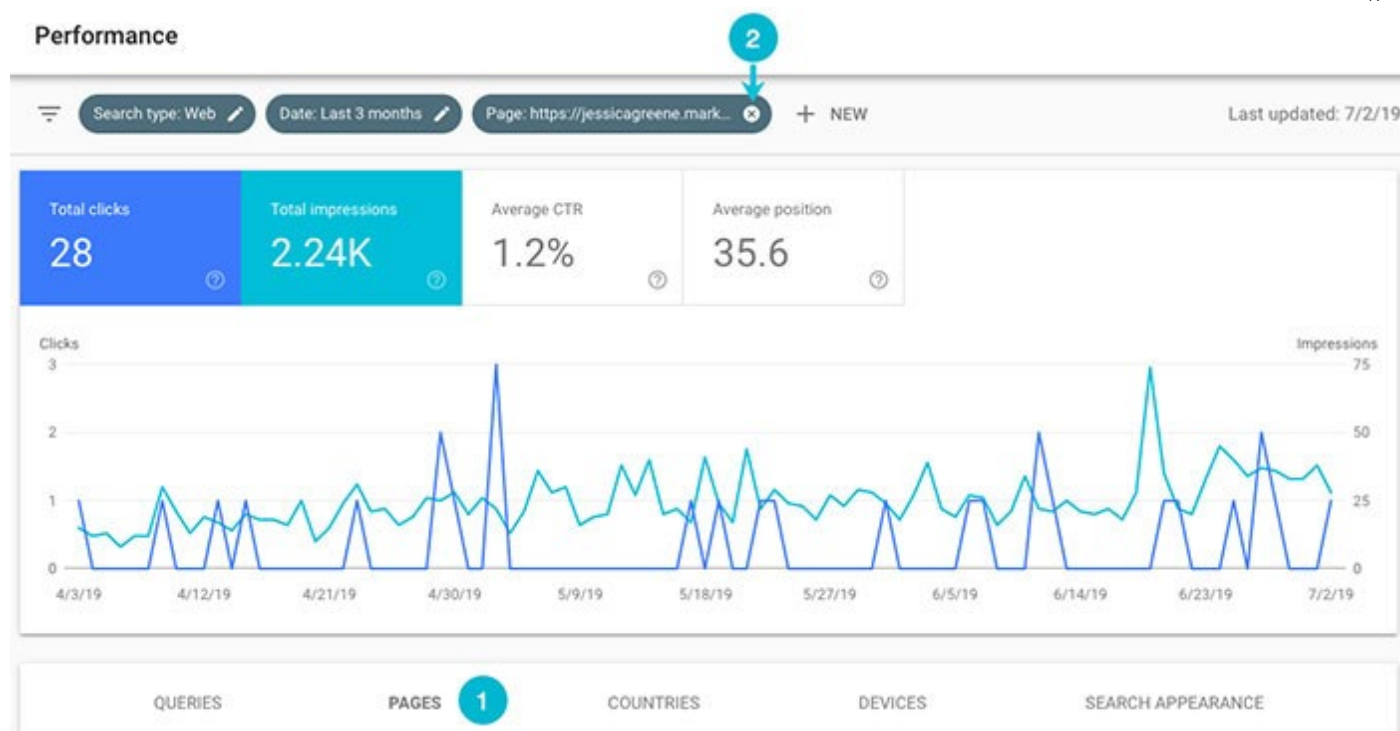
اگر می‌خواهید ببینید که کدام برگه برای کدام کلمه کلیدی رتبه کسب کرده، باید چند مرحله بیشتر پیش بروید. به این منظور، ابتدا بر روی زبانه Pages کلیک کرده و سپس برگه‌ای که می‌خواهید بررسی کنید را انتخاب کنید.

QUERIES	PAGES 1	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE
				 
	Page			 Clicks Impressions
	https://jessicagreene.marketing/ 2			28 2,242
	https://jessicagreene.marketing/updating-website-content/			1 231
	https://jessicagreene.marketing/about/			1 79

پس از آن دوباره به زبانه Queries برگردید. حالا همه کلیدواژه‌هایی که برگه انتخابی شما برای آنها حائز رتبه شده را در این قسمت مشاهده خواهید کرد.

QUERIES 1	PAGES	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE
				 
	Query			 Clicks Impressions
	jessica greene			4 713
	freelance saas writer			1 88
	freelance writer saas			0 174
	saas content writer			0 174
	content writing for saas			0 153

اگر می‌خواهید کلمات کلیدی یک صفحه دیگر را بررسی کنید، به زبانه Pages برگردید، از فیلترهای بالا صفحه مورد نظر را حذف کنید، برگه بعدی که می‌خواهید ببینید را انتخاب نمایید و دوباره بر روی زبانه Queries کلیک کنید.



۲- مشاهده نحوه تعامل کاربران با نتایج سایت

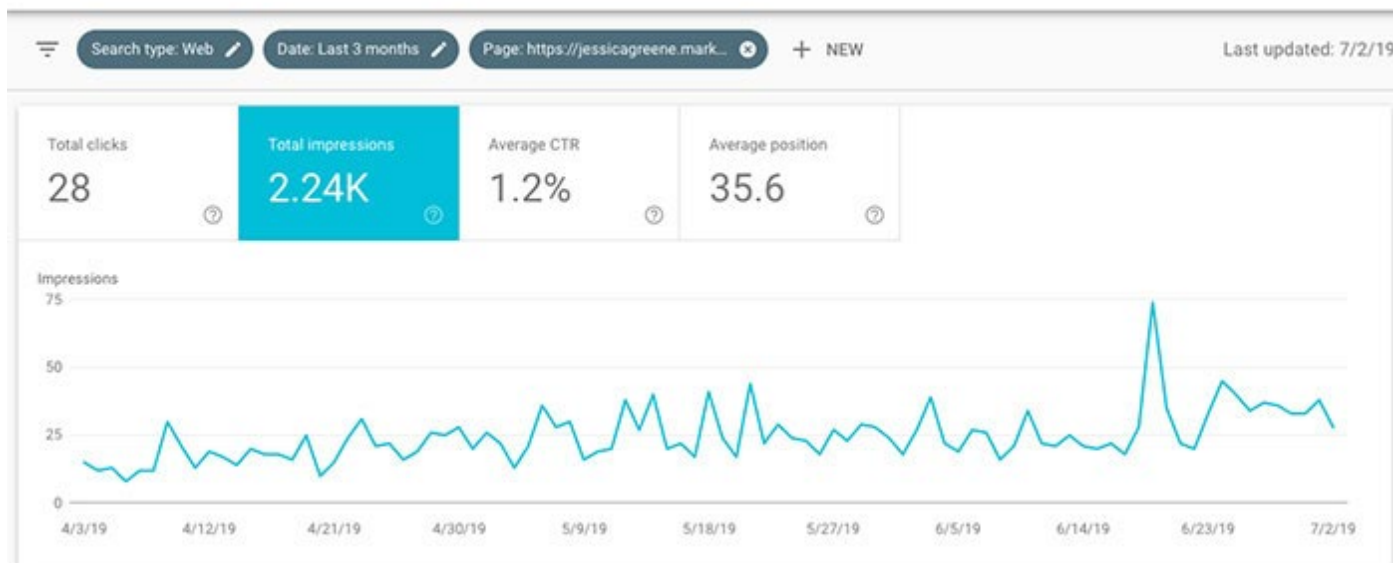
در بالای نمودار قسمت Performance، چهار شاخص وجود دارد: Total clicks (مجموع تعداد کلیک‌ها)، Total impressions (مجموع تعداد impression یا نمایش در صفحه جستجو)، Average CTR (میانگین نرخ کلیک خوری) و average position (میانگین جایگاه برگه در نتایج جستجو). توضیح بیشتر این‌که:

Total clicks مجموع تعداد دفعاتی که در طول بازه زمانی انتخابی بر روی نتیجه سایت شما در نتایج جستجو کلیک شده است را نشان می‌دهد؛
Total impressions مجموع تعداد دفعاتی که نتایج شما در طول بازه زمانی انتخابی در نتایج جستجو دیده شده است را نشان می‌دهد؛
Average CTR از تقسیم تعداد کلیک‌های لینک شما بر تعداد impression ها به دست می‌آید.
Average position را در قسمت بعد بررسی خواهیم کرد.

هنگامی که در ابتدا صفحه گزارش Performance را باز می‌کنید، اطلاعاتی که در این بخش به نمایش درمی‌آید مربوط به کل وبسایتان است؛ اما اگر بر روی زبانه Pages کلیک کرده و یک برگه را انتخاب کنید، این صفحه دوباره بارگذاری می‌شود و فقط اطلاعات مربوط به برگه مورد نظر را نمایش خواهد داد.

هر کدام از شاخص‌هایی که در بالا به آنها اشاره کردیم قابلیت انتخاب و فعال‌سازی دارد. هنگامی که دکمه مربوط به هر مورد را انتخاب می‌کنید، پس زمینه آن رنگی می‌شود و در صورت لغو انتخاب، پس زمینه به رنگ سفید درمی‌آید.

Performance



با انتخاب و فعال‌سازی هر کدام از این بخش‌ها، کنسول جستجوی گوگل اطلاعات مربوط به آن را در قسمت نمودار و همچنین در بخش اطلاعات زیر نمودار نمایش می‌دهد.

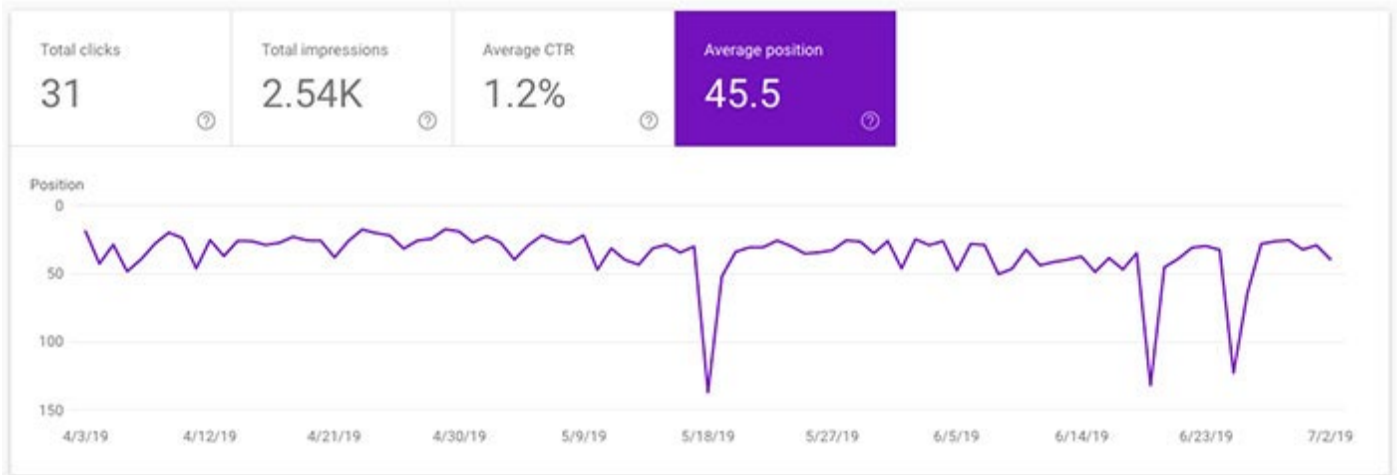
QUERIES	PAGES	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE
Query				Clicks Impressions CTR
jessica greene				4 713 0.6%
freelance saas writer				1 88 1.1%
freelance writer saas				0 174 0%
saas content writer				0 174 0%
content writing for saas				0 153 0%

اگر زبانه Queries را باز کرده باشید، می‌توانید تعداد افرادی که لینک سایت شما را در نتایج جستجو مشاهده کرده‌اند (ستون impressions) به همراه مقدار کلیک بر روی آن نتایج (ستون Clicks) و همچنین نرخ کلیک خوری کلی سایت خود (ستون CTR) را مشاهده نمایید.

۳- شناسایی جایگاه برگه‌های سایت شما در نتایج جستجو برای کلمه‌های کلیدی مختلف

آخرین شاخصی که از طریق گزارش Performance در دسترس قرار دارد، Average position است. Position یا جایگاه به موقعیت شما در نتایج جستجو اشاره دارد. اگر در صدر نتایج جستجو قرار داشته باشید، Position شما «۱» است و اگر در بالای صفحه دوم نتایج قرار بگیرید، Position شما «۱۱» خواهد بود.

Average position یک میانگین (مجموع اعداد جایگاه‌های شما تقسیم بر مجموع کلمه‌های کلیدی) از جایگاه شما برای تک تک کلمه‌های کلیدی است که برای آنها رتبه به دست آورده‌اید.



در اینجا یک گزارش کلی را مشاهده می‌کنید که میانگین جایگاه سایت شما برای همه کلمات کلیدی که برای آنها در نتایج جستجو رتبه شده‌اید را نشان می‌دهد. با انتخاب یک صفحه خاص، میانگین جایگاه آن صفحه برای همه کلیدواژه‌هایی که برای آنها در نتایج جستجو رتبه کسب کرده است نمایش داده می‌شود.

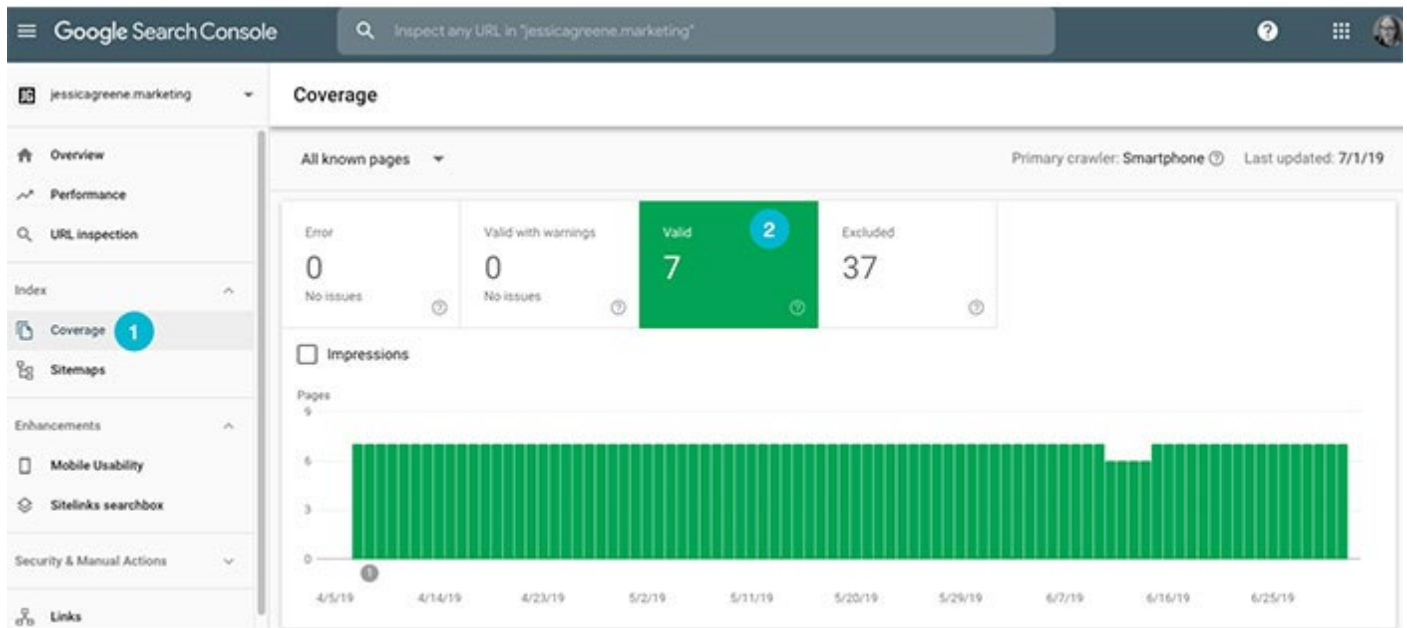
به خاطر کلیت این داده‌ها، معمولاً اطلاعات Average position آنقدرها سودمند نیست؛ اما اگر به پایین جدول زیر نمودار مراجعه کنید، جایگاهی که برای هر کلمه کلیدی به دست آورده‌اید را مشاهده خواهید کرد که این اطلاعات به شدت کاربردی است.

QUERIES	PAGES	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE
Query				Position
jessica greene				8.5
freelance saas writer				50.9
freelance writer saas				41
saas content writer				71.6

با استفاده از این اطلاعات، نه تنها می‌توانید جایگاه دقیق هر صفحه از سایت خود برای کلمه‌های کلیدی مختلف را مشاهده کنید، بلکه با توجه به داده‌های این بخش می‌توانید بعد از تغییرات و بهینه‌سازی‌های داخلی سایتتان، میزان تغییر رتبه آن را ارزیابی نمایید.

۴- مشاهده تعداد صفحاتی که در بانک اطلاعاتی گوگل ایندکس شده‌اند

با استفاده از گزارش Coverage کنسول جستجو می‌توانید تعداد دقیق صفحاتی از سایت که توسط گوگل ایندکس شده‌اند را مشاهده کنید. به این منظور، از منوی جانبی بر روی Coverage کلیک کرده و سپس دکمه Valid را فعال نمایید.



سپس می‌توانید تعداد صفحاتی که از طریق سایت مپ XML برای ثبت در گوگل معرفی کرده‌اید را با تعداد صفحاتی که ایندکس شده‌اند مقایسه کنید. در صورت عدم همخوانی این اعداد احتمالاً ایرادی در مرور سایت شما و ایندکس کردن صفحات آن پیش آمده یا مشکل محتوای تکراری دارید که باید آن را در اسرع وقت مورد بررسی قرار داده و رفع و رجوع نمایید.

۵- ارسال درخواست ایندکس شدن یک صفحه خاص از سایت به گوگل

چنانچه متوجه شدید که صفحه خاصی از وبسایتان در ایندکس گوگل ثبت نشده، می‌توانید آن را با استفاده از ابزار URL inspection برای ثبت به گوگل ارسال کنید:

۱. روی URL inspection کلیک کنید؛

۲. آدرسی که می‌خواهید ایندکس شود را در نوار جستجو درج کنید و منتظر بمانید تا تست گوگل به پایان برسد؛

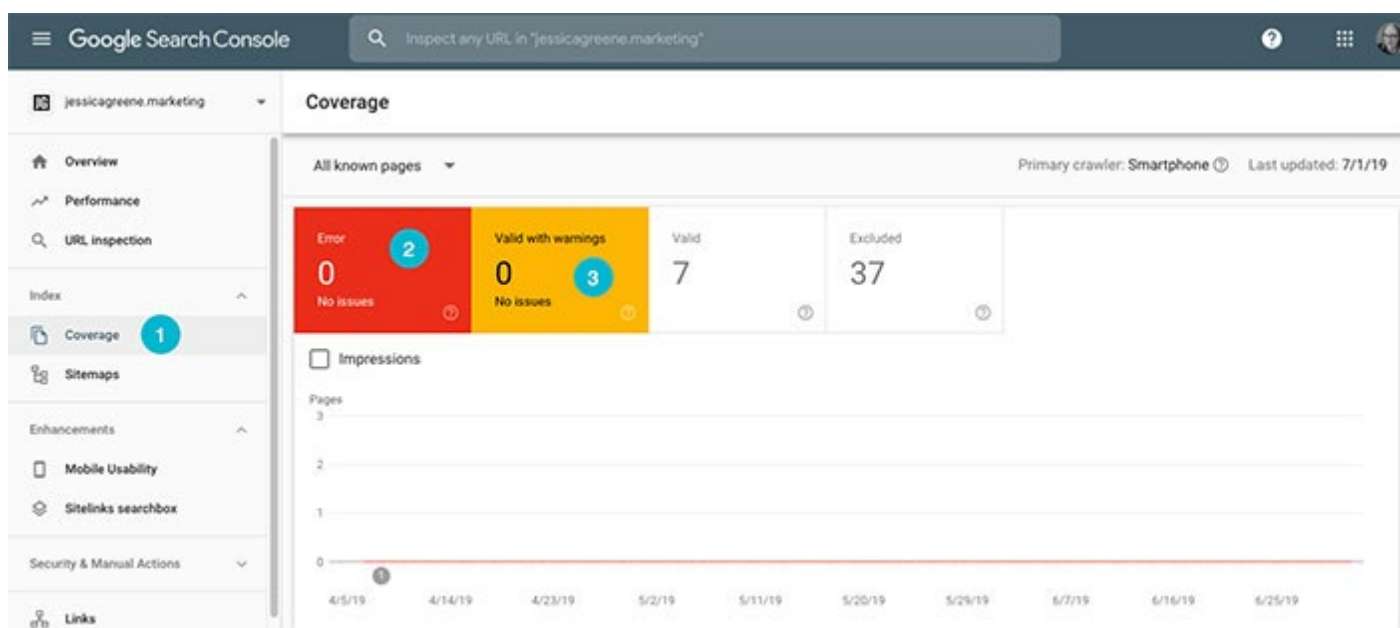
۳. در صورتی که گوگل هیچ خطا و مشکلی را در این آدرس پیدا نکند می‌توانید با استفاده از دکمه Request Indexing درخواست خود را برای ایندکس شدن آن ارسال کنید.

The screenshot displays the Google Search Console interface for the URL `https://jessicagreene.marketing/updating-old-blog-posts/`. The left sidebar shows navigation options like Overview, Performance, and URL Inspection (highlighted with a '1'). The main content area, titled 'URL Inspection', shows a green checkmark indicating 'URL is on Google'. Below this, there are buttons for 'VIEW CRAWLED PAGE' and 'REQUEST INDEXING' (highlighted with a '3'). The 'Coverage' section shows 'Indexed, not submitted in sitemap', and the 'Enhancements' section lists 'Mobile Usability' (Page is mobile friendly) and 'Sitelinks searchbox' (1 valid item detected).

توجه داشته باشید که بررسی درخواست شما، مرور صفحه مورد نظر توسط ربات گوگل و اضافه شدن به ایندکس جستجو می‌تواند از چند ساعت تا چند روز به طول بینجامد.

۶- شناسایی مشکلات ربات گوگل در مرور سایت و تشخیص برگه‌های غیرقابل ایندکس شدن

گاهی پیش می‌آید که از تگ‌های کانونیکال یا no-index به درستی استفاده نمی‌شود. در بسیاری از موارد نیز برگه‌های مختلف سایت بدون ریدایرکت (تغییر مسیر) به برگه‌های جدید حذف می‌شوند. خوشبختانه، کنسول جستجوی گوگل گزارش‌های مربوط به چنین مشکلاتی را در سیستم خود ثبت می‌کند؛ لذا برای پیدا کردن ایرادات موجود، نیازی به بررسی HTML تک تک صفحات سایت نخواهید داشت. برای مشاهده این خطاها بر روی Coverage کلیک کرده و دکمه‌های Error و Valid with warnings را انتخاب نمایید.



در اینجا علاوه بر صفحاتی که ایندکس نشده‌اند می‌توانید علت مشکل را نیز مشاهده کنید. به علاوه این گزارش، خطاهای ۴۰۴ شناسایی شده در برگه‌هایی که از طریق سایت مپ یا ابزار Request Indexing برای گوگل ارسال کرده‌اید را نیز نمایش می‌دهد.

۷- ارسال سایت مپ به گوگل

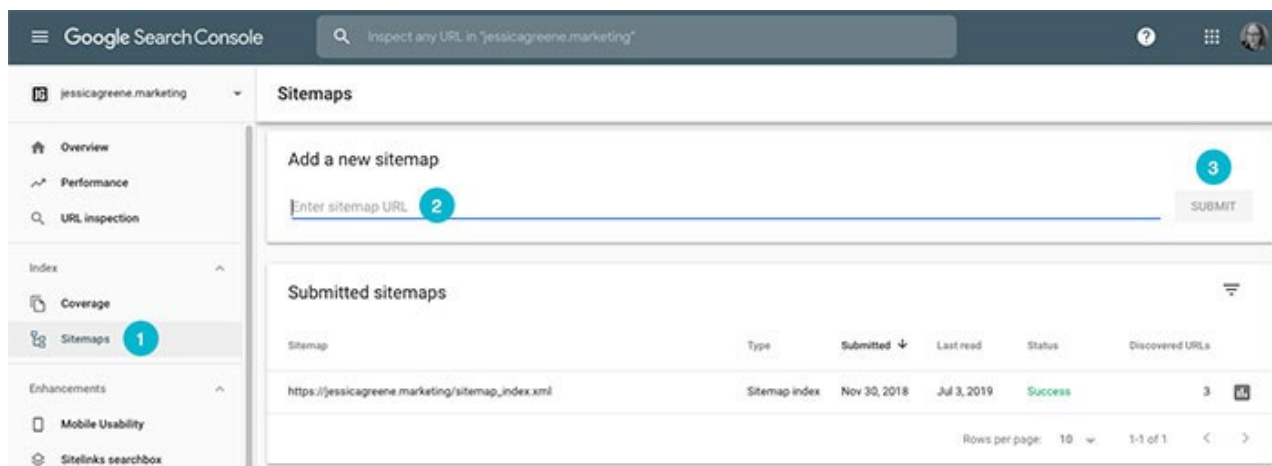
اگر سایت مپی برای سایت خود دارید که مرتباً آن را به‌روز می‌کنید، با ثبت آن در کنسول جستجو می‌توانید کار گوگل برای بررسی سایتتان و شناسایی پست‌های تازه را تسهیل کنید.

برای ارسال سایت مپ:

۱. روی Sitemaps کلیک کنید؛

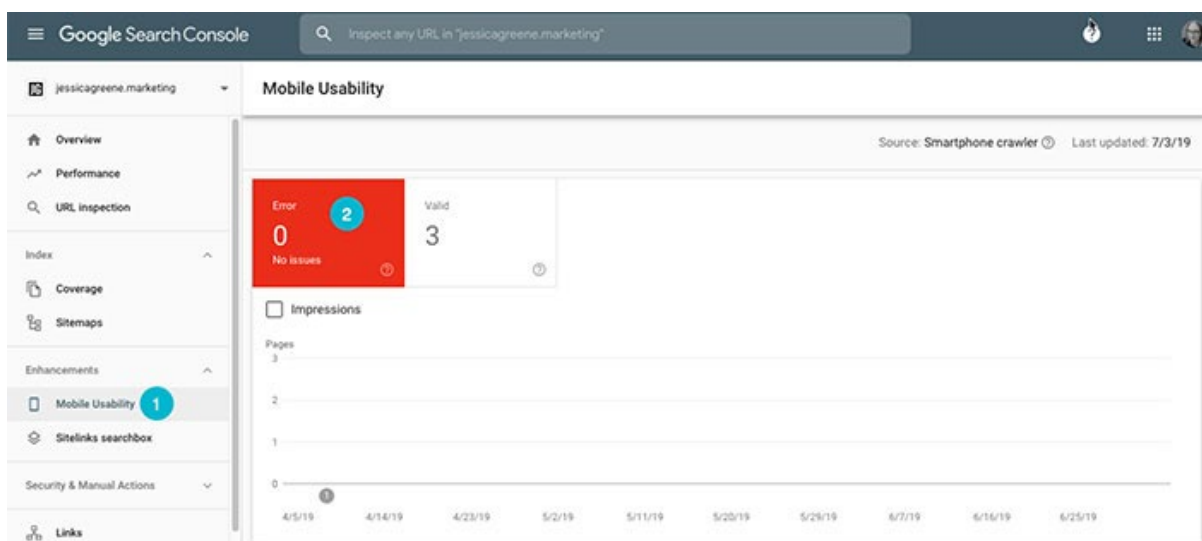
۲. آدرس سایت مپ مورد نظر را وارد نمایید؛

۳. روی دکمه Submit کلیک کنید.



۸- کسب اطمینان از موبایل فرندلی بودن برگه‌های سایت

گوگل با تکیه بر الگوریتم mobile-first indexing برای نحوه نمایش سایت‌ها در دستگاه‌های موبایل اولویت خاصی قائل است؛ بنابراین لازم است که همه برگه‌های سایت شما موبایل فرندلی (Mobile-friendly) باشند و به عبارت دیگر، در دستگاه‌های همراه به درستی به نمایش در بیایند. خوشبختانه، کنسول جستجوی گوگل، پیدا کردن مشکلات مرتبط با نحوه نمایش صفحات مختلف سایت در موبایل را آسان کرده است. به این منظور فقط کافی است که بر روی Mobile Usability کلیک کنید و وجود مشکلات احتمالی را بررسی نمایید. در صورتی که مشکلی وجود داشت با مراجعه به قسمت پایین صفحه می‌توانید جزئیات آن را مشاهده کنید.



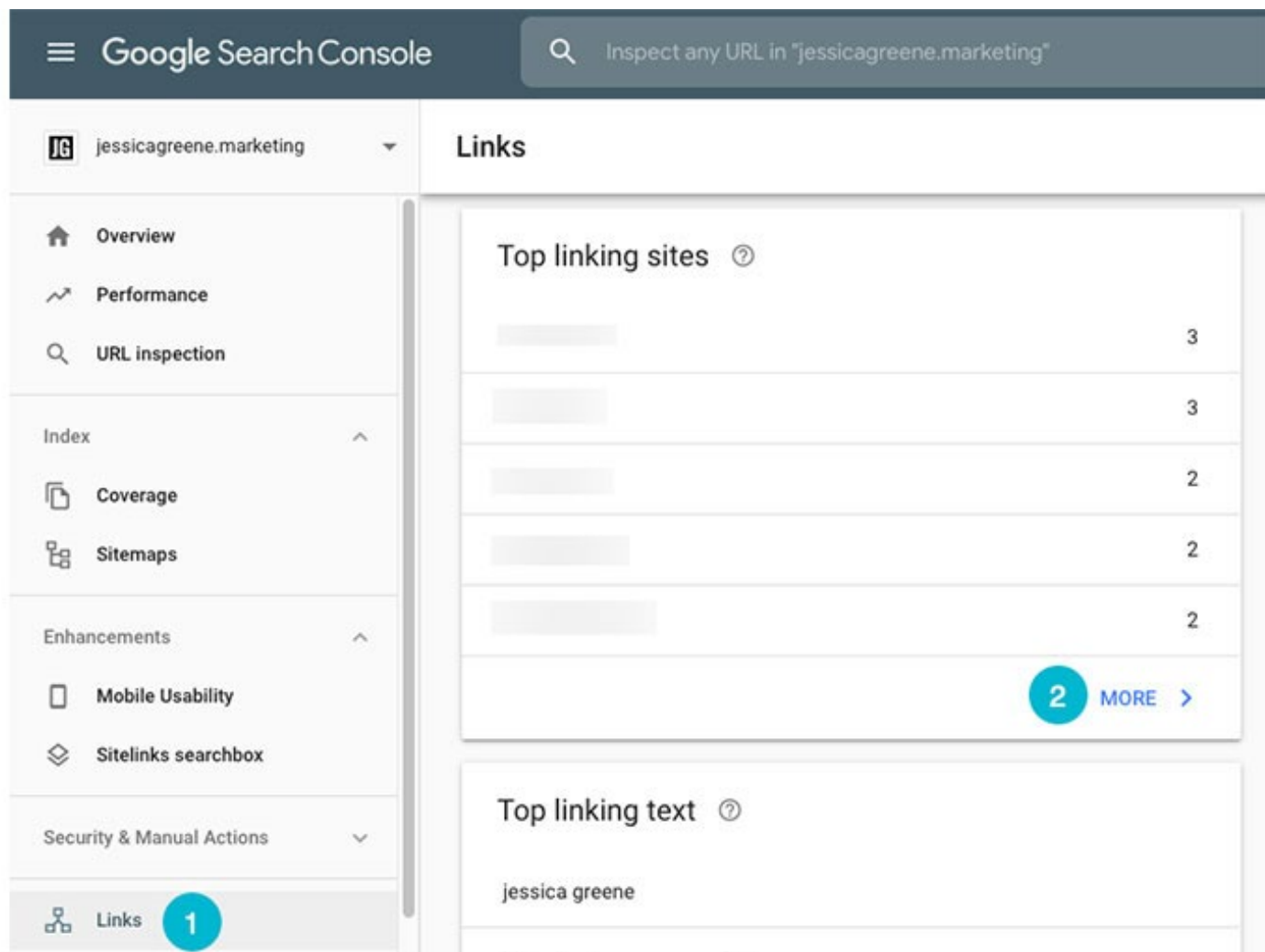
کنسول جستجو در این قسمت فهرستی از صفحاتی که نحوه نمایش آنها در موبایل ایراد دارد (مثلاً مؤلفه‌های مختلف صفحه بیش از حد به هم

نزدیک هستند یا فونت نوشته‌ها بسیار کوچک است) و نحوه تصحیح آنها را نمایش می‌دهد. با رفع این مشکلات، علاوه بر اینکه تجربه کاربری بهتری را برای بازدیدکنندگان سایت خود رقم می‌زنید، رتبه‌های بهتری را نیز در نتایج جستجو کسب خواهید کرد.

۹- مشاهده اطلاعات بک‌لینک‌های دریافتی

گزارش Links در کنسول جستجوی گوگل، لینک‌هایی که وبسایتهای دیگر به سایت شما داده‌اند و آنکِرِ تِکست یا متن آن لینک‌ها، و همچنین برگه‌های دریافت کننده بیشترین بک لینک و لینک داخلی را نشان می‌دهد.

برای مشاهده همه بک‌لینک‌های سایت خود از منوی جانبی بروی Links کلیک کنید و سپس برای مشاهده همه لینک‌های دریافتی به تفکیک منبع، بر روی گزینه More از قسمت Top linking sites کلیک نمایید.



۱۰- بررسی جریمه‌های احتمالی

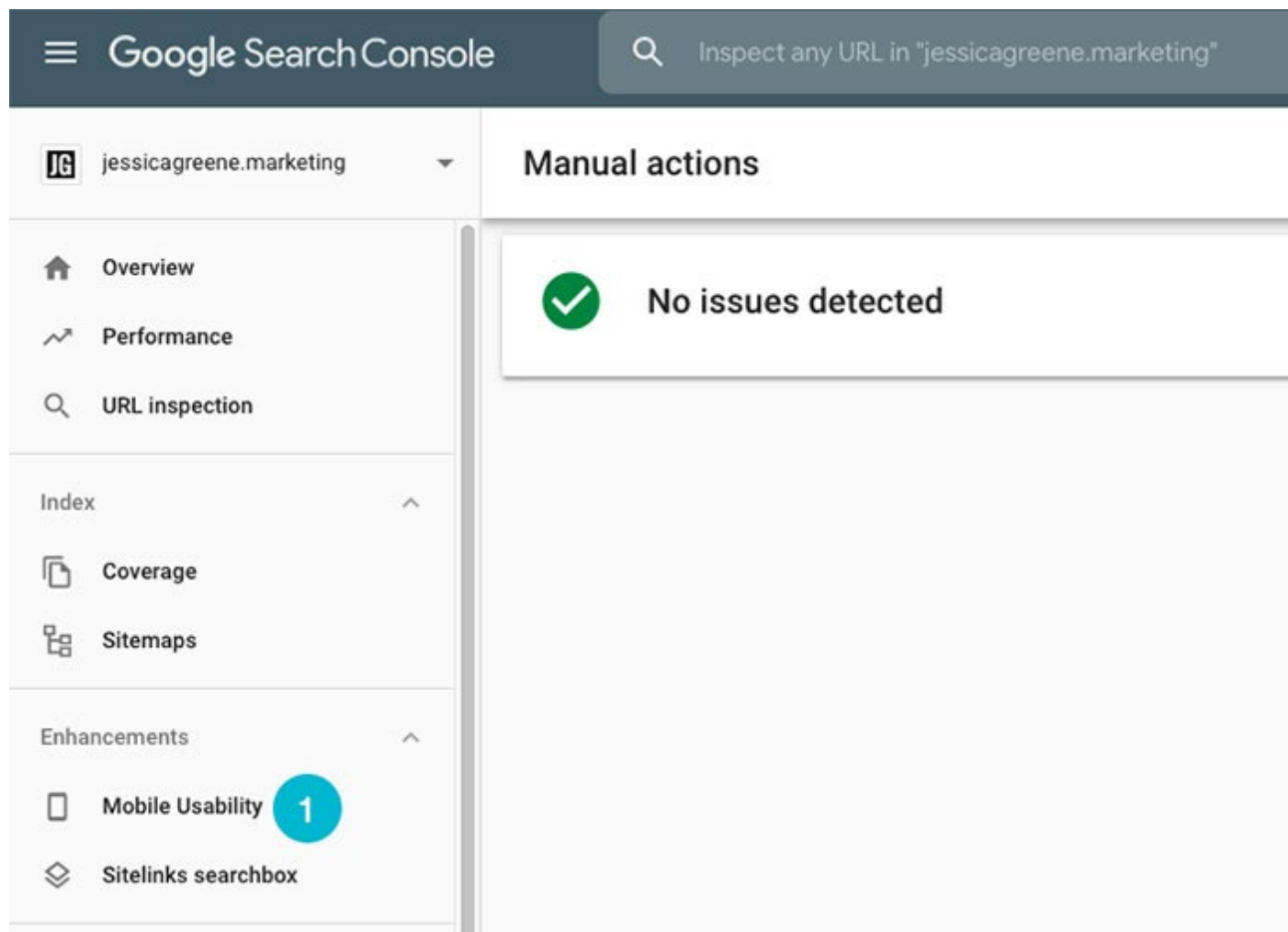
چنانچه برای گوگل مسجل شود که سایت شما از رهنمودهای کیفی آن تخطی کرده، هیچ بعید نیست که یک جریمه دستی یا manual action بر ضد آن صادر نماید و حتی کل سایتتان را از نتایج جستجو حذف کند.

معمولاً جریمه‌های دستی به خاطر مواردی مانند خرید بک لینک، انتشار محتوای کپی شده (scraped content) یا بی کیفیت، کیورد استافینگ (Keyword Stuffing) یا ریدایرکت‌های فریبکارانه صادر می‌شوند.

اگر خودتان یا کسی که برای کار بر روی سایت استخدام کرده‌اید برای تقویت سئوی سایت از روشهای غیراستانداردی استفاده نموده‌اید لازم است که وضعیت سایت خود از نظر دریافت جریمه را بررسی کنید.

دقت داشته باشید که احتمال صدور جریمه‌های دستی برای اقداماتی که دیگران در سایت شما انجام می‌دهند نیز وجود دارد. به عنوان نمونه، اگر گوگل بر این باور باشد که سایت شما هک شده، هیچ بعید نیست که آن را از ایندکس خود حذف کند. به علاوه، اگر سایت شما مملو از کامنت‌های بی‌کیفیتی باشد که حاوی لینک به سایت‌های مشکوک هستند باز هم احتمالاً مشمول جریمه‌های دستی گوگل خواهید شد.

اگرچه صدور این جریمه‌ها زیاد رایج نیست؛ اما اگر ترافیک سایت شما به سرعت کاهش یافته و دلیلی برای آن پیدا نمی‌کنید، باید قسمت Manual actions از کنسول جستجو را برای بررسی وجود جریمه‌های احتمالی بررسی نمایید. در صورت دریافت جریمه می‌توانید دستورالعمل‌های لازم برای رفع مشکل و ایندکس شدن مجدد سایت خود را از همین قسمت مشاهده کنید.



نکات پیشرفته و حرفه‌ای استفاده از کنسول جستجوی گوگل برای تقویت سئو

اکنون که با اصول و نکات ابتدایی استفاده از کنسول جستجوی گوگل آشنا شدید می‌توانید از این ابزار کاربردی در راستای برنامه‌ها و اقدامات پیشرفته‌تری استفاده کنید.

متخصصان سئو معمولاً پیشنهاد می‌کنند که برای تجزیه و تحلیل اطلاعات کنسول جستجوی گوگل در بازه‌های زمانی حداکثر سه ماهه برنامه ریزی داشته باشید. از این طریق می‌توانید:

- عملکرد محتواهای منتشر شده را بسنجید؛
- محتواهای موسوم به «تک شاخ» خود را پیدا کنید (نرخ کلیک خوری بالاتر از ۱۰ درصد با کسب رتبه در صفحه اول یا دوم نتایج جستجو) تا بتوانید از موضوعات و الگوهای بهتری استفاده نمایید؛
- ارزشمندترین کلمه‌های کلیدی سایتتان را پیدا کنید؛
- برگه‌هایی که impression بالا و کلیک خوری پایین دارند و در صفحه اول نتایج جستجو ظاهر می‌شوند را شناسایی کنید تا بتوانید نرخ کلیک را افزایش بدهید؛
- برگه‌هایی که impression بالا و کلیک خوری پایین دارند و در صفحه دوم نتایج جستجو ظاهر می‌شوند را شناسایی نمایید و محتوای بیشتر و بهتری را اضافه کنید تا اعتبار آنها در موضوع مورد نظر افزایش پیدا کند؛
- عبارات جستجو شده در گوگل که وبسایت شما در نتایج آنها ظاهر شده را بررسی نمایید و کلمه‌های کلیدی جدید یا بی‌ربطی که سایت شما برای آن رتبه کسب کرده را شناسایی کنید؛

البته پتانسیل کنسول جستجوی گوگل فراتر از اینهاست و می‌توانید از این ابزار قدرتمند در راستای موارد دیگری نیز بهره‌برداری کنید. در ادامه به سایر پیشنهادات متخصصان سئو در این زمینه اشاره می‌کنیم.

۱- شناسایی فرصت‌های لینک‌سازی داخلی برای افزایش رتبه در نتایج جستجو

با استفاده از کنسول جستجوی گوگل به راحتی می‌توانید از فرصت‌های درخشان لینک‌سازی اطلاع پیدا کرده و با استفاده از لینک‌های داخلی، سئوی سایت خود را تقویت کنید. به این منظور کافی است که از برگه‌هایی که اعتبار و ارزش بیشتری دارند به برگه‌هایی لینک بدهید که به دنبال رشد رتبه آنها هستید. این یک تاکتیک مؤثر برای ورود به صفحه اول محسوب می‌شود که بازده بسیار سریعی نیز دارد.

در این راستا باید در کنسول جستجوی گوگل به دنبال برگه‌هایی باشید که در رتبه‌های بین ۴ تا ۹ نتایج جستجو قرار دارند. سپس با مرتب کردن برگه‌ها بر اساس *impression* و کلیک، برگه‌هایی که اعتبار بالاتری دارند را پیدا کنید. معمولاً این برگه‌ها از دیدگاه گوگل ارزشمندترین برگه‌های سایت شما محسوب می‌شوند.

پس از شناسایی برگه‌هایی که اعتبار بالایی دارند و برگه‌هایی که عملکرد آنها چندان مطلوب نیست، از برگه‌های معتبرتر به برگه‌های ضعیف‌تر سایت لینک بدهید. از این طریق، مقداری از اعتبار آن برگه‌ها به برگه‌های ضعیف انتقال پیدا می‌کند که می‌تواند باعث بهبود رتبه آنها شود.

۲- شناسایی برگه‌هایی که Crawl Budget یا بودجه خزش سایت شما را به هدر می‌دهند

گوگل لزوماً تک تک صفحات سایت شما را بررسی نمی‌کند؛ بلکه در عوض، یک Crawl Budget یا «بودجه خزش» برای شما در نظر می‌گیرد و تعداد صفحاتی که در هر دوره مورد بررسی یا خزش قرار می‌دهد را با توجه به آن محدود می‌کند.

این می‌تواند به یک معضل مهم تبدیل شود؛ زیرا هیچ بعید نیست که محتوای جدید یا به‌روز شده سایت شما توسط ربات‌های گوگل نادیده گرفته شده و در نهایت در نتایج جستجو ظاهر نشود.

معمولاً بودجه خزش برای سایت‌های کوچک مسئله ساز نمی‌شود؛ اما اگر سایت شما هزاران صفحه محتوا داشته باشد به مشکل برخورد خواهید خورد. بر طبق اعلام گوگل، «وجود حجم زیادی از آدرس‌های کم ارزش می‌تواند بر کار ربات‌ها و ایندکس شدن سایت تأثیر منفی بگذارد.»

در چنین شرایطی، کنسول جستجوی گوگل می‌تواند به شما کمک کند تا برگه‌های کم ارزشی که تأثیر منفی بر بودجه خزش سایت گذاشته‌اند را شناسایی کنید.

به این منظور، در کنسول جستجو به دنبال برگه‌هایی بگردید که کمترین میزان impression و کلیک را دریافت می‌کنند. سپس یا آنها را حذف کنید، یا اینکه این برگه‌ها را به برگه‌هایی که محتوای مشابهی دارند تغییر مسیر (ریدایرکت) بدهید؛ و یا محتوای آنها را به‌روز کرده و بهتر کنید.

مطالعات و بررسی‌های مختلف نشان داده است که با حذف (یا تغییر مسیر ۳۰۱) برگه‌هایی که هیچ ترافیکی ندارند یا ترافیک دریافتی آنها اندک است، گوگل ارزش بیشتری برای برگه‌های کاربردی‌تر سایت قائل خواهد شد. در مجموع، این تاکتیک باعث افزایش قابل توجه حجم کلی ترافیک دریافتی سایت شما می‌شود.

۳- شناسایی کلمه‌های کلیدی هدف ایده آل

بعد از اینکه حجم محتوا در سایت شما رو به افزایش گذاشت باید برگه‌های موجود را مجدداً به زیر ذره بین ببرید تا بتوانید فرصت‌های تازه و بهتری

برای بهبود کلمه‌های کلیدی پیدا کنید؛ زیرا معمولاً فقط یک جادوگر می‌تواند همان بار اول بهترین کلمات کلیدی ممکن را انتخاب کند.

به منظور پیدا کردن کلمه کلیدی ایده آل برای محتوایی که قبلاً منتشر کرده‌اید و سپس بهینه‌سازی مجدد برگه مورد نظر برای آن کلمه کلیدی، دکمه‌های impressions، CTR، average position و فعال کرده و کوئری‌هایی که برگه سایت شما برای آنها در نتایج جستجو رتبه کسب کرده را بررسی کنید.

اطلاعات نمایش داده شده را بر اساس impressions مرتب کنید و عبارتی که بیشترین impression را دریافت کرده و رتبه آن بین ۳ تا ۷ است را پیدا کنید. سپس این کوئری یا عبارت جستجو شده را در عنوان سئو یا عنوان H1 برگه مورد نظر به کار ببرید.

به خاطر داشته باشید که چنین تغییرات کوچکی در محتوا یا متادیتا می‌تواند سایت شما را از صفحه دوم به صفحه اول نتایج جستجو برساند. حتی چه بسا تنها پس از گذشت دو هفته از اعمال این تغییرات، شاهد تغییرات عمده‌ای در میزان ترافیک دریافتی باشید.



۴- شناسایی فرصت‌های بهبود نرخ کلیک خوری

با وجود اینکه click-through-rate یا نرخ کلیک خوری یکی از شاخص‌های مهم تعیین رتبه است، اما بسیاری از صاحبان سایت از این واقعیت اطلاعی ندارند. به زبان ساده، اگر نتیجه‌ای که از سایت شما در صفحه نتایج جستجوی گوگل ظاهر می‌شود هیچ کلیک‌ی دریافت نکند یا کلیک‌های دریافتی آن کم باشد، رتبه آن کاهش داده خواهد شد؛ زیرا گوگل این نتیجه را به عنوان یک نتیجه کم ارزش و نامتناسب تلقی می‌کند. از طرف دیگر، چنانچه نتیجه شما زیاد کلیک بخورد، رتبه شما افزایش پیدا خواهد کرد.

برای شناسایی میزان کلیک که دریافت کرده‌اید باید به آمار CTR کوئری‌ها و برگه‌هایی که برای آنها رتبه کسب کرده‌اید توجه کنید. در صورتی که impression دریافت می‌کنید، اما هیچ کس برای مشاهده مقاله یا برگه مورد نظر بر روی لینک آن کلیک نمی‌کند، باید به منظور پیدا کردن راهکارهایی برای بهینه‌سازی عنوان، توضیحات متا یا آدرس صفحه وقت بگذارید تا بتوانید مردم را برای کلیک کردن متقاعد کنید.

به علاوه، بهتر است که نگاهی به برگه‌های دیگری که در بالای نتیجه شما در صفحه نتایج جستجو ظاهر می‌شوند بیندازید و سؤالاتی از این دست را از خودتان بپرسید:

- آیا محتوای من با هدف یا نیت فرد جستجوکننده از جستجو (User Intent) هماهنگی دارد؟
- آیا می‌توانم با انتخاب یک عنوان بهتر، کیفیت محتوا را به مخاطب نشان بدهم؟
- آیا محتواهای دیگر از محتوای من کیفیت بهتری دارند؟
- چگونه می‌توانم سؤالات هر خواننده را بهتر پیش بینی کرده و به آنها پاسخ بدهم؟

سعی کنید عناوینی را به کار ببرید که جذاب‌تر هستند، مخاطب را کنجکاو می‌کنند و حاوی اعداد و پیرانتز هستند تا تعداد بیشتری به کلیک بر روی آنها ترغیب شوند. به علاوه، توضیح متای برگه باید به این سؤال پاسخ بدهد که «چرا باید روی لینک این برگه کلیک کنید و نه برگه‌های دیگر؟»

۵- پیدا کردن برگه‌هایی که به بهینه‌سازی‌های بیشتری نیاز دارند

کنسول جستجوی گوگل، بهترین منبع برای کسب اطلاعات بیشتر درباره رتبه سایت و برگه‌های مختلف آن محسوب می‌شود. البته می‌توانید این اطلاعات را از گزارش‌های تلفیق شده در گوگل آنالیتیکس یا مستقیماً از کنسول جستجو دریافت کنید؛ اما در هر صورت این ابزار اطلاعات و آماری را در اختیار شما قرار می‌دهد که در هیچ جای دیگر در دسترس نیست.

یکی از اقدامات کلیدی و مهمی که باید با این اطلاعات ارزشمند انجام بدهید این است که رتبه دریافتی هر برگه و عبارتی که برای آن رتبه دریافت کرده را شناسایی کرده و سپس به منظور کسب رتبه‌های بهتر برای آن عبارت، بهینه‌سازی‌های لازم را انجام بدهید. در واقع، این سریع‌ترین روش برای افزایش ترافیک طبیعی وبسایت محسوب می‌شود.

پیشنهاد ما این است که به دنبال کلمات کلیدی و برگه‌هایی باشید که در صفحه دوم یا انتهای صفحه اول نتایج جستجو ظاهر می‌شوند. کلیدواژه‌ها و برگه‌هایی که با وجود داشتن impression زیاد، رتبه‌های بالایی را دریافت نکرده‌اند باید به عنوان نقطه تمرکز اصلی مد نظر قرار داده شوند؛ چرا که پتانسیل بالایی برای دریافت ترافیک دارند.

به علاوه، می‌توانید ابتدا با استفاده از گوگل آنالیتیکس برگه‌هایی که بیشترین ترافیک را دریافت می‌کنند شناسایی کنید و سپس برای پیدا کردن اطلاعاتی که به منظور بهینه‌سازی بیشتر آن برگه‌ها نیاز دارید به سراغ کنسول جستجو بروید.

۶- پیدا کردن کلمه‌های کلیدی مناسب برای کمپین‌های جستجوی

پولی

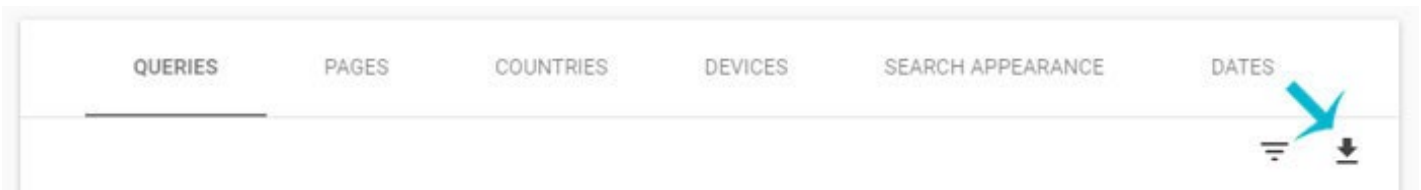
کنسول جستجوی گوگل این پتانسیل را دارد که به عنوان یک مرجع بی نظیر برای پیدا کردن کلمه‌های کلیدی مناسب‌تر و بهتر مورد استفاده قرار بگیرد. به این منظور در قسمت گزارش Performance، دکمه‌های کلیک و impression را فعال کنید تا آمار این دو برای سه ماه گذشته به نمایش

در بیاید. سپس با مراجعه به ستون impressions و مرتب کردن نزولی کلمه‌های کلیدی بر اساس این شاخص می‌توانید ایده‌های بیشتر و چه بسا بهتری را برای کمپین‌های Google Ads خود پیدا کنید.

علاوه بر این، می‌توانید با انتخاب دکمه‌های Average و Average CTR position، نتایج حاصله را بر اساس position یا جایگاه مرتب کنید تا عباراتی که برگه‌های سایت شما بیشترین رتبه‌ها را برای آنها کسب کرده‌اند نمایش داده شود. با استفاده از این استراتژی پیدا کردن کلمه‌های کلیدی در برگه‌های فرود سایتان می‌توانید امتیاز کیفی گروه آگهی (ad group) خود را افزایش بدهید. بالاتر بودن این امتیاز به معنی پرداخت هزینه کمتر برای هر کلیک و کسب رتبه‌های بالاتر خواهد بود.

۷- پیدا کردن ایده‌های بهتر برای تولید محتوا

اگر به دنبال ایده‌های بهتر و مؤثرتری برای تولید محتوا هستید، کنسول جستجوی گوگل در این زمینه نیز شما را ناامید نخواهد کرد. به این منظور، با استفاده از فلش بالای جدول گزارش Performance، تا ۱۰۰۰ کوئری از عباراتی که سایت شما برای آنها در نتایج جستجو ظاهر می‌شود را در یک فایل ذخیره کنید.



سپس به منظور شناسایی گروه موضوعی کلیدواژه‌هایی که سایت شما برای آنها در نتایج جستجو ظاهر می‌شود، کوئری‌ها را به صورت موضوعی طبقه بندی کنید. از این طریق، موضوعاتی که بیشتر باید برای تولید محتوا درباره آنها وقت بگذارید تا بتوانید impression و کلیک بیشتری دریافت کنید مشخص خواهد شد.

۸- شناسایی تغییرات حجم جستجوی کلمه‌های کلیدی برند و غیر برند

اخیراً کمیت و کیفیت اطلاعاتی که می‌توان درباره کلمات کلیدی در کنسول جستجو به دست آورد گسترش بیشتری یافته و همین توسعه و پیشرفت، این قابلیت بی نظیر را به یکی از پرکاربردترین امکانات کنسول جستجو تبدیل کرده است. در عین حال، آمار این ابزار فقط به جستجوهای اخیر محدود نمی‌شود و لذا می‌تواند در هنگام پیگیری و ارزیابی عملکرد سالانه کلمات کلیدی برند و غیر برند نیز بسیار سودمند واقع شود. در نتیجه با استفاده

از این قابلیت، اطلاعات دقیق‌تری را در اختیار خواهید داشت و از توسل به حدس و گمان جلوگیری خواهد شد.

۹- کاهش بانس ریت با شناسایی کلمه‌های کلیدی منفی

یکی از مزایای استفاده از کنسول جستجوی گوگل به منظور بررسی کلیدواژه‌هایی که سایتتان برای آنها رتبه کسب کرده، شناسایی کلمه‌های کلیدی منفی (Negative Keywords) است. اما منظور از کلمه‌های کلیدی منفی چیست؟

کلمه‌های کلیدی منفی به آن دسته از کوئری‌هایی گفته می‌شود که اگرچه برای آنها رتبه کسب کرده‌اید، اما در واقع نباید به خاطرشان در نتایج جستجو ظاهر شوید؛ چرا که با خواسته و نیت کاربر (user intent) از جستجوی آن کلمه کلیدی تناسبی ندارند. به عبارت دیگر، نتیجه‌ای که از سایت شما برای آن کلمه کلیدی نمایش داده می‌شود برای جستجوکننده مطلوب نیست و لذا باعث افزایش بانس ریت (Bounce rate) سایتتان خواهد شد. بنابراین لازم است که در اسرع وقت، اقدامات مراقبتی و اصلاحی مورد نظر را به مرحله اجرا دریاورید.

یک روش برای رفع این مشکل، به روزرسانی محتواست تا با کلیدواژه‌های که برای آن رتبه کسب کرده‌اید هماهنگ‌تر شود و بتواند نیاز و خواسته کاربر از جستجو را برآورده کند.

روش دیگر می‌تواند این باشد که مطلب جدیدی تهیه کنید که با نیاز و نیت کاربر متناسب است و سپس در صفحه‌ای که اکنون در نتایج جستجو رتبه به دست آورده به صفحه جدید لینک بدهید.

۱۰- ارائه اطلاعات بیشتر درباره سایت به گوگل بدون اضافه کردن استراکچر دیتا

اضافه کردن استراکچر دیتا (Structured Data) به سایت، اطلاعات بیشتری را درباره محتوا در اختیار گوگل قرار می‌دهد. به عنوان مثال، با استفاده از استراکچر دیتا می‌توانید برای گوگل مشخص کنید که محتوای شما یک مقاله عمومی است، یا اینکه یک فهرست پرسش و پاسخ، آگهی شغلی، نقد و بررسی و یا هر چیز دیگری.

استراکچر دیتا به گوگل کمک می‌کند تا درک بهتری از محتوای شما به دست بیاورد و به نوبه خود می‌تواند جایگاه بهتری را در نتایج جستجو برای

شما فراهم کند. در عین حال، همه متخصصان سئو تجربه کافی در توسعه وب ندارند و گاهی هم امکان دسترسی به کدهای وبسایت وجود ندارد.

خوشبختانه با استفاده از ابزار data highlighter در کنسول جستجوی گوگل می‌توانید نحوه نمایش وبسایت در صفحه نتایج جستجو را سفارشی کنید. از این طریق، گوگل درک بهتری از محتوای شما به دست می‌آورد، سایتتان متمایزتر به نظر می‌رسد و رتبه آن نیز بهبود پیدا می‌کند.

ابزار data highlighter اضافه کردن تگ‌های مناسب به قسمت‌های مختلف محتوا را آسان می‌کند و نیاز به افزودن استراکچر دیتا به سایت را تا حد زیادی برطرف می‌کند. در واقع، تمام کاری که باید انجام بدهید این است که آدرس یکی از صفحات سایت خود را وارد کنید تا وارد فرآیند مربوطه شوید و بتوانید تگ‌های مناسب هر قسمت از برگه را در محل مناسب قرار بدهید.

گوگل در رتبه بندی خود، اطلاعات کلیدی موجود در بافت صفحه را لحاظ می‌کند؛ لذا با استفاده از data highlighter می‌توانید پیدا کردن این سرنخ‌ها را برای گوگل آسان‌تر کنید و بافت ساختارمندتری را در اختیار آن قرار بدهید.

دقت کنید که data highlighter هنوز به نسخه جدید کنسول جستجو انتقال داده نشده و برای استفاده از آن باید از نسخه قدیمی کنسول جستجوی گوگل (از این آدرس) استفاده نمایید.

سخن پایانی

هرچه سایت خود را بیشتر برای کسب رتبه‌های بهتر در نتایج جستجو بهینه‌سازی می‌کنید، متوجه می‌شوید که برای انجام بهتر کار خود به اطلاعات بیشتر و بیشتری نیاز دارید. در واقع، حتی در انجام امور مقدماتی و ساده سئو نیز علاوه بر اطلاعات آنالیتیکس به اطلاعات کنسول جستجوی گوگل نیز نیاز خواهید داشت. خوشبختانه گوگل امکان تلفیق اطلاعات کنسول جستجو با آنالیتیکس را فراهم کرده و لذا می‌توانید به راحتی از طریق گوگل آنالیتیکس به اطلاعات کلمه‌های کلیدی و عملکرد جستجو دست پیدا کنید.

در نهایت با استفاده مؤثر از کنسول جستجوی گوگل و بهره برداری از نکات و مواردی که در این مطلب به آنها اشاره شد می‌توانید گام‌های استوارتری را در مسیر تقویت سئوی سایت خود بردارید و موفقیت بیشتری را در این زمینه شاهد باشید.