

(۱ ساعت و ۸ دقیقه و ۳۳ ثانیه)

درس اول : Local SEO چیست و چرا اهمیت دارد

مشتریان محلی شاید واجب تر از مشتریانی باشند که از محل و مغازه و شرکت شما دور باشند!!!!

در این فصل و مجموعه درس های ارائه شده در این فصل در مورد Local Search Engine Optimization (Local SEO) به تفضیل همراه با سناریوهای متعدد و متفاوت موارد را بررسی خواهیم نمود.

این سناریوها را در SERP و بخش Local Pack در نتایج گوگل مورد بررسی قرار خواهیم داد تا بتوانیم نقش این مورد را در افزایش بازدید کننده و افزایش فروش کالا یا سرویس خود داشته باشید.

علاوه بر اینکه در این درس در مورد اهمیت Local SEO و نقش آن در بهبود کسب و کار و وب سایت صحبت خواهیم نمود در مورد جاهایی که میتوانیم این کار را هم انجام دهیم صحبت خواهیم نمود.

یکی از مهمترین اتفاقاتی که نه فقط در این درس بلکه در تمامی درس های آموزشی این فصل اتفاق خواهد افتاد آمارهایی میباشد که اهمیت Local SEO را برای شما آشکارتر خواهد نمود.

اگر پیتزا فروش، لوله کش، دکتر، مدیر عامل شرکت، و یا هر کسب و کاری دارید که نیاز هست تا کاربران به محل و مکان شما بیایند و شما را به راحتی پیدا نمایند حتما و ۱۰۰٪ تمامی آموزش های این فصل را ملاحظه نمایند و حتی اگر کسب و کاری دارید که نیاز به مراجعه حضور مشتری ندارید مطمئن باشید صحبت هایی را بریتان بازگو خواهیم کرد که شاید انجام دادن این کارها در اولویت برای شما قرار بگیرند.

سیلابس:

۱. نگاه کلی به مطالب آموزشی که در این فصل یاد خواهید گرفت
۲. بررسی کلی بخش Local Pack 3 صفحه نتایج گوگل و اهمیت آن در پیدا شدن کسب و کارها
۳. تعریف دقیق Local SEO
۴. بیان مثال های مختلف از کسب و کارهایی که نیاز به Local SEO دارند
۵. بررسی واکنش گوگل در زمان تایپ کردن کلمات کلیدی خاص و نمایش Local Pack 3
۶. بررسی فاکتورهایی که چرا Local SEO اهمیت دارند
۷. بیان آمارهای جالب برای درک بهتر اهمیت Local SEO در فضای کسب و کار
۸. مقایسه جستجو هایی که در موبایل و تبلت و PC انجام میشود و نتیجه گیری برای اهمیت Local SEO
۹. بررسی افراد و مدل کسب و کارشان که میتوانند از Local SEO بهره ببرند
۱۰. بررسی افراد و مدل کسب و کارشان که از Local SEO میتوانند بهره ای ببرند و Local SEO برایشان کارآمد نیست
۱۱. بررسی دقیق بخش های داخلی Local Search گوگل
۱۲. فیلتر کردن نتایج در Local Search
۱۳. بررسی چند کلمه کلیدی برای راستی آزمایی نمایش نتایج گوگل در Local Search
۱۴. معرفی سرویس Google My Bussiness به عنوان یکی از بهترین ابزارها برای Local SEO
۱۵. بررسی بخش هایی که در Local SEO اهمیت دارند
۱۶. بررسی اهمیت محتوای صفحه در Local SEO
۱۷. بررسی نوع ایجاد نمودن محتویات و تاثیر گذار بودن آن در Local SEO
۱۸. بررسی اهمیت لینکها در Local SEO
۱۹. بررسی لیست انواع وب سایت هایی که میتوانید برای Local SEO از آنها استفاده نمایید
۲۰. بررسی تاریخچه الگوریتم های گوگل به لحاظ تغییراتشان در Local SEO
۲۱. بررسی آینده Local SEO و لزوم سرمایه گذاری در این حوزه

درس دوم : ۲۵ عامل مهم در Local SEO

در آموزش امروز در مورد ۲۵ عامل مهم در بالا رفتن رتبه Local SEO سایت شما به تفضیل صحبت خواهیم نمود و تک تک این موارد را با نمایش وب سایت ها همراه با تجزیه تحلیل سورس کد آنها و یا خود وب سایت برایتان به تفضیل شرح خواهیم داد.

این ۲۵ عامل را در ۲ گروه مواردی پایه ای و موارد پیشرفته برایتان تقسیم بندی نموده ایم.

توصیه میکنیم هر چه سریعتر چنانچه آموزش های قبلی را مشاهده کرده اید درس امروز رو ببینید.

سیلابس:

۱. بررسی ۲۵ عامل بسیار مهم در Local SEO
۲. بررسی رابطه رشد دستگاه های موبایل و تبلت و دستگاه هایی که به اینترنت متصل میشوند با Local SEO
۳. بررسی نتایج در Local Pack 3 در نسخه های مختلف موبایل و تبلت
۴. بررسی تخصصی موارد پایه ای در بالا رفتن Local SEO
۵. بررسی موارد پیشرفته در بالا رفتن Local SEO
۶. بررسی ابتدایی ایجاد حساب کاربری برای Google My Bussiness
۷. بررسی ابتدایی انتخاب گروه مناسب در Google My Bussiness و نکات مهم آن
۸. بررسی ابتدایی انتخاب مناسب تصویر برای Google My Bussiness و نکات مهم آن
۹. بررسی تصاویر وب سایت رستوران و تجزیه و تحلیل آن در Local Search همراه با نکات مفید
۱۰. بررسی ابتدایی Bing Places در مقایسه با Google My Bussiness
۱۱. تعریف سایت های Citation و اهمیت آن در Local SEO
۱۲. تعریف سایت های Online Directories و اهمیت آن در Local SEO
۱۳. معرفی چند سایت خارجی از نوع Citation
۱۴. معرفی سایت ایرانی از نوع Citation
۱۵. تعریف سایت های Review Site و اهمیت آن در Local SEO و کاربردهای آن
۱۶. معرفی چند سایت از نوع Review Site
۱۷. تاثیر گرفتن نظرات مثبت در افزایش Local SEO
۱۸. بررسی دستورالعمل های گوگل برای گرفتن نظرات مثبت و موارد پیرامونی آن
۱۹. بررسی وجود کلمات کلیدی محلی نام شهرها یا استان ها در نظرات داده شده توسط کاربران
۲۰. بررسی نظرات داده شده چند سایت در Local Search وب سایت گوگل و استخراج مطالب مفید
۲۱. میزان و نوع پاسخدهی به نظرات و تاثیر گذار بودن آن بر روی Local SEO
۲۲. بررسی نظرات منفی و مدیریت آنها و تاثیر گذار بودنشان در Local SEO

- ۲۳. نقش شبکه های اجتماعی در Local SEO
- ۲۴. تعریف Local SEO در Name, Address, Phone (NAP)
- ۲۵. تاثیر نسخه موبایل (Responsive) در Local SEO
- ۲۶. بررسی نسخه موبایل سایت آزمایشی dariush.pro در یکی دیگر از سرویس های گوگل
- ۲۷. نقش Structured Markup Language در Local SEO
- ۲۸. بررسی دقیق Structured Markup Language و تولید آن توسط دستورالعمل های سایت گوگل
- ۲۹. تولید Structured Markup Language توسط ابزارهای خوب آنلاین و قرار دادن آن در سایت
- ۳۰. بررسی نقش بک لینکها در Local SEO
- ۳۱. بررسی نقش Title و Meta Description در Local SEO
- ۳۲. بررسی ترکیب کلمات کلیدی به همراه موقعیت جغرافیایی و تاثیر گذار بودن آن در Local SEO
- ۳۳. عامل نزدیک بودن جستجو کننده به شما و تاثیر آن در Local SEO
- ۳۴. تاثیر DA سایت شما بر روی Local SEO

درس سوم: لینک های محلی و روش های پیدا کردن آنها

در Local SEO هم نیاز است شما کار ساختن بک لینک را انجام دهید دقیقا با همین تکنیک هایی که در فصل قبل در مورد آنها صحبت کردیم. بنابراین در این فصل به تفضیل در مورد پیدا کردن چنین صفحات و وب سایت هایی خواهیم پرداخت و حتی چند سایت بزرگ در این بحث آموزشی را به شما معرفی خواهیم نمود.

سعی کردیم این درس همراه با مثال های متنوعی باشد تا باز هم بتوانیم در مورد این بحث آموزشی خیلی خوب تمامی موارد را به حضورتان عرض کنیم.

سیلابس:

۱. تعریف لینک های محلی (Local Link)
۲. بررسی عوامل تاثیر گذار برای بهبود لینک های محلی
۳. بررسی سایت Alexa برای مدیریت بهتر لینک های محلی
۴. نقش وب سایت های Citation در لینک های محلی و بررسی میزان تاثیر گذار بودن آنها
۵. بررسی ابزار MOZ Local جهت مدیریت لینک های محلی
۶. بیان یک سناریوی قوی از پیدا کردن وب سایت هایی که میتوانید لینک های محلی خود را در آنها قرار دهید
۷. بررسی نقش روزنامه ها و رسانه های محلی در Local SEO
۸. معرفی برخی از ابزارهای آنلاین فوق العاده برای پیدا کردن و مدیریت لینکهای محلی

(۵۵ دقیقه و ۲۲ ثانیه)

درس چهارم: روش های ایجاد نمودن محتویات در Local SEO

در مورد نقش ایجاد نمودن محتویات و تمامی موارد مربوط به آن به تفصیل در فصل های قبلی همین دوره آموزشی سئو صحبت کرده ایم اما در درس امروز در مورد ۹ روش ایجاد نمودن محتویات برای Local SEO به تفصیل صحبت خواهیم نمود. بنابراین بدون اینکه زمان را از دست دهیم، این ویدئوی آموزشی را مشاهده فرمایید.

سیلابس:

۱. بررسی دقیق ۹ روش ایجاد نمودن محتویات مخصوص Local SEO
۲. بررسی ابتدایی اهمیت نوشتن محتویات برای Local SEO و میزان تاثیر گذار بودن آن
۳. بررسی نوشتن محتویات مخصوص یک ناحیه برای انجام Local SEO و تجزیه و تحلیل چند وب سایت موفق در این مورد
۴. بررسی نوشتن محتویات مخصوص استان برای انجام Local SEO و تجزیه و تحلیل چند وب سایت موفق در این مورد
۵. بررسی وب سایت های ذکر شده در SERP و مخصوصا Local Search و راستی آزمایی این روش
۶. بررسی نقش سایت Yelp در این مورد و میزان تاثیر گذار بودن آن
۷. نقش صفحات FAQ و ایجاد نمودن محتویات برای Local SEO و بررسی وب سایت و تجزیه و تحلیل صفحه FAQ آن
۸. بررسی نقش تخفیف ها بر روی موارد Local SEO به همراه آنالیز سایت های متعدد
۹. بررسی روش Host Local Event به همراه آنالیز سایت های متعدد
۱۰. بررسی روش Partner with Local Events به همراه آنالیز سایت های متعدد
۱۱. بررسی روش Blog Content به همراه آنالیز سایت های متعدد
۱۲. بررسی روش Best Of Guide به همراه آنالیز سایت های متعدد

(۳۹ دقیقه و ۱۱ ثانیه)

درس پنجم: اهمیت NAP و UX در Local SEO

این درس حتما درسی خواهد بود که در مورد نقش UX نه فقط در Local SEO بلکه در موفقیت وب سایت و داشتن رتبه خوب وب سایت در هر موتور جستجویی صحبت خواهیم نمود. البته در کنار UX حتما در مورد Name, Address, Phone number (NAP) و نقش آن در سئوی محلی سایت نیز به تفصیل صحبت خواهیم نمود.

در درس های گذشته همین فصل در مورد NAP و تعریف آن صحبت شده بود ولی به دلیل اهمیت آن در Local SEO و سریع پیدا شدن کسب و کار در موتورهای جستجو مخصوصا Local Pack و یا 3 Pack نیز درسی اختصاصی برای آن ساخته ایم.

توصیه میشود قبل از اینکه بخواهیم حساب کاربری خود را در Google My Bussiness (GMB) ایجاد نمایید که در درس های آینده به تفصیل در مورد راه اندازی آن صحبت خواهیم نمود، حتما اطلاعات درست و واقعی و یکپارچه NAP را نیز فراهم نمایید.

سیلابس:

۱. اهمیت User Experience (UX) در Local SEO و موفقیت وب سایت
۲. اهمیت Name, Address, Phone (NAP) در Local SEO و موفقیت وب سایت
۳. نمایش آمار به همراه تجزیه و تحلیل آنها در استفاده از دستگاه های موبایل و تبلت و نقش UX و NAP در آنها
۴. بررسی NAP در جستجوی محلی گوگل یا همان Local Search
۵. نقش NAP در سریع ارتباط برقرار کردن کاربران با شما
۶. نقش NAP در اعتماد سازی و افزایش کسب و کار
۷. دلایل متفاوت برای ناهماهنگ بودن NAP
۸. تاثیر هماهنگ بودن NAP بر روی کاربران
۹. نقش صفحات Lazy Load در UX وب سایت و دلایل استفاده کردن یا نکردن آن
۱۰. بررسی دقیقتر بخش Quality Guideline گوگل جهت بیان چند نکته

(۵۲ دقیقه و ۱۰ ثانیه)

درس ششم: ۲۱ حقیقت در مورد نظرات آنلاین مشتریان

اگر دوست ندارید که مشتریان به کالاها و یا سرویس های شما نظر دهند و یا نظرات خود را در قالب نوشته ای در گوگل مطرح نمایند حتما درس آموزشی امروز و درس بعدی را به دقت ملاحظه فرمایید، چرا که با نشان دادن سایت های بزرگ در گرفتن نظرات مشتریان یا همان User Review توانسته اند رتبه و جایگاه بهتری برای خود ایجاد نمایند.

ما در این ۲ درس در مورد گرفتن نظرات مشتریان در سایت خودتان صحبت نمیکنیم بلکه در مورد گرفتن نظرات مشتریان در قالب Google review و با راه اندازی حساب کاربری Google My Bussiness صحبت خواهیم نمود.

بنابراین برای راه اندازی آن نیازی به برنامه نویسی و طراحی مجدد سایت ندارید بلکه تنها کافی است حساب کاربری خود در Google My Bussiness راه اندازی نمایید و به نظرات و نوشته های مشتریان پاسخ دهید.

در این درس در مورد ۲۱ حقیقتی که در User review وجود دارد صحبت خواهیم نمود. این حقایق از گرفتن نظرات و پاسخ دهی به آنها و نحوه توجه نمودن شما به این نظرات و حتی ارتباط با مشتریان و نظردهندگان نیز صحبت شده است.

مطمئنا یکی از دلایلی که ۲ درس کاملا تکنیکی و تخصصی برای User review ساخته شده است این است که در نهایت در فروش شما و رضایتمندی مشتریان و استفاده کنندگان از کالا و خدمات شما خواهند بود.

سیلابس:

۱. اهمیت و تاثیر گذار بودن نظرات مشتریان (User Review) در Local SEO و رتبه کلی سایت
۲. بررسی ابتدایی بخش نظرات مشتریان یک وب سایت و آشنایی بیشتر با این بخش
۳. بررسی کامل ۲۱ حقیقت در مورد نظرات مشتریان همراه با آنالیز دقیق وب سایت ها
۴. تاثیر اظهار نظرهای بد و منفی روی رتبه سایت
۵. بررسی رابطه نظرات مشتریان با CTR
۶. بررسی رابطه نظرات مشتریان با کیفیت محصولات و سرویس ها
۷. بررسی دلایل اینکه چرا بیشتر کاربران عادت به دادن نظر ندارند و چه راهکارهایی برای این موارد وجود دارد همراه با آمار و تجزیه و تحلیل
۸. بررسی اینکه نظرات مشتریان چقدر قابل اعتماد میباشد
۹. بررسی اینکه آیا فقط نظرات مشتریان ۵ ستاره مهم است و یا ستاره های پایین هم اهمیت دارند
۱۰. بررسی اینکه چقدر دیدن ۵ ستاره برای مشتریان قابل قبول و مورد اعتماد میباشد
۱۱. بررسی اینکه کاربران معمولا به داخل نظرات مشتریان به دنبال چه چیزهایی هستند و چه مواردی برای آنها جذاب میباشد
۱۲. بررسی سن کاربران و رابطه آن با نظرات مشتریان
۱۳. رابطه تعداد نظرات مشتریان با Local SEO
۱۴. رابطه نظرات مشتریان با شبکه های اجتماعی
۱۵. بررسی عامل جواب دادن یا ندادن به نظرات مشتریان و میزان تاثیر گذار بودن آن در سئو سایت
۱۶. بررسی و مقایسه اظهار نظرهای ۲ سایت بزرگ در دنیا bestbuy.com و amazon.com و آنالیز نظرات مشتریان که در مورد وب سایت رقیب داده اند
۱۷. بررسی نوع پاسخ دهی سایت bestbuy.com به نظرات مشتریان و الگوبرداری از آن به عنوان نمونه موفق
۱۸. رابطه نظرات مشتریان با ترافیک سایت
۱۹. تاثیر نظرات مشتریان بر روی خرید افراد

۲۰. بررسی تعداد ستاره های نظرات مشتریان

۲۱. بررسی نظرات مشتریان برای کالاها با قیمت های بالا و تاثیر گذار بودن آن بر روی فروش شما

(۲۹ دقیقه و ۵۶ ثانیه)

درس هفتم: از چه روش هایی نظرات مشتریان را جمع کنیم

در درس گذشته در مورد ۲۱ حقیقت در مورد نظرات مشتریان صحبت کردیم ولی در این درس قصد داریم تا در مورد نحوه جمع آوری این نظریات با شما صحبت کنیم.

در ابتدا آموزش خود را باز هم با مواردی از Google My Bussiness آغاز خواهیم کرد که باز هم نقش این ابزار در گرفتن نظریات مشتری برایتان مشخص گردد.

البته نه فقط GMB بلکه سایت ها و روش های دیگری نیز وجود دارند که میتوانند شما را در گرفتن نظرات مشتریان یاری برسانند.

بنابراین برای تکمیل شدن آموزش جلسه قبل حتما این درس را هم مشاهده نمایید.

سیلابس:

۱. بررسی روش های جمع آوری نظرات مشتریان (User Review)
۲. معرفی دقیقتر Google My Bussiness (GMB) به عنوان یکی از راه های اصلی جمع آوری نظرات مشتریان
۳. نحوه تقسیم بندی مشتریان در Google My Bussiness
۴. نقش ایجاد نمودن بخش آموزش در سایت به جهت جذب نظرات مشتریان
۵. بررسی نقش سایت Yelp و سایت هایی از این دست در جمع آوری نظرات مشتریان
۶. بررسی دقیق سایت Yelp به عنوان یکی از نمونه های موفق در دنیا
۷. بررسی دقیق سایت tripadvisor به عنوان یکی از نمونه های موفق در دنیا
۸. استفاده از وب سایت های Product Review Site برای جمع آوری نظرات مشتریان
۹. بررسی استفاده از شبکه های اجتماعی برای جمع آوری نظرات مشتریان
۱۰. بررسی میزان و نحوه پاسخدهی به نظرات مشتریان در شبکه های اجتماعی
۱۱. بررسی و حل مشکل کاربران در همان شبکه های اجتماعی و بیان نکات مثبت در این زمینه

درس هشتم: راه اندازی و مدیریت Google My Bussiness

در این آموزش Google My Bussiness حتما و به صورت کامل در راه اندازی حساب کاربریتان کمکتان خواهیم کرد بنابراین از ابتدا تا انتهای فیلم آموزشی را ملاحظه فرمایید.

در GMB بخش های جدیدی به وجود آمده است که در حال حاضر در وضعیت Beta قرار دارد که حتما این بخش ها را هم به شما عزیزان آموزش خواهیم داد.

فیلم آموزشی Google My Bussiness از لحظه ثبت نام در گوگل البته به روش های دگر تا اضافه نمودن محصولات و حتی ایجاد نمودن یک وب سایت توسط خود گوگل در کنار شما خواهیم بود.

در این درس در مورد روش های مختلف اضافه نمودن کسب و کارها چه آنهایی که دارای آدرس و محل فیزیکی هستند و چه آنهایی که تنها به صورت مجازی قصد اضافه کردن کسب و کار خود را به Google My Bussiness دارند حتما صحبت خواهیم نمود.

اگر در حال حاضر اطلاعات کسب و کار شما در گوگل هست ولی خودتان آن اطلاعات را وارد نکرده اید و دغدغه هایی دارید حتما این فیلم آموزشی سئو را ملاحظه فرمایید تا به تمامی سوالات شما پاسخ داده شود.

سیلابس:

۱. ایجاد ۲ نوع حساب کاربری در Google My Bussiness
۲. نکات مهم در زمان ثبت نام و استفاده از Google My Bussiness مخصوصا برای کاربران ایرانی
۳. بررسی دقیق Google My Bussiness یک سایت ایرانی جهت آشنایی ابتدایی با آیتم های آن
۴. بررسی حالت های مختلف داشتن حساب کاربری Google My Bussiness
۵. بررسی زمانی که اطلاعات Google My Bussiness برای شما نباشد در صورتیکه شما مالک واقعی آن سایت و کسب و کار می باشد و راهکارها
۶. بررسی دقیق بخش Business Listing در سایت گوگل و دستوالعمل هایی که در این زمینه باید رعایت شود
۷. بررسی دقیق یکی از بخش های سایت گوگل زمانی که میخواهید کسب و کار خود را به گوگل ثابت کنید (Verify Your Business) در زمانی که اطلاعات مربوط به فرد دیگری میباشد
۸. بررسی مراحل اثبات اطلاعات به گوگل
۹. انجام دقیق تمامی مراحل اضافه نمودن کسب و کار به Google My Bussiness در حالت های مختلف
۱۰. بیان نکات بسیار مهم برای کاربرانی که کسب و کار از نوع مراجعه حضوری دارند
۱۱. بیان نکات بسیار مهم برای کاربرانی که کسب و کاری مجازی و غیر حضوری دارند
۱۲. بیان نکات بسیار مهم برای کاربرانی که کسب و کارشان تنها تحویل کالا میباشد
۱۳. بیان نکات بسیار مهم برای کاربرانی که کسب و کارشان هم حضوری و غیر حضوری است
۱۴. نحوه تعریف درست گروه بندی کسب و کار
۱۵. نکات بسیار مهم در نوشتن نام کسب و کار و توضیحات مربوط و دستوالعمل هایی که برای این بخش وجود دارد
۱۶. بررسی تمامی چالش ها و مشکلاتی که ممکن است در زمان اضافه نمودن کسب و کار در Google My Bussiness با آن مواجه شوید
۱۷. نحوه تایید کسب و کار برای افرادی که حضوری هستند
۱۸. نحوه تایید کسب و کار برای افرادی که غیر حضوری هستند
۱۹. آشنایی کامل با محیط داشبورد Google My Bussiness و بررسی تمامی آیتم های این بخش

۲۰. بررسی کامل بخش Info همراه با تغییر اطلاعات و اضافه نمودن اطلاعات بیشتر
۲۱. بررسی کامل بخش Photos همراه با تغییر اطلاعات و اضافه نمودن اطلاعات بیشتر
۲۲. بیان نکات بسیار مهم در زمان گذاشت تصویر و ویدئو برای کسب و کار و دستوالعمل هایی که برای آن وجود دارد
۲۳. افزودن تصاویر مختلف و توضیح هر کدام از آنها به صورت کامل
۲۴. آشنایی ابتدایی با بخش Reviews
۲۵. آشنایی ابتدایی با بخش Messaging
۲۶. نحوه ایجاد یک وب سایت رایگان توسط گوگل و نمایش اطلاعات Google My Bussiness در وب سایت
۲۷. تغییر تم و محتویات وب سایت مطابق با سلیقه شخصی و نوع کسب و کار
۲۸. تغییر تصاویر وب سایت
۲۹. منتشر نمودن (Publish) وب سایت و تغییر آدرس آن برای در دسترس قرار گرفت سایت
۳۰. مدیریت کسب و کارهای اضافه شده
۳۱. نگاهی به بخش تنظیماتی حساب کاربریتان در Google My Bussiness

(۳۳ دقیقه و ۵۶ ثانیه)

درس نهم: قابلیت های بیشتر Google My Bussiness و ردگیری کاربران

در درس گذشته به صورت کامل در مورد تمامی بخش های Google My Bussiness صحبت کردیم ولی در این درس قصد داریم تا در مورد برخی از بخش ها که میتواند در بالارفتن فروش و دیده شدن کسب و کار شما تاثیر گذار باشد صحبت کنیم.

یکی از بخش های مهم و تکنیکی این درس فهمیدن اینکه چه کاربرانی از Organic Search وارد سایت شما شده اند و چه کاربرانی از Google My Bussiness بنابراین در این درس کمی آموزش Google Analytics هم برای شما خواهیم داشت و در مورد موارد پشت پرده آن با شما صحبت خواهیم نمود. در نهایت با ملاحظه این درس و مخصوصا این بخش شما میتوانید تجزیه و تحلیل بیشتری از ورودی های خود از گوگل داشته باشید.

سیلابس:

۱. بررسی دقیق برخی دیگر از آیتم های Google My Bussiness که میتواند در فروش کسب و کار تاثیر گذار باشد
۲. نگاهی دقیق به Google My Bussiness چند کسب و کار بزرگ که به صورت کامل تمامی اطلاعاتشان را وارد کرده اند
۳. معرفی کامل بخش Post به همراه مثال و تجزیه تحلیل چند وب سایت
۴. معرفی بخش Messaging
۵. نگاهی دقیقتر به توضیحات (Description) همراه با بررسی چند وب سایت
۶. اضافه نمودن ویدئو به صورت کامل و آنالیز یک وب سایت از نگاه ویدئو و تاثیر پذیری آن در سئو و جذب کاربران
۷. معرفی بخش رزرو رستوران و بلیط و ... (Reservation) همراه با بررسی یک وب سایتی که از این سرویس استفاده میکند
۸. معرفی بخش Text Messaging و کاربرد آن
۹. مراحل ردیابی کاربران و ورودی هایی که از Google My Bussiness داریم و تفکیک آنها از کاربرانی که از Organic Search وارد سایت میشوند
۱۰. آموزش ابتدایی Google Analytics به جهت تکمیل مراحل ردیابی کاربران وارد شده از Google My Bussiness