

سنو سایت های فروشگاهای جهت ایجاد ترافیک بیشتر

سنو سایت های فروشگاهای با رقبای زیادی که برایشان وجود دارد، همیشه دغدغه صاحبان چنین وب سایت هایی بوده است. در درس امروز قصد داریم تا با جزئیات بیشتر و در 6 مرحله، کاملا سنو سایت های فروشگاهای را به شما عزیزان آموزش دهیم تا بتوانیم گامی جدی و البته عملیاتی برای سنو سایت فروشگاهای خود بردارید.

به یاد داشته باشید پیشنهاد مشاهده این درس حتما دیدن تمامی فصل های قبلی میباشد چرا در این درس بیشتر در مورد تکنیک های این کار با شما صحبت خواهیم نمود و جزئیات آن را در طول فصل های قبلی نیز مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داده ایم.

در درس امروز یکی از بهترین پروژه های [شرکت طراحی سایت اطلس وب](#) که در زمینه فروشگاه دستگاه تصفیه آب میباشد محور اصلی مثال های ما خواهد بود البته در کنار این وب سایت، همچنین وب سایت دیجی کالا به عنوان مثال موفق یک سایت فروشگاهای و وب سایت بزرگ آمازون به عنوان مثالی بین المللی مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

سعی کرده ایم در درس امروز در زمینه سنو سایت های فروشگاهای مهمترین مطالب آموزشی آن را در قالب یک [پکیج آموزشی سنو](#) کامل همراه با یادگیری ابزارهای و تاکتیک ها و تکنیک ها در اختیار شما عزیزان قرار دهیم.

برای اینکه مثال ها و سناریوهای ما کاملا عملیاتی باشد حتی رد یک محصول را در سایت آمازون خواهیم زد و آن را از وب سایت اصلی خود محصول تا وب سایت آمازون بررسی و رصد مینماییم.

منتظر یاد گرفتن مطالب ناب و کاملا کاربردی در زمینه سنو سایت های فروشگاهای باشید.

سیلابس قسمت اول:

1. بررسی مزیت های سنو سایت های فروشگاههای
2. موارد مهم در سنو سایت های فروشگاههای
3. معرفی ابزارهایی که در این درس قرار است از آنها استفاده نماییم
4. بررسی دلایل فروش بالای برخی از سایت های فروشگاههای
5. استفاده از ابزار SimilarWeb برای تجزیه و تحلیل بیشتر سایت های فروشگاههای
6. آنالیز ابتدایی سایت دیجی کالا توسط ابزار SimilarWeb
7. بررسی سایت دیجی کالا در ابزار Site Explorer وب سایت Ahrefs
8. بررسی Organic Keyword سایت دیجی کالا و استخراج اطلاعات مهم
9. بررسی سایت آمازون در بخش Keyword Explorer ابزار Ahrefs
10. بررسی دقیق تعداد بک لینکهای سایت آمازون در Keyword Explorer
11. بررسی مزیت های سنو سایت های فروشگاههای
12. تهیه چک لیست 6 تایی سنو سایت های فروشگاههای
13. بررسی فاکتور شما 1 در چک لیست و نکات مهم آن
14. نکات بسیار مهم در زمینه داشتن SSL در وب سایت
15. تاثیر SSL بر روی وب سایت های فروشگاههای
16. مشاهده یکی از صفحات مهم در سایت گوگل (Google Webmaster Central Blog) در مورد اهمیت وجود SSL در وب سایت
17. معرفی سایتی جهت گرفتن SSL رایگان و بسیار معتبر
18. بررسی مشکلات احتمالی سایت توسط ابزار Site Audit وب سایت Ahrefs و ابزارهای دیگر مانند Google Lighthouse و GTmetrix و ...

سیلابس قسمت دوم:

1. بررسی کلمات کلیدی و تهیه لیست آن بر مبنای کالاهایی که در فروشگاه اینترنتی دارید
2. بررسی محصولات سایت فروشگاههای
3. بررسی معروف بودن یا نبودن کالا ها در فروشگاه
4. بررسی روش های طراحی و برنامه نویسی سایت فروشگاههای

5. نکات مهم در زمینه کنترل پنل مدیریت سایت های فروشگاههای
6. استخراج تمامی محصولات و گروه بندی آنها در داخل فایل Word یا اکسل
7. بررسی XML Sitemap جهت ایجاد نمودن لیست محصولات و گروه بندی ها
8. بررسی و شناسایی صفحاتی که ارزشمندتر میباشد
9. بررسی یکی از صفحات مهم وب سایت آزمایشی ما
10. تعیین کلمات کلیدی بر اساس قاعده Short-tail و Long-tail
11. بررسی برخی از نکات انتخاب کلمات کلیدی
12. استفاده از کلمات کلیدی از نوع Parent یا کلمات کلیدی Seed Keyword
13. بررسی و آنالیز یکی از کلمات کلیدی Parent و بررسی Keyword Difficulty
14. بررسی کلمات کلیدی Parent در بخش Having same terms ابزار Ahrefs
15. دسترسی به کلمات کلیدی long-tail از روی کلمات کلیدی Parent
16. بررسی کلمه کلیدی فارسی از بخش Keyword Explorer ابزار Ahrefs
17. اضافه نمودن کلمات کلیدی بیشتر به کلمه کلیدی Parent برای دسترسی به کلمات کلیدی بیشتر
18. اعمال فیلترهای بسیار پیشرفته بر روی کلمات کلیدی
19. جداسازی کلمات کلیدی که برای محصول مورد استفاده قرار میگیرد از کلمات کلیدی که برای گروه بندی مورد استفاده قرار میگیرد
20. بررسی سناریوهای مختلف هم در کلمات کلیدی فارسی و کلمات کلیدی انگلیسی
21. بررسی کلمات کلیدی از روی گروه بندی محصولات در سایت و فیلتر کردن بیشتر کلمات کلیدی
22. بررسی سناریوهای مختلف در URL با استفاده از پیدا نمودن کلمات کلیدی
23. بررسی فاکتور تعداد جستجو در ماه در فاکتورهای انتخاب کلمات کلیدی
24. بررسی زمان هایی که میتوانیم نام برند را در سنو لحاظ کنیم
25. بررسی سناریویی واقعی و ردیابی محصول از سایت فروشنده محصول تا سایت معروف آمازون
26. بررسی معرفی محصول های گمنام در سایت آمازون و تجزیه و تحلیل کامل
27. بررسی و جستجوی نام محصول و نام برند آن در ابزار Keyword Explorer و استخراج اطلاعات بسیار مهم و مفید

سیلابس قسمت سوم:

1. بررسی آنالیز کلمات کلیدی رقبا
2. آنالیز رقبا در ابزار Ahrefs و بخش Site Explorer
3. بررسی و آنالیز رقبا در بخش Top Pages برای اینکه متوجه شویم که بهترین و بالاترین صفحه ای که رقیب ما در حال ورودی گرفتن از گوگل است
4. به دست آوردن کلمات کلیدی بیشتر بر مبنای آنالیز رقبا در این قسمت
5. بررسی مفهوم نیت جستجو کنندگان (Search Intent)
6. بررسی و آنالیز کلمات کلیدی از نگاه Search Intent
7. بررسی کلمات کلیدی از بخش having same terms و دسترسی به کلماتی که بیشتر به نیت جستجو کنندگان ارتباط دارد
8. بررسی رابطه کلمات کلیدی با نمایش جزئیات محصول و یا نمایش محصولات در SERP
9. دلایل استفاده از کلمات کلیدی که بیشتر به Search Intent مربوط می باشد
10. بررسی برخی از موارد on-page SEO در سنو سایت های فروشگاهی
11. بررسی بحث ساختار Template سایت های فروشگاهی و نکات مهم در این زمینه
12. بررسی دقیق صفحات محصولات و ارتباط آن به ساختار Template گونه سایت های فروشگاهی
13. خطرات ایجاد شدن محتویات تکراری (Duplicate Content) با صفحه جزئیات محصولات
14. موارد بسیار مهم برای Title و Description صفحات جزئیات محصولات
15. بررسی Title و Description یکی از سایت های ایرانی در صفحه نتایج گوگل (SERP)
16. بررسی کلی Pagination در به وجود آمدن محتویات تکراری
17. بررسی 2 صفحه دارای Pagination در گوگل و آنالیز تکراری بودن یا نبودن Description و Title و ...
18. بررسی استفاده از تگ H1 در صفحه و نکات مهم مربوط به آن
19. بررسی سورس چند وب سایت از جمله آمازون برای استفاده از تگ H1 در صفحه جزئیات محصولات
20. بررسی کلی URL و نکات بسیار مهم آن مربوط به on-page SEO
21. ارتباط وجود کلمات کلیدی در URL و موارد مربوط به آن
22. مشکلات URL یکی از سایت های ایرانی و بیان نکات مهم و راهکارهای رفع مشکل
23. بیان چند سناریو مختلف برای دسترسی به بهترین ساختار URL همراه با نمایش گروه بندی محصولات و رنگ بندی و موارد دیگر
24. بررسی یکی از دلایل مهم در به وجود آمدن Duplicate Content و راهکارهای رفع مشکل آن
25. جایگاه استفاده از اسامی منحصر به فرد در URL و بیان نکات بسیار مهم و کاربردی

- 26. نقش Schema Markup در سنو داخل صفحات و معرفی سایت مرجع آن برای نوشتن درست دستورات Schema Markup
- 27. بررسی سایت گوگل (Google Structured Data Markup Helper) برای ایجاد نمودن Schema Markup
- 28. معرفی ابزار Google Structured Data Testing Tool و بررسی کدهای چند وب سایت

سیلابس قسمت چهارم:

- 1. بررسی موارد مربوط به مسائل فنی و تکنیکی سایت
- 2. بررسی یکی از اتفاقات بد در Technical SEO
- 3. نقش استفاده از Canonicalization در سنو سایت و هدایت موتورهای جستجو
- 4. بررسی موارد مربوط به URL Parameters و ایجاد شدن محتویات تکراری
- 5. نقش Canonicalization برای جلوگیری از به وجود آمدن محتویات تکراری
- 6. بررسی جستجوی محصولات یکی از سایت های ایرانی و آنالیز URL صفحه جستجو
- 7. بررسی و معرفی یکی از روش های ایجاد نمودن سیستم جستجو در سایت
- 8. استفاده از nofollow از سناریوهای Duplicate Content
- 9. بررسی سناریوهایی که میتوانید اجازه ندهیم صفحات جستجو در سایت توسط موتورهای جستجو Index نشوند
- 10. بررسی وضعیت Duplicate Content مستقیماً از طریق جستجوی در گوگل
- 11. بررسی وضعیت سایت مخصوصاً محتویات تکراری در بخش Site Audit ابزار Ahrefs
- 12. بررسی سناریوی کاملاً جدید برای ایجاد شدن محتویات تکراری

سیلابس قسمت پنجم:

1. بررسی کمپین ساختن لینک (بک لینک) و موارد مهم آن
2. بررسی صفحه اصلی سایت رقبا به دلیل اینکه احتمالا تعداد زیادی بک لینک دارند
3. بررسی روشی جهت پیدا نمودن سایت های دیگر فروشگاههای
4. معرفی بخش Link Intersect برای مقایسه دامنه ها و وجه تشابه آنها در ابزار Ahrefs
5. بررسی چند وب سایت رقیب در ابزار Link Intersect
6. بررسی وضعیت رقبا در بخش Competing Domain به جهت بررسی کلمات کلیدی و بک لینکها
7. بررسی تعداد کلمات کلیدی که رقبای شما از شما بیشتر دارند
8. بررسی تعداد کلمات کلیدی که سایت شما از سایت رقیب شما بیشتر دارد
9. بررسی تعداد کلمات کلیدی که هم سایت شما و هم سایت رقیب شما مشترک هستید
10. بررسی رقبایی که در شرکت کارخانه تولید کننده محصول دارای بک لینک یا نمایندگی فروش میباشد
11. بررسی روش های تولید محتوا به عنوان یکی از بهترین روش های سنو
12. نقش تولید محتوا بر روی یکی از سایت های ایرانی مورد بحث درس امروز