

درس اول : کلمات کلیدی کوتاه و کلمات کلیدی بلند

تمرکز در ابتدای کار سئو معمولاً بر روی تنظیم و تهیه لیست کلمات کلیدی وجود دارد. بنابراین در این فصل که قرار است در مورد تمامی ابعاد کلمات کلیدی و انتخاب آنها و تکمیل لیست و فیلتر کردن لیست کلمات کلیدی و آنالیز رقبا و بسیاری از مطالب دیگر صحبت نماییم قصد داریم تا شما را با انواع کلمات کلیدی یا همان Keywords آشنا نماییم و حتی در قالب مثال های کاملاً کاربردی بگوییم که در ابتدای کار بهتر است از چه کلمات کلیدی برای شروع کار سئو استفاده نماییم.

متأسفانه انتخاب نامناسب کلمات کلیدی و تفکیک نکردن این دسته بندی می تواند هزینه های زمانی و ریالی را برای شما افزایش دهد و نتیجه ای که قرار است برای افزایش بازدید کننده و افزایش فروش داشته باشید را به دست نیاورید و یا دیرتر به آن برسید.

سیلابس:

۱. تعریف تحقیقات در مورد کلمات کلیدی (Keyword Research) و اهمیت آن در دنیای سئو
۲. بیان چند آمار خیره کننده در مورد انتخاب کلمات کلیدی
۳. پارامترهای انتخاب کلمات کلیدی در آغاز کار
۴. تعریف کلمات کلیدی از نوع کوتاه (Short-tail Keyword) همراه با مثال های متعدد
۵. تعریف کلمات کلیدی از نوع بلند (Long-tail Keyword) همراه با مثال های متعدد
۶. تعریف کلمات کلیدی از نوع متوسط و میانی (Mid-tail Keyword) همراه با مثال های متعدد
۷. بیان سناریوهای واقعی که تمامی انواع کلمات کلیدی در آن نقش دارد
۸. بررسی انواع کلمات کلیدی بر روی نمودار بر مبنای "تعداد جستجو در هر ماه" و "اهمیت آن"
۹. بررسی چند کلمه کلیدی در گوگل
۱۰. واکنش گوگل در برابر کلمات کلیدی وارد شده و نمایش کلمات کلیدی بیشتر در بخش Search Suggest
۱۱. بررسی بهتر بودن کدام دسته از کلمات کلیدی برای آغاز کار
۱۲. مقایسه کلمات کلیدی short & long به لحاظ تعداد جستجو
۱۳. مقایسه کلمات کلیدی short & long به لحاظ رقابت پذیری کلمه کلیدی
۱۴. مقایسه کلمات کلیدی short & long به لحاظ تمرکز کاربران و رقبا بر روی آن
۱۵. مقایسه کلمات کلیدی short & long به لحاظ هزینه ریالی و دلاری
۱۶. بررسی چند کلمه کلیدی فارسی در گوگل به لحاظ short & long بودن و درصد موفق شدن سایت در آنها

(۱۱ دقیقه و ۵۲ ثانیه)

درس دوم : تعیین سختی کلمات کلیدی

آیا به این سوال فکر کرده اید که حالا انتخاب کلمات کلیدی و دسته بندی هایی که در درس گذشته فرا گرفته اید را چگونه باید ارزش گذاری کنیم و در لیست کلمات کلیدی خودمان چگونه باید یک کلمه ای را نسبت به کلمه کلیدی دیگر تفکیک نماییم. پاسخ این سوال در سختی کلمات کلیدی یا همان Keyword Difficulty است.

در این درس در مورد این عدد و نحوه محاسبه و به دست آوردن این عدد صحبت خواهیم کرد و حتی ابزارهایی رو هم در این زمینه معرفی خواهیم نمود که بتوانید در سریعترین زمان نسب به انتخاب و فیلتر کردن کلمات کلیدی خود اقدام نمایید.

به شما خواهیم گفت که این عدد چقدر دقیق است و چه معیارهایی برای دقیق بودن این عدد میتواند وجود داشته باشد. حتی سخت ترین کلمات کلیدی حال حاضر دنیا رو مورد بررسی قرار خواهیم داد تا بتوانیم نکات سئو را از داخل آن استخراج نماییم.

سیلابس:

۱. تعریف سختی کلمات کلیدی (Keyword Difficulty)
۲. رنج عددی Keyword Difficulty و نحوه محاسبه آن
۳. نقش Keyword Difficulty بر روی تهیه لیست کلمات کلیدی
۴. بررسی میزان دقیق و قابل اعتماد بودن Keyword Difficulty
۵. معرفی ابزارهایی برای تعیین سختی کلمات کلیدی (Keyword Difficulty)
۶. بررسی چند کلمه کلیدی سخت در گوگل و مشاهده اعداد Keyword Difficulty و مقایسه آنها
۷. معرفی ابزارهایی جهت بررسی و تعیین سختی کلمات کلیدی در گوگل
۸. رابطه سختی کلمات کلیدی با بخش Featured Snippets
۹. بررسی باورهای غلط در مورد سختی کلمات کلیدی و دوری از آنها
۱۰. رابطه Keyword Difficulty با کلمات کلیدی کوتاه و کلمات کلیدی بلند
۱۱. مقایسه سختی کلمات کلیدی چند واژه با یکدیگر و راستی آزمایی ابزارها
۱۲. رابطه DA و PA کلمات کلیدی با Keyword Difficulty
۱۳. رابطه انواع حالت های جستجو با Keyword Difficulty

درس سوم: معرفی ابزارهای آنالیز کلمات کلیدی و رقبا

ابزار! ابزار! ابزار!

در مورد نقش ابزار در سئو حتی در اولین ساعت های آموزش اشاره کرده ایم و در مورد این مطلب بارها در درس های متعدد نکاتی رو خدمت شما عزیزان گفته ایم.

در این درس قصد داریم تا نه فقط یک ابزار بلکه ابزارهای متعدد را برای آنالیز کلمات کلیدی رقبا خود به شما معرفی کنیم که آنها بر روی چه کلمات کلیدی با چه درجه سختی و چه اهمیتی در حال فعالیت و کسب درآمد هستند.

نقش آنالیز رقبا را نه فقط در قالب مطالب آموزشی تئوری بلکه کاملاً به صورت عملیاتی و در قالب Workshop برای شما انجام خواهیم داد و خودمان را آماده ساختن یک لیست خوب و کامل از متداولترین کلمات کلیدی خواهیم کرد.

البته در درس بعدی همین رقبا را دقیق تر زیر ذره بین خواهیم برد و بسیاری از مطالب سئو را از فعالیت های حال حاضر آنها استخراج خواهیم نمود.

سیلابس:

۱. لزوم آنالیز رقبا و اهمیت آن
۲. نکات مهم در آنالیز رقبا
۳. باید ها و نبایدها در بررسی رقبا
۴. مقایسه روش سنتی و مدرن در تجزیه و تحلیل رقبا
۵. بررسی نقش ابزارها در تجزیه و تحلیل رقبا
۶. مطرح نمودن سناریو از پیش تعریف شده برای انجام کار عملیاتی در این فصل
۷. تفکیک نمودن کپی برداری و الگو برداری در تجزیه و تحلیل رقبا
۸. معرفی ابزارهای آنلاین در جهت تجزیه و تحلیل وب سایت رقبا و کلمات کلیدی و
۹. معرفی ابزار SimilarWeb و نحوه استخراج اطلاعات مهم از رقبا بر روی سایت Alibaba.com
۱۰. معرفی ابزار SpyFu و نحوه استخراج کلمات کلیدی
۱۱. معرفی ابزار semrush و نحوه تجزیه و تحلیل رقبا و کلمات کلیدی
۱۲. معرفی سایت Alexa و نحوه استفاده از این سایت در جهت آنالیز رقبا و کلمات کلیدی و به همراه نصب Chrome Extension
۱۳. نصب یک Extension کارآمد برای تجزیه و تحلیل بهتر سایت ها
۱۴. استخراج وب سایت های مرتبط دیگر از سایت های رقبا و دسترسی به رقیب رقیبان
۱۵. بررسی (DA) Domain Authority و (PA) Page Authority رقبا برای فیلتر کردن آنها

درس چهارم: آنالیز دقیق رقبا

در ابتدا برای اینکه بتوانیم لیست کلمات کلیدی خود را به خوبی درست نماییم، رقیب های مهم یعنی رقبای اولیه و رقبای ثانویه خود را مشخص کنیم. بنابراین در این درس خیلی خیلی کامل در قالب یک سناریوی آموزشی و واقعی رقبای خود را مشخص میکنیم و نه فقط از یک ابزار بلکه از ابزارهایی که میتواند ما را در رسیدن به این هدف کمک نمایند نیز استفاده خواهیم نمود.

سعی میکنیم در این بخش نه فقط از نگاه کلمات کلیدی بلکه تمامی پارامترهای دیگر که در انتخاب رقبای اولیه و رقبای ثانویه میتواند مورد استفاده قرار بگیرد را بررسی نماییم. این موارد از خرج کردن پول برای بالا آمدن سایت آنها تا نمودار پیشرفت و حتی بررسی وضعیت آنها با رقبای دیگر نیز استفاده خواهیم نمود.

در این بخش از خود سایت گوگل به عنوان مرجع اصلی نیز استفاده خواهیم نمود تا بتوانیم مطالب را راستی آزمایی نماییم.

سیلابس:

۱. تعریف رقباى اولیه
۲. تعریف رقباى ثانویه
۳. بررسی ابتدای رقبا با جستجو در گوگل و تجزیه و تحلیل نتایج نشان داده شده در صفحه اول
۴. استفاده از ابزارهای نصب شده بر روی مرورگر Chrome جهت راستی آزمایی نتایج و انتخاب اولیه رقبا
۵. مقایسه رتبه الکسای سایت ها و تجزیه و تحلیل اطلاعات آن
۶. رتبه بندی سایت ها به لحاظ رتبه الکسا و ایجاد نمودن فرمول از آن
۷. نحوه انتخاب ابتدایی وب سایت ها از فرمول به دست آمده
۸. تاثیر کلمات کلیدی long & short بر روی آنالیز این مرحله
۹. بررسی ابتدایی تمامی وب سایت های رقبا و آنالیز دقیق هر یک از آنها
۱۰. تهیه لیستی از رقبا در اکسل
۱۱. استفاده از ابزار SimilarWeb جهت آنالیز دقیقتر رقبا و سیر صعودی بودن یا نزولی بودن
۱۲. آموزش کامل ابزار SimilarWeb از روی وب سایت و آنالیز مجدد رقبا
۱۳. فیلتر کردن لیست رقبا با بررسی DA و PA آنها
۱۴. بررسی دقیق و کامل رقبا با استفاده از ابزار آنلاین SpyFu و مقایسه آنها جهت فیلتر کردن لیست
۱۵. تجزیه و تحلیل های ابتدایی از برخی از کلمات کلیدی رقبا توسط ابزار SpyFu
۱۶. بررسی دقیق و کامل رقبا با استفاده از ابزار آنلاین SEMrush و مقایسه آنها جهت فیلتر کردن لیست
۱۷. دسترسی به برخی از بک لینک ها رقبا برای راستی آزمایی ابزار و میزان دقیق بودن آن
۱۸. فیلتر کردن نهایی لیست رقبا جهت استخراج کلمات کلیدی آنها

درس پنجم: استخراج کلمات کلیدی از رقبا

اما در این درس قرار است لیست رقیبانی که به دست آورده ایم و در لیست خود آنها را فیلتر کرده ایم را اجرایی نماییم. اجرایی کردن به معنی استخراج کلمات کلیدی آنها و اضافه نمودن این کلمات به لیست خودمان.

این مرحله به عنوان یکی از حساس ترین و زمان برترین مراحل میباشد چرا که ما مطالبی که در درس اول یاد گرفته ایم را باید به خوبی بر روی لیست خودمان پیاده سازی نماییم تا بتوانیم در مسیر اصلی باقی بمانیم.

در این درس استاد داریوش بهریان حتما از تجربیات خود در فیلتر کردن این لیست با شما صحبت خواهند کرد و شما را در انتخاب بهتر کلمات کلیدی یاری خواهند رساند.

سیلابس:

۱. بیان نکات مهم در زمان انتخاب کلمات کلیدی از سایت رقبا توسط ابزارهای آنلاین
۲. نحوه انتخاب کلمات کلیدی از سایت رقبا
۳. میزان طولانی بون و یا کوتاه بودن کلمات کلیدی و نوع فیلتر کردن آنها در ابتدای تهیه لیست
۴. استفاده از بخش های مختلف SERP برای استخراج کلمات کلیدی
۵. نوع فیلتر کردن کلمات کلیدی در این مرحله
۶. بررسی تعدادی کلمات کلیدی و جلوگیری از سردرگمی
۷. نحوه اضافه کردن کلمات کلیدی به فایل اکسل جهت تهیه لیست
۸. بررسی اولیه وب سایت های رقیب و کنترل کردن لیست
۹. وارد کردن لیست وب سایت های رقیب در داخل نرم افزار SimilarWeb و آنالیز ابتدایی کلمات کلیدی آنها
۱۰. استخراج کلمات کلیدی از داخل ابزار آنلاین SimilarWeb
۱۱. استخراج کلمات کلیدی Long-tail بیشتر بر مبنای کلمات کلیدی Short-tail از داخل وب سایت گوگل
۱۲. استخراج کلمات کلیدی رقبا از سایت Alexa
۱۳. استخراج کلمات کلیدی رقبا از سایت SEMrush

درس ششم: تکمیل کردن لیست کلمات کلیدی با Google Ads

اما لیست به دست آمده از کلمات کلیدی باید توسط منابع معتبر تری راستی آزمایی شود تا مطمئن شویم که کلمات کلیدی مناسبی را برای رسیدن به هدفمان انتخاب نموده ایم. از این رو یکی از بهترین جاهایی که میتوان این لیست را تکمیل تر کرد خود گوگل و سرویسی به نام Google Adword که با تغییر نام اون به Google Ads توانستیم در این درس آموزشی به این مهم دست پیدا کنیم. در این بخش آموزشی سئو، کاملاً شما را با محیط ابزار Keyword planner Tool که بخشی از Google Ads میباشد آشنا مینماییم. در این ابزار سناریوهای مختلفی را بررسی میکنیم تا بتوانیم کلمات از نوع Long-tail Keyword و حتی برخی از کلمات Short-tail Keyword که رقابت کمتری دارند را انتخاب نماییم.

میتوانیم حتی کلمات به دست آمده از ابزارهای قبلی که در همین فصل در مورد آنها صحبت کرده بودیم را هم بررسی مجدد کنیم و حتی لیست خود را کمی در اینجا فیلتر کنیم. میتوانیم ساعت ها در این ابزار زمان بگذاریم تا بتوانیم در مسیر درست تری قرار بگیریم.

در استفاده از این ابزار و نحوه ورود به Google Ads با توجه به مسائل تحریمی که وجود دارد مطالب بسیار مهمی را در همان ابتدای ویدئوی آموزشی خدمت شما عرض شده است که برای جلوگیری از مشکل و Suspend شدن حساب کاربری توصیه میکنیم به دقت به این مطالب گوش دهید.

سیلابس:

۱. معرفی سرویس Google Ads
۲. بیان نکات مهم در زمینه ایجاد حساب کاربری و استفاده از Google Ads با توجه به مسائل تحریمی
۳. شرایط استفاده از Google Ads برای افراد عادی و نکات مهم در این زمینه
۴. آشنایی ابتدایی با محیط Google Ads
۵. معرفی ابزار Google Keyword Planner
۶. بررسی نقش ابزار Google Keyword Planner در فیلتر کردن لیست و ایجاد کلمات کلیدی صحیح تر
۷. بررسی معیارهای مختلف انتخاب کلمات کلیدی مانند Keyword Difficulty و شاخصه های مهم دیگر
۸. آشنایی کامل با بخش کشورها و مناطق جغرافیایی با توجه به نوع کلمه کلیدی
۹. نحوه فیلتر کردن کلمات کلیدی در Google Keyword Planner
۱۰. نمایش لیست کلمات کلیدی و معرفی ستون ها و خصوصیت های مختلف کلمات کلیدی
۱۱. بررسی میزان رقابت پذیری کلمات کلیدی و فیلتر کردن لیست بر اساس این پارامتر
۱۲. بررسی کلمات کلیدی مورد نظرمان به صورت جمعی در بخش جستجوی Google Keyword Planner
۱۳. نحوه استفاده کردن از کلمات کلیدی پیشنهاد داده شده توسط Google Keyword Planner و اضافه نمودن آن به لیست
۱۴. بررسی CTR و Avg Position و پارامترهای دیگر کلمات کلیدی در لیستمان
۱۵. بررسی پارامتر PPC و CPC کلمات کلیدی و تاثیر آن بر روی انتخاب و اضافه نمودن به لیست
۱۶. گرفتن خروجی اکسل از لیست کلمات کلیدی در Google Keyword Planner

(۱۸ دقیقه و ۵۳ ثانیه)

درس هفتم: تکمیل کردن لیست کلمات کلیدی با Google Trends

کلمه Trend امروزه برای بیشتر کاربران در فضای مجازی حتی در شبکه های اجتماعی کلمه ای آشنا میباشد. گوگل سرویس رایگانی دارد که حتی بدون ثبت نام میتوانید از آن استفاده نمایید.

در این سرویس که به صورت کامل در این ویدئوی آموزشی تمامی ابعاد آن توضیح داده شده است توانستیم بخشی دیگر از لیست کلمات کلیدی خود را تکمیل تر نماییم.

حتی در این ابزار میتوانیم تا ۴ کلمه کلیدی را با یکدیگر مقایسه کنیم و در قالب نمودارهای مختلف محبوبیت و فراز و فرود آن را در بازه های زمانی مشخص ببینیم و تصمیم بگیریم که آیا در حال حاضر کار کردن بر روی این کلمه کلیدی کار منطقی میباشد و یا باید به دنبال کلمه کلیدی دیگر بروید.

بنابراین توصیه میکنیم این ویدئوی آموزشی را برای نهایی کردن لیست کلمات کلیدی خود به دقت مشاهده نمایید.

سیلابس:

۱. معرفی Google Trends و اهمیت آن در بررسی کلمات کلیدی
۲. نحوه استفاده از Google Trends برای افراد عادی
۳. نحوه استفاده از Google Trends برای طراحان و وب مسترها
۴. آشنایی با نمودارهای مختلف و آمارهای ارائه شده در Google Trends
۵. جستجوی چند کلمه کلیدی و راستی آزمایی
۶. بیان سناریوهای مختلف در استفاده از Google Trends
۷. مقایسه چند کلمه کلیدی همزمان و استخراج و تجزیه و تحلیل اطلاعات از Google Trends
۸. بررسی بخش های Web Search, Image Search, News Search در Google Trends
۹. نحوه دقیق فیلتر کردن و جستجوی کلمات کلیدی در Google Trends
۱۰. فیلتر کردن لیست کلمات کلیدی بر اساس میزان محبوب بودن آن کلمات بین کاربران در اینترنت
۱۱. نحوه استخراج کلمات کلیدی بیشتر از Google Trends

درس هشتم: نهایی کردن لیست کلمات کلیدی و معرفی ابزارهای بیشتر

در این درس تقریباً به پایان کار نهایی کردن لیست کلمات کلیدی رسیدیم. سعی کردیم در طول درس های این فصل قدم به قدم با تهیه لیست کلمات کلیدی و فیلتر کردن آنها و در نهایت رسیدن به لیست نهایی کلمات کلیدی در مسیر درست تری قرار بگیریم.

در این جلسه البته ابزارهای بیشتری را برای فراهم کردن کلمات کلیدی بیشتر به شما عزیزان معرفی کردیم. به عنوان مثال یکی از بهترین ابزارهای این درس ابزاری می باشد که با دادن کلمات کلیدی کوتاه، خود ابزار کلمات کلیدی بلند (long-tail keyword) مشابه آن کلمه را در اختیار شما قرار میدهد. حتی کلمات کلیدی سوالی را هم به شما میگوید که بتوانید بر روی آن کلمات کلیدی کار نمایید.

در این درس منتظر شناختن ابزارهای فوق العاده دیگر باشید که در هیچ درسی در مورد آنها صحبت نکرده ایم.

سیلابس:

۱. معرفی ابزار آنلاین NEILPATEL برای فیلتر کردن کلمات کلیدی و تجزیه و تحلیل رقبا و دسترسی به کلمات کلیدی بیشتر
۲. طریقه فیلتر کردن کلمات کلیدی و دسترسی به کلمات کلیدی سوالی در ابزار آنلاین NEILPATEL
۳. معرفی ابزار آنلاین Keywords.io جهت دسترسی به کلمات کلیدی بیشتر و فیلتر کردن کلمات کلیدی داخل لیست
۴. معرفی ابزار آنلاین SEO Book جهت دسترسی به بسیاری از ابزارهای سئو و فیلتر کردن بهتر کلمات کلیدی لیست
۵. معرفی ابزار آنلاین KwFinder جهت دسترسی به کلمات کلیدی بیشتر و فیلتر کردن کلمات کلیدی داخل لیست
۶. معرفی ابزار آنلاین LongTailPro جهت دسترسی به کلمات کلیدی طولانی تر (Long-tail Keyword) و کلمات کلیدی سوالی
۷. معرفی ابزار آنلاین RAVEN جهت دسترسی به بسیاری از ابزارهای سئو و تجزیه تحلیل رقبا و کلمات کلیدی
۸. معرفی ابزار آنلاین Monitorbacklinks و بررسی نقش مهم این ابزار در دنیای سئو همراه با بیان چند مورد از قابلیت های ابزار
۹. معرفی ابزار آنلاین Ahrefs و بررسی نقش مهم این ابزار در دنیای سئو همراه با بیان چند مورد از قابلیت های ابزار
۱۰. معرفی ابزار آنلاین MOZ و بررسی نقش مهم این ابزار در دنیای سئو همراه با بیان چند مورد از قابلیت های ابزار
۱۱. معرفی ابزار Majestic و بررسی نقش مهم این ابزار در دنیای سئو همراه با بیان چند مورد از قابلیت های ابزار
۱۲. نکات مهم در نهایی کردن لیست کلمات استخراج شده و فیلتر کردن آنها توسط ابزارهای مورد استفاده