تحسين المواقع على محركات البحث - المستوى المتقدم

المقدمة

من خلال كورس تحسين المواقع على محركات البحث - المستوى المتقدم سنتعرف على أساسيات الـ Technical SEO، دلالة من كيفية عمل بهتة للمحتوى، مروراً بكيفية استخدام الـ Inbound Marketing في الـ SEO، وصولاً إلى عمل تقرير الـ SEO. نساعدنا أيضاً دورة تحسين المواقع على محركات البحث - المستوى المتقدم في التعرف على الـ Pillar pages والـ Cluster pages وكيفية الاستفادة منهم، والتعرف أيضاً على الأساليب والتكتيكات المتقدمة في الـ Backlinks. كما يتناول الكورس بعض التعريفات المهمة في الـ SEO، مثلـ: Rich results، وStructured data، وFeatured snippets.

International SEO

الـ International SEO هو عملية تحسين محرك البحث ليستثمر بشكل واسع على مستوى العالم. ولينصب على مستوى منطقتك الجغرافية فقط، وهو يعرف أيضاً باسم Global SEO. ومن خلاله نهدف إلى استهداف الكلمات الدالة التي يقوم العملاء المحتملين باستخدامها من كافة أنحاء العالم، ومن خصائصه أن نسبة المنافسة به تكون عالية جداً.

متى نقوم باستخدام الـ International SEO؟

- إذا كانت الخدمة أو المنتج الذي نسوق له نقوم بتقديمه عالمياً وليس في منطقة جغرافية واحدة.
- إذا كانت شركتك لها فروع في أكثر من دولة ويخدم العديد من المناطق الجغرافية.
- إذا كانت شركتك لها فرع واحد فقط ولكن تقدم خدماتها إلكترونياً إلى عملائها في العديد من الدول.

كيف نقوم بوضع خطة ناجحة للـ International SEO؟

- عمل قائمة بالكلمات الدلالية باستخدام أداة Google Keyword planner.
- التركيز على الاستهداف من خلال اللغة Language Targeting.
- عدم الترجمة بشكل حرفي، وقراءة المصطلحات والتعبيرات الخاصة بكل لغة.
- عمل روابط مخصصة للـ International SEO في أحد الأشكال الثلاثة القادمة:
  - عمل CCTLD مثل: examplesite.us.
  - عمل Subdomain مثل: us.examplesite.com.
  - عمل Subcategory مثل: examplesite.com/us.

Local SEO

أنواع النتائج الموجودة في الصفحة الأولى في جوجل

- Paid Ads
- Local Organic
- Local Pack

الـ Local SEO هو أحد فروع الـ SEO التي تركز على تحسين موقع الويب ليتم الظهور عليه من قبل العملاء في نتائج البحث المحلية. وهو ينقسم إلى نوعين فقط، وهما:

- local pack
  - الكلمة الدلالية المستخدمة في هذه الصورة هي Best coworking spaces in Alexandria، وكانت نتائج الأولى صورة من الخريطة الكلمة المبرمجة من موقع أفضل الأماكن بالقرب من مستقلة الجغرافية وصرح بـ Map pack أو Pack. وهي عبارة عن أفضل 3 نتائج للكلمة الدلالية المستخدمة. ويظهر بها اسم الموقع، التقييمات، والموقع الجغرافي، والـ rates، والخدمات.
  -
- Local organic
  - الـ Local organic هي النتائج التي تظهر بأسفل الـ local pack، وهي تظهر بناءً على نتائج البحث المحلية في منطقة جغرافية محددة، وتختلف عن الـ local pack في أنها لا تظهر بمكان مثل تلك التي تظهر في الـ Local pack، وتكون محددة على أنها دالة محددة بموقع وبدالية المستخدم.
  -

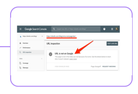
كيف نقوم بعمل وتنفيذ استراتيجية Local SEO؟

- أولاً: تأكد من إظهارك للـ NAP الخاص بك في موقعك الإلكتروني وفي كل منصات التواصل.
  - { N.A.P }
    Name, Address, Phone Number.
- ثانياً: التسجيل في Google My Business، ويرمز له بـ GMB، ويمكنك التسجيل به من خلال هذا الرابط business.google.com/agencysignup.
- ثالثاً: ربط موقعك بالمواقع الأخرى المحلية في نفس منطقتك الجغرافية بزيد من قوة موقعك، ويزيد من فرصة ظهورك في النتائج الأولى. أربط موقعك بالمواقع الأخرى التي لك شركات بها أو أنت عضو بها.
- رابعاً: قم بعمل حملة Reviews لموقعك على جوجل.
- كيف تظهر في نتائج الـ Local Organic؟
  - أولاً: قم بعمل قائمة من الكلمات الدلالية عن طريق أداة جوجل المجانية (Google keyword planner) وقم باختيار الكلمات المناسبة المحلية التي يبحث بها العملاء المحتملين في المنطقة الجغرافية التي يقع بها عملك. أدخل عليها من الرابط التالي: ads.google.com/intl/en_eg/home/tools/keyword-planner
    -

  - ثانياً: إنشاء وتنفيذ استراتيجية Link Building أو بناء الروابط القوية المتصلة بموقعك، لتزيد من قوة موقعك، مما يساعدك على الظهور في النتائج الأولى في الـ Local Organic.
    -
  - ثالثاً: بناء وتنفيذ استراتيجية Link Building أو بناء الروابط القوية المتصلة بموقعك. لتزيد من قوة موقعك، مما يساعدك على الظهور في النتائج الأولى في الـ Local Organic.
  - رابعاً وخامساً وسادساً: هم نفس النقاط التي ذكرتها لها قبل ذلك وهم GMB وReviews/Ratings وبعد النقاط الثلاثة مؤثرة جداً في ظهور موقعك في نتائج الـ Local Organic.

تحسين محرك البحث: أساسيات الـ Technical SEO

الخطوة الأولى: التحقق من الـ Indexing issues

- يجب أن تتأكد من الـ Indexing issue في موقعك وذلك عن طريق أداة جوجل Google search console، وستظهر لك بالشكل الآتي.
- أما إذا كنت تريد عمل Indexing لأحد صفحات موقعك فاتبع هذه الخطوات:
  - قم بفتح Google search console tool.
  - قم بعمل Copy للرابط الذي تريد عمل Indexing له.
  - قم بعمل Paste في خانة URL Inspection tool.
  - تم اضغط على Request indexing button.
  - 
- الطريقة الثانية لمعرفة عدد الصفحات التي تم عمل Indexing لها من جوجل وهي بأن تضع كلمة (site:) على اسم الموقع وذلك كالآتي: site:3mebusiness.com
  -

الخطوة الثانية: التحقق من الـ Redirect codes

- ما هي الـ Redirect Codes؟ هي طريقة لإرسال إعادة توجيه محرك البحث وزوار موقعك من أحد الصفحات التي يحتوي عليها لصفحة أخرى، وهي تنقسم إلى 301 Code و 302 Code.
  - الـ Redirect code 301 تعرف بأنها طريقة لإرسال زوار أحد الـ URLs في موقعك إلى URL آخر بشكل نهائي، وهي أفضل أنواع الـ Redirect codes لأنها تنقل الـ Link equity والـ Ranking Power إلى الرابط الآخر التي أنها لا تؤثر على الترتيب.
  - الـ Redirect code 302 يعبر عن نقل الزوار أحد الـ URLs في موقعك إلى URL آخر بشكل مؤقت وذلك إذا كان الـ URL تحت الإنشاء وهي مماثلة لـ Code 302، عندما نموذجاً الكود فأنك تجد حوض بأنك ستنتهي إلى هذه الصفحة فوراً. الـ redirect 2 لا تؤثر في ترتيب الصفحة الأصلية في محرك البحث، ولا يعمل الـ Ranking Power أو نقل الـ Link Equity الخاصة بالـ URL الأصلي إلى الـ URL الموقت.
- كيف تقوم بعمل 301، 302 redirect code؟
  - وذلك من خلال طريقتين: عن طريق Rank Math من خلال هذا الرابط rankmath.com، أو عن طريق .htaccess في الـ Wordpress، ولا أنه يكن لك حرية في التعامل مع الأكواد أو كنت لا تستطيع فيمكنك الاستعانة بالمتخصص بالموقع ليقوم بعمل الـ Redirection.
- أنواع أخرى للـ Redirection Code
  - Google console
    - افتح Google console واضغط على coverage تم ألق نظرة على كلمة excluded
      -
    - افتح أداة Ubersuggest تم اضغط على seo explorer تم seo analyzer
      -
      -
  -

  - 403 Forbidden
  -

الخطوة الثالثة: التحقق من الـ HTTP and HTTPs

- التعريف: الـ HTTP عبارة عن بروتوكول يستقل عن نقل البيانات، غير الويب وهو يحدد الأوامر المستخدمة في نقل تلك البيانات. HTTPs يعتبر حرف الـ S هاً في كلمة Secure أو الآمنة، بمعنى أنه بروتوكول مشفر يسمح بالحفاظ على خصوصية البيانات، وبذلك، بالأخص إذا كنت تتعامل مع مواقع تجارة إلكترونية.
- هل يؤثر البروتوكول في الـ SEO؟
  - بروتوكول HTTPs ليس له تأثير في أن يجعل الموقع أعلا فقط، ولكن له تأثير أيضاً في الـ User Experience حيث أن إنفهاء كلمة Secure يواجب أسم الموقع في محرك البحث يجعل المستخدم واثقاً من أن زيارته لهذا الموقع ستكون آمنة، وبالتالي فهو يؤثر على الـ SEO.
    - شهادة SSL هي شهادة تساعدك على إنعماء الأمان والحماية على موقع بخصوص على هذه الشهادة بشكل حماية موقعك والظهور بشكل Secure على محرك البحث. إذا كنت تستخدم Wordpress فإن العديد من شركات الاستضافة تقدم هذه الشهادة مجاناً أو بمقابل شرائها من موقع LetsEncrypt.org
      - HTTP + SSL = HTTPS
      - Hypertext Transfer Protocol / Secure Sockets Layer / Hypertext Transfer Protocol Secure

الخطوة الرابعة: التحقق من الـ Robot.txt

- أولاً: ما هو ملف الـ Robot.txt؟ هو ملف يوجه جوجل عندما يقوم بالزحف على موقعك بأن هناك صفحات لا يمكنه الاطلاع عليها.
  - مثال على هذه الصفحات:
    - Customer profiles
    - Staging site
    - Images or PDFs
    - Duplicate content
  - هذا هو الـ Format الخاص بملف الـ Robot.txt
    - User-agent: [user-agent name] Disallow: [URL string not to be crawled]

الخطوة الخامسة: الـ Canonicalization

- الـ canonicalization أو الـ canonical tag هو عبارة عن HTML Code يوضع لمحرك البحث الإشارة الرئيسي لأحد صفحات موقعك. بمعنى أنك إن كان لديك صفحة مكررة أو نسخة مكررة أو صفحة ذات محتوى متشابه؛ فيمكنك استخدام الـ Canonical tag لتوضح الـ URL الأساسي الذي تريد أن يظهره جوجل في نتائج البحث.
- كيف نقوم بعمل Canonical tags؟ يتم وضع Canonical tag في الـ Head section في موقعك. هذا هو الكود الذي يمكنك وضع الـ Url الأصلي به: <link rel="canonical" href="example.com/sample-page">

الخطوة السادسة: Site Speed and responsiveness

- ما المقصود بالـ Site speed؟ وكيف نؤثر سرعة الموقع في الـ SEO؟
  - المقصود بـ Site speed سرعة تحميل الموقع وهي المفضل أن تكون مدة التحميل قصيرة، حيث أن كلما قلت مدة التحميل.
    - زاد ظهورك في محرك البحث بالمقارنة بمنافسيك، حيث أن جوجل تدعم المواقع التي لها سرعة تحميل قصيرة.
    - زاد عدد زوارك من الهواتف المحمول.
    - قلت نسبة معدل الارتداد أو الـ Bounce rate.
      - ما هو الـ Bounce Rate؟ يعبر عن النسبة المئوية لزوار موقع الويب الذين يغادرون الموقع بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط. وهم يغادرون لعدة أسباب، منها مدة تحميل الموقع والـ user experience.
      -
      -
      -
- ما هو الـ Bounce Rate؟ يعبر عن النسبة المئوية لزوار موقع الويب الذين يغادرون الموقع بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط. وهم يغادرون لعدة أسباب، منها مدة التحميل الموقع وبالـ user experience.
  - يمكنك تحسين سرعة موقعك عن طريق ضغط وحجم الصور الموجودة به بحيث تظهر بأفضل جودة. وأقل حجم. كما يمكنك تحسين السرعة عن طريق ضبط القياسات الصحيحة للتحسين بحيث تأخذ الحجم الصحيح الذي ستظهر به على الموقع مدة تحميل الموقع والـ user experience.
  - تحسين سرعة موقعك

استخدم الـ Broken links strategy

- الـ Broken links strategy عبارة عن عملية العثور على الروابط المعطلة لدى المواقع الأخرى، ثم التواصل مع أصحاب هذه المواقع وعرض المحتوى الخاص بك والذي يحمل رابط موقعك الذي تريد أن تريد أن تحقق له Backlink. ويسمى Link gap analysis أيضاً. فالشرط هنا أن تكون هذه المواقع relevant، بمعنى أن تكون لها علاقة بالمجال أو الصناعة التي تعمل بها.

Link bait

- الـ Link bait عبارة عن محتوى مصمم لجذب وتشجيع الأشخاص على مشاركته عبر السوشيال ميديا ويشيرون له من مواقعهم ومدوناتهم الإلكترونية Backlinks.

Site responsiveness

- الـ Site responsiveness والذي يرمز له بـ RWD هو طريقة لتطوير وتعمير مظهر الموقع ديناميكياً بحيث يناسب مظهره مع الشاشات المختلفة لعرض الموقع سواء على الـ laptop أو الـ Mobile أو Tablet ومن خلاله يقوم المطور بإعادة ترتيب المحتوى وعناصر التصميم لتناسب كل شاشة على حده.
- إحصائية: أكثر من 50% من نقاط الإنترنت في جميع أنحاء العالم يحدث على الأجهزة المحمولة. (Statista)
- الأدوات اللازمة لعمل Auditing ناجح لموقعك الإلكتروني
  - SerpRush
  - Ubersuggest
  - Google search console
  - SEO Desktop

كيف نقوم Google بعمل تهيئة لمحتوى موقعك؟

-

- ما هي الـ Sitemap؟
  - موجود Code هي عبارة عن ملف من الـ Sitemap الخاص بموقعك يحتوي على كل الـ Server على الـ URLs الموجودة على موقعك. وهذا الملف يساعد الـ Bots على الـ Crawling.
- Website Navigation Structure
  -
  - بعد إنتهائك الـ structure لـ موقعك (Top-level and low level) تأتي الآن مرحلة إنشاء الـ Sitemap أكم وضعها في server موقعك. وهم ذلك وضعها في كل مجرك بحث على حدة. هناك موقعان يمكنك من خلالهم عمل الـ Sitemap وهما: Screaming frog. Xml.sitemaps.com

كيف نقوم بعمل Submit في جوجل؟

-
- كيف نقوم بعمل Submit؟
  - بالنسبة لمحرك البحث Yahoo، Bing يمكنك عمل Submit للـ Sitemap من خلال Bing webmaster tool. ويمكنك الذهاب إليه من خلال هذا الرابط bing.com/webmasters/about

Heading tags

- الـ Heading tags عبارة عن HTML code يوفر بنية هرمية للصفحة ليُوجب الخاصة بك. ويمكنك استخدامه لعمل هيكل لصفحتك، مما يسهل على الزائر القراءة وبمثل من الـ Bounce rate. كما أن الـ search crawlers يستخدمون الـ Headings للإمتثال بين محتوى صفحتك.
- اتبع النصائح الآتية:
  - اجعل عنوان الصفحة له H1 tag.
  - العناوين التالية لذلك اجعلها h2, H3, H4 وهكذا.
  - اجعل الكلمة الدالة الرئيسية في عنوان صفحتك.
  - راجع جيداً التسلسل الهرمي لصفحتك قبل نشرها.

Title tags

- الـ Title tags هو عبارة عن HTML element يحدد عنوان صفحة الويب. وهو يأخذ نفس شكله الـ heading tag ولكنه مختلف عنه.
  - الفرق بينهم
    - الـ heading tag موجه إلى أولئك الأشخاص الموجودين بالفعل على موقعك. الـ title tag موجه إلى الأشخاص الذين لم يقوموا بزيارة موقعك، أي أولئك الموجودين في الـ SERP.
    -

Meta description

- الـ Meta description عبارة عن HTML attribute يوضح ملخصاً موجزاً عن صفحة الموقع.
-

Internal link

- الـ Internal link عبارة عن link يربط بين أحد صفحات موقعك وصفحة أخرى. ويستخدم في الربط بين صفحات الموقع لزيادة القيمة لمحتوى الصفحة ولتسهيل الـ navigation.
- يستخدم الـ internal links في إكتشاف الروابط والصفحات الجديدة الموجودة في موقعك. الـ internal links تنقل الـ authority من رابط إلى رابط؛ لذلك يجب أن نقوم بتخطيط لها جيداً. يمكنك استخدام الـ cluster pages في عمل استراتيجية جيدة للـ internal links. لا تقوم بربط المواضيع بعضها بشكل عشوائي.
- يجب أن يكون اللينك descriptive بمعنى أن يحمل أحد الكلمات الدالة في الصفحة والتي تؤدي إلى صفحة أخرى. ويكون الكلمة أو الجملة القصيرة - موضحة للمعنى والموضوع الآخر الذي سينتقل لقراءته.
  -

كيف نستخدم الـInbound Marketing في الـ SEO؟

- الـ Inbound Marketing عبارة عن منهجية عمل تجذب العملاء من خلال إنشاء محتوى قيم ومفيد مصمم لهم بشكل خاص ويمكنك أن تستخدمه في الـ SEO عند نشر محتوى مدونتك الإلكترونية.
  -

- نصائح استخدام الـ Inbound marketing:
  - قبل البدء في تنفيذ منهجية الـ Inbound Marketing يفضل أن يكون موقعك خالي من أخطاء الـ SEO. قم بعمل Keyword research قبل البدء فيها حتى تستخدم الكلمات الدالة والأفكار بشكل صحيح في كل خطوة. هذه المعلومات عادة ما تكون Call to Action بشكل ذكي حتى تعمل عملائك المحتملين حاول تضمين الـ من خطوة إلى خطوة.

ما هي الـ Pillar pages والـ Topic clusters وكيف نستفيد منهم؟

- الـ pillar page هي جزء من المحتوى الغني بالمعلومات حول موضوع معين يحبث يمكن تقسيمه إلى العديد من الأقسام والمواضيع الأخرى. والتي يطلق عليها Cluster topics.
- هي عبارة عن مجموعة من صفحات الويب المترابطة بعضها. هذه الصفحات تندرج تحت الـ pillar page وتكون الـ Cluster topics مرتبطة بصفحات أخرى ذات صلة ومركزة حول الموضوع الأصلي والمواضيع الفرعية المنشقة منه.

كيفية استخدام الـ Buyer SEO-Content journey plan؟

-

أنواع النتائج الموجودة في الصفحة الأولى في جوجل

- Organic results
- Paid ads
- Featured snippet
- Knowledge graph
- Rich results

Rich Results

- هي أحد أنواع النتائج التي تظهر في الصفحة Rich Results الأولى، في جوجل بحيث تظهر المعلومات، في شكل جذاب، وهذا النوع من النتائج يوفر العديد من الطرق للوصول إلى معلومات حول الـ Search query.
- Rich Results تكميلية عن إلى meta description والـ Title tag لصفحة الموقع، ويطلق عليها أيضاً Rich Snippet أو SERP Features.
- أنواع الـ Rich Results
  - النوع الأول: Image Pack
  - النوع الثاني: Local Pack
  - النوع الثالث: Reviews
  - النوع الرابع: Recipes
  - النوع الخامس: Sitelinks
- نصائح
  -

Structured data

- الـ Structured data تساعد جوجل على التعرف وفهم المحتوى الموجود في موقعك وعلى فهم ما الذي يقدمه موقعك بالضبط. فهي توفر معلومات مفيدة ومواكبة جداً لـ User intent في شكل جذاب يظهر في الـ Structured data في مشكلة Rich results Snippet. يعمل الـ Structured data المحتوى بطريقة مبسطة وسهلة، بحيث يمكن لمحركات البحث عرض هذا المحتوى بطريقة جذابة في نتائج البحث. تقوم الـ Structures data بعمل ذلك عن طريق الـ Markup language.

Markup Language

- ي عبارة عن computer code يمكن للإنسان قراءته وفهمه، أكبر مثال على ذلك هو لغة HTML. الـ Structured data تنقل المحتوى في شكل مبطن بحيث يمكن لمحركات البحث تفرعيه بشكل جذاب في نتائج البحث.
  - Marking up structured data= creating the structured data code والذي يمكنك عمل الـ Structured data من خلال موقع Schema.org يحتوي على أمثلة متعددة من الأكواد والذي يمكنك الاختيار من بينها. والـ JSON-LD هو الـ schema المقترح عند عمل format.
- عند عمل الـ Structured data يمكنك:
  - الاستعانة بـ Web developer، وهو الاقتراح الأفضل.
  - عن طريق Plugin يمكنك القيام بعملها بنفسك.
  - ولما اخترت عملها بنفسك يمكنك الاستعانة بـ Schema generator tool أو أداة جوجل لعمل الـ Structured data google.com/webmasters/markup-helper
  - وفي النهاية يمكنك عمل الـ Structured data test عن طريق استخدام Google's Rich Testing Test search.google.com/test/rich-results Structured Data Testing Tooltps://search.google.com/structured-data/testing-tool/u/0

Featured snippet

- الـ Featured Snippet هو ملخص لإجابة السؤال الذي يبحث عنه الـ User وهو عبارة عن فقرة تظهر في أعلى الصفحة فوق الـ 10 نتائج الـ organic. ولنضمن بالضرورة أن يكون الـ Featured snippet هو نفسه الشبحة الأولى، في الغالب جوجل تختار الـ Featured snippet من أول 5 نتائج في جوجل.
- كيف تجعل موقعك يظهر في الـ Featured snippet

نهيئة الموقع: ما هو الـ Knowledge graph؟

- التعريف: الـ knowledge graph هو عبارة عن قاعدة معرفية تستخدمها Google لتحسين نتائجها إرداف من خلال معلومات البحث التي تم جمعها من مجموعة متنوعة من المصادر المتوفرة. هذه المعلومات عادة ما تكون People - Facts - Places والهدف هو تمكين الـ Users إلى إيجاد المعلومات التي يحتوي عنها بسهولة وسرعة.
- كيف تظهر في الـ Knowledge graph
  - قم بعمل صفحة في ويكيبيديا
  - قم بعمل صفحة في wikidata.org
  - لا تنس أن تقوم بعمل صفحات على السوشيال ميديا
  - قدم محتوى مختلفاً عن منافسيك
  - قم بعمل Schema Markup لصفحاتك
  - وأخيراً لا تنس الآن تضع الـ Keyword في:
    -

Off-page optimization

- هي جميع الإجراءات التي يتم تنفيذها خارج الموقع لنهيئة وتحسين ترتيب الموقع في نتائج جوجل.

أساليب وتكتيكات متقدمة في الـ Backlinks

- الـ Backlinks هي عبارة عن إشارة لجوجل بأن موقعك موثوق به ومفيد للزوار وتقدم محتوى غاية الجودة مما يشجع المواقع الأخرى على الرجوع إليه كمرجع وهي أيضاً عبارة عن تشجيع أصحاب المواقع الأخرى على عمل backlink لموقعك، مما يساعد على تحسين نتائج ترتيبك في محرك البحث.
- من الشروط التي يجب توافرها في الـ Backlinks لموقعك هي:
  - عدد كبير من الـ Backlinks.
  - جودة عالية للـ Backlinks.
- عمل Backlinks لموقعي

تحسين المواقع على محركات البحث - المستوى المتقدم (2)

أساليب وتكنيكات متقدمة في الـ Backlinks (2

- قم بعمل تحليل للصفحة الأولى في محرك البحث
  - لنفترض أنك تمتلك مركز تغذية، وتريد أن تقوم بعمل Backlinks لموقعك؛ يمكنك وضع هذه الكلمة الدالة في كلمة دالة طويلة مثل: Nutrition centers in Egypt في Incognito لفتح نافذة موقعك وابحث.
- قم بتجميع المواقع التي لها ترتيب في الصفحة الأولى وضعهم في جدول وبجانبهم قم بتدوين ملاحظات
Site Name	Content type	Length of text	No. of backlinks	Structure	Benefits /Incentives	Elements	Keywords /Domain
Site 1							
Site 2							
Site 3							
Site 4							
Site 5							
Site 6							
- هذه الطريقة من التحليل تمكنك من كتابة مواضيع مماثلة للمواضيع الموجودة في أول صفحة بنفس المواصفات وبجودة أعلى حتى تحظى بمرتبة وسط النتائج الأولى، وأيضاً تمكنك من معرفة عدد الـ Backlinks التي يجب أن تحظى بها في صفحتك حتى تتصدر المراتب الأولى. ويمكن أن تستغل الفرصة كما ذكرنا من قبل، وتراسل المواقع التي تشير إلى منافسيك وتتفق معهم على أن يشيروا لك كذلك، ولكن ذلك مقابل فائدة قيمة تقدمها لهم بالطبع.

المدونة

- التدوين أو كتابة المحتوى لموقعك هو ما سيجعلك تحقق الهدفين:
  - زيادة زيارات موقعك لأنك تكتب من أجل الـ User.
  - المحتوى يحفز المواقع الأخرى على الإشارة لك Backlinks.
- ملحوظة: استعن بأداتي Keyword planner tool وأداة semrush.com في استخراج الكلمات الدالة لمدونتك. كما يمكن الاستعانة بالكلمات الدالة لدى المنافسين الموجودين في المراتب الأولى من جوجل لتنافسهم على نفس المرتبة، وبالتالي تزيد فرصة الـ Backlink.

استثمر في علاقاتك

- كلما زاد علاقاتك زادت فرصتك في عمل Backlinks لموقعك، وبالطبع يجب أن تكون مواضيعك مفيدة لهم.
  - Bloggers
  - Journalists
  - Partners
  - Business Owners
  - Influencers

Press Requests Alert

- قم بالتواصل مع الـ Freelance journalists وحاول أن تقدم لهم Value عن طريق المحتوى الذي تقدمه، هؤلاء الصحفيون عادة ما ينشرون مواضيعهم في مواقع لها authority عالية مثل الـ Guardian وغيرها، مما يفيد موقعك بـ backlink له ثقل.
- لكيفية التواصل مع Email Template الصحفيين، ويفضل أن يكون باللغة الإنجليزية، إلا في حالات استثنائية.

Guest posts

- الـ Guest Blogging هو إنشاء Guest posts ليتم نشرها على موقع ويب آخر Third Party، ويتم كتابة مواضيع الـ Guest Blogging لمواقع الويب التي تنتمي إلى نفس المجال (Relevant). هذا يبني المصداقية ويزيد من ثقة عملائك بك، كما يزيد من الـ Authority لموقعك.
- يجب أن تسأل نفسك عدة أسئلة عند عمل Guest Blogging:
  - هل محتوى أسواق التي ستنشر عليه Guest post الـ على أكثر من المتابعين الذين يشترون التعليقات بشدة ؟
  - هل يدفعك أولئك المتابعين ويتذكرون المواضيع على السوشيال ميديا؟
  - هل يحتوي الموقع الذي تنشر عليه الـ Guest post على صفحات توصل اجتماعي بشبكة حيث يقومون بالنشر بالنقاط؟
  - هل الـ Authority العامة بالموقع الذي تنشر عليه كبيرة - بحيث تعود عليك بالنفع في ترتيب مواقعك؟
  - هل المواقع الأخر relevant في مجالك لموقعك؟
- اجعل نفسك مصدراً للمعلومات وقم بعمل Guides؛ عندما تكون مصدراً للمعلومات للآخرين تكون مرجعاً لها، مما يشجعهم على عمل link Back لك. كما أن الـ Guides هي نوع من أنواع الـ Link Bait التي تكلمنا عنها من قبل. قم بنشر هذه الـ guides في موقعك وصفحات السوشيال ميديا الخاصة بك، كما يمكنك عمل Guest post والإشارة لها في هذا الـ Post.

كن نشيطاً على الـ Social media

- السوشيال ميديا ليس لها تأثير مباشر على الـ SEO ولكن مشاركة الروابط على السوشيال يزيد من:
  - الـ brand exposure أو ظهور البراند وانتشاره.
  - توزيع المحتوى بشكل جيد.
  - المساعدة في الـ Organic traffic للموقع.
  - تضيف عمراً أطول للمدونات التي تمت مشاركتها.
  - التعزيز من سمعة البراند.
  - التعزيز من الـ Local SEO.

شكل التقرير

- ابدأ بنبذة عن النقاط التي تقدمها في التقرير.
- وضح الـ Issues أو الـ Errors الموجودة في الموقع. ثم ضع حلولاً لهذه المشاكل بشكل مفصل.
- قم بالاستعانة بالأدوات التي شرحناها في الدروس السابقة لتحصل على تقرير جيد.
- ضع أرقاماً تحليلية عن الـ Backlinks ووضح من أي موقع جاءت؟ والـ anchor text الخاص بها، وهل هذا الموضوع موثوق به أم لا؟
- قم بتحليل أفضل الكلمات الدالة التي جذبت زواراً للموقع.
- توضيح عدد زوار الموقع ومدة الـ Sessions مع بيان أسباب مغادرتهم للموقع إن حدث ذلك.
- ضع أرقاماً لمعدل الارتداد أو الـ bounce rate، وإذا كانت نسبته مرتفعة فضع حلولاً لذلك.
- وضع أفضل المواضيع التي كانت جذابة للقارئ.
- قم بتحليل موقعك من حيث الزيارات التي تأتي إليه من السوشيال ميديا، وضع مقترحات لتطوير ذلك.
- اختتم التقرير بالتوصيات والمقترحات التي يفضل تنفيذها الفترة القادمة لتطوير العمل.

كيفية التنصل من الـ Backlinks

- أو كما يطلق عليها disavow links، وهنا نقوم بعمل بعض الخطوات للتنصل من الروابط الضارة التي تشير لموقعك، والتي ترجع بالضرر على ترتيبه وقوته في محرك البحث.

الأدوات التي يمكن استخدامها لعمل SEO report

Moz	https://moz.com/free-seo-tools
Ahrefs	https://ahrefs.com/
SEM Rush	https://www.semrush.com/
Ubersuggest	https://neilpatel.com/ubersuggest/
Growthbar	https://growthbarseo.com/
Google search console	
KWFinder	
Screaming Frog	
Siteliner	
Kissmetrics	
Google analytics	
- أداة Ubersuggest
- أداة Google search console
- أداة Google search console
- أداة Google Analytics
  - أداة Google analytics هي الأداة الأفضل على الإطلاق لتحليل موقعك من حيث الـ Traffic الخاص به، والـ sessions والـ Audiences وتحليلات أخرى تجعلك على علم بموقعك جيداً في محرك البحث.

قياس قوة الموقع

- Domain Authority
  - الـ Domain Authority هو عبارة عن درجة يتم إعطاؤها للموقع. وتعطي مقياساً لمدى قوة الموقع على محرك البحث، تم إنشاء هذا المقياس بواسطة شركة Moz بواسطة شركة تطوير البرمجيات Moz ، ويقدم نظرة عامة على أداء محرك البحث المحتمل.
- أداة Moz
- أداة Ahref
- أداة SEO small tools