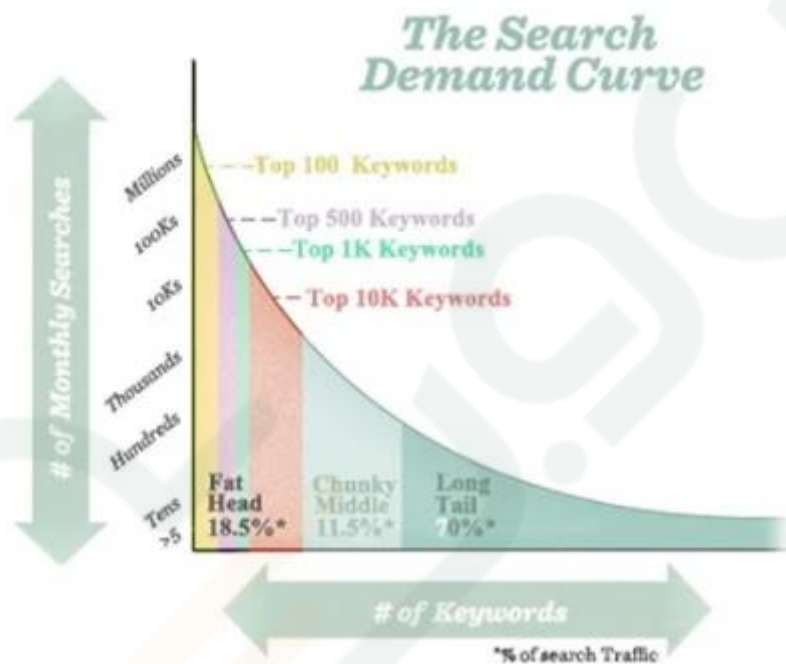


شما هدایت کند، شما باشد نیازهای مخاطبان خود را بشناسید. به زبان مخاطبان بنویسید و همان محتوایی را در اختیارشان بگذارید که به دنبالش می‌گردند. برای این کار می‌توانید با مشتریان ارتباط بگیرید، در فروم‌ها به دنبال تایپیک‌های پر بحث باشید و یا خودتان به تحقیق کلمات کلیدی با ابزارهایی مانند [Moz keyword explorer](#) بپردازید.

عبارات کلیدی طولانی چیست؟

کلمات کلیدی گستره بسیار وسیعی دارند و هدف قرار دادن آن‌ها به طور مثال (بلیت) می‌تواند دست نیافتنی باشد، اما عبارات کلیدی که ترکیبی خاص از چندین عبارت هستند شانس دیده شدن بیشتری دارند و به نام “long-tail keywords” شناخته شده‌اند.



نمودار بالا حجم جستجو را نسبت به تعداد کلمات کلیدی نشان می‌دهد. بیش از ۷۰ درصد جستجوها در واقع عباراتی بلند هستند. کلمه کلیدی کوتاه می‌تواند هدف اصلی شما باشد به علت اینکه حجم جستجوی بالایی نیز دارند اما رقابت بسیار بالایی نیز میان رتبه‌های صفحه اول وجود دارد.

در راس این رقابت سخت، کلمات کلیدی مبهم بسیار وجود دارد. برای مثال وقتی کسی عبارت “بلیت” را جستجو می‌کند، معلوم نیست بلیت سینما می‌خواهد یا باغ وحش و یا می‌خواهد تاریخچه ایجاد و استفاده از بلیت را بداند یا از آخرین اخبار قیمت بلیت‌های هواپیما با خبر شود.

عبارت کلیدی طولانی می‌توانند واضح‌تر قصد و نیت کاربر جستجو کننده را برسانند. برای مثال، “بلیت هواپیما مشهد به تهران اکونومی کلاس” یا “بلیت سینما کوروش فیلم گوزن‌ها”. هم چنین رقابت کم‌تری در این عبارات وجود دارد و

می‌توانید راه ساده تری تا رتبه‌های برتر نتایج جستجو داشته باشید. به علاوه وقتی گوگل متوجه شود صفحه شما در عبارات طولانی نیازهای کاربر را برطرف می‌کند شانس رشد سایت شما در تمام آن عبارات کلیدی بالاتر می‌رود.

نحوه صحیح استفاده از کلمات کلیدی در هر صفحه

درسته که شما صفحات را برای موتورهای جستجو بهینه می‌کنید اما فراموش نکنید گوگل درست همان چیزی را دوست خواهد داشت که کاربران دوست داشته باشند پس باید محتوای شما بتواند فاکتورهای رضایت کاربر UX را بدست آورد. به همین دلیل نباید فقط برای بدست آوردن جایگاه بجنگید بلکه باید محتوایی با ارزش در اختیار کاربران بگذارید. چند قانون اولیه برای استفاده از کلمات کلیدی وجود دارد که باید آن‌ها را رعایت کنید. باید در تیتراها از H1 تا H6 کلمات کلیدی را بکار ببرید و سعی کنید تیترا اصلی را با کلمه کلیدی خود آغاز کنید. هم چنین در بدنه متن خود نیز بایستی به خوبی عبارات کلیدی را پخش کنید. البته اگر متنی کامل پیرامون موضوع مشخصی می‌نویسید می‌توانید مطمئن باشید که نیازی نیست تا خیلی به تعداد دفعات تکرار کلمه کلیدی اهمیت دهید. کلمات کلیدی خود را بصورت تگ در انتهای مطلب نیاورید این کار کاملاً منسوخ شده و فقط صفحاتی نامفهوم ایجاد می‌کند.

آدرس URL خود را به انگلیسی بنویسید و کلمه کلیدی خود را در آن تکرار کنید. توضیحات متا دسکرپشن جذاب بنویسید و عبارت کلیدی خود را حداقل یک بار در آن بیاورید. هم چنین در توضیحات Alt تصاویر نیز حتما کلمه کلیدی خود را استفاده کنید. این کارها به موتورهای جستجو نشان می‌دهد که مقاله شما درباره چیست.

استفاده از کلمات کلیدی در این بخش‌ها اولیه‌ترین بخش بهینه‌سازی صفحات شماست. قرار نیست که خیلی زود جایگاه مناسبی به دست بیاورید، اما برای رسیدن به صفحه اول نتایج گوگل ضروری است. اما عمل نکردن به این نکات می‌تواند راه رسیدن به نتایج برتر را ناهموار کند.

تعریف استراتژی محتوا با استفاده از کلمات کلیدی

با وجود اینکه اغلب اوقات می‌توانید یک کلمه کلیدی را هدف قرار دهید و تمام محتوای خود را پیرامون آن عبارت تولید کنید، برخی اوقات شما محتوای خود را آماده دارید و حالا می‌خواهید کلمات کلیدی را در آن بکار ببرید و بهینه‌سازی کنید. باید به طور کامل بررسی کنید که محتوای شما پاسخ چه پرسش‌هایی و جواب چه نیازهایی را می‌دهد و در بخش‌های مختلف مانند متا تگ‌ها از آن‌ها استفاده کنید.

تحقیق کلمات کلیدی به چه معناست؟

تحقیق کلمات کلیدی یکی از اصلی‌ترین فعالیت‌های ما در سئو سایت محسوب می‌شود و شامل شناسایی عبارات کلیدی پرکاربرد و عباراتی که کاربران آنها را جستجو می‌کنند، می‌شود. تحقیق کلمات به شما کمک می‌کند تا متوجه شوید کدام عبارات بیشتر مورد نیاز مخاطبان بوده و رقابت برای فتح رتبه‌های نخست تا چه مقدار سخت خواهد بود. بر همین اساس نیز استراتژی تولید محتوای خود را پیش ببرید.

تحقیق کلمات کلیدی فقط به معنای این نیست که ببینیم کدام عبارات چه قدر جستجو می‌شوند بلکه می‌توانیم ایده بگیریم که کاربران چگونه پرسش‌های خود را بیان می‌کنند و بر اساس آن صفحات خود را بهینه‌سازی کنیم.

ابزارهای تحقیق کلمات کلیدی چیست؟

1. سرچ کنسول گوگل

پیشتر در مقاله‌ای کامل [راهنمای راه‌اندازی گوگل سرچ کنسول](#) را بررسی کردیم، پس اگر هنوز google search console خود را نصب و پیاده‌سازی نکرده‌اید به مقاله لینک شده رجوع کنید. کنسول جستجوی گوگل یک ابزار برای تحقیق کلمات کلیدی نیست، اما ویژگی‌هایی دارد که با کمک آن‌ها می‌توانید کلمات کلیدی را استخراج کنید،

در این بخش شما صفحاتی که کلیک و ورودی از گوگل داشته‌اند را مشاهده می‌کنید، هم چنین عباراتی که هر صفحه بر روی آن‌ها دیده شده قابل مشاهده است. برای بهره‌مندی هر چه بیشتر از این ابزار برخی عبارات فرصت خوبی در اختیار شما می‌گذارند.

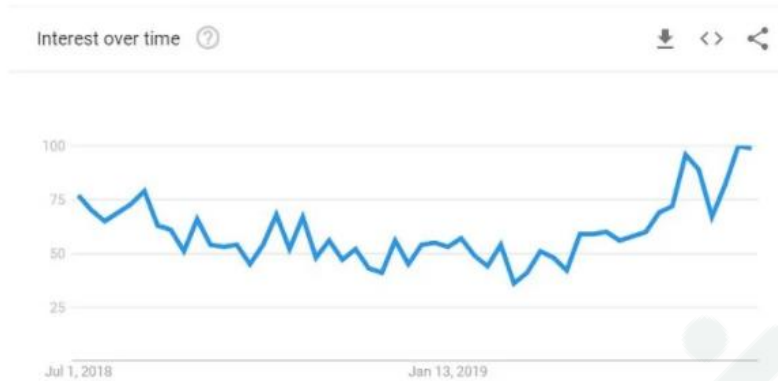
عباراتی که جایگاهی بین 8 تا 20 در نتایج جستجو دارید را استخراج کنید و با استفاده از نکات سئو داخلی On-page SEO صفحه مورد نظر را برای این عبارات نیز بهینه کنید.

2. گوگل ترندز

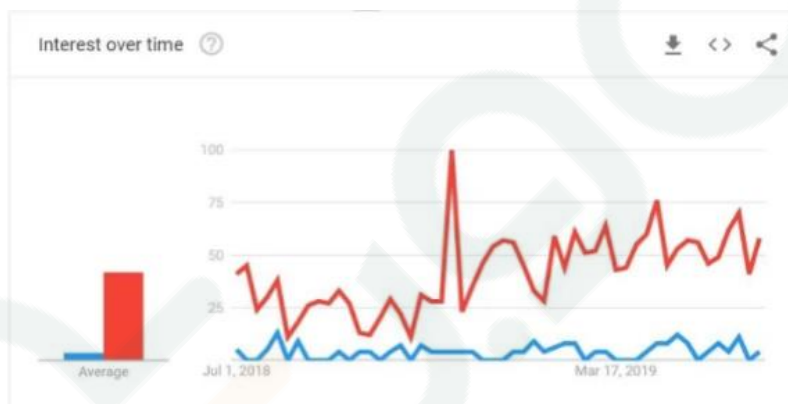
با استفاده از این ابزار کلمات کلیدی جدید و ترندهای جستجو را بیابید. برای تحقیق کلمات کلیدی در [Google Trends](#)، اول از همه شما می‌توانید کلمه مورد نظر را در این صفحه جستجو کنید و عبارات مرتبط را در بخش زیر بیابید.



هم چنین می‌توانید ببینید که در چه زمان‌هایی عبارات مورد نظر بیشترین جستجو را داشته است.



به علاوه شما می‌توانید در گوگل ترندز عبارات متفاوت را با هم مقایسه کنید. فرض کنیم ما برای سرمایه‌گذاری در سئو روی دو خدمت اصلی که ارائه می‌دهیم، یعنی خرید رپورتاژ آگهی و خرید بک لینک این دو عبارات را با هم مقایسه می‌کنیم.



رنگ قرمز برای بک لینک و رنگ آبی برای رپورتاژ آگهی است. به همین دلیل موفق شدن در عبارت بک لینک مسلماً ورودی بیشتری را به راش وب هدایت خواهد کرد.

ابزارهای دیگر تحقیق عبارات کلیدی

ابزارهای دیگری نیز وجود دارند مانند **Kwfinder**، **SEMrush**، **Serpstat**، **Soovle** و... که اکثراً مانند **kwfinder** یا به دلیل محدودیت‌ها اطلاعات درستی از جستجوی ایران نمی‌دهند یا به مانند **SEMrush** این اطلاعات را در اختیار کاربرانی می‌گذارند که اکانت پرمیوم تهیه کنند.

من به شما توصیه نم‌ که تنها با کمک همین دو ابزار گوگل و مهم‌تر از همه این‌ها فکر کردن به جای مخاطبان عبارات کلیدی را بدست آورید. خودتان را جای مخاطب کسب و کارتان بگذارید و به جای آن‌ها فکر کنید و پرسش‌هایی که ممکن است برایتان پیش آید را بنویسید و صفحات خود را بهینه‌سازی کنید.