

## اصطلاحات رایج در سئو و مفهوم آنها



به جرات می‌توان گفت یادگیری همه اصطلاحات و واژگان **سئو** می‌تواند مانند یادگیری یک زبان دیگر باشد. برای بهبود روند یادگیری شما با این اصطلاحات یک مرجع بصورت فصل بندی ارائه کرده‌ایم.

### فصل ۱: سئو ۱۰۱

**blue links** : موتورهای جستجو برای نمایش دادن نتایج جستجو از یک فرمت استفاده می‌کنند. ده نتیجه ارگانیک صفحه‌ی نتایج موتورهای جستجو که همه به صورت یک شکل کلی نمایش داده می‌شوند.

**Black hat** : شیوه‌های بهینه‌سازی در موتورهای جستجو که ناقض دستورالعمل‌های گوگل هستند.

**Crawling** : روندی که موتورهای جستجو، صفحات وب شما را شناسایی و بررسی می‌کنند.

**De-indexed** : به صفحه یا گروهی از صفحات که از فهرست گوگل حذف می‌شوند، گفته می‌شود.

**Featured Snippets** : باکس‌های پاسخگویی که در بالای SERPها برای نمایش داده‌های خاص ظاهر می‌شوند.

**Google My Business listing** : یک لیست رایگان و در دسترس برای مشاغل محلی است.

**Indexing** : ذخیره و سازماندهی مطالب هنگام crawl کردن.

**Intent** : به مواردی اطلاق می‌شود که هدف واقعی کاربران از کلماتی که در نوار جستجو تایپ کرده‌اند را نشان می‌دهد.

**KPI** : یک نشان‌دهنده‌ی «شاخص‌های کلیدی عملکرد» است. در واقع یک مقدار قابل اندازه‌گیری که نشان می‌دهد عالیت در رسیدن به یک هدف چقدر خوب پیش می‌رود.

**Local pack** : بسته‌ای که معمولاً از سه فهرست مشاغل محلی تشکیل می‌شود و برای جستجوهای با هدف محلی مانند «تعویض روغنی در نزدیکی من» ظاهر می‌شود.

**Organic** : جایگاه‌های بدست آمده در صفحات گوگل است که با جایگاه‌های تبلیغاتی (AD) متفاوت می‌باشد.

**People Also Ask boxes** : جعبه‌ای در برخی SERPها که شامل لیستی از سوالات مربوط به کلمه‌ی جستجو شده و پاسخ‌های آنها است.

**Query** : کلماتی که در نوار جستجو تایپ می‌شوند.

**Ranking** : ترتیب نتایج جستجو با توجه به Query است.

**Search engine** : یک برنامه‌ی بازیابی اطلاعات است و مطابق با ورودی درخواست شده توسط کاربر، مواردی را در یک پایگاه داده جستجو می‌کند و نمایش می‌دهد. مثال‌ها: گوگل، بینگ و یاهو.

**SERP features** : نتایج نمایش داده شده در قالب غیر استاندارد است. کلمه‌ی مخفف SERP نشان‌دهنده صفحه نتایج موتور جستجو است.

**Traffic** : میزان بازدید از وب سایت.

**URL** : آدرس اینترنتی، یک منبع، یک مکان یا آدرس برای تک تک مطالب در وب است.

**Webmaster guidelines** : دستورالعمل‌هایی که توسط موتورهای جستجو مانند Google و Bing به منظور کمک به دارندگان سایت‌ها ایجاد شده است تا محتوایی را تولید کنند که در نتایج جستجو نمایش داده شوند، ایندکس شوند و عملکرد خوبی داشته باشند.

**White hat** : شیوه‌های بهینه‌سازی در موتورهای جستجو که مطابق با دستورالعمل‌های گوگل هستند.

## فصل 2: نحوه کار کردن موتورهای جستجو Crawling – Indexing و Ranking

**2xx status codes** : یک کلاس از کدهای پایه که نشان می‌دهد درخواست یک صفحه نتیجه بخش بوده است.

4xx status codes : یک کلاس از کدهای پایه که نشان می‌دهد درخواست یک صفحه منجر به خطا شده است.

5xx status codes : یک کلاس از کدهای پایه که نشانگر عدم توانایی سرور در انجام درخواست است.

Advanced search operators : برای مشخص شدن بیشتر Query مورد نظر خود، می‌توانید کاراکترها و عباراتی که می‌توانید در نوار جستجو تایپ کنید.

Algorithms : فرایندی یا فرمولی که توسط آن اطلاعات ذخیره شده به شیوه‌های معنی دار بازیابی و سفارشی می‌شوند.

Backlinks : بک لینک یا "پیوندهای ورودی" پیوندهایی از وب سایت‌های دیگر هستند که به وب سایت شما اشاره می‌کنند.

Bots : ربات‌ها همچنین به عنوان "خزنده" یا "عنکبوت" شناخته می‌شوند. این‌ها اینترنت را برای یافتن محتوا خراب می‌کنند.

Caching : نسخه ذخیره شده از صفحه وب شما.

Caffeine : سیستم Indexing وب در گوگل. کافئین فهرست یا مجموعه‌ای از مطالب وب است، در حالی که Google bot خزنده‌ای است که بیرون می‌رود و محتوا را پیدا می‌کند.

Citations : همچنین با عنوان "فهرست مشاغل" شناخته می‌شود. یک نشانی اینترنتی مبتنی بر نام، آدرس و شماره تلفن (NAP) مشاغل محلی است.

Cloaking : یک تکنیک سئو است که در آن محتوای وب سایت، متفاوت از آنچه مرورگرهای کاربر نمایش می‌دهد به ربات‌های موتور جستجو نشان داده می‌شود.

Crawl budget : میانگین تعداد صفحاتی که ربات موتور جستجوگر در سایت شما جستجو می‌کند.

Crawler directives : دستورالعمل‌های Crawler directives مانع دسترسی ربات‌های موتور جستجو به سایت شما می‌شود.

Distance : در مفهوم Local pack ، Distance به نزدیکی مکان جستجو یا مکان مشخص شده در Query اطلاق می‌شود.

Engagement : داده‌هایی که نشان‌دهنده ارتباط برقرار کردن جستجوگرها با سایت شما از نتایج جستجو است.

**Google Quality Guidelines** : دستورالعمل‌های منتشر شده از سمت گوگل در مورد جزئیات تاکتیک‌هایی که ممنوع هستند، زیرا آن‌ها مخرب شناخته شده و یا برای دستکاری در نتایج جستجو در نظر گرفته شده‌اند.

**Google Search Console** : یک برنامه رایگان ارائه شده توسط گوگل است که به صاحبان سایت اجازه می‌دهد تا نحوه عملکرد سایت خود را در موتورهای جستجو مشاهده کنند. [راهنمای گوگل سرچ کنسول](#)

**HTML** : زبان نشانه‌گذاری **Hypertext** (برمتن)، زبانی است که از آن برای ایجاد صفحات وب استفاده می‌شود.

**Index Coverage report** : گزارشی در **Google Search Console** که وضعیت فهرست‌بندی صفحات سایت شما را نشان می‌دهد.

**Index** : بانک اطلاعاتی عظیمی که توسط کلیه ربات‌های موتور جستجوگر محتوا بررسی شده و به اندازه کافی خوب است تا برای ارائه خدمات به کاربران نشان داده شود.

**Internal links** : پیوندهایی در سایت خودتان که به صفحات دیگر شما در همان سایت اشاره دارند.

**JavaScript** : یک زبان برنامه نویسی که عناصر پویا را به صفحات وب استاتیک اضافه می‌کند.

**Login forms** : صفحاتی ورود به سیستم هستند که برای کاربران ایجاد شده‌اند تا قبل از دسترسی به محتوا ابتدا وارد سایت شوند.

**Manual penalty** : پناستی دستی زمانی رخ می‌دهد که شخصی از طرف شرکت گوگل سایت شما را مورد بررسی قرار می‌دهد و متوجه تخلفات می‌شود. در این حالت با دادن یک کارت قرمز سایت را به طور کامل از صفحات نتایج جستجو گوگل حذف می‌کند.

**Meta robots tag** : کدهایی که دستورالعمل ربات‌ها را برای نحوه **Crawling** یا **Indexing** محتوای صفحه ارائه می‌دهند.

**Navigation** : لیستی از پیوندهایی که به بازدید کنندگان کمک می‌کند تا به صفحات دیگر سایت شما حرکت کنند.

اغلب، آن‌ها را می‌توان در قالب یک لیست در بالای وب سایت، در ستون جانبی وب سایت یا در انتهای آن مشاهده کرد. **NoIndex tag** : یک برچسب متا که به موتور جستجو اجازه می‌دهد **Index** صفحه ای که در آن قرار دارد را نمی‌دهد.

**PageRank** : مؤلفه‌ای از الگوریتم‌های اصلی گوگل است. این یک برنامه تجزیه و تحلیل لینک است که با اندازه‌گیری کیفیت و کمیت لینک‌هایی که به آن اشاره می‌کنند، اهمیت یک صفحه را تخمین می‌زند.

**Personalization** : شخصی‌سازی به روشی اطلاق می‌شود که در آن موتور جستجو می‌تواند نتایج را بر اساس سابقه جستجوی یک شخص یا موقعیت مکانی آن تغییر دهد.

**Prominence** : در زمینه‌ی local pack، به مشاغلی اطلاق می‌شود که در دنیای واقعی شناخته شده و پسندیده هستند.

**RankBrain** : رنک برین یکی از الگوریتم‌های اصلی گوگل است که به گوگل کمک می‌کند نتایج جستجو را بر اساس رفتار کاربران بهینه‌سازی کند.

**Relevance** : در زمینه‌ی local pack، نشان دهنده‌ی اهمیت یک تجارت محلی است و این که کاربران به دنبال آن هستند.

**Robots.txt** : فایل‌هایی که نشان می‌دهد کدام قسمت از سایت شما باید و نباید توسط گوگل خوانده شوند.

**Search forms** : به نوارهای جستجو در وب سایت مربوط می‌شود که به کاربران کمک می‌کند صفحات را در آن وب سایت پیدا کنند.

**Search Quality Rater Guidelines** : دستورالعمل‌هایی برای رتبه دهنده‌های انسانی که برای تعیین کیفیت صفحات وب در گوگل کار می‌کنند.

**Sitemap** : لیستی از URL‌های وب سایت شما که ربات‌ها می‌توانند از طریق آن مطالب شما را کشف و فهرست‌بندی کنند. [بخوانید : نقشه سایت](#)

**Spammy tactics** : تاکتیک‌های اسپمی مواردی هستند که دستورالعمل‌های موتورهای جستجو گوگل را نقض می‌کنند. [بخوانید : اسپم اسکور](#)

**URL folders** : بخش‌هایی از وب سایت که بعد از ".com" قرار می‌گیرد و با اسلش جدا می‌شوند ("/"، به عنوان مثال، در "moz.com/blog" می‌توانیم بگوییم "blog/"، URL folders است.

**URL parameters** : پارامترهایی که بعد از یک علامت سوال و برای تغییر محتوای صفحه (پارامتر فعال) یا پیگیری اطلاعات (پارامتر غیرفعال) به یک URL اضافه شده است.

X-robots-tag : مانند meta robots tags ، این برچسب نیز دستورالعمل‌های ربات‌ها را برای نحوه Crawling یا Indexing محتوای صفحه ارائه می‌دهد.

### فصل ۳: جستجوی کلید واژه‌ها

Ambiguous intent : به یک عبارت جستجوگر اشاره دارد که در آن هدف جستجوگر مشخص نیست و نیاز به مشخصات بیشتر دارد.

Commercial investigation queries : query که در آن کاربر می‌خواهد محصولات را با یکدیگر مقایسه کند تا موردی را پیدا کند که مناسب‌ترین آن‌ها باشد.

Informational queries : query است که کاربر در جستجوی اطلاعات است، مانند پاسخ به یک سؤال.

Keyword Difficulty : در ابزار Moz ، سختی یک کلمه کلیدی برای یک سایت که بتواند از رقبای خود پیشی بگیرد، به صورت نمره عددی تخمین زده می‌شود.

Keyword Explorer : یک از ابزارهای Moz برای تحقیق و کشف کلمات کلیدی اصلی استفاده می‌شود.  
بخوانید: کلمات کلیدی

Local queries : query است که در آن کاربر به دنبال چیزی در یک مکان خاص است، مانند “کافی شاپ‌های نزدیک من” یا “سالن‌های بدنسازی در تهران”.

Long-tail keywords : query های بلند، معمولاً مواردی که بیش از سه کلمه دارند.

Navigational queries : query است که کاربر در آن تلاش می‌کند به مکانی خاص مانند وبلاگ Moz برسد.  
(Query = “Moz Blog”)

Regional keywords : به کلمات کلیدی منحصر به فرد برای یک منطقه خاص اشاره می‌کند. به عنوان مثال از Google Trends استفاده کنید تا ببینید که “پاپ” یا “سودا” اصطلاح رایج در کانزاس است.

Search volume: تعداد دفعات جستجوی یک کلمه کلیدی است. بسیاری از ابزارهای جستجو در مورد کلید واژه‌ها، میزان جستجوی ماهانه را نشان می‌دهند.

Seasonal trends : به محبوبیت یک کلمه کلیدی در طول یک دوره اشاره دارد، مانند “لباس هالووین” که قبل از 31 اکتبر جزو محبوب‌ترین‌های هفته است.

Seed keywords : اصطلاحی که برای توصیف کلمات اصلی، توصیف محصول یا خدمات از آن استفاده می‌کنیم.

Transactional queries : عبارات جستجوی تراکنشی هنگامی استفاده می‌شود که کاربر قصد انجام کاری را دارد. مانند خریدن یک کالا. اگر کلمه کلیدی در قیف بازاریابی قرار بگیرد، عبارات جستجوی تراکنشی در انتهای قیف قرار می‌گیرند.

## فصل ۴: بهینه سازی در سایت

Alt text : متن جایگزین یا توضیحات alt ، متنی با کد HTML است که تصاویر موجود در صفحات وب را توصیف می‌کند.

Anchor text : متنی که با آن به صفحات پیوند یا لینک می‌دهید.

Auto-generated content : محتوایی که توسط انسان‌ها نوشته نشده و به صورت برنامه ای ایجاد می‌شود.

Duplicate content : محتوای تکراری محتوایی است که در بین دامنه‌ها و یا بین چند صفحه از یک دامنه به اشتراک گذاشته می‌شود.

Geographic modifiers : اصطلاحاتی که موقعیت مکانی یا خدمات منطقه‌ای را توصیف می‌کند.

Header tags : یک عنصر HTML که برای تعیین عناوین در صفحه شما استفاده می‌شود.

Image compression : فشرده سازی تصویر (سئو عکس) باعث سرعت بخشیدن به صفحات وب می‌شود که با کوچکتر کردن اندازه فایل تصویری، بدون اینکه کیفیت تصویر کاهش یابد، صورت می‌گیرد.

Image sitemap نقشه تصویری سایت شامل URL تصاویر در یک وب سایت است.

Keyword stuffing : یک تاکتیک اسپمی مربوط به استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی مهم و انواع آن‌ها در مطالب و پیوندهای شما است.

Link accessibility : راهی آسان که با استفاده از آن می‌توان لینک‌دهنده را توسط بازدید کنندگان انسانی یا خزنده‌ها پیدا کرد.

Link equity : مقدار یا ارزشی که یک پیوند می‌تواند به مقصد خود منتقل کند.

Link volume : تعداد پیوندها در یک صفحه.

Local business schema : در واقع اطلاعات بارگزاری شده در صفحات وب و مربوط به کسب و کارهای محلی است که به موتورهای جستجوگر کمک می کند اطلاعات مربوط به یک تجارت را معرفی کنند.

Meta descriptions : توضیحات متا توضیحاتی که محتوای صفحه مورد نظر را توصیف می کنند. گوگل گاهی اوقات از آن ها به عنوان خط توضیحات در قسمت نتایج جستجو استفاده می کند.

Panda : یکی از به روزرسانی های الگوریتم گوگل است که محتوای کم کیفیت را هدف قرار می دهد.

Protocol : "http" یا "https" قبل از نام دامنه شما است. این امر چگونگی ارتباط داده ها بین سرور و مرورگر را کنترل می کند.

Redirection : تغییر مسیر، وقتی URL از یک مکان به مکان دیگر منتقل می شود. بیشتر مواقع این تغییر مسیر دائمی است .

Rel=canonical : برچسبی که به صاحبان سایت امکان می دهد به گوگل بگویند نسخه تکراری و اصلی یک صفحه وب کدام است.

Scraped content : گرفتن محتوا از وب سایت هایی که در اختیار شما نیست و بدون مجوز در سایت خود مجدداً آن را منتشر می کنید.

SSL certificate : گواهینامه SSL برای رمزگذاری داده های منتقل شده بین مرورگر و وب سرور در جستجوگرها استفاده می شود.

Thin content : محتوایی که ارزشی برای بازدید کننده ندارد.

Thumbnails : نسخه ی کوچکتر تهیه شده از یک تصویر بزرگتر است.

Title tag : برچسبی که عنوان یک صفحه وب را مشخص می کند.