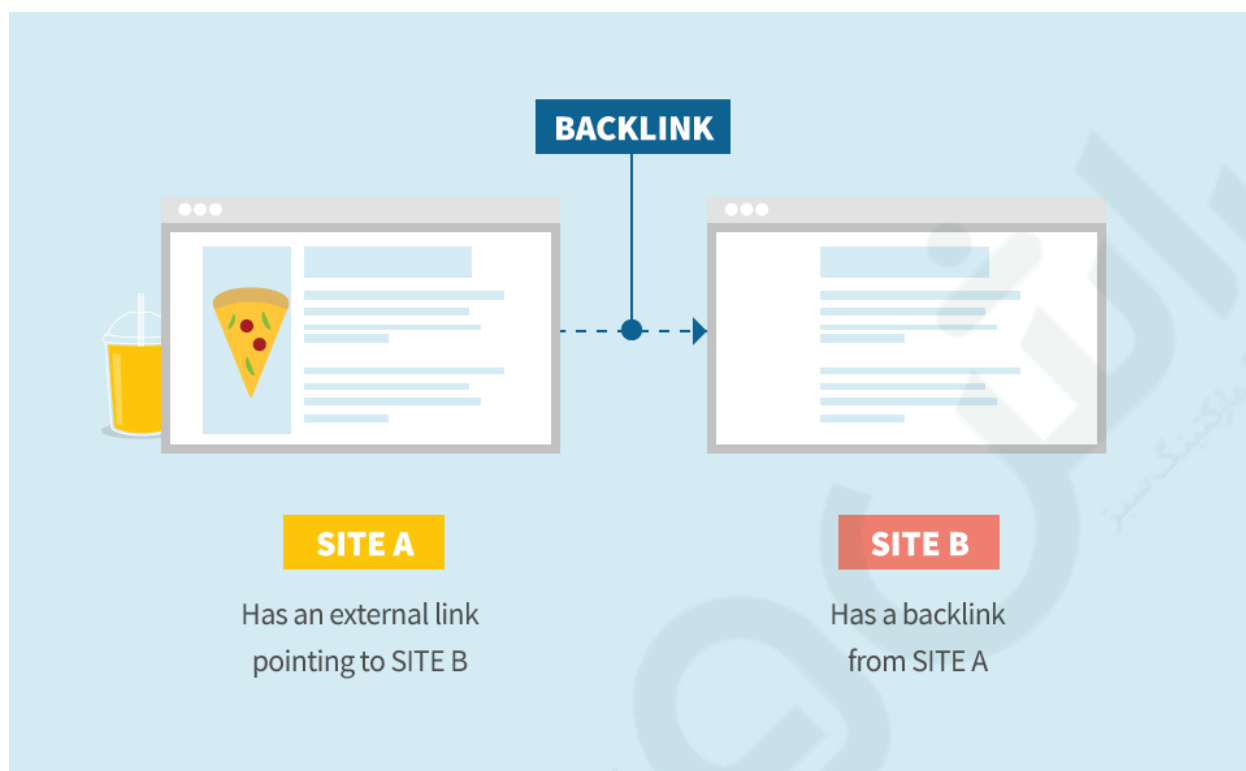


۱۲ استراتژی دریافت بک لینک



نمی‌توان از این واقعیت که بک لینک‌ها یکی از سه فاکتور رتبه‌بندی برتر گوگل هستند، چشم‌پوشی کرد و بعید می‌باشد که به این زودی نیز تغییر کند.

این بدان معناست که بسیاری از افراد در فکر این هستند که چگونه به سایت خود بک لینک دهند. پیوندهای یک وب سایت به وب سایت دیگر به عنوان رای اعتماد و اقتدار تلقی می‌شود.

این افزایش اعتبار می‌تواند به معنای رتبه‌بندی بالاتر در SERP ها باشد، بنابراین به سایت شما بازدید بیشتری می‌دهد و احتمالاً ترافیک بسیار بیشتری دارد. با این وجود همه پیوندها از نظر گوگل به طور یکسان مشاهده نمی‌شوند و نوع اشتباه (پیوندهای سمی) می‌تواند به جای کمک به رتبه شما به جایگاهی که دارید آسیب بزند. در اصل، بک لینک‌ها را باید:

- با ویراستاری کسب کنید.
 - از وب سایت‌های معتبر و مرتبط استفاده کنید.
- پیوندهای پشتیبان مناسب می‌توانند به استراتژی SEO شما کمک کنند و راه‌های زیادی وجود دارد که می‌توانید پیوندهای عالی را بدست آورید. اما شما از کجا شروع می‌کنید؟

۱۲ روش برای به دست آوردن بک لینک

1. ایجاد پیوند منابع
2. لینک شکسته
3. ذکر نام تجاری بدون پیوند
4. پیوندهای تامین کننده
5. پیوندهای انجمن تجاری
6. پیوند ساختمان فهرست
7. تجزیه و تحلیل اختلاف پیوند
8. روابط عمومی دیجیتال
9. تکنیک Skyscraper
10. به روزنامه نگار کمک کنید
11. جمع بندی پست‌ها
12. گرفتن Testimonial

در زیر درباره هر یک از موارد گفته به تفصیل صحبت می‌کنیم.

1. ایجاد پیوند منابع

هنگام فکر کردن در مورد راه‌های دریافت لینک، بسیاری از افراد با فکر کردن در مورد تاکتیک‌های بزرگ و پیچیده شروع می‌کنند اما یکی از موثرترین روش‌های ایجاد پیوند، ایجاد لینک منبع است. برای موفقیت در این تاکتیک باید مشخص کنید که تجارت شما کجا می‌تواند به مخاطبان شما ارزش افزوده دهد. سپس باید صفحات منابع عالی ایجاد کنید تا بتوانید از مراجع مربوطه، بک لینک با کیفیت دریافت کنید. نمونه‌های متداول جایی که صفحات منابع به صورت آنلاین وجود دارد عبارت است از:

- تابلوهای سفر و گردشگری
- دانشگاه‌ها
- دولت‌های محلی

اغلب می‌توانید با تجزیه و تحلیل مشخصات پیوند رقبای خود و نگاهی به افرادی که به آن‌ها لینک می‌دهند این فرصت‌ها را بیابید. با استفاده از ابزار تجزیه و تحلیل Backlink SEMrush، به راحتی قادر به شناسایی منابعی هستید که به سایت رقبای خود پیوند دارند. به این ترتیب می‌توانید روی یک استراتژی محتوا کار کنید که ممکن است توجه آن‌ها را به خود جلب کند و آن‌ها دیگر به سایت شما پیوند دهند.



2. لینک شکسته

اگر بتوانید پیوندهای شکسته که به صفحه ۴۰۴ اشاره می‌کنند را شناسایی کرده و محتوای جایگزینی ارائه دهید که از پیوند اصلی بهتر باشد، می‌توانید پیوندهای بسیار عالی را به سرعت بسازید. شما باید مطمئن شوید که محتوای مشابهی با محتوای اولیه (یا برای ایجاد آن آماده باشید) داشته باشید. شما می‌توانید سطح قابل قبولی از موفقیت را از طریق این تاکتیک هدایت کنید زیرا نه کاربران و نه وب سایتی که می‌خواهید پیوندی از آن‌ها داشته باشند از پیوند دادن به صفحه ۴۰۴ استفاده نمی‌کنند. شما به یک مدیر وب سایت کمک می‌کنید تا پیوندهای خراب در سایت خود را کاهش داده و در عین حال یک جایگزین را پیشنهاد دهید بنابراین نیازی نیست که خود به دنبال یکی از آن‌ها باشید.

3. ذکر نام تجاری بدون پیوند

غیر معمول نیست که بسیاری از مشاغل متوجه شوند که در سراسر وب از آن‌ها نام برده شده است (ذکر روزنامه‌های آنلاین منطقه‌ای و ایستگاه‌های رادیویی گرفته تا بررسی و ارجاع محصولات). درحالی‌که وضعیت ایده‌آل این است که این نام‌ها همچنین به وب سایت شما پیوند داده شوند گاهی اوقات اینطور نیست و این موارد به عنوان نام تجاری بدون پیوند شناخته می‌شوند. اما چگونه می‌توانید ذکر نام تجاری بدون پیوند را پیدا کرده و سعی کنید آن‌ها را به پیوند تبدیل کنید؟ این‌ها را می‌توانید با ابزار [SEMrush Brand Monitoring Tool](#) پیدا کنید.

ابزاری را برای نظارت بر موارد ذکر شده در مورد نام تجاری خود تنظیم کنید تا در صورت وقوع آن‌ها را مستقیماً در صندوق ورودی خود دریافت کنید.

اگر وقتی نوبت به یافتن اشاره‌های بدون پیوند موجود می‌رسد به سادگی روی کادر «پیوند بدون پیوند» در منوی کشویی «پیوند به وب سایت» کلیک کنید لیستی از نام‌های تجاری مارک نشده را مشاهده خواهید کرد.

سپس می‌توانید با مدیران وب، روزنامه نگاران یا وبلاگ نویسان که از نام تجاری شما نام بردند ارتباط برقرار کنید و از آن‌ها بخواهید پیوندی اضافه کنند.

Hi [Name],

I'm getting in touch regarding an article published on [publication], with the title of "[article title]" – It was written based on research conducted by my client, [client].

It was fantastic to see that the research was of interest, thank you for the coverage. It's really appreciated.

I was wondering, however, if it would be possible for you to add a link to the research page itself?

This would enable readers to [demonstrate the editorial value here] and to view the original research and associated data in more depth, as well as provide full credit to my client for their work.

Here are the relevant links:

Article: [link to the publication's article]

Research: [link to the research / linkable asset]

If you have any questions or I can help in any way, please feel free to get in touch.

[Email Signature]

با این حال، برای به حداکثر رساندن شانس خود برای این اتفاق باید بتوانید نحوه پیوند ارزش ویراستاری را نشان دهید.

شما می‌توانید از این الگو به عنوان پایه‌ای برای ارتباط استفاده کنید (که می‌توانید این کار را از طریق ابزار [Link](#)

Building انجام دهید و مدیریت کنید)

4. پیوندهای تامین کننده

اگر محصولات دیگران را می‌فروشید، می‌توانید در فرصتی عالی برای بدست آوردن مجموعه‌ای از پیوندهای واقعا معتبر به سایت خود نشست باشید.

بسیاری از تولیدکنندگان و تأمین کنندگان صفحاتی مثل "از کجا باید خرید" یا "سهامداران" را در وب سایت خود دارند، درست مانند این مورد:

این فقط یک تولید کننده است که کاربران را به مکان‌هایی که می‌توانند محصولات خود را خریداری کنند اشاره می‌کند و اگر فروشنده محصولات تولید کننده هستید باید در لیست (و پیوند) قرار گیرید.

فهرستی از همه تأمین کنندگان و وب سایت‌های آن‌ها را جمع آوری کرده و به صورت جداگانه کار کنید تا به دنبال صفحه‌ای باشید که فهرست سهام‌داران آن‌ها را نشان دهد.

اگر یک صفحه پیدا کنید اما ببینید که در لیست نیست احتمالاً عمدی نمی‌باشد. با هر کسی که در شرکت شما تماس دارد تماس بگیرید، صفحه را به اشتراک بگذارید و بپرسید که چگونه وب سایت شما فهرست‌بندی و پیوند داده می‌شود. اغلب، تماس شما می‌تواند این کار را برای شما ترتیب دهد.

5. پیوندهای انجمن تجاری

آیا شما عضو هر نوع انجمن تجاری هستید؟ اتاق بازرگانی یا یک نهاد تخصصی صنعت چطور؟ اگر چنین است می‌توانید چند فرصت آسان برای به دست آوردن پیوند به سایت خود داشته باشید. از بسیاری جهات، این شبیه پیوندهای تأمین کننده است اما متکی بر آن نیست که شما محصولات تولید کننده را ذخیره کنید یا آن‌ها صفحه‌ای در سایت خود داشته باشند. شما باید فهرستی از همه انجمن‌هایی که عضو آن‌ها هستید و وب سایت‌های آن‌ها تهیه کنید. سپس به دنبال صفحه 'اعضا' یا صفحه مشابه آن در سایت آن‌ها باشید. اگر عضو هستید اما خود را در لیست نمی‌بینید با مخاطب خود تماس بگیرید و راهنمایی بخواهید. اما می‌توانید این تاکتیک را یک گام جلوتر نیز بردارید. به طور فعال پیش بروید و به دنبال سازمان‌هایی در منطقه یا صنعت خود باشید که به اعضا پیوندی را به عنوان بخشی از عضویت خود ارائه می‌دهند. اگر عضو نیستید و فکر می‌کنید می‌توانید از آنچه آن‌ها ارائه می‌دهند سود ببرید، پیش بروید و یکی شوید سپس آن پیوند را دنبال کنید.

6. پیوند ساختمان فهرست

فهرست جزء مهمی از استراتژی ایجاد بک لینک شما است. وقتی صحبت از پیوند دادن به سایت شما می‌شود، می‌توانید از فهرست‌ها برای به دست آوردن محصولات یا خدماتی که دارید در برابر مخاطبان خود استفاده کنید و در عین حال پیوندهایی را به دست آورید که بسیار بیشتر از افزایش رتبه جستجوی شما هستند. احتمالاً شما قبلاً از فهرست مقالات محبوب در صنعت خود که به رقبای شما اشاره می‌کنند آگاه هستید اما شاید شامل شما نمی‌شوند. می‌توانید از اپراتورهای جستجوی Google برای شناسایی فهرست‌هایی در صنعت خود استفاده کنید که رقبای شما را جمع آوری کرده و سپس بررسی کنید که آیا شما نیز در آن مشارکت دارید یا خیر. برای افزودن به برخی از فهرست‌ها باید با یک روزنامه نگار یا وبلاگ نویس تماس بگیرید و توضیح دهید که چرا از برخی مواردی که قبلاً در لیست قرار گرفتید بهتر هستید. گاهی اوقات متوجه می‌شوید که نویسنده خوشحال می‌شود که کسب و کار شما را به روز کند و اضافه نماید اگر بتوانید نشان دهید که چگونه به کاربران ارزش می‌بخشید.

7. تجزیه و تحلیل اختلاف پیوند

یکی از سریع‌ترین راه‌ها برای یافتن فرصت‌های ایجاد لینک، انجام تجزیه و تحلیل اختلاف زیاد پیوند و یافتن سایت‌هایی است که به رقبای شما پیوند دارند اما به شما لینک نمی‌دهند.

اگر یک وب سایت به بیش از یکی از رقبای شما پیوند داده است احتمال بسیار زیادی وجود دارد که آن‌ها نیز به وب سایت شما پیوند دهند البته تا زمانی که بتوانید دلیل این کار را توجیه کنید. شما می‌توانید از ابزار **Backlink Gap Tool** برای سهولت این فرآیند استفاده کنید. کافی است حداکثر پنج دامنه را وارد کنید و می‌توانید دامنه‌ها (و صفحات) را مشاهده کنید که به چندین رقیب پیوند می‌دهند. سپس می‌توانید وقت بگذارید و بفهمید که چرا آن‌ها به هم پیوند خوردند و چگونه می‌توانید این‌ها را خودتان به دست آورید.



8. روابط عمومی دیجیتال

اگر می‌خواهید پیوندهای با کیفیت به وب سایت خود در مقیاس بالا بسازید نمی‌توانید قدرت روابط عمومی دیجیتال را نادیده بگیرید.

روزنامه نگاران غالباً به روابط عمومی متکی هستند تا داستان‌هایی را برای پوشش دادن به آن‌ها ارائه دهند و اگر شما می‌توانید برندی باشید که برجسته و خبرساز است (حتی زمانی که هیچ محصولی را عرضه نکردید) این غیرمعمول نیست که صدها لینک از یک کمپین به دست بیاوید.

اما این فقط در مورد اعداد نیست.

روابط عمومی دیجیتال می‌تواند به شما در ایجاد پیوندهای مرتبط با موضوعات برجسته‌ترین نشریات در صنعت شما کمک کند. این پیوندها می‌توانند شما را به عنوان یک متخصص در صنعت معرفی کرده و ترافیک ارجاع هدفمندی را نیز هدایت کنند.

برای به دست آوردن این نوع بک لینک‌ها باید امتیازهای قابل پیوند را تهیه کرده و با استفاده از تاکتیک‌های روابط عمومی آزمایش شده آن‌ها را به روزنامه نگاران معرفی کنید.

9. تکنیک Skyscraper

تکنیک Skyscraper که برای اولین بار توسط برایان دین از Backlinko به جامعه SEO معرفی شد یک تاکتیک ایجاد لینک است که از یک روند اثبات شده پیروی می کند:

1. محتوای موفق را پیدا کنید که پیوندهای زیادی به دست آورده باشد.
2. محتوای بهتری ایجاد کنید.
3. آن محتوا را برای کسانی که به قطعه اصلی پیوند دادند تبلیغ کنید.

این کار به این دلیل ساده است که شما حدس و گمان‌هایی را که اغلب با بازاریابی محتوا مرتبط هستند با ایجاد پایه‌ای که قبلاً موفقیت آمیز بودن آن ثابت شده است حذف می کنید. این تکنیک می تواند به شما کمک کند پیوندهایی ایجاد کنید که تفاوت زیادی در ترافیک ارگانیک شما به وجود آورد و به رتبه بندی سایت شما در زمینه جستجوی رقابتی و کلمات کلیدی کمک کند. اما شما باید آمادگی لازم را برای تلاش داشته باشید. تکنیک Skyscraper درباره ایجاد بهترین محتوای موجود در وب برای موضوع انتخابی شما است.

10. به روزنامه نگار کمک کنید

اگر قبلاً هرگز با HARO برخورد نکرده‌اید، به احتمال زیاد فرصت‌های خوبی را برای کسب پیوند از مطبوعات از دست می‌دهید. HARO همه چیز درباره نقل قول به روزنامه نگاران است که به دنبال کمک برای نوشتن داستان‌های خود هستند و این احتمال وجود دارد که آن‌ها به عنوان اعتبار به وب سایت شما پیوند دهند. ثبت نام کنید و سه بار در روز (دوشنبه تا جمعه)، یک ایمیل در صندوق ورودی خود دریافت خواهید کرد که شبیه این مورد است:

11. جمع بندی پست‌ها

پست‌های جمع آوری شده می تواند راهی عالی برای ایجاد پیوندهایی به محتوایی باشد که شما به عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی محتوا گسترده تر ایجاد می کنید.

در مورد این موضوع به عنوان ایجاد پیوندهایی فکر کنید که به شما در مورد محتوایی که ایجاد می کنید کمک کند. جستجوی زیر را در Google انجام دهید:

“کلمه کلیدی + ”جمع بندی

و لیستی از مقالاتی که در این قالب منتشر می شوند به شما ارائه می شود. معمولاً این فقط یک لیست از پست‌های تنظیم شده در مورد یک موضوع خاص است و اکثر صنایع حداقل چند مورد دارند.

اکثر افرادی که پست های جمع آوری شده منتشر می کنند این کار را به طور منظم انجام می دهند و این بدان معنا است که آن‌ها به طور فعال به دنبال محتوای عالی هستند که شامل آن‌ها شود.

بنابراین چرا یک ایمیل به نویسندگان پست‌های جمع‌آوری شده که پیدا کردید ارسال نکنید و آن‌ها را از آخرین محتوای خود مطلع نکنید؟!

12. گرفتن Testimonial

احتمالاً عادت کردید که از مشتریان خود توصیه‌نامه بخواهید اما آیا تا به حال فکر کردید که آن‌ها نیز می‌توانند راهی عالی برای ایجاد پیوند باشند؟
احتمالاً نه.

در حالی که این تاکتیک لزوماً مقیاس‌پذیر نیست می‌تواند به شما کمک کند تا با فریاد در مورد اینکه ابزار، محصول یا خدمات دیگران چقدر عالی است، مشخصات پیوند خود را متنوع کنید.
اگر می‌توانید یک توصیف یا مطلبی بنویسید که می‌تواند در وب‌سایت خود منتشر کنند.
این اغلب موردی است که مشخص می‌کنید مشتری چه کسانی هستند (تامین‌کنندگان شما) و فکر می‌کنید که پیشنهاد چه کسانی را دوست دارید. از آنجا، یک توصیف فوق‌العاده بنویسید و آن را در کنار اجازه استفاده از آن در وب‌سایت خود با آن‌ها به اشتراک بگذارید.

جمع‌بندی

تاکتیک‌های مختلف وجود دارد که می‌توانید از آن‌ها برای دریافت لینک به وب‌سایت خود استفاده کنید. اینکه کدام تاکتیک برای شما مناسب است اغلب بستگی به نحوه برخورد شما با استراتژی لینک‌سازی در گذشته دارد که در کدام صنعت بودید و رقبای شما در حال انجام چه کاری هستند.
اما با کنار هم قرار دادن یک استراتژی جامع برای ایجاد پیوند می‌توانید تاکتیک‌هایی را که مناسب وب‌سایت و منابع شما هستند شناسایی کرده و دقیقاً برنامه‌ریزی کنید که چگونه می‌خواهید مزیت رقابتی خود را به دست آورید.