

الدليل المبسط لفهم SEO

وتهيئة المواقع لمحركات البحث



مؤسسة سليمان بن عبد العزيز الراجحي الخيرية
SULAIMAN BIN ABUL AZIZ AL RAJHI CHARITABLE FOUNDATION



نبذة عن الدليل:

يهدف هذا الدليل إلى شرح مفهوم SEO بطريقة مبسّطة مع توضيح بعض المفاهيم الأساسية المتعلقة بطريقة عمل محركات البحث. هذا الدليل موجّه للأشخاص المبتدئين في مجال SEO والتهيئة لمحركات البحث، فقد حرص فريق عمل الدليل على التركيز على الطرق السهلة والبسيطة التي يستطيع الشخص المبتدئ تطبيقها لتهيئة وتحسين ظهور الموقع الإلكتروني في محركات البحث.



هذا الإصدار من إعداد:



التحول التقني
TechTrans

التحول التقني TechTrans شركة متخصصة في تقنية المعلومات تسعى إلى تمكين القطاع المجتمعي من استخدام التقنية بكفاءة.

هذا الإصدار بدعم سخّي من:



مؤسسة سليمان بن عبدالعزيز الراجحي الخيرية
SULAIMAN BIN ABDUL AZIZ AL RAJHI CHARITABLE FOUNDATION

مؤسسة سليمان بن عبدالعزيز الراجحي الخيرية مؤسسة مانحة انطلقت مسيرتها عام ١٤٠٣هـ. وتقدم المؤسسة سنوياً دعماً لما يقارب ١٣٠٠ مشروع خيري في أكثر من ١٤٠ مدينة وقرية عبر فروعها التي تغطي كافة مناطق المملكة، وفق استراتيجية للعطاء تلبي احتياجات المجتمع.

جدول المحتويات

04 الفصل الأول:
مدخل لمصطلح SEO

07 الفصل الثاني:
كيف تعمل محركات البحث؟

10 الفصل الثالث:
كيف يتعامل مستخدمو الانترنت مع
محركات البحث؟

12 الفصل الرابع:
التسويق الالكتروني عبر محركات
البحث

14 الفصل الخامس:
نصائح لتهيئة موقعك لمحركات
البحث

19 الفصل السادس:
أدوات وخدمات مساعدة

الفصل الأول: مدخل لمصطلح SEO

ماذا يعني مصطلح (SEO)، وما أهميته؟

SEO هو اختصار للمصطلح الإنجليزي الشائع الاستخدام هذه الأيام Search Engine Optimization، وقد قام الكثير من العاملين في مجال التسويق الإلكتروني عربياً بتعريب المصطلح ليكون أسهل فهماً للمستخدم العربي، فكانت الترجمة الأكثر استخداماً هي (تهيئة المواقع الإلكترونية لمحركات البحث) SEO هي واحدة من تلك الأدوات التسويقية التي لها أثر كبير وفعال في زيادة معدل ظهور صفحات الموقع الإلكترونية على محركات البحث (جوجل - بنج-ياهو) واعتلائها نتائج البحث بشكل مجاني غير مدفوع، مما له أثر كبير على زيادة أو نقص عدد الزيارات و الزوار للموقع الإلكتروني.

يعمل SEO على رفع تقييم محركات البحث لصفحات المواقع وزيادة معدلات الزيارة اليومية و الشهيرة للمواقع عبر مزج المهارات التقنية لكتابة الأكواد البرمجية مع الإبداعات التحريرية لمحري المقالات المنشورة على صفحات الويب.

يُعنى SEO بالكثير من العناصر المهمة، بداية من العبارات و الجمل المكتوبة على صفحات المواقع الإلكترونية إلى الروابط URLs التي تشير لنفس الصفحة على مواقع أخرى مختلفة على شبكة الإنترنت.

ببساطة شديدة فإن SEO يعمل على التأكد بأن البناء البرمجي للمواقع الإلكترونية متوافق بالشكل الذي يساعد محركات البحث على فهم و أرشفة محتواه

إن SEO لا يركز فقط على تهيئة الموقع لمحركات البحث ولكن أيضاً يهتم بزوار الموقع وكيف يظهر لهم المحتوى بشكل سهل في التصفح و المشاركة.

لماذا تحتاج المواقع إلى استخدام تقنيات و اساليب (SEO)؟

لقد أصبحت محركات البحث (جوجل - بنج- ياهو) المصدر الرئيس لتدفق زوار المواقع الإلكترونية على مواقع الانترنت حول العالم. حتى مع الظهور القوي لشبكات التواصل الاجتماعي و انتشارها، سوف تظل محركات البحث المصدر الأول للبحث عن المعلومة لمستخدمي الانترنت حول العالم، سواءً كان موقعك يقدم محتوى نصياً أو خدمياً أو يبيع منتجات ويوفر معلومات. إن لمحركات البحث وظيفة فريدة لا ينافسها أحد فهي الطريق السريع بين الباحث عن المعلومة أو الخدمة و بين مقدمها. إذا كان موقعك لا يظهر على محركات البحث الكبرى - مثل جوجل خصوصاً - ضمن نتائج الصفحات الأولى فأنت بذلك قد أضعت مئات إن لم تكن آلاف الزيارات لموقعك.

الكلمات المفتاحية أو كلمات البحث التي يستخدمها متصفحو الإنترنت في محركات البحث لها قيمة عالية جداً فقد أظهرت التجارب العديدة والحملات التسويقية لكثير من الشركات أن محركات البحث كانت أحد الأسباب الرئيسية لنجاح أو فشل تلك الشركة في تحقيق أهدافها التسويقية. إن نجاحك في الحصول على زيارات مباشرة لموقعك الإلكتروني عبر محركات البحث سوف يوفر لك ما تحتاج إليه من دعاية و أرباح بشكل لا مثيل له في قنوات التسويق الأخرى المدفوع منها أو حتى المجاني. إن العائد المتوقع من استثمارك للوقت و الجهد من أجل جعل موقعك أكثر تهيئة لمحركات البحث عبر SEO يفوق العائد المتوقع لقنوات التسويق الأخرى وفق الدراسات الحديثة.

لما لا تستطيع محركات البحث فهم محتوى صفحات المواقع الإلكترونية دون الحاجة لمعايير SEO ؟

بالرغم من ارتفاع نسبة الذكاء الاصطناعي الذي تتميز به محركات البحث وبالرغم من التطوير المستمر لها إلا أنها ما زالت في حاجة إلى المساعدة حتى تتمكن من أرشفة محتوى صفحات الموقع الإلكترونية بشكل أفضل و أسرع، مما سوف يعرض نتائج بحث أفضل لمستخدمي محركات البحث. إن الاستخدام الأمثل لأدوات و أساليب تهيئة الموقع لمحركات البحث سوف يؤمن مئات الزيارات المباشرة لموقعكم الإلكتروني. كذلك فإن إهمال استخدام أساليب تهيئة الموقع

لمحركات البحث سوف يضيع عليك هذا العدد الكبير من الزيارات أو يقللها لحد كبير.

إلى جانب جعل محتوى المواقع الإلكترونية متاح عبر محركات البحث لمستخدمي الانترنت، يعمل SEO على جعل عملية أرشفة الموقع أسهل وأسرع من أجل جعل محتوى تلك المواقع أسرع في الوصول إليه عند البحث. لقد أصبح الإنترنت ساحة للتنافس بين ملايين المواقع الإلكترونية التي تقدم محتوى متشابه إلى حد كبير أو حتى محتوى مكرر، وسوف تحصد المؤسسات والشركات التي تقوم بعملية تحسين وتهيئة مواقعها لمحركات البحث على الصدارة دائماً من حيث ترتيب الظهور و عدد الزوار و عدد الزيارات.

هل أستطيع بمفردى إنجاز التهيئة الخاصة بموقعي لمحركات البحث؟



إن عالم SEO كبير و متشابك، ولكن من السهل جداً فهم أساسياته. الأمر لا يحتاج إلى معرفة قدر كبير من المعلومات، بل لتعرف على أساسيات SEO يمكنه ان يحدث فرقاً كبيراً. هناك الكثير من المحتوى التعليمي عن SEO و متاح على شبكة الانترنت مجاناً. كل ما تحتاج إليه لكي تصبح ملماً بـ SEO هو القليل

من المعرفة و الكثير من التجريب و الاختبار. الأمر يحتاج إلى وقت و إلى رغبة حقيقية للتعلم، فإذا كنت تملكها فما أجمله من تحدي، وإلا فإن الخيار الوحيد امامك لكي تحصد ثمار SEO هو أن تعين من هو أخبر في الأمر. ومن الجيد أن يكون هناك فهم راسخ للمفاهيم الرئيسية، وهذا ما نهدف إلى إيصاله لك في هذا الدليل.

الفصل الثاني: كيف تعمل محركات البحث؟



لمحركات البحث وظيفتان رئيسيتان:
الأرشفة وبناء الفهارس لمواقع
الإنترنت، وتزويد مستخدمي محركات
البحث بقائمة مرتبة لنتائج البحث.

الأرشفة وبناء الفهارس: حيث تقوم
محركات البحث بأرشفة وبناء فهارس
لكل محتويات المواقع الإلكترونية من
بلايين الوثائق والصفحات والملفات
والأخبار والفيديوهات والوسائل
الإعلامية على شبكة الانترنت.

توفير الإجابات: حيث تعمل محركات
البحث على عرض أكثر صفحات الإنترنت علاقة بالمحتوى المراد البحث عنه،
حيث يتم ترتيب النتائج عبر مجموعه من المعايير و الشروط.

الأرشفة و الفهرسة

تخيل أن شبكة الويب العالمية هي عبارة عن محطات وقوف في نظام أنفاق
في مدينة كبيرة! وكل توقف لمحركات البحث في هذه المحطات يعتبر محتوى
فريد (في الغالب يكون التوقف عند صفحة ويب أو عند ملف PDF، أو صور JPG
أو ملفاً آخر). فمحركات البحث تحتاج إلى طريق للأرشفة و الفهرسة في هذه
المدينة الكبيرة من أجل العثور على جميع إشارات التوقف الممتدة على طول
الطريق، ولذلك فإنها تستخدم أفضل طريق متاح – وهو الروابط.

إن الوظيفة الأساسية لبنية الروابط URL Links على شبكة الويب هي ربط
صفحات الويب معاً.

روابط الويب بين الصفحات هي التي تساعد روبوتات محركات البحث على أن

تصل إلى البلايين الكثيرة من الملفات المترابطة مع بعضها على الإنترنت. وحالما تجد محركات البحث هذه الصفحات تقوم بأرشفتها وتخزين قطع مختارة منها في قواعد بيانات ضخمة لكي يتم استرجاعها على شكل نتائج بحث على صفحات محركات البحث. لقد قامت محركات البحث الكبرى مثل جوجل وياهو ببناء مراكز للمعلومات حول العالم لكي تجعل عملية البحث في هذا الكم الهائل من المعلومات أسرع وأسهل.

ويوجد في مراكز المعلومات تلك آلاف الآلات التي تعالج كميات كبيرة من المعلومات بصورة سريعة جداً. عندما يقوم أحد مستخدمي الإنترنت بعملية بحث عن أحد المحركات فإنها تطلب النتائج على الفور. إن مجرد التأخير لثانية أو اثنتين في ظهور نتائج البحث يمكن أن يسبب مشكلة كبيرة و انخفاضاً في عدد المستخدمين، ولذلك فإن محركات البحث تعمل على جعل عملية البحث عن الإجابات أسرع وفي أقل وقت ممكن.

توفير الإجابات

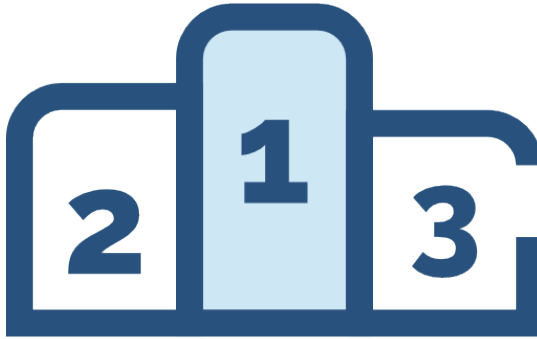
لقد أصبحت محركات البحث في وقتنا الحالي بمثابة آلات لتوفير الإجابات على ملايين الأسئلة من مستخدمي الإنترنت حول العالم. فبمجرد أن يقوم أي شخص بعملية بحث تقوم محركات البحث بتنقية لبلابيين الصفحات على الإنترنت، ومن ثم تقوم بعرض تلك النتائج للمستخدم. غير أنه سوف تعرض فقط تلك النتائج الأكثر صلة لموضوع البحث، وتقوم محركات البحث أيضاً بترتيب تلك النتائج وفقاً لأكثر هذه الصفحات شهرة و زيارات من قبل مستخدمي الإنترنت. لذلك فإن لمحتوى الصفحة ومدى ارتفاع الزيارات عليها أثر كبير في ترتيب ظهورها على محركات البحث.



كيف تختار محركات البحث الصفحات التي سوف تظهر في نتائج البحث الأولى؟

في البداية كانت محركات البحث تقتصر على البحث على بعض العبارات داخل الصفحات ومن ثم تظهرها للباحثين. لهذا كانت نتائج البحث ليست ذات قيمة مهمة. مع مرور السنين، قام مهندسو المحركات بتطويرها، الامر الذي يجعلها تعرض النتائج وفق معايير و ضوابط كثيرة سوف نتعرض لأهمها في هذا الدليل.

لطالما كانت الزيارات الكثيرة لأحد الصفحات او الارتفاع الكبير في معدل مشاهدة مقطع فيديو أو مرات التحميل لكتاب ما أحد المعايير التي تستخدمها محركات البحث من أجل تقييم الصفحات و إعطائها الترتيب المناسب في نتائج البحث.



الفصل الثالث:

كيف يتعامل مستخدمو الانترنت مع محركات البحث؟

إن أحد أهم عناصر بناء استراتيجية تسويق على الإنترنت هو تحديد الجمهور المستهدف، فمتى ما فهمت ما الذي يبحث عنه جمهورك المستهدف، فإنه يمكنك أن تصل لهم بكفاءة أكبر وأفضل وتحافظ بولائهم لك بصورة أكثر فعالية. دائماً ضع في الحسبان أنك تقوم بصنع محتوى يستهدف مستخدمي الإنترنت في المقام الأول وليس فقط محرك البحث.

إن غالبية مستخدمي محركات البحث يستخدمونها لأسباب رئيسية ثلاثة:

1. **البحث من أجل اتخاذ قرار**، مثال: أريد أن اشتري تذكرة سفر إلى مدينة س.
2. **البحث من أجل الحصول على معلومة**، مثال: أين يقع أطول جبل في العالم؟
3. **البحث من أجل الحصول على رابط لأحد مواقع الإنترنت**، مثل الفيسبوك أو يوتيوب

عندما يقوم أحد مستخدمي محركات البحث بكتابة أحد الكلمات أو العبارات في خانة البحث ويصلون إلى موقعك، هل سيشعرون بالرضا بما سيجدونه من المحتوى المتاح؟ هذا هو السؤال الرئيسي الذي تحاول محركات البحث أن تجيب عليه بلايين المرات في كل يوم، و تتأكد من أن الإجابة تكون دائماً الرضا التام.

إن المسؤولية الرئيسية لمحركات البحث هي عرض صفحات الإنترنت ذات العلاقة الأكثر مع كلمات البحث المبحوث عنها من قبل المستخدم. ولذا عليك أن تسأل نفسك كمدير للموقع: ما الذي يبحث عنه جمهورك المستهدف؟ ثم أن تتأكد من أن موقعك يقدم لهم المعلومة التي يبحثون عنها.



إن رحلة محركات البحث تبدأ بكلمات تُكتب في خانة البحث. ومع مرور السنين تطورت كثيراً كيفية استخدام الناس لمحركات البحث، ولكن المبادئ الرئيسية للقيام بعملية البحث بقيت دون تغيير بدرجة كبيرة. ومعظم عمليات البحث تسير على هذا النحو:

1. يتجه مستخدم الإنترنت نحو محركات البحث عند الحاجة للحصول على إجابة لسؤال ما أو حل لمشكلة أو معلومة تتعلق بأمر ما.
2. بعد ذلك يقوم المستخدم بمحاولة اختيار الكلمة أو العبارة الأقرب إلى موضوع البحث.
3. يقوم بكتابة العبارة في المكان المخصص للبحث.
4. عند ظهور نتائج البحث يقوم المستخدم بمطالعتها و الاختيار منها.
5. ومن ثم يقوم باختيار نتيجة من النتائج الظاهرة، ربما بحسب الترتيب أو العنوان.
6. سوف يقوم المستخدم الآن بمراجعة المحتوى على النتيجة التي اختارها.
7. إذا لم يجد ما يبحث عنه، سوف يعود مرة أخرى لمحرك البحث ويعيد تصفح نتائج البحث.
8. في بعض الأحيان سوف يبدأ في تطوير أو تغيير الكلمات المكتوبة في حقل البحث.

التسويق الإلكتروني عبر محركات البحث

لماذا أصبح التسويق الإلكتروني عبر محركات البحث أمراً ضرورياً و هاماً في الوقت الحالي؟



أحد الجوانب المهمة المرتبطة بـ SEO هي جعل الموقع الإلكتروني أسهل لفهم كل من مستخدمي الإنترنت، وكذلك روبوتات محركات البحث المختلفة. بالرغم من أن محركات البحث قد أصبحت وبشكل متزايد متطورة، إلا أنها ما زالت لا تستطيع أن ترى أو تفهم محتوى صفحات الموقع الإلكترونية بنفس الطريقة التي يراها بها الإنسان.

إن التحسينات التي يعني بها SEO تساعد محركات البحث على فهم محتوى صفحات الموقع وما الذي تدور حوله عناصر الصفحة المختلفة من عناوين وفقرات و صور و مقاطع صوتية أو مرئية وكيف لهذا كله أن يفيد مستخدمي محركات البحث.

تخيل معنا أنك نشرت صورة لأحد أكبر ناطحات السحاب، يستطيع أي زائر لموقعك أن يصف صورة ناطحة السحاب بكل سهولة. على النقيض فإننا نجد أن أفضل محرك بحث في العالم يجد صعوبة في معرفة المحتوى الحقيقي للصورة.

هنا يأتي دور SEO، فإن من أحد الوظائف الرئيسية له هي جعل محرك البحث يفهم محتوى الصورة ويعرضها عند البحث عنها بالشكل الصحيح.

فهم مدراء و محرري المواقع الإلكترونية للمنظمات الخيرية للطريقة التي تعمل بها محركات البحث سوف يساعدهم على بناء محتوى متوافق مع هذه المحركات مما سيكون له أثر كبير في زيادة عدد الزوار لهذه المواقع.

هناك الملايين من المواقع الإلكترونية التي لا تظهر في نتائج البحث و السبب بكل بساطة أنها أغفلت معايير محركات البحث في اختيار المحتوى المعروض في نتائج البحث و لم تقم بالاستفادة من معايير SEO المعروفة.

كيف تجعل محتوى موقعك يحصل على مشاهدات زوار محركات البحث؟

حتى مع إنجاز الأساسيات المطلوبة من محركات البحث و استخدام كافة معايير SEO، فإنه لا يجب عليك أن تغفل الأدوات و الخدمات التسويقية الأخرى المدفوع منها و المجاني. إن محركات البحث وحدها لا تملك صيغاً لقياس جودة المحتوى على شبكة الانترنت. بل إن تقنية البحث و التقييم تعتمد على مقاييس علاقة محتوى الصفحات بموضوع البحث و مقدار الاهتمام التي حصلت عليه هذه الصفحات في الفترات السابقة و عدد الزيارات، وتقاس تلك المقاييس من خلال تتبع ما يفعله الزوار على هذه الصفحات وماذا يكتشفون ونوع ردة فعلهم وتعليقهم وما إلى ذلك. ولذلك لا يمكنك الاكتفاء ببناء موقع مثالي وكتابة محتوى مميز، ولكن عليك أيضاً العمل على مشاركة ذلك المحتوى والتحدث عنه.

الفصل الخامس:

نصائح لتهيئة موقعك لمحركات البحث

تقوم محركات البحث بتقييم وترتيب صفحات موقعك بناء على مؤشرات وعوامل عدة، ويمكن تقسيم هذه العوامل بشكل عام إلى مجموعتين كبيرتين:

- عوامل داخل الصفحة On-page SEO.
- عوامل خارج الصفحة Off-page SEO.

عوامل داخل الصفحة هي كل المؤشرات التي تستخدمها محركات البحث والتي يتم تحديدها بالنظر إلى الصفحة ذاتها، مثل العناوين والصور ومحتوى الصفحة وهيكل الصفحة وغيرها. أما المؤشرات التي تكون خارج الصفحة فهي مؤشرات متعلقة بصفحتك لكنها قد لا تكون تحت سيطرتك، مثل انتشار الصفحة في الشبكات الاجتماعية، الإحالات على الصفحة من المواقع الأخرى، وتاريخ البحث للمستخدم الذي يقوم بعملية البحث.

مع وجود اختلاف واضح بين العوامل في هاتين المجموعتين، إلا أن كل هذه العوامل مهمة، والاعتناء بها سيساهم في تحسين ظهور موقعك في محركات البحث. سنتحدث في بقية هذا الفصل عن أهم النصائح لتحسين ظهور موقعك.

1. اهتم بالمحتوى:

المحتوى هو أهم شيء سيجلب لك زوار محركات البحث، وكما قال بيل غيتس "المحتوى هو الملك". احرص أن يكون المحتوى المنشور في موقعك مميزاً ومعدداً بعناية، وإليك بعض النصائح في هذا الجانب:

- اعرف الكلمات المفتاحية التي يبحث عنها عملاؤك غالباً.



- احرص على وضع هذه الكلمات في منشوراتك وصفحاتك بعناية. لا تفرط في وضع الكلمات المفتاحية أو حشرها في كل مكان، بل استخدمها بعناية.
- انشر بشكل دوري ولا تنقطع، لأن المحتوى القديم سيفقد قيمته في عين محركات البحث.



2. تعرّف على كود HTML

لن تحتاج إلى دروس احترافية ودورات مدفوعة لمعرفة التعامل مع HTML الخاص بموقعك. يمكنك معرفة أساسيات اللغة بالبحث عن أحد الشروح المجانية والمنتشرة بكثرة باللغة العربية.

تنظر محركات البحث لكود HTML الخاص بصفتك، وتركز على بعض العلامات

(بالإنجليزية tags) والتي تستطيع من خلالها أخذ تصور عن محتوى وتركيب الصفحة. هذه قائمة بأهم العلامات التي يجب أن تركز عليها:

- علامة العنوان Title Tag: هذه العلامة تمثل عنوان الصفحة الذي يظهر لك عند فتحها من خلال متصفحك. هي مشابهة لعنوان الخبر في جريدة ما، احرص على أن يكون العنوان واضحاً ومعبّراً عن الصفحة.
- علامة وصف موجز الصفحة meta description: هذه العلامة تمثل مقتطف النص الذي يظهر تحت رابط الصفحة في نتائج البحث. احرص على أن يكون النص تحت 160 حرف، والأهم من ذلك، اجعل زائر محركات البحث في بالك عند كتابته فهو من سيراه.
- علامات العناوين الفرعية H1، H2، H3، H4: علامة H1 تمثل عنوان الصفحة، وبقية العلامات (من H2 إلى H6) تمثل العناوين الفرعية لصفحتك. احرص على استخدامها حتى يكون المحتوى مقسماً وواضحاً للقارئ، كما أنها تؤثر في تقييم محركات البحث لمحتوى صفحتك.

3. تأكد من توافق الموقع مع الجوال:

احرص على أن يكون موقعك متوافقاً مع أجهزة الجوال. وإن لم يكن كذلك، فثق

تمام الثقة أنك تخسر نسبة من زوارك بسبب هذا. قدمت شركة قوغل أداة مجانية تقيم توافق موقعك مع الجوال، مع تقديم بعض النصائح لتحسين تجربة التصفح من الجوال. تجد رابط هذه الأداة في الفصل التالي.

4. افحص سرعة موقعك:

تعد سرعة تحميل صفحات موقعك أحد أهم العوامل، خصوصاً لمتصفحي الجوال. ومع عصر السرعة، أصبح الانتظار لمدة تزيد عن 10 ثواني لتحميل الصفحة أمراً غير مقبول إطلاقاً. افحص سرعة صفحات موقعك إن لم تقم بذلك مسبقاً. قوغل لديها أداة مجانية لفحص سرعة صفحات موقعك، مع تقديم بعض النصائح لتحسين سرعة الصفحة. تجد ملخصاً عن الأداة مع رابطها في الفصل التالي.

5. آمن موقعك إن استطعت:



أعلنت قوغل أن الأمان أصبح أحد المؤشرات التي تنظر لها عند تقييم وترتيب صفحات الانترنت. هنا يكثر الحديث عن بروتوكول الأمان: HTTPS وهو نسخة آمنة من البروتوكول المعروف HTTP. احرص على نقل موقعك لاتصال آمن إن استطعت، فهذا سيساعدك أيضاً في تعزيز الحماية. وإذا كنت تنوي شراء دومين جديد فغالب مزودي خدمات المواقع يوفر لك خيار الأمان كباقة إضافية بسعر معقول.

6. انشر موقعك في مواقع أخرى:

الروابط العائدة على موقعك (بالإنجليزية Backlinks) هي أحد المؤشرات التي تستخدمها محركات البحث لترتيب الصفحات، فلو كان لديك 10 مواقع مختلفة كلها تذكر صفحتك وتحيل زوارها إليها فهذا مؤشر جيد عند محركات البحث لقوة وأهمية هذه الصفحة. وتسمى عملية الحصول على هذه الروابط في مواقع أخرى بعملية بناء الروابط. احرص على بناء الروابط لموقعك وإظهاره في مواقع أخرى، وننصحك بالانتباه لما يلي:

- ليس كل رابط عائد على موقعك مهماً، فكلما كان الرابط من موقع ذا جودة

عالية كلما كان أفضل.

- ابحث عن المواقع/المنظمات التي يناسب أن تنشر فيها رابطاً لأحد صفحات موقعك وتواصل معها مباشرة. لا تنتظر منهم أن يدرجوا رابطاً لموقعك.
- غالباً ما تجد بعض الصحف الإلكترونية والتي تقوم بنشر أخبار وفعاليات منظمك. هذه فرصة ثمينة لك حتى تطلب منهم إدراج رابط موقعك في الخبر.

هناك مواقع تقدم خدمة شراء الروابط. نصيحتنا لك أن تبتعد وتحذر منها، فغالباً ما تكون طرقهم غير شرعية وقد تعرض موقعك لعقوبات من محركات البحث.

7. إن لم تكن قادراً، استعن بخبير:

هناك شركات وخبراء متخصصون في خدمة تحسين محركات البحث، وقد يكون التعاقد معهم حلاً مناسباً ومريحاً لك. وغالباً ما تقدم هذه الشركات خدمات مفيدة مثل:

- مراجعة محتوى وهيكله موقعك.
 - تطوير المحتوى وتحسينه.
 - تقديم النصائح حول تطوير موقعك وتحسينه.
 - التدقيق في كلماتك المفتاحية والرئيسية.
 - تدريبك على تحسين محركات البحث.
 - تقديم خبرتهم في مناطق جغرافية معينة.
- وأن كنت تبحث عن شركة لإطلاق موقع جديد أو إعادة تصميم موقع قديم، فالأفضل أن تبحث عن شركة تقدم خدمة تحسين محركات البحث أيضاً، فهذا سيوفر عليك الجهد والمال. بذلك ستأكد من توافق تصميم الموقع مع محركات البحث. يقدم فريق دعم قوئل بعض الأسئلة المفيدة والتي قد تطرحها لشركات وخبراء تحسين محركات البحث، ومنها:

- هل بالإمكان اطلاعي على نماذج من أعمالكم السابقة وأن ترووا لي بعض قصص النجاح؟

- هل تتبعون إرشادات مشرفي المواقع من Google؟
 - هل تقدمون أية خدمات أو نصائح تسويقية على الإنترنت لدعم نشاطكم في مجال البحث المجاني؟
 - ما النتائج التي تتوقعونها، وما الإطار الزمني المحدد لذلك؟ وكيف تقيسون النجاح؟
 - ما خبرتكم في مجال عمل منظمتي؟
 - ما خبرتكم في تطوير المواقع العالمية؟
 - ما أهم أساليب تحسين محركات البحث التي تتبعونها؟
 - منذ متى وأنتم تمارسون العمل في هذا النشاط؟
 - هل ستطلعونني على كل التغييرات التي تجرونها على موقعي وتقدمون معلومات تفصيلية عن اقتراحاتكم والمنطق من ورائها؟
- ورغم أن هناك شركات متمكنة في المجال، إلا أن هناك من يقوم بمحاولات للتلاعب بنتائج البحث بطرق غير مشروعة. تأكد من البحث عن خلفية وخبرة الشبكة قبل التعاقد معها، فقد تؤثر هذه الممارسات على ترتيب موقعك بشكل سلبي، أو قد تقود إلى إزالة موقعك من الفهرسة بشكل كلي.



الفصل السادس: أدوات وخدمات مساعدة



All in One SEO Pack

<https://wordpress.org/plugins/all-in-one-seo-pack/>

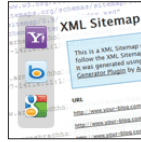
من أشهر إضافات SEO لمنصة الوردبريس، فقد تم تحميلها أكثر من 30 مليون مرة. الإضافة سهلة وتقوم بضبط أغلب الإعدادات المهمة تلقائياً، ويمكنك التعديل وتخصيص الإعدادات في حال كانت لديك خلفية جيدة في SEO. الإضافة مجانية، ويوجد منها نسخة مدفوعة تحمل خيارات ومزايا أكثر.



Yoast SEO

<https://yoast.com/software/>

هذه أحد إضافات SEO والتي تسهل عليك عملية تطبيق أفضل الممارسات فيما يتعلق بتهيئة موقعك لمحركات البحث. تتوفر نسخة من هذه الإضافة على منصة الوردبريس ومنصة دروبال كذلك. يمكنك تجربة النسخة المجانية (بمميزات محدودة) أو شراء النسخة المدفوعة إن أردت.



Google XML Sitemaps

<https://wordpress.org/plugins/google-sitemap-generator/>

أحد أشهر إضافات الوردبريس والتي تسمح لك بعمل خريطة لموقعك لتسهيل أرشفته من قبل محركات البحث. الجدير بالذكر أن هذه الإضافة ليست خاصة بمحرك بحث جوجل فقط كما هو مذكور في اسمها، بل هي مفيدة لمحركات البحث الأخرى مثل بنج وياهو وغيرهم. تنبّه أنك إن استخدمت إحدى إضافات SEO مثل المذكورة في الأعلى، فقد لا تحتاج لإضافة إنشاء خرائط الموقع هذه، لأن أغلب إضافات SEO تقوم بصنع خريطة الموقع بشكل آلي كأحد المزايا فيها.



Google Search Console

<https://www.google.com/webmasters/tools/>

هذه هي خدمة مجانية تقدمها جوجل لتساعدك في مراقبة مستوى ظهور موقعك ضمن نتائج بحث جوجل والحفاظ عليه. لا يجب عليك الاشتراك في هذه الخدمة حتى يتم تضمين موقعك في نتائج بحث جوجل، ولكن اشتراكك في الخدمة سيساعدك في التعرف على كيفية تعامل محرك بحث جوجل مع موقعك وتحسين أدائه ومستوى ظهوره في نتائج البحث.



Bing Webmaster Tools

<https://www.bing.com/toolbox/webmaster/>

هذه هي خدمة مجانية من مايكروسوفت تسهل عليك إضافة موقعك لمحرك بحث بينج، ومراقبة أداء الموقع بشكل عام. كما تعرض هذه الخدمة بعض الإحصائيات والأرقام المتعلقة بفهرسة وأرشفة صفحات موقعك وزيارات وعدد مرات ظهور الصفحات في نتائج البحث.



Moz Open Site Explorer
<https://moz.com/researchtools/ose/>

تقدم هذه الأداة بعض التلميحات والحقائق المهمة المتعلقة بموقعك أو بأحد صفحاته. توفر هذه الأداة مزايا كثيرة منها: تحليل لأهم صفحات موقعك، معرفة أهم المواقع التي تُحِيل إلى موقعك، مقارنة موقعك مع موقع منافس من حيث الترتيب في تقييم محركات البحث، وغيرها. يمكنك استخدام هذه الأداة مجاناً بمزايا محدودة، أو الاشتراك في باقة مدفوعة للتمتع بكامل المزايا.



Google Analytics
<https://www.google.com/analytics>

تحليلات جوجل هي خدمة مجانية من جوجل لرصد ومتابعة الزيارات القادمة إلى موقعك، مع تحليل سلوك الزوار وتنقلاتهم داخل الموقع. هذه الخدمة هي أشهر خدمات تحليل زوار المواقع على الإنترنت. من الضروري بمكان أن تكون أولى خطواتك عند بناء موقع هو تسجيل الموقع في الخدمة وتفعيلها مباشرة. ستساعدك هذه الخدمة في تحليل الزيارات القادمة لموقعك، ومن ضمن هذه التحليلات المتعلقة بموضوع SEO هو معرفة نسبة الزيارات القادمة من محركات البحث، ومتابعة التغير في نسبة الزيارات مع مرور الوقت.



Mobile-Friendly Test

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

أداة مجانية وبسيطة من جوجل، تمكنك من وضع رابط أي صفحة وستقوم بقياس مدى سهولة تصفح هذه الصفحة من أجهزة الجوال.



PageSpeed Insights

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

أداة لاختبار سرعة تحميل الموقع على أجهزة الكمبيوتر وأجهزة الجوال. تقوم الأداة بتحليل الموقع والتنبيه على بعض المشاكل التي تؤثر على سرعة تحميل الموقع، مع اقتراح حلول عملية للتخلص من هذه المشاكل وتحسين سرعة تحميل الصفحة.



Website Authority Checker

<http://www.seoreviewtools.com/website-authority-checker/>

هذه الأداة المجانية هي أحد أدوات الموقع الرائع SEO Review Tools. تقوم هذه الأداة بعمل تقييم عام لسمعة موقعك وشهرته (من 1 إلى 100) بناءً على مؤشرات ومقاييس تقيس شهرة رابط الموقع وشهرة صفحات الموقع الداخلية.



مؤسسة التقنية المباركة
حي العليا- الخبر
المملكة العربية السعودية

www.altqniah.sa
pr@altqniah.sa



تواصل معنا



Twitter @altqniah

Website www.altqniah.sa

Phone +966 55 123 5901