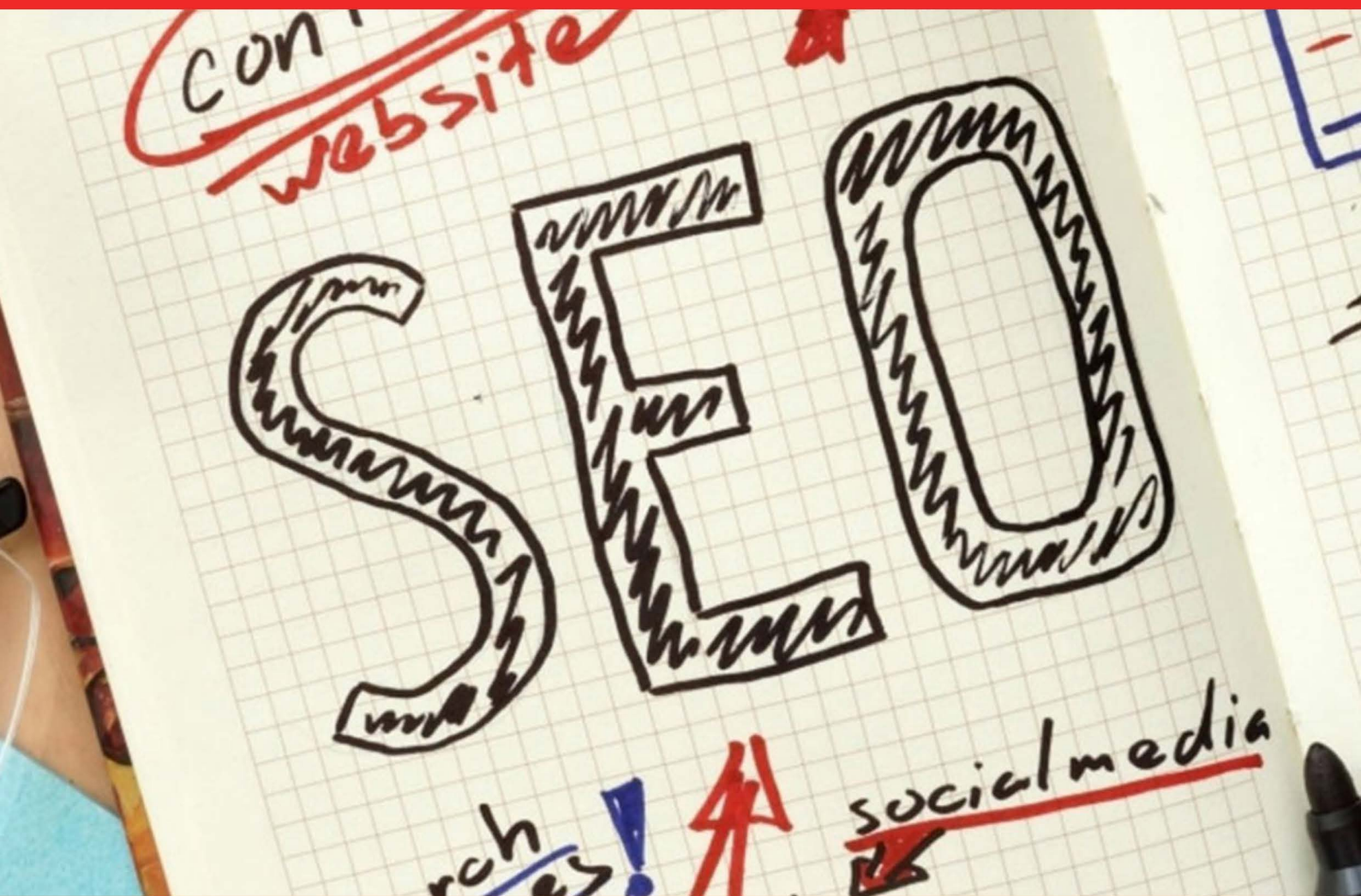


۶ نکته مهم برای seo و بازاریابی در سال ۲۰۱۶



نویسنده: مهران منصوری فر

تدوین

سئو و بازاریابی اینترنتی در سال ۲۰۱۶ تغییراتی داشته است که نیاز است شما نیز همگام با این تغییرات رشد کرده و تغییر کنید.

SEO و بازاریابی در سال ۲۰۱۶ تغییر کرده است و بیش از پیش به هم پیوسته شده است. شما باید تیم-های SEO و بازاریابی خود را به منظور به دست آوردن بیشترین ترافیک و تبدیل آن به مشتری برای شرکت با هم متحد کنید. این مقاله روشهایی را به شما معرفی میکند که با آنها شرکت شما بتواند در SEO و بازاریابی در سال ۲۰۱۶ به موفقیت برسد.

کلمات کلیدی خود را کشف کنید.

این مورد یکی از موارد قدیمی پخت است که در آینده ادامه دارد. از آنجایی که گوگل قوانین را تغییر داد، ممکن است کلمات کلیدی اهمیت خود را از دست داده باشند اما همچنان بخش جدایی ناپذیری از استراتژی شما هستند. دیگر نیازی ندارید آنها را به عنوان هرزنامه (اسپم) در نظر بگیرید بلکه باید آنها را در وب سایت خود به طرز صحیح استفاده کنید.

کلمات کلیدی خود را بررسی کرده و تصمیم بگیرید بر مبنای رقابتی که با دیگران دارید چطور می توانید بهترین استفاده را از آنها ببرید.

شما برای اینکه بتوانید از رقبای خود پیشی بگیرید باید ابتدا به روی کلمات کلیدی فرعی کار کنید و بعد اینکه به قدرت بالاتری در گوگل دست پیدا کردید سراغ کلمات کلیدی هدف اصلی بروید.

تلفن همراه، تلفن همراه، تلفن همراه

برای اولین بار، تحقیقات به این نتیجه رسید که جست و جوهای تلفن همراه نهایتاً از جست و جوهای دسکتاپی سبقت گرفت. گوگل قبلاً Mobilegeddon را پیاده سازی کرده است، از این رو شما باید اکنون دو کار انجام دهید.

اولاً، وبسایت شما باید در هر شرایطی پاسخگو باشد. وبسایت شما باید روی دسکتاپ و دستگاههای تلفن همراه قابل رویت باشد. خوشبختانه، بیشتر قالب های جدید قبلاً این مورد را رعایت کرده اند، از این رو نیازی به نگرانی ندارید.

دوماً، باید محتوای مشخص برای کاربران تلفن همراه عرضه کنید. به این معنی که باید محتوای خود را کم کرده و یک محتوا و مضمون زیاد را به چیزی تبدیل کنید که به راحتی در موبایل قابل مشاهده باشد. ویکی پدیا وب سیتی است که این کار را خیلی عالی انجام داده است.

تصاویر و ویدئوها پادشاه هستند

به نظر میرسد میزان توجه به مطالب متنی هر سال کمتر میشود. این امر در سال ۲۰۱۶ تفاوتی ندارد (یعنی همینطور که در سالهای قبل توجه کم شده در سال ۲۰۱۶ هم توجه کم خواهد شد). اگرچه محتوای متنی (نوشته شده) همچنان یک عامل برای SEO باقی مانده است، اما برای بازاریابی صرفاً استفاده از محتوای متنی برای کاربر شما غیر قابل تحمل شده است. محتوای تصویری و ویدئوها در SEO و بازاریابی از محتوای متنی سبقت گرفته است.

برای اهداف بازاریابی، تصاویر و ویدئوها صریحاً دستگاههای تلفن همراه را هدف قرار داده اند. این امر با عقل جور در می آید چون زمانی که یک فرد در مسیر است زمانی برای خواندن یک محتوای هزار کلمه ای را ندارد. یک ویدئو میتواند تمام چیزی که فرد نیاز به دانستن آن دارد را به او بگوید. تلاش خود را به برای تولید تصاویر و ویدئوها بیشتر کنید و روی این مورد متمرکز شوید.

تمرکز روی رسانه های اجتماعی

عملاً هدف قراردادن مستقیم SEO غیرممکن است. گوگل دیگر از شرکتهای نمیخواهد که این کار را انجام دهند. آنها از شما میخواهند که به طور خاص روی کاربران تمرکز کنید، این معنی که شبکه اجتماعی برتری جدیدی به دست آورده اند. اکنون فعال و محبوب بودن شما در شبکه اجتماعی نیز در جست و جوی گوگل مهم خواهد بود بنابراین شبکه اجتماعی باید به بخش مرکزی بازاریابی و پیمت شرکتهای تبدیل شود.

تجزیه و تحلیل برای سئو و بازاریابی

از آنجایی که بازاریابی و SEO در گرو هم هستند، اطلاعاتی که از بازاریابی دریافت میکنید فقط به SEO شما مربوط است و بالعکس. از دادههای هر دو منبع برای تعیین استراتژی خود استفاده کنید. زمانی که عملیات سئو را آغاز می کنید نیاز است که بدانید روی چه کلماتی فعالیت دارید و در کنار آن اگر کمپین های تبلیغاتی خود را نیز فعال کرده اید کافی است در لینک هایی که به سایت شما در کمپین های تبلیغاتی داده می شوند را بر مبنای صفحات هدف خود در سئو و کلمات کلیدی مد نظرتان تنظیم کنید. شما می توانید بازاریابی و سئو را در کنار یکدیگر با کیفیت و بازخورد بهتری انجام دهید و این کار به شما در صرف کمتر هزینه و بازدهی بیشتر کمک می کند.

یک داستان بگوئید

این نکته باید اهمیت دخیل کردن کاربران در سایت را به شما نشان دهد. شما باید یک داستان بگوئید. برند شما باید یک داستان داشته باشد که مشتریها به آن علاقه مند باشند. اطمینان حاصل کنید که برند شما یک

داستان در تمام زمانها تعریف میکند. اگر مشتریها با داستان برند شما درگیر شوند، SEO شما را نیز بالا میبرند. داستان یک وب سایت می تواند رفع دایمی مشکلات خاصی در یک حوزه تخصصی باشد و یا می تواند یک فرآیند همیشگی بهبود دهی باشد.

شما باید یک داستان باشید که در جایی شروع شده است و همگی تمایل دارند شما را دنبال کنند تا در نهایت به آنچه شما ارائه می کنید برسند و با شما همراه باشند. این نکته به جایگاه سازی در برندسازی نیز معروف است.

برای موفقیت در بازاریابی اینترنتی چقدر زمان نیاز است؟

زمانی که SEO و بازاریابی به شکل فوق توضیح داده می شود ممکن است به نظر خیلی ساده بیاید. اشتباه نکنید که هیچ چیز آسانی در مورد بازاریابی برند شما در گوگل با همان سئو و رسیدن سریع و مستقیم مشتری به وب سایت شما وجود ندارد. این کار نیازمند زمان و تلاش است و اگر در شش ماه اول به موفقیت دست یافتید، این موفقیت یک تحول شدیداً سریع تلقی میشود.

همینطور که کار خود را ادامه می دهید باید به طور پیوسته سعی و خطا کنید و مسیر صحیح را بیابید، آزمون فوق العاده A/B کلید تبدیل کسب و کار شما به یک کسب و کار موفق است. چیزهای جدید را امتحان کرده و دریابید که چه چیزی کارآمد است و چه چیزی نیست. چیزی که برای یک شرکت دیگر کار میکند ضرورتاً برای شرکت شما کار نخواهند کرد.

در نهایت کاری که شما باید در سال ۲۰۱۶ انجام دهید همان کاری است که در سالهای قبل می کردید، باید به طور پیوسته و سخت کار کنید و مدام آزمون های جدیدی را اجرا کنید تا از مسیر منحرف نشوید و در نهایت نتیجه همه این موارد سود بلند مدت و بازدهی عالی خواهد بود.