

بک لینک چیست؟ چگونه بک لینک بگیریم که جریمه نشویم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

بک لینک چیست؟ چگونه بک لینک بگیریم که جریمه نشویم؟

همه ما زیاد شنیده‌ایم که بک لینک یک قسمت مهم از سئوی یک وبسایت است و می‌تواند رتبه آن را افزایش دهد، اما آیا می‌دانید که بک لینک سازی چگونه باید انجام شود و تاثیر آن تا چه حد است؟ این نوشته را بخوانید تا بیشتر در این باره بدانید.

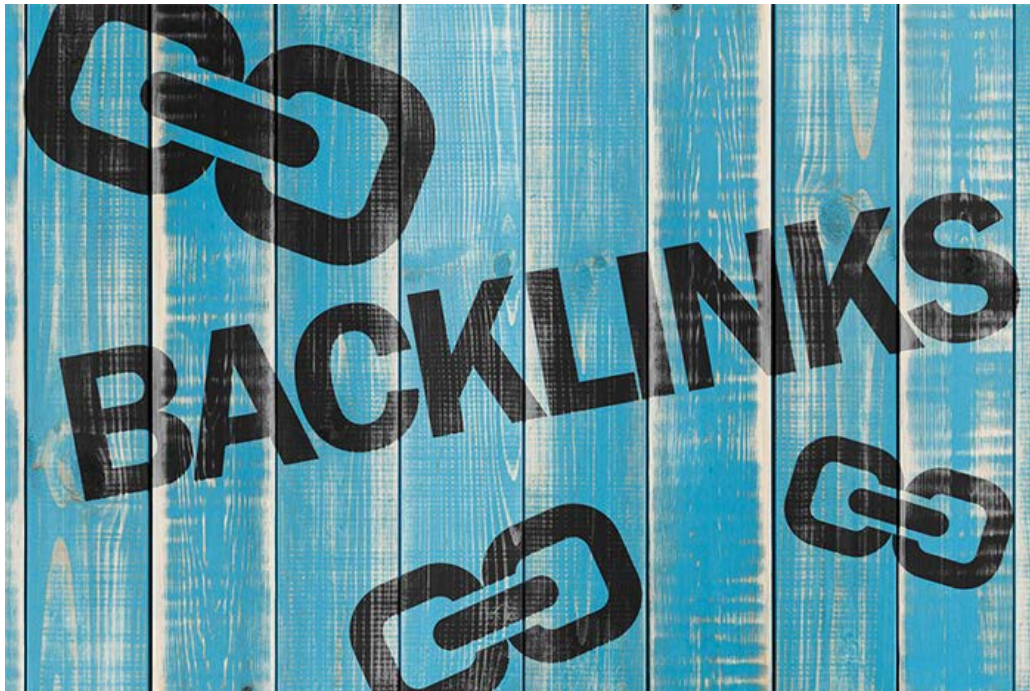
«کارتان را شروع کنید؛ مردم خودشان متوجه کیفیت کار شما می‌شوند و به سمتتان خواهند آمد.»

چنین تصویری شاید در گذشته محلی از اعراب داشت، اما در بازار مملو از رقیب عصر حاضر و به‌خصوص در دنیای بازاریابی دیجیتال نمی‌تواند جایگاهی داشته باشد.

در جهانی که رقابت در هر عرصه‌ای که فکرش را بکنید در آن موج می‌زند، باید فعال باشید و نه منفعل؛ و در جهان آنلاین این یعنی که باید استاد و قهرمان سئو باشید.

تولید و انتشار محتوای جذاب و کاربردی می‌تواند بهترین قدم برای شروع باشد، اما کافی نیست؛ مردم برای استفاده از آن محتوای جذاب و کاربردی در وهله اول باید بتوانند وبسایت شما را پیدا کنند؛ بنابراین باید مسیر را برای آن‌ها هموار کنید و علائم مناسبی را در مسیرشان قرار بدهید.

این به اصطلاح راه‌سازی و هدایت در فضای مجازی به «لینک»، لینک و بازهم لینک تعبیر می‌شود. به هر حال، لینک عملاً همان چیزی است که مردم را از موتورهای جستجو، سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مختلف به سمت وبسایت شما هدایت می‌کند و دقیقاً به همین دلیل است که هر گوشه از اینترنت، از وبلاگ‌ها گرفته تا پست‌های شبکه‌های اجتماعی، مملو از لینک است. وجود این لینک‌ها مزایا و منافع گوناگونی را برای وبسایت شما به ارمغان می‌آورد، لذا در این مطلب تلاش می‌کنیم تا شما را با مفهوم چیزی به نام «بک لینک» و بک لینک سازی آشنا کنیم.



بخش اول: آشنایی با بک لینک

به زبان ساده، هنگامی که یک وبسایت به یک وبسایت دیگر لینک می‌دهد، یک «بک لینک» ساخته شده است. به بک لینک، inbound link یا لینک «ورودی» هم گفته می‌شود، زیرا باعث می‌شود که مردم «وارد» سایت شما شوند. External link یا لینک خارجی هم یکی دیگر از عناوین بک لینک است و وجه تسمیه آن هدایت کاربران به «خارج» از وبسایتی است که در آن حضور دارند. بک لینک یکی از عناصر مهم در سئو محسوب می‌شود.

مثلاً به لینکی که در آخرین جمله پاراگراف بالا به کلمه «سئو» اضافه کرده ایم توجه کنید. این یک لینک داخلی است، اما اگر همین لینک را به یک وبسایت معتبر دیگر می‌دادیم، در اینصورت گوگل این لینک را به عنوان رأی اعتماد مدیروب به سایت مزبور در نظر می‌گرفت و هرچه تعداد چنین لینک‌هایی برای یک سایت بیشتر باشد، ارزش و اعتبار آن در نزد گوگل بیشتر می‌شود. باید توجه داشته باشید که «کیفیت» در اینجا حرف اول را می‌زند و لذا همه لینک‌ها ارزش یکسانی ندارند. درواقع، دریافت چند بک لینک

بک لینک چیست؟ چگونه بک لینک بگیریم که جریمه نشویم؟

با کیفیت از منابع مناسب از هزاران بک لینک از سمت وبسایت‌های اسپم بهتر است.

اکنون به دو سؤال مهم پاسخ می‌دهیم:

چه چیزی کیفیت بک لینک را تعیین می‌کند؟

به‌طور کلی، یک بک لینک با کیفیت دارای مشخصه‌های زیر است:

- لینک فالو (dofollow) باشد و نه nofollow؛
- در میان محتوای سایت منبع قرار داده شده باشد؛
- انکر تکست (anchor text) یا متن لینک کاملاً طبیعی به نظر برسد.

چه سایتی برای گرفتن بک لینک مناسب است؟

وبسایتی که:

- با محتوای لینک مرتبط باشد؛
- اعتبار بالایی داشته باشد.
- حال تک تک این موارد را به طور خلاصه توضیح می‌دهیم:

۱. تناسب و ارتباط بک لینک

منبعی که از آن بک لینک می‌گیرید به اندازه خود یک لینک اهمیت دارد. در واقع، گوگل زرنگ‌تر شده و روزگار بک لینک گرفتن از وبسایت‌های بی‌ربط و نشستن به این امید که جایگاه بهتری در نتایج جستجو کسب کنید به سرآمده است.

به عنوان نمونه، اگر در زمینه طراحی وب فعالیت می‌کنید، لینک مرتبط لینکی است که از وبسایتی دریافت کرده‌اید که مضمون آن با طراحی وب و زیرساخت‌های آن همخوانی دارد (مثلاً مباحث بازاریابی و فروش یا سئو) و نه وبسایتی که موضوع آن چیزی مثل باغبانی است.

ارتباط لینک توسط متن لینک، محتوای متن اطراف لینک و سایر لینک‌های خارجی موجود در آن صفحه تعیین می‌شود.

بک لینک چیست؟ چگونه بک لینک بگیریم که جریمه نشویم؟

با استفاده از لینک‌های مرتبط، نه تنها گوگل را خشنود می‌کنید، بلکه به دلیل تناسب محتوای دو وبسایت لینک دهنده و گیرنده لینک، مشتریان بالقوه بهتر و مناسب‌تری را نیز به دست خواهید آورد.



۲. اعتبار سایت

با داغ‌تر شدن بازار رقابت، فقط داشتن لینک‌های مرتبط کفایت نمی‌کند، بلکه به داشتن بک لینک از وبسایت‌های بسیار معتبر یا وبسایت‌هایی نیاز دارید که گوگل به خاطر ارزش محتوا و لینک‌هایشان به آن‌ها اعتماد دارد.

به‌عنوان مثال، شاید سایت‌های خبری مطرح زیاد به کسب و کار شما ربطی پیدا نکنند، اما اگر از آن‌ها بک لینک بگیرید اعتبار بالایشان می‌تواند به وبسایت شما هم سرایت کند.

برای ارزیابی ارزش بک لینک هر وبسایت می‌توانید Domain Authority آن را در وبسایت MOZ بررسی کنید. Domain Authority شاخصی است که توسط

وبسایت مطرح MOZ ابداع شده و بسته به تعداد و کیفیت لینک‌های هر وبسایت برای آن یک امتیاز (از ۱ تا ۱۰۰) در نظر می‌گیرد.

۳. لینک‌های فالو و نوفالو

بک لینک‌ها به طور پیش‌فرض «فالو» هستند، به این معنی که از دید گوگل ارزشمندند و می‌توانند بر رتبه وبسایت اثر بگذارند. از طرف دیگر، لینک‌های «نوفالو» (nofollow) را داریم که گوگل برای آن‌ها هیچ ارزشی قائل نیست.

بک‌لینک‌های شبکه‌های اجتماعی، نظرات وبلاگ‌ها و بک‌لینک‌های ویکی‌پدیا همگی نوفالو هستند. به‌علاوه، گوگل صاحبان وبسایت‌ها را ملزم می‌کند تا با افزودن تگ نوفالو (`rel="nofollow"`) به لینک‌های اسپانسر شده یا پولی، همکاری تجاری خود را افشا کنند.

طبیعتاً از آنجایی که فقط لینک‌های فالو ارزش وبسایت منبع را به وبسایت لینک شده انتقال می‌دهند، لذا برای بهبود سئوی وبسایت‌های خود باید به دنبال گرفتن بک‌لینک‌های فالو باشید. درعین‌حال، اینکه فقط لینک‌های فالو داشته باشید می‌تواند از دید موتورهای جستجو غیرطبیعی به نظر برسد. درواقع، لینک‌های نوفالو هم می‌توانند به طور غیرمستقیم بر رتبه شما تأثیر بگذارند.

به‌عنوان مثال، یک بک لینک نوفالو از یک وبسایت پرمخاطب می‌تواند روش خوبی برای معرفی وبسایتتان باشد. درواقع، بک‌لینک‌های نوفالوی مناسب می‌توانند منبع ارزشمندی برای تولید ترافیک ارجاعی (Referral Traffic) باشند.

۴. محل قرارگیری لینک

لینک‌های Contextual یا بافتی لینک‌هایی هستند که در یک مقاله جاسازی می‌شوند. ارزش سئوی این لینک‌ها نسبت به لینک‌های فوتر یا نوار جانبی وبسایت به مراتب بیشتر است، زیرا خواننده علاقه‌مندی که تمایل به کسب

اطلاعات بیشتری دارد می‌تواند به راحتی بر روی آن‌ها کلیک کرده و از محتوای مشابه استفاده کند. این به نوبه خود باعث کاهش بانس ریت (bounce rate) یا نرخ پرش می‌شود و از دید گوگل به معنای تناسب وبسایت شما با محتواست.

۵. انکرتکست

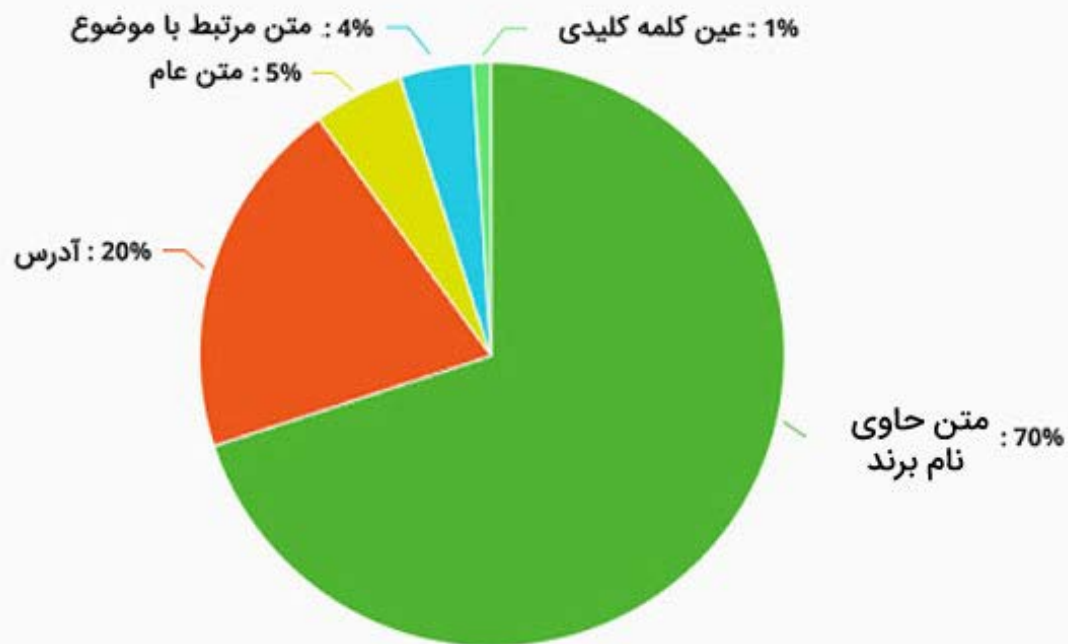
انکرتکست همان کلمه یا عبارت قابل کلیک است که برای لینک دادن از یک صفحه به صفحه دیگر مورد استفاده قرار گرفته است و می‌تواند حاوی یکی از این موارد باشد:

- عین کلمه کلیدی؛
- کلمه کلیدی به همراه متن دیگر؛
- نام وبسایت (متن حاوی نام برند)؛
- آدرس وبسایت؛
- عبارات کلی مثل «اینجا کلیک کنید».

از آنجایی که کلمات کلیدی انکرتکست نشان‌دهنده موضوع صفحه لینک شده هستند، لذا این پتانسیل را دارند که تأثیر قابل توجهی بر رتبه‌بندی شما داشته باشند. البته نکته مهمی که باید به آن توجه داشته باشید این است که زیاده‌روی و استفاده همیشگی از عین کلمه کلیدی برای همه انکرتکست‌ها درست نیست؛ بلکه باید کاری کنید که گوگل هیچ‌وقت با بررسی بک‌لینک‌های شما احساس نکند که به دنبال سوءاستفاده هستید.

اما دقیقاً چقدر زیاده‌روی محسوب می‌شود؟

اگرچه هیچ قانون استانداردی در این رابطه وجود ندارد، اما نمودار زیر که میانگین استفاده از انواع انکرتکست را نشان می‌دهد می‌تواند معیار خوبی برای رعایت تعادل در این زمینه باشد:



بخش دوم: آماده‌سازی وبسایت برای بک لینک سازی

برای موفقیت در بک لینک سازی باید از وبسایت خودتان شروع کنید. اگر وبسایت شما کند باشد، جابجایی در آن آسان نباشد یا ایراد فنی داشته باشد، تجربه مثبتی برای بازدیدکننده رقم نخواهد خورد و با توجه به حساسیت گوگل به تجربه کاربران، رتبه مناسبی را در نتایج جستجو کسب نخواهید کرد. به خاطر داشته باشید که بهترین تاکتیک‌های بک لینک سازی هم نمی‌تواند محتوا و ساختار ضعیف وبسایت شما را پوشش بدهد. با توجه به استراتژی‌های زیر می‌توانید بهترین نتیجه را از کمپین بک لینک سازی خود دریافت کنید:

۱. سرعت وبسایتتان را افزایش دهید و ایرادهای فنی آن را برطرف کنید

به این منظور:

- از آنجایی که دامنه توجه کاربران اینترنت معمولاً به اندازه ماهی قرمز و مقدار تحمل و صبرشان برای باز شدن یک صفحه کمتر از ۵ ثانیه است، به

کمک ابزارهایی مانند ابزار PageSpeed Insights گوگل، بهینه‌سازی‌های لازم را انجام بدهید.

• برای اطلاع از مشکلات و ایرادات فنی نیز می‌توانید از گوگل وبمستر تولز یا کنسول جستجوی گوگل (قسمت Crawl Errors) کمک بگیرید.



۲. ساختار سایت خود را تقویت کنید

هرچه سازمان‌دهی ساختار یا معماری وبسایت شما بهتر باشد، ارزش بک لینک‌ها در بخش‌های مختلف آن بهتر توزیع خواهد شد. به این منظور باید به جای ساختار سنتی از ساختار سیلو (Silo Structure) استفاده کنید.

اساساً سیلو یکی از تکنیک‌های سئو و به معنای گروه‌بندی محتوای مرتبط به صورت سازمان‌دهی شده و منظم است. البته تنظیم و پیاده‌سازی طرحی که در آن همه مطالب به صورت سیستماتیک گروه‌بندی و به هم لینک شده باشند کار آسانی نیست، اما مزایای چشمگیری برای سئوی وبسایت شما

بک لینک چیست؟ چگونه بک لینک بگیریم که جریمه نشویم؟

خواهد داشت. در اینجا برای درک بهتر این ساختار، یک نمونه ساده از سیلو را ذکر می‌کنیم:

www.yourwebsite.com (صفحه اصلی وبسایت)

www.yourwebsite.com/topic۱ (موضوع اصلی اول یا به اصطلاح «سیلو»)

subtopic۱/www.yourwebsite.com/topic۱ (یکی از زیرعنوان های سیلوی اول)

subtopic۲/www.yourwebsite.com/topic۱ (یکی دیگر از زیر عنوان های سیلوی اول)

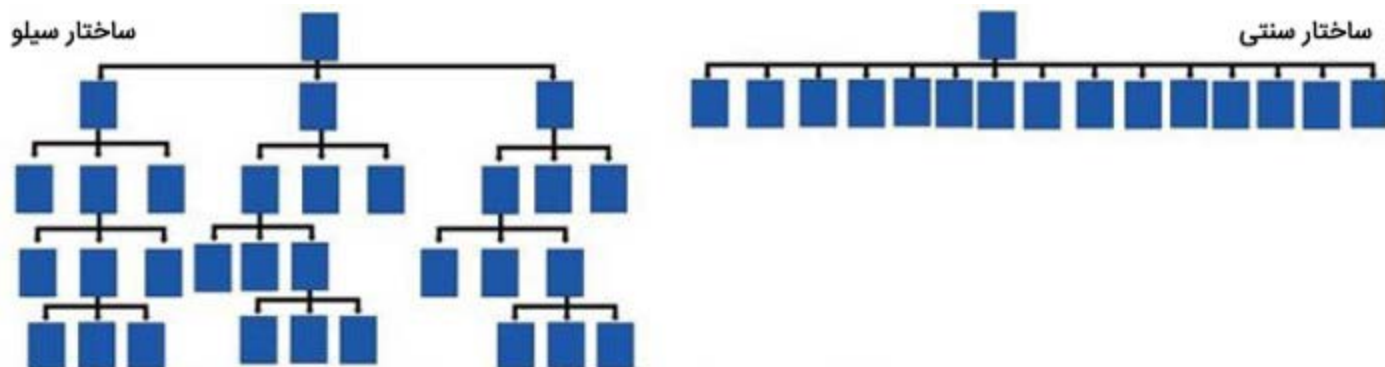
www.yourwebsite.com/topic۲ (موضوع اصلی یا سیلوی دوم)

subtopic۱/www.yourwebsite.com/topic۲ (یکی از زیرعنوان های سیلوی دوم)

و این روند به همین ترتیب ادامه پیدا می‌کند.

ساختار سیلو روشی برای شکافتن و تقسیم‌بندی ایده اصلی یا کلمه کلیدی به بخش‌های مختلف است. چنین ساختاری به شما این امکان را می‌دهد تا عمق هر موضوع را بشکافید و به همه کوئری های (عباراتی که کاربر جستجو می‌کند) مرتبط با آن پاسخ بدهید.

برخلاف ساختار سنتی وبلاگ‌ها که همه مطالبشان بر اساس تاریخ انتشار مرتب می‌شود، سیلو ساختار منطقی‌تری دارد و ایندکس کردن سایت را برای گوگل آسان‌تر و برای شما کارآمدتر می‌کند. تصویر زیر مقایسه ساختار سنتی و ساختار سیلو را نشان می‌دهد:



مثلاً اگر وبسایت محصولات بهداشتی دارید می‌توانید این ایده اصلی را به بخش‌های لوازم شوینده و پوشیدنی‌های بهداشتی و این گروه‌ها را نیز به زیرگروه‌هایی مانند نقد و بررسی‌ها و صفحات آموزشی تقسیم کنید. توجه داشته باشید که در زمان شروع بک لینک سازی روش «سیلوی معکوس» عملکرد بهتری دارد. در این حالت یک مقاله جامع می‌نویسید که کاملاً جنبه اطلاع‌رسانی داشته و پتانسیل بالایی برای گرفتن لینک دارد. این مقاله همه بک لینک‌ها را دریافت می‌کند و سپس ارزش بک لینک را از طریق لینک‌های داخلی در سراسر وبسایت توزیع می‌کند.

۳. روی آیتم‌های لینک پذیر سرمایه‌گذاری کنید

منظور از آیتم‌های لینک پذیر صفحه یا مجموعه صفحاتی است که وبسایت‌های دیگر به نحوی نسبت به لینک دادن به آن‌ها رغبت پیدا می‌کنند. برای تولید این دسته از سرمایه‌های کاربردی می‌توانید از مقالات جامع و یا حتی ابزارهایی استفاده کنید که برای کاربران هدف‌تان سودمند به نظر خواهند رسید، مثلاً یک دیکشنری تخصصی یا ابزاری برای دریافت آنالیز وبسایت.

به‌منظور ایده گرفتن برای تولید آیتم‌های لینک پذیر می‌توانید از روشی موسوم به روش آسمان‌خراش استفاده کنید. در این روش، ابتدا وبسایت‌هایی

بک لینک چیست؟ چگونه بک لینک بگیریم که جریمه نشویم؟

که برای کلمه کلیدی هدف شما بهترین رتبه‌ها را در صفحه نتایج جستجو دارند پیدا می‌کنید و محتوای آن‌ها را به زیر ذره‌بین می‌برید، سپس با تولید محتوای بهتر، جامع‌تر و خاص‌تر تلاش می‌کنید تا از آن‌ها سبقت بگیرید.

بخش سوم: استراتژی‌های بک لینک سازی

ساختن بک لینک زمان‌بر است و مشاهده نتایج آن به زمان بسیار بیشتری نیاز دارد؛ بنابراین لازم است که به‌جای اتلاف وقت بر روی اقداماتی که به‌ندرت بر رتبه سایت تأثیر می‌گذارند به سراغ تاکتیک‌هایی بروید که زودتر به ثمر می‌نشینند.

MOZ بررسی‌هایی را در مورد مؤثرترین استراتژی‌های بک لینک سازی انجام داده که اگرچه ۱۰۰ درصد قابل استناد نیست، اما اطلاع از نتایج آن خالی از لطف نخواهد بود:

1	انتشار و ترویج محتوا، ارسال پست مهمان و موارد مشابه	341 / 78%
2	روابط عمومی دیجیتال	165 / 38%
3	صفحات مرجع، صفحات حاوی فهرست لینک و موارد مشابه	119 / 27%
4	استفاده از عنوان برند خود در وبسایت‌هایی که به شما لینک نداده‌اند	115 / 26%
5	استفاده از اینفوگرافیک	108 / 25%
6	بک لینک سازی با اصلاح لینک‌های شکسته	107 / 25%
7	درج بک لینک در دایرکتوری‌های محلی و تخصصی	92 / 21%
8	لینک‌های پولی	83 / 19%
9	سایر استراتژی‌ها: رپرتاژ آگهی، ثبت در دایرکتوری‌ها و نشانه گذاری اجتماعی	31 / 7%

به خاطر داشته باشید که تنوع یکی از کلیدهای موفقیت در بک لینک سازی است؛ بنابراین همه تخم مرغ‌هایتان را در یک سبد نگذارید. اگر منبع همه بک لینک‌های شما یکسان باشد، گوگل مشکوک خواهد شد. در این قسمت به بهترین و مؤثرترین تاکتیک‌های بک لینک سازی اشاره می‌کنیم:

- ارسال پست مهمان در وبلاگ‌های دیگر

نوشتن مطلب به عنوان نویسنده مهمان در سایر وبلاگ‌ها هنوز هم یک تاکتیک بسیار مؤثر است. البته در سال ۲۰۱۴ میلادی از گوگل خبر رسید که ایام شکوه و جلال وبلاگ نویسی مهمان به سرآمده، اما این فقط در مورد پست‌های بی‌کیفیت مصداق دارد؛ یعنی همان مطالبی که نویسنده‌های بی‌نام و نشان با پرداخت مبلغی به صاحب وبلاگ و تنها با هدف درج بک لینک خودشان منتشر می‌کنند یا هدفشان فقط بهبود سئو است و بس. انتشار چنین پست‌هایی نقض آشکار قوانین کیفی گوگل مبنی بر ممنوعیت خرید و فروش بک لینک است.

یکی از بهترین امتیازات وبلاگ نویسی به صورت مهمان، امکان به ثمر نشستن سریع آن به محض انتشار بک لینک است. به علاوه، برخلاف تبلیغات که عملاً فشار بر مردم برای خرید محصولات و خدمات مختلف محسوب می‌شود، وبلاگ نویسی به عنوان مهمان یکی از استراتژی‌های بازاریابی درون‌گرا (Inbound) است که از محتوایی که به مذاق مخاطب هدف خوش می‌آید در راستای اهداف بازاریابی و فروش استفاده می‌کند؛ بنابراین هنگامی که محتوا اثر خود را می‌گذارد و مخاطب بر روی بک لینک شما کلیک می‌کند، احتمال خرید محصول یا حداقل، اشتراک وی در فهرست ایمیل مارکتینگ شما به مراتب بیشتر خواهد بود.

اما برای شروع وبلاگ نویسی به عنوان مهمان و کسب نتایج مطلوب چه باید کرد؟ به این منظور به نکات زیر توجه کنید:

بک لینک چیست؟ چگونه بک لینک بگیریم که جریمه نشویم؟

- وبلاگ‌های حوزه فعالیت خودتان که نویسنده مهمان می‌پذیرند را با جستجو در گوگل پیدا کنید.
- ترجیحاً به دنبال وبسایت‌هایی باشید که Domain Authority آن‌ها بیشتر از ۳۰ باشد و اجازه درج لینک‌های فالو با انکرتکست در متن محتوا را می‌دهند.
- به تعداد دفعات به اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی و تعداد کامنت‌های کاربران وبسایت موردنظر توجه کنید.
- چنانچه سایتی وجود دارد که خوانندگان فعال و دنبال کنندگان زیادی در شبکه‌های اجتماعی دارد، اما لینک‌هایش نوفالو است، از نوشتن مطلب برای آن چشم‌پوشی نکنید؛ چرا که حتی اگر بک‌لینک‌های آن از نظر سئو ارزشی نداشته باشد، اما حداقل خود و وبسایتتان را معروف‌تر خواهید کرد.
- با ارائه نمونه کار، ساختار محتوا و اثبات توانایی و جدیت خود در قالب یک متن مختصر و مفید، صاحب وبسایت را متقاعد کنید.



- استفاده از روابط عمومی (PR) دیجیتال

روابط عمومی دیجیتال و وبلاگ نویسی مهمان از جهات متعددی با یکدیگر همپوشانی دارند، اما در شرایطی که وبلاگ نویسی بیشتر روی دریافت بک لینک تمرکز می‌کند، روابط عمومی دیجیتال از دو جهت متفاوت است:

- روابط عمومی به دنبال رابطه سازی و شکل گرفتن پیوندهای عمیق و بلندمدت است؛ یعنی باید تلاش کنید تا با طرف مقابل ارتباط نزدیکتری برقرار کنید. مثلاً می‌توانید در شبکه‌های اجتماعی مختلف با وی و مطالبی که منتشر می‌کند تعامل داشته باشید و برایش نظر بگذارید.
 - روابط عمومی به دنبال افزایش آگاهی نسبت به برند و سپس بک لینک سازی است؛ هدف روابط عمومی دیجیتال قرار گرفتن پیام شما در برابر تعداد بیشتری از مردم است و فارغ از فالو یا نفالو بودن لینک‌ها، مزایای بلندمدت آن لینک است که اهمیت بیشتری دارد. مثلاً شاید لینک‌های وبسایت بسیار پرترفدار و معتبر Forbes نفالو باشد، اما محبوبیت و اعتباری که از طریق ارسال مطلب در آن می‌توانید پیدا کنید می‌تواند سرانجام به بک لینک سازی طبیعی بی‌انجامد.
- برای استفاده از روابط عمومی دیجیتال در مسیر ساختن بک لینک، مراحل زیر را دنبال کنید:
۱. هدف خود را دقیقاً مشخص کنید؛ مثلاً افزایش آگاهی نسبت به یک محصول جدید یا بیشتر شدن مشترکان ایمیل.
 ۲. زاویه‌ای از هدف‌تان پیدا کنید که ارزش خبری داشته باشد؛ شرکت یا محصول شما چه چیزی در چنته دارد که بتواند به ژورنالیست‌ها انگیزه بدهد تا روی داستان شما تمرکز کنند؟ فقط به توضیح هدف خود بسنده نکنید، بلکه یک داستان جذاب بسازید؛ درباره شکل‌گیری ایده خود، یک یا چند ویدیو، اینفوگرافیک یا مطلب تهیه کنید.
 ۳. قبل از معرفی، با ژورنالیست‌ها رابطه نزدیکتری ایجاد کنید.
 ۴. یک معرفی جذاب تهیه کنید؛ اطمینان پیدا کنید که معرفی شما با حوزه فعالیت طرف مقابل هماهنگ است.

اگر درخواستتان رد شد، فیدبک بگیرید و به دنبال بهبود روش‌های خود باشید. در هر صورت از پرورش رابطه‌ها دست برندارید، چرا که هر رابطه‌ای می‌تواند به روابط بیشتری بی‌انجامد که می‌تواند مسیر اقدامات متعاقب شما را هموارتر کند.



- لینک گذاری در صفحات مرجع

صفحه مرجع یا منبع (Resource Page)، صفحه‌ای آرشیو مانند است که حاوی اطلاعات، مطالب و لینک‌های کاربردی مرتبط با زمینه فعالیت وبسایت است. چنین برگه‌هایی به سه دلیل می‌توانند منبع فوق‌العاده‌ای برای بک لینک باشند:

- این صفحات موضوعی هستند و لذا مخاطبان متناسب و مرتبطی را راهی وبسایت شما می‌کنند.
- برخی از صفحات مرجع صریحاً از بازدیدکنندگان می‌خواهند که لینک‌های پیشنهادی خود را ارسال کنند؛ بنابراین لزومی ندارد که برای گرفتن بک

لینک به دنبال روش‌های پیچیده یا شک‌برانگیز باشید. این صفحات به لینک نیاز دارند و تمام کاری که باید انجام دهید اثبات ارزش وبسایتتان برای درج در آنهاست.

• بک لینک‌ها در میان محتوا قرار داده می‌شوند.

برای موفقیت در استفاده از این روش باید بدانید که کدام صفحات مرجع می‌توانند ارزش وقت و توجه شما را داشته باشند؛ لذا در اینجا هم ترجیحاً به دنبال امتیاز Page Authority بیشتر باشید و با یک پیام مختصر و مفید و با ایجاد رابطه و اثبات خود، درخواستتان را مطرح کنید.

- استفاده از عنوان برند خود در وبسایت‌هایی که به شما لینک نداده‌اند

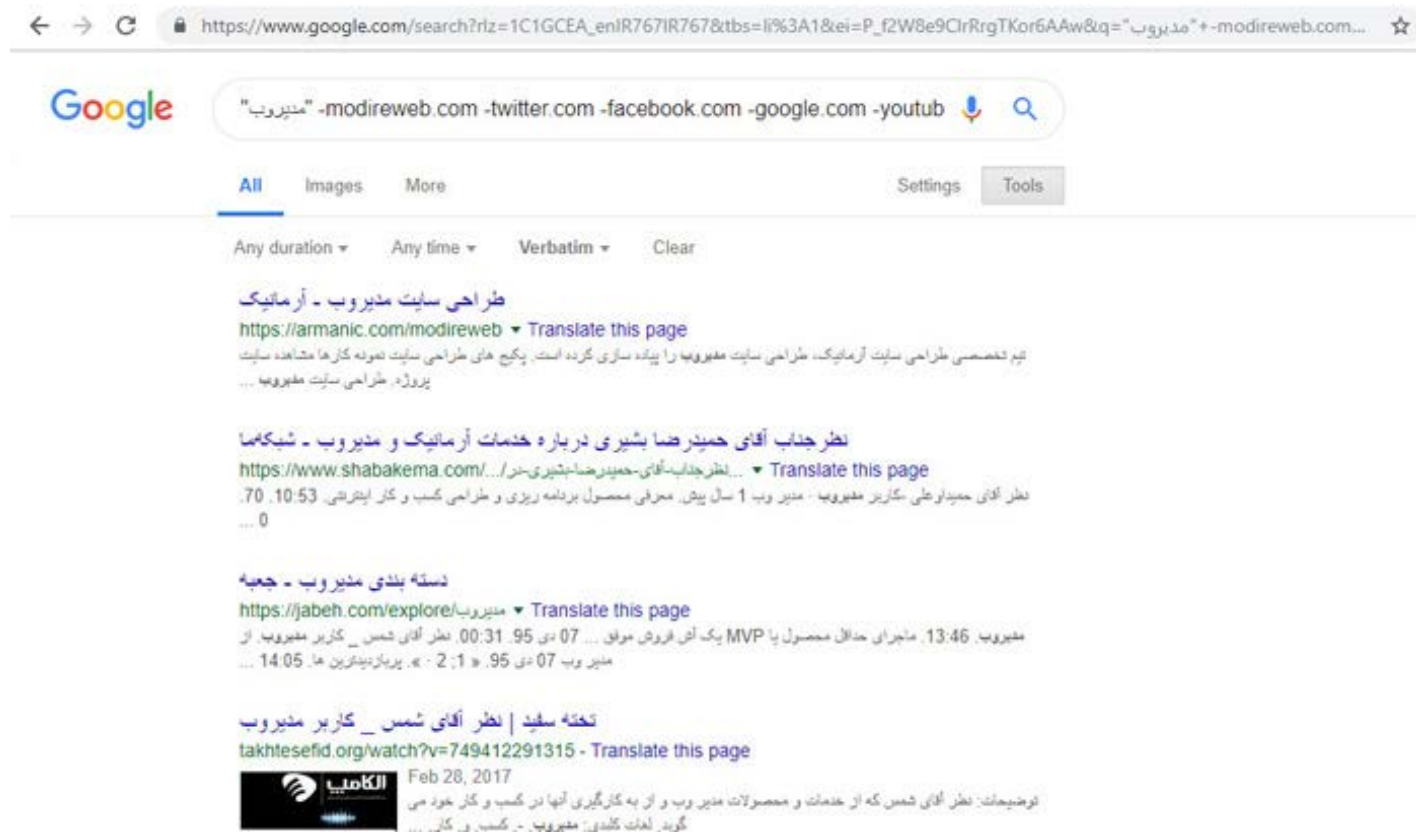
این استراتژی بیشتر برای وبسایت‌هایی کاربرد دارد که سابقه و جایگاهی دارند و نام آن‌ها در حوزه فعالیتشان تا حدی شناخته شده است. در این حالت به سراغ وبسایت‌هایی می‌روید که نام وبسایت یا برند شما را در مقالات خود ذکر کرده‌اند، اما به شما لینک نداده‌اند. لذا از صفر شروع نمی‌کنید و فقط لینکی که به خودتان تعلق دارد را احیا می‌کنید.

برای پیدا کردن چنین مواردی می‌توانید از کوئری زیر استفاده کنید:

«برند مورد نظر» -آدرس وبسایت یا وبسایت‌های خودتان -آدرس شبکه‌های اجتماعی یا آدرس دیگر وبسایت‌های مدنظر

با جستجوی عبارت بالا در گوگل و با استفاده از علامت منها، آدرس وبسایت یا وبسایت‌های خودتان و شبکه‌های اجتماعی را، از نام برند یا نام مورد نظر مستثنا می‌کنید. به‌علاوه می‌توانید با مراجعه به وبسایت Google Alerts اطلاع‌رسانی از طریق ایمیل را برای این کوئری فعال کنید تا به صورت روزانه یا هفتگی از ذکر عنوان برندتان در سایت‌های دیگر اطلاع پیدا کنید.

بک لینک چیست؟ چگونه بک لینک بگیریم که جریمه نشویم؟



فقط به دنبال وبسایت‌های معتبری باشید که خالی از محتوای اسپم بوده، Domain Authority بالا دارند و میزان تعامل کاربرانشان زیاد است.

- استفاده از اینفوگرافیک

اینفوگرافیک‌ها این پتانسیل را دارند که کسالت‌بارترین اطلاعات را به یک محتوای چشم‌نواز و جذاب تبدیل کنند. به‌رحال این واقعیت که ۹۰ درصد از اطلاعات در قالب تصویر وارد مغز ما می‌شود به‌خوبی نشان می‌دهد که ما ذاتاً تصاویر گرافیکی را به متن ترجیح می‌دهیم. به‌علاوه، احتمال لایک گرفتن و به اشتراک‌گذاری اینفوگرافیک‌ها سه برابر بیشتر از سایر انواع محتوا است.

- بک لینک سازی با اصلاح لینک‌های شکسته

با رشد اینترنت و تغییر و تحولات وبسایت‌ها، تعداد لینک‌های شکسته هم بیشتر می‌شود. وجود لینک شکسته ابداً برای سئو خوب نیست و تجربه کاربری را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. بک لینک سازی از طریق کمک به اصلاح لینک‌های شکسته، به تمایل و نیاز مدیران وب به تصحیح عملکرد همه لینک‌های وبسایتشان وابسته است و حداقل سه مرحله دارد:

۱. بررسی و پیدا کردن لینک‌های شکسته؛ استفاده از یکی از افزونه‌های گوگل کروم به نام Check My Links می‌تواند در این زمینه کارگشا باشد. این افزونه همه لینک‌های صفحه مورد نظر را بررسی می‌کند و لینک‌های شکسته را با رنگ قرمز مشخص می‌کند.

۲. پیدا کردن یا تولید محتوایی که پتانسیل پر کردن خلأ لینک شکسته پیداشده را داشته باشد.

۳. تماس و متقاعد ساختن طرف مقابل.

از این طریق یک موقعیت برد-برد پدید می‌آید، چرا که هم به تصحیح لینک‌های شکسته دیگران کمک می‌کنید و هم خودتان بدون هیچ هزینه‌ای بک لینک به دست می‌آورید.

- درج بک لینک در دایرکتوری‌های محلی و تخصصی

بک لینک در دایرکتوری‌های آنلاین تخصصی و محلی می‌تواند کسب و کار شما را در معرض دید مشتریان بیشتری قرار بدهد؛ اما قبل از ثبت نام و اضافه کردن آدرس وبسایتتان به فهرست این دایرکتوری‌ها، باید دقت عمل به خرج بدهید. بنابراین، ابتدا با استفاده از الکسا مقدار ترافیک ماهانه و مبدأ بازدیدکنندگان دایرکتوری مورد نظر را مشخص کنید.

در هنگام جستجو برای بهترین دایرکتوری‌ها همیشه به خاطر داشته باشید که کیفیت بر کمیت مقدم است، لذا به سراغ دایرکتوری‌هایی بروید که:

- صفحه‌ای برای کسب و کار شما در آن‌ها وجود دارد، اما خالی است؛
- رقبای شما در آن‌ها حضور دارند؛
- در جستجوی موبایل رتبه‌های بالاتری دارند؛

- برای کلمات کلیدی اصلی مورد نظر شما رتبه‌های بالاتری دارند.



- سایر استراتژی‌های بک لینک سازی

تاکتیک‌های بک لینک سازی که در این بخش مورد بررسی قرار می‌گیرند در مقایسه با استراتژی‌های بالا یا ریسک بیشتر و یا تأثیر کمتری دارند. با این حال، تا وقتی که در اجرای این استراتژی‌ها به بیراهه نروید و از روش‌های درست استفاده کنید می‌توانید برای تنوع بخشیدن به منابع بک لینک‌های خود از آن‌ها بهره بگیرید. به هر تقدیر، همان‌طور که قبلاً هم ذکر شد، همیشه بک لینک از منابع مختلف طبیعی‌تر به نظر می‌رسد و احتمال جریمه شدن توسط گوگل را کمتر می‌کند.

۱. خرید لینک‌های پولی

وبلاگ‌هایی که در ازای یک مبلغ مشخص حاضرند که بک لینک شما را در نوار جانبی‌شان قرار بدهند کم نیستند، اما با اینکه گرفتن بک لینک از این طریق آسان است، اما به سه دلیل بهتر است که به سراغ این روش نروید:

- **ریسک بالا:** بک لینک‌ها بر اساس نوع دریافتشان به سه دسته تقسیم می‌شوند: کلاه سفید (روش صحیح و بدون احتمال جریمه)؛ کلاه خاکستری (اندکی ریسک دارد)؛ و کلاه سیاه (ریسک بالایی دارد و نقض آشکار رهنمودهای گوگل است). لینک‌های پولی نمونه تمام نمای آنچه که گوگل به عنوان manipulative link scheme تعریف می‌کند محسوب می‌شوند و لذا در جایی بین روش‌های کلاه سیاه و کلاه خاکستری قرار می‌گیرند.
- **هزینه زیاد بدون تضمین تأثیر:** قیمت درج بک لینک در وبلاگ‌های پربازدید بسیار بالاست و علیرغم هزینه‌ای که صرف می‌کنید، ضمانتی برای کسب نتیجه وجود ندارد.
- **ناهماهنگی و غیرطبیعی بودن بک لینک‌ها:** طبیعتاً کسی که با دریافت پول از شما بک لینک تان را در وبلاگ خود درج می‌کند همین کار را برای بقیه هم خواهد کرد. در نتیجه، چه بسا سایت شما در میان لینک‌های مشکوکی قرار بگیرد که گوگل نظر مثبتی نسبت به آن‌ها ندارد. لذا اگرچه وبسایت شما موجه است، اما به خاطر وبسایت‌های مجاورتان امکان جریمه شدن شما کم نخواهد بود.

۲. استفاده از رپرتاژ آگهی

شهرت و ارزش رپرتاژ آگهی به تدریج در حال افول است، اما دلیلش این نیست که رپرتاژ آگهی ذاتاً چیز بدی است، بلکه به علت افراط بازاریاب‌ها و اسپم کردن فضای مجازی با محتوا و لینک‌های بی‌کیفیت است. با این وجود، این روش هنوز هم تا حدی می‌تواند به رشد وبسایت شما کمک کند. لذا اگر به دنبال استفاده از رپرتاژ آگهی هستید، ابتدا اطمینان پیدا کنید که چیز ارزشمندی برای به اشتراک گذاشتن دارید (مثلاً یک ابزار اینترنتی بی‌نظیر یا عرضه یک محصول خاص) و سپس به سراغ تولید محتوا بروید. چنانچه در زمینه نوشتن رپرتاژ آگهی تجربه خاصی ندارید بهتر است که این کار را به نویسندگانی محول کنید که با سبک و سیاق مخصوص این نوع از محتوا آشنایی دارند.

۳. نشانه‌گذاری اجتماعی (Social Bookmarking)

کیفیت و کمیت ترافیک ارجاعی که ارسال لینک در وبسایت‌هایی مانند Reddit، Digg و StumbleUpon جذب می‌کند، دیگر مانند گذشته نیست. درواقع، اگر صرفاً از این روش استفاده کنید فقط بانس ریت وبسایتتان بیشتر خواهد شد. به‌هرحال اگر اسپم نباشد، نشانه‌گذاری اجتماعی ضرری را متوجه شما نخواهد کرد، اما برای کسب نتایج بهتر، فقط از سایت‌هایی استفاده کنید که با مخاطبان هدف شما تناسب دارند. به‌عنوان مثال، ثبت لینک وبلاگ آموزش آشپزی یا پوشاک در پلتفرم‌های تصویر محور مانند پینترست بهتر خواهد بود.

۴. لینک‌گذاری در دایرکتوری‌های عمومی

دایرکتوری‌های عمومی لینک وبسایت‌های مختلف را جمع‌آوری و آن‌ها را دسته‌بندی می‌کنند. مشکلی که این دایرکتوری‌های عمومی دارند این است که بیشتر آن‌ها فقط با هدف بک لینک سازی ایجاد شده و عملاً کاربرد خاصی برای کاربران ندارند. به‌علاوه، گوگل نیز نسبت به این وبسایت‌ها شدت عمل و سختگیری بیشتری به خرج می‌دهد.

بخش چهارم: ۵ باید و نباید درباره بک لینک سازی

به همان ترتیبی که برای موفقیت در هر فعالیتی باید از برخی از اقدامات خودداری و نکات خاصی را حتماً پیاده کنید، در هنگام برنامه‌ریزی برای بک لینک سازی هم لازم است که به باید و نبایدهای خاصی توجه داشته باشید که در اینجا به پنج مورد از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌کنیم:

Backlinks



باید بک لینک‌های متنوعی داشته باشید

در یکی از مطالعاتی که با آنالیز یک میلیون نتیجه از جستجوهای گوگل در سال ۲۰۱۶ انجام گرفت این‌طور نتیجه‌گیری شد که فقط گرفتن بک لینک از یک منبع خاص نمی‌تواند بهترین تأثیر ممکن را داشته باشد؛ بنابراین باید از منابع و روش‌های متنوعی استفاده کنید. البته تأکید بر این نکته مهم نیز خالی از لطف نیست که هر لینکی نمی‌تواند باعث رشد وبسایت شما شود، بلکه باید به سراغ منابع معتبر و پربازدید بروید و از سایت‌های اسپم دوری کنید.

باید از قانون عمل و عکس‌العمل استفاده کنید

بر اساس قانون عمل و عکس‌العمل اگر به کسی خوبی کنید، او هم متقابلاً پاسخ لطف یا محبت شما را خواهد داد. این قانون در مسیر گرفتن بک لینک‌های باکیفیت و طبیعی ارزشمند به‌شدت به کار شما خواهد آمد. به‌عنوان مثال، مقالاتی را در نظر بگیرید که در آن‌ها از نقل‌قول‌ها و نظرات کارشناسان مختلف استفاده می‌شود. چنین مطالبی پتانسیل خوبی برای گرفتن بک لینک از جانب همان کارشناسان را دارند، چرا که نویسندگان مطالب با تکیه بر

آن گفته‌ها و نظرات، بر اعتبار آن افراد صحنه گذاشته و در نتیجه، حس تمایل به جبران را در آن‌ها برانگیخته است.

نباید با استفاده از PBN ها وبسایتان را به خطر بیندازید

PBN ها (به معنی شبکه‌های وبلاگ خصوصی) در واقع مجموعه‌ای از وبلاگ‌ها هستند که با هدف بک لینک دادن به یک وبسایت هدف ایجاد می‌شوند. نکته‌ای که در رابطه با PBN وجود دارد این است که همه در رابطه با مؤثر بودن آن متفق‌القول نیستند: از نظر عده‌ای این روش بسیار کارآمد است و از نظر عده‌ای دیگر ریسک همراه با آن، ارزش فاجعه‌ای که می‌تواند به بار بیاورد را ندارد.

به هر تقدیر باید توجه داشت که پیاده‌سازی این روش کار آسانی نیست و اجرای صحیح آن به زمان، پول و تلاش فراوانی نیاز دارد، چرا که برای راه‌اندازی PBN به دامنه، میزبان، محتوا، قالب و افزونه‌های متفاوتی نیاز خواهید داشت تا بعد از انجام همه این‌ها، از این سایت‌های بدلی به سایت واقعی هدفتان بک لینک بدهید. در واقع باید تا می‌توانید تلاش و هزینه کنید تا این وبلاگ‌ها با هم تشابهی نداشته باشند مبادا که PBN شما توسط گوگل شناسایی شود.

با همه این تلاش‌ها باز هم این روش در بهترین حالت یک روش کلاه خاکستری است و لذا بهتر است که منابع محدود خود را روی روش‌های کلاه سفید بک لینک سازی صرف کنید. به خاطر داشته باشید که زیرکی هوش مصنوعی گوگل به طور روزافزونی در حال رشد است و دیری نخواهد گذشت که پیچیده‌ترین و حرفه‌ای‌ترین PBN ها هم به دام خواهند افتاد.

باید بک لینک‌ها را زیر نظر بگیرید تا از آفت سئوی منفی در امان بمانید

Negative SEO یا سئوی منفی به گروهی از روش‌های ناجوانمردانه اطلاق می‌شود که با هدف پایین کشیدن جایگاه وبسایت رقبا از صدر نتایج

جستجوی گوگل انجام می‌گیرند. حتی اگر شخصیت والای شما مانع توسل به چنین روش‌های نادرستی شود، هیچ بعید نیست که بازهم رقبای شما در هر فرصتی برای ضربه زدن به کسب‌وکارشان از آن‌ها استفاده کنند.

معمولاً هنگامی که متوجه می‌شوید که چندین وبسایت بی‌کیفیت به طور همزمان شروع به بک لینک دادن به وبسایت شما کرده‌اند زمانی است که زیر آماج حملات رقبا قرار گرفته‌اید. این بکلینک‌های غیرطبیعی غالباً به مزرعه‌های لینک (مجموعه‌ای از وبسایت‌هایی که به صورت گروهی به یکدیگر لینک می‌دهند) یا گروهی از وبسایت‌های مرتبط با هم که حاوی محتوای اسپم‌گونه هستند، تعلق دارد.

در این روش از مقالات مملو از کلمه‌های کلیدی یا انکرتکست‌هایی که عیناً حاوی کلمه کلیدی مورد نظر هستند استفاده می‌شود تا گوگل فریب خورده و بپذیرد که خود شما به دنبال دست‌کاری رتبه خود هستید.

علاوه بر استفاده از وبسایت‌های مزرعه لینک، کپی محتوا یا حتی هک وبسایت نیز از جمله روش‌هایی است که بک لینک‌سازهای کلاه سیاه از انجام آن‌ها ابایی ندارند؛ بنابراین به‌منظور جلوگیری از نقش برآب شدن تلاش‌هایتان همیشه باید بکلینک‌های وبسایت را زیر نظر بگیرید و به دنبال پیدا کردن بکلینک‌های مشکوک باشید.



باید روی بکلینک‌های آینده دار سرمایه‌گذاری و تمرکز کنید
همیشه بکلینک‌هایی که به صورت طبیعی یا از طریق روش‌های کلاه سفید

دریافت شده‌اند مؤثرتر هستند. درواقع، اگر به دنبال فعالیت بلندمدت و یک کسب و کار آتی‌ه‌دار هستید، باید روی بک‌لینک‌هایی تمرکز کنید که هوش مصنوعی رو به رشد گوگل هم، هرگز نتواند هیچ نکته مشکوکی را در آن‌ها پیدا کند. ضمناً توجه داشته باشید که گوگل به سمت آینده‌ای حرکت می‌کند که ذکر بدون لینک و نه فقط بک لینک به یکی از علامت‌های اعتبار و ارزش سایت تبدیل خواهد شد. البته بک لینک‌ها همچنان جایگاه خود به عنوان یکی از عوامل مهم در رتبه‌بندی سایت‌ها را حفظ خواهند کرد، اما استفاده از روش‌های ترویج برند به وسیله سئوی off-page یا خارجی (شبکه‌های اجتماعی، نقد و نظرات آنلاین، خدمات مشتریان و موارد مشابه) به عنوان مکمل بک لینک می‌تواند باعث پیشرفت هرچه بیشتر کسب و کار شما شود.

حرف آخر

بک لینک یکی از شاخص‌های گوگل برای رتبه‌بندی وبسایت‌ها در نتایج جستجو است؛ بنابراین اگر به دنبال رشد و پیشرفت کسب و کار خود هستید نمی‌توانید و نباید از جذب بک لینک غافل شوید. درعین‌حال، نکته‌ای که در مبحث بک لینک باید به آن توجه داشته باشید این است که اگرچه شاید توسل به برخی از روش‌های نه‌چندان درست بتواند در کوتاه‌مدت موفقیت‌آمیز به نظر برسد، اما هیچ‌گاه ماه برای هوش مصنوعی رو به رشد موتورهای جستجو پشت ابر نخواهد ماند؛ بنابراین برای موفقیت در فرآیند بک لینک سازی، به مطالب و نکاتی که در این مقاله برشمرده شد توجه کنید و به خاطر داشته باشید که همیشه کیفیت بر کمیت مقدم است.