



کلمه کلیدی سئو چیست؟! بدون اینکه به اصول انتخاب کلمه کلیدی (keyword research) مسلط باشید، نمی توانید انتظار موفقیت در سئو را داشته باشید. البته که شما می توانید هر کلمه کلیدی را برای هر صفحه از سایت خود انتخاب کنید. اما برای بهبود رتبه بندی ویدیوها، مطالب و صفحات وب در نتایج موتورهای جستجو باید اول از همه باید با انواع کلمات کلیدی در سئو و نحوه ی انتخاب و اولویت دهی به آن ها مسلط باشید. کلمه کلیدی به هر کلمه یا عبارتی گفته می شود که کاربران در موتورهای جستجو برای جستجوی اطلاعات و وبسایت های مرتبط با موضوع مورد نظر خود استفاده می کنند. در جنگ رسیدن به [صفحه اول گوگل](#) انتخاب کلمه کلیدی سئو اصلی ترین کاری است که برای هر صفحه از وبسایت باید انجام بدهید.

کلمه کلیدی انتخاب شده برای یک صفحه وب یا محتوا باید مرتبط با محتوا و موضوع آن باشد. هر صفحه از وبسایت باید با یک کلمه کلیدی (یا دسته کلمات کلیدی هم مفهوم) سئو شود. با استفاده از کلمات کلیدی مناسب و مرتبط، امکان بالا بردن قابلیت دیده شدن وبسایت یا محتوا در نتایج جستجوی موتورهای جستجو افزایش پیدا می کند. به عبارت دیگر، کلمات کلیدی که شما برای یک صفحه انتخاب کرده اید و حول آن محتوا تولید می کنید، به موتورهای جستجو کمک می کنند که بفهمند صفحه وب مورد نظر، [در کدام موضوعات](#) و کلمات باید نمایش داده شود.

انواع کلمه کلیدی در سئو بر اساس user intent

کلمات کلیدی را می توان بر اساس نیاز و قصد کاربر (user intent) دسته بندی کرد. به نیت و هدف کاربر در پشت جستجو اشاره دارد. برای مثال ممکن است هدف یک کاربر از جستجو، خرید یک جنس یا بدست آوردن اطلاعات باشد. بر اساس هر کدام از این اهداف، کلمات کلیدی به چند دسته تقسیم می شوند. این که شما برای هر وبسایتی شناخت درستی از پرسونای مخاطب داشته باشید، باعث می شود بتوانید کلمه کلیدی مناسب را انتخاب کنید.



انواع کلمات کلیدی در سئو

– کلمات کلیدی اطلاعاتی (Informational)

کلمات کلیدی اطلاعاتی، کلماتی هستند که کاربران برای دریافت اطلاعات، محتواهای آموزشی، راهنماها و توضیحات دیگر آن‌ها را جستجو می‌کنند. این نوع کلمات کلیدی بیشتر برای جذب ترافیک آگاهانه و افزایش آگاهی کاربران استفاده می‌شود و معمولاً رقابتی برای فروش یک محصول یا خدمت در آن‌ها وجود ندارد.

کلمه کلیدی سئو چیست؟

در زبان فارسی معمولا کلمات کلیدی اطلاعاتی با این کلمات پرسشی جستجو می شوند: چطور، چگونه، فهرست، روش، چه کسی، چه زمانی، نکات، توضیحات، درباره، علت، تاریخچه و و در انگلیسی با کلمات why, what, when, where, who, list, how, guide, tips, way, steps &

محبوبترین کلمه کلیدی اطلاعاتی در زبان انگلیسی، how to است که نشان دهنده این است که کاربر می خواهد درباره روش های انجام یک کار، اطلاعاتی را بدست بیاورد.

- کلمات کلیدی انجام خرید (Transactional)

کلمات کلیدی انجام خرید، به قصد خرید و فروش اجناس و انجام معاملات توسط کاربران جستجو می شوند. این کلمات در فارسی شامل کلید واژه هایی به همراه کلمات کلیدی خرید، فروش، سفارش، قیمت، تخفیف، فروشگاه، ارزان، گران، محصولات و ... و در انگلیسی کلمات buy, purchase, order, sell, shop for, discounted, cheap & ... هستند. این کلمات در واقع رقابت بالایی در بین سایت های فروش خدمات و محصولات دارند.

- کلمات کلیدی تجاری (Commercial)

کلمات کلیدی تجاری بسیار با کلمات کلیدی انجام خرید مشابهت دارند، با این تفاوت که یک مرحله قبل از انجام خرید سرچ می شوند. طوری که کاربر محصول مورد نظر خود را جستجو می کند اما قصد خرید آن را ندارد. برای مثال وقتی کاربر عبارت "سامسونگ بخرم یا آیفون" را سرچ می کند، از کلمات کلیدی تجاری استفاده کرده است. اگر همین کاربر کلمه کلیدی "خرید آیفون" را جستجو کند، کلمه کلیدی هدف تبدیل به Transactional می شود.

- کلمات کلیدی (Navigational)

کلمات کلیدی Navigational در مواقعی استفاده می شوند که کاربر قصد استفاده از یک شرکت یا برند خاص را داشته باشد این باعث می شود که نام آن سایت را با محصول یا خدماتی که می خواهند گویا جستجو کنند. مثلا وقتی یک کاربر عبارت "خرید آیفون دیجی کالا" را جستجو می کند، قصد خرید از سایت دیجی کالا را دارد. به این موارد، کلمات

کلمه کلیدی سئو چیست؟

کلیدی Navigational می‌گویند که شامل نام وبسایت‌ها، شرکت‌ها، خدمات یا یک برند خاص می‌باشد. این کلمات کلیدی بیشتر در مورد شرکت‌های بزرگ که روی برندسازی خدمات و محصولات خود کار کرده‌اند، کاربرد دارد.

چگالی کلمات کلیدی در سئو چیست؟

چگالی کلمات کلیدی (Keyword Density) در سئو، به میزان تکرار و توزیع کلمات کلیدی در یک متن یک صفحه وبسایت اشاره دارد. این مفهوم نشان می‌دهد که چگونه کلمات کلیدی سئو در یک صفحه وب قرار گرفته‌اند و چه میزانی از محتوا را تشکیل داده‌اند.

با توجه به گسترش الگوریتم‌های موتورهای جستجو و بهره‌گیری از هوش مصنوعی، رویکردهای سئو تغییر کرده‌اند و امروزه تاکید بر کیفیت محتوا و ارائه ارزش برای کاربران است. به همین دلیل، مفهوم چگالی کلمات کلیدی نیز تغییر کرده و از معیار اصلی برای رتبه‌بندی صفحات وب کاسته شده است. در واقع، تکرار زیاد کلمات کلیدی در یک صفحه وب بدون توجه به کیفیت و ارزش محتوا، دلیل بر بهتر بودن سئوی سایت نیست.



تشخیص کلمه کلیدی

اما با این حال، میزان تکرار کلمات کلیدی در یک متن نیز برای سئو مهم است. باید به طور معقول از کلمات کلیدی استفاده شود تا به موتورهای جستجو نشان داده شود که صفحه وب مربوطه درباره چه موضوعی است. برای رعایت چگالی کلمات کلیدی، معمولاً از روش درصد کلمات کلیدی به کل کلمات محتوا استفاده می‌شود. به طور کلی، توصیه می‌شود کلمات کلیدی بین ۱ تا ۳ درصد از کل محتوا تشکیل دهند.

توصیه ی پنتازوم این است که:

به جای تمرکز بر تکرار یک کلمه کلیدی در متن، از کلمات کلیدی هم مفهوم (concept) در کل متن استفاده کنید. به طور مثال در صفحه ی قیمت پشتیبانی سایت پنتازوم که در صفحه ی اول گوگل رتبه گرفته است، ما سعی کردیم از کلمات کلیدی هم مفهوم مانند : قیمت پشتیبانی سایت، هزینه پشتیبانی سایت، نرخ پشتیبانی سایت، تعرفه پشتیبانی سایت و کلا کلیدواژه هایی که مربوط به هزینه دریافت خدمات در این حوزه است، استفاده کنیم و نتیجه عالی گرفتیم.

معرفی ابزارهای تشخیص کلمات کلیدی سئو

در زمینه تشخیص کلمات کلیدی سئو، ابزارهای متنوعی وجود دارند که به شما کمک می‌کنند تا کلمات کلیدی مناسب برای صفحات وب خود را شناسایی کنید. شاید عجیب به نظر برسد اما یکی از بهترین روش ها استفاده از سرپ گوگل است. البته ابزار مختلفی هم برای جستجوی کلمات کلیدی وجود دارد که در ادامه می خواهیم چند ابزار رایج برای تشخیص کلمات کلیدی سئو را معرفی کنیم:

- [Google Keyword Planner](#): ابزار رایگانی است که توسط گوگل ارائه می‌شود و به شما کمک می‌کند کلمات کلیدی مرتبط با یک صنعت، محصول یا خدمت را پیدا کنید. شما می‌توانید حجم جستجو و رقابت را برای هر کلمه کلیدی مشاهده کنید و ایده‌های جدیدی برای کلمات کلیدی مرتبط کسب کنید.

کلمه کلیدی سئو چیست؟

- **SEMrush**: این ابزار حرفه‌ای سئو برای تحلیل رقبا، پیدا کردن کلمات کلیدی مناسب، بررسی ترافیک و رتبه صفحات وب و بسیاری از ویژگی‌های دیگر استفاده می‌شود. با استفاده از SEMrush، می‌توانید تحلیل دقیقی از عملکرد سئو وبسایت خود و رقبا داشته باشید.
- **Ahrefs**: این سایت، ابزار قدرتمندی است که به شما اطلاعات جامعی در مورد کلمات کلیدی سئو، لینک‌های ورودی، رقبا و ترافیک وبسایت خود می‌دهد. همچنین می‌توانید با استفاده از Ahrefs پتانسیل کلمات کلیدی را بررسی کنید و ایده‌هایی برای موضوعات محتوا بدست آورید.
- **Moz Keyword Explorer**: این ابزار به شما کمک می‌کند تا کلمات کلیدی را بر اساس حجم جستجو و رقابت مقایسه کنید. همچنین می‌توانید به تفصیل آمار ترافیک و رتبه صفحات وب را ببینید.
- **Ubersuggest**: ابزار رایگان Ubersuggest به شما امکان می‌دهد کلمات کلیدی را بررسی کنید و مشخص کنید که چگونه این کلمات می‌توانند به بهبود رتبه ی سایت شما کمک کنند. همچنین می‌توانید کلمات کلیدی را بر اساس رقابت و حجم جستجوی ماهانه مقایسه کنید.

این تنها موارد چند نمونه از ابزارهای تشخیص کلمه کلیدی سئو هستند. همه این ابزارها، ویژگی‌ها و قابلیت‌های خاص خود را دارند، بنابراین انتخاب ابزار مناسب بستگی به نیازها و ترجیحات شما دارد.

تقسیم‌بندی کلمات کلیدی بر اساس تعداد سرچ (search volume)

برای بررسی بهتر کلمات کلیدی سئو و استفاده‌های کاربردی‌تر از آن‌ها، کلمات کلیدی را بر اساس تعداد سرچ‌ها و میزان دقت در سرچ، به سه دسته تقسیم‌بندی می‌کنند. این تقسیم‌بندی به ارزیابی و اولویت‌بندی کلمات کلیدی در سئو سایت کمک می‌کند. کلمات کلیدی سئو را بر اساس تعداد سرچ به سه دسته زیر تقسیم‌بندی می‌کنند:

- **کلمات کلیدی اصلی (heading)**

کلمات کلیدی اصلی، کلماتی هستند که حجم سرچ بالاتری در گوگل دارند اما دقت سرچ آن‌ها کمتر است. این نوع کلمات اطلاعات دقیقی ارائه نمی‌دهند و به همین دلیل دامنه وسیعی از وبسایت‌ها را پوشش خواهند داد. برای مثال «لباس» نوعی کلمه کلیدی اصلی است که تعداد سرچ بسیار بالایی در گوگل دارد.

کلمه کلیدی سئو چیست؟

اما مشکل این نوع کلمات کلیدی دقیقا همین است! اینکه رقابت زیادی در آن وجود دارد و موضوع شفافی را مشخص نمی‌کند. اگر فردی کلمه «لباس» را در گوگل جستجو کند، ممکن است منظورش خرید لباس، لباس زنانه، قیمت لباس مردانه تابستانی یا هر موضوع دیگری در رابطه با لباس باشد.

• کلمات کلیدی عبارتی (middle Tail)

کلمات کلیدی عبارتی نوع دیگری از کلمات هستند که نسبت به کلمات کلیدی اصلی، حجم سرچ کمتری در گوگل دارند اما دقت سرچ آن‌ها نسبتا بیشتر است. کلمات کلیدی عبارتی شامل اطلاعات دقیق‌تری هستند و وبسایت‌های کمتری را پوشش خواهند داد. مثلا عبارت «لباس زمستانی زنانه» مثالی از یک کلمه کلیدی عبارتی است.

کلمات کلیدی عبارتی، دارای رقابت کمتری هستند و شفافیت بیشتری دارند. حالا بهتر می‌دانیم که قصد کاربر از جستجوی «لباس زمستانی زنانه» چیست. اما هنوز برخی ابهامات وجود دارد. آیا کاربر می‌خواهد اطلاعاتی درباره لباس زمستانی زنانه بدست آورد یا قصد خرید آن را دارد یا اینکه دوست دارد تنها چند نمونه از عکس‌های لباس زمستانی زنانه را ببیند!؟

• کلمات کلیدی طولانی (long tail)

کلمات کلیدی طولانی همانطور که از نامشان بر می‌آید، عبارت‌های طولانی‌تر و در نتیجه دقیق‌تری هستند که کمترین حجم جستجو را دارند. این کلمات اطلاعات بسیار دقیقی درباره قصد کاربر از جستجو را نشان می‌دهند و رقابت میان وبسایت‌ها در آن‌ها کمتر است. برای مثال «خرید لباس زمستانی زنانه دسته دوم» نوعی کلمه کلیدی طولانی است که اطلاعات جامع‌تری در آن موجود است و کمتر کسی آن را در نوار گوگل جستجو می‌کند. کلمات کلیدی طولانی شامل وبسایت‌های کمتری می‌شود و ابهامات بسیاری را برطرف می‌کند.

اما این‌ها دلیل بر بهتر بودن کلمات کلیدی طولانی نیستند. هر نوع کلمه کلیدی بر اساس تعداد سرچ، مزیت‌ها و معایب خود را دارد و شما بر اساس هدف و استراتژی سایتتان از هر نوع از این کلمات کلیدی، باید به موقع و به‌جا استفاده کنید.

کلمه کلیدی سئو چیست؟

مثلا اگر در حوزه کاری شما رقابت بسیاری وجود دارد و سایت شما هم تازه تاسیس است، بهتر است از کلمات کلیدی طولانی استفاده کنید تا بتوانید با سایر وبسایت‌ها رقابت موفقی داشته باشید. اما برای یک حوزه کم رقیب تر، کلمات کلیدی اصلی به کار شما می‌آیند، چرا که باعث می‌شوند حجم ترافیک هدفمند سایت شما بالاتر برود و بازدیدکنندگان بیشتری به سایت خود جذب کنید.

pentazoom.ir



مشخص کردن موضوع

محتوای شما در رابطه با چیست؟

پیدا کردن کلمات کلیدی

لیست کلمات کلیدی که فکر می کنید، مردم آن‌ها را جستجو می‌کنند، مشخص کنید

ارزیابی و انتخاب

کدام یک از این کلمات کلیدی باید در این محتوا به کار برده شوند؟

نتیجه گیری

موضوع تسلط بر انتخاب کلمات کلیدی هدف در سئو سایت، مهم تر از آن چیزی است که فکر می کنید! اگر شما بتوانید کلمات کلیدی را برای یک وبسایت به خوبی تشخیص بدهید، کار تمام است! **تنها زمانی کلمات کلیدی به خوبی انتخاب می شوند که شما درک عمیقی از کسب و کار کارفرما، پرسونای مخاطب و هدف از سئو آن سایت کسب کرده باشید.** برای انتخاب کلمات کلیدی ابزارهای زیادی وجود دارد. علاوه بر ابزاری که در این مقاله به آن‌ها اشاره کردیم، استفاده از گوگل ادز شاید یکی از بهترین ابزاری باشد که تا به حال جایی هم نشنیده اید! در پایان باید بدانید که پیدا کردن کلمات کلیدی تنها استفاده از ابزار نیست. برای پیدا کردن بهترین کلمات باید از قدرت تحلیل خود استفاده کنید.