

سئو و تجربه کاربری برابر با موفقیت



چکیده این مطلب:

امروزه یکی از شگردهای جالب سئو بهبود تجربه کاربری یا همان User Experience یا بطور خلاصه UX است. در این مقاله به تاثیر سئو بر تجربه کاربری می پردازیم.

زمان مطالعه : ۷ دقیقه

امروزه یکی از شگردهای جالب سئو بهبود تجربه کاربری یا همان User Experience یا بطور خلاصه UX است. بسیاری از کسانی که به تازگی وارد مقوله سئو یا همان بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو شده اند احتمالاً چندان از گذشته آن باخبر نیستند، اما سئوکاران باتجربه و قدیمی خوب میدانند که در روزهای خوب قدیم، سئو تا این اندازه پیچیده و مشکل نبود. کاش الان هم شاهد چنین روند ساده و پیش پا افتاده بودیم.

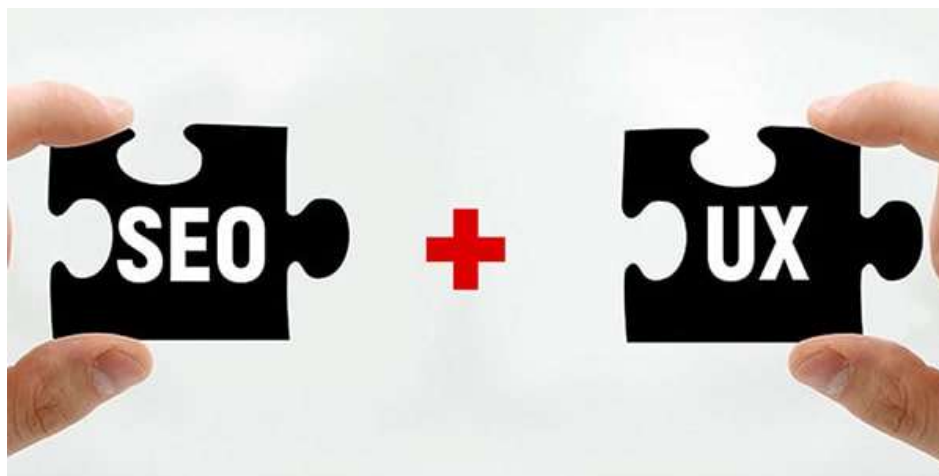
اما اکنون و در این زمان گوگل و سایر موتورهای جستجو برای تعیین اینکه کدام صفحات در صدر نتایج در موتورهای جستجو قرار بگیرند صدها فاکتور مختلف در نظر می گیرند و با هیچ شخص و هیچ سایتی شوخی ندارند.

این واقعیت جدید بدین معنی است که عناصر تجربه کاربری می توانند نقش بزرگی در سئو سایت ایفا کنند. بگذارید یک سوال از شما بپرسم، استفاده از سایت شما تا چه حد آسان است؟

آیا محتوای سایت شما به اندازه کافی مهیج است تا بتواند کاربر را برای مدت قابل توجهی در سایت شما نگه دارد؟ آیا این مدت برای کاربر مفید بوده است؟ آیا سایت شما به اندازه کافی ایمن و مطمئن هست؟ آیا سایت شما رابطه خوبی با صفحات گوشی همراه دارد؟

بیایید به همکاری بین سئو و تجربه کاربری به این شکل نگاه کنیم:

اهداف سئو برای برآورده کردن انتظارات موتورهای جستجو و اهداف تجربه کاربری برای بازدیدکنندگان از سایت می باشد.



چند عامل مهم در سئو و تجربه کاربری

اگر دقت کنیم می‌بینیم در اصل هر دو مقوله یک هدف مشترک را دنبال می‌کنند و آن هدف چیزی نیست جز به ارمغان آوردن بهترین تجربه برای کاربران. من در اینجا به معرفی چند عامل مهم که هم بر سئو و هم بر تجربه کاربری تاثیر می‌گذارند می‌پردازم:

۱. عنوان‌ها

درست مانند عنوان یک کار چاپی، که پیدا کردن اطلاعات را برای ما آسانتر می‌کند، عنوان یک صفحه هم برای بازدیدکننده و هم برای خزنده‌های موتور جستجوگر بهترین راه برای فهم محتوای صفحه هستند.

عنوان‌ها (h1, h2, h3, h4, h5, and h6) باید به خواننده و موتورهای جستجو نشان بدهد که محتوای پاراگراف یا بخش شما در چه موردی است و یک سلسله مراتب منطقی از محتوا را نشان دهد. همچنین زمانی که کاربر در صفحه سرگردان می‌شود و بنا به هر دلیلی حواسش پرت می‌شود این عنوان‌ها هستند که او را به مسیر خودش برمی‌گردانند، پس در واقع عنوان‌ها به نوعی راهنمای کاربر و موتور جستجو تلقی می‌شوند.

این نکته مهم را آویزه گوش‌تان کنید که ما مجازیم تنها و تنها از یک تگ h1 در صفحه خود استفاده کنیم، تنها تگ h1 است که اجازه می‌دهد کاربر و موتور جستجو از موضوع اصلی صفحه مطلع شوند و بر آن تمرکز کنند، پس لطفا هم موتور جستجو و هم کاربر بیچاره را سردرگم نفرمایید.

به طور معمول تگ های h1 اولین تکه از یک محتوا می‌باشند و جایی در بالای صفحه قرار دارد (شما فکر کنید که تگ های h1 مانند عنوان یک کتاب هستند، یک عنوان برای تمام صفحات کتاب، ما هم برای یک صفحه از سایتمان تنها یک عنوان اصلی نیاز داریم) این نکته را هم اضافه کنم که افزودن کلمات کلیدی در کنار تگ h1 در رتبه بندی سایت ها نقش موثری را می‌تواند ایفا کند.

ماباقی تگ های عنوان باید دنباله رو تگ اصلی یعنی h1 باشند تا یک صفحه مناسب را ساخته و به درستی سازماندهی کنند، این تگ ها می‌توانند چندین بار در صفحه تکرار شوند مشروط بر اینکه از یک جا به بعد دیگر استفاده نشوند چون زمانی که به تعداد زیاد و غیر اصولی از آنها استفاده کنیم حساسیت موتورهای جستجو را بر می‌انگیزیم و در نهایت با

جریمه مواجه می‌شویم. هیچ لزومی وجود ندارد که از همه تگ های عنوان تا h6 استفاده کنیم حتی ممکن است بعضی اوقات محتوای شما تنها به یک h1 یا چند مورد h2 نیاز داشته باشد.

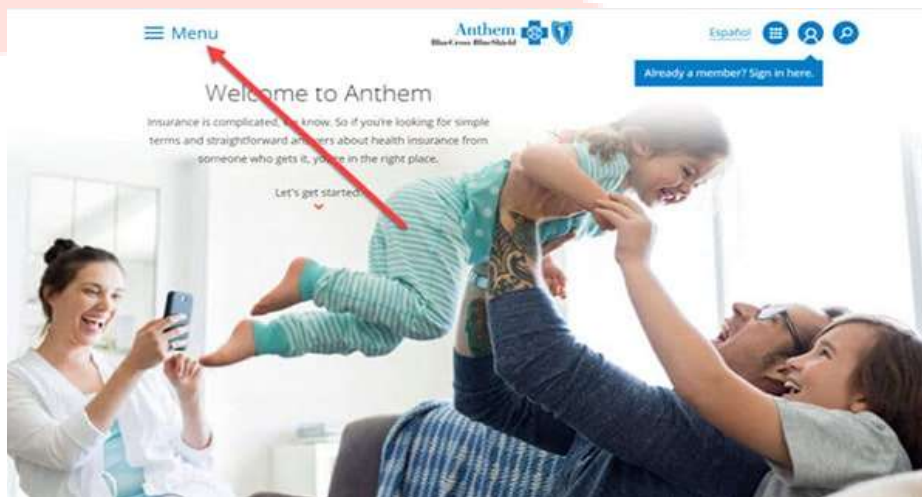
۲. ناوبری و ساختار سایت

ممکن است دیوانه بنظر برسیم که هنوز در مورد ناوبری سایت بحث می‌کنیم در واقع سایت های زیادی وجود دارند که ناوبری مناسب ندارند و زحمت زیادی به کاربر می‌دهند.

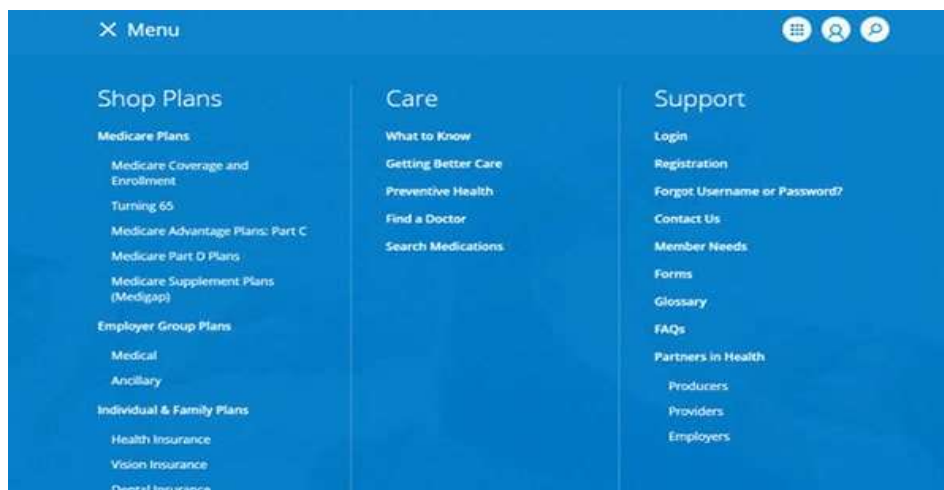
ساختار سایت شما نه تنها از اهمیت زیادی برای کاربران برخوردار است بلکه یک نقشه راه برای موتور های جستجو نیز محسوب می‌شود. به خاطر داشته باشید که بسیاری از کاربران از ابتدا وارد Home Page یا صفحه اصلی شما نمی‌شوند این یک زنگ خطر است و نشان می‌دهد که همه صفحات شما باید از استانداردهای بالایی برخوردار باشند و این را بدانید که موتور جستجو و کاربر ممکن است به گوشه و کنار سایت شما حتی خرابه های آن وارد شوند. سعی کنید میزبان خوبی برای مهمانان خود باشید زیرا که خیرش مستقیما به خودتان می‌رسد.

ناوبری سایت شما جایی برای پنجره‌های فانتزی، یک لیست طولانی از گزینه‌ها، جستجو یا بهتر بگوییم محل دفن مرده‌ها نیست، کاربر در سایت شما نباید گم شود، سایت شما یک ناوبری خوب می‌خواهد، اگر کاربر در سایت شما نمی‌تواند دنبال بخش مدنظرش بگردد یا حتی نمی‌تواند صفحه اول سایتتان را پیدا کند ناوبری شما در حقیقت همان محل دفن مرده‌ها است.

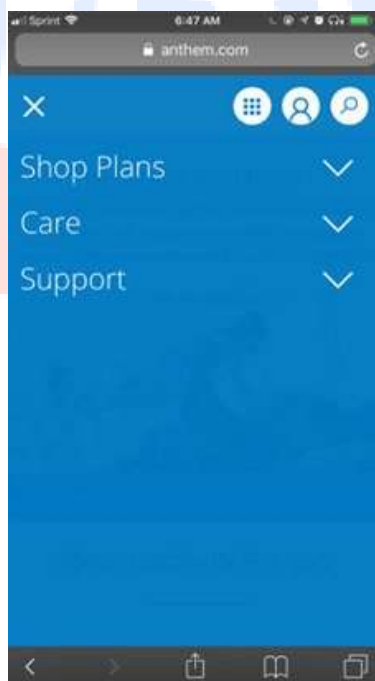
برای روشن شدن موضوع بیایید یک نگاه به یک سایت پربازدید بی‌اندازیم، سایتی که در انتخاب منو و ناوبری دسته گل به آب داده است.



پیکان محل قرارگیری منو سایت را به ما نشان می‌دهد که با کلیک بر روی آن شاهد چنین صحنه‌ای هستیم:



این هنوز آن دسته گلی نیست که خدمتتان عرض کردم، وقتی سایت مذکور را در صفحه گوشی همراه مشاهده می‌کنیم شاهد تصویر زیر خواهیم بود.



این همان دسته گلی است که خدمتتان عرض کردم. با نگاهی به تصویر بالا می‌بینید که منو تمام صفحه گوشی را دربرگرفته است و کاربر بیچاره عملاً بجز منو شاهد چیز دیگری نیست. محتوا کجا قرار دارد؟ بله اگر خیلی خیلی به عکس بالا خیره شوید می‌بینید که زیر نوبری قرار دارد.

این مورد باعث شکل گرفتن یک تجربه کاربری ضعیف می‌شود و احتمالاً زمانی که کاربر با گوشی هوشمند خود وارد چنین سایتی می‌شود آنقدرها هم صبر به خرج نمی‌دهد تا از قسمت‌های دیگر سایت بازدید کند.

یک ساختار و ناوبری اصولی و مناسب برای سایت می‌تواند منجر به ظاهر شدن لینک‌های سایت در نتایج گوگل شود. Sitelinks یا همان لینک‌های سایت می‌تواند سیطره شما را در نتایج گوگل زیاد کند و صد البته بیشتر از رقیبان خود دیده شوید و هزار البته کلیک‌های بیشتر نصیبتان می‌شود. منظور بنده را با مشاهده تصویر زیر بهتر متوجه می‌شوید. صاحبان سایت زیر قطعاً ناوبری مناسب و اصولی برای سایت خودشان در نظر گرفته اند.



اما یک سوال:

چه سایت‌هایی واقعا sitelinks را در نتایج جستجو دریافت می‌کنند؟

در واقع این الگوریتم‌های گوگل هستند که مشخص می‌کنند چه سایت‌هایی sitelinks را دریافت می‌کنند و چه سایت‌هایی نه. الگوریتم‌ها عمدتاً این تصمیم را بر اساس ساختار سایت‌ها می‌گیرند: "ما لینک‌های سایت را فقط زمانی نشان می‌دهیم که به این نتیجه رسیده باشیم که برای کاربر مفید هستند، اگر ساختار سایت شما به الگوریتم‌های ما اجازه پیدا کردن لینک‌های خوب را ندهد یا اگر متوجه شویم که لینک‌های سایت شما پاسخگوی کاربر نیستند و نامربوط هستند به طور قطع آنها را نشان نمی‌دهیم"

این جواب قطعی گوگل و موتورهای جستجوی دیگر برای شرایط نشان دادن یا عدم نشان دادن لینک‌های سایت شما است.

۳. بازخورد کاربر یا User Signal

من معتقد هستم که بازخوردهای کاربر نقش مهمی را به طور فزاینده‌ای در رتبه بندی موتورهای جستجو ایفا می‌کنند. آیا شما در Google My Business پست‌هایی دارید که کاربران بر روی آنها کلیک کرده باشند؟ آیا بازدیدکنندگانی که از گوشی‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند از قسمت "تماس با ما" برای برقراری ارتباط با شما استفاده می‌کنند؟ آیا مشتریانی که از شما رضایت دارند، در بخش نظرات پنج ستاره به کسب و کار شما می‌دهند؟ از همه مهم‌تر آیا شما به این بررسیها پاسخ مناسب می‌دهید؟

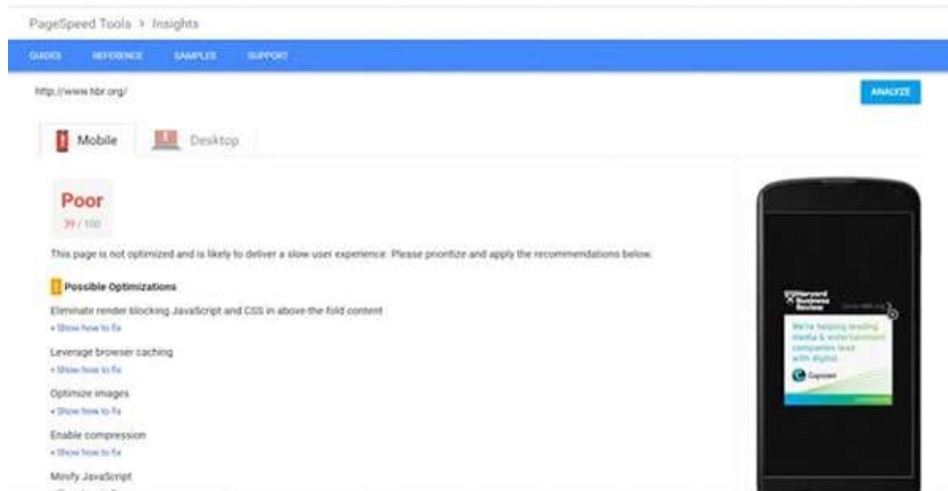
اگرچه که خود گوگل انکار کرده است که بازخورد کاربران به طور مستقیم تاثیری بر رتبه‌بندی ندارد ولی مطالعات نشان داده است که بین بازخورد کاربران و رتبه‌بندی بالا رابطه قوی وجود دارد، بگذارید به این شکل توضیح بدهم: گوگل همه چیز را می‌داند و البته که می‌بیند. هر نقطه‌ای که کاربر لمس می‌کند و یا هر تعاملی که کاربر با شما دارد و برعکس به گوگل نشان می‌دهد که کاربر علاقمند به محتوای شما است.

۴. سرعت سایت

سرعت سایت مدت‌ها است که به عامل مهمی برای رتبه‌بندی سایت‌ها در جستجوی گوگل تبدیل شده است و حتی شرکت گوگل اعلام کرده است هیچ بعید نیست که سرعت لود صفحه گوشی‌های همراه به جای سرعت لود دسکتاپ ملاک رتبه بندی سایت‌ها در آینده قرار بگیرد. پس نه تنها لازم است که سایت شما به سرعت لود شود بلکه تجربه تلفن همراه باید سریعتر و بهتر باشد.

گوگل به کمک ابزار PageSpeed، به شما اجازه می‌دهد با وارد کردن آدرس سایت خود مسائل مربوط به سایت خود را مشاهده کنید و درصد پاسخگویی سایت شما برای تلفن‌های همراه را نیز نشان می‌دهد. این ابزار زمان بارگذاری صفحات سایت شما را به درستی تخمین می‌زند و در صورتی که عاملی موجب افزایش زمان بارگذاری سایت شما شود؛ آن را معرفی کرده و راه‌های برطرف کردن آن را نیز به شما نشان می‌دهد.

شگفت‌آور است که حتی شرکت‌های بزرگ با توسعه قابل توجه و البته بودجه‌های کلان نتایج بسیار ضعیفی در خصوص سرعت بارگذاری تجربه می‌کنند. تصویر زیر مربوط به سایت بازاریابی کسب و کار هاروارد است که نمره غیر قابل قبولی از ابزار سنجش سرعت گوگل گرفته است.



سایت های با محتوا سنگین و خبری باید به ویژه در مورد مسائل مربوط به سرعت سایت توجه کنند؛ زیرا این سایت ها به دلیل راحتی بیشتر در دستگاه های تلفن همراه مشاهده میشوند.

تجربه کاربری و سئو یک تیم همیشه برنده

خوشبختانه بکارگیری اصول حرف های سئو و تجربه کاربری مناسب دست در دست هم حس فوق العاده ای را به کاربر می دهند و باعث می شوند نمره قابل قبول از مجموع ارزیابی های موتورهای جستجو برای سایت شما بدست بیاید. شما با تلفیق قوانین سئو و تجربه کاربری موفق خیلی زودتر از رقیبانتان رتبه های بالای نتایج گوگل را تجربه خواهید کرد.