

مجموعه مقالات

# موتورهای جستجوگر



## فهرست مقالات

**موتور جستجو چیست ؟**

**مبانی موتورهای جستجوگر**

**موتورهای جستجو را فریب ندهید که فقط سایت شما ضرر خواهد کرد!**

**نقش موتور های جستجو در بازاریابی اینترنتی**

**چگونه می توان کاری کرد که سایت ما به سرعت در موتور جستجو ثبت شود.**

**راه ورود موتور جستجوگر به سایت شما چیست؟**

**از موتور بخار تا موتور جست و جو**

**موتور جستجو چیست؟**

**آشتی با موتور های جست و جو**

**عنکبوتها در موتورهای جستجو**



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

### موتور جستجو چیست ؟

در فرهنگ رایانه، موتور جستجو یا جویسگر یا جستجوگر (به انگلیسی: Search Engine)، به طور عمومی به برنامه‌ای گفته می‌شود که کلمات کلیدی را در یک سند یا بانک اطلاعاتی جستجو می‌کند. در اینترنت به برنامه‌ای گفته می‌شود که کلمات کلیدی موجود در فایل‌ها و سندهای وب جهانی، گروه‌های خبری، منوهای گوگر و آرشیوهای FTP را جستجو می‌کند.

برخی از موتورهای جستجو برای تنها یک وب‌گاه (پایگاه وب) اینترنت به کار برده می‌شوند و در اصل موتور جستجویی اختصاصی آن وب‌گاه هستند و تنها محتویات همان وب‌گاه را جستجو می‌کنند.

برخی دیگر نیز ممکن است با استفاده از SPIDERها محتویات وب‌گاه‌های زیادی را پیمایش کرده و چکیده‌ای از آن را در یک پایگاه اطلاعاتی به شکل شاخص‌گذاری شده نگهداری می‌کنند. کاربران سپس می‌توانند با جستجو کردن در این پایگاه داده به پایگاه وبی که اطلاعات موردنظر آن‌ها را در خود دارد پی ببرند.

### انواع جستجوگرها در اینترنت

موتورهای جستجو به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند. موتورهای جستجوی پیمایشی (خودکار) و فهرست‌های تکمیل‌دستی (غیر خودکار). هر کدام از آن‌ها برای تکمیل فهرست خود از روش‌های متفاوتی استفاده می‌کنند البته لازم به ذکر است که گونه‌ای جدید از موتورهای جستجوگر تحت عنوان «ابر جستجوگر» (Meta Search Engines) نیز وجود دارد که در ادامه به توضیح هر یک از این موارد خواهیم پرداخت :

### موتورهای جستجوی پیمایشی

موتورهای جستجوی پیمایشی (Crawler-Based Search Engines) مانند گوگل فهرست خود را بصورت خودکار تشکیل می‌دهند. آنها وب را پیمایش کرده، اطلاعاتی را ذخیره می‌کنند. سپس کاربران از میان این اطلاعات ذخیره شده، آنچه را که می‌خواهند جستجو می‌کنند. اگر شما در صفحه وب خود تغییراتی را اعمال نمایید، موتورهای جستجوی پیمایشی آن‌ها را به طور خودکار می‌یابند و سپس این تغییرات در فهرست‌ها اعمال خواهد شد. عنوان، متن و دیگر عناصر صفحه، همگی در این فهرست قرار خواهند گرفت. وجه مشخصه این گروه از جستجوگرها وجود نرم افزار موسوم به SPIDER در آن‌هاست. این شبه نرم‌افزار کوچک بصورت خودکار به کاوش در شبکه جهانی پرداخته و از پایگاه‌های وب یادداشت‌برداری و فهرست‌برداری می‌کند سپس این اطلاعات را برای تجزیه و تحلیل و طبقه‌بندی به بانک اطلاعاتی موتور جستجوگر تحویل می‌دهد.

### فهرست‌های دست‌نویس شده

فهرست‌های دست‌نویس شده یا (Human-Powered Directories) مانند فهرست بازی (Open Directory) مانند Dmoz وابسته به کاربرانی است که آن را تکمیل می‌کنند. شما صفحه مورد نظر را به همراه توضیحی کوتاه در فهرست ثبت می‌کنید یا این کار توسط ویراستارهایی که برای آن فهرست در نظر گرفته شده، انجام می‌شود. عمل جستجو در این حالت تنها بر روی توضیحات ثبت شده صورت می‌گیرد و در صورت تغییر روی صفحه وب، روی فهرست تغییری به وجود نخواهد آورد. چیزهایی که برای بهبود یک فهرست‌بندی در یک موتور جستجو مفید هستند، تأثیری بر بهبود فهرست‌بندی یک دایرکتوری ندارند. تنها استثناء این است که یک سایت خوب با پایگاه داده‌ای با محتوای خوب شانس بیشتری نسبت به یک سایت با پایگاه داده ضعیف دارد. البته در مورد جستجوگرهای مشهور مانند گوگل و یاهو، یک مولفه دیگر هم برای بهبود فهرست‌بندی وجود دارد که کمک مالی (یا به اصطلاح اسپانسر) است، یعنی وب‌گاه‌هایی که مایل به بهبود مکان وب‌گاه خود در فهرست بندی هستند، می‌توانند با پرداخت پول به این جستجوگرها به هدف خویش برسند.

### موتورهای جستجوی ترکیبی با نتایج مختلف

به موتورهایی گفته می‌شود که هر دو حالت را در کنار هم نمایش می‌دهند. غالباً یک موتور جستجوی ترکیبی در صورت نمایش نتیجه جستجو از هر یک از دسته‌های فوق، نتایج حاصل از دسته دیگر را هم مورد توجه قرار می‌دهد. مثلاً موتور جستجوی ام.اس.ان (MSN) بیشتر نتایج حاصل از فهرست‌های تکمیل‌دستی را نشان می‌دهد اما در کنار آن نیم‌گاهی هم به نتایج حاصل از جستجوی پیمایشی دارد.

### ابر جستجوگرها

این گونه جدید از موتورهای جستجوگر که قدمت چندانی نیز ندارند، بصورت هم‌زمان از چندین موتور جستجوگر برای کاوش در شبکه برای کلید واژه مورد نظر استفاده می‌کنند. بدین معنی که این موتور عبارت مورد نظر شما را در چندین موتور جستجوگر جستجو کرده و نتایج آن‌ها را با هم ترکیب کرده و یک نتیجه کلی به شما ارائه می‌دهد. به‌عنوان مثال موتور جستجوگر داگ پایل از نتایج حاصل از موتورهای Google - Yahoo - MSN و ASK استفاده کرده و نتیجه حاصله را به شما ارائه می‌دهد. لازم به ذکر است که روش و یا راهکار مشخص و یکسانی برای ترکیب نتایج حاصله از موتورهای پایه - موتورهایی که به عنوان موتور جستجوگر استفاده می‌شوند مانند Yahoo که یک موتور پایه برای dogpile می‌باشد - وجود ندارد. اما dogpile قابلیت جستجو به همه زبانها را ندارد و ظاهراً فقط کلمات انگلیسی را پیدا می‌کند.



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

### بررسی یک موتور جستجوی پیمایشی

موتورهای جستجوی پیمایشی شامل سه عنصر اصلی هستند. اولی در اصطلاح عنکبوت (Spider) است که پیمایشگر (Crawler) هم نامیده می‌شود. پیمایشگر همین که به یک صفحه می‌رسد، آن را می‌خواند و سپس پیوندهای آن به صفحات دیگر را دنبال می‌نماید. این چیز است که برای یک سایت پیمایش شده (Crawled) اتفاق افتاده است. پیمایشگر با یک روال منظم، مثلاً یک یا دو بار در ماه به سایت مراجعه می‌کند تا تغییرات موجود در آن را بیابد. هر چیزی که پیمایشگر بیابد به عنصر دوم یک موتور جستجو یعنی فهرست انتقال پیدا می‌کند. فهرست اغلب به کاتالوگی بزرگ اطلاق می‌شود که شامل لیستی از آنچه است که پیمایشگر یافته است. مانند کتاب عظیمی که فهرستی را از آنچه پیمایشگرها از صفحات وب یافته‌اند، شامل شده است. هرگاه سایتی دچار تغییر شود، این فهرست نیز به روز خواهد شد. از زمانی که تغییری در صفحه‌ای از سایت ایجاد شده تا هنگامی که آن تغییر در فهرست موتور جستجو ثبت شود مدت زمانی طول خواهد کشید. پس ممکن است که یک سایت پیمایش شده باشد اما فهرست شده نباشد. تا زمانی که این فهرست‌بندی برای آن تغییر ثبت نشده باشد، نمی‌توان انتظار داشت که در نتایج جستجو آن تغییر را ببینیم. نرم‌افزار موتور جستجو، سومین عنصر یک موتور جستجو است و به برنامه‌ای اطلاق می‌شود که به صورت هوشمندانه‌ای داده‌های موجود در فهرست را دسته‌بندی کرده و آن‌ها را بر اساس اهمیت طبقه‌بندی می‌کند تا نتیجه جستجو با کلمه‌های درخواست شده هر چه بیشتر منطبق و مربوط باشد.

### رتبه‌بندی صفحات وب توسط موتورهای جستجو

وقتی شما از موتورهای جستجوی پیمایشی چیزی را برای جستجو درخواست می‌نمایید، تقریباً بلافاصله این جستجو از میان میلیون‌ها صفحه صورت گرفته و مرتب می‌شود بطوریکه مربوطترین آنها نسبت به موضوع مورد درخواست شما رتبه بالاتری را احراز نماید. البته باید در نظر داشته باشید که موتورهای جستجو همواره نتایج درستی را به شما ارائه نخواهند داد و مسلماً صفحات نامربوطی را هم در نتیجه جستجو دریافت می‌کنید و گاهی اوقات مجبور هستید که جستجوی دقیقتری را برای آنچه می‌خواهید انجام دهید اما موتورهای جستجو کار حیرت‌انگیز دیگری نیز انجام می‌دهند. فرض کنید که شما به یک کتابدار مراجعه می‌کنید و از وی درباره «سفر» کتابی می‌خواهید. او برای این که جواب درستی به شما بدهد و کتاب مفیدی را به شما ارائه نماید با پرسیدن سؤالاتی از شما و با استفاده از جُارب خود کتاب مورد نظرتان را به شما تحویل خواهد داد. موتورهای جستجو همچنین توانایی ندارند اما به نوعی آنها را شبیه‌سازی می‌کنند. پس موتورهای جستجوی پیمایشی چگونه به پاسخ مورد نظرتان از میان میلیون‌ها صفحه وب می‌رسند؟ آنها یک مجموعه از قوانین را دارند که الگوریتم نامیده می‌شود. الگوریتم‌های مورد نظر برای هر موتور جستجویی خاص و تقریباً سری هستند اما به هر حال از قوانین زیر پیروی می‌کنند:

### مکان و بسامد

یکی از قوانین اصلی در الگوریتم‌های رتبه‌بندی موقعیت و بسامد (تعداد تکرار) واژه‌هایی است که در صفحه مورد استفاده قرار گرفته‌اند که بطور خلاصه روش مکان-بسامد (Location/Frequency Methode) نامیده می‌شود. کتابدار مذکور را به خاطر می‌آورد؟ لازم است که او کتاب‌های در رابطه با واژه «سفر» را طبق درخواست شما بیابد. او در حله اول احساس می‌کند که شما به دنبال کتاب‌هایی هستید که در نامشان کلمه «سفر» را شامل شوند. موتورهای جستجو هم دقیقاً همان کار را انجام می‌دهند. آنها هم صفحاتی را برایتان فهرست می‌کنند که در برچسب عنوان (Title) موجود در کد زبان نشانه‌گذاری آبرمتنی (زنگام) (HTML) حاوی واژه «سفر» باشند. موتورهای جستجو همچنین به دنبال واژه مورد نظر در بالای صفحات و یا در آغاز بندها (پاراگرافها) هستند. آنها فرض می‌کنند که صفحاتی که حاوی آن واژه در بالای خود و یا در آغاز بندها و عناوین باشند به نتیجه مورد نظر شما مربوطتر هستند. بسامد عامل بزرگ و مهم دیگری است که موتورهای جستجو از طریق آن صفحات مربوط را شناسایی می‌نمایند. موتورهای جستجو صفحات را تجزیه کرده و با توجه به تکرار واژه‌ای در صفحه متوجه می‌شوند که آن واژه نسبت به دیگر واژه‌ها اهمیت بیشتری در آن صفحه دارد و آن صفحه را در درجه بالاتری نسبت به صفحات دیگر قرار می‌دهند.

چگونگی کارکرد دقیق موتورهای جستجو درباره روش‌هایی از قبیل مکان-تکرار فاش نمی‌شود و هر موتور جستجویی روش خاص خود را دنبال می‌کند. به همین دلیل است که وقتی شما واژه‌های همانندی را در موتورهای متفاوت جستجو می‌کنید، به نتایج متفاوتی می‌رسید. الگوریتم‌های اولیه موتورهای جستجوی معتبر و بزرگ همچنان محرمانه نگهداری می‌شوند. برخی موتورهای جستجو نسبت به برخی دیگر صفحات بیشتری را فهرست کرده‌اند. نتیجه این خواهد شد که هیچ موتور جستجویی نتیجه جستجوی مشترکی با موتور دیگر نخواهد داشت و شما نتایج متفاوتی را از آن‌ها دریافت می‌کنید. موتورهای جستجو همچنین ممکن است که برخی از صفحات را از فهرست خود حذف کنند البته به شرطی که آن صفحات با هرزنامه (Spam) شدن سعی در گول زدن موتورهای جستجو داشته باشند. فرستادن هرزنامه (Spamming) روشی است که برخی از صفحات برای احراز رتبه بالاتر در موتورهای جستجو در پیش می‌گیرند و آن به این صورت است که با تکرار بیش از حد واژه‌ها و یا بزرگ نوشتن یا بسیار ریز نوشتن متن‌ها بطور عمدی کوشش در بر هم زدن تعادل و در نتیجه فریب موتورهای جستجو دارند. آنها سعی دارند که با افزایش عامل تکرار، در رتبه بالاتری قرار بگیرند. البته آنگونه که گفته شد تعداد تکرارها اگر از حد و اندازه خاصی فراتر رود نتیجه معکوس می‌دهد. موتورهای جستجو راه‌های متنوعی برای جلوگیری از فرستادن هرزنامه دارند و در این راه از گزارش‌های کاربران خود نیز بهره می‌برند. امروزه بهینه‌سازی سایت‌های اینترنت برای موتورهای جستجو یکی از مهم‌ترین روش‌های جلب بازدیدکننده به سایت است.



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

### عوامل خارج از صفحه

موتورهای جستجوی گردشی اکنون جزیره فراوانی در رابطه با وب‌دادهایی دارند که صفحات خود را برای کسب رتبه بهتر مرتباً بازنویسی می‌کنند. بعضی از وب‌دارها (وب‌مسترها)ی خبره حتی ممکن است به سمت روش‌هایی مانند مهندسی معکوس برای کشف چگونگی روش‌های مکان-تکرار بروند. به همین دلیل، تمامی موتورهای جستجوی معروف از روش‌های امتیازبندی «خارج از صفحه» استفاده می‌کنند. عوامل خارج از صفحه عواملی هستند که از تیررس وب‌دارها خارجند و آنها نمی‌توانند در آن دخالت کنند و مسأله مهم در آن خلیل ارتباطات و پیوندهاست. به وسیله جزیه صفحات، موتورهای جستجو پیوندها را بررسی کرده و از محبوبیت آنها می‌فهمند که آن صفحات مهم بوده و شایسته ترفیع رتبه هستند. به علاوه تکنیک‌های پیشرفته به گونه‌ای است که از ایجاد پیوندهای مصنوعی توسط وب‌دارها برای فریب موتورهای جستجو جلوگیری می‌نماید. علاوه بر آن موتورهای جستجو بررسی می‌کنند که کدام صفحه توسط یک کاربر که واژه‌ای را جستجو کرده انتخاب می‌شود و سپس با توجه به تعداد انتخاب‌ها، رتبه صفحه مورد نظر را تعیین کرده و مقام آن را در نتیجه جستجو جابه‌جا می‌نمایند.



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

### مبانی موتورهای جستجوگر

میلیون ها و بلکه میلیاردها صفحه وب در اینترنت وجود دارد. که هر روز بر تعداد آنها افزوده می شود. قرار دادن صفحه وب خود در شبکه فقط آغاز کار است. شما باید حضورتان را به همه اعلام کنید \_ يك علامت خوش آمدید بسازید. ثبت سایت خود در موتورهای جستجوگر اولین اقدام در اعلان حضورتان در شبکه جهانی است.  
سه روش مختلف برای ثبت سایت در موتورهای جستجوگر مهم وجود دارد:

**روش دستی:** يك به يك به موتورهای جستجوگر مراجعه کنید سایت خود را معرفی کرده و به سوالات آنها پاسخ دهید.  
**سایت های ثبت نام خودکار:** بسیاری از این سایت ها وجود دارند . Superb Submit pro , Adme , Adpro سه گزینه ای هستند که ما براحتی پس از جستجو برای «website submission» یافتیم.  
**نرم افزارهای ثبت نام اتوماتیک:** مانند Adweb یا web position gold . این نرم افزارها کاری بیش از ثبت سایت شما در موتورهای جستجوگر می کنند.  
**امکانات مشترک آنها شامل :**  
بررسی وب سایت شما  
ارائه مشاوره در مورد چگونگی بهینه کردن سایت  
کمک در بدست آوردن keyword یا کلمات کلیدی مناسب  
تبادل لینک- جستجو و تأیید اعتبار  
ثبت نام اتوماتیک در موتورهای جستجوگر

با مزایای زیادی که این نرم افزارها در اختیار شما قرار می دهند دارای قیمت مناسبی هستند. نرم افزار Adweb و [www.webposition.com](http://www.webposition.com) نیز فوق العاده اند. دانستن این نکته ممکن است مهم باشد که این نرم افزارها بصورت دوره ای به روز رسانی میشوند و برای دریافت نسخه جدید باید مبلغی را بصورت سالیانه یا ... پرداخت کنید. برخلاف بسیاری از نرم افزارهای دیگر . برنامه های ثبت نام در سایت بیشتر جنبه کرایه ای دارند تا خرید!  
خب . کدامیک بهترین است ؟ برخی از متخصصین روش ثبت نام دستی را معرفی می کنند... گروهی دیگر . روش نرم افزاری را سریعتر می دانند. جواب این سوال به این بستگی دارد که موضوع سایت شما چقدر مورد رقابت است. اگر در يك بازار تك محصولی که خیلی کمتر مورد توجه قرار گرفته هستید. عملاً از هر روشی که استفاده کنید کاملاً موثر خواهید بود. از طرف دیگر . اگر می خواهید سایتی با يك موضوع رایج و پر طرفدار راه اندازی کنید . احتمالاً با ثبت نام دستی در سایتهای جستجوگر عمده . نتایج خیلی بهتری خواهید گرفت. در این جا لیستی از چند موتور جستجوگر برتر برای شروع ارائه شده است :

Google  
Alltheweb.com  
Yahoo  
MSN search  
Overture ( سابقاً با نام GoTo )  
AltaVista

شاید بهترین منبع برای دریافت اطلاعات در مورد موتورهای جستجوگر . [www.searchenginewatch.com](http://www.searchenginewatch.com) باشد. حتماً سری به این سایت بزنید . اینجا يك معدن طلا ملو از اطلاعات در مورد موتورهای جستجوگر است. قبل از آنکه سایت خود را در موتور جستجوگر ثبت کنید . مطمئن شوید که سایت شما به طور خاص برای این کار بهینه شده است.  
مکان دیگری که ممکن است مایل باشید از آن بازدید کنید . Robotstxt.org است. که به شما کمک می کند تا از عملکرد صحیح robots text file خود اطمینان حاصل کنید و البته با تعداد زیادی از آنها آشنا شوید. دیگر سایت مفید . Good keywords میباشد که در پیدا کردن کلماتی که می خواهید به کمک آنها سایت خود را بهینه کنید . یاری می کند.  
صحبت در مورد موتورهای جستجوگر به زمان زیادی نیاز دارد که در این فرصت کم مجال برای آن نیست. شما می توانید با جستجو در اینترنت و همچنین مطالعه مقالات سودمندی که در این مورد موجودند پر دانش خود بیافزایید. بخاطر داشته باشید هر قدر بیشتر در مورد جستجوگر ها بدانید . می توانید رتبه بالاتری در نتایج جستجو کسب کرده و مسلماً شانس بیشتری برای درآمد و سود داشته باشید.



## موتورهای جستجو را فریب ندهید که فقط سایت شما ضرر خواهد کرد!

امروزه ارتقاء رتبه در موتورهای جستجو یکی از اهداف سایتهای گوناگون است. زیرا اکثریت مردم از این طریق سایت مورد نیاز خود را پیدا می کنند. در رقابت برای بدست آوردن رتبه بالاتر، گروهی متقلب نیز حضور دارند. این افراد سعی می کنند از تاکتیکهایی برای فریب موتورهای جستجو و ارتقاء رتبه سایت استفاده کنند.

عبارت دیگری که در دنیای تجارت الکترونیکی مرسوم است، «بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو» است که تفاوت اساسی با مفهوم قبل دارد و به معنی اعمال تغییرات معین در سایت برای افزایش رتبه در موتورهای جستجو می باشد.

تکنیکهای بهینه سازی سایت عموماً به دو گروه تقسیم می شوند:

• استفاده از واژه های کلیدی که اهداف تجارت شما را نشان می دهد. در متون و تگهای html موجود در سایت.

• ایجاد لینک ها و مسیرهای ارتباطی از دیگر سایتها به سایت.

گوگل و دیگر موتورهای جستجو لینک های ورودی به سایت شما را به عنوان امتیازی برای اهمیت سایت شما در نظر می گیرند و سایتی که امتیاز بیشتری داشته باشد، مسلماً رتبه بهتری کسب خواهد کرد.

موتورهای جستجو چه اعمالی را تقلب محسوب می کنند؟

دو موتور جستجوی بزرگ google و yahoo هر یک تعاریفی از این مفهوم ارائه کرده اند.

در بخش راهنمای دارندگان وب سایت در google تکنیکهای متقلبان به این صورت معرفی شده است:

• متن ها یا لینک های مخفی و نامرئی

• ارتباطات چرخشی سایت ها

• ارسال درخواستها و سوالات غیرواقعی به google که به صورت اتوماتیک تولید می شوند.

• کلمات کلیدی نامربوط به مطالب صفحات سایت

• چندین صفحه یا دامنه با محتوای یکسان

• صفحات خروجی متعدد منتهی به صفحاتی که اطلاعات جزئی و بی استفاده ای در آنها قرار دارد.

تأکید google بر این حقیقت است که سایت ها باید برای جلب رضایت بازدیدکننده طراحی و ساخته شوند و نه برای موتورهای جستجو. این بدان معنی است که نباید موتور جستجو را فریب داد و نباید محتوایی که بازدیدکننده مشاهده می کند با محتوای کل سایت و آنچه موتور جستجو آن را بررسی می کند، تفاوت داشته باشد.

برای اطمینان از اینکه تغییرات شما در دسته راهکارهای بهینه سازی قرار بگیرد، سوالات زیر را از خود پرسید: «آیا این تغییر به نفع بازدیدکننده و کاربران سایت است؟» و «اگر موتورهای جستجو وجود نداشتند، آیا باز هم این تغییرات را اعمال می کردم؟»

Google هم چنین در مورد عضویت در گروههای متقلب به شما هشدار داده است. در این پدیده که به «مزرعه لینک» معروف است، گروه بزرگی از سایتهای غیر مرتبط به هم برای بدست آوردن رتبه های بالاتر به یکدیگر مرتبط می شوند. اما اگر google به شما مظنون شود که در این شبکه ها عضو هستید و یا در همسایگی سایت های متقلب قرار گرفته اید، روی رتبه سایت شما تأثیر منفی خواهد داشت.

از برنامه های کامپیوتری که رتبه شما را در موتورهای جستجو چک می کنند، استفاده نکنید. زیرا این برنامه ها به حرم منابع اطلاعاتی موتور جستجو وارد می شوند و این به منزله تعدی از قوانین و مقررات google می باشد.

در بخش راهنمای کیفی yahoo موارد تقلب این گونه تعریف شده است: «صفحاتی که به منظور فریب دادن موتور جستجو طراحی شده اند و باعث می شوند که موتور جستجو نتایج نامناسب، اضافه یا با کیفیت پایین را در اختیار جستجوگران بگذارد.»

این تکنیکهای متقلبانه عبارتند از:

- صفحاتی که فقط بازدیدکننده را به صفحات دیگر راهنمایی می کند.
- صفحاتی با محتوای تکراری.
- سایت هایی که اسامی متعدد مجازی و غیر ضروری برای خود انتخاب می کنند.
- صفحاتی که به صورت اتوماتیک تولید می شوند و دارای حجم زیاد و ارزش اطلاعاتی کمی هستند.
- تفاوت در محتوایی که به موتور جستجو ارائه می شود با آنچه کاربر در سایت مشاهده می کند.
- وجود بیش از حد لینک های دوطرفه بین سایتها برای افزایش ترافیک و نشان دادن محبوبیت ظاهری.
- سوء استفاده از اسامی رقبا.
- وجود بیش از حد صفحات pop-up که به صورت خودکار ظاهر می شوند و روال کار کاربر را به هم می زنند.
- صفحات فریبنده که برای کاربران کارایی خاصی ندارند.

Yahoo تأکید دارد که سایت ها باید محتوای واقعی، با ارزش و منحصر به فرد خود را داشته باشند و هر لینکی که در سایت قرار می گیرد باید کاربر را به نوعی یاری کند تا مطالب جذاب دیگری را در زمینه مورد علاقه خود بیابد.

#### عاقبت استفاده از تاکتیک های متقلبانه

استفاده از این تاکتیکها گرچه ممکن است که در کوتاه مدت نتیجه خوبی را حاصل کند، اما ریسک اینکه در نهایت گرفتار شوید، بسیار زیاد است. Google (و دیگر موتورهای جستجو) شما را جزو متقلبین به حساب می آورند و حتی ممکن است شما را از لیست سایت های رتبه بندی حذف کند. تلاش برای خروج از این لیست سیاه ممکن است ماهها به طول بیاخامد. در این ماهها حجم بازدیدکنندگان شما بسیار کم خواهد شد و اعتبار شما از بین خواهد رفت.

اما اگر سعی کنید که سایت خود را برای کاربران مفید و کارا کنید، رتبه بالا را نیز خود به خود کسب خواهید کرد. اگر سایت شما در گروه خود جزء سایت های قوی و غنی به حساب بیاد، بازدیدکنندگان نیز به آن مراجعه خواهند کرد و با محتوای مورد نیاز خود روبرو خواهند شد.

سایت های غنی امتحان خود را پس داده اند و همواره رتبه های بالایی را کسب کرده اند و خطر قرار گرفتن در لیست سیاه نیز در مورد آنها منتفی است.

همانگونه که google می گوید: «افرادی که انرژی خود را صرف رعایت اصول طراحی سایت می کنند، توانایی جلب رضایت بازدیدکنندگان بیشتری را در سایت خود خواهند داشت و در نتیجه رتبه بهتری نسبت به آنها خواهند داشت که به دنبال روزنه هایی برای فریب دادن موتورهای جستجو هستند.

موتورهای جستجو هر روزه برای یافتن متقلبان و تنبیه آنها راهکارهای جدیدی می اندیشند. استفاده از این تکنیکهای متقلبانه دیگر منطقی نیست.

موتورهای جستجو را فریب ندهید و مطمئن باشید که با این روش نتیجه بهتری کسب خواهید کرد.



## نقش موتور های جستجو در بازاریابی اینترنتی

چند سال پیش، موتورهای جستجو به عنوان ابزاری محدود و ضعیف برای بازاریابی، فروش و جذب بازدیدکنندگان به وب سایت مورد استفاده قرار می گرفت.

اما در چند سال اخیر، موتورهای جستجو هر ۳ هدف بالا را قویاً برآورده می کنند.

موتورهای جستجوگر امروزه موقعیت و شانس موثری را برای بازاریابان بوجود آورده اند و جریان میلیونی کاربران را به سوی خود جذب کرده اند. موتورهای جستجو بهترین روش برای یافتن محصولات و اطلاعات مورد نیاز توسط کاربران و متقاضیان از یک سو و از سوی دیگر بهترین راه برای تبلیغات و جذب مشتریان توسط تولید کنندگان و ارائه کنندگان خدمات است.

علیرغم تمام این تفاسیر، هنوز هم بدست آوردن نتیجه مطلوب (کسب جایگاه مناسب) از طریق موتورهای جستجوگر پیچیده و طاقت فرسا است و نیاز به بررسی ها و اندازه گیری های دقیق دارد.

برای موفقیت در بازاریابی توسط موتورهای جستجو گر نکات زیر را در نظر داشته باشید.

### ۱- قدرت موتورهای جستجوگر

ایده اصلی کار به این صورت است که شما کلمات کلیدی خود را انتخاب می کنید و در موتورهای جستجویی مانند MSN یا Google عضو می شوید. هنگامی که کاربران آن کلمات را برای جستجو وارد کنند سایت شما در صفحات حاصل از نتایج جستجو به نمایش گذاشته می شود و مشتریان را به سایت شما هدایت خواهد کرد.

در موتورهای جستجویی که از روش پرداخت به ازای هر کلیک استفاده می کنند، تنها هنگامی از شما پول دریافت می شود که کاربری روی نام سایت شما کلیک کند و به آن وارد شود. حداقل میزان این پرداخت ها به کلمات انتخاب شده توسط شما بستگی دارد. ضمناً هر چه پیشنهاد شما برای پرداخت در مقایسه با رقبا بالاتر باشد، رتبه بالاتری در صفحه نتایج کسب خواهید کرد.

باید سعی کنید که رقبای خود را پشت سر بگذارید و مشتریانی که به دنبال محصولات شما هستند را جذب کنید.

### ۲- تبلیغات هدفدار

پدیده جدیدی که در دنیای موتورهای جستجوگر به وجود آمده است، جستجوی مرتبط با متن یا تبلیغات هدفدار است. در این پدیده به جای این که لینک سایت شما در صفحات نتایج نمایش داده شود، به درون سایت های مرتبط می رود. برای مثال اگر کاربر به سایتی مراجعه کرده و وضعیت آب و هوایی سواحل میامی را چک می کند احتمالاً «مایل است اطلاعاتی در مورد هتل ها یا آژانس های اتومبیل آن منطقه نیز به دست آورد. این لینک ها توسط موتورهای جستجو در همان صفحه در اختیار او قرار می گیرند. به این ترتیب شما در همان لحظه ای که مشتری در فکر یافتن محصولات و خدمات شما است او را غافلگیر می کنید و به سایت خود می برید.

### ۳- عوامل موفقیت

استفاده از موتورهای جستجو می تواند با توجه به نیاز شما در زمینه های مختلف شما را یاری کند.

- شناساندن و به نمایش گذاشتن نام شرکت شما در سطحی بسیار وسیع.
- جذب مشتریان جدید.
- افزایش ترافیک (میزان بازدید کننده) وب سایت شما در نتیجه افزایش درآمد.
- شناسایی مراجعین دائمی به وب سایت.
- تبلیغات و پیشنهادات فروش.
- تبلیغات عمومی.
- بازاریابی برای محصولات.
- افزایش فروش الکترونیکی.

### ۴- از اشتباهات زیر اجتناب کنید

#### ۱- اشتباه در انتخاب کلمات کلیدی

یکی از اشتباهات بازاریابان الکترونیکی آن است که از ابتدای کار کلمات بسیار جزئی و تخصصی را انتخاب می کنند. بهتر است ابتدا تعداد محدودی کلمه کلی تر را انتخاب کنید و نتایج را بررسی کنید. ببینید که مشتریان حقیقی شما از چه کلماتی بیشتر استفاده می کنند و به دنبال چه هستند. سپس می توانید کلمات تخصصی دیگری را به کلمات کلیدی خود اضافه کنید و از ورود کاربران غیر مرتبط جلوگیری کنید.



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

۲- اصرار برای مدیریت همه امور توسط شخص شما

مدیریت مسائل مربوط به موتورهای جستجو یک کار تمام وقت است. بررسی و اندازه گیری نتایج، تغییرات ضروری و کنترل رتبه های به دست آمده در موتورهای جستجو احتیاج به زمان فراوان و افراد متخصص دارد. بهتر است که مدیریت بازاریابی توسط موتورهای جستجو را به دست یک مشاور خبره یا برنامه های نرم افزاری مخصوص این کار بسپارید.

۳- عضویت در فقط یک موتور جستجو

اعتماد به یک موتور جستجوی بزرگ و مشهور موفقیت شما را محدود می کند. سرمایه گذاری روی یک روش خاص، یک موتور جستجو و یک پیام تبلیغاتی اشتباه است. در عوض بهتر است سرمایه خود را بین گروهی از پیام های تبلیغاتی و ترکیبی از موتورهای جستجو تقسیم کنید تا مشتریان بیشتری را جذب کنید.

۴- نا امیدی

از موتورهای جستجو انتظارات منطقی داشته باشید. ممکن است حدود ۸ هفته طول بکشد تا موتور جستجو شما را در لیست خود قرار دهد. برای به دست آوردن نتیجه مطلوب ممکن است لازم باشد در گروهی از موتورهای جستجو عضو شوید و متدهای مختلف را پیش بگیرید. باید کمی صبر داشته باشید تا به اهداف خود برسید.

۵- اشتباهاتی که در سایت وجود دارند

اگر صفحات سایت شما برای موتورهای جستجو بهینه نشده باشند، تمام کلمات کلیدی دنیا هم نمی توانند به شما کمک کنند. یکی از اشتباهات رایج، جدا شدن یک صفحه از سایت است. برای مثال در اثر تغییراتی که در سایت اعمال می کنید ممکن است لینکی را که به صفحه مورد نظر وارد می شده است را از بین ببرید. به این ترتیب موتور جستجو صفحه مورد نظر را مشاهده نخواهد کرد. اشتباه دیگر این است که کلمات کلیدی فراوانی را در صفحات سایت خود جای بدهید. وقتی که موتور جستجو ۱۰۰ ها کلمه و عبارت مختلف را در یک صفحه می بیند نمی تواند درجه اهمیت هر کدام را تشخیص دهد و در نتیجه در هیچ کدام از آن کلمات رتبه خوبی به دست نخواهید آورد. بهتر است سایت خود را برای یک یا دو کلمه کلیدی بهینه سازی کنید.

امروزه تجارت های گوناگون برای کسب موفقیت باید همیشه و همه جا حضور داشته باشند و پیشنهادات قابل توجهی را به مشتریان ارائه کنند. موتورهای جستجو می توانند شما را برای جلب نظر بازدیدکنندگان اینترنتی یاری کنند.

منبع : <http://eMarketingway.ir>



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

### چگونه می توان کاری کرد که سایت ما به سرعت در موتور جستجو ثبت شود

چند نکته برای مدیران سایت جهت اضافه کردن سایت به موتورهای جستجو :

۱- همیشه قبل از ارسال آدرس صفحات مطمئن شوید که صفحه شما در آن موتور جستجو وجود نداشته باشد. در صفحات شما نباید اتصالات شکسته وجود داشته باشد. صفحاتی که اتصالات شکسته دارند بخوبی در موتورهای جستجو ثبت نمی شوند.

۲- اگر در سایتتان از فریم (Frame) استفاده می کنید، ثبت سایت شما در موتورهای جستجو می تواند با مشکل مواجه شود. بهترین کار این است که یک نسخه بدون فریم از سایت خود تهیه کنید و این نسخه را به موتور جستجو معرفی کنید. البته شما می توانید صفحه داخلی فریم را بصورت مستقل به موتور جستجو معرفی کنید.

۳- روباتهای موتور جستجو نمی توانند سایتی که برای ورود نیاز به شناسه کاربر و کلمه عبور دارند را، ثبت کنند. این روباتها هیچیک از صفحاتی که نیاز به پر کردن فرم داشته باشند را نمی توانند ثبت کنند. علاوه بر این سایتی که دارای فرمهای جستجو هستند را هم به خوبی ثبت نمی کنند چرا برای دستیابی به اطلاعات نیاز به پر کردن فرمهای جستجو است. یک راه حل، ارائه صفحات ثابت برای این اطلاعات است. بعنوان مثال فروم ها (Forum) می توانند با ارائه مطالب فروم در صفحات ثابت، آن را به موتورهای جستجو معرفی کنند.

۴- صفحات پویا روباتهای موتور جستجو را بلوکه می کنند. هر آدرسی که به همراه علامت سوال (?) یا علامت & باشند توسط این روباتها در نظر گرفته نمی شوند.

۵- بیشتر موتورهای جستجو نمی توانند متون موجود در تصاویر را در ثبت خود در نظر بگیرند. این اطلاعات بایستی بصورت دیگری در سایت ارائه شوند تا توسط موتورهای جستجو ثبت شوند.

۶- اگر سایت شما سرعت پائینی دارد یا اینکه حجم صفحه سایت شما زیاد است، موتورهای جستجو در ثبت کردن سایت شما مشکل دارند. سعی کنید اندازه صفحات سایت خود را طوری کوچک طراحی کنید (از نظر حجم) که با سرعت مناسبی دیده شود. این نکته هم می تواند در رضایت بازدیدکنندگان سایت شما موثر باشد و هم در ضریب اطمینان از ثبت شدن توسط موتورهای جستجو. بهترین اندازه برای هر صفحه با تمام تصاویر و اشیاء موجود در آن بین ۵۰ تا ۷۰ کیلو بایت است.

۷- اگر فقط صفحه اول سایت خود را به موتور جستجو معرفی کنید، انتظار نداشته باشید که همه اتصالات موجود در سایت شما در موتور جستجو ثبت شود. هرچند بعضی از موتورهای جستجو تمام اتصالات را ثبت می کنند اما شما به این مسئله اطمینان نداشته باشید و تک تک صفحات خود را در موتورهای جستجو معرفی کنید.

۸- اگر زمانی که روبات موتور جستجو به سایت شما مراجعه می کند سایت شما در دسترس نباشد، سایت شما ثبت نخواهد شد. حتی بدتر از این در شرایطی خاص سایت شما که قبلاً در موتور جستجو ثبت شده بوده، در این حالت از لیست حذف خواهد شد. سعی کنید هاستینگ سایت خود را از شرکتهائی تهیه کنید که در ۹۹٫۵ درصد موارد سایت شما در دسترس باشد.

۹- اگر زمانی که روبات موتور جستجو به سراغ سایت شما می آید، سایت شما در دسترس نباشد، نمی تواند آن را ثبت کند. حتی بدتر از این، اگر قبلاً سایت شما ثبت شده باشد در این حالت سایت شما از لیست خارج خواهد شد. بنابراین تلاش کنید که سایت شما همیشه در دسترس باشد. همیشه وضعیت سایت خود را در موتور جستجو بررسی کنید. اگر این اتفاق برای سایت شما افتاد سعی کنید مجدداً سایت خود را در آن موتور جستجو ثبت کنید.

۱۰- موتورهای جستجو به سایتی که در آنها کلمات کلیدی زیاد تکرار شده اند (مانند سایتی که بصورت سوال و جوابی هستند) حساس هستند و آنها را ثبت نمی کنند. سعی کنید هر صفحه سایت شما به گونه ای باشد که تعداد تکرار کلمات کلیدی در آنها از یک حد معین بیشتر نباشد. برای ارزیابی سایت خود می توانید از ابزارهای رایگان موجود در اینترنت استفاده کنید و نرخ تکرار کلمات کلیدی را مشخص کنید.

۱۱- اگر سایت شما به گونه ای است که وقتی کاربر وارد آن می شود، او را به یک آدرس دیگر ارجاع می دهید یا اینکه از تگهای مربوط به بروزرسانی خودکار صفحه استفاده می کنید، موتورهای جستجو با ثبت آن مشکل دارند. در این حالتها یک روبات موتور جستجو تصور می کند که شما می خواهید آی پی سایت خود را پنهان کنید یا اینکه با اینکار قصد افزایش رتبه سایت خود را دارید.

۱۲- اگر سایت خود را می خواهید در یک دایرکتوری ثبت کنید، این احتمال وجود دارد که سایت شما توسط یک شخص بررسی شود. سایت شما در صورتی ثبت خواهد شد که شرایط لازم را داشته باشد. برای اطمینان از ثبت سایت شما در یک دایرکتوری بایستی راهنما ثبت سایت را حتماً مطالعه کنید و از شرایط آن مطلع شوید.



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

۱۳- تعدادی از موتورهای جستجو سایتهای رایگان را ثبت نمی کنند. استدلال آنها این است که در بیشتر موارد چنین سایتهایی مطالب ارزشمندی ندارند. اگر می خواهید سایت شما در موتورهای جستجو رتبه خوبی داشته باشد، سعی کنید که سایت خودتان را خریداری کنید. البته در این مورد استثنائی هم وجود دارد. وبلاگها نمونه ای از سایتهای رایگان هستند که در موتورهای جستجو بخوبی ثبت شده و رتبه مناسبی نیز دارد.

۱۴- بعضی از موتورهای جستجو صفحاتی را که از طریق صفحه خانگی سایت قابل دسترسی نیستند، در ثبت سایت در نظر نمی گیرند. مثلا HotBot اینگونه عمل می کند. اگر شما صفحاتی دارید که نقش ورودی کاربران به سایت شما را دارد باید این نکته را در نظر بگیرید.

۱۵- اطمینان حاصل کنید موتور جستجویی که روی آن کار می کنید محدودیتی برای تعداد لینکهای ثبت شده (متعلق به یک سایت) ندارد. تعدادی از موتورهای جستجو برای ثبت لینکهای یک سایت در هر روز محدودیت قائل می شوند. سعی کنید قبل از شروع به ثبت لینکهای سایت، از این محدودیتها مطلع شوید.

۱۶- امکان دارد که بدلیل تعدادی از خطاهای موتور جستجو مقداری از اطلاعات ثبت شده، حذف شوند. برای اطمینان از اینکه سایت شما در موتور جستجو همیشه وجود دارد، مرتبا وضعیت سایت خود را بررسی کنید. در صورتی که مشکلی در دیدن سایت خود در موتورهای جستجو داشتید، مجددا سایت خود را ثبت کنید.

۱۷- روشهای ارزیابی سایت در موتورهای جستجو مرتبا تغییر می کند. لازم است که در دوره های خاصی با بررسی این تغییرات سایت خود را بازسازی کنید. همیشه باید در جریان این تغییرات قرار داشته باشید. برای این منظور می توانید در سایتهایی که در این زمینه مطلب می نویسند، عضو شوید و از آخرین تغییرات آن مطلع شوید.

منبع: شبکه رسمی بازاریابی و تجارت الکترونیک

## راه ورود موتور جستجوگر به سایت شما چیست؟

### محبوبیت یک سایت در وب راه ورود موتور جستجوگر به سایت شما چیست؟

این راه چیزی جز یک پیوند ناقابل از سایتهای دیگر نیست. اگر می خواهید موتور جستجوگر را به میهمانی سایتتان دعوت کنید باید راه را هم به وی نشان دهید و وی آدرس سایت شما را بداند. موتور جستجوگر بهانه های بسیاری برای نپذیرفتن این دعوت دارد زیرا در همان لحظه به سایتهای بسیار دیگری هم دعوت شده است! بنابراین باید در آدرس دادن نهایت دقت را انجام دهید. برای روشنتر شدن موضوع، چگونگی کارکرد موتور جستجوگر را با هم بررسی می کنیم.

### موتور جستجوگر چگونه کار می کند؟

طرز کار موتور جستجوگر به طور خلاصه بدین گونه است که آن یک آدرس وب را می یابد. آن را دنبال می کند و به صفحه ای می رسد. محتوای آن صفحه را می خواند و پارامترهای آن را مشخص می کند. به عنوان مثال تعداد کلمات متن آن صفحه، حجم و تاریخ به روز رسانی آن. بعضی از پارامترهای آن صفحه است. سپس پارامترهای تعیین شده را به همراه آدرس آن صفحه به بایگانی موتور جستجوگر ارسال می کند و این اطلاعات در آنجا پس از فشرده سازی، ذخیره می گردد. حال اگر کاربری که دنبال چیزی می گردد کلماتی را جستجو کند. موتور جستجوگر در پایگاه داده ای که تشکیل داده است ابتدا تمام صفحات مرتبط با موضوع جستجو شده را می یابد و سپس مرتبط ترین را به عنوان اولین نتیجه جستجو و بقیه صفحات را بر اساس میزان ارتباط بعد از آن در اختیار کاربر قرار می دهد. به عبارت دیگر اگر تعداد نتایج جستجو ۱۰۰۰ مورد باشد، سایت رده اول مرتبط ترین و سایت رده ۱۰۰۰ کم ارتباط ترین سایت به موضوع جستجو شده می باشد. به آدرس دادن برگردیم. شما می توانید آدرس خود را روی تکه کاغذی مچاله شده به مهمان خود بدهید و یا آن را به شکلی بسیار با کلاس و خاطره انگیز تقدیمش کنید. حتما همه ما حالت دوم را ترجیح می دهیم. پیوندی هم که شما با آن موتور جستجوگر را به پارتی سایتتان دعوت می کنید، بسیار مهم است:

همواره پیوند به سایتتان را در سایت (صفحات) مهم دیگر قرار دهید تا موتور جستجوگر نه یکبار که چندین بار به سایت شما از آن طریق مراجعه کند. موتور جستجوگر، کفایت که آدرس سایت شما را یاد بگیرد. آن وقت می توانید مطمئن باشید که هر ماه حداقل یکبار بدان مراجعه می کند. اما اگر پیوندهای سایتتان در سایتهای معتبر و مهمی باشند آن وقت بیش از یکبار در ماه و حتی هر چند روز یکبار بدان مراجعه می کند. پیوند دادن و پیوند گرفتن امروزه مقوله ای بسیار جدی میان مدیران سایتهاست. شاید هر روزه میلیونها پست الکترونیک فقط برای این موضوع میان مدیران سایتها رد و بدل می شود. البته مدیران سایتها نیز خسیس شده اند و به سادگی لینک نمی دهند. به سایت شما لینک نمی دهند تا زمانی که به سایت آنها لینک ندهید: به من لینک بده تا من به تو لینک بدهم! شما هم باید موضوع پیوندها را جدی بگیرید و تعداد پیوندهای به سایتتان را افزایش دهید. حالا که بحث به اینجا کشیده شده است، اجازه دهید خود را ملزم به رعایت چند قانون ساده کنیم:

- در سایتتان حتما صفحه ای را برای لینک دادن به سایتهای دیگر، اختصاص دهید.
- اگر سایتی محتوای مناسبی دارد، حتما به آن لینک بدهید حتی اگر از شما درخواست هم نکرده باشد. با اینکار شما به طبیعت اینترنت احترام می گذارید و همچنین منابع مفید را به کاربران سایتتان معرفی می نمایید.
- از سایتهایی لینک بگیرید که به محتوای سایتتان ارتباط دارند.
- لینکها را تنها برای صفحه اول سایتتان درخواست نکنید.
- برای لینک گرفتن از سایتهای با ارزش، وقت صرف کنید. اما چرا پیوندها مهم هستند؟ یکی از مهمترین دلایل آنست که ما با کمک آنها می توانیم موتورهای جستجوگر بیشتری را به سایتتان دعوت کنیم. لطفا دقت کنید که درست است که گوگل غول دنیای جستجو است اما موتورهای جستجوگر مهم دیگری نیز وجود دارند که شما نمی توانید از آنها غافل باشید. یاهو نمونه ای از آنهاست. هر چه موتورهای جستجوگر بیشتری سایت شما را بشناسند، بهتر (بهرتر تر!) است.
- حدود بیست درصد مراجعات به وب سایتها از طریق دنبال کردن لینکهای موجود در وب است. چرا کاربران وب از طریق همین پیوندها به سایت شما مراجعه نمایند؟
- اگر بدون درخواست شما به سایتتان لینک داده می شود، می تواند دلیل آن باشد که محتوای سایتتان برای سایت های دیگر مفید و مناسب بوده است و این می تواند معیار ارزیابی خوبی برای سایتتان باشد.

منبع: شبکه رسمی بازاریابی و تجارت الکترونیک





## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

### از موتور بخار تا موتور جست و جو

عصر امروز را عصر اطلاعات خوانده اند. این عنوان از این رو به عصر جاری اطلاق شده است که در سال های اخیر به خصوص پس از سال ۱۹۷۰ سرعت انتقال اطلاعات بر سرعت انتقال فیزیکی پیشی گرفته است. شاید بتوان آغاز عصر اطلاعات را اختراع مورس دانست که در سال ۱۸۳۷ اتفاق افتاد. به دنبال آن، ماشین حساب مکانیکی، تلفن و سپس ضبط صوت و تلویزیون ابداع شد. اما آنچه نقطه عطفی در شکل گیری عصر اطلاعات محسوب می شود، اختراع کامپیوتر شخصی در دهه ۱۹۸۰ است که پیامدهای گسترده ای را در تمام سطوح زندگی انسان به همراه آورد؛ پیامدهایی که اصطلاحاً انقلاب دیجیتال خوانده می شود. استفاده از واژه انقلاب یادآور انقلاب صنعتی است.

در واقع تأثیر انقلاب دیجیتال در ابعاد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و فناوری به اندازه ای است که با انقلاب صنعتی قابل مقایسه است. این دو دگرگونی در تاریخ جوامع بشری دارای نقاط اشتراک و تفاوتی است که ذکر پاره ای از آنها می تواند درکی جدید از تغییر برخی مفاهیم، به خصوص قدرت به دست دهد.

#### انقلاب صنعتی

انقلاب صنعتی به مجموعه تحولات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فناوری گفته می شود که در اواخر قرن هجدهم و اوایل قرن نوزدهم در انگلستان رخ داد. اساس این دگرگونی، جایگزینی اقتصاد مبتنی بر صنعت و تولید ماشینی به جای اقتصاد مبتنی بر نیروی کار دستی بود. تا پیش از این، زور بازوی انسان و دام، موتور محرک اقتصاد کشاورزی مدار بود. طبعاً کشاورزی به روش «دستی و دامی»، مبتنی بر تولید انبوه نبود. از نظر اجتماعی، ویژگی این دوره درهم تنیدگی کار و خانه بود. به عبارت دیگر کار از طریق خانه و در بسیاری موارد توسط زن و شوهر انجام می شد. از این رو، حوزه عمومی و خصوصی به طور دقیق از هم تفکیک نشده و هم پوشانی زیادی داشت.

اما آغاز انقلاب صنعتی با تفکیک حوزه خصوصی از عمومی همراه بود؛ یعنی زندگی کاری و زندگی خانه تدریجاً از هم جدا شد. چنین تغییری نیازمند آن بود که یکی از زوجین، متکفل امور خانه و دیگری عهده دار شغل و نان آور خانواده شود. طبعاً در بیشتر موارد، زن خانه را می گرداند و مرد، نان آور خانه بود. از این رو، قسمت اعظم درآمد خانواده را مرد کسب می کرد و این امر سبب شد تا قدرت مرد نسبت به زن افزایش یابد. الگوی یاد شده تأثیر زیادی بر تعریف نقش جنسیتی زوجین و آنچه بعداً خانواده سنتی خوانده شد، داشت.

#### موتور بخار

تصویری که از انقلاب صنعتی در ذهن بسیاری نقش می بندد، با موتور بخار همراه است.

اختراع موتور بخار به جیمز وات منتسب می شود. هر چند که آنچه وی ساخت، در واقع صورت تکامل یافته دستگامی بود که کسان دیگری در تکمیل آن مشارکت کرده بودند. موتور بخار با مهار انرژی سوخت سنگواره ای (زغال سنگ) و استفاده از چرخ دنده، انسان را از به کارگیری انرژی جسمی خود و حیوانات تا حد زیادی راحت کرد. صنعت در انگلیس و تدریجاً در سایر کشورهای غربی جایگزین کشاورزی- به عنوان صورت غالب فعالیت اقتصادی- شد.

وجه برجسته دیگر انقلاب صنعتی، پیدایش طبقه صاحبان صنایع و سرمایه داران صنعتی بود. تولید انبوه کالا در کارخانجات، محصول سرمایه گذاری طبقه جدید سرمایه داران بود. این سرمایه داران در واقع جانشین مالکان شده بودند. در نظام اقتصادی کشاورزی مدار، زمین داران بزرگ بستر تولید را در اختیار کشاورزان خرده پا قرار می دادند که در ازای برداشت سهمی از محصولات، در زمین زراعت می کردند و درآمد اصلی نصیب فئودال می شد. حال در نظام اقتصادی صنعت مدار، نوبت سرمایه داران بود که با ساخت کارخانه و خرید ابزارآلات، امکان تولید انبوه را با استفاده از نیروی کار کارگران فراهم آورند. در کنار نیروی جسمی، سرمایه نیز نقش مهمی پیدا کرد. سرمایه به اندازه نیروی کار و شاید بیشتر از آن اهمیت پیدا کرد؛ چون نیروی کار همه جا پیدا می شد، اما سرمایه نزد هر کسی پیدا نمی شد. اگر در اقتصاد کشاورزی پس از دوره نوسنگی، زمین اهمیت داشت، انقلاب صنعتی این اهمیت را به سرمایه منتقل کرد.

در بعد فرهنگی، کاربرد موتور بخار در فرایندهای چاپ به گسترش نشر کتاب و مجلات و در نتیجه افزایش سواد در میان مردم انجامید. این امر باعث شکل گیری مطالبات اجتماعی و مشارکت فزاینده مردم در فرایندهای سیاسی شد. تشکیل احزاب سیاسی از یادگارهای این دوره است.

#### انقلاب دیجیتال

نیمه دوم قرن بیستم شاهد اختراع و تکامل کامپیوتر بود. کامپیوترهای اولیه اندازه زیادی را در حد یک یا چند اتاق اشغال می کردند و سقف قدرت





## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

پردازش آنها در پایین ترین حد کامپیوترهای کوچک امروزی بود. اما تدریجاً با تکامل در روند ساخت کامپیوتر، این وسیله کوچک و کوچک تر و ارزان تر شد. ضمن آنکه قدرت آن به طور فزاینده ای ارتقا یافت. عبارت انقلاب دیجیتال در واقع توصیف آثار کاهش هزینه کامپیوتر و بهبود کارایی آن در زمینه های مختلف از جمله اقتصاد، اجتماع، فناوری و فرهنگ است. در این راستا، ساخت کامپیوتر شخصی نقطه عطفی محسوب می شود. تشکیل شبکه های محلی و سپس غیرمحملی از جمله دستاوردهای مهم این دوره است که ثمراتی همچون اینترنت را به همراه داشت. اینترنت در ابتدا در داخل ارتش آمریکا و برای تبادل اطلاعات ابداع شد اما در دهه ۱۹۸۰ پنتاگون اجازه استفاده از آن را به دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی آمریکا داد. این آغاز جهانی شدن شبکه ای بود که ظرف مدت کوتاهی بسیاری از مناسبات را دستخوش دگرگونی کرد. در سال های اولیه دهه ۱۹۹۰ وب جهان گستر (WWW) را تیم برنزرلی - محقق انگلیسی - اختراع کرد و در واقع همین قابلیت جدید بود که استفاده از اینترنت را برای همگان امکان پذیر کرد.

امکان تبادل سریع، ارزان و آسان اطلاعات از طریق اینترنت، پیامدهای گسترده ای داشته است. اگر اینترنت نبود، احتمالاً پدیده جهانی شدن به شکلی که امروزه رخ نموده است، وجود نداشت.

در هم تنیدگی اقتصاد کشورها از رهگذر ارتباطاتی که اینترنت میسر کرده است، به بیشترین حد در طول تاریخ بشر رسیده است. به علاوه همه می توانند درباره هر آنچه می خواهند، بنویسند و در اینترنت منتشر کنند. پیدایش وبلاگ ها را عده ای از این جهت، رقابت با نشریات می دانند.

از سوی دیگر، توسعه فناوری اطلاع رسانی و شبکه های کامپیوتری باعث شده است تا بار دیگر حوزه عمومی و خصوصی با یکدیگر هم پوشانی پیدا کنند. اکنون این امکان وجود دارد که برخی کارها را از طریق اینترنت و از خانه انجام داد. اگر انقلاب صنعتی، کار را از خانه جدا کرد، انقلاب دیجیتال بار دیگر این دو را در کنار هم قرار داد.

### توانا بود هر که دانا بود

انسان از مدت ها قبل به این نکته پی برده بود که دانایی (داشتن اطلاعات) به معنای قدرت است. انقلاب دیجیتال باعث شد تا گروه عظیمی از مردم جهان به این قدرت دسترسی داشته باشند اما از دید انفجار گونه اطلاعات سبب شده است تا تفکیک اطلاعات درست از نادرست کار ساده ای نباشد. جوزف نای نظریه پرداز معاصر روابط بین الملل در کتاب «قدرت نرم؛ ابزار موفقیت در جهان سیاست» اینگونه می نویسد: «توجه \_ و نه اطلاعات \_ منبعی کمیاب است و کسانی که می توانند بین اطلاعات ارزشمند و مطالب زمینه ای بی ارزش تمایز قائل شوند، قدرت کسب می کنند». اگر در انقلاب صنعتی، سرمایه قدرت بود، حالا در دوره جاری توانایی تمییز اطلاعات درست از نادرست و کسب توجه قدرت است. البته این بدان معنا نیست که حامل های قبلی قدرت یعنی زمین و سرمایه اهمیت خود را از دست داده باشند؛ این عناصر همچنان ارزش خود را حفظ کرده اند اما عنصر قدرت آفرین دیگری نیز به این معادله افزوده شده است.

### موتور جست و جو

یافتن یا تفکیک اطلاعات در شبکه اینترنت چگونه صورت می گیرد؟ کسانی که با اینترنت کار می کنند، با ابزار کاوشی به نام موتور جست و جو (Search engine) آشنا هستند. از این ابزار برای یافتن اطلاعات در زمینه های مختلف استفاده می شود.

شاید بتوان نقش موتور جست و جو را در انقلاب دیجیتال، معادل موتور بخار در انقلاب صنعتی دانست. پیدایش موتور جست و جو، در واقع نشان دهنده تغییر در مفهوم قدرت است. اگر قبلاً موتور بخار منبع قدرت بود، حالا موتور جست و جو منبع قدرت است، چون حامل قدرت عوض شده است.

معروف ترین موتور جست و جو، گوگل نام دارد. این موتور که در سال های پایانی دهه ۱۹۹۰ ظاهر شد، اکنون قابلیت های فراوانی را به کاربران اینترنت عرضه می کند. جست و جوی کلید واژه، جست و جوی عکس، اخبار، راهنمای سایت ها، گوگل زمین و گوگل کتاب از جمله بخش های این موتور جست و جو است که به طور فزاینده ای قابلیت های گوناگونی پیدا می کند. ۷۰ درصد بودجه تحقیقاتی گوگل صرف توانایی کاوش آن، ۲۰ درصد صرف قابلیت های جانبی آن و ۱۰ درصد دیگر صرف پژوهش می شود.

همان گونه که موتور بخار سرآغاز انقلابی شد که دگرگونی های عمیقی در زندگی انسان پدید آورد، موتور کاوش نیز تدریجاً نقش بزرگی در زندگی برعهده می گیرد. حتی عده ای معتقدند در آینده ای نه چندان دور، اشتراک موتور جست و جوی مانند گوگل به مانند اشتراک آب، برق، گاز و تلفن برای همه خانه ها ضروری خواهد بود. بشر از موتور بخار تا موتور جست و جو، راه زیادی آمده است اما این هنوز پایان راه تکامل نیست.

منبع : روزنامه همشهری



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

### موتور جستجو چیست؟

دنیای وب منبع عظیمی از اطلاعات است که روزبه‌روز برحجم آن افزوده می‌شود. در حال حاضر میلیاردها صفحه که اطلاعات فراوانی از موضوعات مختلف را در بر دارند. بر روی سرورهای مختلف جا خوش کرده اند. این در حالیست که تولد سایتهای جدید و گسترش سایتهای موجود نیز به طور فزاینده ای به این حجم اطلاعات می افزاید. نرخ رشد اطلاعات تا بدان جاست که امروزه مشکل دسترسی به اطلاعات جدی تر از نبود اطلاعات است. امروزه چالش عمده اکثر کاربران دستیابی به اطلاعات است. به عبارت دیگر اگر کاربری دنبال موضوعی خاص باشد. کدام صفحه را باید بخواند؟ از میان این تعداد عظیم صفحات موجود. کدام صفحه نیاز او را برآورده می کند؟

اگر سایتی باشد که به کاربران دریافتن اطلاعات کمک کند. قطعاً مورد توجه خواهد بود. خوشبختانه چنین سایتی وجود دارد و ما آن را با نام موتور جستجوگر می شناسیم.

موتور جستجوگر سایتی است که برای کمک به کاربران در یافتن اطلاعات موجود در سایتهای دیگر طراحی شده است. موتور جستجوگر سایتی است که با گرفتن عبارتی مختصر. کاربر را با لیستی از سایت ها روبرو می‌کند که به موضوع مورد علاقه او مرتبط می‌باشند.

آمارها نشان می دهند که افراد بسیاری سفر در دنیای وب را با موتورهای جستجوگر آغاز می‌کنند و مراجعه به موتورهای جستجوگر چنان عادی شده است که جستجو کردن و کار با موتورهای جستجوگر. دومین فعالیت عمده کاربران در دنیای وب (بعد از ارسال و دریافت نامه های الکترونیکی). محسوب می شود.

هر چه بر محبوبیت وب افزوده می گردد. نیاز به بایگانی کردن اطلاعات آن نیز بیشتر می‌شود؛ موتور جستجوگر نیز در واقع این اطلاعات را بایگانی کرده. در زمان مورد نیاز و به سرعت در اختیار کاربران قرار می‌دهد. بدون موتور جستجوگر. وب تنها به بخش کوچکی از موفقیت امروزی خود دست می‌یافت زیرا موتور جستجوگر. اینترنت را به رسانه‌ای قابل استفاده برای همه کرده است (از هیچ کس توقع نمی‌رود تعداد زیادی از آدرس های وب را به یاد داشته باشد).

آن چه که موتورهای جستجوگر انجام می دهند- با درجات متفاوتی از موفقیت- فراهم کردن یک وسیله جستجوی ساده است. وقتی یک کاربر وب عبارتی را جستجو می‌کند. موتور جستجوگر لیستی از سایت ها را ارائه می‌کند که تعداد آنها از چند صد مورد تا چند میلیون متغیر می‌باشد.

سایت هایی که موتور جستجوگر به عنوان نتایج جستجویش ارائه می‌کند. بر حسب میزان ارتباط با عبارت جستجو شده به ترتیب نزولی لیست می‌شوند. به عبارت دیگر سایتی که به عنوان اولین سایت در نتایج جستجو معرفی شده است. مرتبط ترین سایت با عبارت جستجو شده از دید آن موتور جستجوگر بوده است.

دقت در ارائه نتایج جستجو چیز است که کاربران وب همواره از موتورهای جستجوگر می خواهند. هر چه نتایج جستجوی یک موتور جستجوگر دقیق تر و مرتبط تر باشد. محبوب تر خواهد بود و کاربران بیشتری بدان مراجعه خواهند کرد.

اگر عبارت یکسانی در تمام موتورهای جستجوگر. جستجو شود هیچ کدام از آنها نتایج یکسانی را ارائه نمی‌دهند و با نتایج کاملاً متفاوتی روبرو می‌شویم. تفاوت در ارائه نتایج جستجو در موتورهای جستجوگر از تفاوت آنها در الگوریتم (سیستم رتبه بندی) و بایگانی داده‌شان ناشی می‌شود. حتی اگر همه آنها از بایگانی داده یکسانی نیز استفاده کنند. بازهم نتایج جستجویشان متفاوت خواهد بود. موتور جستجوگر برای رده‌بندی صفحات وب از الگوریتم خاصی استفاده می‌کند که فوق‌العاده محرمانه می‌باشد. الگوریتم نیز مجموعه ای از دستورات عملی است که موتور جستجوگر به کمک آن تصمیم می‌گیرد که سایت ها را چگونه در خروجی اش مرتب کند.

برای اینکه سایت ها با هم مقایسه شوند و بر حسب میزان ارتباط با موضوع جستجو شده. مرتب شوند. موتور جستجوگر. الگوریتم را بر مجموعه‌ای از پارامترها اعمال می‌کند. پارامترهای مورد توجه موتور جستجوگر نیز همانند الگوریتم آن ها ناشناخته می‌باشد و این ناشناخته ها جذابیت دنیای موتورهای جستجوگر را دوچندان می‌کنند. به اهمیت موتورهای جستجوگر از دیدگاه کاربران وب و جستجوکنندگان اطلاعات اشاره شد. آیا موتورهای جستجوگر از دیدگاه جاری و دیدگاه یک مدیر سایت نیز مهم می باشند؟

### اهمیت جاری موتورهای جستجوگر

فعالان عرصه تجارت الکترونیک. آوردن بیننده به سایت را برای موفقیت در دنیای وب و تجارت آنلاین ضروری می دانند. فرقی نمی‌کند که سایت چه می‌فروشد و چه خدماتی ارائه می دهد: اگر سایتی به دنبال فروش کالا یا خدمات و کسب درآمد یا محبوبیت است. باید بیننده داشته باشد.

تعداد بینندگان یک سایت. برگ برنده آن برای کسب موفقیت در دنیای وب می‌باشد. سایتی که بیننده ندارد. بدون شک مرگی آنلاین را تجربه می‌کند و چه بسا براند سایتهایی که هر روزه از چرخه زندگی در وب خارج می شوند!



## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

برای دعوت بینندگان به وب سایتان چه تدابیری اندیشیده اید؟ چگونه دیگران بدانند که شما سایت پر محتوا و جذابی دارید؟ خود شما چگونه سایتهای دیگر را می یابید؟

بدون هیچ گونه تردیدی باید گفت که ما در اغلب موارد به کمک موتورهای جستجوگر به آنچه که می خواهیم، دست می یابیم.

اگر ما اینکار را انجام می دهیم، دیگران نیز دقیقا همین کار را می کنند: جستجوی چند عبارت در یکی از موتورهای جستجوگر و مراجعه به یکی از وب سایتهای آنها. ببینیم آمارها چه می گویند:

\* ۸۲ درصد کاربران اینترنت، موتورهای جستجوگر را ابزار اصلی خود برای یافتن وب سایتهای عنوان کرده اند.

\* ۵۷ درصد از کاربران اینترنت، هر روز جستجو می کنند و ۴۶ درصد این جستجوها برای کالا یا خدمات است. (منبع: SRI)

\* ۸۵ درصد ترافیک هدفمند در اینترنت را موتورهای جستجوگر باعث می شوند.

(منبع: Vth www user survey-Georgia Institute of Technology)

همان گونه که آمارها نشان می دهند موتورهای جستجوگر ابزار مناسبی هستند که خریداران به کمک آنها، کالا یا خدمات مورد نیاز خود را می یابند. البته تنها رده های بالای نتایج جستجو هستند که مورد توجه کاربران قرار می گیرند و آنها به سایتهای لیست شده در این رتبه ها مراجعه می کنند. بسیاری از کاربران دریافته اند که در اغلب موارد ۱۰ رتبه اول نتایج جستجو می تواند خواسته آنها را برآورده کند و هنوز هم علاقه دارند که تنها ۱۰ سایت اول در نتایج جستجو را مرور کنند. اما آمارها چه می گویند:

\* ۷۰ درصد از کاربران به هنگام جستجو حتما یکی از سه سایت ابتدای نتایج جستجو را کلیک می کنند.

\* تنها ۷ درصد از آنها سایتهای قرار گرفته در رتبه های بیستم به بعد را کلیک می کنند.

\* ۸۵ درصد از آنها اگر جوابی برای جستجوی خود در بیست نتیجه اول نتایج جستجو نیابند، موتور جستجوگر مورد استفاده خود را عوض می کنند.

\* ۳۳ درصد کاربران وب فکر می کنند سایتی که در ابتدای نتایج جستجو قرار دارد، در موضوع جستجو شده سرآمدتر از رقبای خود است و در آن موضوع پیشرو می باشد.

با دقت در این آمارها، اهمیت کسب رتبه های بالا در موتورهای جستجوگر روشن تر می شود. نکته مهم دیگر این است که بینندگانی که موتورهای جستجوگر روانه سایتهای آنها می کنند، به احتمال زیاد مخاطبان اصلی سایت مورد نظر می باشند و این در حالی است که هزینه چندان نیز صرف آوردن آنان به سایت نشده است.

آمارهای ارایه شده از رفتار کاربران وب پیام بسیار واضحی دارد: سایتهایی که در رتبه های بالا قرار نمی گیرند، بخش مهمی از کاربران مخاطب خود را از دست می دهند.

یک سایت ممکن است هزاران بیننده داشته باشد اما تعداد بینندگان گروه مخاطب آن است که موفقیت سایت را رقم می زند. زیرا در اغلب موارد این بینندگان مخاطب سایت هستند که از سایت چیزی بیشتر از اطلاعات رایگان ارایه شده می خواهند.

امروزه تجارت الکترونیک خود را با مسئله رتبه بندی در موتورهای جستجوگر هماهنگ کرده است زیرا رتبه های بالاتر مستقیما به فروش بیشتر، تعبیر می شوند. طبق آمارهای ارایه شده در ابتدای سال جدید میلادی (۲۰۰۳) نزدیک به ۹۳ درصد بینندگان سایت های فعال در زمینه ارایه هدایای کریسمس را موتورهای جستجوگر فراهم کرده اند که در این بین گوگل با ۲۷ درصد در صدر ایستاده است و پس از آن یاهو با ۲۵ درصد در رده دوم قرار گرفته است.

شماره بازاریابی حکم می کند که همواره در جایی حضور داشته باشیم که مشتری ما آنجا است. اگر ما آنجا نباشیم، رقیب ما آنجا خواهد بود. به عبارت دیگر کسی که قرار است از ما خرید کند، از رقیب ما خرید می کند:

رقیب ما هر روز چاق تر و چاق تر می شود و ما نحیف و نحیف تر.

بازاریابی با موتورهای جستجوگر (Search Engine Marketing) نیز دو هدف عمده زیر را دنبال می کند:

۱. حضور در جاهایی که خریداران ما آنجا هستند.

۲. بالاتر بودن از رقیب (کسب وضعیت بهتر نسبت به رقیب)

اینگونه از بازاریابی شامل فعالیتهای مختلفی می باشد که از مهمترین فعالیتهای آن، بهینه سازی سایت (Search Engine Optimization) می باشد. در حقیقت موتورهای جستجوگر از مهمترین بینندگان هر سایتی هستند. اگر سایت شما تنها برای مرورگرها، بهینه سازی شده است. کمی تامل کنید: سایت شما باید برای موتورهای جستجوگر هم بهینه سازی گردد. به عنوان مثال مرورگرها می توانند صفحات را با وجود بعضی از خطاها در کدهای آنها، به کاربران نمایش دهند اما موتورهای جستجوگر تا این حد مهربان نیستند. خوشبختانه توجه به موتورهای جستجوگر در طراحی سایت، آنرا برای کاربران سایت هم قابل استفاده تر می کند.

بهینه سازی سایت به معنای به کارگیری ترفندهای پیچیده نیست بلکه در اغلب موارد به کارگیری و اعمال تغییرات کوچک و ساده در سایت است که معمولا تاثیر فوق العاده ای در بالا بردن ضریب نفوذ سایت شما در موتورهای جستجوگر دارند. ضریب نفوذ مناسب به معنای حضور در موتورهای جستجوگر مهم و عمده، بایگانی شدن هر چه بیشتر صفحات سایت در پایگاه داده آنها و قرار گرفتن در صفحه های اول تا پنجم نتایج جستجوی آنهاست.

متخصصین بسیاری در تلاش اند تا الگوریتم و پارامترهای مورد توجه موتورهای جستجوگر را شناسایی کنند تا بتوانند به کمک آنها به رتبه های بالاتری دست یابند و شانس خود را در کسب درآمد بیشتر، افزایش دهند.

البته به موازات آنها، موتورهای جستجوگر نیز روز به روز الگوریتم های خود را هوشمندتر کرده و بر اقدامات امنیتی برای حفاظت از الگوریتم هایشان می افزایند.

چیزی که امروزه این متخصصان با تاکید بر آنها قصد بهبودی رتبه های سایت های خود را دارند، تنها چربه است و نه یافته های علمی ثابت شده از اسرار بسیار موتورهای جستجوگر.

#### خلاصه:

موتور جستجوگر ابزاری است که کاربران اینترنت به کمک آنها سایت ها را می یابند.

نتایج جستجوی تمام موتورهای جستجوگر دقیق نیست.

بسیاری از کاربران دریافته اند که در اغلب موارد ۱۰ رتبه اول نتایج جستجوی موتورهای جستجوگر می تواند خواسته آنها را برآورده کند.

راههای بسیاری برای دسترسی به سایتها وجود دارد اما موتورهای جستجوگر همواره راهکار اساسی بوده اند.

جارت الکترونیک به شدت خود را با مسئله رتبه بندی در موتورهای جستجوگر هماهنگ کرده است و همه سایت ها برای کسب رتبه های بالا تلاش می کنند.

اجرای یک برنامه موفق بازاریابی با موتورهای جستجوگر، بدون یک ساختار و زیربنای مستحکم در خود سایت اصولا با شکست همراه می باشد.

منبع: [www.aftab.ir](http://www.aftab.ir)

## آشتی با موتور های جست و جو

موتور های جست و جو برای سایت های بزرگ است. سایت یا وبلاگ من شانسی برای نمایش در بین پاسخ های جست و جو ها ندارد... چقدر این تصورات را قبول دارید؟ آیا دوست ندارید هر روز تعداد زیادی بازدید کننده از سوی موتور های جست و جو به بلاگ یا سایت های شما سرازیر شوند؟ در مورد موتور های جست و جو Search Engine Optimization - SEO زیاد می توان صحبت کرد. اما در این نوشتار فقط قصد داریم با هم نکاتی ساده و کاربردی از موتور های جست و جو را مرور کنیم.

بدون مقدمه بیشتر با هم می خوانیم.

### \* همه نه

موتور های جست و جو تنها در میان سایت هایی جست و جو می کنند که قبلاً به روش های مختلف آنها را شناخته اند و نه همه سایت هایی که در شبکه وجود دارند. عجله نکنید شما هم شناخته می شوید.

### \* حرفی برای گفتن

برای پیدا شدن باید حرفی داشته باشید تلاش های شما برای موفقیت در موتور های جست و جو تنها در کنار سایت یا بلاگی پرمحتوا و کاربر پسند موثر خواهد بود.

### \* کلمات کلیدی نه کیلویی

لغاتی که کاربران در موتور های جست و جو سرچ می کنند را کلمات کلیدی یا Keyword می نامند. انتخاب و تمرکز روی کلمات کلیدی برای دارندگان سایت یا بلاگ خیلی مهم است. یعنی شما توقع دارید سایت تان در بین پاسخ های چه جست و جو هایی باشند.

### \* دیکته نه املا

وقتی قصد دارید چندین بار از یک کلمه در یک صفحه استفاده کنید آن را هم به فارسی و هم به انگلیسی خلاصه و کامل و با تمام حالت ها و املا های ممکن بنویسید این کار باعث می شود بانک کلمات کلیدی سایت شما افزایش یابد. حتی بهتر است غلط های رایج املائی در مورد کلمات را در کد های مخفی قالب تان بنویسید.

### \* تب

سعی کنید قسمتی از بلاگ یا سایت تان را به اخبار و مطالب روز اختصاص دهید و در مورد تب های خبری به گوش باشید. اینگونه مطالب به ناگهان مورد توجه قرار می گیرند و برای مدتی تبدیل به کلمات پرکاربرد در موتور های سرچ می شوند مثلاً «انتخاب بهترین وزنه بردار قرن» در این اواخر از همین موارد بود.

### \* تبادل لینک می کنیم...

لینک شما در سایت ها و بلاگ های دیگر علاوه بر کلیک های مستقیم باعث افزایش رتبه شما در موتور های جست و جو می شود. هر چه سایت یا بلاگ های میزبان پربیننده تر و از نظر محتوا به وب شما نزدیک تر باشد موثر تر خواهد بود.

### \* فهرست ها و دایرکتوری ها

فهرست ها یا دایرکتوری ها سایت هایی هستند که به جمع آوری و گروه بندی مشخصات سایت های دیگر می پردازند و شما می توانید به راحتی سایت خود را در این فهرست ها جای دهید. Dmoz و Yahoo دو تا از مهم ترین دایرکتوری ها هستند. در مورد ثبت وب دایرکتوری ها سه نکته قابل ذکر است: اول اینکه اگر سایت شما تکمیل نشده است به سراغ دایرکتوری ها نروید زیرا دایرکتوری ها قبل از ثبت سایت آن را بررسی می کنند و غالباً سایت یا بلاگ هایی که مشکل داشته باشند در هنگام ثبت نیز دچار مشکل می شوند.

دوم اینکه سعی کنید بهترین و تخصصی ترین شاخه را برای ثبت سایت تان در فهرست ها انتخاب کنید و سوم: برخی از نرم افزارها به صورت رایگان به شما کمک می کنند تا سریع تر مراحل ثبت در لیست ها را انجام دهید. تنها هنگامی از این نرم افزارها استفاده کنید که مراحل را تحت کنترل داشته باشند یعنی فهرست ها و مشخصات را خودتان وارد کنید زیرا بهتر است در مورد فهرست های بزرگ و عمده به صورت دستی و با دقت بیشتر عمل کنید.





## پورتال مقالات کامپیوتر و فناوری اطلاعات

### \* دامین و تیتراهای داغ

دامین و عنوان صفحات (page title) ارزش فوق العاده ای برای موتورهای سرچ دارند. انتخاب دامین مناسب برای سایت و عنوان مناسب و مرتبط با محتوای صفحات در رتبه شما موثر خواهد بود. بهتر است مهم ترین کلمه کلیدی تان را در آدرس دامین و دیگر کلمات کلیدی مورد نظر را در عناوین صفحات بگنجانید. این کلمات را در عناوین صفحات مختلف جا دهید البته ارتباط مناسب عناوین با محتوای صفحات را فراموش نکنید.

### \* پیوندتان

«اینجا کلیک کنید»... این عبارت را زیاد دیده اید. بهتر است متن لینک هایتان با مقصدشان مرتبط باشند. لینک های شکسته (لینک هایی که به صفحاتی که وجود ندارند متصل می شوند) اثر منفی زیادی دارند و بعضی موتورهای جست و جو صفحاتی که زیاد لینک شکسته دارند را جدی نمی گیرند. سعی کنید در هر صفحه بیش از ۵ لینک قرار ندهید چون برخی از موتورهای سرچ به تعداد زیاد لینک در یک صفحه حساسند. اگر چند سایت یا بلاگ مختلف دارید از آنها به یکدیگر لینک دهید.

### \* عکس ها هم...

حتماً تاکنون متوجه عباراتی شده اید که در حالت Mouse over (هنگام قرار گرفتن موس روی متن یا تصویر) نمایش داده می شود. این عبارت با alt tag در دستورهای مربوط به نمایش تصاویر و یا لینک ها قابل تنظیم است. اکثر طراحان معمولاً این شناسه را خالی می گذارند. پر کردن این قسمت در لینک ها و مخصوصاً تصویرها به شما کمک می کند.

### \* بالاتر، مهمتر

چند خط و قسمت های بالاتر و تقریباً نصفه بالای سایت شما ارزش خاصی برای موتورهای جست و جو دارند. بهتر است کلمات کلیدی خود را در اوایل صفحه به کار ببرید. من شخصاً Combo box ها (منوهای پایین افتادنی یا Drop Down) را پیشنهاد می کنم که شامل لینک مطالب شما باشند و در این محل ها قرار بگیرند.

### \* یک / ناقابل

سعی کنید همه جا در آخر آدرس هایتان از «/» استفاده کنید یعنی مثلاً [www.google.com/](http://www.google.com/) بهتر است از [www.google.com](http://www.google.com) علت هم ندارد! می گویند موتورهای جست و جو این طوری بهتر می پسندند.

منبع: شرکت نرم افزاری ایده تک



## عنکبوتها در موتورهای جستجو

موتورهای جستجو، ابزارهایی دارند که برای رتبه بندی وب سایتها از آنها استفاده می کنند. عنکبوتهای موتور جستجو برنامه هایی کاملاً اتوماتیک هستند که وارد وب سایت می شوند و کلمات و عبارات کلیدی آن را استخراج کرده به موتور جستجو تحویل می دهند.

عوامل بسیاری در موفقیت يك كسب و كار موثرند که فاکتور زمان از مهمترین آنهاست. این واقعیت درباره تجارت و کسب و کار اینترنتی هم صدق می کند. اخذ نتایج خوب و دلخواه به سادگی و سریع فراهم نمی شود. درجه و رتبه وب سایتها در موتورهای جستجو از اساسی ترین معیارهای محبوبیت و موفقیت و رشد يك كسب و كار الکترونیک است که فعالیت در دنیای مجازی را به حضور در جهان فیزیکی معمولی ترجیح داده است. میلیونها وب سایت هستند که موتور جستجویی چون گوگل آنها را رتبه بندی کرده و ممکن است هنگام جستجوی يك واژه یا عبارت، صدها صفحه را پیش چشممان کاربر جستجوگر قرار دهد. برتری و کسب مقامی در خور توجه در بین جمعیتی اینچنین وقتگیر و سخت است.

اصول ثابت شده ای هستند که رعایت آنان در آغاز کار، کمک کننده هستند. الان و با توجه به استراتژیهای جدید موتورهای جستجویی چون گوگل، بین شش ماه تا يك سال طول می کشد تا يك وب سایت جدید بتواند نتایج رتبه بندیهای موتور جستجو را ببیند. اصل اول، به روز کردن و متنوع نمودن هر روزه وب سایت است. هر بار که صاحب وب سایت، به سراغ مخلوقش می رود باید سعی کند، محتوا را جالبتر و پربارتر نماید.

موتورهای جستجو، ابزارهایی دارند که برای رتبه بندی وب سایتها از آنها استفاده می کنند. عنکبوتهای موتور جستجو برنامه هایی کاملاً اتوماتیک هستند که وارد وب سایت می شوند و کلمات و عبارات کلیدی آن را استخراج کرده به موتور جستجو تحویل می دهند. همین واژه ها و عبارات هستند که باعث می شوند نام يك وب سایت پس از این که کاربر آنها را در، جستجوگرها تایپ می کند پیش چشممان او ظاهر گردد. عنکبوتها درباره این که محتوای يك وب سایت چیست و در چه حوزههای فعال است، چیزی نمی دانند و این داده ها را هم نمی شناسند و درک نمی کنند. این پروسه کاملاً اتوماتیک است. به همین دلیل صاحب يك وب سایت باید به نهایت توجه و دقت کند تا مطمئن شود پیش از این که وب سایت را ثبت کند، همه دستورالعملها را به درستی انجام داده باشند.

برنامه فوق نمی تواند تصاویر و گرافیک ها را بشناسد. از این رو يك وب سایت موفق باید بر متن تکیه کرده اطلاعات کلیدی را در متن بگنجاند. داده ها و عبارات و کلمات کلیدی و مهم باید در همان پاراگراف نخست متن باشند و در ضمن جستجو در سایت راحت بوده، مطالب در الگویی ساده و آسان تنظیم شده باشند.

اگر واژه های شاخص و برجسته این وب سایت در عنوان آن درج شود، شانس کسب رتبه خوب در لیست موتور جستجو را بالا خواهند برد.

پاراگراف ها باید کوتاه و جامع و کامل باشند و از هر گونه زیاده گویی باید پرهیز شود. عنکبوتهای جستجوگر نمی توانند تصاویر و گرافیکها را بشناسند ولی يك وب سایت بدون تصویر جذاب نخواهد بود. به همین خاطر درج همان کلمات کلیدی در تصاویر، کمک کننده است.

نباید سطوری که واژه ها و عبارات کلیدی را توضیح می دهند، از قلم انداخت.

عنکبوتهای حاضر بر این نوشته ها چندان تاکید نمی کنند ولی به هر حال مهم هستند. سادگی و دقت و جامعیت آنها نیز مورد توجه است.

منبع : <http://aftab.ir>