

استراتژی سئو سایت گردشگری: نحوه ایجاد لینک، ترافیک و تبدیل



استراتژی سئو سایت گردشگری:
نحوه ایجاد لینک، ترافیک و تبدیل



<https://iracode.com/travel-content-seo-strategy-how-to-build-links-traffic-and-conversions/>



۰۹۱۲۴۱۰۴۵۳۵

ظهور اینترنت به شرکت های مسافرتی راه کاملا جدیدی برای قرار گرفتن در معرض آن داد. زمانی که ممکن بود مجبور بودید به بروشورهای قدیمی، عکس های تاری یا (بدتر از همه) نمایش اسلاید خسته کننده در مورد سفرش به برمودا تکیه کنید، اکنون هر کسی می تواند عکس ها، ویدیوها و داستان هایی را از تعطیلات خود ایجاد کند، سرپرستی کند و در چند ثانیه به اشتراک بگذارد. و در حالی که این برای قرار دادن افراد در معرض جاذبه های کمتر شناخته شده و مقاصدی که باید حتما ببینید عالی است، رقابت گسترده ای برای ترافیک وب نیز ایجاد کرده است. پست های بلاگ پشت سر هم بدر نمی خورد. شما به یک استراتژی سئو سایت گردشگری نیاز دارید.

مطمئن نیستید که چیست؟ شاید شما یک ایده مبهم داشته باشید اما هیچ سرخی برای ایجاد یک ایده از کجا شروع کنید؟ یا فقط می خواهید موارد ضروری را بررسی کنید و استراتژی محتوای موجود خود را اصلاح کنید؟ شما در نقطه مناسبی هستید در این بخش، ما عمیقاً به توسعه یک برنامه محتوایی برای تجارت مسافرتی شما می پردازیم و شما را به دانش مورد نیاز مجهز می کنیم. با شرکت خدمات سئو ایراکد همراه باشید تا علاوه بر کسب اطلاعات کافی سئو سایت گردشگری به فرایند تبدیل ترافیک این سایت ها بپردازیم.



نحوه ی شروع استراتژی سئو سایت گردشگری چگونه است؟

اگر این اولین باری است که شما یک استراتژی سئو سایت گردشگری را توسعه می دهید، ممکن است کار دشوار به نظر برسد و ممکن است مطمئن نباشید که از کجا شروع کنید. ایجاد یک استراتژی محتوای سفر عالی ساده تر از آن چیزی است که فکر می کنید. بهترین مکان برای شروع در ابتدا است. و این به معنای ارزیابی موقعیت فعلی شما برای تصمیم گیری صحیح در مورد اقدامات بعدی است.

به عنوان مثال، اگر شما یک سایت کوچک و بدون لینک هستید، شروع تولید محتوای خود با تمرکز بر پست های طولانی که کلمات کلیدی بسیار رقابتی را هدف قرار می دهند، احتمالاً بهترین رویکرد نیست. به همین ترتیب، اگر به خوبی تثبیت شده اید و پروفایل پیوند قوی دارید، ایجاد محتوا صرفاً برای تولید لینک ممکن است بهترین سرمایه گذاری در زمان شما نباشد. برای اینکه تصمیم بگیرید زمان خود را در کجا بهتر سپری کنید، باید در مورد اولویت خود تصمیم بگیرید.

آیا می خواهید محتوای شما لینک های جدیدی جذب کند؟

اگر یک سایت کاملاً جدید هستید یا یک پروفایل پیوند کوچک دارید، توصیه می کنم ابتدا روی محتوا برای پیوندها تمرکز کنید. اگر به خوبی تثبیت شده اید و در حال حاضر نمایه پیوند مناسبی دارید، احتمالاً می توانید مستقیماً به سمت ایجاد محتوا برای ترافیک بروید. بنابراین، چگونه به آن دو چیز حرکت کنیم؟

استراتژی برای لینک ها

الگوریتم جستجوی گوگل به لینک های با کیفیت به سایت شما اهمیت می دهد.

اما اگر به تازگی وب سایت خود را راه اندازی کرده باشید یا مدتی است که آن را اجرا می کنید، اما لینک های ورودی زیادی ندارید، چه؟ پاسخ واضح است: شما باید چند لینک را بدست آورید. هنگامی که محتوایی را ایجاد کردید که این کار را انجام می دهد، سپس می توانید نوع محتوایی را درست کنید که ترافیک ایجاد می کند.

این دو مورد که با هم کار می کنند شانس بسیار بیشتری برای رتبه بندی خوب و جذب ترافیک به شما می دهد، اما بعداً در مورد آن بیشتر توضیح خواهیم داد.

در همین حال، بیا ببیند به چند رویکرد مختلف برای ایجاد محتوایی که لینکها را به سایت شما جذب می کند، نگاه کنیم.



مجبور کنید به شما ارجاع بدهند
اگر یک چیز وجود داشته باشد که وبلاگ نویسان دوست دارند، آن آمار است.
ایجاد صفحاتی در سایت شما که آمارهای کلیدی مربوط به صنعت سفر را پوشش می دهد، راهی عالی برای یافتن پیوندها در طول زمان است، زمانی که روزنامه نگاران یا وبلاگ نویسان به دنبال منابعی برای مرجع هستند.
این ممکن است فهرستی از آمارهای کلیدی مربوط به سفر در یونان، صفحه ای بر اساس شماره سفر خانواده یا فهرستی از محبوب ترین مقاصد گردشگری باشد.
اگر آمار را داشته باشید، کسی به آنها نیاز خواهد داشت.
این یک پیروزی سریع نیست که به سرعت لینک های زیادی را برای شما به ارمغان بیاورد، اما اگر تعداد کافی از آنها را ایجاد کنید، آنها می توانند در طول زمان یک پروفایل لینک عالی بسازند.
مطالعه خود را فراموش نکنید
یک راه فوری تر برای به دست آوردن پیوندها، تحقیق و ایجاد مطالعاتی است که یافته های جدید را برجسته می کند.
این یک نمایشنامه روابط عمومی کلاسیک است که مطالب جدیدی را برای ارائه به روزنامه نگاران در اختیار شما قرار می دهد که می تواند پوشش و پیوندهایی را در سایت های سطح بالا به شما بدهد.
اگر توسط افراد مناسب علاقه مند به یافته های جدید شما دیده شود، می توانید تقریباً بلافاصله شروع به دیدن پیوندها کنید.
این می تواند توسط شرکت های کوچک با بودجه با ترکیب مجموعه داده های موجود برای ایجاد نتایج جدید انجام شود.
یک منبع باشید
صفحات منابع با کیفیت زیادی وجود دارد که بهترین مقالات را در مورد یک موضوع خاص فهرست می کنند. برای اینکه در آنها برجسته شوید، به منبعی نیاز دارید که ارزش پیوند دادن به آن را داشته باشد. خوشبختانه، شما می توانید یکی را ایجاد کنید و سپس آن را مطرح کنید!
هیچ رویکرد واحدی برای این کار وجود ندارد، اگرچه استفاده از کیفیت قطعات موجود در صفحه باید راهنمای خوبی باشد. این راهنما یک فرآیند ایجاد یکی را تجزیه می کند. استراتژی سئو سایت گردشگری این می تواند مواردی مانند صفحاتی باشد که به بهترین راهنماها در مورد مقصد لینک می دهند.
فرصت ها همچنین می توانند در مناطق ویژه تری مانند راهنماهای سفر در دسترس در یک مکان خاص قرار بگیرند. اگر مفید و قابل پیوند باشد، می تواند به عنوان یک منبع، یعنی لینک ها، عمل کند.



شانس خود را در پادکست امتحان کنید
ایجاد یک پادکست با کیفیت که ارزشش را داشته باشد زمان و تلاش می‌برد، اما با انجام این کار، یک دارایی واقعاً قابل پیوند ایجاد می‌کنید.
یک پادکست با کیفیت، به ویژه در یک موضوع منحصر به فرد، به شما کمک می‌کند که برجسته شوید.
ناگفته نماند میزان محتوایی که در آن «بهترین پادکست‌ها برای XYZ» را برجسته می‌کند، فرصت بزرگی برای انتخاب پیوندهای طبیعی ارائه می‌دهد.
مزایای دیگر عبارتند از:
خود را به عنوان یک رهبر فکری معرفی کنید.
ارتباط با اینفلوئنسرها
ایجاد مشارکت‌های احتمالی خیلی بیشتر

آنچه در سفر اتفاق می‌افتد خلاصه کنید
یکی از موارد قدیمی اما همچنان که اگر به درستی اجرا شود می‌تواند ارزش بسیار زیادی داشته باشد، جمع بندی است، که به عنوان پست‌های «آنچه در (خالی) اتفاق می‌افتد» است.
این به شما امکان می‌دهد با افراد کلیدی ارتباط برقرار کنید، و اگر عاقلانه انتخاب کنید، ممکن است افرادی را پیدا کنید که با صفحات مطبوعاتی در سایت‌های خودشان وارد شوند. ارجاع به آنها اغلب منجر به لینک‌هایی از افرادی می‌شود که برجسته شده‌اند.
روزانه تعداد زیادی از استراتژی سئو سایت گردشگری جدید و فوق العاده به اشتراک گذاشته می‌شود، بنابراین هرگز نباید در مورد مواردی که باید بگنجانید الهام بگیرید. هنگامی که به اندازه کافی پست برای لینک‌سازی ایجاد کردید و کمی شتاب گرفتید، وقت آن است که به سمت محتوای خود برای ترافیک بروید.



برای ترافیک بیشتر برنامه ریزی کنید خوب، ما استراتژی سئو سایت گردشگری ایجاد لینک ها را مرتب کرده ایم. حالا بیایید به سراغ توسعه نوع محتوایی برویم که باعث افزایش ترافیک می شود. وقتی به این مرحله رسیدید، پیروی از فرآیند زیر باید ساختار خوبی برای ایجاد محتوایی به شما بدهد که در افزایش دید جستجوی شما موفق باشد.

شخصیت مخاطبان کمک بزرگی هستند شخصیت‌های مخاطب اعتبار بدی دارند، اما اگر آن را ساده نگه دارید و به درستی از آنها استفاده کنید، می‌توانند به شما کمک کنند تا یک استراتژی محتوایی طراحی کنید که به افراد مناسب دسترسی پیدا کند.

آنها عمدتاً برای ایجاد تصویر واضحی از افرادی که در بازاریابی خود هدف قرار می دهید وجود دارند.

این به معنای همه ژینگول و مینگول های اسامی، شرح شغل و رنگ مو نیست. این می تواند به سادگی یک پیام برای شناسایی افرادی باشد که ممکن است محصول شما را بخرند یا تقویت کننده ای برای کسب و کار شما باشند.

اگر به چند شخصیت با توضیحات بی‌معنا رسیدید، می‌توانید از این برای راهنمایی محتوای مورد نظر آنها استفاده کنید. ما این را به ویژه در شناسایی علایق دیگر مشتریانمان مفید یافتیم.

به عبارت دیگر، فقط به این دلیل که ما برای شرکت های مسافرتی بازاریابی می کنیم، به این معنا نیست که مخاطب فقط به سفر علاقه مند است.

بنابراین، چرا محتوایی ایجاد نمی کنید که به آن علایق مرتبط نیز پاسخ دهد؟ این به شما امکان می دهد در مقابل مخاطب قرار بگیرید و آنها را وارد عنصر سفر کنید. استراتژی سئو سایت گردشگری در این مورد کمک کننده است.



تحقیق کلمات کلیدی نتیجه می دهد

شما به این فکر کرده اید که مخاطب چه کسی است، و اکنون این یک مورد شناسایی چیزهایی است که آنها بیشتر به دنبال آنها هستند. زمان آن رسیده است که به تحقیق کلمات کلیدی بپردازید.

فرآیندی مانند این را برای شناسایی عبارات با بهترین حجم دنبال کنید، اما از فرصت‌های گسترده‌تر در دسترس غافل نشوید.

شما نباید به پنج یا حتی ۱۰ عبارت برتری که می خواهید رتبه بندی کنید فکر کنید. در عوض، باید تمام عبارات مربوط به خود و محصول یا خدمات خود را در نظر بگیرید.

در سفر، این funnel بسیار بزرگ است زیرا مناطق زیادی وجود دارد که مردم قبل از رزرو در آن تحقیق می کنند.

این ممکن است بهترین زمان برای بازدید از یک مکان، کارهایی که در یک مکان انجام شود، یا به سادگی جزئیاتی در مورد جاذبه های فردی باشد. تا زمانی که راضی نشده اید که همه چیزهایی را که می تواند در آن سفر دخیل باشد را پوشش داده اید، نباید ادامه دهید.

حسابرسی محتوا انجام دهید

هنگامی که تمام عبارات مربوط به خود را شناسایی کردید، وقت آن است که ببینید در استراتژی سئو سایت گردشگری آیا قبلاً آنها را پوشش داده اید یا خیر. یک حسابرسی محتوا انجام دهید و به تحقیق کلمات کلیدی با رتبه بندی فعلی خود ارجاع دهید و محتوایی را که نیاز به ایجاد، بهبود یا به روز رسانی دارد، شناسایی کنید.





الویت بندی کنید

هنگامی که می دانید چه محتوایی در حال حاضر دارید و باید ایجاد کنید، زمان آن است که اولویت بندی کنید که ابتدا روی چه چیزی کار کنید.

تمرکز بر روی دسته های موضوعی یک راه عالی برای انجام این کار است زیرا به شما کمک می کند بخش هایی از وب سایت را بسازید که سریعتر رتبه بندی می کنند.

شما می توانید این کار را با بررسی کلمات کلیدی خود و دسته بندی آن در موضوعات مختلف انجام دهید. گاهی اوقات، چندین کلمه کلیدی را می توان با یک پست هدف قرار داد، در حالی که دیگران در یک موضوع هستند اما نیاز به یک پست دارند.

هنگامی که آن را برای تمام عبارات مرتبط در تحقیق کلمه کلیدی خود تقسیم کردید، برای استراتژی سئو سایت گردشگری باید ابتدا همه پست ها را در یک حوزه موضوعی ایجاد کنید، نه اینکه به طور تصادفی پست ها را در موضوعات مختلف انتخاب کنید. این یک دسته خوب برای شما ایجاد می کند و همه محتوا را مرتبط، سازگار، و به خوبی پشتیبانی می کند. ما فقط در مدت کوتاهی به روند نوشتن بیشتر خواهیم پرداخت.

سپس می توانید آن را در زمینه های موضوعی مختلف اجرا کنید تا زمانی که همه حوزه های کلیدی خود را پوشش دهید.

یک ساختار محتوای عالی بسازید

هنگامی که می دانید چه صفحاتی را ایجاد خواهید کرد، زمان آن است که شروع به ایجاد آنها کنید.

اولین چیزی که باید در نظر بگیرید ساختار و اطمینان از استفاده از بهترین URL های ممکن و ساختار پوشه است.

شما نمی خواهید این را تغییر دهید، بنابراین اطمینان از بهینه سازی آن در اولین بار بسیار مهم است.

ما معمولاً از عبارت هدف اصلی برای صفحه به عنوان URL Slug استفاده می کنیم. هنگامی که تمام صفحات را در یک دسته خاص ایجاد کردید، همچنین می خواهید مطمئن شوید که آنها به خوبی به یکدیگر مرتبط هستند. در حالت ایده آل، این کار به جای انجام تک تک در پیوندهای درون محتوا، به روشی ساختاریافته خواهد بود.

جدولی در ابتدا یا انتهای پست ها که به همه صفحات دیگر در آن خوشه پیوند می دهد، به وضوح به گوگل نشان می دهد که همه آنها به هم تعلق دارند و استراتژی سئو سایت گردشگری به درستی شکل گرفته است.

مراقب عوامل روی صفحه باشید

در نهایت، نوبت به خود نوشتن می رسد. اطمینان حاصل کنید که از ساختار مناسب و هر کلمه کلیدی خاصی که هدف آن مقاله هستید استفاده می کنید.

ما رتبه بندی صفحات در صفحه اول نتایج موتورهای جستجو را برای کلمه کلیدی مورد نظر خود تجزیه و تحلیل می کنیم و سپس ساختار سرصفحه آن قطعات را با هم ترکیب می کنیم تا در یک پست نهایی که همه چیز را پوشش می دهد ادغام شود.

عناصری مانند ساختار هدر خوب، پیوندهای خارجی و فهرست مطالب را در ابتدا برای پست های طولانی تر در صورت لزوم ترکیب کنید.

محتوایی ایجاد کنید که در استراتژی سئو سایت گردشگری تبدیل شود بسیاری از مردم هنگام ایجاد یک استراتژی محتوا فراموش می کنند که صفحات در واقع فروش را انجام می دهند!

اگر تمام وقت و تلاش خود را صرف هدایت افراد بیشتری به سایت خود با محتوا می کنید، اما متن صفحات کلیدی را برای کمک به تبدیل آن بازدیدکنندگان به مشتری به روز نمی کنید، تمام تلاش شما بیهوده بود.



به آنها بگویید که شما کی هستید افرادی که شما را در funnel بازاریابی پیدا می کنند ممکن است تصمیم بگیرند که به پیشنهاد شما علاقه مند هستند و می خواهند بیشتر بیاموزند.

کجا میرن؟ به صفحه درباره ما.

اطمینان حاصل کنید که وقتی تمام تلاش خود را برای نوشتن محتوا به کار می برید، مدتی را در صفحه درباره خود صرف می کنید.

مطمئن شوید که همه پیام های کلیدی شما را به خانه هدایت می کند و افراد را یک قدم به خرید نزدیکتر می کند. شما در سفر با بسیاری از برندهای بزرگ رقابت می کنید، بنابراین باید بلافاصله مردم را وادار کنید که به شما اعتماد کنند. یکی از راه های انجام این کار، گنجاندن سیگنال هایی مانند انتشاراتی که در آن توصیه شده اید، توصیه های مشتریان فعلی و پیوندهایی برای بررسی سایتها در استراتژی سئو سایت گردشگری است.

چیزی که شما را توسط آن یاد کنند برخی از افراد در حال حاضر کاملاً آماده پرس و جو یا خرید نیستند. چگونه می توانید مطمئن شوید که این افراد دوباره شما را می بینند؟ با محتوا! برای استراتژی سئو سایت گردشگری فایل های دانلودی را ایجاد کنید که مخاطبان شما به آنها علاقه مند شوند و در ازای محتوا، آدرس ایمیل آنها را بخواهید. هنگامی که آن ایمیل را دارید، می توانید از طریق فعالیت هایی مانند بازاریابی مجدد، رابطه را تقویت کنید.



خلقت فقط یک شروع است

یکی دیگر از بخش های مهم اما اغلب فراموش شده فرآیند استراتژی محتوا در استراتژی سئو سایت گردشگری، بررسی، آزمایش و نظارت بر نحوه عملکرد آن است. می توان با پیروی از فرآیندهای بالا، چیزی درست کرد که به خوبی عمل کند، اما همیشه مناطقی وجود دارد که می توانید آنها را بهبود ببخشید.

اینها را با استفاده از شناسایی کنید:

نظارت بر رتبه بندی صفحات مختلف

به روز رسانی آنها برای پیشبرد بیشتر آنها.

به همین ترتیب، با محتوای تبدیلی، می توانید رویکردهای مختلف را آزمایش کنید و ببینید چه چیزی در تبدیل بازدیدکنندگان به سایت بهترین کار را دارد.

در فرآیند تولید به نقطه ای خواهید رسید که بازگشت به گذشته و به روزرسانی محتوای قدیمی تر ممکن است مؤثرتر از انتشار بیشتر و بیشتر صفحات جدید باشد. این امر به ویژه در سفر، جایی که مقصدها تغییر می کنند، روندها حرکت می کنند و اطلاعات به روز بسیار مهم است، صادق است.

نحوه سئو سایت فروشگاهی

سئو (SEO) یکی از مفاهیم مهم در حوزه دیجیتال مارکتینگ است که بهبود رتبه سایت شما در موتورهای جستجو را به منظور افزایش ترافیک و بازدیدکنندگان بیشتر، به دنبال دارد.



در صنعت گردشگری، سئو سایت گردشگری نیز یکی از مسائل مهمی است که به طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این مقاله، به بررسی چند روش کلیدی برای بهبود سئو سایت گردشگری پرداخته‌ایم.

تحلیل کلمات کلیدی

تحلیل کلمات کلیدی یکی از اولین و مهم‌ترین مراحل در بهینه‌سازی سئو سایت گردشگری است. با بررسی کلمات کلیدی مرتبط با صنعت گردشگری و محتوای سایت خود، می‌توانید کلمات کلیدی مناسبی را برای استفاده در محتوای سایت خود انتخاب کنید. با استفاده از این کلمات کلیدی در عناوین، توضیحات و محتوای سایت خود، می‌توانید به موتورهای جستجو پیام دهید که سایت شما مرتبط با حوزه گردشگری است و به کاربران اینترنت پیشنهاد شود.

بهبود سرعت بارگیری سایت

بهبود سرعت بارگیری سایت، یکی دیگر از عوامل مهم در بهینه‌سازی سئو سایت گردشگری است. با افزایش سرعت بارگیری سایت، می‌توانید بهبود تجربه کاربری کاربران خود را بهبود بخشید و در نتیجه، رضایت آن‌ها را افزایش دهید. از روش‌هایی مانند بهینه‌سازی عکس‌ها، کاهش حجم کدهای CSS، HTML و JavaScript و استفاده از CDN برای بهبود سرعت بارگیری سایت خود استفاده کنید.

بهینه‌سازی محتوا

محتوای سایت شما یکی از عوامل مهم در بهینه‌سازی سئو سایت گردشگری است. با ارائه محتوای با کیفیت و مرتبط با صنعت گردشگری، می‌توانید به موتورهای جستجو پیام دهید که سایت شما مرتبط با این حوزه است. در این راستا، سعی کنید محتوای خود را با کلمات کلیدی مناسب و به درستی سازماندهی کنید و از تصاویر با کیفیت برای تحریک تخیل کاربران استفاده کنید.

ایجاد لینک سازی

ایجاد لینک سازی (Backlinking) یکی از موارد مهم در بهینه‌سازی سئو سایت گردشگری است. با ایجاد لینک‌های ورودی از سایت‌های دیگر به سایت خود، می‌توانید به موتورهای جستجو پیام دهید که سایت شما به عنوان یک منبع با ارزش در صنعت گردشگری شناخته می‌شود. برای این کار، سعی کنید با سایت‌هایی که مرتبط با صنعت گردشگری هستند و بازدیدکنندگان بیشتری دارند، همکاری کنید و لینک‌های با کیفیت به سایت خود اضافه کنید.

بهینه‌سازی برای تلفن همراه

در حال حاضر، بیشتر کاربران اینترنت از طریق تلفن همراه وارد سایت‌های گردشگری می‌شوند. بنابراین، بهینه‌سازی سایت خود برای تلفن همراه یکی از عوامل مهم در بهبود سئو سایت گردشگری است.



استفاده از سوشال مدیا

استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای بهینه‌سازی سئو سایت گردشگری بسیار مهم است. با ایجاد صفحات شبکه‌های اجتماعی برای سایت خود و به‌روزرسانی محتوای این صفحات، می‌توانید تعامل بیشتری با مخاطبان خود داشته باشید و بازدیدکنندگان بیشتری به سایت خود جذب کنید. همچنین، امتیازاتی که به صفحات شبکه‌های اجتماعی داده می‌شود، می‌تواند به بهبود سئو سایت شما کمک کند.

بهینه‌سازی سرعت بارگیری

سرعت بارگیری صفحات وب یکی از عوامل مهم در بهینه‌سازی سئو سایت گردشگری است. با بهبود سرعت بارگیری صفحات وب، می‌توانید به کاربران خود تجربه بهتری از سایت خود را ارائه دهید و در نتیجه بهبود رتبه سایت خود در نتایج جستجوها را تضمین کنید. برای بهبود سرعت بارگیری، می‌توانید از تصاویر با حجم کم و تکنیک‌های فشرده‌سازی استفاده کنید و بهینه‌سازی کدهای HTML، CSS و JavaScript را انجام دهید.

مانیتورینگ و تجزیه و تحلیل عملکرد

برای بهینه‌سازی سئو سایت گردشگری، بسیار مهم است که عملکرد سایت خود را مانیتور کنید و تحلیل کنید. با استفاده از ابزارهای تجزیه و تحلیل، می‌توانید به شناخت بهتری از کاربران خود برسید و مشکلات و نواقص سایت خود را شناسایی کنید. با بررسی عملکرد سایت خود و بهبود آن، می‌توانید به بهتر شدن سئو کمک کنید.

حرف آخر؛ نکته‌های کلیدی استراتژی سئو سایت گردشگری

همانطور که احتمالاً می‌توانید بگویید، هیچ رویکرد یکسانی برای ایجاد یک استراتژی محتوا وجود ندارد.

اگرچه هر دو در یک صنعت هستند، یک شرکت تور متخصص در رویکرد محتوای آسیای جنوب شرقی کاملاً متفاوت از یک شرکت راهنمای غواصی در دریای کارائیب یا حتی یک شرکت تور دیگر با رویکرد کلی تر است. استراتژی سئو سایت گردشگری شما به اندازه کسب و کار شما منحصر به فرد خواهد بود.

یکی از وجوه مشترک بین تمام برنامه‌های محتوای موفق، صرف نظر از صنعت، تاکید آنها بر رفع نقاط ضعف و اولویت بندی بر اساس آن است. با خودتان صادق باشید و کار را از قبل انجام دهید. این نه تنها از سردردهای شما در مسیر جلوگیری می‌کند، بلکه نتایجی را که به دنبال آن هستید ایجاد می‌کند. و هرگز فراموش نکنید: هدف شما ایجاد ترافیک و سپس تبدیل آن است. این را در نظر داشته باشید، نکات ذکر شده در اینجا را دنبال کنید و مطمئن باشید که شرکت مسافرتی خود را برای موفقیت دیجیتالی آماده خواهید کرد.