



راهنمایی کامل برای
جستجو کلیدواژه



جستجو کلیدواژه: جستجو کلیدواژه ها برای ساخت محتوا می تواند تفاوت قابل مشاهده ای را در رنکینگ شما در گوگل داشته باشد. هر کس در بازاریابی محتوا کار می کند از این غافل نیست که جستجوی کلید واژه ها تاثیر به سزایی در رنکینگ گوگل و افزایش قدرت درگیری محتوا دارد. ولی همچنین باید گفت که می تواند به شدت استرس زا باشد، مخصوصا وقتی به تعداد نتایج گوگل برای کلید واژه ی مدنظرتان نگاه می کنید. برای برخورداری از خدمات تولید محتوا می توانید با ما در ارتباط باشید.

پروسه ی جستجوی کلیدواژه چیست و چگونه باید آن را انجام داد؟ این چالشی است که بسیاری از خالقان و بازاریاب های محتوا با آن روبرو هستند. این مقاله آموزش پروسه ی جستجوی کلید واژه ها را توضیح می دهد و در آغاز و پیشرفت دادن با بازاریابی محتوایتان به شما کمک می کند.

چرا استفاده از جستجو کلیدواژه؟

ابتدا به یک سوال مهم جواب بدهیم. چرا باید تحقیق کلیدواژه کرد؟ کلیدواژه ها به مردم کمک می کنند تا محتوای شما را در اینترنت پیدا کنند. وقتی کاربر ها سوال مشخصی دارند که به دنبال جواب اند، می روند سراغ یک موتور جستجو که لغات مد نظرشان را وارد کنند. گوگل سپس این فهرست ها را جستجو می کند تا محتوایی که شامل آن لغات می شود را پیدا کند و این که چقدر به سوال پاسخ می دهد تا محتوا را به کاربر نشان دهد.

هر چقدر محتوا به ورودی جستجو نزدیک تر باشد محتوا بالاتر ظاهر می شود. محتوایی که به بهترین شکل به سوال پاسخ می دهد در بالای صفحه ی اول جستجوی گوگل قرار می گیرد، بعد از تبلیغات البته.

این دسته از لغات کلیدواژه ها هستند. و آن ها باید در محتوای شما در نقاط استراتژیکی قرار بگیرند تا گوگل محتوای شما را دارای ارزش بداند تا آن را در صفحه ی اول خود نشان دهد. محتوایی که SEO خوبی دارد و مرتبط است شانس بیشتری برای رنکینگ بالا دارد. در نتیجه، محتوا افراد بیشتری را به سمت خود می کشد، فروش بالا می رود و ROI افزایش می یابد. بدون کلید واژه ها، محتوای شما در صفحات پایین گوگل پژمرده می شود، که در نتیجه ی آن حتی در صورت خوب بود کیفیت، دیده نخواهد شد.

تحقیق کلیدواژه مربوط به حوزه ی بازرگانی

شرکت شما چه چیزی تولید می کند یا می فروشد؟ به کالا های فروشگاهتان نگاهی بیاندازید. کدامشان باید از طریق استراتژی های بازاریابی محتوا فروخته شوند؟

راهنمایی کامل برای جستجو کلیدواژه

لیستی از این اجناس تهیه کنید. چیزهایی که به آن فکر می کنید بیشترین جستجویی ها هستند، همانطور که در مثال زیر که به عبارت فشن به عنوان یک عبارت جستجو نگاه کردیم. یک نقشه ی ذهنی بسازید که در آن بتوان تمام اصطلاحات مرتبط به صنعت یا فروشگاهتان قرار داد و سپس می توان عبارت های مرتبط را در گوگل جستجو کرد. این هم راه خوبی برای ایده سازی برای محتوایتان است.

جستجو در گوگل

اهمیت تحقیق در حوزه ی کلیدواژه ها این که چرا باید این پروسه را انجام داد گفته شد. حالا که آن را انجام داده ایم باید بلافاصله به سراغ گوگل برویم. با این که ابزار های زیادی هستند که به شما رنکینگ کلیدواژه ها و کلیدواژه های مرتبط را نشان می دهند، گوگل همچنان بهترین مکان برای یافتن پاسخ سوالاتتان است. به هر حال، گوگل محبوب ترین موتور جستجویی است که بازاریابان محتوا در آن جایگاهی می خواهند. چه محتوایی که می خواهید بسازید را انتخاب کرده باشید چه نه ، هنوز می توانید در گوگل کلیدواژه های قابل استفاده را جستجو کنید. برای مثال، اگر یک برند تولید لباس هستید و روی بلاگ هایی در مورد لباس هایی که می فروشید کار می کنید، می توانید عبارت jeans را تایپ کنید و نتایج را ببینید. مانند تصویر زیر.



ولی جین عنوان بزرگی برای نوشتن است. باید آن را کوچک تر کنیم تا شانس بیشتری برای رنک و پیدا شدن توسط مخاطب داشته باشد. برای مثال این نتیجه جستجوی جین برای مردان است.

راهنمایی کامل برای جستجو کلیدواژه



هر چه در جستجویتان عمیق تر شوید نتایج دقیق تر می شوند. به جای نوشتن مقاله ای عمومی در مورد جین، می توانید چیزی جزئی تر برای مردان بالای چهل سال بنویسید. و می توانید در تحقیق کلیدواژه ی خود عمیق تر شوید.



وقتی در مورد جین برای مردان بالای چهل سال جستجو می کنید پیشنهاد های بیشتری برای محتوایتان می گیرید، در کنار کلیدواژه های مرتبطی که می توانید از آن ها استفاده کنید. می توانید به جای جین محتوایتان را به سمت “چگونه مردان در دهه ی چهل زندگیشان باید بپوشند” هدف گذاری کنید تا شانس بیشتری در رسیدن به مخاطب هدفتان داشته باشید.

کلیدواژه های طولانی

بر عکس کلیدواژه ی جین که یک کلید واژه ی بنیادی یا سرشاخه ای است، “چگونه مردان در دهه ی چهل زندگیشان باید بپوشند” یک کلید واژه ی طولانی است.

کلید واژه های طولانی را راحت تر می شود رنک بندی کرد در مقابل کلید واژه های سرشاخه ای که رقابت زیادی دارند. شانس این که گوگل شما را در مقابل حریفانتان رنک بندی کند در این شرایط بسیار کمتر است.

در عوض، بهتر است دنبال کلید واژه های طولانی بروید که به کار شما نزدیک تر اند. دنبال محصولاتان نگردید، چون تنها رقبایتان را به شما نشان خواهد داد.

راه هایی که مردم از محصولاتان استفاده می کنند یا استفاده خواهند کرد را جستجو کنید و بر اساس آن کلیدواژه هاییتان را انتخاب کنید.

نگاه انداختن به کلیدواژه های رقبا

همانطور که متوجه شدیم، گوگل بهترین نتایج را برای عبارتی که جستجو کرده اید را نشان می دهد. بعضی از آن نتایج احتمالاً رقبای شما باشند. پس بهتر است نگاهی به آن ها انداخت. به سه تا از مرتبط ترین نتایجی که گوگل به شما نشان می دهد نگاه کنید. از سایت های بررسی بگذرید چرا که آن ها به این موضوع مرتبط نیستند. وقتی که محتوای رقیب را برای مطالعه پیدا کردید، به سرفصل های مقاله ی آن ها نگاه کنید، این ها تگ های h1 و h2 و h3 در یک محتوا هستند. اگر یک محتوا SEO ی خوبی داشته باشد، کلید واژه هایی که آن ها به خاطرشان رنک شده اند در بخش سرفصل می آیند، بیشتر در عنوان، و سرفصل اول، و همچنین در متن مقاله. چیز هایی که در محتوای رقیب می بینید را لیست کنید. دانستن کلید واژه هایی که رقبای شما استفاده می کنند در ساختن محتوا به شما کمک می کند. در واقع، استفاده از نام های رقیب به عنوان کلید واژه در تبلیغات گوگل برای محتوا یک راه محبوب برای مشاغل شده است. هر چند، این راه راه پر پیچ و خمی است که قبل از انجام آن باید مطالعه ی بیشتری کنید حتی اگر نتایج مثبت باشند.

تولید محتوا

بعد از انتخاب کلید واژه ی طولانی، می توانید آن را در محتوای شما شامل کنید. چیز مهمی که در تولید محتوا باید به خاطر داشت این است که محصولات شما باید و باید در جواب خواسته های مشتریان باشند. هدفشان می تواند گرفتن رنک در گوگل باشد و بازدید های بیشتر در سایت ولی اگر محتوای شما فقط بر SEO تمرکز کند و توجه کمی به نیاز های خواننده داشته باشد، نظرات بدی خواهید داشت که نتایج منفی ای در رنکینگ شما خواهد داشت. در ادامه، کلید واژه ها تنها دلیل رنک شدن شما در گوگل نیستند. عوامل دیگری هم در این امر دخیل اند، مثل ساخت لینک، استفاده از محتوای تصویری و نظرات. ولی با استفاده از کلید واژه های مرتبط که توجه مخاطبان را جلب می کند کم نتیجه می دهد. می توانید با استفاده از ابزار های مطالعه ی رنکینگ کلید واژه ها ببینید که آیا کلیدواژه های شما نتایج مثبتی داشته اند یا خیر.

نتیجه گیری

کلید واژه ها در رنکینگ گوگل شما تاثیر گذارند، و گوگل جایی است که شما باید به آن سر بزینید تا کلید واژه های مناسب برای خود و محتوای شما را پیدا کنید.



به جای کلید واژه های سر شاخه ای از کلید واژه های طولانی استفاده کنید که از رقابت زیاد دوری کنید. همچنین، به رقبایتان نگاهی بیندازید و ببینید آیا کلید واژه های آن ها بدردتان می خورد یا خیر.

در نهایت، محتوایتان را با در نظر داشتن مصرف کننده بسازید، و فقط به SEO توجه نکنید. که این امر موجب زیاد شدن شانس محتوایتان می شود. با انجام دادن این مراحل می توانید محتوایتان را بسازید و به سمت رنک بالای گوگل حرکت کنید.