

« به نام خالق آرامش »

نام کتاب: آنچوم یک مقصد SEO باید بدانند از زبان پارتنر ریسر گوگل

نام نویسنده: نیما جعفری

تعداد صفحات: ۲۵۰ صفحه

تاریخ انتشار: سال ۱۴۰۲



@caffeinebookly



caffeinebookly



@caffeinebookly



caffeinebookly



t.me/caffeinebookly

آنچه یک متخصص SEO باید بداند

از زبان پارتنر رسمی گوگل

نویسنده

نیما جعفری



[@caffeinebookly](https://twitter.com/caffeinebookly)



[caffeinebookly](https://www.google.com/)



[@caffeinebookly](https://www.instagram.com/caffeinebookly)



[caffeinebookly](https://www.linkedin.com/company/caffeinebookly)



t.me/caffeinebookly

فهرست مطالب

فصل اول: مفاهیم ۱۶

۱-۱ نام دامنه ۱۶
۱-۲ زیردامنه ۱۷
۱-۳ دامنه سطح بالا ۱۷
۱-۴ دامنه های سطح بالای جغرافیایی ۱۷
۱-۵ DNS ۱۸
۱-۶ موتور جستجو ۱۸
۱-۷ ربات ۱۸
۱-۸ خزنگر وب ۱۹
۱-۹ HTTP RESPONSE CODE ۱۹
۱-۱۰ ROBOTS.TXT ۲۰
۱-۱۱ گوگل بات ۲۰
۱-۱۱-۱ Googlebot و سایت شما ۲۱
۱-۱۲ SERP ۲۱
۱-۱۳ نتایج ارگانیک ۲۱
۱-۱۴ جایگاه در SERP ۲۲
۱-۱۵ جریمه گوگل ۲۲
۱-۱۶ GOOGLE SEARCH ESSENTIALS ۲۳
۱-۱۷ GOOGLE SEARCH CONSOLE ۲۳
۱-۱۸ GOOGLE ADS ۲۳
۱-۱۹ GOOGLE ANALYTICS ۲۴
۱-۲۰ WEBSPPAM ۲۵
۱-۲۱ ایندکس گوگل ۲۵
۱-۲۲ سئو ۲۵
۱-۲۲-۱ مراحل انجام SEO ۲۶

فصل دوم: الگوریتم های موتور جستجو ۲۸



@caffeinebookly



caffeinebookly



@caffeinebookly



caffeinebookly



t.me/caffeinebookly

۲۹	۲-۱ الگوریتم GOOGLE PAGERANK
۳۰	۲-۲ الگوریتم پاندا گوگل
۳۱	۲-۳ الگوریتم پنگوئن گوگل
۳۱	۲-۳-۱ آپدیت های الگوریتم پنگوئن
۳۲	۲-۳-۲ جزئی نگر شدن پنگوئن
۳۲	۲-۴ آپدیت PAGE LAYOUT
۳۳	۲-۵ الگوریتم کبوتر گوگل
۳۳	۲-۶ الگوریتم مرغ مگس خوار
۳۴	۲-۶-۱ تاثیر الگوریتم مرغ مگس خوار بر جستجوی صوتی
۳۵	۲-۷ الگوریتم RANKBRAIN گوگل
۳۵	۲-۷-۱ بیشترین کاربرد الگوریتم RankBrain
۳۶	۲-۸ آپدیت موبایلگدون
۳۶	۲-۹ آپدیت دزد دریایی
۳۷	۲-۹-۱ DMCA
۴۰	۲-۱۰ آپدیت سرعت
۴۰	۲-۱۱ آپدیت BERT
۴۱	۲-۱۲ GOOGLE MUM
۴۱	۲-۱۳ LINK SPAM آپدیت
۴۲	۲-۱۴ آپدیت تولید عنوان صفحه توسط گوگل
۴۲	۲-۱۵ آپدیت تجربه کاربری
۴۳	۲-۱۶ PRODUCT REVIEWS آپدیت
۴۴	۲-۱۷ آپدیت محتوای مفید
۴۴	۲-۱۸ آپدیت اسپم

فصل سوم: ACCELERATED MOBILE PAGES

۴۷	۳-۱ مزیت صفحات AMP
۴۷	۳-۲ تاثیر AMP بر رنکینگ سایت
۴۷	۳-۳ چرا سایت ما صفحه امپ داشته باشد
۴۸	۳-۴ پیاده سازی AMP

فصل چهارم: راهنماهای SEARCH ESSENTIALS

۵۰	۴-۱ سیاست های اسپم
----	-------	--------------------



@caffeinebookly



caffeinebookly



@caffeinebookly



caffeinebookly



t.me/caffeinebookly

۵۰	۴-۱-۱	محتوای اسپم تولید شده به طور خودکار
۵۱	۴-۱-۲	ریدایرکت های آب زیر کاهانه
۵۲	۴-۱-۳	Cloaking
۵۲	۴-۱-۴	Link spam
۵۴	۴-۱-۵	متن یا لینک های مخفی
۵۵	۴-۱-۶	Doorway صفحات
۵۶	۴-۱-۷	محتوای گرفته شده
۵۷	۴-۱-۸	استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی
۵۷	۴-۱-۹	Malware صفحات با رفتار مخرب و
۵۸	۴-۱-۱۰	اسپم تولید شده توسط کاربر
۵۹	۴-۱-۱۱	روشهای جلوگیری از کامنت های اسپم
۶۲	۴-۱-۱۲	گزارش اسپم، لینکهای پولی و بدافزار به گوگل
۶۲	۴-۲	نکات کلیدی در سئو
۶۲	۴-۲-۱	iframe
۶۳	۴-۲-۲	فرمت عکس
۶۳	۴-۲-۳	اصول بهینه سازی تصاویر
۶۷	۴-۲-۴	سایت های چندزبانه
۶۹	۴-۲-۵	متا تگ های قابل فهم توسط گوگل
۷۴	۴-۲-۶	URL ساختار
۷۷	۴-۲-۷	canonical استفاده از آدرس
۷۸	۴-۲-۸	توصیف لینک های خارجی برای گوگل

فصل پنجم: آنچه یک متخصص SEO باید بداند ۸۱

۸۱	۵-۱	نقشه سایت
۸۱	۵-۱-۱	آیا شما به نقشه سایت احتیاج دارید؟
۸۲	۵-۱-۲	انواع فرمت نقشه سایت
۸۳	۵-۱-۳	اصول کلی نقشه سایت
۸۴	۵-۱-۴	معرفی نقشه سایت به گوگل
۸۵	۵-۱-۵	تگ های استفاده شده در نقشه سایت
۸۵	۵-۱-۶	نقشه سایت عکس
۸۶	۵-۲	ROBOTS.TXT
۸۷	۵-۲-۱	نکات استفاده از robots.txt
۸۷	۵-۲-۲	المان های robots.txt



@caffeinebookly



caffeinebookly



@caffeinebookly



caffeinebookly



t.me/caffeinebookly

۸۹	۵-۲-۳	دستورات robots.txt
۸۹	۵-۲-۴	محل قرارگیری فایل robots.txt
۹۰	۵-۳	سایت موبایل فرندلی
۹۲	۵-۴	اطلاعات ساختار یافته
۹۳	۵-۴-۱	تاثیر اطلاعات ساختار یافته بر سئو
۹۴	۵-۴-۲	نحوه نمایش نتایج دارای اطلاعات ساختار یافته در SERP
۹۵	۵-۴-۳	فرمت های پیاده سازی اطلاعات ساختار یافته
۹۵	۵-۴-۴	منبع استانداردهای اطلاعات ساختار یافته
۹۵	۵-۴-۵	پیاده سازی اطلاعات ساختار یافته
۹۶	۵-۵	RICH RESULT
۹۶	۵-۵-۱	انواع rich result
۹۹	۵-۶	نرخ پرش (BOUNCE RATE)
۹۹	۵-۶-۱	آیا نرخ پرش بالا خطرناک است؟
۹۹	۵-۷	نرخ جذب (ENGAGEMENT RATE)
۱۰۰	۵-۷-۱	دلایل رایج نرخ پرش بالا و نرخ جذب پایین
۱۰۱	۵-۷	بهینه سازی سایت های کم ترافیک و با ترافیک بالا
۱۰۳	۵-۸	کش کردن اطلاعات
۱۰۳	۵-۸-۱	کش سمت سرور
۱۰۴	۵-۸-۲	کش سمت کاربر
۱۰۵	۵-۹	فشرده سازی در HTTP
۱۰۶	۵-۹-۱	نحوه بررسی فعال بودن فشرده سازی
۱۰۷	۵-۱۰	CORE WEB VITALS
۱۰۸	۵-۱۰-۱	LCP چیست
۱۰۹	۵-۱۰-۲	FID چیست؟
۱۱۰	۵-۱۰-۳	CLS چیست؟
۱۱۲	۵-۱۰-۴	اطلاعات Core Web Vitals از کجا می آیند؟
۱۱۳	۵-۱۱	E-E-A-T
۱۱۳	۵-۱۱-۱	Experience
۱۱۳	۵-۱۱-۲	Expertise
۱۱۳	۵-۱۱-۳	Authoritativeness
۱۱۴	۵-۱۱-۴	Trustworthiness
۱۱۵	۵-۱۱-۵	چه کسی، چگونه، چرا



@caffeinebookly



caffeinebookly



@caffeinebookly



caffeinebookly



t.me/caffeinebookly

۱۱۵.....۵-۱۲ محتوای تولید شده توسط هوش مصنوعی.....

فصل ششم: گوگل سرچ کنسول..... ۱۱۷

۱۱۸.....	۶-۱ ثبت سایت در گوگل سرچ کنسول.....
۱۱۹.....	۶-۱-۱ ثبت property از نوع URL prefix در سرچ کنسول.....
۱۲۵.....	۶-۱-۲ ثبت property از نوع Domain در سرچ کنسول.....
۱۲۷.....	۶-۲ مدیریت کاربران در گوگل سرچ کنسول.....
۱۲۹.....	۶-۳ صفحه OVERVIEW گوگل سرچ کنسول.....
۱۲۹.....	۶-۴ PERFORMANCE.....
۱۳۱.....	۶-۴-۱ فیلترهای گزارش Performance.....
۱۳۵.....	۶-۵ URL INSPECTION.....
۱۴۰.....	۶-۶ PAGES.....
۱۴۵.....	۶-۷ SITEMAPS.....
۱۴۷.....	۶-۸ REMOVALS.....
۱۴۸.....	۶-۸-۱ چگونگی درخواست حذف آدرس در ابزار Removals سرچ کنسول.....
۱۵۰.....	۶-۸-۲ درخواست حذف محتوای outdated با ابزار Remove outdated content.....
۱۵۱.....	۶-۸-۳ صفحات فیلتر شده با SafeSearch.....
۱۵۱.....	۶-۹ PAGE EXPERIENCE.....
۱۵۲.....	۶-۱۰ CORE WEB VITALS.....
۱۵۵.....	۶-۱۱ MOBILE USABILITY.....
۱۵۹.....	۶-۱۲ AMP.....
۱۶۰.....	۶-۱۲-۱ آرومهای AMP قابل تشخیص توسط گوگل.....
۱۶۳.....	۶-۱۳ گزارشات اطلاعات ساختار یافته.....
۱۶۴.....	۶-۱۳-۱ Product snippets.....
۱۶۴.....	۶-۱۳-۲ Merchant listings.....
۱۶۵.....	۶-۱۳-۳ Breadcrumbs.....
۱۶۵.....	۶-۱۳-۴ FAQ.....
۱۶۶.....	۶-۱۳-۵ How-to.....
۱۶۷.....	۶-۱۳-۶ Logos.....
۱۶۸.....	۶-۱۳-۷ Review snippets.....
۱۶۸.....	۶-۱۳-۸ Sitelinks searchbox.....
۱۶۹.....	۶-۱۳-۹ Video.....
۱۷۰.....	۶-۱۳-۱۰ Unparsable structured data.....



@caffeinebookly



caffeinebookly



@caffeinebookly



caffeinebookly



t.me/caffeinebookly

۱۷۱	MANUAL ACTIONS ۶-۱۴
۱۷۴	SECURITY ISSUES ۶-۱۵
۱۷۵	۶-۱۵-۱ مشکلات امنیتی رایج قابل شناسایی توسط گوگل
۱۷۹	۶-۱۴-۲ درخواست بررسی سایت پس از رفع مشکل امنیتی
۱۷۹	LINKS ۶-۱۶
۱۸۱	CRAWL STATS ۶-۱۷
۱۸۳	۶-۱۸ پیام ها
۱۸۴	USER SETTINGS ۶-۱۹
۱۸۵	CHANGE OF ADDRESS ۶-۲۰
۱۸۸	DISAVOW BACKLINKS ۶-۲۱

فصل هفتم: بهینه سازی تصاویر ۱۹۱

۱۹۱	۷-۱ فرمت عکس
۱۹۱	۷-۱-۱ فرمت Webp
۱۹۲	۷-۱-۲ فرمت SVG
۱۹۲	۷-۱-۳ فرمت AVIF
۱۹۳	۷-۱-۴ تبدیل فرمت عکس
۱۹۴	۷-۲ INLINE کردن عکس
۱۹۴	۷-۲-۱ استفاده از base64 برای inline کردن عکس
۱۹۵	۷-۲-۲ اینلاین کردن عکس در CSS با base64
۱۹۵	۷-۲-۳ اینلاین کردن عکس SVG
۱۹۵	۷-۲-۴ ایراد inline کردن عکس
۱۹۶	۷-۳ CSS IMAGE SPRITES
۱۹۷	۷-۳-۱ چه زمانی از CSS Image Sprites استفاده کنیم
۱۹۷	۷-۳-۲ چه زمانی از CSS Image Sprites استفاده نکنیم
۱۹۷	۷-۳-۳ استفاده از CSS Sprite Generator
۱۹۷	۷-۴ RESPONSIVE عکس
۱۹۸	۷-۴-۱ استفاده از sreset در تگ
۱۹۹	۷-۴-۲ استفاده از media query در تگ <picture>
۱۹۹	۷-۵ DEVICE PIXEL RATIO
۲۰۰	۷-۵-۱ اندازه گیری DPR
۲۰۱	۷-۵-۲ لحاظ کردن DPR در عکس رسپانسیو



@caffeinebookly



caffeinebookly



@caffeinebookly



caffeinebookly



t.me/caffeinebookly

تخصیص ویژه

فروشگاه کتب رایج بوک



rabinbook.com

برای مطالعه‌ی کامل این کتاب
کلیک کنید



[@caffeinebookly](https://twitter.com/caffeinebookly)



[caffeinebookly](https://plus.google.com/caffeinebookly)



[@caffeinebookly](https://www.instagram.com/caffeinebookly)



[caffeinebookly](https://www.linkedin.com/company/caffeinebookly)



t.me/caffeinebookly