

مرام نامه

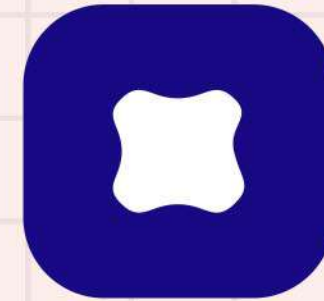
اگر امکانش رو دارین به موقع
بیاین (که به موقع شروع
کنیم)



گوشی بازیه غیر ضروری
نکنین



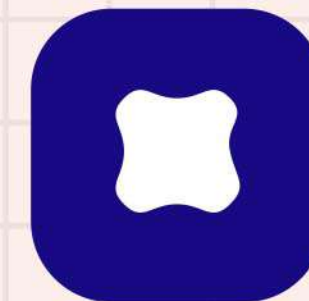
اگر عکس و فیلمی گرفتین
لطفاً تو گروه تلگرام share
کنین



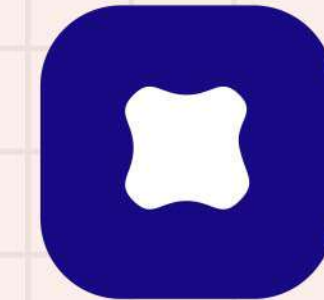
اگر استوری کردین لطفاً مارو
هم منشن کنین
(خیلی انرژی میگیریم)



سوا از فرم نظرسنجی فیدبک
های مثبت و منفی تون رو
بهمون بگین



تا حد امکان از پیچ و صحبت در
گوشی، اجتناب کنین
(مخصوصاً وقتی دیگر میهمانان
در حال صحبت هستن)



میلاد عبائی

[مدیر عامل]

موبایل ۰۹۳۶۳۶۳۶۹۲۹

تلگرام @abaee

اینستاگرام @milad_abaee۵۳

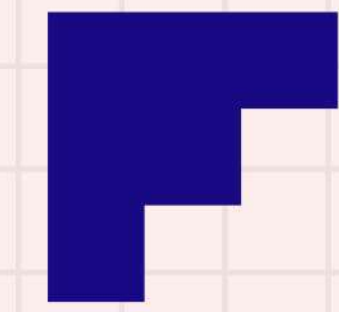
فرزانه زرمهری

[روابط عمومی]

موبایل ۰۹۳۳۷۷۹۱۲۷۹

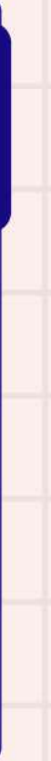
تلگرام @FZarmehri

اینستاگرام @f.zarmehri



SEO

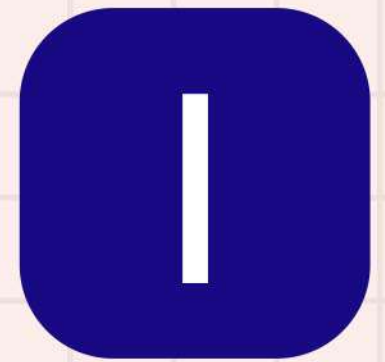
سئو فروشگاهی



رود مپ



تحقیق کلمات کلیدی
با تمرکز بر نیت جستجو
(Search Intent)



معماری سایت مناسب سئو
SEO-Friendly Website Architecture



مرتب سازی فنی سایت
(Technical SEO)



خوشحال کردن کاربر
(UX و موبایل فرست)



ساختن دسته بندی های قوی
(Category Pages)



ساختن صفحات محصول حرفه ای



لینک دادن بین صفحات
(Internal Linking)



بررسی عملکرد سایت
به وسیله ابزارها

گام اول



تحقیق کلمات کلیدی و نیت جستجو

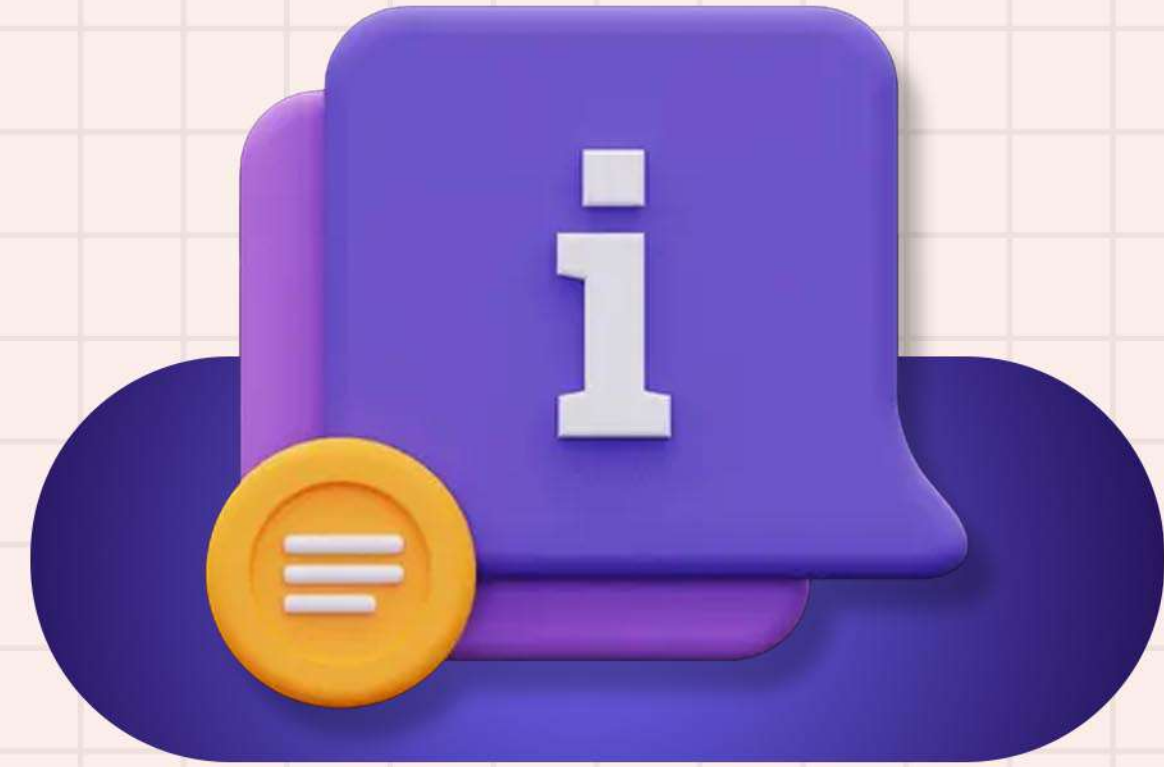
گوگل صرفاً به کلمات نگاه نمی‌کند؛ دنبال این است که

«کاربر چه می‌خواهد»؟

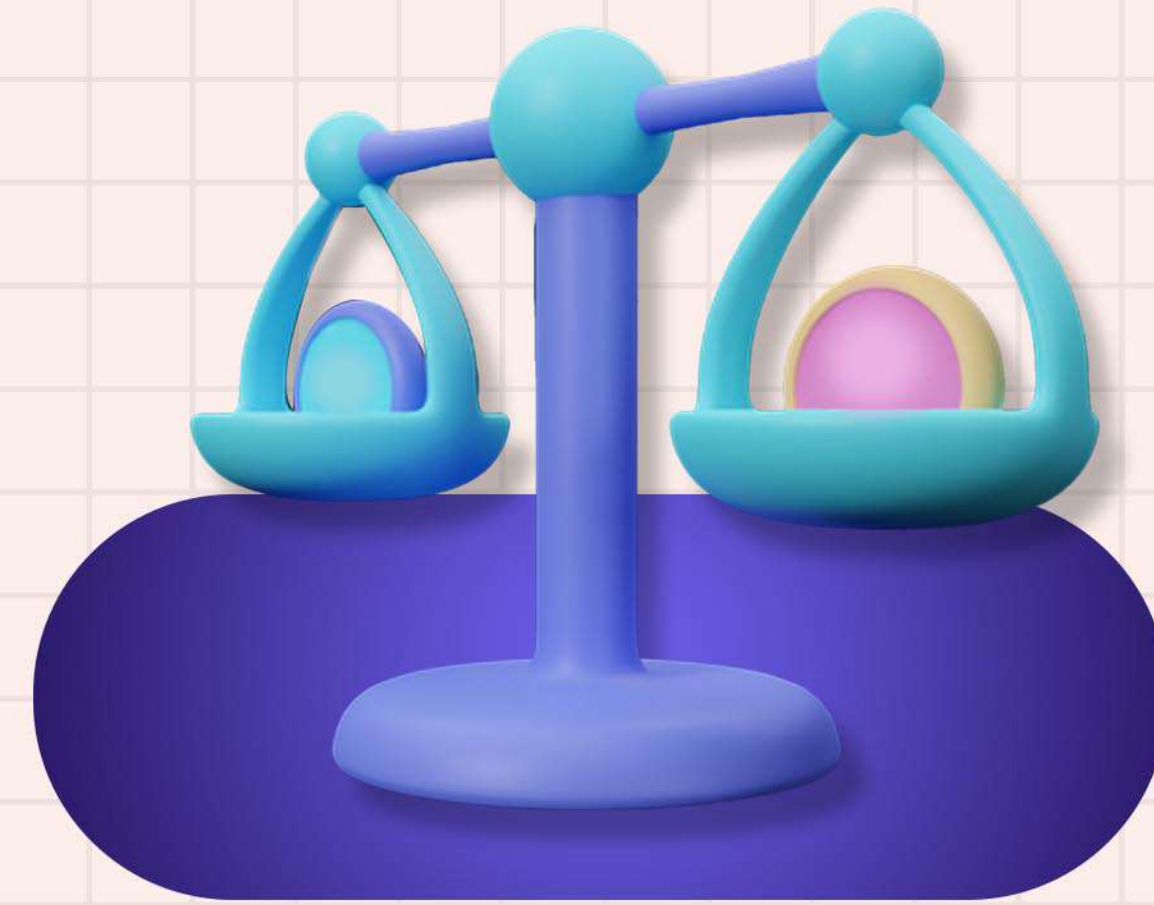
تشخيص نيت (Intent):



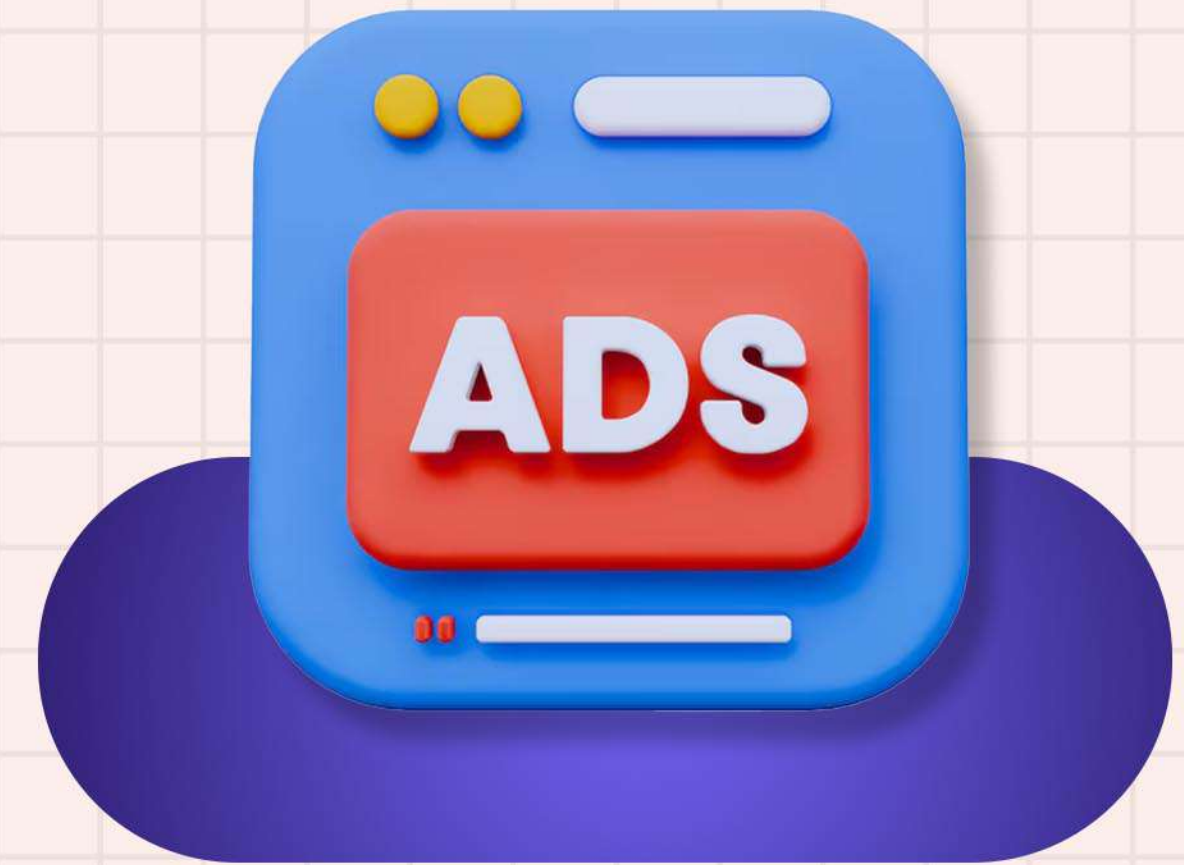
Transactional



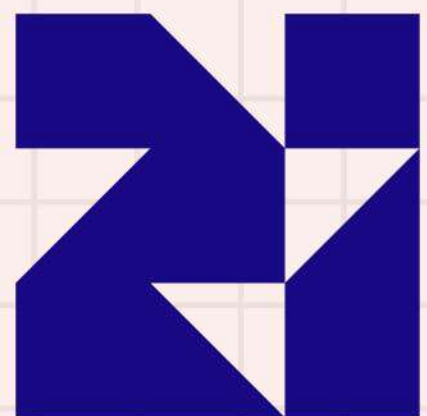
Informational



Comparative



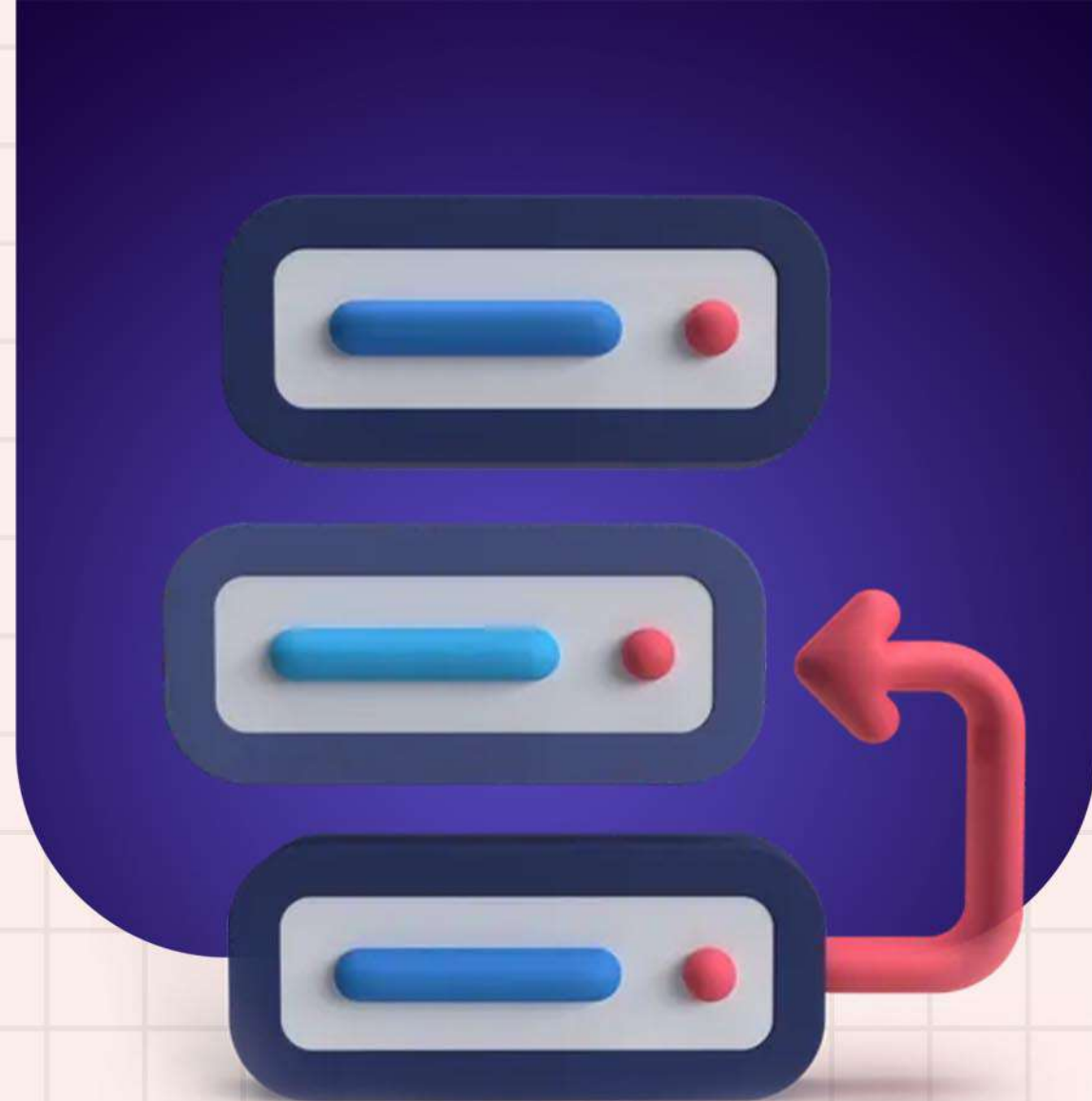
Commercial



اولویت‌بندی صفحات بر اساس نیّت:

صفحات مدصول و لندینگ ها برای کلمات خرید

مقالات برای کلمات مقایسه‌ای و اطلاعاتی



منابع استخراج کلمه:

Google Autocomplete

Related Searches

دیجیکالا

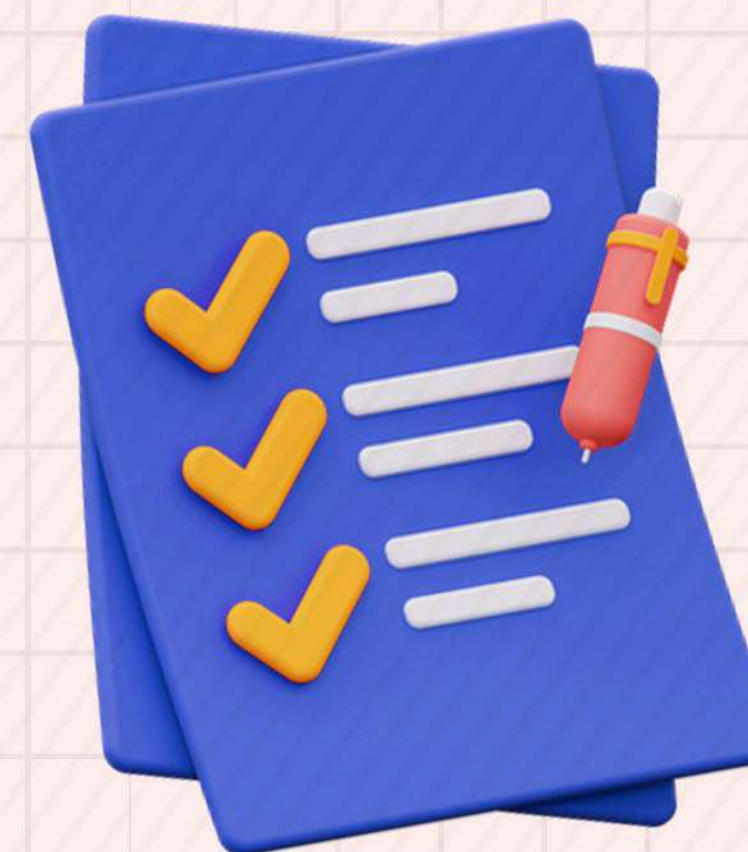
ترب

رقبا

ابزارها



ثبت ساختار کیوردها در جدول



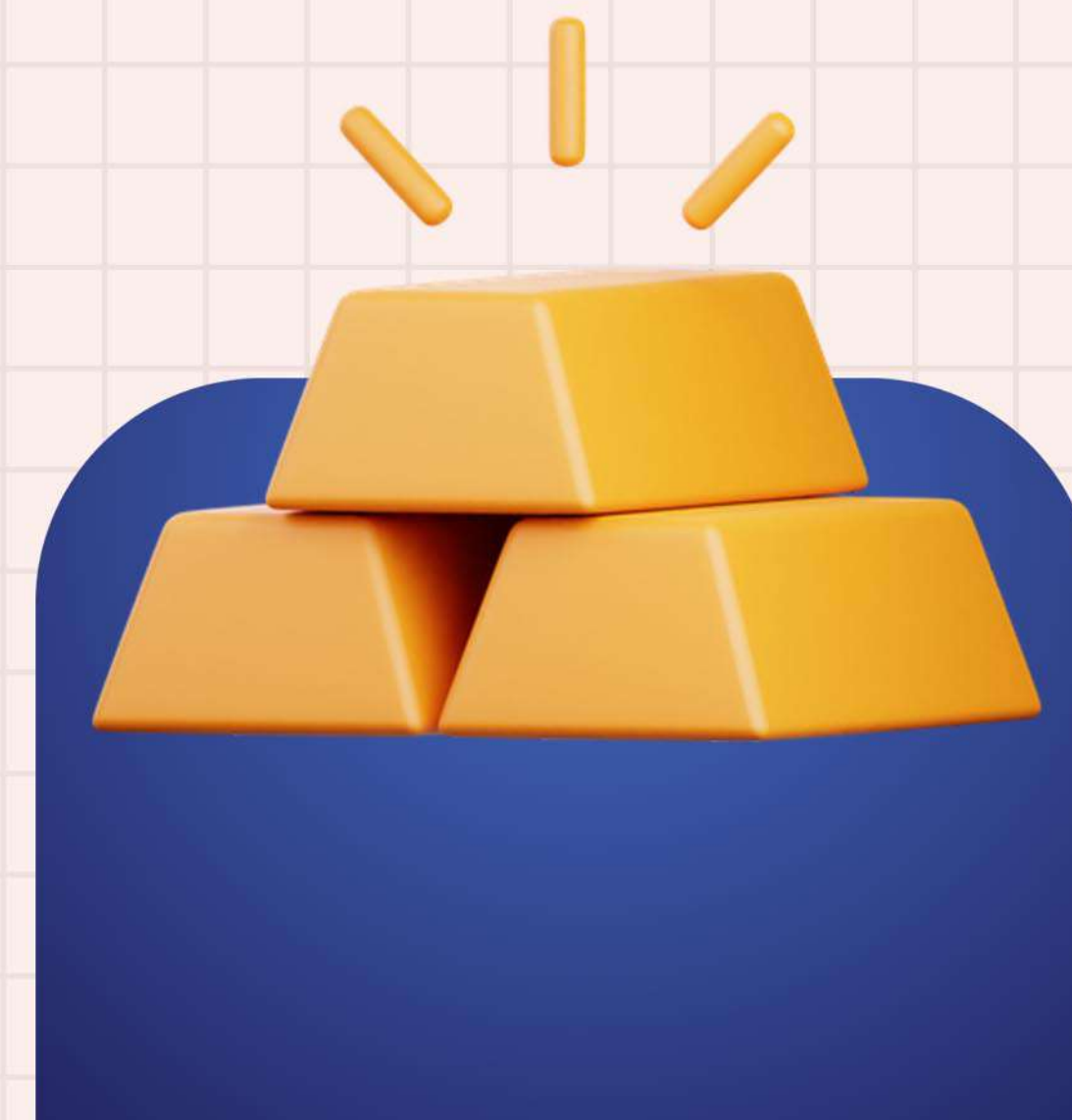
کلمه	نیت	سختی	حجم جست و جو	آدرس صفحه

گام دوم

معماری سایت سئو-فرندلی

۱. ساده باشه.
۲. ۳ یا ۴ کلیک با صفحه اصلی فاصله داشته باشه.

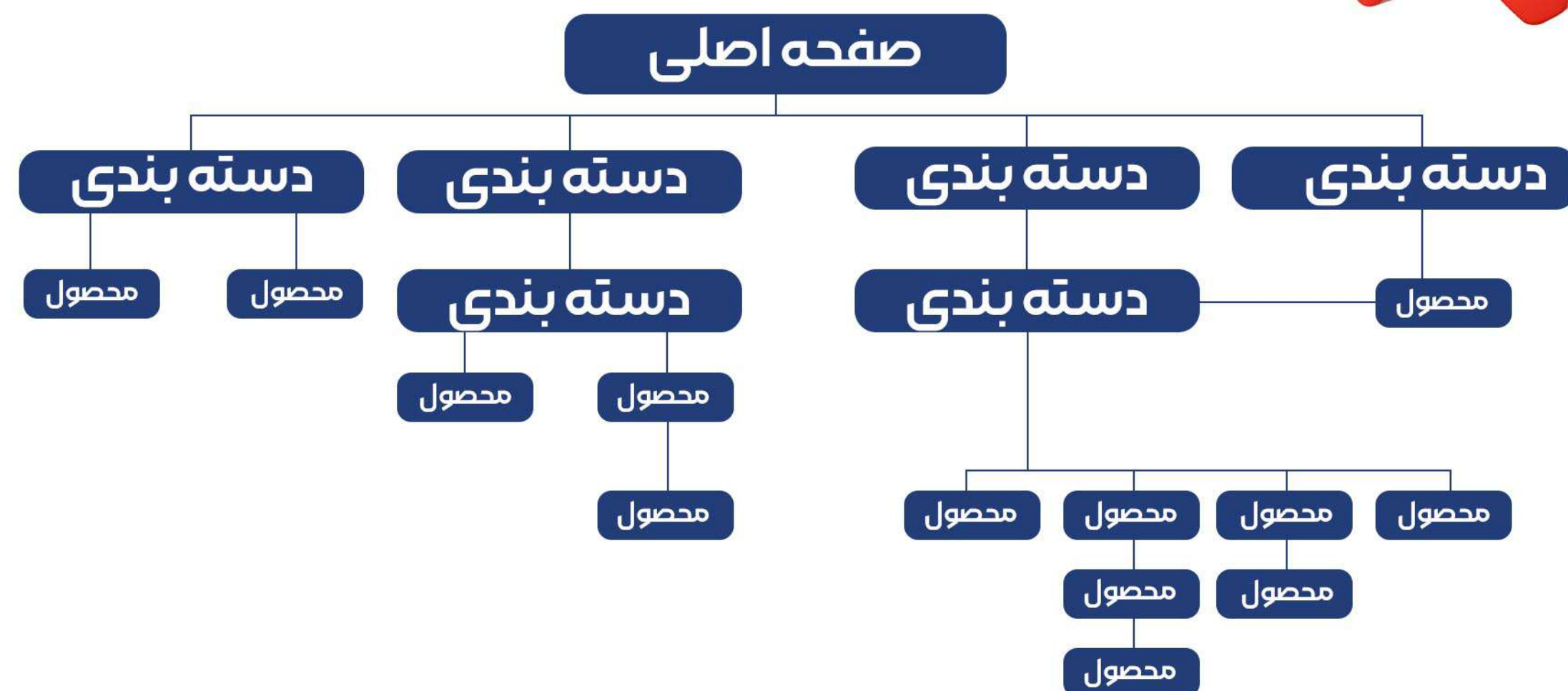
نکات طلایی:



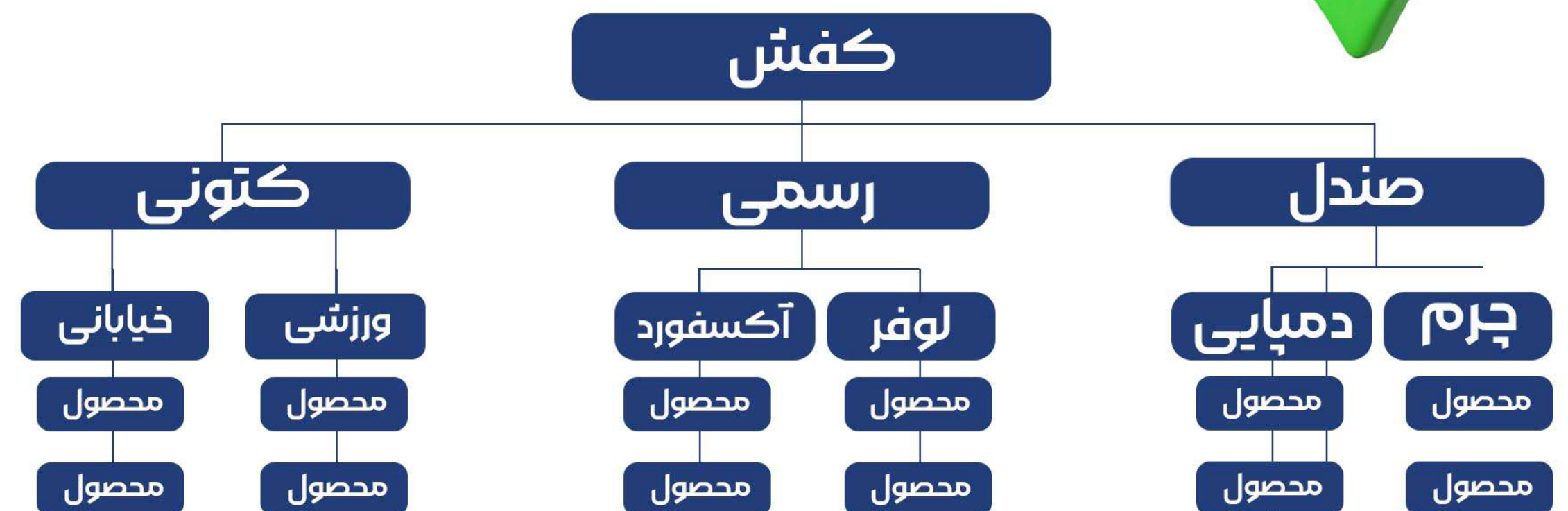
ساختار ساده و متوازن

عمق حداکثر ۳-۴ کلیک
جلوگیری از “جنگل” دسته‌بندی‌ها

نمونه سایت با معماری ضعیف



نمونه سایت با معماری صحیح دسته بندی‌ها





گام سوم

سئوی فنی (Technical SEO)

ربات‌های گوگل باید بتوانند سریع و بی‌دردسر همه چیز را ببینند و کاربران هم بدون معطلی صفحه‌ها را باز کنند.

چرا مهمه؟

سرعت

افزایش ۵۰ درصدی
نرخ پرش

اعتماد

افزایش نرخ خروج
۲ تا ۳ برابری.

مدیریت بودجه گراولر

ایندکس نشدن
صفحات مهم

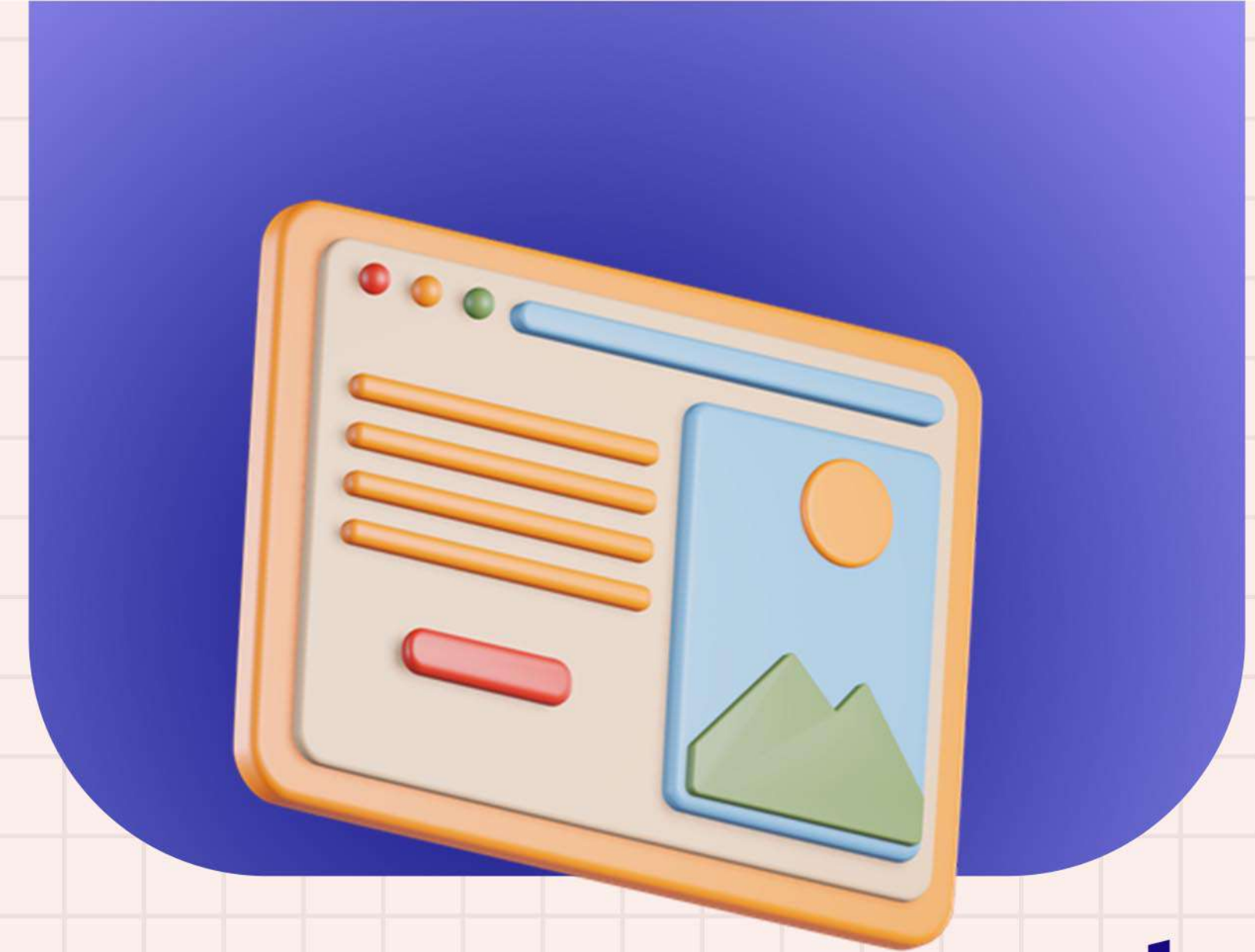
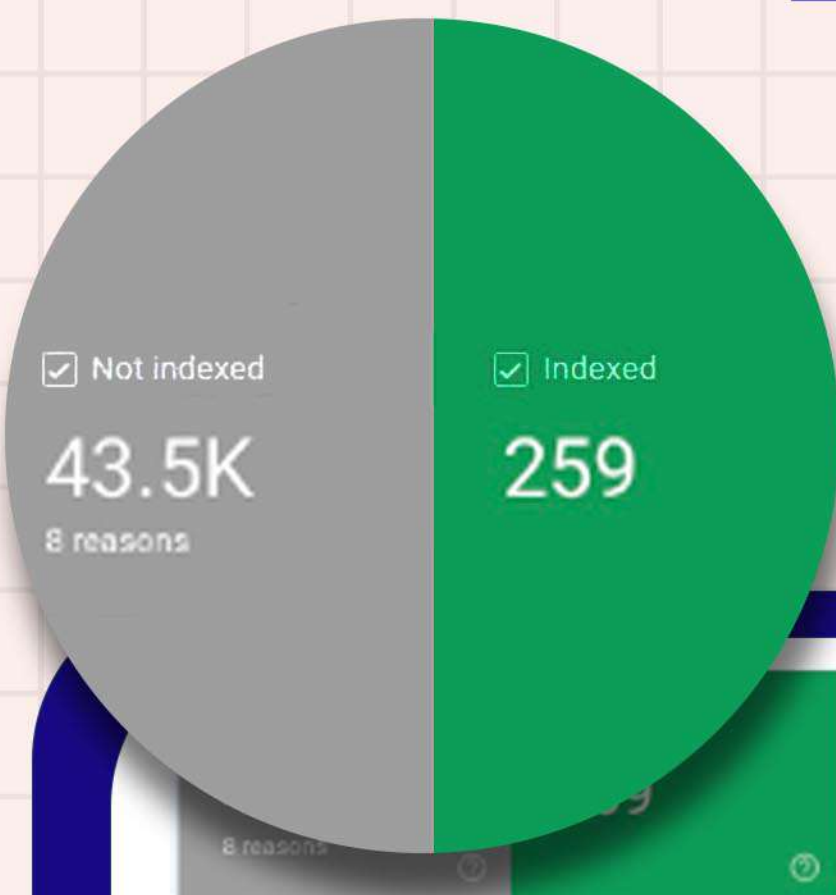
محتوای تکراری

پاک شدن یا رتبه
نگرفتن صفحات

مشكلات رایج فنی



تعداد صفحات خیلی زیاد!



راه حل:

فیلتر های ajax
تگ کنونیکال فیلتر ها به دسته بندی مادر
نو ایندکس کردن صفحات سورت و سرچ و ...
بارگذاری محصولات متغیر در قالب یک محصول

محتوای تکراری

راه حل:

۱. لیست کردن صفحات مشکوک با استفاده از GSC

۲. بیان واضح تفاوت ها

۳. اگر ارزش ندارد اضافه کردن تگ کنونیکال یا ریدایرکت ۳۰۱



Thin content

(محتوای کم جون)

صفحاتی که ۲۵۰ کلمه دارند معمولاً در نتایج جانمی گیرند،
مخصوصاً وقتی بازار رقابتی است.

راه حل

۱. پیدا کردن با اسکریپتینگ فراگ
۲. الگو:

۲/۱ مقدمه ۵۰ تا ۱۰۰ کلمه

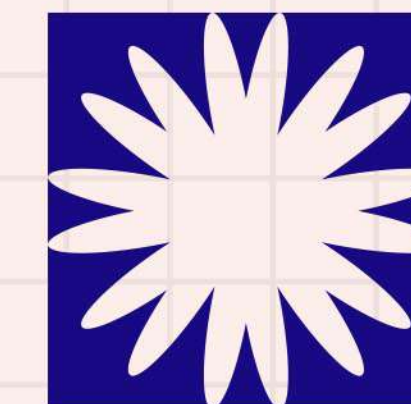
۲/۲ بولت لیست ۳ تا ۱۱ موردی

۲/۳ بدنه اصلی محتوا +۱۰۰ کلمه

۲/۴ نظرات مشتریان

۲/۵ جمع بندی





سرعت سایت

صفحات بیشتر < سرعت کمتر < نرخ پیرش بیشتر < مشتری کمتر

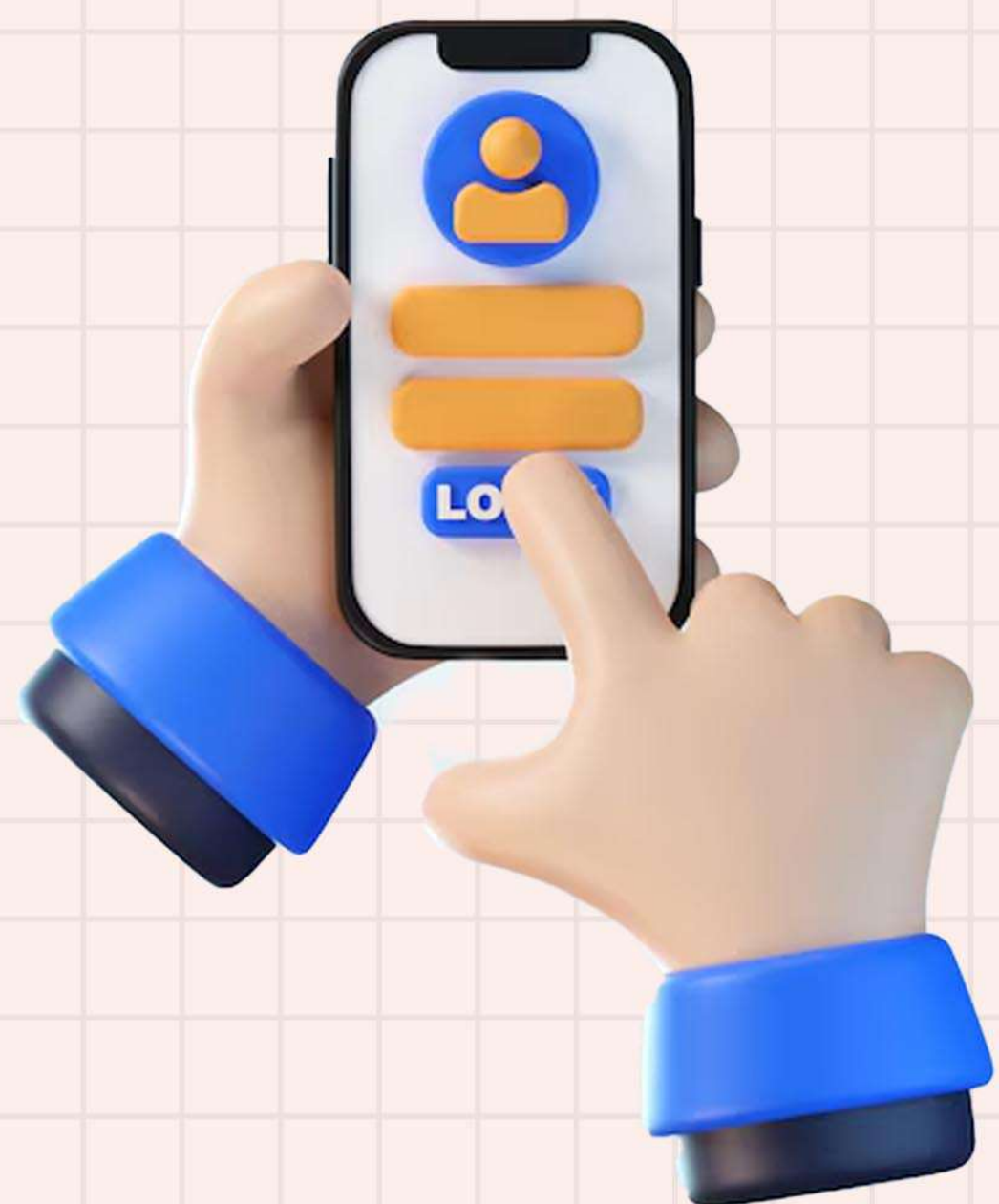
راه حل:

۱. سرور و هاست اختصاصی
۲. CDN
۳. فرمت بهینه تصاویر
۴. افزونه کش و بهینه سازی
۵. بررسی همیشگی

گام چهارم:

تجربه کاربری و موبایل فرست (UX)

کاربر بدون فکر اضافه، دقیقاً بداند چه کند



A. ساده سازی: **AddtoCart Rate, Checkout Completion**
یک فیلد اضافه تا ۲۰ درصد فروش رو کم میکنه!

B. طراحی **Mobile-First**؛ دکمه «افزودن به سبد» و «قیمت» همیشه در دید
به صورت میانگین ۱۰ درصد کاربران از موبایل استفاده میکنن.

C. فرایند خرید ≥ ۳ مرحله؛

D. نمایش نماد اعتماد و گارانتی

E. درگاه بانکی های مستقیم



صفحات دسته‌بندی قدرتمند

پول ساز ترین صفحات سئو هستند چون روی کلمات اصلی رتبه میگیرند.





ساختار پیشنهادی

- A. استفاده از **H1** کوتاه + توضیح ۲-۳ خط - چه محصولاتی برای چه کسانی؟
- B. **فیلتر و سورت** واضح: برند، قیمت و ویژگی ها
- C. داشتن **FAQ** سئو شده: ۳ تا ۵ سوال واقعی
- D. راهنمای خرید مختصر + **لینک به بلاگ**
- E. **توضیح متنی** ۱۰۰۰ کلمه‌ای برای رتبه بهتر
- F. **لینک سازی داخلی**
- G. **متا تایتل و متا دیسکریپشن**

گام ششم

صفحات محصول حرفه‌ای

پاسخ به ۳ سؤال کلیدی مشتری



چی؟
چرا از اینجا؟
ضمانت؟

اعتماد سازی:

نظر مشتریان

دکمه راه ارتباطی

بیان سیاست گارانتی



نکات مهم

توضیح کاربر محور + ۱۰۰۰ کلمه
و جدول مشخصات **Accordion**



تایتل و متادیسکریپشن با واژه های آهنربایی و مودیفایر ها مثل:

Clickmagnet

بهترین قیمت – را همین امروز بگیر!»

«الان تا X٪ تخفیف روی – ذخیره کن.»

«تمام مدل های – ما همین حالا حراج شده اند.»

«ارسال رایگان همه – فقط امروز.»

«برای دیدن پیشنهادهای اختصاصی – کلیک کن.»

«مجموعه ای بی نظیر از – با تضمین کمترین قیمت.»

Modifiers

X٪ تخفیف، تضمین

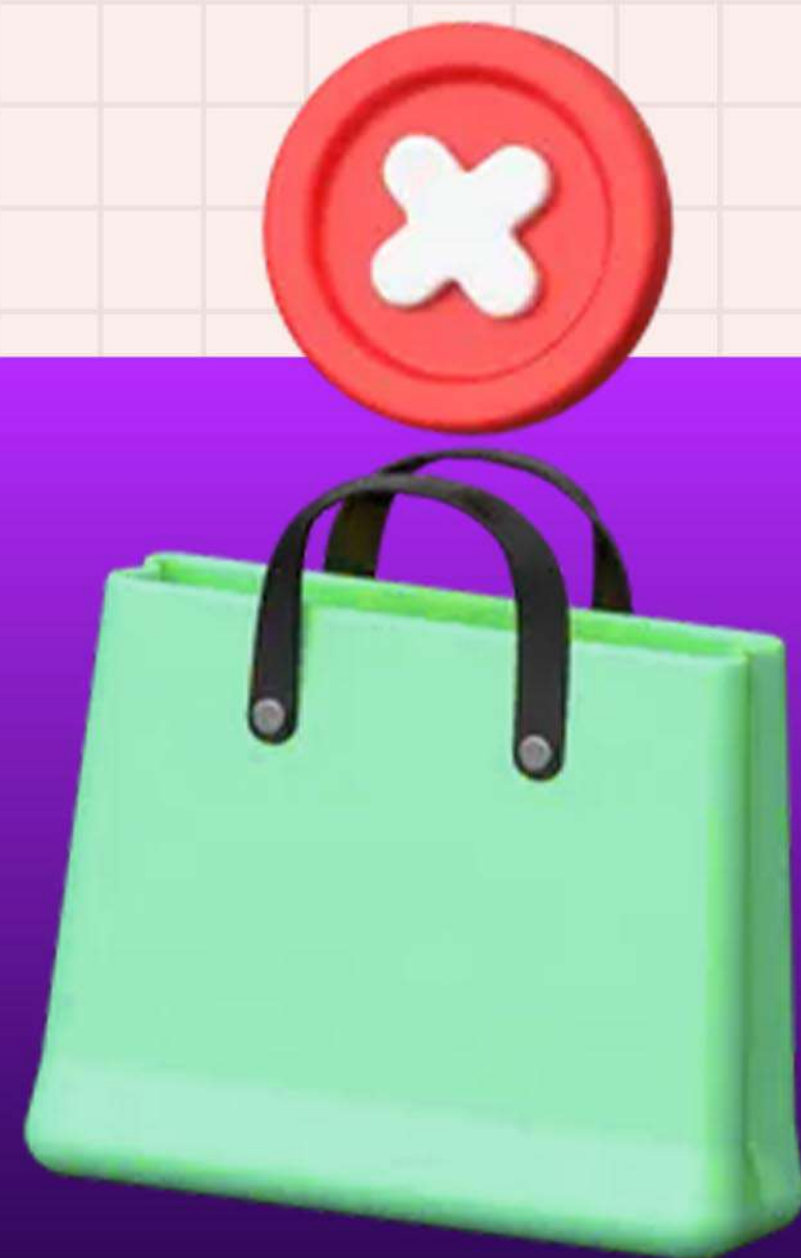
گارانتی

کمترین قیمت

ارسال رایگان

ارسال فوری

محصول ناموجود < هدایت به محصول مشابه (حذف نشود)
استفاده از کلمات LSI





گام هفتم لینک سازی داخلی

گوگل مسیر خوانش را می فهمد و کاربر سریع تر به مقصد می رسد.

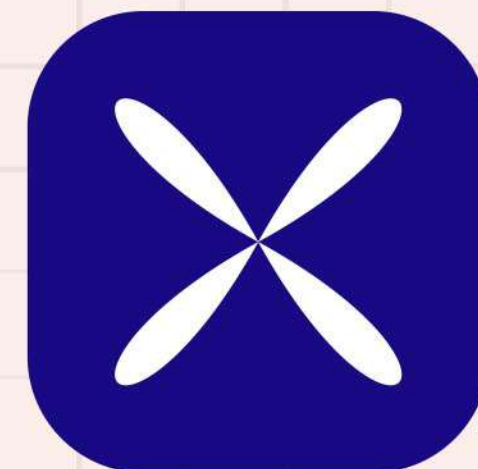
- هر صفحه ≤ 3 لینک ورودی مرتبط
- Breadcrumb، محصولات مشابه، لینک بین بلاگ و دسته ها
- حذف لینک های خراب یا بی ارزش



گام هشتم

بازاریابی محتوا

نوع این این کلمات
کلیدی چی میتونه باشه؟!



شناسایی مخاطب



تولید محتوای بلاگی



پیدا کردن سوالات
و کلمات مهم



گام هشتم ارزیابی و مانیتورینگ

سئو بدون مانیتور مثل رانندگی با چشم بسته!

GoogleSearchConsole: ایندکس، کلیک، خطاها (روزانه)

GA4: رفتار کاربر، نرخ تبدیل، مسیر خرید (هفتگی)

اصلاح فوری افت ترافیک یا رتبه

