

14 روش پیش بینی سنو در سال 2019

[سنو سایت در اصفهان](#)

مهران آقابابایی

اصفهان- خیابان امام خمینی- چهار راه شریف- مجتمع الماس- طبقه 5- واحد 515 | مرکز آهن

با قدم گذاشتن در سال 2019 و حال حاضر در سه ماهه اول سال، پیش بینی سئو سایت در سال 2019 به سمتی خواهد رفت که گوگل خیلی باهوش تر از قبل قوانین خود را به روز می کند. سیگنال های تجربه کاربر در امسال زیاد است. و من انتظار دارم که آنها یک روند مهمتر SEO در سال 2019 باشند. در واقع گوگل قبلا اعلام کرده بود که **RankBrain سومین عامل مهم رتبه بندی خود هست**.

سوال این است:

RankBrain دقیقاً چیست؟ و چگونه می توانید برای آن بهینه سازی کنید؟

Google RankBrain یک توضیح مرگبار ساده

RankBrain یک سیستم یادگیری ماشینی است که به Google کمک می کند نتایج جستجوی خود را مرتب کند. این ممکن است پیچیده باشد، اما اینطور نیست RankBrain. به سادگی اندازه گیری می کند که چگونه کاربران با نتایج جستجو تعامل دارند...

اما بپردازیم به عمده ترین تغییرات سئو در سال 2019

1. تمرکز گوگل برای پاسخ سوالات کاربران

تا حالا برای شما پیش آمده است که سوالی را در گوگل مطرح کرده اید (به زبان انگلیسی) و گوگل به اصطلاح جعبه انفجار را برای نزدیکترین پاسخ به سوال شما تهیه کرده است، گوگل میخواهد سوالات کاربران پاسخ دهد و هر دستگاہی که ممکن است، به آنها پاسخ دهد. تمرکز بر پاسخ هایی که به طور طبیعی کاربران جست و جو می کنند از مهم ترین کار هایی که شما باید انجام دهید و با این کار اعتبار نام برند خود را افزایش دهید.

2. جستجوی صوتی برای بهینه سازی به طور کامل بی فایده ادامه خواهد یافت

در گذشته پیش بینی می شد جست و جوی صوتی جایگاه ویژه ایی برای متورهای جست و جو پیدا کنم اما تا این لحظه به صورت یک جعبه تاریک به حالت گذشته به کار خود ادامه می دهد.

3. هدایت شدن کاربران از سیستم های رومیزی به گوشی های موبایل

اگر شما وب سایت خود را برای صفحات موبایل به روز نکرده باشید تقریباً بازی را باخته اید، بیش از 70 درصد ویژگی و قوانین جدید گوگل برای تلفن همراه طراحی و پیاده سازی شده اند و به سرعت در حال گسترش است. نکته هایی که باید در مورد سرعت صفحه سایت شما باید بدانید و مهمتر اینکه چگونه می توانید شروع به بهبود آن کنید، سوال بسیاری از وب مستر ها می باشد. در این مقاله قصد دارم نکاتی را به شما آموزش بدهیم تا با استفاده از ابزار ها و نکات ریز آن را بهبود بدهیم.

4. SERP علاوه بر ورودی های طبیعی شامل موارد دیگری هم می شود

انتظار می رود گوگل برای پیدا کردن راه های بیشتری و بیشتر برای جایگزینی ارگانیک با راه حل هایی که کاربران را در مالکیت گوگل نگه می دارد. این شامل ویژگی های SERP تعاملی است که به آرامی، اما مطمئناً، بسیاری از پیشنهادات وب سایت را به همان شیوه ای که نمرات، هوا و هواپیما زندگی می کنند، جایگزین می کنند

5. ویدئوها بر روی صفحه نتایج تسلط پیدا خواهند کرد

ویدئوهای ویژه، ویدئوهای اسلایدی و کلیپ های پیشنهادی (که در آن گوگل محتوای خاصی را در یک ویدیوی هدف قرار می دهد) بیش از فواصل چگونگی استفاده می شود. همانطور که Google با استفاده از صفحه نمایش ها، از جمله صفحه اصلی Hub را آزمایش می کند، انتظار می رود ویدئوی غلبه بر نیش های آموزشی و DIY باشد

6. SERPs تعامل بیشتری خواهند گرفت

ما شاهد شروع SERPs تعاملی با افراد نیز هستیم. بسته به کدام سؤال که گسترش می دهید، دو تا سه سؤال جدید در زیر به طور مستقیم مربوط به سوال گسترش یافته شما ایجاد می شود. این تعامل در زمان واقعی مردم را در SERP طولانی تر نگه می دارد و به گوگل کمک می کند تا بهتر از آنچه کاربر می خواهد درک کند

7. سئوی محلی گوگل در کسب و کار شما به معنای واقعی کلمه است

گوگل همچنان از پرسیدن سؤال های خود درباره نیاز کسب و کار شما با رفتار کاربران ادامه می دهد. آیا این کسب و کار مربوط به جنسیت های خاص است؟ آیا این کسب و کار قابل دسترسی است؟ فضای دوستانه چیست؟ چقدر تمیز است؟ چه نوع نورپردازی آنها را دارند؟ و غیره اگر گوگل بتواند اطلاعات دقیق و واقعی در مورد کسب و کار شما را بدست آورد (درصد شما از مشتریان تکراری از طریق نقشه)، آنها می توانند به شدت به سیگنال های وب سایت تکیه کنند و نتایج دقیق تر را برای جستجوگران فراهم کنند

8. نزدیکی کسب و کار شما به کاربران به عنوان یک سیگنال مثبت سئوی محلی

تمرکز Google روی نزدیکی یک کاربر به کسب و کارهای محلی، اغلب بر کیفیت نتایج در SERPs محلی تاکید دارد. من پیش بینی می کنم که این نتایج در سال 2019 به شدت اهمیت خواهد داد. از یک طرف، نتایج فوق العاده موضعی می تواند مثبت باشد، زیرا آنها اجازه می دهند که یک کسب و کار متنوع برای یک جستجو مشخص شود. از سوی دیگر، به استثنای موقعیت های فوری، اکثر مردم ترجیح می دهند بهترین گزینه ها را انتخاب کنند، نه تنها نزدیکترین آنها

9. سئوی محلی: گوگل در حال بهبود درآمدزایی است

برای دیدن بیشتر فضای محلی و نقشه ها به طور منحصربفرد توسط گوگل از طریق Adwords و به طور بالقوه جدید مدل سرب-ژنرال کسب درآمد. این فضا بیشتر و بیشتر رقابتی خواهد شد

10. تست های کسب درآمد از طریق جست و جوی صوتی

گوگل و آمازون به امید کسب درآمد از صدا به سمت نمایشگرهای صوتی حرکت می کنند. جالب خواهد بود که تلاش های آنها برای نمایش صفحه در خانه و نحوه ادغام تبلیغات صفحه نمایش را جلب کند. پیش بینی پررنگ: آمازون تبلیغات صفحه نمایش حالت خواب را شبیه به اینکه چگونه روشن شدن در حال حاضر امروز آنها را نمایش می دهد

11. بازاریابان فعالیت بیشتری بر روی SERPs خواهد داشت

انتظار می رود تمرکز بیشتر بر روی تجزیه و تحلیل SERPs را ببینیم چون گوگل بیشتر به پاسخ های مردم پاسخ می دهد بدون آنکه نتایج جستجوی خود را ترک کنند. ما موتورهای جستجوی بیشتری مانند Google Jobs، Google Flights، Google Hotels، Google Shopping را مشاهده می کنیم. و همچنین محتوای عمیق تری را مشاهده می کنیم که در SERP از قبل به صورت قطعه های برجسته، افرادی همچون جعبه های درخواست و موارد دیگر نیز دیده می شود. با این پیشرفت های جدید، بازاریابان به طور فزاینده ای مایل به گزارش در مورد نام تجاری عمومی خود را در SERPs، و نه فقط رتبه بندی وب سایت خود را. از آنجایی که مردم برای اندازه گیری تمام عناصر در SERP، نه تنها رتبه بندی خود را مهم تر از همیشه است

12. مباحث تطبیقی از هدفگیری پرسشها سودمندتر خواهد بود

در سال 2019 تاکید بر سرچ های کلی در خصوص یک موضوع رو به کاهش بوده و به جای آن تمرکز مردم بیشتر بر روی سرچ زیر شاخه های یک موضوع می باشد. جستجوهای باکس PPA people also ask نیز اکنون براساس اهمیت این موضوعات در صنعت SEO می باشد. در باکس PPA، گوگل به وضوح در حال نشان دادن این مطلب است که در حال حاضر در خصوص یک موضوع مشخص، بیشتر به تجربیات کاربران و میزان رضایت جستجوگران توجه دارد نه صرفا یک جست و جوی خاص. ما می توانیم انتظار داشته باشیم که SEO بیشتر به موضوعات خوشه ای توجه نماید و با توجه به این ریز موضوعات می تواند دیدگاه و چشم انداز رقابتی شما را اندازه گیری نماید.

13. قدرت لینک سازی محلی

من اخیرا یک مطالعه کوچک انجام دادم که در آن 75 درصد همبستگی بین رتبه بندی بسته بندی ارگانیک و محلی وجود داشت. پیوند نقل قول های غیر ساختاری (اشاره به اطلاعات کسب و کار جزئی یا کامل + یک لینک در هر نوع وب سایت مربوطه) یک وسیله برای بهبود رتبه بندی های آلی است که بر پایه رتبه بندی های محلی قرار دارد. آنها همچنین می توانند به عنوان یک ابزار وابسته غیر وابسته به گوگل برای رانندگی ترافیک و هدایت شوند. هر چیزی که شما مجبور به پرداخت گوگل برای آن تبدیل خواهد شد به طور فزاینده ارزشمند است. استنتاج های ساختاری

در سیستم های کلیدی کسب و کار محلی لیست های کسب و کار باقی می ماند، اما کسب و کار محلی رقابتی نیاز به تمرکز بر داده های بدون ساختار برای حرکت سوزن

14. نظرات، یک تمایز کننده رقابتی باقی خواهند ماند:

گوگل اخیرا اظهار داشته که چیزی حدود یک سوم جستجوهای محلی از نظرات خوانندگان ساخته می شود. این مقدار زیادیه. کسب و کارهای محلی که شهرت خوب و جذابی در وب سایت ها کسب و حفظ می کنند مزیت رقابتی نسبت به برندهایی که نظرات خوانندگان بعنوان اساسی ترین خدمات مشتری نادیده می گیرند، دارند.

کسب و کارهای محلی رقابتی درآمد، نظارت و قدرت تجزیه تحلیل تمایلات از نظرات کاربران بدست خواهند آورد.