

Republic of Yemen
Yemeni Center for
Educational Technology and
Information Technology



الجمهورية اليمنية
المركز اليمني لتكنولوجيا التعليم
وتقنية المعلومات

إحتراف التسويق الإلكتروني

والتسويق الشبكي

خط لمستقبك القادم



أعداد

أ.م/عبدالجبار حسين الظفري

٢٠١٢-٢٠٢٠

التسويق الإلكتروني في سطور:-

حرفياً نعيش الآن في عصر التسويق الإلكتروني، بحيث لم يعد هناك مجال لتجاهل هذه القوى التسويقية الهائلة، والتي يمكن من خلالها تحقيق نتائج ربحية هائلة.

لكي نفهم قوة وفاعلية ومن ثم أهمية التسويق الإلكتروني... انظر إلى حياتك الشخصية، وإسأل نفسك إلى أي حد أصبح الإنترنت جزء من حياتي؟

بالطبع هذا لا ينطبق عليك أنت فقط، فالإنترنت أصبح عنصر أساسي في حياتنا جميعاً، ومعظم البشر حول العالم يستخدمونه بنهم شديد.

بنطبق القاعدة التسويقية الأساسية التي تقول: "قم بالتسويق في المكان الذي يتواجد به عملاءك المحتملين"، فليس هناك مكان أنسب أو أفضل أو أكثر فاعلية من الإنترنت لتوجيه الجهود التسويقية.

سواء كنت صاحب بيزنس وتسعى لتوسيع نطاق البيزنس الخاص بك من خلال هذه القوى، أو كنت شاب طموح تسعى لتعلم فن وعلم التسويق الإلكتروني للحصول على فرصة وظيفية أفضل، أو لتحقيق ربح من الإنترنت.

مقدمة عن مفهوم وتعريف التسويق الإلكتروني:-

يعد التسويق الإلكتروني مجموعة فرعية من الأعمال الإلكترونية التي تستخدم الوسائط الإلكترونية لأداء الأنشطة التسويقية ، وبالتالي تحقيق الأهداف التسويقية للمؤسسة والوسائط الإلكترونية تشمل الإنترنت والتليفون والتليفزيون إلخ إلا أن أهم هذه الوسائط على الإطلاق هو الإنترنت لما له من انتشار واسع هذه الأيام وقد أكدت الدراسات بأن التسويق الإلكتروني أدى إلى توسيع الأسواق وزيادة الحصة السوقية للشركات بنسب تتراوح بين ٣ إلى ٢٢% بسبب الانتشار العالمي لشبكة الإنترنت من مستخدمي الإنترنت في دول العالم يستخدمون التجارة الإلكترونية.

مقدمة عن التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني هو أن تتمكن الشركات من الحصول علي إستخدام دائم لشبكة الإنترنت في كل خطوة تخطوها تلك الشركات في عملية التنظيم التسويقي للحصول على مبيعات جيدة وكثيرة عن طريق إستخدام التسويق الإلكتروني قبل البيع وأثناء وبعد القيام بالبيع حيث تعتمد فكرة التسويق الرقمي أو التسويق الإلكتروني أثناء القيام بالعمليات التجارية على القيام بالبحث الشامل عن عملاء جدد يهتمون بالخدمة او المنتج الذي تقوم بتقديمه وعرضه عليهم والبحث في الأسواق المتاحة لمعرفة حجم مبيعات تلك الخدمة أو المنتج قبل القيام بالتسويق لإعطاء النصائح والحلول البديلة لتسويق هذا المنتج او القيام بالعمل علي منتج او خدمة أخرى وكذلك خدمة كافة العملاء الحاليين وذلك لتلبية كافة رغبات وطلبات العملاء وذلك ضمن نظرية التسويق الحديثة لتحقيق أهداف الشركة في تطوير وزيادة الأرباح في الأسواق الجديدة ،، ويعتبر التسويق الإلكتروني هو النافذة الحديثة للحصول على أكبر قدر ممكن من العملاء عبر شبكة الإنترنت بجانب الترويج لتلك الخدمات او المنتجات عبر الشبكات المتاحة علي شبكة الإنترنت ويجب أن نضع في الاعتبار الإختلاف الدائم ما بين التسويق الإلكتروني والأعمال الإلكترونية حيث تشمل ضمن بنودها التسويق الإلكتروني .

إن التسويق الإلكتروني هو الطريقة التي نقوم باستخدامها في ترتيب وتنظيم مختلف طرق تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وذلك عن طريق القيام بعملية استبدال ذهنية للسوق الافتراضية المتواجدة على الشبكات التكنولوجية العامة إلي واقع يمكننا الشعور به والتأكد من محتواه وقد يعتبر التسويق الإلكتروني اليوم هو أهم ركن من أركان الخطة التسويقية الكاملة حيث أنه هو أهم نوع للحصول على الهدف المنشود التي تسعى لتحقيقه ولكن ذلك خلال إستخدام السبل الإلكترونية المختلفة بشكل عام وبشكل أكثر خصوصية الحصول علي الهدف المراد تحقيقه عن طريق الشبكة العنكبوتية (شبكة الإنترنت) .

ويهدف التسويق الإلكتروني إلى:-

١- تعريف المستهلكين بالشركة ومنتجاتها

حيث يمكن لشبكة الإنترنت أن تعطي معلومات كافية عن الشركة وطبيعة المنتجات أو الخدمات التي تقدمها إلى العملاء بصورة أسهل وأسرع من الأسلوب التقليدي ، إلا أن الإعلام التقليدي يظل أيضاً ذو أهمية كبيرة في هذا المجال.

٢- زيادة المبيعات:

يمكن أن تقدم الإنترنت معلومات كثيرة وهامة عن المنتج بحيث يمكن استخدامها لجذب المشتريين ، وبالتالي إمكانية الشراء من خلال موقع الشركة.

٣- خفض التكاليف:

تقدم مواقع الشبكة الطلب الآلي، وإعداد الفواتير، وخدمة العملاء، كما أنها تخفف من الوقت وأعمال الورق، فالتكاليف التي تعرض للمنتجات على شبكة الإنترنت، أقل ثمناً في تجديده وتوزيعه من المطبوع.

ويوجد للتسويق الإلكتروني العديد من المزايا نذكر منها الآتي:-

١- الوصول إلى العالمية: حيث أن بيئة الإنترنت الآن أصبحت واسعة الانتشار ، وكذلك نظراً للتطور التكنولوجي وزيادة سرعة تصفح الإنترنت ، فقد أصبح من السهل الحصول على أي معلومة تخص منتج أو خدمة ما على شبكة الإنترنت ، وبالتالي فإن أي تسويق يتمكن من الترويج لسلعته وبيعها متخطياً بذلك الحدود الإقليمية لمكان تواجده وليدخل بسلعته حدود العالمية التي تضمن رواجاً كبيراً لهذه السلعة. وبمعنى آخر فإن التسويق الإلكتروني يلغي الحواجز المكانية في عملية التسويق.

٢- انخفاض التكلفة: نتيجة للتطور السريع في تقديم خدمات الإنترنت وانخفاض أسعار تقديم الخدمة ، فقد أصبح من السهل الوصول إلى عدد كبير جداً من المستهلكين بتكلفة منخفضة جداً مقارنة بالأسلوب التسويقي التقليدي. كذلك فإن التسويق الإلكتروني يساعد على تخفيض مجموعة كبيرة من التكاليف مثل تكاليف التوزيع والتخزين والترويج ، وهذا سيؤدي بالنتيجة إلى تخفيض السعر بالمقارنة مع السعر في حالة التسويق التقليدي.

٣- نتائج قابلة للقياس: التسويق الإلكتروني وخاصة باستخدام البريد الإلكتروني يجعل من السهل تقييم مدى فعالية الحملة التسويقية وردود أفعال العملاء عليها.

٤- التسويق على مدار الساعة: يمكن القيام بالحملات التسويقية على مدار الساعة ، حيث أنه لا يوجد وقت محدد لزيارات العملاء إلى الموقع الإلكتروني بعكس الأسلوب التقليدي ، وبذلك فإن التسويق الإلكتروني يلغي الحاجز الزمني لعملية التسويق.

٥- التنوع في العروض الترويجية: يمكن من خلال الموقع الإلكتروني استهداف مناطق جغرافية محددة بعرض ترويجي خاص ، وفي نفس الوقت استهداف منطقة أخرى بعرض آخر.

٦- إمكانية الوصول المباشر إلى العملاء: التسويق الإلكتروني يجعل من السهل الوصول لعملائك أينما يذهبون ، فالأفراد يستخدمون الهواتف المحمولة وأجهزة الكمبيوتر المحمولة في كل مكان ما يجعل عملية الوصول إليهم سهلة.

٧- جاذبية الحملات الترويجية: يتيح التسويق الإلكتروني استخدام الموسيقى والرسومات والفيديو لإثارة اهتمام العملاء.

٨- أفضل معدل استجابة: إذا كان لديك موقع على شبكة الإنترنت ، فإنه يمكن للعملاء إتمام عملية الشراء بسهولة دون الحاجة إلى وقت للذهاب إلى المتجر أو إجراء مكالمات تليفونية.

٩- فرصة للمشروعات الصغيرة: يساهم التسويق الإلكتروني في فتح المجال أمام الجميع للتسويق لسلعهم دون التمييز بين الشركات الكبيرة أو الصغيرة.

كل هذه الجوانب المميزة من التسويق الإلكتروني تجعل من السهل على الشركات التي تتبع هذا الأسلوب زيادة مبيعاتها على الرغم من المزايا الكثيرة السابقة لأسلوب التسويق الإلكتروني

التجارة وعلاقتها بالتسويق الإلكتروني:-

يمكن تعريف التجارة بشكل عام بأنها تلبية احتياجات المستهلك في المكان والتوقيت المناسب وبالسعر المناسب ، ومن ثم فإن التجارة الإلكترونية **E- Commerce** هي ذلك النوع من التجارة الذي يتم باستخدام وسيط إلكتروني سواء داخل الحدود السياسية لدولة ما أو خارجها بصرف النظر عن نوعية السلعة محل التجارة أو مدي مشروعيتها أو القانون الذي تخضع له ، والتي تستخدم فيها وسائل الكترونية للتعاقد وللسداد .

ويمكن تقسيم التجارة الالكترونية الي ثلاثة أنواع مراعيًا في ذلك موقف طرفي المعاملة التجارية :

النوع الأول : التوزيع المباشر **Business to consumers** وهي تتم بين المنتج أو الموزع والمستهلك النهائي للبضاعة ويتم السداد فيها من خلال كروت الائتمان أو الحسابات الرقمية .

النوع الثاني : التجارة بين الشركات **Business to Business** ويتم التعامل فيها بين شركتين من قطاع الأعمال كما يتم السداد فيها من خلال التحويل المباشر أو الحسابات الرقمية أو البنوك الالكترونية .

النوع الثالث : التجارة المغلقة **Intra Business** وهي أيضا تتم بين شركات غير أنها تتميز بمحدودية أطراف التعامل فلا يسمح بشركة خارج هذا النطاق بالدخول أو الاطلاع علي تفاصيل الصفقات .

تعريف التسويق الالكتروني :

" تعامل تجاري قائم علي تفاعل أطراف التبادل إلكترونيًا بدلًا من الاتصال المادي المباشر "

أو " عملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت "

وهذه التعاريف علي الرغم من صحتها لا تتضمن حيوية التسويق الالكتروني ، والتي تعد السمة المميزة في تطبيق وممارسة التسويق الالكتروني ، حيث ينطوي علي حالة من توحيد الحاجات المتغيرة للعملاء ، والتقنيات الحديثة المتجددة بما يؤدي إلي أحداث ثورة في الطريقة التي تؤدي بها الأعمال ، لذا يمكن أن نعتبر التسويق الالكتروني هو تكنولوجيا التغيير ، وذلك لما حدث من تحولات جوهرية في مسار وفلسفة وتطبيقات التسويق والتي يمكن تحديدها فيما يلي

أ- إن عملية التبادل التقليدية تبدأ بالمسوقين وتنتهي بهم حيث يسيطرون ، أما في عصر الانترنت أصبح العملاء يحددون المعلومات التي يحتاجونها و العروض التي تستجيب لحاجتهم ورغباتهم والأسعار التي تلاومهم ، لذا أطلق علي التسويق

Reverse Marketing المصطلح التسويقي المعكوس

ب- إن المعايير المستخدمة لتقييم أداء الأنشطة التسويقية أصبحت تحتل مكانة أعلي في عصر الانترنت حيث أن العملاء من خلال المواقع الالكترونية يبحثون عن منتجات جودة عالية وبأسعار مناسبة وخدمات أسرع وأفضل .

ت- لم تعد التبادلات التسويقية تدور حول عملية تبادل منفردة ، بل أصبح المسوقون في عصر الانترنت يعملون باتجاه إشباع الحاجات والرغبات من خلال تقديم حزم سلعية وخدمية متنوعة ذات قيمة مضافة يدركها ويقدرها العملاء .

ومما لاشك فيه أن هناك تنوع في طبيعة الوظائف التسويقية التي تعتمد عليها مواقع الشركات الالكترونية ، وذلك لاختلاف المهام الحيوية التي يمكن أن تقوم بها هذه المواقع ، فهناك وظيفة الاتصال وإقامة علاقات مستمرة مع العملاء ، ووظيفة البيع الالكتروني كأحد أشكال التسويق المباشر ، ووظيفة توفير محتوى أو مضمون عن أشياء معينة، مثل موقع **Islam way** ، موقع

Jumbo ، موقع **yahoo** ووظيفة توفير شبكة أعمال ، مثل الوصول إلي المحتوى الذي توفره جهات أخرى وإجراء نوع من التبادل لحساب العميل أو مساعدته ، مثل موقع **e-bay** "شركتك التجارية الشخصية" .

خاصية أوتوماتيكية الوظائف التسويقية وخاصة في الوظائف التي تتصف بالتكرار والقابلية للقياس

الكمي ، مثل بحوث التسويق وتصميم المنتجات والمبيعات ، وإدارة المخزون .

خاصية التكامل بين الوظائف التسويقية بعضها البعض ومع الجهات المعنية بالمحافظة علي العملاء والذي يطلق عليه منهج إدارة العلاقات بالعملاء والذي طور إلي ما يعرف بالتسويق التفاعلي

marketing Interactive ، وقد ارتبط بهاتين الخاصيتين مدخلان للتسويق الالكتروني هما :

مدخل السوق الصامت ، مدخل المشاركة الفعالة .

إن الوقت الحالي يشهد إعادة هندسة عملية التسويق والتوجه المتزايد نحو التسويق الإلكتروني وتحرك معظم الشركات باتجاه السوق الإلكترونية للاستفادة من إمكانيات ومزايا التسويق الإلكتروني وخاصة أن الشركات التي كانت سباقة لتبني مداخل التسويق الإلكتروني قد استطاعت أن ترسي معايير تنافسية جديدة ، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن التسويق الإلكتروني قد أوجد بيئة تسوق متطورة تحقق للعملاء مزيد من الرفاهية والمتعة في البحث عن احتياجاتهم وإشباعها .

ويمكن تحديد أهم الفرص والمنافع التي يحققها التسويق الإلكتروني لكل من الشركات والعملاء في ظل العولمة وبيئة الأعمال المتغيرة :

أكدت الدراسات أن التسويق الإلكتروني يؤدي إلى توسيع الأسواق وزيادة الحصة السوقية للشركات بنسب تتراوح بين ٣- ٢٢% بسبب الانتشار العالمي ، كما يتيح التسويق الإلكتروني للعملاء الحصول على احتياجاتهم والاختيار من بين منتجات الشركات العالمية بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية ، حيث أن التسويق الإلكتروني لا يعترف بالفواصل والحدود الجغرافية .

من خلال التسويق الإلكتروني يجد المسوقون فرصة أكبر لتكييف منتجاتهم طبقا لحاجات العملاء إلكترونيا -E **Customization** بشكل يلي توقعات العملاء ويتلاءم مع خصوصيات كل عميل ، ولاشك أن الطاقات الاتصالية والتفاعلية للتسويق الإلكتروني قد حققت قفزة نوعية في أساليب إرضاء وإشباع رغبات العملاء الخاصة .

قدم التسويق الإلكتروني فرصة جوهرية للاستجابة للتغيرات التي تحدث في الأسواق والتقنيات بشكل يحقق دمج حاجات العملاء مع التطورات التكنولوجية ، وذلك من خلال ما يعرف بالعملية المرنة لتطوير المنتج ، والتي تعتمد على استشعار السوق **Sensing the market** بواسطة الآليات التفاعلية للتسويق الإلكتروني .

إن استراتيجيات التسعير في ظل السوق الإلكتروني ليست مجرد استجابة سريعة لظروف السوق ، وإنما تأخذ في الحسبان جميع العوامل والمتغيرات الداخلية والخارجية ، ولاشك أن مفهوم التسعير المرن يجد تطبيقاته من خلال آليات التسويق الإلكتروني ، حيث تتوفر تقنيات تمكن المشتري من البحث عن والعثور على أفضل الأسعار المتوفرة ، مثل برنامج **bot Shop** والمزادات وغيرها .

قدم التسويق الإلكتروني منظورا جديدا لسوق الإلكترونية يكون التفاعل فيها بين طرفي عملية التبادل دون الحاجة إلى وسطاء ، الأمر الذي أدى إلى بروز مصطلح " عدم التوسط " **Disinter mediation** .

يعتبر الإعلان الإلكتروني عبر الانترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشارا في ظل الاتجاه نحو التسويق الإلكتروني ، فالإعلان المباشر عبر الانترنت يتزايد بمعدل ١٢% سنويا ، وأن قيمته تقدر ب ٥.٣ بليون دولار في عام ٢٠٠٢ ومن المتوقع أن تصل إلى ٧.٧ بليون دولار في عام ٢٠٠٥ ، وقد قدم التسويق الإلكتروني مفهوما جديدا للإعلان ، وهو أن الشركات تقدم رسائلها الترويجية بشكل متعمد إلى بيئات مستهدفة من خلال مواقع إلكترونية محددة يتوقعون أن تكون جماهيرهم

Audiences قادرة على تمييزها وإدراكها .

يستند التسويق الإلكتروني إلى مفاهيم جديدة وقناعات ترقى إلى اعتبار العميل شريكا استراتيجيا في منشآت الأعمال ، لذا استهدف بناء ودعم علاقات ذات معنى وهدف مع العملاء ، وذلك من خلال تفعيل ديناميكية واستمرارية الاتصال المباشر مع العملاء .

تمر المنافسة في الأسواق الإلكترونية بمرحلة انتقالية نتيجة إلى التحول إلى المنافسة المستندة للقدرات ، ولاشك أن التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات المرتبطة بالتسويق الإلكتروني قد خلقت فرصا غير مسبوقة في دعم الاستراتيجيات المميزة وتحسين الوضع التنافسي للشركات .

بقدر ما يوفر التسويق الإلكتروني من فرص كبيرة ومتنوعة في ظل الاتجاه نحو العولمة والتحول إلى الاقتصاد الرقمي ، إلا أنه يواجه بعض التحديات والصعوبات التي تحد من استخدامه والاستفادة منه ، ويمكن تحديد أهم التحديات فيما يلي :

أن تنمية الأعمال من خلال التسويق الإلكتروني تحتاج إلى أحداث تغييرات جوهرية في البنية التحتية في الهيكل والمسار والفلسفة التنظيمية للشركات ، فهناك حاجة ماسة إلى إعادة تنظيم هيكلها ودمج الأنشطة والفعاليات الاتصالية التسويقية الخاصة بالتسويق الإلكتروني بإستراتيجيتها التقليدية مع تحديث إجراءات العمل بها بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتجددة .

إن إنشاء موقع إلكتروني علي الانترنت أشبه ما يكون بإنشاء وبناء موقع مادي ، حيث أن تصميم وإنشاء وتطوير المواقع الالكترونية يحتاج إلي خبراء متخصصين وعلي درجة عالية من الكفاءة وكذلك الحاجة إلي دراسات تسويقية وفنية بحيث تكون تلك المواقع الالكترونية جذابة ومصممة بشكل قادر علي جذب انتباه العملاء وإثارة اهتمامهم ، كما يجب أن يكون الموقع مؤهلا لتقديم قيمة إضافية للعميل بما يحقق للشركة ميزة تنافسية عن الآخرين.

إن سرعة التطورات التكنولوجية في مجال تصميم وتطوير المواقع الالكترونية وتعزيز فعاليتها وقدرتها التنافسية يعد من أهم التحديات التي تواجه استمرارية هذه المواقع ونجاح التسويق الالكتروني من خلالها .

أن اللغة والثقافة من أهم التحديات التي تعوق التفاعل بين كثير من العملاء وبيت العديد من المواقع الالكترونية ،لذا فهناك حاجة لتطوير برمجيات من شأنها إحداث نقلة نوعية في ترجمة النصوص إلي لغات يفهمها العملاء ، كذلك ضرورة مراعاة العوائق الثقافية والعادات والتقاليد والقيم بحيث لا تكون عائقا نحو استخدام المواقع التجارية .

تعد السرية والخصوصية من التحديات التي تعوق وتؤثر علي تقبل بعض العملاء لفكرة التسوق عبر الانترنت وخاصة أن عملية التبادل الالكتروني تحتاج إلي الحصول علي بعض البيانات من العملاء مثل الاسم ، النوع ، الجنسية ، العنوان ، طريقة السداد ، وغيرها ، لذا فهناك ضرورة لاستخدام برمجيات خاصة للحفاظ علي سرية وخصوصية التعاملات التجارية الالكترونية مثل

برنامج Cookies

إن أسلوب الدفع بواسطة بطاقات الائتمان عبر الانترنت هو أكثر أشكال السداد ارتباطا بالتسويق الالكتروني ، وتعتبر عملية تحويل النقود في صلب أي معاملات تجارية عبر الانترنت من أكثر التحديات التي تواجه التسويق الالكتروني ، لذا أصبح هناك

اتجاه نحو استخدام برمجيات خاصة لتأمين وسائل السداد الالكتروني ، وترسيخ ثقة العملاء بها مثل برنامج **Secure**

. transaction Electronic

- أ- غياب البنية التحتية الضرورية لهذا النوع من التجارة الحديثة .
- ب- عدم وضوح الرؤية المستقبلية للتسويق الالكتروني لدي مدراء الشركات .
- ت- ارتفاع التكلفة المادية للتحويل إلي التسويق الالكتروني .
- ث- عدم تقبل العملاء لفكرة الشراء عبر الانترنت لإحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة السلع ورغبتهم في فحصها قبل الشراء .
- ج- عدم توافر أجهزة الكمبيوتر لدي نسبة كبيرة من المواطنين في الدول النامية .
- ح- عدم انتشار الانترنت بصورة كبيرة في بعض الدول النامية .
- خ- بطء شبكة الانترنت وصعوبة التنقل عبر المواقع الالكترونية في بعض الدول النامية .

وهذه بعض أهم النقاط التي سوف نتناولها في هذا الكتاب:

ما هو التسويق الإلكتروني (شرح مبسط يفهمه الجميع).

أهمية التسويق الإلكتروني.

العناصر الرئيسية التي يقوم عليها التسويق الإلكتروني.

أهم قنوات التسويق الإلكتروني.

أهم عوامل النجاح في التسويق الإلكتروني.

أهم المصادر لتعلم التسويق الإلكتروني.

أسئلة شائعة حول التسويق الإلكتروني والإجابة عليها.

أيضاً أثناء المقال ستجدني أضع لك روابط لموضوعات أخرى في الراجحون تتناول جوانب معينة من عالم التسويق الإلكتروني.

أنصحك بشدة بقراءة هذه الموضوعات، هذا بالطبع إذا كنت تريد معرفة المزيد حول هذا العالم الرائع... عالم التسويق الإلكتروني. ما هو التسويق الإلكتروني؟

التسويق الإلكتروني هو: بالإنجليزية **E-marketing** وهو يعني استخدام كل ما هو إلكتروني وتحديدًا شبكة الإنترنت في العملية التسويقية لتحقيق النتائج المطلوبة، والنتائج المطلوبة هنا قد تكون:

تعزيز العلامة التجارية.

زيادة المبيعات.

تحقيق أرباح مباشرة.

الترويج لمنتج أو خدمة.

الحصول على زوار للموقع الإلكتروني أو المتجر الإلكتروني.

التسويق الإلكتروني يعني أيضاً استخدام شبكة الإنترنت من أجل الوصول للعميل المحتمل أو المستهدف، وذلك لتحقيق أعلى مستوى من المبيعات، ومن ثم تحقيق أعلى مستوى من الأرباح.

الجدير بالذكر هنا أن مفهوم التسويق أونلاين (**Online Marketing**) أو التسويق من خلال الإنترنت (**Internet Marketing**) هو مفهوم مرادف تقريباً لمفهوم التسويق الإلكتروني، وذلك لأن الإنترنت هو العنصر الأساسي الذي يدور حوله التسويق الإلكتروني.

ولكن من المهم أن تفهم أنه من الناحية الدقيقة والأكاديمية، فمفهوم التسويق الإلكتروني هو مفهوم أكبر وأكثر شمولاً من مفهوم التسويق عبر الإنترنت.

فالتسويق الإلكتروني يشمل التسويق عبر الإنترنت والتسويق من خلال الهواتف الذكية عبر الرسائل النصية، والتسويق من خلال اللافتات الذكية... الخ.

بالطبع ما يهم الغالبية بخصوص التسويق الإلكتروني هو التسويق عبر شبكة الإنترنت، وهذا ما سوف نخصص حديثنا عنه اليوم. على الرغم من أن مجال التسويق الإلكتروني هو مجال حديث نسبياً، إلا أنه شهد نمو وتطور كبير خلال السنوات القليلة الماضية، وعلاوة على ذلك فهو مجال يتطور باستمرار، ويأتي بجديد دائماً.

التسويق الإلكتروني ليس مجرد فرع من فروع التسويق بشكل عام، ولكنه يمثل طبيعة عصر تكنولوجي نعيش فيه الآن، لذلك ليس هناك عجب، أن تجد أن التسويق الإلكتروني ساهم بشكل كبير في تطوير وتشكيل مفهوم التسويق بشكل عام.

في الحقيقة هناك ملايين بل عشرات الملايين من المشروعات التي التسويق بالنسبة لها يعني فقط تسويق إلكتروني، هذه المشروعات بالطبع تقوم على تكنولوجيا الإنترنت وتخدم مستخدمي الإنترنت في المقام الأول.

وهذا يتضمن كل المواقع الإلكترونية الموجودة على شبكة الويب، والمتاجر الإلكترونية التي توفر وسيلة سهلة لمستخدمي الإنترنت لشراء ما يحتاجون له.

بالطبع الكثير والكثير من المشروعات على أرض الواقع أيضاً، تعتمد بشكل كبير وأساسي على التسويق الإلكتروني في تسويق ما لديها من منتجات أو خدمات.

اقرأ أيضاً:

المزيج التسويقي (Marketing Mix) ما هو وما أهميته وشرح؛ (Ps)

الفرق بين التسويق والمبيعات (دليلك للفهم العميق)

دليلك الشامل في التسويق عبر الهاتف المحمول (Mobile Marketing)

أهمية التسويق الإلكتروني

في هذا الجزء سوف نتناول بعض الأسباب المهمة التي تثبت أهمية التسويق الإلكتروني لكل صاحب بزنس، بالطبع هذه الأسباب هي أيضاً الأسباب التي تدفع الآلاف لتعلم التسويق الإلكتروني للحصول على فرص توظيفية رائعة.

1. التسويق الإلكتروني هو الطريق الأمثل للوصول للعملاء المحتملين

فقط خذ نفساً عميقاً وحاول تخيل عدد مستخدمي الإنترنت في الوقت الحالي، ليس عليك سوى أن تنظر حولك فترى أصدقاءك وأهلك وزملائك في العمل يستخدمون الإنترنت، وإذا كنت ممن يصدقون الإحصاءات فقط.

فوفقاً للإحصائيات بلغ **عدد مستخدمي الإنترنت في إبريل ٢٠٢٠** حوالي ٤.٥٧ مليار نسمة حول العالم، أي أكثر من نصف سكان العالم يستخدمون الإنترنت بشكل يومي.

تخيل إمكانية الوصول لنصف سكان العالم لعرض منتجك أو خدمتك أمامهم... آسف لا تخيل... المطلوب هنا أن تتعلم فهذا ممكن.

بالطبع أنت في الغالب لن تحتاج للوصول لهم جميعاً، ولكن التسويق الإلكتروني سيمكنك من التسويق وفقاً لخياراتك الخاصة.

2. المنافسون يستخدمون التسويق الإلكتروني

الإنترنت هو فرصة للوصول لأكبر عدد ممكن من العملاء المحتملين للبرنس الخاص بك.

سواء قمت باستغلال هذه الفرصة أم لا، فمنافسوك يفعلون ذلك أو على الأقل الأذكاء منهم، وبتخليك عن التسويق الإلكتروني فأنت تخسر ميزة تنافسية في غاية الأهمية.

هذا الفكرة لا تحتاج لإثبات... فأنا متأكد أنك تعرف المزيد من أصحاب المشروعات الذين يستخدمون الإنترنت في التسويق، فحتى ذلك الشاب الذي يمتلك متجر صغير لبيع الحلويات في تلك الحارة يمتلك صفحة على الفيسبوك للترويج لمتجره.

3. العملاء المحتملين يفترضون تواجد كل شيء اونلاين

عندما يريد عملاءك المحتملين شراء منتجك أو خدمتك سوف يبحثون على الإنترنت، إن لم يكن هناك وجود لك، فسوف يتجاهلونك تماماً، أو بالحري لن تأتي على بالهم من الأساس.

لهم ذلك ليس عليك إلا أن تقوم بمراجعة سجل بحثك على جوجل، وأعتقد أنك ستجد أنك بحثت بجمل مثل هذه:

منيو مطعم....

رقم تليفون الدكتور....

أفضل محل ورود في مدينة...

عنوان متجر...

بالطبع هنا المطعم والدكتور ومحل الورود والمتجر الذي له تواجد اونلاين سيكون له فرصة أكبر للفوز بالعملاء الذين يبحثون...
ألا تتفق معي؟

4. التسويق الإلكتروني يساعدك على خلق سوق جديد

التسويق الإلكتروني لا يعترف بحدود الزمان والمكان، ومن ثم يمكنك من خلاله خلق سوق جديد، والحصول على المزيد من العملاء المحتملين الجدد.

بتطبيق نفس الفكرة التي تناولناها في النقطة السابقة، وبفرض أنك صاحب محل ورود في أحد المناطق في القاهرة الجديدة، وبفرض أنك مشهور في منطقتك... ماذا لو قام أحد سكان منطقة سكنية مجاورة بالبحث عن محل ورود وظهر له موقع محلك الرسمي... اليست هذه فرصة لخلق سوق جديد.

ملحوظة: أنا هنا احاول تناول أمثلة بسيطة للبرهنة على فاعلية فكرة التسويق الإلكتروني، ولكن في الواقع ما يمكن تحقيقه من خلال التسويق الإلكتروني يتجاوز سقف توقعات الجميع.

5. التسويق الإلكتروني يوفر وسيلة فعالة للتواصل المباشر مع العميل

من خلال ما يتيح التسويق الإلكتروني من أدوات يمكنك فعلياً التحدث مع عملاءك المحتملين كما لو أنك تراهم وجهاً لوجه، هذا سيمكنك من الحصول على أفكار جديدة، مقترحات، حلول للمشاكل بشأن منتجك أو خدمتك.

أيضاً عملاءك سوف يشعرون بالثقة والانتماء لعلامتك التجارية، لأنهم يرونها أمامهم مثل شخص مألوف يتواصلون معه بصورة مستمرة.

قياساً على نفس أمثلتنا البسيطة السابقة... ماذا لو ذلك العاشق الذي يبحث عن محل ورود جيد قام بالتواصل معك عبر برنامج (WhatsApp من خلال زر بالموقع الرسمي)، فقامت بإجابة كل أسئلته واخبرته أنك تقدم ورود طازجة.

وبعدما قام بالشراء قمت بالتواصل معه وسألته:

هل أعجبت ورودنا محبوبتك؟ هل تسمح لنا بالتواصل معك في عيد ميلادها القادم لكي نذكرك به، ولكي نعد باقة زهور أخرى خصيصاً لذلك؟

6. التسويق الإلكتروني يوفر مميزات استهدافية ليس لها مثيل

نتيجة للبيانات والمعلومات المتاحة عن كل مستخدم للإنترنت، وبناءً على قنواتك التسويقية يمكنك الوصول للعميل المناسب في الوقت المناسب، وهذه حقاً ميزة رائعة يتميز بها الإنترنت عن غيره من الوسائل التسويقية الأخرى.

مثلاً لو قمت بعمل إعلان ممول على فيسبوك لمحل الورود ذاته الذي نتحدث عنه، فيمكنك وضع إعلانك أمام من تنطبق عليه مواصفات مثل التي بالأسفل:

تتراوح أعمارهم ما بين ٢٠ وحتى ٣٠ سنة.

يسعيشون في القاهرة.

الحالة الاجتماعية "في علاقة. In relationship"

زاروا الموقع الرسمي لمحل الورود خاصتك في آخر ٣ شهور.

7. التسويق من خلال الإنترنت هو الأرخص على الإطلاق

هذه النقطة مرتبة في المقام الأول على النقطة التي سبقتها وهي الاستهداف، فمن خلال التسويق الإلكتروني سوف تدفع فقط مقابل أشخاص هم حقا مستهدفين للبرنس الخاص بك.

وسوف تدفع وفقاً للنتائج التي تفضلها، والتي تبدأ من مجرد التوعية بوجود منتجك، وتصل إلى اتمام عملية بيع كاملة. مثلاً يمكنك في مثالنا السابق عن الحملة الإعلانية وضع ميزانية إعلانية ١٠٠ جنيهاً مصرياً فقط لكل يوم، ويمكنك جعل حملتك تستمر فقط لثلاثة أيام... أليس هذا رائعاً.

ملحوظة: لكي تستفيد من هذه الميزة عليك أن تكون مسوق إلكتروني محترف، فهناك الآلاف الذين يدفعون المال في حملات إعلانية خاسرة على الإنترنت.

8. التسويق الإلكتروني يوفر بيانات تحليلية في منتهى الدقة

من خلال الأدوات التحليلية الرقمية المتاحة في التسويق الإلكتروني، يمكنك الحصول على كل ما تريد من معلومات وبيانات من أجل تحسين ما تقدم من منتجات وخدمات.

فمثلاً يمكنك معرفة كم شخص تفاعل مع إعلانك، وكم شخص زار موقعك من خلال الإعلان، ويمكنك عمل نماذج إعلانية مختلفة وتحليل نتيجة كل واحد منها للوصول لأفضل إعلان ممكن والذي حقق أفضل نتيجة.

العناصر الرئيسية التي يقوم عليها التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني يقوم على مجموعة من العناصر أو المكونات، هذه العناصر هي التي تحكم العملية التسويقية على الإنترنت أي كان نوعها.

1- البيانات (Data)

البيانات تعتبر العنصر الأساسي الأول في التسويق الإلكتروني، ومنها تبدأ العملية التسويقية في مفهومها العلمي والعملية الصحيح.

هدف جمع البيانات هو معرفة مواصفات العميل المستهدف، وسلوكياته الشرائية، وحجم السوق المتوقع، وحجم المنافسة، وطبيعة المنافسين... الخ.

الجدير بالذكر هنا أن دور وأهمية البيانات لا يكون فقط في البداية، ولكنه دور مهم باستمرار طالما العملية التسويقية مستمرة.

اقرأ أيضاً:

أهمية التتبع في الحملات الإعلانية

ما هو سلوك المستهلك وكيفية استخدامه في التسويق ٢٠٢٠

في مثالنا الخاص بمحل الورود... قم بفحص صفحات ومواقع محلات الورود الأخرى، وتعرف على أسعارهم وما يقدمونه من جديد.

هذا سيفيدك جداً في عمل حملات إعلانية أكثر ذكاءً واقتناعاً، وسيجعلك تطور من خطتك التسويقية على الإنترنت.

2-الخطط(Plans)

الخطط مهمة جداً في كل شيء في حياتنا، ولها أهمية خاصة في مجال البيزنس بشكل عام، ولكن في الحقيقة عندما نتحدث عن التسويق الإلكتروني فالخطة لها بعد آخر تماماً من الأهمية.

عالم التسويق الإلكتروني عالم متسع ومتشاك ومرن، ويحتوي على الكثير من القنوات والفرص والاتجاهات، لذلك لنجاح العملية التسويقية عن طريق الإنترنت يجب عمل خطة دقيقة وواضحة.

هذا يشمل تحديد المزاينة، والقنوات التسويقية، وتوزيع المهام... الخ.

لمعرفة المزيد حول كيفية التخطيط التسويقي اقرأ المقالات بالروابط بالأسفل:

[ما هي الخطة التسويقية وأهميتها ومكوناتها الرئيسية](#)

[كيف تكتب خطة تسويقية احترافية خطوة بخطوة](#)

[ما هي الاستراتيجية التسويقية \(Marketing Strategy\)](#)

[ما هي استراتيجيات التسويق الإلكتروني الأكثر فاعلية في ٢٠٢٠؟](#)

[كيفية عمل خطة تسويق بالمحتوى ناجحة لعام ٢٠٢٠](#)

[كيف تضع خطة تسويق منتج جديد \(ابدأ باحترافية\)](#)

3-الأدوات(Tools)

الجميع يعرف أن التسويق الإلكتروني يقوم بشكل أساسي على التكنولوجيا، والتكنولوجيا تقوم على برمجيات معدة مسبقاً لانجاز مهام بوقت ومجهود أقل.

هنا [ادوات التسويق الإلكتروني](#) هي عنصر مهم جداً، ولها دور كبير في النجاح في هذا المجال، فلو كان كل شيء يتم بشكل يدوي في مجال التسويق الإلكتروني، لما تم احراز واحد من ألف مما تم احرازه بالفعل في هذا المجال.

على سبيل المثال أداة مثل [ووردبريس](#)، التي تتيح لك عمل موقع الكتروني بكل سهولة، تستخدم في %٣٠ من كل المواقع على شبكة الانترنت.

اقرأ أيضاً: [خطوات إنشاء موقع ووردبريس](#)

الجدير بالذكر هنا أن الأدوات تستخدم في جميع مراحل وجوانب التسويق الإلكتروني.

اقرأ أيضاً **10**: [تطبيقات أساسية لكل ماركيتير \(Marketer\)](#)

مثال: استخدام أداة تحليل الزوار [Google Analytics](#) سوف تمنحك معلومات رائعة عن الزيارات التي يحصل عليها الموقع الرسمي لمحل الورود خاصتك مثل:

كم زائر قام بدخول الموقع الرسمي للمحل.

ما هي المدة التي تم قضاءها بالموقع.

من أين أتى الزوار من الفيسبوك، من محرك البحث جوجل.. الخ

4-المهارات (Skills)

في الحقيقية هناك الكثير جداً من المعطيات في عالم التسويق الإلكتروني، وهذا بالتبعية يتيح الكثير من الخيارات والبدائل. كل عنصر من العناصر الأخرى تقريباً الجميع متساويين فيه، لكن ما يصنع الفارق ويجعل البعض يحقق نتائج استثنائية هو المهارات التسويقية.

المهارات التسويقية للمسوق الإلكتروني هي التي يتوقف عليها كل شيء في النهاية، وهي التي تصنع الفارق بين مسوق الكتروني تقليدي و مسوق الكتروني محترف.

المهارات التسويقية تشمل الآتي:

الإبداع والإبتكار والرؤية الثاقبة، وهذه تعتمد بشكل أساسي على طبيعة شخص وإمكانيات المسوق الإلكتروني.

القدرة على الحصول على أفضل النتائج بأقل التكاليف، وهذا يشمل تقليل التكاليف الغير ضرورية، واستغلال الفرص التسويقية المتاحة.

القدرة على بناء علاقات جيدة مع الآخرين، والتي تساعد على خلق بيئة تعاونية لتحقيق أفضل النتائج الممكنة.

للحصول على القائمة كاملة قم بقراءة المقال بالرابط بالأسفل:

مهارات التسويق الإلكتروني الواجب توافرها في كل مسوق محترف

أهم قنوات التسويق الإلكتروني

لا يعتمد التسويق الإلكتروني على قناة واحدة، وإنما يعتمد على قنوات كثيرة ومتنوعة. القنوات التسويقية على الإنترنت تتميز بأنها متشابهة ومرتبطة ارتباطاً وثيقاً فيما بينها.

1. التسويق بالمحتوى (التدوين)

يعتبر التدوين عمود أساسي من أعمدة التسويق على شبكة الإنترنت، التدوين اسلوب تسويقي طويل الأجل، يكون الهدف منه جذب عملاء جدد، وتوفير معلومات وبيانات مهمة للعملاء الحاليين، وذلك من خلال نشر محتوى مفيد وذا قيمة عالية في المجال الذي يتخصص به البيزنس المعني.

جوجل، وفيسبوك، وامازون يمتلكون مدونات من خلالها ينشرون آخر الأخبار، وينشرون مقالات مهمة للتوعية بما يقدمون من منتجات وخدمات... الخ.

مثال: مدونة لطبيب متخصص في جراحة السمنة يتناول فيها شرح الفروق بين العمليات الجراحية، ويجب على الأسنلة الشائعة... هنا المدونة ستجذب عملاء محتملين وجزء منهم سوف يختار هذا الطبيب لإجراء العملية. اقرأ أيضاً:

كيفية كتابة مقال (مرشد شامل)

دليل التسويق بالمحتوى للمبتدئين (دليل شامل ٢٠٢٠)

دليلك الكامل لـ صناعة المحتوى الرقمي ٢٠٢٠

دليلك الكامل لـ كتابة المحتوى في ٢٠٢٠ (للمبتدئين)

2. التسويق بالعمولة

التسويق بالعمولة هو واحد من أفكار التسويق الإلكتروني العبقريّة، تقوم فكرته على أن يقوم أصحاب السلع أو الخدمات بمشاركة جزء من أرباحهم مع المسوقين بالعمولة الذين يقومون بالتسويق لصالحهم.

في الحقيقة هناك ملايين الدولارات كل يوم يتم تداولها من خلال هذا النوع من التسويق، وهذا النوع من التسويق، يفتح آفاق وفرص رائعة لكل من أصحاب المنتجات والمسوقين بالعمولة.

التسويق بالعمولة يحدث بهذه الطريقة:

هناك شخص صاحب منتج ما، ويريد تحقيق المزيد من المبيعات لهذا المنتج.

هناك مسوق ما لديه مهارات وقدرات تسويقية تمكنه من مساعدة صاحب المنتج في تحقيق مبيعات أفضل.

يتم الاتفاق بين المسوق وصاحب المنتج على نظام التسويق بالعمولة.

يقوم المسوق بتحقيق مبيعات لصالح صاحب المنتج.

يقوم صاحب المنتج بمنح المسوق جزء من الأرباح الخاصة به.

بالطبع لأننا هنا نتحدث عن التسويق الإلكتروني، فكل شيء يتم هنا بشكل إلكتروني من خلال منصات وسيطة متخصصة في التسويق بالعمولة، أو من خلال اتاحة النظام في موقع صاحب المنتج مباشرة.

وهذه بعض الموضوعات المهمة في الرابحون حول التسويق بالعمولة:

[شرح التسويق بالعمولة أو الأفليتي \(مرشد شامل ٢٠٢٠\)](#)

[لماذا عليك البدء في التسويق بالعمولة في ٢٠٢٠](#)

[كيف تصبح مسوق بالعمولة ناجح \(١٠ نصائح فارقة في ٢٠٢٠\)](#)

[الربح من أمازون \(كل الطرق و المعلومات التي تحتاج إليها\)](#)

[كيفية الربح من موقع جوميا \(دليل شامل ومفصل ٢٠٢٠\)](#)

3. التسويق عن طريق الإعلانات المدفوعة

التسويق عن طريق الإعلانات المدفوعة، هي واحدة من أسرع القنوات للحصول على نتائج، ولكنها أيضاً أكثرهم تكلفة. الفكرة ببساطة تقوم على التوجه لأحد الشركات الإعلانية، والبدء في إنشاء حملات إعلانية وفقاً لنظام هذه الشركات.

هناك الكثير من الشركات الإعلانية التي يمكنك التسويق من خلالها، وهناك الكثير من طرق التسويق المتاحة في هذا النوع.

وهذه قائمة بأهم أنواع الشركات الإعلانية التي يمكنك الإعلان من خلالها بشكل مدفوع:

1- محركات البحث مثل جوجل

في الغالب محركات البحث تتيح إعلانات مدفوعة من خلال شركات إعلانية متخصصة تابعة لها.

يكون نظام الدفع الأساسي في إعلانات محركات البحث مقابل الضغطة (أي أنك ستدفع مبلغ مالي معين مقابل كل مستخدم يقوم بالضغط على رابط موقعك.)

هنا سيظهر إعلاناتك في صفحة نتائج البحث (أو في مواقع شريكة لمحرك البحث) وفقاً للكلمات المفتاحية التي ستستهدفها في إعلاناتك المدفوع أو الممول.

اقرأ أيضاً: ما هي إعلانات جوجل Google Ads دليل المبتدئين ٢٠٢٠

2- مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك

مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لمستخدميها القيام بعمل إعلانات ممولة لمنتجاتهم وخدماتهم.

من خلال حسابك على موقع التواصل الاجتماعي وليكن فيسبوك... يمكنك إنشاء حسابك الإعلاني والبدء في الحصول على زوار لموقعك أو تفاعل على صفحتك التجارية على الموقع.

هناك أكثر من طريقة لاحتساب تكلفة الإعلان في مواقع التواصل الاجتماعي، مثل الدفع مقابل الضغطة، والدفع مقابل مشاهدة الإعلان، والدفع مقابل التفاعل على المنشور.

اقرأ أيضاً:

كيفية عمل إعلان ممول على الفيس بوك

20 نصيحة لإنشاء إعلان فيسبوك ناجح

3- شركات PPV

شركات **PPV** هي تمثل نوع مختلف من الشركات الإعلانية، وفيها ستقوم بالدفع عند كل ظهور لموقعك أمام المستخدم، فهنا شركات **PPV** ستقوم باظهار نافذة منبثقة او نافذة إعلانية لموقعك امام المستخدم مباشرة.

اقرأ أيضاً:

ما هي زوار PPV الإعلانية وكيف تعمل (دليل شامل وحصري)

أفضل وأهم شركات PPV الإعلانية في ٢٠٢٠ (دليلك الموثوق)

4- المواقع الإلكترونية التي تتيح خدمات الإعلانات المدفوعة

الكثير من المواقع والمدونات الإلكترونية تتيح عرض مساحات إعلانية مقابل المال.

في هذه الحالة عليك ايجاد موقع إلكتروني أو مدونة متخصصة في نفس مجال البيزنس الخاص بك، ومن ثم تقوم بالاتصال بالإدارة لعقد اتفاق وضع بانر إعلاني لدى هذا الموقع أو هذه المدونة مقابل مبلغ مالي ثابت يتم دفعه شهرياً.

هذا المبلغ يتوقف على حجم الموقع وطبيعة المحتوى المتخصص به.

بالطبع هناك الكثير من الشركات الإعلانية الأخرى ولكننا سنكتفي بالأربعة التي تم ذكرها فقط.

وهذه موضوعات مهمة في الراجحون حول الإعلانات بشكل عام:

ما هو الإعلان (شرح لمفهوم الإعلان وأنواعه وعناصره)

كيفية كتابة إعلان تسويقي (دليلك العملي خطوة بخطوة) ٢٠٢٠

6 نصائح لعمل حملة إعلانية ناجحة على الإنترنت

ما هو التسويق الترويجي (Promotional Marketing دليل شامل)

4. التسويق عن طريق البريد الإلكتروني

يعتبر هذا أقدم نوع من أنواع التسويق الإلكتروني، والذي يتم من خلال جمع قائمة بريدية تحتوي على مستخدمين يهتمون بشيء واحد، ومن ثم إرسال رسائل تسويقية لهم.

الجدير بالذكر أن هذه القناة التسويقية لا تعمل بشكل منفرد ومستقل في الغالب، ولكنها تعمل تحت مظلة الموقع أو المدونة الإلكترونية التابعة للبيزنس أو المشروع.

التسويق عن طريق البريد الإلكتروني في شكله الاحترافي هو نظام يتم ضبطه على الموقع الإلكتروني، فيه يتم جميع عناوين البريد الإلكتروني للعملاء المحتملين، ومن ثم يتم إرسال رسائل تسويقية لهم.

لمعرفة المزيد عن التسويق عن طريق البريد الإلكتروني اقرأ مقال: **شرح Email Marketing**

5. التسويق عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من أهم قنوات التسويق الإلكتروني على الإطلاق. لقد تناولنا التسويق عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي عند حديثنا عن الإعلانات المدفوعة.

ولكن يمكنك التسويق عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي مجاناً أيضاً (أو يمكنك عمل مزيج من الإعلانات المدفوعة والمجانبة على مواقع التواصل الاجتماعي).

عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي يمكنك بناء صفحات تجارية احترافية للبيزنس الخاص بك، ويمكنك فتح قنوات اتصال بينك وبين عملاءك المحتملين، وجعلهم دائماً على اطلاع بكل ما هو جديد حول مشروعك التجاري.

لبناء صفحة احترافية لمشروعك على فيسبوك اقرأ موضوع: **كيفية إنشاء صفحة فيس بوك**.

وهذه قائمة لموضوعات مهمة في الراجحون حول التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

دليل التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي ٢٠٢٠

التسويق عبر الفيسبوك (دليل المبتدئين) ٢٠٢٠

دليل التسويق عبر الانستقرام في ٢٠٢٠

التسويق عبر تويتر (مرشد شامل)

7 وصايا للتسويق عبر السوشيال ميديا للمشاريع الصغيرة

كيفية التسويق عبر لينكد ان للشركات (دليل شامل)

6. التسويق عن طريق محركات البحث

تناولنا بالأعلى محركات البحث كأحد شركات الإعلانات المدفوعة، ولكن هذا لا يعني أن محركات البحث هي قناة تسويق إلكتروني مستقلة، بل هي واحدة من أهم قناة تسويق إلكتروني على الإطلاق وأكثرها فاعلية.

من خلال الموقع أو المدونة التي تمثل البيزنس الخاص بك، يمكنك الحصول على زوار مجانية من خلال محركات البحث وعلى رأسها جوجل.

هذا بالطبع يتطلب منك تقديم محتوى ذا جودة عالية، والعمل على تحسين موقعك لمحركات البحث، أو ما يسمى بعلم **SEO**.

للوصول بموقعك أو مدونتك للنتيجة الأولى في جوجل عليك العودة لـ [\(دليل تحسين محركات البحث\) SEO](#) دليل يتكون من ٩ دروس ستمكنك حقاً من تحقيق نتائج مذهلة، ننصح بشدة بقراءته.

اقرأ أيضاً: [أهم مجالات التسويق الإلكتروني وشرح لكل منهم ومصادر للتعلم](#)

7. التسويق عن طريق المؤثرين

ظهر مفهوم التسويق عن طريق المؤثرين مع ظهور السوشيال ميديا، والتي يتواجد عليها مشاهير في كل المجالات التي يمكنك تخيلها، فمثلاً لو كان لديك مطعم... فيمكنك الذهاب لأحد مشاهير اليوتيوب في مجال وصفات الطعام، وطلب التسويق لمطعمك مقابل مبلغ مالي معين.

التسويق عبر المؤثرين واحد من قنوات التسويق الإلكتروني الفعالة جداً جداً، والتي يكون لها أثر رائع في النتائج في حال تم استخدامها بذكاء.

لفهم التسويق عبر المؤثرين بشكل أفضل قم بقراءة المقال بالرابط بالأسفل:

[التسويق عبر المؤثرين في ٢٠٢٠ \(دليل شامل ومبسط\)](#)

أهم عوامل النجاح في التسويق الإلكتروني

1- جودة المنتج أو الخدمة أو المحتوى الذي يتم التسويق له

التسويق الإلكتروني ليس سحراً يمكن أن يحول الفشل لنجاح، ولكنه أداة تعمل بأفضل شكل ممكن عندما يكون هناك منتج أو خدمة جيدة في الأساس.

لنجاح جهودك التسويقية عليك دائماً العمل على رفع جودة ما تقدم لعملائك، وتذكر دائماً أن النجاح يأتي دائماً من تسويق جيد لمنتج جيد.

2- مجاراة التطور الدائم للعملية التسويقية من خلال الإنترنت

هناك الكثير من الاستراتيجيات التسويقية التي تنجح لوقت، ولكن تصبح مستفزة أو متشعبة مع مرور الوقت. القدرة على مجاراة التطور في الاستراتيجيات والقنوات التسويقية يعتبر واحد من أهم عوامل النجاح.

من هنا عليك كصاحب بيزنس أو متخصص تسويق إلكتروني العمل دائماً على الإطلاع على كل ما هو جديد في عالم التسويق الإلكتروني.

اقرأ أيضاً: [اتجاهات التسويق الرقمي \(١٣ تريند عليك معرفته في ٢٠٢٠\)](#)

-3 القدرة على تحليل النتائج باستمرار

تحليل النتائج في عالم التسويق الإلكتروني، هو العامل الذي يجعل كل بيزنس مستمراً في النجاح، والذي يجعل كل كيان ينتبه لنقاط القوة والضعف التي يمتلكها.

هناك الكثير من الأدوات التحليلية الرائعة التي يمكنك من خلالها فهم أدق التفاصيل حول جهودك التسويقية، ومن ثم اتخاذ القرارات التي تدعم نجاحك.

فمثلاً عند عمل حملة إعلانية على أحد المنصات العملاقة مثل جوجل أو فيسبوك، ستجد كم هائل من البيانات حول الحملة، والتي يمكنك من خلال فهمها إجراء تحسينات للحصول على نتائج أفضل لحملةك التالية.

-4 وضع رضا العميل في مقدمة الاهتمامات دائماً

بشكل عام وحتى في المدرسة القديمة للتسويق فإن كسب رضا العميل هو مفتاح النجاح، حتى في أضيق الحدود فجميعنا نشترى من المتاجر والمحلات التي وجدنا به معاملة جيدة وتسهيلات وبائعين محترفين ومبتسمين.

أما في عالم التسويق الإلكتروني فرضا العميل له أهمية كبيرة أيضاً، ولكنه يتم بطرق احترافية تكنولوجية، فأنت هنا لن تواجه العميل وجهاً لوجه لكي تبسم له... لما لا يمكنك فعل ذلك من خلال الاموجي هههههه.

في عالم التسويق الإلكتروني هناك بعض المعايير والنقاط التي عليك التأكد منها لكسب رضا العميل مثل:

سرعة الرد على الاستفسارات.

سرعة التفاعل مع التعليقات التي تأتي من المتابعين على السوشيال ميديا.

تصميم موقع احترافي سهل الاستخدام.

اتباع سياسات واضحة للاستبدال والاسترجاع في حالة التجارة الإلكترونية.

-5 اليقظة والقدرة على استغلال المواقف والأحداث الساخنة

في عالم التسويق الإلكتروني هناك ما يسمى بمفهوم الـ **trend** يعني شهرة حدث أو مناسبة أو شيء معين في وقت معين.)

على سبيل المثال، هناك الكثير من المتاجر التي تحقق ملايين الدولارات الإضافية نتيجة استغلال حدث مثل رأس السنة أو الجمعة السوداء.

مثال آخر: في هذه الأثناء التي يتفشى بها مرض كورونا ستجد الكثير من المواقع الإلكترونية الضخمة والمتاجر الكبيرة تقوم بعمل ارشادات ومساعدات وحلول لمساعدة المستخدمين على تجنب العدوى واتباع السلوكيات الصحيحة.

-6 القدرة على الإبداع والابتكار

في الحقيقة عالم الإنترنت عالم مزدحم جداً، وهذا يجعل هناك منافسة لا يستهان بها، لتخطي هذه المنافسة عليك تبني أساليب إبداعية في حملاتك التسويقية.

الإبداع هنا لا يعني بالضرورة اختراع العجلة من جديد، ولكن يمكن تحقيقه من خلال:

فكرة بسيطة ولكننا تقدم حل رائع للعملاء.

دمج استراتيجيتين للتسويق معاً بطريقة غير اعتيادية.

عمل حملات إعلانية وفقاً للفهم العميق للمستخدم والمشاكل التي يعاني منها.

اقرأ أيضاً: [فن التسويق \(مفتاحك لتحقيق نتائج تسويقية استثنائية\)](#)

7- العمل دائماً على الاهتمام بالأصول التسويقية الإلكترونية والعمل على تطويرها

عندما نتحدث عن الأصول التسويقية هنا فإننا نقصد:

1- الموقع الإلكتروني

يجب يكون مصصماً بطريقة تعكس جودة المنتج، وتسلب الضوء على مميزاته وقدرته على تلبية احتياج العميل. ويجب أن يكون الموقع أيضاً مظهرًا للعلامة التجارية، وذلك من خلال اختيار الألوان والتصميم المناسب.

من ناحية أخرى يجب العمل على تهيئة الموقع لمحركات البحث، ومدّه بمحتوى جيد ومتجدد باستمرار.

بالطبع هذا ينطبق أيضاً على المتجر الإلكتروني أو تطبيق الهاتف الذكي.

2- الصفحات التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي

هذا يتضمن صفحات البيزنس الرسمية على فيسبوك وتويتر وانستجرام... الخ، وأيضاً يتضمن القناة الرسمية على يوتيوب.

هنا يجب اظهار هذه الصفحات بشكل احترافي، وذلك من خلال ضم البيانات بشكل كامل، والاهتمام بالصور التي تعبر عن العلامة التجارية، وبالطبع مدّها بمحتوى جذاب ومتجدد باستمرار.

أهم المصادر لتعلم التسويق الإلكتروني

في هذا الجزء سوف انهي مقالتي بمجموعة من أشهر المصادر الرائدة في مجال التسويق الإلكتروني، إلى جانب مجموعة من الكورسات المجانية الاحترافية التي تقدمها كياتات كبيرة ورائدة مثل جوجل.

أولاً: أشهر المدونات العالمية في مجال التسويق الإلكتروني

[مدونة HubSpot](#)) تعتبر المدونة الأشهر والأهم على الإطلاق في عالم التسويق الإلكتروني.)

[مدونة Content Marketing Institute](#)) واحدة من أهم وأشهر المدونات في التسويق الإلكتروني بشكل عام وفي المحتوى التسويقي بشكل خاص.)

[مدونة Copyblogger](#)) واحدة من أشهر المدونات المتخصصة في مجال المحتوى التسويقي.)

[مدونة Moz](#)) يعتبر موقع Moz هو الأشهر في عالم التهيئة في محركات البحث.)

[مدونة Neil Patel](#)) يعتبر نيل باتل المدون الأشهر في مجال التسويق الإلكتروني.)

[مدونة Hootsuite](#)) واحدة من أهم وأفضل المدونات في التسويق عبر الوشال ميديا.)

ثانياً: مجموعة من الكورسات المجانية والمدفوعة في التسويق الإلكتروني

مجموعة من الكورسات المجانية المقدمة من موقع Hubspot

كورس مجاني عن التهيئة في محركات البحث مقدم من الراحون

مجموعة من الكورسات المجانية التي تقدمها جوجل قم باختيار **Digital Marketing** ناحية اليمين.)

مجموعة من الكورسات المجانية في التسويق عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي من موقع Alison.

مجموعة من الكورسات في التسويق الإلكتروني المقدمة من موقع Coursera ، يمكنك دراستها بصورة مجانية ولكن بدون شهادة.

مجموعة من الكورسات الرائعة لتعلم التسويق الإلكتروني على موقع Udemy

اقرأ أيضاً: أفضل ١١ كورس ديجيتال ماركتنج (دليلك لتعلم التسويق الرقمي)

أسئلة مهمة حول التسويق الإلكتروني والإجابة عليها.

السؤال الأول: ما الفرق بين مفهوم التسويق الإلكتروني والتسويق الرقمي؟

التسويق الإلكتروني والتسويق الرقمي مصطلحان للتعبير عن نفس الشيء، فالمصطلح الدارج بالإنجليزية هو **Digital Marketing**، ويتم ترجمته بالعربية التسويق الرقمي.

ومصطلح التسويق الإلكتروني يعبر عن نفس الشيء، وهو المصطلح الدارج أكثر لدينا كعرب.

السؤال الثاني: كيف يمكنني الربح من التسويق الإلكتروني؟

التسويق الإلكتروني هو أداة يمكن تحقيق ربح من خلالها بالكثير من الطرق وهذه أشهرها:

التسويق لمنتجك أو لخدمتك أو لمشروعك الخاص.

العمل كمسئول تسويق إلكتروني في أحد الشركات.

العمل كمستقل في مجال التسويق الإلكتروني (أي اتمام مهام للآخرين حسب حاجتهم دون الالتزام بعقد طويل الأجل).

تسويق منتجات أو خدمات الآخرين بالعمولة.

السؤال الثالث: كيف أبدأ في التسويق الإلكتروني؟

ابدأ في البحث على الإنترنت لفهم الأساسيات ومن ثم يمكنك المشاركة في أحد الكورسات التي وضعتها لك بالأعلى، وبالطبع تابع الراحون فهنا نقوم بوضع موضوعات حول التسويق الإلكتروني باستمرار.

السؤال الرابع: هل التسويق الإلكتروني حلال أم حرام؟

في الراحون لا نتحدث في الحلال والحرام، ولكن ببساطة التسويق الإلكتروني هو أداة مثلها مثل أي أداة أخرى يمكنك استخدامها في التسويق لمنتجات جيدة وموثوقة، ويمكنك استخدامها في غش وخداع الآخرين... وهذا هو الحال على أرض الواقع أيضاً.

السؤال الخامس: هل اللغة الإنجليزية شرط أساسي لتعلم التسويق الإلكتروني؟

نعم لا بد أن تمتلك الحد المناسب من اللغة الإنجليزية الذي يمكنك من فهم المصطلحات، والتعامل مع المنصات والأدوات المختلفة بكفاءة.

ولكن دعني أخبرك أنه مع البحث ومحاولة التطور والاستعانة بترجمة المصطلحات يمكنك البدء... بالطبع في ظل وجود مصادر عربية موثوقة كالرابعون أصبح الأمر أكثر سهولة.

السؤال السادس: ما هي أكثر مجالات التسويق الإلكتروني طلباً في سوق العمل الحر؟

التسويق عبر السوشيال ميديا، والتسويق عبر محركات البحث، والإعلانات المدفوعة.

التسويق عن طريق خدمة الـ Seo

وهذا التسويق خاص فقط بأصحاب المواقع الإلكترونية أو مواقع الويب مهما اختلف شكلها سواء كانت مدونات أو جريدة إخبارية أو متجر إلكتروني وغيرها من المواقع المختلفة.. وهنا نقوم بإنشاء موقع خاص بالعميل يتحدث عن الخدمة التي يقوم بتقديمها في حالة عدم وجود موقع خاص به على شبكة الإنترنت ونقوم بالعمل عليه لكي نستهدف أكبر عدد من الكلمات التي تجذب الزائرين للسيطرة عليها في محركات البحث وعلى رأسهم محرك البحث جوجل مثل (تصميم تطبيقات الجوال ، التسويق الإلكتروني ، رقم شركة تسويق إلكتروني .. إلخ.)

التسويق عبر SEM

وتستخدم تلك الطريقة بالتوازي مع خدمة التسويق عن طريق الـ Seo في حالة أن تكون المنافسة على الكلمات المستهدفة صعبة ونقوم باستخدام خدمة **Google Adwords** للقيام بالإعلان عن خدماتك داخل المواقع وفيديوهات اليوتيوب وكذلك في نتائج متقدمة على الكلمات المستهدفة في محرك البحث جوجل ليصبح اعلانك في الصفحة الأولى على تلك الكلمات التي تضخ زوار مهتمين بالخدمة أو المنتج الذي تقوم بتقديمه.

التسويق عبر خدمة SMM

وهي القيام بتمويل وترويج منتجك أو خدمتك عن طريق إعلانات مدفوعة على مواقع السوشيال ميديا مثل القيام بحملة إعلانية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أو تويتر أو الإنستجرام والعديد من منصات التواصل الاجتماعي المختلفة التي تخدم نظام الإعلانات الممولة المدفوعة.

وهناك العديد من طرق التسويق الإلكتروني الأخرى مثل التسويق الإلكتروني عن طريق الإيميل والنشر في منتديات أو وضع موقعك في أدلة مختلفة ولكن لن نقوم بتقديم إفادة بنسبة كبيرة قد نقوم بتقديم إفادة بنسبة 1% فقط وقد لا تصل لتلك النسبة نهائياً

مزايا التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت

تطوير العلاقة بين العملاء بشكل كبير جداً حيث يمكنك التفاعل الدائم مع العملاء الحاليين المتواجدين لديك وكذلك العملاء الجدد المتوافدين لدى الموقع الإلكتروني الخاص بك.

يمكنك إستعمال طرق التسويق الإلكتروني لدراسة حالة السوق حول فرضية تسويق المنتج في الوقت الحالي أو تأجيل تسويقه واستبداله بمنتج آخر مطلوب حالياً بالأسواق.

سهولة تواصل العملاء معك للحصول على معلومات عن الخدمة التي تقدمها أو المنتج الذي تقوم بتقديمه.

إمكانية طلب الخدمة أو المنتج عبر موقعك الإلكتروني والتعامل بشكل مباشر عبر شبكة الإنترنت مع العميل للحصول على تلك الخدمة أو المنتج دون إرهاق أو تعب أو بحث من طرف العميل.

طرق نجاح التسويق الإلكتروني

تتوقف علي نوعية المنتج الذي تقوم بتسويقه أو الخدمة وقابلية السوق لها في الوقت الحالي .
وضع ميزانية مناسبة لترويج الخدمة او المنتج الخاص بك يتم تحديدها عن طريق خبراء التسويق .

SEO (search Engine optimization)

هل تعرف ما هي تقنيات البحث seo وما أهميتها
هنا الجواب

مصطلح السيو أو **SEO** هو اختصار ل (**search Engine optimization**)
كيفية الوصول بموقعك إلي مرتبة أفضل بمحركات البحث أي ضمن أول ١٠ نتائج
هدف السيو الأساسي هو جعل موقعك يظهر بالصفحة الأولى ، لجلب الكثير من الزوار إلي موقعك ، لان من الحقائق الشائعة
أن ٨٥% من زوار محركات البحث يبحثون في أول صفتين فقط

لماذا السيو من المواضيع البالغة الأهمية؟

الحقيقة إجابة السؤال دة ممكن تكون في ٣ نقاط
١.٩١% مستخدمي الانترنت في العالم يستخدمون محركات البحث لتصفح مواقع جديدة .
٢.٨٥% من مستخدمي محركات البحث يبحثون في أول صفتين فقط .
٣ بين ٧٠% إلي ٨٥% من زوار أي موقع يكون عن طريق محركات البحث .
٤ أكثر من ٣٠٠ مليون شخص محركات البحث يوميا .
كما تعرفنا علي أهمية السيو لموقعك ، وحجم الترافك إلي ممكن أن تحصل عليه يوميا من محركات البحث يوميا ، لازم نقول
أن يجب الاهتمام بالسيو لسبب بسيط جدا وهو ان الترافك
يمثل العمود الفقري لأي موقع ، بدون ترافك وزوار لموقعك نقدر نقول موقعك ميت ولا يساوي شيء ، يمكن دي مجرد بعض
من أسباب أهمية السيو لموقعك

ما هي تقنية آل SEO

الكثير يسأل ماهي إل **SEO** ويجهل أهميتها

إلـ **SEO** اختصار لـ (**search Engine optimization**) وترجم بالعربية لعدة معاني ولكن أقربها " تحسين
علاقة المواقع مع محركات البحث " ونقصد هنا محركات البحث مثل ، **Google**
Yahoo, msn وغيرها الكثير وهذا أشهرها ، ظهرت هذا التقنية لتعريفك كيف تحسن علاقة موقعك مع محركات البحث
وهذا لتحسين موقعك بين ترتيب نتائج البحث فيها والغرض الرئيسي هي
استقطاب زوار لموقعك من خلال محركات البحث .
قد يسأل البعض كيف أحسن علاقة موقعي مع محركات البحث وقطعا ليس بتودد إليها وإنما عبر خطوات معينة تسهل وصول
عناكب هذه المحركات إلي موقعك لكي تقوم بأرشفة موقعك وإعطاءك رتبة متقدمة في نتائج البحث لديها ومن الممكن أن نقول
بأن إلـ **SEO** هي الممارسات والأساليب التي يتبعها مدير الموقع لجذب محركات البحث إلي موقعة بشكل موجز ومختصر .
سبب أهمية إلـ **SEO** تعود إلي العدد المهول من الزوار الذين يقومون بالبحث عبر هذه المحركات فهي تحتل الصدارة من حيث
عدد الزوار وتجدها في أول قائمة المواقع عالميا حسب تصنيف موقع **Alexa.com** ، وبتحسينك علاقة موقعك مع محركات
البحث فأنت تسهل علي الزوار الوصول إليك وأيضا تكسب الكثير من الزوار أو العملاء الجدد بشكل مستمر لا متناهي

ومن أشهر محركات البحث وأسمها هو جوجل ولذلك سوف يدرس بشكل خاص كالتالي
الفصل الأول

The Importance of Google

أهمية جوجل

لقد أصبحت آلات البحث في هذه الأيام قد تسهل علينا أشياء كثيرة كنا نفعلها في الماضي وكانت تستقطع من وقتنا وجهدنا الكثير ولقد امتن الله سبحانه وتعالى علي البشر بالعلم وميزهم عن غيرهم باستعمال عقولهم لإدارة مصالحهم في هذا الكون .

وبما أن اليوم في عصر طغت فيه التكنولوجيا وأصبحت هي عامل التقدم بين الأمم ولاسيما في علوم الانترنت والكمبيوتر وتيسيرا علي كثير من مستخدمي الانترنت في أعمالهم وأبحاثهم نشأت آلات البحث **searchEngines** والتي بدورها تستطيع أن تجد ما تريد الوصول إليه بأسرع وقت ممكن ودون بذل أي عناء في ذلك ولعل من أشهر آلات البحث علي الإطلاق آلة البحث **جوجل search Engine Google** ولعل البعض يتساءل ولماذا جوجل بالذات الذي اختصه بالشرح علي الرغم من وجود المنات بل الآلاف من البحث الشهيرة أيضا ؟

أقول لك بالطبع هناك العديد من آلات البحث والتي تستحق العناء في دراستها ولكن لعل أكثرها تميزا هو جوجل وأن جوجل هو الأبرز والأكثر استخداما والأكثر أهمية علي الإطلاق إنه آلة البحث الذي ينبغي أن تضع كل مجهودك لإبراز وإشهار موقعك به في المقام الأول ، الآن دعونا نناقش ذلك كله ...

مما لاشك فيه أن جوجل هو أكبر وأشهر وأكثر آلة بحث استخداما في هذه الأيام في العالم اجمع فهو يحتوي علي فهرس به ٤.٣ مليون صفحة ويب (بما في ذلك ملفات **Excel** - من ٨٥٠ مليون مستخدم جديد كل شهر (هذا في مارس ٢٠٠٤) فكيف هو الآن ؟

ليس هذا فحسب بل يقوم أيضا بإمدادك بنتائج بحث خاصة بالآلات ودلائل بحث أخري وخاصة مثل /

AOL

Netscape

Earth link

COMPU Serve

(Simpatico) LYCOS

iWon.com

Go. com

AT & T World net

وهذا يعني أن وجودك في المرتبة الأولى في جوجل غالبا ما يكون موضوعا في المرتبة في تلك الآلات المشاركة والصديقة لجوجل وأقوال غالبا لان تلك آلات البحث المشاركة بالطبع تعمل علي إبراز نتائجها قليلا ولذلك الترتيب عبر تلك الآلات المشاركة ربما لا يكون دقيقا.

وعموما فإن تلك الآلات والدلائل محتواه داخل جوجل ، علما بأن جوجل هو المسئول الوحيد عن تشغيل ما يزيد عن ٥١% من حركة المرور علي المواقع عبر آلات البحث .

ويشكل أوضح جوجل هو آلة البحث الوحيد الذي يستحق أن تبذل كل ما في وسعك لإبراز وإشهار موقعك به .

بعد قيامك بالفنيات التي سأملئها عليك في الفصول القادمة وحرصك علي بذل المجهود الكافي في تحديث موقعك بصورة مستمرة وعلني مرارا وتكرار لعدة أشهر سوف تبدأ بالفعل في رؤية نتائج مثيرة ومذهلة هذا من ناحية ومن ناحية أخرى في البحث عن نفس العناصر التي في جوجل ، لهذا لو أنك عملت علي تحسين موقعك وفعلت ذلك بالطريقة الصحيحة التي يريدها جوجل أنت بذلك قد بدأت للتو في عمل ذلك عموما لجميع آلات البحث.

في هذا الفصل سوف نبيت تلك العناصر التي يستعين بها جوجل لإجراء عملية الترتيب **Ranking** والتي هي أكثر شيء يهمك أكثر من اهتمامك من إلقاء نظرة شاملة حول كيفية عمل جوجل والتي لا يعلمها إلا عدد قليل من العاملين في جوجل .

يعتبر جوجل كأي آلة بحث من الآلات الأخرى يستخدم نظام عمل اتوماتيكي **software automated** لقراءة وتحليل ومقارنة وترتيب المواقع . بالطبع ليس ذلك من قبل أشخاص آدميين وبالطبع فد تكون تلك العناصر التي بموقعك ذات أهمية لك مثل الخلفيات والصور وأفلام الكرتون والFLASH وأي جرافيك أخر يمكن بموقعك وأريدك أن تعلم أن كل ذلك يقابل بالتجاهل من قبل جوجل ولذلك أود منك أن تعلم أن أله البحث جوجل مثل شخص أعمي يقرأ بكتابة برايل **Brail way** أي شيء كجرافيك مزخرف أو مرني أو طبيعي ببساطة جوجل لا يراه ولذلك أريدك أن تفكر مثل جوجل .

إذن فما هو الترتيب ؟ **Ranking**

الترتيب في أبسط تعريفاته في آلات البحث هو وضع صفحات الويب وما يتصل بها من مواقع وصفحات في موضوع ما **subject** في وضع تسمى قائمة نتائج البحث **search Results** عند طلب بحث معين في تلك الآلة .

علي سبيل المثال : لو أنك كتبت عبارة دورة تسويق الكتروني في صندوق البحث بجوجل **Search bar** وبالضغط علي الزر **Enter** سوف تحصل علي تلك القائمة التي بالشكل التالي

(والتي تحتوي افتراضيا علي ١٠ نتائج بالصفحة) وتلك القائمة من النتائج يراها جوجل أكثرها صلة بكلمات البحث **key words** التي أدخلتها للبحث عنها والتي كانت مخزنة عند جوجل .

وأود أن تعلم أكثر صفحات الويب أهمية وذات صلة بما تبحث عنه تجدها مرتبة في قائمة نتائج البحث ترتيبا تنازليا وفقا لنظام عمل جوجل . وتعتمد صلة الصفحة **page relevance** علي كيفية ملائمة تلك الصفحة لكلمات بحث معينة .

من ناحية أخرى تعتمد أهمية الصفحة **page importance** علي جودة وكمية الروابط (**links**) سوف نناقش ذلك في فصل لاحق .

لو لم يظهر موقعك في اعلي ٣٠ مرتبة لأكثر المواضيع والتصنيفات أهمية بالنسبة لك من المحتمل انك لم تحصل علي عدد زوار كثيرين من جوجل أو من أي آلة بحث أخرى .لان الكثير من الناس غالبا لا يتعدون أولي صفحات نتائج البحث والتي تظهر امامهم ولذلك أنت بالفعل في حاجة لان تكون ضمن اعلي ١٠ مراتب **top ten ranking** في نتائج البحث ويمكنك أن تقارن ذلك بكم سيون عدد زوارك لو حصلت علي المرتبة الأولى لموقعك مقارنة بالمرتبة الثالثة أو العاشرة ولك بالطبع أن تتخيل الفرق وتؤكد الدراسات بأن تلك المرتبات من الأولى حتي الرابعة هي ما تدعي (فوق الجميع) وأود أن أقول ل كان أي ترتيب اعلي من المرتبة الثالثة أو الرابعة يعتمد علي حجم شاشة العرض **Monitor Display** وجودتها وعوامل كثيرة أخرى ولذلك ابذل قصاري جهدك

للوصول لهؤلاء الأشخاص الذين لا يودون النزول بالصفحة لأسفل **scrolling** فقط يريدون الحصول علي أولي النتائج التي تظهر أمامهم (أولي ثلاث إلي أربع نتائج بصفحة نتيجة البحث) دون اللجوء لاستخدام **Scroll bar** في إيجاد ما يبحثون عنه.
عندما تأتي زيارة جوجل :

لكي تكون مدرجا بقاعدة بيانات وقائمة نتائج جوجل يقوم جوجل بزيارة موقعك باستخدام برامج اتوماتيكية **programs automated** وتسمى تلك البرامج ب **Robot** أو **spider** العنكبوت ومثل تلك البرامج تقوم بقراءة كل صفحة في موقعك تبدأ بالتحديد من صفحتك الرئيسية

Home page وبعد ذلك تقوم بتتبع كل الروابط **links** لكل الصفحات الاخرى علي موقعك ويمكن القول عندما تزور آلة البحث جوجل موقعك باستخدام ال **Robotr** أو **spide** فإنها تقوم بعملية زحف **Crawling** داخل موقعك وتنتشر به بطريقة العنكبوت هذه لتقرا وتصل إلي ما يريد جوجل ان يجده بموقعك .
هام جدا :

لن يقوم جوجل بإضافة صفحة ويب لفهرسه **Index** إلا إذا كان هناك بالفعل صفحة ويب أخرى علي الأقل ترتبط **links** بواحدة من صفحاتك (من حيث المضمون أو التصنيف أو أي شيء يربط صفحتك بصفحات أخرى في مواقع أخرى) لذلك لا تشق علي نفسك بكثرة إدراج موقعك بجوجل وبدلا من ذلك أنت بحاجة أولا لوجود مواقع أخرى ترتبط **links** بموقعك

Web sit Crawls أو عملية الزحف والتوغل داخل المواقع تؤدي بواسطة عنكبوت جوجل الرئيسي

Google main spider والذي **Google bot** . ويقوم جوجل عادة بعمل تحديث دائم لفهرسه بصورة مستمرة فضلا عن انه يحرص علي استمرارية ذلك ولو بصورة يومية علي الرغم من وجود عملية التحديث **up dates** رئيسية شهرية والتي مازالت قائمة بصورة مستمرة أيضا . وعملية التحديث تلك تتم باستخدام التقنية الخوارزمية الرئيسية المتغيرة للترتيب **major ranking algorithm change** مثل تحديثات فلوريدا **(Florida)**
Updates وتلك هي أكثر الأشياء التي يألها موقعك . واغلب المواقع أحيانا تكون مطابقة لما يتم البحث عنه عندما يقوم جوجل بالزحف إليها ذلك لأنها تقوم بعملية تحديث رئيسية لمحتوياتها بصورة يومية ملائمة لما تطلبه آلة البحث جوجل مثل (المواقع الإخبارية) فإنها تقوم تحدث بصورة يومية ويقوم جوجل بالزحف إليها وبالتالي تحصل علي ترتيب عالي . وعموما عملية تحديث الفهرس تعتمد علي المحتويات التي هي بالفعل مخزنة في قاعدة البيانات مسبقا لان حساب عملية التحديث والترتيب تتم بصورة دورية في مرات عديدة لصفحات كثيرة في مواقع كثيرة تبعا للعدد المطابق لتلك الصفحات في فهرس جوجل . وقد تستغرق حساب تلك العملية فترة من الوقت .

:Tips

مازالت عملية ترتيب الصفحات تتم بصورة شهرية منتظمة فضلا عن أي استثناءات أخرى تحدث . وسوف نناقش لاحقا عملية ترتيب الصفحة وحصولها علي مرتبة عالية بجوجل .
ولذلك يكون البحث عن المرتبات شيئا متقلبا لا يثبت في مرتبة معينة بذاتها في بعض الأحيان تكون تلك التقلبات دقيقة بدقيقة وعملية التقلبات تلك يدعى **Google Dance** ولو أن لك مرتبة ما في صفحات نتائج جوجل يمكن ان يففز ترتيب صفحات ليكون لك ترتيب عالي (أو أن تنخفض مرتبتك في صفحات نتائج البحث وربما يختفي كليا) يمكنك أن ترى ذلك في إصدارات أخرى للفهرس على سيرفرات مختلفة في اكبر ١٠ مراكز معلومات **Datacenters** باستخدام أداة **Dance Google** على :

<http://google-dance.com>

هام جدا:

اعرف أن تلك الحالة قد تكون حرجة بعض الشيء بالنسبة لك خصوصا عندما يكون موقعك في مرتبة عالية ثم ينخفض ترتيبك فجأة وقد يختفي تماما من قائمة نتائج جوجل حتي التحديث التالي لجوجل والسبب في ذلك أن جوجل يعتقد أن موقعك لا يصلح لمدة أطول من ذلك ومن الممكن أن يحذفه من الفهرس.

لو أنك مهتم بمعرفة ذلك يمكنك أن تفحص ملفات تسجيل سيوفرك لدي الوكيل المستخدم ل **Google bot** وهذا سوف يخبرك عندما يزحف **Crawls** جوجل لموقعك ، ويمكن أيضا أن تفحص ذلك عن طريق **IP address** علي الرغم من أن ليس هذا دقيقا لان جوجل يستخدم **IP address** مخلفة لـ **Robots** والتي يمكن أن تتغير بمرور الوقت وأيضا يمكن أن تنظر إلي التاريخ الموجود بأخر خط في قائمة موقعك علي صفحة نتائج البحث في جوجل .

كيف يرتب جوجل المواقع ؟

يستخدم جوجل تقنية خوارزمية عالية في ترتيب المواقع والتي يستخدم جوجل فيها ما يزيد عن ١٠٠ طريقة مختلفة لقياس معايير الترتيب وتقييم المواقع والقيام بحساب تلك العملية . كل هذا يعطي لجوجل ترجيحات معينة تتغير بمرور الوقت ذلك لان التقنية الخوارزمية يمكن أن تتغير ولها أساليب خاصة تستخدمها للعمل في ذلك الشأن (الترتيب والتقييم) بصورة جيدة ولكن مع مرور الوقت لا تعمل بتلك الجودة التي كانت عليها من قبل . وهذا مهم لان اذكر كبه لكي لا تفاجأ وقد يتغير ترتيب موقعك من غير سبب واضح من اجل ذلك تحسين موقعك **optimizing** يجب أن لا يؤخذ بعين الاعتبار مرة واحدة فقط ولكن احرص علي فعل ذلك بصورة مستمرة اختبر واكتشف وابدل قصاري جهدك في ذلك الشأن .

ومن هنا يمكننا القول بأن تقنية جوجل الخوارزمية يمكنها أن تنقسم لمجموعتين رئيسيتين من العوامل :

١- عامل كلمات البحث **key words** علي الصفحة **on page** .

٢- عامل الروابط **links** في الصفحة **page off** .

٣- عامل كلمات البحث **key words** علي الصفحة **on page** .

كلمات البحث لها دور كبير في تحديد صلة الصفحة **page Relevance** بغيرها سواء في نفس الموقع أو بغيرها من مواقع أخرى ولكن كيف وأين ومتى تستخدم كلمات البحث؟ والي أي مدي سيحسن موقعك أن قمت باختيار كلمات البحث المناسبة وان وضعت كلمات البحث في نص روابط **links** تشير لصفحات في موقعك وعموما فان عامل كلمات البحث هو الذي يحدد صلة الصفحة وسنخص ذلك بشيء من التفصيل لاحقا .

٤- عامل الروابط **links** في الصفحة **off page** .

الروابط **links** لها دور هام في تحديد أهمية الصفحة **page importance** وبيان أهميتها يتضح في مدي قوة الرابط وجودته ويعمل علي بيان أهمية الصفحة وهل هي متصلة بقوة بترتيب الصفحة في جوجل أم لا ؟ **Ranking (pR)**

page .

ببساطة يضع جوجل في فهرسه تلك الصفحات التي تجمع بيت لبصلة والأهمية لبحث عن عبارة ما أو مصطلح ما وبعد ذلك يقوم بوضع تلك النتائج في قائمة مرتبة ترتيبا تنازليا في صفحة نتائج البحث . عوامل علي الصفحة وارتباط الصفحة :

مما لا شك فيه أن كلمات البحث ترتبط ارتباطا جوهريا بمصطلحات البحث ، تلك الكلمات والعبارات التي يدخلها المستخدمون في آلات البحث ليعثروا علي معلومات محددة . يقوم معظم المستخدمين للات البحث بإدخال من ٢ الي ٥ كلمات في جوجل ليجدوا ما يبحثون عنه .

يقوم جوجل بدوره بإدارة عملية تحليلية لكل الصفحات الموجودة في فهرسه ويرتب تلك الصفحات التي تمت لكلمات البحث بصلة . علما بان كل موقع يحتوي علي كلمة أو كلمتين بحث تتكرر أحدهما أكثر من الاخر في كافة أنحاء الموقع .

إلي درجة يمكنك تحديد عنوان **theme** لموقعك ؟ والي أي درجة يمكنك تحسين كلمات البحث التي هي محتواه في عنوان موقعك ؟ والتي تؤثر بدرجة كبيرة علي ترتيبك في جوجل .

يقوم جوجل بتحديد أكثر الصفحات صلة بموقعك معتمداً في ذلك على البحث عن رابط **link** وتحليل موقعك والمواقع الأخرى التي تحتوي على روابط تمت لموقعك بصلة . وبالتحديد ينظر جوجل في نص الرابط نفسه **text of a link** (الجزء القابل للضغط) الذي يشير إلى موقعك مثل عنوان الصفحة **page linking** ومحتويات أخرى في الصفحة المرتبطة والتي تحتوي أيضاً على كلمات بحث خاصة بك .

Note:

عندما يتحدث المسوقون عبر الإنترنت عن تحسين المواقع للاثبات أنهم غالباً يتحدثون عن تحسين تلك النواحي والعناصر بموقعك والتي ستقوم بدورها بتحسين ارتباط وصلة الصفحة .

عوامل من الصفحة (رتبة الصفحة) **page Rank** أهمية الصفحة :

تكمُن أهمية الصفحة في جودة وكمية وقوة الروابط . والتي سوف نناقشها لاحقاً هذا الجزء من التقنية الخوارزمية

يدعي أيضاً **Google (PR Google page Rank)** ينظر جوجل لتلك الروابط والتي تسير لموقعك من مواقع أخرى .

ويؤمن جوجل بأنه لو أن هناك رابط من موقع **A** للمواقع **B** فإن ذلك يعتبر **vote**

(عملية تصويت) لأهمية الموقع **B** . بهذه الطريقة تعطي المواقع الأخرى تصويتاً لموقعك ومن ثم تعدد إلى تعزيز قيمة رتبة

الصفحة **(PR) page Rank** على موقعك . كل صفحة على موقعك لها قيمة **(PR)** والذي يمثل قيمة ترتيب تلك الصفحة

وغالبا ما يكون اعلي تقييم للصفحة عن صفحتك الرئيسية **Homepage** حيث أن معظم المستخدمين مرتبطين بصفحتك

الرئيسية فضلا عن وجود صفحات أخرى مرتبطة بتلك الصفحة الرئيسية بموقعك .

ويفكر جوجل في أكثر صفحات الويب ذات صلة بموقعك وأكثرها أهمية لكي يتيح لك فرصة الحصول على اعلي تقييم لصفحاتك

والأكثر من جودة وكمية الروابط **links** التي تكون ذات صلة بموقعك . وللعلم ليست كل الروابط لها نفس القيمة .

ولكن أود منك أن تضع شيء مهم جدا في في ذاكرتك هو أن **PR** أو رتبة الصفحة وتقييمها هو عامل فريد يستخدم في

الترتيب قيمة رتبة الصفحة تقرر بعد عقد مقارنة لكل صفحة في كل موقع في فهرس جوجل بمثيلاتها من المواقع والصفحات

الأخرى . هناك ما يزيد على ٣.٣ بليون صفحة ويب ولاحظ أن رتبة الصفحة **PR** ليست عاملا في كلمات البحث او العبارات

المستخدمة في موقعك .

ملاحظة :

عندما يتحدث المسوقون عبر الإنترنت عن زيادة الارتباط التشعبي **link popularity**

هم غالبا يتحدثون عن زيادة كمية وجودة الروابط لموقعك وعموما بذل جهد لعمل تبادل للروابط بين المواقع .

أهم خمسة أشياء يبحث عنها جوجل :

علي الرغم من انج وجل ينظر في ترتيبه للمواقع علي ما يزيد من ١٠٠ من المعايير المختلفة (والتي يمكن أن تتغير أهميتها

بمرور الوقت) للمواقع المرتبة إلا أن هناك خمس من العوامل والعناصر التي مازالت تمارس " ويجب أن تفعل لو انك جاد في

حصول علي اعلي المرتبات . وهناك عناصر أخرى هامة سنناقشها لاحقاً ، علما بان العناصر التالية مرتبة وفقا لأهميتها تقريبا

وبالتحديد مرتبة ترتيبا تنازليا حيث أن أولها هو أكثرها أهمية واحدة تلو الأخرى:

كلمات البحث المستخدمة في عناوين صفحاتك بين < . **TITLE Tags**

كلمات البحث المستخدمة في **Heading HI** وفي أول فقرة من صفحاتك .

كلمات البحث المستخدمة في نص **link text** في كلا من موقعك وأي مواقع أخرى .

قيمة رتبة الصفحة **PR Value** بالنسبة لصفحاتك والتي بدورها تعتمد علي عدد الروابط التي تشير لموقعك من مواقع أخرى .

الصفحات المحتواة علي الأقل علي ٢٥٠ كلمة في نص ذو صلة بالمحتوي (وكلما كثرت الصفحات) كان ذلك أفضل) .

ولكن حتي لو وصلنا لأبسط شكل ممكن من الإجراءات اللازمة للوصول لأعلي ترتيب في جوجل فأنت بحاجة لتحسين موقعك وذلك

وذلك لا يكون إلا بحصولك علي أفضل واهم كلمات بحث وأكثرها صلة بالمواقع الأخرى لتربط موقعك بأكبر قدر ممكن من

المواقع الأخرى وتؤكد من أن نص تلك الروابط محتويا علي أفضل كلمات البحث تلك والآن دعونا نتعرف سويا علي كيفية الحصول

علي أفضل كلمات بحث يمكن أن نستخدمها .

لم يتم تضمين صفحات الويب الخاصة بي في فهرس Google من قبل .

موقعي جديد علي الويب ، وقمت بتقديمه مؤخرا .
أن موقعي نشط منذ عدة شهور .

إذا لم يعثر جوجل علي موقعك بعد عدة شهور ، فمن الممكن أن تكون برامج العناكب والروبوت الخاصة بهم غير قادرة علي العثور علي صفحاتك وإذا قمت بزيادة الوصلات المتجهة إلي صفحاتك تتحسن فرصة عثورهم علي موقعك . ومن الممكن أيضا أن يكون جوجل غير قادر علي الزحف الخاصة إلي موقعك لوجود أسباب فنية وفيما يلي بعض من أكثر هذه الأسباب شيوعا .

صفحاتك لم تكن متوفرة عندما حاول جوجل الزحف إليها . إذا تعطلت صفحة بسبب مشاكل في الشبكة أو الاستضافة ، فجوجل يحاول زيارتها عدة مرات . وإذا لم تتمكن برامج الزاحف الخاصة به من الوصول إليها فلن يتم تدوينها في فهرس جوجل . وإذا كانت حالة عدم التوفر هذه مشكلة عابرة فمن المحتمل أن تتم إضافة موقعك إلي جوجل في وقت قريب .
صفحاتك مولدة ديناميكيا . جوجل قادر علي فهرسة الصفحات المولدة ديناميكيا . وعلي الرغم من ذلك فجوجل يحد من عدد الصفحات الديناميكية التي يفهرسها – لان برنامج زاحف الويب الخاص بجوجل قد يسبب ضررا للصفحات ذات المحتوى ديناميكيا – وبالإضافة إلي ذلك ، قد تشك برامج الزاحف الخاصة بجوجل في أن عنوان **URL** معين ذات متغيرات عديدة قد يكون هو نفس عنوان **URL** أخر ذا متغيرات مختلفة ولهذا السبب ، ينصح باستخدام عدد قليل من المتغيرات أن أمكن . أنت تستخدم صفحات مصممة **templates** . لا تشجع **Google** استخدام الصفحات المودة أليا والتي تم تصميمها لمحرك البحث بدلا من المستخدمين . فنحن نريد توجيه المستخدم إلي صفحات محتوى مفيد وليس إلي صفحات مدخل أو شاشات تأثيرية
صفحاتك تستخدم إطارات . تدعم **Google** الإطارات بأقصى قدر ممكن لها .

١- بعض صفحتاتي تم تضمينها ، ولكن بعضها الآخر مفقود :

علي الرغم من قيام جوجل بفهرسه أكثر من ٨ بليون من صفحات الويب، فهو لا يستطيع أن يضمن انه سيقوم بالزحف إلي كل الصفحات الموجودة في موقع معين . ومع ذلك ، فهو يعمل دائما من اجل زيادة عدد الصفحات التي يزحف إليها ، ونأمل أن يقوم بتضمين مزيد من الصفحات في فهرسه بمرور الوقت . ولمزيد من المعلومات حول كيفية عثوره علي الصفحات وتضمينه في فهرسه ، الرجاء قراءة صفحة لمحة عن التقنية الخاصة بجوجل .

أنها أولي الخطوات التي ستقوم بها للبدء في تحسين موقعك وأريدك أن لا تفوت تلك المهام التي سنقوم بشرحها في هذا الجزء حيث انك ستقوم بعمل مؤسسة بعمل بتلك المجهودات التي ستبذلها .

انه بالطبع شيء يمثل لك القليل من الحرج والقلق والحيرة عندما تقوم بالبحث عن كلمات بحث محددة لموقعك والتي تجمع بين صلتها القوية وأهميتها لموقعك علي السواء ومما لاشك فيه انك في النهاية سوف تحصد ما بدأت بزراعته من مجهود وخاصة لو انك فشلت في تلك الخطوة بالتحديد فيؤسفني أن ابلغ كان فرصتك في الحصول علي اعلي ١٠ مراتب في جوجل ستكون معدومة . ولا يمكنني التشديد بما فيه الكفاية تعبيراً مني عن مدي أهمية تلك الخطوة .

في عرف الانترنت والويب يطلق مصطلح كلمات البحث عندما يقوم شخص بالدخول للآلة بحث ليجد معلومات محددة . علما بأن معظم الناس يدخلون عبارات بحث والتي غالبا ما تحتوي علي ٢ إلي ٥ كلمات والتي يمكن أن تسميها عبارات بحث أو عبارات طلبية أو عبارات كلمات البحث ولكنها عموما في النهاية تؤدي لنفس المعني .

وأكثر كلمات البحث أهمية لك هي أكثرها صلة وأجودها بعبارات البحث والتي تريد أن يصنف ويدرج موقعك ضمن النتائج المعلنة عند البحث عنها في صفحة نتائج البحث . وعبارات كلمات البحث الجيدة لك هي المتخصصة والواصفة لما تروج له عبر موقعك . وأود أن أقول لك انه من الأفضل ل كان يكون لديك ١٠٠ زائر مؤهلين لان يجدوا موقعك مدرجا ضمن نتائج بحث لعبارات بحث معينة في جوجل أفضل من أن تكون عبارات بحث عامة وبالرغم من ذلك لن تنال ما أردت أن تحصل عليه عند إنشاء موقعك .
هام جدا :

لا يكن غاية ومنتهي هدفك هو فقط الحصول علي عدد كبير من الزوار لموقعك (علي الرغم من أهمية ذلك) ولكن أود منك أن تحول تلك العملية لعملية مبيعات بمعنى حصولك علي المرتبة الأولى بجوجل لا تعني أي شيء قبل أن تحول زائريك لمرحلة من المرضى عن موقعك وتكرار الدخول عليه باستمرار والاهم من ذلك جعلهم يدفعون المال لذلك .
استهدافك المحدد واختيارك الفريد لكلمات البحث هو أعظم الفرص لكي تجلب الزائرين لموقعك ليجدوا ما يبحثون عنه . أنت تريد اعلي نسبة ممكنة من (sales click to) اضغظ لتتبع أو اعلي نسبة من (visitors to customers) زائرين لعملائك وبالمثل أنت بحاجة لان تفكر كما يفكر عملاؤك وتحدد ما يحتاجون إليه وما المشاكل التي تواجههم وما الحلول المقترحة لمساعدتهم والآن كيف تقوم بتحديد كلمات البحث تلك تكون أكثر أهمية وصلة لموقعك ؟ هناك طريقتان لذلك :

١- بواسطة وسيلة أون لاين word tracker

١- بواسطة وسيلة أون لاين www.wordtracker.com وأنا شخصيا أفضل تلك الطريقة لفعل ذلك بالطريقة الصحيحة .

٢- بواسطة تحليل إحصائيات الزوار بموقعك . افعل ذلك لاحقا لاكتشاف النتائج في الطريقة الأولى .

word tracker هو وسيلة اون لاين والتي تساعدك في إيجاد كلمات البحث المختلفة والمحتملة والشاملة في نفس الوقت مشتملا بذلك أيضا علي المترادفات والمشتقات وأشهر الأخطاء التي يرتكبها الباحثون عبر الانترنت باحثين عن موقع مشابه لموقعك . بالإضافة إلي ذلك سوف يخبرك بعدد الباحثين الذين استخدموا تلك الكلمات خلال الـ ٦٠ يوم السابقة علي مدار الـ ٢٤ ساعة وللعلم ليس هناك حاليا أي برنامج يتيح لك هذا الكم من المعلومات بالطبع هناك برامج أخرى تقوم بمثل تلك المهمة مثل **overture** أو **Ad word suggestion tools** ولكن ببساطة ليسا بمستوي الدقة والجودة المطلوبة . ولهذا السبب يعتبر هو الأداة المنتقاة والمختارة للعديد من محسني آلات البحث .

search Engine optimizers والمسوقين عبر الانترنت **internet marketers** ولذلك يعتبر **word tracker** واحد من أفضل حافظي الإسرار لزيادة معدلات الزوار علي المواقع وذلك بإيجاد عادات مستخدمي الانترنت في البحث .

وبالإضافة إلي ذلك يجب أن تكون لك عادة مستمرة لرؤية نسبة المرور علي موقعك لتكتشف أي كلمات البحث يستخدمها الباحثين عبر الانترنت لجدوا موقعك . وهذا غالبا ما يحدث عندما يعمل موقعك لفترة من الزمن . وهذا أيضا مفيد لتتعرف علي مدي صلاحية نتائج **word tracker** وللمزيد من المعلومات انظر

قبل أن تستخدم **word tracker** ينبغي أن تركز أولا وتقوم بعمل قائمة بكل كلمات وعبارات البحث المحتملة والتي تعتقد أن عملائك وزوارك سوف يستخدمونها للبحث عن منتجاتك أو خدماتك أو معلومات والتي تقدمها في موقعك والتي لا تشمل علي مفردات تخصصه صناعية أو أي اختصارات أو أي من التعبيرات الطنانة والتي هي متخصصة في مجال صناعتك أو التي يعرفها المسوقين فضلا فكر عملاؤك هذا فارق هام لتضعه في ذهنك .

يعرض **word tracker** كلا من النسخة التجريبية **trail** وأيضا النسخة الكاملة **full version** وتلك الأخيرة ينبغي أن تدفع لحصول عليها لكي تكون قادرا علي إيجاد جميع المصطلحات التي يبحث عنها الباحثين باستخدام آلة البحث جوجل . أما النسخة التجريبية فستتيح لك المنافسة والمقارنة مع كلمات البحث التي يستخدمها الباحثون عبر آلة البحث **MSN** فقط

يعتبر **word tracker** نوعا ما غير مكلف للاستخدام وببساطة ليس هناك أي طريقة أفضل من البحث عن أفضل كلمات بحث تستخدمها لموقعك غير هذا البرنامج . في الحقيقة يمكن استخدام هذا البرنامج للقيام بعملية تقديرية لكم عدد الزوار الذي سوف يكون من نصيب موقعك والذي تتوقع استقباله لهذا أنها بالفعل أداة لا تقدر بثمن عموما في مجال العمل والبحث سواء بسواء ينبغي عليك أولا أن تستخدم النسخة التجريبية **trail version** لتتعلم كيفية استخدام **word tracker** بفاعلية وأنصحك باستخدام **online tour** علي الموقع يدويا .

ذلك لان الكثير من المستخدمين في بداية استخدامهم لهذا البرنامج يعتقدون انه مخادع بعض الشيء ولهذا سنقوم بشرحه خطوة خطوة لكي تتمكن من الاستفادة الكاملة من تلك الأداة الرائعة .

أصبح الآن لديك قائمة بها أفضل عبارات البحث . واليك الآن إستراتيجية عامة لوضع تلك العبارات في صفحات موقعك . وبالتحديد كيفية تحسين استخدامك لكلمات البحث تلك في صفحات موقعك .

تقضي القاعدة العامة لجعل تحديث كل صفحة يتم بطريقة مثالية ليس بأكثر من عبارتي كلمة بحث كل صفحة يجب أن تحتوي علي عبارة كلمة البحث الرئيسية (**Primary**) صفحتك الرئيسية يجب أيضا أن تحتوي علي أفضل عبارة كلمة بحث ثانوية أيضا . كل منتج أو خدمة أو محتوى يجب أيضا أن يحتوي علي أفضل عبارات البحث المتنوعة. لأن صفحتك الرئيسية عموما هي التي تحصل علي اعلي المراتب وأيضا ترتبط بالأغلبية من المواقع الاخرى ولذلك أنت بحاجة لعمل تأكيد خاص لعبارة كلمة البحث الخاصة بك في المواقع الاخرى . وبالتالي صفحتك الرئيسية سوف ترتبط بباقي الصفحات المحتواة علي عبارة كلمة البحث وتحسن من ذلك باقي صفحاتك الأكثر تخصيصا بعبارة كلمة البحث.

هذا الجزء يراعي كافة النواحي والعناصر في موقعك والتي ينبغي أن تحسن من اجل جوجل لكي تزداد علاقاتك . أنت بالطبع تريد أن تزيد من مدي صلة موقعك والصفحات لإعطاء متطلبات البحث كنتيجة يرجوها من يبحث عن عبارة بحث أو كلمة بحث . بالإضافة إلي ذلك لتحسين موقعك لجوجل يجب أن تسعى لإدماج بعض أفضل الممارسات داخل تصميم وإنشاء موقعك . وللمزيد من المعلومات عن مبادئ تصميم موقع ويب انظر .

Appendix A- Web site Design Do ,s and Don'ts

قبل أن نبدأ فضلا تأكد من أن :

يجب أن يحتوي موقعك لجوجل يجب أن يحتوي موقعك علي محتوى عالي الجودة ومفيد من المعلومات التي يحتاج الباحثين لقراءتها بالفعل في الوقت المناسب .

وأريدك أن تتذكر أن جوجل يستخدم سوفت وير اتوماتيكي لتحليل موقعك ويغض الطرف عن أي جرافيك أو كرتون أو فلاشات وجل ما يركز عليه هو تحليل النصوص فقط **text** ويتجاهل الباقي وغالبا يقوم عملاؤه بنفس الشيء .

فكر في تحسين الموقع كمصطلح استثماري علي المدى البعيد (البنية التحتية) بمجرد أن يتم تحسين موقعك . يبقي بذلك متحسنا ومطورا وفي نفس الوقت محافظا علي ترتيبه بمرور الوقت (ولكن ليس للأبد أنت مازلت بحاجة لتطوير موقعك بصورة اعتيادية مستمرة) هذا يعني مرور مجاتي لبعض الوقت مقارنة بالإعلانات المدفوعة (**PPC Pay Per click**) بالدفع لمجرد الضغط حيث ان الدقيقة التي تتوقف فيها عن الدفع لإعلانك تفقد نسبة مرور علي موقعك أنها عملية حسابية متكررة كما ان ذلك الجزء مبني علي الفصل السابق انه مازال ينصح بشدة عملية إتمام المهام الموصوفة في الفصل الثالث **Determining your Best key words** هذا إذا لم تكن بالفعل قد قمت بذلك مسبقا .

علي الرغم من انه بذاته ليس عاملا مهما ولكن ينظر جوجل حاليا ليري ان كان ال **domain name** محتويا علي كلمات البحث أم لا في موقعك ويمكنك أن تحصل علي **domain name** محتويا رخيص في السنة حوالي ٦.٩٥ دولار أمريكي (لمزيد من التفاصيل انظر **Host way .com**)

انه لشيء من الحس المرهف عندما تضع **domain name** مشتملا علي عبارة كلمة البحث لموقعك لو كانت الـ **com** كان مستخدما حاول أن تجرب **net** أو **CC** أنها لاتهم ولا تفرق عند جوجل عندما تسجل **domain name** فرق كل كلمة في الـ **domain** بشرطة " - " وإلا لن يتعرف جوجل علي العبارة وسوف يعتقد أنها كلمة مفردة (وغالبا غير موجودة) . وهذا هو الشكل الصحيح لاستخدام الـ **domain names** .

<http://primary-keyword-phrase.com>

وكقاعدة عامة لا تستخدم أكثر من شرطين " - " سوف تبدوا **spam** وسوف يقوم جوجل بإلقاء نظرة فاحصة منها في المواقع ليري أن كان هناك إصدارات أخرى منها أم لا .

ملاحظة :

لا تضايق نفسك بذلك ، أن ذلك ليس عاملا مهما بذاته ولكن هذا يطلق عندما نريدك أن تحصل علي اسم معروف أو ماركة مسجلة يعرفها الجميع أو الحصول علي اسم معروف في مجال عملك وعلي الرغم من ذلك هناك اقتراح آخر اعرضه عليين هو أن تضع كلمة بحث أو اثنين في اسم إل **domain name** لعلاماتك التجارية علي سبيل المثال :

لو أن اسم عملك هو **Blue Moose web** سجل باستخدام – [www.bluemosse](http://www.bluemosse.com)

web- design -com بدلا من

www.Best - web- design .com -

الآن أصبحت تعرف كيفية البناء الصحيح لموقعك وللصفحات التي بداخله ، الخطوة التالية التي أنت الآن بحاجة للتعرف عليها هو كيفية تحسين تلك الصفحات لجوجل وعلي هذا النحو هذا الفصل يعتبر هام نوعا ما وفي الحقيقة انه لب الموضوع حيث أن الكثير من محسني آلات البحث يبذلون الكثير من الوقت بل معظمه في تلك الخطوة الهامة .

ولكن بصورة أخرى ذلك الفصل يناقش جميع نواحي وعناصر صفحات الويب لتحديد مدى الصلة بجوجل خصوصا وان جوجل يقوم بفحص كلمات البحث الخاصة بك ويرري مدى صلتها بنتائج البحث التي قد يطلبها الباحثون عبر الانترنت عند إجراء بحث ومدى صلة صفحات موقعك بالصفحات الاخرى في المواقع الاخرى أيضا والتي ترتبط بموقعك .

Tips:

ليس فقط صفحات **Html** لان موقعك يحتوي علي ملفات **PDF** أو ملفات وورد تلك أيضا ينبغي أن تحسن سيقوم جوجل بفهرست كل ملفات سيرفرك التي يستطيع أن يجدها علما بان هذا يؤخذ في الحسبان عند ترتيب موقعك بالتقنية الخوارزمية .

عوامل كلمات البحث في التقنية الخوارزمية:

العوامل التالية تمثل دورا هاما في تقنية جوجل الخوارزمية والتي علي آثرها يمكن أن يحدد مدى قوة صلة الصفحة حيث أن جوجل ينظر في عوامل كلمات البحث التالية والتي يمكن من خلالها إعطاء تقييم لمقدار صلة كل صفحة بموقعك . العوامل التالية مرتبة ترتيبا تقريبا تبعا لأهميتها وعلي الرغم من ذلك كأي واحد من العوامل في تقنية الخوارزمية هذه العوامل يمكن أن تتغير.

يقوم جوجل بالنظر إلي كل الكلمات المفردة والتي تصنع عبارات تقريبا كلمات البحث هو مقياس لمدي طلب الكلمة ومدى قربها . الأقرب تعني كل الكلمات في عبارة كلمات البحث تكون معا **together** وبالطلب الصحيح في الوقت المناسب تكون أفضل .

ومن الواضح أفضل نتيجة للمطابقة التامة وعلي سبيل المثال لنقل أن شخصا ما يبحث عن

country house plans سوف يقرر جوجل اعلي نتيجة لو أن صفحتك محتواه علي

country house plans أكثر من لو أن كانت تحتوي علي **country and**

farm house plans وللأخيرة كل الكلمات الثلاثة محتواه في تلك الصفحة لهذا ينبغي أن تحصل تلك الصفحة علي بعض من النتائج ولكن بمجرد أنها لم تكن مطابقة تماما

(هناك كلمة بين **house, country**)

بالطبع ستكون نتيجة تلك الصفحة منخفضة أكثر من تلك التي مطابقة لـ **country house plans**.

أماكن وضع كلمات البحث :

حينما توضع كلمات البحث في أماكن مخصصة يعد ذلك مقياس يؤخذ به وينظر جوجل لكلمات البحث في عدة أماكن منها عنوان الصفحة **page title** في **heading** في النص **text** في الصور **ALT text** وفي الـ **drop down box** في أسماء الملفات **file names** وأيضا **domain name**.

هذا مقياس للتعبير عن مدى أهمية وجود كلمات البحث في الصفحة فعندما تضع كلمات بحث في أول سطر **heading** وفي أول **paragraph** (أول ٢٠ كلمة) في أول الصفحة بالطبع ذلك ممتاز.

كثافة كلمات البحث وثقل وزنها بموقعك :

ويعرف ذلك المصطلح باسم ثقل كلمة البحث وذلك تعبيراً عن عدد المرات التي تستخدم فيها كلمة البحث في الصحيفة ويقسم ذلك العدد على العدد الكلي لكلمات تلك الصفحة، هناك بعض من التشويش حول مصطلح كثافة كلمات البحث وبعض من ذلك التشويش حول حقيقة أنظمة السوفت وير المستخدمة في تلك العملية والتي مهمتها اننتظر في أجزاء مختلفة من الصفحة وتقوم بتجميع تلك الاختلافات لإجراء العمليات الحسابية المطلوبة. وبالطبع لا تبدوا لجوجل هي النتائج المرغوب فيها حيث أن نسبة من ٢:٨% من تلك النتائج هو صالح فقط لا تعتبر **spam**.

وأود منك أن لا تقوم بمليء باقي صفحتك بكلمات البحث بغير ضرورة وليس فقط عملاؤك الذين سيظنون أن موقعك موقع شخص هاو وليس محترف ولكن جوجل أيضا يمكن أن يعاقبك على ذلك ويتجاهل موقعك. أنها مسألة ليست واضحة بالتحديد أن كان جوجل يقوم بعملية قياس كثافة كلمات البحث أم لا في كل صفحة أو عبر المواقع فقط أو كلاهما معا في تربيتهم لا تقنية الخوارزمية كثافة كلمات البحث كانت مستخدمة بأهمية وبمثرة في الماضي لكثير من آلات البحث وربما مازلت تجد هناك بعض من الكتب والمؤلفين مازالوا يركزون على أهمية ذلك العامل أما بالنسبة لجوجل (على الأقل مازالت مستخدمة) ولكن ليست الأهمية والتي كغيرها يمكن أن تتغير مهما كانت هناك أداة **online** جيدة يمكنك أن تستخدمها لحساب قياس كثافة كلمات البحث ويمكنك أن تجدها في .

www.keyworddensity.com

شكل كلمة البحث :

مقياس لكلمات البحث ما إذا كانت **Bold** أو **italic** وأفضل مكان لذلك في أول نقطة في الصفحة هذا ليس عاملا مهما ولكن كل شيء صغير يساعد .

هناك مكان واحد فقط في صفحة الويب والذي ينبغي أن توضع فيه كلمات البحث وتقدم فيه وهذا المكان هو عنوان الصفحة **page title** حيث أن كل شيء في الصفحة بين **<tag<title** في قطاع الـ **< Head >**

في الصفحة وقلت **page title** (لنلا يتعارض ذلك مع الـ **heading of the page**) وعنوان الصفحة أو **page title** الذي يظهر في شريط العنوان بصفحة الويب **title bar** والذي يظهر أيضا عندما تقوم بإضافة تلك الصفحة للمفضلة عندك **favorite** في متصفحك الخاص .

TIPS:

الاستخدام الصحيح لكلمات البحث في عنوان كل صفحة من صفحات موقع الويب مهم جدا بالنسبة لجوجل وعموما في الصفحة الرئيسية .

لو انك لم تفعل أي شيء من التحسين لموقعك فضلا لا تنسي تلك الخطوة الهامة جدا وتذكر أن كلمات البحث في الـ **META tag** يتجاهلها جوجل . وركز كل جهودك علي أن تحتوي كل صفحة علي عنوان **title** وتأكد من أن تلك الصفحات محتواه علي أفضل كلمات بحث لمحتوي تلك الصفحة .

ينبغي أن لا يكون العنوان أزيد من ٩ كلمات أو ٦٠ حرف وذلك بالطبع مشتملا علي كلمات البحث التي تكون في بداية كل عنوان . منذ أن بدأ جوجل بالنظر في العنوان باحثا عن كلمات بحث ذات صلة هذا يعني انه لا ينبغي أن لا تدخل اسم شركتك معروفا ككلمة بحث في معناها وأيضا يطلق علي الاسم الحالي المعترف به مثل **Disney , Nike**

Adidas or yahoo ولو كان من الضروري أن تضيف اسم شركتك للعنوان قم بإضافته في نهاية عنوان كل صفحة وينبغي أن يكون العنوان موحدا ولا تكرر العناوين **titles** في الصفحة . لو كان هناك كلمة واحدة ينبغي ان تتذكرها في ذلك الكتاب فضلا ضع ذلك التعليق بذاكراتك .

استخدام عناوين غير لائقة أو غير موجودة في صفحات الويب سوف يجعل الكثير من المواقع خارج اعلي ترتيب في جوجل أكثرمن أي عامل آخر ماعدا انه من المحتمل لوجد الكثير من المحتوي ذو الصلة الشديدة بمواقع أخرى أو كمية كبيرة من الروابط **links** عالية الجودة من مواقع أخرى والتي تشير لموقعك .

الجدول التالي سيعقد أمامك مقارنة بسيطة ليوضح لك العناوين الغير لائقة والعناوين اللائقة وسوف نستخدم المثال علي موقع يقوم ببيع **house plans** وأنت بلا شك قد رأيت الكثير من المواقع تستخدم كلمة **Home** كعنوان لصفحتهم الرئيسية ومن المحتمل أن يعتقد جوجل أن تلك المواقع تتحدث عن أوطانهم **Homes** .

تلك هي أفضل بعض الممارسات التي ينبغي أن تتبعها لإنشاء عناوين لصفحات موقعك :

. ينبغي أن تحتوي كل صفحة علي عنوان موحد .

. عمليا حاول أن تجعل عنوان كل صفحة مشتملا علي كلمة بحث الرئيسية .

. أبدأ عنوان صفحتك الرئيسية تابعا إياها بأفضل عبارات البحث الثانوية .

. قم باستخدام عبارات كلمات البحث الأولية الأكثر تخصصا وتنوعا لمنتجاتك المختلفة أو خدماتك لمحتوي الصفحات .

. لو أن ولابد من وضع اسم شركتك في العنوان فضلا ضعه في آخر العنوان .

. استخدام أفضل أشكال كلمات البحث من حيث الأفراد والجمع معتمدا علي ما يرشدك إليه .

.word tracker

. لا تتكلف في وضع المزيد من كلمات البحث ولا تزيد عن ٢:٣ كلمات بحث في العنوان في المرة الواحدة .

. تأكد من أن **tag <Title>** هو أول عنصر في قطاع الـ **<head>** في صفحتك هذا سوف يجعل إيجادك أسهل من قبل جوجل.

أين وكيف تستخدم كلمات البحث :

لا تحاول أن تستخدم كل كلمات البحث في صفحتك الرئيسية وفضلا عن ذلك ركز فقط في إيجاد عبارات كلمات بحث أولية

جيدة استخدم صفحات منتجاتك أو خدماتك في التركيز علي أكثر عبارات كلمات البحث تخصصا والتي حددت من قبل **word tracker**

وغالبا أنت سوف ترغب في استخدام كلمات البحث ذات الصيغة الجماعية وعلي الرغم من ذلك أنت بحاجة لتنوع كلمات البحث باستخدام **Word tracker** كما أن في بعض الأحيان بعض كلمات البحث المفردة تستخدم أكثر من أن تكون بصيغة الجمع .

ولاية فلوريدا وبالتحديد في نوفمبر ٢٠٠٣ قام جوجل بعملية تحديث حيث انه قام بإدماج تصريف الكلمات المختلف **word stemming**

يعمل جوجل الكلمات المفصولة بشرطة ككلمتين **house-plans** بالمثل كـ **house plans** وعلي الرغم من ذلك الكلمتان المفصولتان ب **underscore (-)** تعامل ككلمة مثل مفردة واحدة مثل **house _plans** وأي شيء زيادة عن ذلك لا تتعارض مع جوجل لذلك .

HOUSE PLANS, House plans, house plans and HoUse PLAns

كل ذلك له يعامل معاملة واحدة .

الشرح التالي سوف يوضح لك أين ينبغي لن تستخدم كلمات البحث في صفحات موقعك علما بان القائمة التي أمامك مرتبة ترتيبا تقريبا من حيث الأهمية أول أربع نقاط عمليا يمثلوا قمة عالية من الأهمية حيث أن جوجل يعطي ثقل لكلمة البحث الموجودة في العنوان أكثرمن وجوده في أي مكان آخر .

Title العنوان : < **keyword Title** >> **Title** اجعل تلك البداية بأولي أو ثاني كلمة في العنوان .

Heading رؤوس العناوين :

< **key word** >< **key word** > ، < **key word** >< **key word** >

إستخدام **(stylesheet (CSS File**) لتتحكم في حجم نص الـ **heading** وجعلها في شكل منعطف يكون أفضل.

أول قطعة في الصفحة (أول ٢٠ كلمة) :

Bold and/or Italic<P/> **keywords** <BODY>

Link (anchor) text نص الرابط :

< **A HREF** > **keyword** الجزء القابل للضغط في الرابط .

آخر قطعة في الصفحة :

<P><P/> **keywords**<P/><Body>

: **Drop-down boxes**

< **Form**><option> **keywords** < option/> <Form>

: **URLS**

> < **A**/> / **http:www.keyword.com** /<A/HREF

file names & Folders أسماء المجلدات والملفات

Keywords / keywords.html, keywords .gif

Image ALT text الصور النصية :

< **IMG SRC = ALT=KEYWORDS** >

: **Tips**

ما زال هناك اتجاه من بعض مصممي المواقع لدفع **H1 tags** عن طريق وضعها حول محتوى الصفحة

الداخلي أو بوضع إعداد كبيرة من **H1 tags** في الصفحات . هذه فكرة سيئة ومحددة كـ **spam** – **H1 tags** يجب أن يستخدم في **Headline page** وليس في أي شيء آخر .

الطريقة المثالية الصحيحة لخفض حجم نص **H1** في الصفحة تكون باستخدام **linked style sheet**

هكذا فقط ليس بشيء آخر . وهناك بعض المناقشات حول أن جوجل قد يعدد الي تقليص نص **H1** وكنتيجة يمكن أن تحمل علي أقل وزن للمضي قدما في الترتيب .

يستخدم جوجل اشتقاق الكلمات ويتيح لك اشتقاق الكلمات كل أشكال الكلمة (مفردة – جمع – فعل من نفس الكلمة لكي يعود بعد ذلك عليك عن إعطاء طلب بحث) هذا يمكن أن يعمل معا أو في بعض الأحيان ضد موقعك اعتمادا علي أي من صيغ الكلمات قد حسنت موقعك تبعا ليز لهذا لو أن شخصا ما كتب **house plans** ليس فقط كل الصفحات المحسنة علي تلك العبارة سوف تظهر ولكن أيضا كل الصفحات المحتواة علي كل العبارات المشتقة المختلفة التي تمد لتلك العبارة بصلة مثل

House plan

House Planning

House Planner

خاصية اشتقاق الكلمات خاصة مفيدة عموما للباحثين من خلال الانترنت منذ أن أصبحت توفر علي المرء أن يفر في اختلافات اللمة الكثيرة .

خاصية اشتقاق الكلمة يمكن أن يفيدك بقدر ما لأنه يمكن أن يمس ترتيب موقعك وذلك لأنه بذلك قد وسعت دائرة المنافسة مع أصحاب المواقع الأخرى فكل يوم يظهر العديد من المواقع ولهذا أريدك أن تحصل علي أكبر قدر ممن من الكلمات المشتقة لكلمة بحث وتحاول أن تكون ملما بذلك لكي تظهر في نتائج البحث فور طلبها من قبل باحث .
الاشتقاق يمكن أن ينحطي في بعض الأحيان ضع علامة "+" عندما تدخل طلب بحث في جوجل أمام الكلمة التي لا تود أن تري مشتقات لها علي سبيل المثال: **house+ plans** ولن تري أي اشتقاقات لكلمة **plans** وسوف تحصل علي نتائج لصفحات لا تحتوي علي اشتقاقات لتلك الكلمة الأصلية وما قد يقع في خاطر جوجل أن يكون مقابلا لتلك الكلمة .

بناء رابط سليم :

يعطي جوجل اهتماما خاص بجانب اهتمامه بعنوان الصفحة لكلمات البحث الموجودة في نص الرابط **link**

وهذا يعني أنك بحاجة لإنشاء موقعك بطريقة سليمة وصحيحة .

وبمثالية : أنت بحاجة لاستخدام روابط الجرافيك مثل (الازرة القابلة للضغط) هذا لان جوجل يقوم بالبحث

عنها ويقوم بعد كلمات البحث الموجودة في نص الرابط " الجزء القابل للضغط في الرابط " وتذكر ان جوجل لا يمكنه رؤية الروابط المعتمدة علي الجرافيك كل ذلك بحاجة لان يستعمل من قبل

ALT - **image tags** والتي لا تحمل قريبا بقدر ما تحمل وزنا في الرابط . والحقيقة الملموسة والمعترف بها انه من

المحتمل لجوجل الا يتمكن من تكلمة قراءة نص **ALT** في **image tags** كنتيجة لسوء استخدامها .

لو ان هناك جملة ثانية يجب أن تتذكرها في هذا الكتاب فلنكن التالية :

كلمات البحث المعثور عليها في نص الرابط يجب أن تتطابق مع كلمات البحث الموجودة في الصفحة والتي يشير إليها الرابط - وخصوصا في عنوان الصفحة .

وذلك مثال عملي لبناء رابط مثالي لجوجل واستخدام كلمات البحث في لب نص الرابط يعتبر الأهمية الأولية في إنشاء أي رابط بالطريقة السليمة . النص بين أ <A>

<HREF<A/>tags

لاحظ أيضا أن استخدام كلمات البحث هو الاسم الفعلي لملفات الجرافيك ذلك لان كل جزء صغير يساعد .

Text-Based (Ideal)link structure

<A/>your<"AHREF= your-keywords.html<

لو كان ولا بد من استخدام رابط معتمداً على الجرافيك في صفحات موقعك تأكد وقم بالمل في نص **imag tag** ل ممتداً **ALT** كالتالي :

Graphics Link Structure :

< A HERF="your-keywords.html">

ما الذي يتجاهله جوجل ؟

يتجاهل جوجل العناصر التالية في صفحات موقعك بناءا علي كثرة سوء استخدامها .

META tags - كانت تمثل شيء في الماضي بالنسبة لجوجل !

المعلومات في ال **< META name = key words"> tag**

المعلومات في ال **<Description"= META name "> tag**

:Note

كان من المعروف عن جوجل انه كان تستعرض المعلومات من ال **META="Description" tag**

في قائمة بحثه لو انه لم يتمكن من العثور علي وصف لصفحاتك في دليل **(DMOZ) OPD** ولان العديد من آلات البحث الاخري تقراه ، يجب أن تستخدم ال **tag** وتصنع وصف يبدوا غاية في الدقة والذي يحتوي علي كلمات بحثك . ونأكد من أن كل وصف فريد لكل صفحة .

المعلومات في ال **<!--Comments--tag**

المعلومات في ال **<style**

المعلومات في ال **<SCRIPT>tag** (جافا سكر بيبب وأي كود **Client side**

الروابط المكررة لنفس الصفحة (تعد واحدة فقط).

الروابط التي تشير لنفس الصفحة الموجودة بها .

أي جرافيك او ملتييميديا (قوائم الازرة - الصور - الكرتون - الفلاش).

تجنب أكثر الأخطاء شيوعا

لتحسين موقعك في محركات البحث

١ - كتابة الكلمات الدلالية (المفتاحية) الخاطئة :

خطأ يقع فيه اغلب أصحاب المواقع إلا وهو كتابة كلمات دلالية لا تمت بصلة للموقع ، وهو أسباب في حذف جميع صفحاتك بجوجل وبالتالي انعدام الزوار الجدد . العديد من الناس يختارون الكلمات المفتاحية الخاطئة التي لا تناسب محتوى موقعهم علي الإطلاق وهذا خطأ كبير لان الكلمات المفتاحية لها عامل كبير في جلب الزوار لموقعك . هل فكرت مثلا في عدد الذين يبحثون عن كلمة معينة ؟ ولنضرب مثال لذلك يبلغ حجم البحث العالمي عن كلمة سيارات رخيصة أكثر من ٢٠ مليون بينما يبلغ متوسط حجم البحث العالمي عن كلمة سيارات أطفال ٢ مليون طبعاً هذا مجرد مثال فقط وليست بيانات حقيقية . والان دعنا نتخيل أن موقعك هو لبيع السيارات الرخيصة ولم تقم بتطبيق الكلمات المفتاحية في وصف موقعك ولا في **title tag** ولا في الوسوم مثل **<h2>** مثلا ولم تراعي وزن هذه الكلمات في الصفحة الخاصة بموقعك فبالنتالي لن يعطي محرك البحث الأفضلية لك في الظهور في الصفحات الأولى . ويظن العديد أن الإفراط في وصف الموقع والكلمات المفتاحية يلعب دورا في **حرب الـ SEO** ويرفع ترتيب المواقع وهذا غير صحيح فلقد كان هذا الكلام في الماضي ولذلك اهتم بوضع كلمات بسيطة في وصف موقعك وأيضا الكلمات المفتاحية فبعض محركات البحث مازالت تستخدمها بعكس جوجل وركز علي وصف موقعك فجوجل يهتم به هذه الأيام . يجب عليك لتحسين صفحاتك في محركات البحث وضع الكلمات الدلالية (**keywords**) في نفس الصفحة ويفضل أبرزها

وهو احد اكبر الأسباب من تجربة شخصية من خلاله ينعدم عدد الزوار والاهتمام بالعنوان مهم جدا في جميع الحالات . تجاهل كتابة عنوان الصفحة خطأ كبير لان **title tag** يظهر في محركات البحث وان لم تستخدم الكلمات المناسبة التي قد تجعل من موقعك ملفت للانتباه ومتعدد التخصص بالنسبة للباحثين في محركات البحث فستخسر زوار كثيرا والتايتل تاج هام جدا لعناكب محركات البحث وعليه يقوم بتحديد تخصص موقعك وإظهاره للزوار أثناء البحث فتخيل معي لو اكتفيت أنا بكتابة منتديات المعهد في التايتل تاج وأنت تبحث فسيظهر لك الموقع لكن لن يلتفت نظرك فهو لم يعبر عن شيء هذا بالنسبة للباحثين في محركات البحث فما بالك بعناكب محركات البحث التي تحدد تخصص موقعك بناء علي هذه الكلمات !.

وبالنتالي لن تستطيع محركات البحث الدخول إلي موقعك وأرشفة صفحاته ويعتبر أيضا من الأخطاء الجسيمة.

استعمال تقنية الجافا سكربت لا تضر بموقعك طالما انك تعرف أن محركات البحث لا تستطيع قراءة الجافا سكربت .

طالما انك لاتجدد صفحات موقعك فستعتبر محركات البحث موقعك من المواقع المهملة ولذلك لا تقوم بتجديد القهرسة . وايضا قلة التناسق تعيق محركات البحث والعناكب من الوصول السليم للموقع .

الكثير يعتقد ان الكلمات الدلالية ووصف الموقع ضمن رسوم **Meta** يعتبر العامل الرئيسي في زيادة ارشفة الموقع . وهذا المفهوم خاطئ حيث ان صفحات رسوم **Meta** غير مهمة عند محركات البحث .

الاكتفاء بالصور في هيدر الموقع قد يبدو جميلا من ناحية .. ولكن سينا من ناحية أخرى حيث أن النصوص وخاصة وسم **H2** مهم جدا في الهيدر ويزيد من الزوار. هذا لان عناكب محركات البحث لا تنظر لها بعكس الرسوم **h2,h3** وقد تأخذ الصورة حجما كبيرا في الجزء العلوي من الصفحة وبالتالي قد لا تستطيع وضع هذه الرسوم في صفحات موقعك وستزيد من حجم الصفحة مما يؤدي إلي بطء التصفح .

أن تكرار الرابط في موقعك يدل علي انه ذات أهمية أكثر من الصفحات والروابط الاخرى فيجب توزيع روابط أقسام الموقع خصوصا في أسفل جميع الصفحات .

إغراق المواقع الاخرى بروابط لموقعك قد يعرض الباندر لموقعك في محركات البحث فيجب عليك الاهتمام بهذه المسألة واستخدام **Back link** جيد.

١٠ - عدم وجود خريطة للموقع :

خريطة الموقع بصيغة **html** يمكن استخدامها للتسهيل علي الزوار في الوصول الي أقسام موقعك وكذلك خريطة جوجل بصيغة **Xml** فكلتا الخريطين مفيدة لموقعك سواء بالنسبة للزوار او للعناكب حيث أنها تسهل علي العناكب إيجاد الصفحات الجديدة في موقعك بكل سهولة .

١١ - إساءة استخدام ملف الروبوت :
كثير من أصحاب المواقع يقوم بإساءة استخدام ملف الروبوت بوضع أوامر خاطئة من شأنها في النهاية حجب الموقع في محركات البحث .

١٢ - إساءة استخدام ANCHOR TEXT :

سواء للوصلات الداخلية بموقعك أو الخارجية فبدلا من وضع كلمة هنا للتحميل اكتب بدلا منها **DOWNLOAD** وبجانبها اسم البرنامج لذلك تجنب استخدام كلمات مثل اضغط هنا او التالي وما إلى ذلك من عبارات غير معبرة لذلك عندما تضع رابط موقعك في مواقع أخرى يفضل وضع وصف موقعك فوق الرابط بدلا من كلمة اضغط هنا أو تفضل بزيارة موقعي لان الوصف بلعب دورا هاما في رفع ترتيب موقعك خصوصا إذا ما ركزت معينة دائما .

وضع روابط سيئة بدون إضافة الأمر **NO FOLLOW** عليها قد يؤدي إلى معاقبة موقعك فيحين ما إذا كانت هذه المواقع مطرودة من محركات البحث كمواقع القمار ومواقع تحتوي علي ملفات تجسس وهذه المواقع في الأصل مطرودة من جوجل ووضعك لها بدون الأمر السابق من شأنه معاقبة موقعك

أيضا الفرامز الموجودة (**frames**) بموقعك ضع عليها **FOLLOW NO** وأيضا قوائم الجافا سكربت يفضل وضع أمر **NO FOLLOW** عليها للمزيد من المعلومات او التعاقد على حملة تسويق الكتروني يمكنكم الاتصال بنا :: [ناب للدعاية والاعلان](#) على : ٠٠٢ ٠٢ ٣٣٨٦٧٠٨٢ .

عند تغيير عنوان موقعك او تغيير عنوان رابط معين في موقعك فيدلا من أن تحصل علي رابط خاطئ

فيفضل **http404** استخدام اوامر التحويل ٣٠١ وهذه الأوامر صديقة لجوجل ولا ولن تؤثر علي ترتيب صفحاتك لان هذه الأوامر تخبر عناكب محركات البحث بان الصفحة لم يتم إزالتها ولكنها موجودة علي عنوان اخر وسرعان ما ستجد هذه الروابط ظهرت بشكلها الجديدة في محركات البحث خصوصا جوجل .

احذر أن تقول لقد انتهيت من أعداد موقعي لمحركات البحث وتترك منافسيك ! لذلك اجعل عينك علي المواقع المنافسة وراقب ترتيبهم في محركات البحث يوميا ثم قارن ترتيبهم بترتيب موقعك وتابع أي تغييرات يقومون بها
ألـ [SEO On Page](#)

أولا : عنوان الصفحة **Titles**""

ما هي النقاط الواجب أخذها في الاعتبار عند بناء الموقع لعنوانين الصفحات

- يجب أن يكون لكل صفحة عنوان موحد .
- يجب أن تجعل لكل صفحة كلمة بحث رئيسية
- استخدام كلمات البحث الأولية الأكثر تخصصا وتنوعا للمنتجات والخدمات التي تقدمها .
- يفضل عدم وضع اسم الشركة في كل صفحة ولو كان لا بد من ذلك يجب وضعه في آخر العنوان
- استخدام أفضل أشكال كلمات البحث من حيث الأفراد والجمع معتمدا علي ما يرشدك إليه **trackerWord**
- لا تكثر ولا تتكلف في وضع كلمات بحثية كثيرة يكفيك كلمتين أو ثلاث كلمات في العنوان في المرة الواحدة

ثانيا : الكلمات المفتاحية **key words** أهم عنصر في عملية تهيئة المواقع .

إن الكلمات المفتاحية هي العنصر الأكثر أهمية في **SEO** ، بالنسبة لمحركات البحث بشكل عام . في الواقع ، أن هذه الكلمات المفتاحية هي ما يستخدمه خيط البحث **search parse** من أجل الوصول إلي نتائج البحث. ولهذا تتضح أهمية العمل علي تهيئة للموقع من حيث الكلمات المفتاحية الصحيحة . وهذا يبدأ سهلا في البداية ، ولكن إذا دخلنا في التفاصيل، فإن من الصعب عمل تحديد دقيق للكلمات المفتاحية ، ولكن ، ومع القليل من البحث والتفكير، يمكن حل مشكلة اختيار الكلمات المفتاحية الصحيحة الواجب عمل تهيئة لها .

في الوقت الحاضر، هنالك كميات كبيرة من المعلومات المتوفرة علي الشبكة العنكبوتية ، وحيث أن الويب مليء ومزدحم بملايين المواقع ، فإن من المستحيل في معظم الأحيان الوصول إلي مراكز عليا ، وبشكل مستمر من خيوط بحث مكون من كلمة واحدة فقط . ولذا فإن وضع هدف الوصول إلي مراكز عليا بشكل مستمر من خلال خيوط بحث ثنائية أو ثلاثية الكلمة هو هدف أكثر واقعية . إذا قمنا بعمل فحص قريب لدينامكية نتائج البحث المكونة من كلمة واحدة ، يمكن الملاحظة أن يكون الشخص في المراكز العليا في أسبوع معين باستخدام الكلمات المكونة من كلمة واحدة ، ومن النزول إلي مراكز أدنى بشكل كبير في الأسبوع التالي وذلك لان المنافسة علي المواقع أحادية الكلمات المفتاحية هي منافسة شرسة جدا . بالطبع أن الشخص قادر علي تضمين خيوط بحث أحادية الكلمة في قائمة الكلمات المفتاحية ، ولكن إذا لم يتم تدعيم هذه القائمة بمزيد من التعبيرات الضرورية ، فإن الشخص لن يصل إلي المراكز العالية بالطبع

علي سبيل المثال ، إذا كان متوفرا لدي الشخص موقع حول الكلاب، فإن كلمة كلاب هي الكلمة المفتاحية ، ولكن ، إذا لم يتم عمل تهيئة لكلمات إضافية مثل أصحاب الكلاب ، سلاسات الكلاب، طعام الكلاب ، الكليبات او فصيلة الكليبات فإن احتمالية النجاح بعيدة خاصة لمثل هذه الكلمة المفتاحية الشائعة . يعتبر هذا المثال دليلا واضحا بضرورة أن يقوم الشخص بتهيئة الموقع بشكل جيد ، وتوسيع أفاقه إلي أقصى الدرجات عند اختيار الكلمات المفتاحية .

بشكل عام ، وعندما يبدأ الشخص بعملية التهيئة ، فإن أول شيء يجب أخذه بعين الاعتبار هو الوصول إلي كلمات مفتاحية تصف محتوى الموقع بالشكل الأفضل ، والتي يمكن استخدامها من قبل أكبر عدد ممكن من المستخدمين للوصول إلي موقعك . وفي أفضل الحالات فإنك تعرف مستخدمي موقعك بشكل جيد ويمكن ان تخمن خيوط البحث ممكن أن يستخدموها للوصول إلي موقعك . إن احد المسائل المهمة التي يجب أخذها بعين الاعتبار هي مرادفات الكلمات في معظم الأحيان سوف يستخدم المستخدمون كلمة مختلفة لنفس الشيء علي سبيل المثال في المثال الذي قدمناه حول موقع الكلاب فإن كلمه فصيلة الكليبات هي كلمة مرادفه لكلمة كلب وسوف تجد أن بعض المستخدمين سوف يستخدمون هذه الكلمة ولذا لك فان من الأفضل تضمين ووضع كلمة فصيلة الكليبات ضمن صفحات الموقع ولكن لا يجب الاستعجال في عملية هينة كل كلمة مرادفة تخطر ببالك أو تتعلمها إذ ان محركات البحث لديها لوغاريتمات تتضمن المرادفات في عملية المطابقة للكلمات المفتاحية وبشكل خاص في اللغة الانجليزية بدلا من ذلك يمكن أن يفكر الشخص بعدد أكبر من الكلمات المفتاحية الممكن استخدامها لوصف الموقع . أن التفكير بشكل موضوعي شيء جيد لان محركات البحث تميل لوضع مركز اعلي للصفحة إذا كانت تنتمي إلي موقع تمون فيه الكلمات المفتاحية ملائمة بشكل أكبر في خيط الكلمات المفتاحية . ومن هذا الجانب ، فإن من المهم ان يركز الموقع علي موضوع معين . عند اختيار الكلمات المفتاحية التي تقوم بتهيئتها ، يجب عدم الاهتمام فقط بدرجة صلة هذه الكلمات المفتاحية . في العديد من الأحيان ، يكون البحث غير الموسع ذو قيمة أكبر لان المستخدمين الذين يزور موقعك هم المستخدمون المهتمون بالشكل الأكبر والحقيقي بالموضوع الذي تعرضه وتقدمه علي موقعك . إذا أخذنا مرة أخرى مثال الكلب ، فإنك سوف تكتشف أن كلمة تبني كلب - كلمة مفتاحية - سوف تحفز العديد من الأشخاص علي موقعك لأنك تقدم قسما خاصا بتبني الكلاب علي الموقع الذي تقدمه علي الموقع .

بهد العمل علي اختيار الكلمات المفتاحية التي تقدم الوصف الأفضل للموقع ، والتي يجدها المستخدمون جذابة ، تكون الخطوة التالية هي بذل الجهد من اجل جعل موقعك غني بالكلمات المفتاحية ويجب بذل الجهد من اجل تتوفر هذه الكلمات المفتاحية بأكثر قدر ممكن علي الموقع .

تعتبر درجة توفر الكلمات المفتاحية علي الموقع احد المقاييس الشائعة لقياس درجة صلة الصفحة المتوفرة عبي الموقع وبشكل عام ، الفكرة هي انه كلما زاد عدد الكلمات المفتاحية علي الموقع ، وكلما زادت درجة صلة الصفحة الموجودة علي الموقع مع خيط البحث **search parse** . درجة التوفر الأفضل تتراوح بين ٣%-٨% للكلمات المفتاحية الرئيسية الثنائية أو الثلاثية و ١%-٢% بالنسبة للكلمات المفتاحية غير الرئيسية .

علي الرغم من عدم وجود أي قواعد تحدد هذه العملية ، ويمكن أن تحاول العمل علي تهيئة عدد منطقي ومقبول من الكلمات المفتاحية - ٥ او ١٠ كلمات مفتاحية سوف يكون عدد مقبول . إذا كنت تحاول عمل تهيئة لقائمة تتكون من ٣٠٠ كلمة ، فسوف تري انه من غير الممكن الحصول علي درجة توافر جيدة من الكلمات المفتاحية لأكثر من عدد قليل من الكلمات المفتاحية بدون العمل علي إفساد الكلمات المفتاحية الموجودة علي الموقع بالكلمات المفتاحية غير الضرورية لان هنالك العديد من العقوبات المفروضة علي عملية حشو الموقع بالكلمات المفتاحية غير الضرورية لان هذه الأمور تعتبر من الأمور غير الأخلاقية التي يتم عملها في محاولة للتلاعب في نتائج البحث وخداع محرك البحث .

أن الكلمات المفتاحية مهمة جدا ليس من حيث الكمية ، ولكن من حيث النوعية فعلي سبيل المثال

إذا كلن علي الموقع عدد اكبر من الكلمات المفتاحية ، العناوين ، أو الفقرات الافتتاحية يعتبر هذا أفضلية مقارنة بتواجد الكلمات المفتاحية في أسفل الصفحة . السبب هو ان **URL** وبشكل خاص اسم الدومين **Domain Name** ، أسماء الملفات ، اسم الصفحة ، وأسماء عناوين الأقسام المنفصلة هي أكثر أهمية من النصوص العادية علي الصفحة . وبهذا ، إذا كانت درجة توفر الكلمات المفتاحية علي موقعك بنفس درجة توفر هذه الكلمات علي مواقع منافسيك ، ولكن لديك كلمات مفتاحية علي عنوان الصفحة **URL** فان هذا سيعزز مركزك علي محرك بحث الياهو **engine yahoo search** بشكل كبير .

ثالثا : محتوى الصفحة وخطورة وأهمية النصوص العريضة والمائلة

إذا كنت جديدا علي استخدام **SEO** ، يمكن أن يكون من المفاجئ بالنسبة ل كان النص هو القوة الموجهة للحصول علي مراكز عالية . أن عناكب البحث والمستخدمين للموقع يحبون المعلومات الطازجة والجديدة التي توفرها علي موقعك ، وان تقديم معلومات طازجة وجديدة بشكل مستمر للقراءة يعتبر الخطوة الأولى في النجاح الذي سوف تحققه والوصول اليه واكثر عالية علي الويب . وبشكل عام ، عندما يتم تحديث الموقع بشكل مستمر ، يزيدها من احتمالية فرص أن يقوم العنكبوت بزيارة موقعك مرة أخرى . بالمقابل ، إذا لم تقم بتحديث موقعك بشكل مستمر ، فان المركز الذي حصلت عليه سوف ينزل بشكل سريع . بالنسبة لمواقع الشركات التي لا تتركز علي الكتابة ، ولكن تركزها علي التصنيع ، فان زيادة النصوص بشكل مستمر يمكن أن يشكل مشكلة لان مواقع الشركات لا تعطي الفرصة الكافية لعناكب البحث لتصفح الصفحات بشكل مستمر لان الشركات تعمل علي تحديث محتوى موقعها باستمرار .

إذا كنت تقوم بـ **SEO** لمجلة علي الشبكة ، يجب أن تعتبر نفسك محظوظا ، إذ أن المادة الطازجة تأتي إليك بشكل مستمر وما عليك سوي العمل علي تنظيم وترتيب افتتاحية أو أكثر ، أو العمل علي وضع فقرة أو أكثر من جلب اهتمام **SEO** . حتي لو كنت تقوم بعملية **SEO** لموقع عادي لشركة ، فان الأمر ليس بهذا السوء ، هنالك العديد من الطرق التي يمكن استخدامها من اجل الوصول إلي المعلومات الطازجة المناسبة للموضوع المقدم علي الموقع .

احدي الأمور البديهية لعمل تهيئة لموقع شركة هي أن تكون عملية التهيئة جديده . أيضا إذا كان المحتوى الموجود علي الموقع يعطي إشارات غير واضحة أن هذا الموقع هو موقع إعلاني ، وان هذا الموقع بدون أي قيمة عملية لمستخدمي أو زائري الموقع ، يمكن القول أن هذا المحتوى بدون أي قيمة . علي سبيل المثال ، إذا كان الموقع لشركة تجارية ، يمكن أن يكون المحتوى علي هذا الموقع متعلق بشكل أساسي بالنصوص الإعلانية التي تتحدث عن المنتجات التي تقدمها هذه الشركة . ولكن يجب أن تتذكر أن علي هذا النصوص أن تقدم المعلومات الكافية حول هذا المنتج وليس فقط مجرد إعلان علي الويب . وإذا كانت المنتجات التي ترغب في بيعها كثيرة ومتعددة ، يمكن أن تقوم بإرسال جميع المعلومات إلي موقع الخاص بك من اجل العمل علي إبقاء المعلومات المتوفرة علي الموقع هي معلومات جديدة وطازجة .

أيضا وحسب العمل الذي تقوم به ويمكن أن تقوم بوضع المعلومات المحدثه ذاتيا مثل قوائم المنتجات الجديدة ، التتريالات علي المنتجات التي تقدمها هذه الشركة . وبالاختلاف عن الصفحات الدعائية ، فان هذا لا يعني أن العديد من المستخدمين سيزورن موقعك وان هذا لا يعني أيضا أنك سوف تحصل علي مراكز عالية علي الويب . احدي الطرق التي يمكن أن تجذب المستخدمين للموقع الخاص بالشركة هو العمل علي وضع أقسام خاصة بالإخبار علي موقع الشركة . وهنا نستطيع وضع أخبار حول الإحداث الحالية والإحداث السابقة . ويمكن أن أقوم أيضا بإرسال

إذا كنت مستخدماً جديداً لمحركات البحث فسوف تفاجئ بان النص المكتوب هو احد العناصر المهمة التي تجذب المستخدمين والتي هي احدي العناصر الأساسية التي تساعد علي صنع موقع معين في مستوي عالي داخل محركات البحث . وعندما نتحدث عن استخدام موقع معين فانه من المهم ملاحظة بان **Search Engine** والمستخدمين يفضلون باستمرار المعلومات الجديدة والحديثة كما يجتذبون إلي.....

التجدد المستمر في شكله ومضمون أي موقع بما فيه من معلومات جديدة مما يزيد من فرص نجاح مثل هذا الموقع . وبشكل عام فان تجديد الموقع وتحميله بالمعلومات والإضافات الجديدة بشكل مستمر سيزيد من احتمالية رجوع عناكب **Spider** محركات البحث **Search Engine** خلال أسبوع من آخر زيارة لها ، بينما إذا لم يتم تجديد الموقع بشكل منتظم فان ذلك سوف يؤدي إلي تناقص وتراجع فرص ظهور الموقع بشكل منافس علي صفحات نتيجة محركات البحث .

بالنسبة للشركات فان التركيز لا يكون بشكل مستمر علي موقع تلك الشركة وعلي المعلومات التي يتضمنها هذا الموقع بل يكون التركيز علي كمية ونوعية الصناعة بشكل أساسي . وبالتالي فان المشكلة التي تواجه تلك الشركات بما يخص مواقعها علي الشبكة هو إضافة نص جديد وذلك لان مواقع الشركات لا تعتبر صفحات للقراءة أو مجلات للقراءة ، وبالتالي فان الاهتمام بما فيها من نص ومضمون يكون أقل . هناك حل لكل من هذه المشاكل وبشكل فعال وذلك بإضافة قطاعات جديدة للموقع الخاص بالشركة أو إضافة مدخل الإخبار العامة عن الشركة مثل الانجازات أو المشاريع التي تقوم بها الشركة بغض النظر عن طبيعة عمل تلك الشركة . وهكذا يصبح موقع الشركة علي شبكة لمعلومات متجددة باستمرار بما يتعايش مع المستخدمين .

إذا كنت تعمل علي تهيئة موقعك علي محركات البحث فان ذلك سيعتبر بالنسبة لك عمل محظوظ ذلك لان المعلومات والنصوص الجديدة متوفرة وفي متناول يداك طوال الوقت ، فقط عليك إعادة ترتيب تلك النصوص لما فيها من فقرات وعناوين لجعل موقعك مقبولاً بالنسبة لمحركات البحث ، حتي لو كنت تعمل علي تهيئة موقع الشركة ما علي الشبكة فلا يوجد هناك أي مشكلة لجعل ذلك الموقع جديداً وحديثاً لما يتماش مع موضوع ومضمون ذلك الموقع

من أهم المشكلات المعقدة بالنسبة لتهيئة وتفعيل موقع شركة ما هو أن تكون فعالة وعملية بالنسبة للزائر أو المستخدم أي بمعنى أن النص الموجود في الموقع يجب أن يكون ذو قيمة ليس فقط قيمة إعلانية بل قيمة عملية أيضاً . علي سبيل المثال إذا كانت الشركة هي شركة تجارة فان بإمكان الموقع أن يحتوي علي نصوص إعلانية وتجارية خاصة بمنتجات تلك الشركة ، ولكن يجب الأخذ بعين الاعتبار بان هذه النصوص يجب أن تكون ذات صفاة معلوماتية ليس فقط صفاة إعلانية خاصة بالمبيعات ، إذا كانت الشركة تملك العديد من المنتجات للبيع أو منتجات جديدة بها أو إذا كان هناك الملائمات دورية لمنتجات معينة لهذه الشركة فانه بإمكانك بحث وإضافة هذه المعلومات للموقع الخاص بالشركة مما يضمن تواجد معلومات جديدة لهذه الشركة ومتجددة .

وبالاعتماد أيضاً علي نوعية عملك أو عمل الشركة بإمكانك أن تتضمن في النصوص معلومات جديدة ذاتية مثل قائمة بالمنتجات الإحداث والمنتجات المميزة ، والمنتجات الحاصلة علي تخفيض بالنسبة لأسعارها وبإمكانك أيضاً إعطاء معلومات علي خدمات البيع والشراء والمنتبين لهذه العمليات في الشركة . بعكس الشركات الإعلانية فان هذه المعلومات أو الاضافا ليس بالضرورة أن توجد زوار جدد أو مستخدمين جدد للشركة ولكنها أفضل من ترك الموقع مجمداً لمعلومات قديمة .

ومن العوامل الأساسية التي تحدث قفزة نوعية لمواقع الشركات هو قطاعات الإخبار . حيث نستطيع أن تتضمن أخبار علي الإحداث والانجازات الماضية والمستقبلية أيضاً في تاريخ الشركة وإرسال تقارير مفصلة علي نشاطات متنوعة والإعلان عن المشاريع التي سيباشر العمل فيها وتلك التي بدأ العمل بيها الخ

بعض الشركات تقوم لعمل أكثر جديداً كثر من وذلك ، وذلك عن طريق وضع حيز معين يحتوي علي معلومات بشكل رسمي أكثر عن ما يدور داخل الشركة من إحداث أو في مجال الصناعة بشكل عام في العالم . فان هذه المساهمات المدخلة علي الموقع تشكل عامل جذب للزوار والقارئ بشكل أكبر وبخاصة إذا كانت المعلومات صحيحة وحديثة . تكون عامل جذب أكثر من تلك النصوص الموضوع علي شكل قصة رسمية .

عندما يكون لديك عدة نصوص فانه هناك سؤال يطرح نفسه هو كيف تجعل المفاهيم والعبارات الأكثر أهمية تظهر بشكل أوضح من بين تلك النصوص سواء أكان المستخدم هو الإنسان أو محركات البحث **search Engines**

عندما لا تتمكن من قراءة نص معين كما يقرئه الإنسان فإن لها طرقها في استخلاص العني من النص أو من جزء منه . العناوين هي احدي الإمكانيات التي يمكن عن طريقها تمييز نص أو عنصر معين . والخط العريض والمائل هي طريقة أخرى للتأكيد علي كلمة أو مجموعة كلمات معينة لها أهمية خاصة ضمن هذا النص أن محركات البحث تقرأ النصوص العريضة والمائلة وتأخذ فكرة أن هذه النصوص المكتوبة بالخط العريض والمائل لها أهمية أكثر من باقي النص ولكن لا تستعمل طريقة الخط العريض والمائل بشكل متكرر مما يفسد الأثر المطلوب .

عندما تحصل علي نص جديد فإن هناك قضية مهمة هي فيما إذا كان هذا النص أصليا أم لا ، حيث أن النص إذا لم يكن أصليا أي بمعنى إذا كان هذا النص مسروقا من موقع آخر فإن ذلك يسبب لك الكثر من المشاكل حتي وان كان قانونيا أي بمعنى أنك حصلت عليه مجانا من عنوان معين فإنك يجب أن تأخذ بعين

الاعتبار أنك لست الوحيد الذي يملك ذلك النص ، فإذا كان لديك الحق لذلك فإنه بإمكانك إجراء متغيرات معينة علي النص حتي لا يكون نسخة مطابقة بنص اخر وبذلك فإن محركات البحث لن تعينه بعنوان نص مكرر **Duplicate content** إذا لم تكن قادر علي تدبر مسألة تخطي مرشحات النصوص المتكررة **Filter Duplicate content** فرضتها محركات البحث حديثا بهدف تنقية النصوص المسروقة او المنسوخة فإن صفحاتك الخاصة بالموقع من الممكن ان يتم ازلتها او اسقاطها من النتائج البحث .

إن مسألة تكرار النص اصبحت قضية عندما بدأ أصحاب قضية عندما بدأ أصحاب المواقع بعمل نسخ مطابقة لنصوص معينة تحت عناوين مختلفة بهدف تضليل محركات البحث لإثبات مسألة أن هذه المواقع تحتوي علي نصوص أكثر من ما هي علي الحقيقة . وكنتيجه لسوء التصرف هذا فإن هذا المنقي

Duplicate content filter يقوم بإزالة بعض الصفحات المشكوك بصحتها من حيث التكرار او عدمه

إن المنقي أو الفلتر يقوم في بعض الأحيان بإزالة عدد من الصفحات الصحيحة مثل الصفحات التي تحتوي علي وصف معين لأحد المنتجات القادمة من قبل الصانع لمجموعة الأشخاص اللذين يعيدون بيعها والتي يجب أن النصوص أن تكون متشابهة تماما وبالتالي فإن مسألة تكرار النص قد تكون عقبة لا يمكن تجاوزها أو تخطيها حيث يمكنك اتخاذ بعض التدابير منها تفحص الموقع بهدف البحث عن صفحات تشبه تلك الصفحات الخاصة بكل وبإمكانك استخدام الموقع **Copy Scape** من أجل ذلك وعندما تكتشف أو تميز الصفحات المشابهة للصفحات الخاصة بك علما بأنك لست الشخص الذي قام بامتلاك أو إيجاد تلك الصفحة بطريقة غير شرعية فإنه بإمكانك إعلام المسئول عن الموقع عن تلك الصفحات أو المواقع الخاصة كي يقوم بإزالتها وبإمكانك تعديل النصوص الخاصة بك في صفحتك تجنباً لمخافة تكرار النص حتي بالنسبة لوصف منتجات معينة فإنه بإمكانك إضافة بعض التعليق أو بعض الآراء في نفس الصفحة حيث يمكن أن تعتبر هذه طريقة لتجنب قضية أو مخالفة تكرار النصوص **content**

Duplicate

المدونات

خطوات إنشاء مدونة علي بلوجر

اكتب عنوان الموقع <http://www.blogger.com> في شريط العنوان من متصفحك إذا كنت تملك حسابا للبريد الالكتروني لدي جوجل فادخل اسم المستخدم وكلمة السر ثم تابع خطوات إنشاء المدونة

أما كنت لا تملك حسابا للبريد فاتبع الخطوات التالية :

اضغط السهم انشاء مدونة جديدة : **Create your blog now**

ستظهر صفحة جديدة بعنوان

Create an account:

ادخل البيانات الخاصة بك علي الترتيب الذي يظهر في الجدول التالي :

Choose a user name

اختر اسم مستخدم الذي يمكنك من تسجيل الدخول علي لوحة التحكم

Enter a password

ادخل كلمة السر

Retype password

اكتب كلمة السر ثانية

Display name

اكتب الاسم الذي تريد ظهوره علي انه اسم صاحب المدونة وبه ستوقع تدويناتك ، وقد يكون اسمك الحقيقي أو اسما مستعارا.

Email address

ادخل عنوان بريدك الالكتروني :

I accept the terms of Service

أشعر علي هذا المربع تعبيراً عن موافقتك علي اتفاقية الاستخدام

Continue

اضغط السهم للاستمرار .

ستظهر لك صفحة جديدة بعنوان.

Name your blog

ويمكن أن تستغني عن هذه الخطوة إذا كنت تملك حساباً للبريد الإلكتروني لدي جوجل كما ذكرت أعلاه لأنك تعتبر حينئذ مسجلاً أي تملك حساباً موحداً يخولك الدخول سواء إلي مدونتك أو إلي بريدك .

ادخل البيانات علي الترتيب المبين في الجدول التالي :

Blog title

اختر عنواناً أو اسماً لمدونتك وهو الذي سيظهر في اعلي المدون في منطقة الرأس **header** ويمكنك كتابته باللغة العربية.

Blog address URL

اختر عنوان المدونة علي شبكة الانترنت ويشترط فيه ان يكون متاحاً أي غير محجوز من غيرك لذا يستحب قبل الاستمرار الضغط علي زر **Check availability** للتأكد من ذلك ثم واصل

:Word verification

انقل الحروف التي تراها امامك في الخانة ثم اضغط **continue** لتنتقل إلي مرحلة أخرى لاختيار قالب مدونتك

وبذلك تنتقل إلى صفحة أخرى بعنوان

Choose template اختر قالبيا:

والخطوة الأخير هي قالب أو تصميم لمدونتك لتحديد الشكل الخارجي الذي سنظهر به مدونتك ويلاحظ أن عددها قليل وان هامش الاختيار ضعيف لكن لا بأس اختر واحدا في هذه المرحلة فم بعد ذلك يمكنك استبداله بواحد من مئات القوالب الموجودة علي الانترنت أو تخصيص نفس القالب وتحسينه إذ كنت قادر علي قراءة الاكواد وتحريرها.

ثم اضغط

Continue استمر :

وتجدر الإشارة إلي انك تستطيع معاينة القالب لترى كيف سيبدو مظهره قبل تأكيد اختياره افعل ذلك مع أكثر من قالب حتي يستقر قرارك. علي أحدها

View template معاينة القالب :

سنظهر بعد ذلك صفحة تظهر أن مدونتك الجديدة جار إنشاؤها ولن يستغرق الأمر أكثر من ثوان معدودة ثم تظهر مباشرة الصفحة التالية :

لتخبرك بأنه قد تم إنشاء المدونة بنجاح وانه يمكنك البدء في كتابة أولي تدويناتك أو قبل ذلك قم بضغط إعدادات مدونتك وبذلك تدخل عالم التدوين من أوسع أبوابه والباقي يتوقف علي مدي همتك في الكتابة .

كيف تأخذ نسخة احتياطية من مدونتك علي بلوجر.

يمكن اخذ نسخة احتياطية من المدونة باستعمال خدمة استيراد وتصدير المدونة وهذه الخاصية تسمح لك أولا بالاحتفاظ بنسخة احتياطية لمدونتك حتي اذا تعرضت للحذف أو للسرقه أو أردت نقلها إلي حساب أخر أو منصة تدوين أخرى أو حتي بدمج مدونتين أو أكثر في مدونة واحدة يمكنك إعادة نشرها بسهولة بنفس الترتيب والتصنيفات السابقة .

فخاصية التصدير تسمح لك بأ نسخة من المدونة علي شكل ملف XML اما خاصية الاستيراد فتسمح لك بإعادة نشر المدونة.

1- طريقة اخذ نسخة احتياطية من مدونتك بلوج راو تصدير مدونة – Back up your Blogger blog

ادخل إلي لوحة التحكم بتسجيل الدخول

اضغط علي اعدادات وستظهر الصفحة التالية :

تصدير المدونة الالكترونية

ثم اضغط علي تصدير مدونة لتظهر الصفحة التالية :

ثم اضغط علي قم بتحميل ملف XML وحفظه في حاسوبك والآن نأتي الي الخطوة الموالية وهي عملية استيراد المدونة

2- استيراد المدونة الالكترونية :

وهذه الخاصية تسمح لك بإعادة نشر المدونة عن طريق تحميل النسخة التي حفظتها بعد تصديرها .

وللقيام بهذه العملية ندخل مرة أخرى إلي لوحة التحكم ثم الضغط علي اعدادات ثم استيراد مدونة ثم تحديد مكان نسخة المدونة

في حاسوبك ثم اضغط علي تحميل مع التأشير علي زر النشر وهكذا تنشر المدونة بسهولة .

وينصح بتبريل نسخة من المدونة وحفظها علي الحاسوب بين الفينة والاخري حتي تتمكن من نشرها مرة أخرى عند الحاجة

لوحة التحكم :

من خلال لوحة التحكم يمكنك أن تتحكم في اعدادات مدونتك وضبطها بما يناسب احتياجاتك وفي هذه المقال سنتعرف علي لوحة التحكم بشكل مفصل مع بيان وظائف مختلف اقسامها للدخول إلي مدونتك من جديد ادخل إلي

com.www.blogger

ثم ادخل اسم المستخدم وكلمة السر الخاصين بك لتدخل مباشرة إلي لوحة التحكم التي من خلالها تدير مدونتك وتظهر لك كما في الصورة التالية وهي علي التوالي :

blog Create a : إنشاء مدونة

ويسمح لك الضغط علي هذا الزر لإنشاء مدونة أخرى وأكثر بنفس الحساب وإرادتها جميعا من نفس لوحة التحكم .

Edit Profile : تحرير ملف التعريف أي تحرير أو تعديل الملف الشخصي :

ومن خلاله تستطيع إضافة أو حذف أو تعديل بياناتك الشخصية وصورتك أيضا ويعينك في تحديد أي من بياناتك الشخصية تريد أن تظهر وأيها لا .

وتحرير الملف الشخصي :

يحتوي علي الأزرار التالية :

Share my profile : مشاركة ملف التعريف الخاص بي :

وبالتأشير عليه سيسمح لزارري مدونتك بالاطلاع علي ملفك الشخصي وإلا فلن يظهر شيء من ذلك .

Show my blogs : إظهار المدونة :

وإذا كانت صاحب مدونات متعددة علي بلوجر تحت اسم مستخدم واحد فمن خلال وصلة

select -to display blogs اختيار المدونات التي تعرض – يمكنك اختيار المدونات التي تريد

أن يظهر ملفك الشخصي فيها وأيها لا

User name : اسم المستخدم : الاسم في الدخول إلي لوحة التحكم

Display name : الاسم المعروض

الاسم الذي تريد توقيع مقالاتك به ويمكنك أن تختار اسما مستعارا أو توقع مقالاتك باسمك الحقيقي

:Photo URL

ومن خلاله يمكنك إضافة صورة لك بتحميلها من جهاز الحاسوب أو بإضافة وصلة لها هنا إن كانت موجودة علي الانترنت

وهذه مجمل الخيارات التي المهمة في تحرير ملفك الشخصي باقي الخيارات ثانوية إليك يرجع أمر

التقرير فيها .

ضبط إعدادات المدونة

بعد إنشاء المدونة تأتي مرحلة تالية لا تقل أهمية وهي ضبط إعدادات المدونة من أجل أداء أفضل ويمكن القيام بذلك بالضغط علي إعدادات من لوحة التحكم ستظهر لك الصفحة التالية : الشريط الأول يتكون من أربع أقسام رئيسية

Posting : إرسال – أي إرسال التدوينات قصد نشرها

Setting : إعدادات

Template : القالب

View blog : عرض المدونة : لمعاينة ما تحدثه من تعديلات .

أما الشريط في الأسفل فإنه يتغير حسب القسم الذي تضغط عليه لأنه فرع منه ومندرج تحته ولنبدأ قسم الإعدادات نظرا لأهميته ويتكون مما يلي :

Basic : إعدادات أساسية :

وفيه الإعدادات الأساسية للمدونة وعلي التوالي :

Title :

اسم المدونة ويجب ان يكون هذا الاسم مختارا بعناية ومعبرا عن هوية مميزة لمدونتك

Description : وصف المدونة

ومن خلاله تكتب وصفا مختصرا لمدونتك وهو من الأهمية بمكان لأنه سيكون عاملا رئيسيا في انتشار

المدونة وهو الذي سيظهر في أوجهه المدونة أسفل العنوان **Title**

Your blog to our listing Add ؟ إضافة المدونة إلي قوائم جوجل .

إذا اخترت نعم **Yes** : فإنيك تسمح لبلوجر بوضع مدونتك ضمن قائمة المدونات الاخرى لديه

ليطلع عليها الآخرون أما إذا اخترت لا **NO** فان مدونتك لن تظهر في أي صفحة من صفحات

بلوجر ولن يتصفحها احد غيرك

Show quick editing on your blog : إظهار تحرير سريع علي مدونتك .

إذا اخترت نعم **Yes** ستظهر علامة للتحرير السريع علي شكل قلم صغير أسفل كل موضوع لكي

تستطيع تحرير وتعديل الموضوع مباشرة دون حاجة إلي الدخول إلي قسم تعديل التدوينات في

لوحة التحكم .

Show email post links

إذا اخترت نعم **Yes** : ستسمح لزوار مدونتك من إرسال وصلات المواضيع إلي أصدقائهم مباشرة من مدونتك وذلك من خلال ظهوره إيقونة لمظروف صغير أسفل كل موضوع .

Mode for all your blogs compose : إظهار وضع التأليف " لجميع المدونات الإلكترونية الخاصة بك .

إذا اخترت " نعم " : **Yes** سيظهر المحرر المتطور دون حاجة إلي معرفة بأكواد **html** من خلال الزر **compose**

Save setting : حفظ الإعدادات ، ولابد من الضغط عليه لتصبح التغييرات التي أحدثتها في إعدادات مدونتك سارية أما إذا قررت حذف مدونتك فتوجه إلي الزر الموالي .

publishing : إعدادات النشر

تبديل الي مجال مخصص ومن خلاله تستطيع ان تجعل لمدونتك اسم نطاق مستقل ، ويمكنك حجزه لدي احدي الشركات التي تقدم هذه الخدمة مقابل مبلغ مالي كل سنة . بدل اسم النطاق الفرعي الذي يوفره لك بلوجر . او يمكنك حجز اسم نطاق مجاني من هذا الموقع **cc.co**.

Blog spot address : يمكنك تغيير عنوان مدونتك .

Formatting : التنسيق : ويحتوي علي إعدادات التاريخ واللغة

وفيه من الخيارات ما يلي :

show : اظهار : حدد عدد المواضيع التي تريدها ان تظهر في الصفحة الرئيسية لمدونتك .

Date header format : تنسيق رأس التاريخ : لتحديد شكل التاريخ الذي تريده ان يظهر اعلي كل موضوع .

Index date format Archive : تنسيق تاريخ فهرس الأرشيف :

لتحديد شكل التاريخ الذي يكتب في فهرس الأرشيف .

Time stamp format : تنسيق الطابع الزمني :

يحدد الشكل الذي تريد ان يظهر عليه التوقيت .

Time zone : النطاق الزمني :

اختر لغة التاريخ .

Show title field : إظهار حقل العنوان .

اختر نعم ومعناه إظهار عنوان لكل موضوع .

Comments : إعداد التعليقات .

وسنكتفي بذكر أهم الخيارات المتاحة بخصوص التعليقات وهي :

التعليقات : comments : اضغط علي إظهار **show** مع ملاحظة أن الضغط علي أخفاء، لا يعني

إلغاؤها إذا يمكن تفعيلها مرة أخرى بالضغط علي إظهار "

من يمكنه التعليق : **who can comment :** تختار احد الخيارات الثلاثة التي أمامك وان كان يستحب

التأشير علي أي شخص حتي يتمكن زوار مدونتك من التفاعل معك عبر التعليقات بغض النظر عن من يكونون .

موضوع نموذج التعليقات : اضغط علي " تضمين الرسالة أدناه " حتي يظهر مربع التعليقات أسفل كل

موضوع ، وهذه في الحقيقة من التحسينات التي أجرتها جوجل علي بلوجر، لان هذه الطريقة أسهل في إدراج التعليقات .

الإشراف علي التعليقات : ومن خلال هذه الخاصية تحدد إلي أي مدى يمكن ان يعلق الزوار علي موضوعات مدونتك ، وبتحسين أن توشر علي أبدا **never** اللهم إلا إذا لاحظت كثرة التعليقات المزعجة فيمكنك تشديد الرقابة عليها بالضغط علي احد الخيارين الآخرين .

بريد الكتروني للإخطار بتعليق : إذا كتبت عنوانا الكترونيا فستصلك إخطارات بالتعليقات الجديدة التي نشرت في مدونتك .

Archiving : إعدادات الأرشفة : وفيها خياران فقط :

الأول : تكرار الأرشفة **Frequency Archive :** ومن خلاله تحدد المدة التي ستم فيها عملية الأرشفة أما شهريا أو أسبوعيا أو يوميا ، أو بلا أرشيف .

هل تريد تمكين صفحات الرسائل : **post pages Enable**

إذا اخترت نعم سيصبح لكل موضوع تنشره صفحة ويب خاصة بالاضافة علي ظهور في الصفحة الرئيسية للمدونة .

تغذية الموقع : **Site feed :** وفيه الخيارات التالية :

السماح بمواجز المدونة : **publish site feed :**

إذا اخترت كامل **full** ستسمح بإرسال فقرات عن طريق الخلاصات من مدونتك وتحديثاتها للمشتركين في خدمة الخلاصات التي تقوم بالاشتراك فيها ، إما إذا اخترت " قصير **short** " : إذا كنت ترغب فقط في إرسال الأسطر الأولى من كل موضوع

تذييل موجز للنشر : اكتب عبارة عن مدونتك ستظهر في اخرم واجز الخلاصات .

إعدادات البريد الالكتروني : **Email**

عنوان : **Blogsend**

إذا كنت تريد إرسال المدونة إليك كلما أدخلت تدوينه جديدة ادخل بريدك الالكتروني .

عنوان **Mail -to-Blogger**

اكتب اسما سرريا ليصبح هو عنوان البريد الالكتروني يمكنك بواسطته نشر مواضيعك في مدونتك بإرسالها إلي هذا العنوان مع ضرورة الحفاظ علي سريةته .

السماحات: permissions:

الخيار يسمح لك هذا الخيار بتحديد الأشخاص الذي تسمح لهم بالنشر في مدونتك اذا اخترت ان تكون مدونة جماعية عن طريق الضغط علي اضافة مؤلفين " سنظهر صفحة لتكتب فيها البريد الالكتروني الخاص بهم ليتم إرسال دعوات إليهم بها رابط تفعيل العضوية .

كما يمكنك اختيار الأشخاص المسموح بهم لهم بمشاهدة المدونة أما إتاحة ذلك للجميع بالتأشير علي " أي " شخص أو لبعض الأشخاص فقط بالتأشير علي الأشخاص الذين اختارهم ، أو لمؤلفي المدونة فقط هذه مجمل الإعدادات التي يتعين القيام بها ، وما تبقي مما يتعلق بإعداد القوالب وتعديلها وكتابة وتنسيق المواضيع

وكيف يتم حسابه .. هنا نتعرف علي كل شيء عن البيج رانك

Page Rank قيمة عددية التي تمثل أهمية موقعك علي الشبكة **Google** هو الذي يربط صفحات ووصلات موقعك بصفحات أخرى

وأيضا **Google** هو الذي يعطي التصويت الصحيح لروابط موقعك ويقوم بتقييمها

ولا يتم تقييم أهمية موقعك ومستوي البيج ران لديك سوي من موقع **Google** لانه الوحيد الذي يوفر هذه الخدمة .

يتم حساب أهمية الصفحة علي أساس ما يراه **Google** ولذلك إذا كان موجود رابط موقعك في أكثر من موقع لن يتم احتساب جميع المواقع علي أساس أنها مهمة ولكن سيتم حساب البيج رانك علي أساس أهمية المواقع الاخرى ومدى الوصول إليها بالإضافة إذا كانت هذه المواقع غير مخافة لموقع **Google**

أو أنها لم تحصل علي طرد من **Google**

يتم اختصار كلمة **page rank** ب **pr**

ملاحظة : ليست جميع الوصلات محسوبة من **Google** وعلي سبيل المثال يكون هناك أكثر من موقع لترشيح الوصلات ولكن يتم اختيار الأكثر انتشار وقوة في محركات البحث الآخرة حساب البيج رانك

المعادلة العامة تقول

$$((PR(A)=(1-d) d(PR(t1)/C(t1) + \dots + PR(tn)/C(tn)$$

هذه المعادلة يتم فيها حساب المواقع التي سوف يتم احتساب البيج رانك الخاص بها

وهذه المعادلة تتم عند نشر رابط لموقعك او أي رابط لموقعك في صفحات أخرى وبإمكان بهذه الحالة أن يستخدم **Google** عملية التباين ولكن أن تم ذلك فلن يعلن محرك البحث عن انه يستخدم هذه الطريقة

بالنهاية ليس من المهم أن يعلن **Google** انه يستخدم هذه الطريقة فالمعادلة تكفي

ملاحظة المعادلة تعتبر شيء ثانوي وهي لطرح الفكرة ليس أكثر

في معادلة **t1-tn** هذه المعادلة تعني الصفحة التي تدل علي أكثر من ألف صفحة

المعادلة **C** هو عدد النقر علي الروابط في الصفحات الاخرى لموقعك

المعادلة **d** وهي تخمد الروابط وتأتي بشكل عام هيئة مجموعة ويكون رمزها ٠.٨٥ .

في اغلب الأحيان يأتي البيج رانك أو كما قلنا **PR**

(٠.٨٥ + ٠.١٥)

المعادلة هي التي تعمل علي اشتراك او مشاركة روابط موقعك من كل موقع مرتبط به بسيطة صح

معني مشاركة : رابط صفحة موقعك مقسمة علي عدد المتجهين علي باقي روابط موقعك ألف صفحة تعني العديد من الأهمية لان كل صفحة لها صلة خاصا بها ولك الأهمية بهذه الحالة تعتبر اقل من التصويت **Google** هو التصويت لقوة الروابط والتي لها ٠.٨٥ هذه هي القيمة التي يتم تقسيمها بين كل الروابط بالتساوي من بين كل الوصلات الموجودة .

ولذلك يري **Google** ان الصفحة التي تحتوي **pr4** ويتجه الرابط إلي صفحة ذات **pr5** هي وصلات تستحق التصويت عليها بالعكس إذا كان هناك ١٠٠ رابط لصفحتك ومتجهه جميعها إلي صفحة ذات **pr8**

لماذا دائما يحدث خلاف ما بين **pr1** وما بين **pr2** و **pr10**..... **pr3**

كانت جميع صفحات البيج رانك بالأساس تمشي علي مبدأ واحد وذات أهمية واحد ولكن الكثير من الناس غير وهذه الفكرة تمام خصوصا ما بين **pr1** والفرق بين **pr10** يعتقدون انه هناك مقياس لوجاريتمي وبنظري وبنظر المختصين هذا الاعتقاد صحيح وحتى في **Google** يعلمون أحقية هذا المقياس

ولكن في النهاية هي احتمالات عالية الجدولة الولوجاريتمية أو ما شابه ذلك

وبهذه الحالة لو فرضنه أن أسس البيج رانك تعتمد علي هذا المقياس فهذا يعني أن الأمر سيستغرق وقت طويل للتنقل ما بين صفحة وأخري لإعطاء **pr**

ماذا يستخدم **Google** أذا : أصبحت اشك أن ل **Google** مبدأ خاص يمكنني أن أتأكد من شيء واحد انه يعتمد علي وصبة من موقع آخر ليزيد الموقع تصنيفا وهذا يعتبر تكبير كي لا تضيف روابط الموقع كزراعة في المواقع الاخري أو تسمي **outbound links**

طيب لحد هل كل شيء تمام و عال العال فهنا كثير اشياء طيب شو راكون نبحث عن طريقة **Google** الفعلية في حساب البيج رانك

يعتبر لكل صفحة تدل علي موقعك حساب خاص بها وتصنيف بالإضافة أيضا يعتبر لكل صفحة تضع بها الرابط تصنيف خاص بها ولذلك يتم احتساب البيج رانك بشكل عملي علي التصويت من قبل **Google**

ملاحظة لا يتم احتساب الصفحة علي أساس الوقت وإنما علي أساس ما هو التصنيف للموقع أي لفرض انك وضعت رابط موقع في **blog** وكان البيج رانك تبعه ٤ لن تحصل عليها إذا فقد التصنيف

بل ستحصل علي تصنيفه الجديد ،،،،،،،،

لنري ما يحدث بشكل سهل

الخطوة الأولى : يحسب كل رابط علي أساس انه **a** صفحة من قيمة الموقع الموجود به الوصلات

في الخطوة الثانية " تحسب صفحة **b** علي أنها تصنيف داخلي في الموقع

والآن ماذا بعد

يمكنني القول وعلي فرض انه لدينا ٢٢ رابط أو حالة اسمها ما تريد لا يمكننا العمل بغير وجود **a**

لنحصل علي تصنيف للصفحة ولمعرفة **b**

وبنفس الوقت لا نستطيع معرفة **b** حتى نعرف **a** تصنيف الصفحة

يعني بدل هاد الشيء علي أنها عملية مترابطة مع بعضها

باستخدام قيم وبنائج أكثر دقة بس المفروض أن نكون غير دقيقتين في احتساب هذه القيم الحسابية لان هذه النتائج بشكل عام ستكون غير دقيقة

لان المشكلة الأساسية هي تكرار الروابط في مواقع تختلف في البيج رانك ولكن هل **Google** يقوم بتحديث كل هذه الصفحات

وذكرنا سابقا "أن **Google** سيأخذ وقت طويل في حساب هذه الصفحات

ماذا يمكننا أن نفعل ليكون موقعي شامل في تصنيف الصفحات ؟

ولكن قبل أن افعل ذلك بدي نوه علي انه سوف تكون مخزنة تماما في الاندكس أي بعدد روابط كبير ليتم عمله جوجل بشكل سليم

وفعال وسوف يتم احتساب الروابط وادراجه بشكل إلي عن طريق **Google**

الأمثلة سوف نذهب إلي تصنيفات أخرى في الصفحات وهو نوع المحتوى والي ما هنالك أو مقارنة المحتوى بمحتوي اخر موجود علي شبكة الانترنت فان بهذه الحالة آلية العمل سوف تعمل بطريقتين أما بشكل حقيقي وفعال أي بغض النظر عن المحتوى والتاريخ أو بشكل حقيقي وفعال ولكن باحتساب الصفحات والمحتوي والنتائج ستكون وفقا لهذه الصيغة

لنضرب ٣ صفحات الموقع أي عدد **abc** وهنا ليس هناك علاقة بالروابط الخارجية سوف تخصص كل صفحة من صفحات الموقع برقم ١

علي الرغم انه لا يوجد فرق إذا كان البيج رانك ١ أو ٠ أو ٩٩ باستثناء عدد قليل من الملايين من المواقع.

إذا وضعنا رقم ١ فان ذلك سيتطلب الكثير من التكرار في العملية صح وذلك يصعب علينا أن نلاقي نتيجة أو أكثر وكلها ستكون غير مناسبة لل **pr** .

طيب بسيطة نطبق مثال آخر وبشكل أسهل أنا واثق قلة من الناس فهموا غرضي من المعادلة

للمزيد من المعلومات او التعاقد على حملة تسويق الكتروني يمكنكم الاتصال بنا على : ٠٠٢ ٠٢ ٣٣٨٦٧٠٨٢

ال SEO OFF Page

بعض الطرق البسيطة للحصول علي روابط إلي موقعك .

أن تكون للمدونة روابط تحيل عليها من مواقع ومدونات أخرى أمر في غاية الأهمية ومن مقومات المدونة الناجحة فكلما كانت هذه الروابط كثيرة كلما اعتبر محرك البحث جوجل ذلك مؤشرا علي أهمية المدونة والمواضيع التي تحتوي عليها ما يعني الرفع من البيج رانك **page rank** وبالتالي الظهور في النتائج المتقدمة في محركات البحث .

لكن الأمر لا يتعلق بمجرد الحصول علي هذه الروابط من أي موقع كان

فلا بد أن تكون درجة **page rank** لهذه المواقع محرمة حتى يأخذها جوجل بعين الاعتبار واليك بعض الأفكار النافعة في هذا الأمر :

أولا : احرص علي جودة المحتوى المنشور بمدونتك لان هذا هو السبيل الوحيد لكسب جمهور القراء فكلما كان المحتوى جيدا كلما رغب الناس في الربط إليه في مواقع أخرى تعميما للفائدة التي يحتوي عليها وان كان هذا يحتاج أيضا إلي وقت كاف حتى ينتج مفعوله

ثانيا : اكتب مقالات جيدة تعبر عن قدراتك في الكتابة ثم انشرها في بعض المواقع المعروفة والتي تستقبل المساهمات من الجميع ثم ذيل كل مقالة برابط إلي موقعك .

ثالثا : شارك في المنتديات والمجموعات التي تتناقش موضوعات متصلة بموضوع ويمكنك أن تحيل علي مواضيع من مدونتك بوضع رابط إليها باعتبار مصدرا أضافيا لمن يريد المزيد كما يمكنك أن تضمن توقيعك في المنتديات رابط مدونتك لكي يظهر تلقائيا كلما ساهمت بموضوع أو رد في المنتدى

رابعا : ومن الوسائل التي تكسبك أيضا روابط إلي مدونتك التعليق علي المواضيع المنشورة في المدونات الاخرى خاصة الشهيرة منها مع ترك رابط مدونتك مع كل تعليق . وهذه من أكثر الطرق فعالية خاصة إذا تعلق الأمر بمدونات خاصة بنفس مجال مدونتك ويجب الحذر من السبام أي إغراق المدونات الاخرى بتعليقات لا فائدة منها أو غير مرغوب بها لان مصيرها سيكون غالبا هو الحذف كما انه سلوك ينافي أخلاقيات التدوين .

خامسا : أضف مدونتك إلي أدلة المواقع لان فهرستها من هذه الأدلة يكسبك روابط مفيدة لمدونتك كما يسرع من فهرستها في محركات البحث . خاصة الأدلة الكبيرة والمشهورة مثل **dmoz** و **directory yahoo** وغيرها من الأدلة المنتشرة عبر الانترنت .

الدليل المفتوح هو مشروع إنشاء ليضم أكبر عدد من المواقع الموجودة علي الانترنت ويسعي الي ان يكون أكبر وأوسع مرجع في المواقع وهو عبارة عن دليل مواقع مرتب حسب المواضيع ولتعزيز مصداقيته فهو يعتمد علي مجتمع من المحررين الذي يتولون عملية تقييم المواقع المضافة واتخاذ القرار بضمها الي الدليل من عدمه ولهذا السبب فان دليل **dmoz** معتمد من قبل محركات البحث الكبرى مثل جوجل وياهو وغيرهما من اجل مساعدتها علي فهرسه المواقع وإضافتها علي قواعد بياناتها ومن هنا تأتي أهمية أن تسجل مدونتك في هذا الدليل العملاق ذلك انه يسرع فهرستها في محركات البحث الكبرى التي تعتبر المصدر الأول للزوار علي الانترنت

ويجب التنبيه علي الموقع صارم في فرض مجموعة من الشروط التي يجب إتباعها بدقة قبل أن تضيف موقعك تجنبنا للرفض أو حتى للحذف من الدليل ولو بعد التسجيل لذا ينصح بقراءة التوجيهات والخطوات التي يتعين سلوكها حتى تتم عملية الإضافة بنجاح

وقبل ذلك قم بعملية بحث للتأكد من أن موقعك لم يضاف إلي الدليل ثم اتبع ما يلي :

١ - كما قلنا احرص علي قراءة الإرشادات الموجودة في الموقع تجنبنا لرفض موقعك

٢ - تأكد من انك ستضيف موقعك في القسم الصحيح من الدليل فقد اشرنا من قبل أن الموقع يصنف المواقع حسب موضوعاتها وذلك باختيار القسم والقسم الفرعي المناسب بأكثر ما ينمن من الدقة لان هذا سيساعد علي تسهيل مراجعة موقعك ويوجد في الموقع

مثال توضيحي لهذه العملية وهو:

مثــال:

موقع لجمعية أو منظمة سنية يجب أن يتم إضافتها في :

مجتمع : أديان ومعتقدات : إسلام : أهل السنة : منظمات وليس

مجتمع : أديان ومعتقدات : إسلام

تعتبر هذه من أهم النقاط في معالجة التصنيف الدقيق للموقع كما أنها هامة جدا في تسريع عملية قبول وسرد موقعكم في الدليل.

٣- إضافة مسار موقع **URL** : بعد تحديد القسم الدقيق الذي يجب أن تضيف إليه موقعك أو مدونتك اضغط في اعلي الصفحة علي زر " أضف موقع " ثم قم بإضافة عنوان الموقع لكن قبل ذلك اقرأ الشروط المكتوبة أسفله وهي بالحرف :

- لا تقم بإضافة مواقع نسخ أو ما يصطلح علي تسميتها مواقع المرأة أو المواقع العاكسة
- لا تقم بإضافة مسار موقع بمحتوي مشابه أو مطابق لمواقع كمن قد أضفتها سابقا إلي الدليل أن إضافة مواقع بنفس المحتوى أو بمحتوي مشابه أو مقارب غالبا ما يؤدي بتجاهل أو / و حذف كل المواقع المرتبطة أو المنتسبة بعضها لبعض

. لا تقم بالتحويلات في الإضافة بإضافة نفس مسار الموقع أكثر من مرة مثال :

<http://www.dmoz.org/html>. <http://www.dmoz.org/index>

. لا تقم بإضافة أي موقع بمسار يقوم بإعادة التحويل والتوجيه لموقع آخر
. أن الدليل العالمي المفتوح لديه سياسة معادية لسرد المواقع ذات المحتويات الغير قانونية
كمثال للمواقع غير القانونية كالمحتوية علي مواد أطفال إباحية . التشهير . المواد التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية . بالإضافة
للمواد المحظورة ، و مواد الإغواء والتغريب ذات النشاطات غير القانونية (من قبيل الاحتيال والعنف والإرهاب)

. لا تقم بإضافة مواقع " قيد الإنشاء "

. إضافة المواقع ذات المحتوي أو المادة الإباحية يجب حصرها أن يكون تحت القسم الخاص بالبالغين
. قم بإضافة المواقع التي تعني بدول أو مناطق جغرافية معينة بشكل مباشر تحت أو ضمن الدولة و المنطقة الخاصة بها .
. لا تقم بإضافة موقع يحوي علي روابط دعائية وإعلانات بشكل مبالغ .

. أن يكون قصيرا

. عنوان الموقع الرسمي

. لا تقم باستخدام الزخارف الكتابية

. تجنب اللغة الدعائية في العنوان

وصف الموقع :

ويجب أن يكون وصف الموقع قصيرا لا يزيد عن ٢٥-٣٠ كلمة وان يكون الوصف دقيقا ملخصا لمحتوي الموقع لان هذا يسرع
من وثيرة إضافة الموقع أو المدونة وتجنب استخدام اكواد **html** وكذا مع التزام اللغة العربية الفصحى والسليمة من الأخطاء
اللغوية والإملانية دون إعادة كتابة اسم موقعك في الوصف .

تجنب استخدام اللغة الدعائية أو المغالاة في الوصف ، العبارات من قبيل أفضل موقع . المواقع العملاق " موقع كل ما تحتاج إليه
... الخ سيتم حذفها

وأخيرا قم بملء باقي الخانات ثم اضغط علي **Submit**

وإذا لم ترتكب أية أخطاء فستتم العملية بنجاح وسيتم إضافة موقعك بصفة نهائية بعد مراجعته من قبل محرري الموقع

تحديث معلومات الموقع في الدليل

ويمكنك القيام بهذا العملية بعد إضافة مدونتك بنجاح إلي الدليل وتبين لك بمرور الزمن أن المعلومات التي أدخلتها من قبل ليست
دقيقة أو ليست معبرة بما فيه الكفاية عن هوية مدونتك أو انك أضفتها إلي قسم لا يناسب موضوعها فيمكنك تحديث هذه

المعلومات كل ما عليك فعله هو التوجه علي القسم الذي أضفت فيه مدونتك ثم الضغط علي " تحديث موقع " **Update**

: URL

World: Arabic: حاسوب

وباختصار شديد فهذه العملية تمكنك من القيام بما يلي :

- . تغيير الربط القديم برابط جديد إذا كان قد تغير
 - . تصحيح أخطاء قوا عدية ضمن عنوان الموقع أو وصفه
 - . واقتراح عنوان جديد للموقع إذا كان عنوان الموقع قد تغير
 - . اقتراح وصف جديد للموقع إذا كان الوصف قد تغير
 - . اقتراح تصنيف آخر قد يكون مناسب أكثر لموقعك
- في الحقل في الأسفل يرجى كتابة الرابط تماما كما هو وارد في الدليل المفتوح ضمن هذا التصنيف ثم اضغط علي زر الإرسال
وسوف يطلب الموقع منك المعلومات الإضافية لاحقا.

وختاما أن النجاح في إضافة مدونتك علي هذا الدليل يعتبر خطوة مهمة في طريق إشهار موقعك ذلك انه يوفر عليك الكثير من الجهود ، بمجرد قبول موقعك ضمن الدليل- وهذه العملية قد تأخذ اسابيعا أو حتى بضعة أشهر لذا يستعان بقليل من الصبر – فهذا يعني فهرسة موقعك بسهولة في اكبر محركات البحث علي الانترنت مثل جوجل و**AoL** ومحرك نتسكايب ومحرك ياهو ومئات آخري من المواقع ومحركات البحث لأنه كما قلنا سابقا فان قاعدة بيانات دليل **dmoz** تعتمد عليها هذه المواقع في فهرسة المواقع الجديدة

استشارات عن الـ **S E O** _____

كيف اجعل موقعي مدونا في **Google** ؟

١ - الأساسيات :

إن **Google** محرك بحث اتوماتيكي بالكامل يستخدم برامج روبوت تعرف بـ " العنكب "

(spiders) للزحف علي الويب والعثور علي مواقع لتضمينها في فهرس **Google** ونظرا لان هذه العملية لا يتدخل فيها محرون آدميون ، فليس ضروريا تقديم موقعك إلي **Google** لكي يتم تضمينه في فهرسها والحقيقة أن أغلبية المواقع المدونة ليست مقدمة يدويا للتضمين

ولا تقبل **Google** دفع مبالغ مالية مقابل تضمين المواقع في فهرسها تعرف ب تضمين مدفوع القيمة ولا مقابل تحسين تصنيف المواقع في نتائجها علما أنها بالفعل تقدم فرصا إعلانية قريبة من نتائجها والتي تتم عنونتها بوضوح دائما تحت اسم الوصلات الدعائية

وهناك العديد من العوامل المختلفة علي الصفحات وتصنيفها كنتائج بحث ومن ضمن هذه العوامل تقنية **Google page rank** تصنيف الصفحات التي قام بتطويرها لاري بيدج وسيرجي برين

٢ - تقديم موقع

Google تقوم بإضافة الآلاف من المواقع الجديدة إلي فهرسها في كل مرة تقوم فيها بالزحف إلي الويب ولكم يمكنك تقديم عنوان **URL** الخاص بك أيضا والتقديم ليس أمرا ضروريا ولا يضمن التضمين في فهرسها ومع وجود عدد كبير من المواقع التي تقدم عناوين **URL** الخاصة بها فمن المحتمل أن يتم العثور علي صفحاتك في واحدة من عمليات الزحف الأتوماتيكية قبل ان يتم تضمينها في فهرسها من خلال نموذج تقديم عنوان **Google, URL** لاتقوم بإضافة كل عناوين **URL** المقدمة الي فهرسها ولا تستطيع التنبؤ بامكانية ظهورها او وقت ظهوره

الرجاء زيارة صفحة عنوان **URL** لادخال عناوين **URL** الخاصة بك ويمكنك تقديم موقعك عدة مرات بقدر ما تحب مع العلم بان التقديم المتعدد لن يحسن من احتمال إضافة موقعك او تسريع هذه العملية و **Google** لا تعاقب المواقع علي الإفراط في التقديم وإذا اخترت أن تقوم بتقديم موقعك فالنطاق الأعلى هو الضروري فقط لان برامج العنكب يمكنها تتبع وصلاتك الداخلية لبقية الصفحات .

يمكنك أيضا استخدام برنامج (**Beta Google Sitemaps**) (خرائط المواقع) لإنشاء وتقديم خريطة موقع مفصلة لصفحاتك وجوجل تقوم باختبار هذا البرنامج كتكملة لزحفها الحالي ولتشجيع مشرفي المواقع توفير معلومات عن مواقعهم وأعلام جوجل عند إضافة أو تغيير صفحات

وأفضل طريقة لضمان ان **Google** ستعثر علي موقعك هي ان يكون لديك صفحات في مواقع آخري ذات علاقة تتصل بصفحاتك وتقوم برامج روبوت **Google** بالقفز من صفحة الي آخري علي الويب عبر وصلات ولذلك يزداد احتمال عثورها علي صفحاتك بسرعة كلما زادت المواقع التي تتصل بها .

٢- لم يتم تضمين صفحات الويب الخاصة بي في فهرس Google من قبل ؟

١- موقعي جديد علي الويب وقمت بتقديمه مؤخرًا

تعثر Google علي المواقع من خلال عملية تعرف بـ الزحف " الي الويب " وهذه العملية تستخدم برامج الروبوت التي تقوم بتتبع الوصلات من موقع الي اخر وفي الوقت الحالي تقوم Google بالنظر الي ما يزيد عن ٨ بليون من عناوين URL اثناء عمليات الزحف الخاصة بها

وعند تقديم عنوان URL الي Google يتمكن من البحث عنه في عملية الزحف التالية واذا كنت قد قدمت

عنوان URL الخاص بك بالفعل فقد يظهر موقعك بسهولة في نتائج بحث جوجل بعد عملية الزحف التالية ولكن - في حالة عدم اتصال اية مواقع اخري بموقعك قد يكون من الصعب ان يعثر عليك برنامج الزاحف الخاص بجوجل وبالعكس اذا كانت هناك مواقع كثيرة تتصل بصفحتك تكون الفرصة جيدة العثور جوجل علي موقعك حتى من دون تقديم عنوان URL الخاص بك

٢- أن موقعي نشط منذ عدة شهور :

إذا لم يعثر جوجل علي موقعك بعد عدة شهور، فمن الممكن أن تكون برامج العناكب والروبوت الخاصة بهم غير قادرة علي العثور علي صفحاتك وإذا قمت بزيارة الوصلات المتجهة إلي صفحاتك تتحسن فرصة عثورهم علي موقعك لوجود أسباب فنية

وفيما يلي بعض من أكثر هذه الأسباب شيوعًا :

- صفحاتك لم تكن متوفرة عندما حاول جوجل الزحف إليها اذا تعطلت صفحة بسبب مشاكل في الشبكة أو الاستضافة فجوجل يحاول زيارتها عدة مرات وإذا لم تتمكن برامج الزاحف الخاصة به من الوصول إليها فلن يتم تدوينها في فهرس جوجل واذا كانت حالة عدم التوفر هذه مشكلة عابرة فمن المحتمل أن تتم إضافة موقعك إلي جوجل في وقت قريب .

- صفحاتك مولدة ديناميكيا وعلي الرغم من ذلك فجوجل يحد من عدد الصفحات الديناميكية التي يفهرسها لان برنامج زاحف الويب الخاص بجوجل قد يسبب ضررا للصفحات ذات المحتوى ديناميكيا وبالإضافة إلي ذلك قد يكون هو نفس عنوان معينًا ذا متغيرات عديدة قد يكون هو نفس عنوان URL اخر ذا متغيرات مختلفة ولهذا السبب ينصح باستخدام عدد قليل من المتغيرات ان امكن وبشكل نموذجي تكون عناوين URL ذات المتغير الواحد او المتغيرين اسهل في الزحف إليها من تلك ذات المتغيرات العديدة

- أنت تستخدم صفحات مدخل لا تشجع Google استخدام الصفحات المولدة أليا والتي تم تصميمها لمحركات البحث بدلا من المستخدمين فنحن نريد توجيه المستخدم إلي صفحات محتوى مفيد وليس إلي صفحات مدخل أو شاشات ثانوية تأثيرية

- صفحاتك تستخدم إطارات تدعم Google الإطارات بأقصى قدر ممكن لها والإطارات تسبب في حدوث مشاكل في محركات البحث والإشارات المرجعية ووصلات المراسلة الالكترونية وما إلي ذلك نظرا لان الإطارات لا تتناسب مع النموذج التصوري للويب كل صفحة تناظر عنوان URL واحد وإذا كان استفسار مستخدم ما يتطابق مع الصفحة ككل فان Google تقوم بعرض مجموعة الإطار وإذا كان استفسار مستخدم ما يتطابق مع إطار فردي في الصفحة فان Google

تقوم بعرض عنوان URL لهذا الإطار ولا يتم عرض الصفحة في إطار لأنه قد لا توجد مجموعة إطارات تناظر عنوان URL ذلك

إذا كانت مهتما بوصف موقعك كما تتم رؤيته بواسطة محركات البحث فالرجاء قراءة

" محركات البحث والإطارات " وصلات لموقع انجليزي فهي تصف علامة "No Frames"

لا إطارات التي تستخدم لتوفير محتوى بديل وإذا قمت باستخدام كلمات مثل "This site"

"Requires the use of frames" هذا الموقع يحتاج إلي استخدام إطارات أو

Upgrade your browser "" قم بترقية المتصفح الخاص بك- بدلا من توفير محتوى بديل فانك بهذا تستبعد كلا من محركات البحث والإفراد الذين لا تدعم برامج المتصفح الخاصة بهم الإطارات (علي سبيل المثال برامج متصفح الويب الصوتية - مثل تلك المستخدمة في السيارات والمستخدممة بواسطة المكفوفين - لا تتعامل أصلا مع الإطارات التي تعمل بالميكانيكية البصرية) يمكنك قراءة المزيد عن

Noframes "" لا إطارات في معيار **HTML** هنا وصلات لموقع انجليزي .

٣- بعض صفحاتي تم تضمينها ولكن بعضها الآخر مفقود .

علي الرغم من قيام جوجل بفهرسه اكثر من ٨ بليون من صفحات الويب فهو لا يستطيع ان يضمن انه سيقوم بالزحف الي كل الصفحات التي يزحف اليها ونأمل ان يقوم بتضمين مزيد من الصفحات في فهرسه بمرور الوقت ولمزيد من المعلومات حول كيفية عثوره علي الصفحات وتضمينه في فهرسه الرجاء قراءة صفحة لمحة عن التقنية الخاصة بجوجل .

إذا كانت بنية الوصلات الداخلية لموقعك لا توفر مسارا إلي كل صفحاتك فقد لا يري برنامج الروبوت الخاص بجوجل كل الصفحات الموجودة في موقعك وتقوم **Google** بتتبع الوصلات من صفحة إلي صفحة أخرى تليها ولذلك قد تفقد الصفحات التي ليس لها وصلات غيرها والرجاء الاطلاع علي صفحة إرشادات لمشرف الموقع الخاصة بنا لمعرفة طرق أخرى لجعل موقعك أكثر قابلية للزحف .

١- لم أقم بتغيير أي شيء حقا

في كل مرة نقوم فيها بتحديث قاعدة البيانات الخاصة بنا لصفحات الويب يحدث تغيير للفهرس :

يتم العثور علي مواقع جديدة وتفقد بعض المواقع المدونة ويتغير تصنيف المواقع وإذا كان موقعك قد اسقط **Google** وأنت لم تقم بأجراء تغييرات رئيسية عليه فمن المحتمل أن تعثر عليه مرة أخرى في وقت قريب ومن الممكن انه قد تعذر الوصول إلي موقعك مؤقتا عندما حاولت برامج الروبوت الخاصة بنا الزحف إليه .

ويجب عليك التحقق مما إذا كان عدد المواقع الاخرى المتصلة بعنوان **URL** الخاص بك قد تتناقص فهذا هو العامل الوحيد الأكثر تأثيرا في تحديد أي مواقع تتم فهرستها بواسطة **Google** ذلك لأننا نعثر علي اغلب الصفحات عندما تقوم برامج الروبوت الخاصة بنا بالزحف إلي الويب متقلبة من صفحة إلي صفحة عبر الوصلات للعثور علي عينة من المواقع المتصلة بموقعك جرب بحث **Google** للوصلات

إذا واجهتك مشاكل فجأة في العثور علي موقعك بسبب كلمات رئيسية معينة فمن الممكن انه ما زال موقعك متضمنا في نتائج البحث الخاصة عندما يتم العثور علي مواقع جديدة ويتم تعيين تصنيف اعلي لها علما بأنه لا يقوم احد في **Google**

بتعديل النتائج يدويا لرفع تصنيف موقع ما فترتيب نتائج بحث **Google**

يتم تحديده بطريقة آلية بواسطة عوامل عديدة مثل تقنية **page Rank** تصنيف الصفحات وهذا الترتيب موصوف بمزيد من التفصيل هنا ولتحديد ما اذا كان موقعك

ما زال متضمنا في فهرسنا قم بعملية بحث في موقع من **Google** للبحث عن النطاق الخاص بك علي سبيل المثال اذا كنت تمتلك النطا **domin.com your** ق

فقم بإجراء بحث **Google** عن **site: your domain.com** للاطلاع علي تقييم لعدد الصفحات الخاصة بك التي تقوم بفهرستها .

٢- ربما كانت هناك مشكلة من جانبي

إذا كانت صفحاتك غير متوفرة عندما حاولنا الزحف إليها بسبب مشاكل الشبكة أو الاستضافة فقد يفسر هذا عدم تضمينها في فهرسها الحالي عندما تكون صفحة ما غير متوفرة فإننا نحاول الزحف إليها عدة مرات ولكن إذا لم تتمكن من الوصول إليها فلن يتم تدوينها في فهرسنا وإذا كانت حالة عدم التوفر هذه مشكلة عابرة فمن المحتمل أن يظهر موقعك في وقت قريب .

ومن ناحية أخرى ربما تمت إزالة صفحتك يدويا من فهرسنا بسبب عدم تطابقها مع مقاييس الجودة الضرورية لتعيين مستوى **page Rank** تصنيف الصفحات دقيق لها ونحن لن نعلق علي الأسباب الفردية لإزالة صفحة ما وليس لدينا قائمة شاملة للممارسات التي قد تسبب الإزالة ومع ذلك فافعال معينة

– مثل إخفاء أو كتابة نص يمكن رؤيته بواسطة محركات البحث وليس بواسطة المستخدمين أو إعداد صفحات أو وصلات بغرض واحد هو خداع محركات البحث – قد تؤدي الي ازالة دائمة للصفحة من فهرسنا ويمكنك مراجعة صفحة ارشادات الجودة الخاصة بنا لمعرفة مزيد من الارشادات وإذا كنت تظن ان موقعك قد يدخل ضمن هذه الفئة فيجب ان تحاول تنظيف صفحاتك والاتصال بنا لتقديم طلب اعادة تضمين ونحن لا نعطي اية ضمانات بشأن امكانية اعادة تضمين موقعك او وقت حدوث ذلك

إن تدوين موقعي غير صحيح وأريد تغييره

١ - معلومات قديمة

عندما تقوم بتحديث معلومات علي موقعك لا تنتقل هذه المعلومات علي الفور الي فهرس **Google** وانما يتم تحديث فهرس **Google** بعد قيام برامج الروبوت الخاصة بنا بالزحف الي الموقع وتتم عملية الزحف بطريقة الية بالكامل ولذلك فليس من الضروري ارسال وصلات محدثة او قديمة الينا وتتم ملاحظة التغييرات التي طرات علي محتوى موقعك عندما نقوم بعملية زحف تالية الي صفحاتك وبسبب الكم الهائل من المواقع الموجودة في فهرسنا لا يمكننا تحديث الصفحات يدويا علي اساس فردي

٢ - لقد قمت بتغيير عنوان **URL** لموقعي بأخر جديد

إذا كنت قد قمت بتغيير عنوان **URL** لموقعك او كنت تخطط لذلك وتريد أن تقوم **Google** بعرض عنوان **URL** الجديد فالرجاء أن تتذكر اننا لا نستطيع تغيير عنوانك المدون في نتائج بحثنا ومن ثم فهناك خطوات يمكنك إجرائها للتأكد من سهولة انتقالك فإذا كان عنوان **URL** القديم الخاص بك يقوم بالتوجيه إلي موقعك الجديد باستخدام موجبات

برتوكول) **HTTP ٣٠١** الدائم (فان برنامج الزاحف الخاص بنا سيكتشف عنوان **URL** الجديد ولمزيد من المعلومات حول موجبات برتوكول **HTTP ٣٠١** الرجاء الاطلاع علي txt.2616.org وصلات الي صفحة باللغة الانجليزية تعتمد عمليات

التدوين في Google جزئيا علي قدرتنا علي العثور علي موقعك من خلال وصلات موجودة في مواقع أخرى وللحفاظ علي

مستوى تصنيف موقعك ولمساعدة برنامج الزاحف الخاص بنا في العثور علي عنوان **URL** الجديد الخاص بك يجب عليك إبلاغ

المواقع الاخرى المتصلة بك بالتغيير الذي أجرته علي عنوانك وللعثور علي عينة من المواقع التي تتصل بموقعك قم بإجراء بحث

وصلات عن طريق إدخال **link : /your full URL** " /" في صندوق بحث **Google** وللعثور علي مزيد من الصفحات

التي تشير الي عنوان **URL** الخاص بك قم بأجراء بحث **google** علي عنوان **URL** الخاص بك واختر الوصلة " اعثر علي

صفحات ويب تحتوي علي هذا المصطلح ايضا لا تنس ان تقوم بتغيير أي قيود قد توجد في ادلة

مثل <http://www.ietf.org/rfc/rfc>

Yahoo . Open Directory Project

واخيرا يمكنك تقديم قائمة بعناوين **URL** الجديدة الخاصة بك من خلال برنامج **Google** متوفر حاليا باللغة الانجليزية فقط

وبرنامج **(Beta)** (**Sitemaps**) خرائط المواقع من **Google** يستخدم ملفات

Sitemap خريطة الموقع المنشأة بواسطة مشرف الموقع للتعرف علي صفحات الويب الخاصة بك ولتوجيه برامج الزاحف

الخاصة بنا الي محتوى جديد ومحدث .

في بعض الاحيان واثناء انتقالنا عبر المواقع نفشل في العثور علي موقع في عنوانه الجديد ولذا عليك فقط التأكد من ان المواقع

الاخرى متصلة بموقعك وسنكتشف موقعك الجديد

يحتوي فهرس **Google** علي نوعين من الصفحات وهما صفحات م فهرسة بالكامل و صفحات م فهرسة جزئيا في الوقت الحالي وهذا يعني ان علي الرغم من عملنا بموقعك - برامج الروبوت الخاصة بنا لم تقم بقراءة كل محتوى صفحاتك في عمليات الزحف السابقة وهذا لا يؤثر سلبيا علي مستوي **page Rank** تصنيف الصفحات الخاص بموقعك او علي تضمينه في فهرسنا وانما يعني انه ليس معلومات مفصلة عن صفحتك ولذا نقوم بعرض عنوان **URL** الخاص بصفحتك كعنوان لها ونحذف الوصف ونحن ندرك مدي الإحباط الذي قد يصيبك بسبب ذلك ونسعى دائما لزيادة عدد الصفحات الم فهرسة بالكامل في نتائج بحثنا

٤- وصف موقعي في النتائج غير صحيح

ان عملية إنشاء القصاصات في **google** عملية آلية بالكامل يراعي فيها كل من محتوى الصفحة والإحالات الموجودة لها علي الويب ونحن لا نقوم بتغيير وصف الموقع يدويا ولكننا نسعى دائما إلي جعل قصاصاتنا أكثر صلة بقدر المستطاع .

تصنيف موقعي محير بالنسبة لي :

١- كيف تقوم **Google** بتصنيف الصفحات ؟

يتم تحديد ترتيب نتائج بحث **Google** بطريقة آلية بواسطة أكثر من مائة عامل من ضمنها تقنية (**Rank page** تصنيف الصفحات) الخاصة بنا والرجاء مراجعة صفحة لمحة عن التقنية الخاصة بنا لمعرفة مزيد من التفاصيل ونظرا لطبيعة عملنا واهتمامنا بحماية تكامل نتائج بحثنا نحد من المعلومات التي نوفرها لعامة الناس حول نظام التصنيف الخاص بنا .

٢- موقع صفحتي في نتائج البحث يتغير باستمرار

في كل مرة نقوم فيها بتحديث قاعدة البيانات الخاصة بنا لصفحات الويب يحدث تغيير للفهرس دائما يتم العثور علي مواقع جديدة وتفقد بعض المواقع المدونة وقد يتغير تصنيف المواقع من الطبيعي أن يتأثر تصنيف موقعك بالتغيرات الحادثة في تصنيف مواقع أخرى علما بأنه لا يقوم احد في **Google** بتعديل النتائج يدويا لرفع تصنيف موقع ما فترتيب نتائج بحث **Google** يتم تحديده بطريقة آلية بواسطة عوامل عديدة - من ضمنها تقنية (**page Rank** تصنيف الصفحات) الخاصة بنا وهذا الترتيب موصوف بمزيد من التفصيل

ويجب عليك التحقق مما إذا كان عدد المواقع الاخرى المتصلة بعنوان **URL** الخاص بك تناقص فهذا هو العامل الوحيد الأكثر تأثيرا في تحديد أي المواقع تتم فهرستها بواسطة **Google** وذلك لأننا نعرث علي اغلب الصفحات عندما تقوم برامج الروبوت الخاصة بنا

بالزحف الي الويب متنقلة من صفحة الي صفحة عبرالوصلات وللعثور علي عينة من المواقع المتصلة بموقعك جرب بحث **Google** للوصلات

٣- صفحتي لا تعطي نتائج لكلمات رئيسية معينة

لا تقوم **Google** بتعيين كلمات رئيسية للمواقع يدويا ولا تقوم نحن " برفع تصنيف أي موقع يدويا وعملية التصنيف عملية آلية بالكامل يراعي فيها اكثر من مائة عامل لتحديد صلة كل نتيجة

وإذا كنت ترغب في ان يعطي موقعك نتائج لكلمات رئيسية معينة فقم بتضمين هذه الكلمات في صفحاتك ويقوم برنامج الزاحف الخاص بنا بتحليل محتوى صفحات الويب الموجودة في فهرسنا لتحديد استفسارات البحث الأكثر صلة بها وإذا كان موقعك فمن المحتمل انه سيعطي نتائج بحث للكلمات الرئيسية المطلوبة

وإذا كنت تشعر بان هناك كلمات رئيسية معينة تكون ضرورية لنجاح موقعك يمكنك مراجعة البرنامج الإعلاني للكلمات الرئيسية المستهدفة الخاص بنا ولا تقوم **Google** ببيع اماكن في نتائجها ولكننا نقدم اعلانا بجوارها . والرجاء ملاحظة ان الإعلان بواسطة **Google** لا يساند ولا يضر تصنيف موقعك في نتائج بحثنا

أسئلة عامة

١- كم عدد المرات التي سيقوم فيها **Google** بالزحف الي موقعي ؟

تقوم برنامج عناكب (**spider Google**) بالزحف الي الويب بصورة منتظمة لاعادة بناء فهرسنا وتعتمد عمليات الزحف علي عوامل عديدة مثل (**page Rank** تصنيف الصفحات) والوصلات الي الصفحة وعوامل تقييد عمليات الزحف مثل عدد المتغيرات الموجودة في عنوان **URL** ويمكن ان يؤثر أي عدد من العوامل علي عدد مرات الزحف الي المواقع الفردية تعتبر عملية الزحف عملية خوارزمية فبرامج الكمبيوتر تقوم بتحديد أي المواقع يتم الزحف اليها وعدد مرات الزحف وعدد الصفحات المطلوب جلبها من كل موقع للحصول علي نصوص حول المحافظة علي موقع ويب ودي لبرنامج الزاحف الرجاء الاطلاع علي ارشادات لمشرف الموقع الخاصة بنا

٢- كيف يمكنني تغيير عنوان **IP** لموقعي باخر جديد ؟

نحن نوصي باتباع الخطوات التالية لتغيير عنوان **IP** لموقع ما باخر جديد : قم بجلب نسخة من موقعك الي عنوان **IP** الجديد قم بتحديث مركز خدمة الاسم الخاص بك لكي يتجه الي عنوان **IP** الجديد وبمجرد رؤية برامج عناكب (**spider**) محرك البحث تقوم بجلب صفحات من عنوان **IP** الجديد يكون ذلك عادة في غضون

٢٤-٤٨ ساعة يمكنك بأمان ان تقوم بحذف نسخة موقعك علي عنوان **IP** القديم

٣- لماذا تم تصنيف موقعي ك "تكميلي" ؟

تعد المواقع التكميلية جزء من فهرس **Google** الاحتياطي ونحن نتمكن من وضع عوامل تقييد اقل علي المواقع التي نقوم بالزحف اليها لهذا الفهرس التكميلي اكثر مما نستطيع مع المواقع التي يتم الزحف اليها لفهرسنا الرئيسي علي سبيل المثال من الممكن ان يؤدي عدد المتغيرات في عنوان **URL** الي استبعاد موقع ما من تعرضه لعملية الوحف لتصمينه في فهرسنا الرئيسي ومع ذلك يظل من الممكن الوحف الي هذا الموقع واضافته الي فهرسنا التكميلي

والفهرس الذي يتم تضمين موقع مافيه الي باكملة فلا توجد امامك طريقة لاختيار او تغيير الفهرس الذي يظهر فيه موقعك والرجاء التاكد من ان الفهرس الذي تم تضمين موقع فيه لا يؤثر علي تضمينه

٤- اود ان يقوم موقعي باعطاء نتائج لصفحات من دولة معينة

بينما تقوم جميع المواقع في فهرسنا باعطاء نتائج للبحث المقصور علي الويب " نقوم بجلب مجموعة فرعية من المواقع ذات الصلة بدولة معينة ونقوم برامج الزاحف الخاصة بنا بتعريف الدولة لموقع ما عن طريق عوامل مثل الموقع المادي الذي تتم فيه استضافة الموقع وعنوان **IP** الخاص بالموقع ومعلومات (**WHOIS** معلومات عن المسجل لاسم النطاق) الخاصة بالنطاق الاعلي له .وبالتالي فان النطاق الاعلي لموقعك لا يحتاج الي مطابقة نطاق الدولة الذي ترغب في ان يعطيك نتائج عنه ومن المهم ايضا تذكر أن برامج الزاحف الخاصة بنا لا تقوم بفهرسه المحتوي المزدوج ولذا فمن المحتمل الا أنشاء مواقع متماثلة في نطاقات متعددة الي اعطاء نتائج لعديد من الدول المعنية واذا قمت بإنشاء نطاقات مزدوجة فنحن نقترح عليك استخدام ملف **robots.txt** برامج الزاحف الخاصة بنا من الوصول الي كافة النطاقات باستثناء مجالك المفضل .

١- ما هو " الجلب المسبق للنتائج " وكيف يؤثر علي موقعي ؟

في بعض عمليات البحث يستخدم **Google** علامة خاصة مدعومة من قبل أن يقوم المستخدم بالنقر فوق و **Mozilla** لأمر برنامج المتصفح بترتيب أهم نتيجة بحث قبل أن يقوم المستخدم فوق هذه النتيجة وعندما ينقر فوق هذه النتيجة وعندما يكون من المحتمل ان ينقر المستخدم فوق الوصلة الأولى

علي سبيل المثال عندما يقوم مستخدم برنامج **Firefox** بالبحث عن كلمة (**Stanford**) فان **Google** يقوم بتضمين العلامة التالية في ملف نتائج **HTML**:

link rel ="href=http://www.stanford ."/>

وتصف الأسنلة الشائعة حول الجلب المسبق لوصلات **Mozilla** متوفرة حاليا

بالانجليزية فقط السلوك الخاص بهذه العلامة بالتفصيل

قد يؤثر الجلب المسبق علي موقعك نظرا لان الطلب الجلب المسبق سيحدث سواء

أقام المستخدم بالنقر فوق النتيجة أم لا ولذا فمن الممكن أن يؤدي ذلك إلي زيادة في

ازدحام مركز خدمة الويب الخاص بك ويقوم **Google** فقط بأدراج

هذه العلامة عندما يكون هناك احتمال كبير ان المستخدم سوف ينقر فوق اهم نتيجة ولكن من الواضح ان هذا المنهج التجريبي ليس صحيحا بنسبة ١٠٠% دائما .

٢- هل يمكنني التمييز بين طلبات الجلب المسبق والطلبات العادية ؟

نعم كما هو موصوف في الأسنلة الشائعة حول الجلب المسبق لوصلات **Mozilla**

وتتضمن طلبات الجلب المسبق فماذا افعل ؟

لمنع او تجاهل طلبات الجلب المسبق من **Google** ومن مواقع ويب اخري يجب تهيئة مركز خدمة الويب الخاص بك لكي يعطي

رمز الرد **HTTP** للطلبات التي تحتوي علي " مقدمة " **X-moz: prefetch**

إرشادات لمشرف الموقع :

باتباعك هذه الإرشادات ستساعد **Google** في العثور علي موقعك وفهرسته وتصنيفه وحتى لو اخترت إلا تقوم بتطبيق أي من

هذه الاقتراحات فنحن نشجعك بشدة علي الانتباه جيدا إلي " إرشادات الجودة " التي تلخص بعضا من الممارسات المحظورة التي

قد تؤدي إلي حذف موقع ما بأكمله من فهرس **Google** وعندما تتم إزالة الموقع فلن يظهر بعد ذلك في النتائج علي

موقع **Google.com** او علي أي من مواقع شركاء **Google** .

إرشادات التصميم والمحتوي :

- قم بعمل موقع بهيئة هرمية واضحة ووصلات نصية ينبغي الوصول لكل صفحة علي الاقل من وصلة نصية ثابتة

- قم بتقديم خريطة موقع لمستخدميك بوصلات تشير الي الاجزاء الهامة في موقعك

اذا كانت خريطة الموقع اكبر من ١٠٠ وصلة او اكثر قد تريد تجزئ خريطة الموقع الي صفحات منفصلة

- قم بإنشاء موقع معلومات غنية ومفيدة واكتب صفحات واضحة ودقيقة توصف المحتوي الخاص بك .

- فكر في الكلمات التي سيكتبها المستخدمين للعثور علي صفحاتك وتأكد من أن موقعك يتضمن حقا هذه الكلمات في داخله

- حاول أن تستخدم نص بدلا من صور لعرض الأسماء المحتوي أو الوصلات الهامة .

لا يستطيع زاحف **Google** التعرف علي النص الذي بداخل الصور - تأكد من أن علامتي **ALT, TITLE** تصفان

الموقع بدقة

- تحقق من الوصلات المكسورة وتنسيق **HTML** صحيح

- إذا قررت استخدام صفحات ديناميكية (علي سبيل المثال يحتوي عنوان **URL** علي رمز "؟")، اعلم انه ليس كل برنامج عنكبوت لمحرك بحث يقوم بالزحف إلي الصفحات الديناميكية والصفحات الثابتة وهذا يساعد علي أبقاء المتغيرات قصيرة وقليلة العدد .

- قم بإبقاء الوصلات علي صفحة محددة لرقم معقول اقل من ١٠٠

- استخدام متصفحاً نصياً مثل **Lynx** لفحص موقعك لان معظم برامج عناكب محرك البحث تري موقعك كما يفعل **Lynx** اذا كانت المزايا الإضافية مثل جافا سكريبت **Java script**

- او ملفات تعريف الارتباط "*****s" او معرفات الجلسة الاطارات او **DHTML** او فلاش **flash** تمنعك من رؤية كل موقعك في متصفح نصي فقد تواجه برامج عناكب محرك البحث مشكلة عند الزحف الي موقعك .

- اسمح لبرامج روبوت البحث بالزحف الي موقعك بغير معرفات الجلسة او المعاملات التي تتبع مسارهم عبر الموقع . ان هذه التقنيات مفيدة لتتبع سلوك مستخدم فردي لكن نموذج وصول برامج الروبوت مختلف تماما وقد يؤدي استخدام هذه التقنيات الي فهرسة ناقصة لموقعك لان برامج الروبوت قد لا تتمكن من حذف عناوين **URL** التي تبدو مختلفة ولكنها تتجه الي نفس الصفحة .

- تأكد من أن مركز خدمة الويب الخاص بك يدعم مقدمة **If-Modified-Since**

HTTP تسمح هذه الميزة لمركز خدمة الويب بك بان يخبر **Google** بان المحتوى الخاص بك قد تغير منذ عملية الزحف الأخيرة لنا موقعك أم لا . يوفر دعم هذه الميزة لك سعة النطاق والتكاليف الإضافية

- استخدام ملف **robots.txt** علي مركز خدمة سيرفر الويب الخاص بك يخبر هذا الملف برامج الزاحف عن الأدلة التي لا يمكن الزحف إليها وعليك أن تتأكد من توفر هذا الملف لموقعك حتى لا تقوم بمنع برنامج **Googlebot** الزاحف بغير قصد قم بزيارة

<http://www.robotstxt.org/wc/faq.html>

لمعرفة كيفية توجيه برامج الروبوت عندما تقوم بزيارة موقعك

- إذا قامت شركتك بشراء نظام إدارة محتوى فتأكد من أن النظام يمكنه تصدير المحتوى الخاص بك حتى تتمكن برامج عناكب محرك البحث من الزحف إلي موقعك .

- لا تستخدم "&id" كمتغير في عناوين **URL** الخاص بك لاننا لا نقوم بنضمين هذه الصفحات في فهرسنا .

عندما يكون موقعك جاهزاً :

- اجعل الموقع الاخري ذات الصلة ترتبط بموقعك

- قدمه الي **Google** علي <http://www.google.com/addurl.html>

- قدم خريطة موقع كجزء من مشروع **Google Sitemaps Beta** خرائط المواقع

من **Google** الخاص

- يستخدم برنامج **Google Sitemaps** خريطة موقعك لمعرفة بنية موقعك ولزيادة مجال تغطيتنا لصفحات الويب الخاصة بك

- تأكد من أن كل المواقع التي يجب أن تكون علي علم بصفحاتك علي دراية بان موقعك متصل بالانترنت

- قدم موقعك إلى أدلة ذات علاقة مثل، **YahooOpen Directory project**!

والي غيرها من المواقع الصناعية الخبيرة

إرشادات الجودة - المبادئ الأساسية :

- ١- قم بعمل صفحات للمستخدمين وليس لمحركات البحث لا تخدم مستخدميك ولا تقدم محتوى لمحركات البحث مختلفا عن الذي تعرضها لمستخدميك وهو ما يعرف ب "التفتيح"
- ٢- تجنب الحيل التي تقصد تحسين تصنيفات محرك البحث واحد المبادئ الإرشادية الجيدة هو ان تسأل نفسك هل تشعر بالراحة عند تفسير ما قمت بعمله ضد موقع ما يتنافس معك
- وسؤال مفيد آخر تسأله لنفسك " هل يساعد هذا مستخدمى موقعي ؟ هل سأفعل هذا اذا كانت محركات البحث غير موجودة ؟"
- ٣- لا تشارك في برامج الوصلات المصممة لزيادة تصنيف موقعك أو تصنيف الصفحة بوجه خاص تجنب الوصلات لمرسلي رسائل الويب التجارية أو المجاورات السيئة " علي الويب فقد يتأثر أيضا تصنيفك الخاص تأثيرا سلبيا بتلك الوصلات
- ٤- لا تشارك في برامج كمبيوتر غير معتمدة لتقديم صفحات أو للتحقق من التصنيفات ، الخ فمثل هذه البرامج تستهلك موارد أجهزة الكمبيوتر وتنتهك شروط الخدمة الخاصة بنا لا تتصح **Google** باستخدام منتجات
- مثل **Web position Gold** التي ترسل استفسارات إلية أو مبرمجة إلي .

للمزيد من المعلومات او التعاقد على حملة تسويق الكتروني يمكنكم الاتصال بنا على : ٠٠٢ ٠٢ ٣٣٨٦٧٠٨٢

إرشادات الجودة - مقترحات خاصة :

- ١- تجنب النصوص او الوصلات المخفاة .
- ٢- لا تستخدم الموجهات المقنعة او المضللة
- ٣- لا ترسل استفسارات الية الي **google**
- ٤- لا تقم بتحميل صفحات بكلمات ليست ذات صلة
- ٥- لا تقم بانشاء صفحات او نطاقات فرعية او نطاقات متعددة بمحتوي مزدوج طبق الاصل
- ٦- تجنب صفحات " المدخل " المنشأة فقط لمحركات البحث او اساليب "*****"

Cutter " الاخري مثل البرامج الفرعية قليلة او عديمة المحتوى الاصيلي

تغطي ارشادات الجودة هذه معظم الاشكال الشائعة للسلوك المخادع او التحايلي ، ولكن قد تتخذ **Google** اجراء سلبيا ضد الممارسات المضللة الاخري التي لم يرد ذكرها هنا (علي سبيل المثال خداع المستخدمين عن طريق تسجيل اسماء محرفة لمواقع مشهورة) ان من المجازفة افتراض ان عدم تضمين اسلوب خداعي معين في هذه الصفحة هو مدعاة لقبول **Google** هذا السلوك واما مشرفو المواقع الذين يبذلون طاقتهم لدعم ومساندة روح المبادئ الاساسية المدونة اعلاه فسيقدمون لمستخدميهم تجربة افضل كثيرا وبالتالي سنالون تصنيفا افضل من أولئك الذين يقضون اوقاتهم في البحث عن ثغرات يستطيعون استغلالها . واذا كانت تعتقد ان موقعا آخر يسيئ استعمال إرشادات الجودة ب **Google** فالرجاء إبلاغنا بهذا الموقع علي

<http://www.google.com/contact/spamreport.html>

ان **google** تفضل الحلول الالية القابلة للتطوير في مواجهة المشكلات ولذا نحاول ان نقلل من ذلك التناحر الالكتروني بتقارير البريد المزعج **spam** التي نقوم باستلامها تستخدم لانشاء خوارزميات قابلة للتطوير تعرف وتمنع محاولات البريد المزعج **spam** في المستقبل .

محسّنات محركات البحث :

SEO هي اختصار لـ " محسّنات محركات البحث " تقوم العديد من **SEO** محسّنات محركات البحث بتوفير خدمات مقيدة لمالكي مواقع الويب بداسة من كتابة نسخ وصولا الي تقديم النصيحة حول بنية الموقع والمساعدة في العثور علي الادلة ذات الصلة التي يمكن لموقع ما ان يتم تقديمه اليها ومع ذلك فهناك قلة من **SEO** محسّنات محركات البحث للأخلاقية التي اعطت الصناعة شئ من الخزي بواسطة عروضهم التسويقية بالغة العنف ومحاولتهم الغير شريفة للتلاعب بنتائج محرك البحث .

بينما لا يوجد علاقة بين **Google** وأية **SEO** محسّنات محركات البحث (ولا تقوم بعرض مقترحات فنحن نملك بعض النصائح التي قد تساعدك في التمييز بين **SEO** محسن محرك البحث الذي سوف يحسن موقعك وبين ذلك سوف يحسن فرصك في السقوط من نتائج محرك البحث بأكملها

- توخي الحذر من شركات محسّنات محركات البحث التي تقوم بإرسال رسائل

بريد الكتروني إليك فجأة

ولا تستغرب أننا نستلم رسائل بريد مزعجة كهذه :

" عزيزي ، **Google .com**

لقد قمت بزيارة موقعك ولا حظت أن الموقع غير مدرج في اغلب محركات

الكبرى والأدلة " ...

توخي نفس الحذر لرسائل البريد الالكتروني غير المطلوبة كما تفعل مع حبوب الرجيم مثل " حرق الدهون اثناء النوم " او طلبات المساعدة في نقل الاموال من الحكام الديكتاتورين المخلوعين .

- لا احد يستطيع ان يضمن تصنيف درجة اولي علي **Google**

توخي الحذر من محسّنات محركات البحث التي تزعم انها تضمن التصنيفات وتدعي انها ذات " علاقة خاصة " ب **google** او تقوم بالإعلان بأنها توفر " تقديم ذات أولوية " إلي **Google** لا يوجد تقديم ذات اولوية ل **Google** في الواقع فالطريقة الوحيدة لتقديم موقع ما ل **Google** مباشرة يكون من خلال إضافة عنوان الموقع **URL** او من خلال برنامج خرائط المواقع (**Beta**) **Google Site maps** موجود حاليا بالانجليزية فقط) ويمكنك عمل ذلك بنفسك بدون أي تكلفة علي الإطلاق

- توخي الحذر اذا كانت الشركة المرسله تحافظ علي سريتها او أنها لن تقوم بتفسير ما سنتوي فعله بوضوح

اطلب تفسيرات اذا كان شئ ما غير واضح اذا قامت محسّنات محركات البحث بإنشاء محتوى خادع او مضلل بالنيابة عنك مثل صفحات المدخل او نطاقات " عديمة الفائدة " فانه من الممكن ان يتم اولة موقعك بالكامل من فهرس **Google** . وأخيرا فانتم مسؤول عن أفعال أي شركة تقوم بتحويلها لذا فانه من الأفضل لك التأكد من كيف سنتوي تلك الشركات " مساعدتك "

- يجب ألا تقوم بربط وصلات إلي محسّنات محركات البحث أبدا

تجنب محسّنات محركات البحث التي تتحدث عن قوة " الوصلات المجانية للجميع " او برامج الوصلات العامة ، أو تقديم موقعك إلي الآلاف من محركات البحث فكل هذه الأنشطة الغير مجدية إلي حد نموذجي لن تؤثر علي تصنيفك في النتائج الخاصة بمحركات البحث الكبرى—علي الأقل ليست هي الطريقة التي يجب أن تعتبرها ايجابية علي الأرجح.

الخلاصة:-

التسويق الإلكتروني هو أفضل الوسائل الحديثة في عمل الحملات التسويقية للشركات الكبيرة والصغيرة وذلك بسبب إنتشار إستخدام الإنترنت في الحياة اليومية من خلال أجهزة الحاسب والجوال، وبسبب زيادة الطلب على التسويق الإلكتروني أصبح هناك العديد من الشركات التي تقدم خدمات التسويق الإلكتروني بالإضافة إلى خدمات أخرى مُصاحبة للخدمة مثل تصميم مواقع الإنترنت والبرمجة.

وتقوم شركات التسويق الإلكتروني بعملية التسويق من خلال شبكة الإنترنت التي يزورها يومياً الملايين من المُستخدمين فقد أصبح الجميع مُتصل بالإنترنت إما للعمل أو للترفيه أو للبحث عن شيء أو شراء وبيع سلعة مُعينة وما يتميز به التسويق لكي ينجح التسويق الإلكتروني

يجب اتباع الطريقة الصحيحة التالية :-

يجب أن تختار شركة للاستشارات التسويقية أو شركة التسويق الإلكتروني أفضل طريقة للتسويق لمنتجاتك لأن كل منتج أو خدمة يلقي رواجاً في منصة مُعينة من منصات التسويق الإلكتروني وأخر لا، مثل أن هذه الخدمة تحتاج للتسويق على محركات البحث ويعمل موقع الكتروني وقائمة بريدية، وموقع آخر يحتاج للتسويق عبر المواقع الإجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر ولينكد ان وانستجرام وغيرها من المواقع والشبكات الإجتماعية وموقع آخر يحتاج النوعان معاً بل.

تحديد وتوفير الميزانية المُحددة التي سوف يتم انفاقها في حملات التسويق الإلكتروني المُختلفة وتوزيعها بالشكل الصحيح بما يتناسب مع احتياجات تسويق المُنتج والخدمة على الإنترنت.

يجب أن يتم الإعتماد على شركة تسويق الكتروني لها من الخبرة ما يؤهلها لتجعلك رقم واحد في المجال الذي ستنافس فيه.

يجب أن تتم دراسة المُنافسين بشكل جيد جداً وذلك من خلال إما شركة الإستشارات التسويقية أو دراسة المُنافسين على الإنترنت من خلال شركة التسويق الإلكتروني وذلك للتفوق عليهم.

فوائد التسويق الإلكتروني:

هناك العديد من الفوائد للتسويق الإلكتروني والتي تتمثل في:-

إزالة العوائق التي كانت تقف أمام التسويق التقليدي كالمكان وفتح النطاق العالمي أمامك لبيع مُنتجاتك في أي مكان تُريده.

امكانية التواصل مع العميل خلال ٢٤ ساعة يومياً من خلال الموقع الإلكتروني أو منصات التواصل الإجتماعي.

الموقع الإلكتروني هو واجهة وشركة ومعرض لك على الإنترنت يُشاهده الجميع.

توفير الوقت والجهد الذي كان يتم بذله في التسويق التقليدي.

الحصول على قاعدة كبيرة من بيانات العملاء من خلال القوائم البريدية والرسائل التي تأتي على صفحاتك.

أمكانية إستهداف طبقات مُعينة للتسويق واستهداف فئات عمرية أيضاً.

زيادة الوعي لدى المُستخدمين من خلال المُقارنة بين المُنتجات على المواقع المُختلفة.

أنواع التسويق الإلكتروني:

وبسبب التطور الكبير الذي يمر به التسويق الإلكتروني فقد أصبح شيء أساسي لدى المؤسسات الكبيرة والمشايخ الصغيرة أن تستخدم التسويق الإلكتروني ولهذا فقط أصبح الإنترنت من أهم القنوات التسويقية التي تعتمد على العديد من المؤسسات والأفراد بل وأصبح الإنترنت أكبر سوق للعديد من الطبقات يبحثون فيه عن مُتطلباتهم والخدمات التي يُريدونها وأيضاً المُنتجات والعديد من المعلومات الأخرى.

ولأن الإنترنت هو أكبر سوق مفتوح للجميع وهو الأداة الأولى من أدوات التسويق في العالم حالياً فقد تعددت انواع لتشمل:

التسويق الإلكتروني عبر المواقع الإجتماعية مثل التسويق عن طريق الحملات الإعلانية والصفحات على الفيسبوك وجوجل بلس وتويتر وانستجرام ولينكد ان وغيرها من الشبكات الإجتماعية.

التسويق الإلكتروني عن طريق الإعلانات المبوبة على مواقع الإعلانات المجانية.

إستخدام المُنتديات والمجموعات لإشهار المُنتج او الخدمة أو حتى الموقع الإلكتروني.

التسويق الإلكتروني بعمل فيديوهات على مواقع الفيديو المشهورة مثل اليوتيوب وموقع **Vimeo** و **Dailymotion**.

التسويق الإلكتروني من خلال حملات البريد الإلكتروني وهي فعالة جداً.

التسويق الإلكتروني بإستخدام الحملات المدفوعة على **Google Adwords** من خلال الظهور في محركات البحث بموقعك أو الظهور في المواقع التابعة لجوجل من خلال إعلانات صور.

التسويق الإلكتروني من خلال تهيئة المواقع لمحركات البحث وهو ما يُعرف بالـ **SEO**.

التسويق الإلكتروني من خلال نشر الموقع في الأدلة مثل موقع يلو بيدجز أو موقع بلو بيدجز وهو دليل الصفحات الزرقاء.

التسويق الإلكتروني من خلال تأجير بائر إعلاني في موقع مجاله قريب من المجال الذي تعمل فيه.

التسويق من خلال الـ **Branding** وهو بناء الهوية ويُستخدم فيه كل ما سبق ويُستخدم أيضاً المحتوى من خلال المدونة والعمل على توضيح هوية وفكرة الشركة. للإلكتروني ويجعله حاضراً بقوة في هذا الفترة أن تكاليفه قليلة بالمقارنة بالتسويق التقليدي في الصحف والتلفاز وعلى اللافتات.

تم بحمد الله

أ.م/عبدالجبار حسين الظفري

المركز اليمني لتكنولوجيا التعليم وتقنية المعلومات

٢٠٢٠-٢٠٢١

المراجع العربية:-

١. أبو فارة، يوسف، (٢٠٠٤)، "التسويق الإلكتروني - عناصر التسويق عبر الإنترنت" دار وائل للنشر، عمان، ص ٤.
٢. آل ربيعة، وائل، (٢٠٠٧)، أثر استخدام الانترنت على ترويج السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية.
٣. البكري، ثامر، (٢٠٠٦)، "التسويق الإلكتروني أسس ومفاهيم معاصرة"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان. ص ٢٦٣-٢٦٤.
٤. أشيشاني، سامي (٢٠٠٦)، أثر استخدام التجارة الإلكترونية على سوق الخدمة"، دراسة ميدانية على فنادق الدرجة الأولى في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت.
٥. نصير، محمد، (٢٠٠٥)، "التسويق الإلكتروني"، دار الحامد، عمان. ص ٢٩.
٦. المراجع الأجنبية:-

٧. **Heung, V.C., (2003), Internet usage by international travelers: reasons and barriers, International Journal of contemporary hospitality management, (online). 15 (7) Available: File://A:merald.host htm**

٨. **Hsia, Tai-chang; Chen, Shui-Chuan & Chen, Kum-Sheng, (2009), (Enhancement of service quality in Internet-Marketing through Application of the six sigma process Journal of the Chinese Institute of Industrial Engineers, Volume 26, Issue 1, pages 11-21**

٩. **Law, R.QHsu, C,(2005), Custom, perceptions on the importance of hotel website dimensions and attributes, international journal of contemporary hospitality management, (online). 17 (6). Available: File\\ .A;Emerald.Host**

١٠. **Sekaran, Uma & Bouqie,(2010). Research Methods for business: A skill building approach. New Jersey: Wiley & Sons. 5th Ed**

١١. **Stewart Morga & Abdal Shaheed Yousoff,(2001). A Content Analysis of the website of the Top 300 Hoteln corporations submitted for the 2001 .Decision sciences Institute 6th International conference**
