



RIGHT CLICK ON TIME





Analyze your
site in 3 steps



السيو اليوم هو المفتاح الأساسي الذي تستطيع تصدر نتائج البحث عن طريقه وتكتسب عملاء جدد؛ لكن لكي تحققه بطريقة صحيحة وتقدم أفضل خدمات للمستخدم.

يجب أن تحدد نقاط القوة؛ لكي تستطيع أن تستغلها، وتغطي جوانب الضعف، وهذا لن يحدث إلا عن طريق تحليل عميق للموقع.

سوف نقسم التحليل 3 اختبارات مهمين وكل اختبار يتكون من عدد من نقاط، وعن طريقها سوف تحدد نقاط الضعف في موقعك.



Step 1

اختبار عام للموقع

- 1- الروابط.
- 2- لغة الموقع.
- 3- الزحف.
- 4- السرعة.
- 5- التجاوب.
- 6- الاسكيما.
- 7- أخطاء الصفحات.



1- الروابط

تحليل الروابط من أول وأهم الخطوات التي يجب تحليلها في موقعك، فهي تلعب دوراً أساسياً في توجيه عمليات الزحف وفهم هيكله الموقع.

ولكى تجتاز أول خطوة بسلام هناك 3 نقاط مهمة يجب أن يكونوا متحققين في روابط موقعك لكي تزحف بوتات جوجل لموقعك بسلام:-

1- التأكد من جميع روابط الموقع HTTPS

2- There are no duplicate versions of the site on Google (لا يوجد نسخة مكررة من الموقع)

3- عنوان URL لا يحتوي على رموز أو مسافات أو بنيات لا يستطيع Google معالجتها

1- التأكيد من جميع روابط الموقع HTTPS

أمان الموقع مهم جداً، ببساطة تساعدك على بناء ثقة بينك وبين محركات البحث والزوار، وبالتالي تحسين موقعك في نتائج البحث وزيادة الزيارات.

2- There are no duplicate versions of the site on Google

التأكد من أن الموقع لا يفتح بصيغتين www وبدون www، وجود نسختين للموقع يسبب أن محركات البحث قد ترى عنواني URL مختلفين كصفحات منفصلة، لذا إن لم يتم التعامل مع هذه المشكلة بشكل صحيح سوف يؤثر على نتائج الموقع بشكل كبير.

3- عنوان URL لا يحتوي على رموز أو مسافات أو بنيات لا يستطيع Google معالجتها

الرموز مثل: الحروف العربية والأحرف الخاصة تجعل من الصعب على محركات البحث فهم محتوى الصفحة، مما يؤثر سلباً على التصنيف في نتائج البحث.

2- اللغة

الآن كثير من المواقع ترغب في إنشاء مواقع متعددة اللغات لاحتلال الأسواق الدولية، لذا يجب عند تحليل seo المواقع متعدد اللغات الانتباه إلى بعض الجوانب التقنية والمحتوى، ولكي تضمن ترتيب جيد في محركات البحث بلغات ومناطق متعددة، تأكد من:-

- استخدام hreflang tags بشكل صحيح.
- تحسين بنية url، الكثير من المواقع تمتلك لغتين، ولكن إذا لم يتم وضع EN في روابط اللغة الثانية للموقع، سوف يحدث تشتت لمحركات البحث في فهم أن الموقع يمتلك لغتين.
- وجود محتوى يتناسب مع الشريحة المستهدفة.
- وجود طريقة للتنقل السهل بين اللغات.
- إرسال خرائط مواقع منفصلة لكل لغة.

3- الزحف.

لماذا يحدث زحف لموقعك؟

ببساطة شديدة؛ عشان جوجل تفهم الفرق بين المواقع ومجالاتها، وترى تصدر أى موقع وتفرق بين الأفضل، وهذا يتم عن طريقة خريطة الموقع.

من المؤكد أن هنا تسأل نفسك هل هناك عدد معين للصفحات التي من الممكن أن تزحف إليها البوتات؟ وكيف أتأكد من كون الموقع يعاني من مشكلة فى الزحف (Crawling)؟

محركات البحث هى التي تقدر كمية المجهود التي من الممكن الزحف يحدثه من خلال نقطتين:

- الحد الأقصى للزحف.
- طلبات الزحف.

تستطيع أن تتأكد أن هناك مشكلة فى زحف بعدد من الطرق:-

- استخدام أدوات، مثل: Google Search Console أو Bing Webmaster Tools لمراقبة كيفية زحف محركات البحث لموقعك والكشف عن أية مشكلات محتملة.
- مراجعة ملف robots.txt.
- فحص روابط موقعك والتحقق عن طريق استخدام Screaming Frog.

4- السرعة

سرعة تحميل الموقع تؤثر بشكل كبير على تجربة المستخدم، ويرجع السبب إلى أن الزوار ومحركات البحث يخرجون من المواقع التي تستغرق وقت طويل في التحميل، مما يسبب زيادة معدل الارتداد وبالتالي التأثير بشكل كبير على النتائج.

هنا نسأل أين تكمن المشكلة؟ إن معظم متخصصي السيو يعتمدون على تحليل صفحة homepage فقط، بدون تحليل صفحات الخدمات والأقسام والمقالات، وهذا يؤثر بشكل كبير على النتائج.

يمكنك استخدام أدوات، مثل: Google PageSpeed Insights أو GTmetrix لتحليل سرعة تحميل موقعك والحصول على توصيات لتحسينها، سواء كانت توصيات تُحلّ عن طريق المبرمج، مثل:-

- تقليل ملفات JavaScript.
- تقليل حجم ملفات CSS غير المستخدمة.
- تحسين لغة HTML

أو توصيات تستطيع حلها بكل بساطة:-

- تثبيت إضافة لضبط السرعة أو إلغاء إضافة تسبب مشكلة كبيرة في سرعة الموقع.
- ضغط الصور كبيرة الحجم التي تسبب مشكلة كبيرة في أداء السرعة.

5- التجاوب.

باختصار، تجاوب الموقع مع أنواع مختلفة من الأجهزة أمر أساسي لضمان تجربة مستخدم ممتازة، لذلك من الخطوات المهمة التي يجب التحقق منها عند تقييم موقعك:-

- استخدام أدوات، مثل: Google's Mobile-Friendly Test أو Responsive Design Checker لفحص تجاوب موقعك مع الأجهزة المحمولة.
- فتح موقعك على العديد من الأجهزة المختلفة بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر المكتبي، الأجهزة اللوحية، والهواتف الذكية لتقييم كيفية ظهور الموقع على كل منها.
- تأكد من أن موقعك يعمل بشكل صحيح على مختلف المتصفحات المستخدمة على الأجهزة، مثل: Google Chrome, Safari, Firefox.

6- الاسكيما.

- الاسكيما هي وجهة لعملة واحدة، حيث تساعد محركات البحث على فهم المحتوى والصفحات بشكل أفضل، كما إنها تعزز من تجربة المستخدم من خلال تقديم معلومات منظمة خاصة للمتاجر.
- يمكنك التحقق من وجودها عن طريق استخدام أداة، مثل: Google's Rich Results Test لإدخال عنوان URL والتحقق من وجود السكيما.

7- أخطاء الصفحات.

يجب الحذر إذا كان موقعك يعاني من مشكلات كثيرة في صفحات ولا يوجد حل لها، تكن قد خسرت جولاً في بداية عمالك، من الخطوات المهمة في تحليل الموقع هو تحليل واستخراج جميع أخطاء الصفحات وحلها، فهي تؤثر على الموقع من جميع الجوانب:-

1. تجربة مستخدم سلبية

الأخطاء مثل: 404 إلى إحباط المستخدمين، مما يدفعهم للبحث عن بدائل. فقدان الثقة، إذا واجه الزوار أخطاء متكررة، قد يفقدون الثقة في مصداقية الموقع.

2. تأثير سلبي على محركات البحث

أخطاء الصفحات تؤثر بشكل سلبي على نتائج البحث والفهرسة، مما يسبب انخفاض ترتيب الموقع على نتائج البحث.

3. زيادة معدل الارتداد

الفقدان السريع للزوار: إذا واجه الزوار صفحات خطأ، قد يغادرون بسرعة، مما يزيد معدل الارتداد ويؤثر على تصنيف الموقع.

4. فقدان الفرص التجارية

تأثير على المبيعات: في المواقع التجارية تؤدي الأخطاء إلى فقدان المبيعات بسبب عدم قدرة العملاء على الوصول إلى المنتجات أو المعلومات المهمة.

إذا لم تكن تعرف أهم المشكلات التي يمكن أن تواجه الصفحات ، سألخصها لك في نقاط محددة:

1. صفحات 404

تظهر عندما يحاول المستخدم الوصول إلى صفحة غير موجودة على الموقع. يمكن أن يكون السبب حذف الصفحة أو تغيير رابطها.

الحل: عمل redirect للصفحة للهوم بيدج أو على محتوى مشابه + منع ظهور الصفحة من ملف robot.

2. خطأ 500:

خطأ داخلي في الخادم، بمعنى وجود مشكلة حدثت على الخادم في أثناء معالجة الطلب، قد يكون السبب في ذلك مشكلات بالبرمجيات أو إعدادات الخادم.

الحل: من الضروري التواصل مع المبرمج لحل هذه المشكلة.

3. خطأ 301 و302: إعادة التوجيه

301: إعادة توجيه دائم، يشير إلى أن الصفحة تم نقلها بشكل دائم إلى عنوان جديد.

302: إعادة توجيه مؤقت، يشير إلى أن الصفحة تم نقلها مؤقتاً، ومن الضروري تحويلها إلى صفحة دائمة أو منعها من الظهور من خلال ملف robot.



Step 2

اختبار على محتوى الصفحات

تحليل صفحات الموقع

قبل ما تحط استراتيجية لموقعك، ركز كويس جدا على تحليل صفحات موقعك وتقييمها من خلال عدد من النقاط :-

- تحليل المنافسين ومعرفة نقاط قوة لتعلم منها واستغل نقاط ضعفهم لتقديم محتوى افضل لزوار.
- تقسيم أنواع الصفحات وتحليها إلى صفحات أساسية +صفحات الخدمات ومنتجات + صفحات المقالات وهل الصفحات بتخدم البيزنس ولا لاء؟
- جودة المحتوى وهل بتقدم معلومات مفيدة للمستخدم.
- معرفة نسبة وجود كوى فى الموقع.
- تكرار الكلمات المستهدفة أو وجود كلمات نفس المعنى.

من المؤكد أنك تسأل نفسك هنا: هل هذه الصفحات تؤثر على ترتيب موقعي في ترتيب البحث، خاصة إذا كنت سأقدم محتوى جديداً على الموقع؟

الصفحات التي لا تقدم القيمة الكافية للمستخدمين وبالتالي لا تساعد جوجل على فهم محتوى موقعك بشكل صحيح، تؤثر على نتائج البحث بشكل كبير، فهي بتسبب:-

- تجربة مستخدم سيئة.
- زيادة معدل الارتداد.
- تجعل موقعك يفقد الثقة التي عند محركات البحث.

وهنا تأتي مميزات التحليل

- احذف الصفحات التي لا قيمة لها ولا تقدم قيمة حقيقية للمستخدم، بكن بالطريقة التي لا تؤثر على سيو.
- الصفحات المتشابهة ادمجها مع بعضها (التي تحتوي على نفس المحتوى أو محتوى متشابه).
- حدث محتوى لـ محتوى عالي الجودة يقدم معلومات مفيدة للمستخدم.
- حسن بنية الروابط الداخلية ونظمها بشكل منطقي يفيد "البيزنس".
- استخدم الكلمات المفتاحية بشكل صحيح في محتواك.
- اعرض صوراً تتناسب مع المحتوى أو المنتج.



Step 3

اختبار على الروابط الداخلية
والخارجية للموقع.

اختبار على الروابط الداخلية والخارجية للموقع.

تحليل الروابط الخارجية هو جزء أساسي من إستراتيجية تحسين محركات البحث، لذلك من المهم تحليل الروابط وتحديثها على مدار الوقت حتى لا تفقد مصداقيتها.

7 خطوات مهمة حتى تستطيع تقييم روابط مواقعك بشكل سهل وسريع.

- 1- استخدم أدوات مثل: Google Search Console, Ahrefs أو SEMrush لجمع قائمة بالروابط الخارجية التي تشير إلى موقعك.
- 2- راجع المصادر التي ترتبط بموقعك.
- 3- تحليل جودة الروابط، قم بتقييم مدى مصداقية الموقع الذي يربط بموقعك، خذ حذرك من كون المواقع ذات السمعة الجيدة تعزز من قيمة روابط موقعك.
- 4- استخدم أدوات مثل: Moz لتحديد مدى قوة وجودة موقع.
- 5- تحقق من الكلمات المفتاحية في الروابط. يجب أن تكون الكلمات وصفية مرتبطة بالمحتوى الخاص بك.
- 6- تأكد من وجود تنوع في نصوص الروابط لتجنب الظهور بشكل غير طبيعي أمام محركات البحث.
- 7- قم بالتنصل من الروابط الضارة والتي لا تقدم قيمة لموقعك.



THAN

K

YOU

