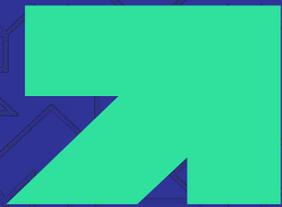




RIGHT CLICK ON TIME





How to Keyword

planning 

موضوع الكلمات المفتاحية كبيرٌ جدًا؛ لكنه معتمد على **منطق وسياسة البيع**..

سنعرض طريقة شرحه في نقاط محددة؛ وهي أسهل طريقة في المراجعة والتأكد من تغطية كل المواضيع المهمة.

الملف خاص بـ:

1. بناء الخطة نفسها.
2. كيفية تقسيمها.
3. كيفية تحديد الكلمات الفعالة.
4. ما هي التقسيمات التي تقوم على أساسها الخطة؟

ملحوظة: الشرح لا علاقة له بطريقة استخدام الأدوات التي تُستخرج منها الكلمات، يرتبط أكثر بال mindset لبناء الخطة وربطها بأولويات البيع.

لدينا ثلاثة تقسيمات أساسية

- ١- أولاً: الصفحة الرئيسية - الخدمات الأساسية - توابع الخدمات الرئيسية + كل ما يخصها من مواقع جغرافية، نوع، استهداف، ... ، إلخ.
- ٢- كلمات بيع - كلمات نمو - كلمات للمستخدم - تريندات المجال.
- ٣- رادفات كل جزء منها.. والذي يقوم على أساسه الرابط الداخلى والرابط الخارجى.

مثال بسيط

المشروع: مركز بحوث علمية بالسعودية

نبذة عنه: هو مركز يقدم خدمات البحث واختيار العناوين وكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه ومشاريع التخرج.. كذلك التواصل مع المجلات والصحف ونشر البحوث.. كما إنه يتعامل مع معظم الجامعات.

هذا بشكل سريع جداً، وفي الغالب نعرف هذا من موقع العميل وإذا كان غير واضح..

من تعريف المشروع يتبين ثلاثة أمور:

الأول: يجب استهداف كلمة "كلمة مركز بحوث علمية بالسعودية + يجب إظهار اسمه.

الثاني: لدينا خدمات رئيسة، وهي رسائل ماجستير ودكتوراه ومشاريع تخرج واختيار عناوين ونشر بحوث وغيرها + خدمات فرعية من كل خدمة منها.

الثالث: لدينا جامعات يجب إظهار مقدرة تنفيذ هذه البحوث.

الرابع: استنتاج، لدينا موضوعات معينة ينفذها المشروع ببراءة أو تحقق ربح أعلى أو أعلى في نسبة الطلب عن غيرها يجب أن نضمها.

كيف نعمل؟

بالنسبة للصفحة الرئيسية، يوجد خطتين:

الأولى: استهداف الصفحة الرئيسية بوضعها الحالي بجزئين اسم الشركة أو المركز "أساسي" في أي مشروع" + الكلمة الأساسية "مركز بحوث علمية بالسعودية" ومرادفاتها ولا بد تتضمن مركز بحوث علمية لجامعة ... / مركز بحوث علمية لجامعة ... وهكذا ***وده اللي اقصد بيه ما يخصها***

الثانية: بناء صفحة شاملة كل الخدمات تستهدف كلمة مركز بحوث علمية ومرادفاتها.

الأفضل بينهم؟ الخطتين نتيجة واحدة، المهم اختيار الكلمة الأعلى بحثاً وطريقة العمل عليها.

بذلك قد عرفت الجزء الخاص بالصفحة الرئيسية للموقع.

أما بالنسبة للخدمات الأساسية والفرعية:

كل خدمة يجب أن يكون لها صفحة تستهدف كلمة أساسية خاصة بها + كل مرادفاتاها + كل ما يخصها.

الفرعية: كل خدمة من الخدمات الأساسية لها خدمات جزئية.. ف كتابة البحث الجامعي بداخلها خدمات كاختيار العناوين، اختيار المصادر، طريقة السرد، وهكذا كل تابع منها يجب أن يكون له كلمة أساسية ومرادفاتاها.. ويجب العمل عليها كلها في نفس المقال.

هل يجب للتوابع صفحات رئيسة بتصميم؟

لا، لكن يجب أن تكون مقالاتها بيعية بشكل بحت.. وأن تتقل العميل من مرحلة الوعي بالاختيار إلى مرحلة الشراء، وهذا يجب التأكد من تحققه.

بهذا قد انتهينا من عرض الموضوع بشكل نظري، هيّا بنا نطبقها بشكل عملي.

الرابط	الكلمات	الصفحة
رابط الصفحة الرئيسية للموقع	<p>مركز "اسمه" مركز بحوث علمية بالسعودية مركز دراسات علمية بالسعودية مركز كتابة بحوث علمية مركز بحوث علمية لجامعة الملك فهد "مثلا" مركز كتابة بحوث علمية لجامعة الملك فهد</p>	الرئيسية
<p>رابط الخدمة وربط عليها بكل ده بالتبادل + انه يدعم في التايتل والوصف</p> <p>مثال: كتابة بحث علمي لجامعة الملك فهد: إنشاء على أيدي أساتذة</p>	<p>الخدمة الأولى: كتابة بحث علمي كتابة بحث جامعي إنشاء بحث علمي إنشاء بحث جامعي</p>	الخدمات
	<p>الخدمة الثانية:</p> <p>وهكذا لحين انتهاء كل الخدمات الأساسية</p>	
<p>رابط الخدمة وربط عليها بكل ده بالتبادل + انه يدعم في التايتل والوصف</p> <p>مثال: مركز نشر بحوث علمية جامعة الملك فهد بالسعودية: توثيق في أفضل الصحف</p>	<p>الجزء الأول من الخدمة الأولى: مركز نشر بحوث علمية مركز نشر بحوث علمية بالسعودية مركز نشر بحوث جامعة الملك فهد</p>	توابع الخدمات الرئيسية - الخدمات الجزئية
هنرابط نفس المقال على الكلمة الأساسية ومرادفاتها	<p>مثال لازم نكتب عن: كتابة بحث جامعي لجامعة الملف فهد انشاء بحث جامعي لجامعة الملك فهد</p>	الجامعات والاستنتاج المنطقي للمجال
	<p>كتابة بحث جامعي لجامعة كذا... + مرادفاتها</p> <p>وهكذا لحد ما نخلص جزء الجامعات وبعدها نتطرق للمواضيع زي الفلسفة وغيرها أو يمشوا مع بعض بالتوازي</p>	

إلى هنا.. قد انتهى جزء تقسيم الصفحات لرئيس وخدمات وتوابع + كيف نختار المرادفات..
وكيف نستخدمها.. وما المواضيع المهمة قبل كلمات البلوج والإضافات.

والآن.. نتحدث عن **النقطة التالية: كلمات البيزنس + النمو + تريندات المجال**

أولاً: كلمات البيزنس أو البيع: هذه كلها كلمات الخدمات الأساسية والفرعية وتتابعها.. أو المنتجات إذا كان متجراً.

ثانياً: كلمات النمو = كلمات المستخدم: وهذه تكون -دائماً- نصائح - أسئلة شائعة - طرق استخدام - وهي بمثابة دليل للعميل.. كأنك تعلمه بدون مقابل؛ لكي يلجأ إليك فور احتياجه لما تقدمه؛ إذ إنك بنيت ثقة بينك وبينه.

ثالثاً: تريندات المجال: تطبيقاً على المشروع الذي نشرحه مثلاً، فهذه البحوث والدراسات لها مواعيد سنوية.. في هذا الوقت يكون للعملاء أسئلة كثيرة.. والبحوث تزيد.. فيجب متابعة هذا بشكل دوري وتغطيته للعميل.

الآن، إلى التطبيق العملي.. نأخذ نسخة مما قمنا بعمله ونزود هذا الجزء.

نوع الاستهداف	الصفحة	الكلمات	الرابط
بيع	الرئيسية	<p>مركز "اسمه" مركز بحوث علمية بالسعودية مركز دراسات علمية بالسعودية مركز كتابة بحوث علمية مركز بحوث علمية لجامعة الملك فهد "مثلا" مركز كتابة بحوث علمية لجامعة الملك فهد</p>	<p>رابط الصفحة الرئيسية للموقع</p>
	الخدمات	<p>الخدمة الأولى: كتابة بحث علمي كتابة بحث جامعي إنشاء بحث علمي إنشاء بحث جامعي</p> <p>الخدمة الثانية:</p> <p>وهكذا لحد ما اخلص كل الخدمات الأساسية</p>	<p>رابط الخدمة وربط عليها بكل ده بالتبادل + انه يدعم في التايتل والوصف</p> <p>مثال: كتابة بحث علمي لجامعة الملك فهد: إنشاء على أيدي أساتذة</p>
بيع	توابع الخدمات الرئيسية - الخدمات الجزئية	<p>الخدمة الفرعية الأولى من الخدمة الأولى: مركز نشر بحوث علمية مركز نشر بحوث علمية بالسعودية مركز نشر بحوث جامعة الملك فهد</p>	<p>رابط الخدمة وربط عليها بكل ده بالتبادل + انه يدعم في التايتل والوصف</p> <p>مثال: مركز نشر بحوث علمية جامعة الملك فهد بالسعودية: توثيق في أفضل الصحف</p>
	الجامعات والاستنتاج المنطقي للمجال	<p>مثال لازم نكتب عن: كتابة بحث جامعي لجامعة الملك فهد انشاء بحث جامعي لجامعة الملك فهد</p> <p>كتابة بحث جامعي لجامعة كذا... + مرادفاتھا</p> <p>وهكذا لحد ما نخلص جزء الجامعات وبعدها نتطرق للمواضيع زي الفلسفة وغيرها أو يمشوا مع بعض بالتوازي</p>	<p>هنربط نفس المقال على الكلمة الاساسية ومرادفاتھا</p>

نوع الاستهداف	الصفحة	الكلمات	الرابط
نمو		طريقة اختيار العناوين - طريقة اختيار موضوع بحثي	هربط على مقال كل كلمة على حدة بالتبادل بينها وبين مرادفاتها
تريند		على حسب المتاح للمجال	

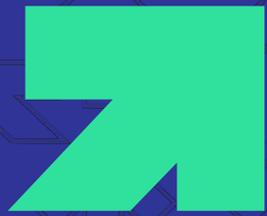
ملاحظة:

الربط الداخلي والخارجي يُوزع بنسبة 50% لكلمات البيع إلى 50% لكلمات النمو والترندات.

الآن:

احكي لنا عن نوع مشروعك وكيف اختارت الكلمات الخاصة به؟
هل تصدرت بها؟
هل زادت فرص البيع الأورجانيك لديك؟

دعنا نتواصل ونجعل الحوار سهلاً.. اترك تعليقاُ أو رسالة



**THANK
YOU**

