

# السيطرة على محركات البحث

seo strategy



**seo strategy**

## **نقاط شرح الموضوع:**

- 01- ما هو السيو (Seo) ؟
- 02- كيف تعمل محركات البحث؟
- 03- لماذا تهتم الشركات بتحسين محركات البحث؟
- 04- البحث عن الكلمات الرئيسية واستهداف الكلمات الرئيسية  
أفضل الممارسات.

# ما هو تحسين محركات البحث (Seo)؟

السيو هو إختصار لـ Search Engine Optimization وهي عملية التأثير على ظهور موقع أو صفحة ويب في نتائج محركات البحث بدون إعلانات مدفوعة . و بصيغة أبسط هي تحسين ظهور موقع الويب في نتائج محركات البحث المجانية.

# كيف تعمل محركات البحث؟

## الزحف (Crawling):

عملية الزحف باستخدام برامج تُسمى "عناكب" أو "روبوتات الزحف". هذه البرامج تنتقل من صفحة ويب إلى أخرى عبر الروابط، وتجلب المحتوى وتخزنه في قاعدة بيانات ضخمة. يتم تحديث هذه العملية بانتظام لضمان تحديث المحتويات.

## الفهرسة (Indexing):

بعد جمع البيانات، تقوم محركات البحث بفهرستها، أي تنظيمها وتصنيفها. يتم تحليل المحتوى النصي والصور والفيديوهات والعناصر الأخرى لكل صفحة ويب.

## تصنيف النتائج (Ranking):

توفير أجزاء المحتوى التي ستجيب بشكل أفضل على استعلام الباحث، مما يعني ترتيب النتائج من الأكثر صلة إلى الأقل صلة.

# لماذا يجب العمل على تحسين محركات البحث؟

تحسين محركات البحث (SEO) يعزز عدد الزيارات بشكل كبير. الكثير من الأشخاص يبحثون عن معلومات أو خدمات، وهذه الزيارات يمكن أن تكون مفيدة للغاية للأعمال التجارية. ليس فقط لأن عدد الزيارات كبير، بل أيضاً لأن هذه الزيارات غالباً ما تكون موجهة وذات **نية عالية**، مما يزيد من احتمالات تحويل الزوار إلى عملاء.

يؤدي تحسين محركات البحث إلى زيادة عدد الزيارات "المجانية"، على سبيل المثال، وفقاً لـ Site Explorer من semrush، تحصل مدونة brightside.me على أكثر من 5 مليون زيارة شهرية من محركات البحث كل شهر. إذا دفعنا لشركة Google مقابل هذه الزيارات، فسوف يكلفنا ذلك أكثر من مليون دولار.

**"نية عالية"** : تعني أن المستخدمين الذين يبحثون عن موضوع معين يكون لديهم هدف محدد، مثل شراء منتج، التسجيل في خدمة، أو الحصول على معلومات دقيقة. (ترافيك عالي الجودة)

**أفضل مكان لإخفاء جثة هو الصفحة الثانية من جوجل.**

**the best place to hide a dead body is page two of google.**

# بحث الكلمات المفتاحية (Keyword Research)

الخطوة الأولى في تحسين محركات البحث هي تحديد الأشياء التي تحتاج إلى تحسينها. يتضمن ذلك تحديد المصطلحات التي يبحث عنها المستخدمون، والمعروفة أيضًا بـ "الكلمات الرئيسية keywords"، والتي ترغب في أن يحتل موقع الويب الخاص بك مراتب متقدمة بها في محركات البحث مثل Google.

# تحديد الكلمات الرئيسية Determining the keywords

## حجم البحث (Search Volume):

العامل الأول الذي يجب مراعاته هو عدد الأشخاص الذين يبحثون بالفعل عن كلمة رئيسية معينة. فكلما زاد عدد الأشخاص الذين يبحثون عن كلمة رئيسية، زاد عدد الجمهور الذي يمكنك الوصول إليه. وعلى العكس من ذلك، إذا لم يبحث أحد عن كلمة رئيسية، فلن يتوفر جمهور للعثور على المحتوى الخاص بك من خلال البحث.

## الملائمة (Relevance):

أولاً، يجب أن تكون لديك فهم واضح لعملائك المحتملين وما يبحثون عنه. إذا لم تكن قد قمت بتحديد من هم عملاؤك المستهدفون، فإنه يجب عليك البدء في تحديد ذلك لأنها خطوة أساسية. لأنه ليس فقط لتطوير استراتيجيتك التجارية بشكل عام، ولكن أيضاً لتحسين محركات البحث بشكل فعال.

## المنافسة (Competition):

كما هو الحال مع أي فرصة عمل، يجب عليك في تحسين محركات البحث (SEO) أن تأخذ بعين الاعتبار التكاليف المحتملة وفرص النجاح. بالنسبة لتحسين محركات البحث، يتضمن ذلك تقييم مستوى المنافسة بالنسبة لمصطلحات معينة وفهم احتمالية تحقيق تصنيفات متقدمة لتلك المصطلحات.



# تحسين الصفحة on – page optimization

بمجرد حصولك على قائمة الكلمات الرئيسية، فإن الخطوة التالية هي تنفيذ الكلمات الرئيسية المستهدفة في محتوى موقعك. يجب أن تستهدف كل صفحة على موقعك مصطلحاً أساسياً. و"مجموعة" من المصطلحات ذات الصلة.

# تحسين محركات البحث على الصفحة

on-page seo

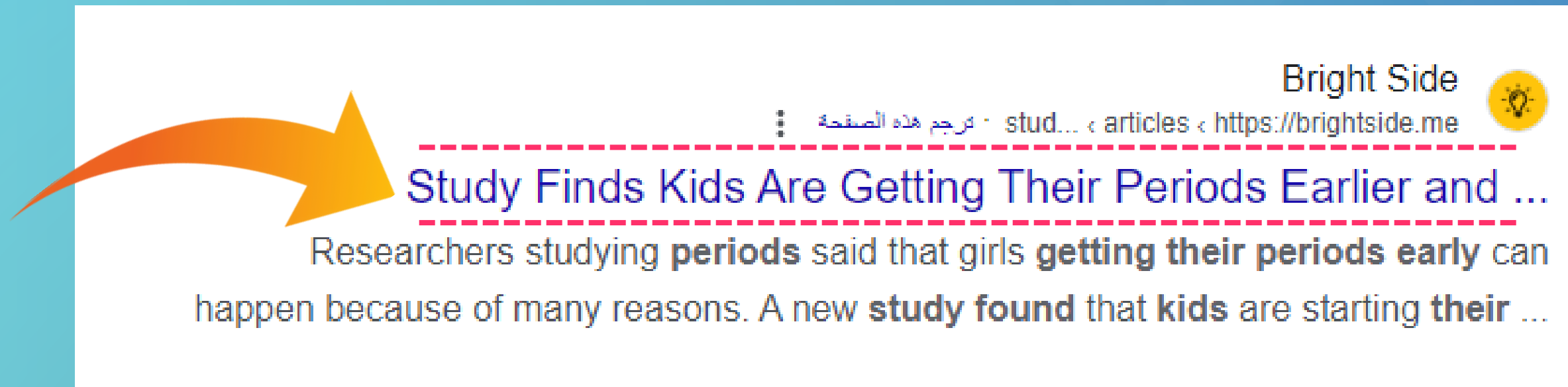
# on-page seo


## نقاط شرح الموضوع:

- 01 ما هو تحسين محركات البحث على الصفحة
- 02 عناصر تحسين محركات البحث على الصفحة
- 03 تحسين المحتوى

# ما هو عنوان الوسم و Title Tag ؟

عنوان الوسم هو عنصر HTML يحدد عنوان صفحة الويب ويظهر في نتائج محركات البحث كعنوان رئيسي يمكن النقر عليه. يلعب هذا العنوان دوراً مهماً في تحسين تجربة المستخدم، تعزيز محركات البحث، وزيادة المشاركة الاجتماعية. يجب أن يكون عنوان صفحة الويب وصفاً دقيقاً وموجزاً لمحتوى الصفحة.



Bright Side 

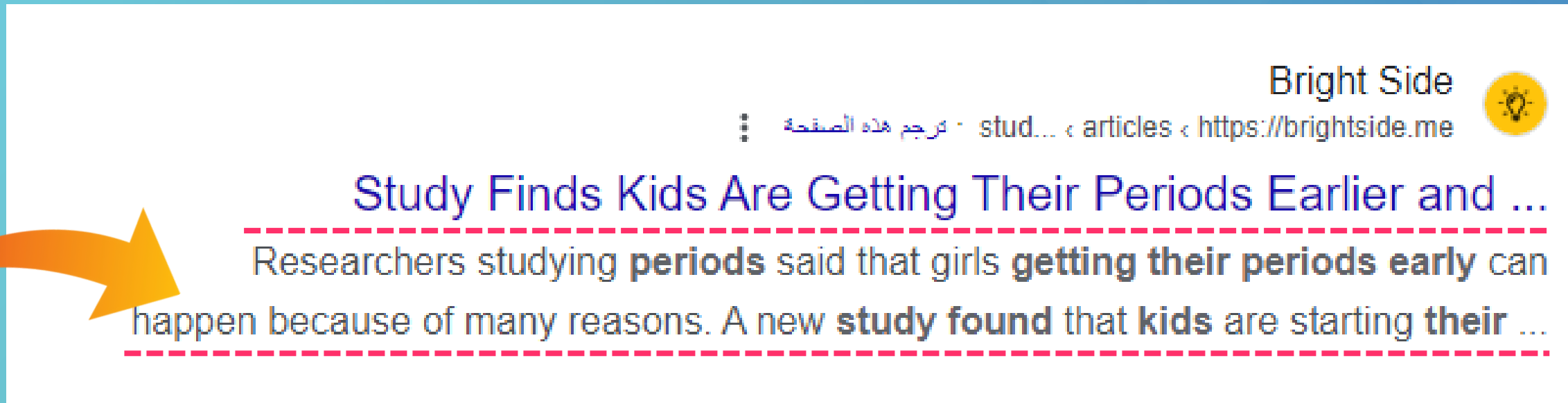
stud... < articles < https://brightside.me · ترجم هذه الصفحة


**Study Finds Kids Are Getting Their Periods Earlier and ...**

Researchers studying **periods** said that girls **getting their periods early** can happen because of many reasons. A new **study found** that **kids** are starting their ...

# ما هو الوصف التعريفي meta description ؟

الوصف التعريفي هو سمة من سمات HTML توفر ملخصًا موجزًا لصفحة الويب. غالبًا ما تعرض محركات البحث مثل Google الوصف التعريفي في نتائج البحث، مما قد يؤثر على معدلات النقر.



Bright Side 

⋮ <https://brightside.me> < articles < stud... · ترجم هذه الصفحة

**Study Finds Kids Are Getting Their Periods Earlier and ...**

Researchers studying **periods** said that girls **getting their periods early** can happen because of many reasons. A new **study found** that **kids** are starting their ...

# ما هو عنوان URL ؟

عنوان (URL (Uniform Resource Locator، أو "عنوان الويب"، يحدد موقع مورد معين على الإنترنت، مثل صفحة ويب. كما يوضح كيفية الوصول إلى هذا المورد باستخدام بروتوكول معين، مثل HTTP، HTTPS، أو FTP.

Q | `https://brightside.me`

# ما هو النص البديل Alt Text ؟

النص البديل، المعروف أيضًا بـ "سِمات النص البديل alt attributes" أو "أوصاف النص البديل alt descriptions"، يُستخدم في كود HTML لوصف محتوى ووظيفة الصورة على صفحة الويب. يُعتبر هذا النص بديلاً للمحتوى البصري ويظهر عندما لا يمكن عرض الصورة، مما يساعد في تحسين تجربة المستخدم وسهولة الوصول.



```
img src="https://business.com/dollar->  
"bill.png" alt="ورقة دولار أمريكي"
```

# ما هو الباك لينك (Backlink) ؟

هو رابط من موقع ويب آخر يشير إلى موقعك. تُعتبر الباك لينكات أحد أهم عوامل تحسين محركات البحث (SEO) لأنهم يساعدون في:

1. تحسين ترتيب الموقع في محركات البحث: محركات البحث مثل جوجل تعتبر الباك لينكات كإشارة على أن موقعك يحتوي على محتوى ذو جودة وموثوقية، مما يمكن أن يعزز ترتيبه في نتائج البحث.
2. زيادة الظهور: كلما زادت الروابط التي تشير إلى موقعك، كلما زادت الفرص لزيادة الزيارات إلى موقعك من خلال تلك الروابط.
3. بناء المصداقية: الروابط من مواقع ذات سمعة جيدة تزيد من مصداقية موقعك وتجعل محركات البحث تعتبره أكثر موثوقية.



# عبارات تجذب الزوار

- ممتع للقراءة
- سيدهشك
- سيغير حياتك
- سيصدمك
- يحل مشكلة
- يسهل مشاركته
- ستتخلص منه

# تحسين المحتوى Content Optimization

## أول 100 كلمة:

أول 100 كلمة كل ما عليك فعله هو استخدام الكلمة الرئيسية مرة واحدة في أول 100-150 كلمة من مقالتك.

## علامة H1 Tag:

على المستوى الأساسي، يجب أن تصف العلامة H1 المحتوى. غالبًا ما تكون العلامة H1 مشابهة أو مطابقة لعلامة العنوان. عادةً ما تكون العلامة H1 هي عنوان منشور مدونتك أو مقالتك.

## علامة H2 Tag:

قم بتضمين الكلمة الرئيسية المستهدفة في عنوان فرعي واحد على الأقل. وقم بتغليف هذا العنوان الفرعي بعلامة H2.

## تكرار الكلمات الرئيسية Keyword Frequency :

يشير إلى عدد المرات التي تظهر فيها الكلمة المفتاحية في محتواك.

# تفاعل المستخدم User Engagement

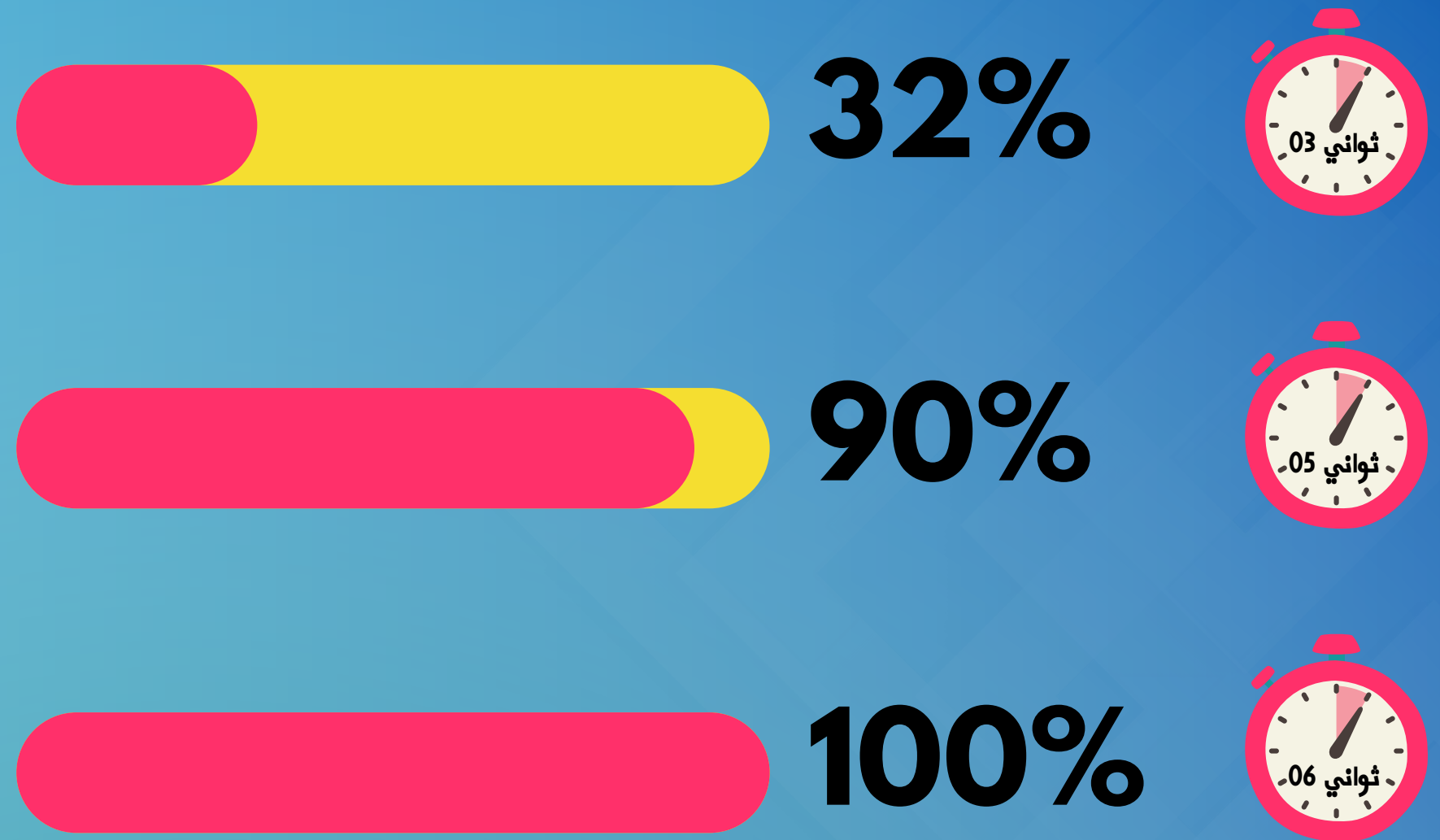
تحسين عناصر تحسين محركات البحث على الصفحة لموقعك الإلكتروني يمثل نصف العمل فقط. النصف الآخر يتضمن التأكد من أن الزوار لن يغادروا موقعك بل سيستمرون في التفاعل معه ومتابعة المحتوى والعودة للحصول على المزيد. الحفاظ على تفاعل المستخدمين يمثل تحدياً كبيراً، ولكنه قابل للتحقيق. لزيادة إشراك المستخدمين، يجب التركيز على جوانب مثل سرعة تحميل الموقع، تجربة المستخدم، وتحسين جودة المحتوى، وغيرها من العوامل التي تعزز تجربة التصفح.

# سرعة الموقع Site Speed

أفضل ممارسة هي أن يتم تحميل موقعك في أقل من ثانيتين إلى ثلاث ثوانٍ، وفقًا لجون ميولر، كبير محلي اتجاهات الويب في Google. ومع ذلك، يمكن للسرعة أيضًا أن تؤثر على التصنيفات بشكل غير مباشر، من خلال زيادة **معدل الارتداد** وتقليل وقت الانتظار. في Google، يأتي المستخدمون في المقام الأول. لذلك إذا كنت تدير موقعًا للتجارة الإلكترونية، يجب أن تستهدف تحميل الموقع في أقل من ثانيتين، حيث إن التأخير قد يؤدي إلى فقدان العملاء المحتملين.

"**معدل الارتداد Bounce Rate**": بشكل مختصر يتم تعريف معدل الارتداد على أنه النسبة المئوية للزوار الذين يغادرون صفحة الويب دون اتخاذ أي إجراء، مثل النقر فوق رابط أو ملء نموذج أو إجراء عملية شراء.

# زيادة معدل الارتداد : bounce rate increase

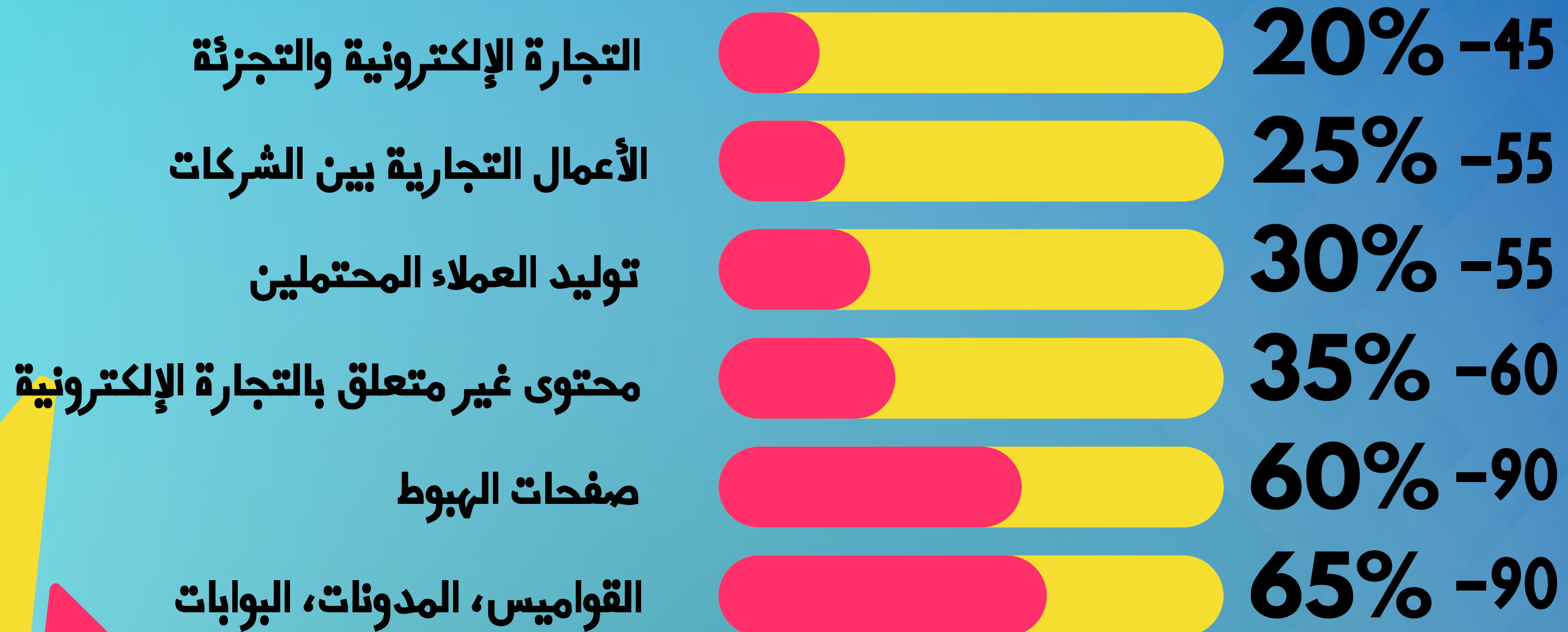


متوسط معدل الارتداد يتراوح بين 41% - 51%

the average bounce rate range is between 41%-51%



## يختلف متوسط معدل الارتداد بين فئات مواقع الويب average bounce rate differs between website categories



# اختلافات معدل الارتداد حسب مصدر الزيارات

bounce rate differences by traffic source





# البحث عن الكلمة الرئيسية keyword research

# keyword research

## نقاط شرح الموضوع:

01- أدوات البحث عن الكلمات الرئيسية

02- البحث عن الكلمات الرئيسية

03- حجم البحث

04- نية البحث

# keyword research tools

## أدوات البحث عن الكلمات الرئيسية

01- مخطط الكلمات الرئيسية من Google

02- Ubersuggest، Ahrefs، SEMrush

03- ويكيبيديا

04- عمليات البحث ذات الصلة بـ

05- Google Suggest/Youtube

البحث عن الكلمات المفتاحية يؤثر بشكل كبير على جميع مهام تحسين محركات البحث (SEO) الأخرى التي تقوم بها، مثل تحديد مواضيع المحتوى، تحسين محتوى الصفحات، وترويج المحتوى.

## understand the business

# فهم كيف تتم الأعمال

### من هم

لكي تساعد عميلك في تحسين محركات البحث (SEO)، يجب أن تفهم قليلاً عن عملائهم.

### عملاؤهم

ما الكلمات التي يستخدمونها؟ ما الأسئلة التي يطرحونها؟ كيف يبحث الناس عن منتجات التجميل الطبيعية؟

### ماذا يفعلون

شركة GreenGlow هي علامة تجارية لمستحضرات التجميل الطبيعية مقرها في لوس أنجلوس.

### المنطقة المستهدفة

في أي منطقة يريدون استهداف العملاء؟ هل يريدون استهداف السوق المحلي في لوس أنجلوس أو التوسع إلى أسواق أخرى؟

ببساطة، الفكرة هي أن تعرف المزيد عن عمل عميلك وعملائه المحتملين لتتمكن من تحسين محتوى موقعه على الإنترنت وجعله يظهر في نتائج البحث عندما يبحث الناس عن المنتجات أو الخدمات التي يقدمها.

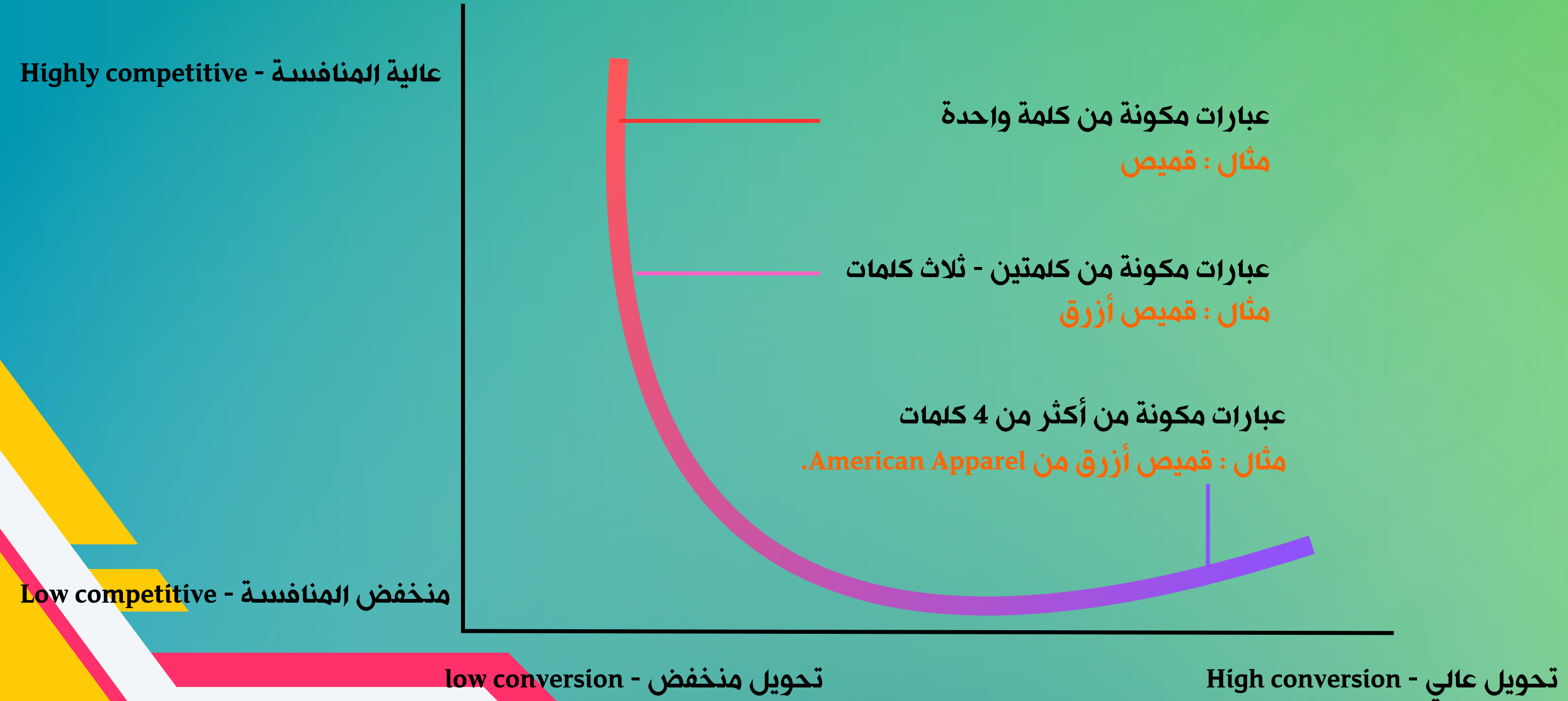
## uncovering search volume

### الكشف عن حجم البحث

عادةً، كلما زاد حجم البحث، زادت المنافسة والجهد المطلوبين لتحقيق النجاح في الترتيب العضوي. ولكن إذا انخفضت كثيرًا، فإنك تخاطر بعدم جذب أي باحثين إلى موقعك. في كثير من الحالات، قد يكون من الأفضل استهداف مصطلحات بحث محددة للغاية ومنخفضة المنافسة. في تحسين محركات البحث، نطلق على هذه المصطلحات الكلمات الرئيسية الطويلة.

# number of keywords: competition vs. conversion

## عدد الكلمات الرئيسية: المنافسة مقابل التحويل



## demand curve

### منحنى الطلب

لا تستخف بالكلمات الرئيسية الأقل شيوعاً. غالباً ما تحقق الكلمات الرئيسية ذات الذيل الطويل، التي تتمتع بحجم بحث أقل، معدلات تحويل أفضل، لأن الباحثين يكونون أكثر تحديداً وهدفاً في بحثهم. على سبيل المثال، الشخص الذي يبحث عن "أحذية" قد يكون مجرد متصفح، بينما شخص يبحث عن "أفضل سعر لحذاء رياضي أحمر نسائي بحجم 7" يكون على وشك إتمام عملية الشراء!

## long tail

### الكلمات الرئيسية ذات الذيل الطويل

قد يبدو من المثالي أن تتصدر نتائج البحث لكلمة "هاتف"... لكن هل هو كذلك فعلاً؟ من الرائع التعامل مع الكلمات الرئيسية التي تحظى بـ 50,000 عملية بحث شهرياً، أو حتى 5,000 عملية بحث شهرياً، ولكن في الواقع، تشكل هذه المصطلحات الشائعة جزءاً صغيراً فقط من إجمالي عمليات البحث على الويب. في الواقع، قد تشير الكلمات الرئيسية ذات حجم البحث المرتفع إلى نية غير محددة، مما قد يعرضك لخطر جذب زوار إلى موقعك لا تتوافق أهدافهم مع المحتوى الذي تقدمه صفحاتك.



# searcher's intent

## نية الباحث

عندما يقوم الأشخاص بعمليات البحث على الإنترنت، يكون لديهم أهداف مختلفة. دعنا نشرح أنواع نية البحث مع مثال مبسط:

- إستعلامات معلوماتية (Informational queries):

الوصف: الباحث يبحث عن معلومات عامة : "ما هي عاصمة فرنسا؟"

الهدف: الحصول على معلومات مثل اسم فرقة موسيقية أو ارتفاع مبنى.

- إستعلامات تنقلية (Navigational queries):

الوصف: الباحث يريد الوصول إلى موقع محدد على الإنترنت. مثال: "فيسبوك" أو "الصفحة الرئيسية لنادي NFL".

الهدف: الذهاب إلى موقع ويب معين مباشرة.

- إستعلامات تجارية (Transactional queries):

الوصف: الباحث يريد القيام بعملية شراء أو تنفيذ إجراء معين. مثال: "شراء تذكرة طيران" أو "الاستماع إلى أغنية".

الهدف: تنفيذ عملية مثل شراء منتج أو الاستماع إلى محتوى.

- إستعلامات تجارية مقارنة (Commercial investigation):

الوصف: الباحث يريد مقارنة المنتجات للعثور على الأفضل. مثال: "أفضل كاميرا للتصوير الفوتوغرافي في 2024".

الهدف: مقارنة الخيارات واختيار المنتج الأفضل بناءً على احتياجاته الخاصة.

- إستعلامات محلية (Local queries):

الوصف: الباحث يبحث عن معلومات محلية. مثال: "مقهى قريب مني" أو "طبيب في المدينة".

الهدف: العثور على خدمات أو أماكن بالقرب من موقعه الحالي.



إذا كنت مستعد للإنتلاق في عالم التجارة الإلكترونية والإعلانات الرقمية، يمكن أن تكون الخطوات الصحيحة والتخطيط الدقيق هما الفرق بين النجاح والفشل. نقدم لك المساعدة والأدوات والمعرفة التي تحتاجها لتحقيق النجاح في مجال "أدسنس" والتجارة الإلكترونية وبناء علامة تجارية رائدة وتحقيق **ثروة**.

انضم إلينا واكتسب المهارات اللازمة لتصميم استراتيجية تجارية ناجحة والتميز في عالم الأعمال الرقمية. نحن هنا لدعمك في كل خطوة على الطريق لتحقيق أهدافك وتوسيع نطاق نجاحك.

☎ +213 794 7492 86

📍 T.me/bsnesvision

✉ roaabusiness4@gmail.com

أطلب الآن

