



**تکنولوژی های کاربردی و دستورالعمل های استاندارد ساماندهی
پایگاه اطلاع رسانی و سایت های مرتبط با وزارت نفت**

مقدمه

طی سال‌های اخیر اقدامات بسیار خوب و ارزنده‌ای در خصوص ایجاد و توسعه پرتال سازمانی وزارت نفت انجام گردید. بدیهی است که این اقدام گسترده جهت ارتقاء سطح فناوری اطلاعات و ارتباطات و خصوصاً به منظور بهبود کیفیت خدمات به مردم و کاهش مراجعه حضوری به دستگاه اجرایی برای دریافت خدمات از اهمیت بسیار زیادی برخوردار می‌باشد و انجام این کار علاوه بر اینکه امکان ارائه اطلاعات و خدمات به حداکثر جامعه و افزایش دسترس پذیری را فراهم می‌سازد بلکه باعث افزایش رضایت کاربران و جلب اعتماد آنها نیز خواهد شد. بنابراین به منظور یکسان سازی و ایجاد رویه مناسب در فرایند بروزرسانی محتوای پرتال، دفتر فناوری اطلاعات و ارتباطات اداره کل روابط عمومی وزارت نفت نسبت به تدوین دستورالعمل بروزرسانی پرتال اقدام نمود.

هدف

هدف از تهیه این دستورالعمل ارائه روش و گردش کاری است که بروزرسانی محتویات و مستندات پرتال سازمان را به سادگی امکان پذیر و البته کاربردی و قابل اجرا نماید به نحوی که ضمن رعایت محرمانگی در ارائه اطلاعات، در جهت یکپارچه سازی اطلاعات و خدمات و تسهیل در ارائه آن تلاش شود.

شاخص های استاندارد وب سایت در ایران

شاخص های وب ایرانی که ماحصل مطالعات چندین ساله محققان بوده است در چهار بخش اصلی شامل شاخص های زیر طبقه بندی شده اند.

۱. شاخص های هدف گذاری

۲. شاخص های گرافیکی

۳. شاخص های محتوایی

۴. شاخص های تکنولوژیکی

هر یک از این شاخص های اصلی شامل چندین زیر شاخص است که در جداول زیر عنوان شده است برای هر یک از زیر شاخص های مذکور امتیازهای متفاوتی در نظر گرفته شده است که نشان دهنده وزن هر زیر شاخص در وب سایت است.

شاخص های هدف گذاری		
امتیاز کسب شده	سقف امتیاز	زیر شاخص های هدف گذاری
	۲۵	تهیه سند راهبردی وب سایت وزارت نفت شامل وضعیت موجود و وضعیت مطلوب
	۲۵	تهیه شیوه نامه مدیریت و به روزرسانی وب سایت وزارت نفت
	۲۵	تهیه شناسنامه وب سایت شامل تاریخچه و راه اندازی وب سایت و تحولات آن و مسئولیت ها
	۲۵	وضعیت دامنه براساس استانداردهای موجود
	۱۰۰	مجموع امتیاز کسب شده شاخص های هدف گذاری

شاخص های گرافیکی		
امتیاز کسب شده	سقف امتیاز	زیر شاخص های گرافیکی
	۱۵	نوآوری و خلاقیت در طراحی صفحه اصلی سایت وزارت نفت
	۱۰	هماهنگی میان اجزا و ماژول ها به ویژه در صفحه اصلی
	۱۰	زیبایی شناسی و سادگی طراحی
	۵	درج پرچم جمهوری اسلامی ایران در بالای صفحه اول سایت وزارت نفت
	۱۰	رعایت اصل کلیک کمتر و سرعت دستیابی کاربر به اطلاعات سایت با کمترین کلیک
	۵	اثر اولیه سایت بر مخاطب
	۱۰	فقدان اسکرول های افقی و عمودی در صفحه اول
	۵	برقراری پیوند با پایگاه های اطلاع رسانی مشابه
	۵	برقراری پیوند با خبرگزاری ها و مطبوعات
	۵	برقراری پیوند با سامانه های مورد نیاز مخاطب
	۱۰	برقراری پیوند با پایگاه اینترنتی دفتر مقام معظم رهبری، ریاست جمهوری و پرتال مردم در صفحه اول سایت
	۵	برقراری پیوند به وب سایت های استانی و منطقه ای در منو پیوندها
	۵	کاربر پسند بودن سایت
	۱۰۰	مجموع امتیاز کسب شده شاخص های گرافیکی

امتیاز کسب شده	سقف امتیاز	زیر شاخص های محتوایی
	۱۵	به روز رسانی اطلاعات و اخبار در سایت وزارت نفت
	۱۰	عدم وجود صفحات خالی و فاقد اطلاعات
	۵	عدم وجود صفحات در حال ساخت در سایت وزارت نفت
	۵	درج اطلاعات تماس (آدرس، کدپستی، تلفن، نمابر و پست الکترونیکی) در بخش ارتباط با ما
	۵	انتشار اخبار در سایت بر اساس اصول خبرنگاری مبتنی بر وب
	۵	رعایت استایل بوک یا شیوه نامه تولید و انتشار اطلاعات و محتوا
	۵	درج تصاویر در بخش گالری عکس
	۵	استفاده از تصاویر به صورت مستقل یا به همراه مطالب و اخبار
	۵	فعال بودن پادکست (تعداد محتوای بروز شده پادکست)
	۵	فعال بودن پوششگر مطبوعات
	۵	فعال بودن سیستم بریده جراید
	۵	فعال بودن نسخه انگلیسی و سایر زبان های خارجی سایت
	۵	رتبه سایت در موتورهای جستجو
	۵	رتبه در سایت های رتبه بندی وب سایت های ایران و جهان
	۵	حجم محتوای منتشره در کل وب سایت وزارت نفت
	۵	قدمت محتوای سایت
	۵	خلاقیت در تولید و انتشار محتوا
	۱۰۰	مجموع امتیاز کسب شده شاخص های محتوایی

شاخص های تکنولوژیکی

امتیاز کسب شده	سقف امتیاز	زیر شاخص های تکنولوژیکی
	۱۰	امکان انتشار خبرنامه الکترونیک با قابلیت اشتراک آنلاین، امکان عضویت و لغو عضویت
	۱۰	امکان بانک مقالات و متون علمی و تخصصی
	۱۰	داشتن امکان جستجو و جستجوی پیشرفته
	۱۰	امکان ارائه گزیده و بریده جراید و خبرگزاری ها یا سامانه هوشمند خبری
	۱۰	امکان چاپ و پرینت هر مطلب و صفحه به سهولت و سرعت
	۱۰	امکان ارسال و انتشار نظرات مخاطبان ذیل اخبار به صورت کنترل شده و با تایید مدیریت سایت
	۱۵	استفاده از مازول رای گیری یا نظرسنجی
	۱۵	بالا آمدن صفحه اصلی سایت در سه ثانیه و عدم استفاده از تصاویر و فایل های سنگین و حجیم در صفحه اصلی سایت
	۱۰	قابلیت مشاهده وب سایت در تمام مرورگرهای اینترنتی
	۱۰۰	مجموع امتیاز کسب شده شاخص های تکنولوژیکی

دستورالعمل‌های استاندارد

ظاهر سایت

به منظور سهولت در بهره برداری از سایت وزارت نفت توسط شهروندان و مراجعین و همچنین به منظور داشتن یک قالب واحد که حتی در نگاه اول نشان دهنده ی دولتی بودن سایت باشد، سایت باید به لحاظ چیدمان صفحه اصلی مطابق با دستورالعمل‌های زیر طراحی شود.

۱. درج نشان و مالکیت مادی و معنوی جمهوری اسلامی ایران

وب سایت وزارت نفت باید به صورت واضح و مشخص نام دستگاهی را که عهده دار کفالت و پشتیبانی از آن است و بیانگر دولتی بودن آن سایت است در سرآیند تمامی صفحات وب سایت نشان دهد.

۲. بسط خط و زبان فارسی

وب سایت وزارت نفت به عنوان بخشی از بدنه دولت بوده و باید نشان دهنده مرز سایر جمهوری اسلامی ایران باشند.

به منظور بسط خط و زبان فارسی و شناساندن مرز الکترونیک جمهوری اسلامی ایران، صفحه خانه و صفحه ورودی اصلی وب سایت وزارت نفت باید به زبان فارسی بارگذاری شود.

۳. نگارش متون و محتوای سایت

در وب سایت‌های عمومی دستگاه‌های دولتی جمهوری اسلامی ایران از جمله وب سایت وزارت نفت نباید از کلمات تخصصی و یا اختصاری استفاده شود. در صورت نیاز به استفاده، باید این گونه کلمات و اصطلاحات برای بازدیدکنندگان تعریف و شرح داده شود.

در مواردی که از متوون و مطالب طولانی استفاده می شود، قبل از ارائه کل مطلب خلاصه کلید واژه های آن و سایر اطلاعات مهم آورده شود.

۴. صفحه خانه

صفحه خانه در وب سایت وزارت نفت باید تمامی اطلاعات، خدمات و کلا تمامی محتوای مهم ارائه شده توسط وب سایت را در برگیرد.

فقط خلاصه ای از اطلاعات و خدمات وب سایت روی صفحه خانه آورده شود و برای ارائه توضیحات بیشتر و دیگر اطلاعات مورد نیاز و یا خدمات مرتبط به صفحات مربوط پیوند داده شود.

۵. اطلاعات پایه مورد نیاز در وب سایت

- صفحه تماس با ما
- صفحه درباره ما
- صفحه نقشه سایت یا فهرست موضوعی
- صفحه پرسش های متداول
- فرم ها و نشریات

- خدمات بر خط
- صفحه مشاغل و فرصت های شغلی
- اطلاعات آیین نامه ها
- اطلاعات مجوزها و قردادها
- صفحه سیاست های وب سایت
- پیوندهای مهم

۶. طرح بندی و چیدمان صفحات

در طراحی وب سایت وزارت نفت باید محل مشخص و ثابتی برای عناصر مشترک و غیر مشترک در صفحات وب سایت در نظر گرفته شود و عناصر و اطلاعات مهم باید در قسمت بالاتری نسبت به سایر عناصر و اطلاعات قرار گیرد. به عنوان نمونه محل منوها در صفحات ثابت باشد.

۷. صفحه آرایی و اسکرول

در وب سایت های عمومی دولتی جمهوری اسلامی ایران از جمله وب سایت وزارت نفت باید کلیه عناصر، اطلاعات و انتخاب های اصلی بدون اسکرول کردن و یا با حداقل اسکرول قابل دیدن باشند.

۸. پیمایش

تمامی صفحات وب سایت باید حداقل پیوند و منوی ثابتی به صفحه خانه و دیگر صفحات و بخش های آورده شده در بخش اطلاعات پایه مورد نیاز در وب سایت داشته باشند.

۹. نمایش متون (فرمت، فونت و اندازه)

در وب سایت های دولتی جمهوری اسلامی ایران استفاده از متون به رنگ سیاه و بر روی پشت زمینه سفید با توجه به کنتراست رنگی بالای این دو رنگ توصیه می شود. همچنین باید از فونت های یکسان، هم خانواده و آشنا برای مخاطبان استفاده شود. استفاده از حداقل اندازه ۱۲ برای نوشتن متون توصیه می شود.

۱۰. پیوندها و منوها

منوها، دکمه ها و پیوندها به صورت متنی و نوشتاری در وب سایت وزارت نفت قرار گیرند. از قرار دادن آنها به صورت گرافیکی و بدون استفاده از متن جداً پرهیز شود. در وب سایت های عمومی دولتی جمهوری اسلامی ایران از جمله وب سایت وزارت نفت از منوها و دکمه هایی که برای اجرا نیاز به برنامه های کمکی و خاص (مانند Flash player و ...) دارند نباید استفاده شود.

۱۱. پیوندهای خارجی (بیرون سایت)

وب سایت وزارت نفت باید به وب سایت دستگاه های بالاتر، وب سایت دستگاه های زیر مجموعه، وب سایت سازمان های همکاری و مرتبط و همچنین به پرتال های بین دستگاهی مرتبط پیوندند.

۱۲. امکان دسترسی عمومی

وب سایت وزارت نفت باید با توجه به نوع و نگارش مرورگرهای اینترنت، سیستم عامل های مختلف، سرعت های متفاوت اتصال به اینترنت و رزولوشن های مختلف مانیتور، طراحی، گسترش و آزمایش شود و در تمام مرورگرهای متعارف و عمومی قابل دیدن و استفاده باشد.

۱۳. قابلیت استفاده

وب سایت وزارت نفت باید فرایند انجام کار کاربر در وب سایت را ساده، کم حجم و قابل فهم برای عموم طراحی کند بطوریکه برای کلیه صفحات (اسناد، اخبار، فرم های کاری و ...) به نسخه قابل چاپ آماده و یک دکمه تحت عنوان "نسخه قابل چاپ" در صفحه ایجاد شود. در صورتی که کاربران منتظر انجام فرایندی هستند، با جملاتی مانند "لطفا منتظر بمانید" از زمان بر بودن عملیات مطلع شوند.

۱۴. دریافت اطلاعات از کاربران

در فرم های دریافت اطلاعات از کاربران بخش هایی که بازدیدکنندگان لزوما باید تکمیل کنند را با استفاده از علامت "*" و با رنگ قرمز از دیگر بخش ها متمایز شود. در هنگام دریافت اطلاعات به زبان انگلیسی از بازدیدکنندگان نباید به حروف کوچک و بزرگ حساس باشند. برای کلیه فیلدها برچسب های واضح راهنما و مرتبط با آن انتخاب شود. از دریافت اطلاعات غیر ضروری پرهیز شود.

۱۵. ابزارهای چندرسانه ای، گرافیک و تصاویر

در وب سایت های عمومی دولتی جمهوری اسلامی ایران از جمله وب سایت وزارت نفت باید از پس زمینه های ساده و ترجیحا سفید استفاده شود. استفاده از تصاویر، طرح های پیچیده و نقش و نگارها در پس زمینه صفحات به شدت پرهیز شود.

۱۶. جست و جو

در وب سایت وزارت نفت باید بخشی تحت عنوان "جست و جو" ایجاد شود و در تمامی صفحات وب سایت قرار گیرد.

۱۷. متادیتا

متادیتا اطلاعاتی را که در یک سند وجود دارد شرح می دهد. وب سایت وزارت نفت باید از متادیتای استاندارد استفاده کنند.

۱۸. به روزرسانی

اطلاعات محتوا و خدمات وب سایت وزارت نفت باید به روز، معتبر و دقیق باشد. وب سایت باید منبع موثق و به روز اخبار، رویدادها، خدمات و کلا هر آنچه در دستگاه مورد نیاز مردم است، باشد.

تاریخ آخرین به روزرسانی و یا بازنگری وب سایت باید حداقل در صفحه خانه وب سایت آورده شود.

۱۹. افراد ناتوان

دستگاه های دولتی جمهوری اسلامی ایران از جمله وزارت نفت هنگام طراحی وب سایت ها باید افراد با توانایی کم (محدودیت های جسمی، حرکتی مانند بینایی کم، کوررنگی و غیره) را در نظر بگیرند و به نیاز های آنها توجه کنند.

۲۰. حفظ محرمانگی اطلاعات شهروندان

اطلاعات شخصی شهروندان نباید توسط وب سایت های عمومی دولتی جمهوری اسلامی ایران افشا شود.

۲۱. پرتال های بین دستگاهی

دستگاه ها باید در توسعه پرتال های بین دستگاهی با یکدیگر همکاری کنند. وب سایت های عمومی دولتی جمهوری اسلامی ایران از جمله وب سایت وزارت نفت باید به پرتال های بین دستگاهی متناسب و مرتبط بپیوندند و به طور مرتب پیوندهای تبادل شده با پرتال های بین دستگاهی را مورد بازبینی قرار دهند و همچنین با پرتال های بین دستگاهی غیر مرتبط پیوند برقرار نکنند.

تکنولوژی های کاربردی**هوش مصنوعی**

در حال حاضر و در آینده نیز انتظار می رود که نفوذ هوش مصنوعی و کاربرد آن در صنعت های مختلف مشاهده شود. وب نیز از این قاعده مستثنی نیست. یادگیری ماشین بخشی از هوش مصنوعی است که خود می تواند روی آنالیزهای دنیای وب تاثیر بسیار بزرگی داشته باشد. تا به اینجای کار آنالیزها بیش از پیش تنها رویکردی واکنشی داشته اند: از داده ها یک لاگ گرفته می شد و برای نسخه بعدی از آن استفاده می کردیم. اما در ۲۰۱۹ انتظار می رود که این داده ها با تحلیل خود وب سایت و با هدف بهبودی تجربه کاربری یک کاربر، منحصرأ شکل بگیرد و تغییر بکند. این بدان معناست که براساس داده هایی که از یک کاربر موجود است، اپلیکیشن خود را با آن تغییر می دهد و تجربه کاربری ایده آلی را برای وی ایجاد می کند. این کار باعث می شود که یک وبسایت یا اپلیکیشن با میزان شخصی سازی بسیار بالا شکل بگیرد که ویژگی ها و رفتارهای متفاوتی را در خود دارد.

رابطه های صوتی

با فراگیرتر شدن دستیارهای صوتی رابطه های مکالماتی تقریباً در حال تبدیل شدن به یک جزء اصلی از اپلیکیشن های مختلف هستند. همانطور که کاربران بیشتری روزانه در حال استفاده از یک دستیار صوتی برای تعامل برقرار کردن با دنیای وب هستند، توسعه دهندگان نیز نیاز دارند تا چنین قابلیت هایی را در اپلیکیشن ها و وبسایت های خودشان پیاده سازی بکنند. تصور بکنید که کاربری روی صندلی نشسته و دوست دارد که از دستیار صوتی اش بخواهد تا مقاله ای که روی وبسایت شما قرار دارد را بخواند. این قابلیت نه تنها به تمام کاربران برای دسترسی و استفاده راحت از سایت کمک میکند همچنین می تواند رویکردی مفید برای افراد ناتوان باشد.

طراحی بدون دکمه ای

در سال ۲۰۱۹ رابط های کاربری به سمت ساده گی با کارایی بالا می روند. منظور از طراحی بدون دکمه طراحی قسمت های مختلف بدون نیاز به فشردن دکمه یا کلیک کردن می باشد. از مثال

هایی که میتوان برای این نوع طراحی آورد، طراحی استوری اینستاگرام است که بدون هیچ دکمه ای میتوان به استوری بعدی بروید.

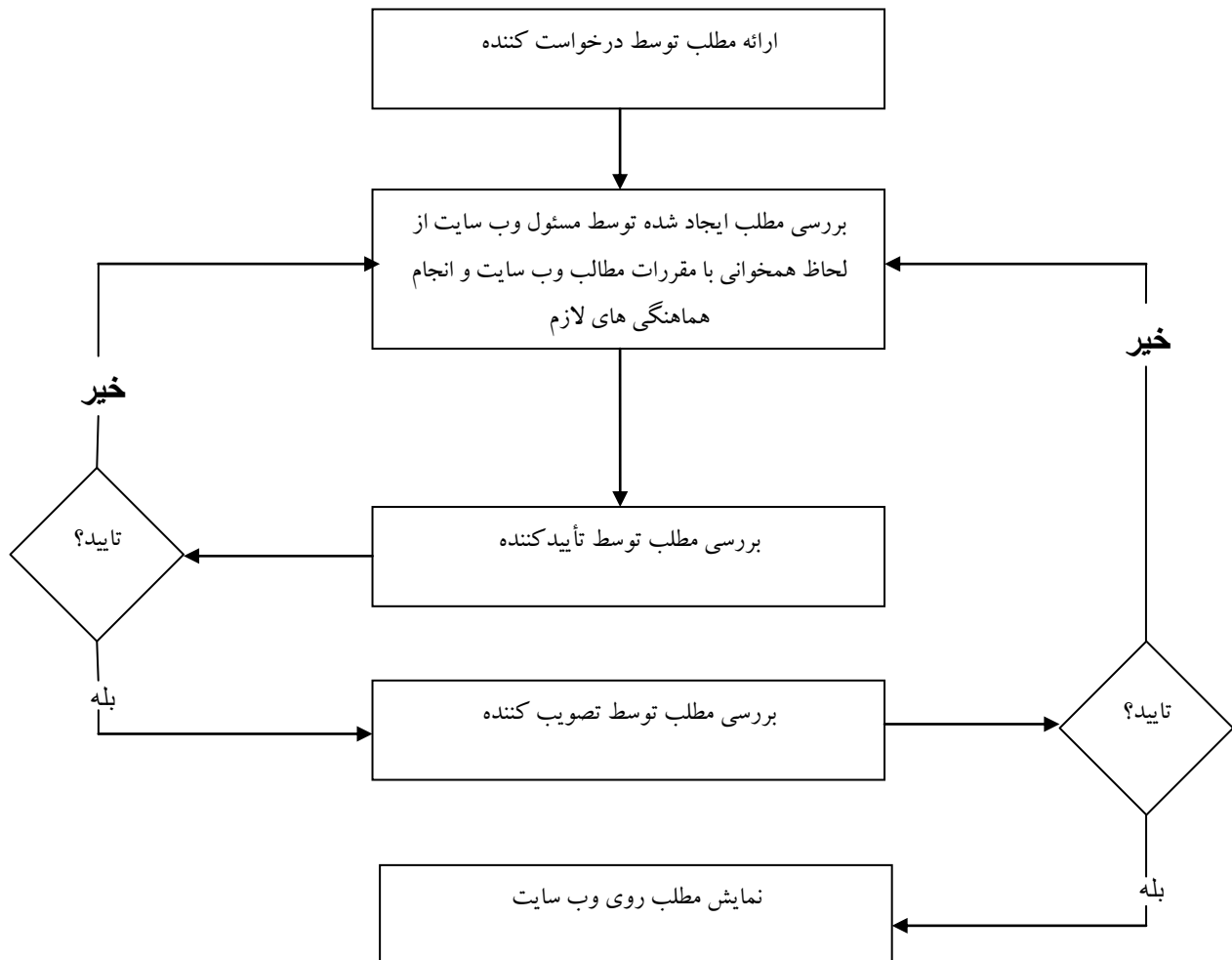
استفاده از طراحی واکنشگرا (ریسپانسیو)

امروزه که اکثر کاربران باگوشی و تبلت به وب گردی می پردازند و به این خاطر قابلیت واکنشگرا حتما در طراحی سایت باید در نظر گرفته شود. هدف از طراحی سایت ریسپانسیو راحتی کار کاربران و عدم بهم ریختگی وب سایت ما و همچنین حذف نسخه موبایل می باشد زیرا در طراحی نسخه موبایل نیاز به دو طراحی داریم که با تکنولوژی ریسپانسیو نسخه های موبایل منسوخ گردیدند. از مزایای طراحی سایت ریسپانسیو میتوان به سازگاری با اسمارت فون ها، تبلت ها و نوت بوک ها و غیره اشاره نمود. در کل بزرگترین مزیت سایت های ریسپانسیو افزایش آمار بازدید و افزایش رنکینگ و سازگاری باتمام مرورگرها و غیرمیتوان اشاره کرد.

استفاده از روانشناسی رنگ ها

یک طراح خوب باید بر علم روانشناسی رنگ ها تسلط داشته و تاثیر رنگ ها بر بیننده را بداند، اصول رنگ بندی و استفاده از رنگ ها در طراحی سایت می بایست بصورت اصولی انجام شود زیرا اولین چیزی که کاربر آن را خواهد دید ظاهر و قالب سایت و تاثیر آن بر روح و احساس بیننده است که او را به ادامه کار ترغیب می کند. در طراحی کاربر پسند از رنگ ها استفاده بجا و مناسب نمائیم. مثلا برای وب سایت های تجاری و سازمانی از رنگ های آبی، خاکستری، سفید، سبز پررنگ و ترکیب آنها استفاده کنیم. در طراحی سایت کاربر پسند به این مقوله توجه فراوان نمائیم زیرا دید کلی و گیرایی سایت بر روی رنگ و ظاهر سایت ما می باشد.

فرآیند به روز رسانی محتوای وب سایت



سئو - بهینه سازی سایت

سئو برگرفته از عبارت Search Engine Optimization است که کلمات معادلی چون SEO یا بهینه سازی موتور جستجو دارد که همگی آنها به یک معنی می باشند و می توان آن را بصورت زیر تعریف نمود:

سئو (بهینه سازی موتور جستجو) به معنای فریب و یا دستکاری موتورهای جستجو با روش های غیر اخلاقی نیست. آن ها برای کمک کردن به بهبود رویت و ارتباط وب سایت ها در نتایج جستجوی طبیعی با هدف رسیدن به رتبه بندی بالا، ایجاد شده اند.

سئو را می توان مجموعه ای از روش ها برای تغییر استراتژیک وب سایت ها دانست. این فرآیند به بیان مهمترین عوامل مرتبط صفحه و افزایش اهمیت آن در صفحه نتایج جستجو، می پردازد. سئو فرآیند ساده ای نیست که به راحتی پیاده سازی شود زیرا نیازمند دانش زیاد، علم پیش زمینه ای و صبر است. موتورهای جستجو با تغییر مداوم الگوریتم های رتبه بندی خود غیر قابل پیش بینی هستند، بنابراین وظیفه مهندسين سئو بروز نگه داشتن اطلاعات خود در این زمینه است. الگوریتم رتبه بندی گوگل دارای بیش از ۲۰۰ معیار جهت رتبه بندی یک سایت است. از این رو مهندسين سئو می بایست مهمترین این معیارها را جهت پیاده سازی موفق سئو بدانند.

بطور کلی اهداف سئو را می توان بصورت زیر خلاصه نمود:

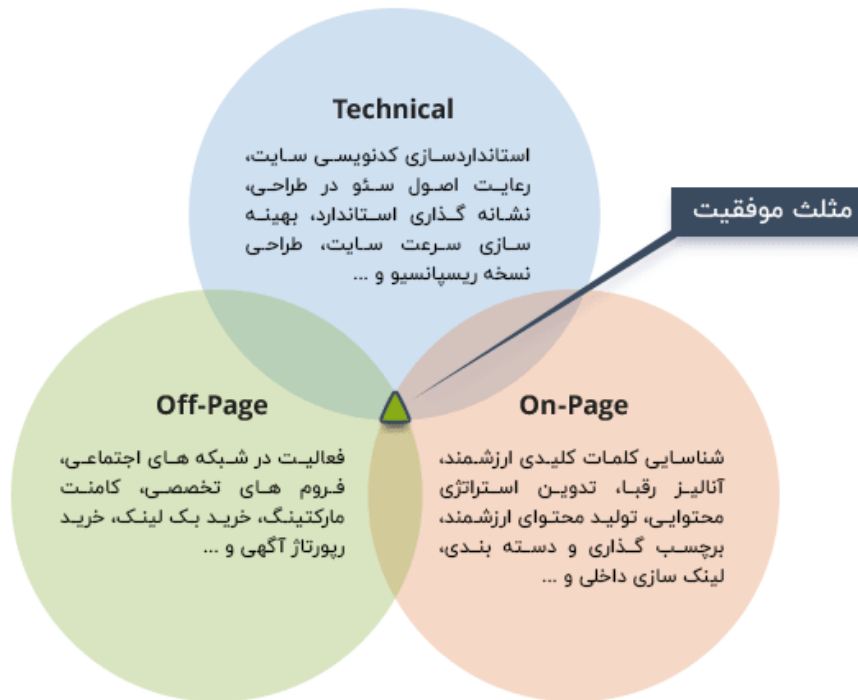
- در بازدید وب سایت تاثیر بسزایی دارد
- باعث ایجاد برند می شود
- باعث افزایش ترافیک سایت خواهد شد
- باعث شده وب سایت در صفحه نتایج موتور جستجو از رتبه بهتری برخوردار شد
- باعث افزایش فروش محصولات خواهد شد
- بهترین ابزار برای تبلیغات است

استراتژی های بهینه سازی زیادی برای توسعه وب وجود دارد:

- بهبود ساختار سایت
- استراتژی کلمات کلیدی
- استراتژی URL
- بهینه سازی کد
- پردازش کردن متن
- بهینه سازی لینک های ورودی
- استراتژی نام دامنه و هاست

مهمترین مراحل سئو سایت چیست؟

سئو و بهینه سازی یک سایت فرآیندی زمانبر و مستمر است. تکنیک ها و روش های زیادی برای کسب جایگاه بهتر در نتایج گوگل وجود دارد که هر کدام میتوانند تاثیر مثبتی در این فرآیند داشته باشند. برای موفقیت در سئو هر سایت نیازمند ۳ بازوی اصلی هستیم که عبارتند از:



۱- سئو تکنیکال

استانداردسازی کدنویسی سایت، رعایت اصول سئو در طراحی، نشانه گذاری استاندارد، بهینه سازی سرعت سایت، طراحی نسخه ریسپانسیو و مواردی از این دست را سئو تکنیکال می نامیم. برای شروع فعالیت های مرتبط با بازاریابی محتوا پیش از هر چیز به یک بستر قدرتمند و سایت استاندارد نیاز خواهیم داشت.

۲- بازاریابی محتوا

فعالیت هایی شامل شناسایی کلمات کلیدی ارزشمند، آنالیز رقبا، تدوین استراتژی محتوایی، تولید محتوای ارزشمند، برچسب گذاری و دسته بندی، لینک سازی داخلی و... رامیتوان بخشی از فرآیند بازاریابی محتوا دانست. موفقیت در سئو بدون محتوا تقریباً غیرممکن است.

۳- لینک سازی هدمند

رعایت استانداردهای سئو تکنیکال و تولید محتوای ارزشمند میتواند شما را به صفحه اول نتایج گوگل برساند ولی برای کسب رتبه ۱ و رقابت با سایت های قدیمی تر شما نیازمند لینک سازی خارجی برای سایت خود هستید. فعالیت در شبکه های اجتماعی، فروم های تخصصی، کامنت مارکتینگ، خرید بک لینک، خرید رپورتاژ آگهی و ... را اصطلاحاً SEO Off-page می نامیم.

این پژوهش استراتژی بهینه سازی شرکت گوگل را بر اساس فاکتورهای مختلف بررسی و توضیح داده است.

معیارهای مربوط به محتوا و صفحات داخلی و On Page Seo

- عمر صفحه (هر چه بیشتر بهتر)
- نداشتن باگ و خطا داخل کد های نوشته شده
- سرعت بارگذاری صفحه (سرعت بارگذاری بیشتر بهتر است!)
- تعداد لینک های سالم موجود در صفحه
- آدرس مرتبط با محتوای نوشته
- کلمات کلیدی مناسب در تگ عنوان
- کلمات کلیدی در تگ متن (محتوا)
- عدم وجود محتوای یکسان با صفحات سایت های دیگر
- طول آدرس صفحه
- وجود تصاویر بهینه سازی شده
- مقدار و فاصله بروزرسانی صفحه

معیار های مرتبط با طراحی سایت

- طراحی واکنش گرا و ریسپانسیو (سازگاری وبسایت در مرورگرهای گوشی تلفن همراه)
- سرعت بالای بارگذاری وب سایت
- طراحی قالب متناسب با استاندارد های موجود
- پسوند دامنه (مثلا وب سائیتی داریم که یک وب سائیت چند زبانه است و برای چند کشور و زبان مختلف طراحی شده است در
- این صورت دامنه .COM مناسب تر است. یا مثلا فرض کنید سائیتی داریم که مطعلق به ایران است و تمامی مطالبش هم
- فارسی است. برای این سائیت پسوند .IR مناسب تر از پسوند های دیگر است.)

- وجود کلمه کلیدی در نام دامنه (مثلا یک سایت با موضوع دانلود بهتر است کلمه download در دامین خود داشته باشد.)
- مشخص بودن اطلاعات صاحب امتیاز دامنه
- عمر دامنه (هر چه بیشتر بهتر)
- تعداد صفحات سایت
- عدم سنوی بیش از حد و عدم استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی
- عدم استفاده از سنوی کلاه سیاه
- وجود لینک های شبکه های اجتماعی در سایت
- سابقه خوب و نداشتن تخلف
- عدم وجود هر نوع محتوای پنهان شده و قفل شده
- کلمات کلیدی موجود در ساب دامین (زیر دامنه)
- به روزرسانی سایت (تعداد و فاصله ها)
- برگه های درباره ما، ارتباط با ما و ...
- عدم وجود تبلیغات بیش از حد و سنگین (مانند پاپ آپ ها)
- تعداد لینک های ارجاع داده شده از سایت های معتبر دیگر
- وجود نقشه از سایت
- موقعیت مکانی سرور سایت
- عدم وجود زمان های خرابی سایت و یا زمان های که سایت از دسترس خارج شود
- عدم وجود توضیحات تکراری و استفاده شده در متن محتوا در توضیحات متا
- مقدار رضایت کاربران با توجه به نظرات آن ها
- بیشتر بودن زمان بازدید از سایت

معیار های مرتبط با بک لینک (لینک های ورودی از سایت های دیگر)

- تطابق بیشتر وب سایت بک لینک دهنده با معیار های بالا (به خصوص عمر سایت)
- عدم وجود لینک های تبادلی
- عدم دریافت تعداد زیادی لینک در بازه زمانی کوتاه

- محل قرار گرفتن لینک ما در سایت لینک دهنده
- عدم تطابق آبیی سایت ها با یکدیگر
- زمان وجود لینک سایت شما
- تعدادبک لینک های تصویری
- تعداد لینک های موجود در سایت بک لینک دهنده
- ارتباط موضوع بک لینک
- تعداد دامنه های بک لینک دهنده به سایت ما
- بک لینک از طرف سایت های رقیب
- زبان سایت بک لینک دهنده
- دامین سایت بک لینک دهنده (مثلا اگر از دامین ir. استفاده میکنید بهتر است یک سایت با دامین ir. به سایت شما ارجاع دهد.)

معیار شبکه های اجتماعی

- تعداد لایک ها
- انتشار مطالب سایت در شبکه های اجتماعی بدون توقف
- تعداد توییت ها
- محبوبیت حساب کاربرانی که پست شما را لایک می کنند یا شما را دنبال می کنند در توییتز
- تعداد لینک های شما در فیسبوک
- تعداد نظرات در فیسبوک
- محبوبیت حساب کاربرانی که پست شما را لایک می کنند یا شما را دنبال می کنند در فیسبوک
- به اشتراک گذاری مطالب در گوگل پلاس
- تعداد لایک های مطالب در گوگل پلاس
- تعداد افرادی که شما را در گوگل پلاس در حلقه خود قرار داده اند و تعداد افرادی که شما را دنبال می کنند
- اعتبار و محبوبیت حساب کاربران گوگل پلاس

خلاصه ای از مهمترین معیارهای سئو جهت استاندارد سازی

- بهینه سازی عنوان و توضیحات صفحات
- ساختار آدرس دهی بهینه در سایت
- نوار breadcrumb برای انتقال راحت کاربر بین صفحات
- لینک های داخلی به محتوای صفحات
- استفاده از هدینگ ها در صفحه و بهبود مقالات برای خواندن
- ساختن صفحه ۴۰۴ اختصاصی
- بهینه سازی عکس ها
- افزایش سرعت بارگزاری صفحات
- گرفتن بک لینک از سایت های دیگر
- واکنشگرا کردن ساختار سایت برای موبایل
- ایجاد نقشه سایت xml
- بالا بردن کیفیت محتوا
- بروزرسانی وب سایت با محتوای تازه
- بررسی لینک های شکسته

عنوان یک صفحه یکی از مهم ترین بخش های سئو محسوب می شوند. عناوین صفحه در حال حاضر بیشتر برای گوگل اهمیت پیدا کرده است.

مهم ترین ویژگی یک عنوان بهینه برای صفحه شامل موارد زیر می شود:

- هر صفحه باید یک عنوان منحصر به فرد داشته باشد که موضوع آن صفحه را مشخص کند
- مختصر و توصیفی باشد
- به کاربر این اطمینان را دهد که با انتخاب آن میتواند به مفهوم آن صفحه با محتوای سایت برسد

تگ توضیحات متای صفحه هم مهم است. این به کاربران گوگل و سایر موتورهای جستجو این امکان را می دهد که خلاصه ای از آنچه که ارائه میکنید را بخوانند و انتخاب کنند.

ساختار لینک های اصلی سایت

- لینک ها به صورتی باشند که هم برای کاربر و هم برای موتورهای جستجو قابل درک باشند
- برای فاصله بین کلمات آدرس از “-” استفاده کنید نه المان هایی مثل “_”
- از آدرس های طولانی با اطلاعات اضافه اجتناب کنید
- از واژه های توصیفی برای آن صفحه استفاده کنید

استفاده از نشانگر مسیر آدرس کاربرد breadcrumb

مانند:

خانه « مقالات سئو » محتوای سئو شده چیست؟

لینک سازی داخلی برای ایجاد ارتباط معنایی بین صفحات

زمانی که از لینک های داخلی صحبت میکنیم به معنی ایجاد یک پیوند از یک صفحه داخلی به یک صفحه داخلی دیگر از سایت خودمان هست. پیوند داخلی یک عامل بسیار مهم برای درک مفهوم سایت توسط موتورهای جستجو و بالا بردن رتبه سائتاست.

حالت های مختلف متن و هدینگ های h1, h2 تا h6

مطلبی را در سایت بدون اینکه قالب بندی کنید منتشر نکنید این برای تجربه کاربری مناسب نیست.

دستورالعمل های عمومی برای قالب بندی پست یا صفحه در وب سایت شما:

- عنوان صفحه را در تگ هدینگ h1 قرار دهید
- از تگ h2 برای زیر موضوعات اصلی خودتان استفاده کنید
- برای جلب توجه کاربران از بولد و ایتالیک کردن متن هم میتوانید بهره ببرید
- از تگ h2 برای همه سرفصل های خود استفاده نکنید از h3 نیز استفاده کنید
- پاراگراف های متن را سعی کنید کوتاه تر بنویسید
- از سایز فونتی استفاده کنید که برای خواندن کاربر بهینه باشد

صفحه ۴۰۴ اختصاصی

- SEO در مورد بهبود تجربه کاربر است و یک صفحه ۴۰۴ مناسب که به طور اختصاصی برای سایت شما طراحی شده است میتواند به این هدف کمک کند.
- صفحه ۴۰۴ زمانی نشان داده میشه که کاربر وارد لینکی شود که حذف شده از سایت یا خراب شده است و به هر حال با پیغام صفحه ای که به دنبالش هستید وجود ندارد مواجه می شود.