



# Google

## Search Console

کتاب راهنمای جامع  
کنسول جستجوی گوگل





کتاب راهنمای جامع  
کنسول جستجوی گوگل

“ تقدیم به مادرم  
که هر چه هستم از درایت اوست.”

با تشکر از تمامی کسانی که در تهیه این اثر مرا یاری نمودند  
بهاره سادات حسینی . محمدامین اسماعیلی . شادی پناهی

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به آژانس خلاقیت وبسیما می باشد

## امیرحسین اسماعیلی

مدیرعامل آژانس خلاقیت وبسیما

کارشناس حرفه ای بازاریابی آنلاین

کارشناس حرفه ای تحلیل Google analytics

کارشناس رسمی woorank

مشاور بازاریابی معتبرترین برندهای داخلی و خارجی



## فهرست

۰	• مقدمه
۳	• Site Dashboard
۴	• Site Messages
۵	Search Appearance
۷	Structured Data
۱۱	Data highlighter
۱۶	HTML Improvements
۱۸	لینک های سایت (Site Links)
۲۱	• Search Traffic
۲۱	Search Queries
۳۰	Links to your site
۳۳	لینک داخلی
۳۵	Manual Actions جریمه دستی
۳۷	جریمه الگوریتم پنگوئن
۳۸	جریمه الگوریتم پاندا
۴۱	• Google Index
۴۱	Content Keyword چیست ؟
۴۳	Index Status
۴۷	Remove URLs
۴۹	• Crawl
۴۹	Crawl Stats
۵۲	Crawl Error
۵۵	Fetch as Google
۵۷	Fetch and Render
۵۹	robot.txt Tester
۶۴	Sitemaps
۷۱	• معرفی ربات های گوگل

## مقدمه

### گوگل وبمستر (کنسول جستجو) چیست؟

گوگل وبمستر سرویسی رایگان است که گوگل ارائه می دهد و به شما کمک می کند که حضور سایت خود را در نتایج جستجوی گوگل دیدبانی و نگهداری کنید. برای اینکه سایت شما در نتایج جستجوی گوگل لحاظ شود شما نیازی به عضویت در گوگل وبمستر ندارید. اما ثبت نام در سایت گوگل وبمستر به شما کمک می کند تا متوجه شوید که گوگل سایت شما را چگونه می بیند و برای بهینه سازی سایت خود چه مواردی است که می بایست رعایت کنید.

## چرا باید از گوگل وبمستر استفاده کنیم؟

۱. شما به وسیله ابزار گوگل وبمستر می توانید کارایی سایت خود را زیر نظر بگیرید، برای مثال:

- با استفاده از گوگل وبمستر اطمینان می یابید که گوگل به سایت شما دسترسی دارد.
- در گوگل وبمستر درخواست بررسی محتوای جدید اضافه شده توسط موتورهای جستجوی گوگل را دهید و یا دسترسی ربات های گوگل را به بخشی از محتوای خود مسدود کنید.
- تحت نظر قرار دادن محتوای سایت و بررسی گرافیکی و نموداری عملکرد آن در نتایج جستجوی گوگل در گوگل وبمستر انجام می پذیرد.
- مراقبت از سایت با حداقل اختلال و افت در وضعیت سئو .
- Malware و اسپم ها را در سایت خود شناسایی کرده و از بین ببرید تا سایت شما پاک بماند.

۲. به وسیله ی ابزار گوگل وبمستر می یابید که کاربران و گوگل چگونه سایت شما را می بینند، برای مثال:

- با استفاده از گوگل وبمستر می توان دریافت که چه سوالی توسط کاربر باعث می شود تا گوگل سایت شما را نمایش دهد؟
- آیا برخی از سوال ها باعث افزایش بازدیدکنندگان به سایت شما نسبت به بقیه سایت ها می شود؟
- آیا قیمت محصولات، اطلاعات تماس شرکت و اطلاعات high light شده در rich snippet سایت شما قرار دارد؟
- چه سایت های به وب سایت شما لینک داده اند؟
- آیا کارکرد سایت شما مناسب افرادی که با موبایل در گوگل جستجو می کنند، می باشد یا خیر؟

## گوگل وبمستر مناسب چه افرادی است ؟

گوگل وبمستر مناسب همه ی کسانی است که وب سایت دارند چه افراد عمومی و چه افراد متخصص. چه تازه کارها و چه حرفه ای ها.

### صاحبان کسب و کار و نمایندگان:

حتی اگر نمی دانید که چگونه از گوگل وبمستر استفاده کنید باید از آن آگاه باشید و یک سری کارکرد های ابتدایی از آن را یاد بگیرید. شما ممکن است فردی را مسلط به گوگل وبمستر برای تنظیم سایت روی ابزار گوگل وبمستر استخدام کنید در این صورت شما می توانید با آن فرد متخصص همکاری کنید تا اطمینان یابید به همه ی گزارشات مربوط به سایت خود دسترسی و کنترل دارید. به علاوه این موضوع سبب می شود تا درباره ی کارایی سایت خود در نتایج جستجو اطلاعات داشته و به کمک آن تصمیمات بزرگ کاری در باره ی سایت خود بگیرید.

### متخصصان سئو و فروشندگان آنلاین:

به عنوان کسی که بر روی بازاریابی آنلاین تمرکز دارد، ابزار گوگل وبمستر به شما کمک می کند تا میزان بازدیدکنندگان سایت خود را تحت نظر بگیرید، رتبه سایت خود را بالا ببرید و درباره ی حضور در نتایج جستجو تصمیماتی بر پایه ی اطلاعات درست بگیرید. گوگل وبمستر به شما کمک می کند که یک آنالیز بازاریابی حرفه ای تر در مقایسه با دیگر ابزار گوگل مثل Google Trends ، Analytics و Ad Words داشته باشید.

### مدیران سایت:

به عنوان ادمین سایت، شما می بایست مراقب سلامت سایت خود باشید. گوگل وبمستر به شما کمک می کند که خطاهای سرور، بارگذاری سایت و مشکلات امنیتی مثل Malware و هک شدن را برطرف کنید.

### توسعه دهندگان وب:

اگر شما در حال ایجاد کد نشانه گذاری برای سایت خود هستید ابزار گوگل وبمستر مشکلات موجود در کد نشانه گذاری را تحت نظر گرفته و رفع می کند مانند خطاهای موجود در اطلاعات ساختار یافته.

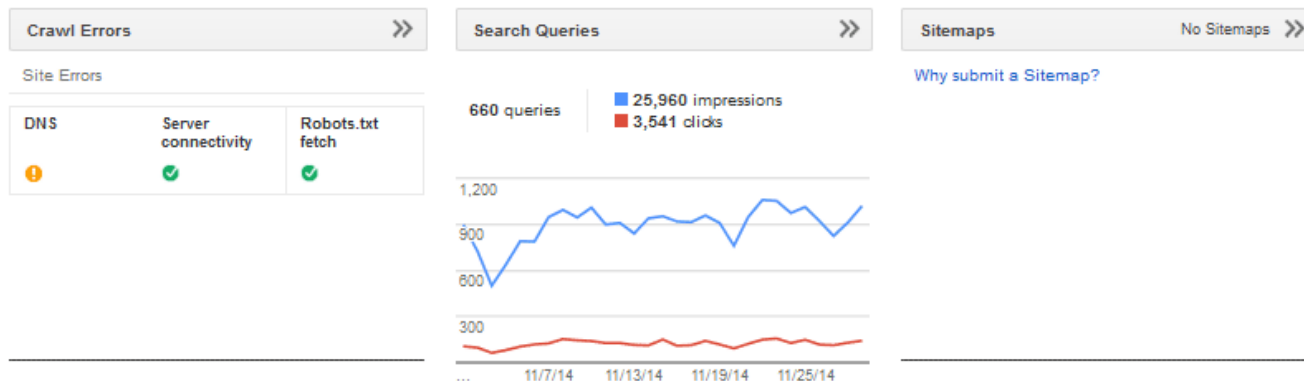


# Site Dashboard

## New and important

No new messages or recent critical issues. [View all](#)

## Current Status

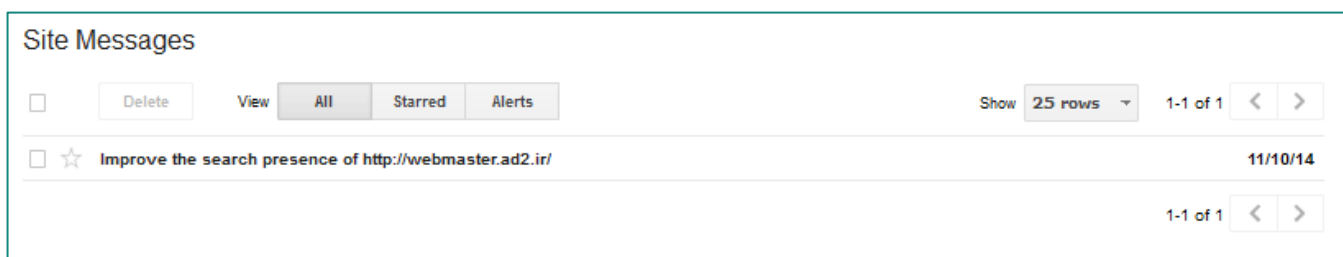


## Site dashboard گوگل وبمستر چیست ؟

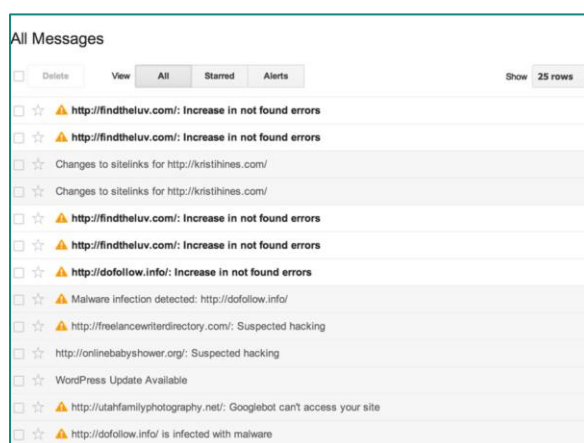
هنگامی که شما در ابزار گوگل وبمستر بر روی سایت خود کلیک می کنید، صفحه SITE DASHBOARD به شما نمایش داده می شود. در بخش SITE DASHBOARD شما می توانید خیلی سریع به پیغام ها، خطاهای دسترسی گوگل یا همان Crawl Errors، خطاهای سایت و میزان دیده شدن سایت شما در نتایج جستجو یا همان search queries و تعداد کلیک های سایت و تعداد URL های سایت شما که توسط site maps دستیابی شده، دسترسی پیدا کنید. اگر چیزی برای نگرانی وجود داشته باشد شما می توانید بر روی یکی از این بخش ها کلیک کنید.

## Site Messages

در ابزار وب مستر سایت شما بخش Site Messages وجود دارد.



اینجا مکانی است که شما هر هشدار را درباره ی سایت خود دریافت می کنید، که می تواند شامل هشدار وجود malware، لینک های ساختگی و یا هر هشدار دیگری در رابطه با سلامت سایت شما در جستجوی گوگل باشد.



اگر شما چند سایت را در گوگل وبمستر مدیریت می کنید می توانید به بخش message list رفته و همه ی پیام ها را به یکباره مشاهده کنید. بهتر است که پیغام ها را bookmark کنید و در فواصل معین به هر کدام از آنها رسیدگی کنید.

## Search appearance

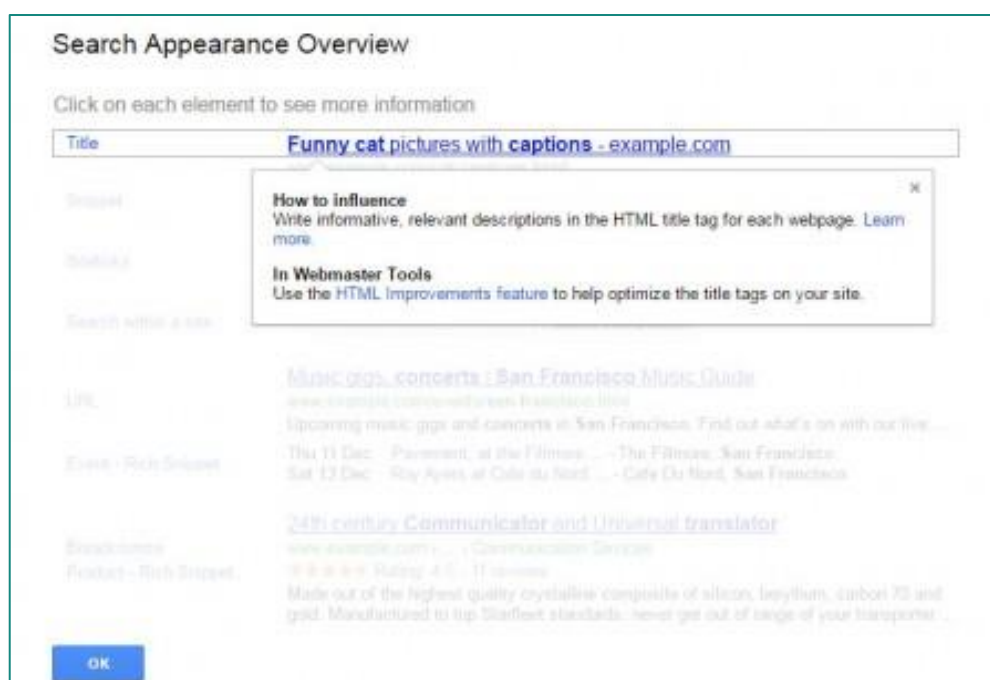
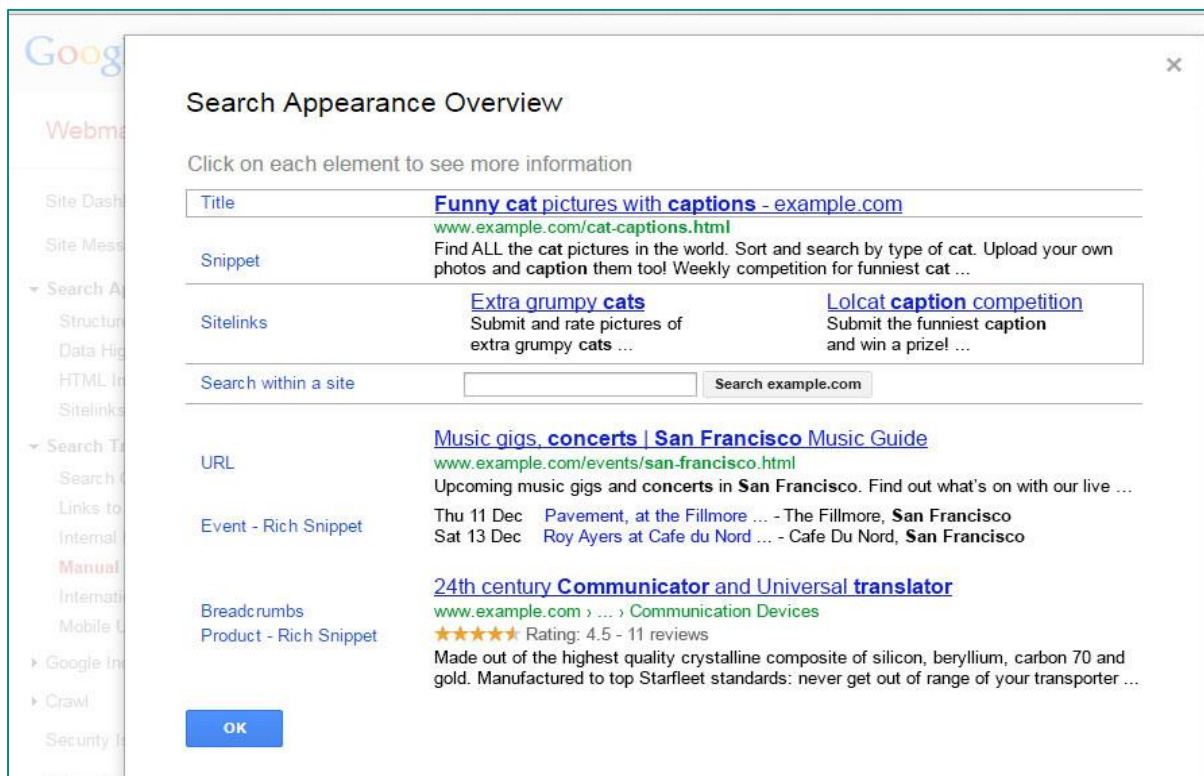
تجسم کنید که سایت شما چگونه در صفحه نمایش جستجو ظاهر می شود.

Search appearance از یک سایت نمونه برای به تصویر کشیدن عناصری از یک سایت که در نتایج جستجوی گوگل نمایش داده می شود استفاده می کند. شما می توانید از پاپ-آپ ویندوز برای تجسم اینکه سایت شما چگونه در صفحه نمایش نتایج جستجو ظاهر می شود، استفاده کنید. و درباره تغییرات محتوا و دستورالعمل هایی که برای تاثیر گذاشتن روی سایت شما در نتایج جستجو لازم است بیشتر یاد بگیرید. این المان های تاثیر گذار در صفحه نتایج جستجو شامل گزینه هایی ضروری مثل عنوان، snippet و آدرس url و المان های اختیاری مثل لینک سایت، گزینه جستجو در داخل سایت و همچنین محصولات و وقایع مورد استفاده در rich snippet است.

### چگونه از Search appearance در گوگل وبمستر استفاده کنیم ؟

۱. برای دستیابی به پاپ-آپ ویندوز بر روی آیکن i کنار فهرست Search Appearance در منوی ساید بار کلیک کنید.
۲. سپس بر روی هریک از المان های نمایش داده شده کلیک کنید تا دو گزینه ی زیر را مشاهده کنید.
  - How to influence تغییراتی که محتوا و دستورالعمل هایی که برای تاثیر گذاری در المان های ذکر شده ه نیاز است را برای شما تهیه می کند.
  - بخش In Webmaster Tools به شما لینک قسمت هایی از ابزار وب مستر را می دهد که در آن بخش می توانید المانی که در بخش قبل نمایش داده شد و شما بر روی آن کلیک کرده اید را مدیریت کنید.

۳. سایت خود را بررسی کنید تا شاید بتوانید تغییراتی جهت بهبود آن انجام دهید. در نظر داشته باشید که المان های نمایش گذاشته شده فقط مثال هایی از عوامل موثر در بهینه سازی نحوه نمایش سایت شما در صفحه نتایج جستجو است و همه ی موارد را شامل نمی شود.



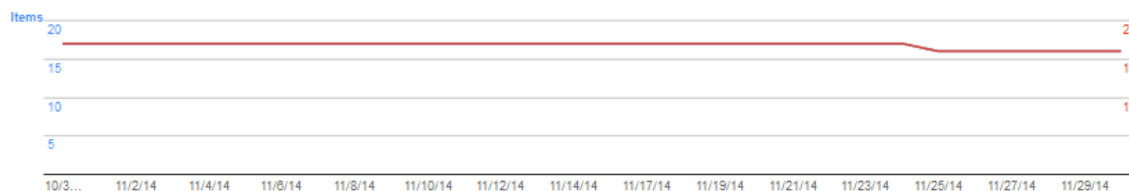
# Structured Data

## Structured Data

Status: 11/30/14

16 Items [?](#) on 16 pages

16 Items with Errors [?](#) on 16 pages



Download

Show 25 rows 1-1 of 1

Data Type	Source	Pages	Items	Items with Errors
hentry	Markup: microformats.org	16	16	16

1-1 of 1

اگر گوگل متوجه کد نشانه گذاری در سایت شما شود می تواند آنها را به rich snippets سایت شما اضافه کند. برای مثال rich snippets یک رستوران می تواند میانگینی از تعداد بازدیدکنندگان و یا رنج قیمت ها باشد. شما برای اضافه کردن این کدهای نشانه گذاری می توانید از فرمت های schema.org مثل RDF و Microdata یا شیوه های دیگر مثل Microformats و Data Highlighter گوگل وبمستر وجود دارند که میتوان از آنها نیز استفاده کنید. صفحه ی Structured Data در گوگل وبمستر به شما اطلاعاتی راجع به دستورالعمل های ساختار یافته که گوگل قادر به کشف آن در سایت است ، می دهد و همچنین پیام های خطایی در صفحه نشانه گذاری که مانع از نمایش rich snippet سایت شما می شود را نمایش می دهد.

## ورود به صفحه ی Structured Data در گوگل وبمستر

۱. در صفحه ی اصلی گوگل وبمستر بر روی سایت مورد نظر خود کلیک کنید.
۲. در پنل مدیریت روی Search Appearance کلیک کنید
۳. وارد بخش Structured Data شوید.
۴. صفحه ی Structured Data هر نوعی از اطلاعات ساختار یافته که در سایت شما یافت شده است را نمایش می دهد.

## Structured Data برای هر کدام از اطلاعات ساختار یافته موارد زیر را لیست می کند:

۱. تعداد آدرس های url روی سایت که شامل اطلاعات ساختار یافته اند.
  ۲. تعداد کل اطلاعات ساخت یافته روی سایت.
  ۳. تعداد خطاهایی که اطلاعات ساختار یافته دارند.
  ۴. انواع داده های ساختار یافته با بیشترین میزان خطا در ابتدای لیست فهرست می شود. بنابراین می توانید ابتدا آنها را تصحیح کنید.
- اگر شما از microformats, microdata و یا RDFa برای اضافه کردن اطلاعات ساختار یافته در یک صفحه استفاده می کنید که در صفحه ی Structured Data لیست نشده است از ابزار Structured Data Testing Tool برای بررسی اینکه آیا گوگل قادر به دسترسی و فهم محتوای ساختار یافته ی مورد نظر است استفاده کنید.

## مراحل شناخت و تصحیح خطاهای کد نشانه گذاری

۱. بررسی کنید کدام یک از اطلاعات ساختار یافته دارای خطا هستند: شما می توانید هر نوع از اطلاعات سایت خود را در جدول ببینید، برای کمک در الویت بندی شما، یک پیش طبقه بندی وجود دارد که آیتم های دارای بیشترین خطا در صدر جدول قرار می گیرند. در این بخش عبارت “item” اشاره به تگ های html موجود در source کد صفحه دارد. برای مثال اگر شما اطلاعات یک فیلم با ۳۰۰۰ آیتم خطا دار و اطلاعات مورد دیگری با ۴۲ آیتم خطا دارید. فیلم مورد خوبی برای شروع تصحیح خطا ها است.

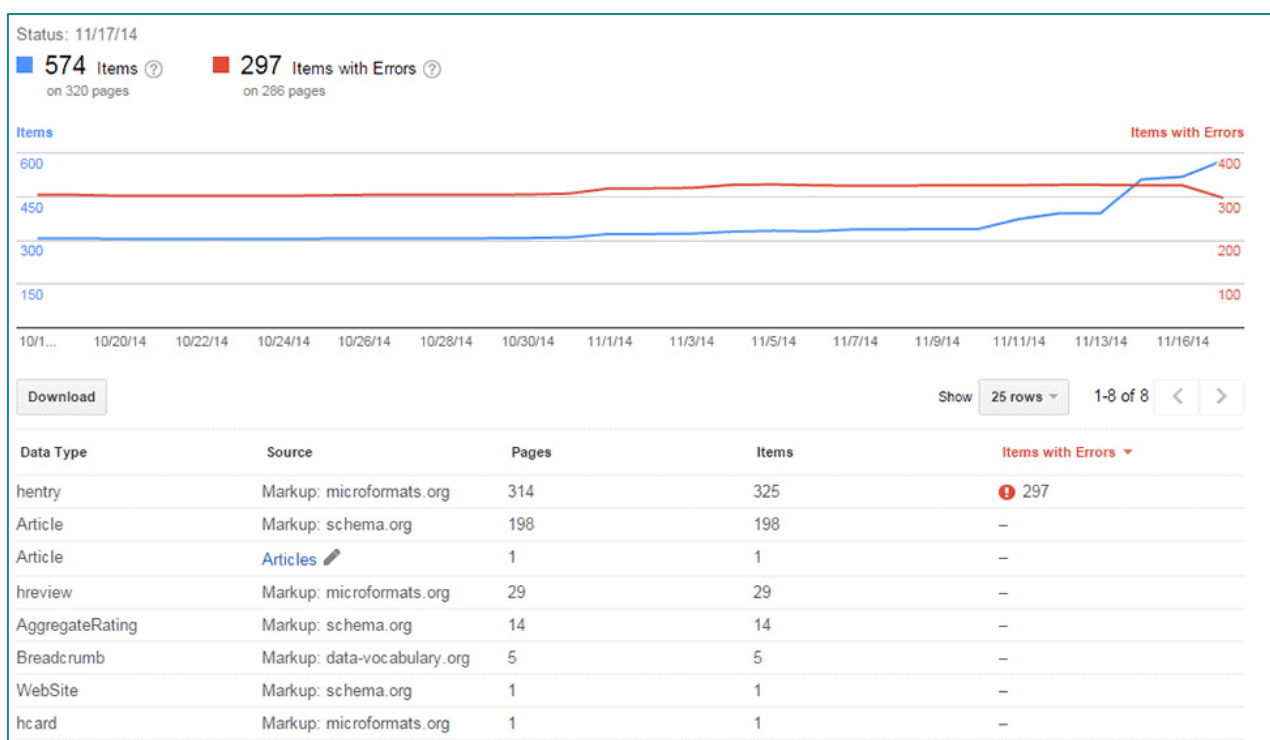
۲. روی هر کدام از اطلاعات ساختار یافته داخل جدول کلیک کنید تا با جزئیات بیشتری از اطلاعات هر آیتم را مشاهده کنید. Structured Data، هزاران آدرس url همراه با تعداد آیتم های خطا دار را به شما نمایش می دهد. شما می توانید روی هر کدام از آدرس های url کلیک کنید تا کد نشانه گذاری یافت شده شامل نوع آیتم و ویژگی های آن را مشاهده کنید.

۳. کد نشانه گذاری را در سایت خود تصحیح کنید. نحوه حل مشکل در کدهای نشانه گذاری بستگی به نحوه ی اجرای کد نشانه گذاری در سایت شما دارد. برای مثال مشکلات موجود در کد نشانه گذاری می تواند به علت تنظیمات سیستم مدیریت محتوای شما باشد.

۴. تایید کنید که کد نشانه گذاری بروز شده صحیح است: در ابزار Structured Data Testing آدرس url و یا کد html صفحه ی شامل کد نشانه گذاری را وارد کنید. حتی اگر ابزار Structured Data Testing هیچ خطایی را نشان ندهد زمان می برد تا صفحه مجدداً توسط ربات های گوگل بررسی شود و تغییرات را در Structured Data dashboard نمایش داده شود.

## چگونه از نمودار structured data استفاده می شود ؟

همانطور که در تصویر زیر مشاهده می کنید، برای نوع داده ی hentry در ۳۱۴ صفحه از سایت مورد نظر، ۳۲۵ عدد از این نوع کد نشانه گذاری hentry یافت شده که ۲۹۷ عدد از این کدها دارای خطا است.



## دو نوع خطا در اطلاعات ساختار یافته وجود دارد

- فیلدهای جا افتاده: برای مثال در rich snippet مربوط به یک حادثه، مکان جغرافیایی و ایفا کننده آن علامت گذاری شده است اما تاریخ آن ذکر نشده است.
- رتبه ی جا افتاده: برای مثال میانگین امتیاز یک محصول ۵ بوده است اما بهترین و بدترین رتبه نشانه گذاری نشده است.

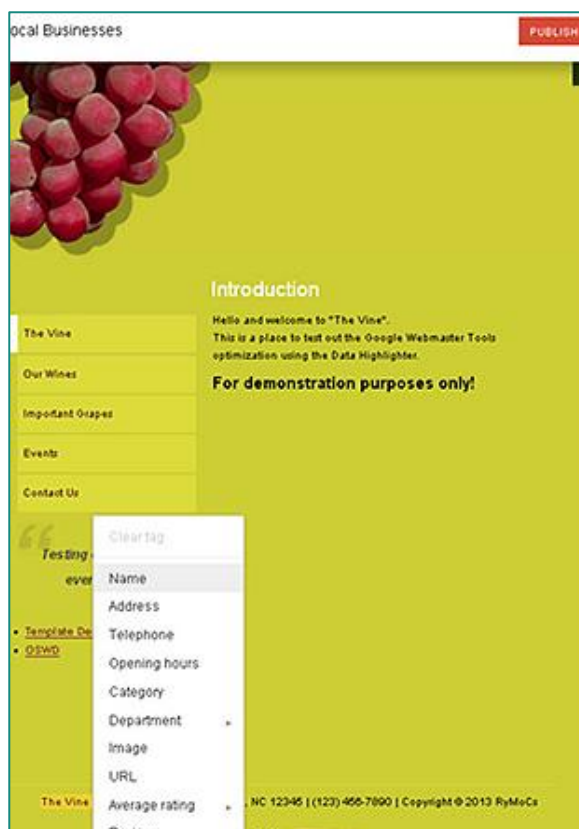


# Data highlighter

## Data Highlighter چیست ؟

Data Highlighter ، ابزار گوگل وبمستر است که الگوی داده ها و اطلاعات در سایت شما را به گوگل می فهماند. شما به راحتی می توانید از data highlighter برای تگ کردن داده های سایت خود استفاده کنید. سپس گوگل می تواند اطلاعات سایت شما را جذاب تر و به شیوه ای نو در نتایج جستجو ویا در Google Knowledge Graph نمایش دهد.

برای مثال، اگر سایت شما شامل لیستی از حوادث است، می توانید برای تگ کردن آن اطلاعات (نام، منطقه جغرافیایی، تاریخ و نظیر آن) از Data Highlighter استفاده کنید. با این کار بار دیگر که گوگل سایت شما را بررسی می کند، این اطلاعات در غالب rich snippet در نتایج جستجوی صفحات سایت شما پدیدار می شود.



Data Highlighter فقط می تواند به صفحاتی دسترسی پیدا کند که توسط گوگل بررسی شده باشد. اگر گوگل به صفحات سایت شما هنوز دسترسی پیدا نکرده است و یا مثل صفحاتی که بعد از فرم sign in قرار دارند نمی تواند به آنها دسترسی پیدا کند ، نمی توان از Data Highlighter برای آنها استفاده کرد.

تصویر سمت چپ مثالی از یک صفحه می باشد که از Data Highlighter استفاده کرده است.

## انواع اصطلاحات حمایت شده از جانب Data Highlighter

شما می توانید از Data Highlighter برای فهماندن انواع داده های زیر به گوگل استفاده کنید:

مقالات - حوادث - تجارت های محلی - رستوران ها - محصولات - برنامه های نرم افزاری - فیلم ها - سریال های تلویزیونی - کتاب ها

## سازماندهی صفحات در page set

برای اینکه به Data Highlighter بگویید که کدام یک از صفحات سایت شما شامل اطلاعات است، می توانید یک page set یا بیشتر، ایجاد کنید. page set شامل مجموعه ای از صفحات جمع آوری شده است که به طور مداوم مجموعه ای از اطلاعات رادرسایت نمایش می دهند و طوری سازماندهی شده اند که آدرس url آنها از یک الگوی ساده ای پیروی می کند.

Data highlighter برای صفحاتی که خود از کدهای نشانه گذاری مثل schema استفاده کرده اند، به کار نمی رود. البته می توانید برای آنها هم از Data Highlighter استفاده کنید اما Data Highlighter اطلاعات صفحاتی را به گوگل می شناساند که فاقد کد نشانه گذاری و اطلاعات ساختار یافته باشند.

اگر سایت شما اطلاعات مختلفی را از طرق گوناگونی سازماندهی می کند (شامل template های مختلف برای موسیقی ها و همایش ها) می توانید برای هر کدام یک pageset ایجاد کنید.

برای مثال در نظر بگیرید که یک سایت شامل موسیقی و همایش در غالب صفحات زیر است:

۱. WWW.EXAMPLE.COM/EVENTS/MUSIC/POP/POP-MUSIC.HTML
۲. WWW.EXAMPLE.COM/EVENTS/MUSIC/CLASSICAL/CLASSICAL-MUSIC.HTML
۳. WWW.EXAMPLE.COM/EVENTS-SPEAKING/EUROPE/EUROPE-REVIEWS.HTML
۴. WWW.EXAMPLE.COM/EVENTS-SPEAKING/ASIA/ASIA-REVIEWS.HTML

صفحه ۱ و ۲ می توانند در یک pageset قرار بگیرند چرا که هر دو در رابطه با موسیقی هستند و از یک الگوی url واحد استفاده می کنند.

`www.example.com/events/music*/*/`

علامت \* اجزای کلمات url است.

صفحه ۳ و ۴ می توانند در یک page set قرار بگیرند چرا که هر دو آنها در رابطه با همایش هستند و آدرس url آنها از یک الگو پیروی می کند.

`www.example.com/events-speaking*/*/`

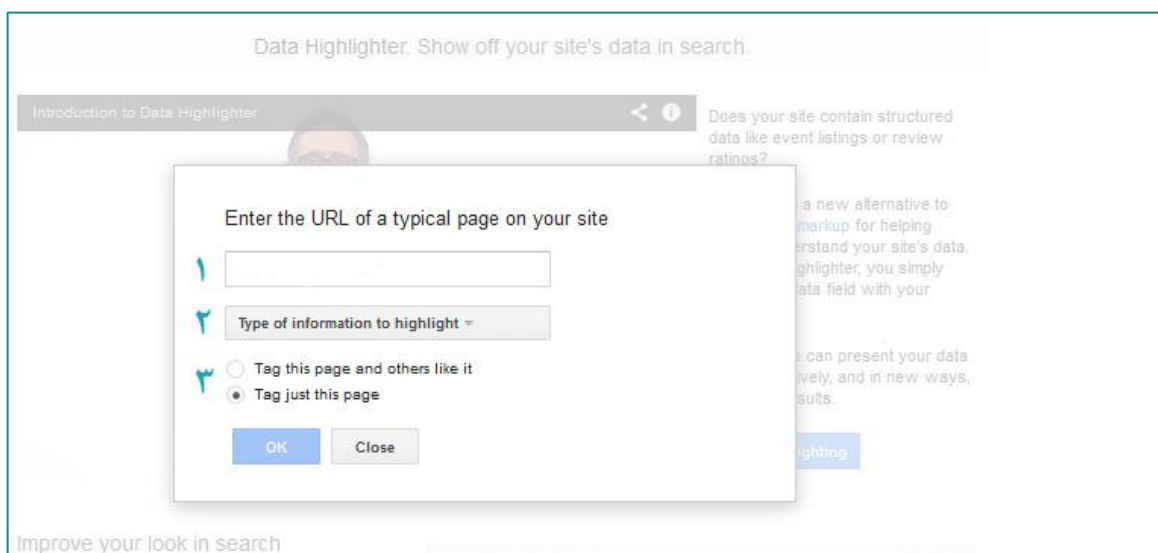
## تشخیص تغییرات Data highlighter در page set

هر بار که گوگل سایت شما را بررسی کرد، Data highlighter اطلاعات سایت شما را استخراج می کند و در rich snippet قرار می دهد. اگر شما تغییرات قابل توجهی در نحوه نمایش اطلاعات صفحات و یا آدرس url سایت دارید، می بایست pageset قبلی را حذف و یک pageset جدید بسازید. حال اگر آماده هستید مراحل ساخت یک pageset که شامل یک صفحه است را آغاز کنیم.

مراحل ساخت یک pageset با یک صفحه، متفاوت از مراحل ساخت pageset با چندین صفحه است. شما می توانید pageset خود را فقط با ایجاد یک صفحه آغاز کنید اگر تمام رویدادها و محصولاتتان در یک صفحه است.

## ساخت pageset با یک صفحه

- (۱) در صفحه ی ابزار وب مستر روی سائیتی که مالکیت آن تایید شده است کلیک کنید.
  - (۲) روی گزینه search appearance کلیک کنید.
  - (۳) بر روی Data Highlighter کلیک کنید
  - (۴) صفحه مورد نظر را شناسایی کنید:
- بر روی گزینه Start Highlighting. کلیک کنید و همان طور که در شکل زیر می بینید:



۱. در کادر آدرس url صفحه را وارد کنید. برای مثال :

[www.example.com/events/details/۱۰۱۱۱۲.html](http://www.example.com/events/details/۱۰۱۱۱۲.html)

را وارد کنید.

۲. Data highlighter احتیاج دارد که آدرس صفحه تحت همان دامنه ای باشد که مالکیت سایت را تایید کرده اید. برای مثال اگر در صفحه اصلی گوگل وبمستر بر روی سایت [www.example.com](http://www.example.com) کلیک کرده اید، در این مرحله هم نیاز است که آدرس url صفحه با

www.example.com آغاز شود. کلیک کرده اید، در این مرحله هم نیاز است که آدرس url صفحه با www.example.com آغاز شود.

۳. روی گزینه ی Tag just this page و بعد از آن روی ok کلیک کنید.

۵) در این مرحله می بایست با تگ کردن اطلاعات به Data Highlighter بفهمانید که چگونه داده ها را نمایش دهد:

- در صفحه ی Tagger از موس برای انتخاب تصاویر و یا متن ها استفاده کنید.
- از فهرست pop up که بعد از هر انتخاب شما نمایش داده می شود، گزینه مورد نظر خود را پیدا کنید. برای مثال name



## HTML Improvements

صفحه ی HTML Improvement در گوگل وبمستر، به شما مشکلاتی که گوگل هنگام دسترسی و بررسی سایت شما کشف می کند را نمایش می دهد. ما به شما توصیه می کنیم تا صفحه ی HTML Improvements در گوگل وبمستر را مشاهده کنید تا بتوانید تغییراتی که در نتیجه ی آن رتبه سایت شما بهبود می یابد را انجام دهید. این مشکلات مانع از دسترسی و بررسی سایت شما توسط ربات های گوگل نمی شود ولی حل آنها باعث می شود که کاربران تجربه ی بهتری نسبت به استفاده از سایت شما داشته باشند و به افزایش میزان بازدیدکنندگان سایت شما کمک می کند. برای مثال عنوان و توضیحات متا می توانند در صفحه ی نمایش نتایج گوگل به نمایش گذاشته شوند و یک متن مفید و توصیفی می تواند به افزایش ورود کاربران به سایت شما کمک کند. برای مشاهده این قبیل اطلاعات شما می بایست سایت مورد نظر را به حساب کاربری خود اضافه و تایید کنید. لازم به ذکر است در صورتی که گوگل هنوز به سایت شما دسترسی پیدا نکرده است در صفحه ی HTML Improvement اطلاعاتی به شما نمایش داده نمی شود.

### اطلاعات موجود در صفحه ی HTML Improvement

- مشکلات موجود در عنوان از قبیل : مشکلاتی که در تگ عنوان وجود دارد مثل صفحاتی با عنوان های تکراری و یا جا افتاده.
- مشکلات موجود در توضیحات متا : شامل توضیحات تکراری متا و توضیحات گیج کننده
- محتوای غیر قابل بررسی: صفحاتی شامل محتوای غیر قابل بررسی مثل فایل های رسانه ای غنی، عکس ها و ویدئو

از آنجا که گوگل همیشه سعی دارد تا اطلاعات جامع تری از سایت را به شما ارائه دهد، بنابراین اطلاعات موجود در صفحه ی html improvement ممکن است لحظه به لحظه تغییر کند.

## جهت مشاهده ی صفحه ی html improvement

- در صفحه ی اصلی ابزار گوگل وبمستر، روی سایت مورد نظر کلیک کنید
- در منوی سمت چپ، روی گزینه ی Search Appearance کلیک کنید و وارد بخش HTML Improvements شوید.



## لینک های سایت (Site Links)

### Sitelinks

Sitelinks are automatically generated links that may appear under your site's search results. [Learn more](#). If you don't want a page to appear as a sitelink, you can demote it. Only site owners and users with full permissions can demote sitelinks.

For this search result:  Leave empty when demoting a sitelink for home page

Demote this sitelink URL:  DEMOTE

### لینک های سایت یا sitelinks چیست ؟

به لینک هایی که در زیر نتایج گوگل نمایش داده می شوند، لینک سایت می گویند sitelinks. به کاربر کمک می کند تا به سایت شما هدایت شوند. سیستم گوگل دستورالعمل های سایت شما را برای پیدا کردن راهی میانبر آنالیز می کند تا به کاربر کمک کند تا سریع تر به اطلاعاتی که می خواهد دست یابد.



- مورد ۱ نتیجه ی جستجوی اصلی است.

- مورد ۲ لینک های سایت است.



گوگل فقط sitelinks هایی را که تصور می کند برای کاربر مفید است را به نمایش می گذارد. اگر دستورالعمل های سایت شما به نحوی باشد که به الگوریتم های گوگل اجازه ندهد که لینک های سایت مناسب و خوب را پیدا کند، و یا گوگل تصور کند که لینک های سایت شما مناسب مورد سوال کاربر نیست، لینک های سایت را نمایش نمی دهد.


در حال حاضر sitelinks ها به طور خودکار عمل میکنند، گوگل همیشه سعی دارد که الگوریتم های مربوط به لینک های سایت را بهبود دهد و ممکن است بعدها الگوریتم خود را با داده های وب مستر ترکیب کند. شیوه های زیادی وجود دارد که برای بهبود وضعیت لینک های سایت خود می توانید آن ها را دنبال کنید. به عنوان مثال برای لینک های داخلی سایت خود باید اطمینان یابید که از متن لینک شده و متن جایگزین حاوی اطلاعات مفید و به دور از تکرار و خلاصه استفاده کرده اید.


اگر شما فکر می کنید که url قرار گرفته شده به عنوان لینک سایت، انتخاب مناسبی از جانب گوگل نبوده است و یا اشتباه است می توانید آن را کاهش رتبه دهید. کاهش رتبه دادن یک آدرس url برای یک لینک سایت در واقع به گوگل می گوید که این آدرس url انتخاب مناسبی برای لینک سایت نیست. البته گوگل تضمینی نمی کند که آن آدرس url را هیچ گاه به عنوان لینک سایت نمایش ندهد اما خواسته ی شما را حتما مدنظر قرار می دهد.

## نحو ی کاهش رتبه دادن آدرس url یک لینک سایت

### Sitelinks

Sitelinks are automatically generated links that may appear under your site's search results. [Learn more](#). If you don't want a page to appear as a sitelink, you can demote it. Only site owners and users with full permissions can demote sitelinks.

For this search result: 

Demote this sitelink URL 

**DEMOTE**

- در صفحه ی اصلی ابزار وب مستر روی سایت مورد نظر کلیک کنید.
- زیر گزینه ی Search Appearance بر روی Sitelinks کلیک کنید.

- مورد ۳ در فضای خالی ای که با نام For this search result آدرس url ای است که نمی خواهید لینک سایت مورد نظرتان برای آن در صفحه ی نمایش جستجو ظاهر شود را وارد کنید.

- مورد ۴ در جعبه ی Demote this sitelink URL نیز آدرس url لینک سایتی را که می خواهید کاهش رتبه بگیرد را وارد کنید.

زمانی که شما یک لینک سایت را کاهش رتبه دادید و یا کاهش رتبه دادن آن را لغو کردید، زمانی طول می کشد تا نتیجه ی آن در صفحه ی نتایج جستجوی گوگل منعکس شود.

شما می توانید تا ۱۰ آدرس url را کاهش رتبه دهید و این کاهش رتبه تا ۹۰ روز بعد از آخرین بازدید شما از صفحه ی Sitelinks ابزار وب مستر موثر خواهد بود.



# Search Queries

## چیست Search QUERIES؟

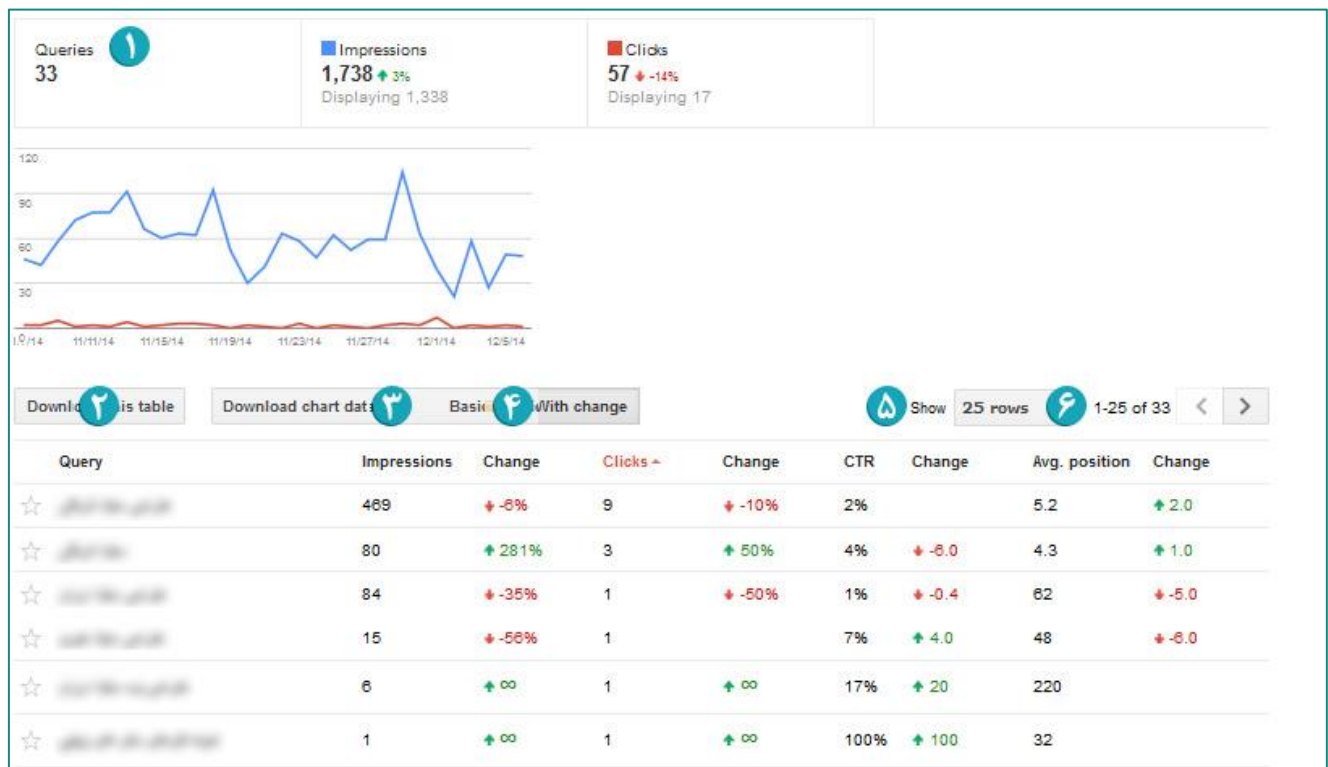
بخش Search queries در گوگل وبمستر کلمات کلیدی سایت شما که در گوگل مورد جستجو قرار گرفته اند و در سایت شما نمایش داده شده است را نشان می دهد. همچنین شما می توانید صفحاتی را که بیشتر در نتایج جستجو نمایش داده شده است را مشاهده کنید. این بخش به طور پیش فرض هر بار اطلاعات سی روز گذشته را نمایش می دهد. اما شما می توانید با استفاده از تقویم بالای گراف تنظیم زمان آن را عوض کنید.

## برای مشاهده Search Queries

۱. در صفحه اصلی ابزار وب مستر، بر روی سایتی که می خواهید کلیک کنید.
۲. در فهرست سمت چپ وارد بخش Search Traffic شوید و سپس بر روی Search Queries کلیک کنید.

## اطلاعات Search Queries

همان طور که در شکل زیر شماره زده شده است، گزارش Search Queries در گوگل وبمستر شامل موارد زیر است:



## ۱- بخش Queries در گزارش های Search Queries

جمع کل کلمات کلیدی سایت شما که در یک دوره زمانی جستجو شده اند و در آنها صفحه سایت شما نمایش داده شده است.

## ۲- بخش جدول کلمات جستجو شده در گزارش های Search Queries

هر کلمه ی کلیدی سایت شما که در یک دوره زمانی جستجو شده و در نتیجه ی آن سایت شما نمایش داده شده است را نمایش می دهد.. Search Queries تا ۲۰۰۰ کلمه کلیدی موجود در سایت شما را که حداقل یکبار باعث نمایش سایت شما شده است را نمایش می دهد.

### ۳- بخش Impressions در گزارش های Search Queries

تعداد دفعاتی که صفحه مورد نظر از سایت شما در نتایج جستجو نمایش داده شد. بخش change در این قسمت میزان کاهش و یا افزایش مقدار Impression را نسبت به بازه زمانی قبل نمایش می دهد.

### ۴- بخش Clicks در گزارش های Search Queries

تعداد دفعاتی که کاربر با به کار گیری کلمه کلیدی که ، سایت شما برایش نمایش داده شده است بر روی سایت شما کلیک می کند. بخش change در این قسمت میزان کاهش و یا افزایش مقدار Clicks را نسبت به بازه زمانی قبل نمایش می دهد.

### ۵- بخش CTR در گزارش های Search Queries

نسبت نمایش صفحه (Impressions) به تعداد دفعاتی که کاربر بر روی صفحه مورد نظر کلیک کرده است. (Clicks). بخش change در این قسمت میزان کاهش و یا افزایش مقدار Clicks را نسبت به بازه زمانی قبل نمایش می دهد. برای مثال اگر CTR در یک بازه زمان ۴۰٪ باشد و سپس به ۳۰٪ برسد Change مربوط به این بخش -۱۰٪ را نمایش می دهد.

### ۶- بخش Average position در گزارش های Search Queries

میانگین بالا ترین جایگاهی که سایت شما در صفحه نمایش جستجو برای آن کلمه کلیدی دارد را نشان می دهد. . بخش change در این قسمت میزان کاهش و یا افزایش مقدار Clicks را نسبت به بازه زمانی قبل نمایش می دهد. علامت سبز رنگ نشان می دهد که موقعیت سایت شما برای آن کلمه کلیدی رو به بهبود است.



برای برآورد این مقدار اگر شخصی کلمه کلیدی سایت شما را جستجو کند و جایگاه صفحات سایت شما در صفحه نتایج جستجو ۱ یا ردیف ۲ باشد و شخص دیگری کلمه کلیدی سایت شما را جستجو کند و نتایج سایت شما در صفحه نمایش نتایج جستجو ردیف ۲ و ۷ باشد، میانگینی که Average position به صفحه مورد نظر می دهد ۱.۵ است.

شما می توانید اطلاعات تا ۹۰ روز گذشته را ببینید. هرچند که فقط قادر خواهید بود تا ۳۰ روز گذشته بخش change را مشاهده کنید.

## Search Queries در Filtering query data

پیش فرض Search Queries در گوگل وبمستر به این ترتیب است که اطلاعات مجموعه کلمات کلیدی در صفحات سایت را برای همه ی جستجو ها به یک بار نمایش می دهد، شما می توانید با فشردن دکمه ی Filters اطلاعات مربوط به هر کلمه ی کلیدی را تک به تک ببینید.

برای عبارت جستجو شده ای که شامل یک کلمه کلیدی یا عبارت کلیدی خاص است. عبارت containing را انتخاب کنید و سپس کلمه کلیدی مورد نظر را وارد نمایید و یا عبارت noncontainig را انتخاب کنید و کلمه مورد نظر را برای استخراج از لیست نمایش در صفحه Search Queries وارد کنید.

کلمات کلیدی که برای یک رسانه خاص مثل (ویدئو و یا تصاویر ) جستجو شده با انتخاب هر نوع جستجوی گوگل اعم از ویدئو و تصاویر عبارت جستجو شده توسط کاربران به صورت مجزا نمایش داده می شود. با انتخاب منوی کشویی search نوع جستجوی مورد نظر خود را انتخاب کنید.



کلمات کلیدی جستجو شده برای هر دستگاه خاص ( دسکتاپ، موبایل) را با استفاده از منوی کشویی search این گزینه می توانید فعال کنید. برای مثال شما می خواهید بدانید که کدام کلمه کلیدی جستجو شده توسط موبایل، صفحات سایت مخصوص به سایت شما را نمایش می دهد.

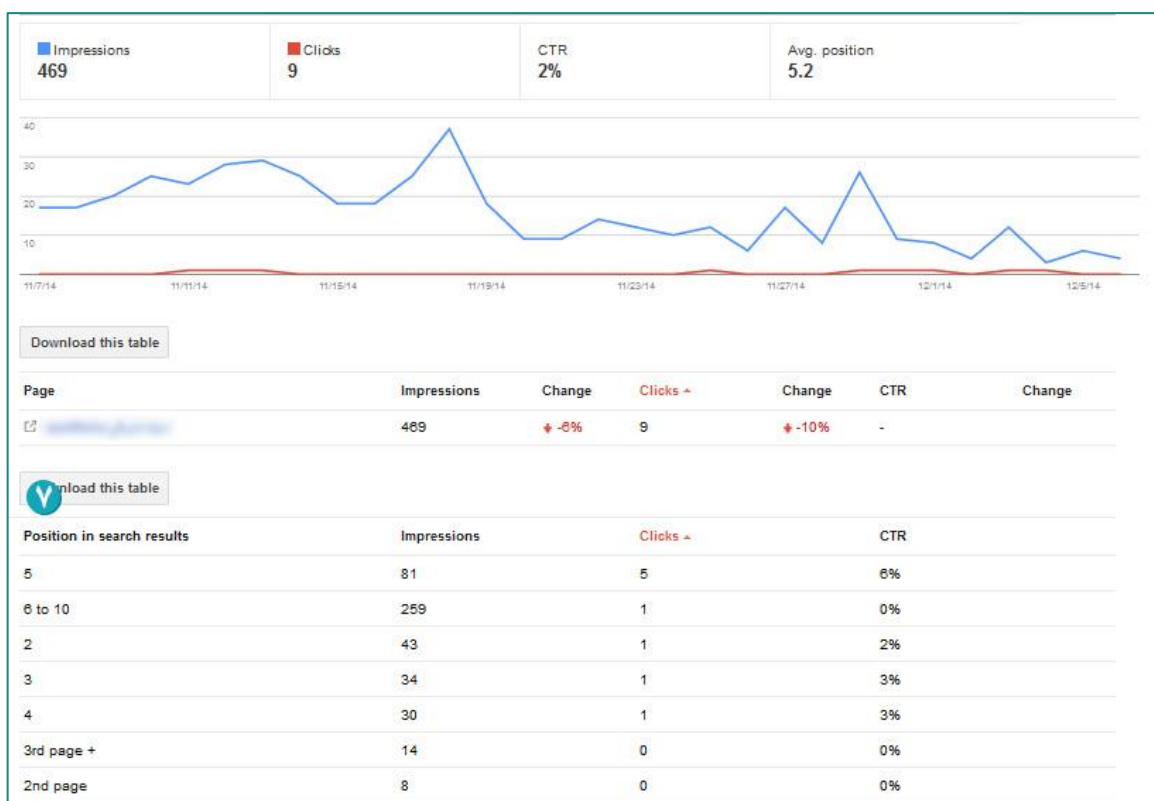
توجه داشته باشید که ممکن است جمع تک تک حالت های بررسی شده با جمع کل نمایش داده شده در Search Queries برابر نباشد چراکه ممکن است یک عبارت کلیدی یکسان در چندین حالت مختلف نمایش داده شده باشد.

- کلمه جستجو شده با بیان مکان جغرافیایی
- کلمه کلیدی جستجو شده ای که در نتیجه آن بیش از ۱۰ کلیک بر روی سایت مورد نظر خورده است.



## جزئیات کلمه کلیدی جستجو شده

برای دیدن اطلاعات بیشتر درباره ی کلمه کلیدی جستجو شده از قبیل اطلاعاتی مانند مکان صفحه ی سایت شما در نتایج جستجو و آدرس url ی که در نتیجه عبارت کلیدی جستجو شده یافت می شود، روی یکی از عبارات کلیدی مورد نظر نمایش داده شده در بخش search queries خود کلیک کنید، سپس همانطور که در تصویر زیر مشاهده می کنید قسمت position in search result ، شماره صفحه ای که در نتایج جستجوی گوگل ، صفحه سایت شما را نمایش می دهد را نشان می دهد برای مثال تصویر شماره ۷، زیر، ۵ position و ۸۰ impression را نمایش می دهد که به معنی آن است که کلمه کلیدی جستجو شده برای ۸۰ نفر صفحه سایت شما را در ردیف ۵ صفحه اول گوگل نمایش داده است و ۵ click بیانگر این است که ۵ بار بر روی صفحه ی نمایش داده شده ی سایت شما کلیک خورده است.





## چگونگی استفاده از اطلاعات Search Queries

این داده ها اطلاعات بالارزشی درباره ی سایتتان به شما می دهند. ما به شما انجام موارد زیر را توصیه می کنیم:

- لیست کلمات کلیدی جستجو شده را مرور کنید. اگر کلمه کلیدی که شما انتظار آن را داشتید در این بخش نمایش داده نشده بود، ممکن است سایت شما محتوای مفیدی که مرتبط با آن کلمه کلیدی باشد را نداشته باشد.
- اگر کلمه ای که شما انتظار آن را نداشتید به عنوان کلمه ای کلیدی در این بخش پدیدار شده است مثل کلماتی شامل (Viagra" و "casino) احتمال دارد که سایت شما هک شده باشد.
- اطلاعات CTR و impression را با هم مقایسه کنید تا بفهمید چگونه محتوای سایت خود را بهبود ببخشید. برای بهبود محتوا راه های گوناگونی وجود دارد تا کاربر را وادار کند تا از بین صفحات نمایش داده شده بر روی صفحه ی سایت شما کلیک کند، یکی از این مراحل انتخاب یک عنوان مناسب و مرتبط است. عنوان محتوای شما در صفحه ی نتایج جستجو نشان داده می شود بنابراین اطمینان یابید که عنوان انتخابی شما مناسب و مرتبط است. گوگل ممکن است متن تگ متا را در نتایج جستجو نمایش دهد بنابراین توضیحات متای خود را مرور کنید.

اگر حساب کاربری Adwords را دارید، مروری بر کلمات کلیدی پیشنهادی آن هم داشته باشید.



## درباره ی اطلاعات Search Queries

گوگل وبمستر کلمات کلیدی جستجو شده را جمع می زند، چنانچه میزان کلمات کلیدی جستجو شده به یک آستانه معینی رسید در صفحه ی Search Queries نمایش داده می شود.

اطلاعات موجود در ابزار وب ماستر گوگل ممکن است کمی با اطلاعات نمایش داده شده در ابزار دیگر مثل آنالیزگر گوگل متفاوت باشد، که ممکن است به دلایل زیر باشد:

- برخی از مراحل پردازش اطلاعات در ابزار وب ماستر ممکن است بر روی نتایج کار ابزار های دیگر تاثیر بگذارد (مانند بازدید ربات ها از سایت ) هرچند که این تغییرات خیلی قابل توجه نیست.

- برخی ابزار ها مثل آنالیزگر گوگل میزان بازدید کنندگانی را تشخیص می دهند که java script در مرور گرشان فعال شده باشد.

- برخی ابزار ها عبارت “keywords” را به صورت دیگری تعریف می کنند. برای مثال ابزار keyword در Adwords جمع کل عبارت کلیدی جستجو شده در گوگل را نمایش می دهد، این درحالی است که صفحه Search Queries جمع کلمات کلیدی است که در نتیجه ی آن سایت شما به نمایش گذاشته شده را نشان می دهد و طبیعتا مقدار کمتری خواهد بود.

- مشکل محدوده های زمانی. search querie اطلاعات را روزانه مطابق با محدوده زمانی ( PDT ) دنبال می کنند. اگر سیستم های دیگر مورد استفاده ی شما از محدوده زمانی دیگری استفاده می کنند، اطلاعات روزانه ی شما ممکن است خیلی باهم منطبق نباشند.

- برای محافظت از حریم خصوصی، گوگل همه ی اطلاعات را جمع نمی زند. برای مثال گوگل اطلاعات شامل موارد شخصی و یا مواردی که شامل مقدار کمی جستجو بوده است را نمایش نمی دهد.

اگر شما کلمه کلیدی جستجو شده ای را که اخیرا در صفحه ی Search Queries مشاهده کرده بودید را دیگر نمی یابید. مطمئن شوید که نحوه ی نمایش اطلاعات خود را به یک کشور یا نوع خاصی از نمایش اطلاعات محدود نکرده اید.



## links to your site

برای یافتن صفحاتی که به یک سایت خاص لینک کرده اند شما می توانید دربخش جستجوی گوگل از عبارت `link: operator` استفاده کنید؛ برای مثال `link:www.google.com` به شما صفحات وبسایت هایی را که به گوگل لینک داده اند را نمایش می دهد. توجه داشته باشید که بین `link:` و آدرس `url` هیچ فاصله ای وجود ندارد.

اگر شما از آنالیزگر گوگل برای دنبال کردن اطلاعات سایت خود استفاده می کنید؛ می توانید سایت خود را به یک پروفایل آنالیزگر که از همان حساب کاربری گوگل استفاده می کند لینک دهید. هنگامی که شما سایت خود را به یک پروفایل آنالیزگر لینک می دهید؛ می توانید مستقیماً از ابزار گوگل وبمستر به گزارش های آماری مربوط به سایت خود دسترسی داشته باشید.

## در صورتی که سایت خود را تایید کرده اید اطلاعات بیشتری از بک لینک های سایت بیابید.

۱. در صفحه اصلی گوگل وبمستر؛ روی سایت مورد نظر خود کلیک کنید
۲. در منوی سمت چپ ابتدا روی گزینه ی `Search Traffic` کلیک کنید و سپس روی گزینه `Links to Your Site` ی

بخش `Links to Your Site` به شما لیستی از بک لینک های به سایت شما که گوگل هنگام دستیابی به سایت ها و ذخیره اطلاعات به دست آورده را نمایش می دهد. علاوه بر آن شما می توانید متن های لینک شده را که گوگل آنها را یافته است را ببینید. روی هر مورد کلیک کنید تا اطلاعات بیشتری را در مورد هر کدام از بک لینک های سایت مشاهده کنید. اگر کاربر بر روی لینکی کلیک کند که صفحه ی باز شده برای او به سایت شما ری دایرکت شود؛ لینک آن صفحه ی میانی هم برای شما لیست می شود.

ممکن است همه ی بک لینک ها به سایت شما به طور کامل لیست نشده باشد؛ که این طبیعی است. علاوه بر آن گوگل جهت بهبود روند جمع آوری و نمایش لینک ها در گوگل وبمستر؛ اقداماتی انجام داده است. (برای مثال لیست نمایش لینک ها شامل لینک های ری دایرکت شده ای که از ری دایرکت ۳۰۱ و ۳۰۲ استفاده می کنند؛ نیز می باشد) در نتیجه شما ممکن است تغییراتی در تعداد بک لینک های نمایش داده شده در سایت خود ببینید که ممکن است به دلایل زیر باشد:

- این لیست؛ اطلاعاتی را که ربات های گوگل در طول روند دسترسی و ذخیره اطلاعات سایت ها کسب می کنند را نمایش می دهد بنابراین اگر لینک مربوط به صفحه ای از سایت شما لینک شده باشد که قبلا دسترسی به آن صفحه را توسط فایل txt مسدود کرده اید؛ لینک مورد نظر در لیست نمایش داده شده در بخش `links to your site` نمایش داده نمی شود.
- اگر گوگل لینک خراب و یا لینک بی اعتباری را مربوط به صفحه سایت شما بیابد؛ آن را در لیست نمایش داده شده بخش `link to your site` قرار نمی دهد. بنابراین توصیه ما به شما این است که صفحه ی `Crawl Errors` را مرتباً برای خطاهای ۴۰۴ که گوگل ممکن است هنگام دسترسی به سایت شما با آن مواجه شود؛ را بررسی کنید.
- گوگل عملیاتی را در داده ها انجام می دهد؛ برای مثال ممکن است:

۱. پارامترهای خاصی از لینک مثل `session ID` را خارج کند.
۲. در صورتی که پروتوکلی شناخته نشده باشد ؛ یک پروتکل پیش فرض اضافه می کند. برای مثال `www.example.com/xyz.html` همان `http://example.com.html` در نظر گرفته می شود.
۳. در موارد مناسب یک خط مورب به انتهای آدرس اضافه می کند برای مثال `http://www.google.com/webmasters/tools` همان `http://www.google.com/webmasters/tools` در نظر گرفته می شود. در نتیجه لینک ها ممکن است یکی شوند و تعداد لینک های نمایش داده کاهش یابد

۴. اگر شما اطلاعاتی از لینک هایی که انتظار داشتید در صفحه نمایش جستجو ببینید را نیافتید؛ ممکن است به این خاطر باشد که گوگل اطلاعات سایت شما را تحت نام هاست متفاوتی شناسایی و ذخیره کرده باشد. برای مثال اگر شما به دنبال لینک هایی که به سایت <http://www.example.com> شده اند هستید؛ ابتدا مطمئن شوید که <http://example.com> را نیز در حساب کاربری خود اضافه کرده اید و سپس به دنبال دریافت اطلاعات آن باشید. (گوگل به شما انجام تنظیمات preferred domain را توصیه می کند).



# لینک داخلی

## لینک داخلی چیست ؟

لینک های داخلی به صفحات دیگر سایت را مشاهده کنید:

صفحه ی لینک داخلی شامل لیستی از صفحات سایت شما است که از صفحات دیگر سایت لینک کسب کرده است.

Internal Links	
Find internal links to http://	<input type="text"/> Find
Download this table	Show 25 rows 1-24 of 24
Target pages	Links
http://	27
/امکانات-ویژه/	21
/نقشه-کار-طراحی-سایت/	20
/whmcs-bridge/	20
/تبدیل-بازار/	20
/طراحی-سایت-ارزان/	20
/تور-مجازی/	20
/پشتیبانی-2/	20
/از-کجا-شروع-کنم؟/	20
/دریاد-مها/	20
/faq/	19
/portfolio/طراحی-سایت-گرافیک/	10
/portfolio/medical/	10
/portfolio/طراحی-سایت-بازنگاه-ورزشی/	10
/portfolio/طراحی-سایت-تجاری/	10



## مشاهده ی بخش لینک داخلی

۱. در صفحه اصلی گوگل وبمستر روی سایت موردنظر کلیک کنید.

۲. در منوی سمت چپ روی گزینه ی Search Traffic کلیک کنید و سپس به گزینه ی Internal Links وارد شوید.

برای موتورهای جستجو تعداد لینک های داخلی که به یک صفحه اشاره می کنند معیاری برای سنجش اهمیت آن صفحه است. اگر صفحه ای با اهمیت مورد نظر شما در این لیست وجود ندارد و یا صفحات کم اهمیت سایت شما دارای لینک های داخلی زیادی هستند؛ شما می بایست در دستورالعمل های لینک سازی خود تجدید نظر کنید.

اگر شما صفحه ای از وب سایت خود را حذف کرده اید و یا آدرس آن را تغییر داده اید. از این اطلاعات جهت شناسایی و جلوگیری از وجود لینک های خراب استفاده کنید.

اگر هیچ صفحه ای را در این لیست نمی بینید؛ ممکن است به این خاطر باشد که سایت شما جدید است و گوگل هنوز اطلاعات آن را شناسایی نکرده است. اگر این چنین نیست صفحه ی Crawl Errors خود را بررسی کنید تا شاید گوگل مشکلی برای دستیابی به سایت شما داشته باشد.



## جریمه دستی یا Manual Actions

### مختصری در مورد گوگل، اسپم و جریمه

گوگل همواره در حال بهبود نتایج جستجوی خود است. استفاده از داده ها، تحلیل آمارها و الگوریتم های جدید هدفی جز بهبود تجربه کاربران هنگام جستجو ندارند. همزمان با گوگل، وبمستران و کاربران اینترنتی همواره بدنبال روش هایی جدید و ابتکاری برای رسیدن به رتبه اول گوگل و فریب الگوریتم های پنگوئن یا پاندا هستند.

اسپمرها مشکلات زیادی را برای کاربران اینترنتی ایجاد میکنند زیرا برای یافتن مطلب مورد نظر خود باید زمان بیشتری صرف کنند و در یک جستجوی ساده با چندین سایت غیرمرتبط مواجه میشوند. همچنین صاحبان سایت های سالم و با محتوای مفید نیز دچار دلسردی میشوند زیرا صفحات خود را پایین تر از رقبای تنبل و کپی کار می بینند. همه اینها گوگل را بر آن داشته که در کنار الگوریتم های اتوماتیک که در اکثر موارد کارایی مناسبی نیز دارند، از جریمه دستی توسط انسان نیز استفاده کند. با اینکار گوگل میتواند تضمین بهتری برای حفظ کیفیت نتایج جستجو داشته باشد.

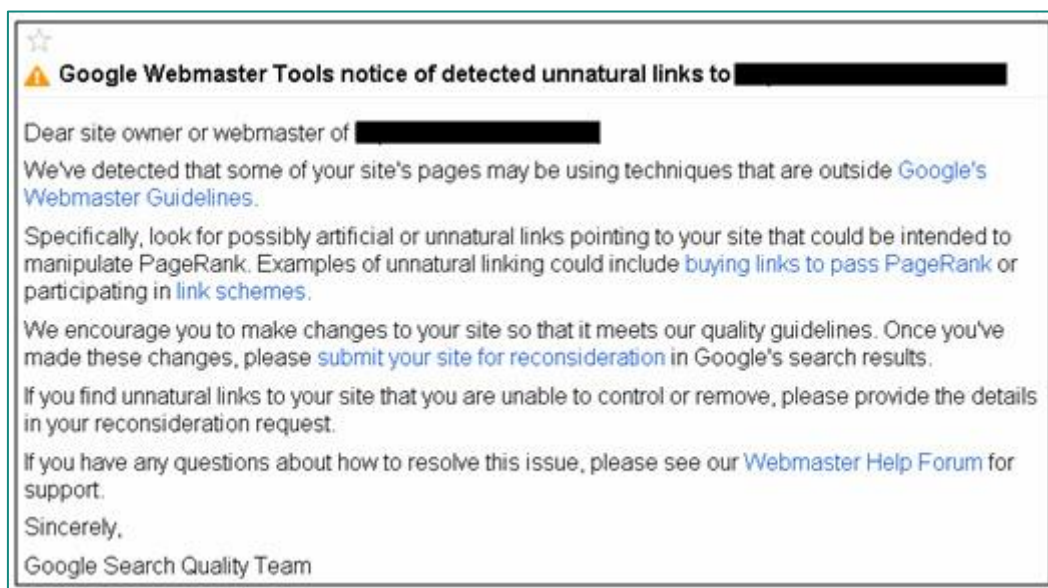


## دلایل جریمه سایت توسط گوگل

برای تعیین آنکه سایت شما توسط گوگل جریمه شده و یا کاهش بازدید شما ناشی از عاملی غیر از آن است باید در ابتدا انواع روش های جریمه سایت توسط گوگل را بدرستی بشناسیم و در ادامه فعالیت های متناسب با رفع آن جریمه خاص را انجام دهیم.

## لینک سازی غیرطبیعی یا جریمه دستی

تا کنون این یکی از بدترین جریمه های صورت گرفته برای سایت توسط گوگل است که بصورت دستی و مستقیم توسط یکی از کارکنان یا مسئولان گوگل بر سایت شما اعمال میشود. جریمه پاندا و پنگوئن توسط الگوریتم و فرمولهای خاصی صورت میگیرد ولی در این روش سایت شما مستقیماً توسط شخص بررسی شده و تشخیص داده میشود که لینک های شما غیرطبیعی و خریداری شده هستند. اگر سایت خود را به متخصص سئو سپرده و با این مشکل مواجه شده اید مطمئن باشید که فعالیت های او از نظر گوگل اسپم بوده، در نتیجه تمام صفحات ایندکس شده سایت شما حذف خواهد شد و هر مطلب جدید و با کیفیتی هم که بگذارید سایت شما در نتایج گوگل نشان داده نخواهد شد.



متن پیام جریمه سایت توسط گوگل

با توجه به اینکه جریمه سایت توسط گوگل به دست شخص صورت گرفته برای رهایی از آن تنها باید یکی از متخصصان گوگل را متقاعد کنید که سایت شما دیگر به دنبال روش های اسپم نخواهد رفت و این مسئله کار شما را کمی دشوار خواهد کرد. در این موارد گزارش سایتهای رقیب به گوگل از طریق اکانت وبمستر ممکن است باعث جلب توجه آنها به شما شده باشد.

همچنین کسب بک لینک های زیاد در فاصله زمانی کم حتی از سایتهایی با رنک بالا ممکن است شما را در لیست سیاه گوگل برای بررسی مستقیم توسط یکی از کارشناسانشان قرار دهد.

## جریمه الگوریتم پنگوئن

الگوریتم پنگوئن تا حد زیادی شبیه به جریمه دستی گوگل عمل میکند و تمرکز آن بیش از هرچیز بر بک لینک های شما قرار دارد. بک لینک های زیاد از سایتهای کم ارزش و یا غیر مرتبط، انکر تکست های بیش از حد سئو شده و یا استفاده از کلمه یا عبارت یکسان برای تمام بک لینکها ممکن است موجب جریمه شما توسط الگوریتم پنگوئن شوند. نکته مثبت در اینجا آن است که تمام جریمه ها براساس الگوریتم انجام میشود و با رفع مشکلات و اشتباهات گذشته خود میتوانید به سرعت به شرایط گذشته خود بازگردید. در این روش از جریمه نیازی به مکاتبه با گوگل و متقاعد کردن کارمندان سخت گیر این شرکت نخواهید داشت.

در گذشته اگر شما قصد داشتید که رنک مناسبی برای کلمه "سئو" در نتایج گوگل داشته باشید، کافی بود تعداد مناسبی لینک ورودی به سایت خود تنها با انکر تکست "سئو" برای سایت خود ایجاد کنید و همین امر همه را به استفاده از عناوین تکراری برای لینک های خود وسوسه میکرد؛ درحالیکه با استفاده از عبارات مختلف مانند "آموزش سئو"، "سئو و بهینه سازی" میتوانستند یک شبکه طبیعی و مناسب برای بک لینک های خود بسازند.

الگوریتم پنگوئن به قصد تغییر در این روند پا به دنیای اینترنت گذاشته و هدفش آن است که درصد بک لینک های مجاز با یک عبارت خاص مانند "سئو" را به ۱۰ تا ۱۵ درصد کاهش دهد، چیزی که در حال حاضر در میان سایتهای بین ۹۰ تا ۹۵ درصد است.

تکراری بودن عبارت کلیدی بک لینک تنها یکی از دلایل جریمه سایت توسط الگوریتم پنگوئن است. دلایل دیگری مانند بک لینک های زیاد از سایتهای کم ارزش، بک لینک از سایتهای با رنک مناسب در بازه زمانی کوتاه و به تازگی تبلیغات متنی به قصد افزایش پیج رنک میتوانند موجب جریمه شما توسط الگوریتم پنگوئن شوند.

## جریمه الگوریتم پاندا

این جریمه بطور معمول متوجه تمام صفحات سایت شما میشود و هدف اصلی آن مبارزه با سایتهایی است که به استفاده از مطالب کپی و تکراری میپردازند. شما میتوانید با تغییر در متون سایت و حذف مطالب کم ارزش (کمتر از ۲۰۰ کلمه) خود را از دست جریمه الگوریتم پاندا نجات دهید.

## تاثیر نام دامنه بر سئو

EMD یا بطور دقیق تر Exact Match Domain در گذشته بر سئو سایت ها تاثیر گذار بود بطوریکه اگر آدرس سایت شما SEO.com می بود شانس بسیار زیادی بر کسب رتبه اول نتایج گوگل در کلمه کلیدی seo داشتید. ولی در سپتامبر ۲۰۱۲ و همراه با آپدیت جدید گوگل تاثیر این عامل بر نتایج گوگل تا حد زیادی کاهش یافت و بسیاری از سایتهای از نتایج اول و دوم گوگل به پایین صفحه و یا حتی صفحه دوم منتقل شدند.

البته نمیتوان اسم این اتفاق را جریمه گوگل گذاشت زیرا که شما کار اشتباهی انجام نداده اید و راهی هم برای جبران آن نخواهید داشت، بلکه تنها یک تغییر در سیاست ها و الگوریتم گوگل به شمار میرود و البته بر سرنوشت بسیاری از سایتهای تاثیر گذار بوده.

این داستان به همین جا ختم نخواهد شد و مبارزه بین اسپمرها و گوگل همچنان ادامه دارد و هرچند وقت یکبار الگوریتم و جرایم جدیدی ایجاد میشود و تمام اطلاعات مربوط به آخرین آپدیت گوگل می باشد. تا اینجا با دلیل آوردن گوگل به جریمه سایتهای و انواع جریمه ها آشنا شدیم، در ادامه قصد

داریم به شما آموزش دهیم که چگونه نوع جریمه یک سایت را تشخیص داده و قدم به قدم مشکلات آن را برطرف کنید. (اطلاعات این بخش با جمع بندی از اطلاعات موجود در وبلاگ اصلی وبمستر گوگل ارائه شده است).

## بخش جریمه دستی در گوگل وبمستر

مت کاتس مدیر ارشد سابق مبارزه با اسپم گوگل میگوید:



همزمان با افزایش توانایی الگوریتم گوگل و بهبود نتایج حاصل از آن، جریمه دستی را نیز برای مبارزه با تکنیک های اسپم انجام میدهیم که میتواند موجب کاهش رتبه در گوگل یا حذف صفحات ایندکس شده شود. بخش جریمه دستی این اقدامات را به شما اطلاع رسانی کرده و نحوه رفع آن را پیشنهاد میدهد، همچنین شما یک پیام در بخش Message Center اکانت وبمستر خود دریافت خواهید کرد.



اگر سایت شما وضعیت مناسبی در نتایج گوگل نداشته و یا با کاهش ورودی مواجه شده اید پیشنهاد میکنیم که قبل از هر چیز سری به بخش جریمه دستی یا Manual Actions وبمستر خود بزنید و اگر تا این لحظه اکانت وبمستر نداشته اید بهتر است تا با مطالعه مقاله آموزش معرفی سایت به گوگل از امکانات منحصر بفرد و بسیار آن استفاده کنید. اگر در قسمت جریمه دستی با پیامی مواجه شدید باید مراحل پیشنهادی را یک به یک طی کرده و هر زمان که مطمئن شدید دیگری هیچ احتمالی برای اسپم



شناخته شدن سایت شما از نظر گوگل وجود ندارد، میتوانید از همان صفحه Manual Actions یک درخواست بازبینی برای گوگل ارسال کنید.

پیام هایی که در این بخش مشاهده خواهید کرد ممکن است تمام سایت شما را تحت تاثیر خود قرار دهند و یا تنها بر صفحات خاصی اعمال گردند که به طور دقیق به شما اعلام خواهد شد. دلایل گوگل برای جریمه دستی سایت شما و اعلام آن شامل موارد زیر میشوند:

- لینک غیر طبیعی به سایت شما
- لینک غیر طبیعی از سایت شما به سایت های دیگر
- سایت هک شده
- محتوای بی کیفیت و کم ارزش
- سایت اسپم
- اسپم توسط کاربران (مربوط به بخش نظرات و فروم سایت)
- ریدایرکت های پنهان
- کلمات یا بخش های مخفی و بمباران کلمه کلیدی
- هاست های رایگان اسپم شناخته شده



# content keyword

## content keyword چیست ؟

صفحه content keyword در گوگل وبمستر ؛ کلماتی که گوگل هنگام بررسی سایت شما آنها را کلمه کلیدی هدف گذاری شده در متن تشخیص می دهد و انواع مختلف این کلمات را لیست می کند. هنگامی که گزارش لیست کلمات جستجو شده توسط کاربران و لیست نتایج جستجو برای کلمه کلیدی هدف گذاری شده در متن را مورد بررسی قرار دهید آن وقت است که در می یابید که گوگل چگونه محتوای موجود در سایت شما را تفسیر می کند.

شناخت کلمات کلیدی توسط گوگل بستگی به این دارد که هر چند وقت یکبار در صفحات سایت خود از آن استفاده کرده اید .روی هر کلمه کلیدی نمایش داده شده در لیست صفحه content keyword کلیک کنید تا صفحه ای که کلمه کلیدی در آن پدیدار است را به عنوان نمونه ببینید.

اگر کلمات کلیدی که انتظار آن را نداشته اید (برای مثال “نیاگارا”) را در این صفحه مشاهده کردید؛ این خود نشانه ای است که سایت شما هک شده است.

اگر کلمه ای که شما انتظار داشتید به عنوان کلمه ی کلیدی لحاظ شود در لیست نمایش داده شده در صفحه ی content keyword وجود نداشت؛ می تواند به دلایل زیر باشد:

- گوگل قادر به دسترسی و ذخیره اطلاعات همه ی صفحات وب سایت شما نیست. در این مورد ما به شما توصیه می کنیم که صفحه Crawl Errors را بررسی کنید. علاوه بر آن site map یک راه عالی برای اطمینان پیدا کردن از این است که گوگل همه صفحات سایت شما

را شناخته است. همچنین اگر شما به تازگی سایت خود را بروزرسانی کرده اید ممکن است کمی زمان ببرد تا گوگل همه صفحاتتان را بشناسد.

- بخش crawl stats برخی از کلمات که گوگل از آنها به عنوان کلمات زیاد از حد استفاده شده و یا حروف ربط یاد می کند را از لیست خود حذف می کند. کلمات کلیدی حذف شده برای هر سایت متفاوت است.





# Index Status

## index status چیست ؟

بخش Index status اطلاعاتی در رابطه با سایت انتخابی که در ابزار گوگل وبمسترتایید شده است را نشان می دهد. صفحه ی index status آماری از آدرس های url سایت که گوگل قادر به شناسایی و ذخیره اطلاعات آن هاست را تهیه می کند.

## گزارش های index status شامل چه مواردی است ؟

این اطلاعات با توجه به حالت خاص آدرس ارائه شده ؛ گزارش داده می شود و حالت های دیگر را شامل نمی شود، برای مثال :

تصور کنید که شما ۱۰ آدرس url در سایت خود دارید که کاربر بدون عضویت در سایت شما می تواند آن صفحات را ببیند و در عین حال ۱۰۰ آدرس url دارید که کاربر در صورت عضویت در سایت شما قادر به دیدن این صفحات است. اگر شما فقط یک حالت از آدرس را در ابزار وب مستر ارائه دهید برای مثال (<http://www.example.com>)؛ فقط گزارشی از بخش هایی که بدون عضویت امکان ورود به آنها وجود دارد را دریافت می کنید.

بنابراین به منظور دریافت گزارشی از صفحاتی که ورود به آنها نیاز به عضویت در سایت دارد؛ شما نیاز دارید که حالت آدرس دهی با https برای مثال (<https://www.example.com>) در گوگل وبمستر ارائه دهید.

به طور مشابه برای دریافت گزارشی از بخش زیر دامنه ( [www.example.com/blog](http://www.example.com/blog) ) شما می توانید آن را در گوگل وبمستر تصدیق کنید و اطلاعات دریافتی خود را محدود به همان صفحه کنید.

به همین دلیل ما به شما اکیدا توصیه می کنیم که همه ی حالت های آدرس دهی را در گوگل وبمستر تصدیق کنید و اگر کاربر بدون ذکر www و یا با ذکر آن می تواند به سایت شما دسترسی پیدا کند؛ یک preferred domain تعریف کنید.



## بخش Total URLs

این بخش تمامی url هایی که در نمایش جستجو ظاهر می شوند را نشان می دهد؛ url های دیگر را گوگل از طرق دیگر کشف می کند. این مقدار به مرور زمان با اضافه کردن یا حذف صفحه ای تغییر می کند. تعداد آدرس های url ای که ایندکس می شوند همیشه کمتر از تعداد صفحاتی است که گوگل آنها را مورد بررسی قرار می دهد چرا که بسیاری از صفحات مورد بررسی ممکن است از تگ meta noindex استفاده کرده باشند و یا یک صفحه با دو آدرس متفاوت باشند و non-canonical باشند.

## بخش blocked by robots

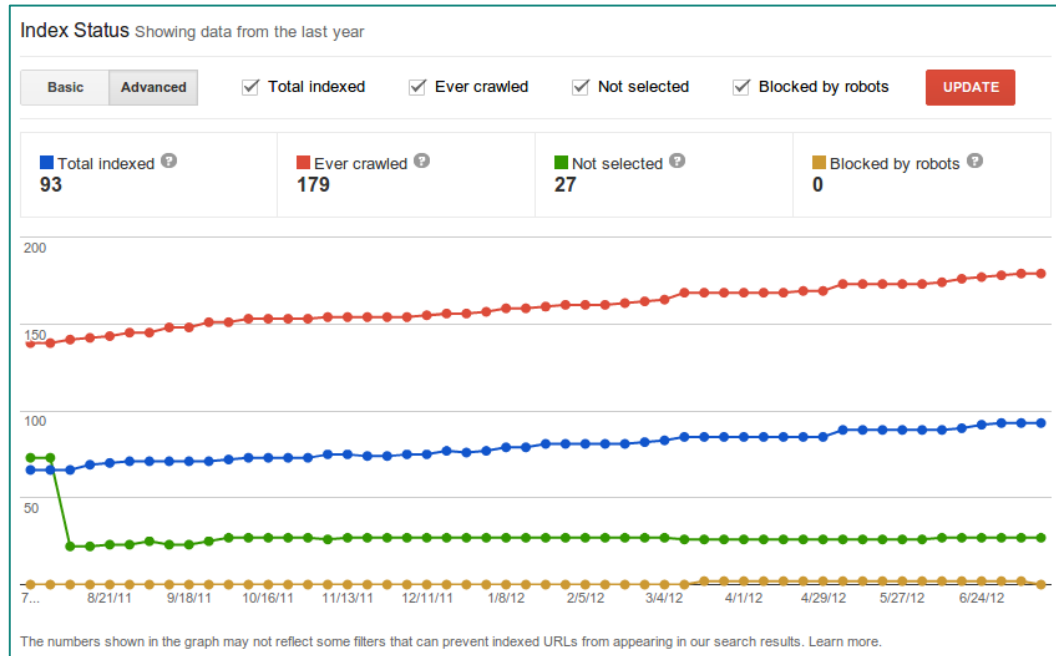
این بخش جمع کل آدرس های url ای که به وسیله ی فایل robot.txt؛ اجازه دستیابی به آنها مسدود شده است را نمایش می دهد. اگر سایت شما تعداد زیادی صفحه داشته باشد؛ شما ممکن است بخواهید تیک مربوط به نمایش url های مسدود شده را بردارید تا دید بهتری نسبت به نمودار بخش total urls پیدا کنید.

## بخش URLs removed

این گزینه تمامی آدرس های url ای که شما به وسیله ی ابزار URL removal tool آنها را حذف کرده اید؛ نمایش می دهد. تعداد این url ها در مقایسه با تعداد url های گزارش شده دیگر می بایست کمتر باشد. بنابراین بهتر است گزارش مربوط به این بخش را به طور جداگانه بررسی کنید.



## چگونه از نمودار های Index Status استفاده کنیم؟



- به دنبال افزایش یکنواخت منحنی باشید: یک افزایش یکنواخت در تعداد صفحات ایندکس شده؛ نمایانگر این است که گوگل به طور مرتب به اطلاعات سایت شما دسترسی دارد و سایت شما به طور کامل در حال ایندکس شدن است.
- نزول ناگهانی منحنی را بررسی کنید اگر شما یک کاهش ناگهانی در تعداد صفحاتی که گوگل قادر به شناسایی و ذخیره اطلاعات آنها است را مشاهده می کنید؛ این بدین معنا است که سرور شما قطع است و یا overload شده است. و یا گوگل مشکل دسترسی به اطلاعات شما را دارد.
- به افزایش ناگهانی صفحات ایندکس شده توجه داشته باشید: افزایش ناگهانی آدرس های url می تواند به دلیل وجود صفحات تکراری و یا صفحاتی که به طور خودکار بدون محتوایی مناسب ساخته شده اند؛ باشد و یا ممکن است سایت شما هک شده باشد. در این موارد گوگل برای شما پیغامی می فرستد که ما مشکلی از سایت شما را تشخیص داده ایم؛ بنابراین مطمئن شوید که بخش تنظیمات اطلاع رسانی خود را تنظیم کرده اید.

- تغییرات ناگهانی را بررسی کنید: افزایش ناگهانی و یا افت شدید در نمودار ها می تواند به دلیل مشکلات کانفیگ کردن سایت و یا مشکلات تغییر مسیر آدرس ها و یا مشکلات امنیتی باشد.

## وضعیت ایندکس سایت شما و نتایج جستجوی گوگل

گاهی اوقات نتایجی که ما در گزارش های index status مشاهده می کنیم را گوگل در نتایج جستجوی خود؛ منعکس نمی کند. گوگل برای خود قوانینی دارد که بر اساس آن ممکن است برخی از صفحات شما نمایش داده نشود که می تواند در نتیجه ی وب سایت هایی که down هستند و یا حذف برخی صفحات به دلایل قانونی و یا در خواست وب مستر و یا در نتیجه ی اسپم های دستی باشد. از آنجایی که این فیلترها به طور موقت هستند و یا به اشتباه انجام شده است گوگل تا زمانی که مشکل رفع شود این صفحات را از نمایش جستجو حذف می کند.



## Remove URLs

### Remove URLs

Use **robots.txt** to specify how search engines should crawl your site, or request **removal** of URLs from Google's search results ( have you read our [removal requirements?](#) ). Only site owners and users with full permissions can request removals.

Create a new removal request
Show: Pending (0)

URL	Status	Removal Type	Requested ▲
No URL removal requests.			

بخش remove urls در گوگل وبمستر برای صفحاتی که نیاز به حذف اضطراری دارند، به کار می روند، برای مثال برای حذف صفحات حاوی مطالب محرمانه که به طور اتفاقی منتشر شده اند استفاده می شوند. استفاده از این ابزار برای اهداف دیگر ممکن است باعث ایجاد مشکلاتی برای سایت شما باشد.

### از این ابزار جهت حذف صفحات در موارد زیر استفاده نکنید!

- جهت پاک کردن فایل های بیهوده، مثل صفحات قدیمی ۴۰۴.

اگر شما به تازگی سایت خود را تغییر داده اید و حال چند صفحه ی قدیمی url در فهرست گوگل دارید، زمانی که گوگل مجدداً سایت شما را بررسی کند، متوجه حذف این صفحات در سایت شما خواهد شد و خود این صفحات را از نتایج جستجوی گوگل پایین می کشد و نیازی نیست که در خواست حذف اضطراری صفحات را در remove urls دهید.

- جهت حذف خطاهای پیغام شده در ابزار گوگل وبمستر.

ابزار remove urls جهت حذف آدرس های url از نتایج جستجو به کار می روند، نه از حساب کاربری ابزار گوگل وبمستر شما. نیازی نیست که شما این کار را برای از بین بردن گزارشات گوگل وبمستر انجام دهید. گوگل وبمستر خود در اثر گذر زمان این کار را می کند.

### • جهت آغاز به کار سایت از صفر.

اگر شما نگران هستید که سایت شما جریمه شده است و یا می خواهید بعد از اینکه از کس دیگری دامنه خریداری کردید، سایت خود را از هر خطا پاک کنید ما به شما توصیه می کنیم که فرم تجدید نظر را پر کنید و به ما اجازه دهید بفهمیم که از چه چیز نگران هستید و چه چیزهایی تغییر یافته است.

### • جهت **offline** کردن سایت بعد از هک شدن

اگر سایت شما هک شده است و شما قصد دارید که url های بد را که ایندکس شده اند را دور بریزید از ابزار **remove urls** جهت حذف آدرس های url جدیدی که هکرها آن را اضافه کرده اند، کمک بگیرید. برای مثال

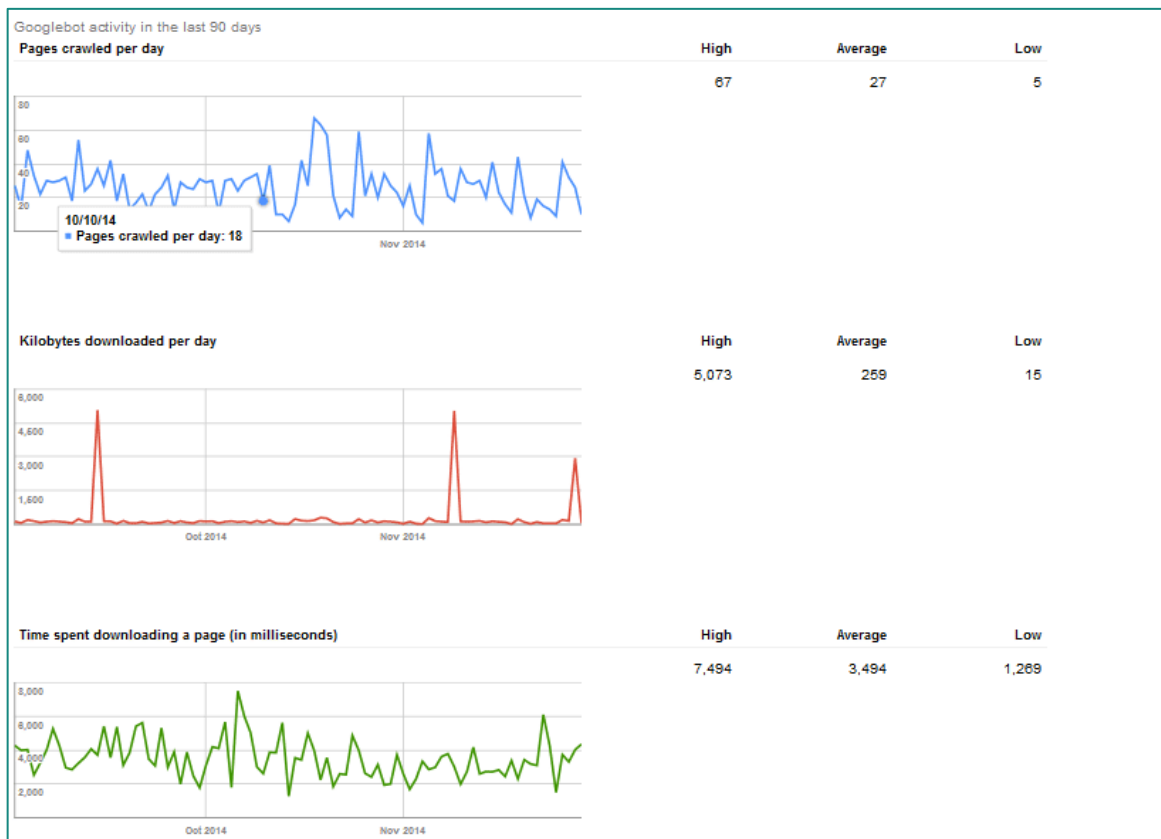
<http://www.example.com/buy-cheap-cialis-skq۳w۵۹۸.html>

اما ما به شما توصیه نمی کنیم که از بخش **remove urls** جهت حذف همه ی صفحات سایت که در آخر می خواهید ایندکس شوند، استفاده کنید. به جای آن سایت را از هک شدگی پاک کنید و به گوگل وبمستر اجازه دهید که مجدداً سایت را بررسی کند.

### • برای اینکه آدرس صحیح سایت شما ایندکس شود.

بسیاری از سایت ها یک محتوای **html** را با چند آدرس **url** می سازند. از **remove urls** جهت حذف آدرس های **url** ای که نمی خواهید در نتایج جستجو نمایش داده شوند، استفاده نکنید. چرا که این کار باعث می شود صفحه ی حذف شده از تمام آدرس های موجود حذف شود (آدرس های چه با **http** و چه بدون **www**)

## Crawl Stats



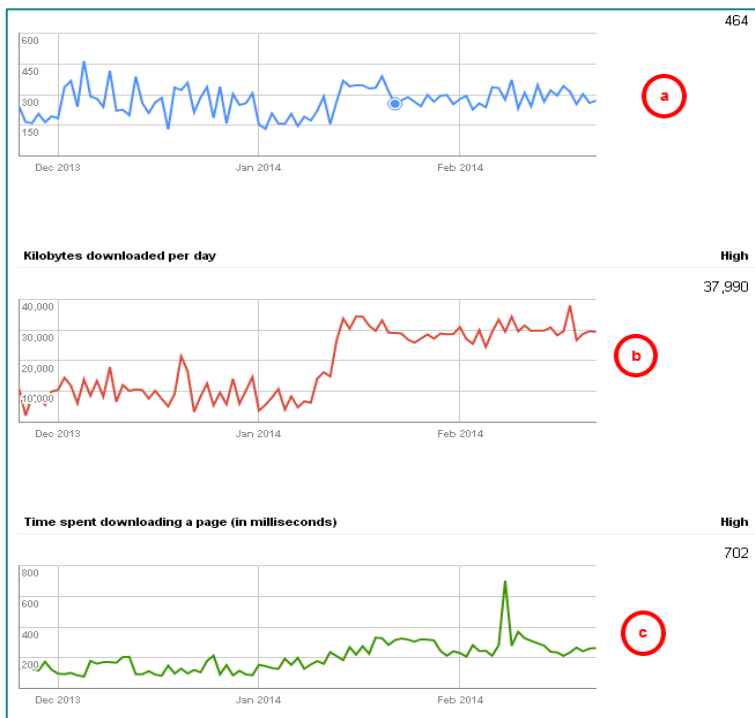
## crawl stats چیست ؟

صفحه‌ی crawl stats در ابزار وب مستر اطلاعاتی درباره‌ی فعالیت‌های ربات‌های گوگل در سایت شما در ۹۰ روز گذشته را به شما می‌دهد. این آمارها شامل محتوایی است که گوگل در سایت شما دیده است. (اعم از css، javascript، Flash، فایل‌های pdf و عکس‌ها)

## در اینجا چگونگی ورود به صفحه ی crawl stats توضیح داده شده است :

- وارد ابزار وب مستر شوید
- روی سایت خود کلیک کنید
- سمت چپ صفحه وارد بخش "crawl" شوید
- سپس روی گزینه ی Crawl Stats کلیک کنید

### طرز کار با نمودار crawl stats



شما می بایست در ابتدا نموداری شبیه به نمودار a مشاهده کنید؛ نمودار مثال زیر نشانگر تعداد صفحاتی است که گوگل هر روز آنها را بررسی کرده است و نقاط صعود نمودار بیانگر این است که در آن تاریخ بررسی عمیقی روی سایت مورد نظر صورت گرفته است و تعداد صفحات زیادی در یک سایت را بررسی کرده است. ( این نوع از بررسی ماهانه یک بار انجام می شود).

نمودار دوم و سوم که در crawl stats وجود دارند کمی تخصصی تر هستند؛ نمودار b بیانگر میزان داندودی است که گوگل بعد از دستیابی به صفحه شما انجام داده است و نمودار c میزان زمانی است که



جهت دانلود هر صفحه در هر تاریخ صرف شده است که این خود سرعت بارگذاری سایت شما را نشان می دهد .

## کاربرد crawl stats

بنابراین با مشاهده این نمودار می توانید در صورتی که دسترسی گوگل به صفحات شما کم شده باشد؛ متوجه این موضوع شده و درصد حل آن برآیید. علاوه بر آن شما می توانید در ابزار وب مستر از گوگل درخواست کنید که یک آدرس url خاص را بررسی کند( مثلا زمانی که یک تغییری ایجاد کرده اید که قصد دارید گوگل زودتر آن را ببیند). به این طریق که :

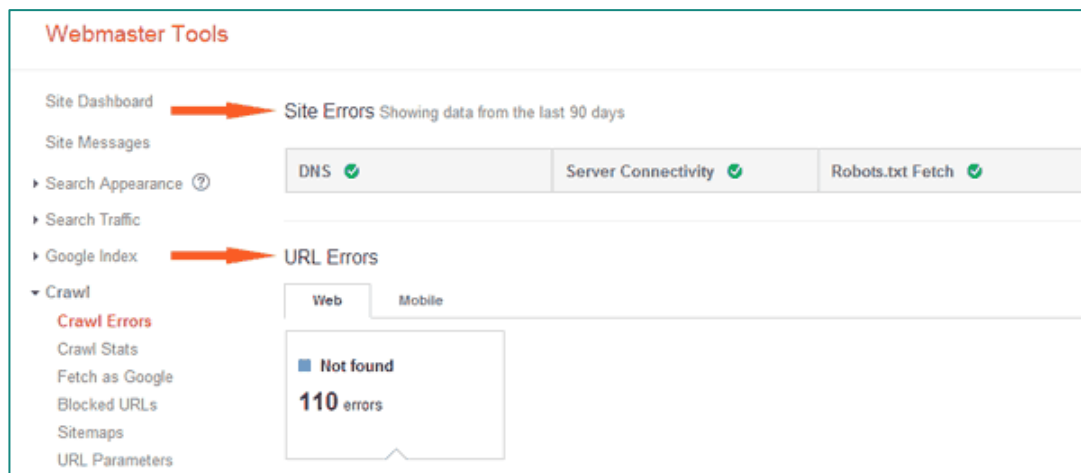
- وارد ابزار وب مستر شوید.
- روی سایت خود کلیک کنید.
- سمت چپ صفحه وارد مجموعه ی " Health " شوید. و در زیر گروه "Health" " گزینه ی "Fetch as Google" را انتخاب کنید.
- آدرس url خود را وارد کنید و روی گزینه ی "fetch" کلیک کنید؛ ممکن است ۱۰ تا ۱۵ دقیقه طول بکشد تا روند دسترسی و ذخیره ی اطلاعات صفحه ی مورد نظر شما توسط گوگل انجام شود.
- زمانی که عبارت "successful fetch" را مشاهده کردید؛ روی گزینه ی "Submit to index" کلیک کنید و مشخص کنید که می خواهید یک آدرس url منحصر به فرد ارائه دهید و یا url مورد نظر همراه با صفحاتی که از آن لینک گرفته اند همراهند. شما می توانید تا ۵۰۰ آدرس url منحصر به فرد را در هفته ارائه دهید و یا ۱۰ آدرس url همراه با صفحاتی که به آنها لینک کرده را ارائه دهید.



# Crawl Error

## Crawl Errors چیست؟

بخش Crawl Errors در اکانت وبمستر گوگل آدرس صفحاتی از سایت شما را نشان میدهد که گوگل امکان بررسی و خزیدن در آنها را ندارد و یا با بازکردن این صفحات با یکی از ارورهای HTTP مانند ۴۰۴، ۵۰۳ یا ۲۰۰ مواجه میگردد. در واقع گوگل از دو راه به صفحات داخلی شما دسترسی داشته و متوجه وجود آنها میشود، یکی از آدرس دهی موجود در نقشه سایت و دیگری لینک دهی از صفحات داخلی یا سایت های بیرونی به صفحه شما. اگر به هر دلیل صفحه ای در سایت شما موجود نباشد ولی در نقشه سایت قرار گرفته باشد یا از صفحات داخلی سایت به آن لینک داده باشید یک ارور جدید به این بخش اضافه خواهد شد. لینک از سایت های دیگر به یک صفحه داخلی شما که وجود ندارد موجب ایجاد Crawl Errors نخواهد شد.



## رفع مشکلات در بخش Crawl Errors

برای مشاهده این بخش به اکانت وبمستر سایت خود وارد شده و از منوی سمت چپ گزینه Crawl و پس از آن Crawl Errors را انتخاب کنید.

در این صفحه دو نوع ارور از سایت به شما معرفی میشود:

- **Site errors**: بخش اول مربوط به مشکلات کلی سایت و عدم دسترسی ربات های گوگل به کل محتوای سایت شماست.
- **URL errors**: بخش دوم به صفحات داخلی سایت توجه داشته و عدم دسترسی ربات گوگل به یک آدرس مشخص در سایت شما را لیست میکند.

علاوه بر نشان دادن لیست صفحات و آدرس هایی از سایت شما که با مشکل خزیدن یا Crawling مواجه هستند، دلیل احتمالی این خطا برای هر آدرس نیز نمایش داده میشود. در این بخش مهمترین آدرس ها بالاتر قرار میگیرند و لیست پیش روی شما به ترتیب زمان ایجاد ارور نیست.

برای یافتن دلیل ایجاد هر خطا در بخش Crawl Errors بر روی آدرس هر صفحه در لیست کلیک کنید. پنجره ای بصورت پاپ آپ باز خواهد شد که دارای سه Tab اصلی می باشد.



همانطور که در تصویر مشاهده میکنید صفحه باز شده دارای ۷ بخش اصلی می باشد که هر یک را جداگانه بررسی خواهیم کرد.

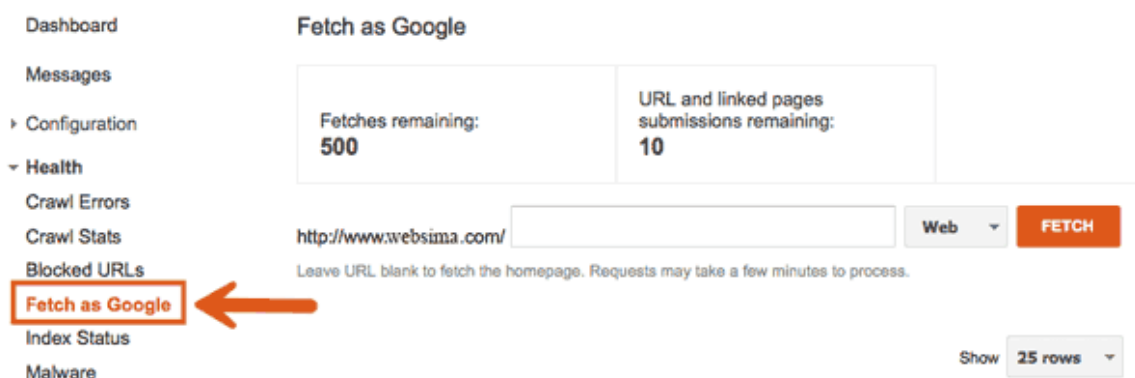
۱. در این قسمت نوع اروری که روبات های گوگل در بررسی این صفحه با آن مواجه شده اند را می بینیم Not found. همان ارور ۴۰۴ است.
  ۲. آدرس صفحه ای که روبات گوگل امکان بررسی و خزیدن در آن را نداشته است.
  ۳. جزئیات مربوط به این Crawl Error که شامل تاریخ بازبینی صفحه توسط گوگل و اطلاعاتی تکمیلی درباره نوع ارور می باشد.
  ۴. بخش چهارم یا همان in Sitemaps به شما میگوید که آیا این صفحه در نقشه سایت شما نیز وجود داشته یا خیر.
  ۵. صفحاتی که در سایت شما یا سایت های دیگر به این صفحه لینک داده اند در بخش Linked from نمایش داده میشوند.
  ۶. از طریق این دکمه به گوگل اعلام میکنید که مشکل این صفحه رفع شده و دیگر نباید در لیست Crawl Errors سایت شما باشد.
  ۷. با استفاده از دکمه Fetch as google میتوانید یک درخواست بازبینی و ایندکس مجدد برای آن صفحه از سایت به گوگل بدهید.
- در صورتیکه آدرس مورد نظر در سایت شما وجود داشته و به هردلیل دیگر نیازی به آن ندارید آن را از لیست نقشه سایت خود خارج کرده و هرکجا که در صفحات داخلی سایت به آن لینک داده اید پاک کنید. سپس در بخش Crawl Errors دکمه Mark as Fixed را بفشارید. اگر صفحه همچنان بر روی سایت موجود است و گوگل به اشتباه همچین خطایی را ثبت کرده تنها با فشردن دکمه Marsk as Fixed به سراغ آدرس بعدی بروید.
- با فشردن این دکمه آدرس مورد نظر از لیست خطاها خارج میگردد ولی اگر بدرستی مشکل آن را رفع نکرده باشید بزودی دوباره باز خواهد گشت. گاهی اوقات زمان زیادی لازم است تا گوگل متوجه حذف کامل یک صفحه از سایت شما بشود، برای افزایش سرعت این کار میتوانید یک درخواست حذف ایندکس نیز برای آدرس مورد نظر بدهید.



## Fetch as Google

در اکانت گوگل وبمستر خود میتوانید درخواست بررسی و ایندکس سایت و صفحات مشخصی از آن را ثبت کنید. این کار برای معرفی صفحات جدید سایت و یا آنهایی که به تازگی بروزرسانی شده اند کاربرد دارد.

برای ایندکس سایت از این طریق از نوار کناری و در بخش Crawl بر روی گزینه Fetch as Google کلیک کنید. آدرس مورد نظر خود را در باکس سفید رنگ وارد کرده و بر روی دکمه Fetch کلیک کنید. پس از بارگزاری مجدد صفحه وضعیت به Successful تغییر می یابد. در این زمان برای ثبت نهایی دکمه Submit to Index را بفشارید



برای ایندکس سایت از این طریق شما دو گزینه پیش رو خواهید داشت، یا خود صفحه را بررسی میکند یا آدرس مورد نظر با تمام لینکهای موجود در آن را. در هر ماه تنها ۱۰ بار میتوانید از روش دوم و ۲۰۰۰ بار از روش اول برای ایندکس سایت استفاده کنید.



## جریمه برای Fetch as Google

شما هم احتمالاً با بچه‌هایی که درخواست خودشان برای خرید اسباب بازی و خوراکی را بارها تکرار میکنند مواجه شده‌اید. اصرار و پافشاری زیاد میتواند هرکسی را کلافه کرده و در نهایت نتیجه‌ای عکس به‌همراه داشته باشد. گوگل اعلام کرده که اگر کاربران همین کار را با گوگل و با استفاده از بخش Fetch as Google در وبمستر خود انجام دهند جریمه‌ای به‌همراه نخواهد داشت.

این سوال بارها از کارشناسان وبسایم پرسیده شده است که آیا استفاده بیش از حد از این بخش در وبمستر میتواند موجب جریمه توسط گوگل و یا بی‌تاثیر شدن آن شود؟ خیر، با توجه به محدودیتی که وبمستر گوگل برای استفاده از بخش Fetch as Google تعیین کرده دیگر دلیلی برای جریمه افراد در استفاده از آن وجود ندارد. شما میتوانید در هفته ۵۰۰ صفحه از سایت خود را برای بررسی توسط ربات‌های گوگل و ایندکس با استفاده از این بخش معرفی کنید.

Go Fetch,  
**Googlebot!**  
Fetch as Googlebot Feature  
Helpful for Submitting URLs.



Jhon Muller بعنوان نماینده گوگل در بخش فروم وبمستر گوگل در پاسخ یکی از کاربران به سوالی مشابه گفته است:



هیچ جریمه‌ای برای استفاده زیاد از بخش FETCH AS GOOGLE در نظر گرفته نشده است و ربات‌های گوگل نسبت به سایت شما بی‌توجه نخواهند شد ولی همچنان لینک‌های مخرب و محتوای تکراری میتوانند موجب جریمه سایت شما شوند.



## Fetch and Render

در بخش پیشین با نحوه معرفی صفحات جدید سایت به گوگل با ابزار Fetch as Google جهت ایندکس سریعتر آشنا شدیم ، به تازگی وبمستر گوگل قابلیت جدیدی به این بخش اضافه کرده که نام آن را Fetch and Render گذاشته است.

البته این بخش قبلا نیز در وبمستر گوگل وجود داشت و شما میتوانید ظاهر آنچه گوگل از سایت شما ایندکس کرده بود را ببینید ولی با اضافه شدن دکمه fetch and render تنها برای صفحاتی که خودتان درخواست دهید این فرآیند انجام شده و گزارشی مختصر نیز به شما ارائه داده خواهد شد.

### آموزش کار با Fetch and render

با توجه به تغییرات ظاهری صورت گرفته در این بخش قصد داریم مروری بر نحوه کار بخش Fetch as Google در وبمستر گوگل داشته باشیم. برای معرفی یک صفحه جدید، شما ۴ گزینه اصلی پیش رو خواهید داشت که در تصویر زیر با شماره گذاری مشخص شده اند.

Path	Googlebot type	Render requested	Status	Date
/ 1- معرفی صفحه با درخواست رندر	Desktop	✓	Partial	5/30/14, 11:55 PM
/ 2- معرفی صفحه بدون رندر	Desktop		Complete	5/29/14, 2:59 AM

در بخش ۱ آدرس صفحه ای از سایت شما که قصد دارید توسط روبات های گوگل بررسی شود را معرفی میکنید. توجه داشته باشید که در این فیلد نیازی به وارد کردن آدرس دامنه سایت نبوده و شما

ادامه آدرس صفحه پس از کاراکتر / را وارد میکنید. قرار دادن یک / اضافه ممکن است فرآیند ایندکس را با مشکل مواجه کرده و با خطای ۴۰۴ روبرو شوید.

در بخش ۲ تعیین میکنید که این آدرس توسط کدام نوع روبات گوگل مورد بررسی مجدد قرار گیرد. استانداردهای مورد استفاده توسط روبات ها گوگل متفاوت می باشد و نسخه های گوناگونی برای کامپیوتر شخصی، تبلت و تلفن همراه از سایت شما ایندکس میکنند.

به همین دلیل ممکن است رتبه شما برای یک کلمه کلیدی خاص، زمانی که کاربر با گوشی همراه خود در گوگل جستجو میکند با زمانی که توسط کامپیوتر شخصی جستجو کرده است تفاوت زیادی داشته باشد. از همین رو و با توجه به گرایش زیاد کاربران به استفاده از گوشی های هوشمند، پیشنهاد میکنیم که توجه ویژه ای به بهینه سازی نسخه موبایل سایت خود برای موتورهای جستجو داشته باشید.

در ادامه شما میتوانید یکی از بخش های ۳ و ۴ که به ترتیب Fetch و Fetch and Render هستند را برگزینید.

توجه داشته باشید که استفاده از دکمه Fetch and Render هیچ تاثیری بر سرعت ایندکس صفحه یا جایگاه شما در رتبه بندی گوگل نخواهد داشت و تنها تفاوت آن با Fetch ارائه گزارشی مختصر و پیش نمایشی از سایت شما بصورتی که توسط ربات های گوگل دیده شده است، می باشد.

در صورت انتخاب گزینه Fetch and Render یک علامت تیک در ردیف آدرس ایندکس شده نمایش داده میشود. با کلیک بر روی این ردیف به گزارش گوگل از صفحه و نحوه نمایش صفحه شما به روبات های گوگل ارجاع داده میشود.



## robot.txt Tester

### فایل Robots.txt چیست؟

وظیفه فایل robots.txt محدود کردن دسترسی ربات های گوگل و سایر موتورهای جستجو به محتویات سایت شماست. این ربات ها بصورت کاملاً اتوماتیک عمل کرده و قبل از ورود به هر سایت یا صفحه ای از وجود فایل robots.txt بر روی آن و محدود نبودن دسترسی محتوا مطمئن میشوند. تمامی ربات های استاندارد در اینترنت به این قوانین و محدودیت ها احترام گذاشته و صفحات شما را بازدید و ایندکس نخواهند کرد ولی ربات های اسپم توجهی به این فایل نخواهند داشت. اگر تمایل به حفظ امنیت محتوایی خاص و پنهان کردن آن از دید ربات های اینترنتی دارید بهتر است از پسورد گذاری صفحات استفاده کنید.

در عمل استفاده از فایل robots.txt به شما این امکان را میدهد که صفحات سایت را تنها مختص کاربران اینترنتی طراحی کرده و ترسی از محتوای تکراری، وجود لینک های بسیار در آن صفحه و تاثیر منفی بر سئو سایت نداشته باشید. همچنین به شما این امکان را میدهد که صفحات بی ارزش و کم محتوا را از دید موتورهای جستجو پنهان کنید تا زمان ربات ها در سایت شما برای ایندکس کردن این صفحات هدر نرود.

شما تنها زمانی که قصد محدود کردن ربات های گوگل را داشته باشید از فایل robots.txt استفاده میکنید و اگر از نظر شما تمام صفحات سایت قابلیت و ارزش ایندکس شدن توسط گوگل را داشته باشند نیازی به این فایل نخواهید داشت. حتی قرار دادن یک فایل خالی با همین نام نیز لزومی ندارد.

برای قرار دادن یک فایل robots.txt شما باید به هاست دسترسی داشته و آن را در ریشه اصلی کپی کنید. اگر به هر دلیل دسترسی شما به سرور محدود شده باشد میتوانید با قرار دادن تگ های متا در هدر صفحه دسترسی ربات به آن را محدود کنید.



برای جلوگیری از ورود تمامی روبات های اینترنتی به صفحه از تگ:

```
<meta name="robots" content="noindex"/>
```

و برای محدود کردن روبات های گوگل از تگ:

```
<meta name="googlebot" content="noindex" />
```

استفاده کنید. با مشاهده ی این تگ در هدر یک صفحه گوگل بطور کلی آن را از نتایج جستجوی خود خارج خواهد کرد.

## آموزش ساخت فایل robots.txt

یک فایل ساده برای مدیریت روبات های اینترنتی از دو قانون اصلی استفاده میکند که عبارتند از:

**User-agent:** نشان دهنده نوع روباتی است که نباید به صفحه دسترسی داشته باشد.

**Disallow:** بیانگر آدرس صفحه ای است که میخواهید از دید روبات ها پنهان بماند.

با ترکیب این دو دستور شما میتوانید قوانین مختلفی را برای دسترسی به صفحات داخلی سایت تعریف کنید. بعنوان مثال برای یک **user-agent** مشخص میتوان چندین آدرس را معرفی نمود و یا برعکس.

لیست تمامی روبات های اینترنتی معتبر در دیتابیس [Web Robots Database](#) موجود است و شما میتوانید با قرار دادن نام هریک بعنوان **User-agent** قوانین مشخصی برای آنها تعریف کنید و یا با استفاده از کاراکتر \* به جای نام در فایل **robots.txt** یک قانون را برای همه روبات ها اعمال کنید. مانند:

**User-agent:** \*

**Disallow:** /folder\ /

موتور جستجوی گوگل چندیدن نوع روبات مخصوص بخود دارد که معروفترین آنها با نام Googlebot شناخته میشود و وظیفه بررسی و ایندکس صفحات وب را برعهده دارد. روبات Gogglebot-image نیز مسئول بررسی تصاویر سایت ها و ایندکس کردن آنها می باشد.

User-Agent: Googlebot

Disallow: /folder۲/

شما میتوانید به روش های مختلفی قوانین خود را اعمال کنید، میتوان یک صفحه مشخص و یا یک دسته از صفحات را برای یک قانون تعریف نمود. مثال های زیر روش های مختلف استفاده از این قوانین هستند:

برای عدم دسترسی روبات ها به تمام محتویات سایت از کاراکتر / استفاده میکنیم

Disallow :/

برای عدم دسترسی به یک فولدر یا دسته از سایت نام آن را وارد کنید

Disallow: /blog/

برای اعمال محدودیت روی یک صفحه خاص آدرس دقیق آن را بدون نام سایت وارد کنید

Disallow: /blog/keyword-planner/

برای محدود کردن یک تصویر بر روی سایت آدرس آن را به همراه User-agent مربوط به آن وارد کنید

User-agent: Googlebot-Image

Disallow: /images/dogs.jpg

و برای مخفی کردن تمام تصاویر موجود بر روی سایت از دید موتورهای جستجو از دستور زیر استفاده کنید

User-agent: Googlebot-Image

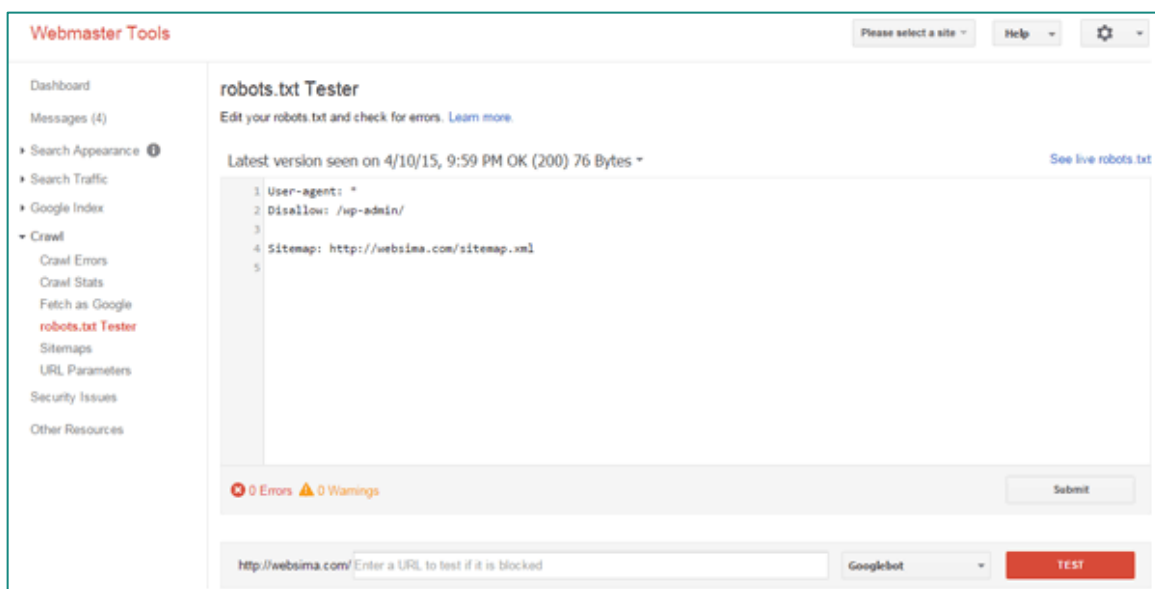
Disallow: /

همچنین شما میتوانید یک نوع فایل مشخص را از دید موتورهای جستجو مخفی نگه دارید، بعنوان مثال برای تصاویری با فرمت gif

User-agent: Googlebot

Disallow: /\*.gif\$

توجه داشته باشید که فایل robots.txt نسبت به بزرگ و کوچک بودن حروف انگلیسی حساس بوده و آدرس صفحات باید به دقت وارد شوند. پس از ساخت فایل مورد نظر خود و ذخیره آن در فرمت txt آن را بر روی سرور و در ریشه اصلی کپی کنید. قوانین اعمال شده برای روبات هایی هستند که از این پس به سایت شما وارد میشوند حذف صفحاتی که در گذشته ایندکس شده اند از دیتابیس گوگل نیازمند گذشت زمان خواهد بود.



## آزمایش Robots.txt در بخش robot.txt Tester

وبمستر گوگل قسمت مشخصی را برای نمایش صفحاتی از سایت شما که توسط robots.txt دسترسی روبات به آنها محدود شده، در نظر گرفته است. این صفحه با نام robot.txt Tester و بعنوان زیر مجموعه ای از بخش Crawl تعریف شده است.

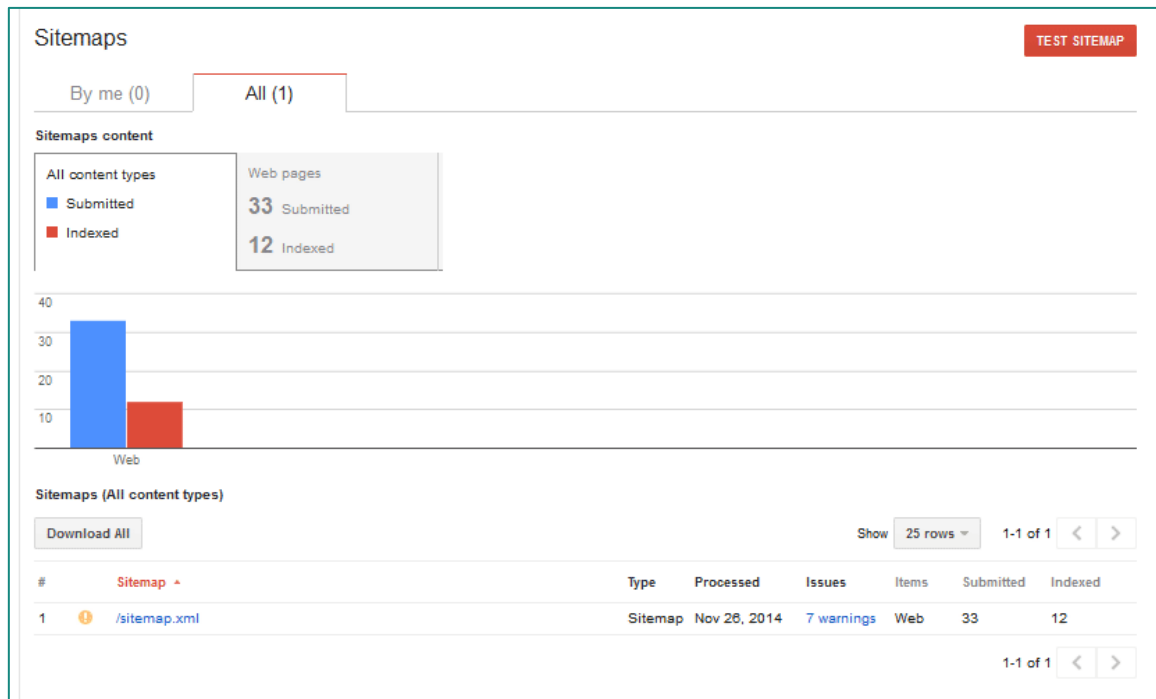
برای اطمینان از عملکرد صحیح فایل robots.txt به بخش robot.txt Tester در اکانت وبمستر خود مراجعه کرده و مانند تصویر زیر در بخش اول محتویات فایل را کپی کنید. در بخش دوم آدرس

صفحاتی که قصد دارید میزان محدودیت روبات های گوگل در دسترسی به آنها را بسنجید وارد کنید.  
(در هر خط یک آدرس)

در بخش انتهایی شما میتوانید یک نوع از روبات های گوگل را علاوه بر روبات اصلی که وظیفه ایندکس صفحات را برعهده دارد انتخاب کنید.



# Sitemaps



## نقشه سایت چیست؟

نقشه سایت XML (زبان نشانه گذاری قابل توسعه) در واقع یک فایل متنی حاوی تمام آدرس های موجود در سایت شماست. همچنین نقشه سایت (سایت مپ) شما میتواند اطلاعات متا هر آدرس از سایت مانند آخرین بروزرسانی، میزان اهمیت و نحوه ارتباط آن با صفحات دیگر را نیز شامل شود. وجود نقشه سایت روبات موتورهای جستجو مانند گوگل را راهنمایی میکند صفحات شما را بصورت بهتر شناسایی کند و همچنین از ایجاد صفحات جدید و تغییرات در صفحات قدیمی شما مطلع شود.

هیچ تضمینی وجود ندارد که با ساخت نقشه سایت XML صفحات شما بهتر ایندکس شوند ولی با داشتن نقشه سایت یا سایت مپ شانس بیشتری خواهید داشت.

```

- <urlset>
  - <url>
    <loc>http://www.websima.com/en/www/gokan-les5sens.com</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1</priority>
  </url>
  - <url>
    <loc>http://www.websima.com/en/www/www.widos.de</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1</priority>
  </url>
  - <url>
    - <loc>
      http://www.websima.com/en/www/otraodisea.wordpress.com
    </loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1</priority>
  </url>
  - <url>
    - <loc>
      http://www.websima.com/en/www/erinelizabethphotographyky.com
    </loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1</priority>
  </url>
  - <url>
    <loc>http://www.websima.com/en/www/qumu.com</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1</priority>
  </url>

```

## معانی برچسب های استفاده شده در نقشه سایت

<urlset> نقشه سایت با این برچسب شروع و خاتمه می یابد.

<url> محتوای لینک هر صفحه در این برچسب قرار میگیرد و در واقع یک برچسب مادر است.

<loc> این برچسب آدرس دقیق هر صفحه از سایت شما را در خود جای میدهد.

<lastmod> اطلاعات مربوط به آخرین تغییرات صفحه در این برچسب قرار میگیرد که به فرمت YYYY-MM-DD تاریخ دهی میشود.

<changefreq> این برچسب از نقشه سایت شما اطلاعاتی درمورد بازه زمانی تغییرات در صفحه مورد نظر را ارائه میدهد.

<priority> میزان اهمیت صفحه در نقشه سایت شما را مشخص میکند که مقدار آن میتواند در بازه ۰.۰ تا ۱.۰ باشد.

نکات:

۱. برچسب <loc> اجباری بوده و برچسب های <<changefreq,lastmod>> و <priority> اختیاری هستند.

۲. فایل نقشه سایت شما باید روی هاست و پوشه اصلی فایل ها قرار گیرد.

۳. تمام آدرس ها در نقشه سایت باید مربوط به یک دامنه باشند.

۴. حداکثر طول مجاز برای یک آدرس ۲۰۴۸ کاراکتر است.

۵. به نظر میرسد که با تنظیم <changefreq> و <priority> میتوان موتورهای جستجو را وادار به بررسی روزانه سایت خود کنید، این کار به هیچ عنوان توصیه نمیشود زیرا اگر گوگل متوجه غیرواقعی بودن آن شود کل فایل نقشه سایت شما را نادیده خواهد گرفت.

## فایل ایندکس نقشه سایت چیست؟

گاهی با توجه به تعداد زیاد صفحات و موضوعات یک سایت ساخت چند نقشه سایت لازم میشود. در اینصورت فایل مربوط به هر نقشه سایت باید در یک فایل ایندکس نقشه سایت ( Sitemap index file) لیست شود.

اگر سایت شما بیش از ۵۰۰۰ صفحه دارد یا سائز فایل نقشه سایت شما بیش از ۱۰ مگابایت است، استفاده از چند فایل نقشه سایت ضرورت می یابد. در اینصورت به فایل ایندکس نقشه سایت نیز نیاز دارید. البته میتوانید با استفاده از gzip حجم فایل و پهنای باند مورد نیاز را کاهش دهید ولی مطمئن شوید که سائز فایل نقشه سایت شما بعد از فشرده سازی کمتر از ۱۰ مگابایت باشد.



```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>

<sitemapindex xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">

  <sitemap>

    <loc>http://www.example.com/sitemap1.xml.gz</loc>

    <lastmod>2004-10-01T18:23:17+00:00</lastmod>

  </sitemap>

  <sitemap>

    <loc>http://www.example.com/sitemap2.xml.gz</loc>

    <lastmod>2005-01-01</lastmod>

  </sitemap>

</sitemapindex>
```

در فایل ایندکس زمان احتمالی تغییرات برای هر فایل نقشه سایت شما بوسیله برچسب `<lastmod>` مشخص میشود.

معانی برچسب های استفاده شده در ایندکس نقشه سایت

`<sitemapindex>` ایندکس نقشه سایت با این برچسب باز و بسته میشود.

`<sitemap>` این برچسب اطلاعات مربوط به هر نقشه سایت را در خود جای میدهد.

هر فایل ایندکس میتواند تا ۵۰۰۰۰ فایل نقشه سایت را در شامل شود.

## نقشه سایت XML چه فایل هایی را پشتیبانی میکند؟

گوگل میتواند پسوندهای متفاوتی را در هر نقشه سایت شناسایی کند. این امر بستگی به محتویات هر سایت دارد و شما با استفاده از نقشه سایت کار را برای موتورهای جستجو راحت میکنید. نقشه سایت XML پسوندهای HTML، Video، Image، Mobile و News را پشتیبانی میکند.



## آموزش ساخت نقشه سایت

لینک های زیر ساخت نقشه سایت را برای شما بسیار آسان میکنند، البته اگر از سیستم های مدیریت محتوا مانند وردپرس و جوملا برای سایت خود استفاده میکنید افزونه های مناسبی در اختیار خواهید داشت.

- [Enarion phpSitemapsNG](#)
- [Google Sitemap Generator](#)
- [XML-Sitemaps](#)

قبل از معرفی نقشه سایت خود به گوگل میتوانید از بخش Optimization و قسمت Sitemaps در Google Webmaster Tools از عملکرد درست نقشه سایت خود مطمئن شوید. برای اینکار با فشردن دکمه قرمز رنگ Add/Test Sitemap در سمت راست صفحه و وارد کردن آدرس نقشه سایت خود مانند تصویر زیر گوگل فایل شما را بررسی کرده و تعداد صفحات معرفی شده توسط آن را به شما نشان میدهد.

توجه کنید که همین دکمه علاوه بر بررسی برای معرفی نقشه سایت به گوگل نیز استفاده میشود، علاوه بر این شما میتوانید با قرار دادن کد زیر در فایل robots.txt خود نقشه سایت را به گوگل معرفی کنید.

Sitemap: <http://example.com/sitemap.xml>

هر بار که تغییری در نقشه سایت خود ایجاد کردید با استفاده از همان دکمه Add/Test Sitemap گوگل را از تغییرات آن مطلع کنید.

اهمیت نقشه سایت زمانی مشخص میشود که تعداد صفحات سایت شما بسیار زیاد بوده و ارزش محتوایی آنها با یکدیگر متفاوت باشد. بطور مثال اگر بخش مقالات تکنولوژی از مقالات بازی و سرگرمی برای شما مهمتر است میتوانید این تفاوت را بوسیله نقشه سایت به وبمستر خود معرفی کنید.

پس Sitemaps فایللی است که شما می توانید در آن صفحات وب سایت خود را به منظور اطلاع رسانی به گوگل و دیگر موتورهای جستجو درباره ی سازماندهی محتویات و دستورالعمل سایت، لیست کنید. ربات های کراولر موتورهای جستجو مثل googlebot این فایل را می خوانند تا بررسی هوشمندانه تری را در سایت شما انجام دهند.

به طور ایده آل، اگر به سایت شما لینک داده شده باشد ربات های خزنده ی گوگل می توانند اکثر صفحات سایت شما را کشف کنند. همچنین استفاده از ابزار sitemaps می تواند به بررسی صفحات سایت شما کمک کند، مخصوصا اگر سایت شما یکی از وضعیت های زیر را داشته باشد:

- سایت شما بسیار بزرگ باشد

در نتیجه ممکن است ربات های خزنده گوگل از بررسی برخی از صفحات جدید سایت شما غافل شوند.

- سایت شما حاوی آرشیوی از محتواهای بسیار زیاد باشد که این صفحات به خوبی به یکدیگر لینک نشده باشند.

اگر صفحات سایت شما به خوبی به یکدیگر ارجاع داده نشده باشند، شما می توانید آنها را در sitemaps گوگل وبمستر لیست کنید تا اطمینان یابید که گوگل بررسی برخی از صفحات سایت شما را از قلم نیانداخته است.

- سایت شما جدید است و هنوز لینک های خارجی زیادی دریافت نکرده است.

Googlebot و سایر ربات های خزنده ی گوگل صفحات سایت را با دنبال کردن این لینک ها بررسی می کنند، بنابراین در صورتی که سایت شما لینک خارجی ای دریافت نکرده است، ممکن است گوگل صفحات سایت شما را پیدا نکند.

همچنین sitemaps اطلاعات متادیتای با ارزشی در رابطه با صفحاتی که در sitemaps لیست شده اند به ربات های گوگل می دهد.

اطلاعات متادیتا شامل اطلاعاتی درباره ی سایت از قبیل زمان آخرین به روز رسانی سایت، دوره های زمانی که هربار محتویات سایت تغییر می کنند و اهمیت یک صفحه نسبت به صفحات دیگر نیز می باشد.

شما همچنین با استفاده از sitemaps می توانید نوع محتوای خود را اعم از ویدئو و یا تصاویر به گوگل بفهمانید:

Sitemaps ویدئو مدت زمان اجرای ویدئو، دسته بندی و محدودیت سنی آن را مشخص می کند.

Sitemaps تصاویر موضوع عکس، ماهیت، نوع و مجوز آن را مشخص می کند.

توجه داشته باشید که استفاده از sitemaps گوگل وبمستر تضمینی بر بررسی همه ی صفحات لیست شده در site maps نیست. چرا که روند کار گوگل بر پایه ی الگوریتم هایی پیچیده است. در اکثر مواقع وبمستران از sitemaps گوگل وبمستر سود می برند و هیچ گاه به خاطر آن جریمه نمی شوند.



## معرفی ربات های گوگل

ببینید که کدام یک از ربات های گوگل برای دسترسی به سایت شما استفاده شده اند. واژه ی “crawler” ویا ربات خزنده یک عبارت کلی برای هر برنامه ای است (شامل ربات گوگل و ربات عینکبوت و..). که سایت ها را به طور خودکار به وسیله ی دنبال کردن لینک ها؛ کشف و اسکن می کند. اصلی ترین ربات خزنده ی گوگل googlebot نام دارد. جدول زیر لیستی از نام و اطلاعات google crawler است که شما ممکن است در صفحه ورود خود آنها را مشاهده کنید و همچنین حاوی طریقی است که باید در فایل robot.txt؛ تگ متای robots و دستورالعمل های http تگ X-Robots شناسانده شوند.

Crawler	User-agents	HTTP(S) requests user-agent
Googlebot (Google Web search)	Googlebot	Mozilla/5.0 (compatible; Googlebot/2.1; +http://www.google.com/bot.html) or (rarely used): Googlebot/2.1 (+http://www.google.com/bot.html)
Googlebot News	Googlebot-News (Googlebot)	Googlebot-News
Googlebot Images	Googlebot-Image (Googlebot)	Googlebot-Image/1.0
Googlebot Video	Googlebot-Video (Googlebot)	Googlebot-Video/1.0
Google Mobile	Googlebot-Mobile	[various mobile device types] (compatible; Googlebot-Mobile/2.1; +http://www.google.com/bot.html)
Google Smartphone	Googlebot	Mozilla/5.0 (iPhone; CPU iPhone OS 6_0 like Mac OS X) AppleWebKit/536.26 (KHTML, like Gecko) Version/6.0 Mobile/10A5376e Safari/8536.25 (compatible; Googlebot/2.1; +http://www.google.com/bot.html)
Google Mobile AdSense	Mediapartners-Google  or  Mediapartners (Googlebot)	[various mobile device types] (compatible; Mediapartners-Google/2.1; +http://www.google.com/bot.html)
Google AdSense	Mediapartners-Google Mediapartners (Googlebot)	Mediapartners-Google
Google AdsBot landing page quality check	AdsBot-Google	AdsBot-Google (+http://www.google.com/adsbot.html)



## ربات گوگل robots.txt

درموردی که چندین شناسه در فایل robots.txt شناسانده شده است؛ گوگل بسیار دقیق عمل می کند. اگر شما می خواهید همه ی ربات های گوگل قادر به دسترسی به سایت شما باشند دیگر نیازی به فایل robots.txt ندارید. اگر شما می خواهید دسترسی همه ی ربات های گوگل به برخی از اطلاعات خود را مسدود کنید و یا فقط اجازه ی دسترسی همه ی ربات ها به برخی از مطالب سایت خود را بدهید می توانید Googlebot را به عنوان شناسه کاربری تعیین کنید. برای مثال اگر شما می خواهید همه ی صفحات وب سایت تان در صفحه ی نمایش نتایج گوگل پدیدار شوند و تبلیغات AdSense روی صفحات تان باشد دیگر نیازی به فایل robots.txt ندارید. و به طور متشابه اگر می خواهید دسترسی جمیع ربات های گوگل به برخی از صفحات سایت خود را مسدود کنید با مسدود کردن دسترسی boooglebot؛ دسترسی بقیه ی ربات ها نیز مسدود می شود.

اگر بخواهید کنترل ریز بینانه تری داشته باشید؛ می توانید کمی دقیق تر عمل کنید. برای مثال شما ممکن است بخواهید به همه صفحات سایتتان به جز تصاویر دایرکتوری شخصی شما دسترسی وجود داشته باشد؛ در اینصورت از robots.txt به منظور disallow کردن ربات Googlebot-image استفاده کنید؛ این در صورتی است که Googlebot اجازه دسترسی به اطلاعات شما را دارد. همانند فرم زیر:

User-agent: Googlebot

Disallow:

User-agent: Googlebot-Image

Disallow: /personal

در مثال بعد شما می خواهید که تبلیغات در همه ی صفحات شما باشد؛ اما این صفحات در جستجوی گوگل ظاهر نباشند؛ در اینصورت می بایست دسترسی ربات googlebot را مسدود کرده ولی به ربات Mediapartners-Google اجازه دسترسی دهید. همانند فر زیر:

User-agent: Googlebot

Disallow: /

User-agent: Mediapartners-Google

Disallow: /

## ربات گوگل robots meta tag

در برخی از صفحات از تگ متای ربات های متعدد برای تعیین دایرکتیوری ها برای ربات ها ی خزنده گوگل استفاده می شود؛ برای مثال:

```
<metaname="robots" content="nofollow"><meta name="googlebot" content="noindex">
```

در این حالت گوگل از همه ی directive های منفی استفاده می کند و googlebot همه ی دایرکتیو های nofollow و nonindex را در نظر می گیرد.



## منابع :

<https://support.google.com/webmasters>

<http://webmaster.websima.com>

<http://websima.com>







**WEBSIMA.**  
CREATIVE AGENCY  
آژانس خلاقیت وب سیما

[www.WEBSIMA.com](http://www.WEBSIMA.com)  
2201 9286 - 2201 5851

طراحی سایت و بازاریابی آنلاین

