

شرکت مهندسی سناکو تقدیم می کند

آموزش Google Search Console

آیا می خواهید سایتان در صفحه اول گوگل نمایش داده شود؟
نزدیک تر گل به شما کمک می کند!

محسن رجبی

www.ketab.ir

سرشناسه	: رجبی سیاهبومی، محسن، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور	: آموزش google search console : آیا میخواهید سایتتان در صفحه اول گوگل نمایش داده شود؟ خود گوگل به شما کمک می کند/ محسن رجبی: [برای] شرکت مهندسی سناکو.
مشخصات نشر	: اصفهان: چشم ساعی، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۲۹۷ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۱۹-۵۷-۰: ۲۷۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: گوگل
موضوع	: Google
موضوع	: وب - موتورهای جستجو
موضوع	: Web search engines
موضوع	: جستجوی اینترنتی
موضوع	: Internet searching
رده بندی کنگره	: TK۵۱۰۵/۸۸۵/۵: ۳۱۰۹۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۵۰۵۰۴۰

انتشارات چشم ساعی: اصفهان، میدان جمهوری، جنب بانک مسکن، کوچه بنفشه ۲، کوچه استقلال.

تلف: ۰۳۱۳۳۳۸۲۹۲۸۰۰



عنوان کتاب:	آموزش Google Search Console
مؤلف:	محسن رجبی
برنامه ریزی و اجرا:	شرکت مهندسی سناکو
ناشر:	انتشارات چشم ساعی
ویراستار:	محسن رجبی
صفحه آرای و طراحی جلد:	محسن رجبی
نوبت چاپ:	چاپ اول
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
قیمت:	۲۷۰۰۰ تومان
تلفن مرکز پخش:	۰۹۱۳۴۴۷۷۰۰۸ - ۰۳۱۳۴۴۷۷۰۰۸
پایگاه اینترنتی:	www.See.co.ir
پست الکترونیکی:	Info@See.co.ir

فهرست مطالب

مقدمه

۱۷

بخش اول: معرفی کنسول جستجوی گوگل

۱۹

فصل ۱. نحوه کار موتور جستجو گوگل

۲۱

۲۳.....Crawling..... ۱-۱

۲۳.....Indexing..... ۲-۱

۲۴.....Serving results..... ۳-۱

فصل ۲. آشنایی با کنسول جستجوی گوگل

۲۷

۲۸.....ده دلیل برای استفاده از کنسول جستجوی گوگل..... ۱-۲

۲۸.....چه کسانی از کنسول جستجو، گوگل استفاده می کنند؟..... ۲-۲

۳۰.....آیا سایت شما در فهرست نتایج گوگل قرار دارد؟..... ۳-۲

۳۱.....شروع استفاده از کنسول جستجوی گوگل برای وبسایت..... ۴-۲

۳۴.....چگونه سایت خود را نتایج جستجو در گوگل به رتبه اول بیاوریم؟..... ۵-۲

فصل ۳. اصطلاحات پرکاربرد کنسول جستجو

۳۷

۳۸.....Property..... ۱-۳

۳۸.....Verify..... ۲-۳

۳۹.....Googlebot..... ۳-۳

۳۹.....Canonical..... ۴-۳

۳۹.....Robots.txt..... ۵-۳

۴۰.....Sitemap..... ۶-۳

۴۰.....Resource..... ۷-۳

۴۰.....Render..... ۸-۳

۴۰.....Manual Action..... ۹-۳

۴۱.....International Targeting..... ۱۰-۳

۴۱.....Content keyword..... ۱۱-۳

۴۱.....Structured Data..... ۱۲-۳

۴۱.....Snippets..... ۱۳-۳

۴۲.....	Rich Snippet	۱۴-۳
۴۲.....	Sitelink	۱۵-۳

فصل ۴. شروع کار با کنسول جستجو گوگل

۴۴.....	اولین قدم: اضافه کردن سایت به کنسول جستجوی گوگل	۱-۴
۴۴.....	دومین قدم: اثبات مالکیت سایت	۲-۴
۴۵.....	روش اول: HTML file upload	۱-۲-۴
۴۷.....	روش دوم: Domain name provider	۲-۲-۴
۴۸.....	روش سوم: HTML tag	۳-۲-۴
۵۰.....	روش چهارم: Google Analytics tracking code	۴-۲-۴
۵۱.....	روش پنجم: Google Tag Manager	۵-۲-۴
۵۱.....	روش ششم: Google Sites	۶-۲-۴
۵۲.....	روش هفتم: Blogger	۷-۲-۴
۵۲.....	خطای متداول هنگام تأیید مالکیت سایت در کنسول جستجو گوگل	۳-۴
۵۳.....	به لینک از سایت را در کنسول جستجو گوگل اضافه کنیم؟	۴-۴
۵۴.....	پشتیبانی از کاراکترهای غیر لاتین در کنسول جستجو	۵-۴
۵۵.....	چه زمانی همه داده‌های سایت مربوط به سایت آغاز می‌شود؟	۶-۴
۵۵.....	روند اثبات مالکیت سایت در کنسول جستجو گوگل چه مدت زمان می‌برد؟	۷-۴
۵۵.....	تغییر روش احراز مالکیت یک سایت در کنسول جستجو	۸-۴
۵۶.....	نحوه احراز مالکیت برای زیر دامنه‌ها و زیر پوشه‌های سایت	۹-۴

فصل ۵. تنظیمات کنسول جستجو گوگل

۵۸.....	تعریف کاربر و مدیر در کنسول جستجو و تعیین سطح دسترسی هر یک	۱-۵
۵۸.....	Owner	۱-۱-۵
۵۹.....	User	۲-۱-۵
۵۹.....	Associate	۳-۱-۵
۵۹.....	نحوه اضافه و یا حذف کردن یک شخص به عنوان صاحب سایت (Owner)	۲-۵
۶۰.....	نحوه اضافه و یا حذف کردن اشخاص با دسترسی‌های محدودتر (User)	۳-۵
۶۲.....	نحوه اضافه و یا حذف کردن همکاران سایت (Associate)	۴-۵
۶۳.....	سطح دسترسی‌ها	۵-۵
۶۴.....	دسته‌بندی سایت‌ها در کنسول جستجو گوگل	۶-۵
۶۴.....	قوانین حاکم بر دسته‌بندی سایت‌ها	۱-۶-۵
۶۵.....	نحوه ایجاد، ویرایش و حذف مجموعه‌ای از سایت‌ها	۲-۶-۵

فصل ۶. Search Appearance

- ۶-۱. تجسم نمایش ظاهری سایت در لیست نتایج جستجو گوگل..... ۶۹
- ۶-۲. نحوه استفاده از اطلاعات ارائه شده در Search Appearance..... ۷۱
- ۶-۳. لینک‌های سایت..... ۷۱

فصل ۷. Structured Data

- ۷-۱. داده‌های ساختاریافته..... ۷۶
- ۷-۲. گزارش‌ها و گزینه‌های موجود در بخش Structured Data..... ۷۷
- ۷-۳. تشخیص و رفع خطاهای مربوط به داده‌های نشانه‌گذاری شده در سایت..... ۷۸

فصل ۸. Rich Cards

- ۸-۱. کارت‌های غنی، فرصت جدید نمایش نتایج جستجو در گوگل..... ۸۲
- ۸-۲. گزارش ارائه شده در بخش Rich Cards و نحوه استفاده از آن‌ها..... ۸۳
- ۸-۳. تاریخ بروز رسانی گزارش‌ها بخش Rich Cards..... ۸۵
- ۸-۴. وضعیت کارت‌های غنی بر اساس درجه اهمیت خطاهای مربوطه..... ۸۶
- ۸-۵. درجه اهمیت خطاهای هر کارت غنی..... ۸۷
- ۸-۶. عدم نمایش گزارش‌ها، کارت‌های غنی در کنسول جستجو..... ۸۷

فصل ۹. Data Highlighter

- ۹-۱. آشنایی با ابزار Data Highlighter..... ۹۰
- ۹-۲. انواع داده‌هایی که توسط Data Highlighter پشتیبانی می‌شوند..... ۹۰
- ۹-۳. سازمان‌دهی صفحات و مفهوم Page sets..... ۹۱
- ۹-۴. شروع کار و نحوه استفاده از Data Highlighter..... ۹۲
- ۹-۴-۱. ساخت Page Set با یک صفحه..... ۹۲
- ۹-۴-۲. ساخت page set با چندین صفحه طی چهار مرحله..... ۹۵
- ۹-۴-۳-۱. انتخاب یک صفحه برای شروع و برجسته‌سازی آن..... ۹۵
- ۹-۴-۳-۲. مشخص کردن صفحات مشابه با صفحه اول و ایجاد Page set..... ۹۶
- ۹-۴-۳-۳. تأیید یا اصلاح برجسته‌گذاری‌های انجام شده در چند صفحه مشابه..... ۹۹
- ۹-۴-۳-۴. بررسی نهایی و انتشار page set ایجاد شده..... ۹۹
- ۹-۵. انتشار، عدم انتشار و یا حذف یک Page set..... ۱۰۰
- ۹-۶. تعریف مقادیر بیش فرض برای داده‌های ناقص در Data Highlighter..... ۱۰۱

فصل ۱۰. HTML Improvements

- ۱۰-۱. بررسی گزارش‌های ارائه شده در بخش HTML Improvements..... ۱۰۶
- ۱۰-۱-۱. مشکلات مربوط به عنوان صفحات..... ۱۰۶

- ۱۰۶-۱-۲. مشکلات مربوط به متا تگ توضیحات ۱۰۶
- ۱۰۷-۱-۳. محتواهایی که توسط ربات گوگل قابل فهرست بندی نیستند ۱۰۷

فصل ۱۱. Accelerated Mobile Pages. ۱۰۹

- ۱۱۰-۱-۱. آشنایی با فناوری AMP ۱۱۰
- ۱۱۱-۲-۱. نحوه استفاده از گزارش‌های ارائه‌شده در بخش AMP ۱۱۱
- ۱۱۲-۳-۱. آیا هیچ گزارشی از صفحات AMP در کنسول جستجو گوگل وجود ندارد؟ ۱۱۲
- ۱۱۲-۴-۱. منابع مفید در راستای به‌کارگیری فرمت AMP در سایت ۱۱۲

بخش سوم: Search Traffic. ۱۱۵

فصل ۱۲. Search Analytics. ۱۱۷

- ۱۱۹-۱-۲. جزئیات مربوط به گزارش‌های بخش Search Analytics ۱۱۹
- ۱۲۱-۲-۱. ابزارهای اندازه‌گیری در Search Analytics ۱۲۱
- ۱۲۱-۲-۲. Clicks ۱۲۱
- ۱۲۲-۲-۱. Impressions ۱۲۲
- ۱۲۳-۲-۱. CTR ۱۲۳
- ۱۲۴-۲-۲. Position ۱۲۴
- ۱۲۷-۳-۱۲. دسته‌بندی داده‌ها در بخش Search Analytics ۱۲۷
- ۱۳۰-۴-۱۲. فیلتر کردن داده‌ها در بخش Search Analytics ۱۳۰
- ۱۳۱-۵-۱۲. مقایسه داده‌ها در گزارش‌های بخش Search Analytics ۱۳۱
- ۱۳۴-۶-۱۲. سایر گزارش‌های ارائه‌شده در بخش Search Analytics ۱۳۴
- ۱۳۵-۷-۱۲. اختلاف بین مقادیر داده‌ها در کنسول جستجو با سایر ابزارها ۱۳۵
- ۱۳۶-۸-۱۲. مقایسه‌ای بین جمع‌آوری داده‌ها برای صفحات مختلف و کل سایت ۱۳۶

فصل ۱۳. Links To Your Site. ۱۳۹

فصل ۱۴. Internal Links. ۱۴۵

فصل ۱۵. Manual Actions. ۱۴۹

- ۱۵۰-۱-۱۵. جرائم گوگل و گزارش‌های ارائه‌شده در بخش Manual Actions ۱۵۰
- ۱۵۱-۲-۱۵. گوگل و مباحث اسپم ۱۵۱
- ۱۵۲-۳-۱۵. برخی از تخلفات و انواع جریمه‌های دستی گوگل ۱۵۲
- ۱۵۲-۱-۳-۱۵. سایت هک شده ۱۵۲
- ۱۵۳-۲-۳-۱۵. اسپم توسط کاربران ۱۵۳
- ۱۵۴-۳-۳-۱۵. استفاده از هاست‌های رایگان و اسپم ۱۵۴
- ۱۵۴-۴-۳-۱۵. اسپم از طریق داده‌های ساختاریافته ۱۵۴
- ۱۵۵-۵-۳-۱۵. بک لینک‌های غیرطبیعی ۱۵۵

۱۵۶	محتوای کوتاه و بی کیفیت	۶-۳-۱۵
۱۵۷	پنهان سازی صفحات و ریدایرکت های مخفیانه	۷-۳-۱۵
۱۵۸	لینک های خروجی غیرطبیعی از سایت	۸-۳-۱۵
۱۵۹	هرزنامه محض	۹-۳-۱۵
۱۵۹	پنهان سازی تصاویر	۱۰-۳-۱۵
۱۶۰	استفاده از متون مخفی و یا بمباران سایت با کلمات کلیدی	۱۱-۳-۱۵
۱۶۱	تفاوت بین گزارش های بخش Security Issues و Manual Action	۴-۱۵

۱۶۳

فصل ۱۶. International Targeting

۱۶۴	منظور از اهداف بین المللی چیست؟	۱-۱۶
۱۶۴	پیاده سازی سایت های بین المللی توسط لینک های یک سایت	۱-۱۶-۱
۱۶۶	پیاده سازی سایت های بین المللی توسط طراحی سایت های مجزا	۱-۱۶-۲
۱۶۷	عیین کاربران مخاطب سایت بر اساس زبان های مختلف	۱۶-۱
۱۶۹	تعیین کاربران مخاطب سایت بر اساس کشورهای مختلف	۱۶-۳
۱۷۰	مشخص کردن یک کشور خاص به عنوان هدف اصلی سایت	۱۶-۳-۱
۱۷۰	کود چهره بدون توجه به کنسول جستجو و تنظیمات مربوط به یک سایت، کشور هدف و مخاطب آن سایت را تعیین می کند؟	۱۶-۳-۲
۱۷۱	دامنه های عمومی سطح بالا	۱۶-۳-۳

۱۷۳

فصل ۱۷. Mobile usability

۱۷۴	اهمیت نسخه موبایلی سایت ها	۱-۱۷
۱۷۵	گزارش ها ارائه شده در بخش Mobile Usability	۲-۱۷
۱۷۵	انواع خطاهای گزارش شده در بخش Mobile Usability	۳-۱۷
۱۷۸	تست و بررسی نسخه موبایلی وب سایت	۴-۱۷
۱۷۸	نحوه استفاده از ابزار تست نسخه موبایلی سایت	۵-۱۷
۱۷۹	تأثیر منابع مسدود شده هنگام بررسی نسخه موبایلی سایت	۶-۱۷
۱۷۹	محدودیت استفاده از ابزار تست نسخه موبایلی سایت	۷-۱۷

۱۸۱

بخش چهارم: Google Index

۱۸۳

فصل ۱۸. Index Status

۱۸۴	بررسی گزارش های ارائه شده در بخش Index Status	۱-۱۸
۱۸۵	نحوه استفاده از گزارش ها ارائه شده در بخش Index Status	۲-۱۸
۱۸۶	وضعیت فهرست بندی انجام شده از سایت و نمایش در نتایج جستجو	۳-۱۸

۱۸۷

فصل ۱۹. Content Keywords

۱۸۸	بررسی گزارش ها ارائه شده در بخش Content Keywords	۱-۱۹
-----	--	------

۱۹-۲. عدم مشاهده کلمات کلیدی موردنظر در گزارش‌ها Content Keywords ۱۸۹

فصل ۲۰. Blocked Resources ۱۹۱

۲۰-۱. نحوه استفاده از گزارش‌ها ارائه‌شده در بخش Blocked Resources ۱۹۲

۲۰-۲. رفع مسدودی منابع مورد استفاده در صفحات سایت ۱۹۴

فصل ۲۱. Remove URLs ۱۹۷

۲۱-۱. حذف موقتی لینک‌های سایت از لیست نتایج جستجو گوگل ۱۹۸

۲۱-۲. حذف صفحات سایت از نتایج گوگل برای همیشه ۲۰۱

۲۱-۳. لغو درخواست حذف صفحات سایت از نتایج گوگل ۲۰۱

۲۱-۴. از ابزار Remove URLs کجاها نباید استفاده شود؟ ۲۰۱

بخش پنجم: Crawl ۲۰۵

فصل ۲۲. Crawl Errors ۲۰۷

۲۲-۱. بررسی گزارش‌ها ارائه‌شده در بخش Crawl Errors ۲۰۸

۲۲-۲. Site Errors ۲۰۹

۲۲-۲-۱. خطاهای مربوط به DNS سایت ۲۱۰

۲۲-۲-۲. خطاهای مربوط به سرور سایت ۲۱۱

۲۲-۲-۳. خطاهای مربوط به فایل robots.txt ۲۱۵

۲۲-۳. URL Errors ۲۱۶

۲۲-۳-۱. خطاهای متداول مربوط به لینک‌ها و صفحات سایت ۲۱۹

۲۲-۳-۲. خطاهایی مربوط به نمایش سایت در گوشی‌های هوشمند ۲۲۵

۲۲-۳-۳. خطاهای مربوط به انتشار اخبار سایت در گوگل نیوز ۲۲۸

فصل ۲۳. Crawl Stats ۲۳۵

۲۳-۱. گزارش‌ها ارائه‌شده در بخش Crawl Stats ۲۳۶

۲۳-۲. افت شدید نرخ بررسی سایت توسط ربات گوگل ۲۳۶

۲۳-۳. افزایش شدید و ناگهانی نرخ بررسی سایت توسط ربات گوگل ۲۳۸

فصل ۲۴. Fetch as Google ۲۳۹

۲۴-۱. آشنایی با ابزار Fetch as Google و کاربردهای آن ۲۴۰

۲۴-۲. نحوه استفاده از ابزار Fetch as Google ۲۴۰

۲۴-۳. بررسی وضعیت درخواست‌های ارسال شده توسط ابزار Fetch as Google ۲۴۶

۲۴-۴. خطاهای مربوط به فراخوانی منابع موجود در صفحات سایت ۲۴۸

فصل ۲۵. Robots.txt Tester ۲۵۱

۲۵-۱. robots.txt برای مدیریت دسترسی به چه نوع فایل‌هایی کاربرد دارد؟ ۲۵۲

۲۵۲	محدودیت‌های استفاده از robots.txt	۲-۲۵
۲۵۳	نحوه ساخت فایل robots.txt	۳-۲۵
۲۵۴	آشنایی با دستورات robots.txt	۴-۲۵
۲۵۷	ذخیره کردن فایل robots.txt	۵-۲۵
۲۵۷	تست فایل robots.txt توسط ابزار robots.txt Tester	۶-۲۵
۲۶۰	نحوه ارسال و اطلاع‌رسانی فایل به‌روز شده robots.txt برای گوگل	۷-۲۵

۲۶۳

فصل ۲۶. Sitemaps

۲۶۴	نقشه سایت	۱-۲۶
۲۶۴	آیا داشتن نقشه سایت برای هر وب‌سایتی لازم است؟	۲-۲۶
۲۶۵	نحوه ساخت و معرفی نقشه سایت به گوگل	۳-۲۶
۲۶۶	انواع ساختارها و فرمت‌های مختلف برای نقشه سایت	۴-۲۶
۲۷۰	برخی از دستورات عمل‌های کلی جهت ایجاد نقشه سایت	۵-۲۶
۲۷۲	معرفی دست‌س قرار دادن نقشه سایت برای گوگل	۶-۲۶
۲۷۳	مدیریت نقشه‌های سایت توسط گزارش‌ها بخش sitemaps	۷-۲۶
۲۷۴	نحوه استفاده از گزارش‌های ارائه‌شده در بخش Sitemaps	۱-۷-۲۶
۲۷۴	نمایش نقشه سایت در گزارش‌های بخش sitemaps	۲-۷-۲۶
۲۷۶	تست نقشه سایت	۳-۷-۲۶
۲۷۶	معرفی نقشه سایت به گوگل برای مرتبه اول	۴-۷-۲۶
۲۷۷	درخواست معرفی مجدد برای نقشه‌های سایت از قبل معرفی‌شده	۵-۷-۲۶
۲۷۷	حذف نقشه سایت	۶-۷-۲۶
۲۷۸	خطاهای مربوط به نقشه سایت	۷-۷-۲۶

۲۸۷

فصل ۲۷. URL Parameters

۲۸۸	اهمیت و تأثیر لینک‌های تکراری در سایت	۱-۲۷
۲۸۹	دسته‌بندی پارامترهای موجود در لینک‌ها توسط ابزار URL Parameters	۲-۲۷
۲۸۹	پارامترهای موجود در لینک‌های سایت از دید گوگل	۳-۲۷
۲۹۰	تعیین نحوه به‌کارگیری و رفتار گوگل با پارامترهای موجود در لینک‌ها	۴-۲۷
۲۹۳	انتخاب یک لینک استاندارد به‌عنوان لینک اصلی و ارجح‌تر	۵-۲۷
۲۹۳	مدیریت لینک‌هایی با چندین پارامتر مختلف	۶-۲۷

۲۹۵

منابع و مآخذ

۲۹۷

سخن پایانی

مقدمه

مَنْتِ خدای را عزوجل که طاعتش موجب قربتست و به شکر اندرش مزید نعمت. هر نفسی که فرو می‌رود ممدّ حیاتست و چون برمی‌آید مفرح ذات. پس در هر نفسی دو نعمت موجودست و بر هر نعمتی شکری واجب از دست و زبان که برآید کز عهده شکرش به در آید

کتابی که پیش رو دارید آموزش جامع کنسول جستجو گوگل یا همان گوگل وبمستر می‌باشد. این کتاب مناسب عزیزانی است که می‌خواهند رتبه سایت خود را در نتایج جستجو حفظ کرده و آن را ارتقاء ببخشند.

در طی چند سال گذشته هم‌زمان با طراحی بیش از چند صد وبسایت مختلف برای اشخاص، شرکت‌ها و سازمان‌های متعدد، درخواست‌های بسیاری نیز جهت بهینه‌سازی و ارتقاء رتبه این سایت‌ها به ما ارجاع داده می‌شد، با توجه به محدودیت زمانی و تعداد پروژه‌هایی که می‌توانستیم قبول کنیم بر آن شدیم با برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران و کارکنان صاحبان این وبسایت‌ها، بهینه‌سازی سایت و ارتقاء رتبه در نتایج جستجو را به زبانی ساده مستقیماً به خودتان عزیزان آموزش دهیم.

یکی از ابزارهای کاربردی در این راستا، کنسول جستجو گوگل بود و از آنجایی که مرجع آموزش استفاده از آن به زبان انگلیسی بود شروع به ترجمه آن کردم و سعی کردم با تلفیق مطالب آموزشی معتبر و تجربه‌های شخص خود در طی این سال‌ها یک آموزش جامع برای استفاده از این ابزار آماده کنم و آن را در قالب کتابی کاربردی و عملی به تمامی علاقه‌مندان تقدیم کنم.

ما خود از همین ابزار و همین آموزش‌ها برای حفظ و ارتقاء رتبه سایت‌های خود و مشتریانمان استفاده می‌کنیم و شما نیز با کمک کنسول جستجو گوگل و گزارش‌ها و راهمایی‌های ارائه شده می‌توانید رتبه سایت خود را در نتایج جستجو ارتقاء ببخشید.

همچنین پیشنهاد می‌کنم در وبسایت www.see.co.ir با ما همراه شوید تا هم از نتایج موفقیت‌آمیزی که توسط گروه ما و همین‌طور عزیزانی که از این آموزش‌ها جهت بهبود وضعیت سایت خود در نتایج جستجو استفاده کرده‌اند مطلع شوید و هم در کنار سایر آموزش‌های بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو (SEO) از بروز رسانی‌ها و امکانات جدیدی که به کنسول جستجو اضافه می‌شود نیز مطلع شوید. همچنین سعی می‌کنیم با بروز رسانی مطالب کتاب یک نسخه PDF رایگان از آن را نیز برای شما دوست گرامی که این کتاب را تهیه کرده‌اید ارسال شود.

در این کتاب بخش‌های مختلف ابزار کنسول جستجو گوگل به زبان ساده توضیح داده شده است، شما یاد خواهید گرفت که چگونه سایتتان را به‌سادگی در کنسول جستجو گوگل اضافه کنید، وضعیت نمایش سایت خود را در نتایج گوگل مشاهده کنید، بررسی کنید که با چه کلماتی در نتایج جستجو و در چه جایگاهی نمایش داده می‌شود، یاد خواهید گرفت که چگونه اطلاعات سایت را برچسب‌گذاری کنید تا گوگل صفحات سایت را به شیوه‌ای جذاب‌تر

و کامل‌تر در نتایج جستجو نمایش دهد، خواهید دید که چه سایت‌هایی با چه کلماتی و به کدام یک از صفحات سایت شما لینک داده‌اند، اگر رتبه و جایگاه قبلی خود را در نتایج جستجو از دست داده باشید متوجه خواهید شد که آیا گوگل شما را جریمه کرده است؟ یاد خواهید گرفت که چگونه به کمک این ابزار سایت خود را به صورت مستمر زیر نظر بگیرید و مطمئن باشید که ربات‌های گوگل به خوبی و بدون مشکل به صفحات سایت دسترسی داشته و می‌توانند مطالب سایت را بررسی و فهرست بندی کنند.

پیشنهاد من به همه مدیران و صاحبان وبسایت‌های مختلف و همچنین کلیه هموطنانی عزیزی که می‌خواهند خدمات و یا محصولات خود را به سراسر ایران و جهان ارائه کنند این است که حتماً همین امروز وبسایت خود را به کنسول جستجو گوگل اضافه کنید و از گزارش‌های آن جهت بهبود وضعیت سایت در نتایج جستجو استفاده کنید. هر روز که دیرتر این کار انجام شود یک گام از رقبای خود در دنیای مجازی عقب‌تر خواهید بود و مشتریان بسیاری که می‌توانید از حضور در صفحه اول گوگل داشته باشید را از دست خواهید داد.

محسن رجبی

Mohsen@Rajabi.biz