

# التسويق باستخدام محركات البحث



## المهام والأهداف الرئيسية

- مناقشة الجوانب العلمية والعملية في مجال التسويق البحثي والترويج لموقع المنظمة عبر الموقع الإلكتروني كجزء من استراتيجيات التسويق الإلكتروني.
  - تحديد دور الموقع الإلكتروني في استراتيجيات التسويق الإلكتروني للشركات.
  - يتم مناقشة دور استراتيجيات التسويق وتأثيرها على فاعلية موقع المنظمة على الويب.
  - تم وضع تصور للأدوات الرئيسية لتحسين محركات البحث وتسويق المبيعات، والاتجاهات الرئيسية لتحسين محركات البحث للمنظمة.
  - تم مناقشة دور محتوى الموقع الإلكتروني وعناصره، التي لها علاقة وتأثير على فاعلية تحسين محركات البحث.
- يمكن تطبيق النتائج التي تم الحصول عليها عمليا على النحو التالي:**
- أدوات دراسة التسويق عبر محركات البحث في المنظمات الحديثة.
  - فهم استراتيجيات وتكتيكات منظمة التسويق عبر محركات البحث.
  - تطوير موقع الويب وتحديثه وتحسينه لمحركات البحث وإدارته الفعالة.

الفصل الأول: التسويق عبر المواقع الإلكترونية

الفصل الثاني: التسويق عبر محركات البحث

الفصل الثالث: تحسين محرك البحث

الفصل الرابع: أدوات التسويق عبر محركات البحث

الفصل الخامس: التحسين الداخلي لمحركات البحث

الفصل السادس: محتوى موقع الويب

الفصل السابع: التحسين التقني لمحركات البحث

الفصل الثامن: التحسين الخارجي لمحركات البحث

الفصل التاسع: أرشفة الموقع في محرك البحث

الفصل العاشر: ترويج موقع الويب

# المحتوى

## الخصائص الوظيفية لموقع الويب.

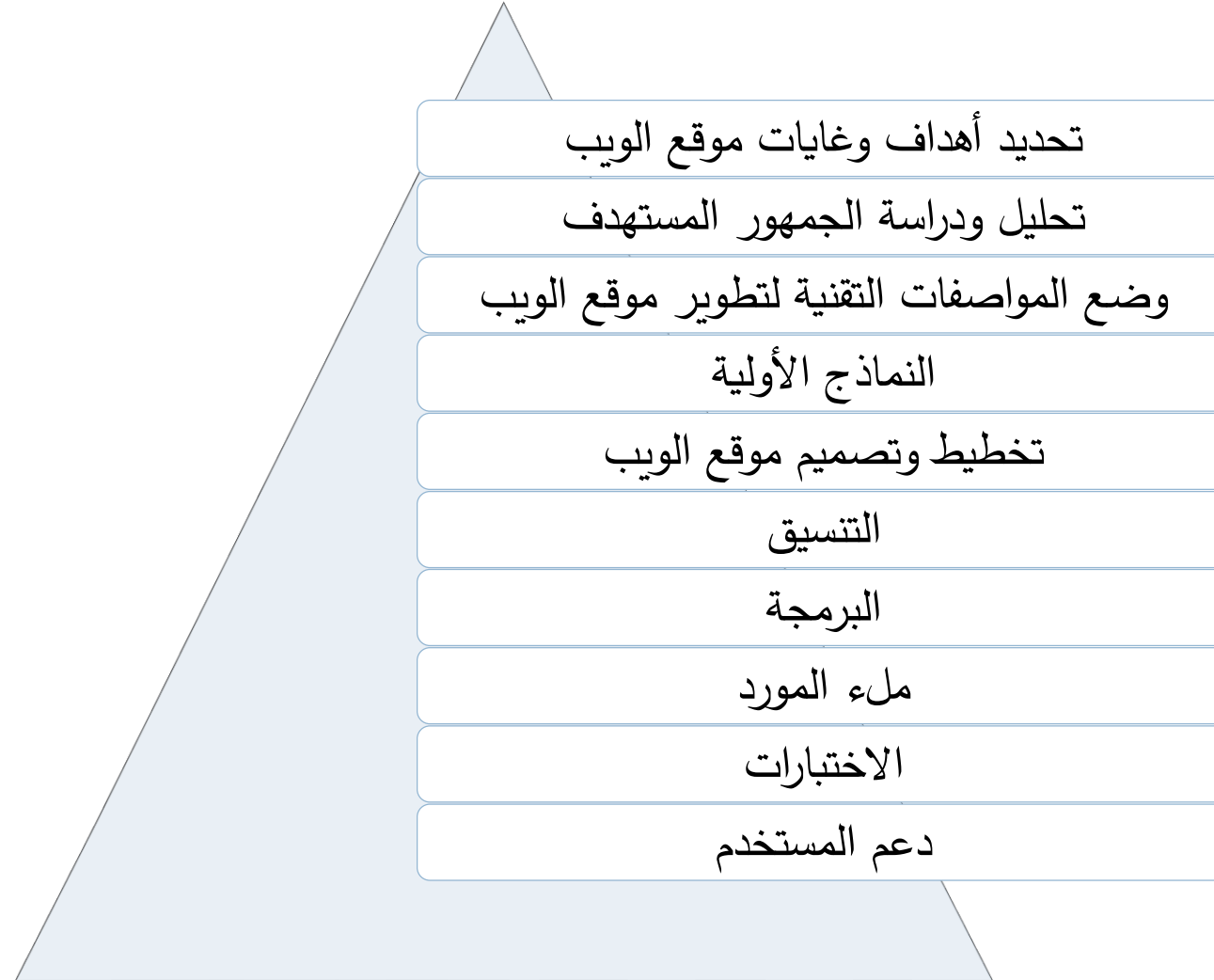


## ترتيب مواقع الويب تقنياً

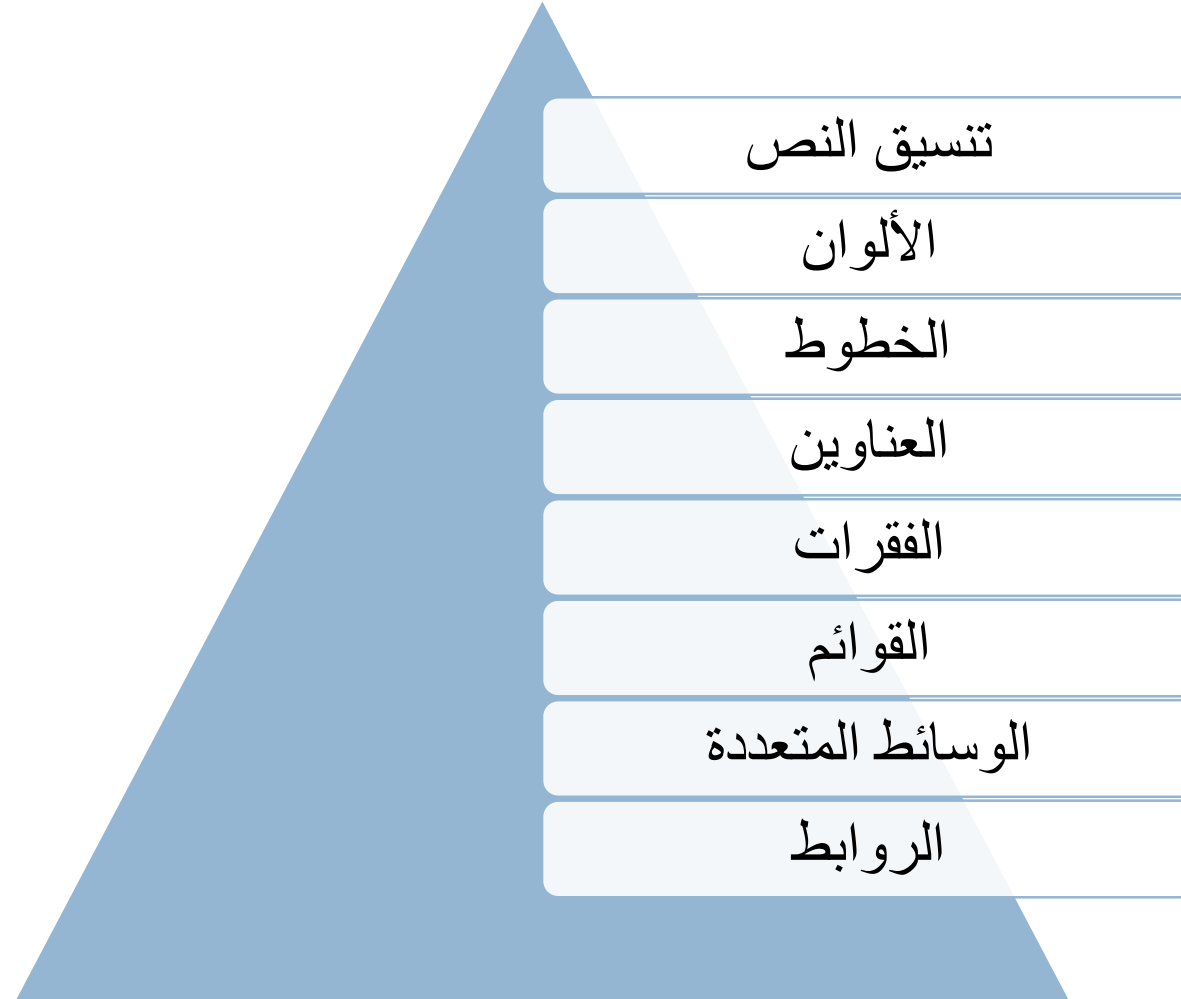
**1. مواقع ثابتة:** هي مواقع تحتوي على قاعدة بيانات ثابتة، ولا يمكن تطويرها بسهولة إلا من قبل مختص في البرمجة أو الذي قام بإنشائها من البداية، وعلى الرغم من ذلك فإن تكلفة إنشاء هذه المواقع بسيطة جداً، بالإضافة لسهولة لغة البرمجة التي استخدمت لتصميمها.

**2. مواقع ديناميكية:** مواقع قابلة للتطور بسرعة وبشكل دائم، حيث يمكن لصاحبها تطويرها بسهولة دون الرجوع لمختص، هذا التطور المستمر والسريع يساعد كثيراً في وضعها في صفحات أولى على محركات البحث المختلفة فتنتشر بسهولة، كما أن ديناميكيتها سمحت بميزة مهمة وهي سهولة التواصل بين إدارة الموقع والزوار.

## متطلبات تصميم المواقع الإلكترونية



# عناصر HTML لتطوير موقع ويب المنظمة



## وصف العناصر الأساسية في الكودات

	وسم البداية	وسم النهاية
هو إعلان عن نوع الصفحة، إذ يرشد متصفح الويب أن هذه الصفحة HTML5	<!DOCTYPE html>	
هذا السطر لتعريف ترميز الشفرة البرمجية التي استخدمتها في برمجة الصفحة، و UTF-8 هو الترميز العالمي الأكثر شيوعاً على الإنترنت	<"meta charset="utf-8>	
هو العنصر الرئيس أو الجذري (root) لأي صفحة HTML ويحتوي على كل الأكواد الأخرى للصفحة	<HTML>	</HTML>
هو وسم خاص بمعلومات عن الصفحة ويحتوي على عنوان الموقع.	<HEAD>	</HEAD>
يستخدم لتحديد عنوان الصفحة	<TITLE>	</TITLE>
هو وسم يختص بجميع العناصر المرئية بالموقع.	<BODY>	</BODY>



# خطوات إنشاء أول صفحة ويب باستخدام NOTEPAD أو TEXTEDIT:

**الخطوة الأولى: افتح محرر النصوص**

إذا كنت تستخدم الويندوز افتح Notepad محرر النصوص

بالنسبة لـ: Windows 8 /10

افتح ( Start screen رمز الويندوز في أسفل يسار الشاشة) اكتب notepad

بالنسبة لـ: Windows 7

افتح Start > Programs > Accessories > Notepad

بالنسبة لـ: Mac 7

افتح Finder > Applications > TextEdit

**الخطوة الثانية: كتابة بعض أكواد HTML**

**الخطوة الثالثة: حفظ الملف**

**الخطوة الرابعة: عرض صفحة HTML في المتصفح**

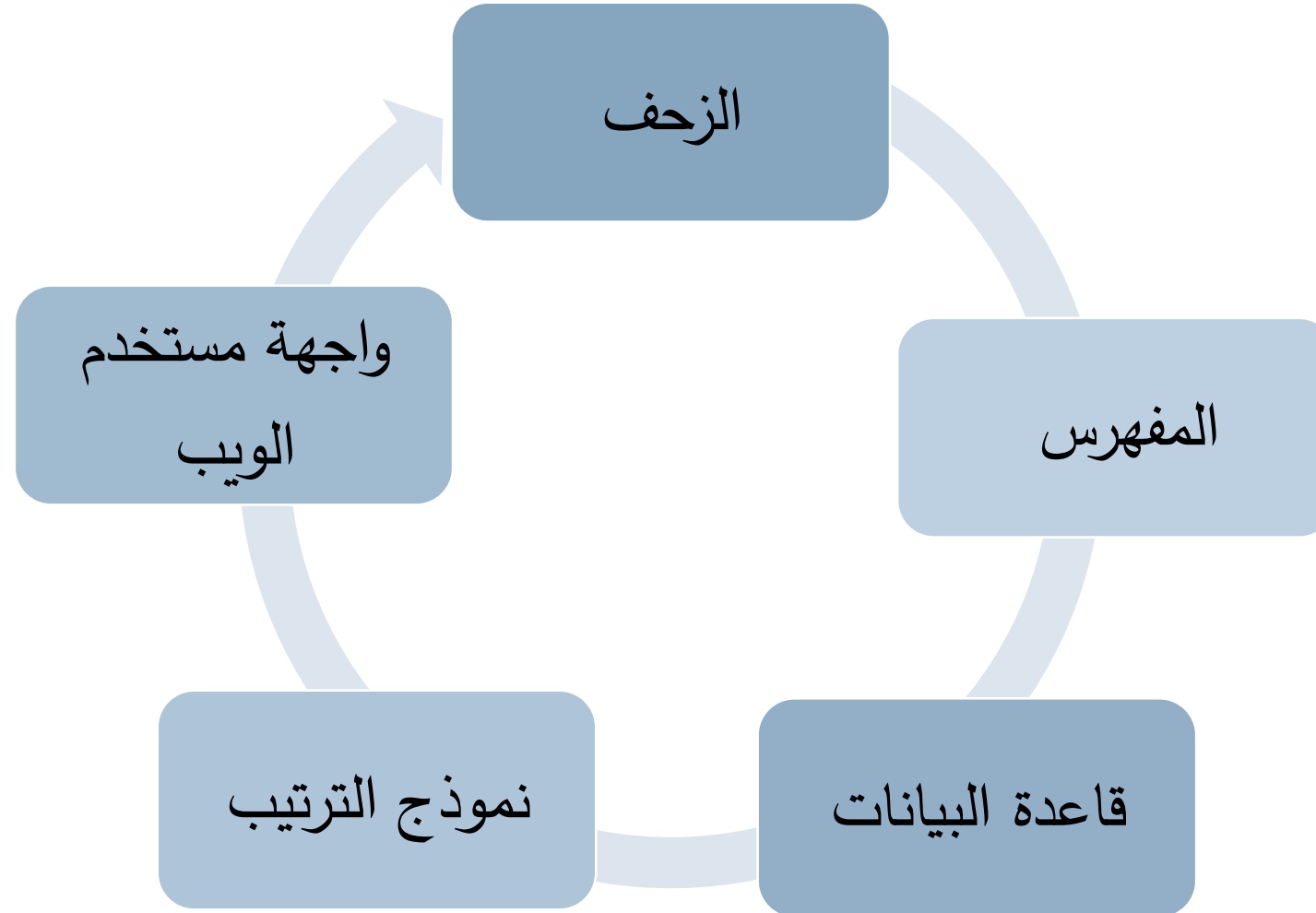
## 2. التسويق عبر محركات البحث

- مفهوم التسويق عبر محركات البحث: هو ممارسة أنشطة التسويق عبر الإنترنت، يتم استخدامها للترويج للشركات عبر الإعلانات المدفوعة التي تظهر على صفحات نتائج محركات البحث، يمكن أن تكون إعلانات الدفع لكل نقرة في شكل كلمات رئيسة أو إعلانات صورية أو تكون أكثر تفاعلية مع كل من النصوص والرسومات، يعتمد قرار استخدام نوع الإعلان على أهداف الحملة والسوق الذي يتواجد فيه النشاط التجاري، توفر خدمة التسويق عبر محركات البحث للمعلنين فرصة لإنشاء إعلانات ووضعها أمام العملاء المطلوبين، يمكن ضبط هذه الإعلانات في فئات محددة للتأكد من وصول الإعلانات إلى المستهلك المعني، من الضروري أن تبدأ كل عملية تسويق من خلال تحديد العملاء المثاليين وتحليل مدى ملاءمة المنتج/السوق

## مراحل تطور محركات البحث

مراحل التطور	خصائص المرحلة
في عام 1993	أعد <b>Matthew Gray</b> أول نظام بحث باسم <b>Wandex</b> بالشكل الذي نعرفه اليوم، وكان عمل <b>Wandex</b> هو الزحف إلى مواقع الويب والبحث في عناوين الصفحات المفهرسة عبر الإنترنت.
في عام 1994	بدأ محرك البحث <b>WebCrawler</b> المستند إلى تقنية <b>Wandex</b> في فهرسة النصوص الكاملة للمواقع وليس للعناوين فقط، حيث أن التطورات لم تنته عند هذا الحد.
في عام 1994	تم إنشاء منصة <b>Yahoo</b> لخدمة الدليل وهي واحدة من أكبر المنصات المساهمة في البحث عبر الإنترنت، حيث تتكون من مجموعة كبيرة من المواقع الموثوقة.
في عام 1996	بدأ طلاب جامعة ستانفورد <b>Larry Page and Sergey Brin</b> بدراسة ميزات وخصائص إيجاد المعلومات عبر الإنترنت، واعتقدوا أن محرك البحث يجب أن يقوم بتحليل المواقع وتصنيفها، بناءً على عدد المرات التي ظهرت فيها مصطلحات البحث عبر صفحات الويب، وقد أدى البحث إلى تطوير خوارزمية تحليل الرابط <b>PageRank</b> التي أصبحت أساس منصة <b>Google</b> ، حيث ساعدت في تحديد أهمية موقع الويب في نتائج البحث.
في عام 2001	بدأت منصة <b>Yahoo</b> في فرض رسوم على التضمين في مجموعتها وفي أكتوبر 2020 أصبحت منصة <b>Yahoo</b> محرك بحث بالمعنى المعتاد واستثمرته بنشاطها وقدم المنشئون عددًا من العناصر التي لا يزال الكثير يستخدمونها، بما في ذلك البحث عن الصور فقط والبحث عن الأخبار فقط وغير ذلك.

## هيكل عمل محرك البحث



## أنواع استعلامات البحث

استعلامات المعاملات

استعلامات التنقل

استعلامات  
الوسائط المتعددة

استعلامات المعلومات

## أنواع محركات البحث في العالم الحديث

- عالمي
- متخصص
- موضوعي

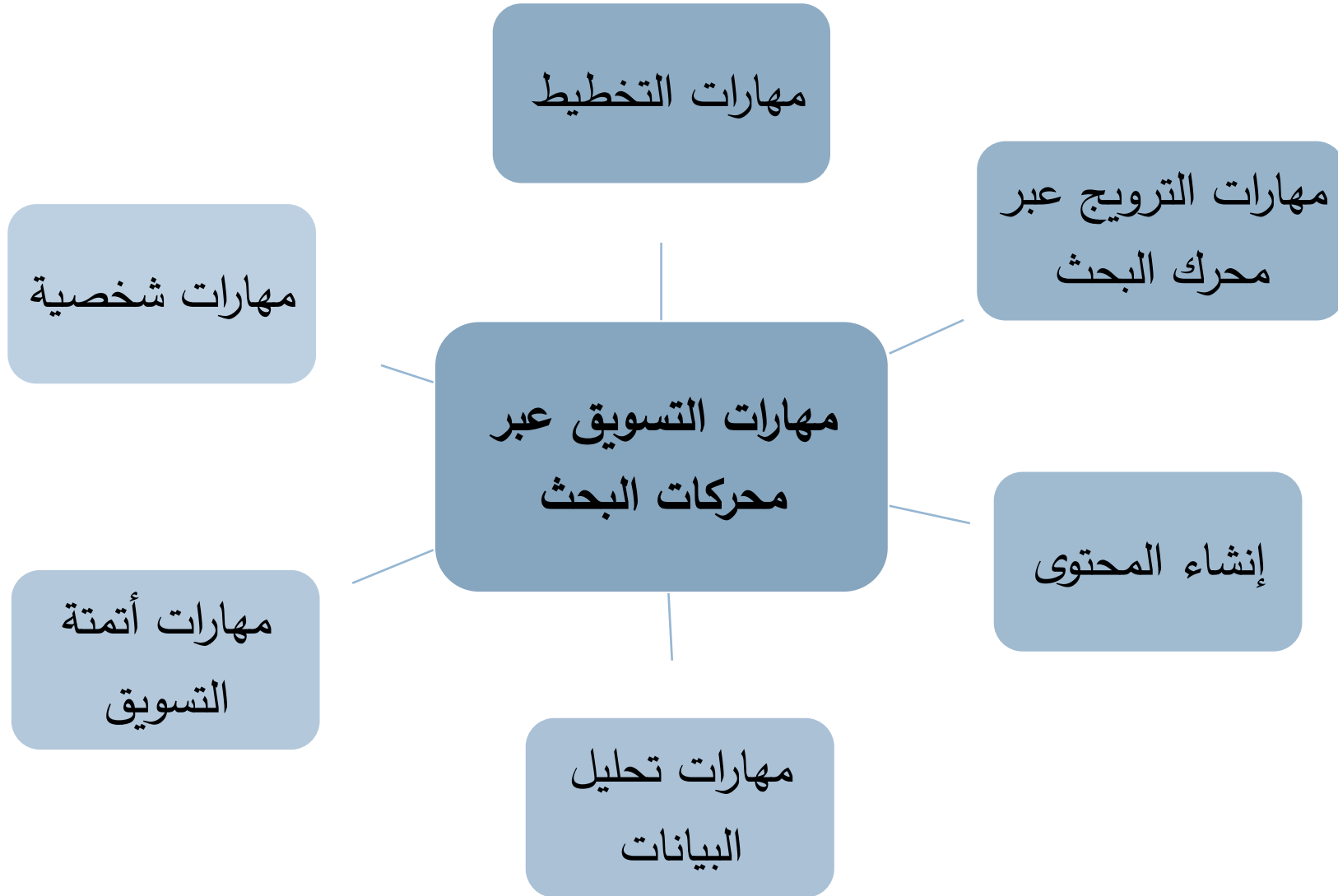
محركات البحث  
العالمية

- محلي
- البحث عن طريق الموارد الفردية

محركات البحث  
المحلية

الرقم	محرك البحث	خصائص
1.	Bing	إنه محرك البحث لشركة Microsoft العملاقة للتكنولوجيا، صاحبة نظام التشغيل الشهير Windows ومجموعة Office ، التي تهدف إلى التنافس مع قادة محركات البحث مثل Google. يعد محرك البحث من أفضل محركات البحث على الإنترنت، وله قاعدة شعبية كبيرة وهو ثاني أكثر محركات البحث زيارة في العالم.
2.	Yahoo	محرك بحث قوي ولديه حصة كبيرة من عمليات البحث عبر الإنترنت، أصبح محرك البحث Yahoo تحت إدارة Microsoft ، يعتقد بعض الأفراد أن Yahoo و Bing يستخدمان نفس الخوارزمية ثم يعرضان نفس النتائج، ولكن الحقيقة أن هذا ليس صحيحاً وهذا واضحاً من نتائج البحث، وأعتقد أيضاً أن إدارة Microsoft أكثر ذكاءً من ذلك.
3.	Baidu	إنه محرك البحث الأكثر استخداماً في الصين ويوفر نتائج مواقع الويب والملفات الصوتية والصور، بالإضافة إلى الخرائط والأخبار والتخزين السحابي والخدمات الأخرى، يعدّ أفضل محرك بحث للمواطنين الصينيين منذ أن فرضت الحكومة حصاراً دائماً المعروف باسم جدار الحماية العظيم في الصين على خدمات Google
4.	Yandex	يشتهر بمجموعة من الخدمات التي تشمل محركات البحث والذكاء الاصطناعي والتحليلات. يمكن العمل بسهولة مع مصطلحات بلدان رابطة الدول المستقلة عند البحث عن الموارد الأجنبية، إذ تعدّ منظمة متعددة الجنسيات في المقام الأول لمستخدمي اللغة الروسية وتقدم 70 من المنتجات ذات الصلة بالإنترنت، بما في ذلك النقل وخدمات البحث والمعلومات والتجارة الإلكترونية والملاحة وتطبيقات الجوال والإعلانات.
5.	Yippy	محرك البحث metasearch المعروف باسم مجمع البحث عبارة عن بوابة ويب تستخدم خوارزميات خاصة لتجميع نتائج بحث الويب للعبارات أو المصطلحات من محركات البحث الأخرى، يقوم ببساطة باسترداد البيانات من محركات بحث الويب الأخرى، يسمح للمستخدم بإدخال استعلام واحد والحصول على النتائج من مصادر متعددة والحصول بسرعة على أفضل الإجابات من مجموعة واسعة من المعلومات ومن المثير للاهتمام أن Yippy يقدم نتائج بتنسيق مجموعات تسمح للمستخدمين بتصفية النتائج بحسب الأقسام الفرعية المختلفة ومن ميزات محرك البحث yippy البحث الشامل ورضا العملاء وتحسين كفاءة البحث
6.	DuckDuckGo	اكتسب شعبية بسرعة كبيرة بسبب الخصوصية للمستخدم لا يتتبع محرك البحث مواقعك أو أنشطتك عبر الإنترنت نهائياً، مما يعني أنه لا توجد إعلانات تتابعك، فشعاره أننا محرك بحث لا يتتبع المستخدمين، سر التميز هو احترام خصوصية المستخدمين وعدم حفظ بياناتهم لأهداف إعلانية ونظراً لأهمية عنصر الخصوصية للكثير من مستخدمي الإنترنت، فقد لاقى محرك البحث هذا نمواً وتطوراً كبيراً خلال السنوات القليلة الماضية.
7.	Ecosia	محرك بحث فريد من نوعه يخصص أرباحه لزراعة الأشجار حول العالم وهو صديق للبيئة وعادةً ما يقوم بزراعة شجرة في كل 45 عملية بحث، وتعمل خوادم المتصفح على طاقة متجددة بنسبة 100% ولا تشجع المتابعين التابعين لجهات خارجية أو يبيعون البيانات للمعلنين.
8.	Swisscows	تم إطلاقه في عام 2014 كمشروع لمنظمة Hulbee AG ومقرها سويسرا، يستخدم للتعرف على البيانات الدلالية الذي تعطي إجابات أسرع على الاستفسارات والادعاءات بعدم تخزين بيانات المستخدمين، وهي صديقة للأسرة ولها أهمية كبيرة للمحتوى المناسب للعائلة ويراقب نوع المحتوى المعروض للأطفال مع حذف النتائج الصريحة، تتمركز خوادم المحرك في مراكز البيانات تحت الأرض تحت جبال الألب السويسرية.

## مهارات التسويق عبر محركات البحث





## مزايا التسويق عبر محرك البحث.

1. **قابل للقياس:** تبقى عملية قياس النتائج بحاجة إلى أدوات تسهلها، لذلك يمنحك Google أدوات عديدة مثل Google Ads التي توفر تقارير مفصلة عن نشاط حملتك بحيث يمكنك دائماً معرفة آخر نتائج هذه الإعلانات.
2. **النتائج السريعة:** مقارنة مع الفروع التسويقية الأخرى مثل تحسين محركات البحث أو التسويق بالمحتوى، يسمح لك التسويق عبر محرك البحث بتحقيق نتائج سريعة وواسعة النطاق نسبياً.
3. **المتابعة المباشرة:** تسمح واجهة التحليلات من خلال الأدوات التي تقدمها Google بمعرفة ما يحدث في كل لحظة والتصحيح والتعديل على الإعلانات، إذا لم تحصل على النتائج التي تبحث عنها.
4. **الترويج لجميع المزايا التنافسية:** عندما يكون لديك ميزة تنافسية محددة لا يمتلكها منافسيك، فإن التسويق عبر محرك البحث يسهل عليك الترويج لهذه الميزة الإضافية، قد يكون هذا خياراً للشحن المجاني، أو سعراً أقل لمنتج مشابه، أو حتى خدمة لا يقدمها أي فرد آخر في منطقتك، بالنسبة للعديد من العملاء، هذا يعني أنك تروج لأكبر نقاط قوتك لهم مباشرةً.

## عيوب التسويق عبر محرك البحث.

1. **مستوى عالٍ من المنافسة:** في السباق للإعلان عن المنتجات وعرضها في مرتبة أعلى في صفحات نتائج محرك البحث، تحاول معظم المؤسسات الاستيلاء على المساحة الإعلانية العليا، وفي هذه العملية يتزايد عدد المنافسين وترتفع تكلفة الدفع لكل نقرة من قبل شركات الإعلان في النهاية.
2. **تتطلب وقتاً:** العملية برمتها بدءاً من تحديد الكلمات الرئيسية وحتى تقديم العطاءات لها وحتى الإعلان في نهاية المطاف عن صفحات نتائج محرك البحث تتطلب قدراً كبيراً من الوقت.
3. **يحتاج إلى فحص مناسب:** يعد تحديد الكلمات الرئيسية وتقديم عروض أسعار عليها مهمة، حيث تعتمد الإستراتيجية بأكملها على استهداف حركة المرور والتحويل، ولذلك فإن الفحص المناسب والخبرة مطلوبة لهذا الغرض.
4. **فرص الاحتيال:** قد ينقر المنافسون على الإعلانات لزيادة تكلفة الدفع لكل نقرة دون زيادة تحويلات

## 3. تحسين محرك البحث

تحسين محركات البحث: هي تحسين جودة صفحة موقع الويب من أجل رفع ترتيبه في نتائج محركات البحث ليكون في النتائج الأولى، مما يسهم في زيادة كمية الزيارات الغير مدفوعة للموقع بدلاً عن الزيارات المدفوعة عن طريق الإعلانات وغيرها.

أهمية تحسين محركات البحث: يعد مهمًا للعلامات التجارية، لأنه وسيلة فاعلة لتحسين ظهور العلامة التجارية من خلال البحث، وجذب المزيد من الزيارات إلى موقع الويب، وتمكين العلامة التجارية كسلطة موثوقة في مجال العمل، وتنمية الأعمال بشكل مستدام وموثوق، إليك بعض العوامل التي تسهم في أهمية تحسين محركات البحث للعلامة التجارية.

## طريقة إضافة موقع الويب إلى GOOGLE SEARCH CONSOLE:

- سجل الدخول إلى حسابك في جوجل، الحساب الذي تريد منه تتبع الموقع.
- اذهب إلى الصفحة الرئيسية لـ Google Search Console.
- من هناك اضغط على إضافة موقع أو Add a property
- ادخل رابط موقعك الذي تريد تتبعه ثم اضغط على متابعة.
- تابع بعد ذلك تأكيد موقع الويب وإثبات الملكية، تتيح الأداة العديد من طرق التأكيد اختر الطريقة الأنسب لك لتبدأ بعد ذلك تتبع بيانات الموقع.
- بمجرد تأكيد الموقع وإثبات الملكية ستبدأ الأداة بتتبع بيانات الموقع وعرضها بشكل تلقائي.

## صفحة نتائج البحث

صفحة نتائج البحث

البحث غير المدفوع (المجاني)

نتائج البحث المدفوعة

# الفرق بين عمليات البحث المدفوعة والمجانية

تحسين محركات البحث Search engine optimization (SEO)	التسويق عبر الدفع لكل نقرة pay-per-click (PPC)	الرقم
هي العملية المجانية التي يتم فيها كتابة محتوى مميز وحصري لينفرد في أعلى النتائج بشكل طبيعي وغير مدفوع.	الدفع للإعلانات في محرك البحث من أجل استهداف زوار محرك البحث من العملاء	1.
هي طريقة قوية لزيادة حركة المرور على موقع الويب، وكذلك وسيلة قوية لسمعتك من خلال تعريف الأفراد وتقريبهم من العلامة التجارية	التسويق عبر محركات البحث بشكل مدفوع فهو مفيد لمن يبحث عن المنتجات الآن ومتحمس لشرائها ويحتاجها دون حاجة لمزيد من الإقناع.	2.
يتطلب زيادة تحسين محركات البحث استثمارًا مقدمًا للوقت والجهد، ولكن بمجرد أن يبدأ موقع الويب في احتلال مرتبة عالية، تصبح حركة المرور الموجهة إلى صفحة الويب مجانية.	يدفع معلنو التسويق عبر محركات البحث مقابل كل نقرة	3.
تحسين محركات البحث هو استراتيجية طويلة المدى، ويمكن أن يستغرق أحيانًا عدة أسابيع أو أشهر أو سنوات (اعتمادًا على المنافسة) لرؤية النتائج.	يمكن أن يؤدي التسويق عبر محرك البحث إلى زيادة عدد الزيارات والعملاء المحتملين فورًا بعد إطلاق الإعلانات.	4.
يعتمد تحسين محركات البحث على خوارزميات للتحكم بمحرك البحث لتحديد التصنيفات، مما يجعل التحكم فيها أكثر صعوبة.	يوفر التسويق عبر محركات البحث للشركات القدرة على التحكم في حملاتها الإعلانية، ويقدم مقاييس لمساعدة الشركات في اتخاذ قرارات الحملة.	5.
تحتاج استراتيجيات التسويق في تحسين محركات البحث إلى التحليل والتصميم من وقت لآخر.	استراتيجيات التسويق عبر محرك البحث تعتمد بشكل كامل على تكاليف الإعلان التي تنفقها المنظمة.	6.

## التشابه بين عمليات البحث المدفوعة والمجانية

يعمل كل من التسويق عبر محرك البحث وتحسين محرك البحث على زيادة ظهور موقع الويب في محركات البحث، وبالتالي، يمكن أن يؤدي ذلك إلى جذب الزيارات إلى موقع الويب، وزيادة العملاء المحتملين، وزيادة التحويلات بشكل مثالي.

### زيادة التحويلات

يجب أن تكون استراتيجيات تحسين محرك البحث والتسويق عبر محرك البحث مستنيرة بقصد البحث، يجب أن يكون المحتوى الذي يظهر على صفحة نتائج البحث مفيداً وذا صلة بالجمهور.

### تحسين المحتوى

يعتمد كل من التسويق عبر محرك البحث وتحسين محرك البحث على الكلمات الرئيسية، وهذا يعني أنه عندما يبحث المستخدم عن كلمة رئيسية، فإن النتائج العضوية والمدفوعة هي التي تظهر على صفحة نتائج البحث، تعتمد على الكلمات التي تم البحث عنها، يستفيد كل من التسويق عبر محرك البحث وتحسين محرك البحث من عملية بحث شاملة عن الكلمات الرئيسية، ومعرفة قوتها لتنظيم الكلمات الرئيسية في مجموعات بناءً على الموضوع.

### الكلمات الرئيسية المستهدفة

يمكن قياس فاعلية حملات تحسين محرك البحث والتسويق عبر محرك البحث باستخدام مجموعة من المقاييس، وفي مجموعة متنوعة من الأدوات، يمكن الإبلاغ عن نتائج تحسين محركات البحث باستخدام أدوات مثل حملات Moz Pro، ويمكن قياس نتائج التسويق عبر محركات البحث في أدوات مثل تقارير إعلانات Google.

### الحملات القابلة للقياس

## استراتيجيات التسويق عبر محركات البحث



## عوامل ترتيب موقع الويب

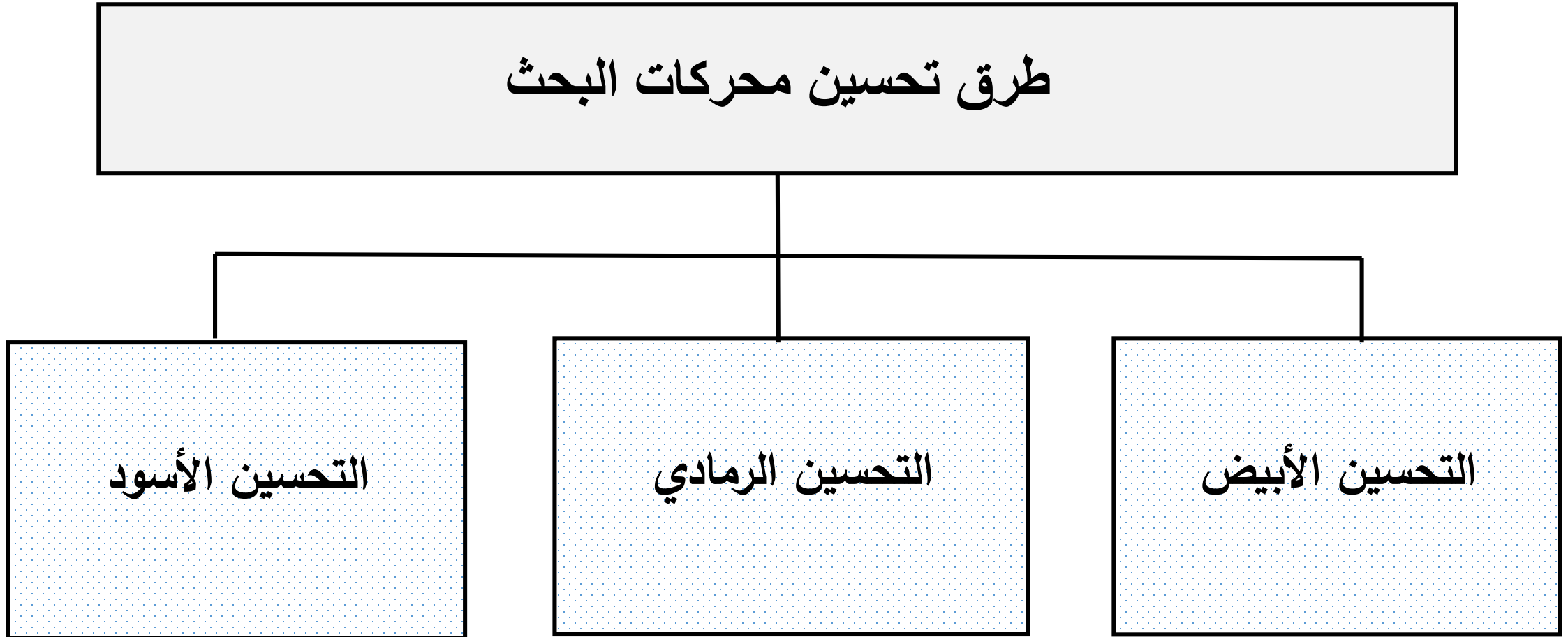
العوامل الخارجية

العوامل التقنية

العوامل الداخلية



## طرق تحسين محركات البحث



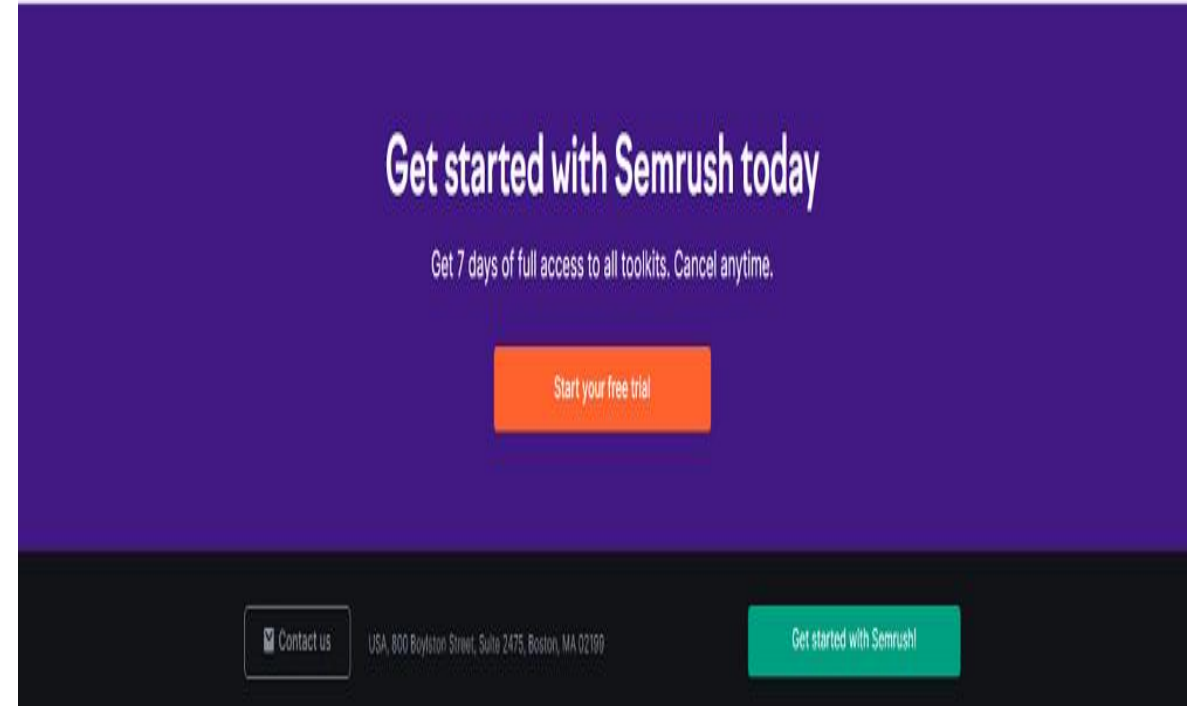
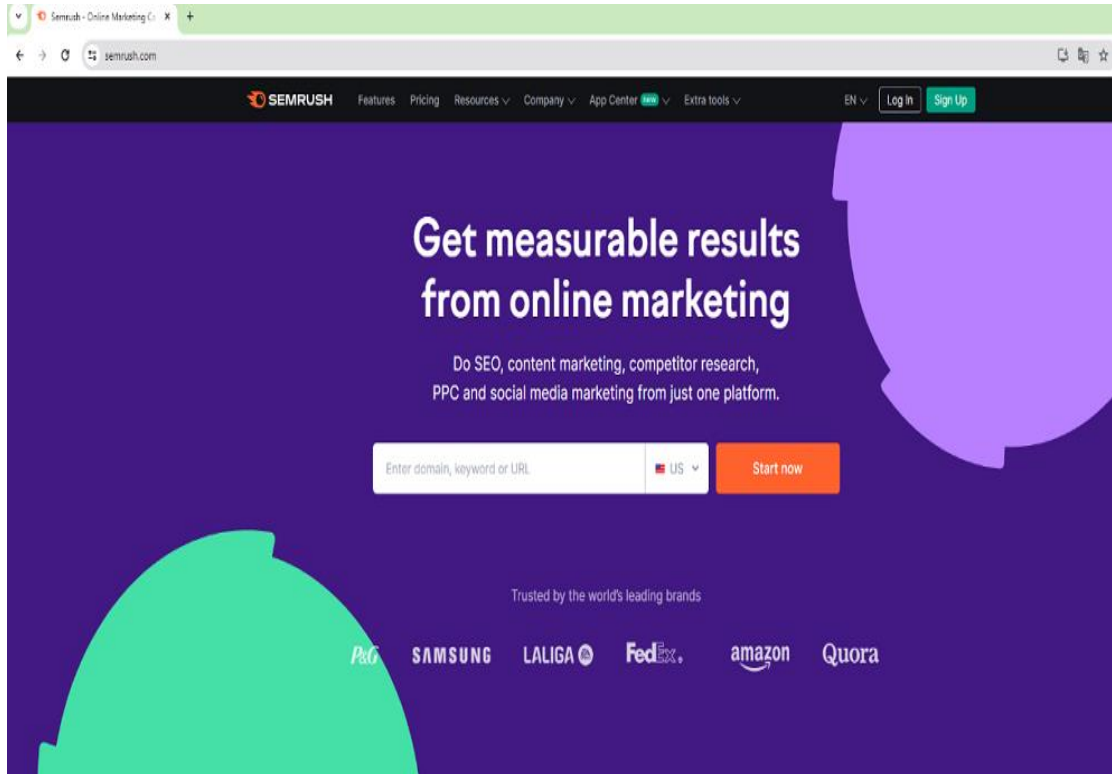
## 4. أدوات التسويق عبر محركات البحث

**SEMRUSH:** هي أداة شاملة لتحسين محركات البحث والتسويق الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي، تقدم للمستخدمين بيانات دقيقة ومحدثة حول أداء مواقعهم الإلكترونية ومواقع منافسيهم، تحتوي الأداة على مجموعة واسعة من المميزات، بما في ذلك تحليل الكلمات المفتاحية، وتتبع ترتيب مواقع الويب، ومراقبة الروابط الخارجية، وتحليل المحتوى، وتقديم تقارير مفصلة عن الزيارات والأداء، حيث لا تقتصر فقط على تحسين محركات البحث، بل تشمل أدوات لتحسين الحملات الإعلانية وتحليل وسائل التواصل الاجتماعي.

# خطوات التسجيل في SEMRUSH

الخطوة الأولى : كتابة اسم عنوان الموقع في المتصفح وهو [www.semrush.com](http://www.semrush.com).

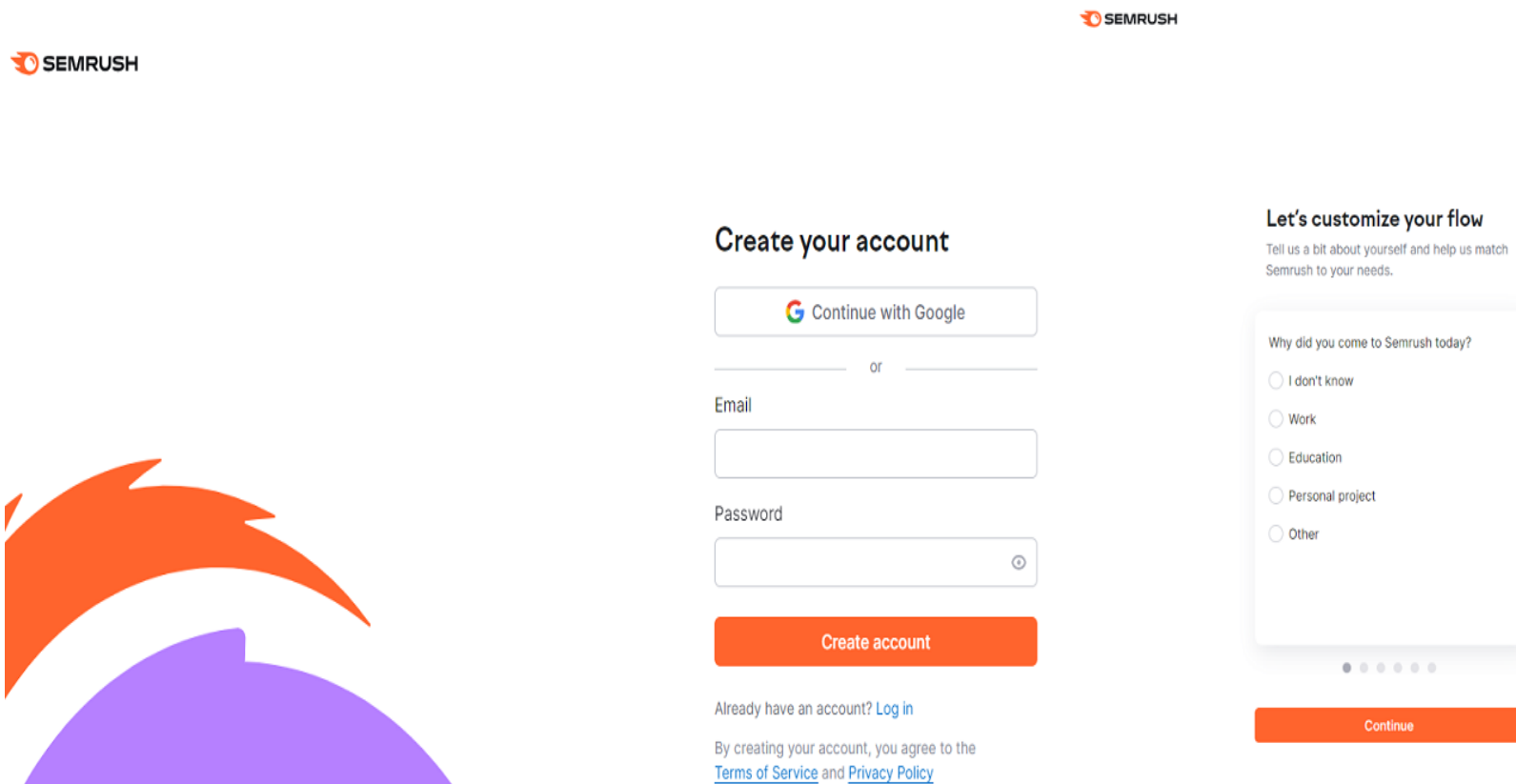
الخطوة الثانية: ننزل إلى أسفل موقع الويب ونضغط على كبسة start your free trail ليكون التسجيل مجاني لمدة أسبوع



# خطوات التسجيل في SEMRUSH

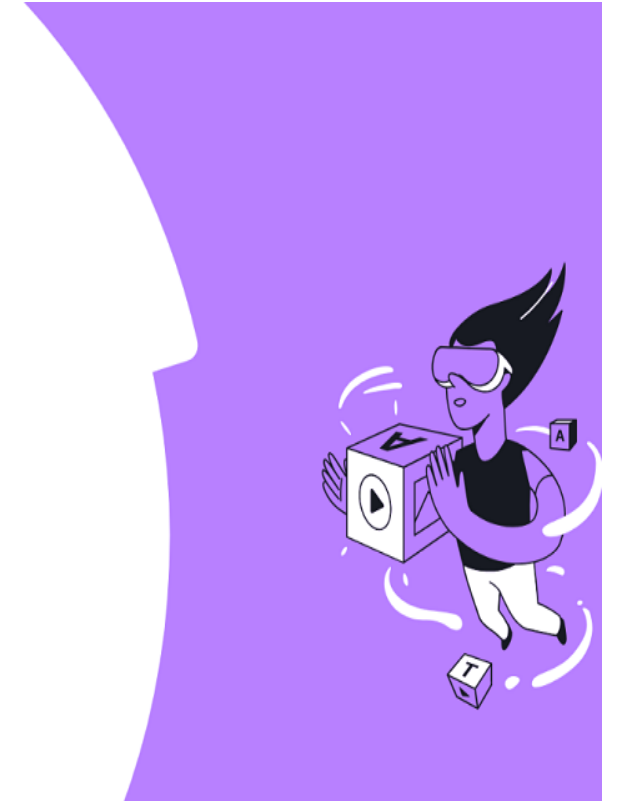
**الخطوة الثالثة:** عمل حساب جديد أو الدخول عبر حسابك على قوقل، وسيأتي رسالة إلى البريد الإلكتروني لتفعيل الحساب.

**الخطوة الرابعة:** يطلب منك الإجابة على بعض الأسئلة كما في الشكل



The screenshot shows the SEMRUSH account creation and customization process. It is divided into two main sections:

- Create your account:** This section includes a "Continue with Google" button, an "or" separator, and input fields for "Email" and "Password". A "Create account" button is located at the bottom of this section. Below the button, there is a link for "Already have an account? Log in" and a disclaimer: "By creating your account, you agree to the [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#)".
- Let's customize your flow:** This section asks the user to "Tell us a bit about yourself and help us match Semrush to your needs." It features a question: "Why did you come to Semrush today?" with five radio button options: "I don't know", "Work", "Education", "Personal project", and "Other". A "Continue" button is at the bottom of this section.



الخطوة الخامسة : هنا نقوم باختيار الخطة التي نريد العمل بها ونضغط على كبسة . Get free trial .

الخطوة السادسة: تظهر بيانات البطاقة المصرفية ويطلب منك تعبئتها، حيث يتم خصم دولار واحد من حسابك

SEMRUSH

## Choose your trial plan

Pro

7 days free, then \$139.95/mo

## 55+ tools including:

- ✓ 5 projects
- ✓ 500 keywords to track
- ✓ 100,000 pages to crawl
- ✓ 520 SEO Ideas Units
- ✓ PDF export

Guru

7 days free, then \$249.95/mo

## 55+ tools including:

- ✓ 15 projects
- ✓ 1,500 keywords to track
- ✓ 300,000 pages to crawl
- ✓ 800 SEO Ideas Units
- ✓ Content Marketing Platform
- ✓ Multitargeting
- ✓ Historical data

Get free trial

Skip trial

After the free trial period ends, you will be automatically charged the monthly subscription fee. You can cancel your subscription and request a refund within 7 days after your trial expires.



SEMRUSH

## PRO 7-day free trial

Your account: phd.eng.hasan@gmail.com  
Billing: Monthly

Card number

MM / YY CVC/CVV

Card holder

Today's charge

\$0.00 (incl. Tax)

Try it now

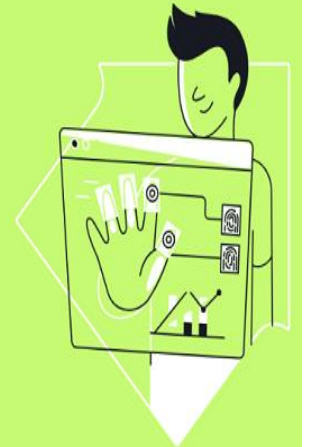
First charge: \$139.95 (incl. Tax)

First charge date: Jun 19, 2024

All prices are in US dollars and include tax.

Your data is properly secured. We use  
SSL encryption and are PCI DSS-  
compliant.

Back



الخطوة السابعة: بعد تعبئة البيانات يظهر لنا الشكل ونضغط على كبسة بداية العمل

الخطوة السابعة: بعد تعبئة البيانات يظهر لنا الشكل ونضغط على كبسة بداية العمل

SEMRUSH

Success!  
Your trial was activated.

Your credit card has been validated via a \$1.00 reversible transaction. It may take about 10 minutes to be processed. You can start your work with Semrush now or learn how to use it first.



#### Free training session

Get live help setting up your first project.

[Request training](#)



#### Need help?

Check out our Knowledge Base for helpful how-to guides, videos and more.

[Expand your knowledge](#)

[Start using Semrush!](#)



SEMRUSH

Choose your area of interest



SEO



Content Marketing



Market Research



Advertising



Social Media



Agency Solutions

[Skip this step](#)



الخطوة التاسعة: تظهر لنا الواجهة الرئيسية ل SEMRUSH.

الخطوة العاشرة: لتحليل موقع الويب المراد نكتب في الباحث الموجود في أعلى الصفحة الرئيسية عنوان موقع الويب المراد تحليله من ثم يظهر لنا الشكل، نشاهد قيمة تحسين محرك البحث.

The screenshot shows the SEMRUSH dashboard for the domain jumia.com.eg. The interface includes a sidebar with navigation options like Projects, SEO, and Local SEO. The main content area displays key metrics such as Authority Score (67), Organic Search Traffic (4.9M), Paid Search Traffic (25.1K), and Backlinks (5.6M). It also features a 'Distribution by Country' table and a line chart for Organic Traffic over time.

Countries	Traffic Share	Traffic	Keywords
Worldwide	100%	4.9M	672.1K
EG	92%	4.5M	162.2K
SA	2.9%	141.6K	55.2K
TN	2.9%	139.2K	1.3K
AE	<0.1%	17.6K	18K
Other	1.8%	89.8K	435.4K

تختص بتوفير نظرة عامة على الكلمات المفتاحية وإعطاء تقارير دقيقة في النهاية، حيث يمكن إدخال كلمة مفتاحية واحدة أو أكثر والفصل بينهما بفاصلة في الخانة الظاهرة أمامك، بحسب طريقة الترويج للموقع، واختيار الدولة التي ترغب في استهدافها والضغط على **analyse** وسوف يتم إظهار عدد مرات البحث عن هذه الكلمة ونسبة صعوبتها في الدولة التي قمت باختيارها والنسبة العالمية في جميع الدول، وطرق أخرى يمكن كتابة هذه الجملة بها وتشير إلى نفس المعنى والأسئلة المتعلقة بالموضوع التي يجب عليك استخدامها بمحتواك، والكلمات التي لها دلالة بالكلمة الرئيسية التي تستخدمها، هذه الأداة تحتوي على أكبر قاعدة بيانات بواقع 20 مليار كلمة مفتاحية رئيسية وأكثر من حوالي 14 مليون مرادف، ويهدف الكثير من أصحاب قنوات اليوتيوب على ذكرها عند قيامهم بشرح استخراج الكلمات المفتاحية بواسطة **semrush** لتحليل المواقع.

<b>Keyword Overview</b>
<b>Volume</b>
<b>Global Volume</b>
<b>Personal Keyword Difficulty (PKD)</b>
<b>CPC</b>
<b>Topical Authority</b>
<b>Intent</b>
<b>Competitive Density</b>
<b>Trend</b>
<b>Keyword Variations</b>
<b>Informational</b>
<b>Questions</b>
<b>Keyword Strategy</b>
<b>Personalized Keyword Difficulty (PKD %)</b>
<b>Bulk Analysis</b>
<b>Keyword Difficulty</b>
<b>Results</b>
<b>SF</b>
<b>COM</b>
<b>PLA</b>
<b>Related Keyword</b>
<b>Search Volume</b>
<b>SERP Features</b>

متوسط عدد المرات التي يتم فيها الاستعلام عن كلمة مفتاحية على **Google** على المستوى الوطني/المحلي شهريًا.

الإجمالي المجمع لأحجام البحث الشهرية للكلمة الرئيسية عبر جميع قواعد بيانات الدولة لدينا.

يتم حسابه باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل مدى صلة أي مجال بأي كلمة رئيسية محددة.

اطلع على الأسعار المحتملة لحملة **PPC** المخطط لها، ابحث عن متوسط سعر نقرة المستخدم على الإعلان.

مدى صلة محتوى المجال بالكلمة الرئيسية التي تم تحليلها، تعرف على كيفية حسابه هنا.

ابحث عن الكلمات الرئيسية التي تتوافق مع أهدافك، افهم ما إذا كانت الكلمة الرئيسية ذات غرض إعلامي أو تنقلي أو تجاري أو يتعلق بالمعاملات.

كثافة المعننين الذين يقدمون عروض أسعار على هذه الكلمة لإعلاناتهم على المستوى الوطني. تشير الدرجة 1.00 إلى أعلى مستوى من المنافسة، والدرجة 0.00 تشير إلى عدم وجود منافسة، على الرغم من أن هذا المقياس يشير إلى المنافسين في نتائج البحث المدفوعة، إلا أنه يمكن أن يمثل القيمة العضوية للكلمة الرئيسية أيضًا.

مستوى الاهتمام باستعلام البحث على مدار 12 شهر، تعرف على عدد المرات التي تم فيها البحث عن كلمة رئيسية في **Google** خلال العام الماضي.

عبارات البحث التي تتضمن كلمتك الأصلية بالإضافة إلى كلمات معدلة إضافية، تساعدك صيغ الكلمات في إيجاد عمليات البحث الأكثر شيوعًا ذات الصلة باستعلامك الرئيسي.

معرفة مستوى هذه الكلمة إن كانت بالصعود أو الهبوط في البحث يعني معرفة معدلات البحث تزايد أو تناقص.

عدد الأسئلة التي لها علاقة بكلمة البحث من، ماذا، أين، متى، لماذا، كيف، يمكن، وغير ذلك، تعتبر الأسئلة رائعة لإنشاء أفكار محتوى لمشاركات المدونة والأسئلة الشائعة وصفحات المحتوى على موقعك، يمكن أن تساعد الإجابة عن الأسئلة التي يتم البحث عنها بشكل شائع في تحسين محركات البحث لديك، بما في ذلك تحسين البحث الصوتي.

مجموعات من الكلمات المفتاحية التي يمكن للصفحة تصنيفها بشكل جيد، تعرض نظرة عامة على الكلمات الرئيسية قائمة بمجموعات العينات وتحتوي على رابط يؤدي إلى التقرير الكامل في **Keyword Strategy Builder**. تتوافر مجموعات الكلمات الرئيسية فقط للتقرير على مستوى الدولة.

يقوم بتخصيص درجات صعوبة الكلمات الرئيسية لتناسب مجالك، مما يضمن أنها تتناسب مع الظروف الفريدة، يمكنك هذا من تحديد فرص الكلمات الرئيسية الحصرية التي يسهل الوصول إليها والمصممة خصيصًا لنطاقك.

إضافة كلمات بحث أخرى ، مع إمكانية الحذف أن أردت.

مشاهدة صعوبة الكلمة بالترتيب بالنسبة المؤوية، اكتشف التقدير الأكثر دقة بناءً على مجموعة واسعة من المعلمات، بما في ذلك نية الكلمة الرئيسية، وميزات **SERP** المتاحة، وتحليل الروابط الخلفية لمنافسيك ذوي التصنيف الأعلى.

نتيجة البحث عن هذه الكلمة.

ممكن يظهر نجوم وصور وغيره.

المنافسة عليها من المعننين.

الكلمة التي معمول عليها إعلانات من التسوق.

الكلمات التي لها علاقة بكلمة البحث.

متوسط عدد عمليات البحث الشهرية لكلمة مفتاحية معينة على مدار 12 شهرًا، قم بتقدير قيمة الكلمة المفتاحية وفائدتها لتصنيفك.

تعرف على إمكانية موقع الويب من أجل الحصول على ميزة في صفحة نتائج البحث للمتصفح لكلمة رئيسية مستهدفة ومعرفة النتائج الغنية التي تظهر على صفحة النتائج.



# SEARCH RESULTS OF THE PAGE IN THE BROWSER

Rich Snippets : هي عبارة عن إجابات لأسئلة عامة مشهورة جدا، تظهر الإجابة دون روابط وتكون الإجابة مخزنة ضمن قاعدة بيانات قوقل، لأنه ليس موقع للويب، مثل، ما اسم رئيس أمريكا؟

Search results for "name president america" showing a rich snippet for Joe Biden. The snippet includes his name, title, and a photo. Below the snippet, there is a "Related research" section with links to Hunter Biden, Neilia Hunter, Vladimir Putin, Kamala Harris, Jill Biden, Barack Obama, and Donald Trump. There is also an "Other questions" section with questions like "What is the name of USA president now?" and "Who are the 44 presidents?"

Related Searches : عند الاستعلام عن معلومات معينة تظهر لك النتائج من خلال روابط موقع الويب، ولكن تظهر لك برامج الذكاء الاصطناعي قائمة بعمليات البحث ذات الصلة.

Related searches :

- trending news near colorado springs, co
- trending news usa
- trending news near colorado
- trending news chicago
- trending news philippines
- trending news google
- trending news in the world
- trending news on twitter

# نتائج صفحة البحث في المتصفح

▪ **People Also Ask** : هو عملية طلب الاستعلام بصيغة سؤال من هو ؟ ستظهر لك الإجابة بروابط ولكن الذكاء الاصطناعي يعرض عليك عدد من الأسئلة في الأسفل ويمكن الاستفادة منهم للتحسين

**Featured Snippet** : هي الميزة التي تستطيع التحكم بها وتكون إجابتها مهمة يكون لها رابط أول الموقع ويكون الرابط تحت المعلومات وهنا بإمكاننا أن نتحكم بها عبر schema markup وهي هيكلية للبيانات داخل الموقع بحيث تظهر بشكل منظم ومنسق مع احتمالية ظهور رسم بياني مهيكّل بطريقة معينة وتكون النتيجة صفر لبدئها.



Marvel



People also ask :

- Is Batman a marvel? ▾
- Is Marvel and Avenger same? ▾
- Is Deadpool a marvel? ▾
- Is Marvel still owned by Disney? ▾

Feedback

## To catch a Pokémon:

1. When a wild Pokémon is nearby, your device will vibrate, and the Pokémon will appear on the map. ...
2. The Pokémon will appear in front of you. ...
3. Touch and hold your Poké Ball.
4. A target ring will appear around the Pokémon.

More items...

## Finding and Catching wild Pokémon – Pokémon GO

<https://support.pokemongo.nianticlabs.com/.../221957648-Finding-and-Catching-wild-P...>

- **Reviews:** Reviews indicate the user's rating of the site and are displayed in the form of stars added to the usual fragment in the page header.



https://www.goodreads.com › book › show › 33.The\_L...

### The Lord of the Rings by J.R.R. Tolkien - Goodreads

The Lord of the Rings is an epic high fantasy novel written by English author and scholar J. R. R.

Tolkien. The story began as a sequel to Tolkien's 1937 ...

★★★★★ Rating: 4.5 · 611,024 votes



**Top Stories:** These are results that show the results of the latest news related to the search query



### Top stories

#### The Mercury News

Dionne Warwick in Twitter battle with Oreo



36 mins ago

#### Bleeping Computer

Twitter account of FBI's fake chat app, ANOM seen trolling today



7 hours ago

#### CNN

Dionne Warwick is in a Twitter battle with Oreo



1 hour ago

#### OU Daily

OU football: Twitter reacts to No. 16 Sooners' 47-32 throttling of No. 14 Oregon ...



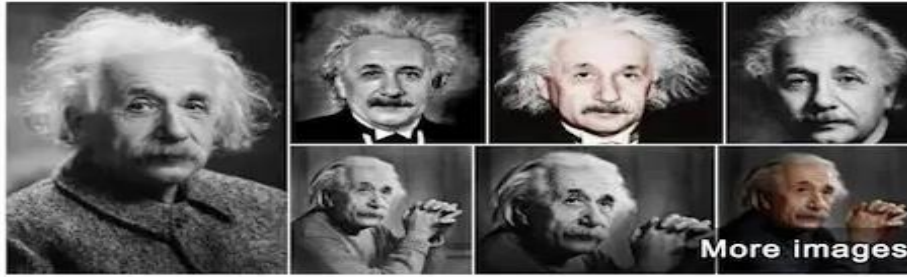
14 hours ago



More news

# نتائج صفحة البحث في المتصفح

▪ **Knowledge panel** : تقدم معلومات حول عبارة بحث ما، غالبا ما تكون متعلقة بشخصية أو مكان مشهور وتظهر في الجانب الأيمن ومصدر المعلومات يكون موقع ويكيبيديا غالبا.



## Albert Einstein

Theoretical Physicist

Albert Einstein was a German-born theoretical physicist. He developed the general theory of relativity, one of the two pillars of modern physics. Einstein's work is also known for its influence on the philosophy of science. [Wikipedia](#)

**Born:** March 14, 1879, Ulm, Germany

**Died:** April 18, 1955, Princeton, NJ

**Influenced by:** Isaac Newton, Mahatma Gandhi, [More](#)

**Children:** Eduard Einstein, Lieserl Einstein, Hans Albert Einstein

**Spouse:** Elsa Einstein (m. 1919–1936), Mileva Marić (m. 1903–1919)

▪ **Site links** : هي خاصية يظهر من خلالها محرك البحث جوجل أهم صفحات الموقع وأقسامه أسفل النتيجة الرئيسية وتظهر بحد أقصى 10 روابط فرعية أسفل الرابط الرئيس لتزويد المستخدمين بالصفحات ذات الصلة لاستكشافها.

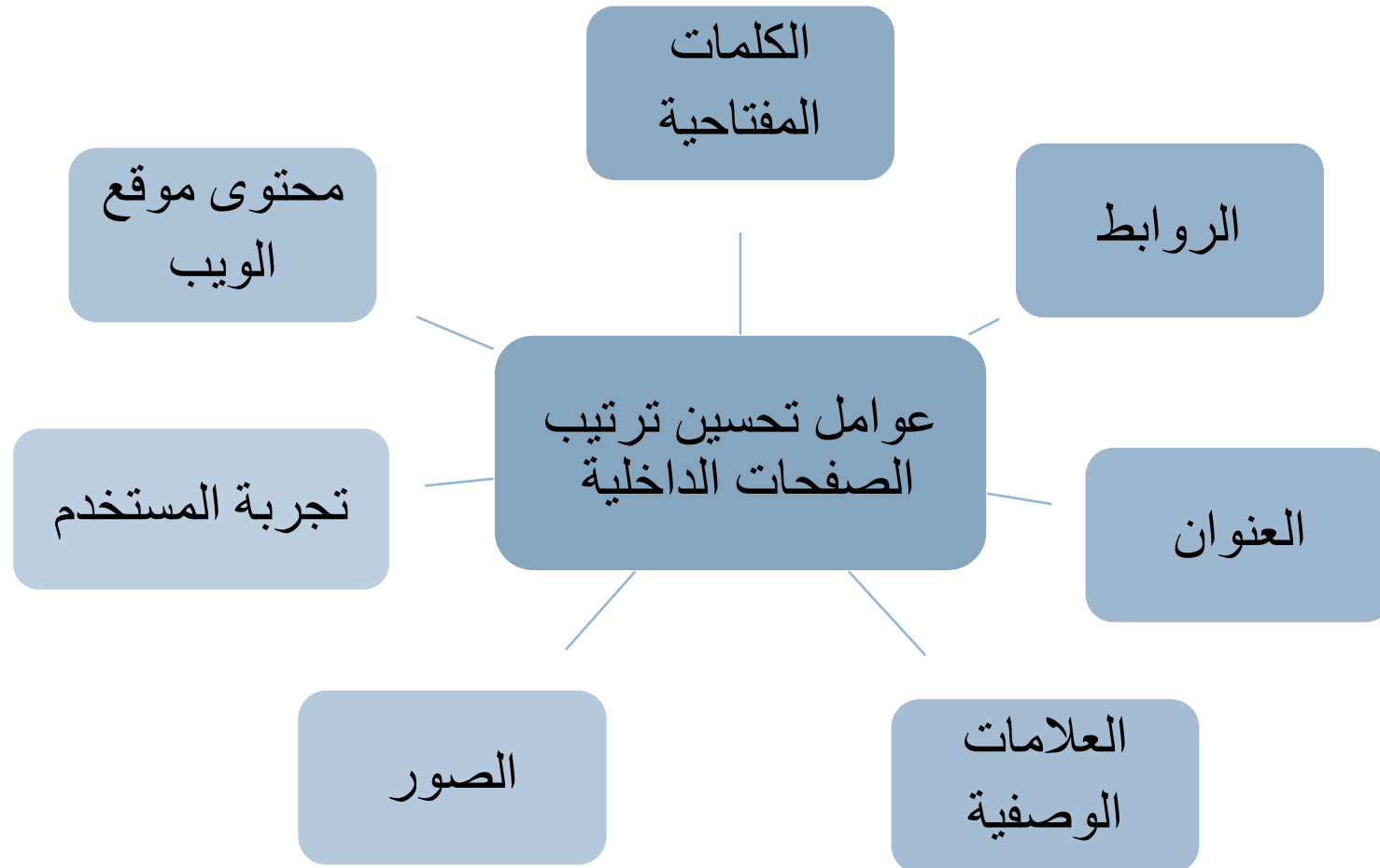
The screenshot shows a Google search for 'Marvel'. The search bar contains 'Marvel' and the Google logo is visible. Below the search bar, there are navigation options: All, News, Images, Shopping, Books, More, and Tools. The search results show the URL 'https://www.marvel.com' and the title 'Marvel.com | The Official Site for Marvel Movies, Characters ...'. Below the title, there is a description: 'Marvel.com is the official site of Marvel Entertainment! Browse official Marvel movies, characters, comics, TV shows, videos, & more.' A search bar for 'Search marvel.com' is also present. A red arrow points to the search bar, and a red box highlights the 'Movies' and 'Comics' links in the Site Links section.

**Movies**  
Explore Marvel movies & the Marvel Cinematic Universe ...

**Comics**  
Browse and purchase Marvel digital & print comics.

# 5. التحسين الداخلي لمحركات البحث

العوامل الداخلية لتحسين محركات البحث



## أدوات اختيار الكلمات المفتاحية لموقع الويب

<p>هي أداة مجانية من جوجل، تساعد في اختيار الكلمات المفتاحية المناسبة لإنشاء الحملات عن طريق معرفة مدى تكرار البحث عن هذه الكلمات، كما أنها تمكن من الحصول على اقتراحات حول الكلمات وعدد المرات التي يبحث عنها الجمهور المستهدف، مما يساعد على تحسين محتوى موقع الويب من أجل الحصول على ترتيب أفضل في محركات البحث.</p>	<p><b>Google keyword planner</b></p>
<p>هي أداة مجانية توفر بيانات ورسوم بيانية لتوضيح حجم البحث على الكلمات الرئيسية والموضوعات ذات الصلة بالمدونة في مكانٍ ما لمدة زمنية معينة، باستخدام ميزة البحث عن الكلمات عن طريق هذه الأداة، يمكن للفرد بسهولة إيجاد الكلمات التي أصبحت شائعة وإنشاء محتوى حولها، كما يمكن من خلالها تجنب الكلمات التي أصبحت أقل شيوعاً.</p>	<p><b>Google Trends</b></p>
<p>تقوم هذه الأداة بتوفير اقتراحات للكلمات الرئيسية طويلة الذيل وكلمات ذات صلة ببناء على بحث المستخدمين، وتعتمد هذه المصطلحات على عدة عوامل مختلفة، مثل عدد المرات التي بحث فيها المستخدمون عن مصطلح معين لذا كل ما تفعله هذه الأداة ، هو إنشاء اقتراحات أخرى للكلمات الرئيسية بترتيب أبجدي، ولكنها لا تخبرك بأي شيء عن حجم البحث أو تكلفة النقرة.</p>	<p><b>Keyword Tool.io</b></p>
<p>هي أداة تتمتع بمجموعة كبيرة من الإمكانيات لتحسين استراتيجية التسويق عبر محركات البحث بكفاءة، حيث تسمح بدءًا من إجراء البحث عن الكلمات الرئيسية وحتى تحليلات حركة المرور وتحليل الإعلانات، مما ستكون قادرًا على البحث عن أفضل الكلمات الرئيسية ومعرفة أي منها حصلت على أعلى تصنيف وأيها أصعب في التصنيف، وتتبع الترتيب، وتحليل المنافسين، وتحسين العرض الإجمالي لمحرك البحث من خلال مجموعة واسعة من الأدوات والبيانات.</p>	<p><b>Semrush</b></p>
<p>تتعدد المزايا لتشمل تحسين موقع الويب على محركات البحث، وتعزيز جودة إعلانات الدفع لكل نقرة، من خلال التخطيط للحملات التسويقية على محركات البحث، ومعرفة المزيد عن الكلمات المفتاحية، وتحليل المنافسين، وتتبع أدائهم، وقياس النتائج.</p>	<p><b>Ahrefs</b></p>
<p>تتيح للمستخدمين نظرة متعمقة لأداء موقع الويب أو إعلانات الدفع مقابل النقرة، من خلال توفير تحليلات قوية لقياس النتائج، من أجل الحصول على معلومات مهمة، مثل، معرفة الكلمات المفتاحية الأفضل من حيث عدد الزيارات، ومعدل التحويلات، ومتوسط الزمن الذي يستغرقه العملاء في تصفح المتجر.</p>	<p><b>Google Analytics</b></p>

## أنواع الكلمات الرئيسية

الكلمات بحسب الحجم

الكلمات بحسب المطابقة

الكلمات بحسب النية

أنواع الكلمات الرئيسية

# أهمية عنوان الموقع (URL):

• تحديد الموقع الويب: هل هو صفحة أو ملف، أو مورد آخر، حيث يعمل العنوان كمفتاح إلكتروني للوصول إلى هذه الموارد

• تحسين تجربة المستخدم: عناوين موقع الويب الواضحة والمفهومة تُحسِّن تجربة المستخدم، حيث يكون من السهل على الزوار فهم محتوى صفحة الويب المستهدفة وتصفح موقع الويب بشكل أفضل.

• التسويق والعلامة التجارية: يُستخدم عنوان موقع الويب كجزء من استراتيجيات التسويق الإلكتروني، يمكن تصميمه بشكل يعبر عن العلامة التجارية أو يشير إلى محتوى معين، مما يساهم في تعزيز هوية موقع الويب.

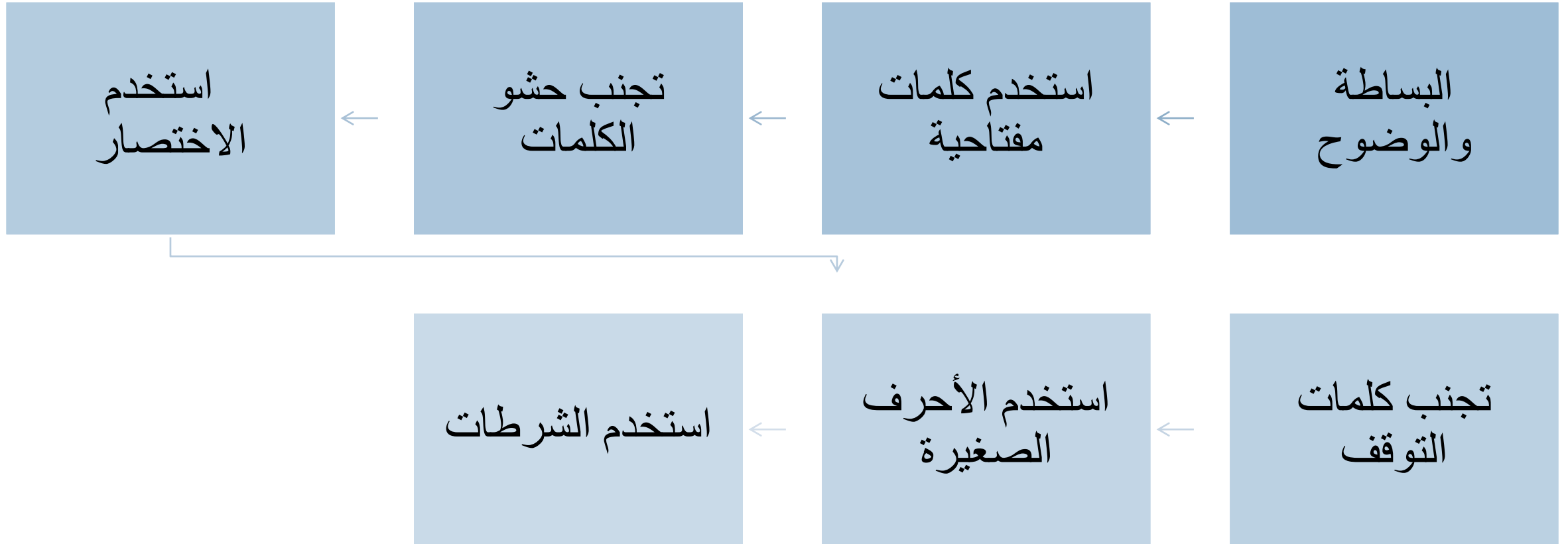
• تأمين الاتصال: استخدام البروتوكول الآمن https في عنوان موقع الويب، حيث يساهم في تشفير الاتصال بين المتصفح والخادم، مما يحسن مستوى الأمان ويحمي المعلومات الحساسة.

• تحسين محركات البحث: عنوان موقع الويب يشكل عنصراً مهماً في تحسين محركات البحث، لذا استخدام الكلمات المفتاحية ذات الصلة في العنوان يؤثر إيجاباً على ترتيب الصفحة في نتائج محركات البحث.

• يعتبر عنوان موقع الويب ليس فقط عبارة عن مسار إلكتروني، ولكنه يشكل جزءاً أساسياً من تجربة المستخدم واستراتيجيات الإنترنت والتسويق الرقمي



## كيفية إنشاء عناوين موقع الويب



**https://www.ababneh.net/courses/seo/html**

<p>HTTPS هو رمز Hypertext Transfer Protocol Secure هو البروتوكول الأكثر شيوعاً، حيث يطلب من متصفح موقع الويب تشفير أي معلومات تُدخلها على الصفحة، مثل كلمات المرور أو معلومات بطاقات الائتمان ، حتى لا يتمكن لصوص الإنترنت من الوصول إليها، وأهم ميزة، إن البروتوكول يساعد في تحسين محركات البحث.</p>	Protocol	https
<p>www هو اختصاراً لكلمة (World Wide Web) يتم استخدامه لتمييز المحتوى، وهو جزء من عنوان موقع الويب غير مهم وغير حتمي الوجود ويمكن استبعاده، فهو جزء إسترشادي وتكميلي داخل العنوان، فلو قمت بكتابة <a href="https://www.ababneh.net">https://www.ababneh.net</a> سوف تصل إلى موقع الويب، حيث تشير النطاقات الفرعية أيضاً بتصنيف موقع الويب إلى فئات المحتوى الرئيسي، يستخدم إذا كان عملاً يضم الكثير من المحتوى المتشعب الذي يصعب إدارته على موقع ويب واحد، حيث يظهر موقع الويب لمحركات البحث والزوار على أنه يمتلك قدر كبير من المعلومات.</p>	Sub domain	www
<p>هو اسم موقع الويب يساعد المستخدمين على معرفة أنهم يزورون موقع علامة تجارية معينة دون الحاجة إلى مزيد من المعلومات.</p>	Main Domain second level Domain(SLD)	ababneh
<p>يحدد نطاق المستوى الأعلى لنوع الكيان الذي تسجله المنظمة على الإنترنت، مثل، <b>com</b> مخصص للكيانات التجارية، <b>edu</b> مخصص للمؤسسات الأكاديمية.</p>	Top level Domain(TLD)	com
<p>يشير المسار عادةً إلى ملف معين في خادم الويب</p>	Folder/path	courses
<p>اسم الصفحة</p>	Page name	seo
<p>هو الامتداد كان لملف أو لصفحة</p>	Extension	html

# أهمية تحسين تجربة المستخدم الرقمي للتسويق الإلكتروني

• تجربة المستخدم الجيدة تزيد من احتمالية التحول من زائر إلى عميل.

• المتجر سيئ التنظيم يجعل من الصعب جذب العملاء المحتملين للعلامة التجارية

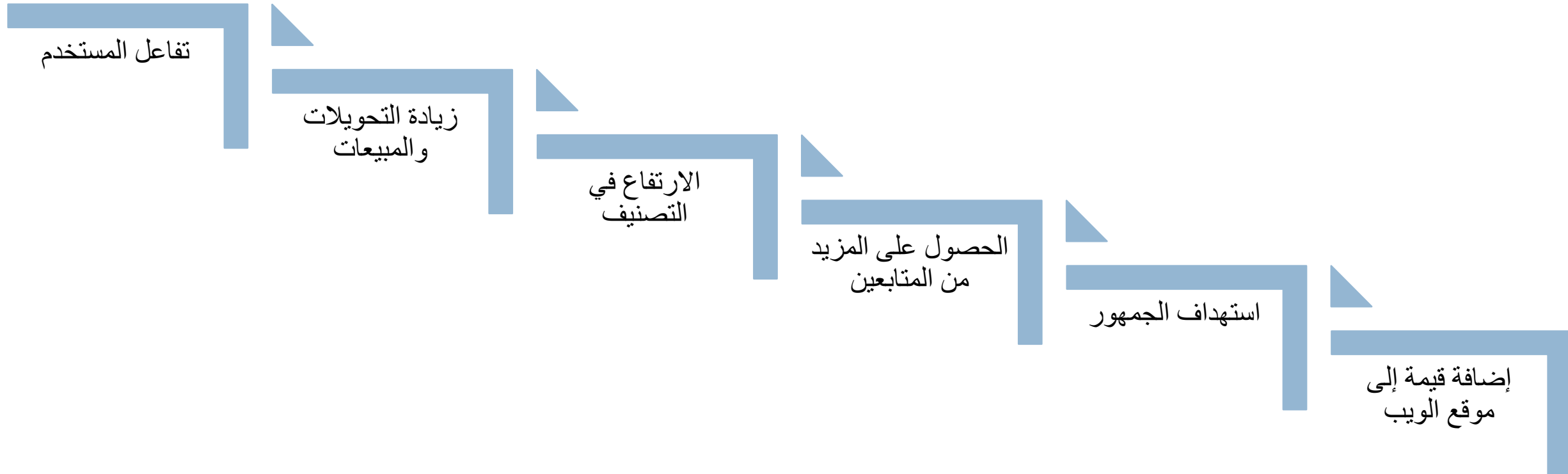
• رضا العملاء: يزداد كلما كانت تجربة المستخدم للمتجر أفضل، وكلما كان نظام التنقل أكثر وضوحًا، ويصبحون أكثر استعدادًا للتوصية بها.

• إذا قمت ببناء تجربة رائعة، فإن العملاء يخبرون بعضهم البعض عن ذلك

• تعمل عملية التسوق البديهية والاكتشاف الواضح للمنتج على إبقاء المشتريين على موقع الويب لمدة أطول ومن المحتمل أن يكونوا مستعدين لإنفاق المزيد

## 6. محتوى موقع الويب

- أهمية محتوى موقع الويب: يعد محتوى موقع الويب عالي الجودة من أحد أفضل الاستراتيجيات لإيصال محتوى السلع والخدمات إلى أيدي العملاء الذين يبحثون عن إجابات أو حلول للمشكلات التي تحلها العلامة التجارية، ومن فوائد وجود موقع الويب الغني بالمحتوى.



## أنواع محتوى الويب

انواع محتوى الويب

الوسائط المتعددة

النصي

دقة وكفاية محتوى موقع الويب

جودة محتوى موقع الويب

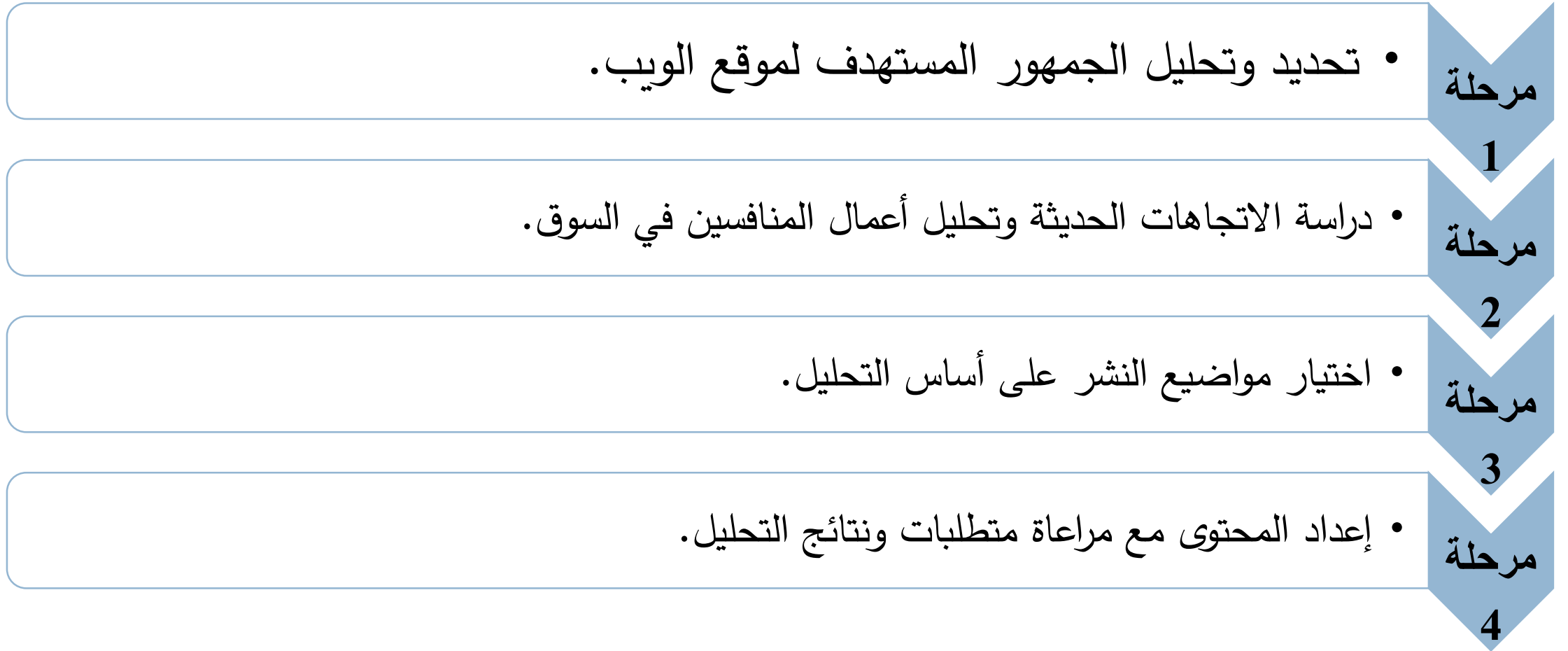
متطلبات جودة محتوى موقع الويب

أصالة محتوى موقع الويب

تعديل محتوى موقع الويب وتحسينه

الخصائص	نوع المحتوى الفرعي	نوع المحتوى الرئيسي
هي نوع من الملكية الفكرية يمنح مالكيها الحق الحصري في نسخ العمل الإبداعي وتوزيعه وتكييفه وعرضه وتنفيذه، بالطبع المحتوى الأصلي هو المفضل لدى محركات البحث والمستخدمين، مما يزيد من ولاء زوار الموقع للمنتجات وللمؤسسة نفسها، حيث يكون له تأثير إيجابي على الإجراءات والمبيعات المستهدفة.	حقوق النشر	المحتوى النصي
تعد أدوات كتابة المقالات عبر الإنترنت أدوات ويب مثالية تساعد على صياغة محتوى فريد وجاذب وعالي الجودة بسهولة من خلال تحويل الأفكار والرسائل والمعلومات لتعزيز الكتابة وتجنب الانتحال الأدبي، تستخدم هذه الأداة بشكل عام من قبل مشرفي المواقع وكتاب المحتوى والمدونين ومحترفي التسويق وغيرهم، لإنشاء المحتوى المطلوب، يمكن أن يؤدي تجميع مصادر متعددة لإعادة كتابة المحتوى عالي الجودة إلى حل مشكلات حقوق الطبع والنشر ذات الجودة.	إعادة الصياغة	
يقصد بها العملية التي يتم فيها نقل منظومة كتابية أو منظومة بلغة معينة إلى منظومة لغة أخرى، مع الحفاظ على المعنى الأصلي للنظام الأصلي، عند الكتابة يتم إنشاء نص المؤلف ومن وجهة نظر محركات البحث، يعدّ هذا محتوى فريداً.	ترجمة	
يعد النسخ المباشر للمقالات من مصادر أخرى دون إجراء أي تغييرات على النص هو أسهل وأسوأ طريقة لملاء محتوى موقع الويب.	نسخ ولصق	المحتوى الصوتي والبودكاست
تعدّ الموسيقى وتسجيلات المقابلات والبودكاست والمحاضرات والندوات عبر الإنترنت هي المحتوى الصوتي الأكثر قيمة، الذي لا يستطيع الزوار سماعه في أي مكان آخر، يمكن استخدام المواد الصوتية كمادة تعليمية لزيادة مستويات الثقة في المنظمة والوعي بالمنتجات.		محتوى الفيديو
عبارة عن مقاطع متنوعة من لقطات الشاشة ومقاطع الفيديو التعليمية، أفلام، عروض فيديو، جولات افتراضية وغيره، مع إمكانية تصويرها بنفسك أو الحصول عليها من مصادر مجانية أو شرائها أو حتى تنظيم مسابقات فيديو، حيث يشارك المستخدمون أنفسهم في إنشاء هذا النوع من المحتوى.		الصور
لا تشمل الصور فقط، بل تشمل الرسوم المتحركة والمخططات ولقطات الشاشة والشرائح، وتعدّ الرسوم البيانية فاعلة بشكل خاص فهي تزيد من حركة المرور بنسبة 12 % في المتوسط.		العناوين
يلعب عنوان موقع الويب دوراً مهماً في الترويج له، يجب أن يكون أصلياً ويصف بوضوح محتواه وأن يكون مفصلاً وغنياً بالمعلومات.		

## مراحل إعداد المحتوى لموقع الويب





## التحليل الرباعي للأعمال



## التأثير على ترتيب مواقع الويب وتحسين محركات البحث

يجب أن يكون عنوان موقع الويب قصيراً وسهل التذكر وسهل الكتابة وسهل النطق، ابتعد عن تضمين الأرقام أو أسماء مواقع ذات أحرف غير قياسية أخرى، واستخدم تهجئات غير عادية أو أطول من حوالي 15 حرفاً وغير ذلك.

وصف الصفحة هو الدافع الأول للنقر على موقع الويب وترتيبه في الصفحة الأولى من نتائج محرك البحث، لا بد من معرفة أفضل الطرق لكتابة الوصف الذي يساعد في جذب الزوار إلى موقع الويب، إذا كان الوصف مناسباً سيكون عدد الزيارات مرتفعاً.

من أجل الحصول على المزيد من حركة المرور على موقع الويب من خلال نتائج البحث المجانية، يجب عليك تجهيز موقع الويب لمحركات البحث، لأنها تعرض صفحات الموقع بما في ذلك النصوص ومقاطع الفيديو والصور وترتيبها بما يتناسب مع المستخدمين، يعتمد ظهور نتائج البحث على العديد من العوامل مثل شعبية موقع الويب، ومدى ثقة محركات البحث به ونسبة الزوار اليومية وعدد مرات البحث عن الكلمات المفتاحية الموجودة بداخل الموقع، كل هذا يسمح بزيادة ترتيب الموقع.

يجب تحسين حجم المحتوى لما لا يقل عن 2000 كلمة.

نظرًا للعدد الكبير من الكلمات الرئيسية ستعمل محركات البحث على تحديد الصفحات والمواقع بشكل صحيح.

يسمح بفهم طبيعة المنشورات وتحسين ملاءمتها وتصنيفات محرك البحث.

استخدام مثل هذه الأدوات يجعل المحتوى مفهومًا وأكثر إمتاعًا للقراء.

بمجرد تحديد الكلمات الرئيسية المحتملة يبدأ تسويق المحتوى دوره، وتساعد جودته في جذب الجمهور المستهدف وتؤثر على تصنيفات محرك البحث، لهذا عليك أن تكتب محتوى جذابًا ومنظمًا يخدم الأهداف ويوفر للعملاء المستهدفين المعلومات التي يبحثون عنها، تذكر أن المحتوى الجيد يحتاج إلى جهد كبير ليتم إعداده لذا ركز وأنت تكتبه على ما يتناسب مع الجمهور المستهدف حتى لا تهدر وقتك ومجهودك، إذ يتمتع المحتوى الجيد بفرصة أكبر للمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي وجذب الروابط، كما تؤكد المصادقية على أهمية وملاءمة جودة محتوى موقع الويب الذي تم إنشاؤه.

هي الجمل والعبارات التي يدخلها الأفراد في مربع البحث في متصفح البحث لإيجاد ما يبحثون عنه، يعدّ أحد أسس تحسين محركات البحث، التي يعتمد عليها في معرفة موضوع المحتوى المنشور على موقع الويب، قبل نشر أي محتوى على موقع الويب عليك أولاً إجراء بحث عن الكلمات المفتاحية الأنسب لذلك المحتوى، يجب أن تُعبّر عن المحتوى المنشور وأن يكون عليها إقبال في محركات البحث.

تساعد جودة المحتوى في الوصول إلى الجمهور المستهدف والتأثير على الترتيب في محركات البحث، لهذا عليك أن تكتب محتوى جذابًا ومنظمًا يوفر للعملاء المستهدفين المعلومات التي يبحثون عنها ويفضل أن تكتب المحتوى بطريقة رواية (قصة) لأنها الأكثر جذبًا لهم وتشعرهم أنك توجه الحديث إليهم وليس إلى محركات البحث، سيشير تحديث المعلومات للزوار إلى أهمية المعلومات وموثوقيتها.

يمكن أن تكون الوسائط المتعددة وسيلة قوية وفريدة من نوعها لجذب المزيد من الزوار وبناء الوعي بالعلامة التجارية، نظرًا لأن القطاعات المختلفة من السوق المستهدف قد تتطلب أساليب تسويقية مختلفة، فقد تجد أنه يتعين عليك دمج وسائل التواصل الاجتماعي مع التلفاز والطباعة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من العملاء المحتملين.

من الصعب كتابة محتوى دون وجود محتوى توضيحي وتسويقي، من الضروري أن يكون لكل موقع ويب محتوى مميز يصف عمل وأهداف الجهة التابع لها موقع الويب، كما يجب أن يكون المحتوى مفيدًا ومفهومًا للزائر من أجل الإدراك.

كلما زاد عدد الأخطاء كلما انخفض ترتيب الموقع.

استخدم الروابط من المواقع الموثوقة التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمحتوى الذي تقدمه، أو روابط لمقالات أخرى تدعم مقالك، أو روابط لكتب إلكترونية تناقش الموضوع بشكل شامل بطريقة يمكن للقراء استخدامها، أو رابطاً لفيديو يشرح بطريقة مبسطة، ولكن لا ترهق الجمهور المستهدف بالكثير من الروابط وتشتتهم بين موقعك وغيره من المواقع الأخرى، تأكد من أن الروابط التي تضعها تعمل بشكل جيد وقابلة للنقر لتوفر تجربة جيدة للمستخدم، ويفضل أن تكتب المعلومات التي يحتمل أن يجدها القارئ عندما يضغط على الرابط، لأنها تزيد من احتمالية النقر، ولا تنس عند إنشاء الرابط أن تجعله يفتح في نافذة جديدة وليس في نفس النافذة حتى لا ترهقه بالتقليل بين موقعك والمواقع الأخرى.

## عناصر المحتوى

## عنوان الموقع

## وصف الصفحة

## معدل تكرار الاقتباس من الكلمات الرئيسية

## حجم المحتوى

## عدد الكلمات الرئيسية في النص

## المرادفات الرئيسية في النص والعناوين

## القوائم والجداول المصنفة

## أصالة المحتوى

## الكلمات المفتاحية

## تحديثات المحتوى المتكررة

## وجود الوسائط المتعددة

## صعوبة المحتوى

## أخطاء في النص

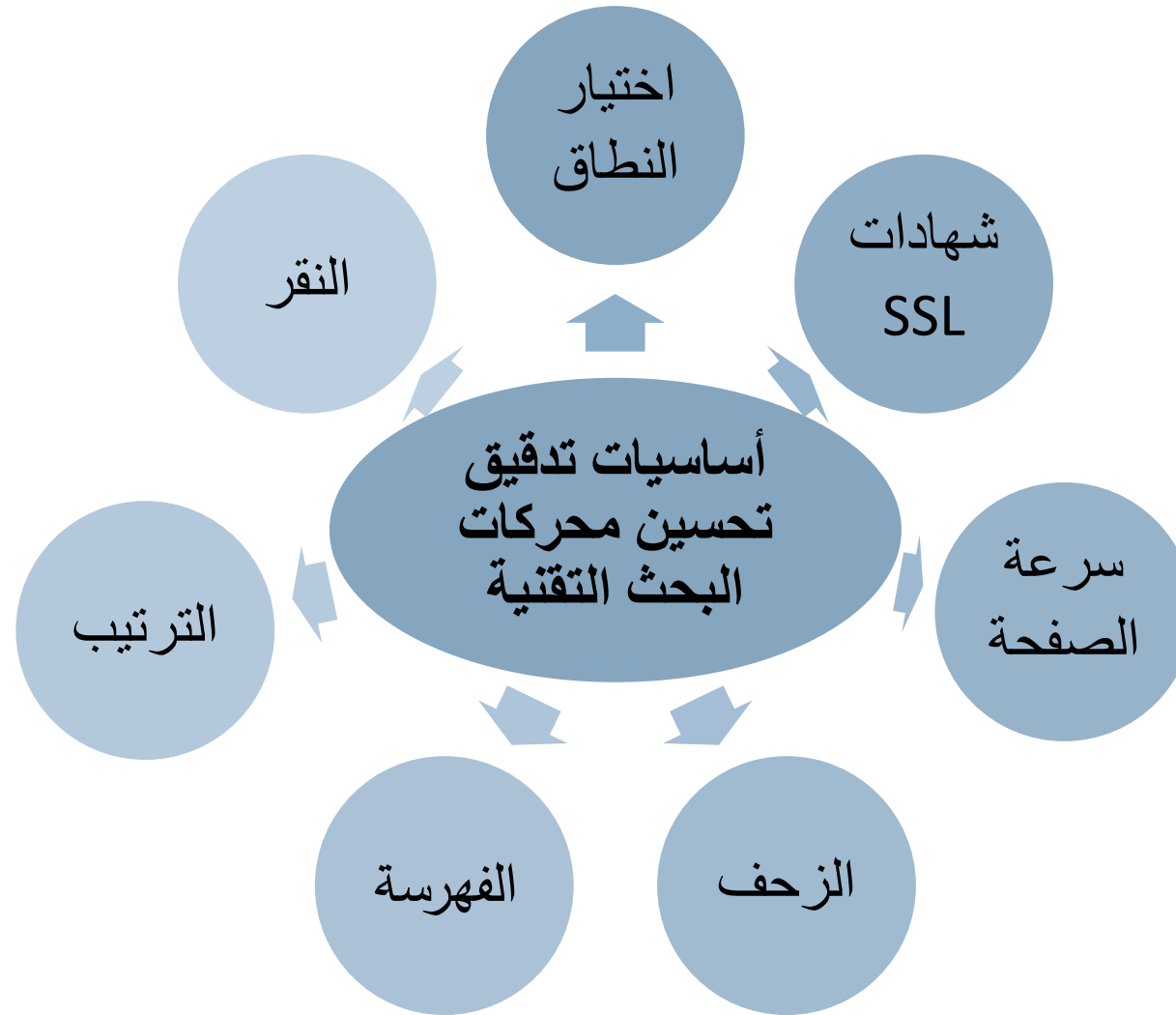
## الروابط داخل المحتوى

## 7. التحسين التقني لمحركات البحث

### تحسين محركات البحث التقني مقابل التحسين الداخلي ومقابل التحسين الخارجي

1. التحسين التقني لمحركات البحث مصمم للحفاظ على السلامة التقنية لموقع الويب.
2. التحسين الداخلي لمحركات البحث يتضمن البحث عن الكلمات الرئيسية وجودة المحتوى.
3. التحسين الخارجي لمحركات البحث يتضمن أنشطة، مثل بناء الروابط والعلاقات العامة الرقمية، التي تهدف إلى تعزيز إشارات السلطة الخارجية التي تشير إلى موقع الويب.

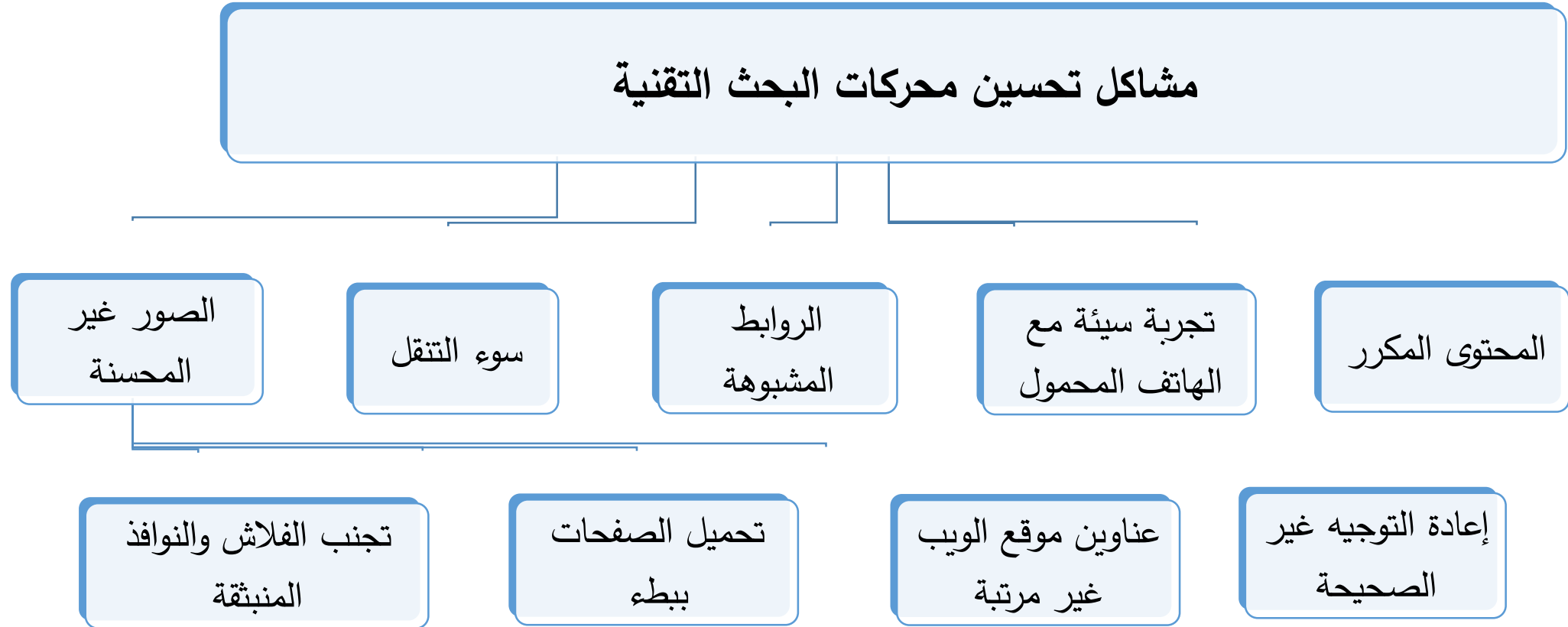
## اساسيات تحسين محركات البحث التقنية



## شرح موجز لأخطاء HTTP

إعادة توجيه مؤقتة تستخدم لإرسال حركة الزوار بشكل مؤقت من عنوان من عنوان إلى آخر.	302	إعادة توجيه دائمة تُستخدم لإرسال حركة الزوار بشكل دائم من عنوان إلى آخر.	301
صفحات الأخطاء تخبر المستخدمين أن الصفحة التي طلبوها غير موجودة، إما لأنها تمت إزالتها أو قاموا بكتابة العنوان الخاطئ.	404	يحدث هذا الخطأ عندما تصل لصفحة غير مصرّح لك بالوصول لها.	403
حدث هذا الخطأ عند حدوث مشكلة غير متوقعة تمنعه من تنفيذ الطلب	500	يحدث هذا الخطأ عندما تصل لصفحة بطريقة غير صحيحة، مثلاً في حال كانت الصفحة تطلب المحتوى بأمر GET في حين أن الموقع في الأساس يتوقع أن تطلبها بأمر POST	405
يحدث هذا الخطأ عندما تكون استجابة الخادم غير متوفرة ويشير ذلك أن الخادم غير جاهز للتعامل مع الطلب.	503	يحدث هذا الخطأ عند عمل الخادم كبوابة أو وكيل، تلقى استجابة غير صالحة من الخادم الرئيسي.	502
يحدث هذا الخطأ عندما لا يستطيع الخادم تلقي الاستجابة في الوقت المناسب من الخادم الرئيس الذي يحتاجه لإكمال الطلب.			504

## مشاكل تحسين محركات البحث التقنية



## فوائد تحسين محركات البحث التقنية

يقدم تحسين محركات البحث التقني العديد من الفوائد التي تساهم بشكل جماعي في النجاح والأداء العام لموقع الويب في نتائج محرك البحث:

1. يؤثر على تصرفات وقرارات زوار موقع الويب.
2. تحسين معدلات التحويل .
3. زيادة العملاء المحتملين والمبيعات
4. تعظيم عائد الاستثمار من تحسين محركات البحث كاستراتيجية تسويق رقمية
5. تحسين أداء وسرعة موقع الويب
6. تصنيفات أعلى في محركات البحث
7. زيادة حركة المرور العضوية
8. تجربة مستخدم محسنة

## تحسين محركات البحث التقني مقابل التحسين الداخلي ومقابل التحسين الخارجي

1. التحسين التقني لمحركات البحث مصمم للحفاظ على السلامة التقنية لموقع الويب



3. التحسين الخارجي لمحركات البحث يتضمن أنشطة، مثل بناء الروابط والعلاقات العامة الرقمية، والتي تهدف إلى تعزيز إشارات السلطة الخارجية التي تشير إلى موقع الويب

2. التحسين الداخلي لمحركات البحث يتضمن البحث عن الكلمات الرئيسية وجهود المحتوى





## التحسين التقني لمحركات البحث

- إصلاح المشاكل مثل أخطاء البيانات التعريفية والروابط المعطلة وبنية موقع الويب

- تهدف إلى تحسين إمكانية الزحف إلى موقع الويب والحالة الفنية العامة

- يركز على الجوانب التقنية لموقع الويب وتحسين مستوى الكود

## قائمة التحقق من التصنيف/الترتيب

يتضمن ترتيب صفحات بعض العناصر الموجودة داخل الصفحة وخارجها والتي ذكرناها سابقًا ولكن من منظور تقني.

• **الروابط الداخلية والخارجية:** تساعد الروابط روبوتات البحث على فهم مكان الصفحة في المخطط العام للاستعلام وتوفر سياقًا لكيفية تصنيف تلك الصفحة، توجه الروابط روبوتات البحث والمستخدمين إلى المحتوى ذي الصلة وتنقل أهمية الصفحة، حيث تعمل الروابط على تحسين الزحف والفهرسة والقدرة على التصنيف.

• **جودة الروابط الخلفية:** هي روابط من مواقع أخرى تعود إلى موقعك، حيث تمنحك تصويماً بالثقة لموقع الويب، فهي تخبر روبوتات البحث أن الموقع الخارجي A، بأن صفحتة عالية الجودة وتستحق الزحف إليها، ومع تراكم هذه الأصوات، تلاحظ روبوتات البحث موقع الويب وتتعامل معه على أنه أكثر مصداقية، فإن جودة الروابط الخلفية مهمة كثيرًا، بينما تضر الروابط من مواقع منخفضة الجودة بالتصنيف، هناك العديد من الطرق للحصول على روابط خلفية عالية الجودة لموقع الويب، مثل التواصل مع المنشورات ذات الصلة، وتوفير محتوى مفيد ترغب المواقع الأخرى في الارتباط به.

• **مجموعات المحتوى:** عبارة عن مجموعة من الصفحات والمنشورات التي تركز على موضوع معين، حيث ترتبط بالمحتوى ذي الصلة حتى تتمكن روبوتات البحث من إيجاده بسهولة على جميع الصفحات التي تمتلكها حول موضوع معين والزحف إليها وفهرستها، إنها بمثابة أداة للترويج الذاتي لتظهر لمحركات البحث مدى معرفتك بموضوع ما، لذلك من المرجح أن يتم تصنيف موقع الويب كمرجع لأي استعلام بحث ذي صلة.

## 8. التحسين الخارجي لموقع الويب

مفهوم التحسين الخارجي لمحرك البحث يشمل جميع الجهود التي تتعامل مع تحسين ترتيب موقع الويب على محركات البحث وتتجاوز نطاق الموقع نفسه، هذا يتضمن الأنشطة التي تحدث خارج نطاق موقع الويب وتسهم في تعزيز الشهرة والوجود على الإنترنت، حيث يساهم في بناء ثقة محركات البحث بصفحات موقع الويب، ويزيد من رصيد السمعة الرقمية، عندما تحصل على روابط من مواقع موثوقة ومرجعية، فإنها تعتبر إشارة إيجابية تدل على جودة وموثوقية المحتوى، يساعد الاستثمار في التحسين الخارجي لمحركات البحث على الوصول إلى جمهور أوسع وزيادة الزيارات إلى موقع الويب.

## أهمية التحسين الخارجي لمحرك البحث

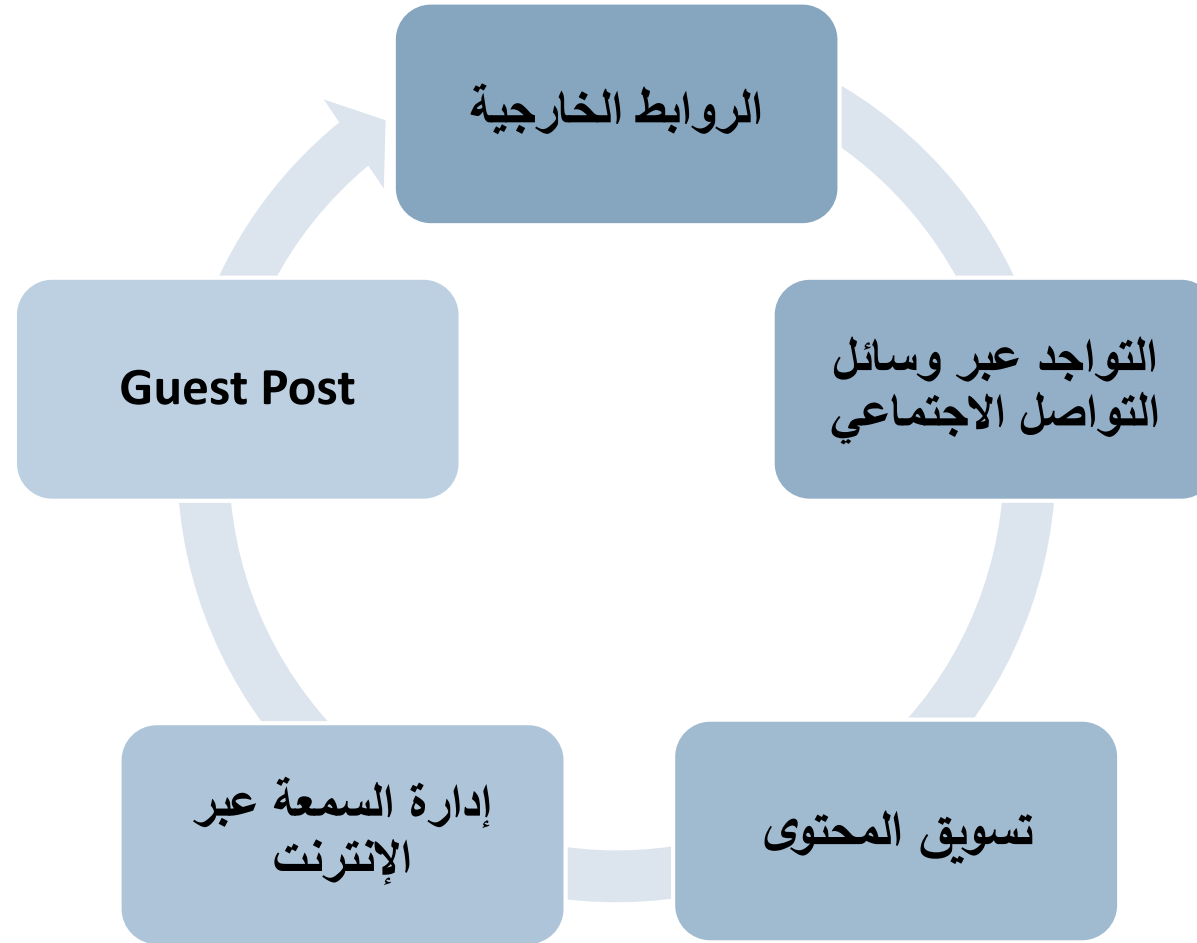
■ إن تحسين محرّكات البحث خارج الصفحة طريقة مفيدة للترويج لموقع الويب، فإن القيمة تتمثل في أنك تبني سمعة كبيرة بين المواقع الأخرى، وبهذه السمعة تستطيع الحصول على ترتيب أفضل، كما أن جوجل ينظر إلى هذا الأمر من جانب أن الموقع والمحتوى الذي تقدمه جدير بالثقة والمصداقية، وذلك بناء على مشاركة الآخرين للمحتوى وكثرة الروابط التي تشير إلى موقع الويب، فالهدف منة:

**1. يُعد مؤشرًا على جودة موقع الويب:** حيث ترى محركات البحث أن مواقع الويب ذات الروابط الخلفية القوية هي مواقع ذات جودة عالية، وبالتالي، تُعطيها ترتيبًا أعلى في نتائج البحث.

**2. يُساعد في زيادة حركة المرور إلى موقع الويب:** حيث تؤدي الروابط الخلفية إلى توجيه الزائرين من مواقع الويب الأخرى إلى موقعك عبر الويب، مما يساهم في زيادة حركة المرور إليه.

**3. يُعزز مصداقية موقع الويب:** حيث تُعد الروابط الخلفية من مواقع الويب الأخرى ذات صلة دليلاً على أن موقع الويب يحظى بقبول من مجتمع الإنترنت

## العوامل الأساسية لتحسين الخارجي لموقع الويب للمنظمة



# تأثير الروابط **DO-FOLLOW - NO-FOLLOW** على ترتيب موقع الويب.

- **DoFollow** : تشير إلى الروابط التي تسمح بنقل قوة الارتباط وتحسين ترتيب صفحة الويب المرتبطة في محركات البحث.
- **NoFollow** : فهي الروابط التي لا تسمح بنقل قوة الارتباط ولا تؤثر على ترتيب صفحة الويب المرتبطة في محركات البحث، يتم وضع الروابط **NoFollow** عادةً عندما يتم الربط بمحتوى تسويقي أو إعلاني، أو عندما يتم وضعها بصورة عمدية من قبل مالك الصفحة لعدم رغبته في نقل القوة للصفحة المرتبطة بها.

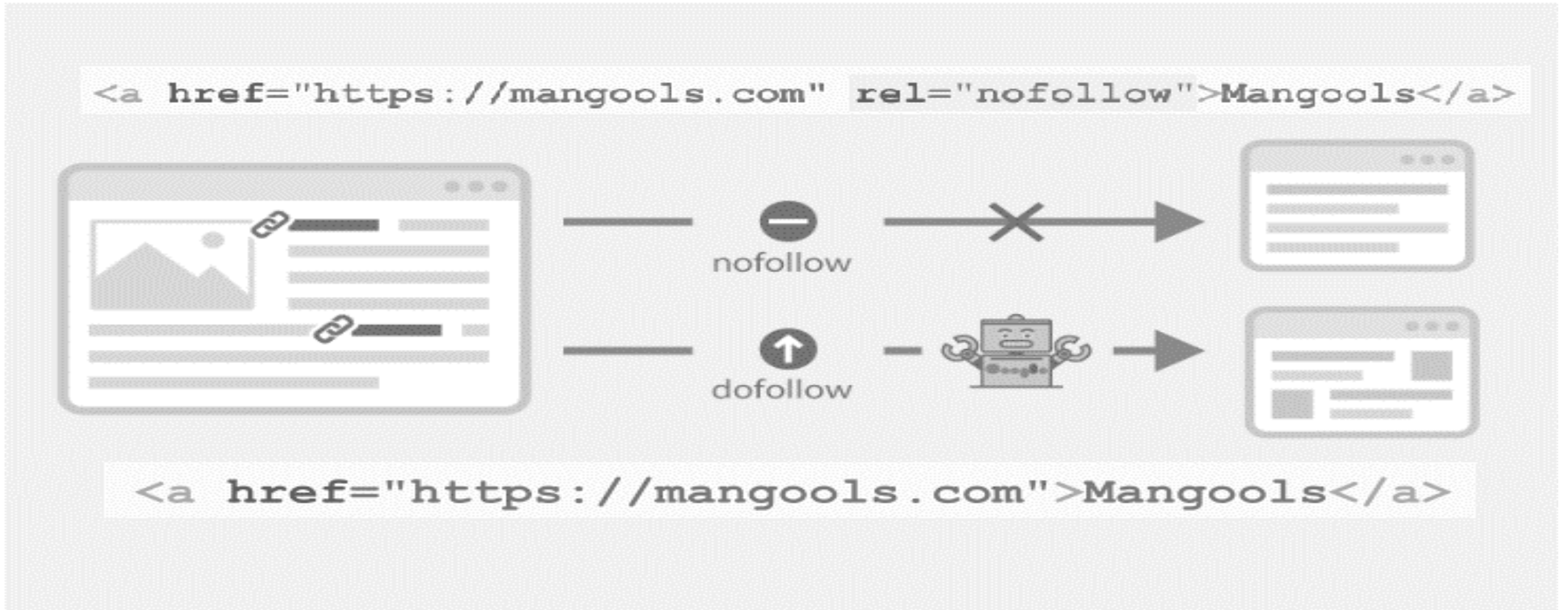
## Do-Follow link

```
<a href="https://example.com">Anchor Text Goes Here</a>
```

## No-Follow link

```
<a href="https://example.com" rel="nofollow">Anchor Text</a>
```

# تأثير الروابط **DO-FOLLOW - NO-FOLLOW** على ترتيب موقع الويب.



## خوارزمية لتحديد الترتيب عبر الإنترنت

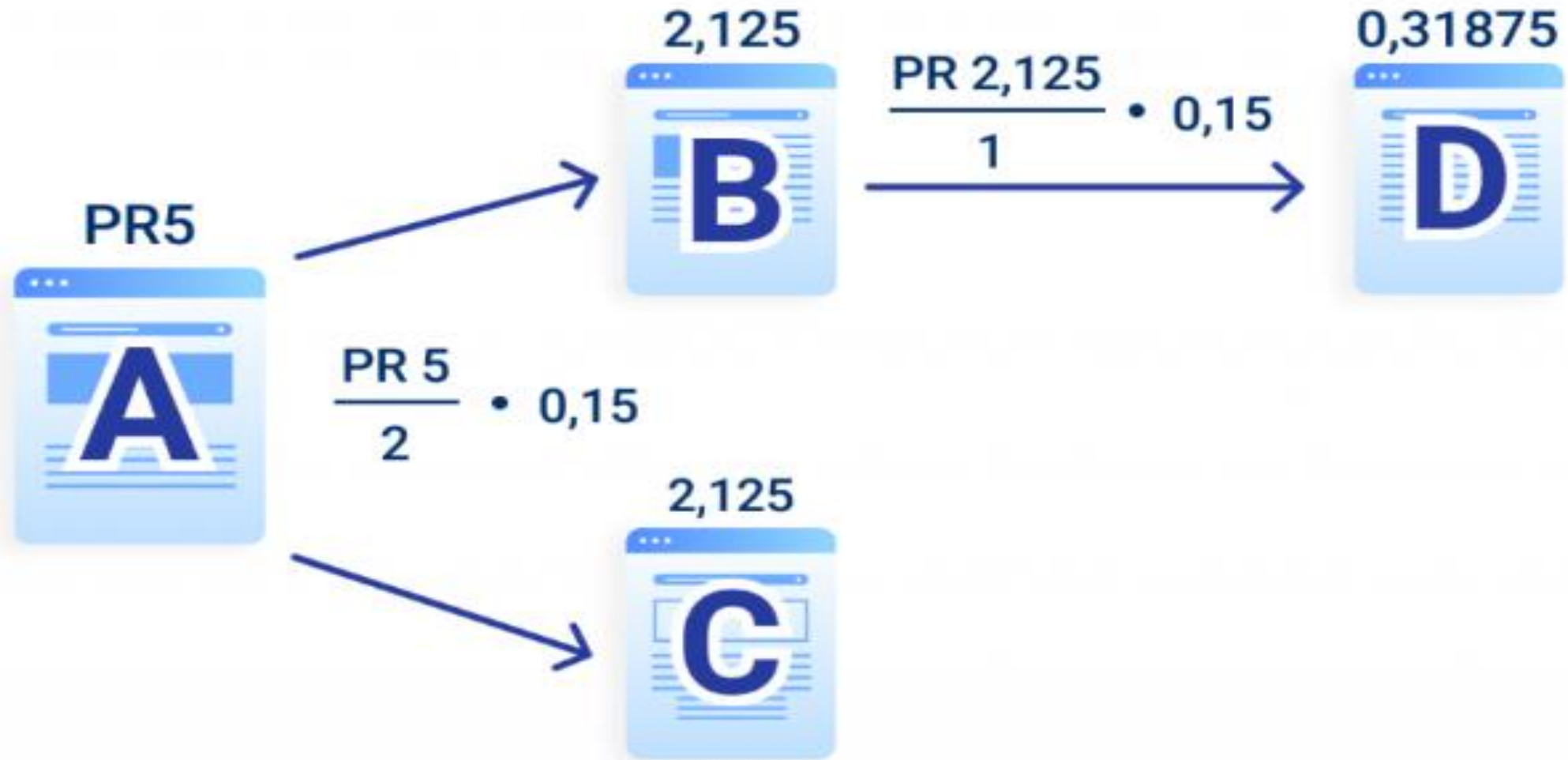


$$PR(a) = \frac{(1-d) + d \cdot (PR(T1) + \dots + PR(Tn)/(Tn))}{C(T1) + \dots + PR(Tn)/(Tn)} \quad (1)$$

الصفحة التي يتم تحليلها.	<b>a</b>
صفحات مرتبطة بالصفحة التي تم تحليلها.	<b>T1... Tn</b>
عدد الروابط على الصفحة التي تم تحليلها من موقع الويب.	<b>C</b>
هو عامل التخمين الذي يشير إلى احتمال أن يغادر المستخدم الصفحة (عادة ما يساوي 0.85).	<b>d</b>



## مخطط لنظرية تحديد درجة **PAGERANK**



## أنواع المحتوى للتحسين الخارجي لمحرك البحث

- **مشاركات المدونة:** تعد مقالات المدونة شكلاً شائعاً من أشكال تسويق المحتوى التي يمكن أن تساعد المتاجر على جذب الزيارات، وإنشاء السلطة والثقة، والترويج للمنتجات، من خلال إنشاء منشورات مدونة عالية الجودة ذات صلة بالجمهور المستهدف، يمكنك جذب روابط من مواقع ويب أخرى وتحسين ترتيب متجرك في نتائج البحث.
- **الرسوم البيانية:** هي من أشكال تسويق المحتوى التي يمكن أن تساعد المتاجر على جذب الروابط، حيث أن الرسوم البيانية جاذبة بصرياً وسهلة المشاركة، مما يجعلها خياراً سهلاً وأفضل لوسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من المنصات على الإنترنت.
- **مقاطع الفيديو:** تعد مقاطع الفيديو شكلاً جذاباً من تسويق المحتوى يمكن أن يساعد المواقع على زيادة التفاعل والمشاركة والترويج للمنتجات، من خلال إنشاء مقاطع فيديو عالية الجودة مناسبة للجمهور المستهدف، يمكنك اكتساب ثقة العملاء وجذب روابط من مواقع ويب أخرى حسنة السمعة.

- إعداد موارد نصية عالية الجودة عبر منصات مختصة رقمية موثوقة

- استخدام طرق مختلفة للترويج لمحتوى موقع الويب

- العمل النشط مع التعليقات وإعداد تقييم إيجابي

- التحليل المستمر لنتائج محرك البحث للاستعلامات الرئيسة ذات الصلة ودراسة النتائج واتخاذ التدابير المناسبة لتنمية المواقع وتقويتها.

# طرق تحسين المواقع الخارجية

إنشاء محتوى عالي الجودة: باستخدام أداة GuinRank، يمكنك كتابة محتوى مقنع ينافس على الصفحات الأولى من Google.

استخدام الكلمات المفتاحية: قم بإنشاء خطة كلمات مفتاحية لموقع الويب الخاص بك، و قم بتحليل الكلمة الرئيسية بالتفصيل من خلال keyword analyzer، لمعرفة حجم البحث، وقوة المنافسة على الكلمة، وما كتبه المنافسين.

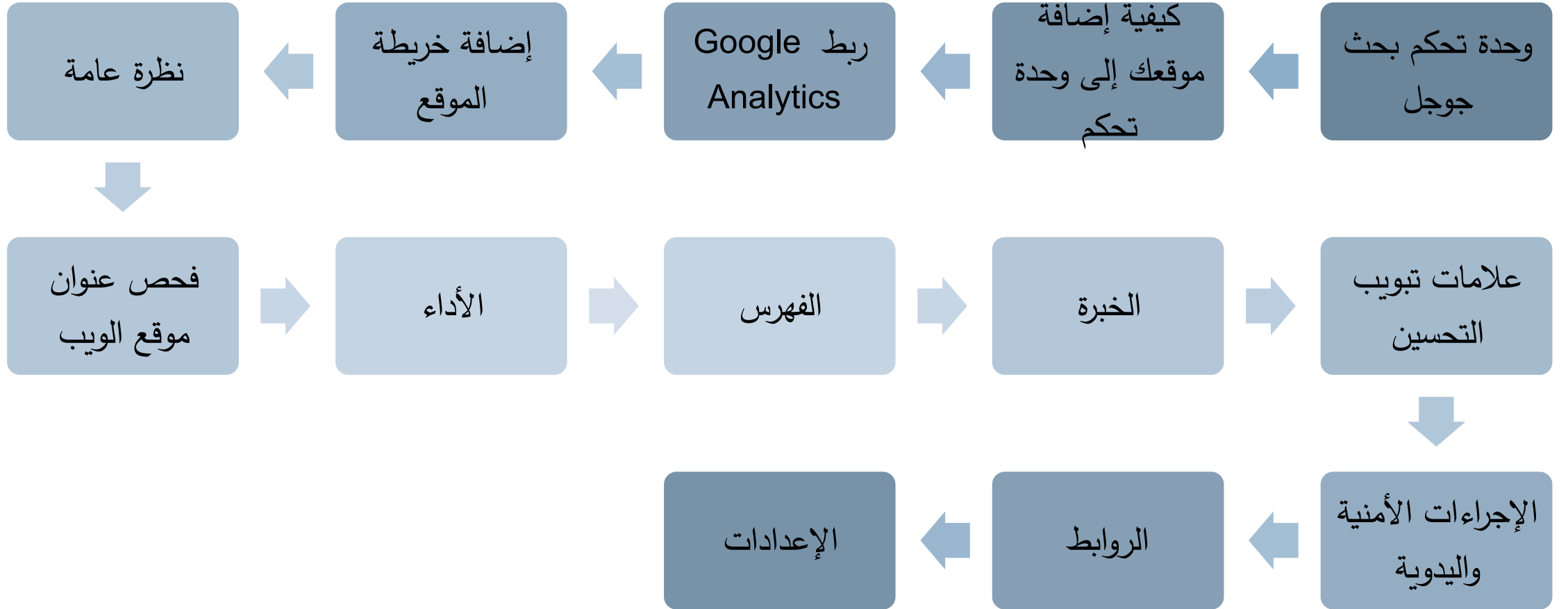
تحليل المنافسين: من الأساليب المهمة مراقبة المنافسين وتحليلهم لتحديد نقاط ضعفهم وقوتهم واستغلالها، كما يمكنك استخدام أداة "comparing page" لمقارنة صفحات خمس منافسين وتحليل مواقعهم بالتفصيل

مشاركة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي: هو نشاط مهم لتعزيز ظهور الموقع الإلكتروني وجذب الزوار من وسائل التواصل الاجتماعي

باستخدام Google Search Console : يتم مراقبة سرعة وأداء الموقع ومعرفة سرعته وحل المشكلات بسرعة.

# 9. أرشفة الموقع في محرك البحث

## أدوات تحسين ترتيب موقع الويب



## Improve your performance on Google Search

Search Console tools and reports help you measure your site's Search traffic and performance, fix issues, and make your site shine in Google Search results

[Start now](#)

### Optimize your content with Search Analytics

See which queries bring users to your site. Analyze your site's impressions, clicks, and position on Google Search.

**Google Search Console**: هي إحدى أدوات Google التي تسمح لأصحاب مواقع الويب بمراقبة وجود مواقعهم في نتائج البحث، كما أنها خدمة مجانية من Google تساعد الشركات في تحسين محركات البحث، توفر Google Search Console ثروة من المعلومات، بما في ذلك الكلمات الرئيسية التي يصنفها موقعك، ومكان تصنيفك لهذه الكلمات الرئيسية، وعدد المرات التي ينقر فيها الزائرون على نتيجتك بعد إدخال استعلامات محددة، وما هي المواقع الأخرى التي ربطتها بالمواد الخاصة بك.

# الأشخاص الذين يستخدمون من GOOGLE SEARCH CONSOLE

• **مدراء الموقع:** لمراقبة وإصلاح مجموعة متنوعة من المشكلات بسهولة مثل مشكلات تحميل الموقع وأخطاء الخادم ومشكلات الأمان والبرامج الضارة والقرصنة وغيره المزيد

• **أصحاب الأعمال:** ستتعرف على أساسيات تحسين موقع الويب الخاص بك لـ Google ومحركات البحث الأخرى، بغض النظر عما إذا كنت تستخدم Google Search Console بنفسك أو تتم إدارتها لك بواسطة شخص آخر.

• **مطورو الويب:** يمكن لـ Search Console مساعدتك في إنشاء التعليمات البرمجية والترميز لموقع الويب الخاص بك. فهو يسمح لك بتتبع وإصلاح بعض المشكلات الأكثر شيوعًا التي يواجهها المطورون فيما يتعلق بالترميز مثل الأخطاء في البيانات المنظمة.

• **متخصصو/مسوقو تحسين محركات البحث:** لأي شخص يركز على التسويق عبر الإنترنت، سيساعدك Google Search Console في مراقبة حركة المرور على الويب وتحسين تصنيفك، سيسمح لك هذا باتخاذ قرارات مستنيرة حول كيفية تحسين مظهر موقع الويب الخاص بك في نتائج بحث Google.

• **المدونون:** إذا كان موقع الويب الخاص بك يحتوي على مدونة، فيمكن أن تكون Google Search Console أداة رائعة لرؤية تصنيفات الصفحات المختلفة، وإيجاد طرق لتحسينها، وأخيرًا اكتشاف طرق جديدة لتحقيق الدخل من مدونتك.

## Welcome to Search Console!

To start checking, select a resource type

Domain resource new

- All URLs with any subdomains (m, www, etc.)
- All URLs with the https or http protocol prefix
- DNS verification required

example.com

Enter domain or subdomain

CONTINUE

or



## Resource with prefix in URL

- Only URLs related to the specified one
- Only URLs with a specific protocol prefix
- There are different ways of confirmation possible.

https://www.example.com

Enter URL

CONTINUE

## Confirmation of ownership

https://ababneh.net/

Recommended verification method

HTML file

Upload the HTML file to your website



1. Download the file

googleb0ecb96f58b86717.html

2. Upload the file to the website https://ababneh.net/

To ensure that the confirmation remains valid, do not delete the downloaded file even after the procedure has been successfully completed.

[Read more...](#)

CONFIRM

Other methods of confirmation

HTML tag

Add the meta tag to your website's home page code



Google Analytics

Use a Google Analytics account



Google Tag Manager

Use your Google Tag Manager account



Domain Name Provider

Adding a DNS record to the domain configuration



DELETE RESOURCE READY

ستظهر لك هذه الصفحة وتطلب منك معلومات تأكيد، اختر الطريقة الأسهل بالنسبة لك واتبع المطالبات. بمجرد التحقق، سيكون لديك حق الوصول إلى وحدة التحكم



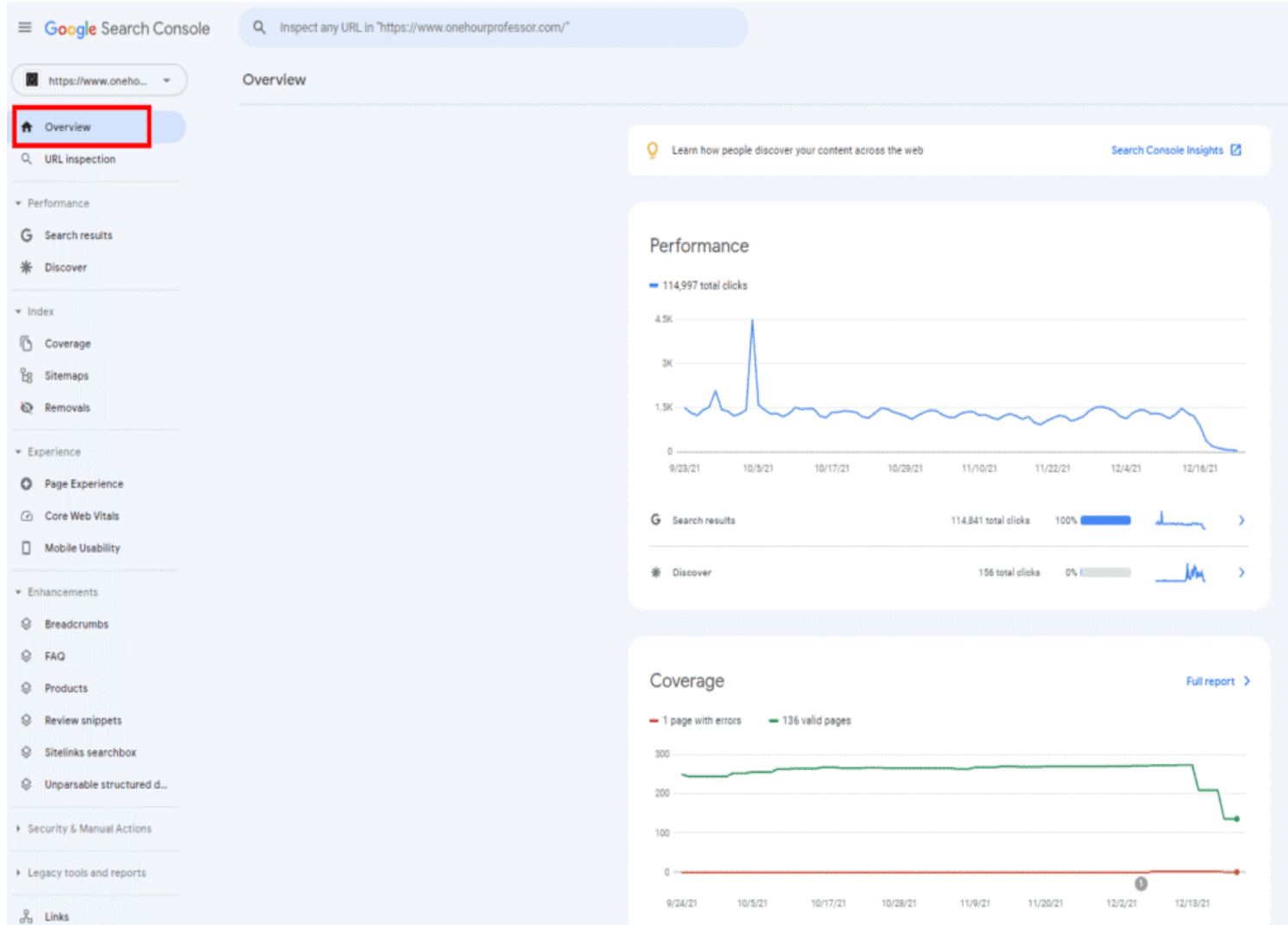
# كيفية ربط Google Analytics مع Google Search Console

• الآن يجب النقر على زر  
إضافة

• ابحث عن زر "الضبط  
من Search Console"  
خلال التمرير لأسفل

• حدد إعدادات الخاصية من  
القائمة المنسدلة

• انتقل إلى Google  
Analytics وقم بتسجيل  
الدخول من ثم في أسفل  
القائمة اليسرى، انقر فوق  
الزر Admin



أداة **Google Search Console** هي أداة قوية تحتوي على مجموعة واسعة من الميزات لمساعدتك في تتبع الجوانب المختلفة لموقع الويب الخاص بك بدقة.

## التحقق من عنوان موقع الويب

- توصي Google باستخدام أداة فحص عنوان موقع الويب بشكل مقتصد لأن معلومات عنوان موقع الويب غير الصحيحة يمكن أن تؤثر سلبًا على الطريقة التي يزحف بها محرك البحث إلى موقعك على الويب، يمكنك فحص أي عنوان URL في موقع الويب الخاص بك عن طريق كتابته في مربع البحث الموجود أعلى الصفحة.

The screenshot displays the Google Search Console interface. At the top, the search bar contains the text "Inspect any URL in 'https://www.onehourprofessor.com/'". Below this, the URL "https://www.onehou..." is entered in the address bar. The main content area shows "Unparsable structured data" and a red box indicating "0 No issues". The left sidebar contains navigation options: Overview, URL inspection, Performance, Index, and Experience (with sub-items: Page Experience, Core Web Vitals, and Mobile Usability).


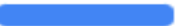

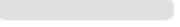

## أداء الموقع

**الأداء:** تعرض لك علامة التبويب "الأداء" نظرة أعمق على أدائك في تصنيفات بحث Google. هنا يمكنك الاختيار بين عرض نتائج البحث أو اكتشاف للحصول على فهم أفضل لكيفية عمل المحتوى الخاص بك.

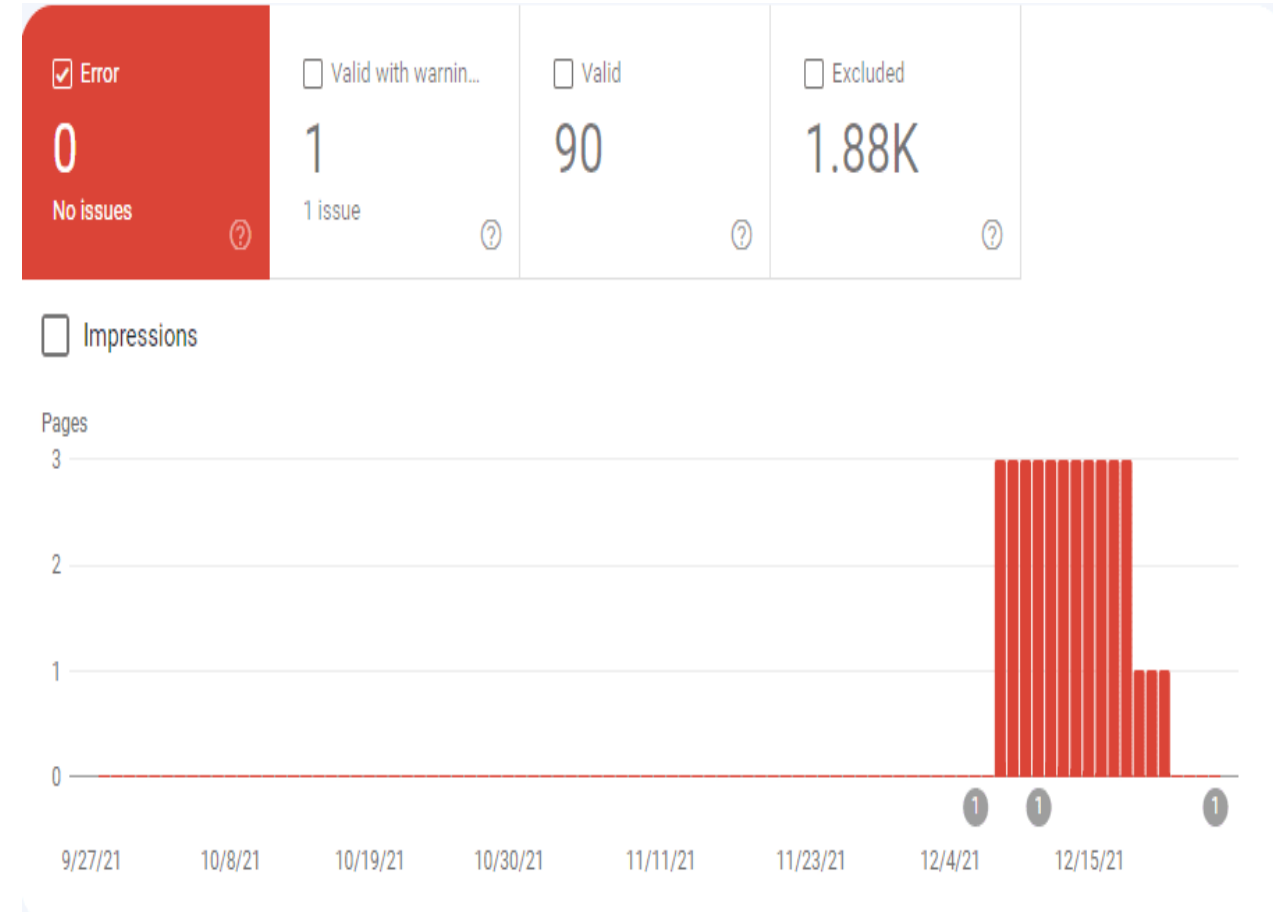
## Performance

112,243 total clicks



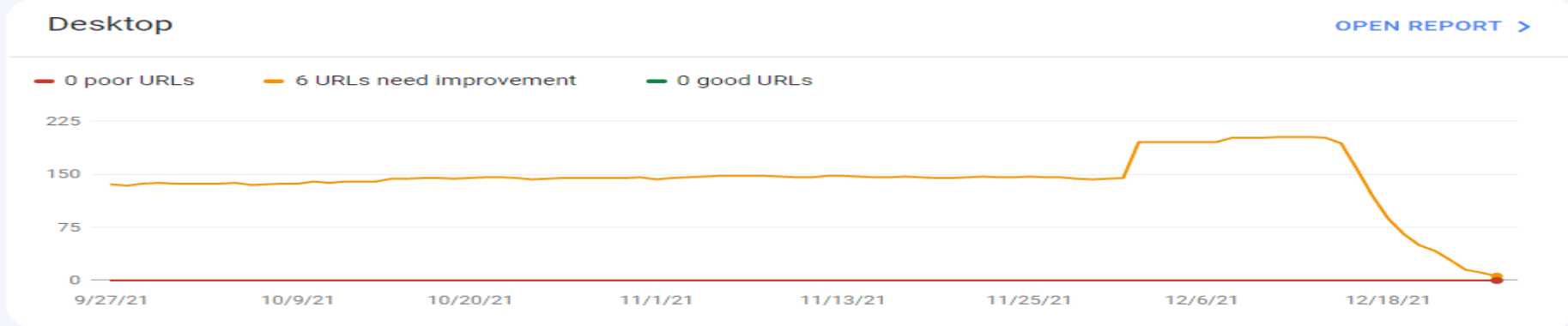
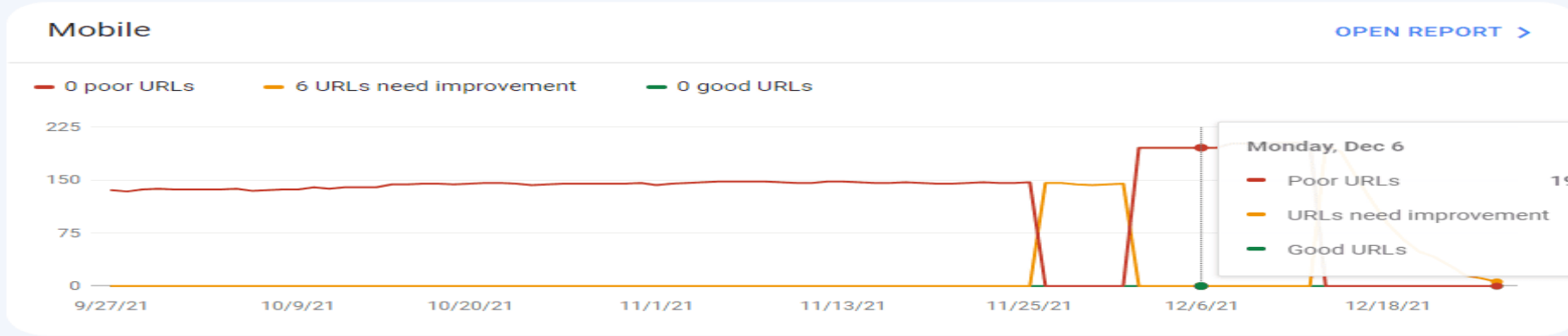
 Search results	112,087 total clicks	100%			>
* Discover	156 total clicks	0%			>

- ضمن علامة التبويب هذه، ستتمكن من رؤية ملفات Sitemap التي عثر عليها Google على موقع الويب الخاص بك، وإرسال ملفات جديدة. يمكنك إدارة ملفات Sitemap الخاصة بك باستخدام تقرير ملفات Sitemap.



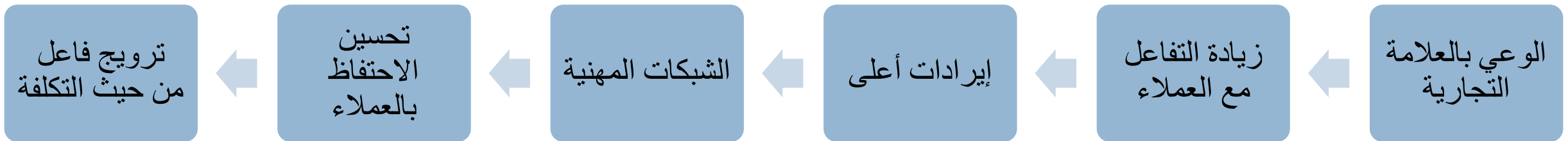
## مؤشرات الويب الأساسية

- من بين إشارات تجربة الصفحة العديدة، يوجد تقرير مؤشرات الويب الأساسية الذي يتيح لك رؤية أداء موقع الويب الخاص بك، استنادًا إلى بيانات الاستخدام الواقعية. ستتمكن من عرض إحصائياتك لكل من الهاتف المحمول و سطح المكتب، وسترى أي عناوين موقع الويب تحتاج إلى تحسين عند فتح التقرير.

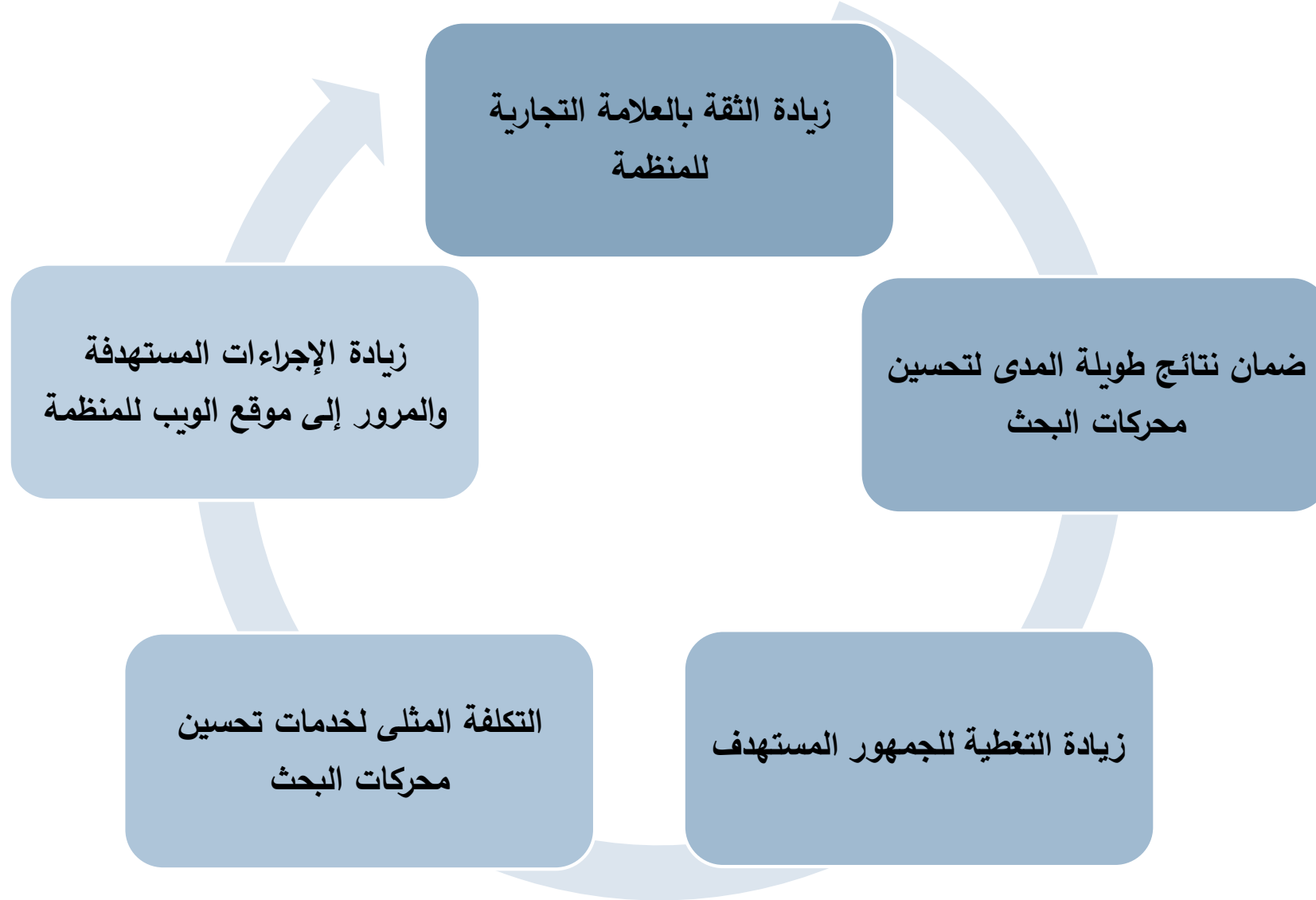


## 10. ترويج موقع الويب

**أهمية الترويج لموقع الويب:** يعدّ موقع الويب أساس تواجد المنظمة وتمثيلها المباشر عبر الإنترنت، حيث يعد إنشاء موقع الويب، الأداة الرئيسة لتأثير المعلومات على المستهلكين، حيث يعتمد تصميم موقع الويب في نجاح الأعمال التسويقية عبر القنوات الرقمية والإنترنت، لضمان تحقيق المنظمة لأهداف العمل الاستراتيجية المحددة، من الضروري تطوير موقع الويب والترويج له، يعد موقع الويب أداة تسويقية لا يمكن الاستغناء عنها لأي علامة تجارية في الوقت الحاضر، يمكن للمرئيات عالية الجودة والمحتوى المباشر أن يميز العلامة التجارية عن المنافسين ويجذب المزيد من العملاء، فهو يضمن التواجد الرقمي وهو أحد أهم منصات التسويق الرقمي التي تساعد على زيادة حركة المرور والمبيعات.



## خصائص ترويج موقع الويب لتحسين محركات البحث





## أدوات لتحليل نتائج الترويج لمواقع الويب

- 1. Google Analytics:** هي أداة مجانية شاملة تقدم رؤى تفصيلية لحركة مرور الويب وسلوك المستخدم وأداء الحملة، توفر خيارات التتبع وإعداد التقارير والتصوير.
- 2. Moz - SEMrush:** أدوات مدفوعة تساعد في مراقبة أداء تحسين محركات البحث لموقع الويب وتحليلها، مما يوفر رؤى قيمة حول ترتيبات البحث العضوية والروابط الخلفية والمنافسين.
- 3. Hotjar:** أداة لتحليل سلوك المستخدم تستخدم الخرائط الحرارية وتسجيلات الجلسات والاستطلاعات لفهم كيفية تفاعل الزوار مع موقع الويب وتحديد مجالات التحسين.

## فوائد الترويج لموقع الويب

زيادة حركة المرور على موقع الويب

تحسين مكانة موقع الويب في نتائج محركات البحث

جذب جمهور مستهدف وزيادة عدد العملاء المحتملين

تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وزيادة التفاعل معها

زيادة المبيعات والإيرادات

تعزيز الثقة والمصداقية لدى العملاء

فرصة التواصل مع الجمهور وجمع التعليقات والآراء

تعزيز العلاقات الاجتماعية والشبكات الاجتماعية على الإنترنت

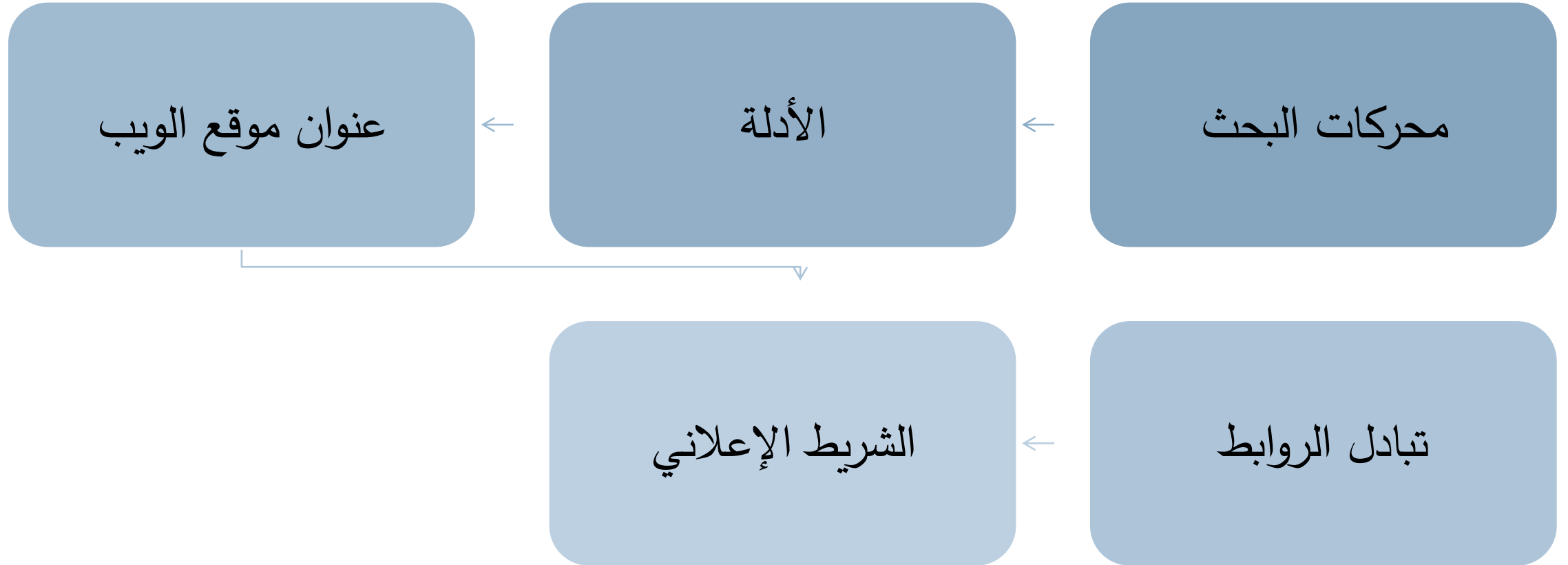
تقديم محتوى قيم ومثري للجمهور

زيادة فرص التوسع والنمو للعمل والأعمال على الإنترنت

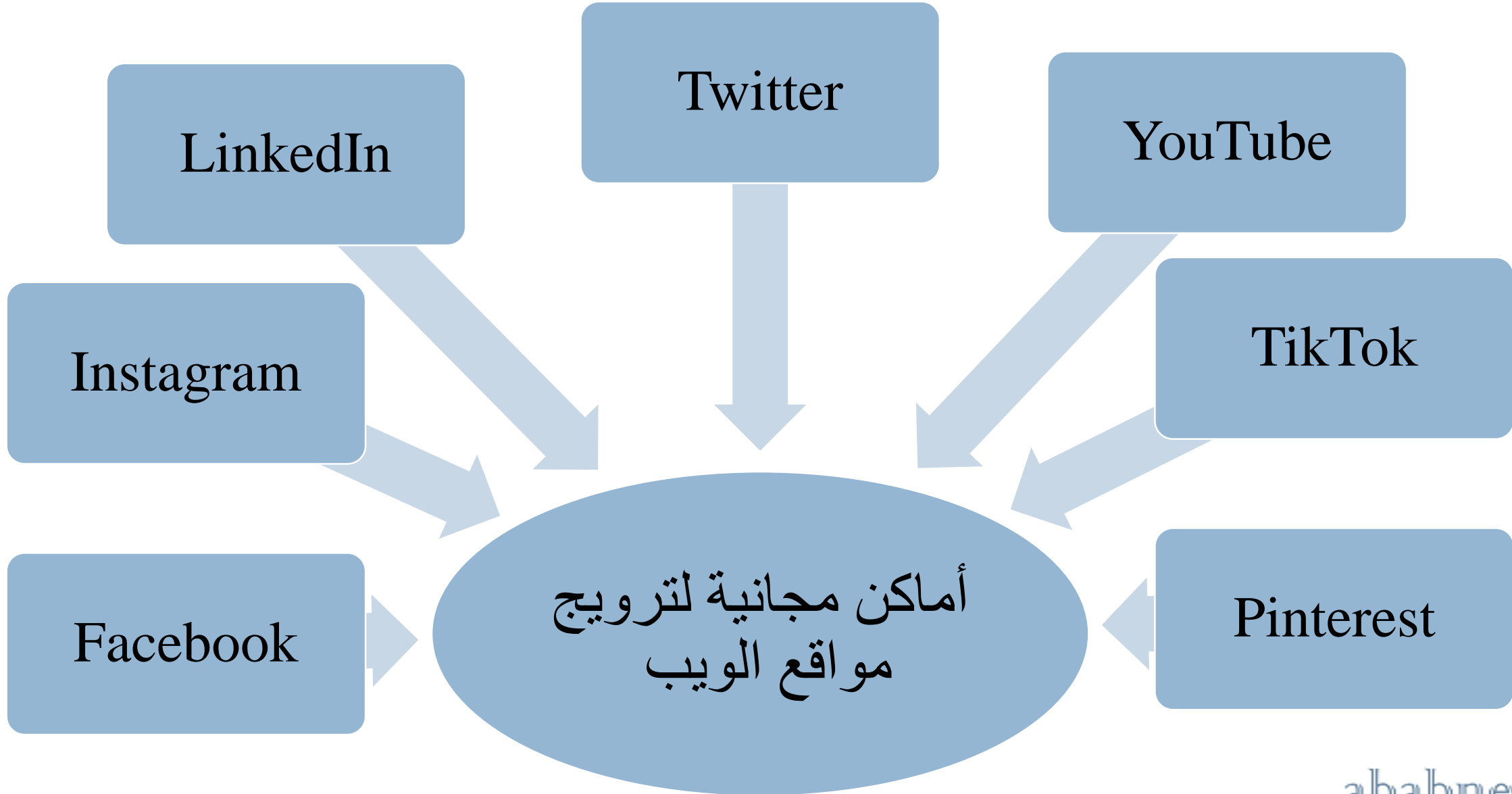
## عناصر يجب مراعاتها عند الترويج لموقع المنظمة

الرقم	عنصر ترويج موقع الويب	ميزات عنصر ترويج موقع الويب
1.	رؤية المنظمة	حدد الصورة المستقبلية للمنظمة، وحدد الشكل الذي ستكون عليه في المستقبل، وقم بتطوير الخطط والخطوات والاستراتيجيات لتمكين المنظمة من تحديد المكان الذي نريد الوصول إليه.
2.	مهمة المنظمة	المهمة الرئيسة للمنظمة: لماذا نحتاج للمنظمة ولمنتجاتها؟ خصائص أنشطتها وقيمتها للعملاء.
3.	فئة السوق	تحديد قطاعات السوق المستهدفة وتطوير وضع تنافسي للمنظمة داخلها.
4.	نقاط الضعف لدى العملاء	الأهداف الرئيسة للمنتجات وما هي أهدافها وقيمتها بالنسبة للعميل، ما هي المنتجات التي تقدمها المنظمة للعملاء؟ ما هي استراتيجيتها الرئيسة؟
5.	تفرد المنظمة	عرض فريد لميزات المنتجات، وما يميزها عن بعضها، وما هي القيمة التي ترضي المستخدم النهائي.
6.	العلامة التجارية للمنظمة	قم بإنشاء تميز المنظمة وعلامتها التجارية التسويقية ووضع المنظمة وفقاً لنقاط القوة الخاصة بها (القوة والجودة والبساطة وغير ذلك).
7.	تحديد موقع المنظمة	قيمة منتجات المنظمة للجمهور المستهدف.

## طرق الترويج للموقع الإلكتروني المتصل بالإنترنت



## طرق الترويج لموقع الويب عبر الإنترنت



اسم الخدمة وأداة المراقبة	الميزات الرئيسية لخدمة وأداة مراقبة موقع الويب
Pingdom	خدمة مراقبة مواقع الويب التي تُظهر أدائه في الوقت الفعلي، وتتحقق من الأداء من خلال محاكاة سلوك الزوار أو المستخدمين الحقيقيين، مناسبة للمسوقين ومقدمي خدمات الاستضافة ومطوري الويب.
Host-tracker	خدمة تتحقق بسرعة من توفر موقع الويب على الإنترنت وتتصل في غضون دقيقة وتسمح بمراقبة توفر موقع الويب على الإنترنت من مواقع مختلفة في العالم.
Siteuptime	خدمة المراقبة للمطورين والمسؤولين في حالة تعطل أحد مواقع الويب، سيعرف مالكو مواقع الويب قبل العملاء، تقوم الخدمة تلقائيًا بفحص موقع الويب كل دقيقتين من جميع أنحاء العالم.
Webopulsar	خدمة مراقبة أداء موقع الويب التي تتحقق من التوفر عبر بروتوكولات HTTP و HTTPS باستخدام طرق HEAD و GET و POST.
Okmeter	خدمة مراقبة يتم تثبيتها تلقائيًا على موقع الويب، لذلك لا تحتاج إلى إدخال سطر من التعليمات البرمجية، لأن البرنامج نفسه يقوم بتثبيت المكونات الإضافية الضرورية.
Uptime doctor	خدمة مراقبة يتم تثبيتها تلقائيًا على موقع ويب واحد ويمكنها التحكم تلقائيًا في 5 مواقع ويب في الوقت نفسه.
Monitorus	خدمة لرصد مواقع الويب والخوادم وقواعد البيانات تصلح لفحص الفيروسات على موقع الويب والتحكم في الملفات: عمليات الحذف والتنزيلات والتغييرات.
Monitor-site	خدمة فحص شاملة لموقع الويب وتعمل في الوضعين اليدوي والآلي ويتم إجراء الفحص التلقائي كل دقيقة.
Pingup	خدمة تراقب تشغيل موقع الويب وتساعد على القضاء على الأعطال، فهي مماثلة في الوظائف والتصميم Uptime doctor
Uptime robot.com	أداة تساعد على مراقبة أداء موقع الويب في الوقت الفعلي، يكون هناك صفحة حالة مخصصة لموقع الويب يمكن عرضها للمستخدمين.
Site24x7	أداة للمساعدة في تقييم أداء موقع الويب ووظائفه وإمكانية الوصول إليه، يمكن للخدمة أيضًا مراقبة خوادم الاستضافة والتشغيل السحابي أداة التشخيص لتشغيل التطبيقات بسرعة، بالإضافة إلى ذلك، مراقبة تشغيل جهاز التوجيه واستهلاك حركة المرور.

شُكْرًا لَكُمْ عَلَى اِهْتِمَامِكُمْ

