

چک‌لیست جامع سئو داخلی (On-Page SEO Checklist)

سئو داخلی (On-Page SEO) به مجموعه‌ای از اقدامات بهینه‌سازی اشاره دارد که مستقیماً روی صفحات وب‌سایت شما انجام می‌شود تا رتبه آن در نتایج موتورهای جستجو بهبود یابد. این چک‌لیست جامع، راهنمای گام به گام برای اطمینان از بهینه‌سازی کامل هر صفحه از وب‌سایتتان است، به گونه‌ای که هم برای موتورهای جستجو قابل فهم باشد و هم تجربه کاربری فوق‌العاده‌ای را ارائه دهد.

۱. تحقیق کلمات کلیدی و تحلیل نیت کاربر (Search Intent)

وضعیت	توضیحات	اقدام
✓	کلمه کلیدی اصلی که می‌خواهید صفحه برای آن رتبه بگیرد را مشخص کنید.	شناسایی کلمه کلیدی اصلی
✓	کلمات کلیدی مرتبط و هم‌معنی که به گوگل در درک عمیق‌تر موضوع صفحه کمک می‌کنند.	شناسایی کلمات کلیدی ثانویه و LSI
✓	مشخص کنید که کاربر با جستجوی این کلمات کلیدی به دنبال چه چیزی است (اطلاعات، خرید، ناوبری، مقایسه).	تحلیل نیت کاربر
✓	۱۰ نتیجه برتر گوگل برای کلمه کلیدی اصلی را بررسی کنید تا ببینید رقبا چه نوع محتوایی ارائه داده‌اند و چه جنبه‌هایی را پوشش داده‌اند.	بررسی صفحات رقیب

۲. بهینه‌سازی عناصر اصلی صفحه (Core On-Page Elements)

عناصر	توضیحات	نکات کلیدی برای بهینه‌سازی	وضعیت
عنوان صفحه (Title Tag)	مهم‌ترین عنصر On-Page که در تب مرورگر و نتایج جستجو نمایش داده می‌شود.	- شامل کلمه کلیدی اصلی (ترجیحاً در ابتدا) - جذاب و ترغیب‌کننده برای کلیک - طول مناسب (۵۰-۶۰ کاراکتر) - منحصر به فرد برای هر صفحه	✓
متادیسکریپشن (Meta Description)	خلاصه‌ای کوتاه از محتوای صفحه که زیر عنوان در نتایج جستجو نمایش داده می‌شود.	- شامل کلمه کلیدی اصلی و ثانویه - خلاصه جذاب و دقیق محتوا - شامل فراخوان به اقدام (CTA) - طول مناسب (۱۵۰-۱۶۰ کاراکتر) - منحصر به فرد برای هر صفحه	✓
URL (آدرس صفحه)	آدرس اینترنتی صفحه.	- کوتاه، خوانا و توصیفی - شامل کلمه کلیدی اصلی - استفاده از خط تیره (-) برای جداسازی کلمات - پرهیز از کاراکترهای خاص و اعداد بی‌معنی	✓
تگ H1	عنوان اصلی محتوای صفحه.	- فقط یک H1 در هر صفحه - شامل کلمه کلیدی اصلی - توصیفی و جذاب	✓

۳. بهینه‌سازی محتوا (Content Optimization)

اقدام	توضیحات	وضعیت
کیفیت و عمق محتوا	محتوایی جامع و باکیفیت تولید کنید که به طور کامل به نیت کاربر پاسخ دهد و او را از جستجوی بیشتر بی‌نیاز کند.	✓
استفاده طبیعی از کلمات کلیدی	کلمه کلیدی اصلی و ثانویه را به صورت طبیعی و در طول متن به کار ببرید. از تکرار بیش از حد (Keyword Stuffing) خودداری کنید.	✓
ساختار محتوا و هدینگ‌ها (H2, H3, ...)	از هدینگ‌های H2، H3 و... برای سازماندهی محتوا و افزایش خوانایی استفاده کنید. کلمات کلیدی ثانویه را در این هدینگ‌ها به کار ببرید.	✓
خوانایی (Readability)	از جملات کوتاه، پاراگراف‌های کوچک، لیست‌ها و بولت‌ها برای افزایش خوانایی استفاده کنید.	✓
محتوای تازه و به‌روز	محتوای خود را به طور منظم به‌روزرسانی کنید تا مرتبط و تازه باقی بماند.	✓
طول محتوا	طول محتوا باید متناسب با نیت کاربر و عمق موضوع باشد. برای موضوعات پیچیده، محتوای طولانی‌تر (۱۰۰۰+ کلمه) معمولاً بهتر عمل می‌کند.	✓

۴. بهینه‌سازی تصاویر و ویدئوها (Image & Video Optimization)

اقدام	توضیحات	وضعیت
نام فایل تصویر	از نام‌های توصیفی و شامل کلمات کلیدی برای فایل‌های تصویر استفاده کنید (مثال: آموزش-سئو-داخلی.jpg).	✓
متن جایگزین (Alt Text)	برای هر تصویر، Alt Text توصیفی و شامل کلمه کلیدی بنویسید. این کار به گوگل در درک محتوای تصویر و بهبود دسترسی‌پذیری کمک می‌کند.	✓
فشرده‌سازی تصاویر	حجم تصاویر را بدون افت کیفیت فشرده کنید تا سرعت بارگذاری صفحه افزایش یابد.	✓
ابعاد مناسب تصاویر	از ابعاد مناسب برای تصاویر استفاده کنید و از بارگذاری تصاویر با ابعاد بسیار بزرگتر از نیاز واقعی خودداری کنید.	✓
بهینه‌سازی ویدئوها	اگر از ویدئو استفاده می‌کنید، آن را در پلتفرم‌های مناسب (مانند YouTube) آپلود کرده و در صفحه خود Embed کنید. از تگ‌های اسکریما برای ویدئو استفاده کنید.	✓

۵. لینک‌سازی داخلی (Internal Linking)

اقدام	توضیحات	وضعیت
لینک به صفحات مرتبط	از محتوای خود به صفحات مرتبط دیگر در وبسایتتان لینک دهید.	✓
استفاده از انکر تکست‌های توصیفی	به جای «اینجا کلیک کنید»، از انکر تکست‌هایی استفاده کنید که کلمه کلیدی صفحه مقصد را شامل شوند.	✓
ایجاد ساختار خوشه‌ای (Topic Cluster)	صفحات خود را به صورت خوشه‌ای سازماندهی کنید تا گوگل ارتباط موضوعی بین آن‌ها را درک کند.	✓
جلوگیری از صفحات یتیم (Orphan Pages)	اطمینان حاصل کنید که هیچ صفحه‌ای بدون لینک داخلی رها نشده است.	✓

۶. بهینه‌سازی تجربه کاربری (User Experience - UX)

اقدام	توضیحات	وضعیت
سرعت بارگذاری صفحه	اطمینان حاصل کنید که صفحه شما به سرعت بارگذاری می‌شود.	✓
طراحی واکنش‌گرا (Responsive Design)	صفحه شما باید در تمام دستگاه‌ها (موبایل، تبلت، دسکتاپ) به درستی نمایش داده شود.	✓
خوانایی و قابلیت پیمایش آسان	طراحی بصری جذاب، فونت مناسب، فضای سفید کافی و منوهای ناوبری واضح.	✓
کاهش نرخ پرش (Bounce Rate)	محتوای جذاب و مرتبط، سرعت بالا و طراحی خوب به کاهش نرخ پرش کمک می‌کند.	✓
زمان ماندگاری کاربر (Dwell Time)	محتوای ارزشمند و جذاب باعث می‌شود کاربران زمان بیشتری را در صفحه شما سپری کنند.	✓

۷. اسکیمای مارک‌آپ (Schema Markup)

اقدام	توضیحات	وضعیت
شناسایی نوع محتوا	مشخص کنید که صفحه شما چه نوع محتوایی دارد (مقاله، محصول، دستور پخت، FAQ، نقد و بررسی و...).	✓
پیاده‌سازی اسکیمای	از ابزارهایی مانند Schema.org یا افزونه‌های وردپرس برای پیاده‌سازی اسکیمای مارک‌آپ استفاده کنید.	✓
تست اسکیمای	با استفاده از Google Rich Results Test، از صحت پیاده‌سازی اسکیمای اطمینان حاصل کنید.	✓

۸. فراخوان به اقدام (Call to Action - CTA)

وضعیت	توضیحات	اقدام
✓	یک فراخوان به اقدام واضح و مرتبط با نیت کاربر در صفحه قرار دهید (مثال: «دانلود جزوه PDF»، «خرید محصول»، «تماس با ما»).	CTA واضح و مشخص
✓	CTA را در مکان‌های استراتژیک صفحه قرار دهید که به راحتی قابل مشاهده باشد.	مکان‌یابی مناسب CTA

۹. بازبینی و پایش (Review & Monitoring)

وضعیت	توضیحات	اقدام
✓	عملکرد صفحه را برای کلمات کلیدی هدف در GSC پایش کنید (کلیک‌ها، ایمپرشن‌ها، رتبه).	بررسی در Google Search Console
✓	رفتار کاربران در صفحه را تحلیل کنید (نرخ پرش، زمان ماندگاری، صفحات بازدید شده).	بررسی در Google Analytics
✓	محتوای خود را به طور منظم بر اساس داده‌ها و تغییرات الگوریتم‌ها به‌روزرسانی کنید.	به‌روزرسانی محتوا
✓	هرگونه خطای فنی یا محتوایی را که در طول زمان ظاهر می‌شود، رفع کنید.	رفع خطاهای احتمالی