آپدیت فرد چیست
و چطور سایت خود را با آن سازگار کنیم؟





نویسنده: مهران منصوری فر

آپدیت فرد برگی تازه از استراتژی های گوگل در راستای ساماندهی نتایج را برای وبمسترها رو کرد، شما تا چه اندازه با ایده آل های آپدیت فرد گوگل سازگارید؟

از آنجایی که تمام تلاش گوگل این است، که اینترنتی بهتر داشته باشیم. یعنی محتوای موجود در وب سایت ها طوری تهیه و منتشر شود که در جهت رفع نیاز کاربران باشد نه چیز دیگر! همواره تغییراتی در الگوریتم ها و هسته مرکزی اش انجام می دهد تا نتایج به نمایش درآمده واقعی ترین و بهترین نتایجی باشند، که امکان دارد یک کاربر به آنها دسترسی داشته باشد.
سال ۲۰۱۷ یکی از همین تغییرات اساسی که در هسته مرکزی گوگل روی داد، باعث شد تا وحشت به جان مدیران سایت ها بیفتد. این موضوع آنقدر جدی بود که تقریبا رتبه و ترافیک همه وب سایت ها را تغییر داد و بسیاری از متخلفین را نیز جریمه کرد!

با اینکه چند سالی از این ماجرا می گذرد، اما هنوز هم آپدیت فرد گوگل «Google Fred Update» به همان قوت خود باقیست و فعالیت وب سایت ها را زیر نظر دارد. در این نوشته به معرفی آپدیت فرد می پردازیم و بررسی می کنیم که رعایت نکردن چه مواردی می تواند سایتی را مورد جریمه فرد قرار دهد.

آپدیت فرد گوگل چیست؟

هیچکس دقیق نمی داند از چه روزی آپدیت فرد بر روی هسته مرکزی گوگل اعمال شده، اما از هفتم ماه مارس ۲۰۱۷ بود که زمزمه مشاهده تغییراتی در نحوه رتبه بندی نتایج گوگل و کاهش ترافیک سایت ها به گوش رسید. در آن روزها کسی نمی دانست چه اتفاقی افتاده است، این موضوع رفع خواهد شد یا آنکه به صورت دائمی باقی خواهد ماند. این کاهش ترافیک به قدری بود که برخی از سایت ها تا ۹۰ درصد ترافیک روزانه خود را از دست دادند.

هر کسی نظریه ای می داد و این موضوع را به آپدیت احتمالی الگوریتم پاندا نسبت می دادند. اما آپدیت فرد نه الگوریتم بود و نه آنکه با کسی دشمنی داشت. فقط آمده بود تا محتوای کم ارزش را شناسایی کند، سایت هایی که تبلیغات زیادی در جهت کسب درآمد دارند را جریمه کند و بار دیگر بگوید آنهایی که کاربران را در اولویت قرار نمی دهند در آینده وب جایی ندارند!

آپدیت فرد یک بروز رسانی در هسته مرکزی گوگل بود، که برای سازگاری با الگوریتم های رتبه بندی جستجو در گوگل توسعه داده شده بود. این آپدیت آنقدر پیچیده و گسترده است که تا مدت ها وبمسترها نمی دانستند برای بازگشت به رتبه های بهتر باید چه کاری انجام دهند.

هر آنچه که باعث می شود تا یک کاربر از هدفش که یافتن محتوای مناسب است دور شود، از دیدگاه گوگل فرد نوعی نمره منفی محسوب می شود. در همان ماه مارس ۲۰۱۷ نتایج جستجو تغییرات چشمگیری به خود دید و آنهایی که با سئوی کلاه سیاه به جایگاه های بالا رسیده بودند شناسایی و

جریمه شدند. تنها کاری که گوگل انجام داد حذف چنین سایت هایی از نتایج جستجویش بود. این به معنای از دست دادن ترافیک و همینطور افت رتبه ها بود!



آپدیت فرد چه مواردی را جریمه می کند؟

به طور کلی آپدیت فرد توسعه داده شده تا با محتوای کم ارزش و کپی شده مقابله کند. همینطور سایت هایی که تبلیغات بسیاری را در صفحات خود درج کرده اند و کاربر برای رسیدن به محتوای مورد نظر باید چندین کلیک انجام دهد، را از نتایج خود حذف کند.

چنین سایت هایی که با هدف کسب درآمد دست به هر کاری می زنند و آنقدر بنر در در و دیوارشان نصب کرده اند، که گویی صفحه نیازمندی های

روزنامه را می خوانید، هیچ وقت به فکر کاربران و تولید محتوای ارزشمند نیستند. بلکه تنها هدفشان نگه داشتن کاربر در سایت و هدایتش به صفحات مختلف است. اینگونه وب سایت ها همان هایی بودند که آپدیت فرد برای مقابله با آنها آمده بود.

همچنین لینک هایی که بی ربط هستند و خریداری شده اند، یا از سایت های اسپم دریافت شده اند، باعث غضب آپدیت فرد شده بودند. زمانی که وبمسترها فهمیدند که بک لینک چقدر در رتبه گیری سایت ها با ارزش است، شروع به لینک سازی به روش های مختلف کردند. یکی به روش اصولی و با تولید محتوای با ارزش به لینک سازی می پرداخت و آن یکی با تبادل لینک چنین کاری می کرد. برخی هم که همیشه راه آسان را انتخاب می کنند و فکر می کنند با پول می شود همه کاری کرد، زحمت تولید محتوای با ارزش را به خود نداده و به صورت فله ای لینک خریداری کردند و البته تا حدی هم موفق شدند اما نه برای همیشه!

گوگل پس از آنکه متوجه چنین تقلب هایی شد، با تغییر رویه سعی کرد تا جای امکان این گونه سایت ها را مجازات کند و مبنای رتبه دهی را تغییر و تحول داد.

آپدیت فرد نیز گامی در همین راستا بود تا کار الگوریتم ها را بهبود ببخشد و به هدف نهایی که آسایش کاربران است نزدیکتر شود.

کسب درآمد از اینترنت اصلا بد نیست و گوگل هم این را دوست دارد، اما نه به هر قیمتی! آپدیت فرد با سایت هایی که تجربه کاربری (UX) را فدای کسب درآمد می کردند، به شدت برخورد کرد. از آن به بعد بود که سایت

ها برای کسب رتبه بهتر بر روی (UX) در طراحی سایت وسواس بیشتری به خرج دادند. هنوز هم این گونه سایت ها که فقط هدفشان کسب درآمد است کم نیستند. برخی سایت های دانلود فیلم و موزیک چنین کاری می کنند، اما نه همه!

البته آپدیت فرد فقط سایت ها را جریمه نکرد. بلکه سایت هایی هم بودند که به خاطر درستکاری شان پاداش گرفتند. سایت هایی که تا آن زمان به خاطر اینکه نمی توانستند بک لینک فراوان بگیرند، یا آنکه با ترفند هایی چون محتوا گذاری انبوه و ... خود را مطرح کنند. اما در عوض با تکیه بر محتوای ناب و افزایش کیفیت تجربه کاربری سایت، آهسته کارشان را پیش می بردند، مورد توجه گوگل قرار گرفتند و به رتبه های بالاتر راه یافتند.

آپدیت فرد با وب سایت ها چه کرد؟

آنچه مسلم است آپدیت فرد دنبال بهبود تجربه کاربری، دسترسی سریع کاربران به محتوای با ارزش و مفید بود نه چیز دیگر. حالا با به کارگیری تمام الگوریتم های موجود و روش های رتبه بندی که داشت، می توانست به کلی وب را متحول کند.

همانطور که اشاره شد، سایت هایی که با لینک های بی ارزش مطرح شده بودند، سایت هایی که با انبوهی از محتوای بی ارزش و کپی با برچسب

های زیاد و کلمات کلیدی پر شده بودند و سایت هایی که پر از تبلیغ بودند یا ترکیبی از این سه مورد را داشتند، از آپدیت فرد ضربه شدیدی خوردند. سایت هایی هم وجود داشتند که هنوز وارد منطقه قرمز نشده بودند، اما آنچنان کاربر پسند هم نبودند. اما گوگل پس از آنکه هزاران وب سایت را جریمه کرد، راه را برای بهینه شدن باز گذاشت. بسیاری از سایت ها با تغییر استراتژی و حذف لینک های اسپم، کم کردن تبلیغات، تولید محتوای با ارزش و بهبود تجربه کاربری توانستند به صورت دوره ای به گود رقابت بازگردند.

حالا سئو کاران باید تمام جنبه های سایت ها را مورد توجه قرار می دادند، تنها لینک سازی و تمرکز بر روی یک کلمه کلیدی برای راهیابی به صفحه نخست نتایج، کارساز نبود. آنهایی که واقعا سئو می دانستند از این فرآیند خوشحال شدند، اما آنهایی که به روش های غیر متعارف عادت داشتند، کارشان سخت تر شد.

با اینکه چند سالی از آپدیت فرد می گذرد، هر از چندگاهی گوگل آپدیت های ریز و درشتی را به هسته مرکزی اش می افزاید تا Google Fred Update را کامل تر کند. این بروز رسانی ها از چشم کاربران پنهان می مانند، مگر آنکه یک شبه میلیونها سایت دچار تغییر ترافیک شوند!



اما ما برای سازگاری با آپدیت فرد چه کنیم؟

همانطور که گفته شد روز به روز گوگل معیارهای بیشتری را به شیوه رتبه دهی اش می افزاید. اما اگر خوب دقت کنید همه این کارها و بالا و پایین شدن ها تنها به خاطر جلب رضایت کاربر است و بس!

در اینجا چندین مورد را که در جهت سازگاری با آپدیت فرد با اهمیت هستند را با هم مرور می کنیم:

به یاد داشته باشید محتوا همچنان پادشاه است

خوب می دانیم که هر کاربری که مرورگری را باز می کند به امید دست یابی به محتوا این کار را انجام می دهد. محتوا در نوشته خلاصه نمی شود،

تصاویر، ویدئو، فایل های موسیقی و فایل صوتی، اسناد و سایر فرمت های دیجیتالی همگی محتوا هستند. باید بدانید که چطور با ارزش ترین ها را تولید و معرفی کنید.

گاهی امکان دارد وب سایتی محتوای با ارزش و دست اولی تولید کند، اما نداند چطور آن را به موتورهای جستجو معرفی کند. برای مثال ربات ها که قادر به درک تصویر نیستند. تا زمانی که برایش تگ Alt تعریف نشود یا نامگذاری نشود، ربات های خزنده نمی دانند چه محتوایی را دارند می خوانند.

محتوای با ارزش می تواند در هر زمانی موتور های جستجو را به سایت شما وفادار نگه دارد. در اینجا چند مورد را که برای تولید مقالات خوب نیاز دارید را یادآوری می کنیم.

ـــ مقالاتی که در سایت منتشر می کنید، دست اول باشند. یعنی کپی برداری از یک مقاله معتبر نباشند، چرا که گوگل این را درک می کند.

ـــ مقالات باید طبق نیاز روز کاربران نوشته شوند. آنها معمولا مقالاتی را می خوانند که به آنها نیاز دارند!

ـــ مقالات لازم است عنوان و دیسکریپشن جذابی داشته باشند، تا زمانی که در نتایج نشان داده می شود، کاربر متقاعد شود روی آن کلیک کند.

ـــ مقاله آنقدر جامع باشد که به تمامی سوالاتی که در آن زمینه وجود دارد پاسخ داده باشد. نه صرفا یک نوع بازی با کلمات به معنی طولانی تر شدن مقاله باشد.

ـــ با ابزارهای موجود می توانید موضوعاتی که بیشترین ترافیک را به سایت شما روانه کرده اند، را شناسایی کنید و مقالات جدید برای این موضوعات ایجاد کنید. حتی می توانید مقالات قدیمی را بروزرسانی کنید.

ـــ به کار بردن تصاویر متناسب و مرتبط یا محتوای ویدئویی، می تواند مقاله را از یک نواختی و خشک بودن در آورد. از طرفی در مدت زمانی که کاربر در سایت می ماند نیز تاثیر دارد.

ـــ مقالات باید هدفی را دنبال کنند و در نهایت کابر با خواندن آن نتیجه ای بگیرد، اگر بی هدف مقاله می نویسید بهتر است اصلا ننویسید.

ـــ محتوای طولانی را با زیر عنوان های مناسب جدا کنید. شاید کاربری دوست نداشته باشد همه مقاله را بخواند. به این ترتیب مستقیم سراغ همان بخش از مقاله می رود که دنبالش بوده است.

ـــ برچسب گذاری بسیار مهم است اما به اندازه! روزگاری تعداد برچسب هایی که برای یک نوشته می گذاشتند از تعداد کلمات خود نوشته بیشتر بود. تعداد معقول برچسب برای هر نوشته تا پنج عدد است، پس سعی کنید از برچسب های مرتبط استفاده کنید.

تا اینجای کار از محتوای متنی گفتیم، در حالی که سایر انواع محتوا نیز مهم هستند. اخیرا رویکرد سایت های پیشرو تغییر کرده و بر محتوای ویدئویی تمرکز بیشتری دارند. همچنین محتوای صوتی نیز امری است که باید جدی گرفته شود.

برای تهیه یک ویدیوی خوب می بایست آنچه را که کاربران به آن نیاز دارند را در اولویت قرار دهید. چنین محتوایی را می توانید علاوه بر سایت در

یوتیوب یا سایر شبکه های اجتماعی اشتراک گذاری کنید و از این راه ترافیک واقعی جذب کنید.



تجربه کاربری (UX) را بهبود ببخشید

ببینید همه آنچه که کاربر از یک سایت ایده آل انتظار دارد، در سایت شما رعایت شده یا نه؟ خودتان را جای کاربر بگذارید و ببینید آیا از کار کردن با سایت شما چه حسی دارد؟ آیا راحت به آنچه که می خواهد دست پیدا می کند یا نه؟ چه مواردی آزار دهنده هستند؟

ـــ سرعت سایت را افزایش دهید، کاربران دوست ندارند برای بازدید از صفحات وب حتی یک لحظه هم منتظر بمانند. با افزایش سرعت سایت تجربه کاربری بهتری برای آنها رقم خواهید زد. برای افزایش سرعت سایت موارد بسیاری

وجود دارند، که باید بهینه سازی شوند. عکس ها را کم حجم کنید، ویدیو ها را بهینه کنید، کدهای سایت و آنچه را که در پشت صحنه است را بهینه کنید، محتوای تکراری را حذف کنید، از قالب بهینه استفاده کنید و در نهایت یک هاست خوب و سریع انتخاب کنید.

ـــ سعی کنید تا جای امکان pop-up های آزار دهنده را بردارید، همچنین به کمک نقشه های بصری مسیریابی را برای کاربران آسان کنید.

ـــ سیگنال های رضایت کاربر مهم هستند، آنچه که برای گوگل اهمیت دارد، این است که کاربران در سایت شما چه رفتاری دارند. آیا به اندازه کافی مطالب جذابی دارید تا در سایت شما وقت صرف کنند؟ آیا کاربران به اندازه کافی کامنت می گذارند؟ آیا کاربران برای دستیابی به محتوا هیچ مشکلی ندارند؟ موارد بسیار زیادی هستند که سیگنال هایی از سوی کاربران تلقی می شوند تا تجربه کاربری سایت شما ارزیابی شود.

ـــ موبایل فرندلی بودن یکی از مهمترین معیارهایی است که به تجربه کاربری مربوط می شود. سایت هایی که برای کاربران موبایل بهینه سازی نشده اند، هیچ شانسی برای پیشرفت سریع ندارند. چرا که بخش اعظم وبگردی ها با موبایل انجام می شود. گوگل دوست ندارد سایتی را به کاربران موبایل پیشنهاد دهد که با این گجت ها سازگاری ندارد. ریسپانسیو بودن سایت کمک می کند تا محتوای مهم به کاربران موبایل نشان داده شود. معیارهای متعددی برای موبایل فرندلی بودن یک سایت شناخته شده اند و ما در این نوشته نمی توانیم به همه آنها اشاره کنیم.

اهمیت نسخه موبایل سایت بسیار زیاد است، mobile first index دقیقا روی

همین موضوع تمرکز دارد. یعنی الگوریتم های رتبه بندی گوگل، موبایل را برای سازماندهی نتایج مبنا قرار می دهند!

ـــ فونت و اندازه نوشته های موجود در سایت باید به گونه ای باشد که در هر صفحه نمایشی به راحتی خوانده شود. حتی رنگ های به کار رفته در سایت روی تجربه کاربری تاثیر دارند. بنابراین از به کار بردن رنگ هایی که چشم را آزار می دهند بپرهیزید.

ـــ آنهایی که سایت فروشگاهی دارند، تا جای امکان فرآیند خرید و پرداخت را تسهیل نمایند. یکی از آزار دهنده ترین بخش ها در سایت های فروشگاهی بخش خرید و پرداخت است. تا جای امکان سعی شود از گرفتن اطلاعات غیر ضروری خودداری شود.

ـــ حالا که می خواهید تجربه کاربری را بهبود ببخشید، باید با این واقعیت روبرو شوید که دانش و آگاهی همه کاربرانی که به سایت شما آمده اند یکسان نیست. در هر گروه سنی و هر سطح سواد، امکان دارد کاربر داشته باشید. از این رو باید همه بخش های سایت را طوری بهینه کنید که همه کاربران در استفاده از سایت مشکلی نداشته باشند. فراموش نکنید با اینکه دنیا دیجیتالی شده هنوز بسیاری از افراد پست الکترونیک ندارند!

مواردی که به آنها اشاره شد و ده ها موضوع دیگر در ایجاد یک حس خوب در کاربران نقش دارند. سعی کنید همه ایرادات سایت خود را پیدا و رفع کنید تا سایتی با تجربه کاربری عالی داشته باشید. بی شک این کار شما از چشم گوگل پنهان نخواهد ماند و به وقتش به پاداش خود می رسید.



تبلیغات را دریابید

احتمالا با سایت هایی که سراسر تبلیغ اند و محتوا پشت صدها بنر و لینک مخفی شده، روبرو شده اید. این سایت ها به معنای واقعی فقط به پول می اندیشند. پیشتر گفته شد که آپدیت فرد چه به روز چنین سایت هایی می آورد. اگر می خواهید جریمه گوگل شامل حال شما نشود، بهتر است تبلیغات را مدیریت کنید. لااقل در بخش های مهم سایت که محتوا قرار دارند، از تبلیغ خودداری کنید.

اگر سایت شما پر از تبلیغات بنری باشد و یا وقت و بی وقت Pop-Up های مزاحم ظاهر شوند، بی شک کاربر پیش از آنکه کارش به اتمام برسد، از سایت خارج می شوند و این به معنای (UX) بسیار بد است.

اگر فکر می کنید که کاربر برای خواندن محتوا باید روی چند لینک کلیک کند و به صفحات مختلف سر بزند، باید گفت تجربه کاربری افتضاحی از سایت شما خواهد داشت. محتوا را طوری قرار دهید که کاربر به محض

ورود به سایت تنها کاری که باید انجام دهد خواندن و اسکرول به پایین باشد.

بک لینک های بی ارزش را فراموش کنید

دریافت بک لینک خوب است اما نه از هر سایتی! تنها در صورتی می توانید یک بک لینک را با ارزش بدانید که از یک سایت با ارزش، مرتبط با موضوع صفحه و همچنین به خاطر محتوایی که در آن صفحه دارید به شما لینک داده باشد نه چیز دیگر. چه بسیارند سایت هایی که رتبه بالایی دارند و در ازای پول بک لینک می دهند. اگرچه رتبه سایت بالاست، اما آیا موضوعش هم مرتبط است؟ آیا محتوای آن صفحه از سایت شما ارزش لینک گرفتن را دارد؟

گوگل صدها فرکانس را برای معتبر شناختن یک بک لینک آنالیز می کند. در صورتی که این کار را تقلب تشخیص دهد، سرو کارتان با آپدیت فرد گوگل خواهد بود.

اگر تاکنون چنین کاری کرده اید، برای بازگشت به سوی سئوی کلاه سفید دیر نشده! کافیست تا در Google Search Console تمام لینک های اسپم را Disavow یا به اصطلاح رد کنید. گوگل از این کار شما استقبال خواهد کرد و در می یابد که شما به دنبال لینک های واقعی و با ارزش هستید.

پیش از آنکه گوگل شما را به خاطر لینک های اسپم جریمه کند، خودتان آنها را شناسایی و حذف کنید. این کار چندان وقت گیر و نشدنی نیست. ابزار مخصوصی که وجود دارد، کار را بسیار ساده کرده است.



کاربران را در اولویت قرار دهید

اگر وب سایت موفقی دارید که روزانه درآمد خوبی به جیبتان سرازیر می کند، فراموش نکنید آن را مدیون کاربران هستید نه چیز دیگر! آنها هستند که به سایت شما ارزش داده اند. تصور کنید هیچ کاربری از سایت شما بازدید نکند، آیا باز هم به همین اندازه خوش شانس هستید، که از یک تبلیغ ساده در گوشه و کنار سایت درآمد میلیونی داشته باشید؟

اگر در هر تصمیمی که می گیرد، هر تغییری که در سایت اعمال می کنید، رضایت کاربران را معیار قرار دهید، هم راستا با هدف گوگل و کاربران خواهید بود و روز به روز جایگاه بهتری خواهید داشت. نگران استراتژی رقبا نباشید، اگر درست عمل کنند که با آنها هم مسیر هستید و اگر دنبال تقلب باشند هم، گوگل خودش می داند با آنها چه کند.

سخن پایانی

همـواره رضایـت کاربـران مهمتریـن معیـار در ارزشـمند بـودن یـک سـایت محسـوب مـی شـود. در صورتـی کـه گـوگل تشـخیص دهـد همـه جـوره در پـی جلـب رضایـت کاربـران هسـتید، تحـت هیـچ شـرایطی شـما را جریمـه نخواهـد کـرد. الگوریتـم های گـوگل بـا هـدف داشـتن اینترنتـی بهتـر و سـریعتر آپدیـت مـی شـوند. بنابرایـن بـا اتخـاذ یـک اسـتراتژی کاربـر محـور مـی توانیـد خـود را در برابـر تغییـرات بعـدی گـوگل ایمـن کنیـد.