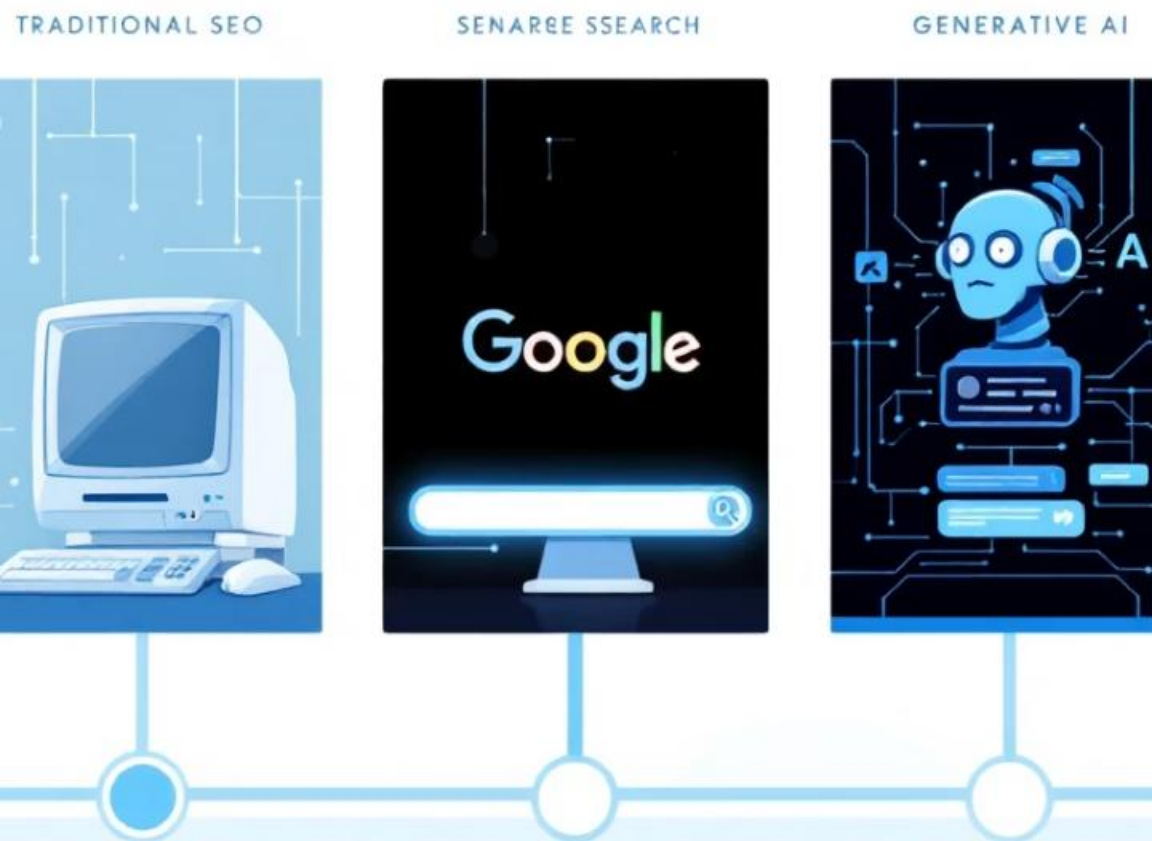


وبینار از SEO تا GEO – راهی برای دیدن شدن در عصر هوش مصنوعی

siteazma.com
t.me/Niloufarhaghbin
[linkedin.com/in/niloufar-haghbin](https://www.linkedin.com/in/niloufar-haghbin)



تفاوت SEO و GEO: مسیر تکامل سئو به بهینه‌سازی موتورهای مولد

دنیای جستجوی آنلاین در حال تغییر است. از دوران طلایی SEO در دهه ۹۰ تا ظهور موتورهای مولد امروزی، استراتژی‌های بهینه‌سازی محتوا دستخوش تحولات اساسی شده‌اند.

در این ارائه، مسیر تکامل از SEO سنتی به GEO بهینه‌سازی موتورهای مولد را بررسی می‌کنیم و استراتژی‌های مؤثر برای موفقیت در این عصر جدید را خواهیم آموخت.

مسیر تکامل: از SEO به SGE و سپس به GEO

دوران طلایی SEO

دهه ۹۰ تا ۲۰۱۰: موتورهای جستجو بر اساس تعداد کلمات کلیدی و متاگها سایتها را رتبه‌بندی می‌کردند.

الگوریتم‌های هوشمند

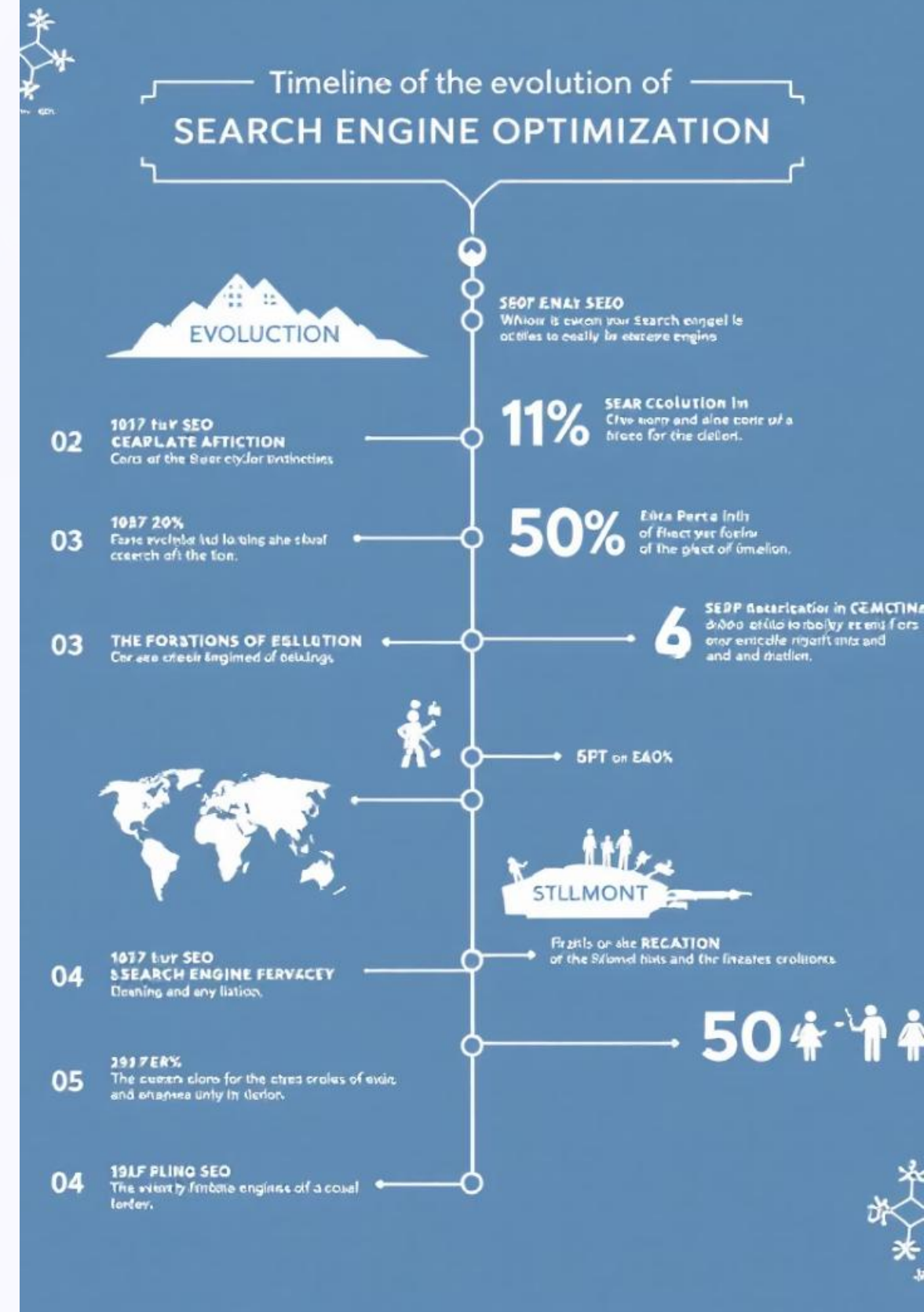
۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰: گوگل با الگوریتم‌هایی مثل پاندا و پنگوئن، کیفیت محتوا را مهم‌تر از تکرار کلمات کلیدی دانست.

ظہور SGE

۲۰۲۳: گوگل با Search Generative Experience، نتایج جستجو را با هوش مصنوعی مولد بهینه کرد.

GEO وارد می‌شود

۲۰۲۴ تا امروز: با ظهور مدل‌های زبانی بزرگ، کاربران مستقیماً از چت‌بات‌ها جواب می‌گیرند.



SEO چیست و چگونه کار می‌کند؟

سئو خارجی (Off-Page)

لینک‌سازی، برندینگ، سوشال سیگنال‌ها



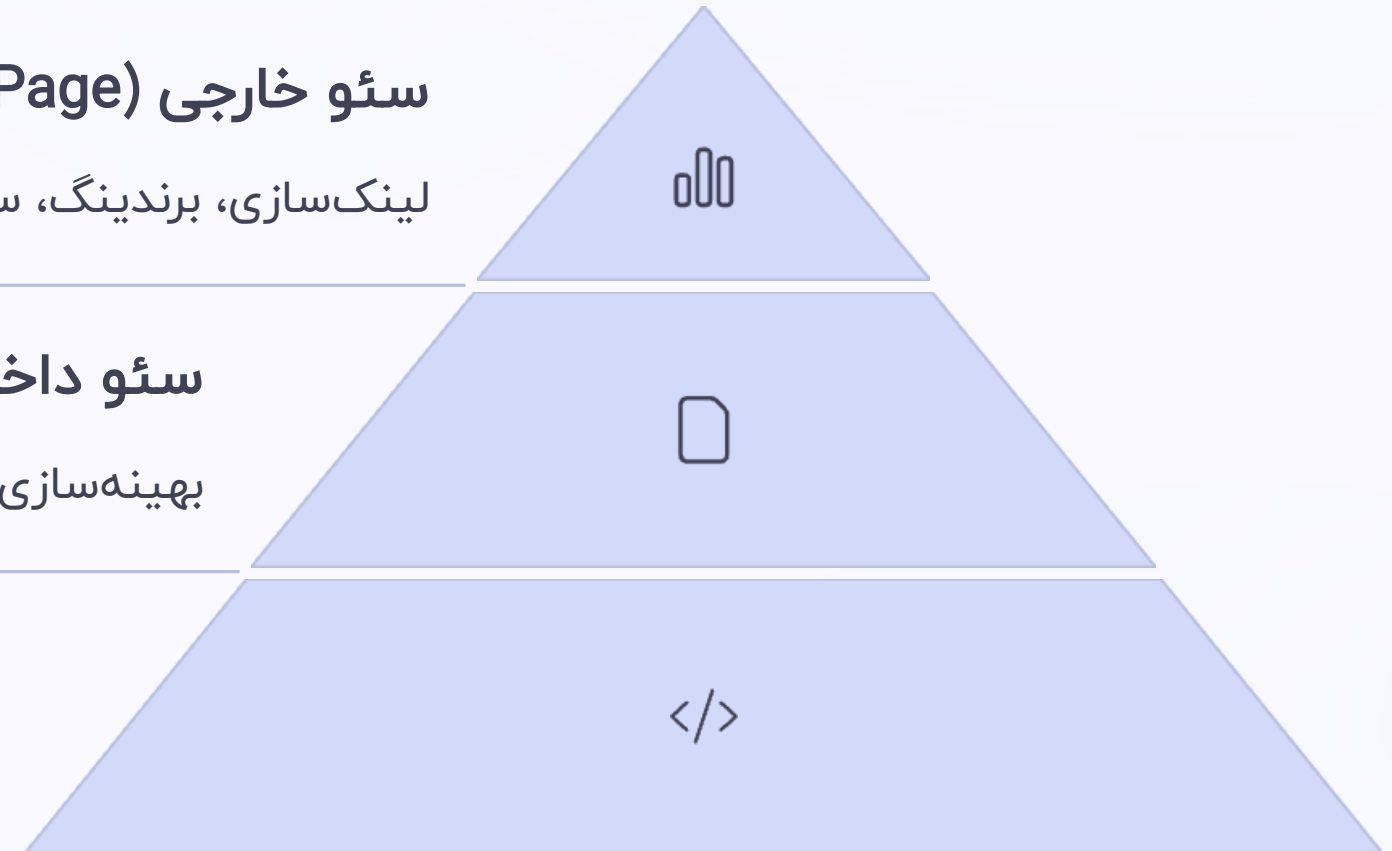
سئو داخلی (On-Page)

بهینه‌سازی محتوا، لینک‌های داخلی، کلمات کلیدی



سئو تکنیکال

افزایش سرعت سایت، بهینه‌سازی URL، داده‌های ساختاریافته



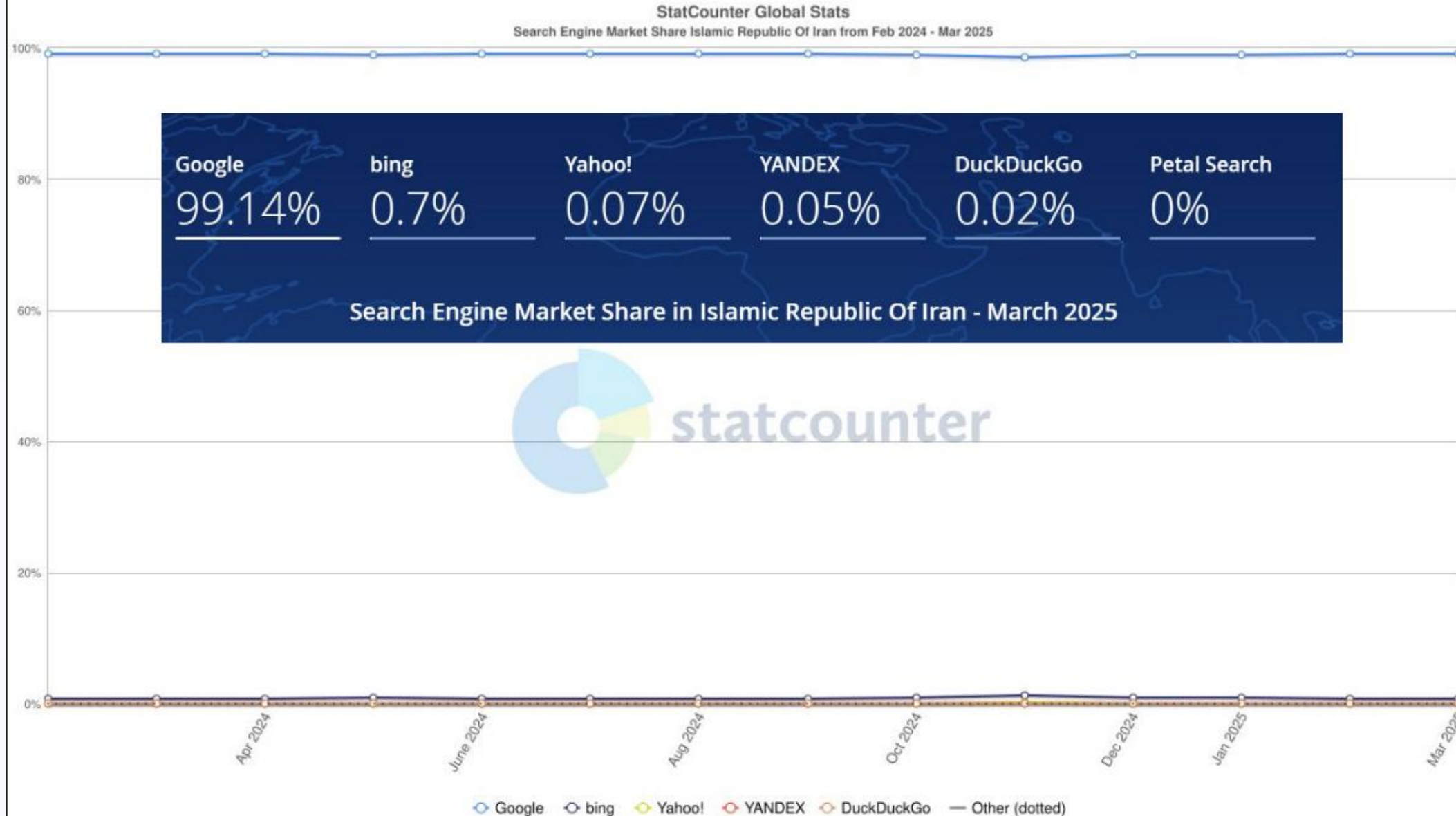
SEO یا بهینه‌سازی موتور جستجو، فرآیند بهبود کیفیت و کمیت ترافیک وبسایت از طریق افزایش دید سایت در نتایج موتورهای جستجو مانند گوگل و بینگ است. هدف اصلی، قرار گرفتن در صفحه اول نتایج جستجو برای کلمات کلیدی مرتبط با کسب‌وکار است.

Search Engine Market Share – Worldwide (excluding AI search)

StatCounter Global Stats
Search Engine Market Share Worldwide from Feb 2024 - Mar 2025



Search Engine Market Share – Iran (excluding AI search)



GEO چیست و چطور کار می‌کند؟

تعریف GEO

GEO (Generative Engine Optimization) یعنی بهینه‌سازی محتوا برای موتورهای مولد مثل ChatGPT و Gemini. به جای بهینه‌سازی فقط برای گوگل، محتوا طوری نوشته می‌شود که چت‌بات‌ها هم آن را بخوانند، بفهمند و استفاده کنند.

مزایای GEO

محتوا بیشتر دیده می‌شود، زیرا هوش مصنوعی مستقیماً آن را نمایش می‌دهد. نیازی به رقابت با سایت‌های دیگر برای لینک اول گوگل نیست. محتوا آینده‌نگر می‌شود و همیشه به‌روز می‌ماند.

معایب GEO

ترافیک مستقیم به سایت ممکن است کمتر شود، زیرا کاربر بدون ورود به سایت، پاسخ خود را دریافت می‌کند. استراتژی‌های قدیمی سئو باید به‌روزرسانی شوند و روش‌های جدید جایگزین شوند.

LLM چیست و چه نقشی در GEO دارد؟

تعریف LLM

LLM یا مدل‌های زبانی بزرگ، تکنولوژی‌هایی هستند که ChatGPT، Gemini و Claude را قدرت می‌بخشند. این مدل‌ها از میلیاردها داده متنی برای یادگیری استفاده می‌کنند و می‌توانند متن تولید کنند، پاسخ دهند و اطلاعات را خلاصه کنند.

اهمیت LLM در GEO

این مدل‌ها اطلاعات خود را از وب می‌گیرند. اگر محتوای سایت ما دقیق، معتبر و ساختاریافته باشد، احتمال نمایش داده شدن در پاسخ‌های ChatGPT و Gemini افزایش می‌یابد. بنابراین، بهینه‌سازی محتوا برای این مدل‌ها اهمیت زیادی دارد.

چگونه GEO و SEO در کنار هم کار می کنند؟



سنتی SEO

بهینه سازی برای موتورهای جستجوی معمولی

GEO

بهینه سازی برای موتورهای مولد هوش مصنوعی

نتایج بهتر

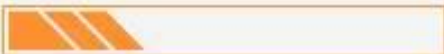
افزایش دیده شدن و ترافیک هدفمند

تجربه کاربری

بهبود تعامل و رضایت کاربران

GEO و SEO رقیب هم نیستند، بلکه مکمل یکدیگرند. همانطور که در سایت mangools.com آمده GEO: جایگزین SEO نمی شود، بلکه رویکرد جدیدی است که آن را تکمیل می کند. در حالی که SEO بر موتورهای جستجوی سنتی تمرکز دارد، GEO محتوا را برای موتورهای جستجوی مبتنی بر هوش مصنوعی بهینه می کند."

ANSWER ENGINES: AI VS SEO

	Generative Engine Optimization (GEO)			SEO
AI MODELS	Claude, Llama	Perplexity, Google AIO	ChatGPT, Gemini	Google, Bing, Yahoo
KNOWLEDGE	Training Data	Search Data	Hybrid: Training + Search Data	Index & Retrieval: Crawl & Index
HOW DO THEY GENERATE RESULTS?	LLM interprets query and serves information from training data	LLM interprets query and serves information primarily from web index	LLM routes response via training data or web index based on query	Search engine serves most relevant indexed webpages
HOW DO THEY SERVE RESULTS?	Primarily text	Text & citation links	Text & citation links	10 blue links, SERP features, Ads
ABILITY TO INFLUENCE				
SPEED TO INFLUENCE	Slow	Fast	Medium	Fast
MECHANISMS OF INFLUENCE	Brand marketing, Earned media	Website content, Earned media, Organic social	Content, Brand, Earned media, Social	Content, Brand, Earned media

۶ استراتژی مؤثر برای بهینه‌سازی GEO

نوشتن محتوای معتبر

استناد به منابع قوی، زیرا چت‌بات‌ها اطلاعات را از منابع معتبر می‌گیرند

پاسخ‌های خلاصه و مستقیم

به‌جای مقالات طولانی، خلاصه‌های مفید و کاربردی ارائه دهید

استفاده از داده‌های ساختاریافته

گوگل و چت‌بات‌ها این اطلاعات را بهتر درک می‌کنند

بهینه‌سازی برای جستجوی صوتی

چت‌بات‌ها بیشتر از صوت برای پاسخگویی استفاده می‌کنند

تمرکز بر تجربه کاربری

صفحات سریع و کاربردی شانس بیشتری برای نمایش دارند

تولید محتوای همیشه‌سبز

آپدیت منظم اطلاعات، زیرا موتورهای مولد به اطلاعات جدید دارند

ویژگی‌های لازم برای دیده‌شدن محتوا در نتایج مدل‌های مولد

شفاف و دقیق بودن اطلاعات



محتوا باید دقیق، به‌روز و بدون ابهام باشد. مدل‌های زبانی به محتوایی که اطلاعات غلط یا مبهم دارند، پاسخ نمی‌دهند.

ساختار منظم و قابل‌درک



تیترهای واضح، پاراگراف‌های کوتاه، لیست‌های بولت‌دار، جدول و بخش‌بندی منطقی، باعث می‌شود AI راحت‌تر محتوا را پردازش و ارائه کند.

پوشش کامل پرسش کاربر

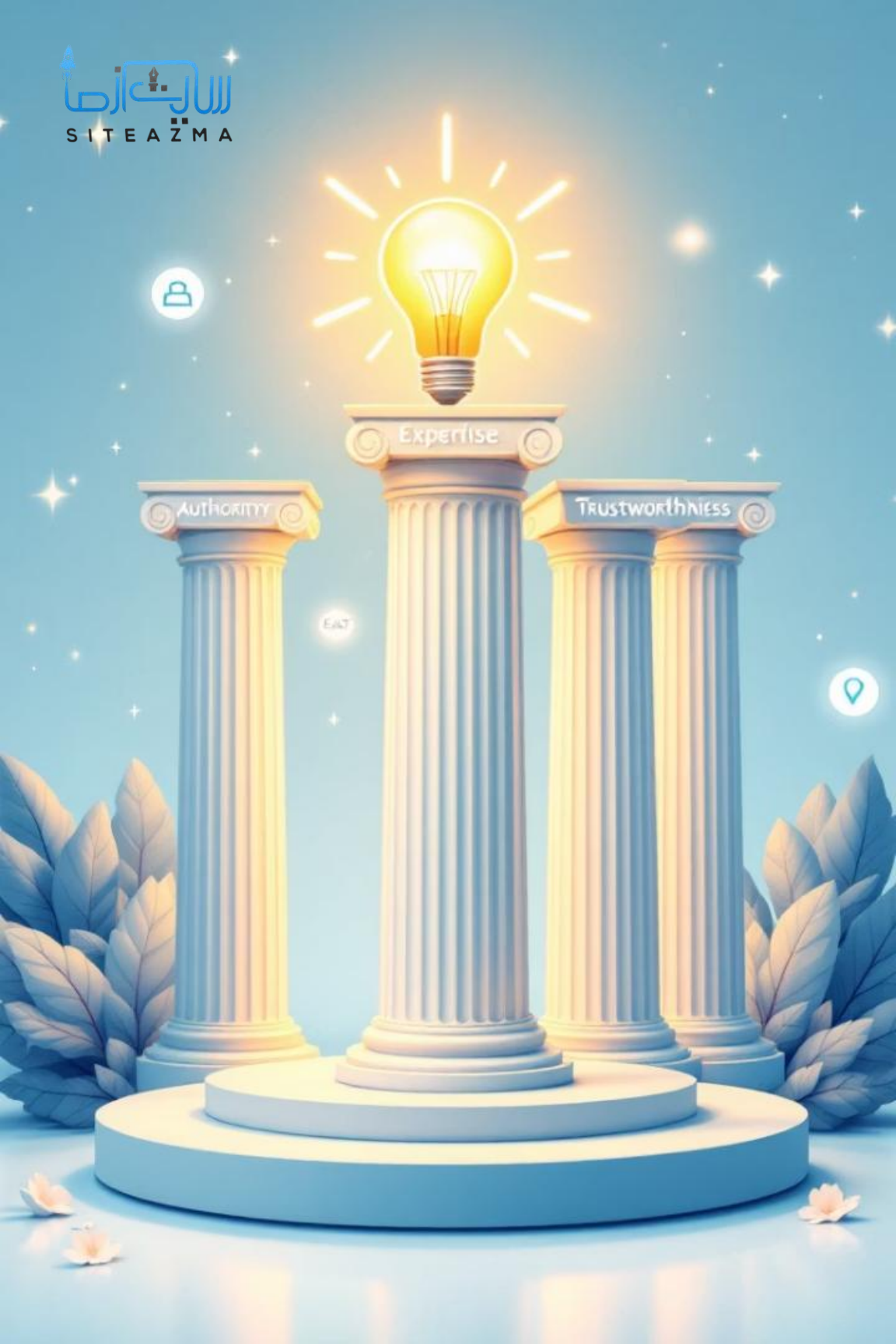


هر محتوا باید به یک نیاز مشخص پاسخ دهد. نباید نصفه‌نیمه یا پراکنده باشد؛ مدل‌ها دنبال پاسخ‌های مستقیم، مفید و جامع هستند.

لحن انسانی و طبیعی



نوشتن به زبان مخاطب، نه خیلی رسمی و نه خیلی خودمانی، باعث می‌شود محتوا برای استفاده در مکالمات AI مناسب‌تر باشد.



چطور روی اعتبار و اعتماد (E-EAT) کار کنیم؟

معیار	راهکار عملی
تخصص (Expertise)	داشتن نویسنده متخصص یا ذکر سوابق علمی/تجربی در متن
تجربه (Experience)	اضافه کردن داستان، تجربه شخصی، مطالعه موردی و استفاده واقعی
اعتبار (Authoritativeness)	ارجاع به منابع معتبر، لینک به مقالات تخصصی، گرفتن بک‌لینک از سایت‌های شناخته شده
قابل اعتماد بودن (Trustworthiness)	شفاف‌سازی هویت نویسنده، لینک به صفحه درباره ما، https بودن سایت، نداشتن تبلیغات فریبنده

مفهوم EEAT مخفف Expertise، Experience، Authoritativeness و Trustworthiness است. برای اینکه هوش مصنوعی شما را به عنوان یک منبع قابل اعتماد بشناسد، باید این چهار معیار را تقویت کنید. استفاده از اعداد و آمار دقیق، نقل قول از منابع معتبر و ایجاد تاییدات اتوریته از راهکارهای مؤثر هستند.

نتیجه‌گیری: آینده GEO و SEO



همچنان مهم است SEO

بهینه‌سازی برای موتورهای جستجوی سنتی هنوز ارزشمند است



مسیر آینده است GEO

بهینه‌سازی برای موتورهای مولد اهمیت روزافزونی می‌یابد



ترکیب = GEO + SEO موفقیت

استراتژی ترکیبی برای موفقیت در آینده دیجیتال ضروری است

اگر کسب‌وکار یا سایت خود را برای این تغییرات آماده نکنید، ممکن است در آینده سهم بزرگی از ترافیک را از دست بدهید! محتوای معتبر، خلاصه و بهینه‌شده برای هوش مصنوعی، کلید موفقیت در عصر جدید جستجو خواهد بود.

معرفی کتاب

بازاریابی پرمحتوا
نوشته‌ی جو پولیتزی/ ترجمه سجاد بهجتی
انتشارات آریانا قلم



راه‌های ارتباطی

My channel: t.me/Niloufarhaghbin

Support team: t.me/siteazma

Web: siteazma.com

Mail: haghbinniloufar@gmail.com

linkedin.com/in/niloufar-haghbin