

# اشتباهات رایج سئو در سایت‌های فروشگاهی

از ویتترین دیجیتال تا فروش واقعی، فقط چند استراتژی فاصله است

siteazma.com

t.me/Niloufarhaghbin

[linkedin.com/in/niloufar-haghbin](https://www.linkedin.com/in/niloufar-haghbin)

# چک‌لیست بررسی سئوی اصولی سایت فروشگاهی

1

## بررسی سفر مشتری

آیا محتوای هر صفحه با نیاز کاربر در آن مرحله تطابق دارد؟

2

## تحقیق کلمات کلیدی

آیا از ابزار مناسب استفاده شده و کلمات با نیت خرید انتخاب شده‌اند؟

3

## ساختار پیلا و کلاستر

آیا دسته‌بندی و صفحات محتوایی حول موضوعات اصلی درست چیده شده‌اند؟

4

## بهینه‌سازی فیلترها

آیا فیلترها بر اساس سرچ واقعی کاربران طراحی و کنونیکال شده‌اند؟

# چک‌لیست بررسی سئوی اصولی (پارت دوم)

2

## صفحات کلیدی سایت

آیا صفحات حیاتی مثل صفحه اصلی، دسته‌ها، محصول و برند مشخص و تقویت شده‌اند؟

1

## عمق دسته‌بندی‌ها

آیا از زیاده‌روی در تو در تو بودن یا سطحی بودن دسته‌ها اجتناب شده؟

4

## مدیریت Noindex

آیا صفحات بی‌ارزش مثل شاپ کلی، سبد خرید، لاگین و ... noindex شده‌اند؟

3

## کنیبالیزیشن محتوا

آیا هر کلمه کلیدی هدف فقط یک صفحه اختصاصی دارد؟



# اشتباه ۱: بی‌توجهی به سفر مشتری

## تصمیم (BOFU)

صفحه دسته‌بندی و محصول

مثال: "کفش پیاده‌روی نایکی مدل Air Max 2024"

## علاقه‌مندی (MOFU)

مقایسه، رپورتاژ

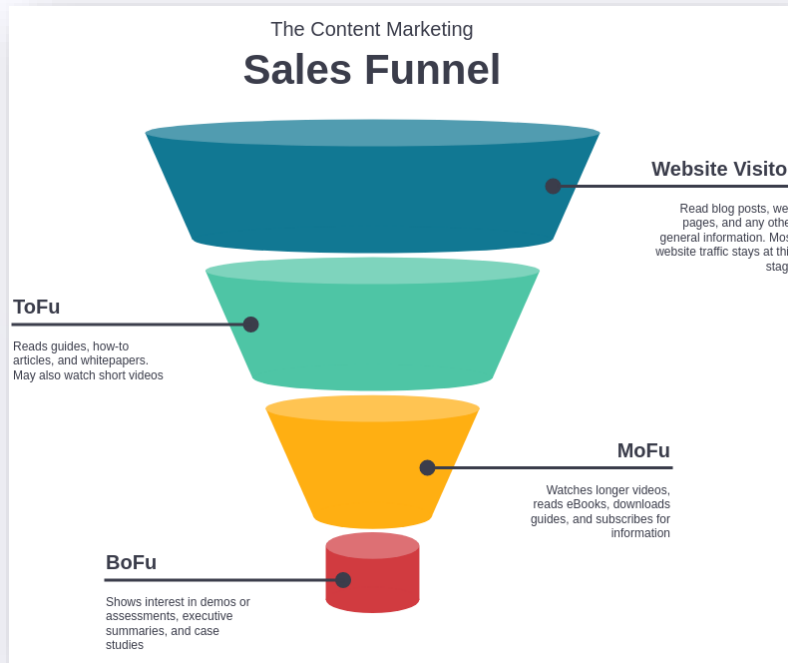
مثال: "مقایسه کفش اسپرت نایکی با اسکیچرز"

## آگاهی (TOFU)

بلاگ، راهنما

مثال: "انواع کفش پیاده‌روی مناسب سفر"

محتوایی که با مرحله اشتباه از سفر مشتری همراه بشه، یا دیده نمی‌شه یا فروشی نداره.



## اشتباه ۲ و ۳: تحقیق ناقص کلمات کلیدی و چینش نادرست پیلار

### تحقیق کلمات کلیدی

- به کلمات خیلی عمومی مثل کیف یا ساعت اعتماد نکن
- حجم جستوجو رو بررسی کن با ابزارهایی مثل Keyword Planner، Ahrefs
- همیشه نیّت کاربر رو درک کن

طبق داده‌های Ahrefs، **بیش از ۹۰٪ صفحات فروشگاه‌ها هیچ ترافیکی نمی‌گیرن**، چون روی کلمات اشتباه بهینه شدن!

### ساختار پیلار/کلاستر

پیلار	کلاسترها
کفش پیاده‌روی زنانه	کفش پیاده‌روی نایکی / کفش پیاده‌روی اسکیچرز / کفش پیاده‌روی برای زانو درد

# اشتباه ۴ و ۵: فیلترهای بی‌برنامه و عمق نامناسب



## عمق دسته‌بندی

عمق بیش از ۳ کلیک = خطر برای سئو و تجربه کاربری  
اگر لینک‌دین داری این پست رو راجعه [Crawl depth](#) ببین!

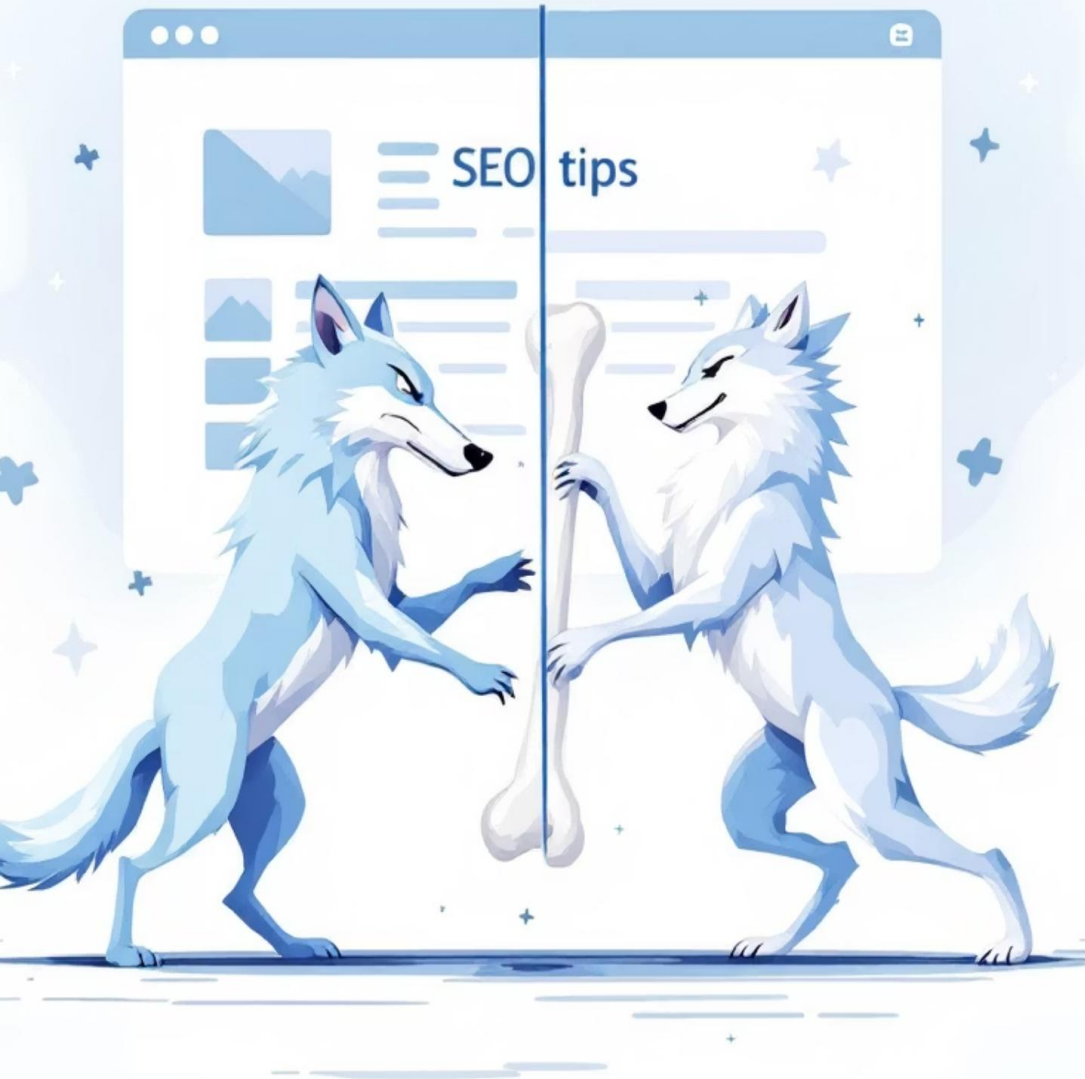
• ساختار پیشنهادی: خانه اصلی -> دسته‌بندی اصلی -> زیر دسته -> محصول



## فیلترهای بی‌برنامه

- هر فیلتر رنگ، برند، سایز (یک URL جدید می‌سازه)
- فقط فیلترهایی رو ایندکس کن که جست‌وجوی معنادار دارن
- بقیه رو Noindex کن یا تگ Canonical بذار

## اشتباه ۶ و ۷: صفحات کلیدی و کنیبالیزیشن



### شناسایی صفحات کلیدی سایت

- صفحه اصلی (Homepage)
- صفحه دسته‌بندی (Category Page)
- صفحه محصول (Product Page)
- صفحه برند (Brand Page)

این‌ها مهم‌ترین نقاط تماس با گوگل هستند. بیشترین وقت و استراتژی رو باید روشن بذاری.

### کنیبالیزیشن، دشمن خاموش سئو

هر کلمه کلیدی = فقط یک صفحه

اگر ۲ صفحه برای کفش زنانه مشکلی ساختی، داری ترافیک رو تقسیم می‌کنی و گوگل سردرگم می‌شه.

🎯 پیشنهاد: از ابزارهایی مثل GSC، Ahrefs و Screaming Frog برای تشخیص کنیبالیزیشن استفاده کن.

## اشتباه ۸، ۹ و ۱۰: مدیریت ایندکس، سرعت و هرس محتوا

### هرس محتوا و ریدایرکت

در یکی از مشاوره‌ها، فقط با ادغام ۸ مقاله مشابه و حذف ۱۲ محصول کم‌کیفیت، ترافیک ارگانیک دسته مربوطه بعد از ۴۵ روز، ۳۲٪ رشد کرد.

- محصولات یا صفحات مشابه رو یکی کن
- صفحات بدون ارزش رو 410 کن

### سرعت سایت

افزایش سرعت لود تا ۲ برابر = بهبود ۲۰٪ نرخ تبدیل

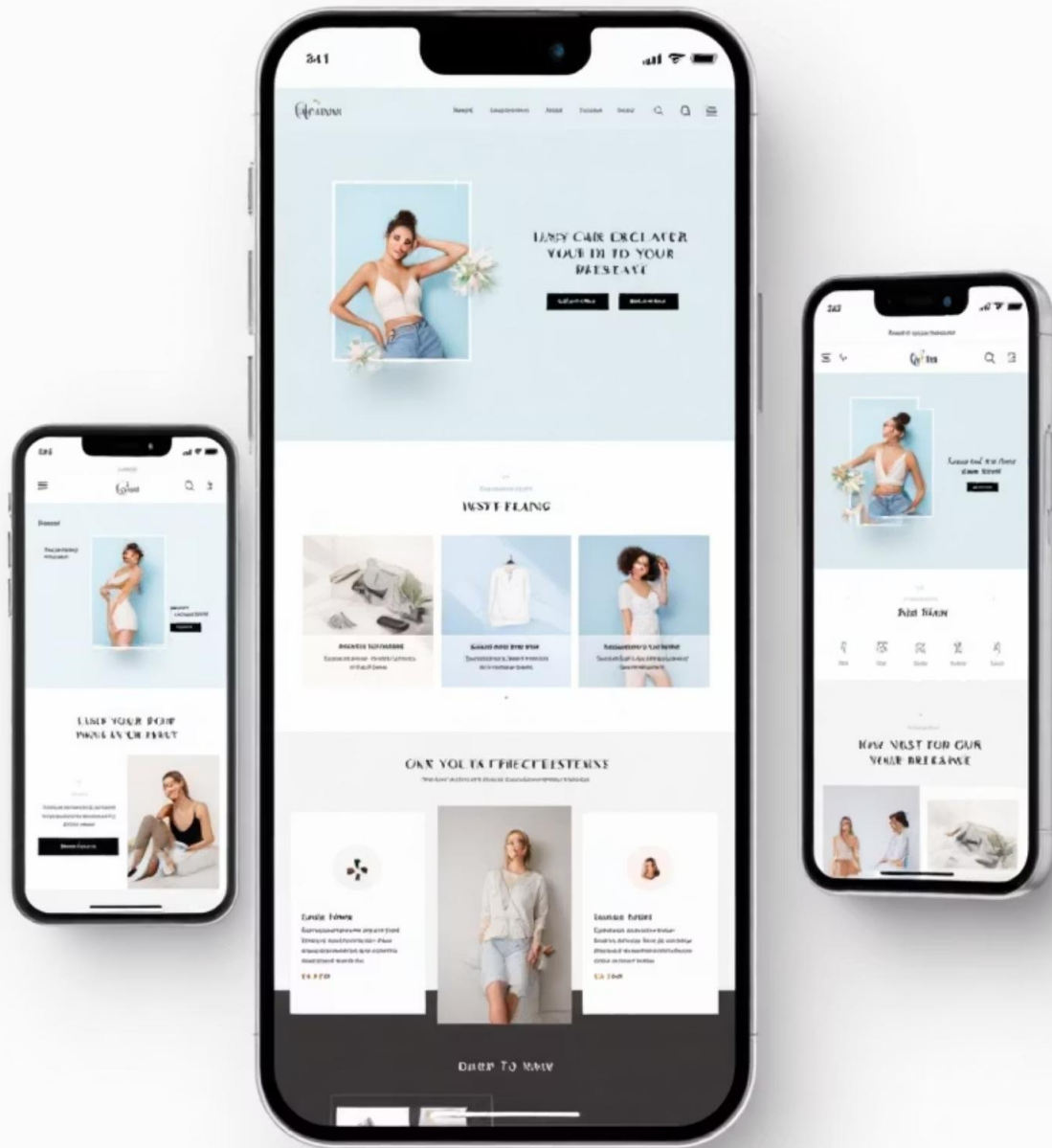
- تصاویر کم حجم باشن
- فعال بودن Lazy loading
- از CDN استفاده کنی

### مدیریت صفحات Noindex

صفحاتی که نیاز به ایندکس شدن ندارن:

- صفحه سبد خرید
  - صفحه ورود و ثبت‌نام
  - جست‌وجوی داخلی
  - لیست علاقه‌مندی‌ها
- تو سئو، شجاعت Noindex داشتن یعنی بدونی کدوم صفحات حضورشون به ضررته.

# اشتباه ۱۱ و ۱۲: موبایل‌فرندلی و نقشه سایت



## ریسپانسیو و موبایل‌فرندلی نبودن

- الان بالای ۷۰٪ سرچها از موبایله
- اگه سایتت تو موبایل لود نشه یا تجربه کاربر بد باشه، حتی رتبه هم بگیری، فروشی نمی‌کنی!

## مدیریت اشتباه نقشه سایت (Sitemap)

- سایت مپ فقط شامل صفحات ایندکس‌پذیر باشه
- مراقب sitemap تکراری یا ناقص باش
- از ابزارهایی مثل Screaming Frog یا Rank Math کمک بگیر

«هر صفحه‌ای که تو سایت هست، باید دلیل موندنش مشخص باشه. یا ترافیک میاره، یا کمک می‌کنه بفروشی. بقیه رو باید بریزی دور!»

# فقط ۱۵ ساعت تا تبدیل شدن به متخصص سئو محتوا

- ♦ آموزش پرسونالشناسی، تحلیل رقبا و تولید محتوا بر اساس نیاز واقعی کاربران
- ♦ یادگیری عمیق پرامت‌نویسی برای تولید محتوای سئویی با AI
- ♦ آموزش ساخت محتوا برای صفحات کلیدی (دسته‌بندی، محصول، بلاگ)
- ♦ اجرای پروژه‌های واقعی همراه با تمرین عملی
- ♦ تقویم محتوایی، لینک‌سازی داخلی و رپورتاژنویسی حرفه‌ای
- ♦ تسلط بر الگوریتم helpful content و اصول EEAT
- ♦ تحلیل و پیاده‌سازی استراتژی تاپیکال اتوریته
- ♦ محتوای GEO و SEO برای هدف‌گیری بازارهای محلی
- ♦ پشتیبانی مستقیم توسط منتور دوره + بررسی تمرین‌ها

ارزش واقعی این دوره 4 میلیون تومان

ثبت نام تا تاریخ 17 مرداد با

1.900.000 تومان

## دوره جامع

محتوا نویسی

باهوش مصنوعی

قابل اجرا  
در  
تمام دستگاه‌ها

آپدیت  
و پشتیبانی دائمی

خبری از دوره‌های تکراری و از رو جزوه خوانی نیست. کامل توضیحات از رو اسلایدها داده میشه و بعد از یک ساعت اول میریم تو دل تسک‌های عملی در حوزه‌های مختلف

### سرفصل های دوره

- ۱ یک ساعت آموزش محتوا نویسی دسته بندی و سینگل پروداکت - آموزش نحوه ویراست تقویم محتوایی
- ۲ دو ساعت کامل نحوه پرامت نویسی اصولی و بر پایه سئو - نمونه عملی - دو ساعت بررسی ۶ نمونه عملی و پرامت نویسی
- ۳ یک ساعت نحوه شناسایی پرسونا+ تریک‌های تحلیل + یک ساعت نحوه آنالیز رقبا و تحقیق نوع محتوا
- ۴ محتوا نویسی بر اساس الگوریتم helpful content نکات طلایی برگ برنده محتوا در نتایج SEO و GEO
- ۵ محتوا و اصول لینک‌سازی EEAT نکات محتوا نویسی GEO و SEO - تاپیکال اتوریته و تریک های محتوایی و لینک‌سازی

پشتیبانی و ثبت نام

T.me/siteazma

## معرفی کتاب

این است بازاریابی  
نوشته‌ی ست گادین / ترجمه فاطمه علی‌پور  
نشر آموخته



## راه‌های ارتباطی

My channel: [t.me/Niloufarhaghbin](https://t.me/Niloufarhaghbin)

Support team: [t.me/siteazma](https://t.me/siteazma)

Web: [siteazma.com](https://siteazma.com)

Mail: [haghbinniloufar@gmail.com](mailto:haghbinniloufar@gmail.com)

[linkedin.com/in/niloufar-haghbin](https://linkedin.com/in/niloufar-haghbin)