

گوگل آرتس چیست؛ مراحل تنظیم آن در چند دقیقه

Google Alerts



نویسنده: مهران منصوری فر

آیا با یک ابزار ساده و سودمند از گوگل به نام «گوگل آرتس» آشنایی دارید؟ با مطالعه این مطلب کوتاه بر چم و خم این ابزار کاربردی تسلط پیدا خواهید کرد.

گوگل آرتس (Google Alerts) ابزار بسیار سودمندی است، اما تعداد افرادی که با آن و قابلیت‌هایش آشنایی دارند زیاد نیست؛ به‌علاوه، از میان همان عده معدودی که از این ابزار کاربردی استفاده می‌کنند نیز، کمتر کسی هست که از پتانسیل‌های آن به نحو احسن بهره‌برداری کرده باشد. احتمالاً بدتان نمی‌آید اگر می‌توانستید هر بار که از اسم خودتان یا شرکت شما، یا مهم‌ترین کلمات کلیدی هدف‌تان در گوشه و کنار اینترنت سخنی به میان می‌آید یک هشدار دریافت کنید؛ خبر خوب اینکه گوگل آرتس دقیقاً همین کار را برای شما انجام می‌دهد و خبر خوب دوم هم این است که تسلط بر این ابزار ساده و کارآمد فقط چند دقیقه از وقتتان را می‌گیرد. در این مطلب تلاش می‌کنیم تا شما را با گوگل آرتس، دلایل استفاده از آن و همچنین روش کار با این ابزار سودمند آشنا کنیم.

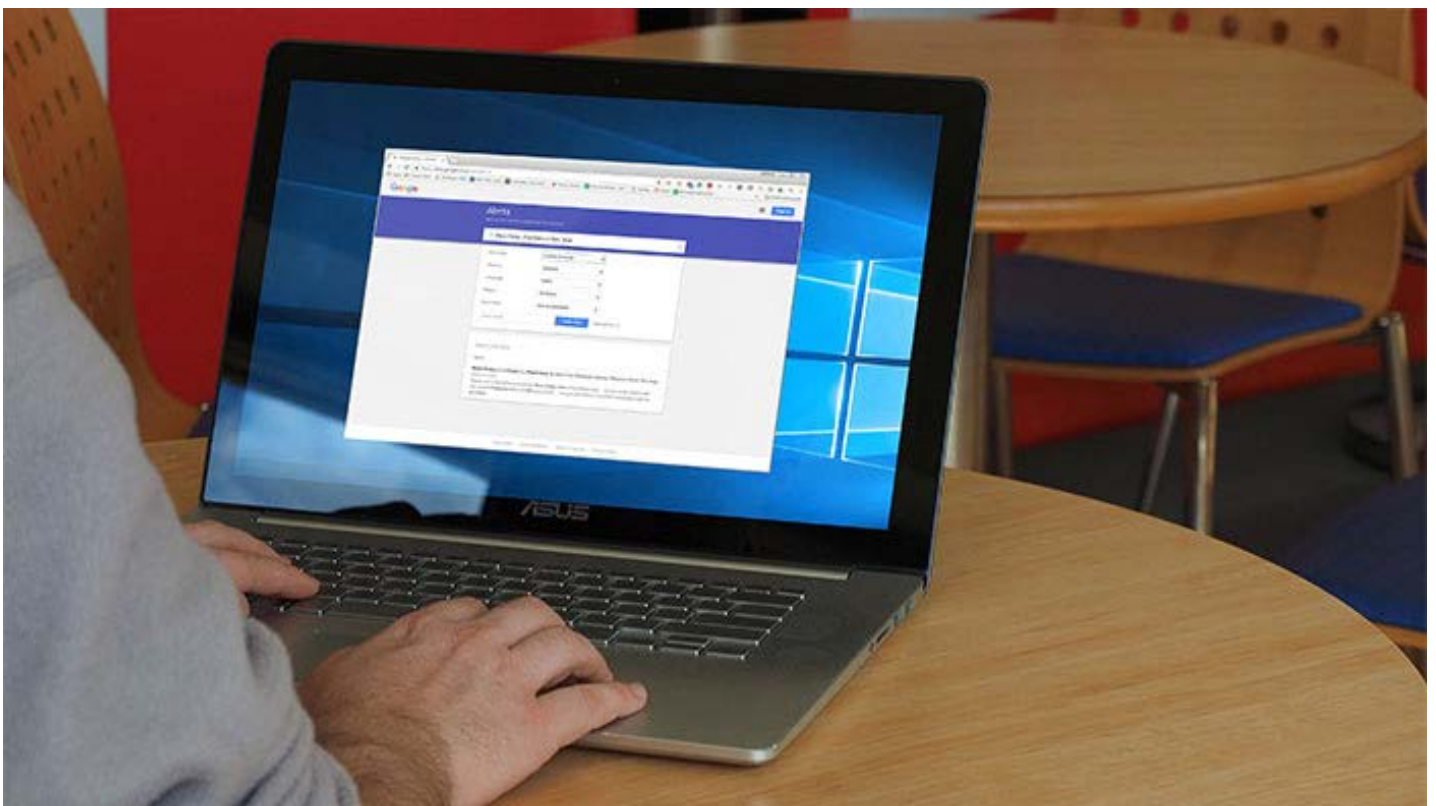
بیشتر بدانید: [گوگل تگ منیجر \(GTM\) و آموزش کار با آن](#)

گوگل آرتس چیست؟

گوگل آرتس یک ابزار رایگان است که می‌تواند هر وقت که کلمه کلیدی یا عبارت مورد نظر‌تان توسط گوگل ثبت و ایندکس می‌شود به شما اطلاع‌رسانی کند.

احتمالاً برای شما هم پیش آمده که کلمه یا عبارتی را در گوگل جستجو کرده باشید تا ببینید که مردم درباره آن چه می‌گویند یا بخواهید اطلاعات جدیدی درباره‌اش به دست بیاورید. گوگل آرتس همین کار را به نحو احسن و به‌طور خودکار برای شما انجام می‌دهد. استفاده از گوگل آرتس باعث می‌شود که نتایج مرتبط و چه‌بسا مهمی که در صفحه اول نتایج جستجو ظاهر نشده‌اند را از قلم نیندازید؛ به‌علاوه، طبیعتاً دریافت اعلان‌های خودکار

از جستجوی دستی تک تک عبارات و کلمات مورد نظر آسان تر است. توجه داشته باشید که بین زمان انتشار کلمه یا عبارت مورد نظر شما در اینترنت تا هنگام اطلاع رسانی یک فاصله زمانی وجود خواهد داشت، چراکه معمولاً ایندکس شدن صفحات جدید فوراً انجام نمی شود و اغلب چند روز زمان می برد. در عین حال، معمولاً این تأخیر چند روزه تأثیر خاصی بر ارزش و منافع کسب اطلاعات مورد نظر ندارد.



کاربردهای گوگل آرتس

گوگل آرتس پتانسیل بالایی برای استفاده در امور بازاریابی دارد. از جمله مهم ترین و کاربردی ترین نتایج استفاده از این ابزار مفید می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. پیگیری ذکر اسامی مورد نظر در اینترنت

شاید تمایل داشته باشید که بدانید چه کسی و در کجا از شما، ریاستان یا

هر کس دیگری در اینترنت سخن به میان آورده است. در این صورت کافی است که برای نام‌های مورد نظر خود در گوگل آرتس هشدار تنظیم کنید تا به محض اینکه آن اسامی به چشمان تیزبین گوگل خورد، شما را در جریان قرار بدهد. از این طریق می‌توانید بر وضعیت شهرتتان نظارت داشته باشید.

۲. نظارت بر موقعیت برند شرکت

درست مانند پیگیری اسامی اشخاص مختلف، از طریق گوگل آرتس می‌توانید نام برند شرکت خودتان را نیز زیر نظر بگیرید. در این حالت هرگاه که مردم درباره شرکت شما حرف منفی یا مثبتی می‌زنند در جریان قرار خواهید گرفت و می‌توانید اقدامات مقتضی را برای حفظ و تقویت موقعیت برند خود انجام بدهید.

۳. نظارت بر رقبا

تردید وجود ندارد که باید از آنچه که درباره شما و شرکتتان گفته می‌شود اطلاع داشته باشید، اما اطلاع از اوضاع و احوال نزدیک‌ترین رقبا نیز به همان اندازه اهمیت دارد. با درج نام رقبا یا شرکت متبوع آن‌ها می‌توانید این مهم را به راحتی به انجام برسانید.

۴. نظارت بر کلمات کلیدی هدف

گوگل آرتس می‌تواند وضعیت استفاده از کلمات کلیدی اصلی‌تان را به شما نشان بدهد. با اطلاع از وضعیت و دامنه کاربرد کلمات کلیدی‌تان می‌توانید محتوای خود را به سمت و سوی موضوعاتی ببرید که هنوز کسی به سراغشان نرفته است. به علاوه، این می‌تواند به پیدا کردن و بهره‌برداری از سایر کلمات کلیدی مرتبط نیز بی‌انجامد و به طور کلی، به عاملی در جهت تقویت استراتژی‌های شما در زمینه پیدا کردن و استفاده از کلمات کلیدی تبدیل شود.

۵. بک لینک سازی

هرگاه که اسمی از کسب‌وکار، محصول یا خدماتی که ارائه می‌دهید در یک

وبلاگ یا پلتفرم پرسش و پاسخ (مانند فروم های اینترنتی) برده می شود، فرصت ارزشمندی برای معرفی بیشتر یا گرفتن بک لینک پدید می آید. استفاده از گوگل آرتس به شما کمک می کند تا این فرصت ها را هر چه سریع تر پیدا کنید و نان را تا وقتی که هنوز تنور داغ است بچسبانید. برای استفاده از گوگل آرتس به عنوان یک ابزار بک لینک سازی کافی است که برای کوئری های (کلمات، عبارات و جملاتی که کاربران جستجو می کنند) مرتبط با محصولات یا خدمات خود هشدار تنظیم کنید. به عنوان نمونه، اگر ویدئو پروژکتور می فروشید می توانید عباراتی مانند «خرید ویدئو پروژکتور خانگی» و «بهترین ویدئو پروژکتور برای بازی» را زیر نظر بگیرید. در این حالت، گوگل آرتس صفحات مرتبطی را به شما نشان می دهد که در آن ها می توانید به سؤال مخاطبان هدف پاسخ بدهید، محصول یا برندها را تبلیغ کنید و به وبسایت خود لینک بدهید.

بیشتر بخوانید: [گوگل ادوردز و راهنمای جامع و کامل کار با آن](#)

روش تنظیم هشدار در گوگل آرتس

- تنظیم هشدار در گوگل آرتس کار بسیار راحتی است و به سرعت و آسانی قابل انجام است. به این منظور، مراحل زیر را دنبال کنید:
۱. به <https://alerts.google.com> مراجعه کنید. تنظیم و مدیریت همه هشدارها از طریق همین صفحه انجام می شود.
 ۲. کلمه یا عبارتی که می خواهید زیر نظر بگیرید را در کادر مربوطه وارد کنید.

Alerts
Monitor the web for interesting new content

مدیر وب

This will create an email alert for [\[email address\]@gmail.com](#).

[Create Alert](#) [Show options](#)

Alert preview

There are no recent results for your search query. Below are existing results that match your search query.

WEB

modireweb
Instagram
24.9k Followers, 0 Following, 772 Posts - See Instagram photos and videos from مدیر وب - بازاریابی اینترنتی (@modireweb)

۳. برای دسترسی به تنظیمات اطلاع‌رسانی بر روی **Show options** کلیک کنید. در اینجا می‌توانید نتایج را با استفاده از فیلترهای مختلف محدودتر کنید:

Alerts
Monitor the web for interesting new content

مدیر وب

How often: At most once a day

Sources: Automatic

Language: Persian

Region: Iran

How many: Only the best results

Deliver to: [email address]@gmail.com

[Create Alert](#) [Hide options](#)

• **How often**: دفعات دریافت هشدار را تعیین می‌کند که در سه حالت As it happens (دریافت فوری هشدار)، At most once a day (حداکثر یک هشدار در روز) و At most once a week (حداکثر یک هشدار در هفته) قابل تنظیم است.

• **Sources**: قالب محتوایی که کلمه یا عبارت مورد نظر شما در آن ذکر می‌شود را تعیین می‌کند؛ مثلاً اخبار، وبلاگ‌ها، ویدئوها یا بخش کتاب‌ها.

• **Language**: زبان مورد نظر را تعیین می‌کند. خوشبختانه زبان فارسی نیز با عنوان Persian در فهرست این بخش وجود دارد.

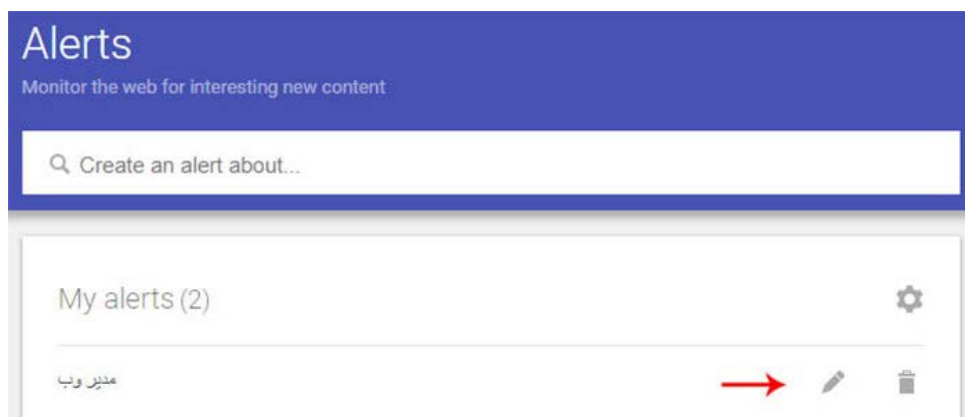
• **Region**: منطقه جغرافیایی جستجو را تعیین می‌کند. کشور ایران نیز در این فهرست قابل انتخاب است.

• **How many**: تعداد نتایجی که نمایش داده می‌شود را مشخص می‌کند. این بخش دو گزینه دارد: Only the best results که فقط بهترین نمایش را به صلاحدید گوگل نمایش می‌دهد و All results که همه نتایج را در اختیار شما قرار می‌دهد.

• **Deliver to**: محل ارسال هشدارها را نشان می‌دهد که می‌تواند آدرس ایمیل حساب کاربری شما در گوگل باشد، یا اینکه می‌توانید هشدارها را از طریق فید RSS دریافت کنید.

۴. روی دکمه Create alert کلیک کنید. از همین لحظه در جریان ذکر کلمه یا عبارت مورد نظر خود (با شرایطی که تعیین کرده‌اید) قرار خواهید گرفت.

۵. در صورت نیاز، برای مدیریت یا به‌روزرسانی هشدارها مجدداً به همین صفحه مراجعه کنید. هر زمان که بخواهید هشدار مورد نظرتان را ویرایش یا حذف کنید.



نکاتی برای استفاده بهینه از گوگل آرتس

همان‌طور که مشاهده کردید، انجام تنظیمات لازم و استفاده از گوگل آرتس بسیار آسان است. درعین‌حال، باز هم روش‌ها و ترفندهایی وجود دارند که با اطلاع از آن‌ها می‌توانید از این ابزار کاربردی بهره‌برداری بهتر و بیشتری داشته باشید:

- برای غلط‌های املائی رایج کلمه یا عبارت مورد نظر نیز هشدار تنظیم کنید. توانایی گوگل در تشخیص و تصحیح خودکار کلمات و عباراتی که به‌درستی تایپ نمی‌شوند قابل اغماض نیست؛ اما در هر صورت کار از محکم‌کاری عیب نمی‌کند.

- اگر می‌خواهید برای کل عبارتی که وارد کرده‌اید (یعنی متن‌های چندکلمه‌ای) هشدار دریافت کنید باید آن را بین علامت نقل قول انگلیسی ("") قرار بدهید. البته می‌توانید از همه علائم جستجو استفاده کنید؛ مثلاً با اضافه کردن علامت + در قبل از یک کلمه یا یک عبارت به گوگل می‌گویید که آن کلمه حتماً باید در نتایج وجود داشته باشد.

- برای انواع مختلفی از کوئری‌های مورد نظر در گوگل آرتس هشدار تنظیم کنید؛ به‌عنوان مثال، حالت‌های مختلفی که یک سؤال یکسان را می‌توان پرسید در نظر بگیرید. توجه داشته باشید که با هر آدرس ایمیل می‌توانید تا ۱۰۰۰ هشدار به سیستم اضافه کنید؛ بنابراین حساست به خرج ندهید. - اگر فید RSS دارید، می‌توانید هشدارها را به‌جای ایمیل، به آنجا ارسال کنید تا صندوق ایمیل‌های دریافتی‌تان شلوغ نشود.

- برای نظم دادن به هشدارهایی که از طریق ایمیل ارسال می‌شوند از Google Inbox استفاده کنید. به این منظور کافی است که به‌جای gmail.com به <https://inbox.google.com> مراجعه کنید. همه هشدارهای گوگل آرتس در Inbox زیر یک عنوان طبقه‌بندی می‌شوند که با کلیک بر روی آن می‌توانید همه آن‌ها را به همراه جزئیاتشان مشاهده کنید.

- از کلمات کلی و عام استفاده نکنید. شاید تصور کنید که هرچه اطلاعاتی بیشتری دریافت کنید، اطلاعات بیشتری به دست خواهید آورد و این به نفع شماست؛ به عنوان نمونه شاید بخواهید که برای عناوین کلی حوزه فعالیتتان،

مثل «پوشاک ورزشی» یا «حسابداری» هشدار تنظیم کنید. چنین سیاستی ره به جایی نخواهد برد؛ چرا که اینباکس‌تان تحت حمله سیلی از ایمیل‌های اطلاع‌رسانی قرار می‌گیرد و در نهایت، بدون اینکه حتی آن‌ها را بررسی کنید حذفشان خواهید کرد. بنابراین، از کلمات و عبارات خاص‌تری استفاده کنید که می‌دانید همیشه با کسب‌وکار و اهداف شما مرتبط هستند.

- از فیلترهای گوگل آرتس استفاده کنید. فیلتر در گوگل آرتس راهکاری برای محدود کردن دامنه جستجو است که به کمک آن می‌توانید مواردی مانند تناوب اطلاع‌رسانی، منابع جستجو، منطقه جغرافیایی و زبان مورد نظران را مشخص کنید و لذا نتایج دقیق‌تر و متناسب‌تری را به دست بیاورید.

- دلیل ایجاد هر هشدار را به خاطر داشته باشید. هدف از این توصیه، تأکید بر در نظر داشتن اهداف در هنگام تنظیم هشدارهای اطلاع‌رسانی است؛ چرا که تا زمانی که هدف و برنامه داشته باشید کمتر به بیراهه خواهید رفت.

آیا گوگل آرتس همه نیازهای شما را پوشش می‌دهد؟

همان‌طور که مشاهده کردید، پیکربندی و تنظیم هشدار در گوگل آرتس بسیار آسان است و به‌علاوه، این ابزار کاربردی دست شما را برای امتحان کردن کلمات و عبارات‌های مختلف باز می‌گذارد. در عین حال، گوگل آرتس حتی در مورد منابعی مانند وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها (که لابد تصور می‌کنید که باید تسلط تمام و کمالی بر آن‌ها داشته باشد) نمی‌تواند عملکرد صددرصد کامل و بدون نقصی داشته باشد.

علاوه بر این، بخش دیگری که بسیار پویاست و با توجه به تأخیر طبیعی گوگل آرتس در ثبت اطلاعات، اطلاع‌رسانی آن با سرعت مطلوب انجام نمی‌گیرد (یا اینکه همه بخش‌های آن پوشش داده نمی‌شود)، حوزه شبکه‌های اجتماعی است. توجه داشته باشید که با عنایت به علاقه‌مندی بسیاری از کاربران اینترنت به شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، عدم آگاهی یا تأخیر چندروزه در اطلاع از آنچه که در این پلتفرم‌ها می‌گذرد ابداً به نفع شما نخواهد بود. به‌هرحال، این‌ها همان مشتریان بالقوه و بالفعل شما هستند و اگر ندانید که چه نظری درباره برند یا محصولاتتان دارند، نمی‌توانید نظر

و رضایتشان را جلب کنید و لذا این کار را به رقبای واگذار خواهید کرد. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود که در کنار بهره برداری از مزایای گوگل آرتس، از استفاده از ابزارهای تحلیل و رصد شبکه‌های اجتماعی نیز غافل نشوید.

[بیشتر بخوانید: آموزش گوگل ترندز؛ چطور از این ابزار برای رشد کسب‌وکارمان استفاده کنیم؟](#)

حرف آخر

گوگل آرتس یکی از ساده‌ترین و درعین‌حال، کارآمدترین ابزارهایی است که می‌توان در بازاریابی از آن بهره برد و از آنجایی که اطلاع از گفته‌ها و نظرات مردم درباره کسب‌وکارشان همیشه مهم است، هیچ عذر و بهانه‌ای برای عدم استفاده از این ابزار سودمند پذیرفتنی نخواهد بود.

چنانچه هنوز به سمت استفاده از گوگل آرتس نرفته‌اید فقط چند دقیقه وقت بگذارید و از همین امروز مهم‌ترین اسامی و کلمه‌های کلیدی مورد نظرتان را از طریق روش‌هایی که ذکر شد زیر نظر بگیرید. مطمئن باشید که پس از مدتی از اطلاعاتی که به دست می‌آورید و تأثیر آن‌ها شگفت‌زده خواهید شد.