

لینک سازی داخلی چیست؟ آموزش لینک سازی داخلی و تاثیر آن بر سئو



نویسنده: مهران منصوری فر

با ساخت لینک ها برای یک سایت می توان آن را به عنوان سایتی مهم در نظر گوگل جلوه داد. گوگل با استفاده از لینک های داده شده به یک صفحه به میزان اهمیت آن صفحه پی می برد، با استفاده از لینک سازی داخلی می توانید به بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو کمک کنید. سئو داخلی (On-Page SEO) از طریق بهینه سازی محتوایی و لینک سازی داخلی، و سئو خارجی (Off-Page SEO) با کمک لینک سازی خارجی، می توانند به بهبود و رشد وبسایت کمک کنند

مقاله مرتبط: [موتور جستجو چیست و چگونه کار می کنند؟ \(+الگوریتمها\)](#)

در ادامه به توضیحات بیشتری در رابطه با اهمیت لینک سازی داخلی می پردازیم



لینک سازی داخلی (Internal links) چیست؟

لینک سازی داخلی نوعی لینک سازی است که از داخل سایت به دیگر صفحات سایت لینک داده می شود. لینک های داخلی آدرسی مشابه آدرس اصلی سایت دارند که ادامه ی مسیر به آدرس اصلی سایت اضافه شده و گوگل به همین ترتیب متوجه می شود که لینک، از نوع لینک داخلی است

صفحه لینک شده به یک انکر تکست باید موضوع مرتبطی با کلمات آن داشته باشد. به طور مثال نمی توانید در رابطه با آموزش وردپرس مطلب بگذارید و انکر تکست آموزش وردپرس را به صفحه ی آموزش نقاشی لینک کنید. با این کار گوگل سایت لینک شده را سایتی با محتوای بیهوده تصور می کند

منظور از لینک سازی داخلی، لینک سازی هدفمند برای هر کلمه کلیدی برای صفحه مربوط به آن کلمه می باشد. هر کلمه کلیدی باید صفحه هدف (landing page) جداگانه ای داشته باشد تا گوگل متوجه شود که سایت به صورت تخصصی در حال فعالیت روی کلمه های مطرح شده است. مثلاً یک سایت پزشکی که در حوزه ی قلب و عروق فعالیت دارد نباید تمام صفحات خود را با کلمه ی کلیدی جراحی قلب محتوا گذاری کند بلکه باید عنوان های مختلف و کلمات مرتبط دیگر را هم مورد بررسی قرار داده و مقالات جامع تری ارائه دهد

این که مثلا ۲۰ مقاله با عنوان جراحی قلب بگذاریم نه تنها به سئو سایت کمک نمی کند بلکه گوگل را نیز برای انتخاب صفحه هدف گمراه می کند و در واقع نمی داند کدام صفحه شما را باید در نتایج خود نمایش دهد و همین موضوع باعث افت رتبه شما در گوگل خواهد شد

هم چنین لینک سازی داخلی باعث افزایش سرعت ایندکس شدن سایت نیز می شود، زیرا خزنده های گوگل با استفاده از لینک ها می توانند به همه جای سایت سر بزنند و سایت را با سرعت بیشتری ایندکس کنند

علاوه بر تاثیر خوب لینک سازی داخلی روی گوگل، با این کار می توان باعث بهبود تجربه کاربری یا (User Experience) نیز شد، زیرا در صورتی که مطالب تولید شده واقعا جذاب و کاربردی باشد و کاربران از خواندن مقالات لذت ببرند، اگر مطلبی به عنوان مطلب پیشنهاد شده توسط نویسنده ارائه شود، قطعا مقاله ی بعدی نیز توسط کاربران خوانده خواهد شد. همین موضوع باعث ماندگاری بیشتر کاربران در سایت و مشاهده صفحات بیشتر خواهد شد که نتیجه نهایی آن بهبود سئو را رقم خواهد زد

چرا لینک سازی داخلی در سئو اهمیت دارد؟

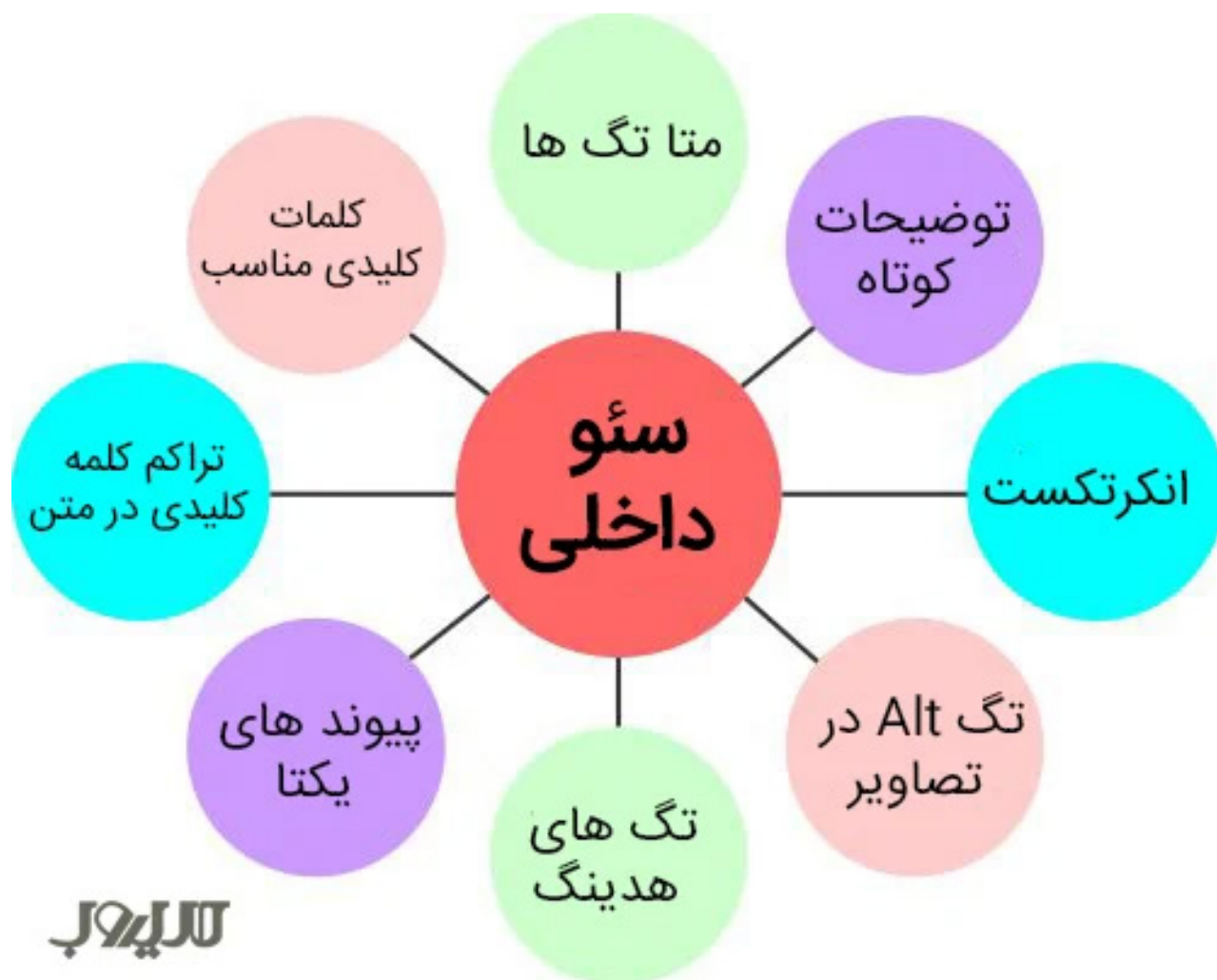
ساختار وب را به تار عنکبوت تشبیه می کنند زیرا تارهای عنکبوت همگی به هم متصل هستند و عنکبوت ها با استفاده از تارها به هر نقطه ای می روند حال اگر به هر دلیلی یکی از تارها پاره شود عنکبوت ها برای رفت و آمد به مشکل می خورند و مسیر دیگری را انتخاب می کنند

ساختار گوگل نیز به همین صورت است خزنده های گوگل با استفاده از لینک ها مسیر رفت و آمد خود را انتخاب می کنند و اگر صفحه ای لینک داخلی و خارجی نداشته باشد به معنی بن بست است. بن بست ها نه تنها از نظر گوگل مضر هستند بلکه باعث می شود کاربران هم از صفحه خارج شوند و شما به راحتی برای آن ها صفحه خروج یا Exit page ساخته اید

با توجه به این توضیحات در نظر داشته باشید که اگر ساختار وب را به خود نگیرید گوگل در سایت شما به بن بست می خورد و این مسئله به سئو هر سایتی صدمه خواهد زد

هر چه سایت شما از صفحات خروج (Exit Page) کمتری برخوردار باشد برای گوگل محبوب تر خواهید شد. با استفاده از انواع روش های لینک سازی داخلی و هم چنین لینک سازی خارجی بن بست ها را از سایت خود حذف خواهید کرد

مقاله مرتبط: [سئو چیست و چگونه شروع کنیم؟ گام به گام تا صفحه یک گوگل](#)



مزایای لینک سازی داخلی برای بهبود رتبه سایت در گوگل

لینک سازی داخلی عاملی ضروری برای گوگل و سایر موتورهای جستجو است. گوگل برای کشف محتوا در وبسایتها و رتبه بندی آن در نتایج جستجو، لینکها را دنبال می کند. اگر یک پست یا صفحه لینکهای زیادی دریافت کند، این موضوع ارزشمند بودن محتوا را به گوگل نشان می دهد. لینک سازی داخلی فرایندی است که شما به عنوان مالک سایت آن را کنترل می کنید.

بازدیدکنندگان و گوگل با لینک‌های داخلی صحیح به مهم‌ترین صفحات شما هدایت می‌شوند. بر همین اساس استفاده از پیوندهای داخلی برای ارتقای رتبه‌بندی وبسایت‌ها در گوگل عامل مهمی به‌شمار می‌آید. در ادامه به مزایای لینک سازی داخلی برای سئو وبسایت می‌پردازیم

ایجاد رابطه بین محتواها

گوگل وبسایت‌ها را با دنبال کردن لینک‌های داخلی و خارجی و با استفاده از رباتی به نام Googlebot پیدا می‌کند. این ربات به صفحه اصلی وبسایت می‌رسد، صفحه را رندر کرده و اولین پیوند را دنبال می‌کند. با دنبال کردن پیوندها، گوگل توانایی بررسی رابطه بین صفحات مختلف، پست‌ها و سایر محتواها را به دست می‌آورد. بر همین اساس گوگل متوجه می‌شود که کدام صفحات در وبسایت شما موضوعات مشابهی را پوشش می‌دهند

کمک به موتورهای جستجو برای پیدا کردن محتوا

همانطور که وبسایت‌ها از نظر اندازه و پیچیدگی رشد می‌کنند، صفحات یتیم به یک چالش جدی تبدیل شده‌اند. محتوای یتیم به صفحاتی در وبسایت اشاره می‌کند که هیچ پیوند داخلی در آن‌ها وجود ندارد. این مشکل به این دلیل است که موتورهای جستجو نمی‌توانند آن‌ها را بدون پیوند داخلی برای هدایت ربات Google به این صفحات پیدا و فهرست کنند.

لینک سازی داخلی به صفحات تازه منتشر شده، راهکارهای بیشتری را برای دستیابی به آن محتوا در اختیار موتورهای جستجو ارائه می‌دهد



افزایش اعتبار ارزش صفحات داخلی

گوگل علاوه بر درک رابطه بین محتوا، ارزش لینک را بین تمام لینک‌های یک صفحه وب تقسیم می‌کند. اغلب، صفحه اصلی یک وبسایت دارای بیشترین ارزش لینک است؛ زیرا بیشترین بک لینک را دارد. این مقدار پیوند بین تمام پیوندهای آن صفحه اصلی به اشتراک گذاشته خواهد شد. مقدار پیوند ارسال شده به صفحه، بین پیوندهای آن صفحه و غیره تقسیم می‌شود

بنابراین، اگر از صفحه اصلی به جدیدترین پست‌های وبلاگ خود لینک داخلی بدهید، ارزش پیوند بیشتری خواهند داشت. همچنین اگر پست‌های آخر خود را از صفحه اصلی پیوند دهید، Google این صفحات را سریع‌تر پیدا می‌کند

با لینک سازی داخلی به صفحات جدید یا به‌روزشده از صفحات پربازدید یا صفحاتی که اغلب خزیده می‌شوند، مسیر روشنی را برای ربات‌ها خزنده به‌منظور کشف و فهرست‌بندی محتوای جدید فراهم می‌کنید. این فرایند کمک می‌کند تا صفحات جدید یا به‌روزشده سریع‌تر ایندکس شده و سریع‌تر در نتایج جستجو ظاهر شوند

بهبود تجربه کاربری

اگر از مزایای فنی لینک سازی داخلی فاصله بگیریم، این نوع پیوند دهی برای کاربران نیز مزایایی به همراه دارد. پیوندهای داخلی، پیمایش وبسایت شما را آسان‌تر می‌کنند؛ زیرا کاربران می‌توانند برای یافتن اطلاعات جدید و تکمیل جستجویی از صفحه‌ای به صفحه دیگر خود بروند با پیوند دادن محتوای مرتبط، به کاربران کمک می‌کنید تا اطلاعات یا منابع بیشتری را در مورد یک موضوع خاص بدون انجام جست‌وجوهای اضافی کشف کنند. این کار تجربه کلی بازدیدکنندگان وبسایت شما را بهبود می‌بخشد

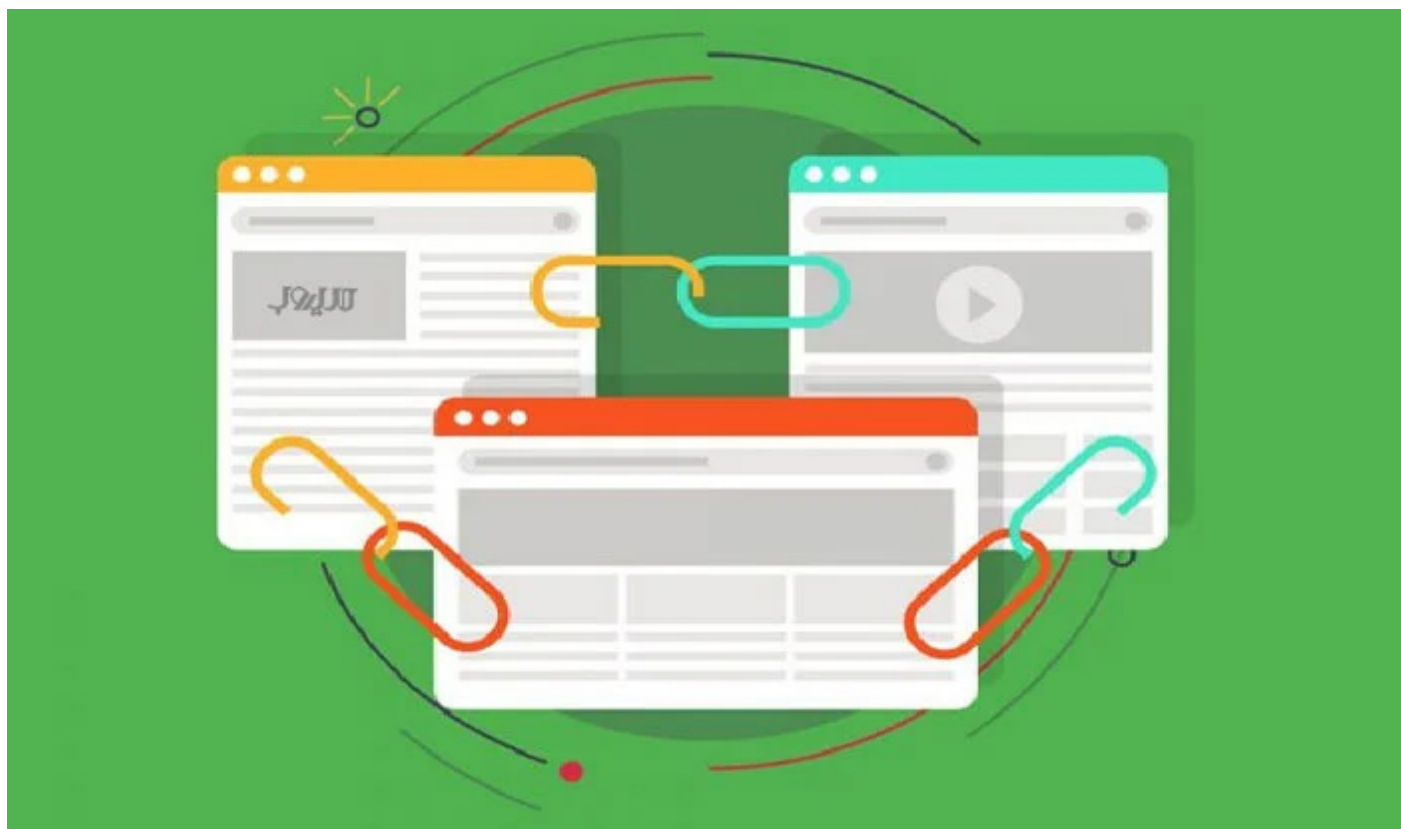
لینک سازی داخلی همچنین ارتباط متنی را افزایش می‌دهند که روشی کاربردی برای این موضوع به‌شمار می‌آید که محتوای شما در مورد چه چیزی صحبت می‌کند

مطالعه بیشتر: [۱۰ روش بهبود تجربه کاربری برای موفقیت در کسب و کار اینترنتی](#)

بهبود خزیدن ربات‌های گوگل

خزیدن راهی است که ربات‌های گوگل در وبسایت شما حرکت می‌کنند تا نوع محتوا را ارزیابی کنند.. با لینک سازی داخلی، کشف صفحات در وبسایت برای موتورهای جستجو آسان‌تر می‌شود. موضوع را این‌طور در نظر بگیرید. به خزیدن ربات‌های گوگل در وبسایت به‌عنوان سفری برای یافتن اطلاعات فکر کنید. سفر ممکن است از صفحه اصلی شما شروع شود؛ اما اگر هیچ پیوندی به صفحات سایت دیگر نداشته باشید چه اتفاقی می‌افتد؟ سفر در همان لحظه به پایان می‌رسد

اگر تعداد زیادی لینک داخلی در آن صفحه و در صفحه بعدی و صفحه بعدی ... داشته باشید، ادامه سفر را برای گوگل آسان‌تر می‌کند. در تمام این مدت، این سفر در حال کشف صفحات جدید برای فهرست‌بندی و رتبه‌بندی، کلمات کلیدی جدید برای رتبه‌بندی و نشانه‌های مختلف برای نشان دادن قدرت موضوعی وبسایت شما است



انواع لینک سازی داخلی

لینک سازی اتوماتیک داخلی (automatic internal links)

نوعی [لینک سازی](#) است که در سیستم وردپرس با استفاده از افزونه ی Automatic SEO Links می توانید کلماتی را به عنوان کلمه ی کلیدی معرفی کنید و هر موقع در متن از کلمات کلیدی استفاده کردید به طور خودکار به صفحه ی هدف (landing page) لینک داخلی انجام شود به طور مثال با اضافه کردن کلمه ی تولید محتوا در این افزونه هرگاه در مدیر وب مطلبی بنویسیم که از کلمه ی کلیدی تولید محتوا در آن استفاده شده باشد به صورت خودکار این کلمه به صفحه ی <https://modireweb.com/content-marketing> لینک خواهد شد

هم چنین می توانید از برنامه نویس سایتتان بخواهید که این ویژگی را به راحتی برایتان کد نویسی کند. به طوری که هم مطالب مرتبط و هم محصولات مرتبط را بر اساس کلمات کلیدی موجود در محتوا به کاربران خود پیشنهاد دهید

با این روش همه صفحاتی که کلمه کلیدی تولید محتوا را داشته باشند به یک صفحه هدف لینک خواهند شد و این موضوع باعث می شود کاربر هم با استفاده از این ویژگی با مطالعه هر مطلب بتواند مطالب مرتبط را هم مطالعه کند و در نتیجه زمان بیشتری نیز در سایت باقی خواهد ماند

به طور مثال کاربر در سایت مدیر وب با مطالعه ی [مطلب ارتباط بازاریابی محتوا با سئو دقیقاً چیست؟](#) می تواند تمام مطالب مرتبط با کلمه کلیدی تولید محتوا را مطالعه کند و حتی محصولات فروشگاه که با این مطلب در ارتباط می باشد نیز برایش نمایش داده می شود. به این شیوه لینک سازی، لینک سازی اتوماتیک (automatic internal links) می گویند



لینک سازی دستی داخلی یا لینک سازی در داخل محتوا (manual internal links)

اگر بدون افزونه و کد نویسی لینک سازی داخلی انجام شود به لینک های تولید شده در مقالات، (لینک سازی دستی داخلی) می گویند لینک هایی که خودتان می سازید و به دیگر مطالب مرتبط سایتتان لینک می کنید از جمله این لینک ها هستند که با استفاده از آن ها به کاربران می فهمانید که در این حوزه اطلاعات بیشتری در سایت دارید که می توانند به آنها نیز مراجعه کنند. این نوع لینک سازی تأثیر بسیار خوبی بر روی گوگل و بازدید دیگر صفحات توسط کاربران دارد

لینک سازی عکس ها

لینک سازی تصویری با استفاده از تگ Alt به گوگل کمک می کند تا موضوع عکس را شناسایی کند و در بهبود سئو سایت مؤثر باشد

لینک سازی در صفحه اول سایت

لینک های موجود در صفحه اصلی سایت از اهمیت بالایی برخوردارند و می توانند به بهبود رتبه صفحات لینک شده در گوگل کمک کنند

لینک سازی در منو

لینک سازی در منوی سایت، با استفاده از کلمات کلیدی مرتبط، به بهبود سئو و افزایش رتبه صفحات هدف کمک می کند



چگونه استراتژی پیوند داخلی خود را بسازید؟

اکنون که اصول اولیه لینک سازی داخلی را می‌دانید، وقت آن است که استراتژی خود را بسازید. برای این کار در ادامه راهکارهایی کاربردی را به شما معرفی می‌کنیم تا بتوانید بر اساس آن استراتژی اختصاصی خود را برای لینک سازی داخلی وبسایت خود بسازید

صفحات ستون (Pillar) سایت خود را شناسایی کنید

در اولین گام از ساخت استراتژی شخصی خود برای لینک سازی داخلی، با تهیه فهرستی از صفحات ستونی شروع کنید.

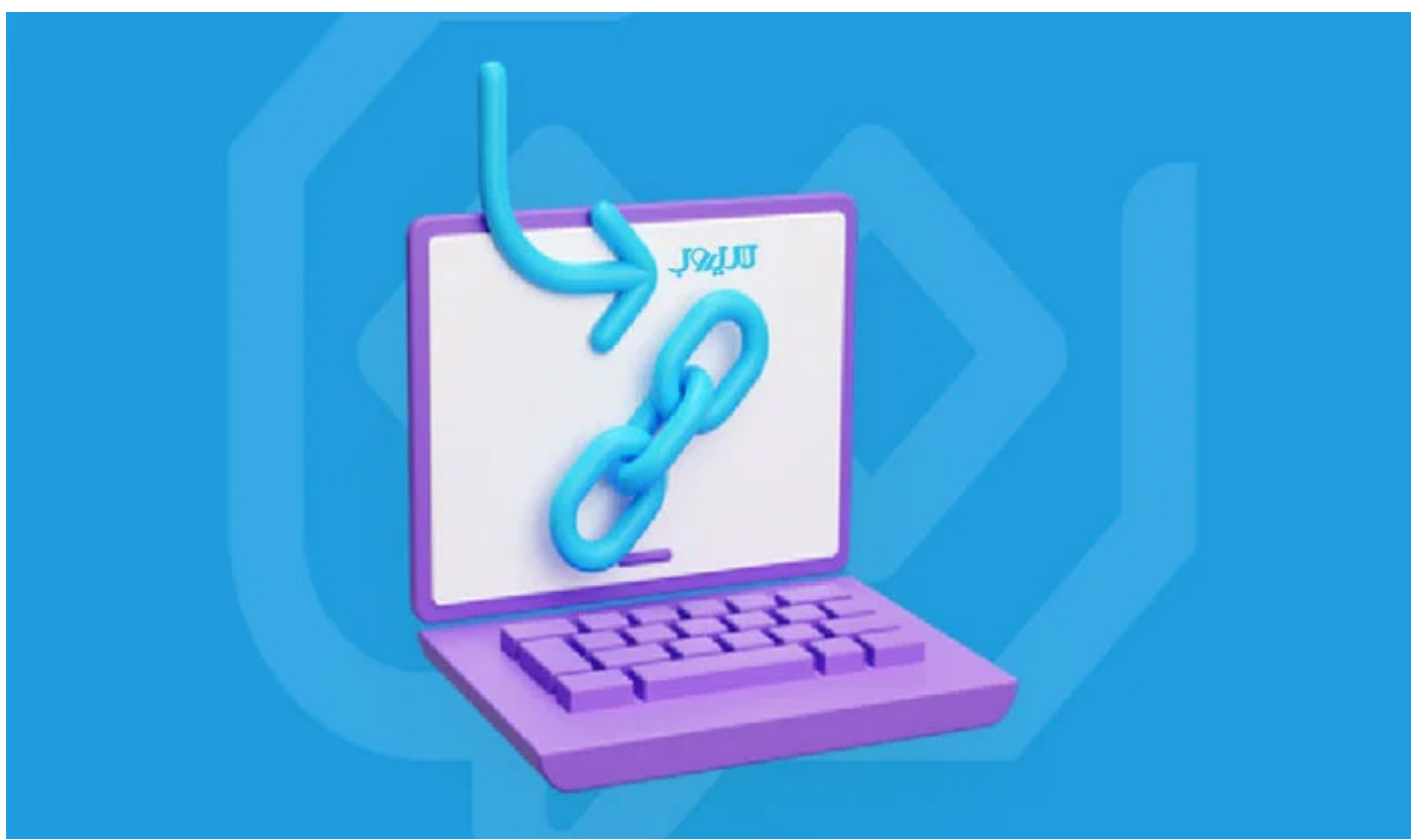
به عنوان مثال، صفحات مرکزی در مورد یک موضوع گسترده که به صفحات مرتبط و خاص تر پیوند می‌خورند

صفحات پیلار به شما کمک می‌کنند تا موضوعاتی بسازید که شامل گروه‌هایی از محتواها با موضوعات خاص می‌شوند. ارائه صفحات پیلار و دسته‌های موضوعی به شما برای ساختن معماری وبسایت کمک می‌کند. از سوی دیگر صفحات پیلار باید کلمات کلیدی گسترده با حجم جستجوی بالا را به جای لانگ تیل‌ها هدف قرار دهند تا لینک سازی داخلی تاثیر بیشتری در بازدید از صفحات وبسایت داشته باشد

ایجاد دسته‌های موضوعی با استفاده از پیوندهای داخلی

پس از شناسایی و ساخت صفحات پیلار، زمان آن رسیده است که دسته‌های موضوعی خاص‌تری را برای هر یک از آن‌ها ایجاد کنید. ستون را به عنوان موضوع اصلی و خوشه‌ها را به عنوان موضوعات حمایت‌کننده و خاص‌تر در نظر بگیرید. به عنوان مثال اگر صفحه پیلار شما در مورد "کپی رایتینگ" بود، خوشه‌های آن می‌توانند موضوعاتی مانند: "کپی رایتینگ چیست" و "ابزارهای کپی رایتینگ" را در بر بگیرند. این صفحات باید با لینک سازی داخلی به صفحه پیلار پیوند داده شوند تا ارتباط موضوعی را به نمایش بگذارند و نشان دهند که صفحه پیلار صفحه اصلی است

برای شروع، خوشه‌های موضوعی خود را ترسیم کرده و ایده‌هایی برای صفحات پشتیبانی مرتبط ایجاد کنید



انتخاب انکرتکست مناسب

برای فرایند لینک سازی داخلی استفاده از انکرتکست‌ها اهمیت بالایی دارد. انکرتکست متن قابل کلیک است که در یک هایپرلینک ظاهر می‌شود. شما کنترل کاملی بر روی انکرتکست در سایت خود دارید. در مورد کلمات و عباراتی که استفاده می‌کنید استراتژی مناسب انتخاب کنید تا به وضوح موضوعات صفحه هدف خود را نشان دهند

انکرتکست باکیفیت هم به کاربران و هم به موتورهای جستجو کمک می‌کند تا قبل از کلیک بر روی آن، تعیین کنند که صفحه درباره چیست؟ همچنین ارائه انکرتکست مرتبط، به گوگل اجازه می‌دهد تا ساختار سایت شما را بهتر درک کند. این فرایند زمینه بیشتری را برای نحوه ارتباط صفحات با یکدیگر و لینک سازی داخلی به وجود می‌آورد

معمولا انکرتکست مناسب برای لینک سازی داخلی باید دارای ویژگی‌های زیر باشد

- مختصر: انکرتکست را مختصر نگه دارید تا برای کاربران و موتورهای جستجو روشن باشد که موضوع صفحه در مورد چیست. بهتر است انکرتکست پنج کلمه یا کمتر باشد
- مرتبط: از متن‌های مبهم و مبتنی بر طعمه‌کلیکی مانند "اینجا کلیک کنید" اجتناب کنید. هیچ‌کدام از گزینه‌ها هدف صفحه را به گوگل نشان نمی‌دهند
- بهینه‌شده: تا زمانی که انکرتکست مربوط به صفحه پیوند شده باشد، احتمال افزایش بازدید از صفحات وبسایت شما افزایش می‌یابد

با در نظر گرفتن تمام این شیوه‌ها، انکرتکست‌ها را برای لینک سازی داخلی و بر اساس کلمات کلیدی به محتوای ستون و کلاستر خود اختصاص دهید

صفحات معتبر سایت خود را شناسایی کنید

معتبرترین صفحات وبسایت شما دارای بک لینک‌های باکیفیت (پیوندهایی از صفحات خارجی) هستند که به آن‌ها اشاره می‌کنند. گوگل بک لینک‌ها را به‌عنوان رای اعتماد می‌بیند. بنابراین، اگر یک صفحه آرای زیادی داشته باشد، می‌توان برخی از این اختیارات را منتقل کرد. هدف شناسایی صفحات معتبر وبسایت و لینک سازی داخلی در آن‌ها این است که به طور استراتژیک این اختیار (یا ارزش پیوند) به صفحات دیگر منتقل شوند



حمایت از صفحات جدید

اگر هنوز بک لینک‌های معتبر زیادی به دست نیاورده‌اید، یک ساختار لینک سازی داخلی قوی بسیار مهم است

برای شروع، یک محتوای جدید یا صفحه‌ای را انتخاب کنید که می‌خواهید عملکرد بهتری داشته باشد. سپس، فرصت‌هایی را برای پیوندهای مرتبط شناسایی کنید. نوار جستجوی گوگل را برای یافتن صفحات مرتبط در سایت خود به کار بگیرید. در این صفحات باید کلمه کلیدی هدف ذکر شده باشند

مشکلات رایج لینک سازی داخلی و نحوه رفع آن‌ها

در بسیاری از مواقع کاربران برای لینک سازی داخلی با مشکلات متعددی روبرو می‌شوند. بر همین اساس در ادامه مطلب به بررسی مشکلات مربوط به پیوندهای داخلی می‌پردازیم و راهکارهایی را برای رفع آن‌ها بیان می‌کنیم

لینک‌های شکسته داخلی (Broken internal link)

لینک‌های شکسته داخلی، پیوندهایی هستند که با کلیک بر روی آن‌ها کاربران با ارور ۴۰۴ روبرو می‌شوند. به عبارت بهتر پیوندهای داخلی شکسته هم کاربران و هم خزنده‌های موتورهای جستجو را به صفحاتی هدایت می‌کنند که وجود ندارند

به‌عنوان مثال، لینک‌های شکسته ممکن است به دلیل صفحات حذف شده و لینک‌های اشتباه تایپ شده نمایان شوند. برای رفع مشکل لینک‌های شکسته داخلی باید پیوندهای شکسته را در بخش "Errors" گزارش پیوند داخلی خود پیدا کرده و سپس، پیوندی را که به یک صفحه زنده اشاره دارد، حذف کرده یا جایگزین کنید

لینک‌های شکسته داخلی از دو طریق می‌توانند بر عملکرد وبسایت شما تاثیر منفی بگذارند

تجربه کاربری نامناسب: هدایت کاربران به صفحه‌ای که وجود ندارد می‌تواند باعث ناامیدی آن‌ها شود. وقتی با کلیک بر روی لینک‌های داخلی شکسته، ارور ۴۰۴ مشاهده می‌شود، بازدیدکنندگان به سمت مشاهده صفحات رقیب می‌روند

هدر رفتن بودجه خزش وبسایت: موتورهای جستجو فقط زمان محدودی را در هر وبسایتی صرف می‌کنند تا به خزیدن پردازند و آن را برای نتایج جستجو فهرست کنند (مفهومی که به عنوان بودجه خزش شناخته می‌شود). اگر موتورهای جستجو را از طریق پیوندهای شکسته خود به صفحاتی هدایت کنید که وجود ندارند، موتور جستجو نمی‌تواند وقت کافی را برای ارزیابی صفحات دیگر شما اختصاص دهد. این موضوع می‌تواند منجر به کاهش دید در نتایج جستجو شود

بیشتر بخوانید: [Broken Link یا لینک شکسته چیست؟ نحوه شناسایی و اصلاح آن](#)



وجود تعداد زیادی لینک داخلی

تعداد زیادی لینک در یک صفحه می‌تواند ربات‌های خزنده گوگل را گمراه کند. علاوه بر این، تعداد زیادی پیوند داخلی در یک صفحه، تشخیص اینکه کدام پیوندها مهم هستند را برای کاربران و موتورهای جستجو دشوار می‌کند. برای رفع لینک سازی داخلی متعدد کافی است فقط لینک‌هایی را استفاده کنید که نیاز دارید. فراموش نکنید که در لینک سازی داخلی، اصل بر کم بودن پیوندها است

پیوندهای Nofollow در لینک‌های داخلی

سئوکاران اغلب از ویژگی nofollow برای پیوندهای خروجی به صفحاتی استفاده می‌کنند که نمی‌خواهند بازدید داشته باشند

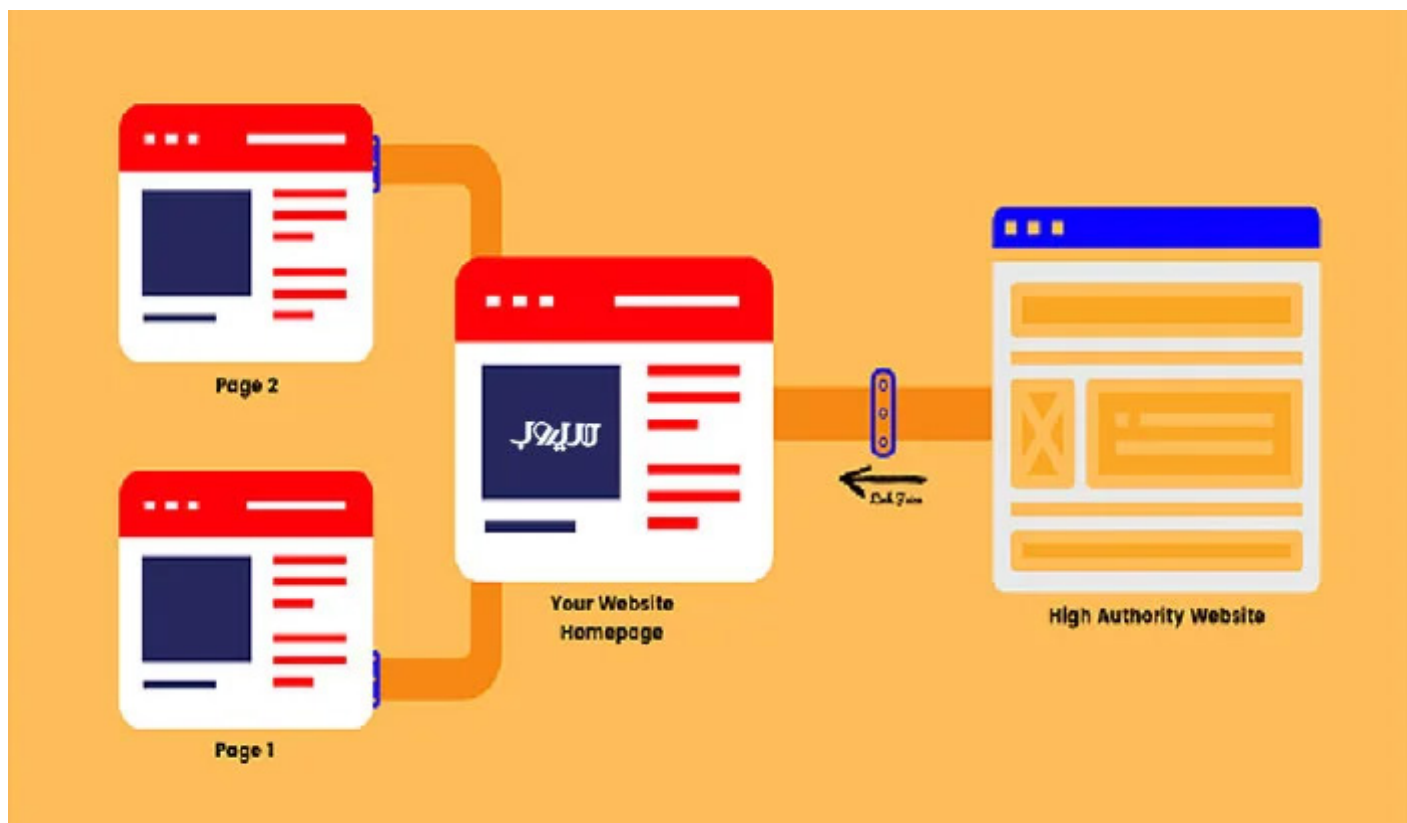
اما شما باید بیشتر لینک سازی داخلی را به عنوان لینک‌های "فالو" تعیین کنید. پیوندهای فالو از نظر فنی دارای ویژگی خاصی نیستند. آن‌ها فقط پیوندهای ساده‌ای هستند که ارزش سئو را به صفحات دیگر منتقل می‌کنند. برای حل این مشکل باید در بخش هشدارهای سایت خود، گزارش پیوند داخلی را پیدا کرده و سپس ویژگی `rel="nofollow"` را از آن‌ها حذف کنید

بیشتر بدانید: لینک فالو و لینک نوفالو چه کاربرد هایی دارند؟

مشکل صفحات یتیم

صفحه یتیم صفحه‌ای است که هیچ پیوندی از هیچ یک از صفحات دیگر شما ندارد. از آنجایی که گوگل صفحات را از طریق پیوندها پیدا می‌کند، معمولاً برای یافتن صفحات یتیم کار سخت‌تری دارد. در صورت عدم پیدا کردن صفحات یتیم توسط گوگل، صفحه ایندکس نشده و در نتایج جست‌وجو ظاهر نمی‌شود

برای پیدا کردن صفحات یتیم، به دنبال خطای "Orphan site map pages" در بخش "Warnings" گزارش پیوند داخلی خود بگردید. سپس، از صفحه دیگری به آن پیوند دهید. فقط مطمئن شوید که آن صفحه نیز یک صفحه یتیم نباشد، در غیر این صورت مشکل ادامه خواهد داشت



صفحات تنها با یک لینک داخلی ورودی

در لینک سازی داخلی برخی مواقع تنها فقط از یک لینک داخلی ورودی می‌گیرند. پیوندهای داخلی به موتورهای جستجو نشان می‌دهند که کدام صفحات مهم هستند؛ بنابراین هر چه لینک‌های داخلی ورودی یک صفحه بیشتر باشد، موتورهای جستجو راحت‌تر آن صفحه را پیدا کرده و سپس رتبه‌بندی می‌کنند. در این بین یافتن صفحات یتیم و صفحاتی با یک لینک داخلی دشوارتر است و موتورهای جستجو آن‌ها را کم‌اهمیت‌تر می‌دانند. بر همین اساس باید برای پیدا کردن این صفحات دقت داشته باشید برای حل مشکل صفحات تنها با یک لینک داخلی ورودی، ابزارهایی مانند سمراش که فرایند ارزیابی سایت را انجام می‌دهند، به شما کمک می‌کند.

کافی است به گزارش پیوند داخلی خود بروید و در قسمت “Announcements”
” به دنبال خطای “Pages with only one internal link” بگردید

[مقاله مرتبط: یک لینک PBN چیست؟ چگونه آن را پیاده سازی کنیم؟](#)

تغییر مسیرهای لینک داخلی؛ از مهم‌ترین مشکلات در لینک سازی داخلی

فرض کنید یک صفحه قدیمی را به صفحه جدید هدایت می‌کنید. سایر صفحات سایت شما ممکن است همچنان به صفحه قدیمی پیوند داشته باشند. کاربران بر روی لینک قدیمی شما کلیک کرده و سپس به مکان جدید هدایت می‌شوند. تغییر مسیرهای لینک داخلی زمان بارگذاری صفحه را کاهش می‌دهد که بر تجربه کاربر و سرعت پردازش صفحه تاثیر منفی می‌گذارد

راهکار حل این مشکل این است که پیوندهای داخلی را برای هدایت مستقیم کاربران و موتورهای جستجو به صفحه جدید به روز کنید. برای اطمینان از سلامت لینک‌های داخلی سایت، باید با استفاده از ابزارهایی مانند Screaming Frog یا سایر ابزارهای تحلیل سایت، پیوندهایی که به صفحات قدیمی یا ریدایرکت شده اشاره دارند را شناسایی و اصلاح کنید تا مستقیماً به صفحه جدید متصل شوند



تفاوت لینک سازی داخلی با لینک سازی خارجی

تفاوت لینک سازی داخلی و خارجی را می توان با مثالی توضیح داد: فرض کنید به فروشگاه می روید تا محصولی بخرید و فروشنده شما را متقاعد می کند، اما وقتی دوستی قدیمی شما تایید می کند که محصول خوب است، اعتماد شما بیشتر می شود. در [لینک سازی خارجی](#) نیز گوگل سایت شما را بررسی می کند اما محبوبیت شما را از تایید سایت های معتبر دیگر می سنجد. هرچه بیشتر از سایت های معتبر لینک بگیرید، در نظر گوگل محبوب تر خواهید شد. با این حال، تولید بک لینک مصنوعی می تواند باعث پنالتی شدن سایت توسط گوگل شود



بهترین روش لینک سازی داخلی: مدل پیلار-کلاستر

یکی از موثرترین و حرفه‌ای‌ترین روش‌های لینک‌سازی داخلی، مدل پیلار-کلاستر (Pillar-Cluster) است. این روش نه تنها تأثیر فوق‌العاده‌ای در بهبود سئو دارد، بلکه به دلیل ساختار هدفمند و کاربر محور، در بازاریابی، افزایش تعامل و حتی فروش سایت نیز بسیار موثر خواهد بود.

در این مدل، یک مقاله اصلی (Pillar Page) به عنوان مرکز محتوایی ایجاد می‌شود و سپس مقالات وابسته (Cluster Pages) با لینک‌سازی داخلی به آن متصل می‌شوند. این ساختار، هم به گوگل کمک می‌کند تا ارتباط موضوعی بین محتواها را بهتر درک کند و هم باعث می‌شود کاربران راحت‌تر به اطلاعات مورد نیاز خود دسترسی پیدا کنند.

نکته مهم: لینک‌سازی داخلی باید برای کاربر انجام شود، نه صرفاً برای موتورهای جستجو! یعنی هر لینکی که در محتوا قرار می‌دهید، باید کاربر را به مسیر مناسب و ارزشمند هدایت کند تا تجربه بهتری داشته باشد و سریع‌تر به پاسخ نیازهای خود برسد.

با استفاده از مدل پیلارکلاستر، می‌توانید ساختار لینک‌سازی داخلی سایت خود را حرفه‌ای‌تر کنید، نرخ پرش را کاهش دهید و تعامل کاربران را به شکل چشم‌گیری افزایش دهید.

نکات کلیدی در لینک‌سازی داخلی که نباید نادیده بگیرید

۱. از لینک دادن به صفحات ریدایرکت شده خودداری کنید: یکی از اشتباهات رایج در لینک‌سازی داخلی، لینک دادن به صفحاتی است که خودشان به آدرس دیگری ریدایرکت شده‌اند. این کار نه تنها تجربه کاربری را کاهش می‌دهد، بلکه ممکن است باعث ایجاد حلقه‌های بی‌پایان در مسیر کراول شدن سایت توسط گوگل شود.

• همیشه قبل از لینک دادن، از سالم بودن مقصد لینک مطمئن شوید.
۲. از تعداد بیش از حد لینک داخلی در یک صفحه خودداری کنید: لینک‌های داخلی مانند پلی برای انتقال اعتبار (Link Equity) در سایت عمل می‌کنند. اما اگر تعداد این لینک‌ها در یک صفحه بیش از حد شود، ارزش لینک بین صفحات مختلف بیش از حد تقسیم شده و کاهش می‌یابد. برای درک بهتر این موضوع، تصور کنید که یک رودخانه قرار است آب را به چندین مسیر هدایت کند؛ هرچقدر این مسیرها بیشتر شوند، مقدار آب کمتری به هر کدام می‌رسد

• بهترین راهکار: لینک‌های داخلی را هدفمند و بر اساس اهمیت صفحات انتخاب کنید تا اعتبار به درستی بین صفحات توزیع شود.
۳. لینک‌های داخلی معمولاً باید فالو باشند، مگر در شرایط خاص: در ۹۹ درصد مواقع، لینک‌های داخلی باید به شکل فالو استفاده شوند تا ارزش سئویی از یک صفحه به صفحه دیگر منتقل شود. اما اگر بخواهید یک لینک داخلی را نوفالو کنید، باید دلیل منطقی برای آن داشته باشید. به عنوان مثال جلوگیری از انتقال اعتبار به صفحات کم‌اهمیت مانند صفحه ورود یا پنل کاربری

لینک دادن به محتوای موقت یا غیر ضروری که نمی‌خواهید در نتایج جستجو اهمیت داشته باشد

در مجموع، لینک‌سازی داخلی باید به شکل طبیعی و هوشمندانه انجام شود تا هم کاربران تجربه بهتری داشته باشند و هم ارزش سئویی سایت به بهترین شکل ممکن مدیریت شود

بهترین افزونه‌های مدیریت لینک داخلی در وردپرس + اهمیت استفاده از آن‌ها

لینک‌سازی داخلی بهینه، یکی از مهم‌ترین عوامل در بهبود سئو و تجربه کاربری است. اما مدیریت دستی لینک‌های داخلی در سایت‌های بزرگ چالش‌برانگیز است. اینجاست که افزونه‌های مدیریت لینک داخلی به کمک ما می‌آیند. این ابزارها می‌توانند

- لینک‌های شکسته (Broken Links) را شناسایی کنند و از ایجاد خطاهای ۴۰۴ جلوگیری کنند.
- لینک‌های داخلی سایت را تحلیل کنند و پیشنهادهایی برای بهینه‌سازی ارائه دهند.
- اتوماتیک لینک‌سازی داخلی را انجام دهند و بر اساس کلمات کلیدی، لینک‌های مرتبط بسازند.
- ارزش و اعتبار لینک‌ها را بررسی کنند تا مطمئن شویم که ساختار لینک‌سازی داخلی ما به درستی انجام شده است.

بهترین افزونه‌های مدیریت لینک داخلی در وردپرس Rank Math (پیشنهاد ویژه)

این افزونه یک ابزار همه‌کاره برای سئو است که پیشنهادهای لینک داخلی خودکار می‌دهد و به شما کمک می‌کند صفحات مرتبط را به هم متصل کنید

Internal Link Juicer

یک افزونه حرفه‌ای که به صورت خودکار لینک‌های داخلی مرتبط را در مقالات و صفحات شما اضافه می‌کند

Broken Link Checker

اگر تعداد صفحات سایتتان زیاد است، این افزونه ضروری است! تمام لینک‌های شکسته را شناسایی کرده و به شما اطلاع می‌دهد تا آن‌ها را اصلاح کنید

Link Whisper

این افزونه پیشنهادات هوشمند برای لینک‌سازی داخلی ارائه می‌دهد و باعث می‌شود ساختار لینک‌های داخلی سایتتان بهینه و قوی‌تر شود

چرا باید از افزونه‌های مدیریت لینک داخلی استفاده کنیم؟

اگر لینک‌های داخلی سایت به درستی مدیریت نشوند، مشکلاتی مثل لینک‌های شکسته، توزیع نامناسب اعتبار بین صفحات و کاهش نرخ تعامل کاربران پیش می‌آید. این افزونه‌ها به شما کمک می‌کنند تا فرآیند لینک‌سازی داخلی را بهینه کنید، سئوی سایت را تقویت کنید و تجربه بهتری برای کاربران بسازید

نتیجه: استفاده از افزونه‌های مدیریت لینک داخلی در وردپرس، یک روش هوشمندانه برای صرفه‌جویی در زمان و افزایش قدرت سئو سایت است. با کمک این ابزارها، می‌توانید لینک‌های داخلی خود را حرفه‌ای‌تر مدیریت کنید و ساختار سایتتان را برای کاربران و موتورهای جستجو بهینه‌تر کنید

نکات زیادی در لینک سازی خارجی وجود دارد، در صورتی که آنها را رعایت کنید پنالتهی نمی شوید. در ادامه به توضیح مختصری در رابطه با لینک سازی خارجی می پردازیم

- حتماً در سایت های مرتبط لینک سازی کنید. اگر سایتتان در رابطه با [آموزش سئو](#) است نمی توانید از سایت فروش خودرو لینک خارجی بگیرید.
- در یک بازه‌ی زمانی خاص مدام به یک کلمه‌ی کلیدی لینک خارجی ندهید. از کلمات هم خانواده و یا دیگر کلمات کلیدی سایتتان هم استفاده کنید.
- فقط از یک سایت برای قرار دادن لینک استفاده نکنید. مثلاً تعداد صد لینک خود را روی یک سایت بگذارید و فکر کنید به خاطر تعداد لینک هایتان محبوبیت ایجاد کرده اید.
- این موضوع کاملاً اشتباه است. هر URL یک بار برای شما امتیاز می آورد. تعداد بالای Referring Domain برای شما امتیاز خواهد آورد نه تعداد لینک ها.
- زمانی برای ایجاد لینک ها اقدام کنید که سایتتان از نظر رابط کاربری و محتوا کاملاً جامع و غنی شده باشد. سایت هایی با محتوای کم و غیر اصولی سایت هایی نیستند که مردم به یکدیگر پیشنهاد دهند پس باعث می شوید که گوگل متوجه تقلب شما بشود.
- طبیعی رفتار کنید و بدانید که لینک سازی خارجی کاری زمان بر است و در هر صورت چند ماه باید تحمل کنید تا نتیجه مطلوب را بگیرید.

لینک سازی مسیر رفت و آمد گوگل و کاربران به سایت شما می باشد. اگر می خواهید در سایتتان کاری کنید که کاربران از مطالبی که تهیه کرده اید نهایت استفاده را ببرند و همه ی مطالب شما بازدید خوبی داشته باشند، لینک سازی داخلی انجام دهید و اگر می خواهید به سرعت ایندکس شوید و گوگل مدام به سایتتان سر بزند لینک سازی خارجی انجام دهید. برای تسلط بر اصول لینک سازی و تدوین یک استراتژی سئو مؤثر، شرکت در یک [دوره سئو جامع](#) و حرفه ای توصیه می شود