

چگالی کلمات کلیدی یا تراکم کلمه کلیدی به چه معناست؟

و چه تاثیری در سئو دارد؟

چگالی کلمات کلیدی



نویسنده: مهران منصوری فر

همه چیز از یک کلمه شروع می شود، که کاربر آنرا در کادر جستجو وارد و روی گزینه سرچ کلیک می کند! در کسری از ثانیه هزاران صفحه از وب پیش رویش لیست شده که با آن کلمه کلیدی در ارتباط اند! آنهایی که در صفحه نخست و جزو ۱۰ نتیجه اول هستند، شانس کلیک خوردن را بیشتر از همه دارند. کمتر پیش می آید که کاربر از صفحه دوم، سوم یا ... دهم بازدید کند چون در همان صفحه نخست به هدفش خواهد رسید. برای همین در این نوشته قصد داریم به بررسی اینکه موتورهای جستجو چگونه از یک کلمه، ما را به محتوای مورد نظرمان می رسانند و تراکم کلمه کلیدی بپردازیم.

کلمه کلیدی چیست؟

کلمه کلیدی «keyword» به عبارتی گفته می شوند که کاربران برای یافتن محتوای مورد نیازشان، در موتورهای جستجو وارد می کنند. در واقع کلمات کلیدی همان عبارات و اصطلاحاتی هستند که کاربران اینترنت، از آنها برای دست یابی به محتوای وب سایت ها استفاده می کنند. برای هر سایت و کسب و کار، کلمات کلیدی متفاوتی وجود دارد.

در یک کلام می شود گفت؛ کلمه کلیدی، معرف محتوای یک وب سایت است. هر زمانی که یک کاربر کلمه یا ترکیبی از کلمات را جستجو می کند، همان ها کلمات کلیدی هستند که کاربر را به نتایج مورد نظر می رسانند. در اینجا ذکر یک مثال می تواند تعریف کلمه کلیدی را کاملتر کند.

تصور کنید شما می خواهید اطلاعاتی در مورد وضعیت آب و هوا در چند روز آینده به دست آورید، چه چیزی را جستجو می کنید؟ احتمالاً «هواشناسی یا اخبار آب و هوا» را سرچ خواهید کرد. در اینجا دو عبارت «هواشناسی و اخبار آب و هوا» کلمات کلیدی برای رسیدن به سایت های پیش بینی آب و هوا هستند.



اهمیت کلمه کلیدی برای یک وب سایت

هر وبسایت با توجه به موضوع اختصاصی اش، برای خود کلمات کلیدی دارد. که بر اساس آن محتوای متنی، تصویری، ویدئویی، صوتی و یا ترکیبی از این ها را تولید می کنند.

در واقع مدیران سایت ها در تلاشند تا فکر کاربران را بخوانند و کلمات کلیدی که قرار است برای رسیدن به محتوایشان سرچ کنند، را پیش بینی کنند. تا با وارد کردن این کلمات کلیدی در متا تگ ها و محتوای متنی، کاربر را به سمت سایت خودشان جذب کنند. این کار مستلزم دانش و ابزار خاصی است که با نام سئو SEO شناخته می شود.

دانش سئو مجموعه ای از مهارت ها و ابزارهای آنالیز است که به وبمسترها کمک می کند تا به درک دقیقی از رفتار کاربران و موتورهای جستجو برسند و با آنالیز داده ها کلمات کلیدی را به ترتیب اولویت برای هر سایت یا کسب و کار مشخص سازند. همه این کارها برای حضور موثر در رتبه های بالاتر نتایج جستجو است.

با یافتن کلمات کلیدی و بهینه سازی سایت بر اساس آنها، شانس اینکه یک وبسایت در صفحات نخست نتایج جستجو دیده شود، بالاتر می رود. کلمه کلیدی یک میانبر بین کاربر و محتوای سایت شما است. سعی کنید در انتخاب کیوورد و تراکم کلمه کلیدی در محتوای سایت، بسیار حساس باشید. همه چیز به keyword بستگی دارد!

اگر موضوع را از دید بازاریابی بررسی کنیم باید گفت کلمه کلیدی همان پل بین فروشنده و مشتری است. همان سرنخی که قرار است، کاربر را به سایت شما برساند. با انتخاب کلمات کلیدی مناسب می توان پیروز رقابت شد، اما نه برای همیشه!

تنها وجود چند کلمه کلیدی در سایت تان نمی تواند برای همیشه، نتایج را به نفع شما نگه دارد. رقبای شما بیکار ننشسته اند آنها هم از کلمات کلیدی مشابه استفاده می کنند! پس چاره کار در چیست؟ داشتن یک استراتژی بی نقص و متداوم می تواند راه موفقیت را هموارتر سازد. استفاده درست و مناسب از کلمات کلیدی یکی از مهم ترین فاکتورها در سئو است. کلمات کلیدی سمت و سوی محتوا را نشان داده و از طریق آن ها گوگل تشخیص می دهد محتوا شما درباره چه موضوعی است؟ نکته مهم در استفاده از کلمات کلیدی میزان تکرار آن و در واقع چگالی کلمه کلیدی است. در هر متن چه مقدار باید کلمه یا کلمات کلیدی به کار رود؟ تراکم آن در متن چگونه باید باشد؟ چگالی کلمه کلیدی چقدر بر سئو محتوا تاثیرگذار است؟ اگر پاسخ این سوالات برای شما نیز مهم است، با ما همراه شوید تا بیشتر با این موضوع مهم در دنیای محتوای آشنا شویم.



چگالی کلمه کلیدی یا تراکم کلمه کلیدی به چه معنا است؟

به معنای بسیار ساده چگالی کلمه کلیدی یعنی نسبت تعداد کلمه کلیدی به کل کلمات محتوای شما چقدر است؟ برای به دست آوردن این شاخص کافی است تعداد دفعات به کار بردن کلمات کلیدی را تقسیم بر تعداد کل کلمات کرده و نتیجه را در صد ضرب کنید. نکته مهم در این محاسبه آن است که کلمات کلیدی تگ‌های html یا تگ‌ها دیگر را نباید به مجموع کلمات کلیدی به کار رفته در متن اضافه کنید.

در دنیای سئو اهمیت و تاثیر چگالی کلمات کلیدی یا Keyword Density مخالفان و موافقان خاص خود را دارد. برخی سئوکاران معتقدند که چگالی کلمات کلیدی نقش کلیدی و بسیار مهمی در رتبه بندی سایت داشته و گوگل با استفاده از آن تشخیص خواهد داد که محتوای نگارش شده در چه زمینه‌ای است.

برخی دیگر از سئوکاران معتقدند با توجه به هوشمند شدن گوگل و موتورهای جست و جو چگالی کلمات کلیدی تاثیر زیادی بر این موضوع نداشته و گوگل با توجه به الگوریتم‌های پیشرفته خود سمت و سوی هر محتوا را تشخیص می‌دهد. نتیجه منطقی در میان این دو سناریو آن است که نه نسبت به چگالی کلمه کلیدی باید بی توجه بود نه در استفاده از آن زیاده‌روی کرد.



چگالی کلمه کلیدی به چه معنا است؟

چگالی کلمه کلیدی چقدر باید باشد؟

همانطور که در بالا نیز اشاره شد، برای موفقیت در دنیای سئو بهتر است نسبت به چگالی کلمات کلیدی بی تفاوت نباشید و در استفاده از آن نیز زیاده روی نکنید. بسیاری از سئوکاران معتقدند بهترین عدد برای چگالی کلمه کلیدی در متن یک تا چهار درصد است. به این معنا که اگر محتوای شما هزار کلمه باشد، تعداد تکرار کلمه کلیدی در آن می‌تواند یک تا چهار بار باشد.

تفاوت کلمه کلیدی با عبارت کلیدی در چیست؟

در دنیای سئو و تولید محتوا شما علاوه بر کلمه کلیدی با عبارت کلیدی نیز سروکار دارید. کلمه کلیدی همانطور که از نام آن پیدا است، تنها یک کلمه بوده که معمولاً به عنوان کوئری جست‌وجو مورد استفاده قرار می‌گیرد. عبارت کلیدی از چند کلمه مرتبط با کلمه کلیدی تشکیل شده است.

برای مثال ممکن است در محتوای شما کفش کلمه کلیدی باشد اما کفش اسپرت سفید یک عبارت کلیدی خواهد بود. در تعیین چگالی کلمه کلیدی شما با عبارات کلیدی کاری نداشته و در فرمول مورد نظر تنها کلمه کلیدی تنها را در نظر خواهید گرفت. آمارها نشان می‌دهد با وجود آن که تعداد جست و جوی کلمه کلیدی توسط کاربران در دنیای اینترنت بیشتر است، عبارت کلیدی یک جست و جوی هوشمندانه‌تر بوده و کاربران واقعی را به سایت شما وارد خواهد کرد. در واقع اگر ۱۰ کاربر از طریق جست و جوی کلمه کلیدی سایت شما را پیدا کنند، ممکن است تنها دو کاربر از شما خرید کنند. در حالی که اگر هشت کاربر با جست و جوی عبارت کلیدی وارد سایت شما شوند، ممکن است پنج نفر از شما خرید کنند. چرا که نتایج جست و جو با عبارت کلیدی نتایج دقیق‌تری برای کاربران خواهد بود.



تکرار کلمه کلیدی و تاثیر آن بر دنیای سئو

تا پیش از ۱۰ سال پیش که سئو پدیده‌ای نوظهور و تازه در دنیای دیجیتال بود، تکرار کلمات کلیدی باعث شد بسیاری از صفحات بی کیفیت به نتایج اولیه موتورهای جست و جو راه پیدا کنند. در واقع در آن زمان هرچه تعداد کلمات کلیدی در یک متن بیشتر بود، گوگل آن را سایت ارزشمندتری در نظر گرفته و آن را در نتایج اولیه جست و جو به کاربران نشان می‌داد. در چند سال اخیر ماجرا کاملا تغییر کرده است. الگوریتم‌های گوگل کاملا هوشمند شده‌اند و این روزها تکرار بیش از اندازه کلمات کلیدی نه تنها تاثیر مثبتی بر سئو نداشته بلکه گوگل آن را یک کلاهبرداری سئویی در نظر می‌گیرد. بنابراین به هیچ عنوان در تولید محتوای خود دنبال تکرار بیش از اندازه کلمات کلیدی نباشید.



نحوه توزیع کلمه کلیدی باید چگونه باشد؟

در بخش‌های بالا با میزان منطقی چگالی کلمات کلیدی در متن آشنا شدیم. اکنون این سوال پیش خواهد آمد که نحوه توزیع کلمات کلیدی نیز مهم است؟ قطعاً بله. اگر شما بخواهید در یک متن هزار کلمه‌ای سه بار کلمه کلیدی را در یک پاراگراف بیاورید، از نظر سئو چندان تاثیری نخواهد داشت. بهتر است توزیع منطقی از کلمه کلیدی داشته باشید و آن را در طول متن به شکل مناسبی به کار ببرید. برای آن که بتوانید از توزیع کلمه کلیدی بهترین نتیجه را بگیرید، حتماً آن را در پاراگراف اول و آخر و در میانه متن به کار ببرید. بهترین مکان‌ها برای استفاده از کلمه کلیدی بخش‌های زیر است:

URL سایت

معمولاً هر سایت برای کسب و کاری خاص طراحی می‌شود. که بهتر است بنا به موضوع اصلی سایت کلمه کلیدی در آدرس آن باشد.

عنوان صفحه

همان تگ تایتل یا عنوانی است که برای نوشته خود انتخاب می‌کنید. آنچه که کاربر دنبالش است را در عنوان مطالب بیاورید.

تگ H1

تگ H1 که مهم‌ترین تگ بین هدینگ‌ها است می‌بایست، کلمه یا عبارت کلیدی را در ترکیبش داشته باشد.

محتوای اصلی

آنچه که کاربر برای خواندنش به سایت شما آمده متن اصلی است. در این متن لازم است که تراکم کلمه کلیدی به درستی رعایت شود و نه زیاد به کار رود و نه بسیار کم!

تگ Alt تصاویر

تصاویر موجود در صفحه می بایست توسط تگ Alt برای موتورهای جستجو توصیف شوند. بهتر است در این تگ از کلمه کلیدی استفاده شود.

لینک های داخلی سایت

قرار است توسط لینک های داخلی مطالب تان را به هم مرتبط کنید. سعی کنید در عنوان این لینک ها از کلمات کلیدی صفحه مقصد (که احتمالا یکی از کلمات کلیدی هدف در تجارت شما است)، استفاده کنید.

توضیحات متا

Meta Description همان توضیحات مختصری هستند که در زیر عنوان صفحات، در نتایج جستجو ظاهر می شوند. این توضیحات نباید بیش از ۱۶۰ حرف باشند اما با این وجود بهترین مکان برای قانع کردن کاربر جهت ورود به سایت می باشد.



فرمول تراکم کلمه کلیدی

بسیاری از متخصصان سئو معتقدند که میزان تراکم کلمه کلیدی در هر متن باید بین ۱ تا ۳ درصد کل متن باشد. یعنی به ازای هر صد کلمه یک تا سه بار! اما بهتر است میانگین را در نظر گرفته و ریسک نکنید و همان یک و نیم درصد را مدنظر قرار دهید. برای مثال در یک متن ۱۰۰۰ کلمه ای ۱۵ بار کلمه کلیدی تکرار شود کافیست.

اگر از آن دسته افرادی هستید که دوست دارید همه چیز را طبق قواعد و دستور خاصی انجام دهید برای چگالی کلمه کلیدی هم فرمولی وجود دارد که در اینجا معرفی خواهیم کرد. با استفاده از این فرمول می توانید به میزان تراکم کلمه کلیدی پی ببرید.

$$(100 \times (Nkr / Tkn))$$

در این فرمول Nkr تعداد دفعاتی است که کلمه کلیدی در متن تکرار شده است و Tkn تعداد همه کلماتی است، که در متن وجود دارند. اگر بخواهیم این فرمول را به زبان ساده تر بیان کنیم اینگونه می شود نوشت؛ برای اینکه بخواهیم چگالی کلمه کلیدی در یک متن را به دست آوریم. لازم است تعداد دفعاتی که کلمه کلیدی تکرار شده را بر تعداد کل کلمات متن تقسیم کنیم و سپس نتیجه را در ۱۰۰ ضرب کنیم. همانطور که اشاره شد اگر تعداد کلمات کلیدی موجود در یک صفحه بیش از اندازه مجاز، باشند آن صفحه از طرف موتور جستجو به عنوان اسپم شناخته می شود و از نتایج حذف خواهد شد.

فرمول محاسبه تراکم عبارات کلیدی

در اینجا بهتر است ابتدا در مورد عبارت کلیدی توضیحی مختصر بدهیم سپس به شرح فرمول پردازیم. عبارات کلیدی دقیقا همان کار کلمات کلیدی را انجام می دهند با این تفاوت که کلمه کلیدی یک کلمه است. اما عبارات کلیدی از چند کلمه تشکیل شده است (منظور همان کلمات کلیدی چند سیلابی که در بالاتر ذکر شد می باشد). دلیل استفاده از عبارت کلیدی توضیح بهتر محتوای سایت برای کاربران است.

برای مثال می توان در کمک به کاربری که دنبال غذای سگ است، در کنار کلمه کلیدی سگ از عبارت های «غذای سگ»، غذای ارزان سگ یا بهترین غذای سگ» استفاده کرد.

فرمول چگالی عبارت کلیدی شبیه به همان فرمول کلمه کلیدی است. اما یک بخش اضافه دارد که مربوط به تعداد کلمه های عبارت کلیدی است.

$$100 * (Nkr \times Nwp / Tkn)$$

مقادیر دقیقا مشابه فرمول قبلی هستند و Nwp تعداد کلمات موجود در عبارت کلیدی را مشخص می کند. که برای عبارت «غذای ارزان سگ» عدد ۳ است چون از سه بخش تشکیل شده است.

در پایان این بخش باید به این نکته اشاره شود که لازم نیست، برای هر نوشته نیم ساعتی را به محاسبه چگالی کلمات کلیدی بپردازید. افزونه های بسیاری برای این کار وجود دارند که در زمان نگارش این مطلب افزونه Yoast seo برای سیستم مدیریت محتوای وردپرس این کار را به سادگی و با دقت زیادی انجام می دهد. این افزونه به سادگی نصب و مدیریت می شود و زبان پارسی را هم پشتیبانی می کند.



ترندهایی مهم برای جلوگیری از تکرار کلمات کلیدی

گفتیم که کلمه کلیدی سمت و سوی محتوای شما را تعیین خواهد کرد، اما آیا تکرار یک یا دو بار کلمه کلیدی در یک متن هزار کلمه‌ای می‌تواند سمت و سوی محتوا را به گوگل نشان دهد؟ در پاسخ به این سوال باید گفت علاوه بر تکرار کلمات کلیدی که می‌تواند تاثیر منفی بر سئو سایت شما بگذارد، ترندهایی وجود دارد که می‌توانید از آن‌ها استفاده کنید.

برای جلوگیری از تکرار بیش از اندازه کلمه کلیدی می‌توانید از کلمات کلیدی فرعی استفاده کنید. برای مثال اگر شما یک سایت فروش گوشی دارید، تلفن همراه یا گوشی کلمه کلیدی اصلی شما خواهد بود اما می‌توانید از کلمات کلیدی فرعی مانند فروش گوشی سامسونگ یا برندهای دیگر، فروش اقساطی گوشی یا عبارات دیگر استفاده کنید.

استفاده از کلمات هم معنی ترفند مهم دیگر برای جلوگیری از تکرار کلمات کلیدی است. برای مثال به جای به کار بردن بیش از اندازه موبایل در سایت خود می‌توانید از تلفن همراه یا گوشی استفاده کنید.

ترفند دیگر برای جلوگیری از تکرار کلمه کلیدی استفاده از مشتق کلمات است. به این موضوع توجه داشته باشید که الگوریتم‌های گوگل بسیار هوشمند هستند و با استفاده از کلمات به کار رفته در محتوای شما می‌توانند سمت و سوی آن را تشخیص دهند. برای مثال اگر محتوای شما درباره مکان‌های دیدنی کرمانشاه است، به جای تکرار بیش از اندازه این عبارت مکان‌های دیدنی این شهر را توضیح دهید. برای مثال زمانی که از بیستون و طاق بستان صحبت خواهید کرد، گوگل متوجه خواهد شد متن شما درباره کرمانشاه و جاذبه‌های توریستی آن است، بدون آن که مجبور به تکرار این عبارت کلیدی در متن خود باشید.

استفاده از کلمات هم معنی ترفند مهم دیگر برای جلوگیری از تکرار کلمات کلیدی است



ابزارهای مفید برای بررسی چگالی کلمات کلیدی

در دنیای سئو شما باید از ابزارهای کاربردی برای سنجش معیارهای مختلف استفاده کنید. سنجش چگالی کلمات کلیدی نیز نیاز به ابزارهایی دارد که می‌توانید به راحتی از آن‌ها استفاده کنید.

- افزونه یواست سئو یکی از افزونه‌های بسیار پرکاربرد برای سئوکاران است که فاکتورهای مختلف سئو متن را سنجیده و عیب‌های موجود را به شما نشان خواهد داد. این افزونه همچنین چگالی کلمات کلیدی در یک متن را بررسی کرده و با چراغ سبز و قرمز مناسب بودن یا نبودن چگالی آن را نشان خواهد داد.
- اگر سئوکار حرفه‌ای نیستید و تنها می‌خواهید در یک فایل ورد چگالی کلمه کلیدی محتوای خود را ببینید، نرم افزار ورد آفیس این کار را برای شما انجام خواهد داد. در گوشه پایین ورد تعداد کلمات متن به شما نمایش داده خواهد شد. همچنین می‌توانید با استفاده از `ctrl+f` تعداد کلمه کلیدی مورد نظرتان در متن را پیدا کرده و با یک فرمول ساده ریاضی چگالی آن را تشخیص دهید.
- ابزار آنلاین Small SEO Tools Checker چگالی تمامی کلمات و عبارات کلیدی متن را به شما نشان خواهد داد.
- ابزار SEO Review SEO Tools Checker نیز تراکم هر کلمه کلیدی در متن را به شما نمایش خواهد داد.



ابزار رایگان آنالیز و یافتن کلمه کلیدی

دنیای وب گستردگی بسیاری دارد و سئو روز به روز پیشرفت کرده تا همه چیز را زیر نظر داشته باشد. ابزارهای بسیاری برای آنالیز داده در اختیار وبمسترها هستند. شرکت های بزرگی این ابزارها را توسعه داده اند، که می توان در این میان به گوگل اشاره کرد. در ادامه چند ابزار رایگان اما قدرتمند را به شما معرفی می کنیم که توسط هر کدام از آنها می توانید، به نتایج ارزشمندی برسید. از این ابزارها می شود برای یافتن کلمات کلیدی بهره برد.

Google Trends —

Keyword Shitter —

AdWord & SEO Keyword Permutation Generator _

Answer the Public _

Google Correlate _

Keywords Everywhere _

Wordtracker Scout _

Google Search Console _

سخن پایانی

موتورهای جستجو بر اساس کلمات کلیدی که کاربران جستجو می کنند سعی دارند تا دقیق ترین نتایج را به نمایش بگذارند. این نتایج بر اساس ارزشمند بودن محتوا طبقه بندی می شوند. که مواردی مثل؛ خوانایی، کپی نبودن، تراکم کلمه کلیدی و صدها معیار دیگر در این طبقه بندی دخیل هستند. کسب و کارها برای بهتر دیده شدن، نیازمند به کار گیری کلمات کلیدی مخصوص به خود هستند. که می شود آنها را توسط ابزارهای خاصی که در این مقاله، به برخی از آنها اشاره شد، مشخص کرد.

سئو بر اساس همین کلمات کلیدی keyword شکل گرفته و به روش های مختلف سعی دارد تا محتوای وبسایت ها را به آنچه که کاربران جستجو می کنند نزدیکتر کند. از آنجایی که الگوریتم های رتبه بندی دائماً به سود کاربران در حال تغییرند، می بایست در جهت تولید محتوای کاربر پسند تلاش کرد.