

الگوریتم ونیز چیست و چه تاثیری در سئو محلی دارد؟



الگوریتم ونیز (Venice)
گوگل چیست؟



نویسنده: مهران منصوری فر

الگوریتم ونیز یکی از قدیمی‌ترین الگوریتم‌های گوگل است که بر مبنای سئو محلی بنا شده است. به این معنا که گوگل هنگام جست‌وجوی برخی از کلیدواژه‌ها، موقعیت جغرافیایی آن‌ها را نیز در نظر گرفته و نتایج جست‌وجو را به آن‌ها نشان می‌دهد که نزدیک محل سکونت آن‌ها هستند. این الگوریتم توانست میزان رضایت کاربران از موتور جست‌وجو را تا حد بسیار زیادی بالا برده و آن‌ها را در زمان کوتاه‌تری به چیزی که دقیقاً نیاز دارند، برساند.

نحوه شکل‌گیری الگوریتم ونیز

گوگل همواره به دنبال آن است که عملکرد خود را بهبود بخشد و به نظرات کاربران توجه کرده و آن‌ها را تا حد امکان اعمال کند. نحوه شکل‌گیری الگوریتم ونیز نیز بر همین اساس و برای بهبود تجربه کاربری است.



نحوه شکل‌گیری الگوریتم ونیز نیز بر همین اساس و برای بهبود تجربه کاربری است

قبل از تولد الگوریتم ونیز، اگر کاربران یک کلمه مانند باشگاه ورزشی، رستوران یا سالن زیبایی را جست و جو می‌کردند، نتایجی به آنها نمایش داده می‌شد که ممکن بود از موقعیت مکانی آنها فاصله زیادی داشته باشد، از این رو نتایج جست و جو چندان برای کاربران رضایت بخش و کمک کننده نبود. از طرف دیگر گاهی حتی اضافه کردن شهر نیز کمک چندان به نتایج جست و جو نمی‌کرد. برای مثال جست و جوی کلمه رستوران در شیراز، باز هم نتایج درست و قابل توجهی را به کاربران نشان نمی‌داد، زیرا گوگل بر روی سئوی محلی خود چندان کار نکرده بود. از این رو گوگل برای بهبود تجربه کاربران، کار بر روی سئو محلی خود را آغاز کرد.

گوگل برای این مشکل در ابتدا سرویس گوگل مپ را ارائه کرده و به گسترش آن پرداخت. پس از راه اندازی گوگل مپ، با جست و جوی کلمات کلیدی مکان محوری مانند رستوران، شهربازی، بیمارستان و غیره، موقعیت مکانی آنها در سمت چپ به کاربران نمایش داده می‌شد.

با اضافه شدن گوگل مپ به SERP میزان ترافیک جست و جو برای خدمات و محصولات افزایش چشمگیری پیدا کرد. تنها بعد از دوره کوتاهی از اضافه شدن گوگل مپ، کاربران می‌توانستند موقعیت جغرافیایی خود را به صورت دستی انتخاب کرده تا نتایج جست و جو بر اساس آن به آنها نمایش داده شود.

الگوریتم ونیز نسخه پیشرفته تری بود که در سال ۲۰۱۲ برای بهبود تجربه کاربران و سئو محلی رونمایی شد. این الگوریتم بر اساس دیتاهایی مانند IP کاربران، GPS، گوگل مپ و جست و جوی مکان محور قبلی آن‌ها، موقعیت جغرافیایی او را تشخیص می‌دهد. سپس این اطلاعات را ذخیره می‌کند تا در جست و جوی بعدی نتایج جست و جوی کاربران را براساس آن‌ها نشان دهد.



الگوریتم ونیز و اسپم‌ها

با معرفی الگوریتم Venice سئوکاران کلاه سیاه نیز دست به کار اسپم‌های مختلف شدند. بسیاری از سئوکاران و صاحبان سایت‌ها زمانی که متوجه شدند گوگل به درج شهر و موقعیت جغرافیایی در سایت واکنش مثبت نشان می‌دهد، سایت‌های خود را با انبوهی از نام شهر، استان و موقعیت جغرافیایی خود پر می‌کردند.

این کار باعث می‌شود در سئوی محلی جایگاه بالایی پیدا کرده و در نتایج صدر جست و جو نمایش داده شوند. بعد از مدتی گوگل متوجه این مساله شد و با ارائه راهکارهای مختلفی مانند توسعه گوگل مپ، پیچیده کردن مراحل اعتبار سنجی و استفاده از سرویس Google My Business جلوی سو استفاده کنندگان از سئوی محلی را گرفت. در حال حاضر صاحبان کسب و کار و خدمات مختلف باید آدرس کسب و کار خود را نیز در گوگل ثبت کنند.

تاثیر الگوریتم ونیز بر روی سئو و کسب و کارها

یکی از مهم‌ترین تاثیر الگوریتم ونیز، بر روی کسب و کارهای کوچک و نوپا بود. اگر یک شرکت خدمات و کسب و کار اینترنتی، کار خود را تازه آغاز کرده و به دنبال معرفی خود به کاربران هدف باشد، هیچ چیز بهتر از الگوریتم Venice به کمک آن نخواهد رفت. اگر سایت بتواند جایگاه مناسبی در سئوی محلی پیدا کند، در نتایج جست و جوی کاربران در جست و جوهایی مانند رستوران در مشهد، فروشگاه در اصفهان، سالن زیبایی کرمانشاه و غیره در صدر نتایج جست و جو آمده و کاربران می‌توانند با آنها و خدماتشان آشنا شوند.

همچنین برندها و شرکت‌های بزرگ‌تر و معتبرتر نیز توانستند با استفاده از کلمات کلیدی متنوع و ارزشمند پیشرفت قابل توجهی در رتبه بندی خود داشته باشند.

الگوریتم ونیز چیست و چه تاثیری در سئو محلی دارد؟

جالب است بدانید که این الگوریتم نه تنها در سرچ گوگل، بلکه در نتایج جست و جوی سایت‌های معتبر دیگر مانند یوتیوب نیز به کار برده شده و نتایج قابل توجهی برای کاربران به دنبال داشته است.

سئوی محلی همچنین از جمله فاکتورهای متنوعی است که گوگل برای رتبه بندی هر سایت مورد بررسی قرار می‌دهد. از این رو سئوکاران سایت در کنار توجه به معیارهای مختلف سئو باید بر روی سئوی محلی و الگوریتم ونیز نیز کار کنند.



چگونه سایت خود را برای الگوریتم ونیز بهینه سازی کنیم؟

همان طور که در بالا نیز اشاره شد، سئو کار باید در کنار فاکتورهای تاثیرگذار بر روی سئو سایت، بر روی سئوی محلی کار کند. با ارائه راهکارهای مختلف می‌توان سایت را برای الگوریتم ونیز بهینه کرد و در موتورهای جستجو بالا آمد.

از سئو کلاه سیاه استفاده نکنید

همان طور که در بالا نیز اشاره شد، بسیاری از سایت‌ها برای بهینه کردن سایت خود در جست و جوی محلی، سایت خود را پر از نام شهر و موقعیت مکانی خود می‌کردند. این روش شاید در چند روز اول کمی به شما کمک کند اما پس از آن الگوریتم‌های هوشمند گوگل متوجه آن شده و نه تنها به سایت شما رتبه بالایی نمی‌دهند، بلکه امتیاز منفی زیادی بابت سئو کلاه سیاه برای آن در نظر خواهند گرفت.

Black Hat SEO



سایت خود را در نقشه گوگل و گوگل بیزینس ثبت کنید

یکی دیگر از راهکارهای مهم برای بهینه کردن سایت از نظر سئوی محلی، ثبت موقعیت مکانی در دو سرویس مهم بیزینس گوگل و گوگل مپ است. با استفاده از این دو سرویس گوگل به راحتی به آدرس فیزیکی شما دسترسی پیدا کرده و تاثیر قابل توجهی بر روی سئوی محلی سایت شما خواهد گذاشت.

روی یک شهر تمرکز کنید

اگر کسب و کار شما گسترده است و در شهرهای مختلف نمایندگی دارید، بهتر است به صورت جداگانه بر روی هر شهر و موقعیت جغرافیایی آن کار کنید. برای مثال اگر شما در چندین شهر رستوران زنجیره‌ای دارید، به جای آن که به صورت یک جا از رستوران شیراز، بوشهر، اصفهان یا شهرهای دیگر استفاده کنید، بر روی سئو آن‌ها به صورت جداگانه کار کنید. همچنین حتما نیازی به کار کردن بر روی نام منطقه و خیابان نیست، گوگل با توجه به گوگل مپ آدرس دقیق شما را تشخیص خواهد داد.

نام شهر را در صفحات مختلف به کار ببرید

یکی از راهکارهای کاربردی برای بهینه سازی سایت از نظر الگوریتم ونیز، استفاده از نام شهر و موقعیت جغرافیایی در صفحات مختلف سایت است.

بنابراین سعی کنید در محتواها و مطالب مختلف نام شهر خود را به کار برده و می‌توانید از آن‌ها برای بک لینک گرفتن به صفحات دیگر سایت خود استفاده کنید.

از کلمات کلیدی به شکل بهینه و اصولی استفاده کنید

استفاده از کلمات کلیدی به شکل بهینه و مناسب از جمله مواردی است که می‌تواند در بهینه سازی سایت جهت سئوی محلی تاثیرگذار باشد. نکته قابل توجه آن که استفاده از کلمات کلیدی باید به تعداد مناسب و کافی بوده و چگالی آن استاندارد باشد. همچنین استفاده از کلمات هم معنی و هم خانواده و کلمات کلیدی به شکل‌های مختلف می‌تواند تاثیر قابل توجهی بر سئو سایت داشته باشد. برای مثال می‌توانید سایت و محتوای خود را برای کلماتی مانند رستوران بوشهر، رستوران در بوشهر، بهترین رستوران بوشهر و کلمات مشابه بهینه سازی کنید. نکته مهم دیگر آن که سعی کنید حتما از کلمات کلیدی علاوه در پاراگراف‌ها، در عنوان‌ها و زیر عنوان‌ها نیز استفاده کنید.



به روز رسانی‌های الگوریتم ونیز

الگوریتم ونیز را می‌توان یک جرقه برای آغاز فرایند سئو محلی دانست. اما این الگوریتم به تنهایی برای پیاده سازی سئو محلی و ارتقای آن کافی نبود. در ادامه جهت بهبود و ارتقا این فرآیند الگوریتم‌های دیگری نیز جهت بهبود سئو محلی به گوگل اضافه شد. از جمله این الگوریتم‌ها می‌توان به الگوریتم موش کور و الگوریتم کبوتر اشاره کرد.

الگوریتم کبوتر

این الگوریتم مدت کوتاهی بعد از به روز رسانی الگوریتم ونیز معرفی شد. الگوریتم کبوتر به صورت اختصاصی بر روی سئو محلی کار کرده و زمانی که کاربران در نتایج جست و جوی خود بر روی موقعیت مکانی تاکید دارند، به کمک کاربران خواهد آمد. این الگوریتم به رشد سئو محلی و ایجاد لوکال پک کمک بسیاری کرده است.

الگوریتم کبوتر به رشد سئو محلی و ایجاد لوکال پک کمک بسیاری کرده است



الگوریتم موش کور

الگوریتم موش کور بخش دیگری از سئو محلی را بر عهده گرفته و کارش بها دادن به کسب و کارهای کوچک است. در واقع این الگوریتم کسب و کارهای کوچک مکان محور را شناسایی کرده و در صورتی که سئو قابل قبولی داشته باشند، آن‌ها را به نتایج جست و جو منتقل می‌کند تا کاربران بتوانند به راحتی کسب و کارهای اطراف خود را شناسایی کنند.



جمع بندی

الگوریتم ونیز یکی از الگوریتم‌های سئوی محلی است که به کاربران کمک می‌کند بتوانند کسب و کارها و خدماتی که نزدیک به موقعیت مکانی آن‌ها است را به راحتی پیدا کرده و در نتایج بالای موتورهای جست و جو به آن‌ها نمایش داده شود.

الگوریتم ونیز چیست و چه تاثیری در سئو محلی دارد؟

برای این کار سئوکاران باید بتوانند با انجام راهکارهای مختلفی مانند استفاده بهینه از کلمات کلیدی مکان محور، ثبت آدرس و موقعیت جغرافیایی، تمرکز بر روی یک شهر و غیره سایت خود را بهینه سازی کنند.