

استراکچر دیتا چیست و چه تاثیری بر سئوی یک سایت دارد؟

A photograph of a desk setup. In the center is a silver laptop with a black screen displaying the words "Structured data" in white text on a pink background. To the left of the laptop is a silver metal mug. To the right is a green cube-shaped object and some papers with handwritten notes. The background is a blurred office wall with papers and a green star sticker.

**Structured
data**



نویسنده: مهران منصوری فر

آیا می دانید استراکچر دیتا یا استراکچرد دیتا چیست و چه تاثیری در بهینه سازی سایت شما برای موتورهای جستجو دارد؟ در این مطلب با استراکچر دیتا و نحوه صحیح تبدیل اطلاعات وبسایت به آن آشنا خواهید شد.

درک معنای «زرافه‌ها در ساوانا زندگی میکنند» برای شما به عنوان کسی که بر زبان فارسی تسلط دارد کار زیاد دشواری نیست؛ خیلی راحت می‌توانید کلمات بدون فاصله این جمله را به «زرافه‌ها در ساوانا زندگی می‌کنند» تجزیه کنید و با استفاده از «معنا» و «دستور زبانی» که برای این جمله در ذهن دارید، آن را درک کنید: «زرافه» به عنوان یک حیوان گردن دراز با چهار پا و رنگ پوست خاص در ذهن ما تعریف شده که بر اساس این جمله «زندگی می‌کند» (به این معنی که ساکن یک مکان خاص است). ضمناً بر طبق این جمله، زرافه در «ساوانا» زندگی می‌کند؛ البته شاید ما اصلاً اطلاعی از «ساوانا» نداشته باشیم و اصلاً این کلمه تا به حال به گوشمان هم نخورده باشد؛ اما به راحتی آن را به عنوان یک مکان طبقه بندی می‌کنیم؛ چرا که طبیعتاً زندگی کردن در «مکان» اتفاق می‌افتد.

متأسفانه ربات‌های موتورهای جستجو هنوز به این درجه از هوشمندی نرسیده‌اند؛ بنابراین، هنگامی که به متنی مشابه با «زرافه‌ها در ساوانا زندگی میکنند» برمی‌خورند، ۲۶ کاراکتر فارسی را در حافظه خود ضبط می‌کنند و به سراغ ثبت اطلاعات بعدی می‌روند. به طور کلی، برنامه‌های کامپیوتری بدون داشتن دامنه‌ای از واژگان و دستورات از پیش تعریف شده (یا اگر بخواهیم تخصصی‌تر صحبت کنیم، بدون «استراکچر دیتا») نمی‌توانند معنای خاصی را از یک مجموعه کاراکتر استنباط کنند. مثلاً اگر «زرافه‌ها در ساوانا زندگی میکنند» را در گوگل جستجو کنید، فوراً آدرس صفحه‌ای را به شما نشان می‌دهد که دقیقاً همین متن در آن وجود دارد (احتمالاً فقط همین صفحه)؛ اما اگر سؤال «زرافه‌ها در کجا زندگی می‌کنند؟» را جستجو کنید، این صفحه در نتایج جستجو ظاهر نخواهد شد؛ هر چند که پاسخ سؤال در آن موجود است. منظور ما از این مقدمه این بود که نباید از موتورهای جستجو انتظار داشته باشید که زبان را درست مثل ما انسان‌ها درک کنند. در عین حال، اگر به

دنبال بهبود سئو و کسب نتایج بهتر در این زمینه هستید به نفع شماست که در راستای درک هر چه بیشتر متن وبسایتتان به آن‌ها کمک کنید. این دقیقاً همان جایی است که استراکچر دیتا یا داده‌های ساختاریافته به کار می‌آیند.

با مطالعه این مطلب یاد خواهید گرفت که چگونه می‌توانید با کمک به موتورهای جستجو در مسیر درک بهتر محتویات وبسایتتان، شرایط بهتری را در صفحه نتایج موتورهای جستجو کسب کنید.

بیشتر بدانید: [پیج اتوریته یا Page Authority چیست و چه تاثیری در سئو دارد؟](#)

وب معنایی و استراکچر دیتا

وب معنایی یا سمانتیک (Semantic Web) چیز جدیدی نیست و از حوالی سال ۱۹۸۸ میلادی مطرح بوده است؛ اما وب معنایی چه معنایی دارد؟ معناشناسی، دانش مطالعه معنا در زبان است که اساساً به بررسی رابطه بین کلمات و عبارات و آنچه که نماد آن هستند می‌پردازد؛ بنابراین، یک وب معنایی یک اینترنت معنادار است؛ لذا وب معنایی به کلمات کلیدی و بک لینک ربطی پیدا نمی‌کند، بلکه چیزی که در وب معنایی حرف اول را می‌زند رابطه بین مفاهیم است؛ یعنی به جای آنکه خود کلمه و عبارت اهمیتی داشته باشد، مفهوم پشت آن و مضامینش حائز اهمیت است.

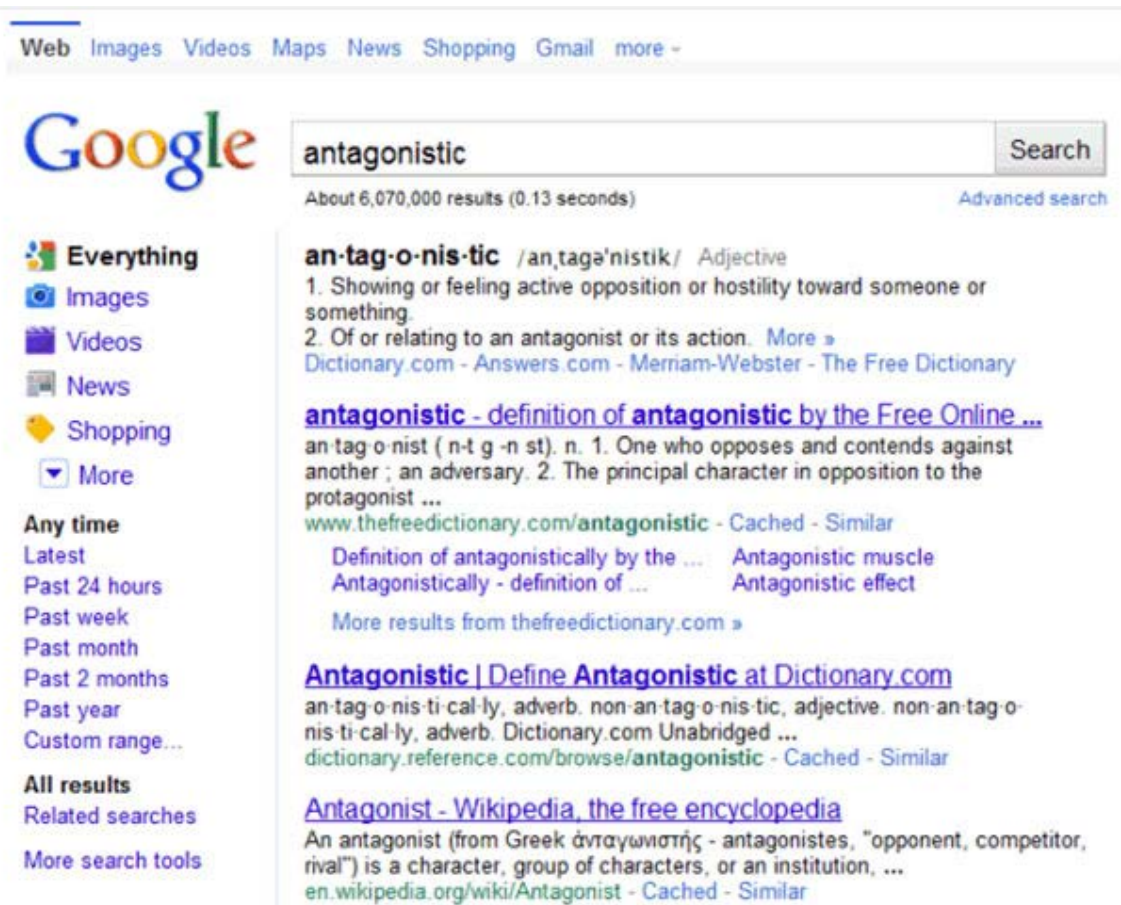
از آنجایی که بر طبق مقدمه‌ای که در ابتدای این مطلب آوردیم ربات‌های موتورهای جستجو به اندازه انسان در درک معنا توانمند نیستند، لذا وب معنایی برای خودش دامنه واژگان و دستور زبان خاصی دارد. با استفاده از واژگان و دستور زبان وب معنایی می‌توانید عبارات و جملات متکی بر منطقی بنویسید که ربات‌های موتورهای جستجو قادر به آنالیز و درک آن‌ها هستند. توجه داشته باشید که چیزی که جستجوی معنایی را از جستجوی معمولی متفاوت می‌کند همین است که مبنای جستجوی معنایی، رابطه منطقی اطلاعات است. به عنوان مثال، اگر گوگل در وبسایت «رضا» چنین جمله‌ای پیدا کند:

استراکچر دیتا چیست و چه تاثیری بر سئوی یک سایت دارد؟

«رضا با مهران دوست است» و یک نفر عبارت «دوستان مهران» را جستجو کند، در این صورت اگرچه وبسایت مهران اسمی از رضا نبرده (حتی اگر مهران وبسایتی نداشته باشد)، موتور جستجوی معنایی ما رضا را به عنوان دوست مهران در نظر می‌گیرد و نتایج مقتضی را به کاربر نشان می‌دهد. از این مثال متوجه می‌شویم که موتورهای جستجو می‌توانند از داده‌های سازمان‌دهی شده، اطلاعات جدیدی استخراج کنند. به این داده‌های ساختاریافته و معنادار، «استراکچر دیتا» می‌گوییم.

چرایی استفاده از استراکچر دیتا

با گذشت ایام، صفحات نتایج جستجوی موتورهای جستجو (البته که از گوگل صحبت می‌کنیم) از فهرست کسالت‌آوری از لینک‌های آبی:



The screenshot shows a Google search interface. At the top, there are navigation links for Web, Images, Videos, Maps, News, Shopping, Gmail, and more. The Google logo is on the left. The search bar contains the word "antagonistic" and a "Search" button. Below the search bar, it says "About 6,070,000 results (0.13 seconds)" and "Advanced search". On the left side, there are filters for "Everything", "Images", "Videos", "News", "Shopping", and "More". Below these are "Any time" filters: "Latest", "Past 24 hours", "Past week", "Past month", "Past 2 months", "Past year", and "Custom range...". At the bottom left, there are "All results", "Related searches", and "More search tools". The main search results area shows the definition of "antagonistic" as an adjective, followed by a link to the Free Online Dictionary, and then a link to the Wikipedia page for "Antagonist".

استراکچر دیتا چیست و چه تاثیری بر سئوی یک سایت دارد؟

به صفحات نسبتاً خوش‌ترکیبی تبدیل شده که مملو از اطلاعات سودمند هستند. در واقع، چه بسا بدون نیاز به کلیک بر روی لینک نتایج بتوانید از اطلاعات موجود در همان صفحه جستجو به پاسخ خود دست پیدا کنید.

The screenshot shows a Google search for "the dark tower". The search results include a "The Dark Tower Showtimes" section with an input field for location. Below that are "Top stories" with three articles: "The Dark Tower: TV Series Producers Gauge Fans' Interest in Movie Exit Survey", "'Dark Tower' Easter Eggs: Stephen King Movie References You Missed", and "The Dark Tower books move fluidly between genres, and the film is afraid of all of them". On the right, there is a detailed card for the movie "The Dark Tower" (2017), including a trailer link, IMDb rating (6/10), Rotten Tomatoes score (18%), and a description of the plot. At the bottom, there are links to the official website and Wikipedia.

به کارتها و ویجت‌های مختلفی که در بالا مشاهده می‌کنید «search feature» (سرچ فیچر) می‌گوییم که به طور کلی دو نوع دارد:

- فیچرهای محتوایی که به عنوان نتایج مجزا ظاهر می‌شوند؛ به عنوان مثال، پاسخ مستقیم به سؤال مطرح شده، پنل‌های حاوی اطلاعات یا نوار اخبار؛

- افزودنی‌های نتایج جستجو که بخشی از قسمت‌های مختلف نتایج جستجو (اسنیپت) هستند؛ مثلاً امتیاز هر مطلب که با نماد ستاره مشخص می‌شود. سرچ فیچرها حجم نسبتاً زیادی از صفحه نتایج را اشغال می‌کنند و به علاوه،

نرخ کلیک خوری بالاتری هم دارند. بر طبق مشاهدات ما، حتی کلیک خوری فیچرهای حاوی افزودنی (مثلاً همان ستاره‌های امتیاز) در مقایسه با آن‌هایی که افزودنی ندارند تقریباً ۳۰ درصد بیشتر است. بدیهی است که اگر وبسایت شما در میان این بخش‌ها جایی نداشته باشد، فرصت‌های درخشانی را از دست خواهید داد.

علاوه بر این، استراکچر دیتا باعث بهبود تجربه کاربری نیز می‌شود. در صورت وجود استراکچرد دیتا کاربران می‌توانند داده‌های ساختاریافته را به برنامه‌ها و وبسایت‌های مختلف منتقل کنند؛ به عنوان مثال، کاربر می‌تواند تاریخ رویداد را مستقیماً و یا یک کلیک وارد نرم‌افزار تقویم سیستم خود کند یا بدون خارج شدن از صفحه نتایج جستجو بلیط سینما یا کنسرت رزرو کرده و شماره تلفن نزدیک‌ترین رستوران را پیدا کند.

فیچرها بخشی از وب معنایی هستند و بر اساس استراکچرد دیتایی شکل می‌گیرند که گوگل می‌تواند آن را درک و تفسیر کند. لذا گوگل فقط در صورتی می‌تواند این قابلیت‌ها را برای سایت شما در نتایج جستجوی خود فعال کند که امکان درک محتوای سایت برایش وجود داشته باشد. به این منظور باید اطلاعات اضافی لازم برای گوگل را از طریق استراکچرد دیتا در کدهای صفحات وبسایتتان قرار بدهید.

بسیار خوب، امیدواریم که تا اینجا توانسته باشیم شما را متقاعد کنیم که نشانه گذاری استراکچرد دیتا دیگر یک گزینه نیست، بلکه یک ضرورت است. حالا به سراغ مباحث فنی استراکچر دیتا می‌رویم.

[بیشتر بخوانید: معرفی دو متا تگ مهم برای سئو و افزایش رتبه سایت و نحوه تعریف آنها](#)

Schema.org، Microdata، Microformat ها یا DRFa؟

همه کارشناسان درباره بهترین روش برای نشانه گذاری استراکچر دیتا (یعنی نحوه علامت‌گذاری استراکچرد دیتا) متفق القول نیستند؛ بنابراین اصطلاحات متعدد و گیج کننده‌ای مانند Microdata، RDF، DRFa، Microformat ها،

Schema و موارد مشابه دیگری پا به عرصه وجود گذاشته‌اند. در اینجا سعی می‌کنیم این موارد را به زبان ساده توضیح بدهیم و ببینیم که کدام یک بهترین گزینه برای سئو محسوب می‌شود.

اساساً اگر به دنبال انتقال اطلاعات هستید (چه به صورت طبیعی یا از طریق زبان ماشینی) به دو چیز نیاز خواهید داشت:

• واژگان: مجموعه‌ای از کلمات که در واقع بین علائم و معنا ارتباط برقرار می‌کنند و؛

• دستور زبان: مجموعه‌ای از قوانین که نحوه استفاده از آن واژگان برای انتقال معنا را مشخص می‌کند.

در اینجا به نمونه‌ای از واژگان تعریف شده برای نشانه گذاری استراکچر دیتا اشاره می‌کنیم که متشکل از پنج مدخل است:

• Person: یک شخص (زنده، مرده یا خیالی). شخص را می‌توان با ویژگی‌های زیر تعریف کرد:

• familyName: نام خانوادگی Person؛

• givenName: نام مستعار یا اسم کوچک Person؛

• gender: جنسیت Person؛

• birthdate: تاریخ تولد Person.

علاوه بر این واژگان، به تعدادی قانون دستوری نیاز داریم تا برنامه کامپیوتری با توجه به آن‌ها بتواند اطلاعات را درک و ذخیره‌سازی کند. به عنوان مثال:

• استراکچر دیتا باید در میان علامت‌های { } قرار بگیرد؛

• مشخصه (Property) و ارزش یا مقدار آن را با دونقطه (:) از هم جدا می‌کنیم و هر یک را در بین علامت نقل قول دوتایی انگلیسی («») قرار می‌دهیم؛

• هر جفت مشخصه و ارزش را با ویرگول انگلیسی از هم جدا می‌کنیم.
پس داریم:

```
«Person»: «type»,
```

```
«Mehran»: «givenName»,
```

```
«Male»: «gender» }
```

بنابراین به زبان ساده و بدون توجه به جزئیات غیرضروری، بخش اعظم

مباحث مرتبط با نشانه گذاری استراکچر دیتا را می‌توان در یکی از دو گروه قرار داد: واژگان و دستور زبان. با توجه به نیازهایتان به راحتی می‌توانید دستور واژگان را به هر ترتیبی که می‌خواهید با هم ترکیب کنید (Microformat ها استثنا هستند). در قسمت زیر به منابع اصلی بخش‌های واژگان و دستور استراکچر دیتا لینک داده‌ایم که برای کسب اطلاعات بیشتر درباره هر یک می‌توانید به آن‌ها مراجعه کنید:

واژگان استراکچر دیتا:

Schema.org •

DCMI •

FOAF •

Microformats •

دستور زبان استراکچر دیتا:

Microdata •

JSON-LD •

RDFa •

Microformats •

نکته: Microformat ها، هم دستور زبان استراکچر دیتا برای قرار گرفتن آن در صفحات HTML و هم واژگان لازم را تعریف می‌کنند. به همین دلیل آن‌ها را در هر دو بخش واژگان و دستور زبان ذکر کرده‌ایم. نقطه ضعف این فرمت این است که فقط در صورتی می‌توانید از آن استفاده کنید که واژگان مناسب آن قبلاً در قالب Microformat تعریف شده باشد. اما با استفاده از RDFa، Microdata و JSON-LD می‌توانید از هر واژه‌ای که می‌خواهید و حتی واژگان جدید ساخته و پرداخته خودتان استفاده کنید.

از چه واژگان و دستور زبانی برای استراکچر دیتا استفاده کنیم؟

اگر قرار باشد از بین گزینه‌های بالا برای انتخاب واژگان یکی را انتخاب کنید، پیشنهاد ما Schema.org خواهد بود؛ چرا که موتورهای جستجوی مطرح،

مانند گوگل، یاهو، بینگ و یاندکس از آن پشتیبانی می‌کنند؛ راهنمای خوب و جامعی دارد و تیم توسعه آن فعال است. اما در مورد دستور زبان نمی‌توانیم پاسخ کوتاهی به شما بدهیم. در حال حاضر سه گزینه عمده در پیش روی شما قرار دارد: RDFa (Resource Description Framework in Attributes)، Microdata و JSON-LD (JavaScript Object Notation for Microdata). مفاهیم RDFa و Microdata بسیار به هم نزدیک است و هر دو امکان استفاده مجدد (reuse) از داده‌های HTML را فراهم می‌کنند. در متد RDFa (کد زیر همین پاراگراف) «startDate» و «endDate» و سایر مقادیر نشانه گذاری برای کاربر قابل مشاهده بوده و فاقد duplication یا تکرار اطلاعات است:

۴۹ers San Francisco

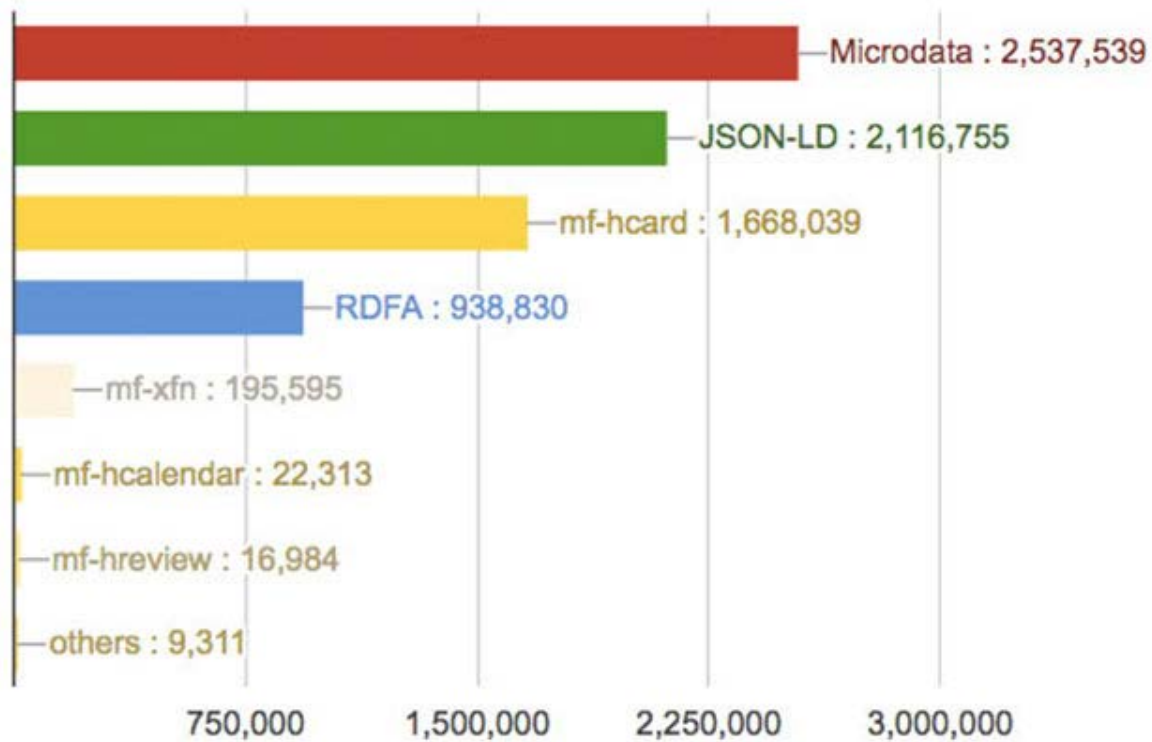
Joe Montana

۱۹۷۹

۱۹۹۲

از طرف دیگر، JSON-LD داده‌ها را تکرار می‌کند و به عنوان یک شاید چنین تفاوتی زیاد به چشم نیاید، اما از نظر یک بازاریاب دیجیتال یا کارشناس سئو عامل تأثیرگذار و مهمی است. به طور کلی، آمار و ارقام موجود (نمودار زیر را ببینید) نشان می‌دهد که Microdata پرکاربردترین روش موجود است و پس از آن در مورد JSON-LD، روند رو به رشدی را شاهد هستیم. در حال حاضر، پیشنهاد گوگل استفاده از JSON-LD است؛ با این حال، موتورهای جستجو توانایی تشخیص Microdata و RDFa را نیز دارند.

در مجموع، پیشنهاد کلی ما ترکیب Schema.org و JSON-LD است که برای اکثریت قریب به اتفاق وبسایتها مناسب و متناسب خواهد بود.



چگونه از نشانه گذاریهای استراکچر دیتا استفاده کنیم؟

در این مرحله، تئوریها را به مرحله عمل در می آوریم. برای موفقیت در پیاده سازی استراکچر دیتا در وبسایت خود فقط چهار مرحله را باید پشت سر بگذارید:

مرحله اول: اسکیماهای (Schema) مناسب را انتخاب کنید

اسکیماهای مختلف موجود در Schema.org را بررسی کنید. موارد زیر از جمله پرکاربردترین اسکیمها هستند:

- Organization (سازمان)
- Person (شخص)

استراکچر دیتا چیست و چه تاثیری بر سئوی یک سایت دارد؟

- Place (مکان)
- Local Business (کسب و کار محلی)
- Restaurant (رستوران)
- Product (محصول)
- Offer (پیشنهاد)
- Review (نظرات)
- Creative Work (فعالیت‌های مبتکرانه و هنری)
- Book (کتاب)
- Movie (فیلم)
- Event (رویداد)

طرح اسکیمای بخش‌های مختلف وبسایت خود را در یک فایل اکسل یا جدول تدوین کنید. به این منظور، آدرس صفحه یا دسته‌بندی‌های مختلف وبسایت خود را در یک ستون و اسکیمای مرتبط با آن را در یک ستون دیگر فهرست کنید.

آدرس

اسکیما

http:// modireweb.com/about	•
http:// modireweb.com/the-team	•
http:// modireweb.com/training-videos	•
http:// modireweb.com/testimonials	•
http:// modireweb.com/calendar	•

Organization, Local	•
Business	
Person	•
Creative Work	•
Review	•
Event	•

برای توصیف هر مؤلفه می‌توان از ترکیبی از چندین اسکیمای استفاده کرد. به عنوان مثال، Person یک اسکیمای منطقی برای توصیف آقای فلانی خواهد بود، اما احتمالاً آن Person یک Address هم دارد و در یک organization کار می‌کند که آن هم آدرس خاص خودش را دارد. لذا برای توصیف آقای فلانی می‌توانیم از سه اسکیمای مختلف استفاده کنیم. پس از تدوین طرح اسکیمای می‌توانید به سراغ مرحله بعدی بروید.

[بیشتر بخوانید: آیا گوگل پلاس آینده سئو خواهد بود؟](#)

مرحله دوم: استراکچر دیتا را نشانه گذاری کنید

به لطف گوگل، برای نشانه گذاری استراکچر دیتا در وبسایت خود نیازی به کدنویسی‌های پیچیده ندارید؛ بلکه به راحتی می‌توانید از یک ابزار سهل‌الاستفاده با نام Structured Data Markup Helper کمک بگیرید که شما را در طول فرآیند لازم برای نشانه گذاری همراهی می‌کند. برای استفاده از این ابزار کاربردی و سودمند مراحل زیر را دنبال کنید:

۱. Structured Data Markup Helper را باز کنید؛ یک اسکیمای مناسب را انتخاب کنید و از جدولی که در مرحله قبل تهیه کرده‌اید، یک آدرس را وارد کنید. سپس روی دکمه Start Tagging کلیک کنید.

Structured Data Markup Helper

Website Email

This tool will help you add structured-data markup to a sample web page. [Learn more](#)

To get started, select a data type, then paste the URL or HTML source of the page you wish to mark up below:

Articles Book Reviews Datasets
 Events Job Postings Local Businesses
 Movies Products Restaurants
 Software Applications TV Episodes

URL HTML

استراکچر دیتا چیست و چه تاثیری بر سئوی یک سایت دارد؟

۲. مؤلفه یا بخش مورد نظر را هایلایت کنید و از منویی که ظاهر می‌شود اسکیمای مناسب آن را انتخاب کنید. اگر در نوار جانبی سمت راست نتوانستید عناوین مورد نظر خود را پیدا کنید با استفاده از دکمه Add missing tags می‌توانید آن‌ها را اضافه کنید. پس از اتمام کار بر روی دکمه قرمز رنگ Create HTML کلیک کنید.



۳. از منوی بالای ستون سمت راست گزینه JSON-LD را انتخاب کرده و کدهایی که در قسمت پایین این بخش مشاهده می‌کنید را کپی و در بخش یا کد HTML صفحه مورد نظر از سایتتان قرار بدهید.



استراکچر دیتا چیست و چه تاثیری بر سئوی یک سایت دارد؟

نکته: اگر وبسایت شما هزاران صفحه مختلف دارد که می‌خواهید اطلاعات آن‌ها را به این ترتیب ساختار یافته کنید، بهتر است که برای کارآمدی بیشتر از خدمات توسعه دهندگان وب کمک بگیرید.

مرحله سوم: نشانه گذاری را تست کنید

ابزار Structured Data Testing Tool را در مرورگر خود باز کرده و آدرس صفحه مورد نظر را در آن وارد کنید. این ابزار همه اطلاعات نشانه گذاری شده را به همراه خطاها و هشدارهای لازم نمایش می‌دهد.

@type	Review
name	هستد برتر ایران در سال 10 97
reviewBody	آیا شما هم در بین راه اندازی یک وب سایت برای کسب و کار خود هستید و می‌خواهید بدانید که همان انتخاب هاست و دامنه است یا نه و برای تصمیم گیری دچار پیچیدگی و سردرگمی شده‌اید؟ مقاله زیر را بخوانید تا ببینید بهترین هاست ها کدامند.
datePublished	2019-16-01
itemReviewed	
@type	Thing
name	هستد برتر ایران در سال 10 97
reviewRating	
@type	Rating
ratingValue	4
bestRating	5

حالا دیگر باید بنشینید و منتظر بمانید. طبیعتاً تا قبل از مرور مجدد وبسایت توسط گوگل امکان نمایش محتوای وبسایت شما در فیچرها و ریچ اسنپیت های صفحات نتایج جستجو (لینک‌هایی که حاوی اطلاعات اضافه‌ای مثل ستاره‌های امتیاز هستند) وجود نخواهد داشت. ضمناً این نکته را هم به خاطر داشته باشید که حتی اگر استراکچر دیتا را نشانه گذاری کرده باشید و همه چیز به درستی به پیش رفته باشد و ابزار تست استراکچر دیتا هم

استراکچر دیتا چیست و چه تاثیری بر سئوی یک سایت دارد؟

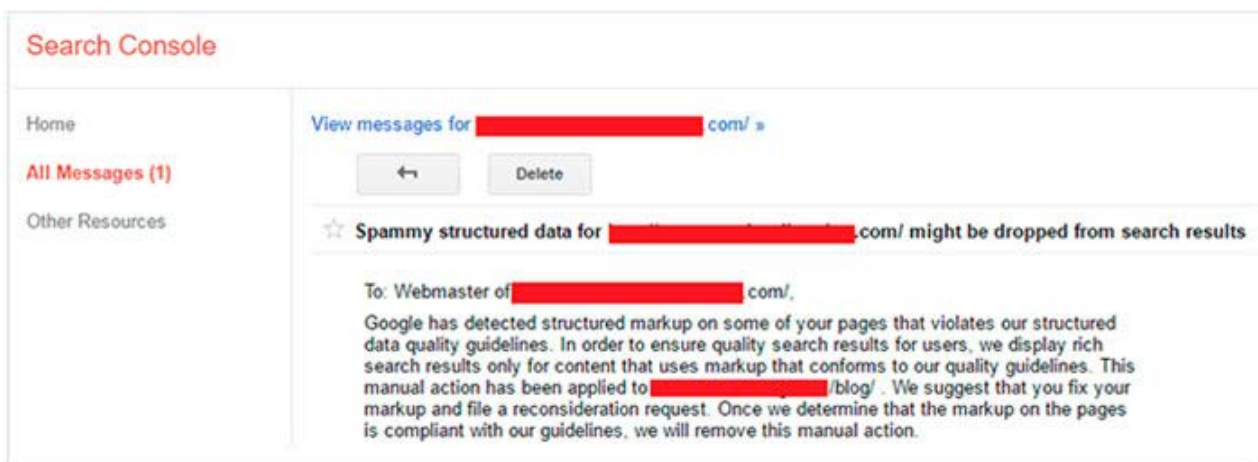
هیچ مشکلی را نشان ندهد، باز هم هیچ کس نمی‌تواند نمایش استراکچرد دیتای شما در نتایج جستجو را تضمین کند. از جمله مهم‌ترین دلایل عدم نمایش استراکچر دیتا در فیچرها و ریچ اسنپیت های صفحات نتایج جستجو می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- استراکچرد دیتا با محتوای اصلی صفحه همخوانی ندارد یا پتانسیل تقلب در آن تشخیص داده شده است؛
- استراکچرد دیتا ایراداتی دارد که ابزار تست قادر به شناسایی آن‌ها نبوده است؛
- محتوای نشانه گذاری شده از دید کاربر مخفی است.

توجه داشته باشید که به هیچ وجه نباید به دنبال فریب دادن گوگل باشید؛ چرا که به احتمال قریب به یقین به خاطر استفاده نامناسب از استراکچر دیتا جریمه خواهید شد. حتی در برخی از موارد به جای اقدامات خودکار، مسئولیت رسیدگی به مشکل وبسایت شما بر عهده کارمندان گوگل گذاشته می‌شود. معمولاً مضمون پیامی که برای وبسایت خاطی ارسال می‌شود چیزی شبیه به این است:

«به نظر می‌رسد که در نشانه گذاری برخی از صفحات این وبسایت از تکنیک‌هایی مانند نشانه گذاری محتوایی که از دید کاربر مخفی است؛ نشانه گذاری محتوای غیر مرتبط یا گمراه کننده؛ و/یا سایر رفتارهای فریب آمیز که سرپیچی از رهنمودهای کیفی گوگل برای ریچ اسنپیت ها محسوب می‌شود استفاده شده است.»

یا چیزی شبیه به این:



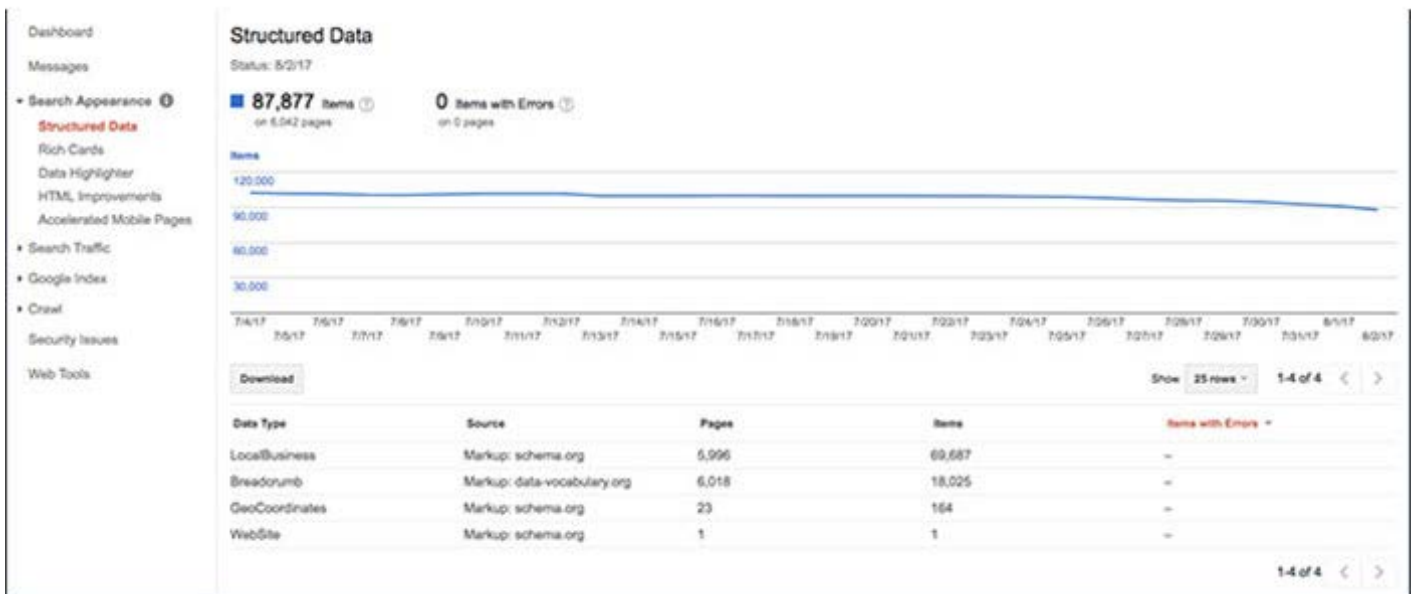
استراکچر دیتا چیست و چه تاثیری بر سئوی یک سایت دارد؟

بنابراین هوشیار باشید و به هیچ عنوان از قواعد نشانه گذاری صحیح استراکچر دیتا تخطی نکنید.

مرحله چهارم: با استفاده از وبمستر تولز گوگل، مشکلات را شناسایی کنید.

بر طبق قانون مورفی، اگر فرصت اشتباه وجود داشته باشد، اشتباه پیش خواهد آمد. بنابراین باید مراقب باشید و امکان اشتباه را به حداقل برسانید و مشکلات موجود را نیز به سرعت شناسایی و رفع و رجوع کنید. در این راستا باید بررسی استراکچر دیتا را به عنوان بخشی از برنامه‌های روزمره‌ای که برای سئو دارید در نظر بگیرید.

خوشبختانه گوگل با کنسول جستجوی خود یا همان وبمستر تولز شما را در اینجا هم تنها نمی‌گذارد. کافی است که وارد کنسول جستجو گوگل (گوگل وبمستر تولز) شوید. سپس از قسمت Search Appearance، گزینه Structured Data را انتخاب کنید. این ابزار نه تنها جزئیات خطاهای احتمالی موجود را نشان می‌دهد، بلکه جزئیات انواع مختلف استراکچر دیتا که در وبسایت شما شناسایی شده را نیز در اختیارتان می‌گذارد.



اگر از وب سرور آپاچی (Apache) نیز سر در می آورید بد نیست ابزار Anything To Triples را هم امتحان کنید. با استفاده از این ابزار رایگان می توانید استراکچرد دیتای خود را ارزیابی و انواع مختلف استراکچرد دیتا را به یکدیگر تبدیل کنید.

خلاصه مطلب

وب سمانتیک یا معنایی یک عبارت نسبتاً قدیمی است که به دنبال ایجاد فضای معناداری در اینترنت است که در آن ارتباط بین مؤلفه های مختلف اهمیت بیشتری از کلمات کلیدی و لینک دارد. در راستای شکل گیری چنین فضایی و برای کمک به موتورهای جستجو در جهت درک اطلاعات مختلف از «استراکچرد دیتا» استفاده می کنیم؛ به عبارت دیگر، اطلاعات موجود در صفحات وبسایتمان را مرتب کرده و به آنها ساختار می دهیم. اطلاعات بخش های جدیدی که در نتایج جستجوی گوگل مشاهده می کنید از استراکچرد دیتا جمع آوری می شود. برای ساختار دادن به اطلاعات وبسایت خود (درست مثل یک زبان) به واژگان خاص و چارچوب حساب شده ای برای مرتب کردن آن واژگان (دستور زبان) نیاز دارید که در این مطلب، Schema.org و JSON-LD را به شما پیشنهاد کردیم. برای پیاده سازی و تست استراکچر دیتا نیز می توانید از ابزارهای مخصوص گوگل برای این کار کمک بگیرید.

بیشتر بخوانید: [ارتباط بازاریابی محتوا با سئو دقیقاً چیست؟](#)

حرف آخر

حالا همه اطلاعات و ابزارهای لازم به منظور آماده سازی وبسایت خود برای وب معنایی را در اختیار دارید. اهمیتی که وب معنایی دارد می طلبد که دست به کار شوید و اطلاعات بخش ها و صفحات مختلف وبسایتان را به استراکچر دیتا تبدیل کنید. ما نیز در این مسیر همراه شما خواهیم بود و می توانید روی کمک ما حساب کنید.