

Google™

تحسين محرك البحث  
دليل المبتدئين



## مرحبًا بك في دليل المبتدئين لتحسين محركات البحث من Google

كان هذا المستند في البداية محاولة لمساعدة فرق العمل داخل Google، لكننا رأينا أنه سيقدم الفائدة نفسها لمشرفي المواقع غير الخبراء بموضوع تحسين محركات البحث والراغبين في تحسين تفاعل مواقعهم مع كل من المستخدمين ومحركات البحث. وعلى الرغم من أن هذا الدليل لن يخبرك بأي أسرار تعمل على ترتيب موقعك تلقائيًا بالنسبة إلى طلبات البحث في Google (معذرة!)، فإن اتباع أفضل الممارسات المبينة أدناه سوف يسهل على محركات البحث الزحف إلى المحتوى التابع لك وفهرسته وفهمه.

غالبًا ما يتعلق تحسين محركات البحث بإجراء تعديلات صغيرة على أجزاء من موقعك الإلكتروني. وعند عرض هذه التغييرات بشكل فردي، قد تبدو وكأنها تحسينات إضافية، ولكن عندما تنضم للتحسينات الأخرى، سيكون لها تأثير ملحوظ على انطباع المستخدم في موقعك والأداء في نتائج البحث المجانية. ولعلك على دراية فعلاً بالعديد من المواضيع الواردة في هذا الدليل، حيث إنها من المكونات الأساسية لأي صفحة من صفحات الويب، ولكنك قد لا تعمل على تحقيق أقصى استفادة منها.

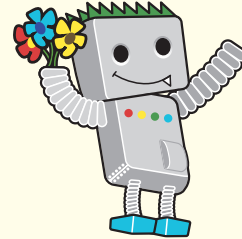
بالرغم من أن عنوان الدليل هذا يتضمن الكلمتين "محرك البحث"، نود التأكيد على أنه يجب أن تستند قرارات التحسين أولاً وقبل كل شيء على ما هو أفضل لزوار موقعك. فهم المستخدمون الرئيسيون للمحتوى لديك ويستخدمون محركات البحث للعثور على عملك. فلا يكفي التركيز المفرط على تعديلات محددة بهدف الحصول على ترتيب في النتائج المجانية لمحركات البحث لتحقيق النتائج المرجوة. فتحسين محركات البحث يتعلق بوضع أفضل ميزة في موقعك في الصدارة عندما يتعلق الأمر بمستوى رؤية الموقع في محركات البحث، لكن المستهلكين الأساسيين لديك هم المستخدمون، وليس محركات البحث.

قد يكون موقعك أصغر أو أكبر من موقعنا التوضيحي ويقدم محتوى مختلفًا إلى حد كبير، لكن موضوعات التحسين التي نناقشها أدناه ينبغي تطبيقها على المواقع من جميع الأحجام والأنواع. نأمل أن يعطيك دليلنا بعض الأفكار الجديدة بشأن كيفية تحسين موقعك الإلكتروني، ونسعد بتلقي أسئلتك وتعليقاتك، والتجارب الناجحة في منتدى مساعدة أدوات مشرفي المواقع من Google.

## جدول المحتويات

أساسيات مُحسن محركات البحث (SEO)	4
إنشاء عناوين صفحات فريدة ودقيقة	6
استخدام علامة وصفية "تعريفية"	8
<b>تحسين بنية الموقع</b>	10
تحسين بنية عناوين URL	14
جعل موقعك أسهل في التنقل	16
<b>تحسين المحتوى</b>	18
تقديم محتوى وخدمات عالية الجودة	20
كتابة نص رابط أفضل	21
تحسين طريقة استخدامك للصور	22
استخدام علامات العناوين بشكل مناسب	24
<b>التعامل مع برامج الزحف</b>	26
استخدام ملفات robots.txt بشكل فعال	28
تعرّف على "rel=nofollow" للروابط	30
<b>تحسين محركات البحث SEO لهواتف الجوال</b>	
إشعار Google بمواقع الجوال	
توجيه مستخدمى الجوال بدقة	
<b>التحليلات وعمليات الترويج</b>	
رؤج لموقعك بأفضل الوسائل	
استخدام أدوات مشرفى المواقع المجانية	

من الآن فصاعدًا، سيتم شرح نقاط متنوعة حول تحسين محركات البحث (SEO)



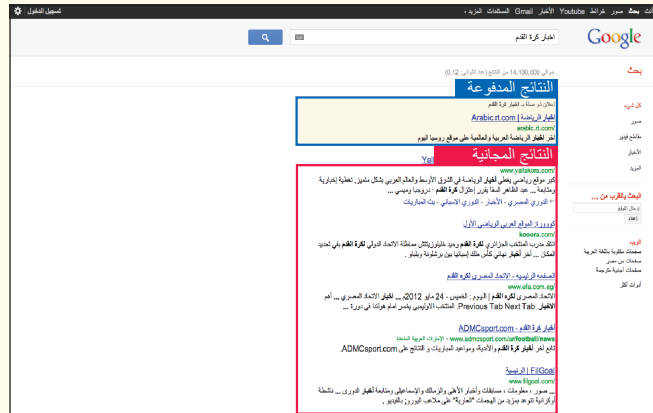
Googlebot

الزحف إلى المحتوى على الويب لغرض Google كل يوم وكل ليلة، بلا توقف.

قد يوضح هذا المثال التفسيرات التي نقدمها، لذلك أنشأنا موقع ويب وهميًا لاتباعه خلال الدليل. بالنسبة لكل موضوع، وفرنا معلومات كافية حول الموقع لتوضيح النقطة التي يتم تغطيتها. إليك بعض المعلومات الأساسية حول الموقع الذي سنستخدمه:

موقع الويب/اسم الشركة: "الموقع الرسمي لكأس اسيا لكرة القدم"  
 اسم النطاق: www.example.com/ar  
 نبرة الاهتمام: كأس آسيا لكرة القدم، نتائج، اخبار و مقالات متنوعة  
 الحجم: صغير، ~250 صفحة

يؤثر تحسين محركات البحث في نتائج البحث المجانية فقط وليست المدفوعة أو النتائج "الدعائية" مثل Google AdWords.



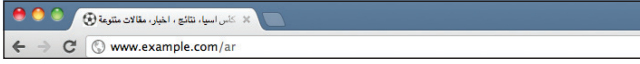
# إنشاء عناوين صفحات فريدة ودقيقة

```
<html>
<head>
<title>الموقع الرسمي لتصفيات كأس اسيا، نتائج ، اخبار، مقالات متنوعة</title>
<meta name="description" content="أهلا بكم في الموقع الرسمي لأخبار و نتائج التصفيات<br/>
"/>
</head>
```

(1) عنوان الصفحة الرئيسية للموقع الرسمي لكأس اسيا لكرة القدم ، الذي يدرج اسم المؤسسة، وثالث مناطق تركيز رئيسية.



(2) يجرى المستخدم طلب البحث [كأس اسيا]. تظهر صفحتنا الرئيسية كنتيجة بحث، مع إدراج العنوان في السطر الأول (يمكنك ملاحظة أن مصطلحات طلب البحث التي بحث عنها المستخدم تظهر بخط عريض).



إذا كان نقر المستخدم على نتيجة البحث وانتقل إلى الصفحة، فسيظهر عنوان الصفحة أعلى المتصفح.



(3) يجرى المستخدم طلب البحث [اخبار تصفيات كأس اسيا]. تظهر صفحة ذات صلة، وأكثر عمقاً (عنوانها فريد لمحتوى الصفحة) على موقعنا كنتيجة بحث.

## توضيح عناوين الصفحة باستخدام علامات العنوان

تعطي علامة العنوان فكرة لكل من المستخدمين ومحركات البحث حول موضوع صفحة معينة. ينبغي وضع علامة <title> ضمن علامة <head> في مستند (1) HTML. من الناحية المثالية، ينبغي إنشاء عنوان فريد لكل صفحة على موقعك.

## يتم عرض محتويات عنوان صفحة في نتائج البحث

إذا كان مستندك يظهر في صفحة نتائج البحث، فإن محتويات علامة العنوان سوف تظهر عادةً في السطر الأول من النتائج (إذا كنت غير معتاد على الأجزاء المختلفة لنتيجة بحث Google، فقد تحتاج للاطلاع على فيديو تحليل نتيجة بحث لأحد مهندسي Google، مات كاتس، وهذا الشكل التوضيحي المفيد لصفحة نتائج بحث Google). تكون الكلمات في العنوان بالخط العريض إذا كانت تظهر في طلب بحث المستخدم. ويمكن أن يساعد ذلك المستخدمين على معرفة ما إذا كانت الصفحة يحتمل أن تكون ذات صلة ببحثهم (2).

يمكن أن يضم عنوان صفحتك الرئيسية اسم موقعك/شركتك كما يمكن أن يشمل أجزاء أخرى من المعلومات المهمة مثل الموقع الفعلي للشركة أو ربما بعض الأنشطة الرئيسية أو العروض (3).

### مسرد المصطلحات

<b>محرك البحث</b>	وظيفة لجهاز الكمبيوتر تبحث في البيانات المتاحة على الإنترنت باستخدام كلمات رئيسية أو غيرها من المصطلحات المحددة، أو برنامج يحتوي على هذه الوظيفة.
<b>HTML</b>	اختصار لغة ترميز النصوص التشعبية، وهي لغة يتم استخدامها عند وصف مستندات صفحات ويب. وهي تشير إلى العناصر الأساسية لصفحات الويب، بما في ذلك نص المستند وأي روابط تشعبية وصور مضمنة داخلها.
<b>علامة &lt;head&gt;</b>	عصر يشير إلى العنوان في مستند HTML. ولا يتم عرض محتوى هذا العنصر في المتصفح.
<b>طلب البحث</b>	مصطلحات فريدة أو متعددة يُدخلها المستخدم عند إجراء بحث على محركات البحث.

## أفضل الممارسات

### وصف محتوى الصفحة بدقة

اختر عنوانًا يعبر بفاعلية عن موضوع محتوى الصفحة.

#### تجنب ما يلي:

- اختيار عنوان ليس له علاقة بالمحتوى على الصفحة
- استخدام عناوين افتراضية أو غامضة مثل "بلا عنوان" أو "صفحة جديدة 1"

### إنشاء علامات عنوان فريدة لكل صفحة

يُفضل أن يكون لكل صفحة من صفحاتك علامة عنوان فريدة، والتي تساعد Google في التعرف على مدى تميّز الصفحة عن غيرها على موقعك.

#### تجنب ما يلي:

- استخدام علامة عنوان واحدة عبر كل صفحات موقعك أو مجموعة كبيرة من الصفحات

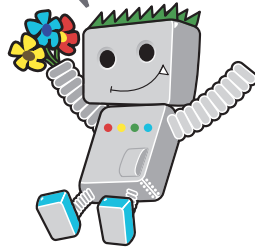
### استخدام عناوين مختصرة، لكنها توضيحية

يمكن أن تكون العناوين قصيرة وغنية بالمعلومات. وإذا كان العنوان طويلاً جداً، فلن يعرض Google سوى جزء منه في نتيجة البحث.

#### تجنب ما يلي:

- استخدام عناوين طويلة جداً لا تمثل فائدة للمستخدمين
- ملء علامات العنوان بكلمات رئيسية غير ضرورية

عناوين الصفحات عنصر هام في تحسين محركات البحث.



الروابط

• تحليل نتيجة بحث

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/11/anatomy-of-search-result.html>

• شكل توضيحي لصفحة نتائج بحث Google

<http://www.google.com/support/websearch/bin/answer.py?answer=35891>

# استخدام علامة وصفية "تعريفية"

## يمكن تحديد ملخصات لكل صفحة

تقدم العلامة الوصفية التعريفية للصفحة لـ Google وغيره من محركات البحث ملخصاً لما تحتويه الصفحة (1). في حين أن عنوان إحدى الصفحات قد يكون بضع كلمات أو عبارة، قد تكون العلامة الوصفية التعريفية للصفحة عبارة عن جملة أو جملتين أو فقرة قصيرة. توفر أدوات مشرفي الموقع من Google [قسم تحليل محتوى](#) مفيداً حيث يخبرك بأي علامات وصفية تعريفية سواءً كانت قصيرة جداً، أو طويلة، أو تكررت مرات كثيرة جداً (يتم أيضاً عرض المعلومات نفسها لعلامات <title>). مثل علامة <title>، يتم وضع العلامة الوصفية التعريفية ضمن العلامة <head> لمستند HTML.

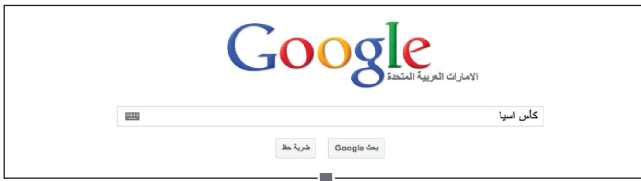
## ما مزايا العلامات الوصفية التعريفية؟

تعد العلامات الوصفية التعريفية مهمة ربما يستخدمها Google [مقتطفات لصفحتك](#). لاحظ أننا نقول "ربما" لأن Google قد يختار استخدام قسم ذي صلة من نص مرئي في صفحتك إذا كان يفيد في عملية المطابقة مع طلب بحث المستخدم. بدلاً من ذلك، قد يستخدم Google وصف موقعك في [مشروع الدليل المفتوح](#) إذا كان موقعك مدرجاً هناك (تعرف على كيفية منع [محركات البحث من عرض بيانات مشروع الدليل المفتوح](#)). وتعد إضافة العلامات الوصفية التعريفية لكل صفحة من صفحاتك ممارسة جيدة في حالة عدم تمكن Google من العثور على اختيار جيد للنص لاستخدامه في المقتطف. تحتوي مدونة مجموعة خدمات مشرفي المواقع على نشرة تعليمية عن [تحسين المقتطفات باستخدام علامات وصفية تعريفية أفضل](#).

تكون الكلمات في المقتطفات بالخط العريض عند ظهورها في طلب بحث المستخدم (2). وهذا يعطي المستخدم إشارات حول ما إذا كان المحتوى على الصفحة يتطابق مع ما يبحث عنه. (3) هذا مثال آخر يعرض هذه المرة مقتطفاً من علامة وصفية تعريفية على صفحة أكثر عمقاً (والتي يفضل أن يكون لديها علامة وصفية تعريفية) تحتوي على مقالة.

```
<html>
<head>
<title>الموقع الرسمي لتصفيات كأس اسيا، نتائج ، اخبار ، مقالات متنوعة</title>
<meta name="description" content="أهلا بكم في الموقع الرسمي لأخبار و نتائج التصفيات "المؤهلة الى كأس اسيا، كل ما يتعلق بلكرة الاسيوية، تحليلات نتائج جوائز المسابقات منافسات اسبوية">
</head>
```

(1) بداية العلامة الوصفية التعريفية لصفحتنا الرئيسية، والتي تقدم نظرة عامة موجزة عن عروض الموقع.



الموقع الرسمي لتصفيات كأس اسيا، نتائج و اخبار مسابقة كأس اسيا  
example.com/ar/  
أهلا بكم في الموقع الرسمي لأخبار و نتائج التصفيات المؤهلة الي كأس اسيا، كل ما يتعلق بلكرة الاسيوية، تحليلات نتائج جوائز المسابقات منافسات اسبوية ...

(2) يجري المستخدم طلب البحث [كأس اسيا]. تظهر صفحتنا الرئيسية كنتيجة بحث، مع جزء من علامتها الوصفية التعريفية والمستخدم كـمقتطف.



اخبار التصفيات الاسيوية المؤهلة الى كأس العالم في البرازيل 2014  
www.example.com/ar/tournaments/men-a.../fifa-world-cup  
5 آذار (مارس) 2012 - تصفيات اسيا: الفرق التي تأهلت وموعد سحب القرعة للمرحلة النهائية ...  
هدافي تصفيات اسيا المؤهلة الى كأس العالم من المنتخبات المتأهلة للمرحلة ...

(3) يجري المستخدم طلب البحث [اخبار تصفيات كأس اسيا]. تظهر واحدة من صفحاتنا الأكثر عمقاً كنتيجة بحث، مع علامتها الوصفية التعريفية الفريدة والمستخدم كـمقتطف.

## مسرد المصطلحات

### مقتطف

النص المعروض تحت عنوان صفحة ويب مطابقة على صفحات نتائج البحث من محرك بحث. سيتم عرض موجز صفحة ويب و/أو أجزاء الصفحة التي تتطابق مع كلمات البحث الرئيسية.

### مشروع الدليل المفتوح (ODP)

أكبر دليل ويب في العالم يديره مستخدمون متطوعون (قائمة روابط الإنترنت التي تم جمعها على نطاق واسع، ثم تنظيمها بحسب الفئة).

### النطاق

عنوان على الإنترنت يشير إلى موقع جهاز كمبيوتر أو شبكة. ويتم إدارتها لتجنب التكرار.

## أفضل الممارسات

### تلخيص محتوى الصفحة بدقة

اكتب وصفاً من شأنه إعلام وجذب اهتمام المستخدمين إذا رأوا علامتك الوصفية التعريفية كمقتطف في نتيجة البحث.

#### تجنب ما يلي:

- كتابة علامات وصفية تعريفية ليس لها علاقة بالمحتوى على الصفحة
- استخدام أوصاف عامة مثل "هذه صفحة ويب" أو "صفحة عن إحصاءات كرة القدم"
- ملء الوصف بالكلمات الرئيسية فقط
- نسخ ولصق المحتوى الكلي للمستند في العلامة الوصفية التعريفية

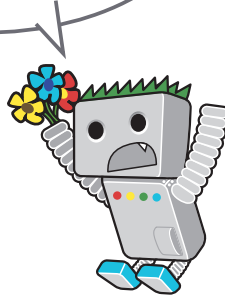
### استخدم أوصاف فريدة لكل صفحة

إن وجود علامة وصفية تعريفية مختلفة لكل صفحة يساعد كلاً من المستخدمين وGoogle، خاصة في عمليات البحث التي يمكن فيها للمستخدمين جلب صفحات متعددة على نطاقك (على سبيل المثال عمليات البحث باستخدام **site: اداة التشغيل**). إذا كان موقعك لديه الآلاف أو حتى الملايين من الصفحات، فإن العلامات الوصفية التعريفية اليدوية قد لا تكون عملية. في هذه الحالة، يمكنك إنشاء علامات وصفية تعريفية بناءً على محتوى كل صفحة بشكل تلقائي.

#### تجنب ما يلي:

- استخدام علامة وصفية تعريفية واحدة عبر كل صفحات موقعك أو مجموعة كبيرة من الصفحات

استخدم العلامات الوصفية التعريفية  
لتزويد كل من محركات البحث  
والمستخدمين بملخص عن محتوى  
صفحتك



الروابط

قسم تحليل المحتوى

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/12/new-content-analysis-and-sitemap.html>

تحسين المقتطفات باستخدام علامات وصفية تعريفية أفضل

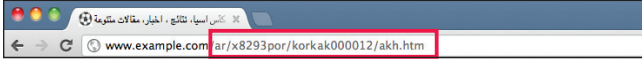
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/09/improve-snippets-with-meta-description.html>

عامل التشغيل

<http://www.brianwhite.org/2007/04/27/google-site-operator-an-ode-to-thee/>

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35264>

# تحسين بنية عناوين URL



(1) عنوان URL، إلى صفحة على موقع كأس اسيا لكرة القدم حيث قد يقضى المستخدم وقتاً عصيباً معه.



(2) يمكن للكلمات المحددة أعلاه إعلام المستخدم أو محرك البحث بمحتوى الصفحة المستهدفة قبل اتباع الرابط.

## تنقل عناوين URL سهلة الفهم معلومات المحتوى بسهولة

إن إنشاء فئات وصفية وأسماء ملفات للمستندات على موقع الويب لا يساعدك في تنظيم موقعك بشكل أفضل فحسب ولكن يؤدي أيضاً إلى **زحفاً أفضل لمستنداتك بواسطة محركات البحث**. وكذلك يؤدي إلى إنشاء عناوين URL أكثر سهولة و"توافقاً" لمن يريد وضع رابط للمحتوى لديك. يتردد الزوار أمام عناوين URL الطويلة جداً والمبهمة التي تحتوي على كلمات قليلة يمكن تمييزها.

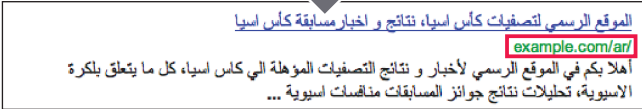
فعناوين URL مثل (1) قد تكون مربكة وغير متوافقة. سيواجه المستخدمون صعوبة في تذكر عنوان URL أو إنشاء رابط به. أيضاً، قد يظن المستخدمون أن جزءاً من عنوان URL غير ضروري، خاصة إذا كان عنوان URL يظهر **مُعلمات** يتعذر التعرف عليها. وقد يتخطون جزءاً من العنوان، مما يؤدي لتعطل الرابط.

قد يضع بعض المستخدمين رابطاً لصفحتك باستخدام عنوان URL التابع لتلك الصفحة كنص الرابط. **إذا كان عنوان URL لديك يحتوي على كلمات ذات صلة، فهذا يوفر للمستخدمين ومحركات البحث المزيد من المعلومات حول الصفحة أكثر مما يوفره معرفاً أو معلمة غريبة الاسم (2).**

## يتم عرض عناوين URL في نتائج البحث

أخيراً، تذكر أن عنوان URL لمستند يتم عرضه كجزء من نتيجة البحث في Google، **أدنى عنوان ومقتطف المستند**. كما هو الحال مع العنوان والمقتطف، تظهر الكلمات في عنوان URL على نتيجة البحث بالخط العريض إذا كانت تظهر في طلب بحث المستخدم (3). يظهر على اليسار مثال آخر يعرض عنوان URL على النطاق لدينا لصفحة تحتوي على مقالة حول إحصاءات كرة القدم الأكثر ندرة. قد تجذب الكلمات في عنوان URL مستخدم البحث أكثر من رقم المعرف مثل "http://www.example.com/ar/article/2012/".

يُفيد Google في الزحفاً إلى كل أنواع تركيبات عناوين URL، حتى إذا كانت معقدة للغاية، لكن قضاء بعض الوقت لجعل عناوين URL لديك بسيطة بقدر الإمكان لكل من المستخدمين ومحركات البحث يمكن يكون مفيداً. يحاول بعض مشرفي المواقع إنجاز ذلك بإعادة كتابة **عناوين URL الديناميكية** إلى عناوين ثابتة، وفي حين أن Google ماهر في ذلك، نود الإشارة أن هذا إجراء متقدم وإذا تم بشكل غير صحيح، فقد يسبب مشاكل في الزحفاً إلى موقعك. لمعرفة المزيد حول بنية عنوان URL الجيدة، نوصي بالاطلاع على صفحة مركز مساعدة مشرفي المواقع هذه حول **إنشاء عناوين URL متوافقة مع Google**.



(3) يجرى المستخدم طلب البحث [إحصاءات كرة القدم]. تظهر صفحتنا الرئيسية كنتيجة بحث، مع عنوان URL مدرجاً تحت العنوان والمقتطف.

### مسرد المصطلحات

**إعادة التوجيه 301**  
رمز حالة HTTP (انظر صفحة 12). يفرض على زائر الموقع الانتقال التلقائي إلى عنوان URL محدد.

**النطاق الفرعي**  
نوع النطاق المستخدم لتحديد فئة أصغر من النطاق العادي (انظر الصفحة 6).

**دليل الجذر**  
دليل في أعلى بنية شجرة الموقع. أحياناً يسمى "الجذر".

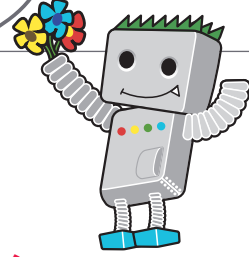
**الزحفاً**  
استكشاف المواقع بواسطة برامج محرك البحث (برامج التتبع) من أجل فهرسة محتواها.

**المُعلمات**  
البيانات المقدمة في عنوان URL لتحديد سلوك الموقع.

**المعرف (معرف الجلسة)**  
البيانات المقدمة من أجل تحديد وأو إدارة سلوك المستخدم الذي يدخل في الوقت الراهن إلى اتصالات النظام أو الشبكة.



اختر عنوان URL الذي يسهل  
على المستخدمين ومحركات  
البحث فهمه!



## أفضل الممارسات

### استخدام الكلمات في عناوين URL

إن عناوين URL التي تحتوي على العبارات ذات الصلة بمحتوى موقعك وبنيتها تجذب الزوار لتصفحها. يتذكر الزوار العناوين بشكل أفضل وربما يكونون أكثر استعدادًا لوضع روابط إليها.

#### تجنب ما يلي:

- استخدام عناوين URL الطويلة مع المعلومات ومعرفات الجلسات غير الضرورية
- اختيار أسماء صفحات عامة مثل "page1.html"
- استخدام كلمات رئيسية بشكل مفرط مثل "Football Stats-Football Stats-Football Stats.htm"

### إنشاء بنية دليل بسيطة

استخدم بنية الدليل التي تنظم المحتوى لديك بشكل جيد وتجعل من السهل على الزوار معرفة موضعهم في موقعك. جرّب استخدام بنية الدليل للإشارة إلى نوع المحتوى الذي تم العثور عليه في عنوان URL هذا.

#### تجنب ما يلي:

- تقديم تداخل عميق من الدلائل الفرعية مثل ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html/..."
- استخدام أسماء الدليل التي ليس لها علاقة بالمحتوى داخلها

### توفير نسخة واحدة من عنوان URL للوصول إلى مستند

لمنع المستخدمين من وضع رابط لنسخة واحدة من عنوان URL وغيرهم من وضع رابط لنسخة مختلفة (فهذا قد يشوه سمعة هذا المحتوى بين عناوين URL)، يمكنك التركيز على استخدام عنوان URL واحد والإحالة إليه في البنية والروابط الداخلية لصفحاتك. إذا وجدت أشخاصًا يدخلون إلى المحتوى نفسه من خلال عناوين URL متعددة فإن إعداد **إعادة التوجيه 301** من عناوين URL غير المفضلة إلى عنوان URL المسيطر هو حل جيد لهذا. يمكنك أيضًا استخدام عنوان URL أساسي أو استخدام عنصر الرابط "**rel="canonical"**" إذا لم تتمكن من إعادة التوجيه.

#### تجنب ما يلي:

- السماح بدخول صفحات من النطاقات الفرعية ولليل الجذر إلى المحتوى نفسه
- على سبيل المثال. "domain.com/page.htm" و "sub.domain.com/page.htm"
- استخدام الأحرف الكبيرة الزائدة في عناوين URL
- فالعديد من المستخدمين يتوقعون عناوين URL بالأحرف الصغيرة ويتذكرونها بشكل أفضل

#### الروابط

#### • إعادة التوجيه 301

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93633>

#### • "rel="canonical"

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=139394>

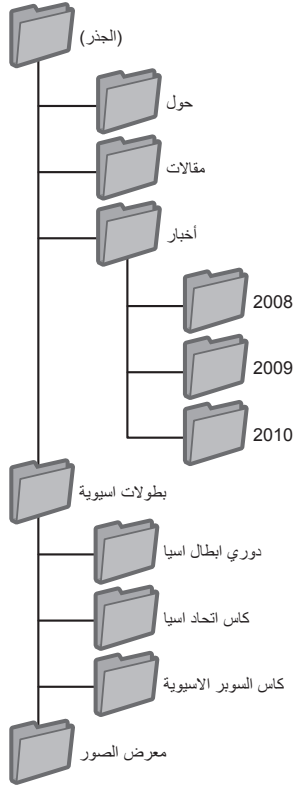
#### • عناوين URL الديناميكية

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=40349>

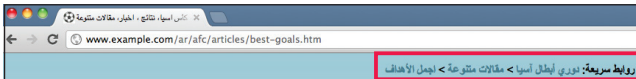
#### • إنشاء عناوين URL متوافقة مع Google

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=76329>

# جعل موقعك أسهل في التنقل



بنية الدليل لموقع الويب الصغير لدينا حول مسابقات كرة القدم في اسيا.



(1) تظهر روابط مسار التنقل على صفحة مقالة أكثر عمقاً على موقعنا.

## التنقل مهم جداً لمحركات البحث

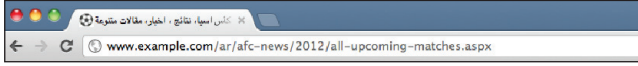
يمثل التنقل عبر موقع الويب أهمية من حيث مساعدة الزوار في العثور على المحتوى الذي يريدونه بشكل سريع. كما يمكن أن يساعد محركات البحث على فهم المحتوى الذي يعتقد مشرف الموقع أنه مهم. على الرغم من توفير نتائج بحث Google على مستوى الصفحة، يفضل Google أيضاً معرفة الدور الذي تلعبه الصفحة في الصورة الأكبر للموقع.

## التخطيط التفصيلي للتنقل على أساس صفحتك الرئيسية

كل المواقع لديها صفحة رئيسية أو صفحة "جذر"، والتي عادةً ما تكون الأكثر زيارة في الموقع ومكان البدء في التنقل لكثير من الزوار. ما لم يكن لدى موقعك سوى عدد قليل من الصفحات، يجب أن تفكر في كيفية الانتقال من الصفحة العامة (صفحة الجذر) إلى صفحة تحتوي على محتوى أكثر تحديداً. هل لديك ما يكفي من صفحات حول مجال لموضوع محدد بحيث يبدو من المنطقي إنشاء صفحة تصف هذه الصفحات ذات الصلة (على سبيل المثال صفحة جذر - قائمة مواضيع ذات صلة - موضوع معين)؟ هل لديك مئات من المنتجات المختلفة التي تحتاج إلى تصنيف ضمن صفحات فئات و صفحات فئات فرعية متعددة؟

## ضمان المزيد من الراحة للمستخدمين باستخدام "قوائم مسار التنقل"

مسار التنقل هو صف من الروابط الداخلية أعلى أو أسفل الصفحة والذي يسمح للزوار بالعودة بسرعة إلى قسم سابق أو صفحة جذر (1). تعرض العديد من مسارات التنقل الصفحة الرئيسية (صفحة الجذر عادةً) كأول رابط في أقصى اليمين كما تحتوي على الأقسام الأكثر تحديداً جهة اليسار.



(2) يمكن للمستخدمين الانتقال إلى الدليل العلوي عن طريق إزالة الجزء الأخير من عنوان URL.

## السماح بإمكانية إزالة جزء من عنوان URL

فكر في ما يحدث عند إزالة مستخدم جزءاً من عنوان URL لديك - قد ينتقل بعض المستخدمين في موقعك بطرق غريبة، ويجب أن تتوقع هذا. على سبيل المثال، بدلاً من استخدام روابط مسار التنقل على الصفحة، قد يزيل المستخدم جزءاً من عنوان URL على أمل العثور على المزيد من المحتويات العامة. فربما ينتقل إلى

http://www.example.com/ar/afc-news/2012/all-upcoming-matches.htm  
لكنه يُدخل http://www.example.com/ar/afc-news/2012/ في شريط عناوين المتصفح، اعتقاداً بأن هذا سيعرض كل أخبار عام 2012 (2). هل تم إعداد موقعك لعرض محتوى في هذا الموقف أم أنه سيعرض للمستخدم صفحة 404 (خطأ "تعذر العثور على الصفحة")؟ وماذا عن نقل مستوى الدليل لأعلى إلى  
http://www.example.com/ar/afc-news/

## إعداد ملفي sitemap: أحدهما للمستخدمين، والآخر لمحركات البحث

خريطة الموقع (site map) (أحرف صغيرة) هي صفحة بسيطة على موقع الويب تعرض بنية الموقع، وعادةً ما تتكون من قائمة تسلسل هرمي للصفحات على موقعك. يمكن للزوار زيارة هذه الصفحة إذا كانوا يواجهون مشاكل في العثور على صفحات على موقعك. بينما تزور محركات البحث أيضًا هذه الصفحة، للحصول على تغطية زحف جيدة للصفحات على موقعك، فالهدف الأساسي منها هو الأشخاص الزائرون.

يسهل ملف XML Sitemap (أحرف كبيرة) الذي يمكنك إرساله من خلال أدوات مشرفي المواقع، من Google من اكتشاف Google الصفحات على موقعك. وبعد استخدام ملف Sitemap أيضًا إحدى الطرق (على الرغم من أنها غير مضمونة) المستخدمة لإعلام Google بإصدار عنوان URL الذي تفضله كعنوان متعارف عليه (على سبيل المثال http://example.com/ar/ أو http://www.example.com/ar/؛ المزيد عن النطاق المفضل). لقد ساعدت Google في إنشاء النص البرمجي لأداة إنشاء ملف Sitemap مفتوح المصدر لمساعدتك في إنشاء ملف Sitemap لموقعك. لمعرفة المزيد حول ملفات Sitemap، يوفر مركز مساعدة مشرفي المواقع دليلًا مفيدًا لملفات Sitemap.

خريطة الموقع		
الرئيسية:	المسابقات:	مِنوعات:
<ul style="list-style-type: none"> <li>عن الموقع</li> <li>الاتحاد الآسيوي</li> <li>اتصل بنا</li> <li>الخصوصية</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>دوري أبطال آسيا</li> <li>كأس الاتحاد الآسيوي</li> <li>كأس التحدي الآسيوي</li> <li>كأس السوبر</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>اخبار</li> <li>مقالات متنوعة</li> <li>احصائيات</li> <li>معرض الصور</li> </ul>

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.example.com/ar/</loc>
    <changefreq>يومي</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/ar/afc-news/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/ar/afc-news/2010/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/ar/afc-news/2011/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/ar/afc-news/2012/</loc>
  </url>
</urlset>
```

أمثلة لخريطة موقع HTML وملف XML Sitemap. يمكن لخريطة موقع HTML مساعدة المستخدمين على العثور بسهولة على المحتوى الذي يبحثون عنه، ويمكن أن يساعد ملف XML Sitemap محركات البحث في العثور على موقعك.

### الروابط

• النص البرمجي لأداة إنشاء ملف Sitemap  
http://code.google.com/p/googlesitemapgenerator/  
• دليل إلى ملفات Sitemap  
http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156184

• أدوات مشرفي المواقع  
https://www.google.com/webmasters/tools/  
• النطاق المفضل  
http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=44231

## جعل موقعك أسهل في التنقل

### أفضل الممارسات

#### إنشاء تدرج هرمي متدفق بشكل طبيعي

اجعل من السهل الانتقال من محتوى عام إلى محتوى أكثر تحديداً يريده المستخدمون على موقعك قدر المستطاع. أضف صفحات التنقل عندما تكون منطقية وادمجها بشكل فعال في بنية رابطك الداخلي.

##### تجنب ما يلي:

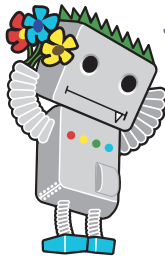
- إنشاء صفحات ويب معقدة لروابط التنقل، على سبيل المثال ربط كل صفحة على موقعك بكل صفحة أخرى
- الإفراط في تقسيم وتقطيع المحتوى (بحيث يتطلب 20 نقرة)

#### استخدام النص عادةً للتنقل

إن التحكم في معظم عمليات التنقل من صفحة إلى أخرى على موقعك من خلال الروابط النصية يجعل من الأسهل على محركات البحث الزحف إلى موقعك واستيعابه. ويفضل العديد من المستخدمين هذا أيضاً أكثر من الطرق الأخرى، وخاصة على بعض الأجهزة التي قد لا تتعامل مع **فلاش** أو **جايفا سكريبت**.

##### تجنب ما يلي:

- جعل التنقل يعتمد بشكل كلي على **القوائم المنسدلة** والصور والرسوم المتحركة - يمكن للكثير من محركات البحث، وليس جميعها، اكتشاف مثل هذه الروابط على موقع ما، ولكن إذا كان المستخدم يستطيع الوصول إلى جميع الصفحات على موقع عبر روابط النصوص العادية، فسيؤدي هذا إلى تحسين **إمكانية الدخول** إلى موقع الويب لديك؛ المزيد عن **كيفية تعامل Google مع الملفات غير النصية**



بالنسبة إلى التنقل، ينبغي التركيز على البساطة وسهولة الاستخدام!

#### مسرد المصطلحات

##### فلاش

تقنية ويب أو برنامج تم تطويره من قبل شركة Adobe Systems Incorporated. ويمكنه إنشاء محتوى ويب يجمع بين الصوت والفيديو والرسوم المتحركة.

##### جايفا سكريبت

نوع من لغات البرمجة. يمكن للغة جايفا إضافة ميزات ديناميكية لصفحات الويب ويتم استخدامها من قبل خدمات ويب عديدة.

##### القائمة المنسدلة

نظام يمكن فيه اختيار محتوى من قائمة. عند النقر على القائمة، يتم عرض قائمة الاختيارات في قائمة بطريقة مطوَّلة.

##### إمكانية الدخول

قدرة المستخدمين ومحركات البحث على الدخول إلى المحتوى وفهمه.

##### انطباع المستخدم

الانطباع الذي يكتسبه المستخدم من خلال استخدام المنتجات والخدمات، وما إلى ذلك. ويتم التركيز على توفير انطباع يسعي إليه المستخدم فعلاً، مثل "المتعة" و"الملائمة" و"الراحة".

##### رمز حالة HTTP

رمز يعبر عن معاني الاستجابات من الخادم عندما تنقل أجهزة الكمبيوتر المعلومات إلى بعضها البعض. يتم تخصيص الرمز على هيئة ثلاثة أرقام عددية، مع اختلاف المعنى استناداً إلى الرقم المستخدم.

## أفضل الممارسات

### وضع صفحة خريطة موقع HTML على موقعك، واستخدام ملف XML Sitemap

إن توفر صفحة خريطة موقع بسيطة بها روابط إلى كل الصفحات أو أهم الصفحات (إذا كان لديك مئات أو آلاف الصفحات) على موقعك الإلكتروني قد يكون مفيداً. يضمن إنشاء ملف XML Sitemap لموقعك أن محركات البحث ستكتشف الصفحات على موقعك.

#### تجنب ما يلي:

- التسبب في جعل صفحة خريطة موقع HTML غير محدثة بسبب روابط معطلة
- إنشاء خريطة موقع HTML تعرض الصفحات بدون تنظيم، بحسب الموضوع مثلاً

### توفير صفحة 404 مفيدة

ينتقل المستخدمون في بعض الأحيان إلى صفحة غير موجودة على موقعك، إما عن طريق اتباع رابط معطل أو كتابة عنوان URL خاطئ. إن تقديم **صفحة 404 مخصصة** ترشد المستخدمين إلى صفحة عاملة على موقعك يمكن أن يحسن كثيراً من **انطباع المستخدم**. وقد يلزم أن تحتوي صفحة 404 على رابط للرجوع إلى صفحة جذر ويمكن أن توفر أيضاً روابط إلى محتوى شائع أو ذي صلة على موقع الويب. توفر **Google أداة 404** يمكنك تضمينها في صفحة 404 لملئها بشكل تلقائي بالعديد من الميزات المفيدة. يمكنك أيضاً استخدام أدوات مشرفي المواقع من Google للعثور على **مصادر عناوين URL التي تسبب عرض خطأ "تعذر العثور"**.

#### تجنب ما يلي:

- السماح ب فهرسة صفحات 404 في محركات البحث (تأكد من أن خادم الويب تم تهيئته لعرض **رمز الحالة HTTP لخطأ 404** عند طلب صفحات غير متوفرة)
- عرض رسالة غامضة فقط مثل "تعذر العثور" أو "404" أو عدم عرض صفحة 404 نهائياً
- استخدام تصميم لصفحات 404 لا يتماشى مع بقية موقعك

#### الروابط

- كيفية تعامل Google مع الملفات غير النصية <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=72746>
- صفحة 404 المخصصة <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93641>
- الأداة 404 <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=93641>
- مصادر عناوين URL التي تسبب أخطاء "تعذر العثور" <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/10/webmaster-tools-shows-crawl-error.html>
- رمز الحالة HTTP لخطأ 404 <http://www.w3.org/Protocols/rfc2616/rfc2616-sec10.html>
- <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/08/make-your-404-pages-more-useful.html>

# تقديم محتوى وخدمات عالية الجودة

محمد يوسف المستوى 1

اخواتي و احبتي  
هذا الموقع يقدم افضل الصور الملتقطة في بطولة اسيا ٢٠١٢  
<http://www.example.com/ar/afc-2012/Gallery>

(1) يعثر مدون على جزء من المحتوى التابع لك ويروقه له ومن ثم يشير إليه في مشاركة مدونة.

## تزداد شهرة المواقع المثيرة للاهتمام بشكل تلقائي

من المرجح أن يكون لإنشاء محتوى مقنع ومفيد تأثير في موقعك يفوق أي عوامل أخرى تمت مناقشتها هنا. (1) يتعرف المستخدمون على المحتوى الجيد عند مشاهدته وبالتالي من المحتمل أن يوجهوا مستخدمين آخرين إلى هذا المحتوى. ويمكن أن يكون ذلك من خلال مشاركات المدونات أو خدمات الوسائط الاجتماعية أو البريد الإلكتروني أو المنتديات أو وسائل أخرى. تساعد المشاركات الشفهية أو المجانية في بناء سمعة موقعك من جانب المستخدمين وكذلك محرك البحث Google، ومن النادر ألا تتعلق المشاركات بجودة المحتوى.

## توقع الاختلافات في فهم المستخدمين لموضوعك واحرص على تقديم محتوى فريد وحصري

فكر في تلك الكلمات التي قد يبحث عنها المستخدم للعثور على جزء من محتوى موقعك. فالمستخدمون الذين يعرفون الكثير عن الموضوع قد يستخدمون كلمات رئيسية مختلفة في طلبات بحثهم عن تلك التي يستخدمها شخص غير خبير بالموضوع. فعلى سبيل المثال، قد يبحث مشجع كرة قدم منذ زمن بعيد عن [المباراة الفاصلة للدوري المصري] في حين يستخدم مشجع كرة قدم جديد طلب بحث أكثر عمومية مثل [الدوري المصري الممتاز]. قد يؤدي توقع هذه الاختلافات في سلوك البحث ووضعها في الاعتبار أثناء كتابة المحتوى (استخدام مزيج جيد من عبارات الكلمات الرئيسية) إلى تقديم نتائج إيجابية. يوفر Google AdWords أداة كلمات رئيسية سهلة الاستخدام، وتساعدك في اكتشاف صيغ كلمات رئيسية جديدة والإطلاع على حجم البحث التقريبي لكل كلمة رئيسية (2). كما توفر لك أدوات مشرفي المواقع من Google أهم طلبات البحث التي يظهر موقعك عند استخدامها وطلبات البحث التي وجهت معظم المستخدمين إلى موقعك.

فكر في إنشاء خدمة جديدة ومفيدة لا يقدمها أي موقع آخر. يمكنك أيضاً كتابة جزء أصلي من بحث أو نشر مقالة إخبارية مثيرة أو الاستفادة من القاعدة الفريدة لمستخدمي موقعك. قد تقتفر بعض المواقع الأخرى للموارد أو الخبرة لعمل هذه الأشياء.

Keyword	Competition	Global Monthly Searches	Local Monthly Searches
كأس اسيا 2011	Low	18,100	6,600
كأس اسيا 2011	Low	590	480
كأس اسيا 2011	Low	1,900	1,000
كأس اسيا 2011	Low	480	280
كأس اسيا 2011	Low	720	480
كأس اسيا 2011	Low	170	110
كأس اسيا 2011	Low	210	110
كأس اسيا 2011	Low	260	210
كأس اسيا 2011	Low	36	26
كأس اسيا 2011	Low	1,000	590
كأس اسيا 2011	Low	590	140
كأس اسيا 2011	Low	170	140
كأس اسيا 2011	Low	3,600	1,600
كأس اسيا 2011	Low	880	390
كأس اسيا 2011	Low	22	16
كأس اسيا 2011	Low	58	36
كأس اسيا 2011	Low	1,900	1,600
كأس اسيا 2011	Low	210	170
كأس اسيا 2011	Low	590	320
كأس اسيا 2011	Low	480	170
كأس اسيا 2011	Low	590	320

(2) تساعدك أداة الكلمات الرئيسية في Google AdWords في العثور على الكلمات الرئيسية ذات الصلة بموقعك وكذلك معرفة حجم هذه الكلمات الرئيسية.

### مسرد المصطلحات

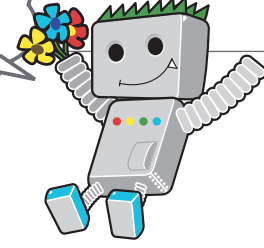
#### Google AdWords

هي خدمة إعلانية تضع إعلانات ذات صلة في صفحات نتائج البحث وفي محتويات أخرى. عندما يبحث مستخدم عن كلمات رئيسية مستخدماً محرك البحث Google، يتم عرض إعلانات AdWords ذات الصلة بتلك الكلمات الرئيسية في أعلى الجانب الأيسر وأو أسفل صفحات نتائج البحث بجانب نتائج البحث المجانية.

#### خدمة الوسائط الاجتماعية

هي خدمة ويب ذات طابع اجتماعي تميز وتدمج تكوين اتصالات بين المستخدمين وبعضهم.

يجب أن يكون لتحسين المحتوى والخدمات الأولوية، بغض النظر عن نوع موقع الويب



## أفضل الممارسات

### كتابة نص سهل القراءة

يستمتع المستخدمون بالمحتوى المكتوب بشكل جيد والذي يسهل متابعته.

#### تجنب ما يلي:

- كتابة محتوى غامض به الكثير من الأخطاء الإملائية والنحوية
- تضمين نص في الصور للمحتوى النصي
- قد يحتاج المستخدمون إلى نسخ ولصق النص ولا تستطيع محركات البحث قراءته

### البقاء منظمًا حول الموضوع

وعادةً ما يكون تنظيم المحتوى مفيدًا لزوارك ليتمكنوا من تمييز بداية موضوع محتوى ونهاية آخر على نحو جيد. يساعد تقسيم المحتوى إلى أجزاء أو تقسيماتٍ منطقية للمستخدمين في العثور على المحتوى الذي يريدونه بشكل أسرع.

#### تجنب ما يلي:

- وضع كميات كبيرة من النص حول مواضيع مختلفة في صفحة دون فصل الفقرات أو العناوين الفرعية أو التنسيق

### إنشاء محتوى حديث وفريد

لا يعمل المحتوى الجديد على الحفاظ على قاعدة الزوار الحاليين فقط، بل يساعد أيضًا على جلب المزيد من الزوار الجدد.

#### تجنب ما يلي:

- إعادة نشر (أو حتى نسخ) محتوى حالي يحقق قيمة إضافية قليلة للمستخدمين
- وضع إصدارات مكررة أو شبه مكررة للمحتوى عبر موقعك
- المزيد عن [المحتوى المكرر](#)

### إنشاء المحتوى للمستخدمين بالأساس، وليس لمحركات البحث

إن تصميم موقعك على حسب حاجات الزوار مع التأكد من سهولة وصول محركات البحث إلى موقعك عادةً ما يؤدي إلى نتائج إيجابية.

#### تجنب ما يلي:

- إدخال العديد من الكلمات الرئيسية غير الضرورية والتي تستهدف محركات البحث ولكنها مزعجة أو ليس لها معنى لدى المستخدمين
- وضع أجزاء من نص، مثل "أخطاء إملائية متكررة مستخدمة للوصول إلى هذه الصفحة"، لا تضيف قيمة كبيرة للمستخدمين
- إخفاء نص عن المستخدمين بطريقة مخادعة وإتاحته لمحركات البحث

#### الروابط

المحتوى المكرر  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66359>  
إخفاء النص عن المستخدمين  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66353>

أداة الكلمات الرئيسية  
<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>  
أهم طلبات البحث  
<http://www.google.com/webmasters/edu/quickstartguide/sub1guide5.html>

# كتابة نص رابط أفضل

## يُسهل نص الرابط المناسب نقل المحتويات المرتبطة

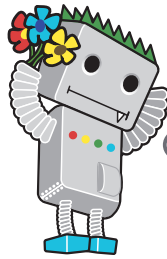
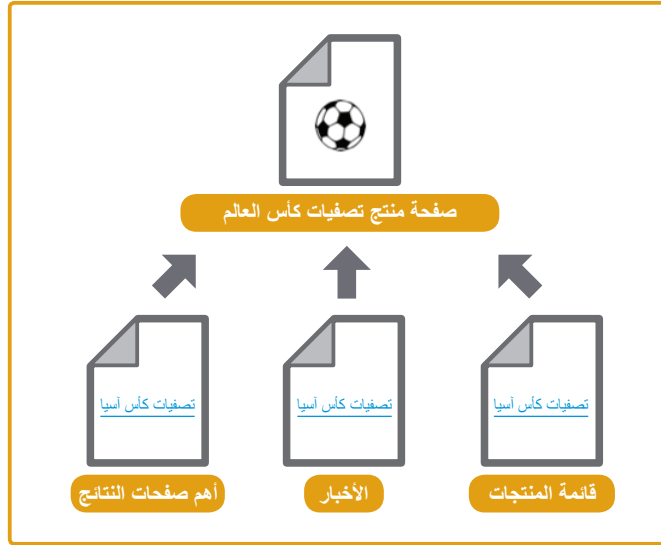
```
<a href="http://www.example.com/ar/afc-news/2012/">أخبار كأس آسيا ٢٠١٢</a>
```

يقدم نص الرابط هذا المحتوى وصفاً دقيقاً لإحدى صفحات مقالتنا.

إن نص الرابط هو نص قابل للنقر يظهر للمستخدمين كنتيجة للرابط، ويتم وضعه داخل علامة الرابط `<a href="..."></a>`.

يقدم هذا النص المعلومات للمستخدمين وكذلك لمحرك البحث Google عن الصفحة التي تضع رابطاً لها. وقد تكون الروابط في صفحتك داخلية — تشير إلى صفحات أخرى داخل موقعك — أو خارجية — تؤدي إلى محتوى في مواقع أخرى. في أي من الحالتين، كلما كان نص الرابط أفضل، كان ذلك أسهل على المستخدمين في تصفح موقعك وكذلك أسهل على محرك البحث Google في فهم معلومات عن الصفحة التي تضع رابطاً لها.

### موقع الويب



Googlebot

تدور الصفحة  
المرتبطة حول  
تصفيات كأس العالم.

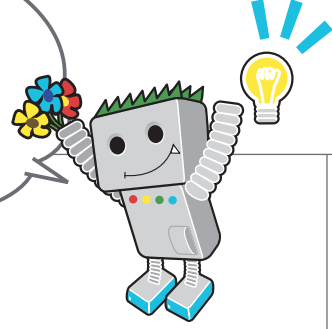


المستخدم

من خلال نص الرابط المناسب، يمكن للمستخدمين ومحركات البحث استيعاب محتوى الصفحات المرتبطة بسهولة.



يكون نص الرابط سهل الفهم  
مفضلاً لدى المستخدمين  
ومحركات البحث



## أفضل الممارسات

### اختيار النصوص الوصفية

يجب أن يوفر النص الذي تستخدمه لرباط على الأقل فكرة رئيسية حول محتوى الصفحة المرتبطة.

#### تجنب ما يلي:

- كتابة نص رابط عام مثل "صفحة" أو "مقالة" أو "انقر هنا"
- استخدام نص خارج الموضوع أو ليس له علاقة بمحتوى الصفحة المرتبطة
- استخدام عنوان URL للصفحة كنص الرابط في أغلب الحالات
- بالرغم من أن هناك، بالتأكيد، استخدامات لذلك مسموح بها مثل الترويج لعنوان موقع ويب جديد أو الإشارة إليه

### كتابة نص دقيق

تحراً أن يكون النص قصيراً ووصفياً، وعادةً ما يكون بضع كلمات أو عبارة قصيرة.

#### تجنب ما يلي:

- كتابة نص رابط طويل مثل جملة طويلة أو فقرة نصية صغيرة

### تنسيق الروابط حتى يسهل العثور عليها

يسهل ذلك على المستخدمين التمييز بين النص العادي ونص الرابط لروابطك. سيصبح محتوى موقعك أقل فائدة إذا فقد المستخدمون الروابط أو ضغطوا عليها عن غير قصد.

#### تجنب ما يلي:

- استخدام CSS أو نمط النص الذي يجعل الروابط تبدو وكأنها نص عادي

### التفكير في نص الرابط للروابط الداخلية أيضاً

قد تعتقد عادةً أن وضع الروابط يكون بالإشارة إلى مواقع ويب خارجية، ولكن إعطاء مزيد من الاهتمام لنص الرابط المستخدم من أجل الروابط الداخلية يمكن أن يساعد المستخدمين وكذلك محرك البحث Google في تصفح موقعك بشكل أفضل.

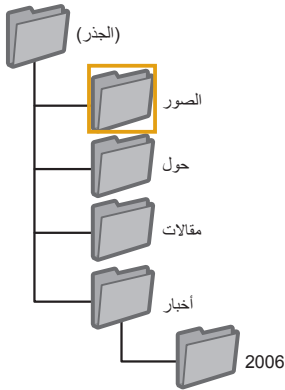
#### تجنب ما يلي:

- استخدام نص رابط مليء بالكلمات الرئيسية أو طويل على نحو مفرط لمحركات البحث فحسب
- إنشاء روابط غير ضرورية لا تساعد المستخدم في تصفح موقعك

# تحسين طريقة استخدامك للصور



(1) لم يتم عرض صورتنا للمستخدم لسبب ما، ولكن، على الأقل، تم عرض النص البديل.



(2) من الأسهل أن تعثر على مسارات الصور إذا كانت مُخزنة في دليل واحد.

## يمكن تقديم المعلومات ذات الصلة بالصور باستخدام السمة "alt"

قد تبدو الصور وكأنها مكونات واضحة ومباشرة في موقعك، ومع ذلك يمكنك تحسين استخدامها. يمكن أن يكون لجميع الصور اسم ملف وسمة نص بديل "alt" مختلف، فعليك الاستفادة من مميزات كليهما. **تتيح لك السمة "alt" تحديد النص البديل للصور، إذا تعذر عرضها لسبب من الأسباب (1).**

لماذا تستخدم هذه السمة؟ إذا كان المستخدم يعرض موقعك من خلال متصفح لا يتيح عرض الصور، أو يستخدم تقنيات بديلة مثل، **قارئ الشاشة، فستقدم محتويات سمة النص البديل معلومات حول الصورة.**

تستخدم هذه السمة أيضًا عند استخدام الصورة كرابط، وسوف يتم التعامل مع النص البديل لهذه الصورة كما هو الحال مع نص الارتساء لرابط نصي. ومع ذلك، لا ننصح باستخدام عدد كبير من الصور للروابط في تصفح موقعك عندما تلي روابط النص الغرض نفسه. وفي النهاية، يُسهل تحسين أسماء ملفات الصور والنص البديل لمشاريع بحث الصور، مثل **نتائج البحث في صور Google**، استيعاب صورك على نحو أفضل.

## تخزين الملفات في أدلة متخصصة وإدارتها باستخدام تنسيقات ملفات شائعة

بدلاً من نشر ملفات الصور في العديد من الأدلة والأدلة الفرعية عبر نطاقك، **فيما يمكنك دمج الصور في دليل واحد** (على سبيل المثال، [example.com/ar/images/](http://example.com/ar/images/)). وهذا يجعل المسار إلى صورك أكثر بساطة.

استخدم أنواع الملفات المتاحة والشائعة - ومعظم المتصفحات تتيح تنسيقات الصور **JPEG** و **GIF** و **PNG** و **BMP**. ويستحسن كذلك مطابقة امتداد اسم الملف بنوع الملف.

## أفضل الممارسات

### استخدم أسماء قصيرة ووصفية لأسماء الملفات والنصوص بديلة

كما هو الحال في العديد من الأجزاء الأخرى من الصفحة المُستهدف تحسينها، تكون أسماء الملفات والنصوص البديلة (لغات ASCII) القصيرة والوصفية هي الأفضل.

#### تجنب ما يلي:

- استخدام أسماء الملفات العامة مثل، "1.jpg"، "pic.gif"، "image1.jpg" قدر الإمكان — فقد تلجأ بعض المواقع التي بها آلاف الصور إلى تحويل أسماء الصور تلقائيًا
- كتابة أسماء ملفات طويلة للغاية
- ملء النص البديل بالكلمات الرئيسية أو نسخ ولصق الجمل كاملةً

### تقديم النص البديل عند استخدام الصور كروابط

إذا كنت قد قررت استخدام صورة كرابط، فإن ملء النص البديل لها يساعد على استيعاب Google المزيد عن الصفحة التي تضع رابطًا لها. تخيل أنك تكتب نص الارتساء لرابط نصي.

#### تجنب ما يلي:

- استخدام نصوص بديلة طويلة للغاية قد تعتبر غير مرغوب فيها
- استخدام روابط الصور فقط لتصفح موقعك

### توفير ملف sitemap لصورة

يمكن أن يوفر [ملف sitemap لصورة](#) لبرنامج Googlebot المزيد من المعلومات عن الصور المتاحة على موقعك. وتشبه بنيته ملف Sitemap بتنسيق XML لصفحات موقعك.



الروابط

• PNG  
[http://ar.wikipedia.org/wiki/Portable\\_Network\\_Graphics](http://ar.wikipedia.org/wiki/Portable_Network_Graphics)

• BMP  
[http://ar.wikipedia.org/wiki/BMP\\_file\\_format](http://ar.wikipedia.org/wiki/BMP_file_format)

• ملف Sitemap للصور  
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=178636>

• نتائج البحث في صور Google  
<http://images.google.com/>

• JPEG  
<http://ar.wikipedia.org/wiki/JPEG>

• GIF  
<http://ar.wikipedia.org/wiki/GIF>

# استخدام علامات العناوين بشكل مناسب

## استخدام علامات العناوين للتأكيد على النصوص المهمة

يتم استخدام علامات العناوين (وينبغي عدم الخلط بينها وبين علامة <head> لـ HTML أو عناوين HTTP) لتقديم بنية الصفحة للمستخدمين. هناك ستة أحجام لعلامات العناوين، تبدأ بالعلامة <h1>، وهي الأكثر أهمية، وتنتهي بالعلامة <h6>، وهي الأقل أهمية (1).

ولأن علامات العناوين عادةً ما تجعل النص بداخلها أكبر من الحجم الطبيعي على الصفحة، فيعد ذلك مؤشرًا مرئيًا للمستخدمين على أهمية هذا النص ومن الممكن أن يساعدهم على فهم شيء ما عن نوع المحتوى تحت نص العنوان. وتشكل الأحجام المتعددة للعناوين والمستخدم بالترتيب بناءً هرمياً للمحتوى، مما يسهل على المستخدم تصفح مستنداتك.

&lt;head/&gt;

&lt;body/&gt;

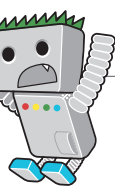
&lt;h1&gt;تصفيات كأس آسيا&lt;/h1&gt;

&lt;h2&gt;الأخبار - فوز الإمارات على فلسطين في مباراة ودية&lt;/h2&gt;

<p>أبو ظبي - فاز منتخب الإمارات لكرة القدم على نظيره الفلسطيني 3-0 يوم الجمعة على ملعب نادي الوحدة في أبوظبي ضمن استعداداته للقاء لبنان في 29 الحالي ضمن الجولة الأخيرة في الدور الثالث من منافسات المجموعة الآسيوية الثانية المؤهلة إلى نهائيات كأس العالم 2014 في البرازيل. وسجل عيسى عبيد (3) ويوسف جابر (12) من ضربة جزاء) ومحمد ناصر (90 من ضربة جزاء) أهداف المباراة. يعسكر منتخب فلسطين في الإمارات ضمن استعداداته لخوض منافسات كأس التحدي الآسيوي 2012 الذي تنطلق منافساته في آذار/مارس في نيبال.</p>

(1) في إحدى الصفحات التي تحتوي على أخبار جديدة، يمكن وضع اسم الموقع داخل علامة <h1> وموضوع الخبر داخل العلامة <h2>.

تُعد علامات العناوين أحد المكونات الهامة لموقع الويب لجذب اهتمام المستخدم، لذا كن حذرًا في استخدامها.



## أفضل الممارسات

### تخيل أنك تكتب ملخصاً

وكأنك تكتب ملخصاً لورقة كبيرة، فكر ملياً في النقاط الرئيسية والفرعية للمحتوى على الصفحة وحدد مواضع استخدام علامات العناوين بشكل مناسب.

#### تجنب ما يلي:

- وضع نص في علامات العناوين قد لا يكون مفيداً لتعريف بنية الصفحة
- استخدام علامات عناوين في حين أن استخدام علامات أخرى مثل <em> و <strong> قد يكون أكثر ملائمة
- الانتقال من حجم علامة عنوان إلى آخر بشكل غير سليم

### استخدام العناوين في الصفحة بشكل مقتصد

استخدم علامات العناوين في موضعها الصحيح. فيؤدي وضع الكثير من علامات العناوين في الصفحة إلى صعوبة فحص المستخدمين لمحتوى الصفحة وتحديد نهاية موضوع وبداية آخر.

#### تجنب ما يلي:

- استخدام علامات العناوين في الصفحة بشكل مبالغ فيه
- وضع نص الصفحة كاملاً في علامة عنوان
- استخدام علامات العناوين لتنسيق النص فقط وليس لتقديم بنية الصفحة

#### مسرد المصطلحات

##### عناوين HTTP

أنواع البيانات المختلفة التي يتم إرسالها في بروتوكول HTTP (بروتوكول نقل النص التشعبي): قيل إرسال البيانات

الفعلية نفسها.

##### <em>

هي علامة HTML وتشير إلى التأكيد. وطبقاً للمعايير، فهي تشير إلى التأكيد باستخدام الحروف المائلة.

##### <strong>

هي علامة HTML وتشير إلى التأكيد الشديد. وطبقاً للمعايير، فهي تشير إلى التأكيد باستخدام الكتابة باللون الداكن.

##### حرف البديل

حرف (\*) يدل محل أي حرف آخر أو سلسلة من الحروف.

##### .htaccess

هو ملف الدخول إلى النصوص التشعبية ويسمح لك بإدارة تهيئة خادم الويب.

##### سجل المرجع

هو عبارة عن معلومات مرجعية مكتوبة في سجل الدخول. وعند تتبع هذا السجل، تتمكن من معرفة المواقع القادم منها الزوار.

# استخدام ملفات robots.txt بشكل فعال

## تقييد الزحف حيث لا يكون مطلوباً مع ملف robots.txt

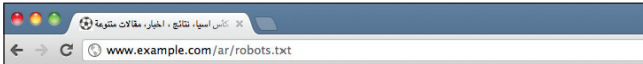
يُخبر ملف "robots.txt" محركات البحث ما إذا كان بإمكانها الدخول إلى موقعك وبالتالي الزحف إلى أجزاء منه (1). يتم وضع هذا الملف، الذي يجب تسميته بـ "robots.txt"، في دليل الجذر لموقعك (2).

قد لا تريد الزحف إلى صفحات معينة من موقعك لأنها قد لا تكون مفيدة للمستخدمين إذا عثروا عليها في نتائج بحث محرك البحث. إذا أردت حقاً منع محركات البحث من الزحف إلى صفحات موقعك، فإحدى أدوات مشرفي المواقع من Google **منشئ ملف robots.txt** متوافق لمساعدتك في إنشاء هذا الملف. لاحظ أنه إذا كان موقعك يستخدم نطاقات فرعية وتريد ألا يتم الزحف إلى صفحات معينة لنطاق فرعي معين، فعليك بإنشاء ملف robots.txt منفصل لهذا النطاق الفرعي. لمزيد من المعلومات حول ملفات robots.txt، نقترح قراءة دليل مركز مساعدة مشرفي المواقع هذا حول **استخدام ملفات robots.txt**.

هناك مجموعة من الطرق الأخرى التي تمنع ظهور المحتوى في نتائج البحث، مثل إضافة "NOINDEX" إلى العلامة الوصفية لبرنامج الروبوت، واستخدام ملف **htaccess**. للدلالة المحمية بكلمة مرور، واستخدام أدوات مشرفي المواقع من Google لإزالة محتوى تم الزحف إليه مسبقاً. يستعرض مات كاتس، أحد مهندسي Google، عن **إشعارات لكل طريقة من طرق حظر عناوين URL** في مقطع فيديو مفيد.

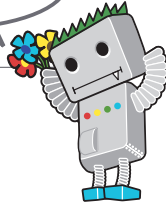
وكيل المستخدم: \*  
Disallow: /images/  
Disallow: /search

(1) لا تتمكن جميع برامج تتبع محركات البحث المتوافقة (المشار إليها برمز **حرف البديل** \*) من الدخول أو الزحف إلى محتوى تحت مسار /images/ أو أية عناوين URL يبدأ مسارها بـ /search.



(2) عنوان ملف robots.txt.

احتفظ بإدارة مُحكمة ودقيقة للمعلومات التي ترغب أو لا ترغب في الزحف إليها



### أفضل الممارسات

## استخدام طرق أكثر أماناً للمحتوى الحساس

لن تشعر بالراحة حيال استخدام ملفات robots.txt لمنع المواد الحساسة أو السرية. ويكون أحد أسباب ذلك أن محركات البحث قد لا تزال تشير إلى عناوين URL التي منعها (تُظهر فقط عنوان URL، وليس العنوان أو المقطع) إذا كانت هناك روابط إلى عناوين URL هذه في أي مكان عبر الإنترنت (مثل **سجلات المراجع**). بالإضافة إلى ذلك، قد لا تلتزم بعض محركات البحث غير المتوافقة أو المحتالة، والتي لا تعترف **ببروتوكول Robots Exclusion Standard**، بتعليمات ملفات robots.txt. وفي النهاية، قد يتمكن مستخدم فضولي من فحص الدلائل أو الدلائل الفرعية في ملف robots.txt وتخمين عنوان URL لمحتوى لا ترغب في أن تتم مشاهدته. ويُعد تشفير المحتوى أو حمايته بكلمة مرور باستخدام htaccess. من البدائل الأكثر أماناً.

### تجنب ما يلي:

- السماح بالزحف إلى الصفحات المشابهة لنتائج البحث
- فلا يرغب المستخدمون في ترك صفحة نتائج بحث والانتقال إلى أخرى لا تضيف أية قيمة مهمة لهم
- السماح بالزحف إلى عناوين URL تم إنشاؤها كنتيجة لخدمات الخادم الوكيل

### الروابط

#### بروتوكول Robots Exclusion Standard

هو صيغة لمنع برامج زحف الويب ومنتجات ملفات الإنترنت المتعددة، على سبيل المثال برنامج Googlebot، من الدخول إلى كل أو جزء من موقع يتم عرضه علناً، بطريقة أو بأخرى.

#### خدمة الخادم الوكيل

هو عبارة عن جهاز كمبيوتر يُبذل الاتصال في الحالات التي يتم فيها اتصال شبكة داخلية بشبكة خارجية أو برنامج به وظيفة تعمل لهذا الغرض.

#### • منشئ ملف robots.txt

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/03/speaking-language-of-robots.html>

#### • استخدام ملفات robots.txt

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156449>

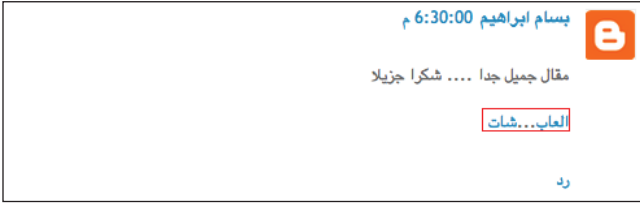
#### • إشعارات لكل طريقة من طرق حظر عناوين URL

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/01/remove-your-content-from-google.html>

# تعرف على "rel="nofollow" للروابط

```
<a href="http://www.shadyseo.com" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

(1) إذا أردت أنت أو مستخدمو موقعك وضع رابط إلى موقع غير موثوق وأو كنت لا تريد تمرير اسم موقعك من خلاله، فاستخدم علامة nofollow.



(2) يترك مرسل التعليقات غير المرغوب فيها رسالة في واحدة من مشاركات مدونتنا بهدف الترويج له من خلال سمعة موقعنا.



(3) مثال لاختبار CAPTCHA المستخدم في خدمة مدونة Google و Blogger. ويُمكن أن يمثل ذلك تحديًا لمحاولة ضمان وجود شخص حقيقي يترك التعليق.

## تغلب على التعليقات غير المرغوب فيها باستخدام "nofollow"

يؤدي تعيين قيمة السمة "rel" لرابط ما إلى "nofollow" إلى إبلاغ Google أن هناك روابط معينة في موقعك يجب عدم تتبعها أو إقران سمعة صفحتك بالصفحات المتصلة بها. يكون عدم تتبع رابط بإضافة "rel="nofollow" داخل علامة الارتساء للرابط (1).

متى يكون ذلك مفيداً؟ إذا كان لدى موقعك مدونة يتم تشغيل التعليقات العامة بها، فقد تتسبب الروابط الموجودة في هذه التعليقات في إقران صيت موقعك الذائع بصفتك قد لا تكون مطمئناً لضمان محتواها. تعد أماكن التعليقات بالمدونة على الصفحات معرضة للتعليقات غير المرغوب فيها بشكل كبير (2). وبضمن عدم تتبع هذه الروابط التي يضيفها المستخدمون أنك لا تسمح لموقع غير مرغوب فيه أن يستفيد من شهرة صفحتك التي اكتسبتها بعد عناء.

## إضافة "nofollow" إلى أعمدة التعليقات ولوحات الرسائل بشكل تلقائي

تلغي الكثير من حزم برامج المدونات تتبع تعليقات المستخدمين بشكل تلقائي، ولكن من المحتمل إمكانية تعديل الحزم الأخرى يدوياً لإجراء عدم التتبع. وتسري هذه النصيحة على مناطق أخرى في موقعك يمكن أن تتضمن محتوى من إنشاء المستخدمين، مثل دفاتر الزوار والمنتديات وتطبيقات shout-boards وقوائم مرجعية وما إلى ذلك. إذا أردت أن تضمن روابط تمت إضافتها بواسطة أطراف أخرى (على سبيل المثال، إذا كان المُعلّق على موقعك موثوقاً فيه)، فلا حاجة لاستخدام علامة nofollow للروابط، ومع ذلك، فإن إضافة روابط إلى مواقع تعتبرها Google غير مرغوب فيها قد يؤثر على سمعة موقعك. لدى مركز مساعدة مشرفي المواقع مزيد من النصائح حول تجنب التعليقات غير المرغوب فيها، مثل استخدام اختبارات CAPTCHA وتشغيل الإشراف على التعليقات (3).

## حول استخدام علامة "nofollow" للمحتويات الفردية وللصفحات بأكملها وما إلى ذلك

استخدام آخر لعلامة **nofollow** هو **عندما تكتب محتوى وتريد الرجوع إلى موقع آخر دون إقران سمعة موقعك به**. فعلى سبيل المثال، تخيل أنك تكتب مشاركة بالمدونة عن موضوع التعليقات غير المرغوب فيها وتريد استدعاء موقع قد وضع مؤخرًا تعليقات غير مرغوب فيها على مدونتك. وتريد تحذير الآخرين من هذا الموقع، وبالتالي ستضمن الرابط إلى هذا الموقع في المحتوى التابع لك، ولكنك بالتأكيد لا تريد أن يستفيد هذا الموقع من شهرتك من خلال هذا الرابط. وهنا يُعد استخدام علامة **nofollow** مفيدًا.

أخيرًا، إذا كنت تريد عدم تتبع جميع الروابط في إحدى الصفحات، يمكنك استخدام علامة **"nofollow"** في العلامة الوصفية لبرامج الروبوت، والتي توجد داخل العلامة **<head>** في ملف HTML للصفحة (4). تُقدم مدونة مجموعة خدمات مشرفي المواقع مشاركة مفيدة عن [استخدام العلامة الوصفية لبرامج الروبوت](#). تكتب هذه الطريقة هكذا **<meta name="robots" content="nofollow">**

```
<html>
<head>
<title>الموقع الرسمي لتصفيات كأس اسيا، نتائج ، اخبار، مقالات متنوعة</title>
أهلا بكم في الموقع الرسمي لأخبار و نتائج التصفيات="description" content="
/> "الموهلة الي كأس اسيا، كل ما يتعلق بلكرة الاسيوية، تحليلات نتائج جوائز المسابقات منافسات اسبوية
<meta name="robots" content="nofollow" />
</head>
```

(4) يؤدي هذا إلى إلغاء متابعة جميع الروابط في الصفحة.



### الروابط

- تجنب التعليقات غير المرغوب فيها <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=81749>
- استخدام العلامة الوصفية لبرامج الروبوت <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/03/using-robots-meta-tag.html>

# إشعار Google بمواقع الجوال



## تهيئة مواقع الجوال حتى تتم فهرستها بدقة

يبدو وكأن العالم كله يتجه لاستخدام الجوال، حيث يستخدم كثير من الناس هواتف الجوال بشكل يومي وكذلك تبحث قاعدة عريضة من المستخدمين في [صفحة بحث الجوال من Google](#). وبالرغم من ذلك، فليس سهلاً على مشرف موقع تشغيل موقع جوال أو إفادة جمهور بحث الجوال. **ولا تستخدم مواقع الجوال تنسيقاً مختلفاً عن مواقع سطح المكتب العادية فقط، بل تختلف أيضاً في أساليب الإدارة وكذلك الخبرة المطلوبة بدرجة كبيرة.** وبالتالي ينتج عن ذلك الكثير من التحديات الجديدة. وبالرغم من تصميم الكثير من مواقع الجوال مع الوضع في الاعتبار عرضها على الجوال، إلا أن أنه لم يتم تصميمها لتتوافق مع البحث.

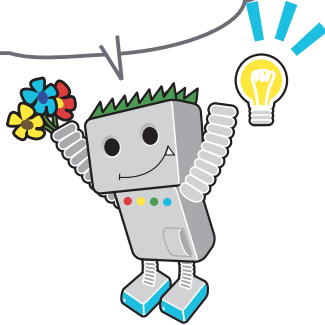
في ما يلي نصائح تحريّ الخلل وإصلاحه للمساعدة في التأكد من فهرسة موقعك والزحف إليه بشكل صحيح:

## التحقق من فهرسة موقع الجوال بواسطة Google

إذا لم يظهر موقعك في نتائج بحث الجوال من Google حتى عند استخدام [site:معامل الموقع](#)، فربما يواجه موقعك إحدى أو كلتا المشكلتين التاليتين:

1. قد لا يتمكن برنامج **Googlebot** من العثور على موقعك يجب زحف برنامج **Googlebot** لموقعك قبل تضمينه في فهرس البحث. **إذا كنت قد أنشأت الموقع للتو، فربما لا تتمكن من ملاحظته.** وفي هذه الحالة، أنشئ **ملف Sitemap للمواقع المعدة للأجهزة المحمولة** ثم أرسله إلى Google لإخبارنا بوجود الموقع. يُمكن إرسال ملف **Sitemap للمواقع المعدة للأجهزة المحمولة باستخدام أدوات مشرفي المواقع من Google**، تماماً كأي ملف **Sitemap** قياسي.

تأكد أن محرك البحث Google يتعرف على موقع الجوال بشكل سليم حتى يتمكن الباحثون من العثور عليه.



### مسرد المصطلحات

<b>XHTML Mobile</b>	<b>ملف Sitemap للمواقع المعدة للأجهزة المحمولة</b>
إن XHTML هي لغة ترميزية تتم إعادة تعريفها من خلال تعديل HTML إلى XML، ومن ثم تتم توسعتها لاستخدامها بهواتف الجوال.	ملف Sitemap بتنسيق XML يحتوي على عناوين URL لصفحات ويب تم تصميمها للهواتف الجوال. يتم إشعارنا بوجود تلك الصفحات والسماح لنا بالزحف إليها من خلال تقديم عناوين URL لمحتوى الويب للهواتف الجوال إلى Google.
<b>HTML مضغوط</b>	<b>وكيل المستخدم</b>
هي لغة ترميزية مماثلة لـ HTML ويتم استخدامها عند إنشاء صفحات الويب الممكن عرضها على هواتف الجوال وبواسطة PHS وPDA (المساعد الشخصي الرقمي).	البرامج والأجهزة التي يستخدمها المستخدم عند دخوله الموقع.



## 2. قد لا يتمكن برنامج Googlebot من الدخول إلى موقعك

ترفض بعض مواقع الجوال دخول أية أجهزة بخلاف أجهزة الجوال، مما يجعل دخول برنامج Googlebot إلى الموقع مستحيلًا وبالتالي يكون الموقع غير قابل للبحث فيه. **ونحن نستخدم "Googlebot-Mobile" كبرنامج الزحف لمواقع الجوال.** فإذا أردت أن يتم الزحف إلى موقعك، يُرجى السماح لأي وكيل مستخدم، بما في ذلك "Googlebot-Mobile"، **بالدخول إلى موقعك (2).** كما عليك أن تدرك أنه من الممكن أن تُغيّر Google معلومات وكيل المستخدم في أي وقت دون سابق إنذار، لذلك لا ننصح بالتحقق من دقة تطابق وكيل المستخدم مع "Googlebot-Mobile" (وكيل المستخدم الحالي). بدلاً من ذلك، تحقق مما إذا كان عنوان وكيل المستخدم يتضمن السلسلة "Googlebot-Mobile". يمكنك أيضًا استخدام [البحث في نظام أسماء النطاقات للتحقق من Googlebot](#).

## التأكد من إمكانية تعرّف محرك البحث Google على عناوين URL لجوالك

بعد زحف Googlebot-Mobile إلى عناوين URL، نتحقق عندئذٍ من مدى إمكانية عرض عنوان URL على جهاز جوال أم لا. **ولا يتم تضمين الصفحات التي تم تحديد عدم عرضها على أجهزة الجوال في فهرسة موقع الجوال** (على الرغم من إمكانية عرضها في فهرسة الويب العادية). يستند هذا التحديد إلى عديد من العوامل، وأحد هذه العوامل هو التعريف "DTD" (تعريف نوع مستند). تحقق من أن تعريف DTD لعناوين URL المتوافقة مع الجوال بتنسيق جوال مناسب مثل **XHTML Mobile** أو **HTML مضغوط** (3). فإذا كان التعريف بتنسيق متوافق، تكون الصفحة صالحة لفهرسة بحث الجوال. لمزيد من المعلومات، راجع [إرشادات مشرفي المواقع للجوال](#).

```
SetEnvIf User-Agent "Googlebot-Mobile" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Android" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "BlackBerry" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "iPhone" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "NetFront" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Symbian OS" allow_ua
SetEnvIf User-Agent "Windows Phone" allow_ua
Order deny,allow
deny from all
allow from env=allow_ua
```

(2) مثال على موقع جوال يتّقد أي دخول من غير أجهزة الجوال. يُرجى التأكد من السماح بالدخول من وكلاء المستخدم بما في ذلك "Googlebot-Mobile".

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//WAPFOLUM/DTD XHTML Mobile 1.0//EN"
"http://www.wapforum.org/DTD/xhtml-mobile10.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="application/xhtml+xml;
charset=Shift_JIS" />
```

(3) مثال على ملف DTD لأجهزة الجوال.

### الروابط

● صفحة بحث الجوال من Google

<http://www.google.com/m/>

● site: عامل التشغيل

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35256>

● ملف Sitemap للمواقع المعدة للأجهزة المحمولة

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/topic.py?topic=8493>

● الإرسال باستخدام أدوات مشرفي المواقع من Google

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=156184>

● استخدام بحث نظام أسماء النطاقات للتحقق من Googlebot

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2006/09/how-to-verify-googlebot.html>

● إرشادات مشرفي المواقع للجوال

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=72462>

# توجيه مستخدمي الجوال بدقة

## تشغيل إصداري سطح المكتب والجوال لموقعك

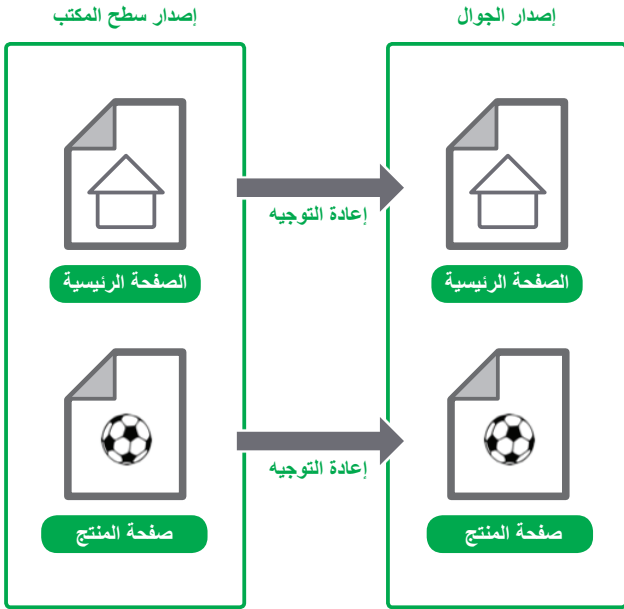
من المشاكل الأكثر شيوعاً لمشرفي المواقع الذين يديرون كلاً من إصداري من الجوال و سطح المكتب لموقع ما، أن إصدار الجوال للموقع يظهر للمستخدمين على جهاز كمبيوتر سطح المكتب، أو أن إصدار سطح المكتب للموقع يظهر عندما يحاول شخص ما الدخول إليه عبر جهاز جوال. في ما يتعلق بالتعامل مع هذا السيناريو، هناك نوعان من الخيارات القابلة للتطبيق:

## إعادة توجيه مستخدمي الجوال إلى الإصدار الصحيح

عندما يدخل مستخدم الجوال أو برنامج زحف (مثل Googlebot-Mobile) إلى إصدار سطح المكتب لعنوان URL، يمكنك إعادة توجيهه إلى إصدار الجوال المتطابق للصفحة نفسها. يلاحظ Google العلاقة بين إصداري عنوان URL ويعرض الإصدار القياسي لعمليات البحث من إصداري سطح المكتب والجوال لعمليات بحث الجوال.

إذا أعدت توجيه المستخدمين، فيرجى التأكد من أن المحتوى على عنوان URL للجوال/ سطح المكتب المناظر يتطابق بقدر الإمكان (1). على سبيل المثال، إذا كنت تدير موقع تسوق وهناك دخول من جهاز جوال إلى عنوان URL لإصدار سطح مكتب، فتأكد من أن المستخدم يتم توجيهه إلى إصدار الجوال للصفحة للمنتج نفسه، وليس إلى الصفحة الرئيسية لإصدار الجوال للموقع. وأحياناً ما نجد أن المواقع تستخدم هذا النوع من إعادة التوجيه في محاولة لتحسين ترتيبات البحث، لكن هذه الممارسة لا تؤدي إلا إلى انطباع سلبي للمستخدم، لذلك يجب تجنبها مهما تكلف الأمر.

من ناحية أخرى، عندما يكون هناك دخول إلى عنوان URL لإصدار الجوال من متصفح سطح المكتب أو بواسطة برنامج زحف الويب لدينا، Googlebot، ليس من الضروري إعادة توجيهه إلى إصدار سطح المكتب. على سبيل المثال، لا يعيد Google توجيه مستخدمي سطح المكتب بشكل تلقائي من موقع الجوال لديهم إلى موقع سطح المكتب؛ وبدلاً من ذلك يتم تضمين رابط على صفحة إصدار الجوال إلى إصدار سطح المكتب. وتكون هذه الروابط مفيدة بشكل خاص عندما لا يوفر موقع الجوال جميع وظائف إصدار سطح المكتب - حيث يمكن للمستخدمين الانتقال بسهولة إلى إصدار سطح المكتب إذا كانوا يفضلون ذلك.



(1) مثال على إعادة توجيه مستخدم إلى إصدار الجوال من عنوان URL عند الدخول إليه من جهاز جوال. في هذه الحالة، يجب أن يكون المحتوى على كل من عنواني URL متطابقاً قدر الإمكان.

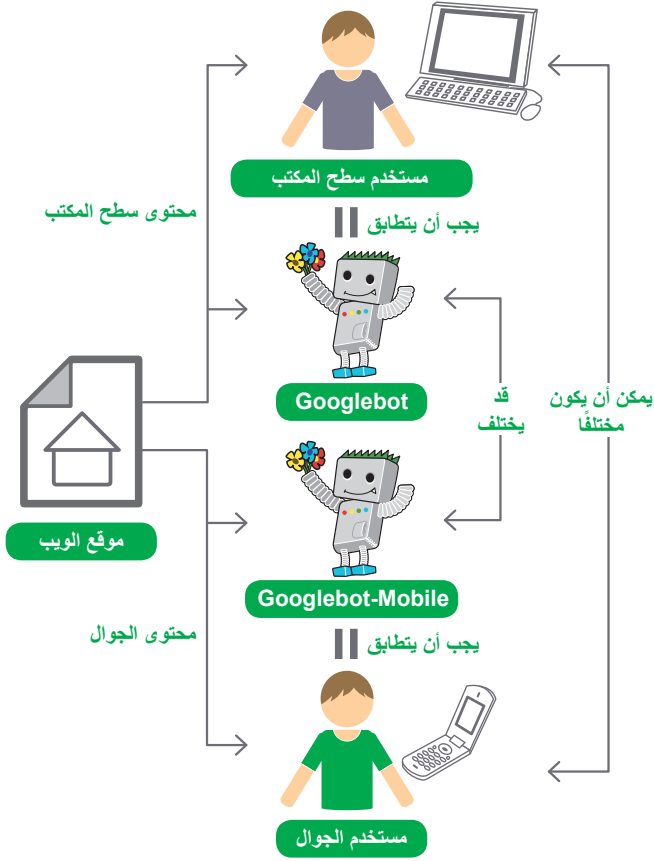
## تبديل محتوى استنادًا إلى وكيل المستخدم

بعض المواقع لها عنوان URL واحد لكل من محتوى سطح المكتب والجوال، لكنها تغير تنسيقها بحسب وكيل المستخدم. بمعنى آخر، فإن كلاً من مستخدمي الجوال ومستخدمي سطح المكتب يدخلون على عنوان URL نفسه (أي لا توجد إعادة توجيه)، لكن يتم تغيير المحتوى/التنسيق قليلاً بحسب وكيل المستخدم. في هذه الحالة، سيظهر عنوان URL نفسه لكل من بحث الجوال وبحث سطح المكتب، ويمكن لمستخدمي سطح المكتب رؤية إصدار سطح المكتب من المحتوى بينما يمكن لمستخدمي الجوال رؤية إصدار الجوال من المحتوى (2).

لكن، لاحظ أنه إذا تعذر عليك تهيئة موقعك بشكل صحيح، قد يتم اعتبار موقعك على أنه يمارس الحجب، الأمر الذي يؤدي إلى اختفاء موقعك من نتائج البحث لدينا. يشير الحجب إلى محاولة لرفع ترتيبات نتائج البحث من خلال تقديم محتوى لبرنامج Googlebot بشكل مختلف عن المستخدمين العاديين. وهذا يسبب مشاكل مثل نتائج أقل صلة (ظهور الصفحات في نتائج البحث على الرغم من أن محتواها في الواقع لا علاقة له بما يريده أو يشاهده المستخدمون)، لذلك نحن نتعامل مع الحجب بشكل جدي.

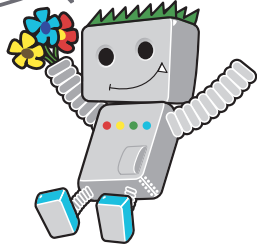
إذًا، فماذا تعني "الصفحة التي يراها المستخدم" إذا كنت توفر كلا الإصدارين بعنوان URL واحد؟ كما ذكرت في المشاركة السابق، يستخدم Google برنامج "Googlebot" لبحث الويب و"Googlebot-Mobile" لبحث الجوال. لاتباع توجيهاتنا، يجب أن تعرض المحتوى نفسه لبرنامج Googlebot كما يراه مستخدم سطح المكتب المعتاد، والمحتوى نفسه لبرنامج Googlebot-Mobile كما تعرضه في المتصفح على جهاز الجوال المعتاد. ولا بأس إذا كانت المحتويات المخصصة لبرنامج Googlebot تختلف عن تلك المخصصة لبرنامج Googlebot-Mobile.

من الأمثلة التي توضح كيفية اكتشافك دون قصد باعتبارك تمارس الحجب (إخفاء الهوية) عندما يعرض موقعك رسالة مثل "يرجى الدخول من هواتف الجوال" لمتصفحات سطح المكتب، لكنه يعرض بعد ذلك إصدارًا كاملاً للجوال لكل برنامجي الزحف (فيتلقى Googlebot إصدار الجوال). في هذه الحالة، تكون الصفحة التي يشاهدها مستخدمو بحث الويب (على سبيل المثال "يرجى الدخول من هواتف الجوال") مختلفة عن الصفحة التي يزحف إليها Googlebot (على سبيل المثال "مرحبًا بك في موقعي"). ونؤكد مرة أخرى على أننا نكتشف عمليات الحجب لأننا نريد أن نقدم للمستخدمين نفس المحتوى ذا الصلة الذي زحف إليه Googlebot أو Googlebot-Mobile.



(2) مثال على تغيير تنسيق صفحة استنادًا إلى وكيل المستخدم. في هذه الحالة، يفترض أن مستخدم سطح المكتب يشاهد ما يشاهده Googlebot كما يفترض أن مستخدم الجوال يشاهد ما يشاهده Googlebot-mobile.

يرجى التأكد من إرشاد المستخدم إلى الموقع الصحيح لجهازه!



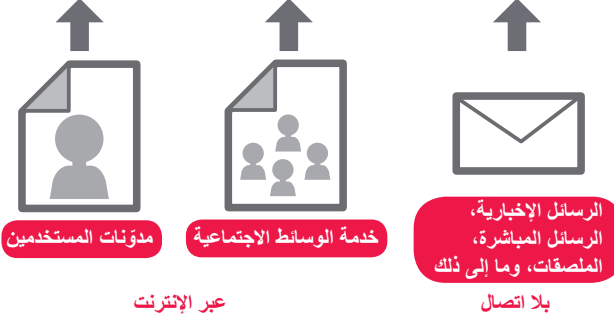
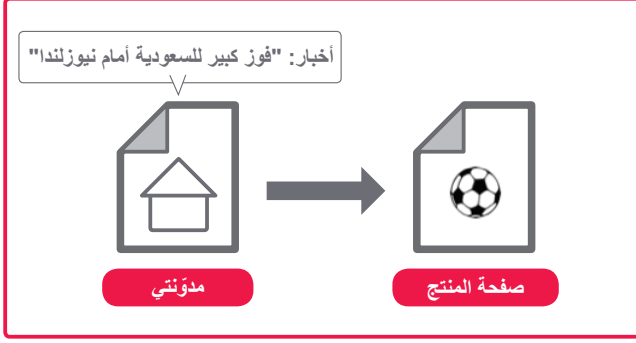
الروابط

• Google للجوال  
http://www.google.com/m/  
• الحجب

http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=66355

# رؤج لموقعك بأفضل الوسائل

## موقع الويب



## عبر الإنترنت

## بلا اتصال

(1) قد يؤدي عمل ترويج لموقعك مع وجود روابط الجودة إلى زيادة شهرة موقعك.

## حول زيادة الروابط الواردة بهدف زيادة قيمة الموقع

على الرغم أنه يتم الحصول على الروابط إلى موقعك بشكل تدريجي، حيث يتعرف الأشخاص على محتوى موقعك من خلال البحث أو بطرق أخرى ومن ثم الاتصال به، تتفهم Google أنك ترغب في إطلاع الآخرين على جهدك المبذول في وضع المحتوى. **سوف يؤدي الترويج الفعال للمحتوى الجديد إلى اكتشافه بشكل أسرع من قبل هؤلاء الأشخاص المهتمين بالموضوع نفسه (1)**. وكما هو الحال في معظم النقاط الواردة في هذا المستند، قد يؤدي اتباع هذه النصائح بشكل مبالغ فيه إلى الإضرار بسمعة موقعك.

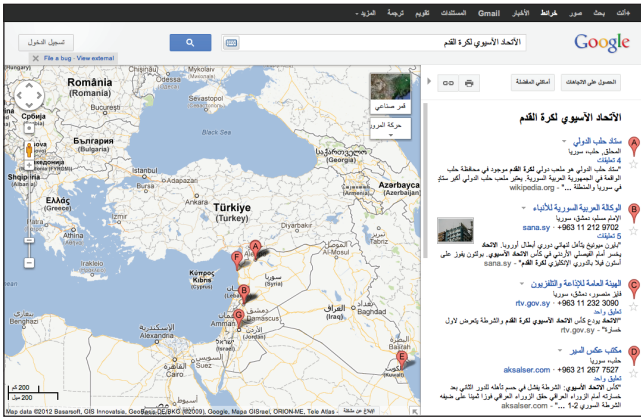
تعد مشاركة مدونة على موقعك، للسماح لقاعدة زائري الموقع بمعرفة إضافتك لشيء جديد،

## إعلان مشرفي المواقع من خلال المدونات والتعرف عليها عبر الإنترنت

طريقة رائعة لنشر محتوى جديد أو خدمات. كما يُمكن لمشرفي المواقع الآخرين المتابعين لموقعك أو **خلاصة RSS** كذلك الإلمام بهذه الإضافة.

كذلك، من الممكن أن يكون بذل الجهد في عمل ترويج غير متصل بالإنترنت لشركتك أو لموقعك مجدياً. فعلى سبيل المثال، إذا كان لديك موقع لنشاط تجاري، فتأكد أنك أضفت عنوان URL لهذا الموقع على بطاقات العمل وعنوان المؤسسة والملصقات وما إلى ذلك. كما يُمكنك إرسال رسائل إخبارية متكررة للعملاء عبر البريد لإخبارهم عن المحتوى الجديد على موقع الشركة.

إذا كنت تدير نشاطاً تجارياً محلياً، يمكنك وضع معلومات عنه على **أماكن Google لمساعدتك في الوصول إلى عملاء على خرائط Google وبحث الويب**. لذي مركز مساعدة مشرفي المواقع مزيد من النصائح حول **الترويج لنشاطك التجاري المحلي**.



(2) بتسجيل نشاطك التجاري في أماكن Google، يمكنك عمل دعابة لموقعك من خلال خرائط Google وبحث الويب.

## مسرد المصطلحات

### خلاصة RSS

بيانات تتضمن نصوصاً كاملة أو ملخصة تصف تحديثاً لموقع/مدونة. RSS هي اختصار لعبارة "RDF Site Summary" وتعد من الخدمات التي تستخدم تنسيق بيانات مشابهاً.

## أفضل الممارسات

### التعرف على مواقع الوسائط الاجتماعية

لقد جعلت المواقع المصممة حول تفاعل المستخدمين ومشاركاتهم من السهل مطابقة المجموعات المهمة من الأشخاص بالمحتوى وثيق الصلة.

#### تجنب ما يلي:

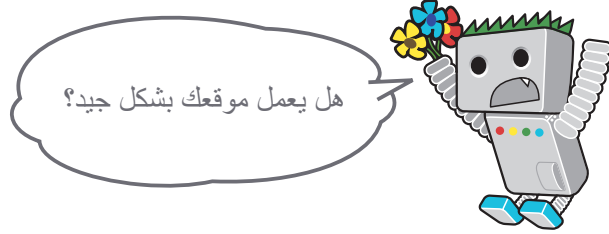
- محاولة الترويج لكل عناصر المحتوى الصغيرة والجديدة؛ ولكن استخدم العناصر الأكبر والمثيرة للاهتمام
- ربط موقعك بالحيل التي يتم فيها الترويج للمحتوى التابع لك بحيث يتصدر هذه الخدمات بشكل زائف

### الوصول إلى تلك الموضوعات في المنتديات ذات الصلة بموقعك

من المحتمل أن يكون هناك عدد من المواقع التي تغطي مجالات موضوعات تشبه موقعك. وعادةً ما يكون فتح قنوات اتصال مع هذه المواقع مفيداً. فمن الممكن أن تؤدي المواضيع الهامة في موقعك أو في المنتدى إلى توليد أفكار إضافية للمحتوى أو تكوين مورد جيد للمنتدى.

#### تجنب ما يلي:

- إرسال طلبات روابط غير مرغوب فيها إلى جميع المواقع ذات الصلة بمجال موضوعك
- شراء روابط من مواقع أخرى بهدف معرفة نظام ترتيب الصفحات بدلاً من الزيارات



#### الروابط

#### • أماكن Google

<http://www.google.com/local/add/>

#### • الترويج لنشاطك التجاري المحلي

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=92319>

# استخدام أدوات مشرفي المواقع المجانية

## جعل زحف Googlebot أكثر سلاسة باستخدام أدوات مشرفي المواقع

على معاملة تفضيلية، بل يساعد في تحديد المشكلات التي يمكن أن تفيد موقعك، إذا تمت معالجتها، في تحسين الأداء بالنسبة إلى نتائج البحث. فباستخدام خدمة مشرفي المواقع، يمكنك عمل ما يلي:

تقدم محركات البحث الرئيسية، بما في ذلك محرك البحث Google، أدوات مجانية لمشرفي المواقع. وتساعد أدوات مشرفي المواقع من Google مشرفي المواقع على التحكم بشكل أفضل في ما يتعلق بمدى تفاعل Google مع مواقعهم والحصول على معلومات مفيدة من Google عن مواقعهم. ولكن استخدام أدوات مشرفي المواقع لا يساعد في الحصول

- فهم أهم طلبات البحث المستخدمة للوصول إلى موقع ما
- أخذ فكرة عن كيفية رؤية Googlebot للصفحات
- حذف روابط أقسام الموقع غير المرغوب فيها والتي قد يستخدمها Google في نتائج البحث
- تلقي إشعار يتعلق بانتهاكات إرشادات الجودة وطلب إعادة النظر في موقع

- معرفة أجزاء الموقع التي واجه بها برنامج Googlebot مشكلات في الزحف إليها
- إبلاغنا عن أي ملف sitemap بتنسيق XML
- تحليل ملفات robots.txt وإنشاؤها
- حذف عناوين URL التي زحف إليها Googlebot
- تعيين النطاق المفضل لك
- تحديد المشكلات المتعلقة بالعنوان والعلامات الوصفية التعريفية

كما يوفر كل من (Yahoo! Site Explorer) و (Microsoft) أدوات مشرفي المواقع من (Bing) أدوات مجانية لمشرفي المواقع.

## يتيسر عمل تحليلات عالية المستوى من خلال Google Analytics ومُحسن مواقع الويب من Google

موقعك. تُعد برامج تحليل بيانات الإنترنت، مثل Google Analytics، مصدرًا قيمًا لعمل إحصاءات لهذه الزيارات. يمكنك استخدامها لتتمكن مما يلي:

إذا كنت قد أجريت تحسينات على الزحف والفهرسة لموقعك باستخدام أدوات مشرفي المواقع من Google أو بواسطة خدمات أخرى، فربما تتطلع لمعرفة عدد الزيارات القادمة إلى

- ألق نظرة على كيفية وصول المستخدمين إلى موقعك وأدائهم فيه
- اكتشف أكثر المحتويات شهرة على موقعك
- احسب مدى تأثير التحسينات التي تجريها على موقعك
- على سبيل المثال، هل أدى تغيير تلك العناوين والعلامات الوصفية التعريفية إلى تحسين نسبة الزيارات من محركات البحث؟

أخيرًا، تُقدم Google أداة أخرى تسمى مُحسن مواقع الويب من Google والتي تسمح لك بإجراء التجارب للعثور على التغييرات في الصفحة التي ينتج عنها أفضل معدلات التحويل مع الزوار. يُعد استخدام هذه الأداة بالإضافة إلى أداة Google Analytics وأدوات مشرفي المواقع من Google (شاهد مقطع الفيديو عن استخدام أداة "Google Trifecta") طريقة فعالة لبدء تحسين موقعك.

بالنسبة للمستخدمين المتقدمين، توفر المعلومات التي تُقدمها حزمة تحليل البيانات، بالإضافة إلى البيانات الخاصة بملفات سجلات الخادم، المزيد من المعلومات الشاملة عن كيفية تفاعل الزوار مع مستنداتك (مثل الكلمات الرئيسية الإضافية التي ربما يستخدمها الباحثون للعثور على موقعك).

## Google Analytics

<http://www.google.com/analytics/>

اطلع على مصادر الزوار وعلى ما يعرضونه وكذلك تغييرات المؤشر.

## محسّن مواقع الويب من Google

<http://www.google.com/weboptimizer/>

أجر التجارب على صفحات موقعك لمعرفة ما الذي سيعمل وما الذي لن يعمل.

## نصائح حول استعمال مُحسّن محركات البحث

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35291>

إذا أردت ألا تكفي بهذه الأدوات فقط، فستساعدك هذه النصائح في اختيار شركة محسّنات محركات البحث.

## منتدى مساعدة أدوات مشرفي المواقع من Google

<http://www.google.com/support/forum/p/Webmasters/>

هل لديك أية أسئلة أو ملاحظات على الدليل؟ الرجاء إخبارنا بذلك.

## مدوّنة مجموعة خدمات مشرفي المواقع من Google

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com?hl=ar/>

نشرات متكررة لموظفي Google عن كيفية تحسين موقعك.

## مركز مساعدة مشرفي المواقع من Google

<http://www.google.ae/support/webmasters?hl=ar/>

ملء بالوثائق المتعمقة عن المشكلات المتعلقة بمشرفي المواقع.

## أدوات مشرفي المواقع من Google

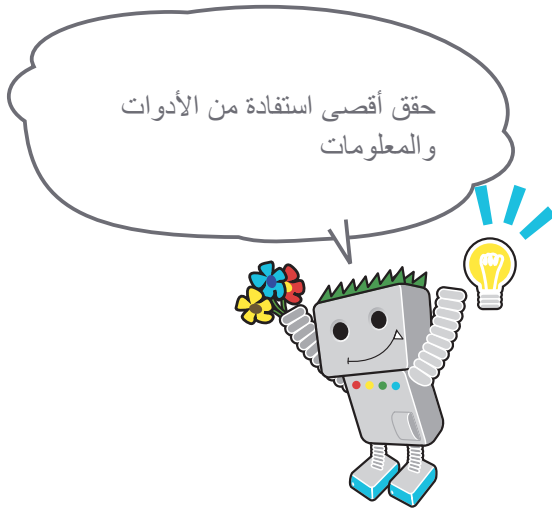
<https://www.google.com/webmasters/tools/>

حسّن مدى تفاعل Google مع موقعك.

## إرشادات مشرفي المواقع من Google

<http://www.google.com/webmasters/guidelines.html>

إرشادات من Google تتعلق بالتصميم والمحتوى وإرشادات فنية وأخرى تتعلق بالجودة.



الروابط

Google Trifecta •

<http://www.youtube.com/watch?v=9yKjrdcC8wA>

تتوفر كذلك نسخة PDF من هذا الكتيب. يمكنك تنزيل نسخة PDF من ...

<http://www.google.co.jp/intl/ar/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>

ما لم يُذكر خلاف ذلك، تم ترخيص محتوى هذا المستند بموجب ترخيص Creative Commons Attribution 3.0.



البحث مجموعة خدمات مشرفي المواقع من Google



<http://www.google.ae/webmasters?hl=ar/>

Google

حقوق الطبع والنشر © لعام 2010. تُعد Google علامة تجارية لشركة Google Inc. قد تكون جميع أسماء الشركات والمنتجات الأخرى علامات تجارية خاصة بالشركات المعنية المقترنة بها.