

تراکم کلمه کلیدی چیست و میزان مناسب آن در سئو چقدر است؟



نویسنده: مهران منصوری فر

کلمات کلیدی همان برگ برنده هایی هستند که، شانس حضور صفحات وب در نتایج بالاتر گوگل را افزایش می دهد. اهمیت و تراکم کلمه کلیدی در مبحث تولید محتوا، موضوع مورد بحث این مقاله خواهد بود.

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

مقاله مرتبط: [انتخاب بهترین کلمات کلیدی با ۱۰ ابزار رایگان و کاربردی](#)

کلمه کلیدی چیست؟

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

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

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

آب و هوا» کلمات کلیدی برای رسیدن به سایت های پیش بینی آب و هوا هستند.



اهمیت کلمه کلیدی برای یک وب سایت

هر وبسایت با توجه به موضوع اختصاصی اش، برای خود کلمات کلیدی دارد. که بر اساس آن محتوای متنی، تصویری، ویدئویی، صوتی و یا ترکیبی از این ها را تولید می کنند. در واقع مدیران سایت ها در تلاشند تا فکر کاربران را بخوانند و کلمات کلیدی که قرار است برای رسیدن به محتوایشان سرچ کنند، را پیش بینی کنند. تا با وارد کردن این کلمات کلیدی در متا تگ ها و محتوای متنی، کاربر را به سمت سایت خودشان جذب کنند. این کار مستلزم دانش و ابزار خاصی است که با نام سئو SEO شناخته می شود.

دانش سئو مجموعه ای از مهارت ها و ابزارهای آنالیز است که به وبمسترها کمک می کند تا به درک دقیقی از رفتار کاربران و موتورهای جستجو برسند و با آنالیز داده ها کلمات کلیدی را به ترتیب اولویت برای هر سایت یا کسب

و کار مشخص سازند. همه این کارها برای حضور موثر در رتبه های بالاتر نتایج جستجو است.

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

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

تنها وجود چند کلمه کلیدی در سایت تان نمی تواند برای همیشه، نتایج را به نفع شما نگه دارد. رقبای شما بیکار ننشسته اند آنها هم از کلمات کلیدی مشابه استفاده می کنند! پس چاره کار در چیست؟ داشتن یک استراتژی بی نقص و متداوم می تواند راه موفقیت را هموارتر سازد.

انواع کلمات کلیدی

قبل از آنکه به چگونگی یافتن مناسب ترین کلمات کلیدی بپردازیم بهتر است این توضیح را بدهیم که کلمه کلیدی می تواند یک کلمه چند حرفی باشد یا اینکه چند کلمه و حتی یک جمله باشد. معمولا keyword های تک کلمه ای رقابتی تر هستند و به دشواری می توان توسط این کلمات به صفحه اول نتایج راه یافت. در اصلاح به این کیووردها کلمات کلیدی تک سیلابی می گویند.

برای یک وب سایت می توان انواع کلمه کلیدی را معرفی کرد، از تک سیلابی گرفته تا دو، سه، چهار و پنج سیلابی. اما این نکته را در نظر داشته باشید که کاربران معمولا دنبال ساده ترین راه برای رسیدن به مقصود هستند و کمتر پیش می آید کاربر یک جمله طولانی را در گوگل جستجو کند. به نظر

شما چند نفر هواشناسی را سرچ می‌کنند و چند نفر جمله «پیش بینی آب و هوای ایران در چند روز آینده» را؟
به صورت کلی باید گفت سایت های کوچک بهتر است، از کلمات کلیدی چند سیلابی استفاده کنند. تا به رتبه های بالاتر برسند سپس روی کلمات کلیدی دو و تک سیلابی تمرکز کنند.

اگر سایتی شرکتی دارید و می‌خواهید نام شرکت را به عنوان کلمه کلیدی انتخاب کنید، باید بگوییم درصد موفقیت تان برای اینکه با نام شرکت به صفحه اول نتایج برسید، بسیار بالاست! چون رقبای شما اصلا روی این کلمه کلیدی کار نمی‌کنند. اما به نظرتان چند نفر پیدا می‌شوند که نام شرکت شما را سرچ کنند؟ مگر آنکه شرکت بسیار معروفی داشته باشید. فکر می‌کنید کاربران بیشتر کلمه کلیدی سامسونگ را جستجو می‌کنند یا گلکسی اس ۹ را؟

رقابتی بودن کلمه کلیدی مبحثی بسیار مهم است، چرا که رفتار کاربران و موتورهای جستجو همواره در حال تغییر است و قرار است وب سایت را متناسب با نیاز کاربران بهینه سازید.



چگالی یا تراکم کلمه کلیدی

تا اینجای کار به اهمیت و رقابتی بودن keyword پی بردیم حال می خواهیم بدانیم که چطور می شود از کلمات کلیدی به نفع خودمان بهره ببریم؟ بعد از آنکه کلمه یا کلمات کلیدی را مشخص کردید. می بایست بر اساس این کلمات کلیدی، محتوایی ارزشمند تولید کنید. در زمان تولید محتوا دقت داشته باشید که کلمات کلیدی را به کار ببرید اما به اندازه! همانطور که متوجه شده اید موتورهای جستجو به کلمات کلیدی حساس اند و صفحاتی که این کلمات را داشته باشند، به کاربر پیشنهاد می دهند. توجه داشته باشید اگر کلمات کلیدی بیش از اندازه در محتوای یک صفحه به کار بروند از طرف موتورهای جستجو جریمه خواهد شد! تراکم کلمه کلیدی همان چیز است که قرار است یک محتوا را ارزشمند یا جریمه کند. به درصد کلمات کلیدی موجود در یک صفحه نسبت به همه کلمات متن، چگالی کلمه کلیدی می گویند. چگالی یا تراکم کلمه کلیدی در تمام متن نباید بیش از حد مجاز باشد و نوشته را مصنوعی کند! روزگاری که هنوز الگوریتم های بسیار دقیق برای رتبه بندی سایت ها وجود نداشت. افرادی که به اهمیت کلمه کلیدی پی برده بودند. صفحات سایت را پر از کلمات کلیدی می کردند و از این طریق خود را به صفحه نخست نتایج می رساندند. بدون اینکه محتوای ارزشمندی داشته باشند. اما حالا اوضاع تغییر کرده است. نه دیگر گوگل همان گوگل قدیم است و نه کاربران کاربرهای سابق، که نیم ساعتی را از این صفحه به آن صفحه دنبال محتوای مورد نظر بگردند.

لازم است یک نکته را یادآور شوم که اگر نام گوگل را در بین موتورهای جستجو می بریم به خاطر این است که همه با آن آشنایی داریم و تقریباً بیشتر جستجوها را توسط این غول دنیای فناوری انجام می دهیم. موتورهای جستجوگر بزرگ دیگری همچو بینگ، یاهو و ... هم وجود دارند که به نمایندگی از همه نام گوگل را می بریم.

پس از راهیابی هوش مصنوعی به سیستم رتبه بندی صفحات وب، تراکم کلمه کلیدی بسیار مهم شده است. اگر قرار است متنی تولید کنید می

بایست، درصد کلمات کلیدی نسبت به سایر کلمات رعایت شود، از کلمات مترادف و هم معنا در متن استفاده شود، در عنوان و توضیحات متا کلمه مورد نظر استفاده شود و بسیاری مسائل دیگر که مربوط به سئوی تولید محتوا می شوند.

مقاله مرتبط: [چگونه برای رشد سئو، استراتژی بازاریابی محتوا بسازیم؟](#)

فرمول تراکم کلمه کلیدی

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

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

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

در این فرمول Nkr تعداد دفعاتی است که کلمه کلیدی در متن تکرار شده است و Tkn تعداد همه کلماتی است، که در متن وجود دارند. اگر خواهیم این فرمول را به زبان ساده تر بیان کنیم اینگونه می شود نوشت؛

برای اینکه خواهیم چگالی کلمه کلیدی در یک متن را به دست آوریم. لازم است تعداد دفعاتی که کلمه کلیدی تکرار شده را بر تعداد کل کلمات متن تقسیم کنیم و سپس نتیجه را در ۱۰۰ ضرب کنیم.

همانطور که اشاره شد اگر تعداد کلمات کلیدی موجود در یک صفحه بیش از

اندازه مجاز، باشند آن صفحه از طرف موتور جستجو به عنوان اسپم شناخته می شود و از نتایج حذف خواهد شد.

فرمول محاسبه تراکم عبارات کلیدی

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

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

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

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

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

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



نحوه توزیع کلمات کلیدی

تراکم کلمه کلیدی بسیار مهم است، اینکه چند بار و در کدام قسمت های متن ذکر شود، نقشی تعیین کننده در سئو دارد. سئوکاران می گویند محتوا پادشاه است! و کاملاً هم این گفته درست است. چون آنچه از نظر گوگل و کاربران مهم می باشد، محتوا است نه چیز دیگری! با توزیع متناسب کلمه کلیدی می توانید محتوایی ارزشمند خلق کنید. در ادامه خواهیم گفت که تراکم کلمه کلیدی باید به چه صورت باشد.

آنچه که مهم است باید محتوای شما طوری نوشته شود که، برای کاربران قابل خواندن و جذاب باشد. در نهایت این انسان است که می خواهد از شما خرید کند و با شما در تعامل باشد نه ربات های جستجوگر! برای اینکه بهترین نتیجه را از یک کلمه کلیدی بگیرید با رعایت تراکم کلمه کلیدی، از آن در بخش های زیر استفاده کنید.

URL سایت

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

عنوان صفحه

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

تگ H1

تگ H1 که مهم ترین تگ بین هدینگ ها است می بایست، کلمه یا عبارت کلیدی را در ترکیبش داشته باشد.

محتوای اصلی

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

تگ Alt تصاویر

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

لینک های داخلی سایت

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

توضیحات متا

Meta Description همان توضیحات مختصری هستند که در زیر عنوان

صفحات، در نتایج جستجو ظاهر می شوند. این توضیحات نباید بیش از ۱۶۰ حرف باشند اما با این وجود بهترین مکان برای قانع کردن کاربر جهت ورود به سایت می باشد.

KEYWORDS



آموزش یافتن بهترین کلمه کلیدی

وب سایت شما برای هر منظوری که طراحی شده باشد بی شک چندین کلمه و عبارت کلیدی دارد، که لازم است برای هر کدام از آنها محتوای ارزشمندی در سایت تان داشته باشید. برای آنکه بهترین کلمه کلیدی را بیابید لازم است تا چشم و گوشتان را باز کنید و به همه چیز دقت کنید. اگر کسب و کارتان محلی و محدود به منطقه ای خاص است. لازم نیست با همه دنیا به رقابت پردازید و کافایت با همان رقبای محلی خودتان دست و پنجه نرم کنید. با کمک ابزاری مثل Google's Keyword Planner یا SEMrush می توانید به اطلاعات مهمی مثل میزان جستجوی کلمات مورد نظرتان در منطقه خاصی دست یابید. ابزار متعددی برای این کار وجود دارند که به شما اجازه می دهند، تا میزان جستجوی یک کلمه یا عبارت را در بازه های زمانی خاص، مناطق مختلف و ... به دست آورید.

یکی از ساده ترین راهکارهای یافتن کلمه کلیدی مرتبط به یک موضوع، پیشنهاد هایی است که گوگل، زمان سرچ به شما می دهد! اگر تا به حال به این موضوع دقت نمی کردید همین حالا عبارت «بازاریابی» را در کادر جستجو بنویسید. بلافاصله گوگل چندین موضوع مرتبط را به شما پیشنهاد می دهد. در انتهای صفحه نتایج نیز، چندین پیشنهاد برای شما وجود دارد که با کلیک روی آنها می توانید به موضوعات مرتبط راهنمایی شوید. شاید بپرسید که گوگل از کجا این پیشنهادات را می آورد؟ پاسخ ساده است، با آنالیز جستجوهای انجام شده توسط سایر کاربران. همیشه بیشترین عبارات مرتبط با یک موضوع را که سرچ شده اند را، پیشنهاد می دهد و در هر بازه زمانی پیشنهادات تغییر می کنند.

-کلمات مرتبط با کسب و کارتان: حالا که قصد دارید از ابزار آنالیز داده استفاده کنید بهتر است کلمات کلیدی که مرتبط با سایت و خدماتتان است استفاده کنید. باید بدانید که کاربران برای رسیدن به محصولات شما چه کلمات یا عباراتی را جستجو می کنند. خودتان را جای کاربر بگذارید و فکر کنید که با چه کلماتی قرار است به هدف که همان سایت شماست برسید؟

-کلمات مکمل و مترادف با کلمه کلیدی: همه کاربران مثل هم فکر نمی کنند و به جستجو نمی پردازند. عبارت هایی که مکمل یا مترادف با کلمه کلیدی هستند می توانند کاربر را به سایت شما برسانند.

-یافتن کلمات کلیدی برای جستجوی محلی: همان طور که همه دوست دارند تا به نزدیکترین فروشگاه بروند و خرید کنند، در مورد سایت ها نیز همین تمایل را دارند. اگر یک کشاورز در مشهد بخواهد عدوات کشاورزی بخرد، اولین کاری که می کند جستجوی محلی است. برای اینکار چیزی مثل این عبارت را می نویسد؛ «فروشگاه تراکتور در مشهد». بنابراین روی کلمات کلیدی محلی حساب کنید، چون کشاورز داستان ما از همان فروشگاههای که در مشهد است خرید می کند نه آن فروشنده ای که در توکیو ژاپن است! پس سئوی محلی را جدی بگیرید.

ابزار رایگان آنالیز و یافتن کلمه کلیدی

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

Google Trends —

Keyword Shitter —

AdWord & SEO Keyword Permutation Generator —

Answer the Public —

Google Correlate —

Keywords Everywhere —

Wordtracker Scout —

Google Search Console —

[بیشتر بدانید: بازاریابی محتوا چیست؛ راهنمای کامل استفاده از آن در کسب و کارها](#)

سخن پایانی

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

تراکم کلمه کلیدی چیست و میزان مناسب آن در سئو چقدر است؟

مختلف سعی دارد تا محتوای وبسایت ها را به آنچه که کاربران جستجو می کنند نزدیکتر کند. از آنجایی که الگوریتم های رتبه بندی دائماً به سود کاربران در حال تغییرند، می بایست در جهت تولید محتوای کاربر پسند تلاش کرد.