

- 1- انتخاب عنوان مناسب برای سایت که مرتبط با محتوای کلی سایت باشد.
- 2- انتخاب عناوین متفاوت برای ماژول ها
- 3- عناوین طولانی برای صفحات انتخاب نشود. ( حداکثر 2-3 کلمه ای و تا 63 کاراکتر باشد) در مواردی که نیاز به عناوین طولانی است بهتر است که عنوان اصلی صفحه کوتاه باشد و عنوان طولانی در داخل متن قرار داده شود.
- 4- عناوین انتخابی برای صفحه باید مرتبط با صفحه باشد.
- 5- نیازی به تکرار اسامی خاص مثل دانشگاه فردوسی مشهد در عنوان تمامی صفحات نمی باشد.
- 6- عناوین صفحه داخل برجسب های **H1** قرار داده شود.
- 7- کلمات کلیدی هر صفحه تعیین شود و این کلمات به صورت لینک و یا **bold** مشخص شوند.
- 8- تعداد لینک های داخل صفحه از 100 لینک تجاوز نکند.
- 9- متنی که داخل لینک نوشته می شود با دقت انتخاب شود.
- 10- برای تصاویر از خاصیت **alt** استفاده شود و مقدار مناسبی برای آن درج شود.
- 11- ابعاد تصویر درج شود.
- 12- در صورتی که متن خبری به صورت فایل آماده شده است حتما به صورت متنی هم قرار داده شود که بدون نیاز به دانلود فایل بتوان به متن خبر نیز دسترسی داشت.

- 13- کلمات کلیدی که مرتبط با محتوای سایت باشد تعیین شود و برای هر کدام صفحه ای جداگانه که حاوی متنی که توضیح آن کلمه باشد در سایت درج شود. چگالی کلمات کلیدی که همان تعداد تکرار کلمه کلیدی در متن است بهتر است از 10 درصد تجاوز نکند چون در غیر این صورت موتور جستجو آن را به عنوان حيله در نظر می گیرد.
- 14- در سایت هایی که مرتبط با موضوع سایت می باشند درخواست درج آدرس سایت داده شود. عنوانی که برای لینک دادن در این سایت ها انتخاب می شود یکی بود و از طرف خود شما به آنها اعلام شود. دقت شود که این سایت ها معتبر باشند و جزء سایت هایی نباشند که به هر جایی لینک می دهند.
- 15- بروز رسانی بیشتر مطالب سایت
- 16- فعال بودن آدرس های کوتاه برای تغییر آدرس URL های سایت
- 17- دقت در درج مطالب سایت به طوری که از جداول کمتر استفاده شود.
- 18- اگر مطلبی از سایت دیگری عینا نقل می شود به آن سایت ارجاعی نیز داده شود.
- 19- صفحاتی با مطالب یکسان در سایت وجود نداشته باشد.
- 20- از درج مطالب به صورت تکرار در صفحه یا نوشتن به صورت مخفی خودداری شود.
- 21- از لینک دادن به سایت های غیر مرتبط خودداری شود.

		کلمات کلیدی
+3	عنوان صفحه مهمترین مکان برای قرار دادن کلمات کلیدی است. چون در نتیجه جستجو عنوان صفحه به کاربر نشان داده می شود. عنوان صفحه بهتر است 6-7 کلمه و حداکثر 64 کاراکتر باشد. کلمات کلیدی در ابتدای عنوان قرار بگیرند بهتر است.	1 کلمات کلیدی در برچسب <title>
+3	قرار داشتن کلمه کلیدی در URL صفحه بسیار کمک می کند. اما اگر در محتوای صفحه این کلمه تکرار نشده باشد قرار دادن در URL بیهوده است.	2 کلمات کلیدی در URL
+3	چگالی کلمات کلیدی در متن حدود 3-7 درصد مناسب است و حداقل باید 1-2 درصد باشد. چگالی بیشتر از 10 درصد مشکوک است و مشابه تقلب محسوب می شود.	3 چگالی کلمه کلیدی در متن صفحه
+3	این فاکتور به خصوص در مورد لینک های دریافتی بسیار مهم است. چرا که در واقع به صورت یک رای در مورد آن کلمه کلیدی از آن سایت برای شما محسوب می شود.	4 کلمه کلیدی در متن لینک ها
+3	یکی دیگر از مکان مهم برای قرار دادن کلمه کلیدی است. البته دقت شود که باید متن مرتبط با آن کلمه کلیدی نیز وجود داشته باشد.	5 کلمه کلیدی در تیترها
+2	کلمه کلیدی کلمه ای است که دارای اهمیت بیشتری است. پس در مورد موضوع مهم تر معمولا در ابتدای متن توضیح داده می شود. دقت کنید که ابتدای متن نه ابتدای صفحه. گر چه این فاکتور مهم است اما از موارد ذکر شده در شماره های قبلی از اهمیت کمتری برخوردار است.	6 کلمات کلیدی در ابتدای صفحه
+2	Spider ها تصاویر را نمی بینند اما توضیح داخل برچسب alt تصاویر را می خوانند. پس اگر در صفحه خود تصویر دارید این برچسب را با کلمات کلیدی مرتبط با این تصاویر پر کنید.	7 کلمه کلیدی در برچسب alt تصاویر
+1	این فاکتور از اهمیت بسیار کمی برخوردار است. مخصوصا برای Google. اما Bing و Yahoo هنوز روی آن تکیه دارند.	8 کلمات کلیدی در برچسب meta
+1	منظور میزان نزدیکی بودن کلمات کلیدی در متن است. بهتر است که کلمات کلیدی پشت سر هم و بدون قرار گرفتن کلمه دیگری در بین آنها در متن قرار داده شوند. مثلا اگر کلمه کلیدی سگ را در پاراگراف اول و کلمه کلیدی غذا را در پاراگراف دوم داشته باشید، این دو باز هم در شمار کلمات کلیدی محسوب خواهند شد اما تاثیر که ترکیب غذای سگ دارد را نخواهد داشت. این فاکتور برای عبارت های کلیدی که از چندین کلمه تشکیل شده است مناسب است.	9 نزدیکی کلمات
+1	علاوه بر کلمات کلیدی می توانید بر روی عبارات کلیدی که ترکیبی از چندین کلمه هستند نیز کار کنید. این روش وقتی مناسب است که	10 عبارات کلیدی

## SEO Checklist

	عباراتی کلیدی که انتخاب می کنید محبوب باشند. اما بهتر است که بر روی کلمات جداگانه عبارات کار کنید تا عبارات که ممکن است گاهی در جستجوها استفاده شود.		
+1	کار بر روی این گونه کلمات بسیار عالی است. در حالی که بسیاری بر روی کلمات کلیدی متعارف کار می کنند، کلمات کمکی و فرعی دارای رقابت کمتری هستند و می توانند جستجوهای خاص تری داشته باشند. مثلا عبارت <b>real estate new jersey</b> ممکن است بسیار کمتر از <b>real estate</b> جستجو شود اما ترافیک هدفمند تری را دارد.	کلمات کلیدی کمکی	11
+1	این فاکتور در زبان انگلیسی کاربرد کمتری دارد، چون کلمات هم ریشه مرتبط با یکدیگر در نظر گرفته می شوند. مثلا اگر شما در صفحه کلمه <b>dog</b> را داشته باشید، این کلمه در جستجوی <b>dogs</b> و <b>doggy</b> نیز خواهد آمد. اما در سایر زبان ها هم ریشه گی مساله است و این گونه کلمات ممکن است تا آن اندازه که مورد دلخواه شماست مرتبط با کلمات کلیدی شما در نظر گرفته نشود.	کلمات کلیدی هم ریشه	12
+1	سعی کنید که علاوه بر کلمات کلیدی بر روی بهینه سازی هم معنی های آن ها نیز کار کنید. در زبان انگلیسی این موضوع اهمیت دارد. مخصوصا برای موتورهای جستجویی که آنقدر هوشمند هستند که کلمات هم معنی را تشخیص دهند.	هم معنی	13
0	اگر کلمه کلیدی طوری است که ممکن است به طور اشتباه املائی نیز مورد جستجو واقع شود، روی املائی غلط آن نیز می توانید کار کنید. این کار ممکن است باعث افزایش ترافیک روی سایت شما شود اما نوشتن غلط کلمات در سایت اثر مطلوبی روی کاربران نخواهد داشت. پس بهتر است این کار را انجام ندهید یا حداقل در برچسب <b>meta</b> آنها را قرار دهید.	املائی اشتباه کلمه کلیدی	14
-2	بهینه سازی برای تعداد زیادی کلمات کلیدی که مخصوصا مرتبط با سایت نباشند، بر روی کارایی سایر کلمات تاثیر منفی گذاشته و کلمات کلیدی اصلی در آنها حل خواهند شد.	حل کردن کلمه کلیدی	15
-3	چگالی زیاد و مصنوعی کلمات کلیدی (بیشتر از 10%) انباشتن کلمه کلیدی محسوب شده و حتی خطر بلوکه شدن از جانب موتور جستجو را در پی دارد.	انباشتن کلمات کلیدی	16
<b>لینک ها : internal, inbound, outbound</b>			
+3	همانطور که در بخش کلمات کلیدی مطرح شد، این فاکتور یکی از مهمترین فاکتورهای رتبه خوب است. داشتن کلمه کلیدی در متن لنگر بسیار تاثیر گذار است.	متن لنگر لینک های دریافتی	17
+3	علاوه بر متن لنگر اعتبار و شهرت سایتی که به شما لینک داده است نیز مهم است. هرچه این سایت در گوگل رتبه بالاتری داشته باشد، معتبر تر	مبدا لینک دریافتی	18

## SEO Checklist

		است.	
+3	دریافت لینک از سایت های مشابه خیلی مهم است. این لینک در واقع یک رای از جانب رقیب برای شما محسوب می شود و نشان دهنده محبوبیت شما در حوزه کاری شماست.	لینک از سایت های مشابه	19
+3	این لینک ها بسیار با ارزش هستند. چون این دامنه ها اعتبار بیشتری از <b>.com</b> و <b>.biz</b> ، <b>.info</b> و... دارند. علاوه بر این، این لینک ها را به آسانی نمی توان بدست آورد.	لینک از سایت های <b>.edu</b> و <b>.gov</b>	20
+3	هرچه بیشتر، بهتر! اما اعتبار و شهرت سایت هایی که به شما لینک می دهند مهمتر از تعداد لینک هایی است که به شما می دهند. اما عامل مهمتر متن لنگر است، آیا یک کلمه کلیدی در آن وجود دارد؟ عمر آن چقدر است؟	تعداد لینک های دریافتی	21
+2	این عامل نیز مهم است، ام به اندازه متن لنگر لینک های دریافتی نیست.	متن لنگر لینک های داخلی	22
+2	متنی که بلافاصله قبل و بعد از متن لنگر قرار می گیرد نیز مهم است. زیرا ارتباط لینک را بیشتر نشان می دهد. یعنی نشان می دهد که لینکی مصنوعی است یا در جریان طبیعی متن است.	متن اطراف متن لنگر	23
+2	هرچه قدیمی تر، بهتر. اگر لینک های جدید زیادی در مدت کم دریافت کنید ، این شبه را پیش می آورد که آن ها را خریده اید.	عمر لینک های دریافتی	24
+2	خوب است، البته به دایرکتوری بستگی دارد. لیست شدن در <b>Yahoo directory</b> ، <b>DMOZ</b> و دایرکتوری های مشابه برای رتبه بندی مهم است. اما هزار بار لینک شدن از دایرکتوری هایی با رتبه 0 بی نتیجه و چه بسا مضر است. زیرا <b>spamming</b> محسوب می شود.	لینک از دایرکتوری ها	25
+1	هر چه کمتر، بهتر . چون در این صورت لینک شما مهم تر به نظر می رسد.	تعداد لینک های خروجی به صفحاتی که به شما لینک داده اند	26
+1	لنگرهای نام ( مقصد لینک های داخلی) علاوه بر اینکه برای جابجایی داخلی مهم هستند، برای بهینه سازی نیز اهمیت دارند. زیرا نشان دهنده این هستند که یک صفحه، پاراگراف یا متنی مهم است.	لنگرهای نام	27
+1	برای <b>Google</b> لینک های دریافتی از یک آدرس <b>IP</b> یا کلاس <b>C</b> آدرس ها تفاوتی نمی کند. اما برای <b>Yahoo</b> و <b>Bing</b> این طور نیست و	آدرس <b>IP</b> لینک های	28

## SEO Checklist

	لینک هایی را که از یک آدرس <b>IP</b> یا یک کلاس آدرس باشند را دور می اندازند. بنابراین بهتر است که از <b>IP</b> های متفاوتی لینک بگیرید.	دریافتی	
29	لینک های دریافتی از مزرعه های لینک یا سایت های مشکوک	لینک های دریافتی از مزرعه های لینک یا سایت های مشکوک	تاثیری روی سایت شما ندارد. چه مثبت و چه منفی. تاثیر مثبت به این علت ندارد که این گونه سایت ها، بی اعتبار هستند و تاثیر منفی به این علت ندارد که لینک دادن این سایت ها به شما خارج از کنترل شماست. با این وجود بهتر است از این گونه سایت ها دور بمانید.
30	لینک های خروجی زیاد	لینک های خروجی زیاد	<b>Google</b> صفحاتی را که دارای لینک های زیاد هستند دوست ندارد. پس بهتر است تعداد لینک های یک صفحه را زیر 100 نگه دارید. داشتن لینک های خروجی زیاد تاثیر مثبتی در رتبه سایت شما نخواهد داشت. حتی ممکن است تاثیر منفی نیز داشته باشد.
31	لینک دادن زیاد	لینک های زیادی دریافتی یا خروجی از سایت های مشابه برای رتبه شما بد است. زیرا حتی اگر لینک دهی صلیبی نباشد و یا به سایت بدی لینک نداده باشید، شبه خرید لینک ها را به وجود می آورد یا حداقل اینکه شما در حال <b>spamming</b> هستید.	لینک های زیادی دریافتی یا خروجی از سایت های مشابه برای رتبه شما بد است. زیرا حتی اگر لینک دهی صلیبی نباشد و یا به سایت بدی لینک نداده باشید، شبه خرید لینک ها را به وجود می آورد یا حداقل اینکه شما در حال <b>spamming</b> هستید.
32	لینک خروجی به مزرعه های لینک یا سایت های مشکوک	لینک خروجی به مزرعه های لینک یا سایت های مشکوک	بر خلاف لینک های دریافتی از این گونه سایت ها، لینک دادن به آنها باعث افت شما می شود. پس در هنگام لینک دادن به سایت ها دقت کنید.
33	لینک کردن صلیبی	لینک کردن صلیبی	این حالت وقتی اتفاق می افتد که سایت <b>A</b> به سایت <b>B</b> لینک بدهد. سایت <b>B</b> با سایت <b>C</b> و سایت <b>C</b> به سایت <b>A</b> . این یک مثال ساده است. اما حالت های پیچیده تری نیز وجود دارد. این عمل شبیه نوعی تجارت لینک است و جریمه دارد.
34	لینک های تک پیکسلی	لینک های تک پیکسلی	لینک های تک پیکسلی یا لینک هایی که بسیار عریض هستند که کاربر آنها را نمی بیند تا بتواند کلیک کند، مسلماً تلاشی برای فریب موتورهای جستجو است.
<b>ها Metatag</b>			
35	<Description>	<Description>	<b>Metatag</b> ها روز به روز بی اهمیت تر می شوند. اما هنوز اهمیت خود را از دست نداده اند. <Description> و <keywords> دو موردی هستند که هنوز هم اهمیت دارند. از <Description> برای نوشتن توضیحات در مورد سایت خود استفاده کنید. این توضیحات گاهی در توضیحات سایت شما در نتیجه جستجو نشان داده می شوند.
36	<Keywords>	<Keywords>	این متاتگ نیز اهمیت دارد. گرچه همانند سایر <b>metatag</b> ها این یکی نیز توسط <b>Google</b> در نظر گرفته نمی شود و <b>Yahoo</b> و <b>Bing</b> مقدار اهمیتی به آن می دهند، با این وجود بهتر است طول آن را در حد معقولی در نظر بگیرید (10 تا 20 کلمه). این برچسب را با کلماتی که در

## SEO Checklist

	صفحه اصلا استفاده نشده است پر نکنید. این کار برای شما اثر منفی خواهد داشت.		
+1	اگر سایت شما با زبان خاصی است این برچسب را خالی نگذارید. موتورهای جستجو در تشخیص زبان صفحه پیشرفت های بسیاری کرده اند اما باز هم این برچسب را در نظر می گیرند.	<Language>	37
-1	این برچسب یکی از روش های فرستادن بازدیدکنندگان سایت به جای دیگر است. از این برچسب تنها هنگامی استفاده کنید که یک دومین جدید خریداری کرده و بخواهید بازدیدکنندگان سایت خود را موقتا به آدرس جدید بفرستید. اگر از این روش برای مدت طولانی استفاده کنید، به عنوان عملی خیر اخلاقی فرض شده و برای رتبه سایت شما اثر منفی خواهد داشت. تغییر مسیر دادن بازدیدکنندگان از طریق وضعیت <b>301</b> بهتر است.	<Refresh>	38
<b>محتوا</b>			
+3	داشتن محتوای بیشتر که مرتبط بوده و مشابه با محتوای سایت های دیگر چه از نظر کلمات و چه موضوعات نباشد، یک کمک بسیار مفید برای بالا بردن رتبه سایت شما می باشد.	محتوای منحصربفرد	39
+3	تغییرات دوره ای محتوا خوب است. این تغییرات شامل اضافه کردن محتوای جدید و بروزرسانی محتوای قبلی است. دقت داشته باشید که بروزرسانی در حد کم تاثیر چندانی ندارد.	تغییرات دوره ای محتوا	40
+2	نوشتن کلمات کلیدی با فونتی بزرگتر از فونت سایر متن باعث جلب توجه آنها می شود و نشان دهنده اهمیت بیشتر آنها نسبت به سایر متن است. این موضوع در مورد برچسب های تیترا نیز صدق می کند.	اندازه فونت کلمات کلیدی	41
+2	<b>italic</b> و <b>Bold</b> کردن کلمات روش دیگری برای نشان دادن اهمیت آن ها است. با این وجود از این قالب بندی ها به جا و به اندازه استفاده کنید. چون در غیر این صورت ممکن است نتیجه منفی بگیرید.	قالب بندی کلمات کلیدی	42
+2	سند های اخیر و بروز شده مطلوب هستند.	عمر سند	43
+1	صفحه های طولانی مطلوب نیستند. داشتن 3 صفحه کوتاه بهتر از داشتن 1 صفحه طولانی در مورد یک موضوع است. پس صفحات طولانی خود را به صفحات کوتاه تقسیم کنید.	اندازه فایل	44
-2	از نقطه نظر تجاری داشتن محتوای مجزا مثلا بر اساس <b>IP</b> یا مرورگر شاید مطلوب باشد اما از نظر بهینه سازی این طور نیست. زیرا داشتن یک سایت با محتوای چندگانه باعث گیج شدن موتورهای جستجو در یافتن محتوای واقعی می شود.	جدایی محتوا	45

## SEO Checklist

46	کدنویسی و طراحی ضعیف	موتورهای جستجو به سایت هایی با طراحی و کدنویسی ضعیف علاقه ای ندارند. البته به ندرت اتفاق افتاده است که سایتی به علت طراحی بد و تصاویر زشت در موتورهای جستجو بلوکه شده باشند ، اما با این وجود ضعف در طراحی و کد ممکن است باعث ایندکس نشدن سایت شود.	-2
47	محتوای غیر قانونی	استفاده از مطالب کپی رایت شده دیگران بدون اجازه آن ها و یا مطالبی که به هر نحو تجاوز از قانون محسوب شود می تواند باعث حذف شما از موتور جستجو شود!	-3
48	متن غیر قابل مشاهده	اگر <b>spider</b> ها مطالبی در سایت پیدا کنند که تنها برای آنها آماده شده باشد نه برای کاربران سایت رفتار بدی با شما خواهند داشت .	-3
49	ایجاد صفحات متفاوت برای موتورهای جستجو و کاربران <sup>1</sup>	این یکی از تکنیک های بسیار بد برای بهینه سازی است که نتیجه منفی شدیدی دارد. زیرا در این حالت در سایت محتوا به <b>spider</b> متفاوت از آنچه بازدیدکنندگان می بینند ارائه می شود که این محتوا البته برای <b>spider</b> ها بهینه شده است.	-3
50	صفحات درگاهی <sup>2</sup>	ایجاد صفحاتی که به دروغ سایت را مرتبط با موضوعی به <b>spider</b> ها معرفی کند می تواند باعث حذف از موتور جستجو شود.	-3
51	مطالب تکراری	داشتن مطالب یکسان در چندین صفحه باعث بزرگتر به نظر رسیدن سایت شما نمی شود. بلکه ممکن است منجر به حذف شما شود!	-3
<b>موارد اضافی</b>			
52	جاوا اسکریپت	اگر به طور آگاهانه استفاده شود، اثر منفی ندارد. اما نشان دادن متن اصلی شما در میان کدهای جاوا اسکریپت، باعث مشکل شدن کار <b>spider</b> ها در دسترسی و خواندن آن می شود و این کار باعث صدمه رساندن به رتبه شما می شود.	0
53	تصاویر در متن	داشتن یک سایت کاملا متنی خسته کننده است، اما گذاشتن تصاویر زیاد و بدون متن از نظر بهینه سازی گناهی بزرگ است! همیشه در برچسب <b>alt</b> تصویر متنی که توضیح دهنده آن باشد قرار دهید. دقت کنید که این برچسب را با کلمات کلیدی زیاد و غیر مرتبط انباشته نکنید.	0
54	ویدئو ها و Podcast ها	ویدئوها و <b>Podcast</b> ها روز بروز معمول تر و محبوب تر می شوند اما همانند سایر موارد غیر متنی موتورهای جستجو نمی توانند آنها را بخوانند. بنابراین اگر متنی مرتبط با ویدئو یا <b>Podcast</b> ندارید، همانند این است که اصلا آنها را روی سایت خود ندارید. چون اصلا ایندکس نمی شوند.	0
55	تصاویر به جای لینک	استفاده از تصاویر به جای لینک های متنی بد است. مخصوصا هنگامی که <b>alt</b> تصویر را پر نکرده باشید. البته حتی اگر <b>alt</b> را نیز پر کرده باشید	-1

<sup>1</sup> Cloaking

<sup>2</sup> Doorway pages



## SEO Checklist

	این کار اثری همانند <b>bold</b> کردن، زیر خط دار کردن یا با فونت بزرگ نوشتن لینک ها ندارد. بنابراین از تصاویر تنها در شرایطی برای لینک دادن استفاده کنید که دیگر هیچ راه حلی که به طرح سایت صدمه وارد نکند، ندارید.	های متنی	
-2	هرگز از فریم ها استفاده نکنید، مگر اینکه دیگر هیچ راه حل دیگری نداشته باشید.	فریم ها	56
-2	<b>Spider</b> ها محتوای فایل های فلش را ایندکس نمی کنند. بنابراین اگر از این فایل ها در سایت خود استفاده می کنید، حتما توضیح متنی برای آن قرار دهید.	فیلیم های فلش	57
-3	خوش بختانه این بیماری همه گیر رو به پایان است. ساخت سایت به این روش یک خودکشی بهینه سازی است!	یک سایت کاملا فلشی	58
<b>دومین ها، URL ها و سلطه وب</b>			
+3	یک فاکتور بسیار مهم است، مخصوصا برای <b>Bing و Yahoo</b>	داشتن URL ها و نام های فایل حاوی کلمات کلیدی	59
+3	یک فاکتور بنیادی که معمولا در نظر گرفته نمی شود. اگر سایت یا صفحاتی از آن به علت لینک های شکسته، خطای <b>404</b> ، بخش های محافظ شده با کلمه عبور یا هر علت دیگری قابل دسترسی نباشد، سایت نمی تواند ایندکس شود.	میزان دسترسی به سایت	60
+2	داشتن یک نقشه سایت کامل و بروز شده مهم است. <b>Spider</b> به این موضوع علاقمند هستند. مهم نیست که این نقشه یک فایل ساده <b>html</b> باشد یا با فرمت مخصوص نقشه سایت <b>Google</b>	نقشه سایت	61
+2	<b>Spider</b> ها سایت های بزرگ را بیشتر دوست دارند. پس هر چه بزرگتر بهتر! با این وجود سایت های بزرگ کمتر کاربر پسند می شوند و جابجایی در آنها مشکل تر می شود. بنابراین سایت های بزرگتر را به سایت های کوچکتر تقسیم کنید. البته به ندرت اتفاق افتاده است که سایتی به علت داشتن بیشتر از <b>10,000</b> صفحه توسط موتورهای جستجو مجازات شود. بنابراین سایت خود را تنها به این دلیل به بزرگتر و بزرگتر می شود، تکه تکه نکنید.	اندازه سایت	62
+2	سایت های قدیمی تر مورد احترام تر هستند. سایت های قدیمی تر مورد اعتمادتر هستند نسبت به سایت هایی که تازه راه اندازی شده اند و ممکن است به زودی حذف شوند، چرا که تا الان باقیمانده اند.	عمر سایت	63
+2	تنها داشتن کلمات کلیدی در <b>URL</b> و صفحات مهم نیست. تم سایت برای داشتن رتبه خوب حتی مهم تر است. زیرا وقتی یک سایت در تم	تم سایت	64

## SEO Checklist

		خود جا بیفتد، رتبه تمامی صفحاتی که با این تم مرتبط هستند را بالا می برد.	
+1	65	مکان فایل ها روی سایت	مکان فایل بسیار مهم است. فایل هایی که در شاخه ریشه یا نزدیک آن قرار دارند رتبه بهتری نسبت به فایل هایی که در سطح های دورتری هستند پیدا می کنند.
+1	66	دومین در مقابل ساب دومین	داشتن دومین جدا بهتر از داشتن ساب دومین است
+1	67	دومین های سطح بالا <sup>3</sup>	تمامی دومین های سطح بالا یکی نیستند. TLD هایی هستند که بهتر از بقیه هستند. برای نمونه <b>.com</b> بهتر از <b>.biz</b> ، <b>.ws</b> ، <b>.info</b> است. اما هیچکدام به پای یک <b>.edu</b> یا <b>.org</b> قدیمی نمی رسند.
+1	68	استفاده از خطوط جداکننده در URL	استفاده از - در URL ها باعث خواناتر شدن آن ها شده و به رتبه سایت کمک می کند. این موضوع شامل نام دومین نیز می شود.
0	69	طول URL	معمولا طول URL اهمیت چندانی ندارد، اما داشتن URL های طولانی مشابه spam است. بنابراین از بکار بردن بیش از 10 کلمه در URL خودداری کنید. 3 یا 4 کلمه برای نام دامنه و 6 یا 7 کلمه برای ادامه آدرس قابل قبول است.
0	70	آدرس IP	تنها وقتی اهمیت دارد که بخواهید از میزبان اشتراکی یا میزبان های رایگان استفاده کنید زیرا ممکن است آدرس IP یا تمام آدرس های کلاس C آن به علت spamming بلوکه شده باشند.
0	71	AdSense	AdSense به بهینه سازی رتبه ربطی ندارد. Google به خاطر نشان دادن آگهی ها رتبه شما را بهتر نمی کند. بلکه این کار تنها درآمد شما را بیشتر می کند و تاثیری در رتبه جستجوی شما ندارد.
0	72	Adwords	مشابه با AdSense در رتبه شما تاثیر ندارد و تنها ترافیک ورودی را زیاد می کند.
-1	73	زمان از کار افتادگی میزبان	زمان از کار افتادگی میزبان ارتباط مستقیم با میزان در دسترس بودن دارد. زیرا اگر یک سایت مدام down باشد قابل ایندکس کردن نخواهد بود. البته این موضوع زمانی اهمیت دارد که میزبان شما کمتر از 97% - 98% فعال باشد.
-1	74	URL های دینامیک	Spider ها آدرس های ثابت را ترجیح می دهند، گر چه ممکن است آدرس های دینامیکی را در رتبه های بالای جستجو ببینید. آدرس های دینامیک طولانی بیشتر از 100 کاراکتر واقعا بد هستند و بهتر است که از ابزاری برای دوباره نویسی این آدرس ها به آدرس های کوتاه تر و

<sup>3</sup> Top-level domains (TLDs)

## SEO Checklist

	کاربرپسند تر استفاده کنید.		
-2	این موضوع حتی از آدرس های دینامیک بدتر است. از شناسه های <b>session</b> برای اطلاعاتی که می خواهید توسط <b>spider</b> ها ایندکس شوند استفاده نکنید.	شناسه های <b>session<sup>4</sup></b>	75
-2	اگر ایندکس کردن قسمتی از سایت قدغن شده باشد، این موضوع روی قسمت های قدغن نشده نیز تاثیر می گذارد. زیرا <b>spider</b> ها کمتر به سایت هایی که اینطور هستند سر می زنند.	قدغن کردن در <b>robots.txt</b>	76
-3	تغییر مسیر وقتی که به درستی استفاده نشود می تواند بسیار آسیب رسان باشد. صفحه مقصد ممکن است باز نشود و یا بدتر ممکن است به عنوان یک تکنیک حيله گری فرض شود.	تغییر مسیرهای <b>301</b> و <b>302</b>	77

---

<sup>4</sup> Session IDs