

مهارت‌های لازم برای هر مدیر بازاریابی سئو

در بحث روش‌های بازاریابی گفتیم، یکی از مهم‌ترین روش‌ها بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) است. ما در این مطلب و شماره بعدی در مورد آنچه بازاریابان سئو دقیقاً انجام می‌دهند و چند مهارت سئو که هر بازاریاب سئو باید داشته باشد، صحبت خواهیم کرد.

بازاریاب سئو در واقع چه کاری انجام می‌دهد؟

بازاریاب سئو یک متخصص بازاریابی دیجیتال است که راهبرهایی سفارشی ایجاد می‌کند تا محتوای نشان تجاری (برند) در صفحات نتایج موتور جستجو رتبه بالایی کسب کند و ورود و خروج (ترافیک) و بازدیدکنندگان وبگاه افزایش پیدا کنند. با این حال، شرکت‌ها از بازاریابان سئو انتظار دارند کاری بیش از اهداف ورود و خروج انجام دهند. شرکت‌ها و کسب و کارها انتظار گزارش و معیارها را دارند و اگر عملکرد کاهش یابد، انتظار دارند آن‌ها این مشکل را تشخیص دهند. درباره مشتریان هم انتظار پیش‌بینی دارند. بسیاری از شرکت‌ها می‌خواهند بدانند در صورت مثلاً می‌خواهند بدانند که در صورت اجرای یک راهبرد بازاریابی، میزان استقبال مشتریان و میزان فروش چقدر رشد می‌کند.

با توجه به انبوهی از کارها و حیطه‌های تخصصی در حوزه بازاریابی دیجیتال، اکثر بازاریابان سئو در کنار یک بازاریاب محتوا یا در کنار یک توسعه‌دهنده برای بهینه‌سازی محتوا کار می‌کنند. این تیم کوچک می‌تواند به‌طور قابل توجهی بازدید کسب و کار شما را افزایش دهد.

مهارت‌های ضروری سئو برای بازاریابان

۱. تحلیل همدلانه

بازاریاب سئو باید توانایی متعادل کردن معیارهای بهینه‌سازی و درک جنبه انسانی موتورهای جستجو را داشته باشد. بنابراین، باید با استفاده از ابزارهای تحلیلی این موارد را به دقت شناسایی کند:

- عوامل مؤثر بر افزایش یا کاهش ورود و خروج از وبگاه؛
- حجم جستجو؛
- کلمات کلیدی بلند و کوتاه؛
- ایده‌های محتوایی.

اما درک این موضوع که چرا یک نفر در جستجوی کلمه یا عبارتی کلیدی است، یک مهارت بسیار مهم است. باید بفهمید مردم چه چیزهایی را دوست دارند و بدانید در پشت این جستجوها انسان‌ها وجود دارند. هنگامی که متوجه شوید چگونه داده‌ها را با هدف جستجوی کاربر ترکیب کنید، می‌توانید عبارات کلیدی را

بهبتر انتخاب کنید و به رتبه جستجوی بالاتری دست یابید.

۲. ارتباط مؤثر با ذی‌نفعان داخلی

توانایی برقراری ارتباط و تجسم ارزش کار اهمیت دارد؛ چه از طریق نمودارها و چه داده‌نگاشت (اینفوگرافیک)‌ها. کارشناسان سئو باید بتوانند نشان دهند، نه اینکه بگویند. شما باید درک کنید که طراحی و ارتباط مهم هستند.

هنگام کار با تیم‌های گوناگون در یک شرکت یا واسطه‌شدن بین یک تجارت و یک بنگاه سئو، ارتباط نقش کلیدی را ایفا می‌کند. ارتباط ضعیف، دستورالعمل‌های نامشخص، پاسخ‌دادن سریع به سؤالات و سرگردانی در ارائه پروژه می‌تواند سئو را با شکست مواجه کند.

۳. مدیریت اولویت‌ها

اکثر پوی‌های سئو بیش از ۲۰ وظیفه اصلی با وظایف فرعی زیادی دارند. بازاریاب سئو باید بداند که چگونه هر مرحله را بر اساس ضرب‌الاجل‌ها، اهمیت و پیشرفت مورد نظر اولویت‌بندی کند. برای مثال، ایجاد بکلینک (پیوند یک وبگاه در وبگاه دیگر) کاری مهم و بسیار زمان‌بر است. تلاش‌های ایجاد پیوند معمولاً هفته‌ها یا ماه‌ها طول می‌کشد تا مثمر ثمر شود.

برای انجام این کار شما به‌عنوان بازاریاب سئو و تیم همراه باید:

- منابع ممکن برای بکلینک را شناسایی کنید؛
- نحوه مشارکت محتوا در این وبگاه‌ها را بیابید؛
- پیوندها را در منابع قرار دهید؛
- زمان‌بندی محتوا را برنامه‌ریزی کنید؛
- در صورت نیاز نویسندگان بیشتری استخدام کنید.

همه این‌ها عناصر مهمی هستند، اما بسته به نیاز مشتری، برخی از آن‌ها بر بقیه اولویت دارند. این به شما بستگی دارد که کدام موضوع را به اجرا بگذارید. به همین دلیل است که مدیریت اولویت‌بندی یک مهارت ضروری سئو است. اولویت‌بندی راز دستیابی به نتایج سریع و به‌دست‌آوردن اعتماد و بودجه لازم برای موفقیت بلندمدت است.

۴. ارزیابی دقیق کلمات کلیدی

همه بسته‌های بازاریابی سئو شامل ارزیابی کلمات کلیدی هستند. ارزیابی کلمه کلیدی فرایند شناسایی کلمات کلیدی بلند و کوتاه



آدیداس را از دست بدهد، اما این‌ها هنوز رقبای واقعی آن‌ها نیستند. به‌عنوان یک نشان کوچک‌تر، اولین هدف آن‌ها احتمالاً باید غلبه بر رقبای محلی باشد که بسیاری از آن‌ها ممکن است در تلاش‌های سئوی خود کمبود داشته باشند.

تجزیه‌وتحلیل رقبا می‌تواند نشان دهد که بهترین کلمه کلیدی برای آن‌ها چیست. گزارش تجزیه‌وتحلیل رقبا برای تدوین یک راهبرد سئوی قوی بسیار مهم است و می‌تواند به شما کمک کند مشتریانی را که قبلاً به آن‌ها فکر نمی‌کردید، هدف قرار دهید و جذب کنید.

۶. مهارت‌های ویرایش و نوشتن

سئو با بازاریابی محتوا و پویش (کمپین‌های رسانه‌های اجتماعی همراه است. این یک کار جداگانه نیست.

وقتی بازاریاب سئو هستید، از شما انتظار می‌رود بر تیم‌های نوشتن محتوا نظارت داشته باشید و در کوتاه‌مدت از نویسندگان پشتیبانی کنید. به همین دلیل است که نوشتن خوب یک مهارت ضروری سئو است. بازاریابان جست‌وجو باید از انواع و طول محتوا درک عمیقی داشته باشند.

شما باید بتوانید فرسته (پست‌های وب‌نوشت (وبلاگ)، فرسته‌های رسانه‌های اجتماعی و محتوای وبگاهی را که یک نشان تجاری منتشر می‌کند، ببینید و تشخیص دهید که آیا زوایای محتوای درست را دنبال می‌کنند، کجا می‌توانند بهبود یابند و آیا چیزی وجود دارد که بتواند نوشتن را تأثیرگذارتر کند.

تاکنون با شش مهارت ضروری برای یک بازاریاب سئو آشنا شدیم. در شماره بعدی در ادامه این مطلب درباره دیگر مهارت‌های ضروری مثل سئو فن و راهبرد ایجاد پیوند (لینک) و ابزارهای مرتبط با سئو صحبت خواهیم کرد.

راهبردی برای گنجاندن در محتوای نامانام (برند) از جمله وبگاه، فرسته‌های (پست‌های) وب‌نوشت و فرسته‌های رسانه‌های اجتماعی برای دستیابی به رتبه بالاتر در موتورهای جست‌وجوست.

هر متخصص سئو باید فن‌های ارزیابی کلمات کلیدی خود را کامل کند. مطالعات نشان می‌دهند، ارزیابی کلمات کلیدی یکی از بهترین مهارت‌های سئوی موردنیاز در رتبه‌بندی بالا در شرح وظایف سئو در سطح جهانی است.

ارزیابی کلمات کلیدی به دانش عمیق از الگوریتم‌های موتورهای جست‌وجو و هدف جست‌وجو نیاز دارد.

تصویر زیر مهم‌ترین مهارت‌های موردنیاز در شرح وظایف سئو در سطح جهانی را نشان می‌دهد.

شما در حوزه شغلی و کاری خودتان کلمات اصلی را که مشتریان کسب و کار شما معمولاً آن‌ها را جست‌وجو می‌کنند پیدا کنید و از آن‌ها در بسته‌های بازاریابی سئوی خودتان استفاده کنید.

۵. تحلیل سئوی رقابتی

این موضوع از اهمیت بالایی برخوردار است که بازاریاب سئو ببینند رقبا در صفحات نتیجه موتور جست‌جو (SERP) چه رتبه‌ای دارند. کارشناسان به سرعت متوجه می‌شوند که رقبای شما از چه کلمات کلیدی‌ای استفاده می‌کنند و با کدام کلمات کلیدی برند شما را شکست می‌دهند. سپس به دنبال پیدا کردن علت موفقیت می‌گردند.

• رتبه آن‌ها چگونه بالاتر است؟

• آیا محتوای بهتری دارند؟

• آیا وبگاه آن‌ها سریع‌تر بارگذاری می‌شوند؟

یک نشان تجارت الکترونیکی که کفش می‌فروشد، ممکن است در مورد شرایط عمومی مرتبط با کفش، نشان‌های معروف مثل نایک و