

آموزش تولید محتوا

دوره جامع مقاله‌نویسی

ایران سئوکار

شماره: ۰۴-۱۴۰۵ پیوست: ۳

۷ قانون طلایی نوشتن پاراگراف حرفه‌ای در مقاله‌های سئو

شده

قانون اول: هر پاراگراف باید یک موضوع مشخص داشته باشد ۱

بسیاری از افراد یک پاراگراف ۱۵ یا ۲۰ خطی می‌نویسند و داخل آن از چند موضوع مختلف صحبت می‌کنند. این کار اشتباه است.

یک پاراگراف استاندارد باید:

- یک ایده اصلی داشته باشد.
- با یک جمله آغاز شود که موضوع را معرفی کند.
- چند جمله برای توضیح آن ایده داشته باشد.
- در پایان، نتیجه یا ارتباط آن با ادامه مقاله را بیان کند.

✗ اشتباه رایج:

مثلاً اگر هدینگ مقاله «اصل اول UX: کاربرمحوری» باشد، پاراگراف نباید وسط صحبت درباره هوش مصنوعی، بطری آب، فروش و طراحی محصول هم صحبت کند.

قانون دوم: هر پاراگراف باید به کلمه کلیدی متصل باشد ۲

بزرگ‌ترین ایرادی که در تصویر دیده می‌شود همین است.

عنوان این بخش «کاربرمحوری» است. اما داخل پاراگراف چند صد کلمه نوشته شده که بسیاری از جملات اصلاً این عبارت یا مترادف آن را ندارند.

گوگل چگونه متوجه می‌شود این پاراگراف درباره چیست؟

به همین دلیل باید در طول متن از موارد زیر استفاده شود:

کلمه اصلی: کاربرمحوری

مترادف‌ها:

- طراحی کاربرمحور
- نیاز کاربر
- تجربه کاربر
- رفتار کاربران
- نیازهای کاربران
- کاربران واقعی
- تحقیقات کاربر
- شناخت مخاطب
- User-Centered Design

اگر یک پاراگراف ۱۲۰ کلمه دارد ولی هیچ‌کدام از این واژه‌ها داخل آن نیست، ارتباط معنایی پاراگراف ضعیف می‌شود.

قانون سوم: هر ۲ تا ۴ جمله یک بار کلمه کلیدی یا مترادف آن را تکرار کنید

۳

این یعنی نه آن‌قدر زیاد که اسپم شود و نه آن‌قدر کم که گوگل موضوع را گم کند.

بهبتر ✓

قبل از طراحی کاربرمحور باید تحقیقات کاربران انجام شود. شناخت نیاز کاربران باعث می‌شود تصمیم‌های طراحی دقیق‌تر باشند. در واقع، تجربه کاربری زمانی موفق است که رفتار کاربران منبای طراحی قرار بگیرد. می‌بینید که بدون تکرار آزردهنده، موضوع همیشه مشخص است.

ضعیف ✗

قبل از طراحی محصول باید تحقیقات انجام شود. سپس داده‌ها بررسی شوند. بعد تیم تصمیم بگیرد. در ادامه نمونه اولیه ساخته شود. گوگل دقیقاً متوجه نمی‌شود این متن درباره چیست.

قانون چهارم: اولین جمله پاراگراف باید کلمه کلیدی داشته باشد

۴

بیشتر کارآموزها این اشتباه را انجام می‌دهند.

درست ✓

کاربرمحوری مهم‌ترین اصل در طراحی UX است و باعث می‌شود تصمیم‌های طراحی بر اساس نیاز کاربران گرفته شوند. گوگل از همان ابتدا موضوع پاراگراف را متوجه می‌شود.

اشتباه ✗

اولین و بنیادی‌ترین اصل این است که محصول باید...

قانون پنجم: پاراگراف را از موضوع خارج نکنید

۵

در تصویری که فرستادید، نویسنده وسط توضیح درباره UX ناگهان وارد مثال بطری آب، هوش مصنوعی، تحقیقات بازار و حتی مسائل دیگر شده است.

نتیجه چیست؟ کاربر فراموش می‌کند موضوع اصلی چه بوده است.

هر مثال باید دوباره به کلمه کلیدی برگردد.

مثلاً:

«این مثال نشان می‌دهد که طراحی کاربرمحور تنها با مشاهده رفتار واقعی کاربران امکان‌پذیر است و حدس طراح به‌تنهایی کافی نیست.»

یعنی مثال دوباره به موضوع اصلی وصل می‌شود.

قانون ششم: هر پاراگراف باید یک پاسخ مشخص به کاربر بدهد

قبل از نوشتن هر پاراگراف از خودتان بپرسید:

«این پاراگراف قرار است به چه سؤال کاربر پاسخ دهد؟»

مثال

- پاراگراف اول: سؤال: کاربرمحوری چیست؟
- پاراگراف دوم: سؤال: چرا اهمیت دارد؟
- پاراگراف سوم: سؤال: چگونه اجرا می‌شود؟
- پاراگراف چهارم: سؤال: چه اشتباهاتی دارد؟

وقتی هر پاراگراف فقط یک سؤال را پاسخ دهد، متن بسیار منظم‌تر خواهد بود.

قانون هفتم: از خوشه کلمات استفاده کنید

گوگل دیگر فقط یک کلمه را بررسی نمی‌کند؛ بلکه مجموعه‌ای از واژه‌های مرتبط را در نظر می‌گیرد.

برای این بخش، خوشه کلمات می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- کاربرمحوری
- طراحی کاربرمحور
- UX
- تجربه کاربری
- رفتار کاربر
- نیاز کاربر
- تحقیقات کاربر
- مصاحبه کاربر
- تست کاربرپذیری
- شناخت مخاطب
- تحلیل رفتار کاربران
- طراحی محصول
- طراحی رابط کاربری
- تصمیم‌گیری طراحی
- نیاز کاربر

وقتی این واژه‌ها به‌صورت طبیعی در متن پخش شوند، گوگل راحت‌تر موضوع را درک می‌کند.

خلاصه ۷ قانون طلایی

- ✓

۱. هر پاراگراف یک موضوع مشخص
- ✓

۲. اتصال به کلمه کلیدی
- ✓

۳. تکرار هر ۲ تا ۴ جمله
- ✓

۴. کلمه کلیدی در جمله اول
- ✓

۵. خارج نشدن از موضوع
- ✓

۶. پاسخ به یک سؤال مشخص
- ✓

۷. استفاده از خوشه کلمات

تاریخ: ۱۴۰۵/۰۴/۱۵ امضا:

تهیه‌شده توسط **ایران سئوکار** - تمامی حقوق محفوظ است.