

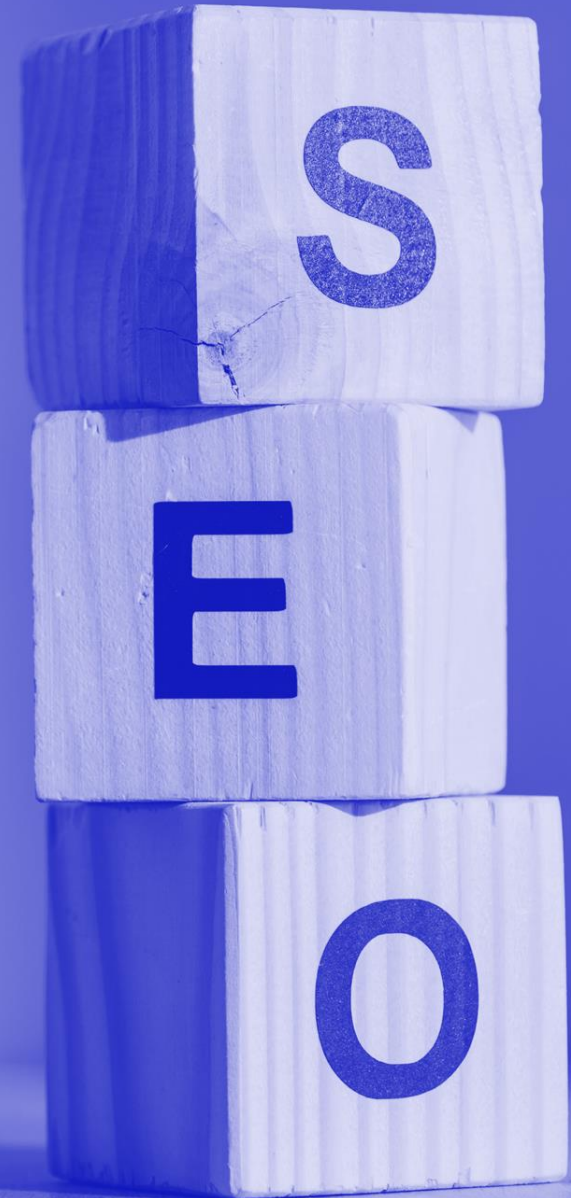
— GUIDE

SEO PROCESS For Beginners

Guide to Start
your SEO Project



LET'S START





مقدمة

تعريف SEO

هو ببساطة الـ **Search Engine Optimization** وهو الطريقة التي بتتبعها عشان تحسن من ظهور الـ Website بتاعك ويبقى Ranking على الـ **Search Engines** بطريقة Organically، لأن زي ما انتوا عارفين إن عدد الأبحاث اليومية في **Google** بتوصل لحوالي 5.6 بليون! وده بيساعدك في حالة إن أي شخص بيدور على منتج أو خدمة موجودة عندك. فبالتالي كل ما زاد فرصة ظهورك كل ما زاد معرفة جمهورك المستهدف بمنتجك وده هيساعدك تزود من أرباحك.

← وعشان تقدر تحقق ده بتمر بعدة مراحل

1-CUSTOMER BRIEF.

2- WEBSITE AUDIT.

3- KEYWORD RESEARCH.

4- CONTENT OPTIMIZATION.

5- BUILDING LINK (INTERNAL & EXTERNAL).

6- MEASURING SEO EFFECTIVENESS.



Client Brief-1

ودي أول مرحلة والتي بتفهم بيها من الـ Client هو محتاج إيه بالضبط قبل ماتشتغل و اللي أما بتتعمل صح بتريحك في الشغل ده غير إنها هتريح الـ Client جمعناك أهم الأسئلة اللي هتحتاج إجابتها.

- Description Business: وصف الخدمة أو البيزنس الخاص بالعميل.
- Objective: هدف العميل من إنه يستخدم الـ SEO
- Target Audience: مين الجمهور المستهدف اللي كان بيزور الموقع.
- Competitor: مين المنافسين أو حتى الـ Benchmark اللي نفسه يكون زيهم.
- Language: هل الموقع متاح بأكثر من لغة أم لغة واحدة.

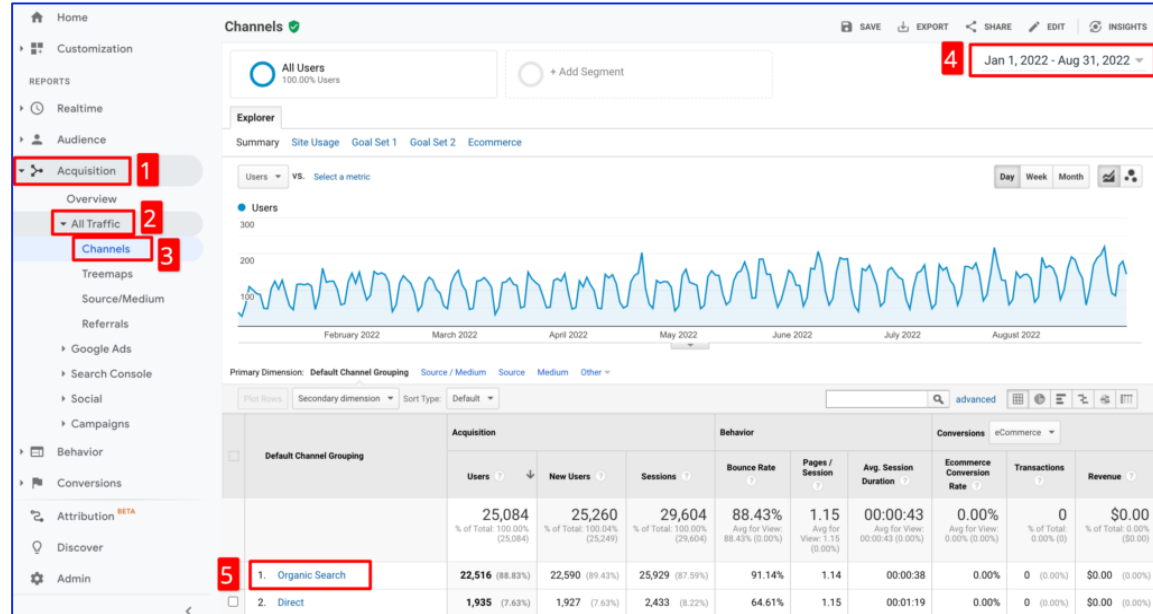


Website Audit -2

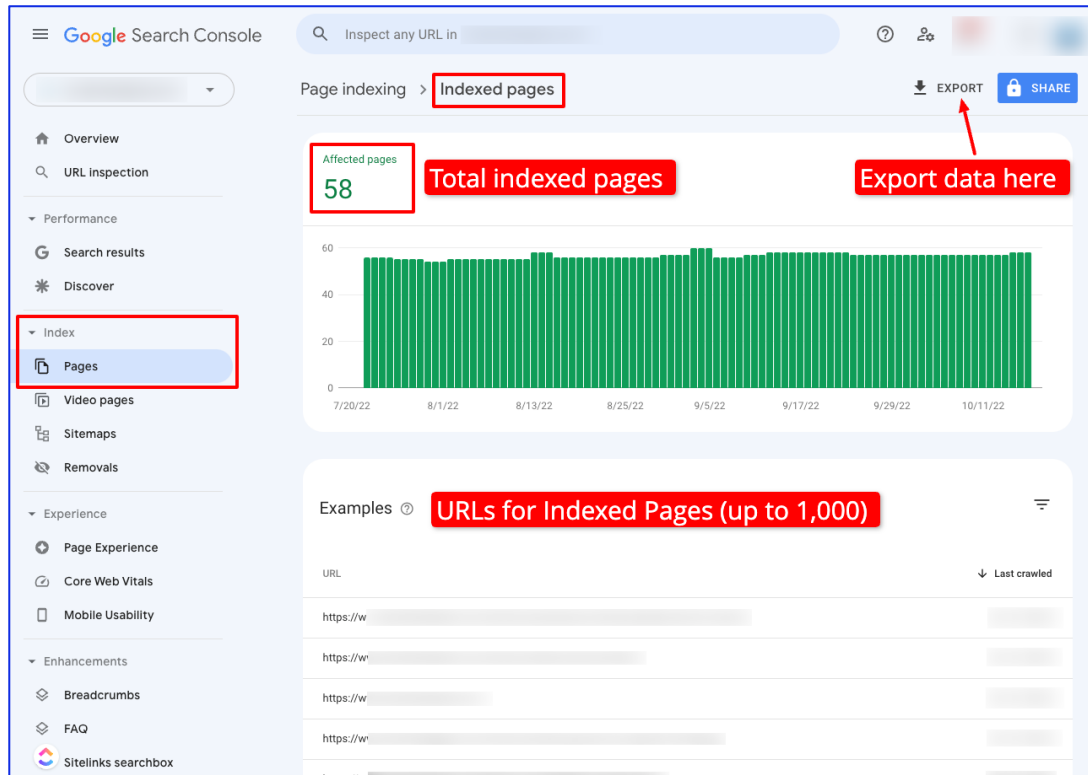
عشان تتعمل صح محتاج تتبع الخطوات الآتية وعشان تكون سهلة عملها في Checklist ممكن تطبعها وتخليها قدامك دائماً وكمان الأدوات اللي هتساعدك في كل خطوة.

Get some baseline of google analytics

في الخطوة الأولى بتبدأ تتعرف على أداء الـ Website من خلال Google Analytics واللي بتساعدك بمعلومات أساسية تقدر ترجع ليها وتراجعها أي وقت زي إنك تتابع الـ Audience وتعرف أكثر عن الـ demographics و الـ interests أو تتابع الـ traffic source فتعرف الـ top-performing pages.



Website Audit -2



- Is your website mobile friendly?

في الخطوة دي بتأكد إن الـ Website مناسب للتصفح من خلال التليفون لأن ابتداء من 2018 أعلنت منصة Google إن المستخدمين يفضلوا تصفح المواقع من الموبايل عن أجهزة الكمبيوتر.

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

- Improve page speed

في الخطوة دي بتركز على متابعة الوقت اللي بتحتاجه صفحات الـ Website للتحميل لأن دي من العوامل اللي بتساعد في الـ Ranking

<https://gtmetrix.com/>

- Remove low-quality and unnecessary pages from Google's index & Fix broken links and stop 404 errors.

<https://search.google.com/search-console/about>



Website Audit -2

- check the title & description for each page in the website.

<https://bit.ly/2zYZBHx>

- Domain age checker for domain age & domain authority & page authority.

<https://websiteseochecker.com/domain-age-checker/>

- Check broken links.

<https://www.drlinkcheck.com/>

- Check all issues.

<https://seositecheckup.com/>



Keyword Research -3

ينطبق هذا على الكلمات المفردة أو الكلمات المركبة وتستخدم لإبلاغ الـ **Website** بزيادة حركة البحث الـ **Organic** عن طريق إن الجمهور نفسه يبحث عن أي كلمات ذات صلة بالمنتج أو الخدمة الموجودة في موقعك، تعمل الكلمات الرئيسية كقناة لربط الـ **Targeted Audience** بالـ **Website** الخاص بـ **بيك**.

❑ Word Tracker

<https://bit.ly/3jDWRbD>

❑ Keyword Planner

<https://bit.ly/3WGFCoH>

❑ Word Stream

<https://www.wordstream.com/keywords>



Keyword Research -3

بمجرد ماتختار الكلمات الرئيسية والتي يكون فيها حجم بحث عالي ومنافسة جيدة ، ستحتاج الآن إلى إلقاء نظرة فاحصة على SERP لمعرفة هدف البحث، حيث أن Google يكون هدفها المحتوى اللي له صلة للإجابة على استعلام البحث ، لذلك نحتاج إلى موازنة المحتوى الخاص بناءً على هدف البحث.

❖ Tools هتساعدك في اختيار الـ Keywords

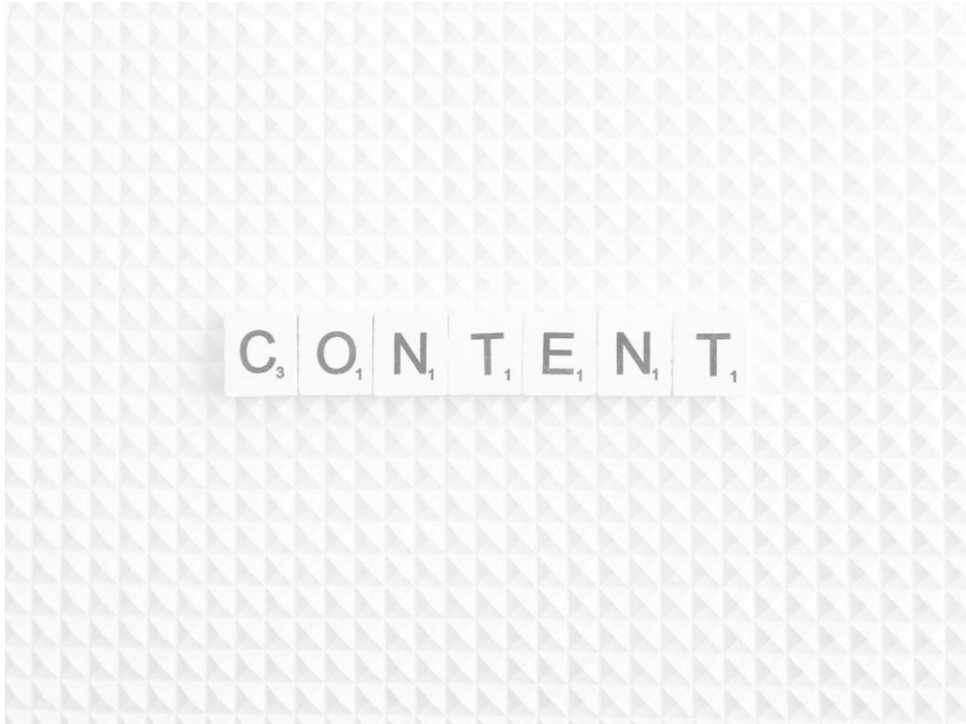
- SEMRUSH
<https://www.semrush.com/>
- Google Keyword planner
- Moz Keyword Explorer
<https://moz.com/explorer>
- Keyword surfer
<https://surferseo.com/keyword-surfer-extension/>

Content Optimization -4

بعد البحث عن الكلمات المطلوبة نبدأ مرحلة الـ **Optimization** للمحتوى في كل صفحات الـ **website** بما يسمى بـ **On page optimization**

– تبدأ بإعادة صياغة الـ **Description, Title , image alt** لكل **Page**

- الـ **Description** هو تقديم معلومات مميزة حول الصفحة عدد الأحرف سيظهر **160** حرف فقط من الـ **Desktop** و **120** من **Mobile**، لن يؤثر طوله على **SERP** لكنه سيؤثر على إذا كان المستخدم سيضغط على اللينك أم لا.



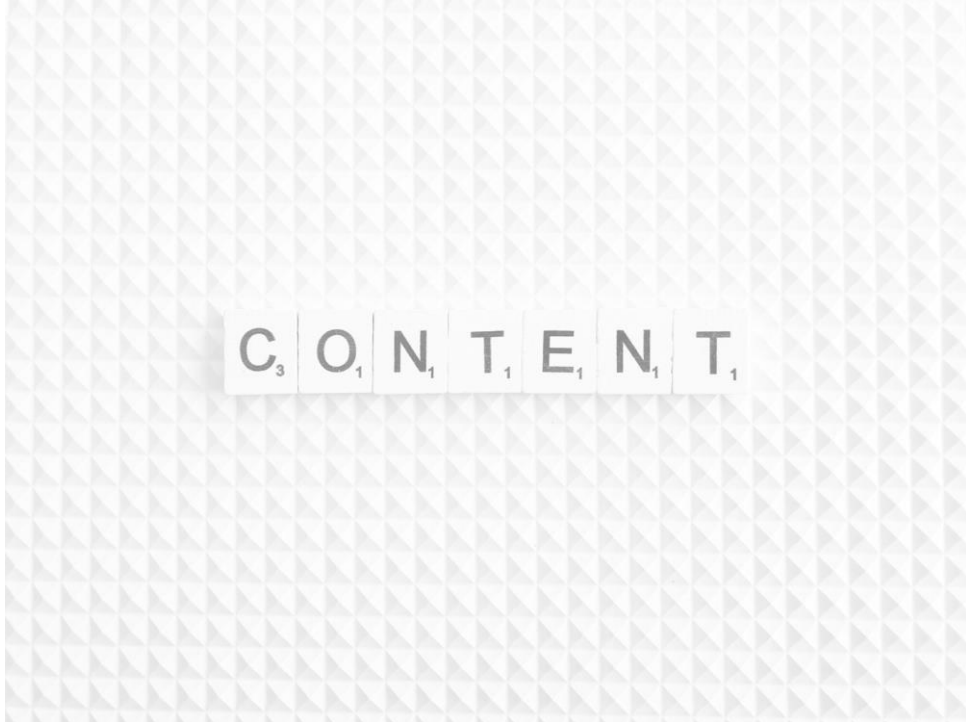
Content Optimization -4

- ال **Title** : كتابة عنوان مختلف ومميز وله علاقة بالبراند (50 - 60 حرف).

ودي أداه هتساعدك إنك تحسب عدد الاحرف في ال **Title & Description** .

<https://www.wingnut-websites.com/meta-title-description-counter-tool>

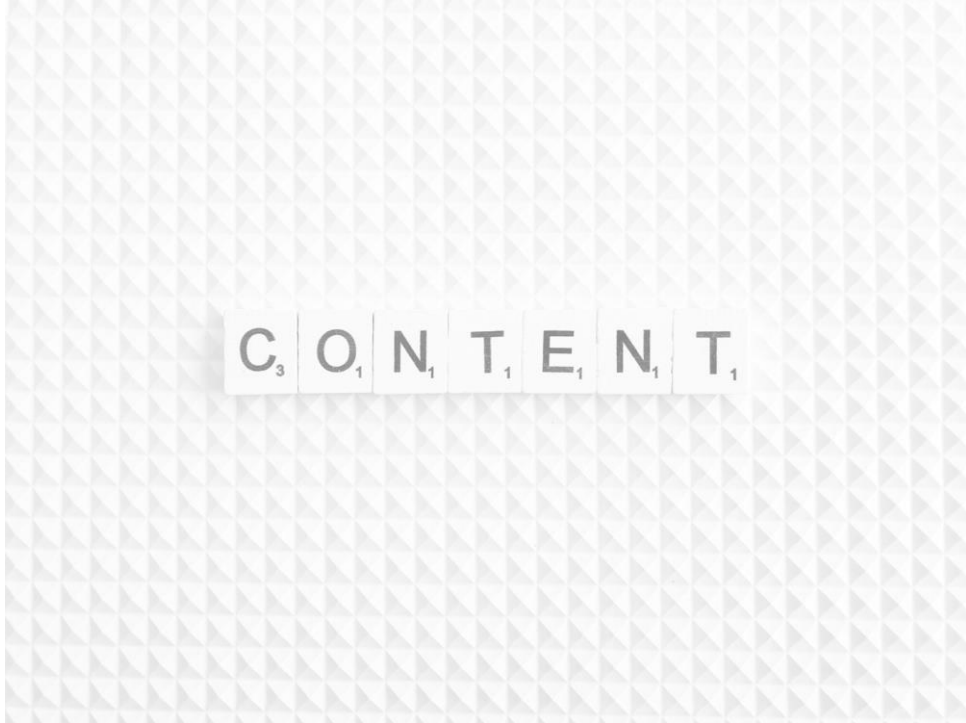
- مراجعة وإعادة صياغة المقالات باستخدام ال **Keywords** بطريقة صحيحة وعدم تكرارها بطريقة عشوائية غير ملائمة ويجب عليك تحديثها باستمرار
- إضافة **محتوى مرئي** من صور وفيديوهات متعلقة بكل محتوى يساعد على زيادة **Organic Traffic** وكذلك **Backlinks**

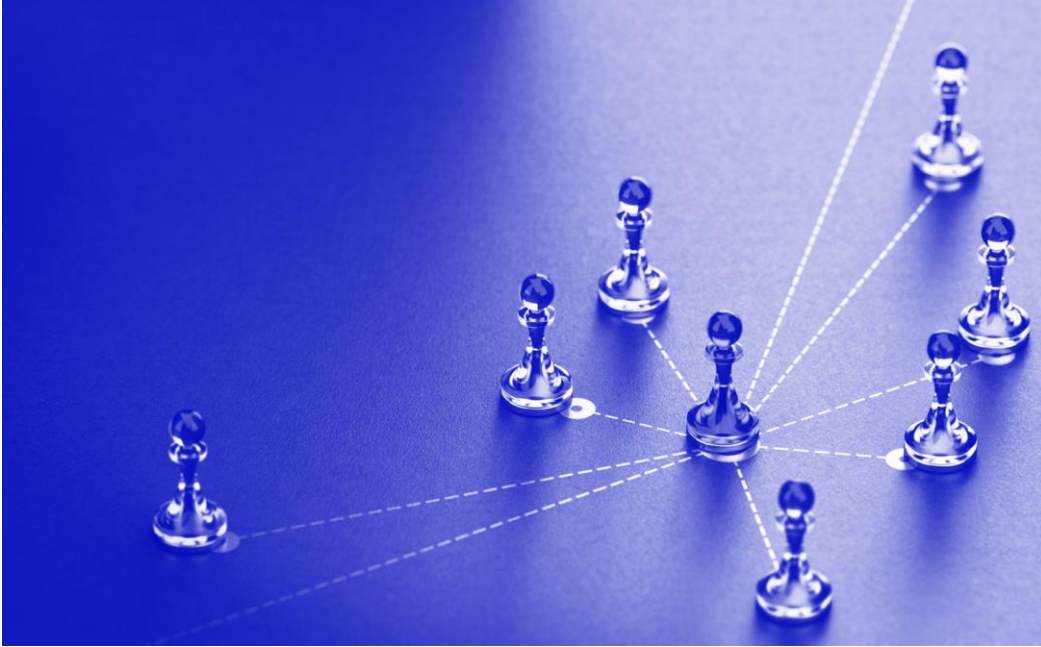


Content Optimization -4

– كتابة **Alt text** للصور المستخدمة في المقالات والويbsites عامة تعبر وهو عبارة عن وصف غير مرئي للصورة حيث سيظهر لك بدلاً من الصورة في حال فشل تحميل الصورة

– ضع في اعتبارك أيضا الـ **Technical SEO** ، من الجيد ان يكون المحتوى مختلف ومستخدم به صور وفيديوهات ملائمة للموضوع وايضا مستخدم فيه الـ **Keywords** المناسبة لكن إذا كانت الصفحة بها مشكلة في **سرعة التحميل** أو به **Broken Links** لذلك يجب عليك أولا الأخذ في الاعتبار مراجعة المشاكل التقنية لتساعد على زيادة تواجد الزائر على موقعك أطول فترة مع اتخاذ **action**





Building Links (Internal & External) -5

أهمية اللينكات الداخلية:

- ❑ بناء الروابط بين المقالات وبعضها المرتبطة ببعض.
- ❑ جعل العميل أطول فترة ممكنة داخل الموقع الخاص بك، لتصفح المزيد من الصفحات فبالتالي يقل **Bounce rate**
- ❑ تساعد **Google** على عمل **Crawling** لصفحات الموقع الخاص بك.

اللينكات الخارجية أو **Backlinks**:

هي اللينكات التي تحصل عليها من المواقع الأخرى عندما يشير أحد المواقع إليك، سواء بوضع لينك الموقع الرئيسي، أو بوضع لينك لمقال ما وتعتبر من أهم العوامل لأنها تشير إلى مصداقية موقعك.



Measuring SEO Effectiveness -6

عمل ومتابعة الـ **SEO** لا تتوقف عند حد معين لكنها مرحلة مستمرة. بعد الانتهاء من كل التعديلات وإضافة الروابط الداخلية والخارجية يمكنك الآن قياس فعالية استخدام الكلمات ومتابعة عدد الزائرين على الموقع وذلك يتم من خلال **Google Search Console**

Google Search Console هي أداة مجانية تقدمها لك جوجل لمعرفة:

- ❑ معرفة عدد الزيارات لموقعك، وعدد مرات ظهور موقعك في **Google**
- ❑ تساعد في معرفة نسبة الـ **Bounce Rate**
- ❑ تلقي تنبيهات لك عندما يواجه **Google** مشاكل في الفهرسة أو مشاكل أخرى على موقعك.
- ❑ تحديد مشاكل صفحات **AMP** وقابلية الاستخدام على الموبايل.

Local SEO



هو تحسين وتهيئة الموقع لمحرك البحث محليًا، أي تحسين ظهور الموقع داخل بلد محددة.
ف البحث المحلي مهم جدًا للشركات الصغيرة، ووفقًا لـ Google فإن 46٪ من عمليات البحث تفضل "النتائج المحلية".

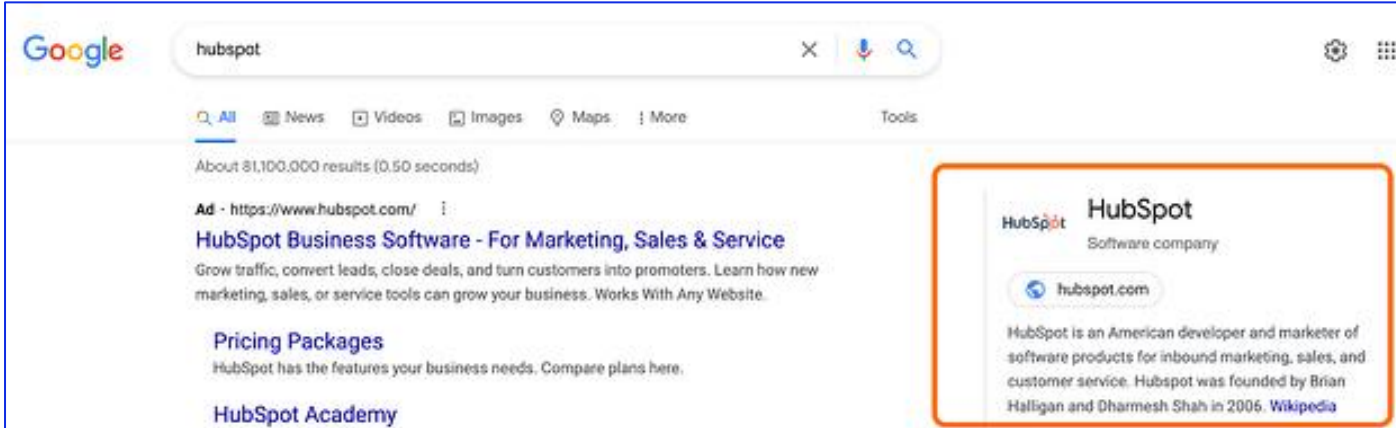
للتمكن من تحسين الـ SEO محليًا عليك اتباع بعض الخطوات:



Local SEO

1- إدراج شركتك في منصة Google My Business

توفر منصة **Google My Business** فرصة الظهور بشكل مميز وتفصيلي في نتائج البحث حيث يتم عرض المعلومات المهمة لنشاطك التجاري مجاناً، من عنوان تفصيلي للمقر والفروع المتاحة، أرقام التواصل، أيام وساعات العمل الرسمية، رابط الموقع الإلكتروني، صور خاصة بنشاطك التجاري داخلياً وخارجياً.



Local SEO



2- التسجيل في دلائل الأنشطة التجارية

وجود بيانات شركتك أو نشاطك التجاري (الإسم - التصنيف - وصف عام عن المجال والأنشطة التجارية - أرقام التواصل - رابط الموقع الإلكتروني) هو مؤشر إيجابي لمحركات البحث يساهم في الحصول على أفضل ترتيب ممكن في نتائج البحث المحلية.

Local SEO



3-أهم المواقع والدلائل التجارية (Business Directories)

- Google My Business.
- Yellow Pages.
- Foursquare.
- LinkedIn Directory for Companies.
- Yelp.
- Facebook Business.

Local SEO



4- إضافة معلومات التواصل للموقع الإلكتروني يعد توفير معلومات التواصل والعنوان التفصيلي من أساسيات إنشاء أي موقع إلكتروني لشركة أو نشاط تجاري حيث تعتبر معلومات التواصل هي (أرقام التواصل - البريد الإلكتروني - عنوان المقر الرئيسي للشركة - حسابات الشركة على مواقع التواصل الاجتماعي - موقع نشاطك التجاري على [Google Maps](#)) ركناً أساسياً في عملية اكتساب عملاء جدد والتعامل مع العملاء الحاليين وتحقيق نتائج أفضل في عملية الـ Local SEO.

□ إذا كنت تمتلك أكثر من مقر أو فرع لنشاطك التجاري فيتوجب عليك إدراج كل العناوين ومعلومات التواصل في صفحة تواصل معنا ([Contact Us](#))

Local SEO



5- استخدام Keywords المناسبة لنتائج البحث المحلية

من أساسيات الـ SEO وأيضاً Local SEO خطوة اختيار كلمات ومصطلحات البحث الرئيسية الشائعة بين العملاء المحتملين (Keywords Research) بهدف تطوير محتوى مميز حول مصطلحات وكلمات البحث المختارة يجب عن أسئلة ورغبات مستخدمي محركات البحث.

كلمات البحث الأفضل في Local SEO هي المتعلقة بالأماكن مثل أسماء البلدان والمدن مثل "أفضل وكالة تسويق في مصر" أو "أقرب وكالة إعلان في القاهرة".

Local SEO



6- تطوير محتوى الموقع

من الاساسيات تطوير المحتوى الخاص بالموقع الإلكتروني ليلائم نتائج البحث المستهدفة الخاصة بالعملاء المحتملين وذلك يشمل:

- استخدام كلمات البحث المختارة المتعلقة بالموقع الجغرافي ورغبات العملاء المحتملين في عنوان كل صفحة (Page Title) ووصف الصفحة (Meta Description) بهدف زيادة نسبة النقر (% CTR) على صفحات موقعك في نتائج البحث.
- استخدام كلمات البحث المحلية في وصف الصور (Images Alt) tags ووصف الفيديو (Video Transcript)
- نشر محتوى متجدد في مدونة الموقع يجب عن الأسئلة الشائعة في نتائج البحث المحلية المستهدفة.
- إدراج الأماكن وعناوين الفروع التي يتم توفير فيها الخدمات والمنتجات في كل صفحة خاصة بالخدمة أو المنتج.

Local SEO



7- الحصول على تقييمات إيجابية

تهدف محركات البحث ومن ضمنها **Google** توفير أفضل تجربة مستخدم ممكنة من خلال إظهار نتائج بحث ملائمة لرغبة المستخدم في نتائج البحث المحلية لنشاطات تجارية جديرة بثقة العملاء المحتملين.

□ الحصول على أكبر عدد ممكن من التقييمات الإيجابية (**Positive reviews & ratings**) الصادقة من العملاء السابقين والحاليين من أهم خطوات تحسين **Local SEO** حيث تساهم التقييمات الإيجابية في زيادة ثقة محركات البحث والعملاء المحتملين في نشاطك التجاري.

Local SEO



8- زيادة الروابط الخارجية المحلية (Local Backlinks)

تساهم الـ **External Backlink** في تحقيق مصداقية أكبر لموقعك الإلكتروني لدى محركات البحث وبالتالي ترتيب أفضل في نتائج بحث العملاء المحتملين، فهي تعتبر أيضا أكثر أهمية بالنسبة لـ **Local SEO** حيث يتم التركيز على الحصول على أكبر عدد روابط خارجية ممكن من المواقع المحلية الموثوقة ومنها :

- مواقع الشركات والأنشطة التجارية في مجال نشاطك.
- مدونات مشهورة وموثوقة في مجال نشاطك.
- دلائل الأنشطة التجارية.
- مواقع ومنتديات تقييم المنتجات والخدمات.

Local SEO



9- ضمان ان يكون الموقع Mobile Friendly

يجب ان تجعل الموقع الخاص بك سهل الاستخدام من الـ Mobile حيث زادت عمليات البحث "بالقرب مني" على الهاتف المحمول بنسبة 250٪ منذ عام 2017.

Local SEO tools :

- Screaming Frog.
- Moz Local.
- Ahrefs.
- Buzz stream.

International SEO



هو عملية تحسين محرك البحث الخاص بك للمستخدمين عبر بلدان ولغات مختلفة إذا كنت تريد الوصول إلى جمهور دولي من خلال Search

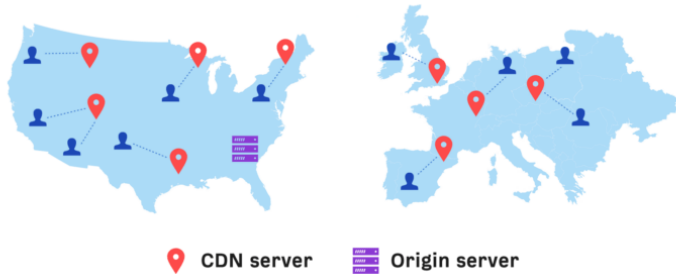
□ الخطوة الأولى: اعرف الـ Market المختلفة.

International SEO

Without a CDN



With a CDN



© <https://ahrefs.com/blog/international-seo/>

ahrefs

□ الخطوة الثانية: فهم المتطلبات التقنية وذلك من خلال:

- يتطلب كل Market عناوين URL مخصصة.
- ضع في اعتبارك إنشاء عدة لغات لكل بلد.
- قم بتثبيت CDN.

تستخدم شبكات CDN مجموعة من الخوادم الموزعة ، مما يضمن قيام المستخدمين بتحميل الصفحة من خادم مترجم بدلاً من خادم مركزي واحد. يساعد هذا في تقليل أوقات تحميل الصفحة، مما يؤدي إلى تجربة مستخدم أكثر إرضاءً.

International SEO



□ الخطوة الثالثة: قم بالبحث عن الـ Keywords الرئيسية للأسواق التي قمت باختيارها.

المصطلحات تختلف من بلد إلى آخر، حتى لو بقيت اللغة كما هي. وهذا بدوره سيكون له تأثير على الكلمات الرئيسية التي يبحث عنها عملاؤك المحتملون.

يختلف حجم البحث من بلد إلى آخرى ، نظرًا لاختلاف عدد السكان والطلب على البحث. وده هحتاج أخذه في الاعتبار عند عمل التوقعات بناءً على بيانات الكلمات الرئيسية.

□ الخطوة الرابعة: استخدم internal links

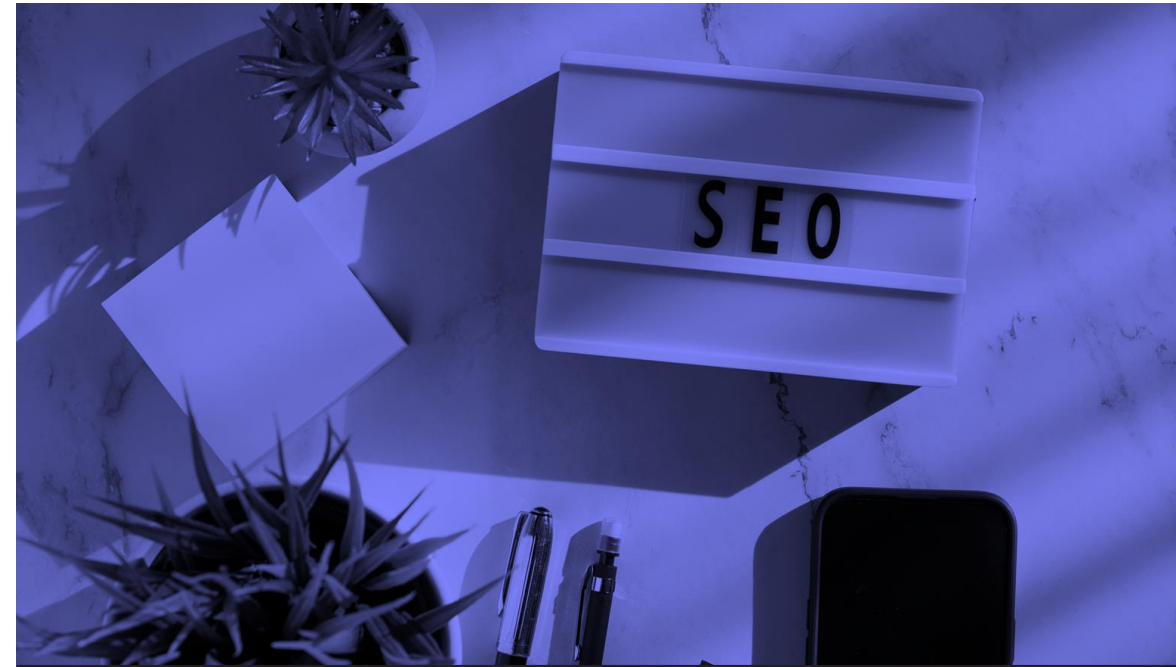
□ الخطوة الخامسة: بناء Backlinks داخل كل بلد من البلدان المستهدفة.

هي استخدام استراتيجيات الـ **social media** والـ **SEO** لتدعيم وضعك في البحث وكذلك تحسين الـ **Traffic** على الموقع الخاص بك.

كيف تؤثر السوشيال ميديا على الـ SEO :

- ❑ مساعدة المزيد من الأشخاص على اكتشاف المحتوى الخاص بك والاستمتاع به، خاصةً عندما لا يكون في الصفحة الأولى من نتائج البحث.
- ❑ الوعي بالعلامة التجارية: بناء تواجدك عبر الإنترنت من خلال الظهور ، بحيث يكون اسمك مألوفًا عند ظهوره في نتائج البحث.
- ❑ الثقة والمصداقية: دعم سمعتك في **مجال عملك**، لا سيما عندما يبحث شخص ما عنك عبر الإنترنت.
- ❑ بناء الروابط : كلما زاد عدد الأماكن التي يمكن فيها اكتشاف المحتوى الخاص بك ، زادت فرصة حصوله على روابط **SEO Friendly** (روابط خلفية) عند الاستشهاد بها على مواقع الويب الأخرى.
- ❑ Local SEO
زيادة تواجدك المحلي وتصنيفك من خلال بيانات الملف الشخصي و **Reviews** العملاء.

Social Media SEO



كيف تهيئ متجرك الإلكتروني إلى محركات البحث؟

- الاستراتيجية الأولى: العثور على الكلمات المفتاحية المناسبة لك.
- الاستراتيجية الثانية: تنظيم بنية الموقع مما يساعد المستخدم على التنقل في موقعك بشكل منطقي.
- الاستراتيجية الثالثة: العمل على **On page SEO** وذلك من خلال:
 - اختيار **URL** معبر عن كل صفحة.
 - كتابة محتوى أكثر ثراء.
 - كتابة **title** ووصف وادراج الكلمات المفتاحية في العنوان والوصف وكذلك المحتوى مع كتابة وصف للصور المستخدمة.
- الاستراتيجية الرابعة: **Technical SEO**
 - بسبب العدد الهائل من الصفحات في Ecommerce Websites تعاني من مشاكل تقنية تحتاج الى وضع حلول لها مثل:
 - بطء سرعة الموقع.
 - محتوى مكرر.
 - العدد الضخم من الصفحات.

SEO for E-commerce





Conversion rate optimization (CRO)

- هو ممارسة لزيادة النسبة المئوية للمستخدمين الذين يقومون بإجراء مرغوب فيه على الموقع مثل: شراء منتج او إضافة الى سلة التسوق أو التسجيل للحصول على الخدمة.

- طريقة حساب الـ Conversion Rate

$$\text{CONVERSION RATE} = \frac{\text{NUMBER OF CONVERSIONS}}{\text{TOTAL NUMBER OF VISITORS}} \times 100$$

Conversion rate optimization (CRO)

6 طرق لزيادة الـ Conversion على متجرك الإلكتروني:

1- فهم عملائك.

- من المهم معرفة ما يريدونه عملائك، لمعرفة احصائيات عنهم يمكنك استخدام:
- **Focusing group** مع عملاء محتملين جدد أو عملاء حاليين.
- طلب الفيدباك بعد **Live chat** أو بعد التفاعل مع خدمة الدعم.

2- تحسين خطوات الدفع للتقليل من التخلي عن سلة التسوق.

□ بعض النصائح تساعدك في تحسين خطوات الدفع:

- تقليل عدد الخطوات المطلوبة للوصول إلى الدفع .
- مليء معلومات العميل تلقائيًا على سبيل المثال عنوان الشحن.
- سهولة تغيير وتعديل الطلب.
- عرض رسوم الشحن والضرائب في مرحلة مبكرة.



Conversion rate optimization (CRO)

3- قم بإنشاء **feedback forms** داخل موقعك.
تسهل عليك الحصول على فيديباك مباشرة عن موقعك وكذلك عن المنتج الذي قام بشرائه.

4- تحديد العوائق في رحلة العميل.
استخدم أدوات تحليل المواقع مثل **Google Analytics** لتحديد الصفحات التي يزورها المستخدمون، والمدة التي يقضونها فيها، والمكان الذي تفقد فيه العملاء المحتملين.

الشكل البسيط للمستخدم هو **Ecommerce sales funnel** الصفحة الرئيسية > صفحة المنتج > عربة التسوق > الخروج.



Conversion rate optimization (CRO)

5- استخدم صور منتجات بجودة عالية.
تساعد صور المنتج العملاء على تصور شكل المنتج وكيف يمكن أن يتناسب مع حياتهم لذلك تأكد من استخدام صور **بجودة عالية** وواضحة.

6- قم بإضافة CTAs:
يجب أن تتضمن صفحاتك **CTAs** تقنع العميل إلى الانتقال لمرحلة الشراء، صمم زر **CTA** لجذب انتباه المستخدمين بلون ساطع أو شكل لافت للنظر على سبيل المثال:
• تفاصيل العروض الخاصة.
• تفاصيل أكثر عن المنتج.
• سياسة الاسترجاع الخاصة بك.



SOURCES

- 1- <https://www.semrush.com/blog/content-optimization-guide/>
- 2- <https://blog.hubspot.com/marketing/local-seo>
- 3- <https://ahrefs.com/blog/international-seo/>
- 4- <https://forgeandsmith.com/blog/social-media-seo-business/>
- 5- <https://www.semrush.com/blog/social-media-seo/>
- 6- <https://neilpatel.com/blog/se-for-ecommerce-websites/>
- 7- <https://www.hotjar.com/conversion-rate-optimization/>
- 8- <https://www.webfx.com/seo/learn/seo-services-list/>
- 9- <https://blog.hubspot.com/website/best-wordpress-seo-plugins>



THANK YOU