

3 نکته برای موفقیت در تحقیق کلیدواژه ها و بومی سازی محتوا

ادغام بومی سازی، سئو و ایجاد محتوا در یک گردش کار هماهنگ بسیار مهم است. در اینجا 3 نکته برای انجام موفقیت آمیز آن ارائه می شود.

بومی سازی خوب همان سئوی خوب است.

چرا؟

زیرا ترجمه محتوا و بومی سازی آن مختص بازار هدف شما، قطعا به مخاطبان هدف کمک می کند تا محتوای شما را در نتایج جستجوی واقعی (organic search) پیدا کنند.

و هنگامی که به صفحه شما مراجعه می کنند، بومی سازی به آنها کمک می کند تا محصولات و خدمات شما را بشناسند و اقداماتی را انجام دهند که امیدوارید انجام دهند.

محتوای ترجمه شده ضعیف (یعنی محتوایی که برای منافع مخاطبان محلی ایجاد نشده است) به احتمال زیاد برای خوب دیده شدن در نتایج جستجوی واقعی (organic search) مشکل دارد.

پروژه های بومی سازی ممکن است گران باشد، اما برعکسش را در نظر بگیرید: یک وب سایت ارزان و با ترجمه ضعیف. نتایج وحشتناک خواهد بود - نه فقط برای SEO، بلکه برای آینده کسب و کار شما در آن بازار.

استفاده از کلمه مناسب مهم است.

هر تحقیق کلیدواژه محلی باید همیشه به عنوان اولین گام پروژه بومی سازی انجام شود.

استفاده از کلمه مناسب در طول فرآیند بومی سازی به شما کمک می کند تا با مخاطبان محلی ارتباط بهتری برقرار کنید، که بر موفقیت کسب و کار در آن بازارها تأثیر می گذارد.

کلمه "درست" به این معنی نیست که کلمه ای است که بیشترین حجم جستجو را دارد. این به این معنی است که این کلمه بیشترین استفاده را در بازار محلی توسط مخاطبان هدف برای نوع صنعتی است که کسب و کار شما در آن قرار دارد.

چالش هایی که بسیاری از صاحبان وب سایت های خارجی تجربه می کنند

مترجمان

فقط به این دلیل که یک فرد یک زبان مادری است به این معنی نیست که او می تواند به طور حرفه ای به همان زبان بنویسد.

همه مهارت نویسندگی خوبی ندارند. افزودن مهارت ترجمه، یافتن فرد مناسب برای کار را دشوار می کند.

برخی از افراد زمانی که از آنها خواسته می شود محتوا را ترجمه کنند از نرم افزار ترجمه برای انجام کار استفاده می کنند (این بیشتر از آنچه فکر می کنید اتفاق می افتد).

بسیاری از شرکت ها استفاده از استعداد کارمندان را انتخاب می کنند. منطقی است زیرا آنها اغلب درک بهتری از محتوا دارند.

با این حال، مشکل همچنان پابرجاست - او ممکن است نویسنده خوبی نباشد.

از نقطه نظر سئو، این نگران کننده است که نه مترجم و نه کارکنان داخلی درک درستی از سئو ندارند.

به خصوص زمانی که شخصی در نوشتن مهارت داشته باشد و در کار بومی سازی بسیار خلاق باشد، جملات باید به طور کامل بازنویسی شوند، که ممکن است برخلاف بهترین شیوه های بهینه سازی محتوا باشد.

پروژه ترجمه

عموما پروژه ترجمه به صورت مستقل برگزار می شود.

سئو و سایر تیم ها به ندرت می توانند ورودی لازم را برای ایجاد محتوای بهینه با استفاده از کلیدواژه های مناسب ارائه دهند. برخی از شرکت ها یک تیم داخلی برای بررسی و ویرایش محتوای ترجمه شده توسط یک شرکت دیگر را دارند.

وقتی شرکتی به بهینه سازی محتوا اهمیت می دهد، بهینه سازی محتوا را با یک جستجوی سریع کلیدواژه ها توسط تیم محلی انجام می دهد.

اگرچه ممکن است انتشار نهایی محتوا در سایت زمان بیشتری ببرد، اما مطمئناً برای بسیاری از مشاغل روند معقول تری است.

حفظ محتوای محلی

متأسفانه، یکی دیگر از چالش های رایج حفظ محتوای محلی است.

هنگامی که محتوا در ابتدا ترجمه و سپس با برخی از کلیدواژه های به دست آمده بومی سازی شد، معمولاً به همان صورت رها میشود و حتی اگر خود محتوا به روز رسانی شود و صفحات جدیدی هم در سایت اصلی اضافه شود، آن کلیدواژه ها هرگز به روز نمی شود.

علائق و عبارات مورد نظر جستجوگران می تواند به سرعت تغییر کند و کلمه در سایت و حتی خود محتوا منسوخ شود.

این تغییر ممکن است به سرعت و ناگهانی رخ دهد، حتی برای برخی از مشاغل سنتی ، همانطور که بسیاری از ما در طول همه گیری COVID-19 آن را تجربه کردیم.

کسب و کارهای محلی که بلافاصله با چنین تغییراتی سازگار می شوند، می توانند محتوای موجود را به روزرسانی کنند یا محتوای جدیدی به سایت اضافه کنند.

این موضوع یکی از بزرگترین چالش های کسب و کارهای خارجی برای رقابت در بازارهای دیگر است.

نکاتی برای موفقیت در تحقیق کلیدواژه ها و بومی سازی محتوا

1. یک فرآیند ترجمه/بومی سازی با ترکیب تیمهای تحقیق کلیدواژه ها و سئو ایجاد کنید.

با اینکه سئو نباید کار مترجمان یا ویراستاران محتوا باشد، اما داشتن درک درستی از سئو، راه اندازی سایت های محلی با عملکرد خوب را آسان تر می کند. دستورالعمل های سئو برایشان ایجاد کنید تا مطابق آنها عمل کنند.

2. همیشه بر عملکرد وب سایت نظارت داشته باشید

هنگامی که سایت محلی را راه اندازی کردید، عملکرد را کنترل کنید.

مشکلات را به محض شناسایی سریع حل کنید.

اگر صفحات رتبه خوبی ندارند، بهینه سازی محتوا را مرور کنید.

اگر صفحات رتبه خوبی دارند اما ترافیک کم است یا تبدیل به مشتری ندارید، ترجمه، پیام ها و نکات تجربه کاربر را بررسی کنید.

حتما مطمئن شوید خود فرم و سایر نکات تبدیل به مشتری، در بازار محلی به زبان محلی به درستی عمل می کنند.

3. با تیم محلی و مناطق ارتباطی صحبت کنید.

از طریق ارتباط مداوم با تیم محلی و سایر مناطق ارتباطی، از جمله نمایندگان فروش، متوجه شوید که آیا آنها متوجه تغییراتی در علایق محلی شده اند یا خیر.

از آنها بپرسید که آیا محتوای سایت نیاز به تغییر یا به روز رسانی دارد. آنها ممکن است فعالیت های اخیر رقبای محلی را دیده باشند.

آنها را تشویق کنید تا بازخوردهایی را ارائه دهند که ممکن است به رشد کسب و کار در بازارشان کمک کند.

نکات مهم

ادغام موثر بومی سازی، سئو و ایجاد محتوا در یک گردش کار هماهنگ بسیار مهم است.

هر چه سریعتر این اتفاق بیفتد، زودتر می توانید کارایی و عملکرد بیشتر را تحقق ببخشید.

این فرآیند مشارکتی، کل کسب و کار را قادر می سازد تا نیازها و خواسته های مصرف کنندگان را درک کند ، که منجر به بهبود نوآوری محصول، تعامل محتوا و تبدیل ترافیک به مشتری می شود.