اکیپا ekeepa.co

بررسی برند اکپا

بررسی و پیشنهاد راهکار

برای سایت



اکیپا

1 ارائه کلمات کلیدی

انتخاب کلمات کلیدی بر اساس حجم جستجو، میزان رقابت، ارزش تجاری و هدف واقعی کاربران، با تمرکز بر فرصت‌های رشد و جذب مخاطبان هدف.

2 بررسی نتایج گوگل و اینتنت کاربر

بررسی دقیق نیاز کاربران و تحلیل نتایج صفحه اول گوگل برای تشخیص اینکه مخاطب به دنبال خرید، مقایسه، آموزش یا کسب اطلاعات است و طراحی محتوا بر همان اساس.

3 تک محصول

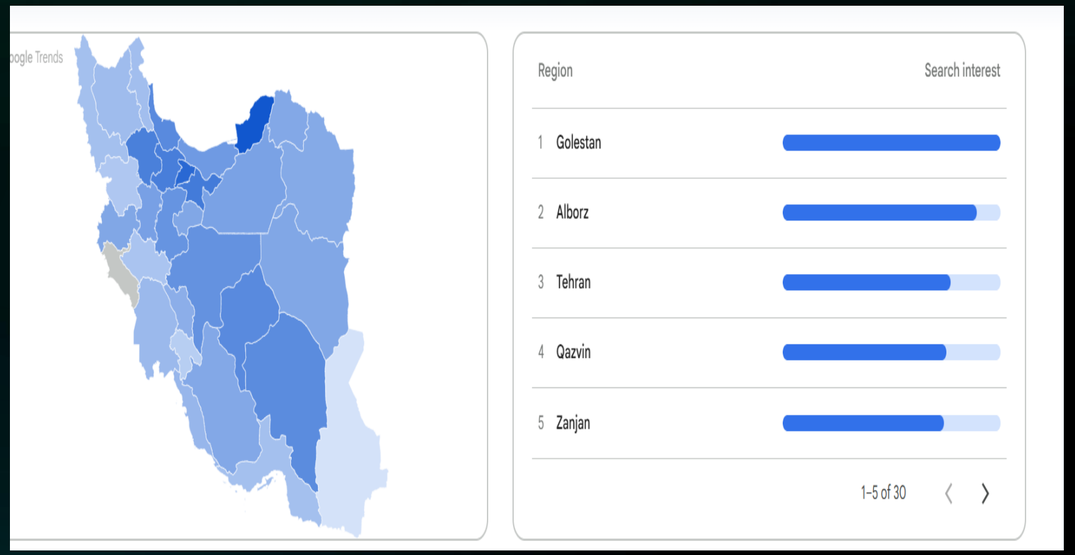
بررسی ساختار صفحات محصول و رقبا، تحلیل نقاط قوت و ضعف، تعیین دلیل انتخاب هر کلمه کلیدی و ارائه مسیر بهینه‌سازی برای افزایش رتبه و نرخ تبدیل.

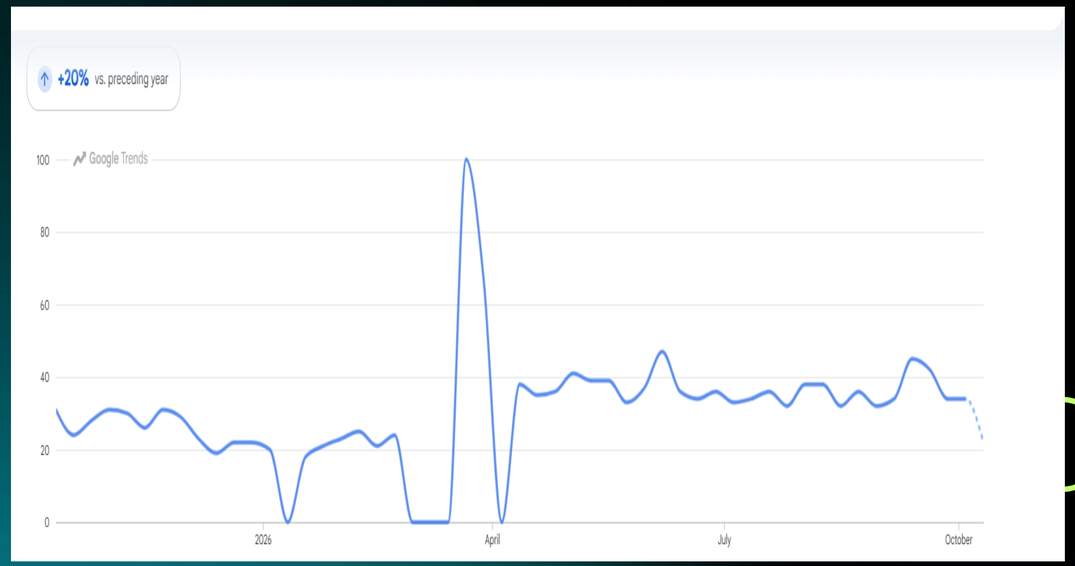
4 دلیل انتخاب

انتخاب هر کلمه بر اساس تحلیل داده‌ها، میزان تقاضای کاربران، هدف جستجو، ارزش تبدیل به مشتری و بیشترین پتانسیل برای افزایش رتبه و فروش.

ارائه کلمات کلیدی

انتخاب و هدف‌گذاری کلمات کلیدی مرتبط با حوزه فعالیت، با هدف افزایش دیده‌شدن صفحات در نتایج جستجوی محلی انجام شده است. در این بخش، هر دسته از کلمات بر اساس موقعیت‌های جغرافیایی هدف انتخاب شده و عملکرد آن‌ها در نتایج جستجو با استفاده از اسکرین‌شات‌های ثبت‌شده بررسی و مستندسازی شده است.

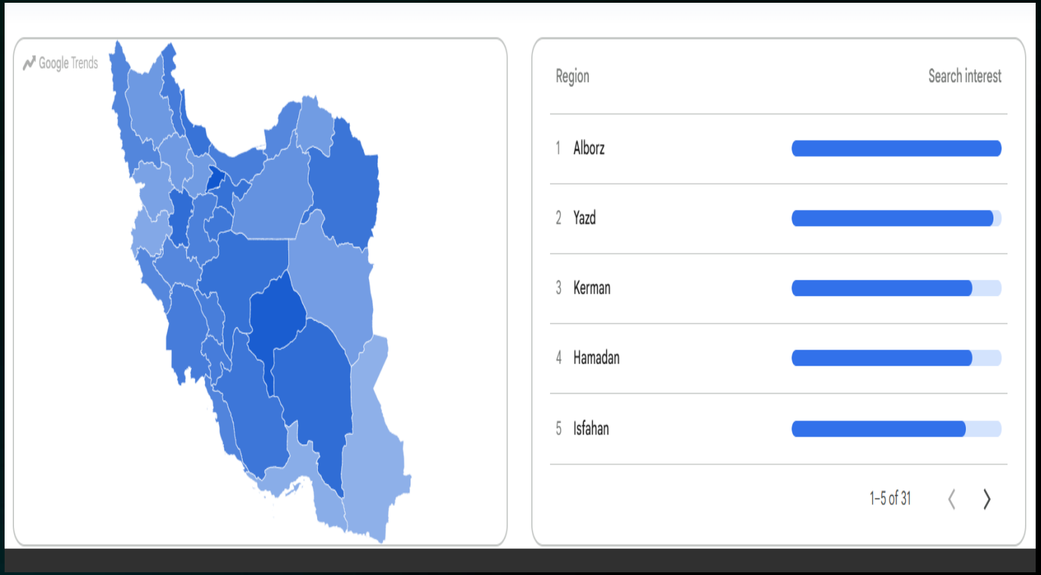




سوارکاری

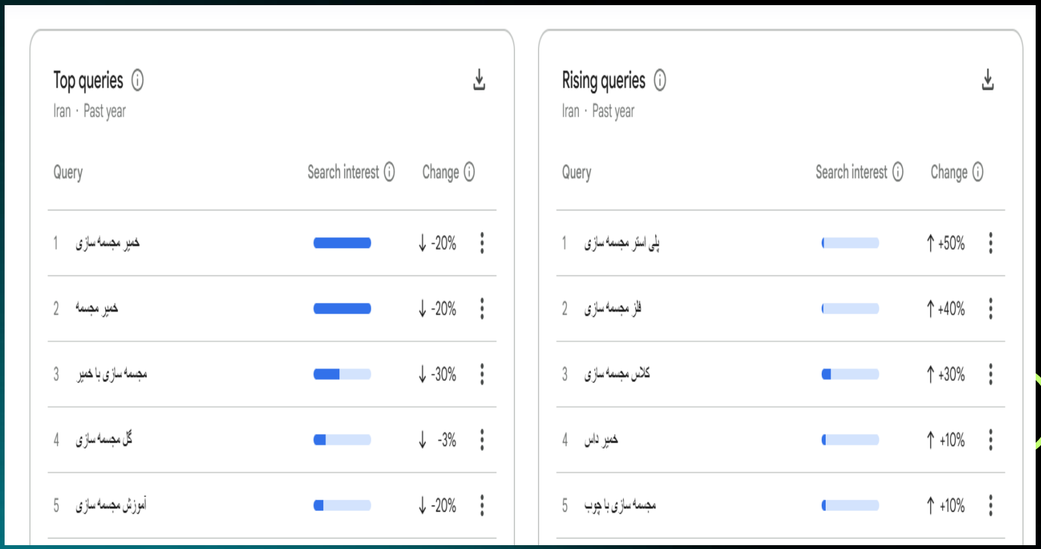
در بخش مربوط به سوارکاری، تمرکز بر روی عبارات محلی مانند «سوارکاری در تهران»، «سوارکاری در زنجان» و «سوارکاری در قزوین» بوده است. همان‌طور که در اسکرین‌شات‌های مربوط به نتایج جستجو مشاهده می‌شود، هدف این بخش افزایش حضور صفحه در جستجوهای منطقه‌ای و جذب کاربرانی است که به دنبال خدمات سوارکاری در شهرهای مشخص هستند.

مجسمه‌سازی:



برای حوزه مجسمه‌سازی، به جای تمرکز صرف بر یک کلمه عمومی و رقابتی، استراتژی بر روی عبارات هدفمند محلی مانند «مجسمه سازی در کرمان»، «مجسمه سازی در یزد»، «مجسمه سازی در همدان» و «مجسمه سازی در اصفهان» قرار گرفته است. این رویکرد باعث می‌شود صفحه در جستجوهایی حضور پیدا کند که کاربر با هدف مشخص‌تری به دنبال خدمات یا هنرمند مرتبط در منطقه خود است.

مزیت این انتخاب نسبت به رقبا، کاهش رقابت مستقیم با صفحات عمومی و افزایش شانس دیده‌شدن در جستجوهای محلی است؛ زیرا بسیاری از رقبا تنها روی عبارات کلی فعالیت می‌کنند، در حالی که هدف‌گذاری ترکیبی «خدمت + موقعیت جغرافیایی» امکان جذب مخاطب آماده‌تر برای ارتباط و سفارش را فراهم می‌کند.



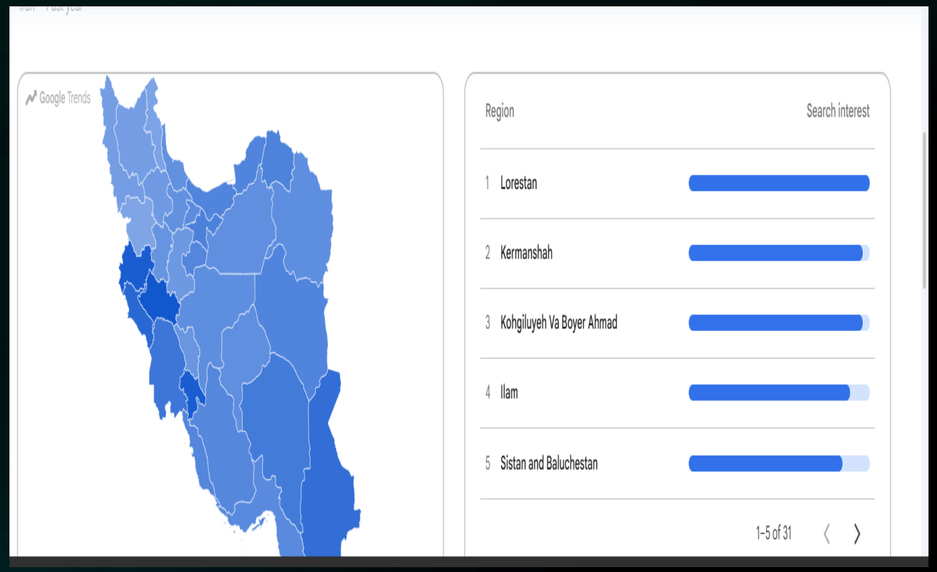
همان‌طور که در اسکرین‌شات‌های نتایج جستجو مشاهده می‌شود، این صفحات با هدف ایجاد پوشش منطقه‌ای گسترده‌تر، افزایش سهم نمایش در گوگل و ایجاد مسیر ورودی جدید برای مشتریان بالقوه بهینه‌سازی شده‌اند.

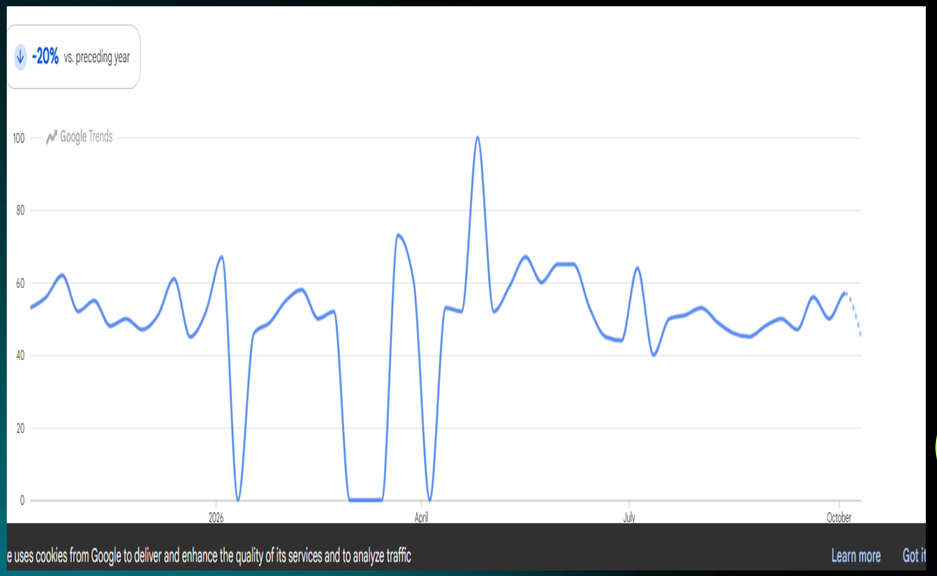
تیراندازی:

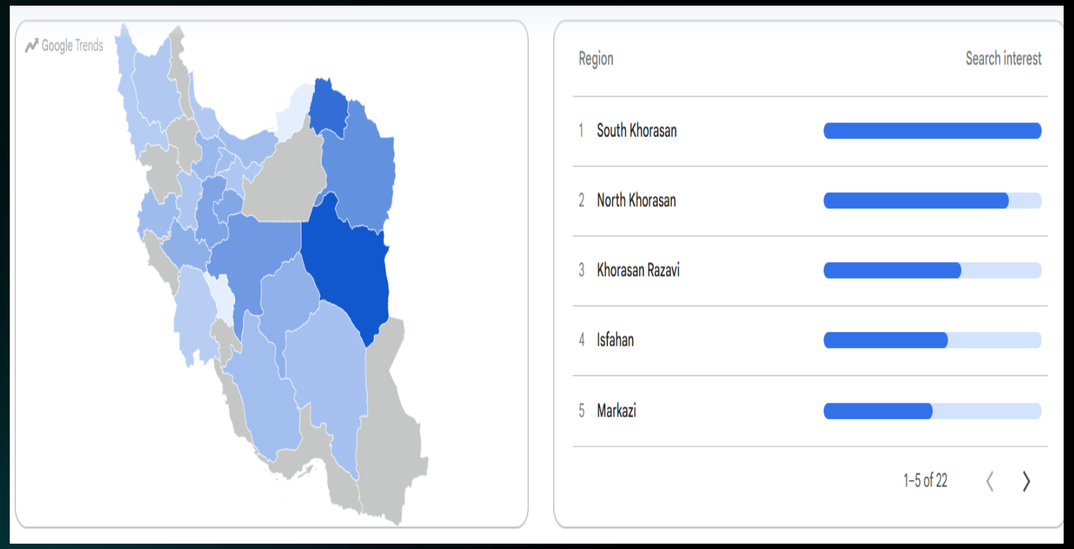
برای حوزه تیراندازی، به جای تمرکز روی عبارات عمومی و پررقابت، کلمات کلیدی محلی مانند «تیراندازی در کرمانشاه» و «تیراندازی در لرستان» انتخاب شده‌اند تا مخاطبانی هدف قرار بگیرند که به دنبال یک مجموعه یا خدمات مشخص در منطقه جغرافیایی خود هستند.

این نوع هدف‌گذاری به کسب‌وکار کمک می‌کند تا در برابر رقبایی که تنها روی کلمات کلی فعالیت می‌کنند، حضور دقیق‌تر و مؤثرتری در نتایج گوگل داشته باشد. کاربری که عبارت «تیراندازی در + نام شهر یا استان» را جستجو می‌کند، معمولاً مرحله آگاهی را پشت سر گذاشته و به دنبال یافتن یک گزینه قابل دسترس برای مراجعه یا دریافت خدمات است؛ بنابراین ارزش تجاری این ورودی‌ها بالاتر از جستجوهای عمومی است.

بر اساس اسکرین‌شات‌های ثبت‌شده از نتایج جستجو، این صفحات با هدف افزایش سهم دیده‌شدن در جستجوهای منطقه‌ای، ایجاد مسیر ورودی جدید و جذب مخاطب نزدیک‌تر به تصمیم خرید یا ثبت درخواست بهینه‌سازی شده‌اند.



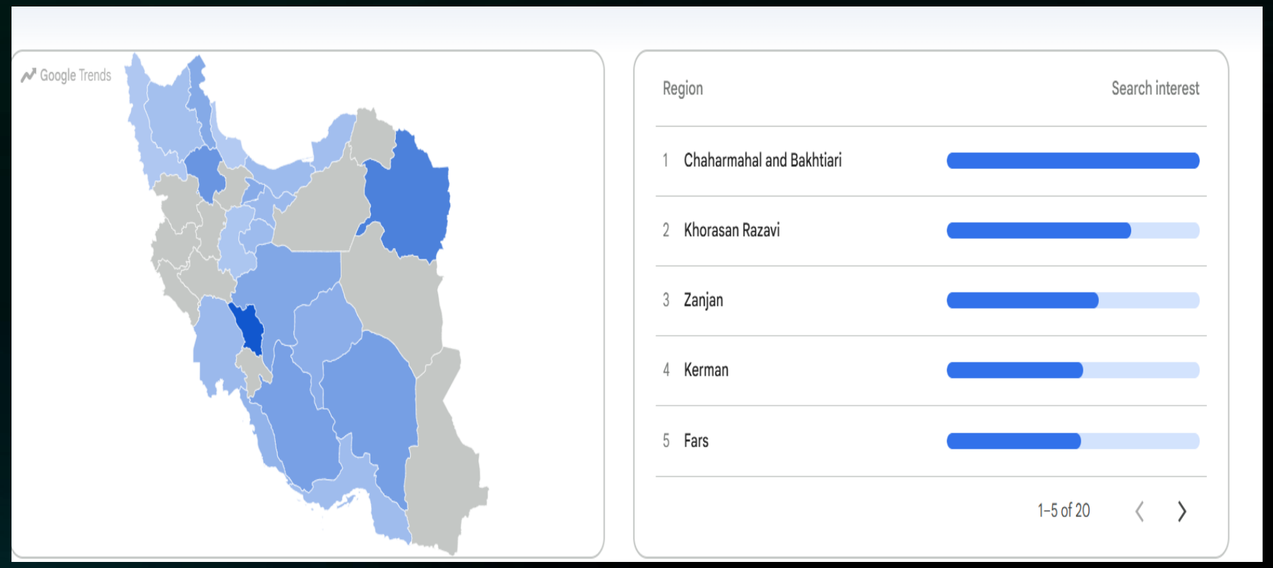


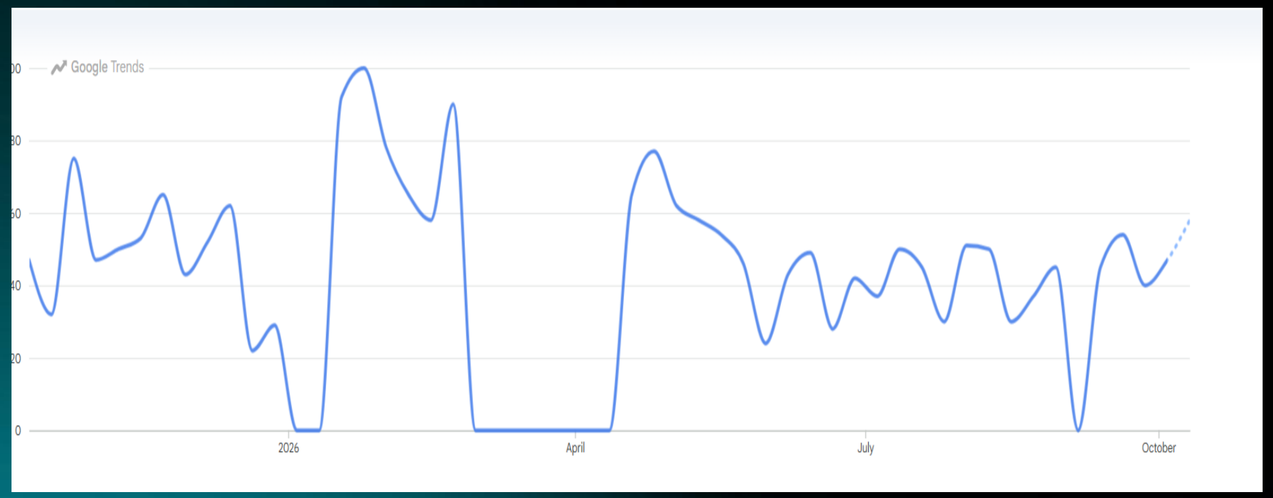


نقاشی روی چوب:

در بخش نقاشی روی چوب ، هدف اصلی فقط کسب رتبه برای یک عبارت عمومی نبوده، بلکه ایجاد حضور در چندین بازار محلی و افزایش نقاط تماس با کاربران در مناطق مختلف است. به همین دلیل عباراتی مانند «نقاشی روی چوب در مرکزی»، «نقاشی روی چوب در خراسان رضوی، خراسان شمالی و خراسان جنوبی» و «نقاشی روی چوب در اصفهان» انتخاب شده‌اند تا ظرفیت جذب مخاطب از مناطق مختلف افزایش پیدا کند.

این نوع هدف‌گذاری باعث می‌شود کسب‌وکار وابسته به یک منطقه محدود نباشد و بتواند در جستجوهای متنوع‌تری نسبت به رقبا حضور داشته باشد. اسکرین‌شات‌های ثبت‌شده نیز نشان‌دهنده وضعیت نمایش صفحات برای این عبارات و مسیر توسعه حضور برند در نتایج محلی گوگل هستند.

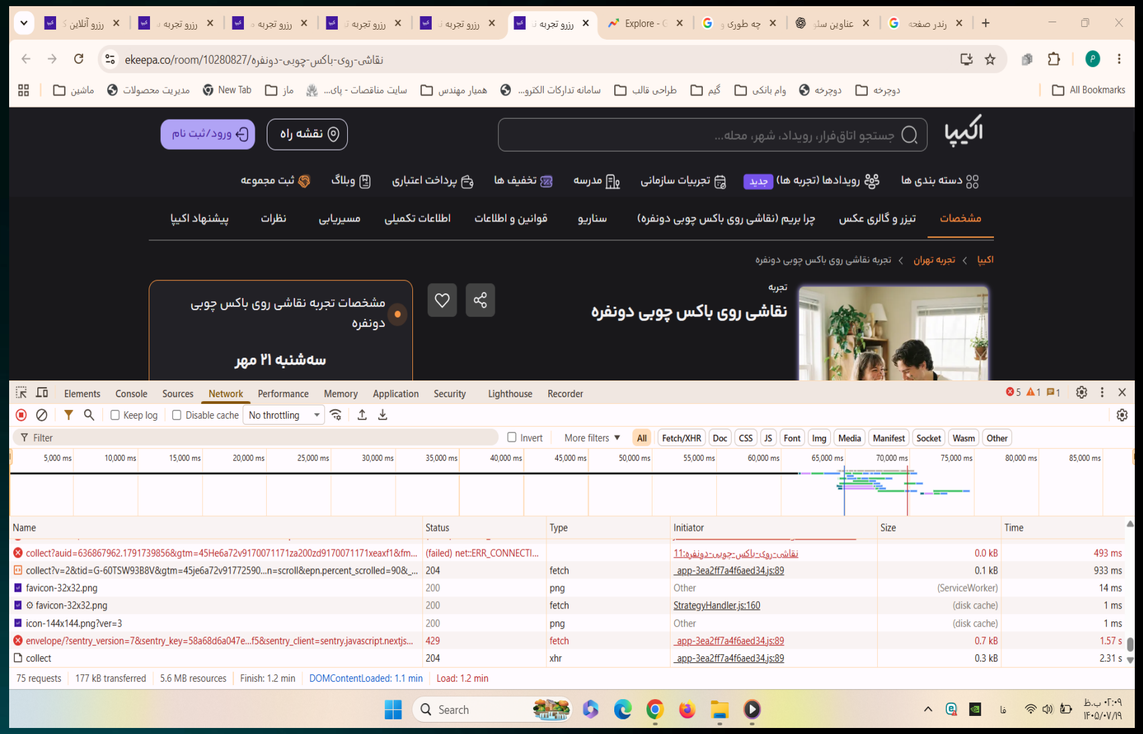




نقاشی روی شیشه:

در حوزه نقاشی روی شیشه، انتخاب عبارات محلی در استان‌های زنجان، فارس، کرمان، چهارمحال و بختیاری و خراسان رضوی با هدف ایجاد جایگاه تخصصی در بازارهای هدف انجام شده است. این رویکرد به جای تمرکز بر جستجوهای عمومی، برند را در مسیر جذب مخاطبانی قرار می‌دهد که به دنبال خدمات هنری مشخص و قابل اعتماد در منطقه خود هستند.

این ساختار هدفمند، امکان توسعه حضور دیجیتال در حوزه هنرهای دستی و افزایش اعتبار برند در نتایج جستجوی محلی را فراهم می‌کند؛ نتایج این هدف‌گذاری در اسکرین‌شات‌های گزارش قابل مشاهده است.



بررسی صفحه تک محصول

در بررسی وضعیت فنی سایت، با وجود اینکه **لود اولیه صفحات در زمان مناسبی انجام می‌شود و زمان پاسخ‌دهی اولیه (Load Start) مطلوب است، فرآیند بارگذاری در مرورگر به‌طور کامل پایان پیدا نمی‌کند.** طبق اسکرین‌شات‌های ثبت‌شده، یک فایل **Next.js** در پس‌زمینه همچنان در حال اجرا بوده و خطاهای JavaScript مربوط به این فایل باعث ایجاد اختلال در تکمیل فرآیند بارگذاری، افزایش زمان اجرای اسکریپت‌ها و افت امتیاز سرعت صفحه شده است.

همچنین بررسی صفحات هدف نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از این صفحات از نظر سئو داخلی نیاز به تقویت دارند. صفحات مرتبط با کلمات کلیدی مانند «سوارکاری در تهران»، «مجسمه سازی در تهران»، «تیراندازی در تهران»، «نقاشی روی چوب در تهران» و «نقاشی روی شیشه در تهران» فاقد لینک‌سازی داخلی هدفمند با انکر تکست مرتبط بوده‌اند یا سیگنال‌های کافی برای درک موضوع صفحه به گوگل ارسال نشده است.

در نتیجه، حتی در صورت ایجاد صفحات اختصاصی، نبود ساختار مناسب لینک‌سازی و وجود مشکلات فنی JavaScript می‌تواند باعث شود گوگل صفحات را به‌درستی خزش، ایندکس و رتبه‌بندی نکند. رفع خطاهای Next.js، بهینه‌سازی اجرای اسکریپت‌ها و ایجاد لینک‌سازی داخلی اصولی با کلمات کلیدی هدف، از اقدامات ضروری برای افزایش شانس حضور این صفحات در نتایج جستجو خواهد بود.

از لحاظ رندرینگ صفحات اوکی هستند و به درستی دارند در گوگل رندر میشن . با ابزار این چک شد (https://search.google.com/test/rich-results/result?id=RwJ2r3O3SyZIsx8xuiQpsQ) فقط یکسری ارورهای فایل ربات دارید که باید بررسی بشه و برطرف بشه