حال و روز بازار سئو در سال ۱۴۰۱

دومین گزارش جامع سئـو در ایران

تریبون

فهرست مطالب

Contents

مقدمه ۱

۵ نکته تحلیلی از گزارش سئو ۱۴۰۱ ٦

فصل اول: اطلاعات پاسخ‌دهندگان ۸

فصل دوم: حقوق، تجربه و نقش ۱۱

فصل سوم: وضعیت شغلی فریلنسرها/مشاوران و افراد شاغل در آژانس‌ها ۲۳

فصل چهارم: وضعیت شرکت‌ها در حوزه سئو ۳٦

فصل پنجم: روند موفقیت پروژه‌های سئو ٤٥

فصل ششم: چالش‌ها و تهدیدهای سئو ۵۰

فصل هفتم: عوامل رتبه‌بندی سئو ۵۹

فصل هشتم: آینده سئو ٦٥

مقدمه

Introduction

مقدمه

همه ما می‌دانیم که گزارش‌ها زمانی مفید هستند که متناسب با شرایط داخلی هر صنعت تهیه شوند. خلاء این موضوع همیشه در گزارش‌های جهانی بازاریابی دیجیتال برای متخصصان ایرانی وجود داشته است. از این رو، با کسب تجربه از اولین گزارش سئو در سال ۱۴۰۰، دومین گزارش جامع وضعیت سئوی ایران را منتشر کردیم.

شیرینی مطالعه این گزارش برای ما و مزیت مطالعه آن برای خوانندگان این است که می‌توان روند یک‌ساله سئو در ایران را با سال گذشته مقایسه کرد و به تغییر فعالیت‌های سئویی در کسب‌وکارهای ایرانی نگاهی عمیق داشت. از آپدیت‌های جدید فاکتورهای رتبه‌بندی تا نگرانی همیشگی طرح صیانت از اینترنت، همه‌وهمه بینش‌های دقیق و سرنخ‌های تازه‌ای هستند تا بتوانیم وضعیت سئو در ایران را زیر ذره‌بین ببریم و از حال‌وروز شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های ایرانی در حوزه سئو باخبر شویم.

امین اسماعیلی

حامد بیدی

پژمان حسینی

پیمان خلیلی

میثم سلیمی

رضا شیرازی

عادل طالبی

حجت مسگری

مهران منصوری‌فر

علیرضا ناجی

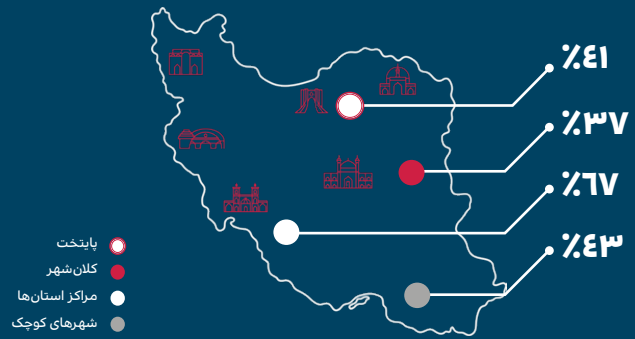
قدردانی به پاس همراهی

عادل طالبی، موسس آژانس دیجیتال مارکتینگ منظم

گزارش‌هایی که امروز در فضای دیجیتال مارکتینگ منتشر می‌شوند، یک معدن طلا هستند. به عنوان کسی که سال‌ها در فضای دیجیتال مارکتینگ کار کرده و از فقر داده رنج برده است، قدردان همه عزیزانی هستم که با ارائه چنین گزارش‌هایی به بهبود شرایط کسب‌وکارها در فضای دیجیتال کمک می‌کنند. گزارش مرتب تریبون را هم دیده‌ام و در فرصتی مناسب، تحلیل‌هایم را ارائه خواهم داد.

۵ نکته تحلیلی از گزارش سئو ۱۴۰۱

۱. به نظر می‌رسد که در سال ۱۴۰۱، تعداد متخصصان سئوی تازه‌وارد کمتر شده است؛ در سال ۱۴۰۰، سابقه کاری ۱۴درصد از متخصصان سئو کمتر از ۱ سال بود. این آمار در سال ۱۴۰۱ به کمتر از ۷درصد رسیده است.



۲. میانگین درآمد ماهانه فعالان سئوی پایتخت‌نشین در ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰، ۴۱درصد رشد داشته است. این رشد در کلان‌شهرها، مراکز استان‌ها و شهرهای کوچک به ترتیب ۳۷، ۶۷ و ۴۳درصد است.

۳. **فیلترینگ و محدودیت‌های اینترنت** با سهم ۷۸درصدی، بزرگترین چالش متخصصان سئو در سال ۱۴۰۱ بوده است، اما در سال ۱۴۰۰، ناآگاهی کارفرما از روند یک پروژه سئو، چالش اصلی متخصصان بیان شده است.

۴. متخصصان سئو موفقیت خود را براساس **بهبود رتبه کلمات کلیدی** در سال ۱۴۰۱ در نظر گرفته‌اند، در حالی که کارفرمایان از آن‌ها انتظار **افزایش فروش** داشته‌اند. این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده انتظارات متفاوت کارفرمایان و متخصصان از معیار موفقیت پروژه‌های سئو باشد.

۵. **تمایل به مهاجرت** بین متخصصان سئو حدود ۷۰درصد است. همچنین افراد با میزان درآمد ۱۸ تا ۳۰میلیون تومان بیشتر از کسانی که درآمد زیر ۵میلیون تومان دارند، به مهاجرت فکر می‌کنند.

فصل ۱

اطلاعات پاسخ‌دهندگان

تعداد کل

جنسیت

نوع شرکت

سن افراد

سابقه کاری

شهر محل سکونت

چند نفر در تهیه گزارش همراه ما بودند؟

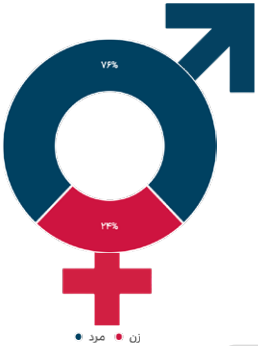
۶۲۸ نفر در نظرسنجی سال ۱۴۰۱ شرکت کرده‌اند

۷۶ نفر به دلیل نداشتن فعالیت در حوزه سئو، به ادامه پرسشنامه پاسخ نداده‌اند

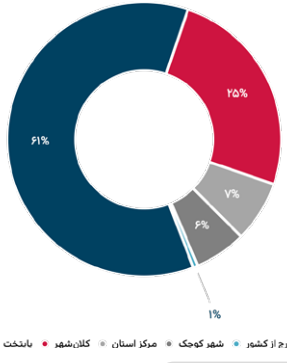
داده‌های ۱۱ نفر به دلیل زمان کم پاسخ‌دهی و پاسخ‌های مشابه به سوال‌های صفحه ٤٦ و ٤٧، از گزارش حذف شده‌اند.

با بررسی پاسخ‌های ۵۴۱ نفر از متخصصان سئو، **دومین گزارش جامع وضعیت سئو ایران** منتشر شد.

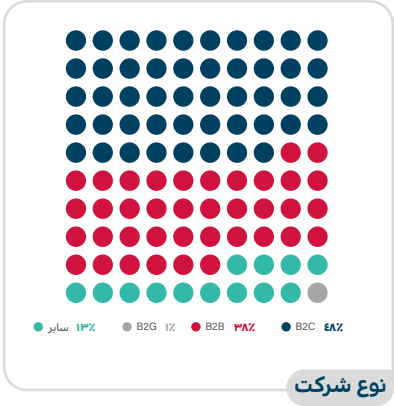
اطلاعات پاسخ‌دهندگان در یک نگاه



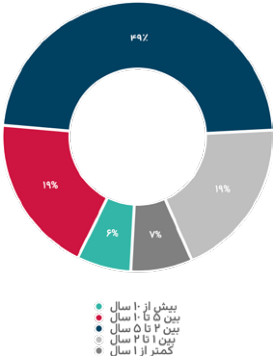
جنسیت



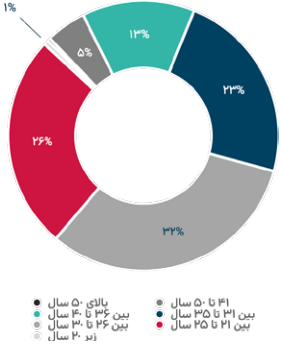
شهر محل سکونت



نوع شرکت



سابقه کاری



سن

فصل ۲

حقوق، تجربه و نقش

میزان درآمد ماهانه

توصیف محل کار

میزان درآمد بر اساس تعداد شغل

تاثیر سابقه کاری بر درآمد

تاثیر عنوان شغلی بر درآمد

تاثیر سابقه کاری بر عنوان شغلی

وضعیت درآمد به تفکیک شهر محل سکونت

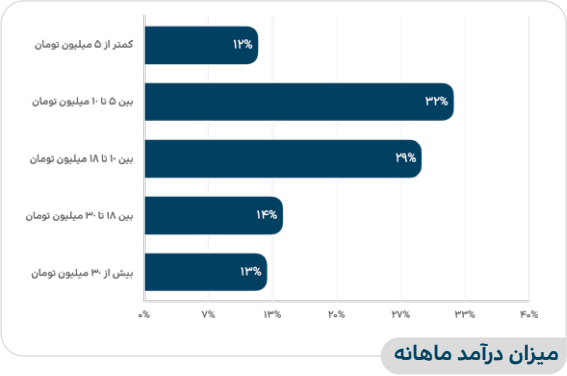
وضعیت درآمد به تفکیک محل کار

متوسط درآمد متخصصان خانم، از آقایان کمتر است

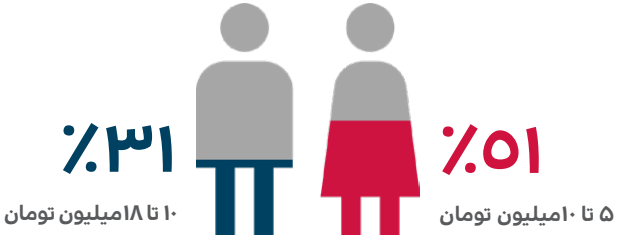
۶۱درصد از متخصصان حوزه سئو، درآمدی بین ۵ تا ۱۸میلیون تومان دارند.

درآمد ۵۱درصد از خانم‌ها بین ۵ تا ۱۰میلیون تومان است، در حالی که حدود یک سوم از آقایان، بین ۱۰ تا ۱۸میلیون تومان از حوزه سئو کسب درآمد می‌کنند. همچنین میانگین درآمد ماهانه خانم‌ها و آقایان به ترتیب ۱۰ و ۱۶میلیون تومان است.

میانگین درآمد ماهانه افرادی که در شرکت‌های B2B و B2C مشغول به کار هستند، به ترتیب ۱۲ و ۱۵/۵میلیون تومان است.



میزان درآمد ماهانه



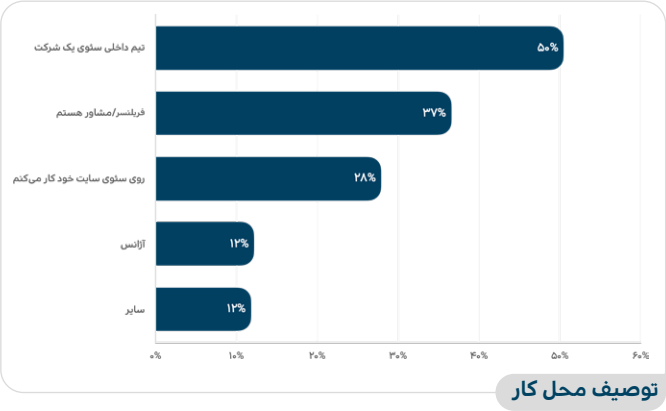
درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

نیمی از متخصصان سئو، فعالیت در شرکت‌ها را ترجیح می‌دهند

۶۱درصد از افراد فعال حوزه سئو یک شغل و ۳۹درصد از آن‌ها دو شغل دارند.

از میان افراد دارای یک شغل، ۴۷درصد در تیم داخلی سئوی شرکت‌ها کار می‌کنند، ۲۰درصد فریلنسر/مشاور هستند و ۱۹درصد با آژانس‌ها همکاری می‌کنند.

از میان کسانی که دو شغل* در سئو دارند، ۳۶درصد علاوه‌بر اینکه در تیم داخلی سئو فعالیت می‌کنند، فریلنسر/مشاور هستند. همچنین ۲۱درصد از آن‌ها، هم فریلنسر/مشاور هستند و هم روی سئوی سایت خود کار می‌کنند.



محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

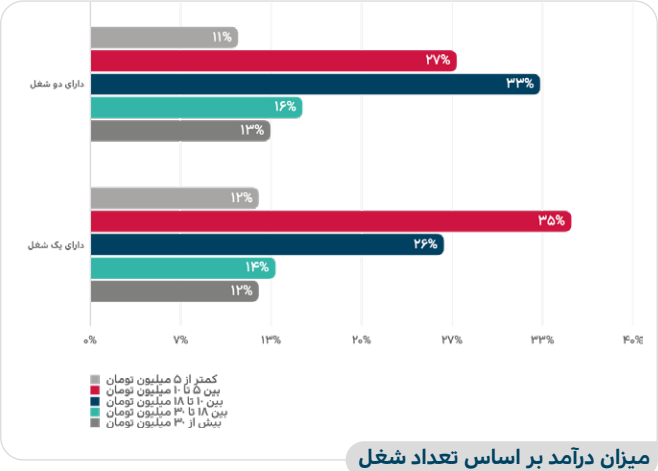
در این سوال، پاسخ‌دهندگان می‌توانستند حداکثر ۲ گزینه را انتخاب کنند.

افرادی که در پاسخ به سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟»، بیش از یک گزینه را انتخاب کرده‌اند.

تعداد شغل بیشتر، تضمین‌کننده درآمد بیشتر نیست!

۶۲درصد از افرادی که بیش از یک شغل دارند، درآمد بیشتر از ۱۰میلیون تومان در ماه دارند. این آمار در افرادی که یک شغل دارند، ۵۲درصد است.

براساس داده‌های به‌دست‌آمده، میانگین درآمد ماهانه افرادی که دو شغل دارند، یک میلیون تومان بیشتر از افرادی است که یک شغل دارند.



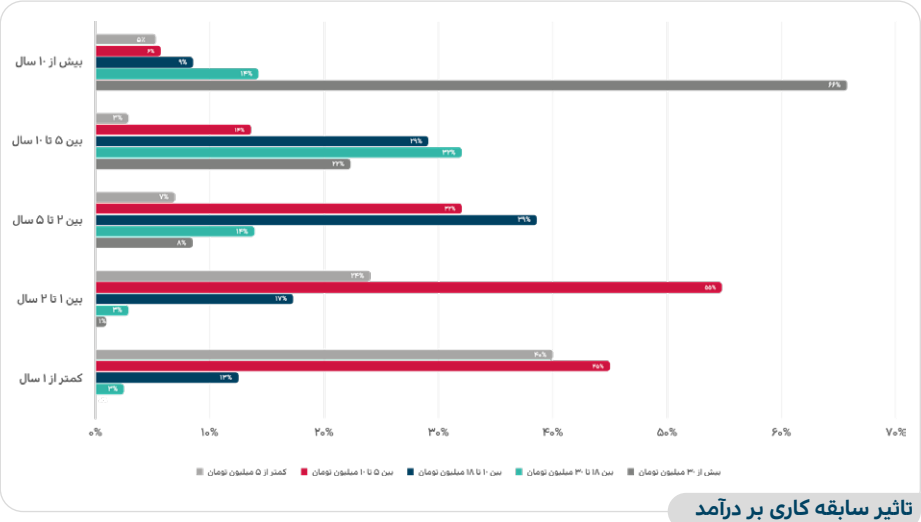
میزان درآمد بر اساس تعداد شغل

درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

تجربه بیشتر = درآمد بیشتر

افـرادی کـه بیـش از ۱۰ سـال در حـوزه سـئو سـابقه دارنـد، بـا اختـلاف نسـبت بـه سـایر گروه‌هـا پردرآمدتـر هسـتند. داده‌هـا به‌خوبـی نشـان می‌دهنـد کـه سـابقه کاری تاثیـر چشـمگیری در درآمـد ماهانـه دارد.



تاثیر سابقه کاری بر درآمد

؟ چند سال سابقه کار مرتبط در حوزه سئو دارید؟

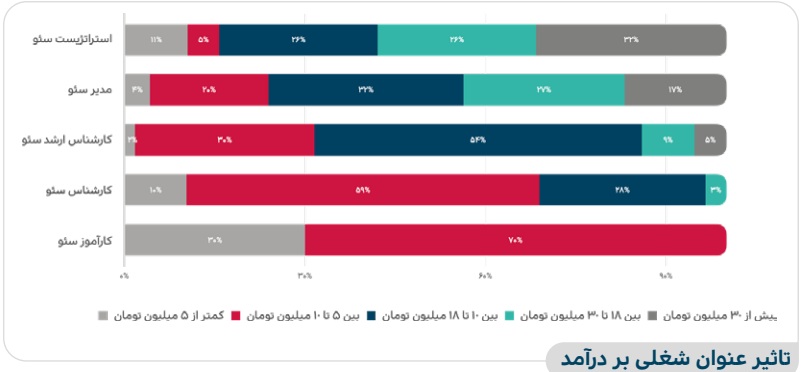
درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

مدیران و استراتژیست‌های سئو در درآمد با هم رقابت می‌کنند

بیشتر «کارشناسان سئو» در تیم داخلی شرکت‌ها، درآمدی بین ۵ تا ۱۰میلیون تومان دارند و درآمد بیش از ۵۰درصد از «کارشناسان ارشد سئو» هم بین ۱۰ تا ۱۸میلیون تومان است. همچنین درآمد متخصصان سئو در جایگاه «مدیر سئو» بسیار پراکنده است و بین بازه ۵ تا ۳۰میلیون تومان قرار دارد.

بـر اسـاس داده‌هـای نمـودار، هیـچ کارآمـوز سـئویی بیـش از ۱۰میلیـون تومـان و هیـچ کارشناسـی بیـش از ۳۰میلیـون تومـان در مـاه درآمـد نـدارد.

در سـال ۱۴۰۰، درآمـد بیشـتر «کارشناسـان سـئو» بیـن ۳ تـا ۷میلیـون تومـان بـوده اسـت و درآمـد بیشـتر «کارشناسـان ارشـد» در بـازه ۷ تـا ۱۵میلیـون تومـان قـرار داشـته اسـت. رشـد درآمـد «کارشناسـان سـئو» در یـک سـال اخیـر، از کارشناسـان ارشـد بیشـتر بـوده اسـت.



تاثیر عنوان شغلی بر درآمد

نقـش خـود را چـگونه توصـیف می‌کنیـد؟

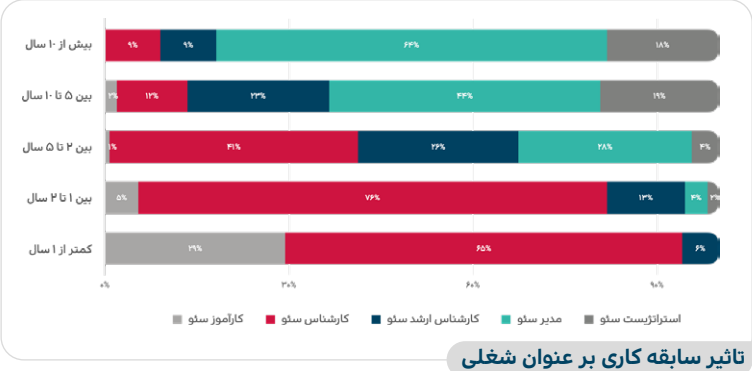
درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

احتمال اینکه بعد از ۵ سال مدیر سئو شوید، زیاد است!

با افزایش میزان سابقه کاری، عنوان شغلی افراد از «کارشناس سئو» و «کارشناس ارشد سئو» به سمت «استراتژیست سئو» و «مدیر سئو» ارتقا پیدا می‌کند.

اکثر افرادی که کمتر از ۲ سال سابقه کار دارند، کارشناس سئو هستند.



تاثیر سابقه کاری بر عنوان شغلی

چند سال سابقه کار مرتبط در حوزه سئو دارید؟

نقش خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

افزایش درآمد متخصصان سئو در مراکز استان‌ها

با توجه به نمودار، بیشترین میانگین درآمد را متخصصان پایتخت‌نشین به خود اختصاص داده‌اند. در مقایسه با سال ۱۴۰۰، درآمد متخصصان سئوی ساکن در مراکز استان‌ها، نسبت به سایر شهرها رشد بیشتری داشته است. (۶۷درصد)

وضعیت درآمد به تفکیک شهر محل سکونت

شهر محل سکونت خود را بنویسید.

درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

پایتخت: تهران

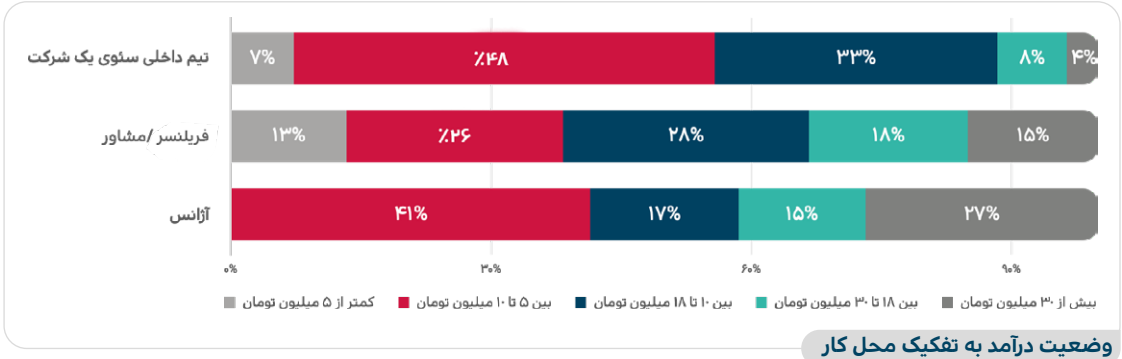
کلان‌شهر: اصفهان، اهواز، تبریز، شیراز، قم، کرج، مشهد

مرکز استان: اردبیل، ارومیه، بجنورد، بندرعباس، بوشهر، بیرجند، رشت، ساری، سمنان، سنندج، شهرکرد، قزوین، قم، کرمان، کرمانشاه، گرگان، همدان، یاسوج، یزد

شهر کوچک: آمل، بابل، بانه، بندر انزلی، بهارستان، بوکان، تربت حیدریه، تنکابن، جهرم، خرم آباد، دزفول، دهلران، رباط کریم، رودسر، ساوه، سبزوار، کاشان، کوه دشت، گنبد کاووس، لاهیجان، میارکه، محلات، نجف‌آباد، نیشابور

درآمد قابل‌توجه متخصصان سئو در آژانس‌ها

میانگین درآمد ماهانه افرادی که در آژانس‌ها فعالیت می‌کنند، در مقایسه با فریلنسرها/مشاوران ۲میلیون تومان و نسبت به افرادی که در شرکت‌ها مشغول به کار هستند، ۶میلیون تومان بیشتر است.

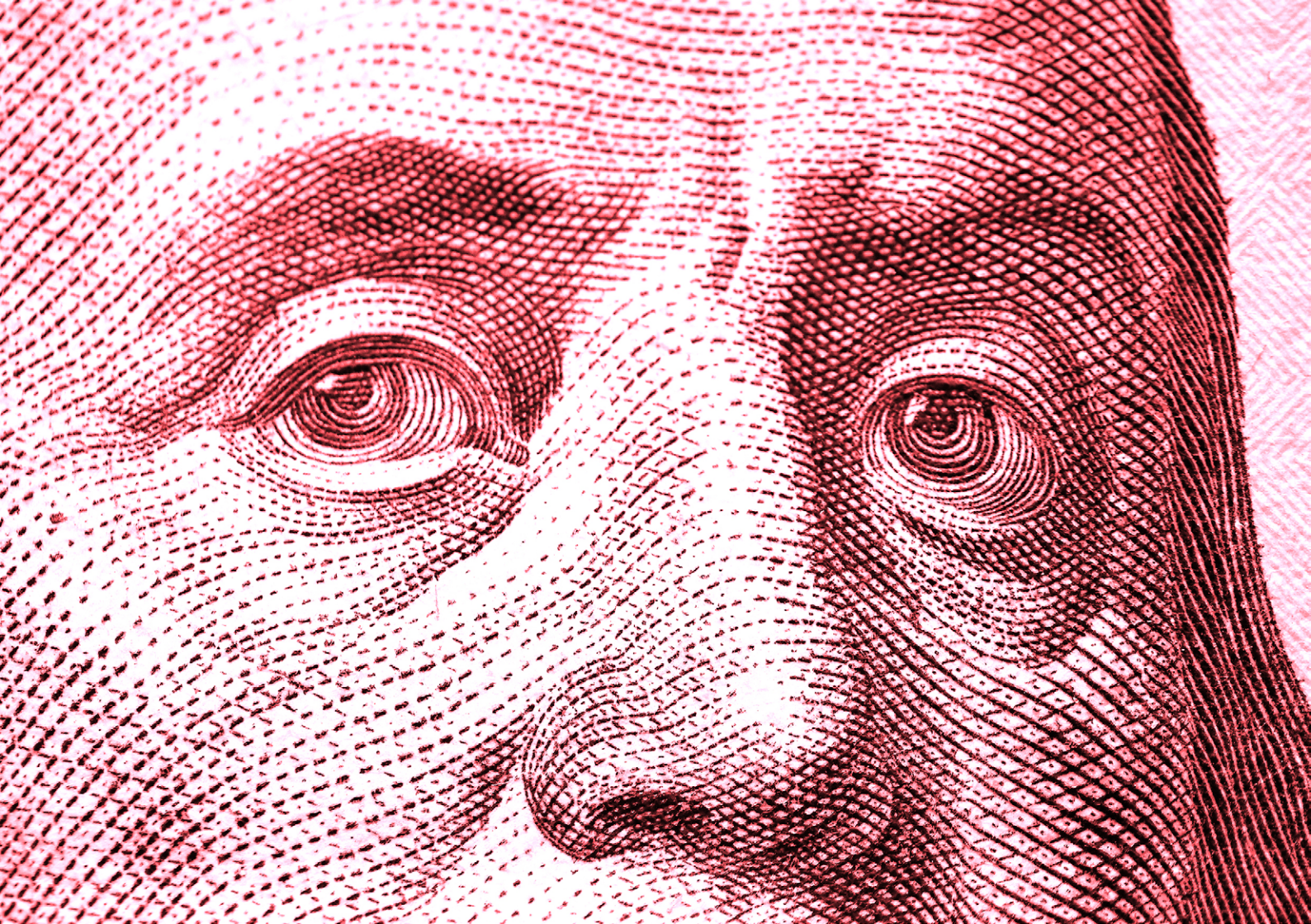


وضعیت درآمد به تفکیک محل کار

شهر محل سکونت خود را بنویسید.

درآمد ماهیانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

* این نمودار بر اساس اطلاعات کسانی است که یک شغل دارند و درآمد ماهانه آن‌ها فقط از طریق همان است.



فصل ۳

وضعیت شغلی فریلنسرها/مشاوران و افراد شاغل در آژانس‌ها

فریلنسرها چگونه پروژه دریافت می‌کنند؟

تعداد پروژه‌های دریافتی

تعداد پروژه بر اساس تعداد شغل

درآمد نسبت به تعداد پروژه

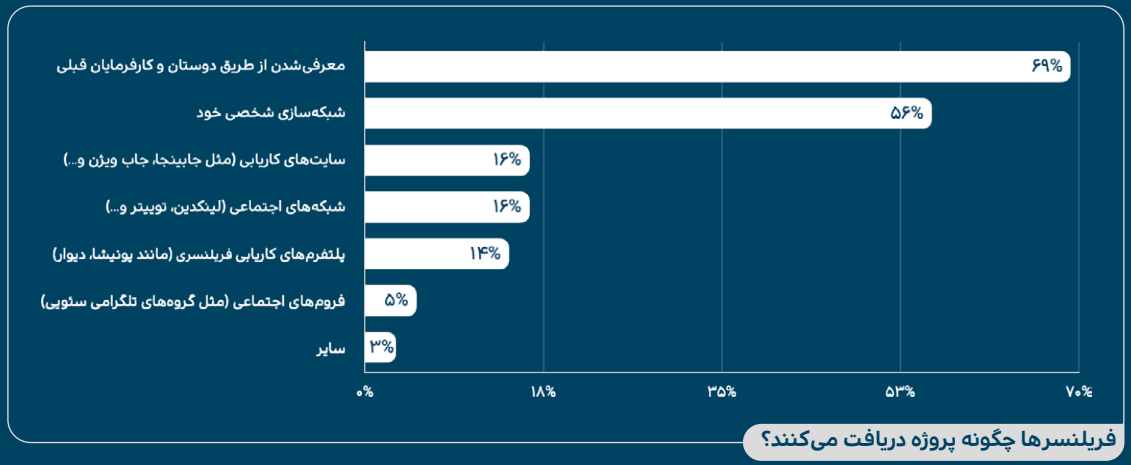
میزان تغییر بودجه کارفرمایان

بزرگترین انتظار کارفرمایان

چالش با کارفرمایان

موفقیت تکنیک بازاریابی دهان‌به‌دهان برای فریلنسرها

فریلنسرها بیشتر از دو طریق «معرفی دوستان و کارفرمایان قبلی» و «شبکه‌سازی شخصی خود» پروژه دریافت می‌کنند. با توجه به اطلاعات نمودار، به نظر می‌رسد که سایت‌های کاریابی و شبکه‌های اجتماعی نتوانسته‌اند در پیداکردن پروژه برای فریلنسرها خیلی موفق عمل کنند.



فریلنسرها چگونه پروژه دریافت می‌کنند؟

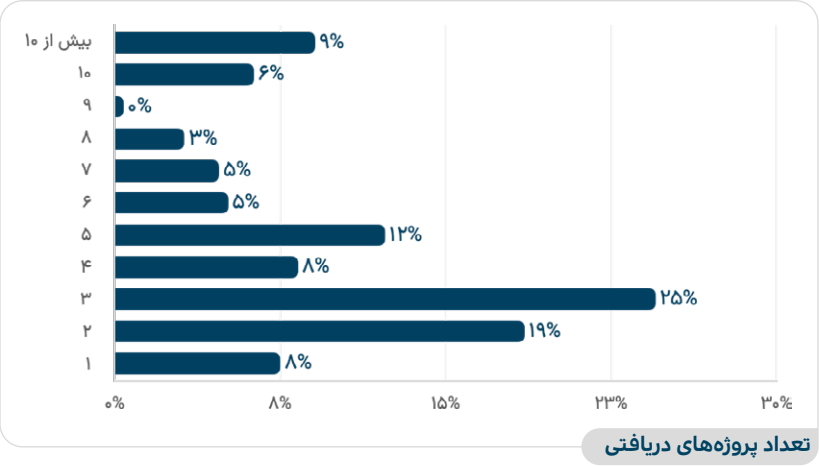
به عنوان یک فریلنسر، بیشتر از چه طریقی پروژه‌های سئوی خود را پیدا می‌کنید؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداکثر۳ گزینه را انتخاب کنند

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند.

۵۲درصد از متخصصان سئو، کمتر از ۳ پروژه را مدیریت می‌کنند

بیشتر فریلنسرها/مشاوران و کسانی که در آژانس‌ها کار می‌کنند، مدیریت ۳ پروژه را بر عهده دارند. ۲۸درصد آن‌ها بیش از ۵ پروژه را مدیریت می‌کنند که این آمار در سال ۱۴۰۰، حدود ۱۶درصد بوده است.

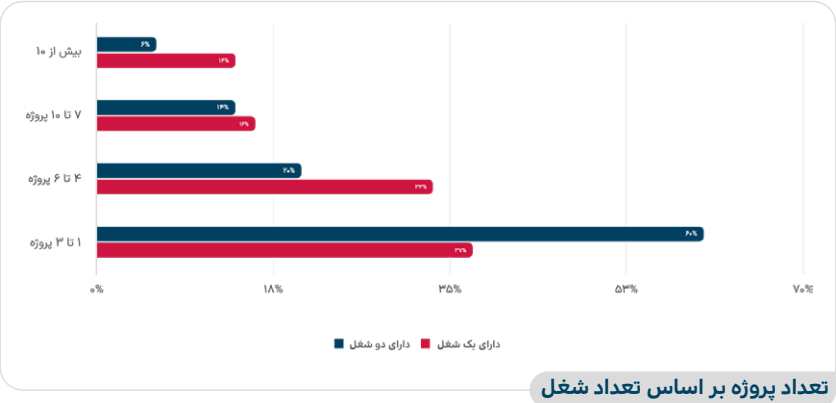


در حال حاضر روی چند پروژه کار می‌کنید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند

افراد چندشغله، فرصت مدیریت پروژه‌های زیاد را ندارند!

۷۰درصد از کسانی که یک شغل دارند (فقط فریلنسر/مشاور هستند یا فقط در آژانس کار می‌کنند) می‌توانند تا ۶ پروژه را مدیریت کنند و این آمار برای کسانی که دو شغل دارند، ۸۰درصد است.



تعداد پروژه بر اساس تعداد شغل

در حال حاضر روی چند پروژه کار می‌کنید؟

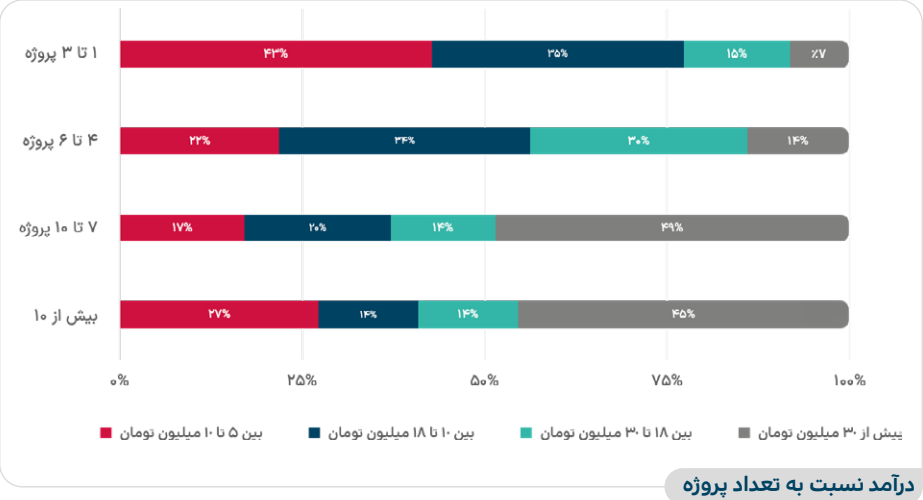
محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند

درآمد ۳۰میلیون تومانی با داشتن ۷ پروژه ممکن است

به‌صورت کلی، با افزایش تعداد پروژه‌ها، درآمد هم افزایش پیدا می‌کند.

با توجه به نمودار، ۲۷درصد از کسانی که روی بیش از ۱۰ پروژه کار می‌کنند، درآمدی بین ۵ تا ۱۰میلیون تومان دارند. به نظر می‌رسد تعداد پروژه‌های بیشتر روی درآمد ماهانه این گروه، تاثیر قابل توجهی نداشته است.



درآمد نسبت به تعداد پروژه

درآمد ماهانه شما در کدام بازه قرار دارد؟

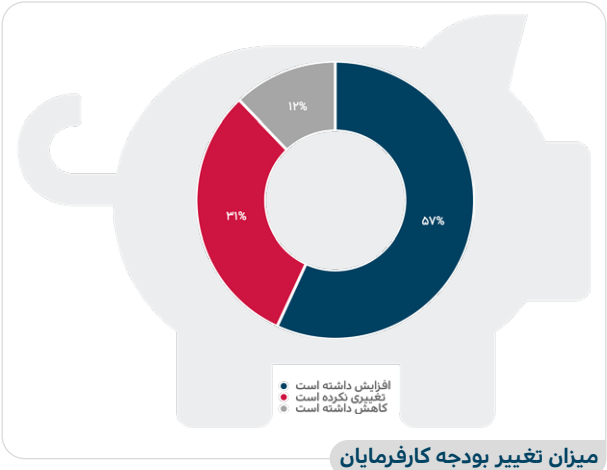
در حال حاضر روی چند پروژه کار می‌کنید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند

افزایش بودجه کارفرمایان در پروژه‌های سئو سال ۱۴۰۱

۵۷درصد از فریلنسرها/مشاوران سئو و کسانی که در آژانس‌ها مشغول هستند، اعلام کرده‌اند که بودجه کارفرمایان در پروژه‌های سئو افزایش داشته است.

۶۵درصد از کارفرمایان آژانس‌ها، بودجه خود را نسبت به سال ۱۴۰۰ افزایش داده‌اند که در مقایسه با کارفرمایان فریلنسرها/مشاوران سئو، ۱۱درصد بیشتر است.



میزان تغییر بودجه کارفرمایان

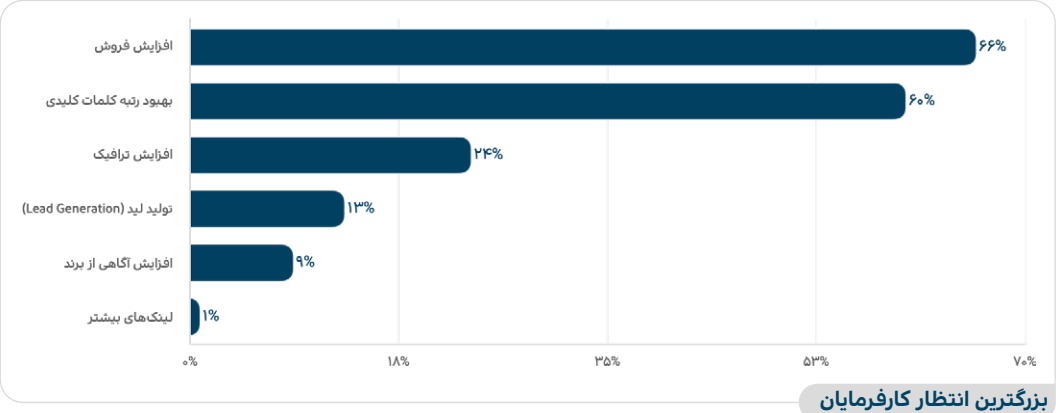
در ۱۲ ماه گذشته، بودجه سئوی کارفرمایان شما نسبت به سال گذشته چه تغییری کرده است؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند

نگاه کارفرمایان به سئو، افزایش فروش است!

۶۶درصد از فریلنسرها/مشاوران سئو یا کسانی که در آژانس‌ها کار می‌کنند، بر این باورند که کارفرمایان از سئو انتظار افزایش فروش دارند.

در گزارش سال ۱۴۰۰، انتظار «افزایش فروش» در کارفرمایان بیشتر از «بهبود رتبه کلمات کلیدی» و «افزایش ترافیک» بوده است و به نظر می‌رسد این باور همچنان در میان آن‌ها پابرجاست و تغییری نکرده است.
این ترتیب، به تفکیک کسانی که در آژانس کار می‌کنند یا فریلنسر/مشاور هستند نیز تفاوتی ندارد و در هر دو حالت، انتظار «افزایش فروش» بالاترین میزان درصد را در میان کارفرمایان دارد.



بزرگترین انتظار کارفرمایان

بزرگترین انتظار کارفرمایان شما از پروژه سئوی خود کدام موارد است؟

در این سوال، پاسخ‌دهندگان می‌توانستند حداکثر ۲ گزینه را انتخاب کنند.

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند

رضا شیرازی، موسس و مدیر وب۲۴ و جت سئو

اگر شما هم مثل من، سنجه‌های مختلف کسب‌وکار را بر اساس کانال‌های بازاریابی دیجیتال بررسی کرده باشید، متوجه این نکته شده‌اید که سئو بالاترین بهره‌وری را دارد. ویژگی جذاب سئو این است که می‌تواند از مراحل مختلف قیف فروش، ترافیک هدفمند و باکیفیت ایجاد کند. در وضعیت فعلی کشور، اولویت کسب‌وکارها افزایش فروش است و انتظاری که از تیم سئو دارند نیز در همین راستا قرار دارد.

اما باید به این نکته دقت کرد که سئو بازدیدکننده هدفمند را به سمت سایت هدایت می‌کند و در مرحله بعد محتوای مفید، طراحی مناسب، تجربه کاربری، سرعت سایت، نحوه قیمت‌گذاری، برندسازی و ایجاد اعتماد در کاربر منجر به فروش می‌شوند.

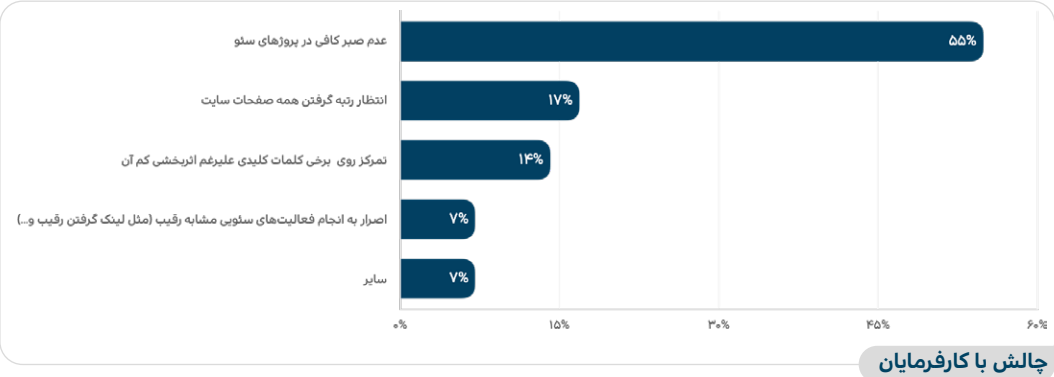
نکته دیگر اینکه کانال‌های مختلف روی هم اثرگذارند و بسیاری از فروش‌ها آنی اتفاق نمی‌افتد.

کاربر هدف به دنبال نیاز خود در گوگل جستجو می‌کند، مقاله‌ای در بلاگ می‌خواند، از دوستان خود در مورد خرید کالای مناسب سوال می‌پرسد، شبکه‌های اجتماعی را بررسی می‌کند، یک بنر تبلیغاتی مرتبط می‌بیند و نهایتاً از طرف شما ایمیلی حاوی پیشنهاد فروش ویژه دریافت می‌کند و فروش اتفاق می‌افتد.

سئو در زنجیره فروش و مسیر کاربر نقش اساسی دارد اما اگر کانال‌های دیگر را قطع کنید یا به آن‌ها بی‌توجه باشید، فروش بسیار کمتر از پتانسیل واقعی رخ خواهد داد. بنابراین بهتر است سفر خریدار کسب‌وکار خود را ترسیم کنید و از مزایای سئو در کنار سایر کانال‌ها استفاده کنید تا به بهترین نتیجه ممکن دست پیدا کنید.

کارفرمایان سئو همچنان بی‌صبر هستند!

همانند سال ۱۴۰۰، «نبود صبر کافی در پروژه‌های سئو» بزرگترین چالش متخصصان سئو با کارفرمایان است.
در گزارش سال ۱۴۰۰، «اصرار به انجام فعالیت‌های سئویی مشابه رقیب» دومین چالش متخصصان سئو با کارفرمایان بود، اما این گزینه در نظرسنجی سال ۱۴۰۱ در رتبه چهارم قرار گرفته است.



چالش با کارفرمایان

در رابطه با کارفرمایان، با کدام یک از چالش‌های زیر بیشتر مواجه شده‌اید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند.

پرتکرارترین جملات کارفرمایان به متخصصان سئو

«چرا»، «کِی»، «اول» و «صفحه» پرتکرارترین کلماتی هستند که در جملات کارفرمایان شنیده و دیده می‌شود.

پس کِی دیجیکالا رو میگیریم؟!D: D: D:

چی شد پس :)

به زودی واریز میشه :)

سه ماهه داری سئو میکنی هنوز مشتری نیومده

همه سئو بلدن

چرا تماس‌هامون کمه

مهندس این سایت ما چرا تکون نمی خوره!

مهندس کلمه‌های کلیدی کی میاد بالا؟؟!

چرا فروش کم شده؟

الان ما وضعیتمون خوب نیست، شما یک تکونی به ما بده بعدش ما هوات رو داریم...

کاری که انجام میدی واقعا کاری نداره ها

چرا با کلمه کلیدی x به رنگ یک نمیرسیم (هر روز پرسیده میشه)

مهندس کی میرسیم لینک یک؟! (تازه ۲ هفته از پروژه گذشته)

یه کاری کن سریع تر بیاد بالا سایت

مهندس چقدر دیگه طول میکشه بیاد بالا سایت!؟

آقا روی سایت ما کار کن دیگه!!

چرا لینکمون جابه‌جا شده رفتیم پایین

مهندس‌کی‌میرسیم لینک!؟

اگر تمایل دارید، یکی از جملات پرتکراری که از کارفرمایان خود شنیده‌اید را بنویسید.

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «فریلنسر/مشاور» و «آژانس‌ها» را انتخاب کرده‌اند.

فصل ٤

وضعیت شرکت‌ها در حوزه سئو

نقش سازمانی متخصصان سئو

تعداد کارکنان سازمان

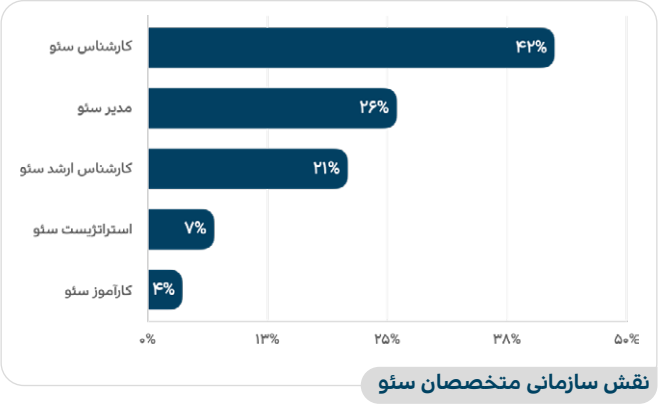
تعداد اعضای تیم

حوزه فعالیت

انتظار شرکت‌ها از تیم سئو

رایج‌ترین عنوان شغلی در شرکت‌ها «کارشناس سئو» است

بیش از ۴۰درصد از افراد تیم سئو، به‌عنوان «کارشناس سئو» با شرکت‌ها همکاری می‌کنند. همچنین تعداد نفراتی که در سِمَت «مدیر سئو» در یک مجموعه فعالیت می‌کنند، از «کارشناسان ارشد سئو» بیشتر است.



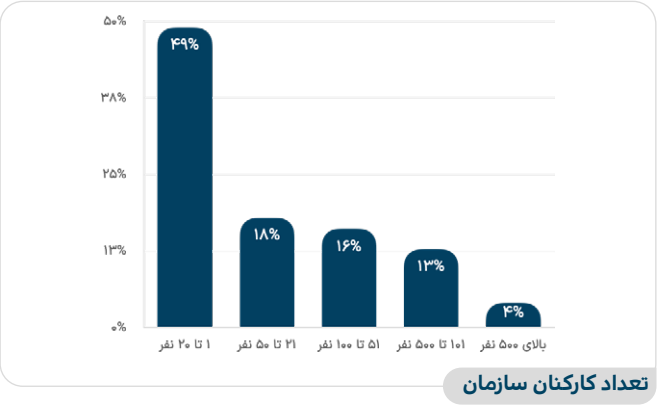
نقش سازمانی متخصصان سئو

نقش خود را چگونه توصیف می‌کنید؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

۶۷درصد از متخصصان سئو در شرکت‌های زیر ۵۰ نفر کار می‌کنند

حدود ۵۰درصد از پاسخ‌دهندگان در شرکت‌هایی مشغول به فعالیت هستند که تعداد کارکنان آن‌ها بین ۱ تا ۲۰ نفر است.

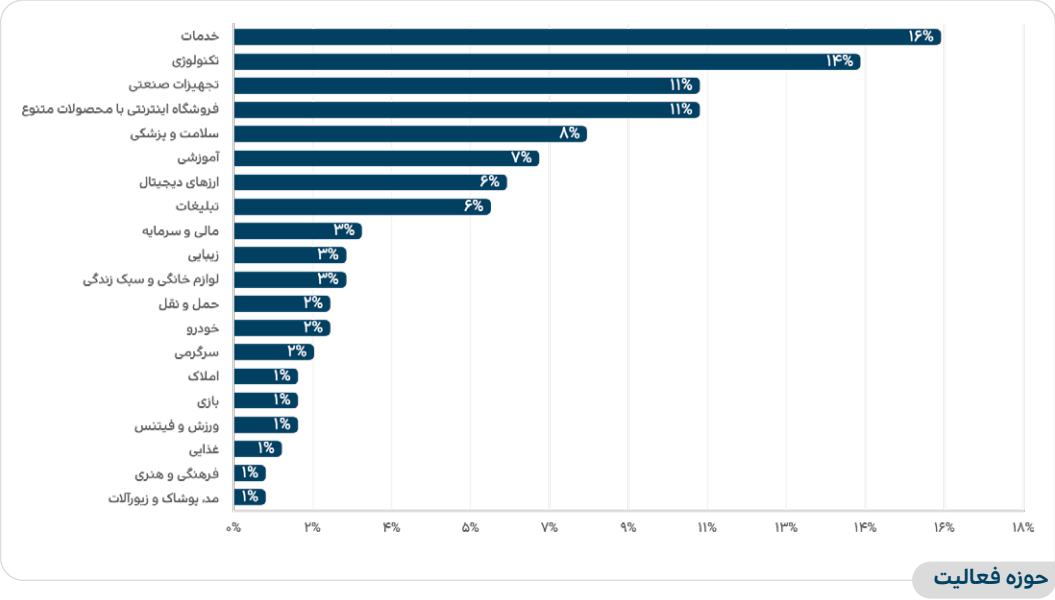


تعداد کارکنان سازمان شما چند نفر است؟

این سوال به افرادی که در سوال "محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟" گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» رو انتخاب کردند نمایش داده می‌شود.

حوزه فعالیت متخصصان سئو

بیشتر پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که در کسب‌وکارهای حوزه «خدمات»، «تکنولوژی» و «تجهیزات صنعتی» فعالیت می‌کنند.

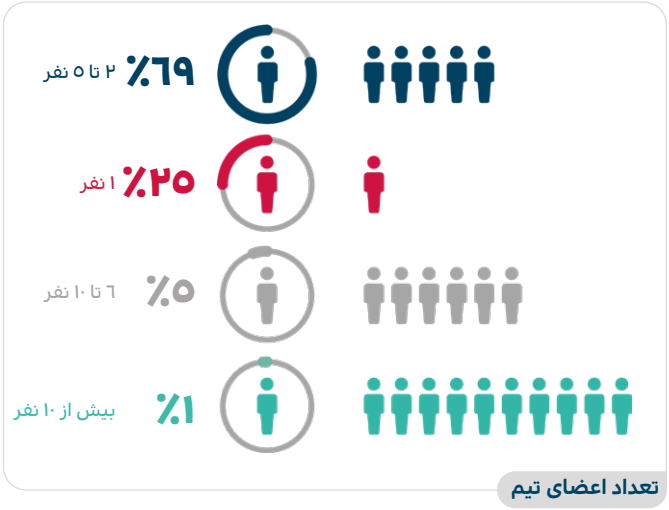


شرکت شما در چه حوزه‌ای فعالیت می‌کند؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

۹۹درصد تیم‌های سئو کمتر از ۱۰ نفر هستند

بیشتر تیم‌های سئو در شرکت‌ها از ۲ تا ۵ نفر تشکیل شده‌اند. بعد از آن، تیم‌های سئوی تک‌نفره بالاترین فراوانی را دارند.



تعداد اعضای تیم سئوی شما چند نفر است؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

حجت مسگری، کارشناس ارشد سئوی دیوار

به نظر من بسته به نوع کسب‌وکار و نیاز شرکت، افراد می‌توانند در یک تیم سئو نقش‌های مختلفی داشته باشند. برای مثال نقش مدیر سئو در سازمان‌ها معمولا وظیفه طراحی استراتژی کلی سئوی سایت را هم برعهده دارد. برای دومین نقش نیاز است یک نفر مسئول سئوی تکنیکال باشد. این نقش در شرکت‌هایی کاربردی است که چندین سایت دارند یا همان یک سایتشان بزرگ، پیچیده و چندزبانه است.

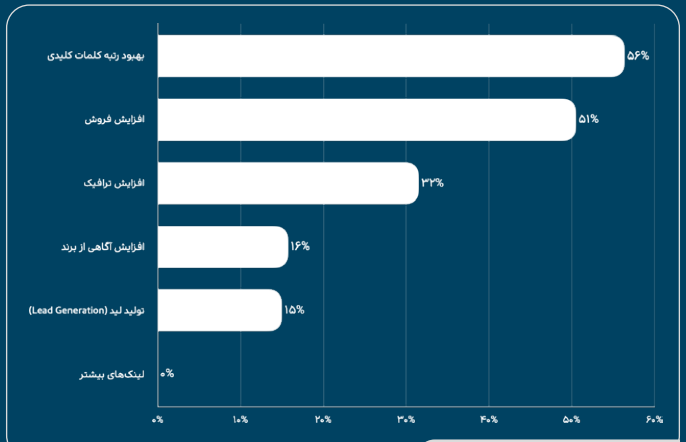
برای سومین نقش در یک تیم سئو به فردی نیاز است که فهم خوبی از حوزه دیتا داشته و به زبان پایتون نیز تسلط داشته باشد تا در فرایند اتومیشن یا کارهایی با مقیاس خیلی بزرگ به تیم کمک کند.

برای سایت‌هایی که بلاگ قدرتمندی دارند و دائم تولید محتوا می‌کنند، حتماً باید فردی به‌عنوان کارشناس سئوی محتوا یا مدیر محتوا (سردبیر بلاگ) در تیم حضور داشته باشد. اگر سایتی به لینک‌سازی قوی و با حجم زیاد نیاز دارد، بهتر است که فردی مسئولیت سئوی Off page را برعهده بگیرد.

این چیدمان برای زمانی است که قصد داشته باشید خیلی شفاف بین افراد تقسیم کار کنید. در روش دیگر شما می‌توانید تیم را با مدیر، کارشناس ارشد، کارشناس و کارآموز سئو تشکیل دهید و وظایف را با توجه به سطح پیچیدگی بین افراد تقسیم کنید. برای مثال سئوی محتوا را به کارشناس سئو، کارهای اتومیشن و تکنیکال را به کارشناس ارشد و تعیین استراتژی، بودجه و رودمپ کلی سایت را هم به مدیر سئو بسپارید.

هدف اول شرکت‌ها، بهبود رتبه کلمات کلیدی است

با اینکه همانند کارفرمایان، انتظار «افزایش فروش» در شرکت‌ها هم دیده می‌شود، ولی ۵۶درصد از متخصصانی که در شرکت‌ها کار می‌کنند، «بهبود رتبه کلمات کلیدی» را به‌عنوان بزرگترین انتظار شرکت از تیم سئو انتخاب کرده‌اند.



انتظار شرکت‌ها از تیم سئو

بزرگترین انتظار شرکت شما از تیم سئو چیست؟

در این سوال شرکت کنندگان میتوانستند حداکثر ۲ گزینه را انتخاب نمایند

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «محل کار خود را چگونه توصیف می‌کنید؟» گزینه «تیم داخلی سئوی یک شرکت» را انتخاب کرده‌اند.

میثم سلیمی، کارشناس ارشد سئوی تخفیفان

سازمان‌ها و کارفرمایان با توجه به اهداف خود KPIهای متفاوتی را برای سئو تعیین می کنند، اما ممکن است رسیدن به هدفی خاص وظیفه مستقیم تیم سئو نباشد. وظیفه تیم سئو هدایت ترافیک هدفمند (هدف‌گذاری کاربران درست، با کلمات کلیدی درست و به صفحات درست) و همکاری با سایر تیم ها جهت بهینه سازی سایت برای تبدیل کاربر به خریدار است.

افزایش فروش نمی‌تواند به صورت مستقیم وظیفه تیم سئو باشد؛ چراکه به عوامل مختلفی مانند تجربه کاربر در سایت، قیمت محصول و... بستگی دارد.

افزایش ترافیک نیز اگر از طریق کلمات پول‌ساز نباشد نمی تواند KPI مناسبی برای سئو باشد و حتی ممکن است گاهی افزایش یا کاهش ترافیک بابت ترندشدن یک موضوع باشد نه تاثیر سئو.

بهبود رتبه کلمات کلیدی را می توان مناسب ترین KPI برای سئو تلقی کرد؛ چراکه می تواند به افزایش ترافیک، افزایش آگاهی از برند، افزایش تولید سرنخ و در نهایت افزایش فروش منجر شود.

فصل ۵

روند موفقیت پروژه‌های سئو

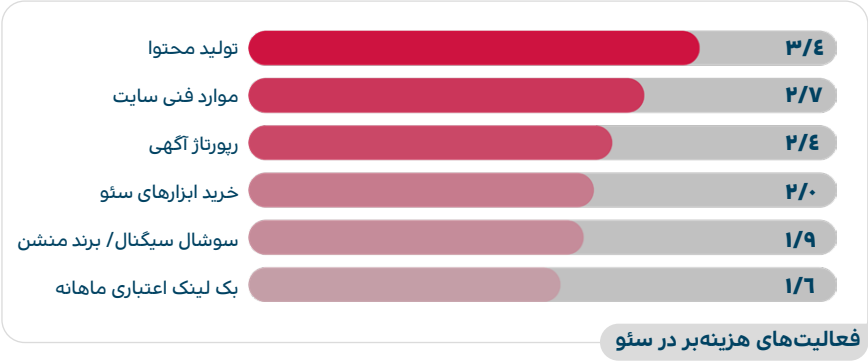
فعالیت‌های هزینه‌بر در سئو

فعالیت‌های زمان‌بر در سئو

سنجش میزان موفقیت

بیشتر هزینه‌های سئو، صرف تولید محتوا می‌شود

مطابق با اطلاعات گزارش، متخصصان سئو بیشتر بودجه خود را به ترتیب صرف «تولید محتوا»، «موارد فنی سایت» و «خرید رپورتاژ آگهی» می‌کنند. پاسخ‌های داده‌شده تقریباً مانند سال ۱۴۰۱ بود، ولی میزان بودجه تولید محتوا بیشتر از قبل شده است. به نظر می‌رسد متخصصان سئو، به موضوع اهمیت گوگل به محتوای مفید (Helpful content) و الگوریتم E-E-A-T بیشتر از سال قبل توجه کرده‌اند.

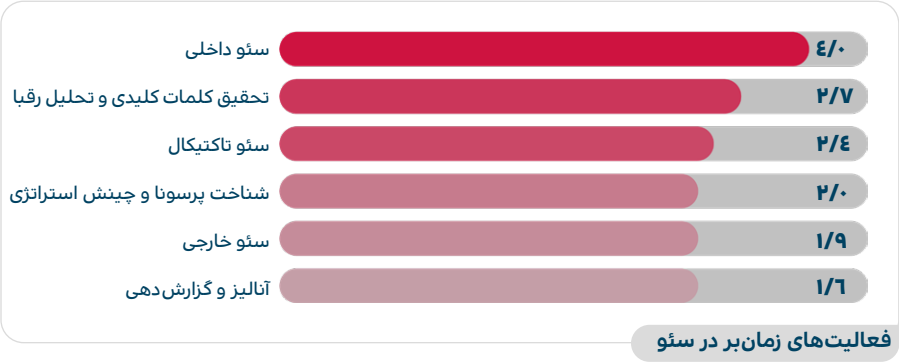


؟ در سال گذشته، از کل بودجه سئو، چه میزان صرف هر کدام از موارد زیر شده است؟ (۱: خیلی کم، ۵: خیلی زیاد)

متخصصان سئو بیشتر زمان خود را صرف اقدامات سئوی داخلی می‌کنند

متخصصان سئوی ایرانی معتقد هستند که بیشترین زمان خود را صرف فعالیت روی سئوی داخلی می‌کنند. فعالان سئو در این گزارش مانند سال ۱۴۰۰، به ترتیب «سئوی داخلی»، «تحقیق کلمات کلیدی و ارزیابی رقبا» و «سئوی تکنیکال» را زمان‌برترین فعالیت‌ها در بهینه‌سازی سایت می‌دانند.

یکی از دلایلی که در دو سال پیاپی فاکتور سئوی داخلی از نگاه متخصصان سئو در صدر آمارها قرار دارد، تاکید و توصیه‌های گوگل درباره تولید محتوای مفید و باکیفیت و توجه به قصد و نیت کاربر است.



؟ مقدار زمانی را که صرف هر یک از موارد زیر می‌کنید، مشخص کنید. (۱: خیلی کم، ۵: خیلی زیاد)

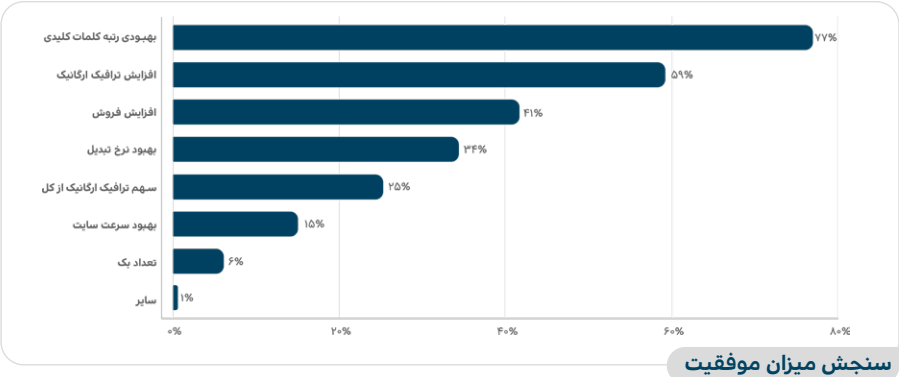
مهران منصوری‌فر، موسس سایت مدیر وب

هوش مصنوعی را جدی بگیرید، نه به عنوان یک ماهیت جدید که قرار است دنیا را از شما بی‌نیاز کند و پاسخ همه سوالات را خودش به کاربران ارائه کند و دنیای سئو را به کلی نابود کند. هوش مصنوعی می‌تواند بهترین دستیار ما در تولید محتوا و انجام کارهایی باشد که می‌توانند به صورت تسک‌های پیوسته و تکراری انجام شوند و نیاز به خلاقیت و نبوغ انسانی ندارند. سئو با هوش مصنوعی بسیار لذت‌بخش‌تر خواهد شد.

متخصصان سئو موفقیت خود را با بهبود رتبه کلمات کلیدی ارزیابی می‌کنند

«بهبود رتبه کلمات کلیدی» و «افزایش ترافیک ارگانیک» مهم‌ترین فاکتورهایی هستند که متخصصان سئو برای سنجش موفقیت پروژه‌هایشان استفاده کرده‌اند.

در حالی که انتظار کارفرمایان و شرکت‌ها از پروژه‌های سئو «افزایش فروش» است، این فاکتور برای متخصصان سئو در اولویت سوم قرار دارد.



سنجش میزان موفقیت

برای سنجش میزان موفقیت خود در یک پروژه سئو، کدام فاکتورها را ملاک قرار می‌دهید؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداکثر ۳ گزینه را انتخاب کنند.

فصل ٦

چالش‌ها و تهدیدهای سئو

چالش فعالان حوزه سئو در سال ۱۴۰۱

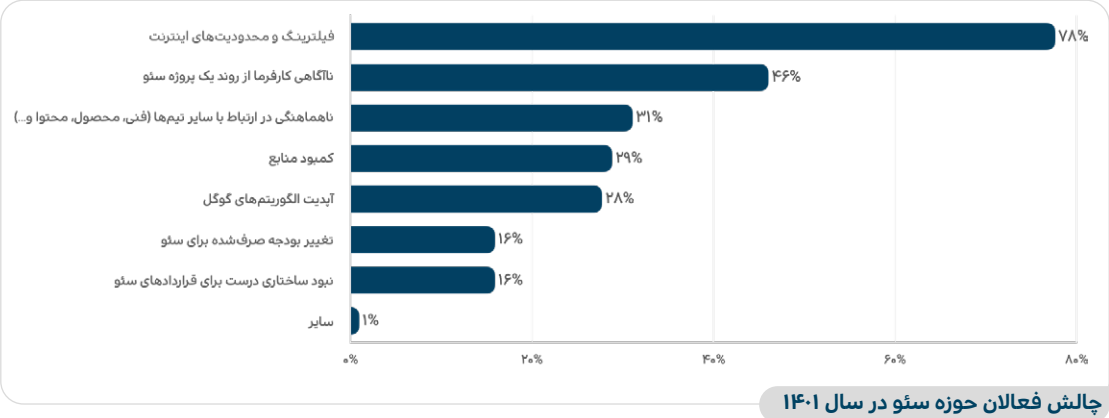
تاثیر فیلترینگ و محدودیت‌های اعمال‌شده بر اینترنت

تهدیدهای سئو در ۲ سال آینده

تمایل به مهاجرت در حوزه سئو

فیلترینگ و محدودیت‌های اعمال‌شده بر اینترنت، چالش جدی سال ۱۴۰۱

اتفاقات اخیر، باعث شده است که «فیلترینگ و محدودیت‌های اینترنت» در صدر چالش‌های حوزه سئو قرار بگیرد. در گزارش ۱۴۰۰، «ناهماهنگی در ارتباط با سایر واحدها» و «ناآگاهی کارفرما از روند پروژه‌ها سئو»، بزرگترین چالش از نظر متخصصان این حوزه مطرح شده بود، اما در سال ۱۴۰۱ «فیلترینگ و محدودیت‌های اینترنت» با درصد اختلاف بیشتری (۷۸درصد) از دو مورد قبلی، پرچالش‌ترین مسئله در حوزه سئو عنوان شد.



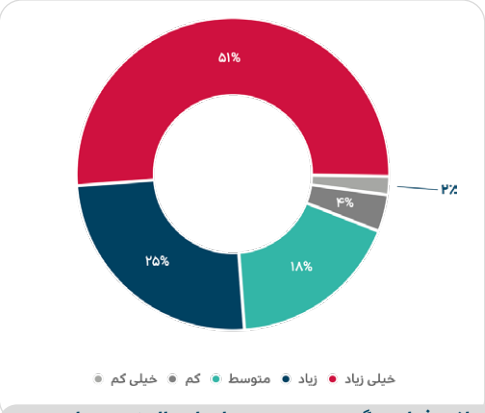
چالش فعالان حوزه سئو در سال ۱۴۰۱

در ۱۲ ماه گذشته، با چه چالش‌هایی در مسیر فعالیت سئو مواجه شده‌اید؟

در این سوال شرکت کنندگان میتوانستند حداکثر ۳ گزینه را انتخاب نمایند

تاثیر «خیلی زیاد» فیلترینگ و محدودیت اینترنت روی پروژه‌های سئو

«فیلترینگ و محدودیت‌های اعمال‌شده بر اینترنت» روی پروژه‌های ۷۶درصد از متخصصان سئو تاثیر «زیاد» و «خیلی زیاد» داشته است، این در حالی است که نگرانی قطعی یا محدودیت اینترنت برای متخصصان سئو در کشورهای خارجی وجود ندارد.



تاثیر فیلترینگ و محدودیت‌های اعمال‌شده بر اینترنت

فیلترینگ و محدودیت‌های اعمال‌شده بر اینترنت تا چه اندازه بر پروژه‌های سئوی شما اثر گذاشت؟

این سوال به افرادی نمایش داده شده است که در سوال «در ۱۲ ماه گذشته، با چه چالش‌هایی در مسیر فعالیت سئو مواجه شده‌اید؟» گزینه «فیلترینگ و محدودیت‌های اینترنت» را انتخاب کرده‌اند.

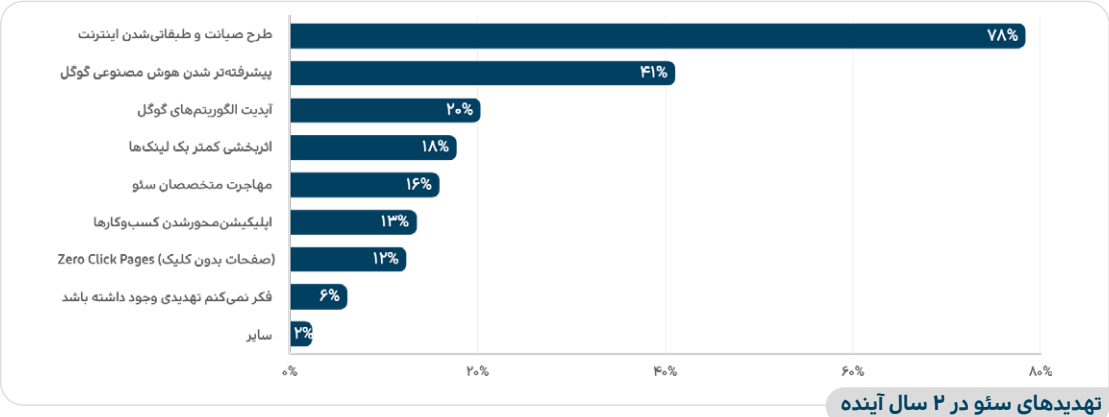
حامد بیدی، مدیرعامل کارزار

اینترنت برای حرفه متخصصان آی‌تی، از جمله متخصصان حوزه سئو، نقش زمین را برای کشاورزان دارد. می‌دانیم که عدم به‌رسمیت‌شناختن مالکیت خصوصی زمین و دست‌اندازی حاکمان بر محصولات و مصادره آن‌ها به بهانه‌های مختلف در تاریخ، منجر به کاهش انگیزه کشاورزان و افول روند توسعه کشورها شده است. حالا این تجربه تاریخی به شکلی دیگر در زمین دیجیتال در حال رخ‌دادن است.

تصمیم‌گیران این حوزه بدون درنظرگرفتن سال‌ها تلاش کسب‌وکارها و متخصصان آی‌تی در اینترنت، ناگهان تصمیم به پاک‌کردن صورت مسئله می‌گیرند و با قطع اینترنت، فیلترینگ پلتفرم‌ها و اختلال روی ترافیک بین‌المللی، می‌خواهند مشکلی را که جای دیگری رخ داده، از این طریق حل کنند. بی‌اعتنا به اینکه با این کار به هزاران متخصص و صدها کسب‌وکار ضربه‌های جبران‌ناپذیر می‌زنند و انگیزه آن‌ها را برای کارکردن روی این «زمین» از بین می‌برند. نابودی انگیزه بزرگترین خسران این‌گونه تصمیمات است که حالا در این آمارها خود را نشان داده است.

تهدید «طرح صیانت» همچنان در سئو پابرجاست!

«طرح صیانت و طبقاتی‌شدن اینترنت» با اختلاف چشمگیر (۷۸درصد)، بزرگترین تهدید سئویی از نگاه فعالان این حوزه است. مانند گزارش سال ۱۴۰۰، متخصصان سئو معتقد هستند که «هوش مصنوعی» دومین تهدید بزرگ در این حوزه به شمار می‌آید.



تهدیدهای سئو در ۲ سال آینده

فکر می‌کنید در ۲ سال آینده بزرگترین تهدید در حوزه سئو چه خواهد بود؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداکثر ۳ گزینه را انتخاب کنند.

علیرضا ناجی، مشاور سئو و اسکیما

فناوری‌های هوش مصنوعی به موتورهای جستجو، قدرت درک و پیش‌بینی نیازهای واقعی کاربران را داده است تا نتایج مرتبط را به صورت طبیعی ارائه دهند. به لطف ابزارهای هوشمند، نسل بشر اکنون بیش از هروقت دیگری به اطلاعات انبوهی دسترسی دارد که باعث تحول در سطح آگاهی و دانش جمعی شده است. هرچند در چنین فضایی، اکوسیستم‌های سطح پایین به سرعت محو می‌شوند، اما تخصص شما با تکیه بر تجربه‌ای که همواره کسب می‌کنید به افزایش و حفظ اعتبارتان کمک می‌کند و این همان چیزی است که موتورهای جستجو برای شاخص اعتماد نیاز دارند. از هوش مصنوعی به عنوان ابزاری برای بهبود تخصص‌تان بهره ببرید تا تجربیات جدید را با سرعت بیشتری کسب کنید. اینجاست که اعتبار یک برند شناخته‌شده، شما را به منبعی قابل‌اعتماد برای ماشین‌ها و جامعه مخاطبین‌تان تبدیل می‌کند و ضامن بقای برند در عصر پیش رو خواهد بود.

موج مهاجرت‌ها به حوزه سئو رسید

«مهاجرت» که در نمودار صفحه قبل، از نگاه ۱۶درصد متخصصان، به عنوان یک تهدید در این حوزه شناخته می‌شود، ذهن ۷۰درصد این افراد را به خود مشغول کرده است.

تمایل به مهاجرت در حوزه سئو

آیا به مهاجرت از ایران فکر می‌کنید؟

پژمان حسینی، مدیر منابع انسانی دیوار

هر ساله یکی از چالش‌های اصلی شرکت‌های حوزه‌ی فناوری اطلاعات مهاجرت نیروهای کار است که توانمندترین افراد این حوزه را شامل می‌شود. اما این سال‌های اخیر با محدودیت‌های مختلف ایجادشده روی اینترنت و مطرح شدن طرح‌هایی چون طرح صیانت و در نتیجه آن مشکلات ایجادشده برای کسب‌وکارهای اینترنتی و شرایط نامطلوب اقتصادی، نرخ مهاجرت و همینطور نرخ تمایل به مهاجرت بیش از پیش افزایش یافته است و به طور جدی این حوزه با چالش شدیدی در بحث مهاجرت نیروها مواجه شده است.

فصل ۷

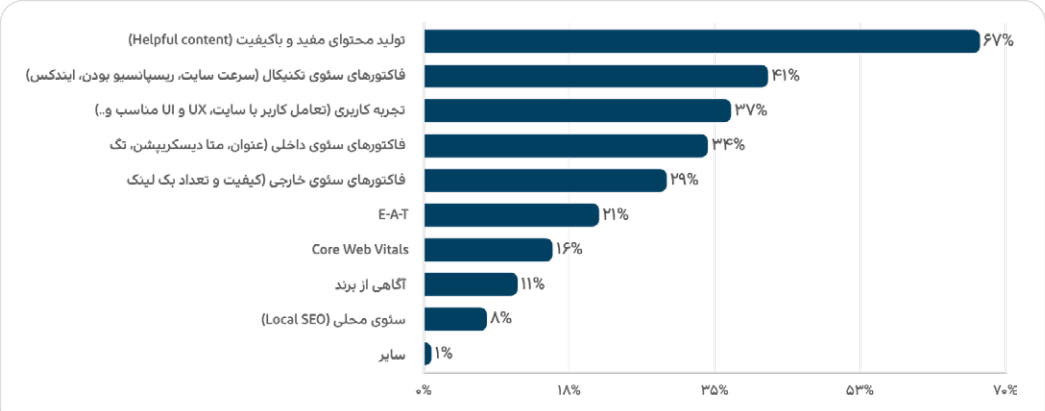
عوامل رتبه‌بندی سئو

عوامل رتبه‌بندی در سال ۱۴۰۱

عوامل رتبه‌بندی در ۲ سال آینده

تولید محتوای مفید و باکیفیت، برگ برنده رتبه‌بندی در سال ۱۴۰۱

از نظر متخصصان حوزه سئو، تولید محتوای باکیفیت (helpful content) بیشترین تاثیر را در رتبه‌بندی سئو در سال ۱۴۰۱ داشته است. بعد از این مورد، به ترتیب فاکتورهای «سئوی تکنیکال»، «تجربه کاربری» و «سئوی داخلی» تاثیرگذارترین عوامل رتبه‌بندی در سئو بوده‌اند.



عوامل رتبه‌بندی در سال ۱۴۰۱

به نظر شما در سال گذشته، مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی چه مواردی بوده‌اند؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداکثر ۳ گزینه را انتخاب کنند.

پیمان خلیلی، مدیر سئوی باسلام و مشاور سئو

نیمه دوم سال میلادی گذشته، گوگل آپدیت‌های مهمی در رابطه با بهبود کیفیت محتوا داد و دغدغه اصلی گوگل کماکان شناسایی بهترین محتوا از لحاظ کیفیت است. بنابراین تعریف کیفیت بسیار مهم است. من کیفیت را به دو بخش **کیفیت برای کاربر** و **کیفیت برای موتورهای جستجو** تقسیم می‌کنم.

کیفیت برای کاربر:

• عنوان محتوا نماینده واقعی محتوا باشد. تعهدی را که در عنوان محتوا می دهید تامین کنید.

• از جامع‌بودن محتوای خود اطمینان حاصل کنید. با تحقیق و شناسایی کاربر خود سوالات احتمالی را مشخص کنید و سعی کنید کاربر را بدون پاسخ نگذارید.

• پاسخ شفاف به کاربر بدهید و اجازه ندهید کاربر لابه‌لای پاراگراف‌ها گمراه شود.

• محتوای خود را به شکل منطقی از طریق هدینگ‌ها دسته‌بندی کنید.

• برای کسب اعتماد کاربر تلاش کنید. اگر سایت شما سایتی شناخته‌شده در نیچ مارکت خود است دغدغه کمتری خواهید داشت اما اگر سایتی تازه‌کار هستید از طریق مشخص‌کردن نویسنده محتوا و افزایش آگاهی از برند، اعتماد کاربر را بیشتر کنید.

• ارزش یکتا برای محتوای خود تامین کنید. محتوا نباید صرفا جمع‌آوری سایر نتایج گوگل باشد.

پس از مشخص‌کردن موارد بالا و سایر مواردی که ممکن است اینجا بیان نشده باشد از کیفیت محتوا برای کاربر اطمینان حاصل کنید.

کیفیت برای موتورهای جستجو:

در ادامه متخصصان سئو باید به تولیدکنندگان محتوا کمک کنند. به‌خصوص که در سال پیش‌رو با رشد استفاده از هوش مصنوعی، کیفیت ظاهری محتواهای وب بهتر خواهند شد. بنابراین وظیفه متخصص سئو در این بخش ایجاد یک سازوکار در جهت اطمینان از ارزش محتوا برای موتورهای جستجو است:

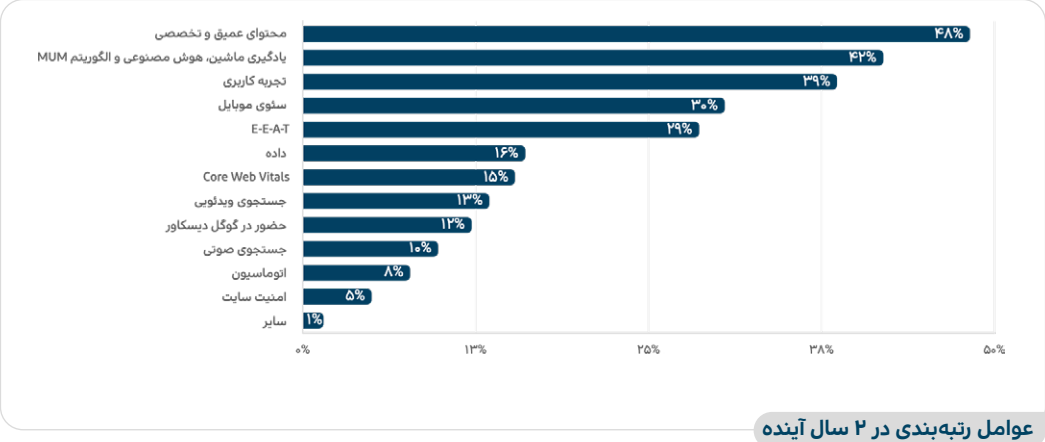
• آیا سرعت و ساختار سایت مناسب است؟ وضعیت Crawl و Index صفحات را بررسی کنید.

• آیا استراتژی محتوای تامین‌شده در راستای تقویت Topical Authority است؟

• آیا محتوای تولیدشده به لحاظ معنایی (semantic) متناسب است؟ اگر وظیفه متخصصان NLP و هوش مصنوعی این است که درک AI را به انسان نزدیک کنند، وظیفه متخصص سئو این است که محتوای تولید شده توسط انسان را به AI نزدیک کند.

«محتوای عمیق و تخصصی» حرف اول را در آینده می‌زند

نسبت به سال ۱۴۰۰، افراد بیشتری «محتوای عمیق و تخصصی» و «یادگیری ماشین، هوش مصنوعی و الگوریتم MUM» را به‌عنوان عوامل مهم رتبه‌بندی در ۲ سال آینده انتخاب کرده‌اند. این دو عامل در سال ۱۴۰۰، از نظر متخصصان سئو به ترتیب در رتبه ۲ و ۳ قرار داشت.



عوامل رتبه‌بندی در ۲ سال آینده

به نظر شما مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی در ۲ سال آینده چه مواردی خواهند بود؟

در این سوال شرکت‌کنندگان می‌توانستند حداکثر ۳ گزینه را انتخاب کنند.

امین اسماعیلی، مدیر ارشد عملیات وبسیما

با ورود هوش مصنوعی، خلق تجربه برای کاربر مهم‌تر از همیشه خواهد شد. محتوای وب فارسی از گردآوری اطلاعات به سمت اشتراک تجربیات و ارائه داده‌های دست‌اول خواهد رفت و زمان یک کارشناس سئو بیشتر از گذشته صرف تست و تحلیل نتایج می‌شود. به آینده سلام کنید قبل از اینکه بخشی از گذشته شوید.

فصل ۸

آینده سئو

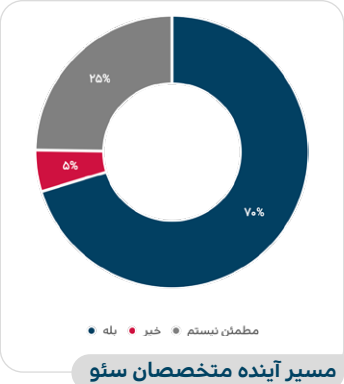
مسیر آینده متخصصان سئو

میزان معرفی شغل سئو به دیگران

کمتر از یک‌سوم متخصصان سئو، از ادامه مسیر خود مطمئن نیستند!

۷۱درصد از کسانی که در حوزه سئو مشغول به کار هستند، تصمیم دارند تا ۵ سال آینده به فعالیت حرفه‌ای خود ادامه دهند. این آمار نسبت به سال ۱۴۰۰، با ۳درصد افزایش روبه‌رو بوده است. همچنین درصد کسانی که به ادامه فعالیت در این حوزه تمایل نداشته‌اند، از ۵/۹درصد به ۵درصد در سال ۱۴۰۱ کاهش یافته است.

با توجه به تقسیم‌بندی محل کار افراد، حدود ۷۴درصد از کسانی که در آژانس‌ها کار می‌کنند یا فریلنسر/مشاور هستند، با اطمینان گزینه «بله» را انتخاب کرده‌اند. این آمار برای کسانی که عضوی از تیم داخلی شرکت‌ها هستند، ۶۶درصد است که به نظر می‌رسد کسانی که در شرکت‌ها کار می‌کنند، امید کمتری به ادامه فعالیت در حوزه سئو دارند. همچنین از میان افرادی که با عناوین شغلی مختلف در شرکت‌ها کار می‌کنند، کارآموزهای سئو اطمینان کمتر (۵۰درصد) و استراتژیست‌های سئو اطمینان بیشتری (۸۴درصد) به ادامه مسیر دارند.

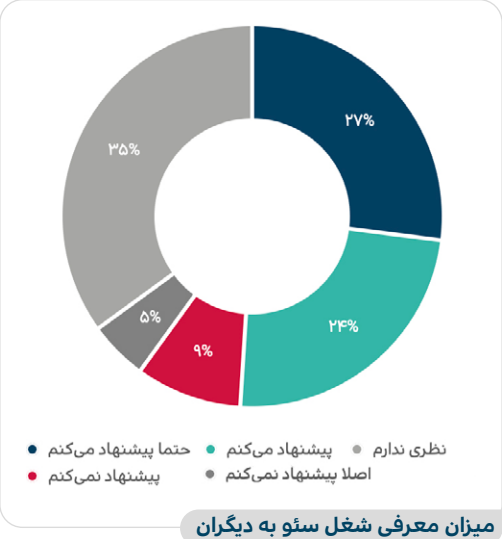


مسیر آینده متخصصان سئو

آیا در ۵ سال آینده در زمینه سئو فعالیت خواهید داشت؟

تنها ۱۴درصد از فعالان سئو، این شغل را به دیگران پیشنهاد نمی‌دهند!

۵۹درصد از فعالان سئو شغل سئو را به دیگران هم پیشنهاد می‌دهند.



میزان معرفی شغل سئو به دیگران

؟ چقدر شغل سئو را به عنوان یک شغل دائمی به دیگران پیشنهاد می‌کنید؟

برای ارائه کامل‌ترین راه‌کارهای سئو در کنارتان هستیم

رپورتاژ آگهی

بک لینک

لینک‌پرومکس

خدمات تولید محتوا

آگاهی و شناخت، دو پارامتر مهم در تصمیم‌گیری‌های سنجیده هستند. هدف ما هم از انتشار گزارش‌های جامع، ایجاد فضایی شفاف و آگاهی‌بخش در حوزه سئو است.

امیدواریم گزارش سئوی ۱۴۰۱ برای شما مفید باشد و به حال‌وروز کسب‌وکارتان کمک کند.

برای بهبود کیفیت گزارش و پوشش سوالات بیشتر، آماده دریافت نظرات سازنده شما از طریق راه‌های زیر هستیم.

تريبون