

دهاء و لیس ذكاء

SEO

الفهرس

ما هو الـ SEO؟

- تعريفه
- أهميته
- أفضل الطرق لتنفيذه بالشكل الصحيح



مقدمة

إمتلاك موقع إلكتروني يجذب العديد من الزوار المُستهدفين هو هاجس..



تحليل مواقع الجهات الحكومية وجهات أخرى في المملكة العربية السعودية



آلية التحليل المُتبعة في التقرير



جهات أخرى

- الصحف
- التأمين
- التجارة الإلكترونية
- المالية



الجهات الحكومية

- الهيئات
- الوزارات
- الجامعات



المراجع



مقدمة

إمتلاك موقع إلكتروني يجذب العديد من الزوار المُستهدفين هو هاجس كل من يُريد توجيه الباحثين إلى موقعه و جعل موقعه الخيار الأول في نتائج محركات البحث، لذلك يتجه الأغلب لتهية ظهور موقعه عبر محركات البحث باستخدام عدة طرق، في هذا التقرير نوضح ما المقصود بمصطلح الـ SEO؟ و الذي يُعد تطبيق عملياته دهاءً و ليس ذكاءً، كما قمنا بتحليل المواقع الخاصة بالجهات الحكومية والجهات الخاصة في المملكة العربية السعودية مع إيضاح لآلية التحليل التي تم اتباعها.



ما هو الـ SEO؟

ما هو الـ SEO؟

في عام 2003 ظهرت أول خوارزميات البحث لتكون ولادة التهيئة لمحركات البحث (SEO)

تعريفه:

(Search Engine Optimization) و هي مجموعة من القواعد والتقنيات التي يتم اتباعها وتطبيقها لتهيئة ظهور الموقع الإلكتروني بما يضمن ظهوره في نتائج البحث الأولية والتي تكون غير مدفوعة.

أهميته:

- يُساعد عملائك في الوصول إليك بسهولة.
- يجعل موقعك الخيار الأول و بالتالي الحصول على زيارات أكثر.
- يُغنيك عن عملية الدفع لجعل موقعك يظهر في صفحة النتائج الأولية، إذ أن أفضل النتائج تكون عبر استخدام الطرق الغير مدفوعة لمصداقيتها لدى الجمهور.
- تُصبح مرجع لكل من يبحث عن الخدمة التي تُقدمها كون موقعك يظهر بشكل مستمر في نتائج البحث.
- تعزيز السمعة.
- ميزة تنافسية.

إضافة

هناك نظريتان يرمز إليهم بالقبعة البيضاء و القبعة السوداء (White hat SEO Vs. Black Hat SEO)، و تأتي القبعة البيضاء بمعنى الممارسات الصحيحة المُتبعة في عملية تحسين محرك البحث، أما القبعة السوداء فهي تعني الممارسات الخاطئة و الطرق الغير نظامية التي يتم استخدامها لتحسين ظهور محرك البحث و التي من شأنها أن تؤثر بشكل سلبي على الموقع فيما بعد، لذلك يُنصح باتباع نظرية القبعة البيضاء.

ما هو الـ SEO؟

توصف عملية تهيئة الموقع لمحركات البحث
بالعملية المستمرة من القياس والتطوير

- تحليل الموقع ومواقع المنافسين
- البحث عن كلمات مفتاحية
- تهيئة الموقع داخليا
- تهيئة الموقع خارجيا
- القياس و التطوير

أفضل الطرق لتنفيذه بالشكل الصحيح:

- فهم آلية أرشفة المواقع و عملية الـ SEO.
- تصميم الموقع الإلكتروني و توفير تجربة مستخدم جيدة (UX & UI).
- البحث عن الكلمات المفتاحية المناسبة وتحليلها.
- بناء روابط (URL) صديقة لمحركات البحث.
- إدارة محتوى الموقع الإلكتروني.
- تحسين النص البرمجي والوسوم والعلامات الوصفية.
- تحسين أداء الموقع.
- ربط الموقع الإلكتروني بـ :
(Google Console & Google Analytics)
- التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تهيئة الموقع خارجيا ببناء الروابط.

آلية التحليل المتبعة في التقرير

آلية التحليل المتبعة في التقرير

- تحديد مواقع الجهات، إذ تم اختيار المواقع من حيث الجهات التي تقدم خدماتها عبر موقعها الإلكترونية داخل المملكة العربية السعودية و اعتماد مصادرها من الجهات الرسمية وهي الوزارات، الهيئات، الجامعات، المالية، الصحف، التامين و مواقع التجارة الإلكترونية، إذ تم تقسيمها إلى جهات حكومية و جهات أخرى. (تشمل القطاع الخاص)
- تحليل ترتيب المواقع باستخدام أداة Alexa لمعرفة ترتيب كل موقع في المملكة العربية السعودية.
- تحليل درجة الـ SEO عبر موقع Neil Patel.
- ترتيبها من الأفضل درجة إلى الأقل درجة.

تحليل مواقع الجهات الحكومية و الخاصة في المملكة العربية السعودية

الجهات الحكومية الوزارات

يمثل برنامج التحول الرقمي أحد الركائز الأساسية لرؤية المملكة 2030، والذي يساهم بدوره في تخفيف التعاملات الورقية، والتدرج حتى التعامل الكامل رقميًا. وضمن الجهود الحثيثة تقوم الوزارات بدور كبير في هذا الشأن، حيث تعمل بشكل مستمر على تطوير آليات محركات البحث، لتسهيل التعاملات الإلكترونية والوصول لها بشكل أسرع. أما على صعيد الزيارات وكثافتها على المواقع، فتمثل وزارات: الداخلية، الصحة، الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية، العدل، التعليم أعلى الوزارات زيارة.

أما أقل الوزارات من حيث عدد الزيارات فهي كالتالي :
وزارة الاقتصاد والتخطيط
وزارة الصناعة والثروة المعدنية
وزارة الطاقة
وزارة الثقافة
وزارة الرياضة



الجهات الحكومية الوزارات

أفضل الوزارات من حيث درجة الـ SEO



جاءت وزارتي السياحة و الاستثمار كأفضل الوزارات من حيث درجة الـ SEO تلتها وزارة الداخلية، وزارة الثقافة ووزارة الطاقة، لكن على الرغم من ذلك نجد أن موقع وزارة السياحة يأخذ الكثير من الوقت لتحميل الصفحات كما يوضح الشكل بالأسفل، أما وزارة الاستثمار فإن سرعة تحميل الموقع تعتبر جيدة نوعاً، أما وزارتي الداخلية و الثقافة فهي الأسوء في سرعة تحميل صفحات الموقع، أما وزارة الطاقة فقد كانت أفضلهم.



(تُقاس سرعة الموقع بالثواني)

الجهات الحكومية الهيئات

أفضل الهيئات من حيث عدد الزيارات

الهيئة العامة للطيران المدني
الهيئة العامة
للخدمات الصحية
الهيئة السعودية
للزكاة والدخل
الهيئة العامة
للأنباء السعودية
الهيئة العامة
للأرصاد
وحماية البيئة

مواقع الهيئات
الأكثر زيارة

هيئة تنمية
المصادر السعودية
هيئة المحتوى المحلي
والمشتريات الحكومية
هيئة النقل
الععام
هيئة الإذاعة
والتلفزيون
الهيئة العامة
للثقافة

مواقع الهيئات
الأقل زيارة

يوضح الشكل بالأعلى أفضل وأساء مواقع الهيئات من حيث الأكثر و الأقل زيارة، لكن على الرغم من ذلك فإن تلك المواقع التي حصلت على زيارات أكثر لم تكن ضمن المراكز الأولى لترتيب المواقع على نطاق المملكة، إذ جاء ترتيبها كالتالي:

الهيئة العامة
للزكاة والدخل

249

الهيئة السعودية
للخدمات
الصحية

244

هيئة وكالة
الأنباء السعودية

106

الهيئة العامة
للأرصاد
وحماية البيئة

1,642

الهيئة العامة
للطيران المدني

904

الجهات الحكومية الهيئات

أفضل الهيئات من حيث درجة الـ SEO



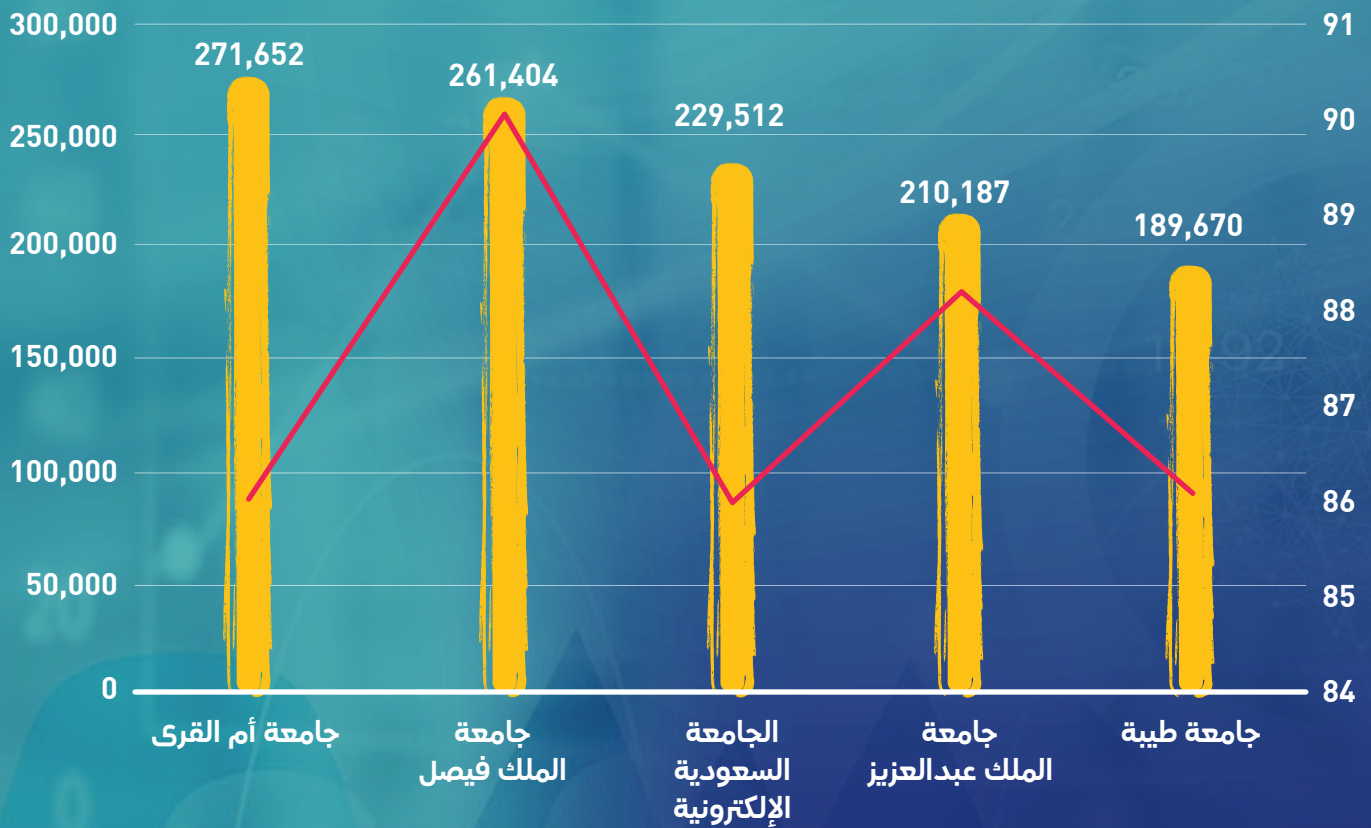
جاءت مواقع كلاً من الهيئة الوطنية للأمن السيبراني والهيئة العامة للمعارض والمؤتمرات كأفضل مواقع الهيئات تنفيذاً لعمليات تحسين محركات البحث، لكن ليس جميعها كان الأفضل من حيث سرعة تحميل صفحات الموقع، حيث يجب أن تكون سرعة الموقع في تحميل الصفحات أقل من 3 ثواني، يوضح الجدول بالأسفل سرعة التحميل للمواقع على الحاسب الآلي والجوال.



* كلما قل عدد الثواني لتحميل صفحة الموقع كلما كانت تجربة المستخدم أفضل وبالتالي ضمان بقائه في الموقع لفترة طويلة وعودته مره أخرى.

الجهات الحكومية الجامعات

43 جامعة حول المملكة، تحولت العديد من خدماتها إلكترونيًا لتخدم قرابة مليوني ونصف طالب. ويقابل التحول الرقمي لمنشآت التعليم العالي تطورًا في الخدمات الإلكترونية المقدمة، إضافة إلى تحسين محركات وآليات البحث لها، ليصل عدد زياراتها الشهرية إلى 1.9 مليون زيارة. وفي الرسم البياني يمثل الجامعات الخمس الأكثر زيارة، إضافة لمعدلات إحرازها لمعايير SEO .



كثافة الزوار

درجة SEO

الجهات الحكومية الجامعات

في قائمة الجامعات الأقل تصنيفًا في معايير وآليات البحث (SEO)، أحرزت جامعات رياض العلم، الملك فهد للبترول والمعادن، الطائف، الأمير مقرن بن عبدالعزيز الأهلية، الجامعة العربية المفتوحة، حائل، معدلات متدنية فيه.

أما عن مقياس أسرع المواقع ترتيبًا؛ فتوضح أدناه .



الحاسب الآلي 

الهاتف المحمول 

القطاع الخاص القطاع المالي

تمثل آليات تحسين محركات البحث أهمية كبيرة للقطاع المالي، حيث يمثل عنصر جذب لمستخدمي ومستفيدي القطاع المالي، يرجع ذلك إلى التشابه الكبير في الخدمات المقدمة من المنشآت، أما عن متوسط تطوير الآليات فيبلغ 82 درجة فقط .
وفيما يلي أكثر مؤسسات القطاع المالي زيارة :

587,972	البنك الأهلي
446,373	بنك الراجحي
227,171	بنك الرياض
138,792	مصرف الإنماء
136,495	بنك الجزيرة

على صعيد آليات تحسين محركات البحث؛ يوضح الترتيب التالي أكثرها اهتمامًا بالتطوير المستمر



القطاع الخاص الصحف

المواقع الأسوأ بحسب درجة الـ SEO.

(أسوأ 5)

صحيفة
الشرق

جريدة
سعودي جازيت

جريدة
الشرق الأوسط

صحيفة
عرب نيوز

صحيفة
عكاظ

● أسوأ مواقع الصحف من حيث درجة الـ SEO

يوضح الشكل بالأعلى أقل مواقع الصحف من حيث درجة الـ SEO، إذ كانت غالبية لم تطبق قواعد الـ SEO بالطريقة الصحيحة.

صحيفة
عرب نيوز

صحيفة
الشرق

صحيفة
مكة

صحيفة
البلاد

جريدة
الرياض



اتجه قراء الصحف في السنوات الأخيرة إلى قرائتها عبر الهواتف المحمولة، حيث تم الاستغناء عن الصحف الورقية، لذلك من المهم جداً أن تكون مواقع الصحف من أفضل المواقع تطبيقاً للـ SEO ومن أهم النقاط هي سرعة تحميل صفحات الموقع. يوضح الشكل بالأعلى سرعة مواقع الصحف، وهي النسبة المتوسطة لسرعة التحميل على الهواتف والحواسب الآلية.

القطاع الخاص التأمين

المواقع الأكثر و الأقل زيارة. (أفضل / أسوأ 5)



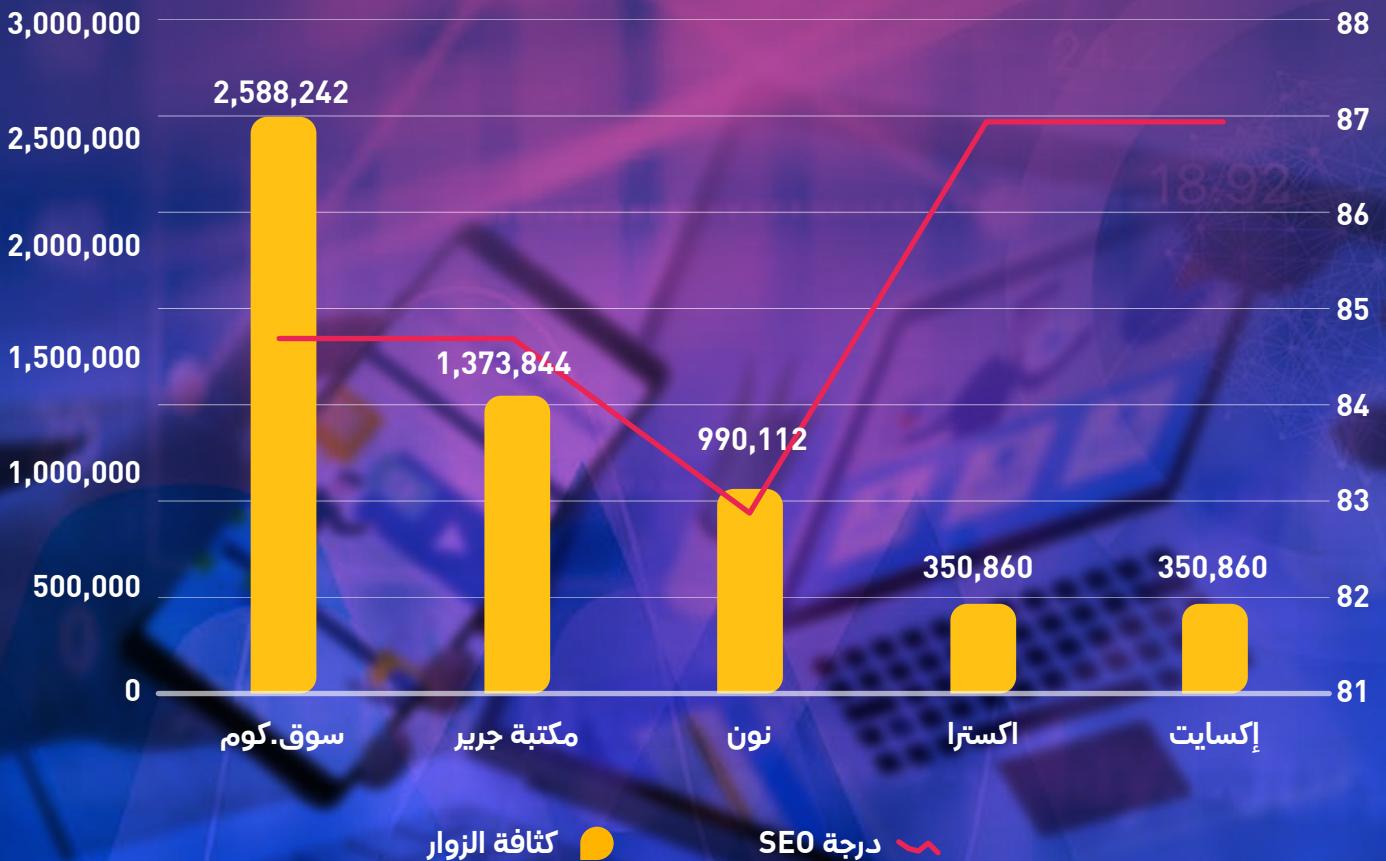
يوضح الشكل بالأعلى أفضل و أسوأ مواقع شركات التأمين من حيث الأكثر زيارة، لكن على الرغم من ذلك فإن تلك المواقع لم تكن ضمن أفضل المواقع من حيث تطبيق الـ SEO بالشكل الصحيح.

القطاع الخاص التجارة الإلكترونية

25,501 متجرًا إلكترونيًا، دراسة إحصائية كشفت عن أرقام التجارة الإلكترونية الحالية حتى نهاية العام 2019، وحجم النمو لها. وتحقق مواقع التسوق والتجارة الإلكترونية زيارات عالية؛ نظرًا لتبليتها أحد التوجهات في التجارة بشكل عام، حيث تسهل طرق التسوق وتحوله من شكله التقليدي إلى الإلكتروني، الذي لا يتطلب جهدًا ولا وقتًا كبيرًا للحصول على البضائع .

أما عن أفضل مواقع المتاجر الإلكترونية تنفيذًا لآلية تحسين محركات البحث؛ فتأتي في مقدمتها مواقع : سوق.كوم بـ 88، إكساييت بـ 86، إكسترا 85، نجري بـ 85، و جنتو شوب بـ 85 درجة أيضًا .

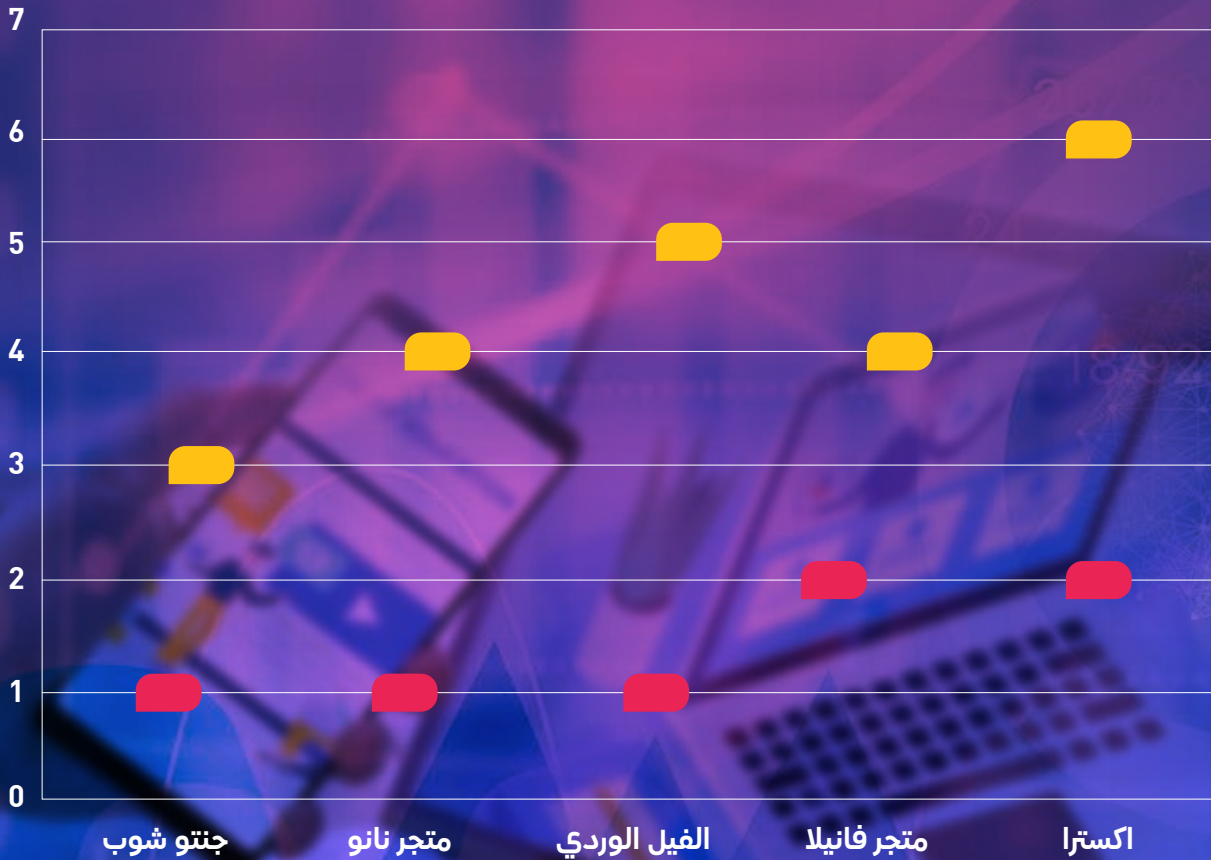
الجدير بالذكر؛ تواجد موقعي نون ومكتبة جرير ضمن قائمة المواقع الأكثر زيارة، على الرغم من إحرارهما 85 و 83 درجة على التوالي .



القطاع الخاص التجارة الإلكترونية

مواقع نايس ون، نجري، متجر حرفة، نشري، نون؛ كانت في قائمة الأقل تصنيفًا في قائمة المواقع المنفذة والمطورة لآليات وطرق تطوير تحسين محركات البحث SEO .

وفي مجال التجارة الإلكترونية؛ تمثل سرعة تنزيل المواقع وتصفحها عاملًا مهمًا في جذب الزوار للموقع وسهولة تصفحها، فكلما زاد سرعة تحميل الموقع تناسب ذلك مع مكوث العملاء في الموقع وقضاء جلسات لتصفح أكبر، إضافة إلى ارتفاع احتمالات عودة الزوار للموقع وإجراء عمليات تسوق متعددة .



سرعة التحميل بالثانية

الهاتف المحمول الحاسب الآلي

المراجع

- [Public newspapers in Saudi Arabia](#)
- [Insurance and reinsurance Saudi companies- SAMA](#)
- [Private Universties – MOE](#)
- [Public Universities - MOE](#)
- [SEO 101, What is it, and why is it important?](#)
- [Neil Patel sites audit](#)
- [Website analysis with Alexa](#)

amaz*

شكراً