

ترجمه و بررسی پتنت :

Document scoring based on link-based criteria

[Patent Link](#)

توسط : محسن جلائیان

بررسی پتنت مربوط به اختصاص امتیاز به یک محتوا بر اساس محتوا و لینک

پتنت نامبر : US8407231B2

در این پتنت افزایش و کاهش امتیاز یک سند از چند جهت بررسی شده است.

موارد بررسی شده :

- ۱- محتوا
- ۲- رفتار کاربر
- ۳- ترافیک
- ۴- لینک
- ۵- انکرتکست
- ۶- دامنه

تعاریف :

سند : هر صفحه , مدیا , داکيومنت و
کوئری : عبارت جستجو شده توسط کاربر

۱- محتوا :

۱- بروز رسانی یک سند هم در یک محدوده زمانی بررسی می شود و هم این محدوده با محدوده زمانی های قبلی مقایسه خواهد شد.

فرمول محاسبه اپدیت سند :

$$U=f(UF,UA)$$

U=update , f=function , UF = update frequency , UA = update amount

توضیح f : درواقع اشاره داره به یک فانکشن که جمع یا جمع وزنی را محاسبه می کند.

توضیح UF : اشاره می کند به اینکه سند هر چند وقت یکبار اپدیت می شود.

توضیح UA : اشاره به تعداد کل اپدیت های یک سند دارد.

مثال : اگر در یک روز کل محتوا را بصورت کلی اپدیت کنید خوبه ولی بهتره اگر روزی یک خط از محتوا را بروز رسانی می کنید و در هفته ۷ خط تغییر ایجاد کردید , بهتره ماه بعد در یک هفته ۸ خط را تغییر بدید

نکته : صفحاتی که در طول زمان تغییرات بیشتری دارند امتیاز بیشتری دریافت می کنند ،نسب به صفحاتی در طول زمان تغییرات کمتری دارند.

۲- اگر سندی در کوئری قرار بگیرد که ارتباطی با اون کوئری ندارد به عنوان اسپم شناخته می شود

۳- در زمان ثبت تغییرات موتور جستجو اگر فضای کافی برای ذخیره بروی دیسک یا حافظه نداشته باشد مقداری از سند که برایش مهم هست را ذخیره کرده .

۴- یا در بعضی شرایط یک هش شباهت برای تشخیص تکراری بودن محتوا ذخیره می کند.

۵- ممکن است در نتایج یک کوئری همه اسناد آخرین بار تغییر کرده باشند در این صورت میانگین تغییرات را محاسبه می کند و امتیاز میدهد.

فرمول = تاریخ آخرین تغییر - میانگین تاریخ تغییرات

نکته : بعضی کوئری ها همیشه ثابت هستن مانند قهرمان تنیس جهان , ولی سند ها اپدیت میشن و امتیاز می گیرند

نکته : گوگل اگر تشخیص دهد یک محتوا کهنه شده مخصوصا در کوئری های خاص (آموزش یک تکنیک سئو) اون سند رو با یک سند جدید تر جایگزین میکنه تحلیلش اینه که این سند منسوخ شده

۶- راه های تشخیص محتوای قدیمی از دید گوگل :

- ۱- پس از مدتی دیگر لینکی به اون محتوا داده نمی شود (به محتوای قدیمیتون لینک بدهید)
- ۲- محتوا پس از مدتی دیگر اپدیت نشود.
- ۳- کاربر مقدار کمی وقت صرف اون سند می کند و به سرعت به صفحه بعد می رود.
- ۴- ساختار وب سایت اگر درست پیاده سازی نشده باشد پس مدتی محتوا از چرخه لینک داخلی خارج خواهند شد.
- ۶- بررسی تعداد لینک های شکسته شده در محدوده زمانی های مختلف (مانند توضیح در بالا) در واقع گوگل اینطور در نظر میگیرد که حتما سند بهتر از این وجود داشته و لینک ها به سمت سند جدید رفته است.

۲- رفتار کاربر :

- ۱- مقدار زمانی که کاربر با سند صرف می کند.
- ۲- زمان صرف شده کاربر برای یک سند در طول زمان (در گذشته ۳۰ ثانیه برای خواندن صرف میکرده الان ۱۰ ثانیه) نشان از کهنه بودن سند است.
- ۳- در بعضی مواقع هم توجه کاربر به سند های قدیمی باعث افزایش امتیاز سند می شود.

۳- ترافیک سند در طول زمان :

- ۱- کاهش ترافیک شدید ممکن است اشاره به کهنه شدن صفحه داشته باشه و باعث کاهش امتیاز شود.
- ۲- افزایش بازدید از صفحه هم امتیاز را افزایش می دهد.
- ۳- در صورتی که ترافیک سندی در بازه زمانی خاصی افزایش یا کاهش داشته باشه توسط موتور جستجو قابل شناسی است و نگرانی ندارد مانند اخر هفته ها، تمام این موضوع در طول زمان بررسی می شود.

4- لینک :

۱- لینک های داخل یک سندی که لیبل قدیمی به آن زده شده امکان دارد نادیده گرفته شود و دیگر لینک جویسی منتقل نکند

۲- لینک های ورودی ایجاد شده و یا شکسته شده :

۱- لینک های دریافتی در یکی محدوده زمانی بررسی می شوند و این محدوده زمانی با محدوده زمان های قبلی مقایسه می شوند.

مثال : شما در یک هفته هر روز یک لینک دریافت می کنید در یک هفته ۷ لینک دریافت کردین اگر هفته بعد هم ۷ لینک دریافت کنید خوبه اما بهتره هفته بعد ۸ لینک دریافت کنید این امتیاز بیشتری دارد.

۲- لینک های دریافتی شکسته شده هم با توجه به یک محدوده زمانی بررسی می شوند و با محدوده زمانی قبلی خودش مقایسه خواهند شد و در صورتی که این مقایسه بروی نمودار , رو به افزایش باشند می تواند باعث کاهش امتیاز شود.

مثال : دو سند داریم که ۱۰۰ روز پیش پیدا شده اند , یکی در ۱۰ روز گذشته ۱۰ لینک گرفته و دیگری ۰ لینک در اینجا نتیجه متریک برای سایت اول برابر ۱.۰ و برای سایت دوم ۰ است

۳- گرفتن لینک های زیاد در یک زمان مشخص کار غیر معمولی است.

۴- پویایی لینک ها و سن پیوند ها بسیار مهم هستند.

۵- تاریخ پیدایش و تاریخ تغییر یک سند معیار خوبی برای تازگی یک لینک است براساس این تئوری یک لینک خوب پس از اپدیت سند در سند باقی می ماند.
سندی که برای ۲ سال پیش است اگر لینک جدید بگیرد می توان امتیاز بیشتری کسب کند و با تغییر تاریخ اون سند میشه به عنوان سند جدید از آن استفاده کرد.

۶ - به زبان سئو تاپیک (پیلار) کلاستر و به زبان پتنت ایجاد سند های مشابه که به یک سند لینک میدهند می تواند باعث افزایش امتیاز یک سند شود.

۷- کیفیت لینک های دریافتی (در این پتنت دلایلی که باعث افزایش یا کاهش کیفیت لینک ها می شنود بررسی نمی شود) بسیار مهم هستند.

5- انکرتکست (anchor text) :

۱- انکرتکست های یک دامنه اگر تغییر کند تجسم گوگل از اون دامنه هم به کلی تغییر می کند. مثال: زمانی که یک دامنه اکسپایر می شود و شخص دیگری آن را ثبت میکند ، با تغییر سند و بررسی زمان تغییر سند و تغییر انکرتکست ها متوجه تغییر کاربر می شود و تمام لینک های قبلی را نادیده می گیرد

نکته : با توجه به اینکه سند اگر خوب باشد در بروزرسانی انکرتکست تغییر نمی کند در اپدیت های جزئی از تغییر انکرتکست پرهیز کنید.

۲- یونیک بودن انکر تسکت ها باعث افزایش امتیاز میشود.

۳- ایجاد سند های همسان مستقل که به رشد انکرتکست ها کمک میکند اسپم شناخته می شود.

6- اطلاعات مربوط به دامنه (افراد کلاه بردار قبل از دستگیری باید مقدار زیادی بازدید کسب کنند) :

۱- دامنه های با ارزش ۱۰ ساله ثبت می شوند

۲- تغییرات زیاد dns ها در طول زمان می تواند شک برانگیز باشد

۳- افزایش غیر طبیعی بک لینک ها شک برانگیز است.

۴- موتور جستجو در صورت مشخص شدن تعدادی از این موارد به کل امتیاز را کاهش می دهد.

رنکریست ، ارسال رپرتاژ در بیش از 200 وبسایت فارسی به همراه محتوا و یک ویدیوی مرتبط

Rankerist.ir

