

تو یک مدیر تولید محتوای حرفه‌ای با ۲۰ سال سابقه هستی که متخصص در ترکیب سئو، روانشناسی بازاریابی، و CRO هستی. وظیفه تو تولید یک مقاله فروش‌محور برای سایت زیر است که هدفش افزایش تبدیل و فروش است. تمام اصول زیر را مو به مو رعایت کن.

مشخصات اولیه مقاله

- موضوع مقاله: تجهیزات آف‌گرید و آن‌گرید
- نام وبسایت: دنیا سولار
- حوزه کاری وبسایت: مجری نیروگاه های خورشیدی
- نوع محتوا: مقاله
- هدف مقاله (Conversion Goal): تماس با دنیا سولار 02191304642
- پرسونای مخاطب: سن بالای 18 سال، جنسیت زن و مرد، دغدغه، نیاز یا هدف کاربر خرید مطمئن با ضمانت کیفیت
- لحن نوشتار: حرفه‌ای و اعتمادساز
- طول مقاله: حدود 2000 کلمه
- عناوینی که باید دقیقاً به همین شکل در متنی که میدهی به صورت H2 یا H3 یا H4 بیایند:

کلاستر ۱ – هسته موضوع (اصلی مقاله)

کلمات اصلی:

- تجهیزات آف‌گرید
- تجهیزات آن‌گرید
- تجهیزات آف‌گرید و آن‌گرید چیست
- سیستم خورشیدی آف‌گرید و آن‌گرید
- تفاوت سیستم خورشیدی آن‌گرید و آف‌گرید
- سیستم خورشیدی متصل به شبکه / منفصل از شبکه

نوع نیت: کاملاً اطلاعاتی؛ مناسب H2، H1، تایتل و توضیحات متا.

کلاستر ۲ – اجزا و لیست قطعات

برای آف‌گرید:

- اجزای سیستم خورشیدی آف‌گرید

- لیست تجهیزات آفگرید

- پنل خورشیدی برای سیستم آفگرید

- باتری خورشیدی سیستم مستقل از شبکه

- اینورتر آفگرید چیست

- شارژ کنترلر خورشیدی چیست

(این ها عملاً توی مقالاتی مثل hoorayesh و hamyarsolar به شکل پراکنده گفته شده اند. [هورایش+1](#))

برای آفگرید:

- لیست تجهیزات سیستم آفگرید

- اینورتر آفگرید متصل به شبکه

- کنترلر دوطرفه چیست (برای نیروگاه آفگرید) [ماناسازان+1](#)

- تابلو برق و تجهیزات حفاظتی نیروگاه آفگرید

استراتژی: این کلمات رو در H2/H3 و جدول «لیست تجهیزات» ببر داخل مقاله ات.

کلاستر ۳ – مقایسه و انتخاب

- تفاوت آفگرید و آفگرید

- آفگرید بهتر است یا آفگرید

- برای خانه ویلایی آفگرید یا آفگرید

- برای مناطق بدون برق، کدام سیستم مناسبتر است

- مزایا و معایب سیستم آفگرید

- مزایا و معایب سیستم آفگرید

این ها در سایت هایی مثل limoo.solar و manaenergypak هست، ولی بدون مثال های کاربردی و سناریوی تصمیم گیری. [لیمو سولار+1](#)

کلاستر ۴ – نیت خرید / تجاری

- خرید تجهیزات آفگرید

- قیمت تجهیزات آفگرید

- قیمت تجهیزات نیروگاه آفگرید

- خرید اینورتر آفگرید / آفگرید

- پکیج برق خورشیدی آفگرید چند وات... torob.com+1

این کلمات رو می‌توننی با:

- **پاکس‌های CTA** در متن
- لینک به صفحات دسته‌بندی یا محصول
- هدف بگیری.

کلاستر ۵ – کاربردهای خاص (لانگ‌تیل)

- سیستم آفگرید برای باغ و ویلا
- سیستم آفگرید روی پشت‌بام (خانگی)
- سیستم خورشیدی برای ماینینگ (آفگرید/هیبرید) sunan.ir
- سیستم آفگرید برای کشاورزی / پمپ آب

اینا رو می‌توننی در بخش «سناریوهای واقعی» و یا به‌عنوان مقالات فرعی لینک‌دار از این مقاله هدف بگیری.

۳. ساختار مقاله‌ای که از همه رقبا بهتر رتبه می‌گیرد

پیشنهاد H2/H3 (کاملاً قابل کپی برای اسکلت مقاله):

H1: تجهیزات آفگرید و آنگرید چیست؟ راهنمای کامل اجزاء، تفاوت‌ها و انتخاب بهترین سیستم خورشیدی

H2: آفگرید و آنگرید یعنی چه؟ (تعریف ساده و سریع)

- H3: سیستم آفگرید (منفصل از شبکه) با مثال برای روستا/باغ
- H3: سیستم آنگرید (متصل به شبکه) با مثال برای پشت‌بام خانگی

H2: اجزای اصلی تجهیزات آفگرید

- H3: پنل خورشیدی آفگرید + نکات انتخاب (توان، ولتاژ، نوع پنل)
- H3: باتری خورشیدی (سیلد اسید / لیتیم)
- H3: شارژکنترلر (PWM یا MPPT؟)
- H3: اینورتر آفگرید
- H3: تجهیزات حفاظتی (فیوز، کلید مینیاتوری، سیم و کابل سولار)

H2: اجزای اصلی تجهیزات آنگرید

- H3: پنل خورشیدی در نیروگاه متصل به شبکه
- H3: اینورتر آنگرید و تفاوتش با آفگرید [تک اینورتر+1](#)

• H3: کنتور دوطرفه و نقش آن در فروش برق

• H3: تابلو برق، کلیدها و تجهیزات حفاظتی

H2: جدول مقایسه تجهیزات آفگرید و آنگرید

• مقایسه بر اساس:

○ استقلال از شبکه

○ اجزای مورد نیاز

○ هزینه اولیه

○ هزینه نگهداری

○ مناسب برای چه نوع مصرف‌کننده‌ای

(رقبا جدول دارند، اما می‌تونی ستون «مناسب برای چه کسی» و «نمونه کاربرد» را اضافه کنی تا کامل‌تر شود. [ماناسازان+1](#))

H2: کدام سیستم برای شما مناسب‌تر است؟ (بخش تصمیم‌گیری با سناریو)

• H3: خانه شهری با دسترسی به برق

• H3: ویلا و باغ بدون انشعاب

• H3: کسب‌وکارهای کوچک (فروشگاه، کارگاه)

• H3: سرمایه‌گذاری نیروگاه متصل به شبکه

برای هر سناریو:

(۱) مصرف تقریبی

(۲) پیشنهاد نوع سیستم

(۳) حداقل تجهیزات لازم

H2: راهنمای سریع انتخاب و برآورد اولیه هزینه تجهیزات

• H3: قدم ۱ – محاسبه توان مصرفی

• H3: قدم ۲ – انتخاب بین آفگرید/آنگرید

• H3: قدم ۳ – تخمین تعداد پنل، باتری، اینورتر (مثلاً در حد جدول ساده، نه محاسبات پیچیده) [فروشگاه آنلاین](#)

[انرژی خورشیدی سولار البرز+1](#)

H2: سوالات متداول درباره تجهیزات آفگرید و آنگرید (FAQ)

• آیا می‌شود یک سیستم را از آفگرید به آنگرید تبدیل کرد؟

• برای ماینینگ/چاه آب/گلخانه، آنگرید بهتر است یا آفگرید؟ [sunan.ir+1](#)

• چند سال طول می‌کشد هزینه تجهیزات برگردد؟

• اگر برق شبکه قطع شود، تکلیف سیستم آن‌گريد چيست؟

اين بخش FAQ به‌شدت به كليك‌خوري و نمايش در SERP كمك مي‌كند.

مرحله ۱: تحقيق و انتخاب كلمات كليدي

1. با تحليل نتايج برتر گوگل و رقبا، ۲۰ كلمه كليدي اصلي و هم‌مفهوم (LSI) پيدا كن. براي شروع، موضوع مقاله و عناويني كه بهت دادم رو مورد بررسي قرار بده و با ايجاد يك كلاستر ذهني بررسي كن اين كلمات چه سرچ‌هايي در گوگل دارد و بيشترين سرچ‌ها رو انتخاب كن براي ادامه كار. كلمات هم‌كانسپت رو از همين روش بدست بيار.
2. هدف هر كلمه را مشخص كن: آموزشي، مقايسه‌اي، يا خريد (Commercial Intent).
3. جدول زير را كامل كن:

كلمه كليدي	نيت جستجو	سطح رقابت	تعداد تكرر پيشنهادي

مرحله ۲: لينك‌سازي داخلي و طبيعي

كلمات زير را به‌صورت طبيعي در متن بياور و روي يكي از آن‌ها فقط يكبار انكرت‌كست لينك دار با مقداري پيش‌فرض بگذار تا بعدا خودم تغييرش بدم:

نيروگاه خورشيدى خانگى (<https://donyasolar.com/solar-power-plant>)

فروش برق به دولت (<https://donyasolar.com/selling-electricity-to-the-government>)

راه اندازى ماينر با پنل خورشيدى (<https://donyasolar.com/solar-panel-for-miner>)

پنل خورشيدى خانگى (<https://donyasolar.com>/پنل-خورشيدى-خانگى/)

پنل خورشيدى چيست؟ (ويژگى پنل‌هاى خورشيدى) (<https://donyasolar.com/solar-panel-features>)

لينك‌هاى نوفالو :

دنيا سولار (<https://donyasolar.com>)

مزرعه خورشيدى (<https://donyasolar.com/solar-farm>)

انواع پنل های خورشیدی (<https://donyasolar.com/types-solar-panels>)

پنل خورشیدی برای چاه کشاورزی (<https://donyasolar.com/solar-water-pump-agriculture>)

برق اضطراری خورشیدی (<https://donyasolar.com/solar-emergency-power>)

- این نکته رو رعایت بکن که هر کلمه کلیدی فقط یکبار باید در متن دارای لینک باشه و اگر کلمه ای در متن چند بار تکرار شد، اولین دفعه تکرار آن فقط باید لینک دار باشد.
- همچنین این نکته رو رعایت بکن که لینک دهی ها را در متن توزیع کن. از مقدمه تا نتیجه گیری کلمات کلیدی که شرایط لینک دهی را دارند توزیع بکن.

✚ اصول اصلی در کل مقاله:

- شروع مقاله با «درد» و «نیاز کاربر» (Pain Point) (کوتاه و مختصر ولی هدفمند و مفید این بخش رو بنویس و از زیاده گویی پرهیز. میخام کاربر سریع به هدف مقاله پی ببرد و همچنین درد و نیازش هم مشخص باشد)

- وعده‌ی رامحل سریع و قابل اعتماد بده

- از فرمول‌های روانشناسی فروش مثل PAS، AIDA و FAB استفاده کن:

○ AIDA: Attention → Interest → Desire → Action

○ PAS: Problem → Agitate → Solve

○ FAB: Feature → Advantage → Benefit

- (دقت کن که وقتی از این مدل ها استفاده میکنی متن کوتاه و در عین حال رساننده منظور و هدف باشد. همچنین هر یک از فرمول های روانشناسی را در چند خط بگو و دقیقاً مشخص نکن که هر جمله مربوط به کدام مرحله از فرمول است. متن طوری باشد که کاربر را خسته نکند و سریع به منظور و هدف از فرمول روانشناسی برسد. در متن صراحتاً نگو مثلاً اینبخش مربوط به کدام مرحله از فرمول است و طوری بگو کاربر چیزی حس نکند. هیچ کدام از مراحل PAS، AIDA و FAB را صراحتاً در متن اسم نبر)

- از جملات احساسی استفاده کن مثل:

«تصور کن فقط با چند کلیک، {{نتیجه مورد نظر}} رو به دست بیاری...»

- در هر بخش CTA نرم قرار بده، مثل:

«اگر به دنبال راهی سریع‌تر برای {{هدف کاربر}} هستی، ادامه رو از دست نده.»

اصول سئو و CRO:

- از جملات کوتاه و فعال (Active Voice) استفاده کن.
- پاراگراف‌ها بین 4 تا 6 خط باشند.
- از بولت‌پوینت و جدول برای خوانایی بهتر استفاده کن.
- در بخش‌های مهم از CTA های نرم مثل «حتماً این بخش را بخوان»، «اینجا یک نکته مهم است»، یا «اگر این مورد برای‌ت جالب بود، ادامه را ببین» استفاده کن.
- در هر بخش حس "پیشرفت کاربر" را القا کن.

اصول روانشناسی و انتخاب تیترهای جذاب:

تیترها باید بر اساس روانشناسی کلیک (CTR Psychology) نوشته شوند. ویژگی‌های تیترها:

- ایجاد کنجکاوی (Curiosity Gap)

- نمایش سود (Benefit)

- گاهی با عددی مشخص شروع شوند

- از احساسات مثبت، یا هشدارهای نرم استفاده کنند

نمونه سبک تیترهای روانشناسی‌محور: 

- «۷ راز که هیچ‌کس درباره {{کلمه کلیدی}} به تو نمی‌گوید!»
- «اگر می‌خواهی {{نتیجه خاص}} بگیری، حتماً این اشتباه را نکن!»
- «راهنمای ساده اما کامل برای {{کلمه کلیدی}} در سال ۲۰۲۵»
- «چطور با ۳ قدم ساده، {{هدف کاربر}} را سریع‌تر انجام دهیم؟»

مرحله ۴: ساختار مقاله

۱. مقدمه قوی (۱۰۰ تا ۱۵۰ کلمه)

- شروعی احساسی و کاربرمحور
- معرفی مسئله و وعده‌ی راه‌حل
- شامل کلمه کلیدی اصلی

2. بدنه مقاله با H2 و H3:

- هر بخش شامل یک عنوان جذاب (با اصول روانشناسی کلیک)
- عناوین در هدینگ ها باید مطابق با سرچ باشند. یعنی کلمه کلیدی های مهم تا حد امکان و به صورت طبیعی در هدینگ ها تکرار شده باشند
- ترتیب هدینگ ها بر اساس اولویت پاسخ سریع به نیاز کاربر باشد.
- پاسخ به نیاز واقعی کاربر
- افزودن مثال، نقل قول، یا آمار واقعی در هر بخش

3. استفاده از جدول HTML در مواقع لازم (کلاس stt):

```
<"table class="stt">
```

```
<table/>
```

4. نتیجه گیری و دعوت به اقدام (CTA):

- جمع بندی با حس اطمینان
- دعوت غیر مستقیم به اقدام
- تأکید بر ارزش عملی مقاله برای مخاطب

5. بخش سوالات متداول (FAQ):

- ۵ سوال واقعی با سرچ بالا انتخاب کن
- پاسخ ها کوتاه و کاربردی باشند
- از ساختار روان و محاوره ای برای پاسخ ها استفاده کن

6. خلاصه کاربردی (Executive Summary):

در انتهای مقاله، بخشی با عنوان «خلاصه کاربردی مقاله» بنویس. این خلاصه باید در حدود ۵ خط باشد و چکیده ای کامل از مقاله ارائه دهد به طوری که:

- مخاطب با خواندنش، بدون نیاز به مطالعه کل مقاله، به تمام نکات کلیدی دست پیدا کند.
- لحن آن روان، خلاصه، و نتیجه محور باشد.
- از نظر ساختار شبیه خلاصه اجرایی (Executive Summary) باشد.
- در خلاصه، فقط به ۳ تا ۵ ایده اصلی و نتیجه عملی مقاله اشاره کن.
- هیچ جمله تکراری از متن مقاله در آن استفاده نکن

7. بخش از زبان نویسنده (Author's Insight)

در انتهای مقاله، بعد از بخش خلاصه، بخشی کوتاه با عنوان «نکته‌ای از تجربه نویسنده» یا «از زبان نویسنده» بنویس. این بخش باید ۳ تا ۵ خط داشته باشد و:

- از دید شخص نویسنده نوشته شود («من»، «به نظرم»، «در تجربه من»).
- شامل تجربه شخصی، دیدگاه انسانی یا نکته‌ای از پشت صحنه باشد.
- غیرمستقیم با موضوع مقاله در ارتباط باشد (نه آموزشی، بلکه احساسی یا تجربی).
- هدفش تقویت حس اعتماد، صداقت، و ارتباط انسانی باشد.

■ نمونه از زبان نویسنده:

من همیشه فکر می‌کردم تصمیم‌گیری برای {موضوع مقاله} فقط به منطق مربوط است، اما تجربه‌ام در پروژه‌های مختلف نشان داد که احساس امنیت در انتخاب، نقش خیلی بزرگتری دارد. اگر به من بود، همیشه از همین دیدگاه شروع می‌کردم.

مرحله ۵: متا و داده‌های سئو

Meta Title (تا ۶۰ کاراکتر)

- شامل کلمه کلیدی اصلی
- ترغیب‌کننده و روانشناسی‌محور باشد
- مثال‌ها:
- «{کلمه کلیدی} چیست؟ ۵ نکته طلایی برای شروع در ۲۰۲۵»
- «همه چیز درباره {کلمه کلیدی} با زبانی ساده و واقعی»

Meta Description (تا ۱۵۵ کاراکتر)

- شامل کلمه کلیدی و وعده ارزش
- لحن دعوت‌کننده
- مثال:
- «با این راهنمای کامل {کلمه کلیدی}، قدم به قدم یاد بگیر چطور در زمان کوتاه به هدف خودت برسی.»

مرحله ۶: چک‌لیست نهایی قبل از تحویل

مورد	توضیح
تیترها روانشناسی‌محور و CTR بالا دارند	

جذاب، احساسی یا عدددار	
CTA در بخش‌ها وجود دارد	نرم و غیرمستقیم
کلمات کلیدی به‌صورت طبیعی توزیع شده‌اند	بین ۴ تا ۱۴ بار
لینک داخلی و خارجی معتبر استفاده شده	حداقل ۳ خارجی، ۵ داخلی
نقل قول از منابع معتبر آورده شده	با لینک واقعی
خوانایی بالا و جملات کوتاه	مناسب موبایل و وب

خروجی مورد انتظار

یک مقاله:

- جامع‌تر و ارزشمندتر از رقبا
- دارای ارزش افزوده برای کاربر
- مطالبی عمیق‌تر و دقیق‌تر از آن چیزی که در سایر سایت‌ها می‌توان یافت
- دارای تیترهای روانشناسی‌محور و کلیک‌خور
- بهینه برای SEO، CRO و تجربه کاربر