

بطاقة تعريف المقال

نية المستخدم: كيف تستهدف جمهورك من الزوار بدقة	عنوان المقال
من خلال التعرف على نية المستخدم ستتمكن من الوصول للعملاء المناسبين لك، وكيفية تهيئة محركات البحث بطريقة صحيحة لتتصدر نتائج البحث عليها.	ملخص الموضوع
الكلمات الرئيسية: نية المستخدم – محركات البحث الكلمات الفرعية: التسويق الإلكتروني – الإنترنت – قصد الباحث – صناعة المحتوى	الكلمات المفتاحية
\user-intent-how-to-attarct-audience	رابط نشر المقال
https://www.freepik.com/free-vector/seo-concept-illustration_13416073.htm#page=1&query=seo&position=7	الصورة البارزة للمقال
1589 للملف كاملاً متضمناً القالب.	عدد الكلمات
محمد خزنة كاتبتي	اسم الكاتب
أبريل – 2021	إنتاج شهر

يعد اختيار شريحة المستخدمين المناسبة على الإنترنت من أهم ركيزات النجاح في عملية تهيئة محركات البحث و تصدر نتائجها. فإن صح القول، فإن العملية تشبه الهرم؛ قاعدته هي اختيار المستخدمين الأنسب لنوعية الموقع أو المنتج عبر دراسة نية المستخدم و غرضه البحثي، ثم تهيئة محركات البحث. إذ يعد النجاح فيما سبق عاملاً أكيداً يضمن النجاح في التسويق الإلكتروني التي تتربع في قمة هذا الهرم. وفي مقالنا هذا سنقدم لك أفضل الطرق لتضمن استهداف الجمهور الأنسب لك بدقة.

تعريف نية المستخدم

يشير مصطلح نية المستخدم إلى معرفة وسائل البحث التي يقوم بها المستخدم، من أجل الوصول إلى المعلومات التي يرغب بالحصول عليها. أي تحديد شريحة الجمهور الأنسب لك، ثم محاولة التفكير مثلهم من أجل إيجاد الوسائل التي سوف تجذبهم إلى موقعك\منتجك. أي كيف سيصل الباحث عبر الإنترنت إلى الموقع، ماذا سيكتب وكيف سيبحث وما نوعية النتائج التي يقوم بالنقر عليها.

تؤدي معرفة نية الباحث إلى نجاحك في تهيئة محركات البحث و تصدر نتائجها. تعد نية المستخدم من أساس النجاح في جميع المجالات فهي تمكنك من التفكير بشكل مسبق عما قد يفكر به المستخدمون من أجل الوصول لمنتجك. وينقسم المستخدمون إلى ثلاث أنواع تبعاً لاختلاف نوايا البحث وأغراضه:

1. الملاح أو Navigator : هو الباحث الذي يبحث عن معلومات من مواقع بعينها، لغرض تصفحها أو استعراض منتجاتها عن قرب. أي ما يبحث عنه حتماً سيتضمن اسم الموقع أو الشركة التي يقصدها.
2. الباحث عن المعلومة أو Informational : هو الباحث الذي غرضه الوصول إلى المعلومة. أي ما يبحث عنه هو المعلومة حول موضوع معين دون التقيد بمصدر محدد.
3. الراغب في الشراء أو Transactional : هو الباحث الذي غرضه شراء منتج ما أو تنفيذ مهمة مالية محددة.

إذن ما هي أفضل الطرائق التي يمكنك اتباعها من أجل النجاح في جعل قصد الباحث وأغراض بحثه تتضمن المحتوى الذي تقدمه؟ تابع قراءة المقال لتجد الجواب.

كيف تستفيد من نية المستخدم لتعزيز موقعك الإلكتروني؟

1- صناعة المحتوى أساس كل شيء

لاشك أن صناعة المحتوى الملائم هي ركيزة أساسية في القدرة على التنبؤ بقصد الباحث عبر الإنترنت. لكن ورغم ذلك ينبغي أن تقدم جزء من معلوماتك في قالب عام يسهل على الجميع تقبله واستيعابه، إذ إنك تريد أن تستقطب مختلف المستخدمين في البداية ثم تميزهم بعد ذلك بما يطلق عليه فعل الغربلة.

2- الكلمات المفتاحية هي سلاحك في إدارة نية المستخدم

الكلمات المفتاحية ونعني بها مجموعة العبارات التي يكتبها المستخدم في محرك البحث للحصول على النتائج المرغوبة. إذ ما يميز المقالات عن بعضها البعض هو تضمن إحداها لكلمات مفتاحية مطروقة من قبل مختلف المستخدمين عبر محركات البحث. ومهما كان المحتوى جذاباً لكنه يفتقر إلى هذه الكلمات فإن حجم الزيارات أشبه بالمناسبة النادرة.

على سبيل المثال، يبحث مستخدم عن معلومات عن "حقائب سفر"، يُعد الباحث هنا مشتري إذ ستعمل محركات البحث على تقديم نتائج تجارية أكثر من كونها علمية. إذ إن [9 من 10 نتائج](#) يعرضها غوغل هي تكون عادةً تجارية، فإن أول النتائج التي سيحصل عليها هي تلك التي تتضمن العنوان الذي بحث عنه. فلو كنت تملك مشروعاً تجارياً متعلق بالسفر وصناعة الحقائب مثلاً أو بيعها، ينبغي اختيار كلمات مفتاحية تسهل من وصول الباحث إليك.

3- عناكب البحث ليست مجرد "بوتات"

دعنا نصنع ذلك بلغة مبسطة، عناكب البحث الخاصة بمحركات البحث لاسيما غوغل تعمل بوصفها مديراً للموارد البشرية في شركة ما. عندما يُعرض عليها عدد كبير من السير الذاتية للأشخاص المتقدمين لملء شاغر ما، فطبيعة عمل مدير الموارد البشرية تحتم عليه أن يختار أفضل المتقدمين لملء الشاغر.

وهذا بالضبط ما ستفعله عناكب البحث، فغرض محركات البحث الأساسي هو خدمة العملاء. إذ عليك أن تنافس لتقديم المحتوى الخاص بك بإطار يخدم المستخدمين أكثر من الاهتمام بنواحٍ أخرى، كالنواحي الجمالية للموقع على حساب المحتوى أو الاهتمام بتقديم المحتوى بشكل سردي قد يضعف رغبة الباحث في متابعة القراءة، الأمر الذي سيجعل عناكب البحث تبتعد عن اقتراح موقعك للعميل عندما يبحث عن نفس الموضوع.

هذه الأمور قد تضعف من نجاح مقالك في تصدر نتائج محركات البحث. وقد تضعك في حيرة، إذ ظاهرياً أنت لا تقترف أي خطأ في اهتمامك بمعايير الـ seo. لكن فعلياً أن لا تحقق المطلوب لتحقيق رضى المستخدمين.

4- انتبه لاختلاف طرق الكتابة والتهجئة عند المستخدمين.

أغلب المواقع الإلكترونية تعتمد في مسماها الأصلي على اللغة الإنجليزية مما يخلق لبس في ترجمة الاسم للغة العربية وبالتالي اختلاف طرق تهجئة الاسم أو كتابته تبعاً لخلفية الباحث الثقافية. فاللغة العربية لغة ضخمة غنية باللهجات وممتدة عبر مجتمعات كثيرة، فحتى لو كان اسم الموقع مكتوباً باللغة العربية قد يقع الباحثون في لبس الغلط الإملائي.

إذ عليك أن تعير انتباهًا لفئة معينة من المستخدمين وهم الملاحون الذين يريدون الوصول لموقعك أو منتجك على وجه الخصوص. لكن هل أنت متأكد أنهم سيتجهون بالحروف بشكل صحيح؟ ربما قد سمعوا باسم شركتك في حوار مع صديق ما، أو في ندوة ما أو في مسلسل ما بشكل عابر وتكون لديهم الفضول الكافي ليبحثوا عنك لكن لا يستطيعون معرفة الاسم بشكل دقيق.

عليك أن تهتم بإيجاد ضمان يؤكد وصول المستخدمين إلى موقعك\منتجك حتى وإن ارتكبوا أخطاءً إملائية. فمثلاً اسم فيسبوك يكتبه بعض الباحثين هكذا "فيس بوك" هل هذا يعني أننا لن نصل إلى موقع فيسبوك الشهير؟ حتماً لا. لذا عليك أخذ الحيلة من طرق البحث عند المستخدمين التي تختلف تبعاً للعديد من العوامل.

5- اجعل قصد الباحث -يقصدك- أنت

أي تحويل المستخدمين الباحثين عن المعلومة إلى ملاحين يلجأون إلى موقعك أو منتجك فوراً عبر البحث عنهم بشكل خاص دون عناء البحث العام عبر المواقع. نعم، يمكنك فعل ذلك، فبدل أن تنتظر المستخدم كي يقوم بالبحث لغرض الوصول إليك استدرجه بنفسك.

الأمر ليس مخادعةً أو طرق عجابية كل ما عليك فعله هو:

- طرح إعلانات ممولة
- الاستعانة بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- الاستعانة بشركات التسويق الإلكتروني

● طرح إعلانات ممولة

أفضل طريقة تجذب بها العملاء هي أن تكون أمامهم كل الوقت. فإذا وجهت حملة من الإعلانات الممولة التي تستهدف المستخدمين الذين تريد التعامل معهم مراراً وتكراراً لكن ليس بأي أسلوب، إذ عليك أن تقوم بجعل الإعلان يبدو وكأنه الحل لأبرز مشكلاتهم في الحياة، سينتهي الأمر بكونك فكرة في اللاوعي الخاص بهم، إلى أن يقصدون البحث عن منتجك لوحدهم.

● الاستعانة بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي

لا يوجد وسيلة أفضل في إدارة نية المستخدم وجذب العملاء من القيام بحملات ترويجية عبر المؤثرين أصحاب الرأي عبر منصات التواصل الاجتماعي.

فأنت هنا تهدف أن تحول الباحث الذي يبحث عن المعلومة ما (لنفرض هنا علاج قشرة الرأس)، إلى باحث ملاح يبحث عن موقعك بعد أن رأى أحد المشاهير يمدح به أو يظهر في إعلان خاص به. (كما هو الحال مع اللاعب الشهير كريستيانو رونالدو وأحد مستحضرات العناية الشخصية).

● الاستعانة بخدمات التسويق الإلكتروني

تعد الاستعانة بخدمات التسويق الإلكتروني الطريق الأبسط لاستهداف شريحة العملاء الأنسب لموقعك أو لمنتجك دون العناء باتباع كل الخطوات السابقة ، إذ أصبح اليوم يتوفر العديد من المواقع التي تتيح للأفراد الوصول إلى خدمات من أفراد قادرين على ذلك وبأسعار مناسبة، وأفضل مثال على ذلك [منصة خمسات](#) . فقط اعثر على أكثر خدمة تلائمك، تواصل مع المنشئ عبر منصة خمسات التي تضمن لك حقوقك.

6- تذكر أن نية المستخدم ونتائج البحث المرتبطة بها يمكن أن تتغير في أي لحظة

إن قصد الباحث والنتائج المرتبطة به على محركات البحث ليس ثابتاً. إذ يمكن أن يخضع لتغيير قد يتراوح ما بين تغيير فجائي إلى تغيير طويل الأمد وبطيء، دائم أو مؤقت

فمثلاً في عام 2016 [حصلت إحدى أكبر الهجمات الإلكترونية في الولايات المتحدة](#)، ودون النظر في الدوافع والأخبار الأخرى المتعلقة بهذا الموضوع كان قد حصل شيء مهم. قد تغيرت نتائج البحث المرتبطة بالموضوع "DNS" فقبل الهجمات كانت النتائج تركز على الجانب التجاري (مستخدم مُنتقل مالياً) ، هذا يعني أن أي مستخدم يقوم بالبحث عن DNS كان سيحصل على نتائج تساعد في اختيار مزود الـ DNS الأنسب له.

لكن بُعيد الهجمات بوقت قصير جداً تحولت نتائج البحث إلى الطابع الإخباري وذلك بسبب تغير قصد الباحثين ونيّتهم للاطلاع على موضوع الهجمات. هذا التغير في نية المستخدم لم يكن دائماً إذ عادت المعلومات التجارية لتصدر نتائج البحث بعد فترة من الزمن. أي أن التغير في نية المستخدم هو أمر جداً شائع ولا يوجد له مقدمات أو قوالب محددة إذ يتوجب عليك أن تبقى على تواصل دائم مع تغيرات العالم وما لها من تبعات على منتجك\شركتك.

بهذا نصل إلى ختام مقالنا الذي تناولنا فيه بعضاً من النقاط الأساسية التي يجب إدراكها من أجل النجاح في إدارة نية المستخدم واستخدامها لتحقيق تهيئة مثلى لمحركات البحث ومن ثم تصدر نتائج البحث على المواقع الإلكترونية. إذ إن هذه الخطوات عبارة عن شبكة متكاملة لا يمكن الإلمام بإحداها دون الخوض في الباقي.

المصادر:

<https://www.crazyegg.com/blog/guide-user-intent/>

<https://www.searchenginejournal.com/seo-101/how-people-search/#close>

<https://blog.inkforall.com/whats-a-content-creator>

<https://blog.hubspot.com/marketing/importance-of-user-intent-in-seo#sm.0001aumrxdy45d7vua9200edxt7n>

<https://youtu.be/T0pWsZRoU0w>

<https://zapier.com/blog/improve-search-engine-ranking/>

admin, مرحبًا

Rank Math SEO

مشاهدة المقالة

جديد

0

1

Muhammad

الرئيسية

مقالات

كل المقالات

أضف جديدًا

تصنيفات

وسوم

وسائط

صفحات

تعليقات

Rank Math

المظهر

إضافات

مراجعة: 5 تصفح

نشر في: 6 أبريل، 2021 الساعة 01:07

تعديل

قابلية القراءة: جيدة

SEO: جيدة

Connect Yoast SEO with Zapier to instantly share your published posts with 2000+ destinations such as Twitter, Facebook and more

SEO: 88 / 100

تحديث

نقل إلى سلة المهملات

بنية المقالة

نص

مرئي

أضف ملفات وسائط

فقرة

وسائل دراسة نية المستخدم وتهينة محركات البحث، من أساسيات النجاح في عملية التسويق الالكتروني. وفي مقالنا هذا سنقدم لك أفضل طرائق ضمان استهداف الجمهور الأنسب لك بدقة.

نية المستخدم هو مصطلح يعبر عن سلسلة الخطوات المتبعة لمعرفة ما يقوم به الباحث عبر الإنترنت للوصول إلى غايته. إذ تعد من أساس النجاح في جميع المجالات فهي تمكنك من التفكير بشكل مسبق عما قد يفكر به المستخدمون من أجل الوصول لمنتجك.

وفي المرحلة الثانية تنتقل عندها إلى العمل على تهينة محركات البحث، (غوغل وغيرها من المواقع التي تقدم خدمات بحثية مجانية). حيث ينبغي عليك اتباع بضع خطوات مهمة. يمكنك قراءة المزيد هنا في مقالنا هذا سنتحدث عن كيفية استهداف جمهورك بدقة عن طريق النجاح في إدارة نية المستخدم.

اجتياز المقال لشروط السيو وفق إضافتي يوست و رانك ماث.