

متاگ title چیست؟



تگ تایتل title در واقع یک کد HTML است که تیتتر صفحه شما در وب را مشخص می‌کند. موتورهای جستجو در صفحه نتایج، تیتتر شما را از روی تگ title می‌خوانند. تگ تایتل شما در نتایج جستجو عنصر قابل کلیک سایت شماست و برای [بالا بردن نرخ کلیک](#)، [سئو](#) و تعامل با کاربران از اهمیت بالایی برخوردار است. تیتتر صفحه شما باید دقیق باشد و توضیح مختصری از محتوای شما ارائه دهد.

کد html تگ title

```
<head>
<title>Example Title</title>
</head>
```

فرمت یا شکل بهینه (برای موتورهای جستجو)

عبارت کلیدی اصلی – عبارت کلیدی مترادف | نام برند

خرید چکش، ابزار آلات خانگی | ابزارشاپ

طول بهینه تیتتر title برای سئو

گوگل معمولاً ۵۰ تا ۶۰ کاراکتر ابتدایی تگ تایتل شما را نمایش می‌دهد. اگر تیتتر خود را کمتر از ۶۰ کاراکتر بنویسید، می‌توانید انتظار داشته باشید که گوگل در ۹۰ درصد مواقع تیتتر شما را کامل نمایش دهد. این تعداد کاراکتر بدون محاسبه فاصله بیان شده است. نمی‌توان محدودیتی دقیق برای تعداد کاراکتر تگ تایتل بیان کرد چرا که ممکن است در صفحه نمایش‌های مختلف، نتایج متفاوتی را ببینید.

چرا تگ تایتل title مهم است؟

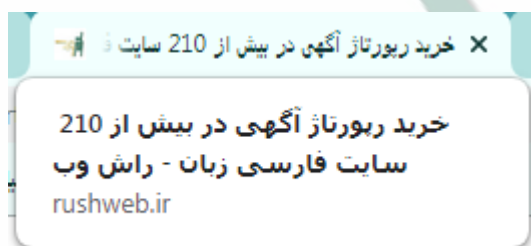
متاگک تیتیر title فاکتور بسیار بزرگی در کمک به موتورهای جستجو برای درک محتوای شما هستند و اولین احساسی که مخاطبان درباره صفحه شما پیدا می کنند نیز از آنها نشات می گیرد. تگ تیتیر در سه نقطه کلیدی مورد استفاده قرار می گیرد: ۱. صفحه نتایج جستجو موتورهای جستجو ، ۲. مرورگرها، ۳. شبکه های اجتماعی

۱. صفحه نتایج موتورهای جستجو

تگ تایتل شما حضور شما در نتایج جستجو محسوب می شود و اولین تجربه کاربر از مواجه شدن با سایت شما را رقم می زند. حتی اگر شما رتبه خوبی داشته باشید نیز تیتیر شما تاثیر بسیار زیادی بر کلیک یا عدم کلیک کاربر بر روی نتیجه سایت شما خواهد گذاشت.

۲. مرورگرها

تگ title شما بالای مرورگر به شکل برجسب نمایش داده می شود. این موضوع به کسانی که تبهای زیادی باز دارند برای پیدا کردن دوباره تب مربوط به صفحه شما کمک می کند.



تیتیرهای اختصاصی و قابل درک با کلمات کلیدی مهم بنویسید تا کاربران با یک نگاه متوجه محتوای صفحه شما شوند و به سادگی در میان تبهای باز دیگر سایت شما را بیابند.

۳. شبکه های اجتماعی

وقتی شما لینک صفحه ای را در یکی از شبکه های اجتماعی مانند فیسبوک منتشر می کنید، تگ تایتل آن صفحه به شکل یک تیتیر ظاهر خواهد شد. البته در نظر داشته باشید برخی شبکه های اجتماعی مانند فیسبوک و توئیتر به شما اجازه می دهد تا تگ تیتیر مخصوص خودتان را انتخاب کنید.

نحوه نوشتن تیتیر مناسب

حالا که از اهمیت تیتیر برای موتورهای جستجو و بهبود [تجربه کاربری UX](#) مطلع شدیم، با هم به بررسی برخی نکات برای نوشتن title مناسب می پردازیم:

۱. مراقب طول تیتیر خود باشید.

اگر طول تیتیر شما خیلی زیاد باشد، ممکن است موتورهای جستجو با اضافه کردن یک "..." به انتهای آن، به طور کامل تیتیر را نمایش ندهند و برخی کلمات مهم شما از دید کاربر پنهان بماند. با وجود اینکه ما به طور کلی توصیه می کنیم تیتیر را کمتر از ۶۰ کاراکتر قرار دهید، برخی اوقات گوگل بسته به صفحه نمایش دستگاه کاربر تعداد کاراکترهای بیشتری را نمایش دهد.

برخی حروف فضای بیشتری اشغال می کنند، مانند "W" در انگلیسی و "گ" در فارسی. مثل پایین را مشاهده کنید:

Littlest Pet Shop Petfest - Littlest Pet Shop Official Website | LPS | Hasbro
(77 Characters Wide)

Custom Wedding Koozies-Wedding Can Coolers ...
(42 Characters Long)

تیتتر اولی با وجود ۷۷ کاراکتر بدلیل وجود حروفی مانند a، t، l و r که فضای زیادی اشغال نمی‌کنند به طور کامل نمایش داده شده است. اما مثال دومی با وجود تنها ۴۲ کاراکتر که اکثراً فضای زیادی اشغال می‌کنند، به طور کامل توسط گوگل در نتایج نمایش داده نشده است.

پس در نظر داشته باشید حتی با وجود داشتن تیتتری با تعداد کاراکترهای منطقی نیز ممکن است موتورهای جستجو تیتتری متفاوت از آنچه شما در تگ title قرار داده‌اید نمایش دهند. هیچ‌گونه جریمه‌ای برای تیتترهای بلند وجود ندارد، خودتان را جای کاربر جستجو کننده بگذارید و به این فکر کنید که با جستجوی عبارتی دوست دارید چه تیتتری را ظاهر کنید؟

۲. از چپاندن عبارات کلیدی بپرهیزید.

با وجود اینکه گوگل جریمه‌ای برای تیتترهای طولانی در نظر نمی‌گیرد، اما اگر شما هم عبارات کلیدی خود را در تیتتر تکرار می‌کنید و تجربه کاربری ضعیفی بوجود می‌آورد، به زودی به مشکل برخورد خواهید خورد. مانند:

طراحی سایت، طراحی سایت وردپرس، طراحی سایت ارزان، طراحی سایت حرفه‌ای، طراحی سایت تهران – راش وب

از اینگونه تیتترها که تکرار کلمه کلیدی و یا مترادفهای آن هستند، پرهیز کنید. این تیتترها برای کاربران ضعیف هستند و به همین دلیل با موتورهای جستجو هم به مشکل خواهید خورد. موتورهای جستجو تنوع عبارات کلیدی را متوجه هستند و مترادف‌ها را می‌شناسند، چپاندن کلمات کلیدی در تیتتر غیرضروری و ناکارآمد است. در عوض با رعایت [فاکتورهای سئو داخلی](#)، صفحه خود را برای تمام این عبارات بهینه کنید.

۳. برای هر صفحه تیتتر اختصاصی بنویسید.

تیتترهای اختصاصی به موتورهای جستجو نشان می‌دهند که محتوای شما نیز اختصاصی است و هم‌چنین نرخ کلیک بالاتری نیز دریافت خواهید کرد. در مقیاس صدها و هزاران صفحه موجود در دنیای وب، شاید سخت به نظر بیاید که تیتتری اختصاصی برای هر صفحه بنویسیم، اما با دسترسی داشتن به تغییر تیتتر (تگ title) بدون تغییر تیتتر صفحه H1 این امکان میسر شده است که برای هر صفحه به صورت دسته جمعی تیتتری اختصاصی بنویسید. برای مثال، اگر شما هزاران صفحه محصول در وبسایت خود دارید، می‌توانید فرمت آنها را به طور دسته‌جمعی از داخل پنل خود تغییر دهید، مانند:

نام محصول، نام دسته بندی – نام برند

خرید پیچ گوشتی، ابزارآلات خانگی – ابزارشاپ

اگر از وردپرس برای [طراحی سایت](#) خود استفاده می‌کنید، می‌توانید با مراجعه به تنظیمات افزونه یواست سئو این تغییرات را انجام دهید.

۴. کلمه کلیدی هدف را در ابتدا قرار دهید.

طی تحقیقات و گزارش‌های وبسایت MOZ قرار دادن کلمه کلیدی در اوائل تگ تایتل تأثیری مثبت در رتبه بندی نتایج جستجو دارد. به علاوه، تحقیقات بر روی رفتار کاربران نشان می‌دهد که معمولاً یک و دو کلمه اول هر تیتتر بیشترین نگاه را به خود جذب می‌کند. به همین دلیل است که ما پیشنهاد می‌کنیم، تیتتر خود را با نمایش اصلی ترین جنبه محتوا هر صفحه در ابتدای آن آغاز کنید و نام برند را نیز در ابتدای تیتتر نیاورید.

۵. از نام برند خود استفاده کنید.

اگر برندی قوی و شناخته شده دارید، اضافه کردن آن به تیتتر می‌تواند نرخ کلیک شما را افزایش دهد. ما به طور کلی پیشنهاد می‌کنیم نام برند خود را در انتهای تیتتر بیاورید، اما در برخی صفحات مانند درباره ما، تماس با ما یا صفحه اصلی ممکن است بخواهید بیشتر بر روی نام برند تاکید کنید.

۶. تیترا را برای مشتریان خود بنویسید.

با وجود اهمیت بسیار بالای تیترا برای سئو، فراموش نکنید هدف اول شما گرفتن کلیک از کاربران است. تگ title در واقع اولین برخورد مشتری شما با برندتان در نتایج جستجو است، باید مثبت ترین و مناسب ترین پیام برای وی نیز باشد.

چرا گوگل تیترا (تایتل title) مرا در نتایج نمایش نمی دهد؟

برخی اوقات گوگل ممکن است تیترا نمایش دهد که در واقع تیترا نیست که شما برای صفحه خود نوشته اید. چرا؟ ۳ توضیح برای این مشکل وجود دارد.

۱. در تیترا شما کلمات کلیدی چپانده شده است. keyword-stuffed

همانطور که پیشتر نیز گفتیم، اگر سعی کنید با تکرار کلمات کلیدی در تیترا برای هر عبارت جایگاهی بدست آورید، به دلایلی روشن، گوگل بخشی که برای کاربر مفید می داند را نمایش خواهد داد.

۲. در تیترا کلمه کلیدی هدف نیست.

اگر محتوای شما پیرامون کلمه کلیدی بخصوصی نوشته شده باشد و این کلمه درون تگ title شما وجود نداشته باشد یا تیترا بی ارتباط به موضوع باشد، گوگل ممکن است خودش تشخیص دهد چه تیترا برای این صفحه نمایش دهد. این اتفاق لزوما چیز بدی نیست، هیچ تیترا قرار نیست برای هر جستجویی مناسب باشد. اگر محتوای شما طیف گسترده ای از کلمات کلیدی را پوشش می دهد سعی کنید تیترا بنویسید که همه آنها را پوشش دهد و پاسخ قصد کاربر را بدهد.

۳. یک تیترا جایگزین دارید

در برخی موارد اگر تیتراهای جایگزین تعریف کرده باشید، مانند متا تگ های تایتل برای شبکه های اجتماعی، گوگل ممکن است ترجیح دهد آن تیترا را نمایش دهد. این هم مورد بدی نیست اما اگر تیترا نمایش شده دلخواه شما نیست باید تیتراهای جایگزین خود را بررسی کنید.