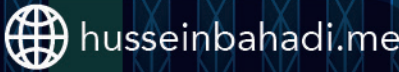


# البحث الصوتي VOICE SEARCH

تقنية أصبحت واقعاً فهل جهّزت موقعك أو متجرك الإلكتروني للاستفادة المثلى من البحث الصوتي.

تنبيه: هذا الدليل سيرافقك حتى عام 2024م !





# البحث الصوتي VOICE SEARCH

تقنية أصبحت واقعاً فهل جهزت موقعك أو متجرك  
الالكتروني للاستفادة المثلى من البحث الصوتي.

**تنبيه:** هذا الدليل سيرافقك حتى عام 2024م !



## دليل البحث الصوتي:

أصبح البحث الصوتي حاليًا مجالًا ضخمًا، كما أنه يزداد نموًا يوميًا بعد يوم.

### لكن يبقى السؤال:

كيف تحسّن موقعك للاستفادة المثلى من البحث الصوتي؟

هذا ما سنتعلمه في هذا الدليل.

### لمن هذا الدليل ؟

إذا كنت مختص في التسويق الرقمي ، أو لديك متجر إلكتروني أو كنت مسؤولاً عن موقع إلكتروني لجهة حكومية أو شركة خاصة أو محباً لتقنيات البحث وخوارزمياتها

فهذا الدليل مخصص لك وسيبقى معك حتى عام 2024م !! لأن وقت البحث الصوتي قد حان والتطور فيه سريع وبشكل مخيف وتحتاج إلى مواكبة ذلك لتحقيق:

- تحسين محركات البحث (SEO) في مجال البحث الصوتي لموقعك أو متجرك الإلكتروني

- تحسين المحتوى الرقمي للاستفادة المثلى من البحث الصوتي

قراءة ممتعة .. !!

## المحتويات

|    |  |
|----|--|
| 5  | دليل البحث الصوتي:.....  |
| 7  | <b>الفصل الأول : ثورة البحث الصوتي</b> .....                     |
| 7  | يقول البعض إننا حالياً في خضم «ثورة البحث الصوتي».....           |
|    | <b>الفصل الثاني : تحسين محركات البحث (السيو) في مجال البحث</b>   |
| 14 | الصوتي .....   |
| 25 | <b>الفصل الثالث : الكلمات المفتاحية للبحث الصوتي</b> .....       |
|    | <b>الفصل الرابع : تحسين المحتوى للاستفادة</b>                    |
| 30 | من البحث الصوتي.....   |
| 38 | <b>الفصل الخامس : نصائح واستراتيجيات</b> .....                   |
| 38 | في البحث الصوتي.....   |
|    | <b>الفصل السادس : دراسات حالة عن تحسين الظهور في نتائج البحث</b> |
| 48 | الصوتي.....  |

# الفصل الأول : ثورة البحث الصوتي

يقول البعض إننا حالياً في خضم «ثورة البحث الصوتي».

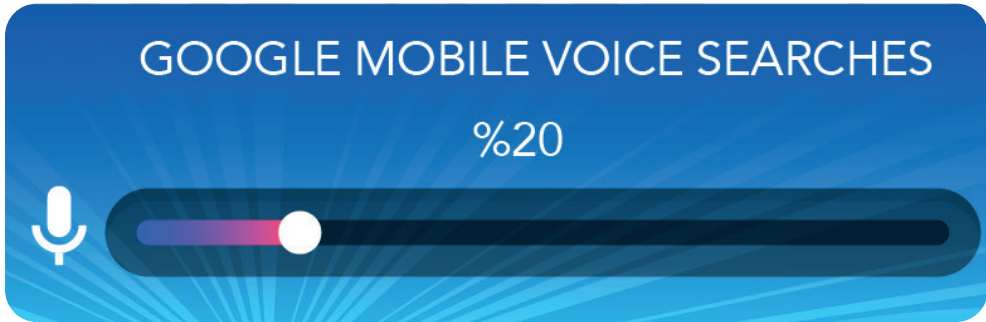
**فهل هذا صحيح، أم أنه من قبيل المبالغة؟**

دعونا نلقي نظرة على بعض الإحصاءات الحديثة..

جوجل وقبل 4 سنوات من الان في عام 2016م ذكرت أن 20% من جميع عمليات

البحث في خدمات جوجل للهواتف تتم من خلال البحث الصوتي ( المصدر Search

Engine Land) ! .. فما بالك الان !!



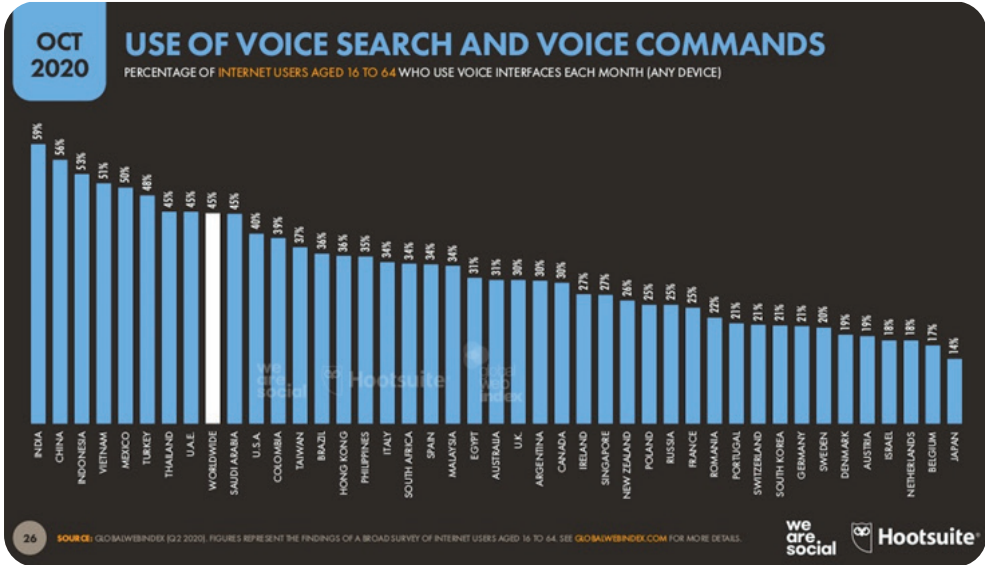
ذكر موقع STATISTA أن بحلول 2023م سيصل عدد مستخدمي المساعد الصوتي إلى

15.8 بليون شخص!

كما جاء في نفس إحصاءات الموقع بأنه حالياً في عام 2020م بلغ عدد مستخدمي

المساعد الصوتي 3.25 بليون شخص أي مايقارب نصف سكان العالم !

المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة أكثر دولتين عربيتين استخداماً للبحث الصوتي والأوامر الصوتية بحسب تقرير wearesocial Oct 2020



بالتالي، فإن هذه الإحصائيات ترسم لنا صورة واضحة:

عن أن تقنية البحث الصوتي ليست «الثورة التقنية المقبلة» لأنها قد وصلت بالفعل.

وحتى عندما تتعمق أكثر، تصبح الأمور أكثر تشويقاً..

وخلافاً للاعتقاد الشائع، لا يقتصر البحث الصوتي على الأجهزة المحمولة فقط، فهناك

عدد أكبر من الناس يتحدثون إلى الحواسيب المكتبية ومساعد الصوت الذكي.

وبالحديث عن ذلك..

فإن 65% من مستخدمي مساعد الصوت الذكي (سواء Google Home أو Amazon

echo) «لا يمكنهم تخيل الاستغناء عنها والعودة إلى الوراء» (وفقاً لموقع

Geomarketing).

SAY VOICE - ACTIVATED DEVICES ARE  
ESSENTIAL TO THEIR LIVES

6/10



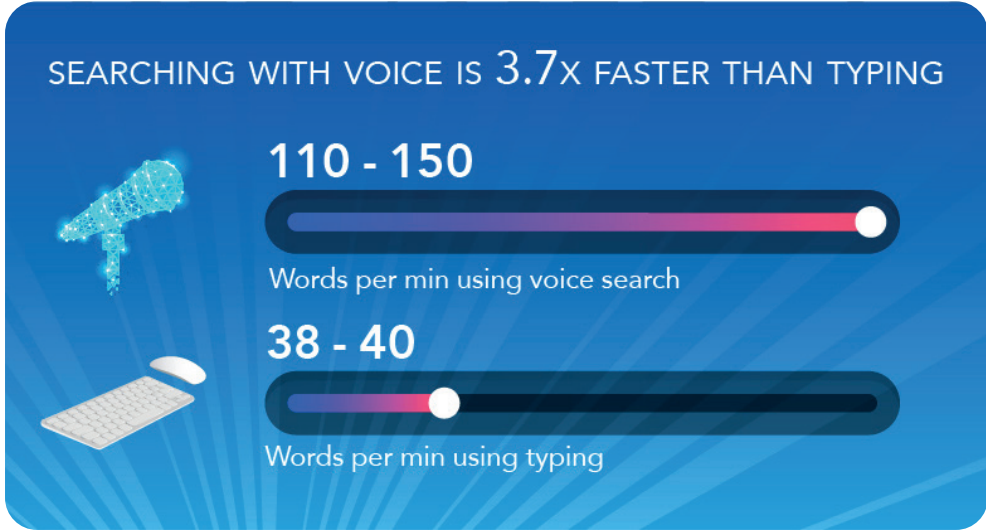
وستصبح أجهزة المساعد الصوتي الذكي لا غنى عنها، حيث سيحتوي كل منزل على واحدة منها. ومع تزايد عدد الأشخاص الذين يستخدمونها في البحث، فإن طرق تحسين محركات البحث ستكون بحاجة إلى التكيف معها (المزيد من التفاصيل حول هذه النقطة في الفصل الثالث من هذا الدليل).

يبدو من الواضح أن البحث الصوتي يقطع المزيد من نسب البحث الكتابي. وكما سترى قريباً، سيؤثر هذا التوجه على كيفية تطوير المحتوى لتحسين محركات البحث.

## لماذا ينمو البحث الصوتي بهذه السرعة؟

هناك 3 عوامل رئيسية تدفع نحو هذا التوجه..

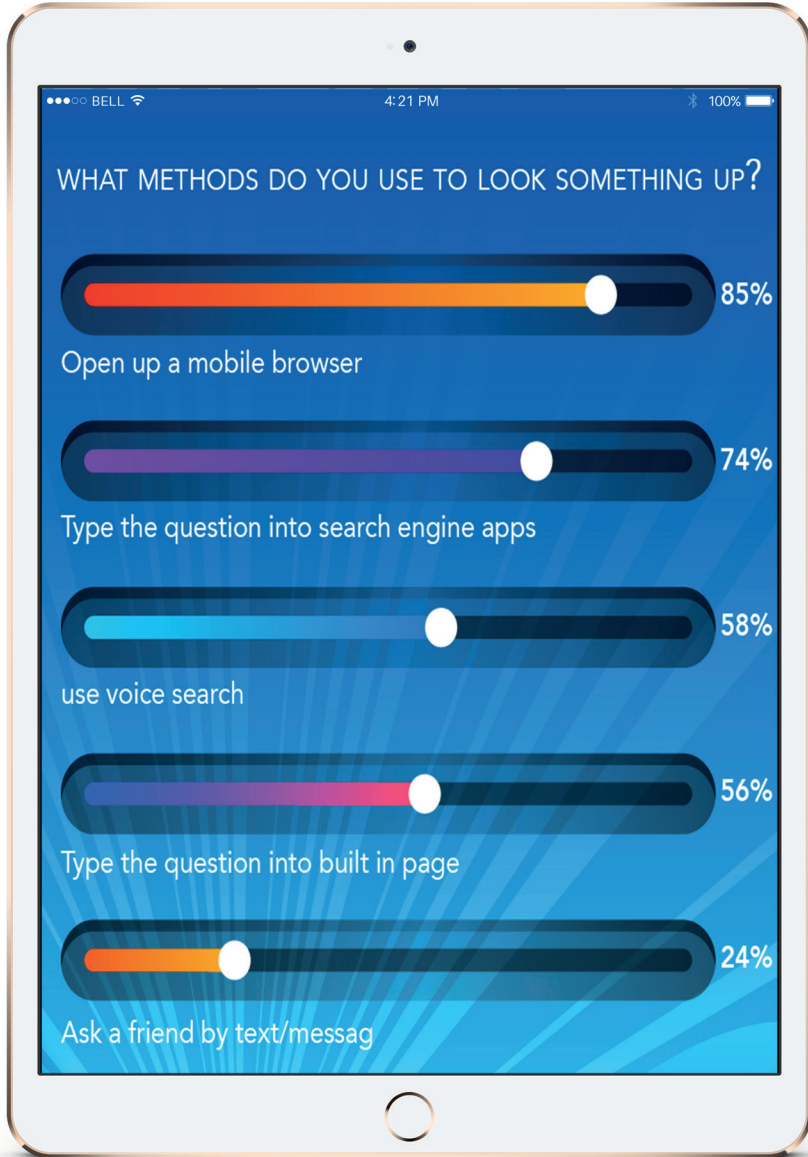
**أولاً:** أن البحث عبر الصوت أسرع 3.7 مرة من الكتابة (وفقاً لموقع Bing).



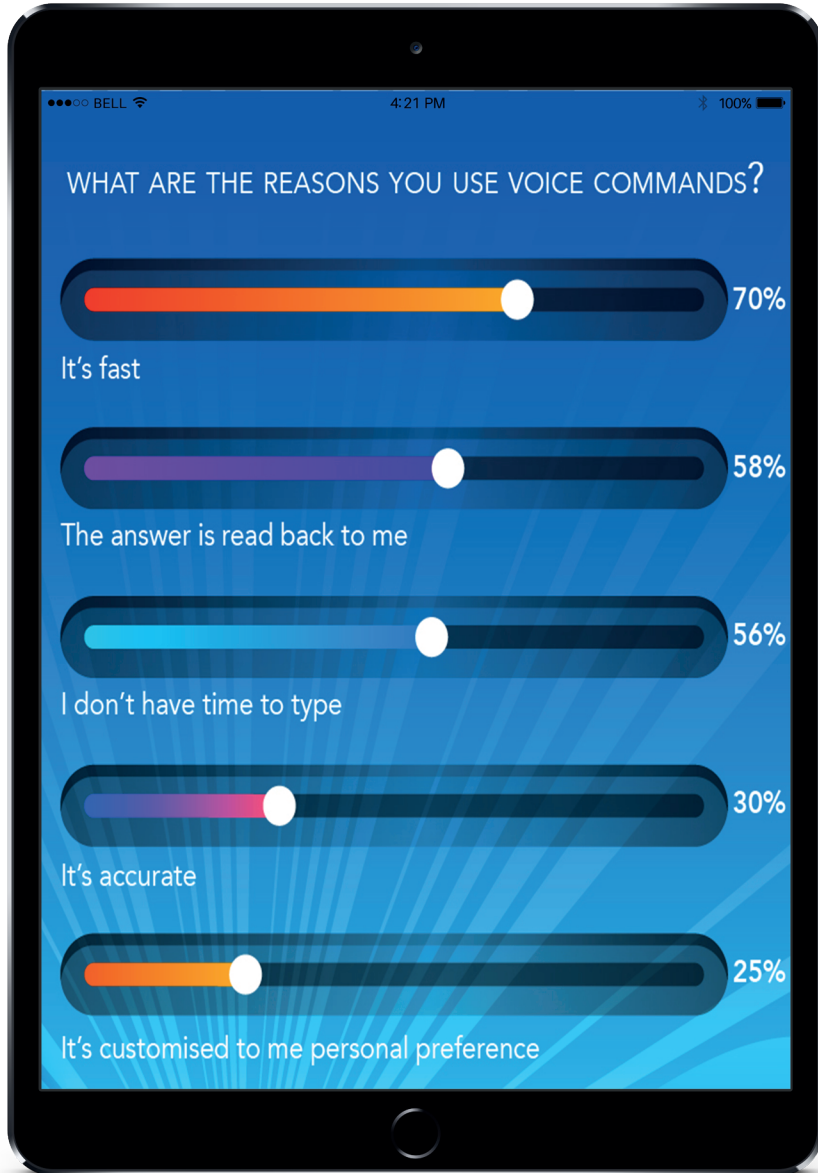
بحث أسرع = إجابات أسرع

لذلك لا عجب أن المزيد من الأشخاص أصبحوا يستخدمون أصواتهم بدلاً من لوحة المفاتيح.

**ثانيًا:** أن استخدام الصوت يُعد مثاليًا لعمليات البحث عبر الهواتف. في الواقع، حوالي 60% من مستخدمي الهواتف يستعملون البحث الصوتي «لبعض الوقت» على الأقل (وفقًا لشركة Stone Temple).



**ثالثاً وأخيراً:** أن البحث الصوتي أسهل وملائم أكثر، وهذا على الأرجح السبب في أن أكثر من نصف المشاركين في أحد الاستطلاعات ذكروا أنهم يستخدمون البحث الصوتي لكي «لا يضطروا إلى الكتابة» (Stone Temple).



إن كتابة جملة «أين يقع أقرب مقهى ستاريكس؟» على جهاز الجوال أمرٌ مرهق أو صعب خصوصاً عندما تكون في السيارة أو تمشي على الطريق، لكن قول الجملة ذاتها بصوتٍ عالٍ أمرٌ في غاية السهولة، حتى عند ذكرها باللهجة العامية فإن المساعد الصوتي يتقبلها ويجب عليك !

### **خلاصة القول:**

من الواضح أن البحث الصوتي ليس مجرد ضجة إعلامية، بل هو توجه حقيقي.  
**كما أن هذا التوجه يؤثر بالفعل على تحسين محركات البحث.**

# الفصل الثاني: تحسين محركات البحث (السيو)

## في مجال البحث الصوتي

وكما تبين، فإن البحث عبر الصوت مختلف تمامًا عن البحث عبر الكتابة.

وعلى وجه التحديد، يؤدي البحث الصوتي إلى تغيير:

طريقة بحث الناس

ومتى يبحثون

وعن ماذا يبحثون.

خلال هذا الفصل، سأتناول هذه التغييرات بشكل منفصل وكيف تؤثر على تحسين محركات البحث.

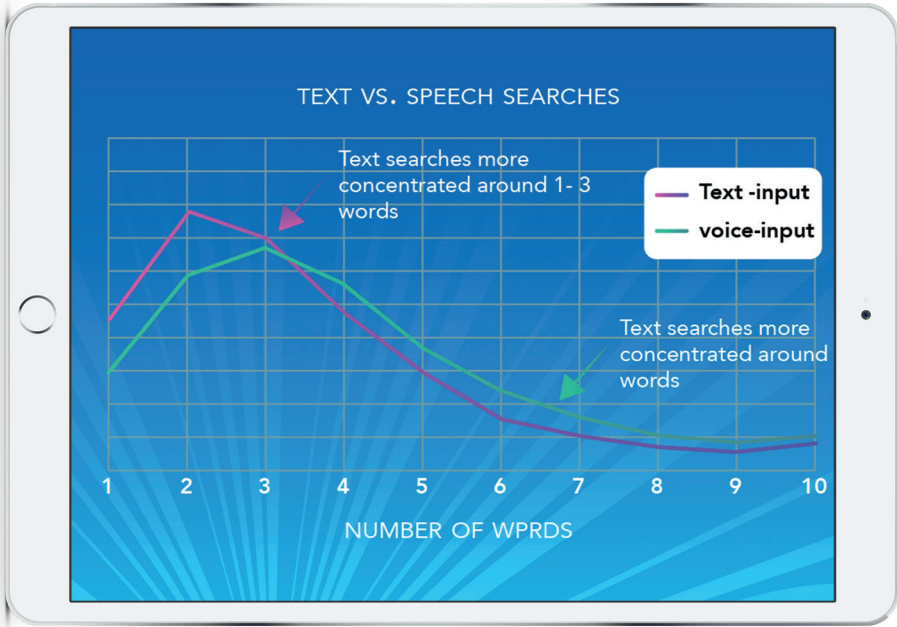
### #1: البحث الصوتي يغير سلوك الناس في البحث

يؤدي البحث الصوتي إلى تغيير سلوك الناس في البحث من جانبين مهمين:

• عمليات البحث أصبحت أطول.

• عمليات البحث أصبحت أكثر حوارية.

لاحظ مهندسو محرك البحث Bing أن الكلمات المفتاحية للبحث الصوتي أطول بكثير من تلك المستخدمة في عمليات البحث الكتابي.



كما أن عمليات البحث الصوتي ليست أطول فحسب، بل أصبحت أيضًا **أكثر حوارية.**

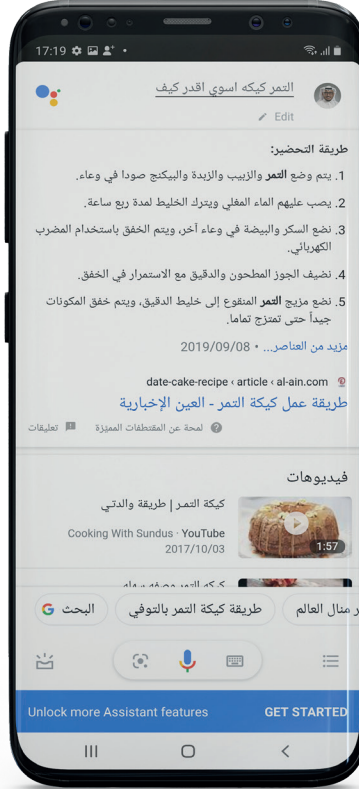
(في الواقع، ذكرت شركة جوجل أن 70% من عمليات البحث على مساعد جوجل تستخدم «اللغة الطبيعية»).

على سبيل المثال، هذا المثال للنساء لنفترض رغبتك في تحضير كيكة التمر. قبل سنوات، كنت على الأرجح ستكتب على جوجل جملة رئيسية قصيرة مثل «طريقة تحضير كيكة التمر» أو «ماهي مقادير كيكة التمر»؟

لكن عندما تبحث عن الشيء نفسه باستخدام صوتك، فإن استفسارك سيكون مختلفاً تماماً.

بمعنى أن جملة البحث ستصبح أطول، بالإضافة إلى أنك ستستعمل لغة طبيعية «بشرية»، مثل:

«كيف أقدر اسوي كيكة التمر»!



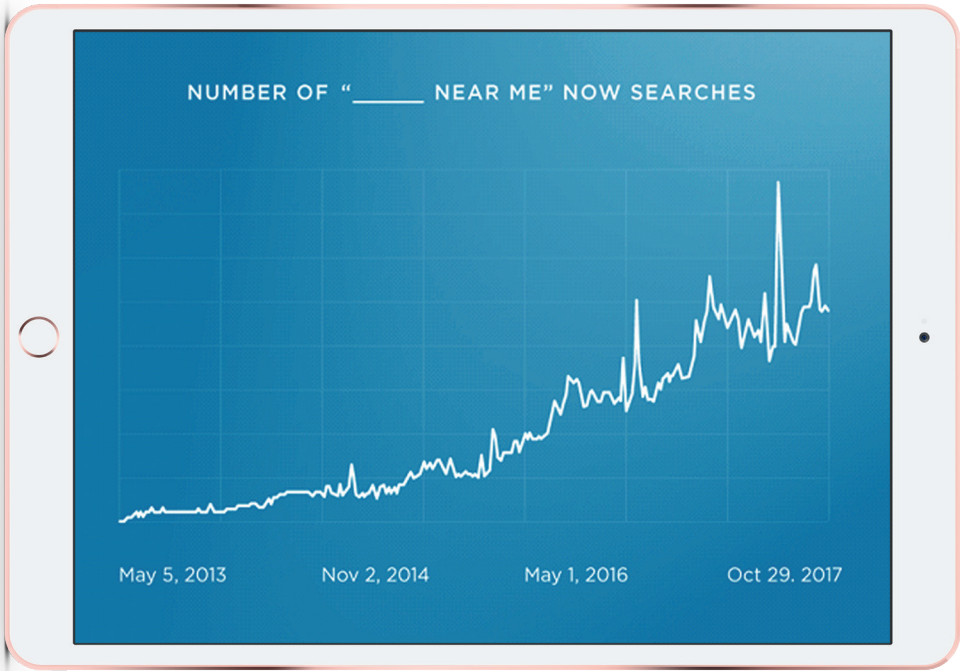
هذا الأمر له تأثير كبير على طريقة اختيارنا لكلمات وجمل البحث المفتاحية وكذلك تحسين ظهور الموقع في نتائج محركات البحث.

وسأوضح لكم كيفية التأقلم مع هذا التغيير في الفصلين الثالث والرابع.

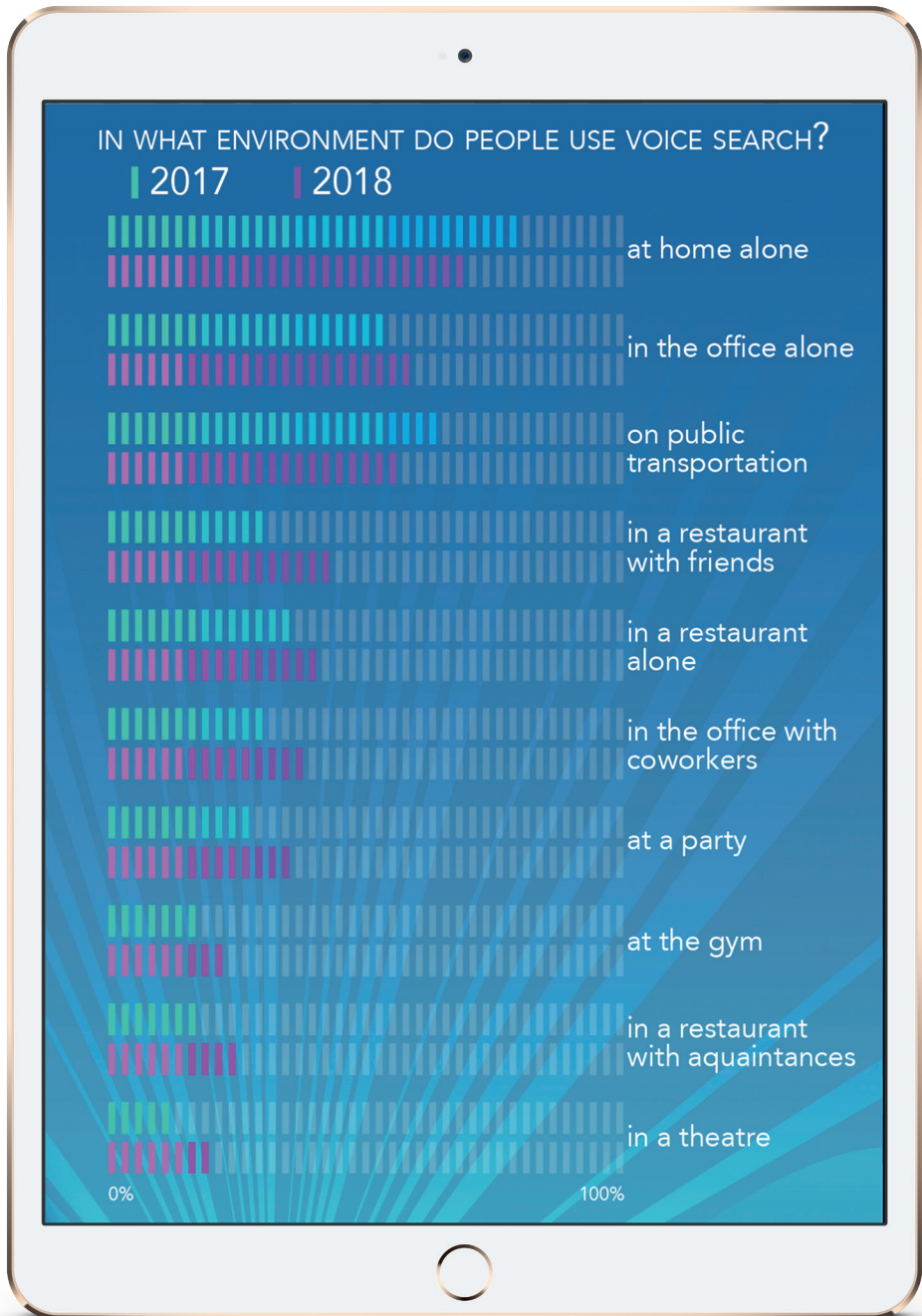
لكن الآن، لنلقي نظرة على الطريقة الثانية وكيف أن البحث الصوتي يفضل الناس استخدامه في أماكن معينة!

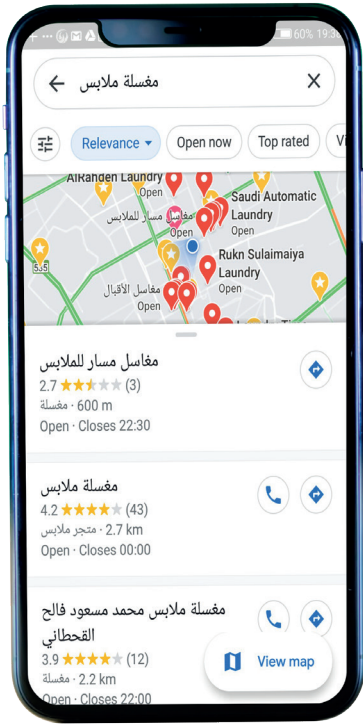
## #2: البحث الصوتي يغير سلوك الناس في البحث

نظرًا لأن البحث الصوتي مريح للغاية، فقد أصبح يُستخدم بشكل أكبر وفي أماكن أكثر من أي وقت مضى. في الواقع، أفادت شركة جوجل أن عمليات البحث التي تحتوي على عبارة «بالقرب مني الآن» قد زادت بنسبة 150% خلال العامين الماضيين.



كما أن عمليات البحث تلك تتم في أماكن قد لا تتوقعها.. ففقد وجدت إحدى الدراسات الاستقصائية أن الناس أصبحوا يميلون أكثر إلى استخدام البحث الصوتي في الأماكن العامة (كالمطاعم والصالات الرياضية.. بل وحتى في الحمامات العامة وانتم بكرامه!) مقارنة بالعام الماضي.





على سبيل المثال..  
 لنفترض أنك ذاهب في الصباح للعمل وفي الطريق، انسكبت القهوة على ملابسك (ثوبك أو قميصك مثلاً).  
 قبل سنوات، وفي حال افترضنا انك تريد حل مشكلة الثوب أو القميص كنت ستتوجه نحو أقرب مكان لك باستعمال شبكة الإنترنت اللاسلكي، حيث تلتقط هاتفك وتكتب على جوجل ماب «مغسلة ملابس».

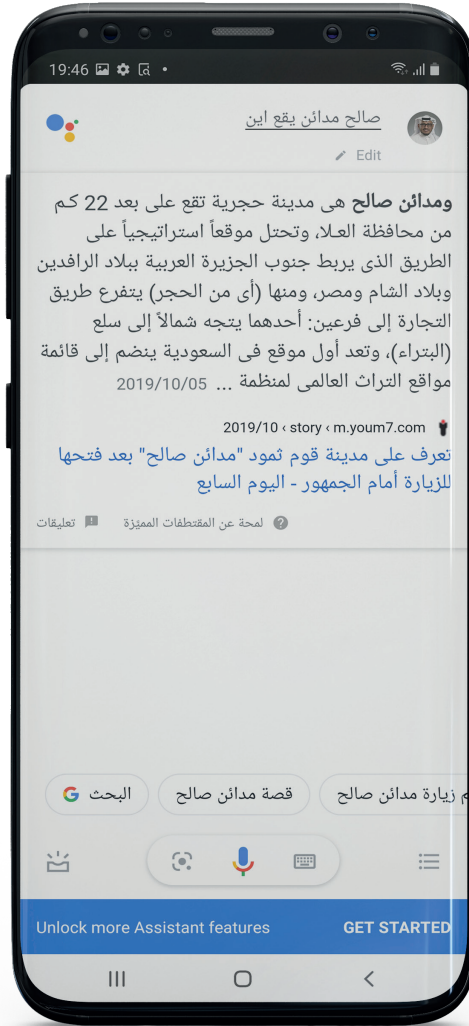


لكن بفضل شبكات التطور وتقنية تحديد المواقع والبحث الصوتي تحديداً، سيكون باستطاعتك إجراء البحث الصوتي والحصول على النتيجة التي ترغب بها.

(وكما أوضحت سابقاً، ستكون الكلمة المفتاحية التي تستخدمها في البحث الصوتي مختلفة تماماً عما إذا كنت ستكتبها).

### #3: البحث الصوتي يغير طريقة حصول الأشخاص على نتائج البحث

إن موقع جوجل يتحول بالتدريج من محرك بحث إلى «محرك إجابات». في الواقع، وبفضل مزايا نتائج محركات البحث مثل الاجابات المقتطفة المميزة، انخفض عدد النقرات الحقيقية بنسبة 37%. لماذا؟ لأنك لم تعد بحاجة إلى زيارة أي موقع للحصول على إجابة سؤالك، فقد أصبحت الإجابة أمامك في نتائج البحث.



كما أن موقع جوجل يستخدم التقنية ذاتها التي تركز على الإجابة لتقديم نتائج البحث الصوتي.  
على سبيل المثال، لنفترض أنك ترغب بمعرفة عدد السعرات الحرارية في شوكولاته مارس.  
في الماضي، ربما كنت ستبحث عن عبارة مثل «السعرات الحرارية في شوكولاته مارس»، وستكون مجبراً على التدقيق في 10 نتائج مختلفة.



لكن باستخدام البحث الصوتي، يمكنك الحصول على إجابة مسموعة لسؤالك في غضون ثوانٍ.



من المؤكد أن الكثير من عمليات البحث الصوتي تتم عبر تطبيق جوجل (أو من خلال «الكتابة» على الهاتف باستعمال صوتك).

مما يعني أنك ما زلت ستحصل على مجموعة تقليدية من النتائج العشر الأصلية أو ما يُعرف بـ «النتائج العشرة الزرقاء».

لكن هذا الأمر يصبح أقل شيوعاً شيئاً فشيئاً إلى أن نصل إلى النتيجة «صفر» أي أن المستخدم سيصل إلى نتيجة واحدة فقط هي التي يعتبرها المساعد الصوتي النتيجة الأمثل وفق إحتياج الباحث.

فحتى عندما تظهر لك النتائج العشرة الزرقاء كنتيجة لبحثك الصوتي، عادة ما يقرأ لك موقع جوجل الإجابة المقتطفة المميزة.

وهنا نطرح سؤال مهم لصناع المحتوى:

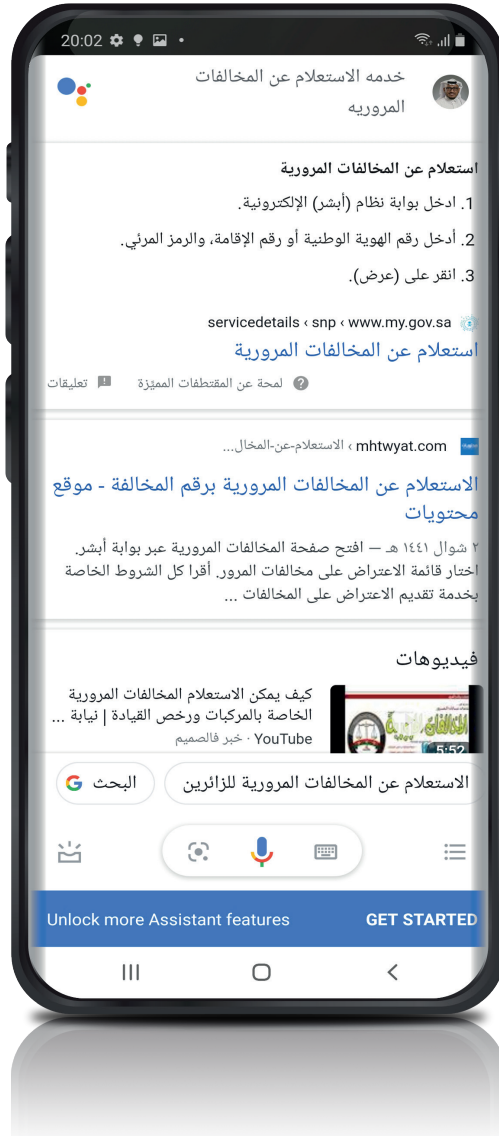
## **ما الذي يعنيه ذلك من ناحية تحسين الظهور في نتائج محركات البحث ؟**

**يعني أن المحتوى الخاص بنا يجب أن يقدم للزوار إجابات مباشرة عن أسئلتهم**

بخلاف ذلك، سيكون من الصعب للغاية جعل المحتوى الخاص بموقعك يتصدر نتائج البحث.

وعلى الرغم من ذلك، لا داعي للقلق، لأنني سأوضح لك كيفية إنشاء محتوى صوتي مُحسّن خلال الفصلين الرابع والخامس، مثل ما قمنا بتطبيقه في المنصة الوطنية الموحدة my.gov.sa عندما أردنا عرض نتيجة محددة للباحثين عن الخدمات الرقمية الحكومية عند استخدامهم للبحث الصوتي.

مثال: عند استخدام البحث الصوتي للبحث عن خدمة الاستعلام عن المخالفات المرورية تظهر لنا نتيجة البحث التالية من المنصة الوطنية الموحدة my.gov.sa



لكن قبل ذلك، سأوضح لك كيفية اختيار الكلمات المفتاحية للبحث الصوتي.

## الفصل الثالث: الكلمات المفتاحية للبحث

### الصوتي

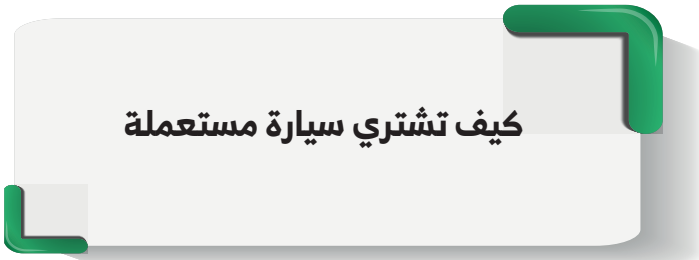
سأوضح لكم كيفية العثور على الكلمات المفتاحية في مجال البحث الصوتي. سأقدم لكم على وجه التحديد ثلاث استراتيجيات قابلة للتنفيذ يمكنك استخدامها للعثور على الكلمات المفتاحية للبحث الصوتي.

#### ابحث عن كلمات مفتاحية طويلة وحوارية

كما سبق أن ذكرت خلال الفصل الثاني، تتسم عمليات البحث الصوتي بأنها أكثر حوارية من عمليات البحث النصي. بالتالي، فإن الكلمات المفتاحية مثل:



أصبحت تُستبدل تدريجيًا بكلمات مفتاحية طويلة مثل:



لذا يجب وضع هذه الحقيقة في الاعتبار عند تقييم الكلمات المفتاحية.



بعبارة أخرى:

نظرًا لنمو عمليات البحث الصوتي، فإن الكلمات المفتاحية التي تبدو طبيعية ستحصل على زيادة كبيرة في حجم البحث. والعكس صحيح، بمعنى إذا كانت الكلمة المفتاحية تبدو آلية، فمن المتوقع أن يقل عدد عمليات البحث عنها خلال السنوات المقبلة.

### **لا تتجنب الكلمات المفتاحية الطويلة**

إن معظم الناس في السابق يتجنبون استعمال الكلمات المفتاحية الطويلة جدًا. لماذا؟

السبب بسيط: لأن عدد قليل جدًا من الأشخاص يبحثون عنها. لكن مع ازدياد عدد مستخدمي البحث الصوتي، فإن «متوسط» طول الكلمات المفتاحية سيزداد شيئًا فشيئًا. لذلك تحسين المحتوى في موقعك الإلكتروني باستعمال مصطلحات مكونة من 5 كلمات فأكثر أصبحت أكثر ضرورة، مثل: من أين أشتري سيارة مستعملة؟ خطوات شراء سيارة مستعملة؟

### **وللتوضيح أكثر:**

لا أعتقد أنه يجب عليك تحسين محتوى صفحة كاملة بالاعتماد فقط على المصطلحات الطويلة جدًا.

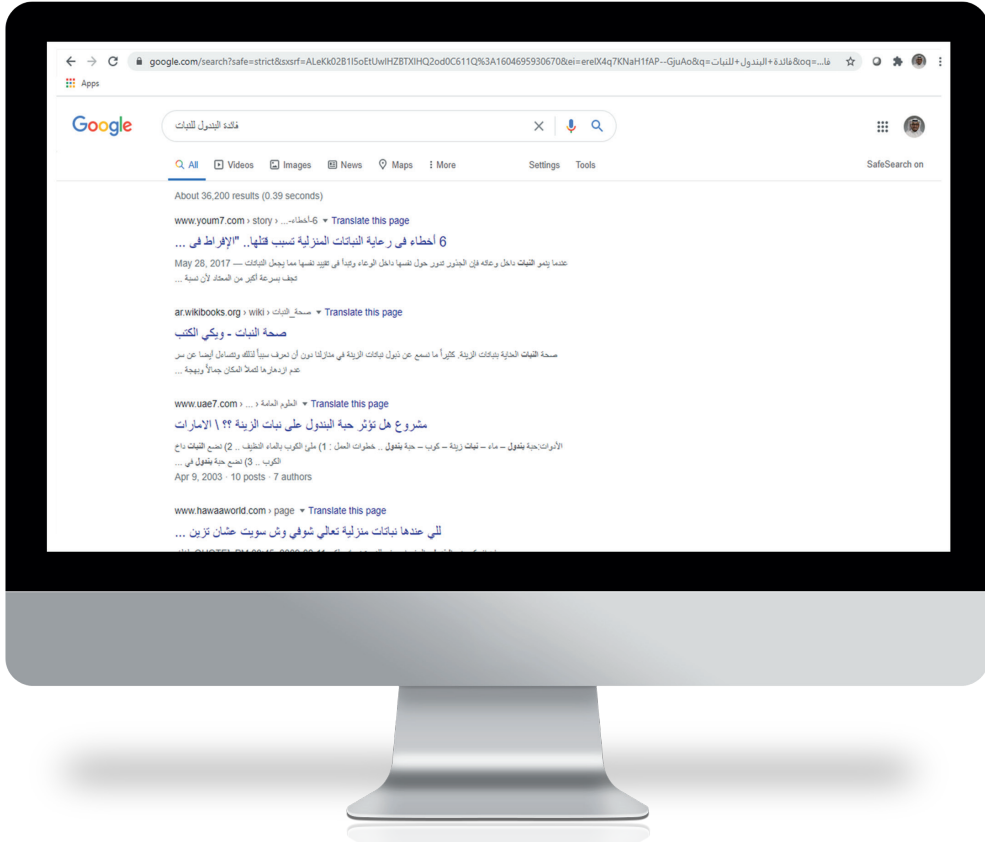
بدلاً من ذلك، يمكنك تضمين تلك الكلمات المفتاحية الطويلة داخل المحتوى. فكما سترون في الفصل الرابع، إذا وجد محرك البحث جوجل إحدى الكلمات المفتاحية في أي جزء من المحتوى، فسوف يستخدمها كنتيجة من نتائج البحث الصوتي.

## استهداف «الكلمات المفتاحية التي بصيغة أسئلة»

تزداد أعداد الكلمات المفتاحية التي بصيغة أسئلة بنسبة 61% سنوياً، ويعود الفضل في ذلك بشكل كبير إلى البحث الصوتي. فقبل بضع سنوات، حينما تريد البحث عن معلومة مثلاً:

### فائدة البندول للنباتات

كنت تكتب في خانة البحث:



لكن عندما تستعمل صوتك للبحث، في الغالب أنك سوف تطرح استفسارك على شكل سؤال.

### هل البندول مفيد للنباتات ؟

ويمكنك العثور على الكلمات المفتاحية بصيغة أسئلة من خلال استخدام أي أداة مخصصة للبحث عن الكلمات المفتاحية: مثل Google keyword Planner وبعد أن تجد الكلمات المفتاحية المناسبة للبحث الصوتي، أصبح من الضروري تحسين المحتوى باستعمال تلك الكلمات.

## الفصل الرابع: تحسين المحتوى للاستفادة

### من البحث الصوتي

سنتعلم في هذا الفصل كيفية تحسين محتوى موقعك للاستفادة المثلى من البحث الصوتي.

أنت لست بحاجة إلى إجراء إصلاح شامل لموقعك.

في الواقع، يمكنك تهيئة موقعك للبحث الصوتي وتحسين ظهوره في نتائج محركات البحث من خلال بعض التعديلات البسيطة.

#### تضمين إجابات قصيرة وموجزة داخل المحتوى

ذكرت Semrush في مدونة لها بعنوان:

Voice search optimization 7 seo strategies to rank better

عن بحث نفذته backlinko.com عن العوامل المؤثرة في ترتيب نتائج ظهور البحث الصوتي في محركات البحث وكانت النتائج مثيرة للاهتمام حيث اتضح أن جوجل يميل إلى الإجابة عن استفسارات البحث الصوتي بنتائج قصيرة مكونة من 29 كلمة. على سبيل المثال، عند الاستفسار عن سؤال «ماهي استراتيجية تسلا في التسويق؟» باستعمال المساعد الصوتي الذكي ، فإن النتائج تكون كالتالي:

على سبيل المثال، عند الاستفسار عن سؤال «ماهي استراتيجية تسلا في التسويق؟  
» باستعمال المساعد الصوتي الذكي ، فإن النتائج تكون كالتالي:



(النتيجة الأولى مكونة من 19 كلمة)

لهذا من المهم أن يتكون المحتوى المخصص للإجابة عن أي استفسار من 29 كلمة أو أقل.  
على الرغم من ذلك، ليس من المنطقي كتابة مقال على المدونة مكون من 29 كلمة فقط، ولهذا ينبغي ..

## إنشاء صفحات الأسئلة الشائعة للبحث الصوتي

تُعد صفحات الأسئلة الشائعة مثالية للبحث الصوتي.

لأن الكلمات المفتاحية بصيغة أسئلة أصبحت في ازدياد مستمر، كما ذكرنا سابقاً كما أنك قد علمت الآن أن موقع جوجل يريد أن يوفر لمستخدميه إجابات مكونة من 29 كلمة فأقل.

وبالتالي تتميز صفحات الأسئلة الشائعة بأنها تحقق كلا الأمرين. وهذا هو السبب غالباً في أن احتمالية ظهور صفحات الأسئلة الشائعة كنتائج لعمليات البحث الصوتي تكون أكبر بمقدار 1.7 مرة من ظهورها كنتائج للبحث المكتبي.

على سبيل المثال، إذا أجريت بحثًا صوتيًا عن «كيف يمكن البحث عن مرفق صحي داخل المملكة؟»، فسوف تحصل على النتيجة التالية:



ومن المؤكد أن موقع جوجل قد اقتبس هذه الإجابة من إحدى صفحات الأسئلة الشائعة:



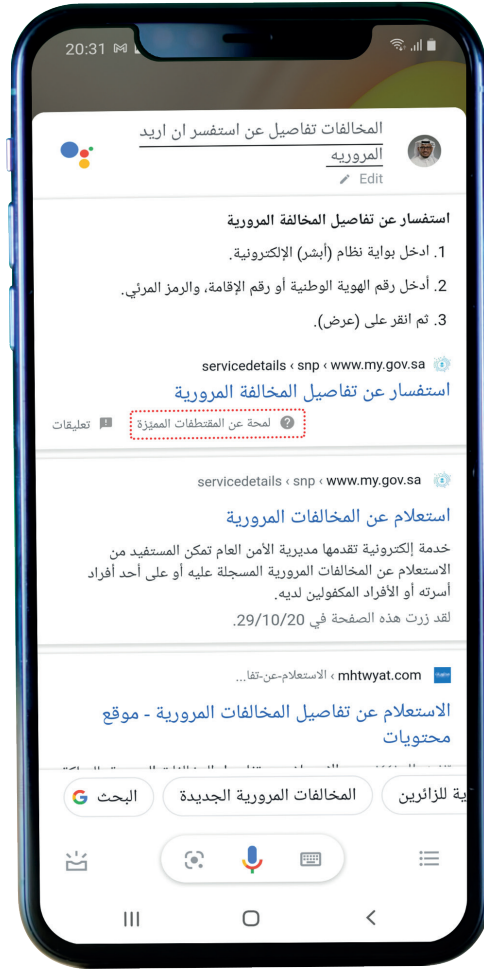
وهذا مجرد مثال لكلمة مفتاحية واحدة، لكن من الممكن أن تظهر صفحة الأسئلة الشائعة في مقدمة النتائج لمئات الاستفسارات المختلفة لعمليات البحث الصوتي.

## تحسين الإجابات المقتطفة المميزة والتي تسمى بـ Snippet

إن الدخول ضمن الإجابات المقتطفة المميزة في مجال البحث الصوتي أشبه ما يكون بالحصول على كلمات السر في ألعاب البلايستيشن. في الواقع، تمثل الإجابات المقتطفة المميزة 50% من نتائج البحث الصوتي بحسب آخر دراسة من webfx.com



على سبيل المثال، إذا استخدمت المساعد الصوتي في جوجل لإجراء بحث صوتي عن «أريد أن استعلم عن تفاصيل المخالفات المرورية»، فستحصل على الإجابة التالية:



وإذا أمعنت النظر في نتائج البحث، ستلاحظ أن كل ما فعله محرك البحث هو قراءة الإجابة المقتطفة المميزة.  
لذا عليك أن تضع في اعتبارك أن:  
الدخول ضمن الإجابات المقتطفة المميزة يُعد أكثر أهمية للظهور بنتائج البحث الصوتي.  
لماذا؟  
لأنه في القريب العاجل ستكون هي الإجابة رقم صفر، أو هي الإجابة الوحيدة التي يجلبها محرك البحث.

## تضمين كلمات مفتاحية طويلة وختامية داخل محتوى طويل

صحيح أن عمليات البحث الصوتي أطول بكثير من عمليات البحث الكتابي لكن هذا لا يعني أن عليك إنشاء 1000 صفحة مهياة لمحركات البحث حول 1000 كلمة مفتاحية مختلفة للبحث الصوتي.

في الواقع، إن إحدى أكثر النتائج إثارة للدهشة دراسة لـ 10 الالاف موقع الكتروني لمعرفة العوامل المؤثرة على ترتيب ظهورها ضمن نتائج البحث الصوتي، حيث نشر Brian Dean في مدونته أن أقل من 2% من جميع نتائج البحث الصوتي لتلك المواقع

تحتوي بالضبط على نفس الكلمة المفتاحية المكتوبة في عنوان البحث ! بينما في المقابل يأخذ جوجل الإجابة من نفس الصفحة حتى لو كانت تلك الإجابة تشكل جزءاً صغيراً من عنوان البحث !

على سبيل المثال، أجريتُ للتو بحثاً صوتياً عن «هل البندول مفيد للنباتات أم لا ؟».

وجدت أن جوجل يأتي بنتيجة البحث من مقالة لم يكتب في عنوانها سوى كلمتين ( البندول .. والنبته )

ولكن رغم ذلك جوجل وجد أن محتوى المقال أجاب عن هذا السؤال وهذا يعود لأن الإجابة كانت قصيرة ، فقرر جوجل أن هذه أفضل نتيجة تجيب عن هذا الاستفسار.

## خلاصة الموضوع

حاول تضمين الكثير من الكلمات المفتاحية الطويلة والختامية في المحتوى. فعندما تفعل ذلك، يمكن أن يرتفع ترتيب صفحتك لتظهر في الكثير من عمليات البحث الصوتي المختلفة

## الفصل الخامس: نصائح واستراتيجيات

### في البحث الصوتي

يتمحور هذا الفصل حول نصائح واستراتيجيات لتحسين ظهور موقعك في نتائج البحث الصوتي.

بالتالي، إذا كنت ستدخل «بشكل كامل» في مجال البحث الصوتي، فإن النصائح الواردة في هذا الفصل والقابلة للتنفيذ ستفيدك بشكل كبير.

#### تضمين كلمات وعبارات الأسئلة ضمن الكلمات المفتاحية

لقد تعلمنا بالفعل أن الكلمات المفتاحية التي تظهر بصيغة أسئلة آخذة في الارتفاع. (وهذا غالباً بسبب ازدياد عمليات البحث الصوتي)

لذا عند تحسين موقعك للظهور في نتائج إجابات الأسئلة، تأكد من تضمين «عبارات الأسئلة».

لماذا؟

كلما زاد التطابق بين كلمات البحث ومحتوى موقعك، زادت احتمالية الظهور في نتائج عمليات البحث الصوتي التي تتضمن «كلمات الحشو» مثل ضمائر المتكلم والملكية.

كما ذكرنا في الفصل الرابع بضرورة إنشاء صفحات الأسئلة الشائعة للبحث الصوتي

## كتابة المحتوى بأسلوب بسيط

توجد دراسة نفذها backlinko.com تُظهر أن متوسط استفسارات البحث الصوتي تكون بأسلوب مناسب لمستوى قراءة طلاب الصف التاسع ! هذا يعني أن عليك تجنب استعمال المصطلحات والكلمات المعقدة عند كتابة المحتوى.

(في الحقيقة، عليك تجنب استعمال المصطلحات المعقدة في كل الأحوال، لكن من الجيد معرفة أن الكتابة الواضحة تساعدك أيضاً على تحسين ترتيبك في نتائج البحث الصوتي).

واعتقد بأن هذه العدوى أيضاً ستنتشر في استفسارات البحث الصوتي باللغة العربية لتكون تلك الاستفسارات بلغة بسيطة بعيدة عن التعقيد والمصطلحات!

( أكتبها وأنا أتأسف على اللغة العربية الفصحى )

ولكن عند البحث الصوتي تتجلى اللهجة الخفيفة .. مثلاً: ( أبي خدمة الاستعلام عن مخالفات المرور؟ )

## تحسين سرعة موقعك

بحسب backlinko.com سرعة تحميل نتيجة البحث الصوتي أعلى من متوسط سرعة موقعك بمقدار 3.8 مرة، وأعيد التأكيد على أهمية أن يكون موقعك سريع التحميل في كل الأحوال.

(لاسيما بالنظر إلى أن التحديث الجديد لجوجل بشأن تأثير سرعة المواقع على ترتيب النتائج أصبح واقعاً)

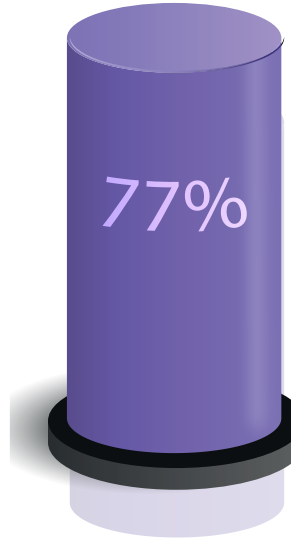
webmasters.googleblog.com

مما يقودنا إلى النصيحة التالية..

## تحسين نطاق موقعك

هل تعلم أن المواقع التي تحتوي على الكثير من الروابط تحتل غالبًا ترتيبًا متقدمًا في نتائج البحث الصوتي. هذا صحيح.

في الواقع، إن متوسط ترتيب النطاق أو الدومين على مقياس Ahref لنتائج عمليات البحث الصوتي يبلغ حوالي 77.



درجة النطاق 77 Domain Rating يعتبر ترتيباً مرتفعاً

فعلى عكس محسنات محركات البحث التقليدية، يبدو أن قوة الصفحة لا تمثل إشارة مهمة على ترتيب نتائج البحث الصوتي.

### لكن تفسيري للأمر أن:

العديد من «نتائج» البحث الصوتي تكون مأخوذة فعليًا من نتيجة واحدة فقط. كما أن موقع جوجل يحتاج إلى التأكد من أنه يقدم لك الإجابة من مصدر موثوق. (أي تقديم الإجابة من نطاق يتمتع بالكثير من المصادقية والقوة)

لذلك يعتمد موقع جوجل في البحث الصوتي على قوة نطاق الموقع DR أكثر من اعتماده على قوة الصفحة وما يسمى بـ UR أو URL Rating.

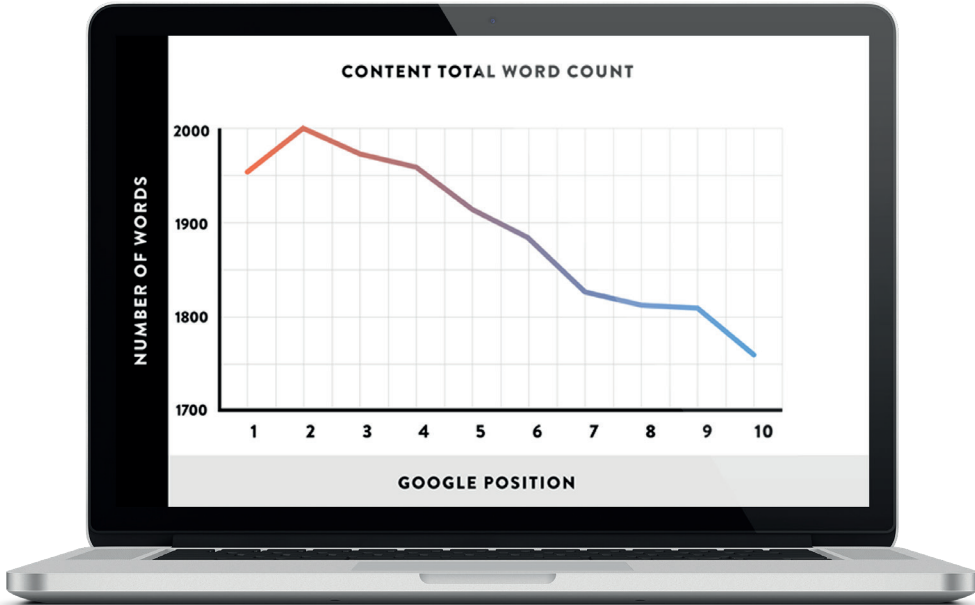
## خلاصة القول:

إذا أردت الحصول على ترتيب متقدم في نتائج البحث الصوتي، عليك التركيز على تعزيز قوة نطاق موقعك.

عندما تفعل ذلك، فإن جوجل سيرغب في استخدام موقعك كمصدر للإجابة، حتى من بين صفحات موقعك التي لا تحتوي على الكثير من الروابط.

### محتوى أطول = زيارات أكثر

ربما سمعت أن متوسط عدد الكلمات لنتائج الصفحة الأولى بموقع جوجل يبلغ حوالي 1900 كلمة:



لكن ما لا تعلمه أن صفحات نتائج البحث الصوتي تميل إلى أن تكون أطول (2300 كلمة).

ويعتقادي الشخصي: لا أعتقد أن خوارزمية البحث الصوتي لموقع جوجل تعطي أفضلية خاصة للمحتوى الطويل، وإنما الأمر مجرد لعبة أرقام: فالصفحة التي تتضمن الكثير من المحتوى من المرجح أن «تتطابق» أكثر مع استفسار البحث الصوتي.

## تحسين المحتوى ليتناسب مع عمليات البحث التي تتضمن عبارة «بالقرب من موقعي» أو «بالقرب من ..»

في الماضي، كانت عمليات البحث «المحلية» تشمل المدينة والدولة فقط. لذلك عندما كنت تريد العثور على مغسلة ملابس في مدينة الرياض مثلاً، كنت تكتب على جوجل شيئاً مثل: «مغسلة ملابس في الرياض» أو «مغسلة ملابس». لكن على مدار السنوات القليلة الماضية، تطورت عمليات البحث المحلية من «المدينة» إلى «الحي» إلى «الشارع». ويعود معظم الفضل في ذلك إلى الزيادة الهائلة في عمليات البحث التي تتضمن عبارة «بالقرب من موقعي» أو «بالقرب من كذا» لذلك إذا كنت تدير مشروعاً تجارياً محلياً، فأنت بحاجة إلى تحسين محتوى موقعك بالتركيز على المصطلحات التي يستعملها مستخدمو البحث الصوتي. على سبيل المثال، كنت أبحث ذات يوم عن مغسلة ملابس بالقرب من موقعي، لذا استخدمت تطبيق جوجل وبحثت عن «مغسلة ملابس قريبة من موقعي ومفتوحة»، فحصلت على قائمة بالمغاسل القريبة:



بالتالي، فإن المشاريع التجارية التي تحسن محتوى موقعها ليتناسب مع عبارات مثل «بالقرب من موقعي» أو «بالقرب من كذا» ستحتل الترتيب الأعلى في نتائج عمليات البحث، وبالتالي جذب المزيد من العملاء.

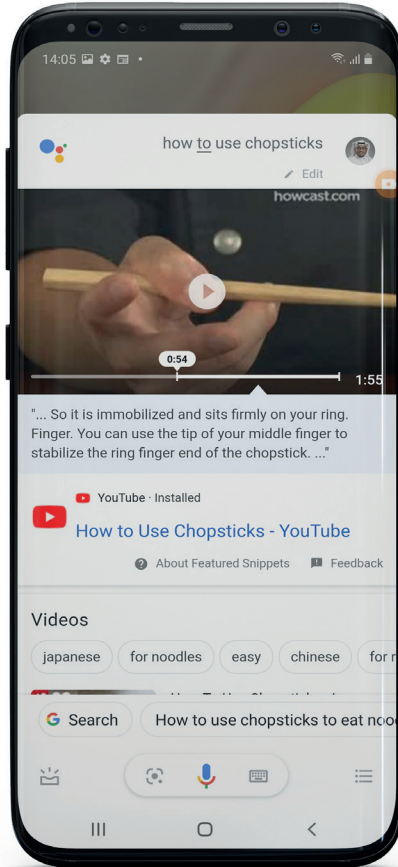
## ترتيب الفيديوهات في نتائج البحث

منصة محرك البحث جوجل قامت بدأت مؤخرًا في إضافة مايسمى «مقتطفات الفيديو المميزة».

ولتوضيح ذلك أكثر قمت بعمل مثال بسيط للبحث عن كيفية استخدام الأعواد الصينية في الأكل، وكان سؤالى للمساعد الصوتي كالتالي:

**How to use Chopsticks?**

وكما ترى في الصورة بالأسفل، أظهرت نتيجة البحث أحد الفيديوهات، وبدلاً من الاكتفاء بوضع رابط الفيديو على موقع اليوتيوب، أخذ جوجل جزءاً من الفيديو المناسب لبحثي، حتى يبين لي في أي جزء من الفيديو سيتم الاجابة على السؤال !  
تخيّلوا !

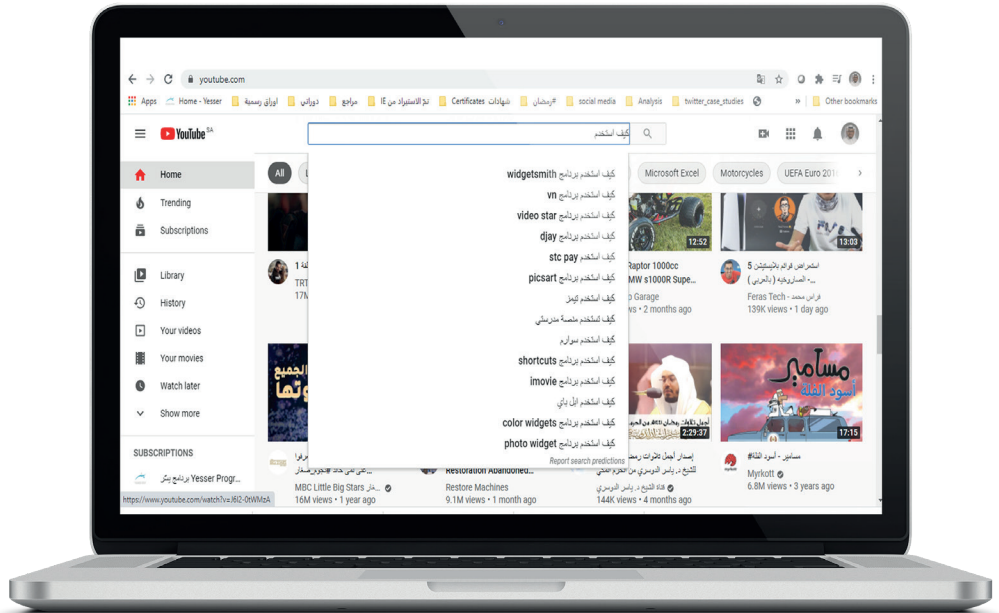


ولكن لحظة ؟

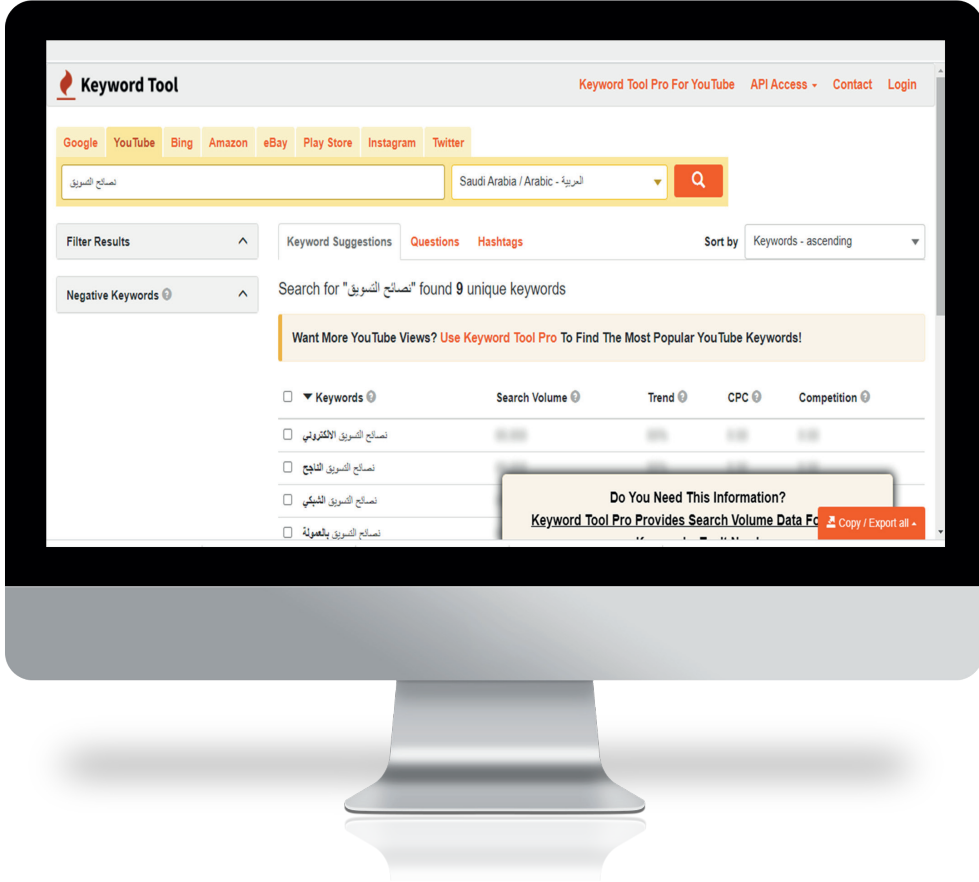
لماذا ظهر الفيديو بهذه الطريقة كنتيجة بحث وإجابة عن استفساري ؟  
الإجابة بسيطة لأن الفيديوهات أصبحت تحتل جزءاً مهماً من استراتيجية جوجل  
للإجابة عن استفسارات البحث الصوتي.

بالتالي، إذا أردت أن يظهر محتوى موقعك في مقدمة نتائج عمليات البحث الصوتي،  
فعليك تحسين ترتيب الفيديوهات على جوجل، من خلال هذه الخطوات:

- اجعل عنوان الفيديو عبارة عن سؤال، هذا السؤال تجد إجابته في الفيديو ووصف الفيديو أيضاً.
  - استثمر مساحة وصف الفيديو Description في اليوتيوب بشكل جيّد بحيث يتضمن معظم الكلمات المفتاحية التي تدور حول سؤال الباحث.
  - كيف أحصل على الكلمات المفتاحية الخاصة بالفيديو ؟
- استخدم مايسمى بـ YouTube AutoComplete أو الاكمال التلقائي للحصول على مقترحات مناسبة.



- بإمكانك أيضا استخدام أداة Keywordtool.io للحصول على كلمات مفتاحية مناسبة للفيديو الخاص فيك، والصورة توضح مثال على ذلك:



وهناك العديد من التفاصيل والنصائح سأقوم بنشرها لكم في مقالة كاملة عبر موقعي الإلكتروني [husseinbahadi.me](http://husseinbahadi.me)



## «مدونة حسين باهادي مخصصة لاستراتيجيات التسويق الرقمي، تحليل البيانات وحالات دراسية مفيدة»

ووفقاً للاختبار غير الرسمي الذي قمت بداية من فترة الحظر السابقة والتي خصتها تماماً لتجارب البحث الصوتي في كافة تعاملاتي مع أجهزة الجوال والأجهزة المكتبية واللابتوب ودراسة هذه الخاصية في أكثر من مصدر وجدت أن الفيديوهات تظهر بشكل أكبر في عمليات البحث التي تتسم باستخدام لغة طبيعية (بيضاء)! (وهي اللغة نفسها المستخدمة في عمليات البحث الصوتي).

ووجدت أيضاً أن الفيديوهات العربية بحاجة إلى تحسين أكبر حتى يجعلها جوجل ضمن نتائج البحث في المقطعات المميزة، كما حصل في الفيديوهات التي تظهر مع أسئلة البحث الصوتي باللغة الإنجليزية.

## الفصل السادس: دراسات حالة عن تحسين

### الظهور في نتائج البحث الصوتي

هذا الفصل لم يكتمل بعد! وسأعمل على دراسة حالة لمواقع الجهات الحكومية ومدى جاهزيتها لنتائج البحث الصوتي وكذلك المواقع الإلكترونية للقطاع الإعلامي ومدى جاهزيتها لنتائج البحث الصوتي الذي أصبح واقعاً. الدراسة ستشمل تحليلاً للصفحات التي اجتازت الدراسة لكي يتسنى لك معرفة سبب ترتيبها المتقدم. وبهذه الطريقة ستتمكن من تطبيق تلك الاستراتيجيات على موقعك. النتائج سيتم نشرها لاحقاً عبر مدونتي [husseinbahadi.me](https://husseinbahadi.me) وفي حال رغبتك بالحصول على نسخة من تلك الدراسة يمكن التواصل معي عبر الموقع أو بطلبها مباشرة من خلال نموذج التواصل الموجود في الموقع. وفي النهاية أكرر لكم بأن تقنية البحث الصوتي ليست «الثورة التقنية المقبلة» لأنها قد وصلت بالفعل.







