

# موتور جستجو چیست؟

## موتور جستجوگر و اهمیت

دنیای وب منبع عظیمی از اطلاعات است که روبه‌روز برحجم آن افزوده می‌شود. در حال حاضر میلیاردها صفحه که اطلاعات فراوانی از موضوعات مختلف را در بر دارند، بر روی سرورهای مختلف جا خوش کرده اند. این در حالیست که تولد سایتهای جدید و گسترش سایتهای موجود نیز به طور فزاینده ای به این حجم اطلاعات می افزاید .

نرخ رشد اطلاعات تا بدانجاست که امروزه مشکل دسترسی به اطلاعات جدی تر از نبود اطلاعات است . امروزه چالش عمده اکثر کاربران دستیابی به اطلاعات است. به عبارت دیگر اگر کاربری دنبال موضوعی خاص باشد، کدام صفحه را باید بخواند؟ از میان این تعداد عظیم صفحات موجود، کدام صفحه نیاز او را برآورده می کند؟

اگر سایتی باشد که به کاربران در یافتن اطلاعات کمک کند، قطعاً مورد توجه خواهد بود. خوشبختانه چنین سایتی وجود دارد و ما آنرا با نام موتور جستجوگر می شناسیم.

موتور جستجوگر سایتی است که برای کمک به کاربران در یافتن اطلاعات موجود در سایتهای دیگر طراحی شده است. موتور جستجوگر سایتی است که با گرفتن عبارتی مختصر، کاربر را با لیستی از سایت ها روبرو می‌کند که به موضوع مورد علاقه او مرتبط می‌باشند.

آمارها نشان می دهند که افراد بسیاری سفر در دنیای وب را با موتورهای جستجوگر آغاز می‌کنند و مراجعه به موتورهای جستجوگر چنان عادی شده است که جستجو کردن و کار با موتورهای جستجوگر، دومین فعالیت عمده کاربران در دنیای وب (بعد از ارسال و دریافت نامه های الکترونیکی)، محسوب می شود.

هر چه بر محبوبیت وب افزوده می گردد، نیاز به بایگانی کردن اطلاعات آن نیز بیشتر می‌شود؛ موتور جستجوگر نیز در واقع این اطلاعات را بایگانی کرده، در زمان مورد نیاز و به سرعت در اختیار کاربران قرار می‌دهد.

بدون موتور جستجوگر، وب تنها به بخش کوچکی از موفقیت امروزین خود دست می‌یافت زیرا موتور جستجوگر، اینترنت را به رسانه‌ای قابل استفاده برای همه کرده است (از هیچ کس توقع نمی‌رود تعداد زیادی از آدرس های وب را به یاد داشته باشد).

آن چه که موتورهای جستجوگر انجام می دهند- با درجات متفاوتی از موفقیت -فراهم کردن يك وسیله جستجوی ساده است. وقتی يك کاربر وب عبارتی را جستجو می‌کند، موتور جستجوگر لیستی از سایت ها را ارائه می‌کند که تعداد آنها از چند صد مورد تا چند میلیون متغیر می‌باشد .

سایت هایی که موتور جستجوگر به عنوان نتایج جستجویش ارایه می‌کند، بر حسب میزان ارتباط با عبارت جستجو شده به ترتیب نزولی لیست می‌شوند. به عبارت دیگر سایتی که به عنوان اولین سایت در نتایج جستجو معرفی شده است، مرتبط ترین سایت با عبارت جستجو شده از دید آن موتور جستجوگر بوده است.

دقت در ارایه نتایج جستجو چیز است که کاربران وب همواره از موتورهای جستجوگر می خواهند. هر چه نتایج جستجوی یک موتور جستجوگر دقیق تر و مرتبط تر باشد، محبوب تر خواهد بود و کاربران بیشتری بدان مراجعه خواهند کرد.

اگر عبارت یکسانی در تمام موتورهای جستجوگر، جستجو شود هیچ کدام از آنها نتایج یکسانی را ارائه نمی‌دهند و با نتایج کاملاً متفاوتی روبرو می‌شویم. تفاوت در ارائه نتایج جستجو در موتورهای جستجوگر از تفاوت آنها در الگوریتم (سیستم رتبه بندی) و بایگانی داده‌شان ناشی می‌شود.

حتی اگر همه آنها از بایگانی داده یکسانی نیز استفاده کنند، بازهم نتایج جستجویشان متفاوت خواهد بود. موتور جستجوگر برای رده‌بندی صفحات وب از الگوریتم خاصی استفاده می‌کند که فوق‌العاده محرمانه می‌باشد. الگوریتم نیز مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها است که موتور جستجوگر به کمک آن تصمیم می‌گیرد که سایت‌ها را چگونه در خروجی‌اش مرتب کند.

برای اینکه سایت‌ها با هم مقایسه شوند و بر حسب میزان ارتباط با موضوع جستجو شده، مرتب شوند، موتور جستجوگر، الگوریتم را بر مجموعه‌ای از پارامترها اعمال می‌کند. پارامترهای مورد توجه موتور جستجوگر نیز همانند الگوریتم آن‌ها ناشناخته می‌باشد و این ناشناخته‌ها جذابیت دنیای موتورهای جستجوگر را دوچندان می‌کنند.

به اهمیت موتورهای جستجوگر از دیدگاه کاربران وب و جستجوکنندگان اطلاعات اشاره شد. آیا موتورهای جستجوگر از دیدگاه تجاری و دیدگاه یک مدیر سایت نیز مهم می‌باشند؟

### اهمیت تجاری موتورهای جستجوگر

فعلان عرصه تجارت الکترونیک، آوردن بیننده به سایت را برای موفقیت در دنیای وب و تجارت آنلاین ضروری می‌دانند. فرقی نمی‌کند که سایت چه می‌فروشد و چه خدماتی ارائه می‌دهد: اگر سایتی به دنبال فروش کالا یا خدمات و کسب درآمد یا محبوبیت است، باید بیننده داشته باشد.

تعداد بینندگان یک سایت، برگ برنده آن برای کسب موفقیت در دنیای وب می‌باشد. سایتی که بیننده ندارد، بدون شک مرگی آنلاین را تجربه می‌کند و چه بسازند سایت‌هایی که هر روزه از چرخه زندگی در وب خارج می‌شوند!

مدیران و طراحان خیره‌وب به خوبی می‌دانند که فقط طراحی وب سایت تضمینی برای آمدن بیننده به آن نیست بلکه باید بینندگان را به طریقی به سایت جذب کرد. بینندگان تنها به دنبال رفع نیازهای اطلاعاتی خود می‌باشند و وظیفه ندارند به هر قیمتی که شده سایت شما را بیابند.

برای دعوت بینندگان به وب سایتتان چه تدابیری اندیشیده‌اید؟ چگونه دیگران بدانند که شما سایت پر محتوا و جذابی دارید؟ خود شما چگونه سایت‌های دیگر را می‌یابید؟

بدون هیچ گونه تردیدی باید گفت که ما در اغلب موارد به کمک موتورهای جستجوگر به آنچه که می‌خواهیم، دست می‌یابیم.

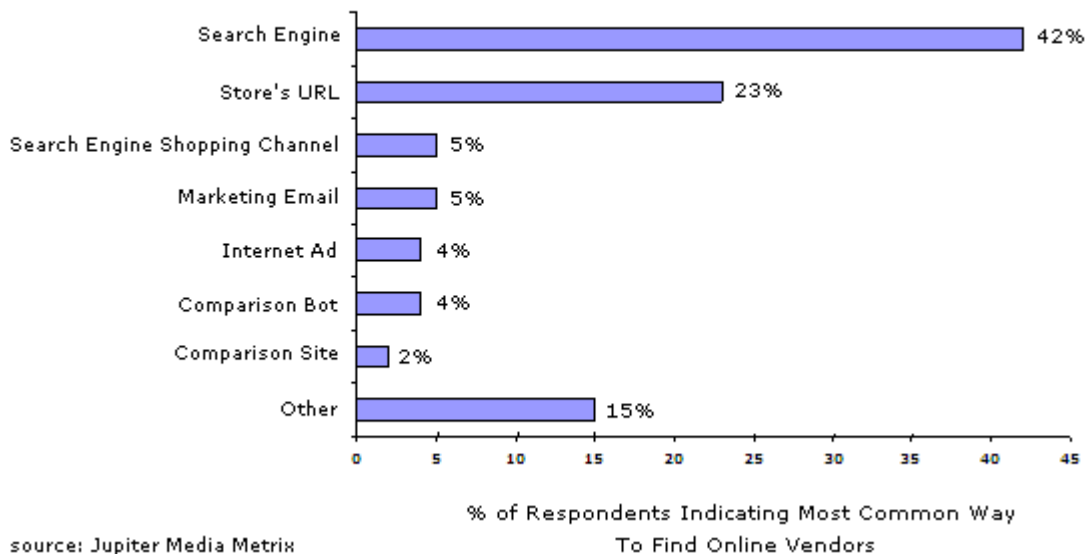
اگر ما اینکار را انجام می‌دهیم، دیگران نیز دقیقاً همین کار را می‌کنند: جستجوی چند عبارت در یکی از موتورهای جستجوگر و مراجعه به یکی از وب سایت‌ها. ببینیم آمارها چه می‌گویند:

82 • درصد کاربران اینترنت، موتورهای جستجوگر را ابزار اصلی خود برای یافتن وب سایت‌ها عنوان کرده‌اند.  
57 • درصد از کاربران اینترنت، هر روز جستجو می‌کنند و 46 درصد این جستجوها برای کالا یا خدمات است.  
(منبع: SRI)

85 • درصد ترافیک هدفمند در اینترنت را موتورهای جستجوگر باعث می‌شوند.  
منبع: www.user survey-Georgia Institute of Technology

نمودار زیر نشان می دهد که کاربران چگونه کالاهای مورد نیاز خود را می یابند:

### How Consumers Search for Products Online



همان گونه که آمارها نشان می دهند موتورهای جستجوگر ابزار مناسبی هستند که خریداران به کمک آنها، کالا یا خدمات مورد نیاز خود را می یابند. البته تنها رده های بالای نتایج جستجو هستند که مورد توجه کاربران قرار می گیرند و آنها به سایت های لیست شده در این رتبه ها مراجعه می کنند. بسیاری از کاربران دریافته اند که در اغلب موارد 10 رتبه اول نتایج جستجو می تواند خواسته آنها را برآورده کند و هنوز هم علاقه دارند که تنها 10 سایت اول در نتایج جستجو را مرور کنند. اما آمارها چه می گویند:

- 70 درصد از کاربران به هنگام جستجو حتما یکی از سه سایت ابتدای نتایج جستجو را کلیک می کنند.
- تنها 7 درصد از آنها سایت های قرار گرفته در رتبه های بیستم به بعد را کلیک می کنند.
- 85 درصد از آنها اگر جوابی برای جستجوی خود در بیست نتیجه اول نتایج جستجو نیابند، موتور جستجوگر مورد استفاده خود را عوض می کنند.
- 33 درصد کاربران وب فکر می کنند سایتی که در ابتدای نتایج جستجو قرار دارد، در موضوع جستجو شده سرآمدتر از رقبای خود است و در آن موضوع پیشرو می باشد.

با دقت در این آمارها، اهمیت کسب رتبه های بالا در موتورهای جستجوگر روشن تر می شود. نکته مهم دیگر این است که بیندگانی که موتورهای جستجوگر روانه سایت ها می کنند، به احتمال زیاد مخاطبان اصلی سایت مورد نظر می باشند و این در حالی است که هزینه چندان کمی نیز صرف آوردن آنان به سایت نشده است. آمارهای ارایه شده از رفتار کاربران وب پیام بسیار واضحی دارد: سایت هایی که در رتبه های بالا قرار نمی گیرند، بخش مهمی از کاربران مخاطب خود را از دست می دهند. یک سایت ممکن است هزاران بیننده داشته باشد اما تعداد بینندگان گروه مخاطب آن است که موفقیت سایت را رقم می زند. زیرا در اغلب موارد این بینندگان مخاطب سایت هستند که از سایت چیزی بیشتر از اطلاعات رایگان ارایه شده می خواهند.

امروزه تجارت الکترونیک خود را با مسئله رتبه بندی در موتورهای جستجوگر هماهنگ کرده است زیرا رتبه های بالاتر مستقیماً به فروش بیشتر، تعبیر می شوند. طبق آمارهای ارائه شده در ابتدای سال جدید میلادی (2003) نزدیک به 93 درصد بینندگان سایت های فعال در زمینه ارائه هدایای کریسمس را موتورهای جستجوگر فراهم کرده اند که در این بین گوگل با 27 درصد در صدر ایستاده است و پس از آن یاهو با 25 درصد در رده دوم قرار گرفته است .

شم بازاریابی حکم می کند که همواره در جایی حضور داشته باشیم که مشتری ما آنجاست. اگر ما آنجا نباشیم، رقیب ما آنجا خواهد بود. به عبارت دیگر کسیکه قرار است از ما خرید کند، از رقیب ما خرید می کند:

رقیب ما هر روز چاق تر و چاق تر می شود و ما نحیف و نحیف تر.

بازاریابی با موتورهای جستجوگر (Search Engine Marketing) نیز دو هدف عمده زیر را دنبال می کند:

1. حضور در جاهایی که خریداران ما آنجا هستند.

2. بالاتر بودن از رقبا ( کسب وضعیت بهتر نسبت به رقبا )

اینگونه از بازاریابی شامل فعالیتهای مختلفی می باشد که از مهمترین فعالیتهای آن، بهینه سازی سایت (Search Engine Optimization) می باشد. در حقیقت موتورهای جستجوگر از مهمترین بینندگان هر سایتی هستند. اگر سایت شما تنها برای مرورگرها، بهینه سازی شده است، کمی تأمل کنید: سایت شما باید برای موتورهای جستجوگر هم بهینه سازی گردد. به عنوان مثال مرورگرها می توانند صفحات را با وجود بعضی از خطاها در کدهای آنها، به کاربران نمایش دهند اما موتورهای جستجوگر تا این حد مهربان نیستند. خوشبختانه توجه به موتورهای جستجوگر در طراحی سایت، آنرا برای کاربران سایت هم قابل استفاده تر می کند .

بهینه سازی سایت به معنای به کارگیری ترفندهای پیچیده نیست بلکه در اغلب موارد به کارگیری و اعمال تغییرات کوچک و ساده در سایت است که معمولاً تأثیر فوق العاده ای در بالا بردن ضریب نفوذ سایت شما در موتورهای جستجوگر دارند .

ضریب نفوذ مناسب به معنای حضور در موتورهای جستجوگر مهم و عمده، بایگانی شدن هر چه بیشتر صفحات سایت در پایگاه داده آنها و قرار گرفتن در صفحه های اول تا پنجم نتایج جستجوی آنهاست . متخصصین بسیاری در تلاش اند تا الگوریتم و پارامترهای مورد توجه موتورهای جستجوگر را شناسایی کنند تا بتوانند به کمک آنها به رتبه های بالاتری دست یابند و شانس خود را در کسب درآمد بیشتر، افزایش دهند . البته به موازات آنها، موتورهای جستجوگر نیز روز به روز الگوریتم های خود را هوشمندتر کرده و بر اقدامات امنیتی برای حفاظت از الگوریتم هایشان می افزایند. چیزی که امروزه این متخصصان با تأکید بر آنها قصد بهبودی رتبه های سایت های خود را دارند، تنها تجربه است و نه یافته های علمی ثابت شده از اسرار بسیار موتورهای جستجوگر.

### خلاصه:

- موتور جستجوگر ابزاری است که کاربران اینترنت به کمک آنها سایت ها را می یابند.
- نتایج جستجوی تمام موتورهای جستجوگر دقیق نیست .
- بسیاری از کاربران دریافته اند که در اغلب موارد 10 رتبه اول نتایج جستجوی موتورهای جستجوگر می تواند خواسته آنها را برآورده کند.
- راههای بسیاری برای دسترسی به سایتها وجود دارد اما موتورهای جستجوگر همواره راهکار اساسی بوده اند.
- تجارت الکترونیک به شدت خود را با مسئله رتبه بندی در موتورهای جستجوگر هماهنگ کرده است و همه سایت ها برای کسب رتبه های بالا تلاش می کنند.
- اجرای یک برنامه موفق بازاریابی با موتورهای جستجوگر، بدون یک ساختار و زیربنای مستحکم در خود سایت اصولاً با شکست همراه می باشد.