

## קידום אתרים - גורמים המשפיעים על דירוג מנועי חיפוש

תוכן עניינים:

**מבוא לגורמים המשפיעים על דירוג**

מאמר המקור:

<http://www.seomoz.org/articles/search-ranking-factors.php>

מאמר זה מציג שורה ארוכה של גורמים העשויים להשפיע על דירוגו של מסמך אינטרנט עבור מונח או ביטוי מסוים במנועי החיפוש הגדולים (Google, MSN, Yahoo ו-AskJeeves). למרות שלא ניתן לקבוע בוודאות איזה גורם משפיע על איזה מנוע חיפוש, או מהי חשיבותו של כל גורם בנפרד, פותחה שיטה להערכת חשיבותם של הגורמים השונים באמצעות שני סולמות ההערכה הבאים:

חשיבות:

חשיבות יוצאת מן הכלל	⋮
חשיבות גבוהה	⋮
חשיבות בינונית	⋮
חשיבות מעטה	⋮
חשיבות זניחה	▪

שונות:

מאוד שנוי במחלוקת לגבי חשיבותם של גורמים אלו קיימת מידה רבה של מחלוקת בקרב מומחים בתחום	😬
שנוי במחלוקת למדי לגבי חשיבותם של גורמים אלו קיימת מידה מסוימת של מחלוקת	😬
שנוי במחלוקת במידה ממוצעת לגבי חשיבותם של גורמים אלו קיימת מידה דומה של מחלוקת וקונצנזוס	😬
קונצנזוס מסוים לגבי חשיבותם של גורמים אלו קיימת מידה מסוימת של קונצנזוס	😬
קונצנזוס נרחב לגבי חשיבותם של גורמים אלו קיימת מידה רבה של קונצנזוס	😬

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

## הגורמים החשובים ביותר

להלן עשרת הגורמים החשובים ביותר בחמש הקטגוריות המפורטות מטה:

1. תג טייטל (title tag) - 4.57
2. טקסט הקישורים (anchor text) - 4.46
3. שימוש בביטויי מפתח בגוף המסמך - 4.46
4. מידת הנגישות של המסמך - 4.3
5. קישורים פנימיים בין עמודי האתר - 4.15
6. הנושא שבו עוסק האתר - 4.00
7. קישורים לאתרים חיצוניים - 3.92
8. כמות הקישורים לאתר מתוך אתרים העוסקים בנושאים דומים ( Topical Community) - 3.77
9. חשיבות הקישורים הנכנסים לאתר - 3.69
10. שימוש יתר במילות מפתח (הצפת מילות מפתח . ביטויי מפתח) - 3.69











## גורמים בגוף הטקסט (בדף האינטרנט עצמו) המשפיעים על דירוג האתר

הגורמים להלן הם פריטים אשר נמצאים בדף האינטרנט עצמו ומשפיעים על דירוג האתר מעצם היותם חלק מהמסמך שאותו סורקים ומקטלגים רובוטים של מנועי החיפוש. רבים מגורמים אלו אינם מתאימים לכל סוגי המסמכים, בעוד שאחרים הם סטנדרטיים.

תיאור	שם הגורם		
תג הכותרת, המסומן ב-HTML באמצעות התג <title> מופיע תמיד בראש החלון בדפדפן, ולעתים קרובות מופיע גם ככותרת האתר בדף התוצאות של מנוע החיפוש.	<b>תג טייטל</b> ממוצע 4.57   סטיית תקן 1.12	😊	⋮
שימוש במילות חיפוש (הביטויים שהוקשו במחרוזת החיפוש במנוע) בגוף המסמך.	<b>שימוש במילות חיפוש בגוף המסמך</b> ממוצע 4.38   סטיית תקן 1.00	😊	⋮
ניתן למדוד את חשיבותו של כל עמוד ועמוד בארכיטקטורה הכללית של האתר על פי מספר העמודים האחרים באתר המפנים אליו. מסמך מקושר-היטב בקישורים פנימיים נתפס כחשוב יותר מעמוד בודד הקבור היכן שהוא באתר.	<b>קישורים פנימיים בין עמודי האתר</b> ממוצע 4.15   סטיית תקן 0.95	😊	⋮
מנועי החיפוש בוחנים בדרך כלל את המאפיינים הייחודיים של המסמך (הן מבחינת התוכן והן מבחינת הצורה). אם	<b>הייחודיות של הטקסט</b> ממוצע 3.38   סטיית תקן 0.92	😊	⋮











Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

<p>המאפיינים הייחודיים של האתר הם העתק מדויק לאלו של מסמך אחר, בין אם באתר שלך או באתר אחר, ערכו של העמוד יורד דרסטית, ומנוע החיפוש עשוי אף להשמיטו לגמרי מתוצאות החיפוש.</p>			
<p>בנוסף לאיתור מילות המפתח עצמן, סורקים מנועי החיפוש את כל המסמך על מנת לקבוע האם נעשה בו שימוש במונחים נוספים המשייכים את הטקסט לנושא ספציפי.</p>	<p><b>שימוש במונחים הקשורים למילות המפתח</b> ממוצע 3.31   סטיית תקן 1.06</p>		
<p>הכוונה לעמודים ולאתרים שאליהם מקשר המסמך. קישורים אלו עשויים להשפיע על דירוגו של האתר הן לחיוב והן לשלילה, בהתאם לאיכות הקישורים, היחס שלהם למסמך המקשר אליהם והיחסים האפשריים בין האתרים אשר מאחסנים את המסמכים.</p>	<p><b>קישורים חיצוניים</b> ממוצע 3.08   סטיית תקן 1.14</p>		
<p>כמעט לכל מסמך יש "תאריך לידה" שאותו מחשבים מנועי החיפוש על פי הפעם הראשונה שבה זיהה הרובוט שלהם את המסמך עצמו או קישור אליו. מסמכים ישנים יותר נתפסים כ"סמכותיים", "אמינים" ו"חשובים" יותר מאשר מסמכים חדשים, במיוחד אם המשיכו לבנות קישורים לאורך זמן. מסמכים חדשים עשויים להיחשב "עדכניים" או "רלוונטיים" יותר בחיפושים תלויי-זמן.</p>	<p><b>גילו של המסמך</b> ממוצע 2.77   סטיית תקן 0.97</p>		
<p>מראי מקום (כגון הערות שוליים במאמר מדעי) מפנים למקורות מידע נוספים ולפרסומים, מסמכים ומאמרים נוספים שמהם נלקח המידע. לגורם זה משמעות רבה יותר בחיפושים אקדמיים או מדעיים.</p>	<p><b>מראי מקום או מקורות</b> ממוצע 2.77   סטיית תקן 1.19</p>		
<p>מנוע החיפוש מזהה מילים מאותו שורש או בהטיות שונות כאותה מילה. כך, יתכן שמנוע החיפוש יזהה את מילת החיפוש גם אם אינה כתובה במדויק בטקסט. עברית – ניתן להניח כי גורם זה משמעותי פחות, מנועי החיפוש אליהם מתייחס מסמך זה לא מסוגלים לבודד שורשים, הטיות או משפחות מילים כפי שניתן באנגלית.</p>	<p><b>שורשים והטיות</b> ממוצע 2.39   סטיית תקן 0.74</p>		













Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

<p>תג ה"מטא תיאור" יצא כמעט לחלוטין משימוש בבניית אתרים, אולם כדאי להמשיך ולהשתמש בו על מנת לדייק בתיאור האתר למנועי החיפוש. במקרים מסוימים, מנועי החיפוש אף ישתמשו בתיאור על מנת להציג את האתר בדף התוצאות. בכך ניתנת לבעל האתר שליטה רבה יותר על המסר שלו ועל האופן שבו האתר שלו מוצג באינטרנט. עם זאת, סביר להניח כי שילוב מילות חיפוש בתיאור אינו משפיע על דירוג האתר במנועי החיפוש.</p>	<p><b>תגי מטא - תיאור (meta description tags)</b> ממוצע 2.39   סטיית תקן 1.21</p>		
<p>ישנם סימנים מבניים המאותתים למנוע החיפוש כי האתר המדובר הוא בעל חשיבות רבה. למרות שלא ניתן לפרט את כל הסימנים הללו, אנו מניחים כי מרבית מנועי החיפוש הגדולים משקיעים זמן ומשאבים בפיתוח שיטות אוטומטיות למדידת איכותם של אתרים.</p>	<p><b>שימוש בסימני סמכות</b> ממוצע 2.28   סטיית תקן 1.21</p>		
<p>במסמכים מסוימים, בעיקר כאלו שיש בהם טקסט ארוך בעל מבנה או היררכיה ברורים, מתחשבים מנועי החיפוש בסדר המילים, הביטויים, המשפטים והרעיונות בטקסט.</p>	<p><b>סידור הטקסט במסמך</b> ממוצע 2.31   סטיית תקן 1.26</p>		
<p>מנועי החיפוש בוחנים את הטקסט המופיע בתגי אלט-טקסט או בתגי טיטל של תמונות ביחד עם שאר הטקסט בעמוד, אולם הדרישות מטקסט זה פחותות מהדרישות המחמירות שמציבים מנועי החיפוש לגוף הטקסט עצמו (מבחינת איכות, דקדוק, קריאות וכדומה). שני תגים אלו משמשים בעיקר לחיפוש תמונות שמבצעים מנועי החיפוש, שבהם מופיעה התמונה ולצידה שם הקובץ.</p>	<p><b>אלט-טקסט (alt text) ותגי טיטל של תמונות</b> ממוצע 2.23   סטיית תקן 0.97</p>		
<p>שימוש בכותרות לפסקאות, בין אם באמצעות תג &lt;h&gt; ובין אם דרך עיצוב הדף יכול להדגיש את נושא העמוד ולהצביע על כך שהנושא נידון מכמה צדדים. אם כותרות הפסקאות מציגות נושאים מגוונים ועם זאת כאלו שיש להם קשר לנושא המרכזי של העמוד - עשוי השימוש בכותרות להועיל לדירוג האתר.</p>	<p><b>כותרות לפסקאות</b> ממוצע 2.23   סטיית תקן 1.12</p>		

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

<p>מנועי חיפוש מודדים את קצב השינויים באתר לאורך זמן, אולם במיוחד הם רוצים לבדוק כמה משתנה התוכן באתר בין עדכון לעדכון, ואיזה מאפיינים של האתר השתנו. שינויים קוסמטיים (למשל שינוי צבע הגופן) או שינויים שמשפיעים על כל המסמכים באתר (למשל שינוי תבנית עיצוב) אינם זוכים בד"כ להתייחסות של מנועי החיפוש, אולם הוספת תכנים חדשים, תיקון תכנים ישנים שאינם רלוונטיים יותר או הסרתם לגמרי יאותתו למנוע החיפוש כי מדובר באתר מעודכן.</p>	<p><b>אופי ושיעור השינויים בתוכן</b> ממוצע 2.23   סטיית תקן 1.19</p>		
<p>מסיבות מובנות, אתר זוכה לדירוג גבוה יותר אם שפת האתר תואמת את מילות החיפוש ואת מיקומו של המשתמש ברשת (שנקבע על-פי כתובת ה IP או על-פי מנוע החיפוש שבו הוא משתמש, למשל yahoo.jp, google.de וכדומה).</p>	<p><b>שפת המסמך</b> ממוצע 2.15   סטיית תקן 0.95</p>		
<p>השימוש במילות מפתח, עם מקף או ברצף, בכתובת האתר עשוי להשפיע על דירוגם של מנועי חיפוש מסוימים.</p>	<p><b>שימוש במילות מפתח בכתובת האתר (URL)</b> ממוצע 2.15   סטיית תקן 1.02</p>		
<p>תג מילות המפתח הוא אמנם שריד מימיו הראשונים של האינטרנט, אולם מנועי החיפוש עדיין עושים בו שימוש על מנת לזהות זיהוי ראשוני את המונחים שבהם מתרכז העמוד. כדאי לשלב במילות המפתח גם שגיאות איות נפוצות של מילות המפתח העיקריות, אם ישנן כאלה.</p>	<p><b>תגי מטא - מילות מפתח</b> ממוצע 2.08   סטיית תקן 0.9</p>		
<p>עומקו של המסמך באתר נמדד באמצעות מספר הפעמים שיש ללחוץ על קישורים שונים באתר על מנת להגיע למסמך זה.</p>	<p><b>"עומקו" של המסמך באתר</b> ממוצע 1.92   סטיית תקן 0.92</p>		
<p>סמן נוסף של שיטות מודרניות לאופטימיזציה טקסט הוא השימוש בתגים כגון Hx, strong, bold, ושאר תגי הדגשה, על מנת לחזק את חשיבותו של מונח או ביטוי מסוים בפני מנועי החיפוש. הדגשת מושגים חשובים תורמת למבקרים באתר ולכן השימוש בשיטה זו ממשיך להיות רב. אולם השאלה כיצד מתייחסים מנועי החיפוש</p>	<p><b>שימוש בכותרת H1, הדגשות, ותגים ויזואליים אחרים</b> ממוצע 1.92   סטיית תקן 1.44</p>		

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

למידע זה עדיין שנויה במחלוקת כיוון ששיטה זו הפכה מקור למה שמכונה "יתר-אופטימיזציה".			
מנועי חיפוש עשויים להסתייע בטקסט הקישורים הפנימיים על מנת לסווג מסמכים ולדרג אותם, במיוחד כשמדובר על מסמכים ארוכים בעלי מבנה ברור (כמו למשל ערכים ב-Wikipedia).	<b>טקסט הקישורים בתוך המסמך</b> ממוצע 1.86   סטיית תקן 1.10	☹️	■
עם הזמן עשויים לחול שינויים בתוכן המסמך או בקישורים שבו. מנועי החיפוש, אשר שבים וסורקים אתרים מפעם בפעם, עשויים להעריך יותר אתרים שקצב העדכונים שלהם מהיר.	<b>קצב העדכונים במסמך</b> ממוצע 1.85   סטיית תקן 1.10	☹️	■
אורך המסמך או גודלו, הן מבחינת גודל הקובץ והן מבחינת מספר המילים או הסימנים בו, משפיעים על דירוג האתר במנועי החיפוש. מנועי החיפוש מניחים כי עבור מחרוזות חיפוש מסוימות עדיף להציג מסמך קצר ותמציתי, בעוד שעבור שאילתות אחרות יתאים מסמך ארוך ומפורט יותר. לאורך המסמך וגודלו אין ערכים אופטימליים, אולם מדד זה משמש את מנועי החיפוש בדירוג האתר.	<b>אורך המסמך</b> ממוצע 1.54   סטיית תקן 0.63	☹️	■
סוג המסמך (.pdf, .doc, .txt. ואחרים) משפיע על דירוגו במנועי החיפוש, בהתאם לשאילתה שהוצגה והאופן שבו מבין מנוע החיפוש את רצונו של המשתמש. כאשר נחפש מחקרים מקצועיים, למשל, תינתן עדיפות למסמכים מסוג PDF ו-MS WORD.	<b>סוג המסמך</b> ממוצע 1.54   סטיית תקן 0.84	☹️	■
למרות שהערכת איכות הטקסט היא סובייקטיבית ביותר, הוצגו מגוון שיטות לבחינה אוטומטית של איכות הטקסט. ברוב המקרים נעשה הדבר על בסיס השוואה של מסמכים באיכות גבוהה עם מסמכים באיכות נמוכה במטרה לגלות סמנים טבעיים לסגנון זה או אחר, ואזי להשתמש בסמנים אלו על מנת לסווג מסמכים אחרים. מידת השפעתה של שיטה זו על דירוג מנועי החיפוש עדיין לא ברורה.	<b>איכות הטקסט במסמך</b> ממוצע 1.46   סטיית תקן 0.75	☹️	■
ארגון ה-W3C לתקנים באינטרנט מפרסם דרישות לבדיקות תקינות אתרים. באתרים רבים נעשה שימוש	<b>תקני W3C</b> ממוצע 1.46   סטיית תקן 0.93	☹️	■

Email : info@searchmarketing.co.il

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

<p>בתקנים אלו על מנת לבנות אתר "נכון". יתכן כי מנועי החיפוש אכן משתמשים בתקנים אלו לצרכי דירוג אתרים, אולם הדבר עדיין לא הוכח בוודאות.</p>			
<p>השימוש שעושים מנועי החיפוש בדקדוק הוא שנוי במחלוקת, אולם מאמרים מדעיים ומחקרים מתייחסים לדקדוק כאל מאפיין שיכול לקבוע את איכות הטקסט. מסמכים הכתובים בהתאם לחוקי הדקדוק (אפשר להניח כי מדובר בחוקי דקדוק בסיסיים) עשויים לזכות במקום מכובד יותר בדירוג. עברית – עוד פחות רלוונטי בשלב זה.</p>	<p><b>דקדוק</b> ממוצע 1.46   סטיית תקן 1.08</p>	<p>☹️</p>	<p>▪</p>
<p>קישורים למסמכים נוספים באתר מסייעים למנועי החיפוש לזהות את נושא העמוד.</p>	<p><b>קישורים פנימיים במסמך</b> ממוצע 1.3   סטיית תקן 0.6</p>	<p>☺️</p>	<p>▪</p>
<p>כמו הדקדוק, גם איכות האיות בטקסט יכולה לשמש את מנועי החיפוש כאמצעי להערכת איכות המסמך. אפשר להניח כי יישומי של קריטריון זה יותאם לאופי השאלתה, כך שאתרים הומוריסטיים ואחרים, שבהם ניתן למצוא שגיאות איות מכוונות לא יסבלו מדירוג נמוך.</p>	<p><b>איות נכון במסמך</b> ממוצע 1.23   סטיית תקן 0.58</p>	<p>☺️</p>	<p>▪</p>
<p>Stopwords הן מילים כגון can, it, the, up, how, where, been וכו' שמספרן בטקסט מסייע למנוע החיפוש לקבוע את סגנון הכתיבה באתר. ריכוז גבוה של מילים מסוג זה מרמז על טקסט ארוך בסגנון מאמר, ואילו שכיחות נמוכה של מילים מסוג זה משמעותו כתיבה פרסומית וקצרה, תוך שימוש בנקודות במקום בפסקאות. גורם זה משפיע על חיפוש שבהם יש העדפה ברורה לסוג מסוים של כתיבה.</p>	<p><b>שימוש ב-Stopwords</b> ממוצע 1.23   סטיית תקן 0.58</p>	<p>☺️</p>	<p>▪</p>
<p>את רמת הכתיבה של הטקסט מחשבים בדרך כלל באמצעות בדיקה של המילים בו - עד כמה הן מסובכות (לעומת מילים הנלמדות בשלבים שונים במערכת החינוך) וכמה הברות יש בהן. כך, מסמכים באנגלית הכתובים תוך שימוש במילים המתאימות לבוגרי תיכון או לסטודנטים בארה"ב ייחשבו טקסטים ברמה גבוהה, בעוד שמסמכים הכתובים ברמה שילד בכיתה ה' או ו' יוכל להבינם</p>	<p><b>רמת הכתיבה של הטקסט</b> ממוצע 1.08   סטיית תקן 0.27</p>	<p>☺️</p>	<p>▪</p>

<p>יחשבו טקסטים ברמה נמוכה. מנועי החיפוש אינם מדרגים אתרים לפי רמת הכתיבה כשלעצמה, אולם הם עשויים לבחור האם להציג טקסטים ברמה גבוהה או נמוכה בהתאם למילות החיפוש שמופיעות בשאלתה.</p>			
---	--	--	--

### גורמים באתר המשפיעים על ערכם ודירוגם של המסמכים המאוכסנים בהם













הגורמים הבאים משפיעים על כל המסמכים המאוכסנים באתר מסוים. גורמים אלו משפיעים על חוזקו הכללי של האתר המאכסן וכתוצאה מכך מהווים השפעה על כל עמוד ועמוד באתר.

תיאור	שם הגורם		
<p>הנושא העיקרי שבו עוסק האתר (שנקבע באמצעות ניתוח התוכן של כל העמודים המאוכסנים בו) עשוי להשפיע על דירוגו של האתר במנוע החיפוש. אם האתר מתרכז בנישה מסוימת של תוכן (בכל תחום שהוא), יש סיכוי שמסמכים העוסקים בתחום זה ומאוכסנים באתר יזכו לדירוג גבוה. ישנם גם אתרי תוכן העוסקים בחדשות או בהפצת מידע (למשל CNN.com, Topix.net ואחרים) אשר עוסקים במגוון רחב של נושאים וזוכים גם הם לדירוג גבוה בנושאים רבים.</p>	<p><b>הנושא העיקרי של האתר</b> ממוצע 4.00   סטיית תקן 1.11</p>	☹️	⋮
<p>מנוע החיפוש מתייחס לאתרים העוסקים בנושא או רעיון דומה והמקושרים בינם לבין עצמם כאל קבוצת נושא. קבוצות אתרים מסוג זה נחשבות מעודכנות ורלוונטיות מאוד ולכן לקישור מהן יש חשיבות רבה. אתר שנכלל בקבוצת נושא באמצעות קישורים המובילים אליו מאתרים אחרים החברים בקבוצה נתפס בעיני מנועי החיפוש כחשוב וסמכותי יותר בשאלות הנוגעות לנושא הקבוצה.</p>	<p><b>כמות הקישורים לאתר מתוך קבוצות אתרים העוסקים בנושאים דומים (Topical Community)</b> ממוצע 3.77   סטיית תקן 1.48</p>	☹️	⋮
<p>חשיבות הקישורים הנכנסים לאתר נמדדת באמצעות חישוב חשיבותם הכללית של כל הקישורים המובילים לדומיין מסוים. השפעה רבה ניכרת לקישורים מאתרים חשובים אחרים (בהתאם לחשיבות של אתרים אלה).</p>	<p><b>חשיבות הקישורים הנכנסים לאתר</b> ממוצע 3.69   סטיית תקן 1.49</p>	☹️	⋮
<p>מבנה הקישורים הפנימיים באתר עשוי להשפיע על דירוגו. מנועי החיפוש, כמו</p>	<p><b>מבנה הקישורים באתר</b> ממוצע 3.23   סטיית תקן</p>	☹️	⋮

Email : info@searchmarketing.co.il

<p>הגולשים באתר, מצפים למצוא מערכת קבועה של פריטי ניווט היררכיים המובילים מנושא כללי ורחב לנושא צר יותר. אתרים שיש להם מבנה קישורים מסוג זה זוכים לדירוג גבוה יותר.</p>	<p>1.12</p>		
<p>מנועי החיפוש יכולים למדוד את כמות הקישורים הנכנסים לאתר במשך זמן ולהסיק מכך לגבי חשיבותו של כל קישור חדש. חשיבותם של הקישורים משפיעה על דירוגם של מסמכים שונים המאוכסנים באתר, בין אם יש אליהם קישורים חיצוניים ובין אם לאו.</p>	<p><b>שיעור הקישורים החדשים הנכנסים לאתר</b> ממוצע 3.08   סטיית תקן 0.73</p>	<p>😊</p>	<p>  </p>
<p>הקישורים הנכנסים לאתר יכולים להיות רלוונטיים לנושא האתר או לא רלוונטיים אליו. ערכו של הקישור יורד אם אינו רלוונטי לתוכן האתר. לעומת זאת כמות גדולה של קישורים רלוונטיים המובילים לאתר מעלה את דירוגו במנוע החיפוש. מידת הרלוונטיות של הקישורים נמדדת לפי תוכנם של האתרים שמהם הם מגיעים ולפי הקישורים האחרים באתרים אלו.</p>	<p><b>חשיבותם של הקישורים הנכנסים לאתר מבחינה תוכנית</b> ממוצע 3.08   סטיית תקן 1.21</p>	<p>😊</p>	<p>  </p>
<p>על מנת לקבוע את נושא האתר, בוחנים מנועי החיפוש הן את טקסט באתר עצמו והן את טקסט הקישורים (anchor text) המובילים אליו מתוך אתרים אחרים. דירוג האתר עולה אם טקסט הקישורים המובילים אליו אכן רלוונטי לנושא האתר.</p>	<p><b>טקסט הקישורים הנכנסים לאתר</b> ממוצע 3.08   סטיית תקן 1.59</p>	<p>😊</p>	<p>  </p>
<p>גילו של האתר עשוי להשפיע על ערכו ועל מידת האמון שמעניקים מנועי החיפוש למסמכים המאוכסנים בו. אתרים ישנים יותר נחשבים בדרך כלל לאמינים יותר מאתרים חדשים.</p>	<p><b>גילו של האתר</b> ממוצע 2.92   סטיית תקן 1.14</p>	<p>😊</p>	<p>  </p>
<p>השפה העיקרית של האתר משפיעה על דירוגם של מסמכים המאוכסנים בו בחיפושים תלויי-שפה או תלויי-מנוע (למשל Yahoo.jp, Google.de וכו').</p>	<p><b>שפת האתר</b> ממוצע 2.62   סטיית תקן 0.92</p>	<p>😊</p>	<p>  </p>
<p>הפעולה העיקרית שמבצע המשתמש בדף התוצאות של מנוע החיפוש היא ללחוץ על תוצאות החיפוש. אם משתמשים רבים נכנסים לאתר ולא חוזרים מיד לדף התוצאות, אתר זה וכל המסמכים המאוכסנים בו עשויים לזכות</p>	<p><b>פעילות היסטורית וכרונולוגית הנוגעת לאתר</b> ממוצע 2.62   סטיית תקן 1.00</p>	<p>😊</p>	<p>  </p>

Email : info@searchmarketing.co.il

לדירוג גבוה יותר.			
<p>מנועי החיפוש מנהלים מעקב אחר קצב תחלופת הקישורים המובילים לאתר (כלומר האם קישורים שהובילו לאתר מסוים ירדו מן האוויר או הוחלפו באחרים) ומשווים נתונים אלו לאתרים אחרים. אתרים שיש מעט קישורים קבועים המובילים אליהם עשויים לקבל דירוג נמוך יותר מאתרים שהקישורים אליהם יציבים. מנוע החיפוש גם משווה אתרים שיש בהם קצב תחלופה גבוה של קישורים לאתרים אחרים בתחום על מנת לגלות האם התופעה מקובלת בענף זה. לאורך זמן, נתונים אלו משפיעים על דירוגם של אתרים ומסמכים שונים.</p>	<p><b>קצב תחלופת הקישורים המובילים לאתר</b> ממוצע 2.31   סטיית תקן 0.99</p>		
<p>סיומות כגון .biz, .net, .com. הן סיומות מסחריות הזמינות לכל אדם. לעומת זאת, שמות דומיין כגון .gov, .mil ו- .edu ניתנים רק לארגונים בעלי זכויות מיוחדות. אתרים עם סיומות מיוחדות אלו נחשבים אמינים יותר ולכן מקבלים דירוג גבוה יותר.</p>	<p><b>סיומת שם דומיין</b> ממוצע 2.31   סטיית תקן 1.20</p>		
<p>קיומם של קשרים סמנטיים בין מסמכים המאוכסנים באותו אתר עשוי להשפיע על הדירוג שלהם במנוע החיפוש. כך לדוגמה אתר שכל המסמכים שבו עוסקים בנושאים דומים ומשתמשים במונחים קרובים, יקבל דירוג גבוה יותר.</p>	<p><b>קשרים סמנטיים בין המסמכים המאוכסנים באתר</b> ממוצע 2.15   סטיית תקן 1.17</p>		
<p>מנועי החיפוש יכולים להתייחס גם למילות חיפוש המופיעות בשם הדומיין של האתר. לפיכך, שימוש במילות מפתח בשם הדומיין עשוי להשפיע לטובה על התוצאות המתקבלות מחיפוש מילת מפתח זו.</p>	<p><b>שימוש במילות מפתח בשם הדומיין</b> ממוצע 2.08   סטיית תקן 1.14</p>		
<p>גודלו של האתר, כלומר מספר המסמכים המאוכסנים בו, עשוי להשפיע על הדירוג שלו, בתנאי שלמנוע החיפוש יש העדפה לאתרים בגודל מסוים.</p>	<p><b>מספר המסמכים המאוכסנים</b> ממוצע 2.00   סטיית תקן 1.41</p>		
<p>מנוע החיפוש בוחן את הדירוג שמקבלים אתר והמסמכים המאוכסנים בו בדף התוצאות של מנוע החיפוש לאורך זמן. כאשר אתר זוכה פתאום לדירוג טוב בהרבה ממה שקיבל בעבר, מנוע</p>	<p><b>דירוג שמקבל האתר לאורך זמן</b> ממוצע 1.92   סטיית תקן 0.73</p>		


Email : info@searchmarketing.co.il

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

החיפוש משתמש במידע זה על מנת לבדוק האם מדובר בתופעה טבעית או בהצפה (spamming).			
שימוש בשני מקפים או יותר בשם הדומיין מצביע על אתר שאיכותו נמוכה. מנועי החיפוש עשויים להשתמש בנתון זה על מנת להוריד את דירוגו של האתר או של מסמכים המאוכסנים בו.	<b>מקפים בשם הדומיין</b> ממוצע 1.92   סטיית תקן 0.73	😊	■
מפת אתר, במיוחד אם יש בה טייטל מתאים ומוביל אליה קישור בעל טקסט ברור מסייעת לסריקה מהירה של האתר - ומכאן - לדירוג יעיל של המסמכים באתר.	<b>מפת אתר (sitemap)</b> ממוצע 1.92   סטיית תקן 1.07	😊	■
שימוש בתוכניות כגון Sitemaps של גוגל ו-Paid Inclusion של יאהו אשר מאפשרות לבעלי אתרים להוסיף את האתר שלהם בתשלום לאינדקסים של מנוע החיפוש לא אמור להשפיע על הדירוג שמקבל האתר בחיפוש רגיל במנוע החיפוש. עם זאת, שימוש בתוכניות מסוג זה מקל על מנועי החיפוש לבצע סריקה מלאה ומקיפה של האתר ולכן להעניק לו דירוג גבוה יותר בכל פעם שהתוכן שבו מתעדכן.	<b>תשלום עבור הופעה באינדקסים של מנועי חיפוש</b> ממוצע 1.77   סטיית תקן 0.89	😊	■
קצב החלפת המסמכים באתר (הוספת מסמכים חדשים והסרת ישנים) עשוי להשפיע על דירוגם של המסמכים המאוכסנים באתר. עם הזמן מנועי החיפוש עשויים להשתמש בנתונים על שינויים בקצב על מנת להעלות או להוריד את דירוגם של מסמכים מסוימים על בסיס גילם וחשיבותם לעומת מסמכים אחרים באתר.	<b>קצב הוספת מסמכים או ביצוע שינויים בהם</b> ממוצע 1.615   סטיית תקן 0.74	😊	■
השימוש בהפניות כגון 301 (קבוע) ו-302 (זמני) עשוי להשפיע על דירוג האתר, בהתאם לשכיחות השימוש בהם והאתר שאליו הם מפנים. מנוע החיפוש עשוי לתת פחות אמון באתרי אינטרנט שהופנו לאחרונה מאתר אחר.	<b>שימוש בהפניות</b> ממוצע 1.46   סטיית תקן 0.75	😊	■
גודלם היחסי של המסמכים המאוכסנים באתר האינטרנט יכול לסייע למנוע החיפוש לצפות את גודלו וטבעו של האתר. לדוגמא, אם חלק גדול	<b>גודלם של המסמכים המאוחסנים</b> ממוצע 1.31   סטיית תקן 0.61	😊	■

Email : info@searchmarketing.co.il

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

<p>מהמסמכים המאוכסנים באתר הם עבודות מחקר ארוכות במיוחד, דירוג של האתר יעלה בחיפוש העוסקים בנושאים מחקריים.</p>			
<p>מנוע החיפוש יכול להשתמש בקצב הממוצע של ביצוע שינויים במסמכים המאוכסנים באתר על מנת לזהות את המסמכים המעודכנים ביותר. מסמכים אלו עשויים לזכות לדירוג טוב יותר לעומת מסמכים אחרים באותו אתר או לעומת מסמכים חיצוניים.</p>	<p><b>שינויים בקצב השינויים המתבצעים במסמכים המאוכסנים באתר</b> ממוצע 1.15   סטיית תקן 0.53</p>		<p>■</p>



## גורמים המשפיעים על ערכו של קישור

הגורמים הבאים משפיעים על יכולתו של הקישור להשפיע על דירוגו של מסמך שאליו הוא מפנה. יש להזכיר כי בנוסף לגורמים אלו משפיעים על הקישורים כל מאפייני האתר שהוזכרו לעיל. הגורמים להלן הם בעלי חשיבות מיוחדת ביחס לקישורים.

תיאור	שם הגורם		
הניסוח של טקסט הקישור, אורכו, המונחים שנעשה בהם שימוש וסדר המילים הם הגורמים המשמעותיים ביותר המשפיעים על הדירוג. קישורים בעלי טקסט הכולל מילת חיפוש מעלים את דירוגו של האתר בחיפוש הנוגעים לאותה מילת חיפוש.	<b>טקסט הקישור ( anchor text)</b> ממוצע 4.46   סטיית תקן 0.93	☹️	⋮
הקישורים החיצוניים אשר מובילים למסמך מסוים עשויים בתורם, להשפיע על חשיבותם של הקישורים היוצאים מאותו מסמך לאתרים אחרים.	<b>קישורים חיצוניים למסמך עם קישורים</b> ממוצע 3.92   סטיית תקן 0.92	☹️	⋮
ככל שיש יותר קישורים חשובים שנכנסים לאתר, כן עולה חשיבותם של הקישורים הנמצאים בכל המסמכים המאוכסנים באתר זה.	<b>חשיבות הקישורים הנכנסים לאתר</b> ממוצע 3.85   סטיית תקן 1.41	☹️	⋮
כפי שהוזכר קודם לכן, אתרים העוסקים בנושא או רעיון דומה והמקושרים בינם לבין עצמם נקראים קבוצת נושא. השתייכות לקבוצה כזאת יכולה להעלות את הדירוג של האתר. בדומה לכך, גם קישורים מתוך קבוצות נושא חשובות משפיעים לטובה על הדירוג של האתר שאליו הם מפנים. ערכו של הקישור עולה ככל שהאתר ממנו הוא יוצא מקושר היטב בעצמו.	<b>כמות הקישורים לאתר מתוך קבוצות אתרים העוסקים בנושאים דומים (Topical Community)</b> ממוצע 3.77   סטיית תקן 1.25	☹️	⋮
בנוסף לטקסט הקישור עצמו, ישנה חשיבות רבה לטקסט שמסביב לקישור. הדבר נכון במיוחד עבור קישורים המשולבים בתוכן האתר מאלו המופיעים מחוץ לאזורי טקסט מוגדרים. במקרה של רשימת קישורים מתייחס מנוע החיפוש לתיאור האתר שאליו מפנה הקישור.	<b>הטקסט מסביב לקישור</b> ממוצע 3.54   סטיית תקן 0.84	☹️	⋮
הטקסט של כל הקישורים המובילים למסמך עשוי להשפיע על חשיבותו של מסמך זה, ומכאן - להשפיע על חשיבותם של הקישורים היוצאים ממנו ועל האתרים שאליהם הם מפנים.	<b>טקסט הקישורים המובילים לאתר או למסמך</b> ממוצע 3.46   סטיית תקן 1.28	☹️	⋮












Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

<p>מיקום הקישור באתר המקורי יכול לשנות את מידת ההשפעה שיש לו. לדוגמא, קישור ש"קבור" 4-5 דרגות מדף הבית לא ייתפס כחשוב באותה מידה כמו קישור הממוקם בדף הבית עצמו או בעמוד מרכזי אחר.</p>	<p><b>מיקום הקישור באתר המקור</b> ממוצע 3.31   סטיית תקן 1.07</p>		
<p>קישורים המחברים בין אתרים דומים (מאוכסנים באותו מקום, בעלי אותו דומיין, ועוד) נחשבים פחות בעיני מנוע החיפוש. זאת, על מנת למנוע ניצול לרעה של שיטת הקישורים על מנת להעלות את הדירוג של אתרים "מאותה משפחה" (הנשלטים על ידי אותה יישות).</p>	<p><b>קישורים בין אתרים דומים</b> ממוצע 3.00   סטיית תקן 0.56</p>		
<p>תג nofollow מודיע למנוע החיפוש כי יוצרי האתר אינם לוקחים אחריות על הקישור. ברוב המקרים פירוש הדבר שהקישור לא אושר בידי יוצרי האתר אלא נוסף בידי גולש או אפילו באמצעות תוכנת ספאם אוטומטית.</p>	<p><b>שימוש בתג rel=nofollow</b> ממוצע 3.00   סטיית תקן 1.36</p>		
<p>איכותו ומאפייניו של הטקסט בעמוד משפיעים גם על ערכם של הקישורים היוצאים ממנו, הן מבחינת השפעת הקישור על הדירוג והן מבחינת הרלוונטיות שלו לנושא או למילת חיפוש.</p>	<p><b>טקסט בעמוד שממנו יוצא הקישור</b> ממוצע 2.92   סטיית תקן 0.83</p>		
<p>הקשר הסמנטי בין הטקסטים באתר המקור לבין הטקסטים באתר היעד משפיע על מידת החשיבות והרלוונטיות של הקישור.</p>	<p><b>יחסים סמנטיים בין אתר המקור לאתר היעד</b> ממוצע 9.29   סטיית תקן 0.83</p>		
<p>משך הזמן שבו נמצא הקישור באתר משפיע על ערכו. ערכו של קישור עולה ככול שהוא ישן יותר.</p>	<p><b>גילו של הקישור</b> ממוצע 2.85   סטיית תקן 1.03</p>		
<p>הנחה רווחת היא כי מנועי החיפוש מעריכים אתרים מסוימים יותר מאחרים. ניתן לשער כי מדובר באתרים כגון CNN.com, DMOZ.org, ו-Whitehouse.gov. קישורים היוצאים מאתרים אלו הם בעלי חשיבות מיוחדת ועשויים להקפיץ את דירוגו של האתר שאליו הם מובילים, אולם ככל הנראה לעולם לא ניתן יהיה לזהות את האתרים האלו בוודאות או לכמת את השפעתם.</p>	<p><b>אמון שרוכשים מנועי החיפוש לאתרים מסוימים</b> ממוצע 2.77   סטיית תקן 1.12</p>		

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

<p>ערכו של קישור מושפע גם מקיומם של קישורים נוספים (חיצוניים ופנימיים) שכבר נמצאים במסמך. השפעתם של הקישורים האחרים עשויה להיות הן חיובית והן שלילית, בהתחשב במסמכים שאליהם הם מובילים.</p>	<p><b>קישורים נוספים (חיצוניים ופנימיים) בעמוד</b> ממוצע 2.69   סטיית תקן 1.14</p>		
<p>קישורים רבים בין אתרים שחולקים כתובת IP או כתובת C-Block משותפת נתפסים כניסיון לרמות את מנוע החיפוש ולכן ערכם יורד.</p>	<p><b>כתובת IP או כתובת C-Block משותפת</b> ממוצע 2.62   סטיית תקן 0.92</p>		
<p>שימוש במונחים ובמילות מפתח בעמוד שממנו יוצאים הקישורים מרמז למנוע החיפוש כי לקישורים חשיבות רבה בטקסט. בדומה לכך, אם אין התאמה בין הקישור לנושא העמוד שבו הוא נמצא, ערכו של הקישור יורד.</p>	<p><b>שימוש במילות מפתח בעמוד שממנו יוצאים הקישורים</b> ממוצע 2.54   סטיית תקן 0.63</p>		
<p>שיעור הקישורים החיצוניים המפנים למסמך או לאתר שבו הוא מאוכסן עשוי להשפיע על ערכו של כל קישור היוצא ממסמך זה.</p>	<p><b>שיעור הקישורים החיצוניים המפנים למסמך</b> ממוצע 2.38   סטיית תקן 0.92</p>		
<p>סיומת הדומיין של האתר עשויה להשפיע על חשיבותם של הקישורים היוצאים ממנו. לדוגמא, אתרים עם סיומת .edu, .gov, או .mil. נחשבים חזקים יותר מאתרים בעלי סיומות מסחריות רגילות (.com, .biz, .net וכו').</p>	<p><b>סיומת שם דומיין</b> ממוצע 2.38   סטיית תקן 1.39</p>		
<p>כאשר קיימים קישורים רבים בין שני אתרים, כל קישור חדש שנוסף הוא בעל ערך פחות. גם קישור לאתר שלישי, אליו מקושר אחד האתרים, אינו בעל ערך רב.</p>	<p><b>יחס קישורים בין אתרים</b> ממוצע 2.31   סטיית תקן 0.91</p>		
<p>אם קיים כבר קישור מאתר אחד לשני, ערכו של קישור נוסף מהאתר הראשון לשני ייחשב פחות על פי רוב מהקישור הראשון</p>	<p><b>קיומם של קישורים נוספים בעמודים אחרים של האתר</b> ממוצע 2.15   סטיית תקן 0.95</p>		
<p>הקצב שבו משתנה התוכן במסמך או נוסף לו תוכן חדש משפיע על ערכם של הקישורים שבו. מסמכים המתעדכנים לעיתים קרובות מספקים קישורים עדכניים יותר, ולעומת זאת מסמכים ישנים יותר מספקים קישורים יציבים</p>	<p><b>קצב שינוי התוכן בעמוד הקישורים</b> ממוצע 2.15   סטיית תקן 1.10</p>		

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

אמינים יותר. מידת החשיבות שמיוחסת לקישורים אלו תלויה באופן שבו מנתח מנוע החיפוש את הנתונים.			
קישור שנמצא קרוב יותר לראש העמוד, (במיוחד כשמדובר בעמוד ארוך), או בולט יותר לעומת קישורים אחרים עשוי להיתפס כחשוב יותר.	<b>מיקום הקישור בעמוד</b> ממוצע 2.15   סטיית תקן 1.35	😬	▬
שינויים בעדכונים בקישור עצמו, כלומר בכותרת, בטקסט הקישור, במיקומו של הקישור במסמך או במקום שאליו הוא מפנה, עשויים להשפיע על ערכו של הקישור במנוע החיפוש.	<b>שינויים ועדכונים בקישורים</b> ממוצע 2.15   סטיית תקן 1.35	😬	▬
שימוש בתגים כגון Hx-ו bold אשר הופכים את הקישור לבולט יותר ויזואלית עשוי לגרום למנוע החיפוש לתפוס את הקישור כחשוב יותר משאר הקישורים בעמוד.	<b>תגים ויזואליים המשפיעים על טקסט הקישור</b> ממוצע 1.69   סטיית תקן 1.14	😬	▬
מנועי חיפוש מסוימים משתמשים בכותרת תג הקישור על מנת לקבוע את מידת הרלוונטיות או ההשפעה שלו. לגורם זה חשיבות רבה יותר כאשר אין טקסט קישור (anchor text) או כאשר טקסט זה חסר משמעות, למשל חץ <-- או "לחץ כאן".	<b>כותרת תג הקישור</b> ממוצע 1.54   סטיית תקן 1.08	😬	▬

**כתובת URL, אכסון, שרת, וגורמים טכניים אחרים**  
גורמים אלו משפיעים על דירוגו של המסמך כיוון שיש להם השפעה על עבודת הסריקה של מנוע החיפוש או על מדדי האמון שלו.

תיאור	שם הגורם		
מסמכים עשויים להיות לא נגישים בגלל שגיאת 404, תקלות בשרת, דרישה להתקנת plug-in או נושאים טכניים אחרים. ניתן להקשות על הנגישות לאתר גם באמצעות שימוש בהפניות URL, טפסים, javascript או צורות ניווט נוספות שהרובוטים של מנועי החיפוש לא מסוגלים להשתמש בהן.	<b>מידת הנגישות של המסמך</b> ממוצע 4.31   סטיית תקן 1.32	😬	▬▬▬
פרמטרים של זיהוי לביקור עשויים להשפיע לרעה על דירוג מנועי החיפוש כיוון שתוכן האתר נסרק ונשמר מאות ואלפי פעמים ובכך מתבטלת יכולתם של	<b>פרמטר זיהוי לביקור (Session ID)</b> ממוצע 3.62   סטיית תקן 1.08	😬	▬▬▬

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

הקישורים ושל מאפייני העמוד להשפיע על הדירוג.			
<p>הנחיות noarchive ו-noindex אומרות למנוע החיפוש לא לאכנס את האתר באינדקס ולא לשמור את תוכנו. הנחיות אלו עשויות להשפיע על דירוג האתר שכן מנוע החיפוש לא יכול לדרג אתרים שאינו מודע לקיומם. פקודות אלו ניתן לתת גם באמצעות שימוש בקובץ Robots.txt.</p>	<p><b>הנחיות Noarchive/NoIndex ושימוש ב-Robots.txt</b> ממוצע 3.31   סטיית תקן 1.54</p>	☹️	⋮
<p>לעיתים ריבוי פרמטרים בכתובת URL דינמית יגרום למנוע החיפוש להתעלם מהמסמך</p>	<p><b>פרמטרים דינמיים בכתובת URL</b> ממוצע 3.32   סטיית תקן 1.19</p>	☹️	⋮
<p>השימוש בפריימים בעיצוב העמוד, עלול להפריע למנועי החיפוש שכן יצירת מספר כתובות URL מפחיתה מחשיבותם של הקישורים הנכנסים לאתר, ומדללת את עוצמת הדירוג של מסמך בודד לעומת מסמכים מרובים. ישנם כמה אמצעים טכנולוגיים כדוגמת CSS, אשר הופכים עמודים עם פריימים לחסרי יציבות, אולם פריימים / Frames קלאסיים שנכתבו ב-HTML הם הבעייתיים ביותר עבור מנועי החיפוש.</p>	<p><b>שימוש ב-Frames</b> ממוצע 3.15   סטיית תקן 1.10</p>	☹️	⋮
<p>אם המסמך מאוכסן באתר שאינו יציב ומחזיר לעיתים קרובות הודאות שגיאה, עשויים מנועי החיפוש להוריד את הדירוג של המסמך, או גרוע מכך - לא לסרוק את עמודי האתר. אכסון מסמכים באתרים אמינים ויציבים משפיע לטובה על דירוגם.</p>	<p><b>אכסון יציב</b> ממוצע 3.00   סטיית תקן 1.18</p>	☹️	⋮
<p>מיקומו הגיאוגרפי של האתר המאכסן עשוי להשפיע על חיפושים אשר מתמקדים בארץ או בשפה מסוימת.</p>	<p><b>מיקום גיאוגרפי של האתר המאכסן</b> ממוצע 2.54   סטיית תקן 1.39</p>	☹️	⋮
<p>למרות שקשה לזהות העברת תוכן על בסיס כתובת IP, מנועי חיפוש מפחיתים את דירוגם של אתרים המשתמשים בשיטה זו.</p>	<p><b>העברת תוכן על בסיס כתובת IP</b> ממוצע 2.08   סטיית תקן 1.21</p>	☹️	⋮
<p>מנועי החיפוש עשויים להשתמש בפרטים של רישום הדומיין על מנת</p>	<p><b>פרטי רישום דומיין</b> ממוצע 1.69   סטיית תקן</p>	☹️	⋮

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)













לזהות ספאמרים או עברייני אינטרנט אחרים ולהפחית את דירוגם של האתרים שלהם בעמודי התוצאות.	0.82		
משך הזמן שבו רשום הדומיין עשוי להצביע על מידת האמון שיש לתת באתר. דומיינים שרשומים זמן רב משמעותם אתרים חשובים ואמינים יותר.	<b>רישום הדומיין לאורך זמן</b> ממוצע 1.62   סטיית תקן 0.74	😊	■
אורכה הכולל של כתובת ה URL יכול להוות מרכיב במידת האמינות או הערך של האתר: כתובת ארוכות במיוחד נתפסות כחסרות יציבות ועשויות להצביע על כך כי האתר הוא אתר זבל..	<b>אורך כתובת ה URL</b> ממוצע 1.46   סטיית תקן 0.63	😊	■
קיומו של קובץ Robots.txt (שמשמעותו כי מותר למנועי החיפוש לסרוק ולשמור את האתר) עשוי להשפיע על דירוגם של מנועי החיפוש הגדולים.	<b>קיומו של קובץ Robots.txt</b> ממוצע 1.31   סטיית תקן 1.07	😊	■

#### גורמי דירוג בעלי השפעה שלילית

גורמים אלו משפיעים לרעה על דירוג מנועי החיפוש. יש ביניהם פעילויות אסורות וכן פעילויות העשויות לפגוע בשמו הטוב של האתר כיוון שהם מפחיתים את מידת האמינות, האיכות או הרלוונטיות שלו.







תיאור	שם הגורם		
שימוש יתר במילות מפתח מוך כוונה להיראות "רלוונטי" עשוי לפגוע בדירוג האתר.	<b>שימוש יתר במילות מפתח (הצפת ביטויי מפתח)</b> ממוצע 3.69   סטיית תקן 0.91	😞	■■■
אחת משיטות הפעולה שגוררת עימה הפחתה משמעותית ביותר בדירוג היא העברת תוכן אחד למשתמש אחד ותוכן אחר למשתמשים אחרים. מיון הגולשים יכול להיעשות על בסיס פרמטר user-agent, כתובת IP, מיקום גיאוגרפי, וגורמים נוספים. אם מנועי החיפוש מזהים שיטת פעולה זו הם עשויים להחרים את האתר או להפחית משמעותית את דירוגו.	<b>העברת תוכן שונה לכל משתמש</b> ממוצע 3.54   סטיית תקן 1.22	😞	■■■
אחת הסיבות הרווחות ביותר לדירוג נמוך של אתרים היא שימוש בתוכן שמופיע במקום אחר ברשת. לשאלה האם יש כאן משום הפרה של זכויות יוצרים או לא אין חשיבות בעיני מנועי החיפוש, אולם עצם העתקתו של חלק	<b>העתקת תוכן</b> ממוצע 3.38   סטיית תקן 1.15	😞	■■■

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<p>גדול מאתר אחד ופרסומו באתר אחר עשויה להשפיע לרעה על שני האתרים גם יחד.</p>			
<p>בעיה נפוצה ומסוכנת במיוחד שנתקלים בה בעיקר אתרים גדולים היא שימוש בתוכן זהה בכתובות URL שונות, הנשלטות בידי יישות אחת. לדוגמא, אם באתרים <a href="http://www.url.com">www.url.com</a>, <a href="http://url.com">url.com</a> ו- <a href="http://www.url.com/index.html">www.url.com/index.html</a> מופיעים תוכן וקישורים זהים, רישום של כל אחד מן האתרים הללו בנפרד במנועי החיפוש עשוי להשפיע לרעה על דירוגם.</p>	<p><b>שימוש בדומיין קאנוני (canonical domain)</b> ממוצע 3.31   סטיית תקן 1.20</p>		
<p>כל קישור שנוסף לעמוד באופן אוטומטי או באמצעות מערכת ממוחשבת, בין אם באמצעות הצפה של יומן רשת ("בלוג") או ספר מבקרים או שיטות אחרות, עשוי להשפיע לרעה על דירוג האתר.</p>	<p><b>שימוש יתר (הצפה) בקישורים</b> ממוצע 3.23   סטיית תקן 1.05</p>		
<p>הקישורים היוצאים מתוך האתר עשויים להצביע על איכות נמוכה או ניסיון לדמות סביבת קישורים עם פופולריות גבוהה. תגובתם של מנועי החיפוש לשיטת פעולה זו היא בדרך כלל חריפה מאוד, ועשויה להתבטא בהפחתה דרסטית של הדירוג ואף בהחרמת האתר.</p>	<p><b>קישורים ל"שכונות לא טובות"</b> ממוצע 3.08   סטיית תקן 0.73</p>		
<p>מנועי החיפוש עשויים להחרים אתרים שיש בהם תוכן אשר מפר חוקים מקומיים, אזוריים, מדיניים או בין-לאומיים (בעיקר חוקים העוסקים בפורנוגרפיית ילדים, הוצאת לשון הרע, או עידוד לפעילות פלילית או חבלנית).</p>	<p><b>תוכן בלתי חוקי</b> ממוצע 3.00   סטיית תקן 1.47</p>		
<p>שימוש בקוד לא קריא, כזה שאינו נגיש לרובוטים של מנועי החיפוש או כזה שיוצר לולאות אין סופיות ובעיות טכניות אחרות עשוי להשפיע על דירוג האתר ישירות, או בעקיפין.</p>	<p><b>קוד שגוי</b> ממוצע 2.85   סטיית תקן 1.17</p>		
<p>חטיפת כתובות URL מתבצעת באמצעות שימוש בהפניית 302 על מנת להשתלט על דומיין מפורסם דרך תוצאות החיפוש. מצב זה עשוי לגרום לבעיות דירוג בטווח הקצר עבור האתר הנחטף, ובעיות דירוג בטווח הארוך עבור האתר החוטף, בהנחה, כמובן, שהתעלול מתגלה.</p>	<p><b>חטיפת כתובות URL</b> ממוצע 2.69   סטיית תקן 0.72</p>		

Email : [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)

<http://www.searchmarketing.co.il/Search-Engine-Ranking-Factors-Hebrew>

<p>מנועי החיפוש יכולים להגדיר פעילות שאינה אתית במגוון דרכים שונות, ובכלל זאת מתן אינפורמציה שקרית, נקיטה בשיטות מסחר פסולות, שימוש בהונאה על מנת להרוויח מהאתר או מהדירוג שלו, ועוד.</p>	<p><b>בעיות אתיקה</b> ממוצע 2.62   סטיית תקן 1.21</p>		
<p>קישור למסמכים וכתובות URL שמחזירים שגיאת 404 עשוי להשפיע לרעה על דירוגו של המסמך שממנו יוצא הקישור או האתר שבו הוא מאוכסן בכללותו.</p>	<p><b>קישורים שבורים</b> ממוצע 2.54   סטיית תקן 1.28</p>		
<p>אתר שיש בו תוכן שאינו מתאים לקטינים עשוי לקבל דירוג נמוך או להימחק לחלוטין מתוצאות החיפוש הרגיל.</p>	<p><b>תוכן "לא בטוח"</b> ממוצע 2.46   סטיית תקן 1.15</p>		

תודות – ראשית ל Rand Fishkin עצמו, על ההסכמה וההתלהבות לתרגום המסמך ושנית ליהודית רובנובסקי על התרגום פניות לדוא"ל - [info@searchmarketing.co.il](mailto:info@searchmarketing.co.il)