

Google की खोज इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन

स्टार्टर मार्गदर्शिका

संस्करण 1.1, 13 नवंबर 2008 को प्रकाशित

Google की खोज इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन स्टार्टर मार्गदर्शिका में आपका स्वागत है। यह दस्तावेज़ शुरु में Google की टीम की सहायता करने के लिए प्रारंभ किया गया था, लेकिन हमें लगा कि यह उन वेबमास्टर के लिए भी उतना ही उपयोगी होगा जो खोज इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन विषय के लिए नए हैं और उपयोगकर्ताओं और खोज इंजन दोनों के साथ अपनी साइट की सहभागिता में सुधार करना चाहते हैं। यद्यपि यह मार्गदर्शिका आपको कोई ऐसे रहस्य नहीं बताएगी जो Google में क्वेरी के लिए आपकी साइट को स्वचालित रूप से प्रथम श्रेणी पर पहुंचा देगा (माफ़ कीजिए!), लेकिन नीचे बाह्यरेखित किए गए सर्वोत्तम अभ्यासों का पालन करना खोज इंजन के लिए आपकी सामग्री को क्रॉल और अनुक्रमित करने दोनों के लिए आसान बना देगा।

खोज इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन अक्सर आपकी वेबसाइट के भागों में छोटे संशोधन करने के बारे में होता है। व्यक्तिगत रूप से देखने पर, ये परिवर्तन वर्धमान सुधारों जैसे लग सकते हैं, लेकिन अन्य ऑप्टिमाइज़ेशन के साथ संयुक्त किए जाने पर, आपकी साइट के उपयोगकर्ता अनुभव और ऑर्गेनिक खोज परिणामों में प्रदर्शन पर उनका ध्यान देने योग्य प्रभाव हो सकता है। संभव है कि आप इस मार्गदर्शिका के कई विषयों से पहले से ही परिचित हों, क्योंकि वे किसी भी वेबपृष्ठ के लिए आवश्यक घटक हैं, लेकिन संभव है कि आप उनका पूरा लाभ नहीं प्राप्त कर रहे हों।

Google search results for "baseball cards". The search bar shows "baseball cards" and the search button is labeled "Search". Below the search bar, there are navigation links for "Web", "Shopping", "News", and "Books". The search results show "Results 1 - 10 of about 4,690,000 for baseball cards (0.15 seconds)". The first result is "Baseball Cards" from YellowPages AOL.com. Below this, there are several sponsored links, including "Sell Your Baseball Cards", "Get Baseball Cards", "Baseball Cards", "No Reserve Sports Auction", "Buy Baseball Hobby Boxes", and "Baseball Display Cases". The main search results are listed below the sponsored links, including "Baseball Card | Value Price Guide | Selling Cards Worth", "Baseball Cards Only - The Ultimate Card Shop on the Web!", "Baseball Cards 1887-1914", and "Prints & Photographs Online Catalog - Baseball Cards search". At the bottom, there are shopping results for "baseball cards" and "Baseball Cards at Homeruncards.com". The text "भुगतान की गई खोज, AdWords" and "ऑर्गेनिक खोज" is overlaid on the image.

खोज इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन केवल ऑर्गेनिक खोज परिणामों को प्रभावित करता है, Google AdWords जैसे भुगतान किए गए या "प्रायोजित" परिणामों को नहीं

इस मार्गदर्शिका के शीर्षक में "खोज इंजन" शब्द होने के बावजूद, हम कहना चाहेंगे कि आपको अपने ऑप्टिमाइजेशन निर्णय सबसे पहले और सबसे ऊपर इस बात पर आधारित करने चाहिए कि आपकी साइट के विज़िटर के लिए सबसे अच्छा क्या है. वे आपकी सामग्री के मुख्य ग्राहक हैं और आपके कार्य को दूढ़ने के लिए खोज इंजन का उपयोग कर रहे हैं. खोज इंजन के ऑर्गेनिक परिणामों में श्रेणी बढ़ाने के लिए विशिष्ट तरीकों पर बहुत अधिक ध्यान देना वांछित परिणाम वितरित नहीं भी कर सकता है. जब खोज इंजन में दृश्यता की बात आने पर खोज इंजन ऑप्टिमाइजेशन आपकी साइट की सर्वोत्तम बातें सामने लाने के बारे में होता है.

हमारी व्याख्या समझने में एक उदाहरण से सहायता मिल सकती है, इसलिए पूरी मार्गदर्शिका में अनुसरण किए जाने के लिए हमने एक काल्पनिक वेबसाइट बनाई है. प्रत्येक विषय के लिए, हमने बताई जाने वाली बिंदु को समझाने के लिए साइट के बारे में पर्याप्त जानकारी प्रस्तुत की है. साइट के बारे में यहां कुछ ऐसी पृष्ठभूमि जानकारी है जिसका हम उपयोग करेंगे:

- वेबसाइट/व्यवसाय का नाम: "Brandon's Baseball Cards"
- डोमेन नाम: brandonsbaseballcards.com
- फ़ोकस: केवल-ऑनलाइन बेसबॉल कार्ड बिक्री, मूल्य मार्गदर्शिकाएं, लेख, और समाचार सामग्री
- आकार: छोटा, ~250 पृष्ठ

आपकी साइट इससे छोटी या बड़ी हो सकती है और बिल्कुल भिन्न सामग्री प्रदान कर सकती है, लेकिन हमारे द्वारा नीचे चर्चा किए गए ऑप्टिमाइजेशन के विषय सभी आकार और प्रकार की साइट पर लागू होने चाहिए.

हमें आशा है कि हमारी मार्गदर्शिका आपको अपनी वेबसाइट सुधारने के कुछ नए तरीके देगी, और हमें [Google वेबमास्टर सहायता फ़ोरम](#) में आपके प्रश्न, प्रतिक्रिया, और सफलता की कहानियां जानने में खुशी होगी.

अद्वितीय, सटीक पृष्ठ शीर्षक बनाएं

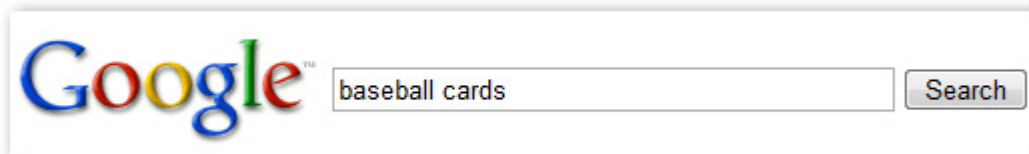
शीर्षक टैग उपयोगकर्ताओं और खोज इंजन दोनों को बताता है कि किसी विशेष पृष्ठ का विषय क्या है. <title> टैग को HTML दस्तावेज़ के <head>टैग के अंदर रखा जाना चाहिए. आदर्श रूप से, आपको अपनी साइट के प्रत्येक पृष्ठ के लिए एक अद्वितीय शीर्षक बनाना चाहिए.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selection of baseball cards for sale.">
</head>
<body>
...
```

हमारी बेसबॉल कार्ड साइट के लिए मुखपृष्ठ का शीर्षक, जो व्यवसाय नाम और तीन मुख्य फ़ोकस क्षेत्रों को सूचीबद्ध करता है

अगर आपका दस्तावेज़ किसी खोज परिणाम पृष्ठ में प्रकट होता है, तो शीर्षक टैग की सामग्रियां सामान्यतः परिणामों की प्रथम पंक्ति में प्रकट होंगी (अगर आप किसी Google खोज परिणाम के विभिन्न भागों से अपरिचित हैं, तो आप Google इंजीनियर Matt Cutts के वीडियो [खोज परिणाम की संरचना](#), और [किसी Google खोज परिणाम पृष्ठ के इस सहायक आरेख](#) को देखना पसंद कर सकते हैं.) उपयोगकर्ता की खोज क्वेरी में आने वाले शीर्षक के शब्दों को बोल्ड कर दिया जाता है. इससे उपयोगकर्ताओं को यह पहचानने में सहायता मिल सकती है कि इस पृष्ठ के उनकी खोज के लिए प्रासंगिक होने की संभावना है या नहीं.

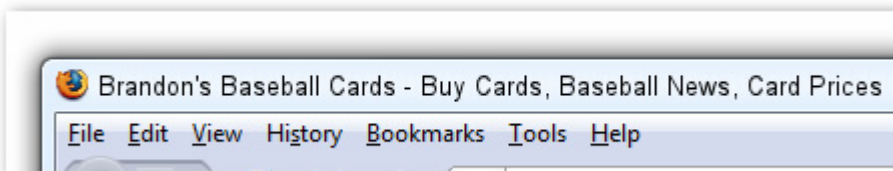
आपके मुखपृष्ठ के शीर्षक में आपकी वेबसाइट/व्यवसाय का नाम सूचीबद्ध हो सकता है और इसमें अन्य महत्वपूर्ण जानकारियां हो सकती हैं जैसे व्यवसाय का भौतिक स्थान या इसके मुख्य फोकस या प्रदान की जाने वाली चीजें.



कोई उपयोगकर्ता क्वेरी करता है [baseball cards]

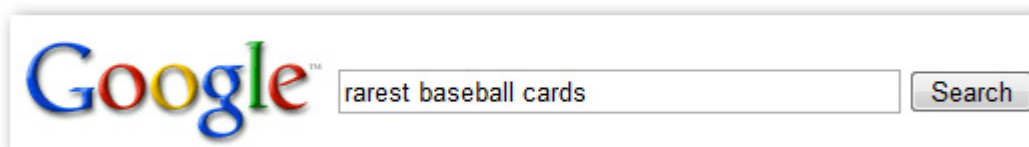


हमारा मुखपृष्ठ प्रथम पंक्ति पर सूचीबद्ध शीर्षक के साथ, एक परिणाम के रूप में दिखता है (ध्यान दें कि उपयोगकर्ता द्वारा खोजे गए क्वेरी के शब्द बोल्ड में प्रकट होते हैं)



अगर उपयोगकर्ता परिणामों पर क्लिक करता है और पृष्ठ पर जाता है, तो पृष्ठ का शीर्षक ब्राउज़र के शीर्ष पर प्रकट होगा

आपकी साइट पर अंदर के पृष्ठों को शीर्षकों को उस विशेष पृष्ठ के फोकस को सटीक रूप से वर्णन करने वाला होना चाहिए और इसमें आपकी साइट या व्यवसाय का नाम भी शामिल हो सकता है.



कोई उपयोगकर्ता क्वेरी करता है [rarest baseball cards]

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k -

Cached - [Similar pages](#)

परिणाम के रूप में हमारी साइट का एक प्रासंगिक, अंदर का पृष्ठ (इसका शीर्षक पृष्ठ की सामग्री के अनुसार अद्वितीय है) प्रकट होता है

पृष्ठ शीर्षक टैग के लिए अच्छे अभ्यास

- सटीक रूप से पृष्ठ की सामग्री का वर्णन करें - कोई ऐसा शीर्षक चुनें जो पृष्ठ की सामग्री के विषय का प्रभावी रूप से संचार करता हो.

इनसे बचें:

- ऐसा शीर्षक चुनना जिसका पृष्ठ की सामग्री से कोई संबंध न हो
- "Untitled" या "New Page 1" जैसे डिफॉल्ट या अस्पष्ट शीर्षकों का उपयोग करना

- प्रत्येक पृष्ठ के लिए अद्वितीय शीर्षक टैग बनाएं - आदर्श रूप से आपके प्रत्येक पृष्ठ का एक अद्वितीय शीर्षक टैग होना चाहिए, जो Google का यह जानने में सहायता करता है कि यह पृष्ठ आपकी साइट के अन्य पृष्ठों से किस प्रकार अलग है.

इनसे बचें:

- अपनी साइट के सभी पृष्ठों पर या पृष्ठों के एक बड़े समूह पर एक ही शीर्षक टैग का उपयोग करना

- संक्षिप्त, लेकिन वर्णनात्मक शीर्षकों का उपयोग करें - शीर्षक छोटे और जानकारीपूर्ण दोनों ही हो सकते हैं. अगर शीर्षक बहुत लंबा है, तो Google खोज परिणामों में उसका केवल एक अंश ही दिखाएगा.

इनसे बचें:

- बहुत लंबे शीर्षकों का उपयोग करना जो उपयोगकर्ताओं के लिए असहयोगी हों
- अपने शीर्षक टैग में अनावश्यक कीवर्ड भरना

'वर्णन' मेटा टैग का उपयोग करें

किसी पृष्ठ का वर्णन मेटा टैग Google और अन्य खोज इंजन को यह सारांश देता है कि पृष्ठ किस बारे में है. किसी पृष्ठ का शीर्षक कुछ शब्द या कोई वाक्यांश हो सकता है, जबकि किसी पृष्ठ का वर्णन मेटा टैग एक या दो वाक्य या कोई छोटा अनुच्छेद हो सकता है. Google वेबमास्टर उपकरण एक उपयोगी [सामग्री विश्लेषण अनुच्छेद](#) प्रदान करता है जो आपको ऐसे किसी वर्णन मेटा टैग के बारे में बताएगा जो बहुत छोटे, लंबे, या कई बार डुप्लिकेट किए गए हों (<title> टैग के लिए भी यही जानकारी दिखाई जाती है). <title> टैग की तरह, वर्णन मेटा टैग आपके HTML दस्तावेज़ के <head> टैग के अंदर रखा जाता है.

```

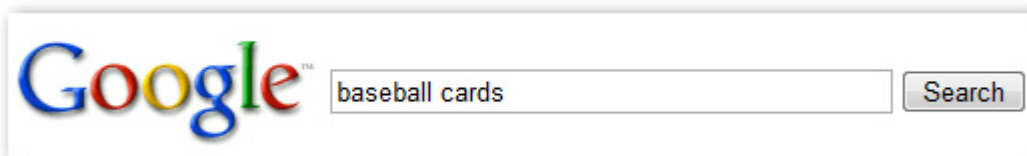
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards prov
</head>
<body>
...

```

हमारे मुखपृष्ठ के वर्णन मेटा टैग की शुरुआत, जो साइट द्वारा प्रदान की जाने वाली चीजों के बारे में एक संक्षिप्त अवलोकन देता है

वर्णन मेटा टैग आवश्यक हैं क्योंकि Google उन्हें आपके पृष्ठों के स्निपेट के रूप में उपयोग कर सकता है. ध्यान दें कि हम 'कर सकता है' कह रहे हैं क्योंकि उपयोगकर्ता की क्वेरी के साथ अच्छी तरह मेल करने पर Google आपके पृष्ठ के दिखाई देने वाले पाठ के एक प्रासंगिक अंश का उपयोग कर सकता है. विकल्प के तौर पर, Google [ओपन निर्देशिका परियोजना](#) में दिया गया आपकी साइट का विवरण उपयोग कर सकता है, यदि आपकी साइट वहां सूचीबद्ध हो (खोज इंजन को [ODP डेटा प्रदर्शित करने से रोकने](#) का तरीका सीखें) अपने प्रत्येक पृष्ठ पर विवरण मेटा टैग जोड़ना हमेशा ही एक अच्छा अभ्यास है क्योंकि हो सकता है कि कभी स्निपेट दिखाने के लिए Google को पाठ का उचित चयन न मिले. वेबमास्टर केंद्रीय ब्लॉग पर [बेहतर विवरण मेटा टैग से स्निपेट को सुधारने](#) के बारे में एक जानवर्द्धक पोस्ट है.

खोज परिणाम में स्निपेट को पृष्ठ के शीर्षक के नीचे और पृष्ठ के URL के ऊपर दिखाया जाता है.



उपयोगकर्ता क्वेरी करता है [baseball cards]

[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices](#)
 Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...
[www.brandonsbaseballcards.com/](#) - 30k - Cached - Similar pages

परिणामस्वरूप हमारा मुखपृष्ठ दिखाई देता है, जिसमें इसके विवरण मेटा टैग के एक अंश का स्निपेट के रूप में उपयोग किया गया है

स्निपेट में आने वाले जो शब्द उपयोगकर्ता की क्वेरी में होते हैं उन्हें बोल्ड कर दिया जाता है. यह उपयोगकर्ता को संकेत देता है कि पृष्ठ की सामग्री उसकी वांछित सामग्री से मेल खाती है या नहीं. नीचे एक अन्य उदाहरण दिया गया है, जिसमें एक लेख समाहित करने वाले किसी अंदरूनी पृष्ठ (आदर्श स्थिति में जिसका अपना अनूठा विवरण मेटा टैग है) के विवरण मेटा टैग का स्निपेट दिखाया गया है.



उपयोगकर्ता क्वेरी करता है [rarest baseball cards]

Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k -

Cached - Similar pages

परिणामस्वरूप हमारा एक अंदरूनी पृष्ठ दिखाई देता है, जिसका अनूठा विवरण मेटा टैग स्निपेट के रूप में उपयोग किया गया है

विवरण मेटा टैग के लिए अच्छे अभ्यास

- **पृष्ठ की सामग्री का सटीक सारांश प्रस्तुत करें** - वर्णन ऐसा होना चाहिए जो खोज परिणाम में विवरण मेटा टैग के स्निपेट देखने वाले उपयोगकर्ताओं को जानकारी दे और साथ ही उनकी दिलचस्पी जगाए।

इनसे बचें:

- ऐसा विवरण मेटा टैग लिखने से जिसका पृष्ठ की सामग्री से कोई संबंध न हो
- सामान्य वर्णन जैसे 'यह एक वेबपृष्ठ है' या 'बेसबॉल कार्ड के बारे में पृष्ठ' का उपयोग करना
- वर्णन में केवल कीवर्ड डालना
- दस्तावेज़ की पूरी सामग्री विवरण मेटा टैग में कॉपी और पेस्ट करना

- **प्रत्येक पृष्ठ के लिए उपयोग करें- for each pag अनूठे वर्णन का उ** लिए अलग-अलग विवरण मेटा टैग का उपयोग करने से उपयोगकर्ताओं और Google दोनों को सहायता मिलती है, विशेषकर ऐसी खोजों में जिनमें उपयोगकर्ता आपके डोमेन में अनेक पृष्ठ खोल सकते हैं (उदाहरण के लिए ऐसी खोज जो [साइट: ऑपरेटर](#) का उपयोग करती हैं). यदि आपकी साइट में हजार या दस लाख पृष्ठ हों, तो हर पृष्ठ के लिए स्वयं विवरण मेटा टैग बनाना शायद संभव न हो.ऐसे में, पृष्ठ की सामग्री के आधार पर आप स्वचालित ढंग से विवरण मेटा टैग बना सकते हैं.

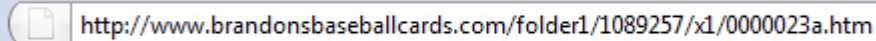
इनसे बचें:

- अपनी साइट के सभी पृष्ठों या पृष्ठों के एक बड़े समूह के लिए एक ही विवरण मेटा टैग का उपयोग करना

अपने URL की संरचना में सुधार करें

अपनी वेबसाइट पर वर्णनात्मक श्रेणियां और फ़ाइल-नाम बनाने से न केवल आपकी साइट के बेहतर संगठन में सहायता मिलेगी, बल्कि इससे खोज इंजनों द्वारा आपकी साइट की बेहतर क्रॉलिंग भी हो सकेगी. साथ ही, यह उनके लिए आसान,

'मित्रवत' URL भी बना सकता है, जो आपके पृष्ठ की सामग्री से लिंक करना चाहते हैं. बहुत लंबे और क्रिप्टिक URL जिनमें समझ में आने वाले शब्द कम हों, वे विज़िटर्स को भयभीत कर सकते हैं.



हमारी बेसबॉल कार्ड साइट के एक पृष्ठ का URL जो उपयोगकर्ता को परेशानी में डाल सकता है

ऐसे URL भ्रम में डालने वाले और गैर-मित्रवत हो सकते हैं उपयोगकर्ताओं को URL याद करने या उसका लिंक बनाने में कठिनाई हो सकती है. साथ ही, उपयोगकर्ताओं को ऐसा महसूस हो सकता है कि URL का एक अंश गैर-आवश्यक है, विशेषकर यदि URL में समझ में न आने वाले कई पैरामीटर हों. हो सकता है कि उनसे कोई अंश छूट जाए, जिससे कि लिंक टूट सकता है.

कुछ उपयोगकर्ता आपके पृष्ठ के URL का एंकर पाठ की तरह उपयोग करके उस पृष्ठ से लिंक कर सकते हैं. यदि आपके URL के शब्द प्रासंगिक हों, तो इससे उपयोगकर्ताओं और खोज इंजन को पृष्ठ के बारे में उससे कहीं अधिक जानकारी मिलती है जितनी कि किसी आईडी या अनोखे नाम वाले पैरामीटर से मिलेगी.


POST BY: Kevin ON DATE: Oct. 10, 2008 2:30PM

Hey, I found this article on the rarest baseball cards. These cards are FTW

The link is <http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm>

ऊपर हाइलाइट किए गए शब्द किसी लिंक पर जाने से पहले उपयोगकर्ता या खोज इंजन को लक्षित पृष्ठ के बारे में जानकारी दे सकते हैं

अंत में, याद रखें कि किसी दस्तावेज़ का URL Google में खोज परिणाम के अंश के तौर पर दस्तावेज़ के शीर्षक और स्निपेट के नीचे दिखाया जाता है. शीर्षक और स्निपेट के समान, खोज परिणाम में आने वाले URL के शब्द बोल्ड में दिखाए जाते हैं यदि वे उपयोगकर्ता की क्वेरी में मौजूद हों.



उपयोगकर्ता क्वेरी करता है [baseball cards]

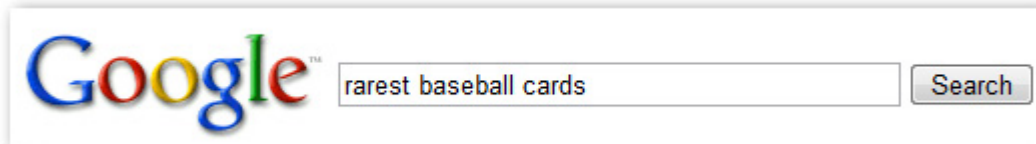
[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices](#)

Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...

www.brandonsbaseballcards.com/ - 30k - Cached - Similar pages

परिणामस्वरूप शीर्षक और स्निपेट के नीचे सूचीबद्ध हमारा मुखपृष्ठ दिखाई देता है

नीचे एक दूसरा उदाहरण दिया गया है जिसमें हमारे डोमेन के बेसबॉल के दुर्लभतम कार्ड से संबंधित लेख वाले पृष्ठ का URL दिखाया गया है. "www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/" जैसी किसी आईडी संख्या के बजाय URL में दिए गए शब्द खोज करने वाले किसी उपयोगकर्ता को अधिक आकर्षक लगेंगे.



उपयोगकर्ता क्वेरी करता है [rarest baseball cards]

Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k -
Cached - [Similar pages](#)

परिणामस्वरूप, एक अंदरूनी पृष्ठ दिखाई पड़ता है जिसका URL उसकी सामग्री से संबंधित है

Google सभी प्रकार की URL संरचनाओं पर अच्छी क्रॉलिंग करता है, तब भी जब वे जटिल हों, लेकिन उपयोगकर्ताओं और खोज इंजन दोनों के लिए अपने URL को अधिक से अधिक आसान बनाने पर खर्च किया गया समय सहायक हो सकता है. कुछ वेबमास्टर ऐसा करने के लिए अपने [डायनैमिक URL](#) को स्थिर URL में बदल देते हैं; हालांकि Google को इससे कोई परेशानी नहीं होती, लेकिन हम बताना चाहेंगे कि यह एक उन्नत कार्यपद्धति है और यदि गलत तरीके से की जाए तो इससे आपकी साइट में क्रॉलिंग संबंधी समस्याएं उत्पन्न हो सकती हैं. URL संरचना के बारे में अधिक जानकारी के लिए, हम [Google-मित्रवत URL बनाने](#) से संबंधित इस वेबमास्टर सहायता केंद्र पृष्ठ की अनुशंसा करते हैं.

URL संरचना के अच्छे अभ्यास

- **URL में शब्दों का उपयोग करें - ऐसे URL** जिनके शब्द आपके साइट की सामग्री और संरचना से संबंधित हों, आपकी साइट को नेविगेट करने वाले विज़िटर्स के लिए मित्रवत होते हैं. विज़िटर उन्हें बेहतर ढंग से याद रखते हैं और हो सकता है कि उनसे लिंक करना अधिक पसंद करें.

इनसे बचें:

- गैर-आवश्यक पैरामीटर और सत्र आईडी वाले लंबे URL का उपयोग करना
- जेनरिक पृष्ठ नाम जैसे 'page1.html' चुनना
- गैर-आवश्यक कीवर्ड जैसे 'baseball-cards-baseball-cards-baseball-cards.htm' का उपयोग करना

- **नाएं- ऐसी निर्देशिका संरचना का उपयोग करना निर्देशिका संरचना ब का उपयोग करने का प्रयास करें** - Use a directory structure that organizes your content well and is easy for visitors to know where they're at on your site. Try using your directory structure to indicate the type of content found at that URL.

इनसे बचें:

- उप-निर्देशिकाओं की गहरी नेस्टिंग करना जैसे कि ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html"
- ऐसे निर्देशिका नामों का उपयोग करना जिनका उनकी सामग्री से कोई संबंध न हो

- एक दस्तावेज़ तक पहुंचने के लिए URL का एक संस्करण प्रदान करें - कुछ उपयोगकर्ताओं को URL के एक संस्करण से लिंक करने और अन्य उपयोगकर्ताओं को भिन्न संस्करण से लिंक करने से रोकने के लिए (इससे उस सामग्री की पहचान इन URL में बंट जाएगी), अपने पृष्ठों की संरचना और आंतरिक लिंकिंग में एक ही URL का उपयोग करने और उसका संदर्भ लेने पर ध्यान दें. यदि आप पाते हैं कि लोग एक ही सामग्री तक कई URL से पहुँच प्राप्त कर रहे हैं, तो कम पसंद किए जाने वाले URL से अधिक पसंद किए जाने वाले URL पर एक [301 रीडायरेक्ट](#) स्थापित करना इसका एक अच्छा समाधान है.

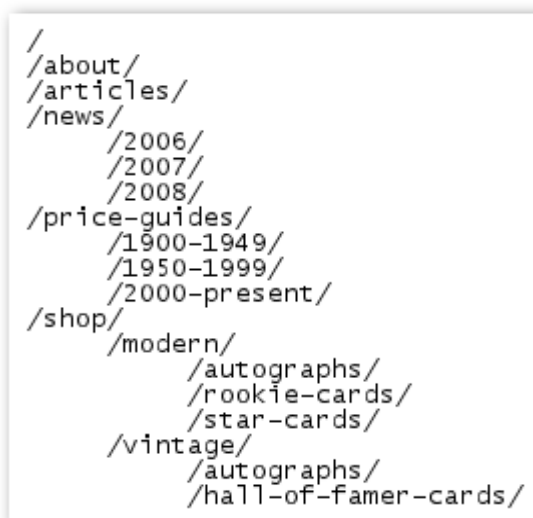
इनसे बचें:

- सब-डोमेन और रूट निर्देशिका (उदाहरण के लिए "domain.com/page.htm" और "sub.domain.com/page.htm") के पृष्ठों का एक ही सामग्री तक पहुँच प्राप्त करना
- मिश्रण करना www. और गैर-www का. आपके आंतरिक लिंकिंग संरचना में URL के संस्करण
- URL में असामान्य ढंग से बड़े अक्षरों का उपयोग करने से (कई उपयोगकर्ता छोटे अक्षरों वाले URL पसंद करते हैं और उन्हें बेहतर ढंग से याद रखते हैं)

अपनी साइट का नेविगेशन सरल बनाएं

विज़िटर्स को वांछित सामग्री खोजने में आसानी हो इसके लिए वेबसाइट का नेविगेशन महत्वपूर्ण है. यह खोज इंजनों को यह समझने में सहायता भी कर सकता है कि वेबमास्टर किस सामग्री को महत्वपूर्ण समझता है. हालांकि Google के खोज परिणाम पृष्ठ स्तर पर दिए जाते हैं, Google यह भी जानना चाहता है कि साइट में किसी पृष्ठ की क्या भूमिका है.

सभी साइट में एक होम या 'रूट' पृष्ठ होता है, सामान्यतः यह साइट का सबसे अधिक देखा जाने वाला पृष्ठ होता है और अधिकतर विज़िटर्स के लिए नेविगेशन का शुरुआती पृष्ठ होता है. जबतक कि आपकी साइट में बहुत ही कम पृष्ठ न हों, आपको विचार करना चाहिए कि विज़िटर किसी सामान्य पृष्ठ (आपका रूट पृष्ठ) से विशिष्ट सामग्री वाले पृष्ठ तक किस प्रकार जाएंगे. क्या आपके पास ऐसे कई पृष्ठ हैं जो किसी विशेष विषय पर केंद्रित हैं जिससे कि इन संबंधित पृष्ठों का वर्णन करने वाला एक पृष्ठ बनाना तर्कसंगत मालूम पड़ता हो (उदाहरण के लिए रूट पृष्ठ -> संबंधित विषय की सूची -> विशेष विषय)? क्या आपके पास विभिन्न प्रकार के सैकड़ों उत्पाद हैं जिनका अनेक श्रेणियों और उप-श्रेणियों के पृष्ठों में वर्गीकरण करना आवश्यक है?



बेसबॉल कार्ड पर हमारी छोटी-सी वेबसाइट की निर्देशिका संरचना

साइटमैप (लोअर-केस) आपकी साइट पर एक सरल पृष्ठ है जो आपकी वेबसाइट की संरचना दिखाता है, और सामान्यतः इसमें आपकी साइट के पृष्ठों की अनुक्रमानुसार सूची होती है। यदि विजिटर्स को आपकी साइट पर पृष्ठ खोजने में परेशानी होती है तो वे इस पृष्ठ को देख सकते हैं। हालांकि खोज इंजन इस पृष्ठ पर भी जाएंगे, पर अपनी साइट के पृष्ठों का अच्छा क्रॉल कवरेज पाने के लिए मुख्यतः यह व्यक्तियों पर लक्षित है।

Google के [वेबमास्टर उपकरणों](#) के माध्यम से सबमिट होने वाली एक XML Sitemap (अपर-केस) फ़ाइल आपकी साइट के पृष्ठों को खोजने में Google की सहायता करती है। Sitemap फ़ाइल का उपयोग करना भी Google को यह बताने का एक तरीका है कि आप URL के किस संस्करण को कैनॉनिकल संस्करण के रूप में पसंद करेंगे (उदाहरण के लिए <http://brandonsbaseballcards.com/> या <http://www.brandonsbaseballcards.com/>; [पसंदीदा डोमेन क्या है](#) के बारे में और अधिक सामग्री) Google ने ओपन स्रोत [Sitemap जेनरेटर स्क्रिप्ट](#) बनाने में सहायता की थी जिससे कि अपनी साइट के लिए एक Sitemap बनाने में आपकी सहायता हो। Sitemap के बारे में अधिक जानकारी के लिए, वेबमास्टर सहायता केंद्र [Sitemap फ़ाइलों की एक उपयोगी मार्गदर्शिका](#) प्रदान करता है।

साइट नेविगेशन के अच्छे अभ्यास

- **एक सहज प्रवाह वाला अनुक्रम बनाएं** - अपनी साइट पर सामान्य सामग्री से वांछित विशिष्ट सामग्री तक जाना उपयोगकर्ताओं के लिए अधिक से अधिक सरल बनाएं। जहां तर्कसंगत हो वहां नेविगेशन पृष्ठ जोड़ें और उन्हें अपनी आंतरिक लिंक संरचना में प्रभावी ढंग से व्यवस्थित करें।

इनसे बचें:

- नेविगेशन लिंक के जटिल जाल को बनाना, उदाहरण के लिए अपनी साइट के प्रत्येक पृष्ठ को सभी अन्य पृष्ठों से जोड़ना
- अपनी सामग्री को बहुत अधिक कांटने और छांटने से (अंदरूनी सामग्री पर जाने के लिए बीस बार क्लिक करना पड़ता है)

- **नेविगेशन के लिए अधिकतर पाठ का उपयोग करें** - अपनी साइट पर एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ तक अधिकतर नेविगेशन का पाठ लिंक के द्वारा नियंत्रण करने से खोज इंजनों को आपकी साइट क्रॉल करने और समझने में आसानी होती है। अनेक उपयोगकर्ता अन्य तरीकों की अपेक्षा इसे अधिक पसंद करते हैं, विशेषकर ऐसे उपकरणों पर जो Flash या JavaScript को नहीं चला सकते।

इनसे बचें:

- पूरी तरह ड्रॉप-डाउन मेनू, छवियों, या एनिमेशन पर आधारित नेविगेशन बनाना (कई खोज इंजन, लेकिन सभी नहीं, किसी साइट पर ऐसे लिंक खोज सकते हैं, लेकिन यदि उपयोगकर्ता सामान्य पाठ लिंक के द्वारा आपकी साइट के सभी पृष्ठों तक पहुंच सकें तो इससे आपकी साइट सुगम होगी; [Google गैर-पाठ फ़ाइलों के साथ कैसा व्यवहार करता है](#) इसके बारे में अधिक जानकारी)

- **"ब्रेडक्रंब" पयोग करें- ब्रेडनेविगेशन** का Crumb is a row of internal links at the top or bottom of the page that allows visitors to quickly navigate back to a previous section or the root page. Many breadcrumbs have the most general page (usually the root page) as the first, left-most link and list the more specific sections out to the right.

[Brandon's Baseball Cards](#) > [Articles](#) > Top Ten Rarest Baseball Cards

हमारी साइट के अंदरूनी लेख पृष्ठ पर दिखाई देने वाले ब्रेडक्रंब लिंक

- **अपनी साइट पर एक HTML साइटमैप पृष्ठ रखें, और एक XML Sitemap फ़ाइल का उपयोग करें** - आपकी साइट का एक सरल साइटमैप पृष्ठ जिसपर सभी पृष्ठों या सबसे महत्वपूर्ण पृष्ठों (यदि आपकी साइट में सैकड़ों या हजारों पृष्ठ हों) के लिंक हों, उपयोगी हो सकता है। आपकी साइट के लिए एक XML Sitemap फ़ाइल बनाना यह सुनिश्चित करने में सहायता करता है कि खोज इंजन आपकी साइट के पृष्ठों को खोज सकें।
इनसे बचें:
 - अपने HTML साइटमैप पृष्ठ को टूटे लिंक के साथ पुराना बनाना
 - ऐसा HTML साइटमैप बनाना जो पृष्ठों को व्यवस्थित नहीं करता, उदाहरण के लिए विषय के आधार पर, बल्कि उन्हें केवल लिंक करता है।
- **विचार करें कि जब कोई उपयोगकर्ता आपके URL का कोई अंश हटाता है तो क्या होता है** - कुछ उपयोगकर्ता अजीब तरीके से आपकी साइट को नेविगेट कर सकते हैं, और आपको इसका अनुमान लगा लेना चाहिए। उदाहरण के लिए, पृष्ठ पर ब्रेडक्रंब लिंक का उपयोग करने के बजाय, कोई उपयोगकर्ता अधिक सामान्य सामग्री पाने की उम्मीद में URL का एक हिस्सा छोड़ सकता है। संभव है कि वह <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/upcoming-baseball-card-shows.htm> गया हो, लेकिन फिर वह 2008 के सभी समाचार पाने की उम्मीद में ब्राउज़र के पता बार में <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/2008/> दर्ज कर दे। क्या आपकी साइट ऐसी स्थिति में सामग्री दिखाने के लिए तैयार है या वह उपयोगकर्ता को 404 ('page not found' त्रुटि) देगी? एक निर्देशिका स्तर ऊपर <http://www.brandonsbaseballcards.com/news/> तक जाने पर क्या होगा?
- **नाएं- कभी-कभी उपयोगकर्ता एक उपयोगी 404 पृष्ठ बर आसानी से वापस भेजने वाला एक** - Users will occasionally come to a page that doesn't exist on your site, either by following a broken link or typing in the wrong URL. Having a [कस्टम 404 पृष्ठ](#) बनाने से उपयोगकर्ता अनुभव को बढ़ा सकता है। आपके 404 पृष्ठ में संभवतः आपके रूट पृष्ठ पर वापस जाने का एक लिंक होना चाहिए और यह आपकी साइट पर लोकप्रिय या संबंधित सामग्री का लिंक भी प्रदान कर सकता है। Google एक [404 विजेट](#) देता है, जिसे आप अपने 404 पृष्ठ में एंबेड करके उसमें अनेक उपयोगी सुविधाएं स्वचालित ढंग से पॉप्युलेट कर सकते हैं। आप Google वेबमास्टर टूल का उपयोग ['not found' त्रुटियां उत्पन्न करने वाले URL के स्रोत](#) खोजने के लिए भी कर सकते हैं।
इनसे बचें:
 - खोज इंजनों में आपके 404 पृष्ठों की अनुक्रमणिका बनने की अनुमति देना (सुनिश्चित करें कि ऐसे पृष्ठों का अनुरोध किए जाने पर जो मौजूद ही न हों आपका वेबसर्वर [404 HTTP स्थिति कोड](#) देने के लिए कॉन्फ़िगर किया हुआ हो)
 - Not found', '404', या कोई 404 पृष्ठ नहीं जैसा कोई अस्पष्ट संदेश देना
 - अपने 404 पृष्ठों के लिए ऐसा डिज़ाइन उपयोग करना जो आपकी साइट के अन्य पृष्ठों के अनुरूप न हो

उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री और सेवाएं प्रदान करें

आकर्षक और उपयोगी सामग्री बनाना यहां बताए गए किसी अन्य कारक की अपेक्षा आपकी वेबसाइट को शायद अधिक प्रभावित करेगा। उपयोगकर्ता जब अच्छी सामग्री देखते हैं और वे अन्य उपयोगकर्ताओं को इस पर निर्देशित करने के इच्छुक हो सकते हैं। ब्लॉग की पोस्ट, सामाजिक मीडिया सेवाओं, ईमेल, फ़ोरम, या अन्य माध्यमों से ऐसा किया जा सकता है। ऑर्गेनिक या मौखिक बातचीत से उपयोगकर्ताओं और Google दोनों के बीच आपकी साइट की प्रतिष्ठा बनती है, और उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री के बिना ऐसा होना मुश्किल है।

Rare Baseball Cards You Wished You Owned

Posted by Shaun on October 1, 2008 @ 8:25PM - Filed under [Vintage Cards](#)

[Brandon's Baseball Cards](#) recently posted a neat article on the [rarest cards](#) in known existence. You might have heard of some of them, but a few will be a surprise to you. Check it out!

किसी ब्लॉगर को आपकी सामग्री का एक अंश मिलता है, जो उसे पसंद आता है, और फिर वह एक ब्लॉग पोस्ट के द्वारा दूसरों को उसका संदर्भ देता है

हालांकि आपके द्वारा बनाई गई सामग्री किसी भी विषय पर हो सकती है, यहां कुछ श्रेष्ठ अभ्यास दिए गए हैं:

सामग्री के लिए अच्छे अभ्यास

- **खै- उपयोगकर्ता ऐसी सामग्री से पढ़ा जा सकने वाला पाठ लें** enjoy content that is well written and easy to follow.
इनसे बचें:
 - वर्तनी और व्याकरण की गलतियों से भरा घिसा-पिटा पाठ लिखना
 - पाठ-संबंधी सामग्री के लिए छवियों में पाठ एंबेड करना (हो सकता है कि उपयोगकर्ता पाठ को कॉपी और पेस्ट करना चाहें और खोज इंजन उसे पढ़ नहीं सकते)
- **हैं - अपनी सामग्री को व्यवस्थित विषय के निकट ही व्यवस्थित रसहायता मिलेगी.** - It's always beneficial to organize your content so that visitors have a good sense of where one content topic begins and another ends. Breaking your content up into logical chunks or divisions helps users find the content they want faster.
इनसे बचें:
 - पैराग्राफ, उपशीर्षक, या लेआउट द्वारा अलग किए बिना विभिन्न सामग्रियों से संबंधित बहुत सारा पाठ एक ही पृष्ठ पर डालने से
- **उचित भाषा का उपयोग करें-** आपकी सामग्री का अंश खोजने के लिए उपयोगकर्ता जिनका उपयोग कर सकता है उन शब्दों के बारे में सोचें. संभव है कि किसी विषय के बारे में बहुत अधिक जानकारी रखने वाले उपयोगकर्ता और कम जानकारी रखने वाले उपयोगकर्ता अपनी खोज क्वेरी में अलग-अलग कीवर्ड का उपयोग करें. उदाहरण के लिए, बेसबॉल का कोई पुराना फ़ैन [nlcs], National League Championship Series का एक प्रथमाक्षरी नाम से खोज कर सकता है, जबकि कोई नया फ़ैन एक सामान्य क्वेरी जैसे [बेसबॉल प्लेऑफ] का उपयोग करे. खोज व्यवहार में इन अंतरों का अनुमान लगाना और अपनी सामग्री लिखते समय (कीवर्ड वाक्यांशों के अच्छे मिश्रण का उपयोग करते हुए) उनपर भरोसा करना सकारात्मक परिणाम दे सकते हैं. Google AdWords एक उपयोगी [कीवर्ड उपकरण](#) प्रदान करता है जो आपको नई कीवर्ड भिन्नताएं खोजने और प्रत्येक कीवर्ड के लिए अनुमानित खोज मात्रा देखने में सहायता करता है. साथ ही, Google वेबमास्टर टूल आपको आपकी साइट प्रकट करने वाली [शीर्ष खोज क्वेरी](#) और आपकी साइट पर सबसे अधिक उपयोगकर्ताओं को भेजने वाली क्वेरी प्रदान करता है.
- **ताज़ा, अद्वितीय सामग्री बनाएं-** नई सामग्री न केवल आपके मौजूदा विज़िटर आधार को वापस लाना जारी रखेगी, बल्कि नए विज़िटर भी लाएगी.
इनसे बचें:
 - उपयोगकर्ताओं को बहुत कम अतिरिक्त महत्व देने वाली मौजूदा सामग्री को पुनः नए का रूप देना (या प्रतिलिपि करना)

- अपनी साइट पर अपनी सामग्री के डुप्लिकेट या लगभग-डुप्लिकेट संस्करण रखना ([डुप्लिकेट सामग्री](#) पर और जानकारी)
- **अनन्य सामग्री या सेवाएं प्रदान करें**- कोई ऐसी नई, उपयोगी सेवा बनाने पर विचार करें जो कोई दूसरी साइट प्रदान नहीं करती है. आप शोध का कोई मूल हिस्सा लिख सकते हैं, कोई उत्तेजक समाचार कहानी का खुलासा कर सकते हैं, या अपने अद्वितीय उपयोगकर्ता आधार को बढ़ा सकते हैं. अन्य साइट के पास इन कार्यों को करने के लिए पर्याप्त संसाधन या विशेषज्ञता नहीं हो सकती हैं.
- **सामग्री को प्राथमिक रूप से अपने उपयोगकर्ताओं के लिए बनाएं, खोज इंजन के लिए नहीं** - यह सुनिश्चित करते हुए कि आपकी साइट खोज इंजन के लिए आसानी से पहुंच योग्य है, अपनी साइट को अपने विजिटर की आवश्यकताओं के अनुसार डिज़ाइन करना सामान्यतः सकारात्मक परिणाम देता है.

इनसे बचें:

- ऐसे अनेक अनावश्यक कीवर्ड सम्मिलित करना जो खोज इंजन पर लक्षित हैं लेकिन उपयोगकर्ताओं के लिए कष्टप्रद या निरर्थक हैं
- उपयोगकर्ताओं को बहुत कम महत्व देने वाले "इस पृष्ठ तक पहुंचने के लिए बारंबार ग़लत वर्तनियों का उपयोग किया गया" जैसे पाठ के ब्लॉक रखना
- भ्रामक रूप से [उपयोगकर्ताओं से पाठ छुपाना](#), लेकिन इसे खोज इंजन को प्रदर्शित करना

बेहतर एंकर पाठ लिखें

एंकर पाठ क्लिक करने योग्य वह पाठ होता है जिसे उपयोगकर्ता किसी लिंक के परिणाम के रूप में देखेंगे, और यह एंकर टैग `` के अंदर रखा जाता है.

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm">Top ten rarest baseball cards</a>
```

यह एंकर पाठ हमारे लेख पृष्ठों में से एक की सामग्री का सटीक रूप से वर्णन करता है

यह पाठ उपयोगकर्ताओं और Google को उस पृष्ठ के बारे में कुछ बताता जिससे आप लिंक कर रहे हैं. आपकी पृष्ठ के लिंक आंतरिक—आपकी साइट पर अन्य पृष्ठों को इंगित करते हुए—या बाह्य—अन्य साइट की सामग्री पर ले जाते हुए हो सकते हैं. इनमें से किसी भी मामले में, आपका एंकर पाठ जितना बेहतर होगा, उपयोगकर्ताओं के लिए नेविगेट करने में और Google के लिए यह समझने में कि आप जिस पृष्ठ को लिंक कर रहे हैं वह किस बारे में है, उतनी ही आसानी होगी.

एंकर पाठ के लिए अच्छे अभ्यास

- **वर्णनात्मक पार्ने- आपके द्वारा किठ चुंिस बारे में है. ext** - The anchor text you use for a link should provide at least a basic idea of what the page linked to is about.

इनसे बचें:

- "पृष्ठ", "लेख", या "यहां क्लिक करें" जैसे जेनेरिक एंकर पाठ लिखना
- ऐसे पाठ का उपयोग करना जो विषय से भिन्न है या जिसका लिंक किए गए पृष्ठ की सामग्री से कोई संबंध नहीं है
- अधिकांश मामलों में एंकर पाठ के रूप में पृष्ठ के URL का उपयोग करना (यद्यपि निश्चित रूप से इसके कुछ उचित उपयोग हैं, जैसे किसी नई वेबसाइट के पते का प्रचार या उसे संदर्भित करना)

- **संक्षिप्त पाठ लिखें-** छोटे लेकिन वर्णनात्मक पाठ के लिए लक्ष्य तय करें—सामान्यतः कुछ शब्द या कोई छोटा वाक्यांश.
इनसे बचें:
 - लंबे वाक्य या पाठ के छोटे अनुच्छेद जैसे लंबे एंकर पाठ लिखना
- **लिंक ऐसे स्वरूपित करें कि वे पहचानने में आसान हों** - अपने उपयोगकर्ताओं के लिए आपके लिंक के नियमित पाठ और एंकर पाठ के बीच अंतर करना आसान बनाएं. अगर उपयोगकर्ता लिंक से चूक जाएं या भूलवश उन्हें क्लिक कर दें तो आपकी सामग्री कम उपयोगी हो जाती है.
इनसे बचें:
 - CSS या ऐसी पाठ शैली का उपयोग करना जो लिंक को बिल्कुल नियमित पाठ जैसा दिखता हुआ बना दे
- **आंतरिक लिंक के लिए भी एंकर पाठ के बारे में सोचें** - आप सामान्यतः वेबसाइट से बाहर इंगित करने वाले शब्दों को लिंक करने के बारे में सोच सकते हैं, लेकिन आंतरिक लिंक के लिए उपयोग किए गए एंकर पाठ पर अधिक ध्यान देना उपयोगकर्ताओं और Google को आपकी साइट बेहतर तरीके से नेविगेट करने में सहायता कर सकता है.
इनसे बचें:
 - केवल खोज इंजन के लिए अत्यधिक कीवर्ड-भरे हुए या लंबे एंकर पाठ का उपयोग करना
 - ऐसे अनावश्यक लिंक बनाना जो उपयोगकर्ता द्वारा साइट के नेविगेशन में सहायता नहीं करते हैं

शीर्ष लेख टैग उचित रूप से उपयोग करें

उपयोगकर्ताओं को पृष्ठ की संरचना प्रस्तुत करने के लिए शीर्ष लेख टैग (<head> HTML टैग या HTTP शीर्ष लेखों से उलझन में नहीं आना है) का उपयोग किया जाता है. शीर्ष लेख टैग के छः आकार हैं, जो <h1>, सबसे अधिक महत्वपूर्ण, से शुरू होते हैं और <h6>, सबसे कम महत्वपूर्ण पर समाप्त होते हैं.

```

</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprised to find several hundred dollars worth of vintage baseball cards in the barn. The cards were found in newspapers and were thought to be in near-mint condition. After showing them to his grandson instead of selling them.</p>

```

कोई समाचार कहानी वाले किसी पृष्ठ पर, हम अपनी साइट का नाम किसी <h1> टैग में और कहानी का विषय किसी <h2> टैग में रख सकते हैं.

चूंकि शीर्ष लेख टैग उनमें रखे गए पाठ को पृष्ठ के सामान्य पाठ की तुलना में विशिष्ट रूप से अधिक बड़े बना देते हैं, इसलिए यह उपयोगकर्ताओं के लिए एक दृश्य संकेत है कि यह पाठ महत्वपूर्ण है और उन्हें शीर्ष लेख पाठ के अंतर्गत वाली सामग्री के प्रकार के बारे में कुछ समझने में सहायता कर सकता है. क्रम में उपयोग किए गए एकाधिक शीर्ष लेख आकार आपकी सामग्री को उपयोगकर्ताओं के लिए आपके दस्तावेज़ को नेविगेट करना आसान बनाते हुए, इसकी एक पदानुक्रमणीय संरचना बनाते हैं.

शीर्षक टैग के लिए अच्छे अभ्यास

- **कल्पना करें कि आप कोई रूपरेखा लिख रहे हैं** - किसी बड़े कागज के लिए रूपरेखा लिखने के समान ही, कुछ विचार रखें कि पृष्ठ की सामग्री के मुख्य बिंदु और उप-बिंदु क्या होंगे और निर्णय करें कि शीर्ष लेख टैग का उचित रूप से उपयोग कहां करना है।

इनसे बचें:

- शीर्ष लेख टैग में ऐसे पाठ रखना जो पृष्ठ की संरचना को परिभाषित करने में सहायक न हों
 - उन स्थानों पर शीर्ष लेख टैग का उपयोग करना जहां `` और `` अधिक उपयुक्त हो सकते हैं
 - अनिश्चित रूप से एक शीर्ष लेख टैग से दूसरे पर ले जाना
- **पृष्ठ पर शीर्ष लेखों का कभी-कभी उपयोग करें** - शीर्ष लेख टैग का उपयोग वहीं करें जहां इसका कोई अर्थ निकलता हो। किसी पृष्ठ पर बहुत अधिक शीर्ष लेख टैग होने से उपयोगकर्ताओं के लिए सामग्री स्कैन करना और यह निर्धारित करना कठिन हो सकता है कि एक शीर्षक कहां समाप्त होता है और दूसरा शुरू होता है।

इनसे बचें:

- पूरे पृष्ठ में शीर्ष लेख टैग का अत्यधिक उपयोग करना
- किसी शीर्ष लेख टैग में पृष्ठ का पूरा पाठ रखना
- केवल पाठ की शैली निर्धारित करने के लिए शीर्ष लेख टैग का उपयोग करना और संरचना प्रस्तुत नहीं करना

छवियों के अपने उपयोग को ऑप्टिमाइज़ करें

छवियां आपकी साइट के सरल घटक के रूप में महसूस हो सकती हैं, लेकिन आप उनके अपने उपयोग को ऑप्टिमाइज़ कर सकते हैं। सभी छवियों में एक अलब फ़ाइल नाम और "alt" विशेषता हो सकती है, जिनमें से आपको दोनों का लाभ उठाना चाहिए।

अगर किसी कारण से छवि प्रदर्शित नहीं हो सकती है तो "alt" विशेषता आपको इसके लिए वैकल्पिक पाठ निर्दिष्ट करने की अनुमति देती है।

```

```

यहां हमारा वैकल्पिक पाठ संक्षिप्त लेकिन छवि का सटीक वर्णन है

इस विशेषता का उपयोग क्यों करें? अगर कोई उपयोगकर्ता आपकी साइट किसी ऐसे ब्राउज़र पर देख रहा है जो छवियों का समर्थन नहीं करता, या किसी स्क्रीन रीडर जैसी वैकल्पिक तकनीकों का उपयोग कर रहा है, तो वैकल्पिक विशेषता की सामग्रियां चित्र के बारे में जानकारी प्रदान करती हैं।

2008 Signed World Series Baseball

Pictured above is a baseball signed by the winning team of the 2008 World Series. This is a great collectible for all fans.

हमारी छवि किसी कारण से उपयोगकर्ता को प्रदर्शित नहीं की गई थी, लेकिन कम-से-कम वैकल्पिक पाठ प्रदर्शित किया गया था

दूसरा कारण यह है कि अगर आप किसी छवि का एक लिंक के रूप में उपयोग कर रहे हैं, तो उस छवि के वैकल्पिक पाठ को किसी पाठ लिंक के एंकर पाठ के समान ही व्यवहार में लाया जाएगा। फिर भी, अगर पाठ लिंक समान उद्देश्य पूरा कर सकते हों तो हम आपकी साइट के नेविगेशन में लिंक के लिए बहुत अधिक छवियों के उपयोग की अनुशंसा नहीं करते हैं। अंत में, आपके छवि फ़ाइल नामों और वैकल्पिक पाठ को ऑप्टिमाइज़ करना [Google छवि खोज](#) जैसे छवि खोज प्रोजेक्ट के लिए आपकी छवियों को बेहतर तरीके से समझना आसान बना देता है।

छवियों के लिए अच्छे अभ्यास

- **संक्षिप्त, लेकिन वर्णनात्मक फ़ाइल नामों और वैकल्पिक पाठ का उपयोग करें**- ऑप्टिमाइज़ेशन के लिए लक्षित पृष्ठ के कई अन्य भागों की तरह, फ़ाइल नाम और वैकल्पिक पाठ (ASCII भाषाओं के लिए) सबसे अच्छे तब होते हैं जब वे छोटे, लेकिन वर्णनात्मक हों।

इनसे बचें:

- संभव होने पर "image1.jpg", "pic.gif", "1.jpg" जैसे जेनेरिक फ़ाइल नामों का उपयोग करना (हजारों छवियों वाली कुछ साइट छवियों के स्वचालित नामकरण पर विचार कर सकती हैं)
- अत्यधिक लंबे फ़ाइल नाम लिखना
- वैकल्पिक पाठ में कीवर्ड भरना या संपूर्ण वाक्यों को प्रतिलिपि करना और चिपकाना

- **छवियों का उपयोग लिंक के रूप में करते समय वैकल्पिक पाठ प्रदान करें** - अगर आप किसी छवि का एक लिंक के रूप में उपयोग करने का निर्णय लेते हैं, तो इसके वैकल्पिक पाठ को भरना Google को उस पृष्ठ के बारे में और अधिक समझने में सहायता करता है जिससे आप लिंक कर रहे हैं। कल्पना करें कि आप किसी पाठ लिंक के लिए एंकर पाठ लिख रहे हैं।

इनसे बचें:

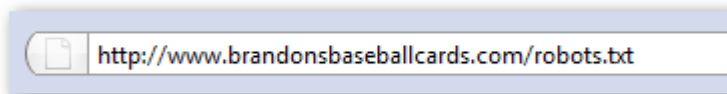
- अत्यधिक लंबा वैकल्पिक पाठ लिखना जो स्पैमी समझा जाएगा
- अपनी साइट के नेविगेशन के लिए केवल छवि लिंक का उपयोग करना

- **छवियों को उनकी अपनी निर्देशिका में संगृहीत करें** - अपने डोमेन पर छवि फ़ाइलों को अनेक निर्देशिकाओं और उपनिर्देशिकाओं में भरे होने के बजाय, अपनी छवियों को किसी एक निर्देशिका में समेकित करने पर विचार करें (उदा. [brandonsbaseballcards.com/images/](#))। यह आपकी छवियों के पथ को सरल बनाता है।

- सामान्य रूप से समर्थित फ़ाइल प्रकारों का उपयोग करें - अधिकांश ब्राउज़र [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#), और [BMP](#) छवि स्वरूपों का समर्थन करते हैं.आपके फ़ाइल नाम के एक्सटेंशन को फ़ाइल प्रकार के साथ मेल खाता हुआ रखना भी एक अच्छा विचार है.

robots.txt का प्रभावी उपयोग करें

एक "robots.txt" फ़ाइल खोज इंजन को बताती है कि वे आपकी साइट के भागों तक पहुंच और फिर उसे क्रॉल कर सकती हैं या नहीं. यह फ़ाइल, जिसे "robots.txt" नाम दिया जाना चाहिए, आपकी साइट की रूट निर्देशिका में रखी होती है.



हमारी robots.txt फ़ाइल का पता

```
User-agent: *
Disallow: /images/
Disallow: /search
```

सभी संगत खोज इंजन बॉट (वाइल्डकार्ड * प्रतीक से चिह्नित) को /images/ के अंतर्गत या किसी ऐसे URL पर पहुंच नहीं बनानी चाहिए और क्रॉल नहीं करना चाहिए जिसका पथ /search से शुरू होता हो

आप अपनी साइट के कुछ पृष्ठों को क्रॉल कराया जाना पसंद नहीं भी कर सकते हैं क्योंकि किसी खोज इंजन के परिणामों में पाए जाने पर वे उपयोगकर्ताओं के लिए उपयोगी नहीं भी हो सकती हैं. अगर आप खोज इंजन को अपने पृष्ठ क्रॉल करने से नहीं रोकना चाहते हैं, तो आपको यह फ़ाइल बनाने में सहायता करने के लिए Google वेबमास्टर टूल के पास एक सहयोगी [robots.txt जेनरेटर](#) है. नोट करें कि अगर आपकी साइट सबडोमेन का उपयोग करती है और आप चाहते हैं कि किसी विशेष सबडोमेन के कुछ पृष्ठ क्रॉल न किए जाएं, तो आपको उस सबडोमेन के लिए एक अलग robots.txt फ़ाइल बनानी होगी. robots.txt पर और अधिक जानकारी के लिए, हम [robots.txt फ़ाइलों का उपयोग करना](#) पर इस वेबमास्टर सहायता केंद्र मार्गदर्शिका का सुझाव देते हैं.

सामग्री को खोज परिणामों में प्रकट होने से रोकने के लिए अनेक अन्य तरीके हैं, जैसे आपके रोबोट मेटा टैग में "NOINDEX" को जोड़ना, पासवर्ड द्वारा सुरक्षित निर्देशिकाओं के लिए .htaccess का उपयोग करना, और पहले ही क्रॉल की जा चुकी सामग्री को निकालने के लिए Google वेबमास्टर टूल का उपयोग करना. Google इंजीनियर Matt Cutts एक सहायक वीडियो में [प्रत्येक URL अवरोधन पद्धति की चेतावनियों](#) के बारे में बताते हैं.

robots.txt के लिए अच्छे अभ्यास

- संवेदनशील सामग्री के लिए और अधिक सुरक्षित पद्धतियों का उपयोग करें - संवेदनशील या गोपनीय सामग्री को अवरोधित करने के लिए robots.txt का उपयोग करने में आपको सहज महसूस नहीं करना चाहिए. एक कारण यह है कि अगर इंटरनेट पर कहीं भी उन URL के लिंक हैं (संदर्भ लॉग की तरह) तो खोज इंजन अभी भी आपके द्वारा अवरोधित किए गए URL का संदर्भ दे सकते हैं (केवल URL दिखाना, कोई शीर्षक या स्निपेट

नहीं). साथ ही, रोबोट बहिष्करण मानक को स्वीकार न करने वाले गैर-संगत या धूर्त खोज इंजन आपके robots.txt के निर्देशों का उल्लंघन कर सकते हैं. अंततः, कोई जिज्ञासु उपयोगकर्ता आपकी robots.txt फ़ाइल में निर्देशिकाओं या उपनिर्देशिकाओं की जांच कर सकता है और उस सामग्री के URL का अनुमान लगा सकता है जिसे आप नहीं देखा जाना चाहते हैं. सामग्री को एन्क्रिप्ट करना या इसे .htaccess से पासवर्ड-सुरक्षित करना अधिक सुरक्षित विकल्प हैं.

इनसे बचें:

- खोज परिणाम-जैसे पृष्ठों को क्रॉल करने की अनुमति देना (उपयोगकर्ता एक खोज परिणाम पृष्ठ को छोड़ना और किसी ऐसे अन्य खोज परिणाम पृष्ठ पर जाना नापसंद करते हैं जो उनके लिए सार्थक महत्व नहीं जोड़ता हो)
- समान या केवल मामूली अंतर वाली सामग्री वाले स्वतः-जेनरेट हुए पृष्ठों की बड़ी संख्या को क्रॉल करने की अनुमति देना: "क्या ये 100,000 लगभग-डुप्लिकेट पृष्ठों को सचमुच किसी खोज इंजन के सूची पत्र में होना चाहिए?"
- प्रॉक्सी सेवाओं के परिणाम के रूप में बने URL को क्रॉल करने की अनुमति देना

लिंक के लिए rel="nofollow" से परिचित हों

किसी लिंक की "rel" विशेषता का मान "nofollow" पर सेट करना Google को बताएगा कि आपकी साइट के कुछ लिंक का अनुसरण नहीं किया जाना चाहिए या लिंक किए गए पृष्ठों को आपके पृष्ठ की प्रतिष्ठा पास नहीं करनी चाहिए. किसी लिंक को नोफॉलो करना लिंक के एंकर टैग के अंदर rel="nofollow" को जोड़ना है.

```
<a href="http://www.shadyseo.com/" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

अगर आप किसी ऐसी साइट से लिंक करते हैं जिसपर आपको विश्वास नहीं है और आप उसे अपनी साइट की प्रतिष्ठा पास नहीं करना चाहते हैं, तो नोफॉलो का उपयोग करें

यह कब उपयोगी होगा? अगर आपकी साइट में कोई ऐसा ब्लॉग है जिसमें सार्वजनिक टिप्पणी चालू है, तो उन टिप्पणियों के अंदर वाले लिंक आपकी प्रतिष्ठा उन पृष्ठों को पास कर सकते हैं जिनका उत्तरदायित्व लेने में आप सहज महसूस नहीं कर सकते हैं. आपके पृष्ठों पर ब्लॉग टिप्पणी क्षेत्र टिप्पणी स्पैम के प्रति उच्च रूप से संवेदनशील हैं. उपयोगकर्ता द्वारा जोड़े गए इन लिंक को नोफॉलो करना सुनिश्चित करता है कि आप अपने पृष्ठ द्वारा मेहनत से कमाई प्रतिष्ठा किसी स्पैमी साइट को नहीं दे रहे हैं. अनेक ब्लॉगिंग सॉफ्टवेयर स्वचालित रूप से उपयोगकर्ता टिप्पणियों को नोफॉलो करते हैं, लेकिन जो ऐसा नहीं करते हैं उनके द्वारा ऐसा करने के लिए मैन्युअल रूप से संपादित कर सकने की संभावना होती है. यह सलाह आपकी साइट के अन्य क्षेत्रों के लिए भी है जिनमें उपयोगकर्ता द्वारा जेनरेट की गई सामग्री, जैसे अतिथि पुस्तिकाएं, फोरम, शाउट-बोर्ड, संदर्भ प्रविष्टियां, आदि शामिल हो सकती हैं. अगर आप तृतीय पक्षों द्वारा जोड़े गए लिंक का उत्तरदायित्व लेना चाहते हैं (उदा. अगर टिप्पणीकर्ता आपकी साइट पर विश्वसी है), तो लिंक पर नोफॉलो का उपयोग करने की कोई आवश्यकता नहीं है; फिर भी, Google द्वारा स्पैमी समझी जाने वाली साइट से लिंक करना आपकी अपनी प्रतिष्ठा को प्रभावित कर सकता है. वेबमास्टर सहायता केंद्र में [टिप्पणी स्पैम से बचना](#) पर और अधिक युक्तियां हैं, जैसे CAPTCHA का उपयोग करना और टिप्पणी मॉडरेशन चालू करना.

[CheapPillz](#) said... on 10/12/08 - 3:25PM

Hi, nice site!

Check out my site [cheap viagra](#).
Thanks!

कोई टिप्पणी स्पैमर यह उम्मीद करते हुए हमारे समाचार पोस्ट में से एक पर कोई संदेश छोड़ता है कि उसे हमारी कुछ साइट प्रतिष्ठा प्राप्त हो सके

नोफॉलो का एक अन्य उपयोग तब होता है जब आप सामग्री लिख रहे हों और किसी वेबसाइट को संदर्भित करना चाहते हों, लेकिन अपनी प्रतिष्ठा इसे पास नहीं करना चाहते हों। उदाहरण के लिए, कल्पना करें कि आप टिप्पणी स्पैमिंग के विषय पर कोई ब्लॉग पोस्ट लिख रहे हैं और आप किसी ऐसी साइट को कॉल आउट करना चाहते हैं जिसने हाल ही में आपके ब्लॉग को टिप्पणी स्पैम किया है। आप दूसरों को उस साइट के बारे में चेतावनी देना चाहते हैं, इसलिए आप अपनी सामग्री में इसका लिंक शामिल करते हैं; फिर भी, आप निश्चित रूप से उस साइट को अपने लिंक से अपनी प्रतिष्ठा का कुछ हिस्सा नहीं देना चाहेंगे। यह नोफॉलो उपयोग करने का एक अच्छा समय होगा।

अंत में, अगर किसी पृष्ठ पर सभी लिंक को नोफॉलो करने में आपकी रुचि है, तो आप अपने रोबोट मेटा टैग में "nofollow" का उपयोग कर सकते हैं, जो उस पृष्ठ के HTML में <head> टैग के अंदर होते हैं। वेबमास्टर केंद्रीय ब्लॉग [रोबोट मेटा टैग का उपयोग करने](#) के बारे में एक सहायक पोस्ट प्रदान करता है। यह पद्धति <meta name="robots" content="nofollow"> के रूप में लिखी होती है।

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Base
<meta name="description" content="Brandon's Baseb
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
...
```

यह किसी पृष्ठ पर सभी लिंक को नोफॉलो करता है।

अपनी वेबसाइट को सही तरीकों से प्रचारित करें

चूंकि लोग आपकी सामग्री को खोज या अन्य तरीकों से खोजेंगे और इससे लिंक करेंगे, इसलिए आपकी साइट के अधिकांश लिंक धीरे-धीरे प्राप्त होंगे, Google यह समझता है कि आप चाहते हैं कि अन्य लोगों को उस मेहनत के बारे में पता चले जो आपने अपनी सामग्री पर की है। आपकी नई सामग्री को प्रभावी तरीके से प्रचारित करने पर जिन लोगों की रुचि इसी विषय में है, उनके द्वारा इसे तेजी से खोजना आसान हो जाएगा। चूंकि इस दस्तावेज़ में अधिकांश बिंदुएं शामिल की गई हैं, इसलिए इन अनुशंसाओं को अत्यधिक रूप से लेना वास्तव में आपकी साइट की प्रतिष्ठा को हानि पहुंचा सकता है।

आपकी वेबसाइट को प्रचारित करने के लिए अच्छे अभ्यास

- **नई सामग्री या सेवाओं के बारे में ब्लॉग करें-** आपकी साइट पर अपने विज़िटर आधार को यह जानकारी देने वाला कोई ब्लॉग पोस्ट कि आपने कुछ नया जोड़ा है, नई सामग्री या सेवाओं के बारे में बताने का एक उत्तम तरीका है। आपकी साइट या RSS फ़ीड का अनुसरण करने वाले अन्य वेबमास्टर भी कहानी को ले सकते हैं।
- **ऑफ़लाइन प्रचार के बारे में न भूलें** - आपकी कंपनी या साइट के ऑफ़लाइन प्रचार पर मेहनत करना भी अच्छे परिणाम दे सकता है। उदाहरण के लिए, अगर आपके पास कोई व्यावसायिक साइट है, तो सुनिश्चित करें कि इसका URL आपके व्यावसायिक कार्ड, लेटरहेड, पोस्टर, आदि पर सूचीबद्ध हो। आप क्लाइंट को कंपनी की वेबसाइट पर नई सामग्री के बारे में बताते हुए उन्हें मेल के द्वारा भी पुनरावर्ती न्यूज़लेटर भेज सकते हैं।
- **सामाजिक मीडिया साइट के बारे में जानें** - उपयोगकर्ता सहभागिता और साझाकरण से संबंधित साइट ने प्रासंगिक सामग्री में रुचि रखने वाले लोगों के समूहों का मेल करना आसान बना दिया है।
इनसे बचें:
 - आपके द्वारा बनाई गई प्रत्येक नई, छोटी सामग्री के हिस्से को प्रचारित करने का प्रयास करना; ऐसा बड़े, और रुचिकर आइटम के लिए करें
 - अपनी साइट को ऐसी योजनाओं में शामिल करना जहां आपकी सामग्री कृत्रिम रूप से इन सेवाओं के शीर्ष पर प्रचारित की जाती है
- **अपने व्यवसाय को Google के स्थानीय व्यवसाय केंद्र पर जोड़ें** - अगर आप कोई स्थानीय व्यवसाय चलाते हैं, तो इसकी जानकारी Google के [स्थानीय व्यवसाय केंद्र](#) में जोड़ना आपको Google मानचित्र और वेब खोज पर मौजूद ग्राहकों तक पहुंचने में सहायता करेगा। वेबमास्टर सहायता केंद्र में [आपके स्थानीय व्यवसाय को प्रचारित करने](#) के बारे में और अधिक युक्तियां हैं।
- **अपनी साइट के संबंधित समुदाय पर मौजूद लोगों तक पहुंचें** - संभावना है, कि आपके विषय के समान ही विषय क्षेत्रों को शामिल करने वाली अनेक साइट हैं। इन साइट के साथ संचार प्रारंभ करना सामान्यतः लाभदायक होता है। आपके क्षेत्र या समुदाय में उत्तेजक विषय सामग्री या कोई अच्छा समुदाय संसाधन बनाने के लिए अतिरिक्त विचार सामने ला सकता है।
इनसे बचें:
 - आपके विषय क्षेत्र से संबंधित सभी साइट को लिंक अनुरोध स्पैम करना
 - ट्रैफ़िक के बजाय PageRank प्राप्त करने के उद्देश्य के साथ अन्य साइट से लिंक खरीदना

मुफ़्त वेबमास्टर टूल का उपयोग करें

Google सहित बड़े खोज इंजन, वेबमास्टर के लिए मुफ़्त उपकरण प्रदान करते हैं। [Google का वेबमास्टर टूल](#) वेबमास्टर को Google द्वारा उनकी वेबसाइट के साथ सहभागिता करने के तरीके को बेहतर तरीके से नियंत्रित करने और उनकी साइट के बारे में Google से उपयोगी जानकारी प्राप्त करने में सहायता करता है। वेबमास्टर टूल का उपयोग करना आपकी साइट को अधिक श्रेष्ठ होने में सहायता नहीं करेगा; फिर भी, ध्यान दिए जाने पर, यह आपको उन मुद्दों की पहचान करने में सहायता कर सकता है, जो खोज परिणामों में बेहतर प्रदर्शन करने में सहायता कर सकते हैं। सेवा के साथ, वेबमास्टर यह कर सकते हैं:

- देखना कि किसी साइट के किन [भागों को क्रॉल करने में Googlebot को समस्या हुई थी](#)
- कोई [XML Sitemap फ़ाइल](#) अपलोड करना
- [robots.txt फ़ाइल](#) का विश्लेषण और जेनरेट करना
- [Googlebot](#) द्वारा पहले ही क्रॉल किए जा चुके URL निकालना
- [पसंदीदा डोमेन](#) को निर्दिष्ट करना
- [शीर्षक और वर्णन मेटा टैग](#) वाली समस्याओं को पहचानना
- किसी साइट पर पहुंचने के लिए उपयोग होने वाली शीर्ष खोज [किसी साइट पर पहुंचने के लिए उपयोग होने वाली शीर्ष खोज](#) को समझना
- Googlebot पृष्ठों को कैसे देखता है [Googlebot पृष्ठों को कैसे देखता है](#) पर एक झलक पाना
- [उन अवांछित साइटलिंक](#) को निकालना जिनका उपयोग Google परिणामों में कर सकता है
- [गुणवत्ता दिशानिर्देशन के उल्लंघनों](#) और [किसी साइट के पुनर्विचार के लिए फ़ाइल के संबंध में सूचना प्राप्त करना](#)

Yahoo! ([Yahoo! Site Explorer](#)) और Microsoft ([Live खोज वेबमास्टर टूल](#)) भी वेबमास्टर के लिए मुफ़्त उपकरण प्रदान करते हैं।

वेब विश्लेषण सेवाओं का लाभ उठाएं

अगर आप Google वेबमास्टर टूल या अन्य सेवाओं का उपयोग करके अपनी साइट की क्रॉलिंग और अनुक्रमण को सुधार चुके हैं, तो आप शायद अपनी साइट पर आने वाले ट्रैफ़िक के बारे में जिज्ञासु हैं। [Google विश्लेषण](#) जैसे वेब विश्लेषण प्रोग्राम इसके लिए अंतर्दृष्टि का एक मूल्यवान स्रोत हैं। आप इनका उपयोग यह करने के लिए कर सकते हैं:

- उपयोगकर्ता आपकी साइट पर कैसे पहुंचते और व्यवहार करते हैं, इस बारे में अंतर्दृष्टि प्राप्त करना
- अपनी साइट पर सबसे लोकप्रिय सामग्री खोजना
- आपके द्वारा अपनी साइट पर किए गए ऑप्टिमाइजेशन के प्रभाव को मापना (उदा. क्या उन शीर्षक और वर्णन मेटा टैग को परिवर्तित करना आपकी साइट पर खोज इंजन से ट्रैफ़िक को सुधार सका?)

उन्नत उपयोगकर्ताओं के लिए, किसी विश्लेषण पैकेज द्वारा प्रदान की गई आपकी [सर्वर लॉग फ़ाइल](#) से डेटा के साथ संयुक्त जानकारी, इस बारे में और अधिक व्यापक जानकारी प्रदान कर सकते हैं कि विज़िटर आपके दस्तावेज़ों पर कैसे सहभागिता कर रहे हैं (जैसे अतिरिक्त कीवर्ड जिनका उपयोग खोजकर्ता आपकी साइट ढूँढने के लिए कर सकते हैं)।

अंत में, Google [Google वेबसाइट ऑप्टिमाइज़र](#) नामक एक अन्य उपकरण प्रदान करता है जो आपको यह पता लगाने के लिए प्रयोग करने की अनुमति देता है कि पृष्ठ-पर कौन-से परिवर्तन विज़िटर के साथ सर्वोत्तम कनवर्ज़न दर प्रदान करेंगे। यह, Google विश्लेषण और Google वेबमास्टर टूल ("[Google Trifecta](#)" के उपयोग पर हमारा वीडियो देखें) के साथ संयुक्त रूप से, आपकी साइट को सुधारना शुरू करने के लिए एक शक्तिशाली तरीका है।

वेबमास्टर के लिए सहायक संसाधन

[Google वेबमास्टर सहायता फ़ोरम](#) - हमारी मार्गदर्शिका पर कोई प्रश्न या प्रतिक्रिया हैं? हमें बताएं

[Google वेबमास्टर केंद्रीय ब्लॉग](#) - आपकी वेबसाइट को सुधारने के तरीके बारे में Googlers के द्वारा सर्वाधिक पोस्ट

[Google वेबमास्टर सहायता केंद्र](#) - वेबमास्टर-संबंधित समस्याओं पर गहराई-पूर्ण दस्तावेज़ीकरण से परिपूर्ण

[Google वेबमास्टर टूल](#) - ऑप्टिमाइज़ करें कि Google आपकी वेबसाइट के साथ कैसे सहभागिता करता है

[Google वेबमास्टर दिशानिर्देश](#) - Google की ओर से डिज़ाइन, सामग्री, तकनीकी, और गुणवत्ता दिशानिर्देश

[Google विश्लेषण](#) - अपने विज़िटर के स्रोत, वे क्या देख रहे हैं, इसका पता लगाएं और परिवर्तनों को बेंचमार्क करें

[Google वेबसाइट ऑप्टिमाइज़र](#) - यह देखने के लिए अपने पृष्ठों पर प्रयोग करें कि क्या करने से परिणाम मिलेंगे और क्या करने से नहीं

[किसी SEO से कार्य लेने के बारे में युक्तियां](#) - अगर आप इसपर अकेले नहीं जाना चाहते हैं, तो ये युक्तियां आपको किसी SEO कंपनी को चुनने में सहायता करेंगी

अन्य रूप से नोट किए जाने के अलावा, इस दस्तावेज़ की सामग्री Creative Commons Attribution 3.0 लाइसेंस के अंतर्गत लाइसेंस-प्राप्त है.