

মাষ্টার অফ এস.ই.ও সিরিজ
(প্রথম খণ্ড)

সার্চ ইঞ্জিনের কার্যপ্রণালী

tutorialzonepdf.blogspot.com



কাজী নিশাত

লেখকের দুটি কথা:

বর্তমান সময়ে ফ্রিল্যান্স মার্কেটপ্লেসে একটি সম্মানজনক ও নান্দনিক পেশা হচ্ছে এস.ই.ও। এস.ই.ও নিয়ে নেট এ অনেক ঘাঁটাঘাঁটি করেও খুব ভাল মানের বাংলা (পূর্ণাঙ্গ) টিউটোরিয়াল পেলাম না। বাংলাদেশীদের জন্য এস.ই.ও কে সহজ করে তোলার জন্যই আমার এই উদ্যোগ। যেহেতু, নেট এ প্রাথমিক বিষয়গুলো নিয়ে অনেক টিউটোরিয়াল আছে, তাই আমি প্রাথমিক বিষয় নিয়ে খুব দীর্ঘ আলোচনা না করে সরাসরি এডভান্সড লেভেল এ চলে যাব। আপনাদের সুবিধার্থে (নতুনদের জন্য) আমি প্রাথমিক টিউটোরিয়াল এর কয়েকটি লিংক দিচ্ছি। আমি এই বইতে থিউরি এবং প্র্যাকটিক্যাল কাজ এর সংমিশ্রন করেছি। অনেকগুলো প্রাসঙ্গিক ও অপ্রাসঙ্গিক উদাহরন দিয়ে আমার বক্তব্য পাঠকের কাছে পরিষ্কার করার চেষ্টা করেছি। থিউরি এর ব্যবহার অনেক ক্ষেত্রে অতিরঞ্জন মনে হলেও, আমি আসলে এস.ই.ও এর কাজটি আপনার ভেতর থেকে ভাল লাগিয়ে দিতে চাচ্ছি। কারণ, মন থেকে ভাল না লাগলে, কোন কাজেই সফলতা পাওয়া যায় না। কিছু কিছু বিষয়ে ইতিহাস এর সূত্র টেনেছি। হয়তো ভাবতে পারেন এটির প্রয়োজন কি? উত্তর হোল, একজন আসামিকে যখন পুলিশ গ্রেফতার করে, তার পারিবারিক, সামাজিক অবস্থান, আগের জীবন-যাপনের তথ্য সংগ্রহ করে। এতে করে আসামির মনোভাব বুঝতে সহজ হয়। তেমনিভাবে, আপনি সার্চ ইঞ্জিন নিয়ে গবেষণা করছেন, তাই এর যাবতীয় খুঁটিনাটি আপনার জানা প্রয়োজন। দ্রুত লেখার চেষ্টা করার কারণে কিছু বানানগত / তথ্যগত ভুল থাকতে পারে। অনেকগুলো ইংরেজি শব্দের বাংলা অর্থ আমার জানা নেই, অথবা সেগুলো বাংলাতে ঠিক ভাবে প্রকাশ করা যায়না। তাই আমি ইংলা (বাংলিশ এর বিপরিত) ভাষা ব্যবহার করেছি) আশাকরি ঋমাসুন্দর দৃষ্টিতে দেখবেন।

সূত্র:

যেহেতু সার্চ ইঞ্জিন আমার নিজের আবিষ্কৃত নয়, তাই অধিকাংশ তথ্যই ইন্টারনেট এর বিভিন্ন সাইট, ব্লগ, বাংলা ও ইংরেজি টিউটোরিয়াল থেকে সংগ্রহ করা। সংগ্রহীত তথ্য ও আমার নিজের অভিজ্ঞতার সংমিশ্রনে বইটি প্রকাশ করা হয়েছে।

এই বইটি ভালভাবে আয়ত্ত করতে হলে আপনার যে যোগ্যতা লাগবে:

কম্পিউটার ও ইন্টারনেট সম্পর্কে প্রাথমিক জ্ঞান।

ওয়েব ডিজাইন সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণা (নূন্যতম HTML)

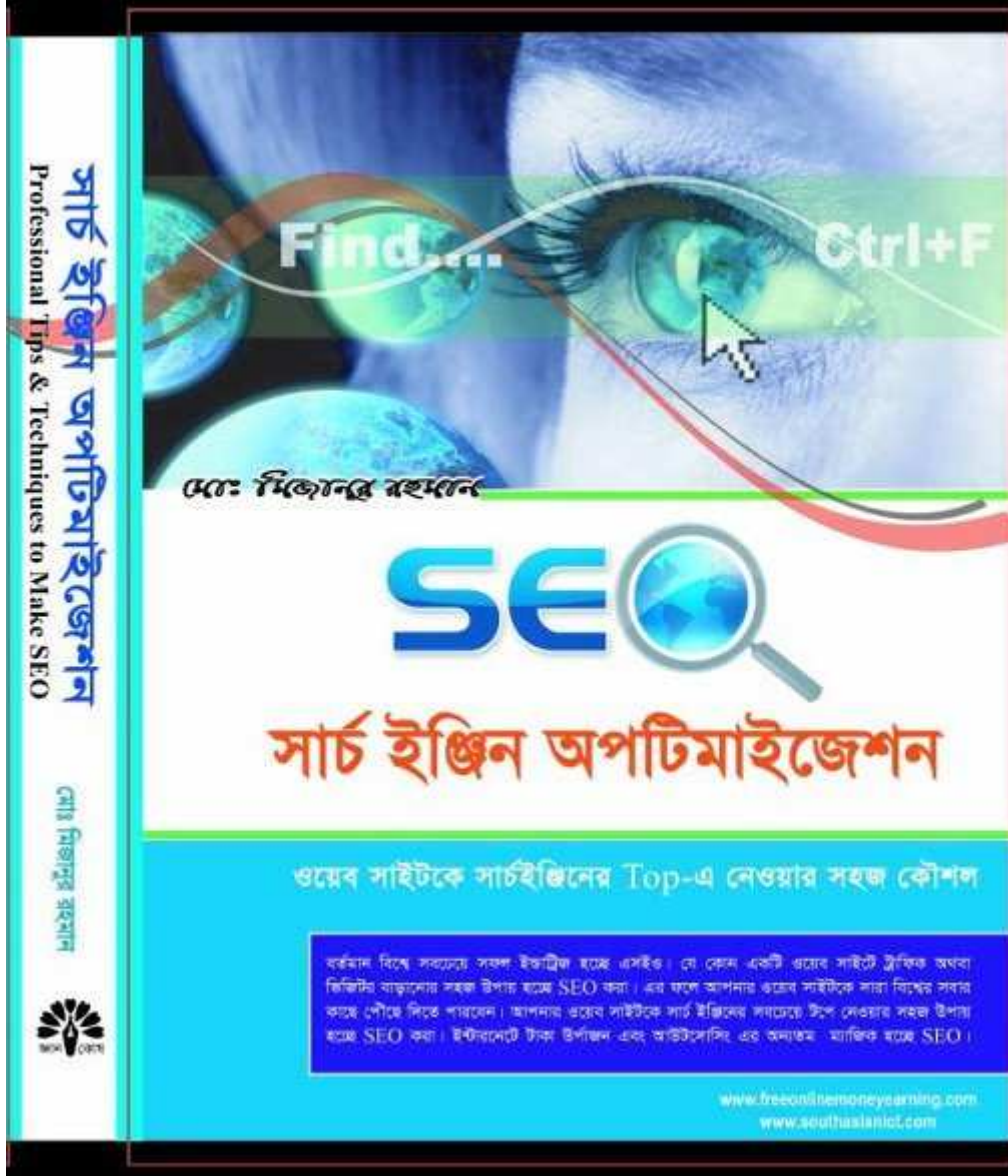
(সম্পূর্ণ সংকলন)

মাষ্টার অফ এস ই ও সিরিজ (প্রথম-খণ্ড) সার্চ ইঞ্জিনের কার্যপ্রণালী

যাদের এস.ই.ও সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণা নেই। তারা আমার টিউটোরিয়াল সাইট এ প্রবেশ করুন।

<http://tutorialzonepdf.blogspot.com>

এখানে, Computer মেন্যু থেকে SEO তে ক্লিক করুন। তারপর এই বইটি ডাউনলোড করুন।



এটি মোঃমিজানুর রহমান এর লেখা এস.ই.ও সম্পর্কিত একটি বাংলা বই। আমার দেখা বাংলা কয়েকটি বইয়ের মধ্যে এটিতে খুবই ভালভাবে প্রাথমিক ধারণা দেয়া হয়েছে।



(সম্পূর্ণ সংকলন)



প্র্যাকটিক্যাল SEO শেখার একটি ধারাবাহিক টিউটোরিয়াল

এই টিউটোরিয়ালটি এম এইচ সফট এর ব্লগে এবং পিডিএফ আকারে কয়েকটি পর্বে প্রকাশ করা হয়েছিলো। এখানে অন পেইজ এস ই ও এর বেসিক খুব সুন্দরভাবে দেয়া হয়েছে। এই বইটিও ডাউনলোড করতে পারেন। এটিও আগের বইটির সাথেই পাবেন।



যারা HTML জানেন না, সরাসরি এস ই ও শিখতে চাচ্ছেন, তারা আগে এই বইটি পড়ে HTML শিখে নিন। কারণ এইচ টি এম এল না জানলে এস ই ও এর একটি বড় অংশই আপনি বুঝতে পারবেন না। তা ছাড়া ক্লায়েন্ট এর সাইটেও কাজ করতে পারবেন না।

সূচিপত্র

প্রথম অধ্যায়	
• সার্চ ইঞ্জিনের ব্যবহারকারীদের চিহ্নিতকরণ	৭
• কোন পণ্য / সেবার জন্য কোথায় প্রচার করা উচিত	১০
• ক্লায়েন্টকে টার্গেট করার পদ্ধতি	১১
• এস.ই.ও ফ্রেন্ডলি সাইট তৈরি করার টিপস	১৪
• সার্চ ইঞ্জিন এর সাথে আপনার সম্পর্ক তৈরি করার পদ্ধতি	১৭
• সার্চ ইঞ্জিনগুলোর অভ্যন্তরীণ সম্পর্ক	১৯
• অরগানিক এবং পেইড রেজাল্ট	২০
• ক্রাউলার বা রোবট	২২
দ্বিতীয় অধ্যায়	
• সার্চ ইঞ্জিন সমূহের সাধারণ সংযোগ	২৪
• মেজর এবং মিনর সার্চ ইঞ্জিন	২৬
• অরগানিক, পেইড রেজাল্ট ও ওয়েব ডিরেক্টরি	২৭
• ইঞ্জিনের মধ্যে উপযুক্ত স্থান	৩৪
• মেটা সার্চ ইঞ্জিন	৩৭
তৃতীয় অধ্যায়	
• সার্চ ইঞ্জিন এর রেজাল্ট পেইজ পরিচিতি (বিস্তারিত)	৪০
• সোনালী ত্রিভুজ (Golden Triangle)	৪৩
• বাছাইকৃত ফলাফলের (Blended Search)	৪৬
• সোনালী ত্রিভুজে বাছাইকৃত ফলাফলের কার্যক্রম	৪৮
• বাছাইকৃত ফলাফলের প্রতিক্রিয়া	৪৯
চতুর্থ অধ্যায়	
• আপনার সত্যিকারের চাহিদা অনুযায়ী ট্রাফিক এর সন্ধান	৫৩
• স্প্যাম এর ক্ষতিকর দিক	৫৪
• বিহেবিওরাল সার্চ যেভাবে রেন্টিং এ প্রভাব ফেলে	৫৫
• ইনটেন্ট-ড্রাইভেন সার্চ	৫৭
• আপনার সুবিধায় ভার্টিকেল সার্চ ইঞ্জিন	৫৮
• লোকাল সার্চ রেজাল্ট এ অবস্থান গ্রহন	৬০
পঞ্চম অধ্যায়	
• সার্চ ইঞ্জিনে পেইড প্রোগ্রাম ব্যবহার	৭০
• একটু ব্যতিক্রমভাবে সার্চ এবং অ্যাডভান্সড অপারেটর	৭৪
• ভার্টিকেল সার্চ ইঞ্জিনে ফাইল টাইপ (Extension)	৭৭
• উচ্চ ট্রাফিক এবং উচ্চ কনভার্সন এর মধ্যে পার্থক্য	৭৮
ষষ্ঠ অধ্যায়	
• বিভিন্ন ধরনের স্প্যামিং সম্পর্কে ধারণা	৮৬
• স্প্যামিং করার ফলাফল	৯৪
• নিশ্চিত ফলাফল এবং অন্যান্য ভূয়া প্রতিশ্রুতি সম্পর্কে সতর্কতা	৯৫

অধ্যায়-১

প্রথমে আমাদের যে কাজগুলো করতে হবে:

- ✓ সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহারকারীদের চিহ্নিত করতে হবে।
- ✓ জানতে হবে, কেন মানুষ সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহার করে।
- ✓ উচ্চ রেঙ্কিং এর কি-ওয়ার্ড নির্ণয় করতে হবে।
- ✓ সার্চ ইঞ্জিন সমূহের মধ্যে সম্পর্ক নির্ণয় করতে হবে।

ইন্টারনেট হচ্ছে (ভাল এবং মন্দ) তথ্যের ভাণ্ডার। একজন ব্যবহারকারি প্রায় সবকিছুই মুহূর্তের মধ্যে সংগ্রহ করতে পারে ইন্টারনেট। আপনি যে এখন বইটি পড়ছেন, এটিও সম্ভবত ইন্টারনেট থেকে সংগ্রহ করেছেন। আপনি যখন ইন্টারনেট থেকে কোন তথ্য খুঁজতে যান, অথবা কিছু কিনতে যান, সেটি অবশ্যই কোন না কোন ওয়েবসাইটে আছে। ধরুন, আপনি সেরকম একটি সাইটের মালিক। আপনি একটি পণ্য বিক্রয় করেন এই সাইটের মাধ্যমে। কেউই জানেনা যে, এই সাইটটি আছে। তাহলে, কে আপনার পণ্য/ সেবা সম্পর্কে জানবে। কে ই বা আপনার থেকে পণ্য বা সেবা গ্রহন করবে?

আপনার সাইটে ভিজিটর আনার সবচেয়ে গ্রহণযোগ্য উপায় হচ্ছে সার্চ ইঞ্জিন। সার্চ ইঞ্জিন হচ্ছে একটি ওয়েব এপ্লিকেশন সফটওয়্যার , যেটি ব্যবহারকারির চাহিদা অনুযায়ী তথ্যসমূহ তাকে খুঁজে এনে দেয়। একটি বিষয়ে হাজার হাজার সাইট আছে। সার্চ ইঞ্জিন তাদেরকে অগ্রাধিকার ভিত্তিতে উপস্থাপন করে। প্রথমেই ভাবুন, সার্চ ইঞ্জিন না থাকলে কি হতো? আপনি কিভাবে আপনার সাইটে গ্রাহককে নিয়ে আসতেন? উত্তরটি হচ্ছে। আপনি অন্য সাইটে আপনার একটি লিংক (বিজ্ঞাপন) স্থাপন করতেন। সেই লিংক এ ক্লিক করে ভিজিটর আপনার সাইটে আসতো। সার্চ ইঞ্জিন (Google, Yahoo!, Bing) শুধুমাত্র আপনার এবং আপনার গ্রাহকে মাঝখানের এই মধ্যস্থতাকারীকে মাঝখান থেকে বাদ দিয়ে সরাসরি গ্রাহককে আপনার কাছে নিয়ে আসছে।

এখানে আমরা দেখব, কিভাবে অনেক ইন্টারনেট ব্যবহারকারির মাঝ থেকে আপনার কাঙ্ক্ষিত গ্রাহককে বেছে নিয়ে আসতে হবে। ব্যবহারকারির প্রকারভেদ এবং বিভিন্ন ইঞ্জিন এর সাথে কাজ করার কৌশল।

✓ ব্যবহারকারি চিহ্নিত করার পদ্ধতি:

আপনি কি জানেন, কে সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহার করে? হ্যাঁ, প্রায় সবাই সার্চ ইঞ্জিন (Google, Yahoo!, Bing) ব্যবহার করে। অধিকাংশ সাইটের অধিকাংশ ভিজিটর আসে সার্চ ইঞ্জিন থেকে। কিছু কিছু নাম সবার কাছে এত বেশী জনপ্রিয় হয়ে গেছে যে, সেগুলোর জন্য আর কেউই সার্চ করে না। যেমন, Facebook। এরকম জনপ্রিয় সাইট ছাড়া অন্যান্য সাইট এর নাম প্রায় কেউই মুখস্থ করে রাখে না। সার্চ ইঞ্জিন এ সার্চ করে খুঁজে বের করে। এমনকি পৃথিবীর বড় বড় ব্র্যান্ডগুলোও তাদের একটি বড় অংশ ভিজিটর পায় সার্চ ইঞ্জিন থেকে।

** আপনি চাইলে গুগলকে নির্দিষ্ট পরিমাণ অর্থ প্রদান করে আপনার সাইটকে নির্দিষ্ট সময়ের জন্য সার্চ পেইজের প্রথমে দেখাতে পারেন। এই পদ্ধতিকে Pay Per Click (PPC) বলা হয়। আমরা স্বাধীনভাবে একটি সাইটকে প্রথম পেইজে নিয়ে আসতে চাইছি। তাই এই বিষয়টি আপাতত এড়িয়ে গেলাম **

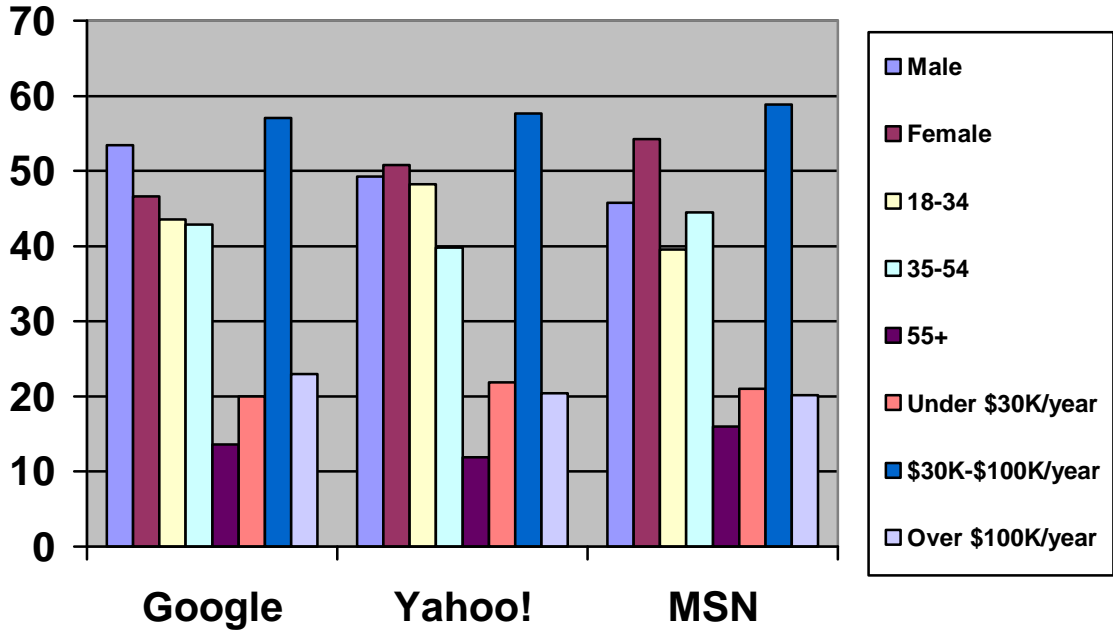
ইন্টারনেট ব্যবহারকারীদের চার্ট-

যেহেতু, ব্যবহারকারীদের নিয়েই আপনার এস.ই.ও এর কাজ এর সাফল্য নির্ভর করবে, সুতরাং আপনার ব্যবহারকারীদের সম্পর্কে সুস্পষ্ট ধারণা থাকতে হবে। আপনাকে জানতে হবে, কে আপনার পণ্য / সেবা খুজছে। তাহলেই আপনি সিদ্ধান্ত নিতে পারবেন, কোথায় বিজ্ঞাপন প্রচার করলে ভাল ফলাফল আসবে। আপনি সাধারণ বিপণন করলে কি করবেন? আপনি বই বিক্রয় করার একটি বিজ্ঞাপন (পোস্টার) লাগাবেন। কোথায় লাগালে আপনার কাঙ্ক্ষিত পণ্য (বই) এর জন্য গ্রাহক পাওয়া যাবে? অবশ্যই স্কুল/কলেজের সামনে লাগালে বই এর গ্রাহক পাবেন। আবার, আপনি গাড়ি বিক্রয় করেন। গাড়ীর পোস্টার যদি স্কুল/কলেজের সামনে লাগান, তাহলে কাজ হবে না। কারণ, খুব কম ছাত্র-ছাত্রীই গাড়ি কিনতে আগ্রহী হবে। সুতরাং, সেটি আপনাকে লাগাতে হবে কোন বড় অফিস-আদালত ইত্যাদির সামনে। অর্থাৎ, যাদের গাড়ি কিনার চাহিদা (ইচ্ছা+অর্থ) আছে।

একই বিষয়টি ওয়েবসাইটের প্রচারনার ক্ষেত্রেও প্রযোজ্য। আপনাকে গ্রাহকের বয়স, আয়, মনোভাব ইত্যাদি জেনে সিদ্ধান্ত নিতে হবে। অর্থাৎ, কোন বয়সের, কি পরিমাণ আয়ের, পুরুষ / মহিলাকে আপনি কোন পণ্যটির বিজ্ঞাপন দেখাবেন। এখানে উল্লেখ্য যে, ইয়াহু (Yahoo!) সার্চ ইঞ্জিন এর ৪৯.২৪% ব্যবহারকারি পুরুষ এবং গুগল (Google) সার্চ ইঞ্জিন এর ৫৩.৪২% ব্যবহারকারিই পুরুষ। তাহলে, সহজভাবেই বোঝা যাচ্ছে যে, আপনি কোন পুরুষ এর পণ্য (শার্ট, প্যান্ট, বেল্ট ইত্যাদি) বিপণন (Marketing) করলে তা গুগলে প্রচার করা উচিত। একইভাবে কোন নারীর পণ্য (শাড়ি, গহনা, কসমেটিকস ইত্যাদি) বিক্রয় করলে তা ইয়াহুতে প্রচার করলে ভাল ফলাফল পাওয়ার সম্ভাবনা বেশী।

আমি এখানে আপনাদের সাথে খুব গুরুত্বপূর্ণ একটি চার্ট শেয়ার করছি। এটি দেখে আপনারা বিভিন্ন সার্চ ইঞ্জিনের ব্যবহারকারী সম্পর্কে সুস্পষ্ট ধারণা পাবেন।

মাষ্টার অফ এস ই ও সিরিজ (প্রথম-খণ্ড) সার্চ ইঞ্জিনের কার্যপ্রণালী



এখানে লিঙ্গভেদে, বয়সভেদে ও আয়ভেদে সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহার এর পরিসংখ্যান দেখানো হয়েছে। ধরুন, আপনি ব্লাড সুগার (ডায়াবেটিস) পরিমাপ এর মেশিন বিক্রয় করবেন। তাহলে আপনাকে দেখতে হবে ৫৫+ বয়সের ব্যবহারকারীরা তুলনামূলকভাবে MSN সার্চ ইঞ্জিন বেশী ব্যবহার করে। তাই, MSN এ বিজ্ঞাপন করলে ভাল ফলাফল পাবেন।

[দৃষ্টি আকর্ষণ: আমার এই চার্টটি ২০০৪ এর। এটি আমি শুধুমাত্র উদাহরণ দেয়ার জন্য ব্যবহার করেছি। আপনারা গুগলে সার্চ করে বর্তমান সময়ের চার্ট বের করে গ্রাহক নিয়ে গবেষণা করবেন। তথ্য: এই চার্টটি তৈরি করা হয়েছে, কি নিয়ে কতবার সার্চ করা হয়েছে, তার উপর ভিত্তি করে। উদাহরণস্বরূপ, কেউ শাড়ি নিয়ে সার্চ করলে ধরে নেয়া যায় যে, তিনি একজন মহিলা এবং তার বয়স ১৮-৩৪ এর মধ্যে। এছাড়াও গুগল সার্চ করার সময় যাদের জিমেইল অ্যাকাউন্ট লগ ইন করা থাকে, গুগল তাদের তথ্যসমূহ সংরক্ষণ করে]

এস.ই.ও এর কাজ করার সময় আমরা অবশ্যই কি-ওয়ার্ড এর প্রতি বিশেষ গুরুত্ব দেব। উপরের পদ্ধতিতে আমরা আমাদের পনের ধরন অনুযায়ী ব্যবহারকারি নির্ধারণ করবো। নির্ধারিত (Targeted) ব্যবহারকারির পছন্দের সার্চ ইঞ্জিন নিয়ে পড়ে থাকলেই হবে না। তার পছন্দের কি-ওয়ার্ড সমূহ যেন আমার সাইটে অন-পেইজে (টাইটেল ট্যাগ, মেটা ট্যাগ, কি ওয়ার্ড) থাকে, সেদিকে খেয়াল রাখতে হবে। ধরুন, আপনি Samsung Galaxy S4 মোবাইলটি মার্কেটিং করবেন। যেহেতু অ্যান্ড্রয়েড মোবাইল (বাংলাদেশে) যুবক ছেলে-মেয়েরাই বেশী ব্যবহার করে, তাই আপনি সিদ্ধান্ত নিলেন ১৮-৩৪ বয়সের ব্যবহারকারির বেশী ব্যবহিত ইয়াহু সার্চ ইঞ্জিন এ মার্কেটিং করবেন। সেক্ষেত্রে আপনাকে ১৮-৩৪ বয়সের ব্যবহারকারিরা কি নিয়ে বেশী সার্চ করে সেটি বের করতে হবে। কিছুটা এনালাইসিস করলে আপনি একটি ভাল ফলাফল পাবেন। আমরা জানি যে ১৮-৩৪ বয়সের অ্যান্ড্রয়েড ব্যবহারকারীদের একটি প্রিয় বিষয় হচ্ছে গেইম। একটু অবসর সময় পেলে যেমন প্রিয় একটি গেইম নিয়ে মেতে উঠে, তেমন

ইন্টারনেট এ ও নতুন নতুন গেইম নিয়ে সার্চ করে। তাই, আপনি যদি পেইজ টাইটেল এভাবে দেন যে, Samsung Galaxy S4 –Game, Music, Facebook and many more... তাহলে লেখাটি আপনার মূল বিষয়ের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হোল, পাশাপাশি আপনাকে কিওয়ার্ড সাপোর্টও দিল। এভাবেই টার্গেটেড ভিজিটর এর জন্য টার্গেটেড কিওয়ার্ড নির্ণয় করতে পারবেন।

✓ কেন মানুষ সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহার করে?

আমরা এতক্ষন বের করেছি কারা সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহার করে। এবং জানতে পেরেছি যে অধিকাংশ (প্রায় সব) ইন্টারনেট ব্যবহারকারিই সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহার করে। এখন আমরা বের করবো কেন তারা সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহার করে? তারা আসলে সার্চ ইঞ্জিনে কি খোঁজে? সে কি তার পুরনো গাড়িটিকে মেরামত করার পদ্ধতি নিয়ে গবেষণা করতে চাচ্ছে? নাকি পুরনো গাড়িটি বিক্রয় করে একটি নতুন গাড়ি কিনতে চাচ্ছে। অথবা, অকারনেই ইন্টারনেট এ চ্যাট করে অনলাইনে গেইম খেলে সময় নষ্ট করছে? এই প্রশ্নগুলো যেকোনো একটির উত্তর যদি হ্যাঁ হয়, তাহলে সার্চ ইঞ্জিন তাকে অসংখ্য সাইট দেখাবে, যেখান থেকে সে গাড়ি মেরামত নিয়ে গবেষণা / ক্রয় / বিক্রয় করতে পারবে বা গেইম খেলতে পারবে।

গবেষণা:

সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহারকারীদের একটি বড় অংশ এটি ব্যবহার করে গবেষণার কাজে। এমনকি আমি নিজেও এই বইটি লেখার জন্য সার্চ ইঞ্জিনে (Google) এস.ই.ও নিয়ে গবেষণা করেছি। গবেষকরা মূলত সার্চ ইঞ্জিনে যেকোনো একটি প্রশ্নের উত্তর খোঁজে অথবা কোন একটি অজানা বিষয়ে পৃথিবীর জ্ঞান ভাণ্ডার থেকে ন্যূনতম তথ্য সংগ্রহ করার চেষ্টা করে, যা কি না তাকে সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করে। তারা একটি বিষয়ে একটি সাইট থেকেই পূর্ণাঙ্গ তথ্য সংগ্রহ করতে চায়। ধরি, একজন বাণিজ্য বিভাগের ছাত্র তার ব্যবহারিক খাতা তৈরি করার জন্য ব্যাংকিং বিষয়ে তথ্য খুজছে। আপনি একটি ব্যাংক এর ওয়েবসাইট তৈরি করেছেন। তার একটি পেইজে আপনি ব্যাংকিং এর ইতিহাস, ব্যাংকিং কি, কেন ব্যাংকিং করা হয় ইত্যাদি তথ্য রেখেছেন। ওই ছাত্র সার্চ করে আপনার সাইট পেল , এবং সেখানেই ব্যাংকিং সম্পর্কে একটি পুরনো ধারণা পেল। যদিও, আপনি এই ছাত্রের গবেষণার কাজে সাহায্য করার জন্য সাইট খোলেন নি। খুলেছেন ব্যাংক এর প্রচার এর জন্য। কিন্তু, সে যখন আপনার সাইট থেকে পরিপূর্ণ সহযোগিতা পাবে, তখন সে একবার হলেও আপনার সাইট এর নাম (তথা ব্যাংক এর নাম) খেয়াল করবে এবং ভবিষ্যতে যদি কোন কারণে (চাকরি / লেনদেন) সে আপনার ব্যাংক এর সাথে সম্পৃক্ত হয়, তাহলে সে আপনার প্রতিষ্ঠান (ব্যাংক) কে ইতিবাচক চোখে দেখবে। গ্রাহক সমাজে ইতিবাচক প্রভাব ফেলা মার্কেটিং এর অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটি পয়েন্ট। এছাড়াও, সার্চ ইঞ্জিন ক্রয়-বিক্রয় / বাণিজ্যিক সাইট থেকেও তথ্যবহুল সাইটকে গুরুত্ব (Priority) বেশী দেয়। উদাহরণ সরূপ আমরা দেখতে পাই যে, অধিকাংশ সার্চ (বিশেষ করে ১ অক্ষর কুয়েরিতে)এ প্রথম রেজাল্ট থাকে Wikipedia। কারণ, Wikipedia হচ্ছে পৃথিবীর সবচেয়ে বড় তথ্যকোষ। এখানে আমি উইকিপিডিয়া সম্পর্কে কয়েকটি কথা বলবো। উইকিপিডিয়া হচ্ছে একটি ওপেনসোর্স প্রোজেক্ট। এখানে অসংখ্য তথ্য রয়েছে। লক্ষ লক্ষ সাইটে উইকিপিডিয়া এর ব্যাকলিংক আছে। ওপেনসোর্স অর্থাৎ, যে কেউ এখানে লিখতে পারে এবং তথ্য পরিবর্তন করতে পারে। তাই, উইকিপিডিয়া কখনওই তার প্রদত্ত তথ্যের সত্যতা নিশ্চিত করে না। যেহেতু, উইকিপিডিয়া অধিকাংশ সময় প্রথমে আসে। তাই, আমরা এখান থেকে একটি শিক্ষা নিতে পারি। সেটি হোল,

সার্চ ইঞ্জিন তথ্যের সত্যতা নিয়ে মাথা ঘামায় না। তবে , আরেকটি বিষয় মাথায় রাখতে হবে, তথ্য ভুল হলে সমস্যা নেই, কিন্তু কপি পেস্ট করা হলে সমস্যা আছে।

গবেষণা ব্যাপারটির সুযোগ-সুবিধা পেতে হলে আপনার সাইটকে তথ্যবহুল করতে হবে। অপ্রয়োজনীয় তথ্য নয়, আপনি যে বিষয় নিয়ে সাইট করেছেন, সেই বিষয় নিয়ে তথ্য। আপনার পনের গুণগত মান। পূর্ববর্তী ব্যবহারকারীদের মন্তব্য ইত্যাদি সংযুক্ত করে গবেষক এর দৃষ্টি আকর্ষণ করতে পারেন। গবেষক দের একটি বড় অংশই How to লিখে সার্চ করে। যেমন একজন উদ্ভিদ বিজ্ঞানী মাশরুম নিয়ে গবেষণা করছে। আর আপনি চালাচ্ছেন একটি রেস্টুরেন্ট এর সাইট। সেখানে মাশরুম এর স্যুপ আছে। ওই স্যুপ এর পেইজে আপনি মাশরুম কি? কিভাবে উৎপাদন করা হয়, ইত্যাদি দিয়ে রাখতে পারেন। এখন ওই উদ্ভিদ বিজ্ঞানী যখন how to grow mushrooms? লিখে সার্চ করে আপনার সাইটে এসে পড়েছে, তখনও সে আপনার সাইটটি ক্লোজ করে দিয়ে অন্য সাইট খুজতে চলে যাবে না। তথ্যগুলো পড়বে এবং নতুন কিছু থাকলে নোট করবে। আপনার সাইটে একজন ভিজিটর কতক্ষণ থাকছে (নাকি ঢুকেই আবার চলে যাচ্ছে) তার উপর আপনার রেঙ্কিং নির্ভর করে। যদিও, আপাতদৃষ্টিতে আপনি গবেষককে সহায়তা করে কোন উপকার পেলেন না (যেহেতু সে আপনার পণ্য কেনেনি) । কিন্তু, পরোক্ষভাবে সে সার্চ ইঞ্জিন এর কাছে আপনার সাইটকে গুরুত্বপূর্ণ করে তুলেছে।

কেনাকাটা:

যদিও, মোট ইন্টারনেট ব্যবহারকারির খুব ছোট একটি অংশ কেনাকাটার জন্য ইন্টারনেট ব্যবহার করে, কিন্তু সেই সংখ্যাটি ও খুব কম নয়। রিসার্চ কুয়েরি এর পর আমরা দেখব একজন গ্রাহক (ক্রেতা) পণ্য খোঁজার সময় কিভাবে সার্চ করে। ভার্চুয়াল প্রোডাক্ট (ছবি,গান,ভিডিও,সফটওয়্যার ইত্যাদি) অধিকাংশ গ্রাহকই ফ্রী খোঁজে। আবার যেসব ভার্চুয়াল পণ্য ফ্রী পাওয়া যায়না (যেমনঃ ডোমেইন / প্রিমিয়াম হোসটিং) ইত্যাদি কম দামের মধ্যে খোঁজে। উদাহরণস্বরূপঃ Low price domain লিখে অনেক ইউজার সার্চ করে। ধরুন আপনি ৯০০ টাকায় ডোমেইন বিক্রয় করেন। Low price domain কি ওয়ার্ড এর উপর এস ই ও করার কারণে Low price domain লিখে সার্চ করায় আপনার সাইট প্রথম পেইজে আসলো। আরেকজন ৮০০ টাকায় ডোমেইন বিক্রয় করে, কিন্তু এস ই ও না করার কারণে (অথবা, করলেও এই গুরুত্বপূর্ণ কিওয়ার্ড এর প্রতি গুরুত্ব না দেয়ার কারণে) তার সাইট প্রথম ১০০ ফলাফলের মধ্যে আসলো না। সেক্ষেত্রে, ইউজার আপনার কাছে ডোমেইনের মূল্য (৯০০ টাকা) কেই সবচেয়ে কম হিসেবে ধরে নেবে এবং আপনার কাছ থেকেই কিনবে। এভাবে আপনি ব্যবসায়িক সাফল্য পেতে পারেন।

যদিও একজন ব্যবহারকারী অর্ডিনারি সার্চ ইঞ্জিন (গুগোল, ইয়াহু, বিং ইত্যাদি) দিয়ে তার পছন্দের পণ্য খুজে বের করতে পারে, তথাপি কিছু ওয়েবসাইট আছে, যেগুলো শুধুমাত্র কেনাকাটার জন্যই সার্চ ইঞ্জিন হিসেবে কাজ করে। যেমন, Amazon, eBay, Shopping.com ইত্যাদি। এগুলোকে Shopping Only Search Engine বলা হয়ে থাকে। Shopping Only Search Engine আবার বিভিন্ন ধরনের হয়ে থাকে। যেমনঃ mainstream engines। এই ওয়েবসাইটের নিজস্ব পণ্য থাকে। সেই পনের সমাহার থেকে গ্রাহক তার পছন্দমতো পণ্য খুজে নিতে পারে। যেমনঃ Google Product Search (একে Froogle বলা হয়) এবং Yahoo! Shopping । এখানে আপনি কোন একটি পণ্য সার্চ করলে তাদের লিস্ট থেকে আপনার প্রয়োজনীয় পণ্যটি খুজে

কাজী নিশাত – www.facebook.com/kazi.nishat

পাবেন। আপনি যদি Amazon.com থেকে আন্তর্জাতিক মানের একটি বই কিনতে চান, তাহলে আপনাকে সরাসরি Amazon.com এ ঢুকে সার্চ করতে হবে। আমাজন ডট কম আপনার পনের অর্ডার, মূল্য পরিশোধ, ডেলিভারি, স্টক ম্যানেজমেন্ট থেকে শুরু করে সব কিছুই করে।

বিনোদন:

গবেষণা করা বা কেনাকাটা করাই সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহারের একমাত্র কারণ নয়। অবসর বিকালটা ভালভাবে কাটানোর জন্য ইন্টারনেট একটি গ্রহণযোগ্য বিষয়। পৃথিবীর সকল ইন্টারনেট ব্যবহারকারির সিংহভাগই ইন্টারনেট ব্যবহার করে বিনোদন এর জন্য। এরা গান, মুভি, ড্রেইলর, গেইম ইত্যাদি ডাউনলোড করে অথবা সোশ্যাল মিডিয়া সাইট (ফেসবুক, টুইটার, মিসিংগ ৩৩ ইত্যাদি) ব্যবহার করে। কারিগরিভাবে চিন্তা করলে এগুলোও এক ধরনের গবেষণা। কিন্তু, এই গবেষণাগুলো শুধুমাত্র বিনোদন এর জন্যই ব্যবহার করা হয়। একজন বয়স্ক ব্যক্তিও একটি শিশুসুলভ গেইম ডাউনলোড করতে পারে, তার শিশুকালের স্মৃতি রোমন্থন করার জন্য। অথবা তার সময়কার পুরনো কোন একটি সিনেমার অংশবিশেষ, গান অথবা কোন শিল্পী / জনপ্রিয় ব্যক্তির স্মরণচিত্র, জীবনকাহিনী ইত্যাদি খুজতে পারে এক মুহূর্তের জন্য হলেও অতীতে ফিরে যাওয়ার জন্য। সার্চ ইঞ্জিন তার এই ইচ্ছা পূরণ করে থাকে।

আপনি যদি একটি ভিডিও গান শুনতে চান, তাহলে উইকিপিডিয়াতে সার্চ করে যতটা সফল হবে, তার থেকে অনেক বেশী সম্ভাবনা ইউটিউব (Youtube) সার্চ এ সফল হওয়ার। ইউটিউব হচ্ছে সার্চ ইঞ্জিনে উচ্চ অবস্থানে থাকা সাইটের আরেকটি উদাহরণ। এটি গুগোল কোম্পানির একটি সার্ভিস। এখানে অসংখ্য ভিডিও আছে। যে কেউ এখানে ভিডিও আপলোড করতে পারে। যার একটি ক্যামেরা আছে এবং একটি জিমেইল অ্যাকাউন্ট আছে, সেই ইউটিউব এ যেকোনো ভিডিও আপলোড করতে পারে, এমনকি তার ফুল বাগানে পানি দেয়ার ভিডিও ও। এখানেও উচ্চমানের কিওয়ার্ড সম্পন্ন ভিডিওগুলো আগে প্রদর্শন করা হয়। এবং একটি ভিডিও প্লে করলে, তার (কিওয়ার্ড এর) সাথে সম্পর্কিত আরও বেশ কিছু ভিডিও পাশে এসে পড়ে। যে ভিডিওটি ইউজার ওপেন করেছে, সেটি তার প্রয়োজনীয় না হলে, ওই ভিডিওগুলো থেকে সে একটি বেছে নিতে পারে। বর্তমানে অনেক বড় বড় কোম্পানিই তাদের পনের ডেমো ভিডিও ইউটিউব এ আপলোড করছে এবং ইউটিউব চ্যানেল তৈরি করছে। ইউটিউব চ্যানেল হচ্ছে একটি অ্যাকাউন্ট থেকে আপলোড করা সবগুলো ভিডিও যেখানে একসাথে প্রদর্শন করে। এর সুবিধা হচ্ছে একজন গ্রাহক আপনার একটি পণ্য দেখতে এসে পাশাপাশি আরও ২-৪ টি পণ্য দেখে কয়েকটি পছন্দ করতে পারে এবং কিনেও ফেলতে পারে। এটি বর্তমানে পনের ডিম্যান্ড তৈরিতে একটি গ্রহণযোগ্য মাধ্যম হিসেবে ব্যবহার হয়ে আসছে।

✓ উচ্চ রেংকিং কিওয়ার্ড গ্রহন:

যারা রিয়েল এস্টেট এর ব্যবসা করে, তাদের জন্য ৩ টি সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয় যদি অবস্থান , অবস্থান এবং অবস্থান হয়ে, তাহলে এস.ই.ও এর জন্য ৩ টি সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হচ্ছে কিওয়ার্ড, কিওয়ার্ড এবং কিওয়ার্ড। একজন ব্যবহারকারিকে সঠিক ওয়েবসাইটে নিয়ে যাওয়ার জন্য সার্চ ইঞ্জিন কিওয়ার্ড এর উপর নির্ভর করে রেংকিং করে থাকে। আপনার সাইটের কিওয়ার্ডগুলোকে ব্যবহারকারীদের চাহিদা (Users Query) অনুযায়ী করতে হবে। হাই রেংকিং কিওয়ার্ড, অর্থাৎ যে কিওয়ার্ডগুলো নিয়ে বেশী সংখ্যক ইউজার সার্চ করে, সেগুলো নিয়ে কাজ করলে আপনার পরিশ্রম বেশী হবে, কিন্তু আপনি সে অনুযায়ী বেশী সংখ্যক ভিজিটর পাবেন। আপনার কিওয়ার্ডকে সহজ, সাবলিল করলে সার্চ ইঞ্জিন আপনার সাইটকে সহজে পরিমাপ করতে

কাজী নিশাত – www.facebook.com/kazi.nishat

পারবে। আমার পরবর্তী খণ্ডে কিওয়ার্ড নিয়ে গবেষণা করার পদ্ধতি আরও বিস্তারিতভাবে বর্ণনা করা আছে।

এখানে আপনাকে ইউজারদের সম্পর্কে ধারণা দেয়া হয়েছে। আপনার প্রতিযোগী সাইট (যে আপনার মত একই পণ্য / সেবা বিপণন করে) থেকে ইউজার এর কাছে আপনার সাইটকে আকর্ষণীয় করার জন্য আপনাকে নির্দিষ্ট প্রকার এর ইউজার এর মনস্তত্ত্ব (Psychology) নিয়ে গবেষণা করতে হবে। নিজেকে একজন ইউজার / গ্রাহক চিন্তা করে আপনাকে সিদ্ধান্ত নিতে হবে যে, আপনি এই পণ্য / সেবা কিভাবে পেলে সন্তুষ্ট হবেন। তাহলেই শুধুমাত্র আপনি এস.ই.ও তে সফল হতে পারবেন। এস.ই.ও এক ধরনের অনলাইন মার্কেটিং। আপনি গ্রাহকের (Customer) কাছে আপনার পণ্য/সেবা বিপণন (Marketing) করছেন। আর মার্কেটিং এর প্রধান ২ টি থিউরি হচ্ছে:

Rule 1. Customer is always right.

Rule 2. If wrong, read the rule 1 again.

এখানে বোঝানো হয়েছে যে, আপনাকে অবশ্যই গ্রাহক এর চাহিদামত সেবা দিতে হবে। গ্রাহকের সন্তুষ্টির উপর আপনার ব্যবসায়িক সফলতা অনেকাংশে নির্ভর করছে। আপনার সেবায় সন্তুষ্ট একজন গ্রাহক বিনামূল্যে আপনার বিজ্ঞাপন করবে।

একটি এস.ই.ও ফ্রেন্ডলি সাইট তৈরি করবেন যেভাবে:

এস.ই.ও ফ্রেন্ডলি সাইট বলতে এখানে অধিক উচ্চ রেন্টিং কিওয়ার্ড পূর্ণ সাইট বোঝানো হয়েছে। এটি হচ্ছে আপনার সাইট এর Meta Data এবং Title Tag কে কিওয়ার্ড দিয়ে সাজানো। [চতুর্থ খণ্ডে কিওয়ার্ড নিয়ে আরও বিস্তারিত বর্ণনা করা হয়েছে] আপনার সাইট হতে হবে কিওয়ার্ড এ পরিপূর্ণ (অতিরিক্ত নয়) কিওয়ার্ড এর ব্যবহার মূল বিষয়ের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হতে হবে। কোন বিষয় ছাড়া এমনিতেই সাইট কিওয়ার্ড দিয়ে ভরিয়ে ফেললে সেটি সার্চ ইঞ্জিন এর চোখে পড়বে এবং আপনার সাইট এর রেন্টিং কমে যাবে। সাইট এ খুব বেশী ইমেজ ও ক্লাশ এর ব্যবহার করা যাবে না। অনেকেই ক্লায়েন্টকে খুশি জন্য সাইট ডিজাইন করলে অনেক উচ্চমানের স্থিরচিত্র (Still Image) এনিমেশন, ক্লাশ ইত্যাদি ব্যবহার করে সাইট ভারী করে ফেলে। এক্ষেত্রে আপনার মনে রাখতে হবে যে, এস.ই.ও এর ক্ষেত্রে ক্লায়েন্টকে (যার জন্য সাইট ডিজাইন করেছেন) খুশি করার থেকেও বেশী প্রয়োজন ওই সাইট এর ব্যবহারকারিকে খুশি করা। অনেকে পেইজের নাম, মেন্যু, বাটন ইত্যাদি তে লেখা (Text) ব্যবহার না করে, ডিজাইন করা ছবি (Image) করে। এর কারণে আপনার সাইটের নান্দনিকতা বৃদ্ধি করলেও রেন্টিং কমিয়ে দেয়া কারণ, সার্চ ইঞ্জিন একটি বুদ্ধিহীন প্রোগ্রাম। সে ইমেজ এর ভেতরের লেখা পড়তে পারেনা। তাই, সেখানে কি আছে সে জানে না এবং ইনডেক্স ও করে না। যে ক্ষেত্রে আপনার ইমেজ ব্যবহার না করলেই নয়, এক্ষেত্রে আপনি ইমেজ এর ট্যাগ এ Alt অ্যাট্রিবিউট ব্যবহার করবেন। সে ক্ষেত্রে আপনার ইমেজ যদি কোন কারণে লোড না হয়, তবুও জায়গাটি খালি পড়ে থাকবে না। সেখানে ইমেজটির পরিবর্তে আপনার Alt অ্যাট্রিবিউট এ যে ভ্যালু দিয়েছেন সেটির লিংক (Clickable Link) দেখাবে। তার থেকে বড়, কথা হচ্ছে সার্চ ইঞ্জিন ওই ইমেজটিকে চিনতে পারবে এই ট্যাগ এর মাধ্যমে।

Buy Now

ধরে নিলাম যে আপনি এই ইমেজটি ব্যবহার করেছেন। সার্চ ইঞ্জিন জানে না যে, এখানে কি লেখা আছে। সে ক্ষেত্রে আপনি ট্যাগ img এ Alt অ্যাট্রিবিউট ব্যবহার করতে পারেন।

```
<a href="*****/buynow.html"></a>
```

এভাবে ব্যবহার করলে সার্চ ইঞ্জিন বুঝতে পারবে যে, এই ছবিটি Buy Now এর। এবং সে Buy কিওয়ার্ডটিকে আপনার সাইটের জন্য আরেকবার ইনডেক্স করবে এবং গুরুত্ব দেবে।

ভাল অপটিমাইজেশন করার জন্য যে বিষয়গুলোর উপর গুরুত্ব দিতে হবে সেগুলো হোল:

- Title tag
- Meta description tag
- Meta keywords tag
- Heading tag(s)
- Textual content
- Alt attributes on all images
- Strong/bold tags
- Fully-qualified links
- Site map
- Text navigation
- JavaScript/CSS externalized
- Robots text (.txt) file
- Web analytics
- Keyword research (কারিগরি প্রক্রিয়া-দ্বিতীয় খণ্ডে)
- Link development
- Image names
- Privacy statement
- Contact information
- Dedicated IP address

পরিষ্কারভাবে বিষয়বস্তু সাইটে তুলে ধরা:

উচ্চ কিওয়ার্ড র‌েংকিং পাওয়ার জন্য আপনার সাইটের মূল বিষয়বস্তু পরিষ্কার হতে হবে। আপনি যদি খেলনা বিক্রয় করেন, তাহলে আপনার সাইটে শুধু প্রতিটি খেলনার নাম, ছবি এবং মূল্য দিয়েই থেমে যাবেন না। প্রতিটি খেলনার বিস্তারিত বর্ণনা, এটিতে কি কি সুবিধা পাওয়া যাবে ইত্যাদি বর্ণনা করুন। এটি শুধু আপনার গ্রাহককেই তার পছন্দমত পণ্য বেছে নিতে সাহায্য করবে না, পাশাপাশি সার্চ ইঞ্জিনের কাছেও (একই বিষয়ের কতোগুলো কি ওয়ার্ড আপনার সাইটে আছে তার উপর ভিত্তি করে) আপনার সাইটকে গুরুত্বপূর্ণ করে তুলবে। সার্চ ইঞ্জিন এর একটি বৈশিষ্ট্য হোল, সে আপনার সাইটের ক্যাটাগরি বাছাই করার জন্য আপনার কন্টেন্ট সমূহের নাম (যেগুলোতে হেডিং ট্যাগ H1,H2,H3... অথবা বোল্ড ট্যাগ B ব্যবহার করা হয়েছে) কে প্রাধান্য দেয়।

আপনার সাইট এ আপনি কন্টেন্টসমূহের ক্যাটাগরি করলে , এবং লেভেল ইউজ করলে ভাল ফলাফল পাবেন। যেমন, আপনি একটি র‌েস্টুরেন্ট এর সাইটে, Lunch ক্যাটাগরিতে (Lunch লেভেল সংযুক্ত করে) ভাত, মাছ মাংস ইত্যাদি এবং Dinner ক্যাটাগরিতে (Dinner লেভেল সংযুক্ত করে) রুটি, সবজি, কফি ইত্যাদি রাখতে পারেন। তাহলে সার্চ ইঞ্জিন বুঝতে পারবে যে আপনার এখানে Lunch এর এবং Dinner এর অনেক আইটেম আছে। তখন সে কোন ইউজার Lunch বা Dinner করার ভাল লোকেশন জানার জন্য সার্চ করলে আপনার সাইটটি প্রদর্শন করার সম্ভাবনা বেড়ে যাবে।

মূল থিম এর প্রতি দৃষ্টি আকর্ষণ করা:

আপনার একটি সাইটে যখন প্রতিদিন প্রচুর ভিসিটর আসে, তখন আপনি সাইটে ডিজাইনে কোন পরিবর্তন আনলে, তা আগের অবস্থার মত করেই পরিবর্তন আনতে হবে। আপনার সাইটে এসে

যেন ইউজার এর মনে না হয় যে, সে অন্য কোন সাইটে এসে পড়েছে। তাহলে এটি তার উপন নেতিবাচক প্রভাব পড়তে পারে। ঘনঘন ডিজাইন টেম্পলেট / লেআউট পরিবর্তন করলে আপনি অনেক ভিসিটর হারাবেন। সামঞ্জস্যতা বজায় রাখার জন্য আপনাকে একই পেইজে সম্পর্কযুক্ত কন্টেন্টগুলো রাখতে হবে। ধরুন, যে পেইজে আপনি মোটর সাইকেল রেখেছেন, সেই পেইজে হেলমেট রাখতে পারেন। তেল-মবিল এর বিজ্ঞাপন ও রাখতে পারেন। কিন্তু, সেই পেইজে যদি মোবাইল এর বিজ্ঞাপন রাখেন, তাহলে সেটি হবে অপ্রাসঙ্গিক।

দীর্ঘমেয়াদী পরিকল্পনা:

পৃথিবীর সর্ববৃহৎ মার্কেটপ্লেস (অনলাইনে) এ কেউ সল্পমেয়াদী ব্যবসা পরিচালনা করার ইচ্ছা নিয়ে আসে না। আপনার ওয়েবসাইটকে আপনি কতদিন সচল রাখতে চান? নিঃসন্দেহে আপনি আপনার সাইটকে অফুরন্তকাল যাবৎ স্থায়ী করতে চান। মার্কেটপ্লেস এ আপনি একা নয়, তাই আপনার সাইটকে আপনি যত দেরীতে এস.ই.ও করবেন, ততই আপনার প্রতিদ্বন্দীদের থেকে পেছনে পড়ে যাবেন। আপনার সাইটকে সতন্ত্র রাখতে আপনি যে প্রযুক্তি ব্যবহার করছেন, প্রতিনিয়তই সেই পদ্ধতিতে পরিবর্তন আসছে। তাই, আপনাকেও নতুন নতুন প্রযুক্তির সাথে সামঞ্জস্য রাখতে হবে। ওয়েব ডেভেলপমেন্ট এর প্রথম দিকে ওয়েবসাইটে ফ্রেম ব্যবহার করা হতো। কিন্তু বর্তমান সময় এই পদ্ধতি কে প্রাচীন(Backdated) মনে হয়। কয়েক বছর আগেও ক্লাশ এ তৈরি করা স্প্যাশ স্ক্রিন চরম জনপ্রিয় ছিল। কিন্তু, বর্তমানে মূলত সাইটকে ধীরগতি করার কারণে এটি আর ব্যবহার করা হয় না। এস.ই.ও এর জন্যও এই ব্যাপারটি সমস্যাपूर्ण। তাই, বর্তমানে এনিমেশন করার জন্য CSS, jQuery ইত্যাদি ল্যাংগুয়েজ এবং অ্যানিমেটেড ইমেজ ব্যবহার করা হয়। যার ফলে, সাইটের গতি ভাল থাকে।

✓ সার্চ ইঞ্জিন এর সাথে সম্পর্ক তৈরি করা:

যদিও ইন্টারনেট এ অনেক সার্চ ইঞ্জিন আছে, কিন্তু আপনি জেনে খুশি হবেন যে, আপনি শুধুমাত্র কয়েকটি সার্চ ইঞ্জিন এর কাজের প্রক্রিয়া এর উপর নির্ভর করে পরিকল্পনা করলে, বাকি সবগুলোতে স্বয়ংক্রিয়ভাবেই এস.ই.ও হয়ে যাবে। কারণে, এদের অভ্যন্তরীণ এলগরিদম কিছু নীতিমালা মেনে চলে। প্রত্যেকটি সার্চ ইঞ্জিনের নিজস্ব সেবা নিয়ে একটি করে সতন্ত্র কোম্পানি আছে। যখন কোন একজন ব্যবহারকারি Google, Yahoo!, Microsoft Live Search, Ask.com বা অন্য কোন একটি প্রথম সারির সার্চ ইঞ্জিনে একটি বিষয় নিয়ে সার্চ করে, তখন ওই ইঞ্জিন নিজের ফলাফলের সাথে অন্যান্য সার্চ ইঞ্জিনের ফলাফলের তুলনা করে গুরুত্বপূর্ণ ফলাফলটিই ব্যবহারকারিকে প্রদর্শন করে। এরা একটি কমিউনিটি পরিচালনা করে। যখন কোন নতুন তথ্য একটি সার্চ ইঞ্জিন ক্রাউলার (Crawler) এর ইনডেক্স এ আসে, তখন সে এই নতুন তথ্য অন্যান্য সার্চ ইঞ্জিন এর সাথে শেয়ার করে।

নিচে চিত্রের মাধ্যমে প্রকাশ করা হয়েছে যে কিভাবে সার্চ ইঞ্জিনসমূহের মধ্যে তথ্য আদান প্রদান হয়। মূলত Google, Yahoo! এবং Microsoft Live এই তিনটি প্রধান সার্চ ইঞ্জিন, যারা অন্যান্য সার্চ ইঞ্জিনসমূহকে ফলাফল প্রদান করে। এখানে কালো তীর (Arrow) দিয়ে পেইড রেজাল্ট (যেটির কথা আমরা প্রথমে বলেছিলাম, পে পার ক্লিক বা PPC বিজ্ঞাপন) বোঝানো হয়েছে এবং ধূসর তীর দিয়ে অরগানিক বা সাধারণ ফলাফল সরবরাহ করা বোঝানো হয়েছে। এই চিত্র থেকে পরিস্কারভাবে বোঝা যাচ্ছে যে, যখন একজন ইউজার Netscape এ সার্চ করে, তার ফলাফল যদিও Netscape এর নিজস্ব ইনডেক্স থেকে দেখায়, কিন্তু তথ্যগুলোর মূল সরবরাহকারী

Thank You for previewing this eBook

You can read the full version of this eBook in different formats:

- HTML (Free /Available to everyone)
- PDF / TXT (Available to V.I.P. members. Free Standard members can access up to 5 PDF/TXT eBooks per month each month)
- Epub & Mobipocket (Exclusive to V.I.P. members)

To download this full book, simply select the format you desire below

