

گوگل ترندز چیست؟ آموزش استفاده از گوگل ترندز برای تحقیق کلمات کلیدی

نویسنده: نبی عبدی - تیم تحریریه آکادمی وبکیما

با توجه به پررنگ شدن بحث سئو، داشتن رتبه‌های خوب در گوگل از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا اگر بتوانید زبان گوگل را یاد بگیرید، به راحتی می‌توانید جایگاه سایت خود را در گوگل ارتقا دهید. به صورت کلی در پاسخ به سوال **گوگل ترندز چیست؟** باید گفت که این ابزار یک راهکار علمی و ثابت شده است که میزان محبوبیت و ترند کلمات کلیدی در فاصله‌های زمانی مشخص را نشان می‌دهد.

در واقع به کمک ابزار گوگل ترندز شما می‌توانید تا بهترین و پرکاربردترین عبارات کلیدی را برای وبسایت خود پیدا کرده و از همین طریق، شانس دیده شدن سایت خود را افزایش دهید. با آموزش استفاده از گوگل ترندز شما می‌توانید یک گام موثر در دیجیتال مارکتینگ برداشته و سایت خود را از جهت افزایش ترافیک و جذب مخاطب بهبود دهید. در این مقاله قصد داریم در خصوص ابزار گوگل ترندز صحبت کرده و تمام نکات آن را از صفر تا صد بیان کنیم.

گوگل ترندز چیست؟

در گام اول باید ببینید که گوگل ترندز چیست و چه کاربردی دارد، گوگل ترندز یکی از سرویس‌های گوگل است که سئوکاران حرفه‌ای از آن استفاده‌های بسیار زیادی می‌کنند.

از لحاظ لغوی ترند به معنای "رشد" است. بنابراین گوگل ترندز ابزاری است که میزان محبوبیت و کاربرد کلمات کلیدی را به صورت رایگان در اختیار شما قرار می‌دهد. این ابزار تقریباً از سال ۲۰۰۴ آغاز به کار کرد و در سال ۲۰۰۸ به صورت رسمی جز یکی از ابزارهای گوگل معرفی شد.

مهندسان گوگل بیان می‌کنند، گوگل ترندز نتایج خود را به صورت روزانه آپدیت می‌کند. ابزار گوگل ترندز از این جهت مهم است که به کمک آن می‌توانید گرایش‌های مردم یک منطقه خاص، نیاز جامعه، مباحث با اهمیت از نظر مردم و ... را پیدا کرده و بر اساس آن اقدام به ارائه محصول و خدمات کنید.

در آموزش استفاده از گوگل ترندز، یاد می‌گیرید که چگونه می‌توان به کمک آمار این ابزار، عناوین خبری پرتعداد هر جغرافیا را آنالیز کرد. با این توصیف می‌توان فهمید که این نتایج تا چه اندازه می‌تواند برای سایت‌های خبری و فروشگاه‌های جهت معرفی محصولات و اخبار مفید باشد.

ابزار گوگل ترندز برای چه اشخاصی مفید است؟

افرادی که در حوزه دیجیتال مارکتینگ فعالیت می‌کنند، روزنامه نگاران، وبسایت‌های تولید محتوا و حتی خود گوگل از نتایج این ابزار می‌توانند استفاده کنند. اگر گوگل ردیابی کند که کاربرانش از چه منطقه جغرافیایی وارد سایت شده‌اند و در آن منطقه بیشتر مردم به دنبال چه عباراتی بوده‌اند، در نتیجه هیچ شخصی مایوس و بدون این که مطلب مد نظر خود را پیدا نکند از سایت گوگل خارج نمی‌شود.

با توضیحاتی که در بالا گفته شد، مشخص شد که این ابزار تا چه اندازه می‌تواند مفید و کاربردی باشد. اگر به آمار و ارقام جستجوها در گوگل نگاهی داشته باشیم، متوجه می‌شویم در هر ثانیه حدود ۶۰ هزار جستجو در این موتور قدرتمند ثبت می‌شود اما جالب است بدانید تنها حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد آنان مربوط به موضوعات جدید هستند و بقیه آنها به جستجو پیرامون موضوعات مختلف دیگر می‌باشند.

با این توضیح، ابزار فوق و نتایج آن می‌تواند دیجیتال مارکتینگ را متحول کرده و آن را هدفمند کند. در آموزش استفاده از گوگل ترندز بیان می‌شود که اولین قدم برای موفقیت در اینترنت محبوب کردن سایت خود برای مشتریان است بنابراین چه گامی با اهمیت‌تر از این، که بتوان محتوایی را در اختیار کاربران قرار داد، که به دنبال آن هستند. در ادامه مثالی گفته شده است که به کمک آن می‌توانید اهمیت آموزش گوگل ترندز را بهتر درک کنید:

آموزش گوگل ترندز

تصور کنید که شما صاحب یک مغازه پوشاک هستید. بعضی اوقات به دلیل مشکلات رفت‌وآمد و بعضی اوقات نیز به دلیل قیمت‌های ارزان، افراد ترجیح می‌دهند تا خریدهای خود را به صورت اینترنتی انجام دهند. به همین دلیل لازم است سایت خود را برای مشتری قابل فهم کرده و برند خود را محبوب کنید. انجام اقدامات سئو باعث می‌شود تا افراد با سایت شما آشنا شوند، البته باید در نظر داشت که محبوبیت و برند شدن از طریق سئو زمان زیادی می‌خواهد.

بنابراین در اولین قدم برای دیده شدن سایت، لازم است از کلمات کلیدی مناسب استفاده کنید. استفاده از کلماتی همانند "خرید لباس"، "خرید پیراهن"، "پیراهن مردانه" و مواردی از این قبیل می‌تواند مفید باشد. اما لازم است بررسی کنید که در جغرافیای مد نظر شما کدام کلمه کلیدی بیشترین جستجوها را به خود اختصاص داده است تا به کمک آنها استراتژی سئو سایت خود را طراحی کنید. در این صورت است که بازدید سایت به صورت موثری افزایش می‌یابد.

همچنین باید بررسی کنید، کلمه کلیدی شما در چه بازه زمانی محبوب بوده است؟ همچنین یادتان باشد از کلمات کلیدی استفاده کنید که در بازه‌های زمانی طولانی‌تری محبوب کاربران بوده‌اند. یکی از نتایج مثبتی که با استفاده از ابزار گوگل ترندز به دست می‌آید، بهبود سئو و افزایش فروش برای وب سایت‌های فروشگاهی است.

آموزش استفاده از گوگل ترندز

تا این بخش از مقاله متوجه شدید که با استفاده از ابزار گوگل ترندز می‌توانید میزان محبوبیت کلمات کلیدی حوزه کاری خود را به راحتی بیابید و آنها را بررسی و تحلیل کنید. پس اولین فاکتوری که گوگل ترندز در آنالیز کلمات کلیدی از آن استفاده می‌کند، میزان محبوبیت واژگان استفاده شده است.

فاکتور دومی که در آموزش استفاده از گوگل ترندز به آن توجه می‌شود، بازه زمانی و کلمات مشابه آن در بازه مورد نظر است. در واقع این ابزار گوگل می‌تواند به شما یک ایده جدید جهت پیدا کردن کلمات کلیدی مناسب و جایگزین ارائه دهد. توجه کنید که در سفر طولانی سئو، پیدا کردن کلمات کلیدی مناسب همچون جمع کردن اثاث لازم برای یک سفر است. شاید برای شما نیز جالب باشد که چرا گوگل ترندز در این دوره کوتاه به محبوبیت بالایی رسید و به اولین ابزار قابل اطمینان جهت بررسی کلمات کلیدی تبدیل شد؟ در زیر این موارد شرح داده شده‌اند:

✓

✓

- ✓ **گوگل ترندز بسیار ساده است** : رابط کاربری کاربرپسند گوگل ترندز، باعث شده که استفاده از آن بسیار آسان و لذت‌بخش باشد.
- ✓ **گوگل ترندز دارای فیلدهای جستجوی بسیاری است** : شما می‌توانید با استفاده از ابزار گوگل ترندز، جستجوهای خود را بر اساس مکان و زمان محدود کنید تا اطلاعات مفیدتری به دست آورید.
- ✓ **با گوگل ترندز می‌توانید اطلاعات خود را به راحتی دسته‌بندی کنید** : بعضی اوقات اتفاق می‌افتد که با بررسی کلمات کلیدی، آنهایی که دارای ارزش کمتری هستند را بخواهید در دسته‌های جداگانه‌ای قرار دهید. در این شرایط می‌توانید از ابزارهای موجود در گوگل ترندز استفاده کنید.
- ✓ **در گوگل ترندز شما می‌توانید کلمات کلیدی را مقایسه کنید** : با این ابزار شما می‌توانید ۵ نمونه از کلمات کلیدی مد نظر خود را با یکدیگر مقایسه کرده و میزان محبوبیت آنها را بر اساس فاکتورهای مد نظر خود بررسی کنید.

گوگل ترندز یا keyword planner ؟

در حال حاضر keyword planner یکی از رقبای اصلی گوگل ترندز محسوب می‌شود. یکی از تفاوت‌های اصلی این دو ابزار در نوع فعالیت آنها است. در گوگل ترندز شما میزان نسبی جستجوها را به دست می‌آورید. در حالی که به کمک keyword planner میزان دقیق جستجوها قابل بررسی است. برای روشن شدن این موضوع به مثال زیر توجه کنید:

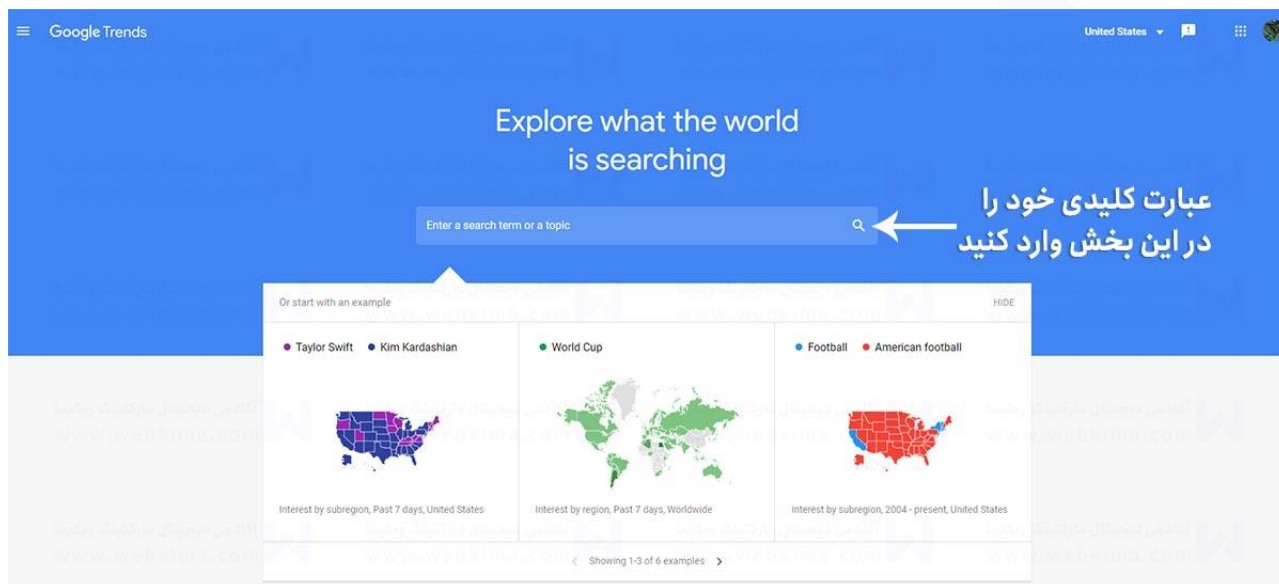
فرض کنید در یک بازه یک ساله میزان محبوبیت عبارت " سئو " را با استفاده از ابزار گوگل ترندز بررسی کردید. نتایجی که این بررسی به شما ارائه می‌کند به این صورت است که برای ماهی که بالاترین میزان جستجو صورت گرفته عدد ۱۰۰ درج خواهد شد و برای سایر ماه‌ها نسبت به ماه قبلی یک نسبت در نظر گرفته می‌شود.

با مثال فوق معنای نسبت به درستی قابل درک است اما حالا سوال اینجا است که از کدام ابزار باید استفاده کرد؟ در پاسخ به این سوال می‌توان گفت که این دو ابزار هر دو می‌توانند به شما در پیدا کردن کلمه کلیدی مناسب کمک می‌کنند اما نوع فعالیت آنان با یکدیگر متفاوت است .

اگر می‌خواهید بررسی کنید که عبارت‌های کلیدی حوزه کاری شما در یک بازه زمانی خاص چه تغییراتی داشته‌اند یا کلمات پرتکرار مشابه و هم راستا را پیدا کنید، بهترین گزینه استفاده از گوگل ترندز است. در مقابل اگر مقدار دقیق جستجوها برای یک کلمه کلیدی خاصی را در نظر دارید، حتماً از کیورد پلنر استفاده کنید.

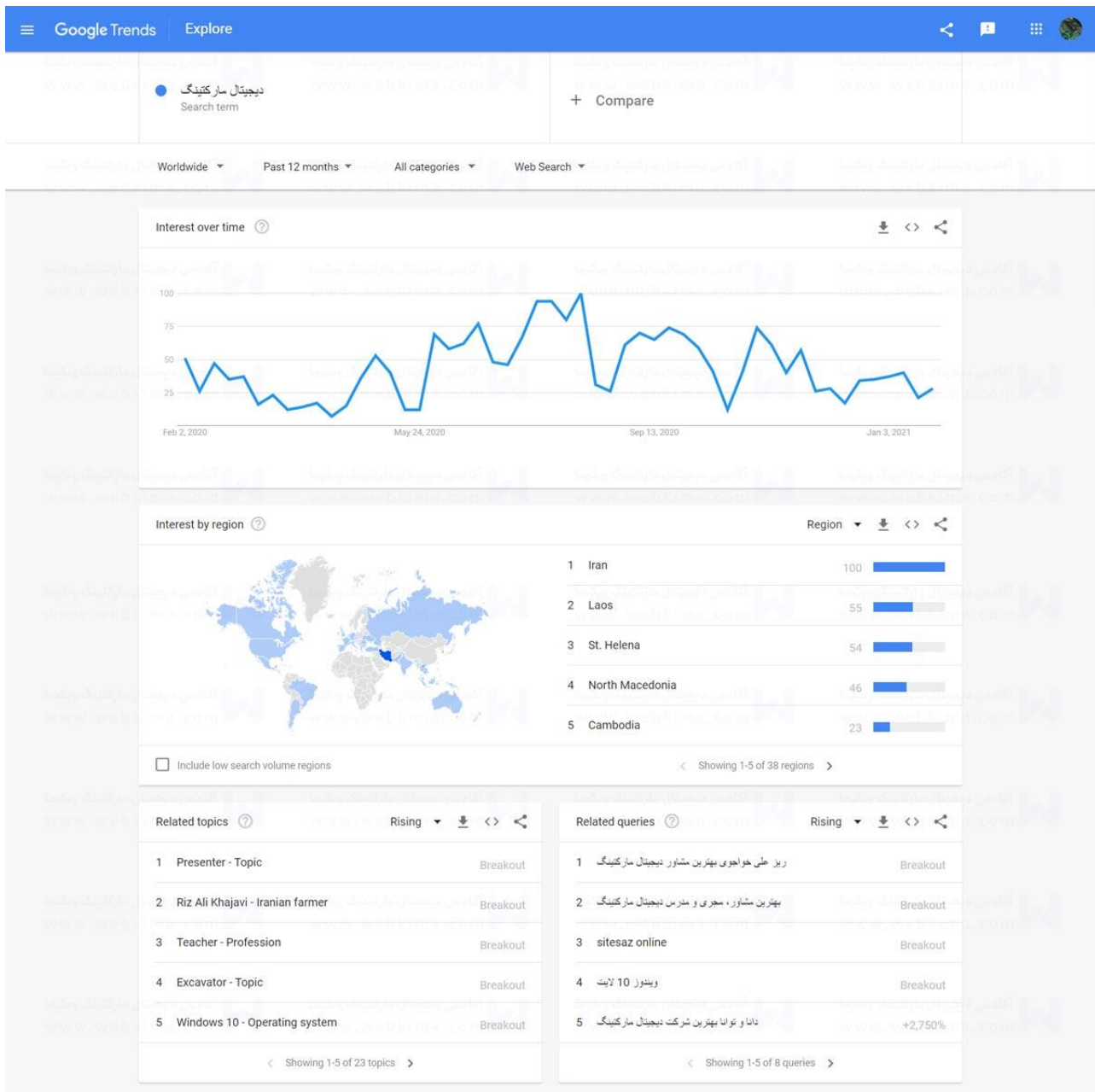
آموزش گوگل ترندز از صفر تا صد

تا این قسمت از مقاله به این سوال پاسخ دادیم که **گوگل ترندز چیست** و چرا باید از آن استفاده کنیم، از این بخش می‌خواهیم به صورت عملی با این ابزار عالی کار کنیم و ببینیم که در عمل چگونه می‌توانیم از ابزار گوگل ترندز برای تحقیق کلمات کلیدی حوزه کاری خود استفاده کنیم. پس برای رفتن به صفحه گوگل ترندز روی لینک روبرو کلیک کنید: trends.google.com



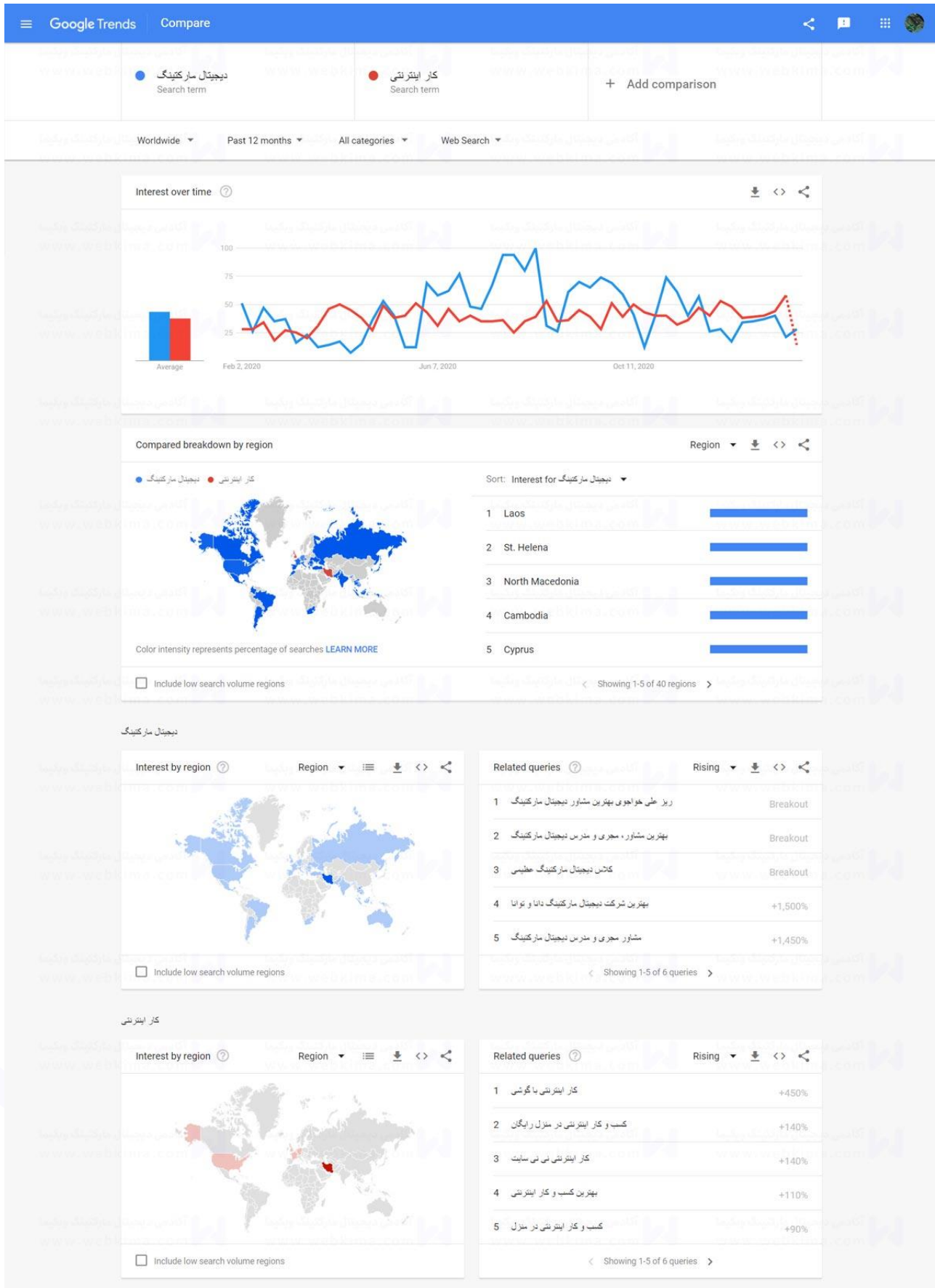
صفحه اصلی ابزار گوگل ترندز - گوگل ترندز چیست؟ آموزش گوگل ترندز

از این طریق به سایت اصلی گوگل ترندز ریدایرکت می‌شوید. در صفحه‌ای که باز می‌شود عنوان اصلی > Explore what the world is searching دیده می‌شود که در زیر این عنوان یک بخش جستجو تحت عنوان Enter a search term or a topic قرار دارد که می‌توانید از این قسمت، کلمه کلیدی مد نظر خود را وارد کرده و سپس روی آیکن جستجو کلیک کنید. پس از اینکه آنالیزهای این ابزار به اتمام رسید، پنجره جدیدی برای شما باز می‌شود که در آن می‌توانید نتایج را مشاهده کنید.



آمار ابزار گوگل ترندز در رابطه با عبارت <دیجیتال مارکتینگ

در این مثال از عبارت کلیدی "دیجیتال مارکتینگ" استفاده شده است. با توجه به نموداری که نمایش داده می‌شود، می‌توانید بررسی کنید که در هر دوره زمانی میزان محبوبیت این کلمه کلیدی تا چه میزانی بوده است. اگر دقت کنید در کنار کلمه کلیدی شما، گزینه ای با نام Compare نیز وجود دارد و این امکان را به شما می‌دهد که کلمه کلیدی دیگری در آن وارد کرده و نتایج این دو کلمه کلیدی را با یکدیگر مقایسه کنید. در تصویر زیر ما عبارت "کار اینترنتی" را وارد کردیم تا با عبارت "دیجیتال مارکتینگ" آن را مقایسه کنیم:



مقایسه دو عبارت "دجیتال مارکتینگ" و "کار اینترنتی" در ابزار گوگل ترندز

آموزش بخش‌های مختلف ابزار گوگل ترندز

ستون افقی در این گراف مربوط به زمان بوده و ستون عمودی نیز میزان محبوبیت نسبی را نشان می‌دهد. یکی از مزیت‌هایی که در گوگل ترندز می‌توانید مشاهده کنید، این موضوع است که گراف هر کدام از کلمات کلیدی با یک رنگ نمایش داده می‌شود بنابراین به راحتی امکان مقایسه بین آنها به صورت بصری وجود دارد. با توجه به تصویر فوق می‌توانید از بخش Worldwide ناحیه جغرافیایی مربوط به کلمه کلیدی خود را انتخاب کرده و کشورهای مختلف را انتخاب کنید. در نظر داشته باشید که در ابزار گوگل ترندز نهایتاً می‌توانید ۵ عبارت را با یکدیگر مقایسه کنید.

در گام بعدی از مقاله آموزش گوگل ترندز قصد داریم شما را با فاکتورهایی که در بالای گراف‌های ترندز درج شده است، آشنا کنیم. بنابراین لطفاً به تصویر زیر دقت کنید:



پارامترهایی که در ابزار گوگل ترندز قابل تنظیم هستند

✓ **انتخاب محل:** در بخش ۱ می‌توانید جغرافیای مورد نظر خود را انتخاب کرده و نتیجه جستجو را در آن ناحیه آنالیز کنید. جالب است بدانید، این موضوع شامل تحریم نشده و می‌توانید نام شهرهای کشور ایران را نیز وارد کنید.

✓ **بازه زمانی:** در بخش ۲، می‌توانید بازه مد نظر خود را وارد کنید تا نتایج آنالیز بر اساس دوره انتخابی شما ارائه شود. در این بخش می‌توانید سابقه جستجوها را از چند ساعت تا چند ماه و حتی سال محدود کنید.

✓ **موضوع جستجو:** در بخش ۳، می‌توانید دسته‌بندی موضوعی کلمه کلیدی خود انتخاب کنید. برای مثال تصور کنید که کلمه کلیدی مد نظر شما apple است. این کلمه هم برند یک کامپیوتر و هم یک میوه است. با انتخاب دسته متناسب با کامپیوتر، شما می‌توانید به آنالیز دقیق‌تری دسترسی داشته باشید.

✓ **نوع جستجو:** در بخش ۴، می‌توانید نوع قالب جستجو را انتخاب کنید. به طور مثال می‌توانید انتخاب کنید که قالب مد نظر شما تصویر، اخبار، جستجوی یوتیوب و ... باشد.

توجه کنید که اگر قصد داشته باشید یک کلمه کلیدی را در چند دسته بررسی کنید می‌توانید از علامت "+" استفاده کنید. به طور مثال قصد دارید که طراحی سایت در زمینه‌های برنامه‌نویسی، بازاریابی دیجیتال جستجو شود در این صورت دسته‌ها را به صورت **برنامه‌نویسی + بازاریابی دیجیتال** می‌توانید وارد کنید.

آشنایی با ویژگی‌های منحصر بفرد گوگل ترندز


تا به اینجا در بحث آموزش گوگل ترندز تلاش شد تا مباحث عمومی بیان شوند، اما آنچه که باعث می‌شود این ابزار قدرتمند بسیار پرفردار باشد، در زیر به آن اشاره شده است:

ویژگی Interest By Subregion

اگر خاطرتان باشد در بالا توضیح داده شد که چگونه می‌توان نتایج جستجوی این ابزار را با توجه به کشور خاصی محدود کرد. با استفاده از ویژگی interested by subregion شما می‌توانید بر اساس شهرهای هر کشور نیز جستجوی خود را خاص‌تر و محدودتر کنید. برای درک این موضوع لطفاً به تصویر زیر دقت کنید. در بخش سمت راست این تصویر می‌توانید مشاهده کنید که میزان جستجوی کلمات کلیدی مد نظر شما در کدام یک از شهرهای کشور از همه بیشتر بوده است. با داشتن این اطلاعات، بحث دیجیتال مارکتینگ شما هدفمندتر خواهد شد.

Compared breakdown by subregion
Subregion ▼ ⬇ ⏪ ⏩

● دیجیتال مارکتینگ ● کار اینترنتی



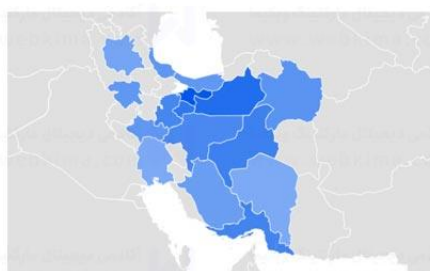
Color intensity represents percentage of searches [LEARN MORE](#)

Sort: Interest for دیجیتال مارکتینگ ▼

1	Tehran	<div style="width: 100%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, blue, red);"></div>
2	Alborz	<div style="width: 100%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, blue, red);"></div>
3	Yazd	<div style="width: 100%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, blue, red);"></div>
4	Semnan	<div style="width: 100%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, blue, red);"></div>
5	Isfahan	<div style="width: 100%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, blue, red);"></div>

Showing 1-5 of 28 subregions

Interest by subregion ? Subregion ▼ ☰ ⬇ ⏪ ⏩




Related queries ? Rising ▼ ⬇ ⏪ ⏩

1	عظیمی دیجیتال مارکتینگ	Breakout
2	آموزش دیجیتال مارکتینگ	Breakout
3	مشاور دیجیتال مارکتینگ	Breakout
4	دوره دیجیتال مارکتینگ	Breakout
5	حمیدرضا عظیمی دیجیتال مارکتینگ	Breakout

Showing 1-5 of 11 queries

Interest by subregion ? Subregion ▼ ☰ ⬇ ⏪ ⏩



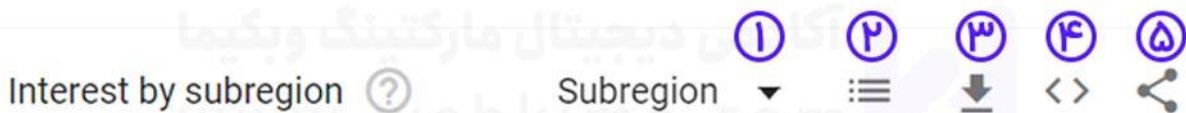
Related queries ? Rising ▼ ⬇ ⏪ ⏩

1	ایده های کسب و کار اینترنتی	Breakout
2	کار اینترنتی با گوتی	Breakout
3	کار اینترنتی در منزل با حقوق	Breakout
4	انجمن صنفی کسب و کار اینترنتی	Breakout
5	کار اینترنتی با حقوق روزانه	Breakout

Showing 1-5 of 21 queries

ویژگی Interest By Subregion در ابزار گوگل ترندز

در بخش Subregion با گزینه‌های زیر روبرو می‌شوید:



تنظیمات بخش Interest By Subregion در گوگل ترندز

آکادمی وبکیما

۱۰

- ✓ **بخش ۱:** برای اینکه بتوانید در گوگل ترندز، نوع مشاهده آنالیز را بر روی شهر قرار دهید، لازم است تا گزینه Subregion را انتخاب کنید.
- ✓ **بخش ۲:** به کمک این قسمت می‌توانید نتایج نمایش داده شده شهرها را به صورت لیستی بررسی کنید. اگر صفحه خود را به صورت نصف، تغییر سایز دهید، با کمک این بخش نتایج شهرها همچنان نمایش داده می‌شود.
- ✓ **بخش ۳:** اگر قصد دارید نتایج آنالیز گوگل ترندز را به صورت یک فایل اکسل داشته باشید، می‌توانید از این بخش استفاده کنید.
- ✓ **بخش ۴:** از این قسمت می‌توانید کدهای HTML صفحه مذکور را کپی کرده و در سایت خود از آن استفاده کنید یا نحوه نمایش را به صورت موبایل یا دسکتاپ تنظیم کنید.
- ✓ **بخش ۵:** از طریق این گزینه هم می‌توانید نتایج به دست آمده از آنالیز را در محیط‌های مجازی تعریف شده به اشتراک بگذارید.

Related Queries و Related Topics

بی‌شک می‌توان گفت که این بخش از ابزار گوگل ترندز جز پرکاربردترین بخش‌های آن است. در این بخش، گوگل ترندز به شما یک لیست از کلمات کلیدی مشابه و پرکاربرد ارائه می‌دهد که کاربران بر اساس آن‌ها توانسته‌اند به محتوایی نزدیک به محتوای شما برسند. باید در نظر داشته‌اید که محتوای این بخش به دو دسته تقسیم می‌شود:

Related queries ?		Rising ▼	↓	<>	↔
1	ایده های کسب و کار اینترنتی				Breakout
2	کار اینترنتی با گوشی				Breakout
3	کار اینترنتی در منزل با حقوق				Breakout
4	انجمن صنفی کسب و کار اینترنتی				Breakout
5	کار اینترنتی با حقوق روزانه				Breakout

< Showing 1-5 of 21 queries >

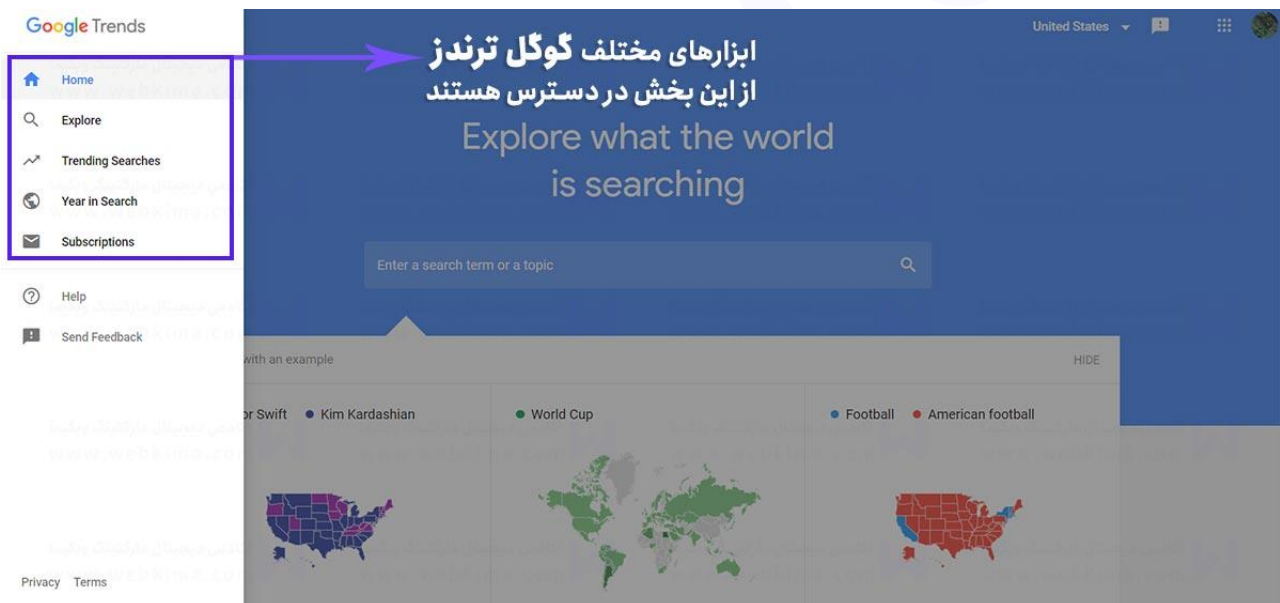
بخش Related Queries برای عبارت "کار اینترنتی" در ابزار گوگل ترندز

- ✓ **Related Topics:** در این قسمت می‌توانید عناوینی را که با موضوع شما مناسب است مشاهده کنید.
- ✓ **Related Queries:** این بخش نیز مربوط به سوالاتی است که کاربران با جستجو آنها به موضوعات و محتوای مد نظر شما خواهند رسید.

تا به این مرحله از آموزش استفاده از گوگل ترندز، تقریباً با نحوه فعالیت این ابزار و گزینه‌های پیش رو آشنا شدید. اما در ادامه می‌توانید محیط کاربری گوگل ترندز را بهتر مشاهده کرده و با پنل کاربری آن آشنا شوید.

آشنایی با پنل کاربری گوگل ترندز

برای دسترسی به بخش پنل کاربری گوگل ترندز بعد از وارد شدن به صفحه اصلی این ابزار در قسمت بالا سمت چپ و در کنار لوگوی Google Trends یک منوی همبرگری قرار دارد، که با کلیک روی آن یک منو باز می‌شود:



آموزش استفاده از بخش‌های مختلف ابزار گوگل ترندز

بخش Trending Searches:





در این بخش از ابزار گوگل ترندز شما می‌توانید تا با توجه به هر جغرافیا و ناحیه ترندهای پرکاربرد را مشاهده کنید. البته باید در نظر داشته باشید که با توجه به بحث تحریم ایران، این بخش از داخل کشور غیر قابل دسترسی است. البته در همین بخش و از طریق Subscribe می‌توانید تایید کنید تا اطلاعات برای شما ایمیل شوند.

Trending Searches Explore topics

DAILY SEARCH TRENDS REALTIME SEARCH TRENDS United States

Tuesday, January 26, 2021

Trending Searches بخش

1	Claudia Conway Claudia Conway defends Kellyanne Conway after she's accused of ... nj.com • 1h ago	1M+ searches	
2	6 Dogs 6 Dogs, Atlanta-based rapper, reportedly dead at 21 New York Daily News • 11h ago	200K+ searches	
3	Sekou Smith Honoring Sekou Smith, our own MVP NBA.com NBA.com • 5h ago	200K+ searches	
4	Elliot Page 'Juno' star Elliot Page files for divorce from Emma Portner Los Angeles Times • 9h ago	200K+ searches	

بخش Trending Searches در ابزار گوگل ترندز

با کمی دقت می‌توان متوجه شد که این موضوع برای سایت‌های خبری بسیار با اهمیت است. البته با انتخاب Realtime search trends از بخش Subscribe می‌توانید از ترندهای ۲۴ ساعت گذشته مطلع شوید. البته در کنار هر ترند یک نمودار نیز وجود دارد که نشان دهنده آخرین تغییرات طی ۲۴ ساعت گذشته می‌باشد.

بخش Year in Search

با استفاده از این گزینه در گوگل ترندز می‌توانید از برترین ترندها در هر سال باخبر شوید. برای این موضوع نیز مطابق با تصویر زیر اقدام به انتخاب year in search می‌کنیم. البته باید این موضوع را در نظر داشت که گوگل با استفاده از این ابزار هر ساله کلیدی را منتشر می‌کند و در آن از برترین ترندهای آن سال صحبت می‌کند.

آموزش استفاده از گوگل ترندز و بحث بازاریابی

تمام هدف از آموزش گوگل ترندز و فعالیت این ابزار، به این دلیل است که شما بتوانید بهترین کلمات کلیدی را برای وبسایت خود انتخاب کرده و بر روی آن سرمایه‌گذاری کنید. با این توضیح در ادامه مقاله گوگل ترندز چیست می‌خواهیم بررسی کنیم که چرا این ابزار برای بازاریابی دیجیتالی می‌تواند موثر واقع شود:

- ✓ **می‌توانید از ترندهای مناسبی یا فصلی آگاه شوید:** این موضوع در وبسایت‌های فروشگاه‌های بسیار مشاهده شده است که اقدام به ارائه خدمات یا کالایی به صورت مقطعی و مناسبی می‌کنند. در این شرایط استفاده از کلمات کلیدی مناسب می‌تواند باعث دیده شدن سایت آن‌ها توسط خزنده‌های گوگل شود.
- ✓ **می‌توانید عبارات مناسب را به جای تک واژه‌ها برای محتوای خود به عنوان کلمات کلیدی استفاده کنید:** این موضوع در رتبه و جایگاه سایت شما می‌تواند بهترین تاثیر را داشته باشد. پیشنهاد می‌شود قبل از اینکه گوگل ترندز و نتایج آن را بررسی نکرده‌اید، محتوایی تولید نکنید زیرا عموماً در این شرایط افراد به سراغ تک واژه به عنوان کلمه کلیدی می‌روند در صورتی‌که این موارد نمی‌تواند انتخاب خوبی باشد و رقابت برای این کلمات بسیار زیاد است. ابزار گوگل ترندز با پیشنهاد عبارات مشابه می‌تواند الهام‌بخش کلمات کلیدی باشد که به صورت یک رشته کلمه است. این کلمات می‌توانند محتوای شما را خاص کرده و امکان مشاهده آنها را توسط کاربر افزایش دهد.
- ✓ **با گوگل ترندز می‌توانید محتواهای پرمخاطب را پیدا کنید:** شما به عنوان شخصی که تولید محتوا می‌کنید، لازم است تا بر روی محتواهایی سرمایه‌گذاری کنید که توسط بازدیدکنندگان مورد توجه است. با ابزار گوگل ترندز می‌توانید به صورت روزانه، سالانه، مناسبی و ... موضوعات مهم را پیدا کنید و به کمک آن‌ها بازدید سایت را افزایش داده و رتبه سایت خود را بهبود دهید.
- ✓ **می‌توانید تقویم محتوایی ایجاد کنید:** یکی از فاکتورهایی که در سئوی سایت تاثیر مثبتی دارد، توجه به تاریخ نشر مطالب است. شما باید در زمانی مطالب خود را در اینترنت قرار دهید که کاربران به دنبال آن هستند. به طور مثال اگر طی بررسی‌های انجام شده بتوانید متوجه شوید که هر سال در ماه مهر عبارت کلیدی "خرید کتانی مدرسه" بیشترین جستجو را دارد، بنابراین می‌توانید محتوای خود را در ماه مهر منتشر کنید تا احتمال این‌که توسط کاربران دیده شود، بالاتر رود.
- ✓ **می‌توانید منطقه هدف خود را شناسایی کنید:** اگر می‌خواهید مخاطبان خود را به صورت حرفه‌ای تر و هدف‌مندتر پیدا کنید، می‌توانید با گوگل ترندز، بررسی کنید در کدام شهر و یا منطقه جغرافیایی، به حوزه کاری شما علاقه بیشتری وجود دارد تا بر اساس آن اقدام به سرمایه‌گذاری و تبلیغات در آن منطقه خاص کنید.
- ✓ **می‌توانید استراتژی خاص یوتیوب را برنامه‌ریزی کنید:** با توجه به توضیحات بالا، با ابزار گوگل ترندز می‌توانید ویدیوهایی که در یوتیوب منتشر شده را نیز آنالیز کنید و مواردی که در یوتیوب طرفدار بیشتری دارد را به سادگی پیدا کنید، بنابراین با این اطلاعاتی که از گوگل ترندز به دست می‌آورد، برای انتشار فیلم‌های خود یک استراتژی صحیح تنظیم کنید.

شما به عنوان یک مدیر کسب‌وکار اینترنتی و یا یک وبمستر و یا حتی مدیر یک سایت باید با ابزارهای حوزه کاری خود به خوبی آشنا باشید تا بتوانید با استفاده از این ابزارها، هر چه سریع‌تر کسب‌وکارتان را رونق دهید، ابزار گوگل ترندز یکی از ابزارهایی است که حتما باید بتوانید به صورت حرفه‌ای از آن استفاده کنید، به همین دلیل در وبکیما تصمیم گرفتیم مقاله گوگل ترندز چیست؟ آموزش استفاده از گوگل ترندز را برای شما تهیه و منتشر کنیم تا بتوانید خیلی ساده از گوگل ترندز برای رشد کسب‌وکارتان استفاده کنید.

در انتها امیدواریم که مقاله آموزش استفاده از گوگل ترندز برای شما مفید و کاربردی واقع شده باشد و با استفاده از آن بتوانید از ابزار گوگل ترندز به خوبی استفاده کنید، هرگونه سوالی در رابطه با گوگل ترندز و نحوه استفاده از آن دارید در انتهای همین مقاله و در بخش نظرات سایت مطرح کنید تا تیم پشتیبانی وبکیما در سریع‌ترین زمان پاسخ‌گوی شما عزیزان باشند، همچنین پیشنهاد می‌کنیم مقاله‌های [بهترین ابزارهای رایگان سئو و بهینه سازی سایت](#) و [۲۰۰ فاکتور سئو و افزایش رنک گوگل](#) و [افزایش رتبه اکسا](#) را نیز مطالعه کنید، ممنون از این‌که تا انتهای این مقاله همراه وبکیما بودید .

[منبع: آکادمی وبکیما](#)