

Depiction of Health
2017; 7(4): 52-57
<http://dohweb.tbzmed.ac.ir>

Using Black Hat and White Hat Techniques on the Web

Faegheh Mohammadi*¹, Mahsa Gavaheh²

Article Info:

Article History:

Received: 2017/01/17

Accepted: 2017/02/07

Published: 2017/03/17

Keywords:

Black Hat SEO

White Hat SEO

Search engine

Optimizing

Content Management

System.

Abstract

Before the advent of Content Management System (CMS), providing top-ranked websites required professional designers. Nowadays, using such systems enables everyone even non-expert website owners to provide a highly visible and top-ranked website with no difficulty. The most important issue in this case is that the website owners use the logical and trustworthy methods for optimizing the search engine performance to increase visibility of their own website. According to the literature, using the facilities provided by the Content Management Systems enables website designers to optimize their own websites using acceptable search engine optimizing methods.

Citation: Mohammadi F, Gavaheh M. Using Black Hat and White Hat Techniques on the Web. *Depiction of Health* 2017; 7(4): 52-57.

1. Assistant Professor of Information Sciences and Knowledge Studies, Tabriz University, Tabriz, Iran
(Email: faeghehmohammadi@yahoo.com)

2. M.Sc. Student of Information Sciences and Knowledge Studies, Tabriz University, Tabriz, Iran



استفاده از تکنیک‌های کلاه سفید و کلاه سیاه در وب

فائقه محمدی^{۱*}، مهسا گواهر^۲

چکیده

قبل از به وجود آمدن سیستم‌های مدیریت محتوا، افراد برای کسب رتبه‌های بالا در موتورهای جستجو، به یک طراح تخصصی وب با دانش کافی نیاز داشتند. ولی امروزه با وجود این سیستم‌ها، حتی افرادی که اطلاعات کمی در حیطه موضوعی طراحی وب دارند نیز می‌توانند یک سایت بهینه شده بر اساس الگوریتم‌های موتورهای جستجو داشته باشند. هدف سیستم‌های مدیریت محتوا نیز در اصل برای آسان کردن فرآیند میزبانی وب است تا کسی اگر علم به این موضوع هم نداشته باشد، بتواند سایت خود را راه‌اندازی کنند. مسئله مهم این است که بتوان این بهینه‌سازی را با روش‌های قانونی و درست انجام داد. نتایج بررسی‌ها و مطالعات و مقالات پیشین نشان از آن دارد با توجه به امکاناتی که سیستم‌های مدیریت محتوا در اختیار کاربران قرار داده‌اند آن‌ها را قادر می‌سازند تا وبسایت‌های خود را با روش‌های مجاز بهینه‌سازی نمایند.

کلید واژه‌ها: سئو کلاه سیاه، سئو کلاه سفید، بهینه‌سازی موتورهای جستجو، سیستم‌های مدیریت محتوا

محمدی ف، گواهر م استفاده از تکنیک‌های کلاه سفید و کلاه سیاه در وب. تصویر سلامت ۱۳۹۵؛ ۴(۷): ۵۷-۵۲.

۱. استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. (Email: faeghehmohammadi@yahoo.com)

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی (مدیریت اطلاعات)، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

نویسنده (نویسندگان). این اثر به عنوان یک مقاله دسترسی آزاد تحت مجوز Creative Commons Attribution License توسط تصویر سلامت منتشر گردیده است. استفاده‌های غیر تجاری از این اثر به شرط ارجاع صحیح به اثر اصلی مجاز است.



مقدمه

شود. فراوانی معیارها در محاسبه میزان ارتباط است که باعث می‌شود نتایج بازیابی شده در موتورهای مختلف جستجو مشابه یکدیگر نباشند و چون تمامی موتورهای جستجو مثل گوگل و یاهو و... مرتباً این معیارها و الگوریتم‌های خود را تغییر می‌دهند؛ برای این‌که صفحه شما نیز در بالای لیست بازیابی شده توسط موتورهای جستجو قرار بگیرد باید تلاش کنید تا آن را بر اساس همین تغییرات بروز رسانی کنید این تلاش همان سئو است. (۲)

اهمیت سئو

موتورهای جستجو ۹۰٪ ترافیک کل وب را به خود اختصاص می‌دهند (۳). آن‌ها برای اکثر جستجوهای هزاران و حتی میلیون‌ها نتیجه بازیابی می‌کنند که کاربر باید از میان‌ها انتخاب انجام دهد. حال اگر وب سایت شما هنگام جستجو کلید واژه ای مربوط به خودش، بعد از صفحه اول در موتور جستجو بازیابی شود آن‌گاه احتمالاً تعداد کثیری از کاربران خود را از دست خواهد داد؛ زیرا آن‌ها معمولاً به صفحات بعد نتایج موتورهای نمی‌روند. پس اگر شما می‌خواهید که رتبه‌ی وب سایت خود را در بسیاری از موتورهای جستجو محبوب افزایش دهید بایستی وب سایت خود را بر اساس موتورهای جستجو بهینه سازی کنید؛ یعنی سئو انجام دهید. در این قسمت تعدادی از آمارهایی که اهمیت سئو را مشخص می‌کنند می‌پردازیم:

- ۹۱٪ کاربران اینترنت از موتورهای جستجو برای وبگردی استفاده می‌کنند.
- از هر ۱۰ جستجو کننده، ۹ نفر از موتورهای که جزء ۲۰ موتور جستجوی برتر هستند استفاده می‌کنند.
- از هر ۱۰ جستجو ۸ عدد از آن‌ها از موتورهای گوگل، یاهو و بینگ انجام می‌گیرد.
- ۸۵٪ کسانی که از موتورهای جستجو استفاده می‌کنند، بیشتر از ۴۰ نتیجه اول را اصلاً نگاه نمی‌کنند.
- ۷۷٪ کاربران اینترنت غالباً موتور جستجو را بیش از هر رسانه آنلاین دیگری مانند بنرهای تبلیغاتی، لینک‌های وب، ایمیل و... برای جستجوی وبسایت‌ها استفاده می‌کنند.
- حجم جستجوها در حال حاضر در طول یک ماه بیش از ۳۰۰ میلیون در سراسر جهان است (۳).

تکنیک های سئو

هدف اصلی SEO سازگار کردن وب سایت برای موتور جستجو می‌باشد و این امری آسان است. SEO نیازی به دانش و علم الگوریتم‌ها یا هیچ‌گونه زبان برنامه نویسی ندارد. بلکه نیاز به فهم و درک اساسی از نحوه کار موتورهای جستجو دارد. قبل از شروع به SEO شما بایستی ۲ چیز را در نظر داشته باشید. اول اینکه خزنده (crawler) یا عنکبوت‌ها (spider) چگونه کار

اخیرا کاربران اینترنت خواهان این هستند که حوزه خود را بیشتر در معرض نمایش قراردهند. آن‌ها برای بهتر دیده شدن در محیط وب، بایستی اهمیت تجارت اینترنتی را درک کنند و اینجاست که موضوع بهینه سازی موتور جستجو یعنی سئو (SEO: Search Engine Optimization) مطرح می‌شود. سئو در لغت به معنی بهینه سازی موتور جستجو است و این به زبان ساده یعنی وقتی کاربران کلمه یا عبارتی را در کادر یکی از موتورهای جستجو مانند گوگل و یاهو وارد می‌کنند، چگونه لیستی از سایت‌های مختلف توسط این موتورها برایشان ساخته شود. همچنین سئو برای بهبود بازدید وب سایت نیز کمک می‌کند که می‌تواند یک فعالیت موقت و یا دائمی باشد.

برای این‌که سایت شما در بالای این لیست قرار بگیرد باید با نحوه کارکرد این موتورها مطابقت داشته باشد. همان‌طور که در بالا اشاره شد با ظهور سیستم‌های مدیریت محتوا مانند ورد پرس و راحتی استفاده از آن‌ها برای تمام کاربران وب این سوال مطرح می‌شود که اعمال بهینه سازی بر اساس موتور جستجو (سئو) در آن‌ها چگونه است؟ در این مقاله نیز به اهمیت، ابزارها، نحوه کارکرد و ارتباط سئو با سیستم‌های مدیریت محتوا پرداخته شده است.

یک موتور جستجو چگونه کار می‌کند؟

درک عملکرد موتورهای جستجو بسیار سخت است. چون جزئیات بسیاری در فرآیندها و نحوه کارکرد خود دارند که دائماً در حال تغییر هستند و هیچ‌کس روش دقیق نحوه بازیابی نتایج توسط موتورهای جستجو را نمی‌داند. پایه و اساس کار تمامی موتورهای جستجو ثابت است. اما چون آن‌ها از روش‌های مختلفی برای انجام فرآیندهای بازیابی استفاده می‌نمایند نتایج جستجو در هر موتور متفاوت خواهد بود. زمانی که کاربر کلمه یا سؤالی را در موتور جستجو می‌نویسد، موتور جستجو کارهای زیر را انجام می‌دهد:

۱. نرم افزار موتور جستجو سریعاً از بین میلیون‌ها صفحه در وب نتایج مرتبط با این سؤال را پیدا می‌کند.
۲. نتایج جستجو نسبت به درجه ارتباط، رتبه‌بندی می‌شوند (۱).

به بیان دقیق‌تر می‌توان گفت زمانی که درخواستی از طرف کاربر داده می‌شود موتور جستجو آن را پردازش و با صفحات نمایه شده در پایگاه اطلاعاتی خودش مقایسه می‌کند. چون معمولاً تعداد زیادی از صفحات شامل کلمات مورد نظر هستند، موتور جستجو شروع به محاسبه میزان ارتباط میان صفحات بازیابی شده و آن کلمه/کلمات مورد جستجو می‌کند. معیارهای زیادی برای محاسبه میزان ارتباط وجود دارد. برای مثال تعداد دفعات تکرار کلمه در صفحات بازیابی شده می‌تواند از طرف موتور جستجو به عنوان معیاری برای ارتباط بیشتر در نظر گرفته

- این اطمینان را بدهد که محتوایی که موتور جستجو آن را ایندکس کرده و متعاقباً از روی آن رتبه بندی خواهد شد، همان محتوایی است که کاربر می بیند.
- این اطمینان را بدهد که محتوای وب پیچ فقط برای کاربران تهیه شده باشد نه برای موتورهای جستجو.
- کیفیت خوب صفحات وب را تضمین کند.
- ایجاد محتوای کارا در صفحه وب سایت را تضمین کند (۶).

سئو کلاه سیاه (Black Hat SEO)

عبارت است از تکنیک‌های دست کاری شده برای طراحی و مدیریت صفحات وب سایت. بسیاری از موتورهای جستجو وجود این تکنیک‌ها را بررسی می کنند و آن‌ها را از نتایج خود حذف می کنند. اگر از این نوع ابزارها استفاده شود ممکن است سازمان‌های موتور جستجو کل وب سایت را نیز مسدود کنند. تکنیک یا ابزار سئو با اسم کلاه سیاه شناخته می‌شود اگر از نکات زیر پیروی کند:

- سعی به بالا بردن رتبه به نحوی که توسط موتورهای جستجو تصدیق نشده باشد و یا شامل فریب باشد.
- هدایت کردن کاربران از صفحه ای که برای موتورهای جستجو ساخته شده به صفحه ای که بیشتر کاربر پسند است.
- هدایت کردن به صفحه دیگری که با صفحه رتبه بندی شده در موتور جستجو تفاوت دارد.
- ارائه دادن یک نسخه از صفحه برای خزنده موتور جستجو و نسخه دیگری برای کاربران که اصطلاحاً به آن تکنیک پنهان سئو گفته می شود.
- ایجاد یک وبسایت کم کیفیت که محتوای بسیار ناچیزی دارد اما توسط کلید واژه‌ها و عبارتهای مرتبط بسیاری انباشته شده باشد.
- با توجه به آنچه گفته شد سعی کنید از ابزار و تکنیک‌های سئو کلاه سفید استفاده کنید. انتخاب ابزار مناسب بر عهده طراح وب سایت و یا کاربر سیستم‌های مدیریت محتوا می باشد.

کدام ویژگی‌ها در سیستم‌های مدیریت محتوا باعث سازگاری آن‌ها با سئو می‌شود؟

- در این بخش به برخی از ویژگی‌های سیستم‌های مدیریت محتوا که مطابق قوانین سئو هستند اشاره می کنیم.
- امکان ویرایش برچسب‌های عنوان HTML: برچسب‌های موجود در این تگ در بالاترین قسمت مرورگر شما دیده می شوند که موتورهای بیشتری توجه را به آن‌ها دارند. بسیار مهم است که در هر صفحه از وب سایت شما که دارای موضوعی متفاوت است کلیدواژه‌های مهم آن موضوع در تگ HTML آن صفحه قرار بگیرد. این عناوین به موتورهای جستجو در تعیین کردن موضوعات کمک می کنند. پس

می کنند؟ و دوم آن‌که موتورهای جستجو صفحات مرتبط با اصطلاحات خاص جستجو را چگونه پیدا می کنند؟

ابتدا موتورهای جستجو خزنده را به داخل سایت‌ها ارسال می کنند تا اطلاعات مربوط به هر سایت را جمع آوری کنند و سپس در داخل پایگاه اطلاعاتی موتور جستجو کپی کند. خزنده‌ها لینک‌ها را دنبال می کنند و هر چیزی که در مسیرشان هست را ضبط می کنند، مطمئن باشید اگر حتی یک لینک از وب سایت شما وجود داشته باشد خزنده می تواند بدون آن‌که نیاز باشد سایت خود را به صورت دستی یا الکترونیکی به موتورهای جستجوی عمومی معرفی کنید آن را پیدا کند. این موتورها وظیفه دارند لیستی از صفحات وب سایت که اصطلاحاً مورد جستجوی کاربر در آن‌ها وجود دارد را ارائه دهند. موتورهای جستجو برای رتبه بندی وب سایت‌ها در این لیست نیاز دارند رابطه بین سایت شما و آن کلمات ارائه شده را بشناسند (۱ و ۲).

یکی از معیارهای اصلی موتورهای جستجو در رتبه بندی، محتوای سایت‌ها می‌باشد. محتوا، بر روی سئو سایت و بهینه سازی آن نیز تأثیر زیادی دارد. محتوای سایت‌ها از هر نوع متنی (Text Content)، چند رسانه‌ای (Multi Media Content) و یا فایلی (File base Content) که باشد باید یک سری ویژگی‌هایی داشته باشد تا برای موتورهای جستجو به سادگی قابل شناسایی شوند (۴). برخی اوقات خزنده از این‌که موضوع‌های متعددی در صفحه وجود دارد گیج می‌شود. یکی از پایه‌های سئو این است که اگر شما می‌خواهید موضوع‌های مختلفی را بیان کنید به صفحات زیادی نیاز دارید. ایجاد صفحات جدید با محتوای منحصر به فرد یکی از مهم‌ترین تکنیک‌های اساسی سئو می باشد که باعث ساده شدن وب سایت هم برای کاربر و هم برای خزنده خواهد شد. عناصر مهم دیگری نیز مانند قراردادن کلمات کلیدی در تگ عنوان و... که مربوط به محتوا می شوند در سئو تأثیر می گذارند؛ به همین دلیل است که محتوا در سئو بسیار اهمیت دارد (۵ و ۶). تعداد زیادی ابزار برای سئو وجود دارد که سریعاً و به صورت آنلاین می توان به آن‌ها دسترسی پیدا کرد. کافی است کلمه ابزار سئو (SEO Tools) را در گوگل جستجو کنید تا بیش از یک میلیون نتیجه برای شما بازایی شود که نشان می‌دهد محدودیتی برای اعمال سئو نخواهید داشت و شما فقط باید انتخاب کنید کدام یک می تواند تأثیر بیشتری روی وب سایت‌تان داشته باشد. اما از سویی دیگر احتمالاً شما از تعدد ابزارهای سئو سردرگم شوید و همه این ابزارها مفید نیستند پس انتخاب ابزار درست شاید کمی سخت باشد.

سئو کلاه سفید (White Hat SEO)

تکنیک یا ابزار سئو با اسم کلاه سفید شناخته می شود اگر از نکات زیر پیروی کند:

- اگر مطابق دستورالعمل‌های موتورهای جستجو باشد.
- اگر شامل هیچ گونه فریبی نباشد.

آدرس متفاوت هستند. آدرس‌های متعدد برای صفحه یکسان با محتوای تکراری می‌تواند در سئو مشکل ایجاد کند. راه‌های بسیاری برای رفع محتوای تکراری وجود دارد و یکی از بهترین راه‌ها تعیین لینک استاندارد و متعارف است. یک سیستم مدیریت محتوا نیز برای هر صفحه به صورت اتوماتیک لینک‌های استاندارد جداگانه می‌سازد (۱۰ و ۹).

- نقشه سایت XML: خزنده موتورهای جستجو می‌توانند سایت شما را پیدا کند. اما با این حال هیچ تضمینی وجود ندارد که بتواند تمامی صفحات سایت را پیدا کند. فایل sitemap XML فایل نقشه سایت شماست که شامل لیستی از تمام صفحاتی است که می‌خواهید موتورهای جستجو آن‌ها را پیدا کرده و فهرست کنند. این کار باعث راحتی و سرعت بیشتر موتور جستجو هنگام پیدا کردن محتوای وب سایت شما می‌شود. اگر از یک سیستم مدیریت محتوا استفاده می‌کنید، توانایی مدیریت XML Sitemap را به صورت اتوماتیک دارید؛ یعنی نیازی نیست که شما به صورت دستی این فایل را تولید و یا آپلود کنید و مطمئن خواهید بود که فایل نقشه سایت شما همیشه بروز و دقیق خواهد بود. علاوه بر ویژگی‌هایی که ذکر شد بسیاری دیگر از امکانات سئو برای سیستم‌های مدیریت محتوا وجود دارند که به صورت آنلاین و بدون هزینه در قالب افزونه (Plug-in) به راحتی قابل دسترس هستند (۱۰ و ۹).

نتیجه گیری

بهبودسازی بر اساس موتورهای جستجو (سئو) در اصل فرآیندی بسیار زنده و پویا بوده و هدف اصلی آن سازگار کردن وبسایت با موتورهای جستجو می‌باشد. بر اساس این فرآیند، موتورهای جستجو الگوهای رتبه بندی وب سایت‌ها را مدام تغییر می‌دهند تا استفاده‌کنندگان از تکنیک‌های کلاه سیاه یا به عبارتی تکنیک‌های متقلبانه، نتوانند با شیوه‌های غلط و نا عادلانه سایت‌های خود را رتبه‌پذیر نمایند. با به‌کارگیری تکنیک‌های منحصر بفرد سئو توسط موتورهای جستجو از قبیل یاهو و گوگل و ... اگر وبسایتی از تکنیک کلاه سیاه استفاده نماید موتورهای جستجو این وبسایت را شناسایی نموده و از لیست خود حذف می‌کنند و یا حتی ممکن است سازمان‌های موتورهای جستجو کل وبسایت را نیز مسدود کنند. از طرفی مدیران وبسایت‌های معتبر به کمک این ابزارها این فرصت را می‌یابند تا رتبه‌پذیری وبسایت خود را به شیوه‌ای عادلانه تا حد زیادی بالا ببرند. در سال‌های گذشته بدون وجود چنین امکاناتی صاحبان وبسایت‌ها به‌منظور افزایش رتبه‌پذیری وب سایت خود یا باید خود مجهز به دانش تخصصی بوده و یا از افراد متخصص کمک می‌گرفتند؛ ولی اکنون با به‌کارگیری سیستم‌های مدیریت محتوا، رتبه بندی عادلانه وبسایت‌ها در فرآیند بازیابی اطلاعات توسط موتورهای جستجو به شیوه‌ای آسان و نظام مند میسر گردیده است.

برای بهبود رتبه وب سایتان در این موتورها از کلمات کلیدی در عناوین صفحه بهره ببرید. شما بایستی به صورت مستقل برای هر صفحه عنوانی تعیین کنید. سیستم‌های مدیریت محتوا هم امکان ویرایش و انتخاب این برچسب‌ها در هر صفحه را برای استفاده‌کنندگان فراهم کرده‌اند (۸ و ۷).

- امکان ایجاد آدرس‌های غنی از کلید واژه‌ها: در آدرس‌های یو آر ال صفحات وب شما مانند تگ‌های عنوان باید تا حد امکان کلمات کلیدی مربوط به آن صفحه باشد تا در رتبه بندی شما در موتورهای جستجو تأثیر مثبت بگذارد، این امکان در بسیاری از سیستم‌های محتوا وجود دارد (۹ و ۷).

- سفارشی کردن متن لینک: در سیستم‌های مدیریت محتوا اگر شما لینکی به صفحه‌ی دیگری از وب سایت خود بدهید متن آن لینک را نیز برای شما تعیین می‌کند که امری مهم در سئو می‌باشد (۹).

- معماری سایت: صفحه‌ای که در دایرکتوری ریشه قرار دارد بسیار مهم تر از صفحه‌ای است که در دایرکتوری تو در تو قرار دارد. یعنی صفحه‌ای با آدرس www.mysite.com/tite که مستقیماً در ریشه وب سایت قرار دارد برای موتورهای جستجو از اهمیت بیشتری نسبت به صفحه‌ای با آدرس www.mysite.com/fa/homepage/tite که تو در تو و دورتر از ریشه است، برخوردار است. تو در تویی وب سایت شما می‌تواند بر سئو تأثیر بگذارد. به نوع اول از آدرس‌های ذکر شده معماری یک سطحی می‌گویند که اکثر سیستم‌های مدیریت محتوا از این معماری پیروی می‌کنند (۸ و ۹).

- متا تگ‌های سفارشی: دو مورد از مهمترین متا تگ‌هایی که شما بایستی بر اساس صفحه در خود آن صفحه استفاده کنید، تگ توضیحات و تگ کلید واژه هاست. تگ و یا برچسب توضیحات کمکی به رتبه وب سایت شما نخواهد کرد اما می‌تواند در نتایج جستجو مورد استفاده قرار گیرد. پس هر آنچه در تگ توضیحات خود می‌آورید تأثیر مستقیمی بر این‌که افراد توسط آن برچسب وارد صفحه شما بشوند دارد. تگ کلید واژه‌ها تا حدی بحث برانگیز است؛ زیرا برخی می‌گویند اصلاً ضروری نیست اما برخی دیگر به این معتقدند که برخی موتورها همچنان از این برچسب‌ها بهره می‌برند. اما قطعاً تأثیر منفی بر رتبه وبسایت شما نخواهد داشت. در سیستم‌های مدیریت محتوا هیچ‌گونه محدودیتی در استفاده از این متا تگ‌ها نخواهد داشت و امکان ویرایش کلید واژه‌های متا تگ‌ها را نیز خواهید داشت (۸ و ۹).

- لینک‌های استاندارد (Canonical Links): محتوای تکراری می‌تواند تأثیر منفی بر سئو داشته باشد. برای مثال به آدرس‌های زیر توجه کنید:

<http://mysite.com/>
<http://www.mysite.com/>

در حقیقت، هر دو دقیقاً یک صفحه یکسان هستند. اما برای موتور جستجو، مانند دو صفحه مختلف هستند؛ زیرا آن‌ها دو

References

1. NazeerSh, Venkatesh V. Effective Search engine optimization with Google. International Journal of Advanced Research in Computer Engineering & Technology 2012; 1(9): 128-134.
2. Vinit KG, Pooja, Kumari M, Kumar A. Search engine optimization with Google. Int J ComputSci (Rabat) 2012; 9(1): 206-214.
3. Savan KP, Jigna PB, Ravi SP. SEO And Content Management System. International Journal of Electronics and Computer Science Engineering 2012; 1(3): 953-959.
4. Fishkin R, Staff M. Beginners Guide To SEO. Retrieved 12 September 2016. Available from: <https://moz.com/beginners-guide-to-seo>
5. Major Types Of SEO Tools. Retrieved 25 August 2016. Available from: <https://www.provenseo.com/blog>
6. Enache MC. Optimization Methods And SEO Tools. XVth International Conference of Risk in Contemporary Economy; 2014; Galati, Romania. Retrieved 18 September 2016. Available from: <http://www.rce.feaa.ugal.ro/images/stories/RCE2014/papers/CristinaEnache.pdf>
7. Parveen R, Singh ES. An Offline SEO (Search Engine Optimization) Based Algorithm to Calculate Web Page Rank According to Different Parameters. International Journal of Computers & Technology 2013; 9(1): 926-931.
8. SEO Techniques All Top Web Sites Should Use. Retrieved 13 August 2016. Available from: <http://freelancefolder.com/10-top-seo-techniques>
9. The SEO Friendly CMS. Retrieved 30 Jun 2016. Available from: <http://www.localseoguide.com/the-seo-friendly-cms>
10. SEO 101 - Basic Optimization Techniques. Retrieved 26 Jun 2016. Available from: <http://www.searchengineguide.com/jim-hedger/seo-101-basic.php>