

عنوان مقاله:

اولویت بندی معیارهای مدل بهینه سازی موتورهای جستجوی داخلی با استفاده از رویکرد ترکیبی دیمتل فازی-فرایند تحلیل شبکه ای

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

الهه دیهیم جو - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی گرایش تحقیق در عملیات، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

علی محقر - استاد تمام دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

روح اله قاسمی - مدرس و پژوهشگر پسا دکترا دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

بهینه سازی موتورهای جستجو در طراحی وبسایت ها، پیشرفت کسب و کارهای اینترنتی و برندسازی، امری بسیار مهم و تاثیرگذاری است. به نحوی که بخش اعظمی از فعالیت پروژههای بهینه سازی وبسایت ها و بازاریابی اینترنتی را سئو تشکیل می دهد. بنابراین، شناسایی معیارهای تاثیرگذار در بهینه سازی موتورهای جستجو و اولویت بندی آنها، گام حیاتی در مسیر پیشرفت و برندسازی کسب و کار به شمار می آید. در این مقاله یک مدل تصمیم گیری براساس معیارهای موتورهای جستجوی داخلی توسعه داده می شود که تمرکز آن بر اولویت بندی این معیارها با استفاده از رویکرد ترکیبی دیمتل فازی و فرآیند تحلیل شبکه ای می باشد. به این منظور ابتدا معیارهای تاثیرگذار با استفاده از مرور ادبیات پژوهش های گذشته و اخذ نظرات کارشناسان خبره، گردآوری شده سپس از طریق روش دیمتل فازی به تعیین روابط علت و معلولی بین شاخص ها پرداخته و در گام آخر از طریق روش فرآیند تحلیل شبکه ای و با استفاده از نظر خبرگان حوزه سئو، وزن دهی و اولویت بندی شاخص ها بدست آورده شد. پس از انجام مراحل پژوهش، اولویت بندی معیارهای موثر بر بهینه سازی موتورهای جستجوگر داخلی بدست آمد و طبق نتایج، معیارهای مربوط به لینک سازی از اولویت و وزن بالاتری برخوردار شدند.

کلمات کلیدی:

سئو؛ موتورهای جستجو؛ بهینه سازی موتورهای جستجوگر داخلی؛ دیمتل فازی؛ فرآیند تحلیل شبکه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1564584>

