

Google की Search Engine Optimization Starter Guide

सरल, बोलचाल वाली हंदी में SEO Guide

नोट: यह PDF दएि गए Google SEO Starter Guide का हंदी adaptation है। भाषा को जानबूझकर आसान और practical रखा गया है ताकि SEO सीखने वाला इसे आसानी से पढ़ और समझ सके।

Welcome: इस Guide में क्या मिलेगा?

यह guide उन लोगों के लिए है जो SEO में नए हैं और अपनी website को users और search engines—दोनों के लिए बेहतर बनाना चाहते हैं। इसका उद्देश्य कोई ऐसा secret बताना नहीं है जिससे website अपने-आप Google में नंबर 1 पर rank हो जाए।

SEO में अक्सर छोटे-छोटे improvements करने पड़ते हैं—जैसे बेहतर page title, साफ URL, useful content, सही internal links और बेहतर site structure। एक बदलाव अकेले छोटा लग सकता है, लेकिन कई सही improvements साथ मिलकर website की usability और organic search performance पर अच्छा असर डाल सकते हैं।

सबसे जरूरी बात: SEO करते समय पहले user के बारे में सोचें। Search engine को खुश करने के चक्कर में ऐसा content या design न बनाएं जो visitor के लिए बेकार हो।

आपकी website छोटी हो या बहुत बड़ी, लगभग हर site पर ये basic SEO principles लागू किए जा सकते हैं। इस guide को एक practical starting point की तरह इस्तेमाल करें।

SEO का simple मतलब

Search Engine Optimization यानी website को इस तरह improve करना कि search engines उसके pages को आसानी से crawl और समझ सकें, और users को search से मिलने वाला result useful लगे।

Contents

SEO Basics

Unique और accurate Page Titles बनाना
Description Meta Tag का सही इस्तेमाल

Site Structure सुधारना

URLs को simple और meaningful बनाना
Website navigation आसान बनाना

Content Optimize करना

Useful और quality content बनाना
Better Anchor Text लिखना
Images को SEO-friendly बनाना
Heading Tags का सही इस्तेमाल

Crawlers को Handle करना

robots.txt का सही उपयोग
Links में rel="nofollow" को समझना

Mobile SEO

Mobile pages को Google के लिए सही तरीके से configure करना
Mobile users को सही version तक पहुंचाना

Promotion और Analysis

Website को सही तरीके से promote करना
Free webmaster tools का उपयोग करना

पूरे guide में समझाने के लिए एक fictional example website इस्तेमाल की गई है: “Brandon's Baseball Cards” — एक छोटी online baseball card website।

SEO Basics: Unique और Accurate Page Title

Title Tag क्या है?

Title tag search engine और user—दोनों को बताता है कि किसी page का main topic क्या है। HTML में यह <head> section के अंदर होता है। कोशिश करें कि हर important page का title अलग और meaningful हो।

```
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
```

Search results में इसका क्या काम है?

Google search result में page title आम तौर पर सबसे prominent text के रूप में दिखाई देता है। User search करता है और title देखकर तय करता है कि result उसके काम का है या नहीं। इसलिए title सर्च ranking के लिए नहीं, click के लिए भी important है।

Homepage के लिए

Homepage title में website/business name के साथ location या main service/category की जानकारी दी जा सकती है।

Simple rule: Title पढ़कर user को तुरंत समझ आ जाना चाहिए कि इस page पर क्या मिलेगा।

Page Titles: Best Practices

1. Title में page का सही topic बताएं

अगर page पर “Baseball Card Prices” की जानकारी है तो title भी उसी topic के बारे में होना चाहिए। ऐसा title न रखें जिसका page content से कोई connection न हो।

“Untitled” या “New Page 1” जैसे vague titles से बचें।

2. हर page के लिए unique title रखें

पूरी website के हर page पर एक ही title लगाने से Google और users के लिए pages का difference समझना मुश्किल हो सकता है।

3. छोटा लेकिन descriptive title रखें

Title बहुत लंबा होने पर search result में उसका कुछ हिस्सा दिखाई न दे। इसलिए जरूरी words रखें और unnecessary keywords न भरें।

Avoid: “Baseball Cards Baseball Cards Cheap Baseball Cards Buy Baseball Cards Online...” जैसे keyword-stuffed titles।

Description Meta Tag का इस्तेमाल

Meta Description क्या है?

Meta description page का छोटा summary होता है। यह HTML के <head> section में दिया जाता है और search engines को page के बारे में context देता है।

```
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selection of vintage and modern baseball cards for sale.">
```

Search result में इसका फायदा

Google कई बार meta description को search result के snippet के रूप में दिखा सकता है। हालांकि हर बार Google वही description दिखाए, यह जरूरी नहीं है। Search query के हिसाब से Google page के visible text से भी snippet बना सकता है।

Meta description को ऐसा लिखें कि user को साफ पता चले कि page में क्या मल्लिगा और उसे result पर click करने की वजह मल्लि।

Meta Description: Best Practices

Page को accurately summarize करें

Description का page content से direct relation होना चाहिए।

“This is a web page” जैसे generic descriptions से बचें।

सर्चि keywords की list न बनाएं।

पूरे page का content copy करके description में न डालें।

हर page के लिए अलग description

अगर आपकी website पर कई pages हैं, तो हर page के लिए relevant description बेहतर है। बहुत बड़ी websites में हर description manually लिखना मुश्किल हो सकता है; ऐसे में page content के आधार पर useful descriptions generate किए जा सकते हैं।

याद रखें: Meta description user के लिए लिखा गया छोटा sales pitch नहीं, बल्कि page का साफ और useful summary है।

URLs को Simple और समझने लायक बनाएं

Friendly URL क्यों जरूरी है?

URL देखकर user को अंदाजा लग जाना चाहिए कि page किस बारे में है। बहुत लंबे और random parameters वाले URLs याद रखना और share करना मुश्किल होता है।

Example: /baseball-cards/rare-cards/

बेहतर है कि URL में relevant words हों।

Random ID या बहुत सारे parameters वाले URLs को जरूरत न हो तो avoid करें।

Search result में URL

Search results में title और snippet के साथ URL भी दिखाई दे सकता है। Relevant words वाला साफ URL user को result समझने में मदद कर सकता है।

URL को user और search engine दोनों के लिए readable रखें।

URL Structure: Best Practices

Simple directory structure रखें

Website का folder structure ऐसा रखें कि user को पता चले कि वह site के किस section में है। बहुत deep folders जैसे /dir1/dir2/dir3/dir4/... से बचें।

URL में meaningful words इस्तेमाल करें

Generic /page1.html की जगह /baseball-card-prices/ जैसा meaningful URL रखें।

Unnecessary parameters और session IDs को avoid करें।

एक ही keyword को बार-बार डालकर URL को spammy न बनाएं।

एक page के लिए preferred URL रखें

अगर एक ही content कई URLs से खुल रहा है तो preferred URL तय करें। जरूरत के हिसाब से 301 redirect या rel="canonical" का इस्तेमाल किया जा सकता है।

Website Navigation आसान बनाएं

Navigation का काम सिर्फ visitor को menu दिखाना नहीं है। यह search engines को भी समझने में मदद करता है कि website में कौन-से pages और sections important हैं।

Homepage से शुरुआत करें

अधिकतर websites में homepage सबसे important starting point होता है। वहां से user को general category से specific page तक आसानी से जाना चाहिए।

Breadcrumbs का उपयोग

Breadcrumbs user को बताते हैं कि वह website में कहाँ है और पीछे के section पर कैसे लौट सकता है।

Home > Articles > Baseball Cards > Rare Cards

Navigation का goal: कम confusion, कम clicks और साफ structure।

HTML Sitemap और XML Sitemap

HTML Sitemap

HTML sitemap एक normal website page होता है जिसमें site के important pages की organized list दी जा सकती है। यह users को content ढूंढने में मदद करता है।

XML Sitemap

XML Sitemap search engines को website के important URLs discover करने में मदद कर सकता है। इसे search engine tools में submit किया जा सकता है।

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
<url><loc>https://example.com/</loc></url>
<url><loc>https://example.com/news/</loc></url>
</urlset>
```

ध्यान रखें: Sitemap किसी URL को index कराने की guarantee नहीं देता; यह discovery में मदद करता है।

Navigation में Natural Hierarchy रखें

General से specific content तक जाएं

User को homepage से category, फिर subcategory और फिर specific page तक logical रास्ता मलना चाहिए।

हर page को हर दूसरे page से link करने जैसी complicated linking से बचें।

Content को इतना छोटे-छोटे हिस्सों में न बांटें कि user को 20 clicks करने पड़ें।

Text-based navigation

जहां possible हो, navigation में clear text links रखें। पूरी navigation को सिर्फ images, animations या complex scripts पर depend न करें।

Navigation में simplicity सबसे important है। User को menu देखकर सोचना नहीं पड़ना चाहिए कि अब कहां जाना है।

Useful 404 Page और Site Map

404 page कैसी हो?

कभी user गलत URL खोल सकता है या पुराना link टूट सकता है। ऐसे में एक helpful 404 page उसे homepage, popular pages या related content की तरफ वापस ले जा सकता है।

404 page का design आपकी website से match होना चाहिए।

सर्जि “Not Found” लिखकर user को अकेला न छोड़ें।

Non-existent pages को सामान्य तौर पर proper 404 HTTP status देना चाहिए।

HTML Sitemap + XML Sitemap

HTML sitemap users के लिए और XML Sitemap search engines के लिए उपयोगी हो सकता है। दोनों का role अलग है।

Quality Content और Useful Services दें

अच्छा content आपकी website की पहचान खुद बनाने में मदद कर सकता है। जब लोग content को useful पाते हैं तो वे उसे blog, social media, email या दूसरे channels पर share या reference कर सकते हैं।

User अलग-अलग तरह से search करता है

एक expert user और beginner user एक ही चीज के लिए अलग keywords इस्तेमाल कर सकते हैं। इसलिए content लिखते समय सिर्फ एक exact keyword पर depend न करें। Topic से जुड़े natural phrases और सवालों को भी समझें।

कुछ original बनाएं

Original research

Useful tool या calculator

Unique data

Industry insight

ऐसा service या resource जो users को वास्तव में काम आए

SEO में सबसे strong foundation वही है: ऐसा content जैसा पढ़ने के बाद user कहे—“हाँ, यह मेरे काम आया।”

Content: Best Practices

Topic के आसपास content organize करें

एक page पर अलग-अलग unrelated topics का बड़ा block डालने की बजाय content को headings, paragraphs और logical sections में बांटे।

Easy-to-read language

Spelling और grammar mistakes कम रखें।

Text को images के अंदर unnecessarily न डालें।

Fresh और unique content

नया content existing users को वापस ला सकता है और नए users तक पहुंचने में मदद कर सकता है। दूसरे sites का content copy या हल्का सा rewrite करके publish करने से बचें।

Users के लिए लिखें, search engine के लिए नहीं

Keyword stuffing न करें।

Hidden text या deceptive content न रखें।

पहले visitor की जरूरत समझें, फिर SEO elements optimize करें।

Better Anchor Text लखें

Anchor Text क्या है?

Anchor text वह clickable text है जिस पर user click करके दूसरे page पर जाता है। HTML में यह `<a>` tag के अंदर होता है।

```
<a href="/rare-baseball-cards/">Top Ten Rarest Baseball Cards</a>
```

अच्छा anchor text user और Google दोनों को बताता है कि linked page किस बारे में है। यह internal links और external links—दोनों में useful है।

Internal linking में भी जरूरी

अपने ही website के relevant pages को meaningful anchor text से link करने से navigation और topic relationships समझने में मदद मिल सकती है।

Anchor Text: Best Practices

Short और descriptive रखें

“Top 10 Rare Baseball Cards” अच्छा example है।

बहुत लंबा sentence anchor text बनाने से बचें।

Generic words से बचें

“Click here”, “page”, “article” जैसे generic anchors कम useful हैं।

Anchor text का linked page से relation होना चाहिए।

Links साफ दिखाई दें

User को normal text और clickable link में फर्क समझ आना चाहिए।

Keyword stuffing न करें

Internal links में भी सिर्फ ranking के लिए बार-बार exact-match keywords ठूसने की जरूरत नहीं है। Anchor natural और helpful होना चाहिए।

Images को SEO-Friendly बनाएं

Alt Text का उपयोग

Image का alt attribute उस image के बारे में short description देता है। अगर image load नहीं होती या कोई user screen reader इस्तेमाल करता है, तो alt text context देने में मदद करता है।

```

```

File names भी meaningful रखें

image1.jpg की जगह rare-vintage-baseball-card.jpg जैसा descriptive filename बेहतर है।

Images को organized directory में रखना site management आसान बना सकता है।

Common formats

जहां suitable हो, commonly supported image formats इस्तेमाल करें और file extension को actual format से match रखें।

Image SEO: Best Practices

Brief और descriptive alt text

Alt text में image का actual subject बताएं।

बहुत लंबा alt text या keyword stuffing न करें।

Image को link की तरह इस्तेमाल कर रहे हैं तो alt text link के context को समझाने में मदद कर सकता है।

Image Sitemap

Image Sitemap search engines को website पर मौजूद images के बारे में additional information देने का एक तरीका है।

Alt text का उद्देश्य search engine को keywords देना नहीं, बल्कि image का useful description देना है।

Heading Tags का सही इस्तेमाल

H1 से H6 तक hierarchy

Heading tags page के content को structure देने के लिए इस्तेमाल होते हैं। H1 सबसे important heading level है, उसके बाद H2, H3 आदि आते हैं।

```
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>  
<h2>Baseball Card News</h2>  
<h3>Rare Cards Found in an Old Barn</h3>
```

Heading को outline की तरह सोचें

Page के main topic, sections और sub-sections पहले सोचें और फिर headings लगाएं।

सिर्फ text बड़ा या bold करने के लिए heading tags का इस्तेमाल न करें।

बहुत ज्यादा headings लगाकर page को confusing न बनाएं।

Heading का काम design नहीं, content structure समझाना है।

Crawlers: robots.txt का सही उपयोग

robots.txt क्या करता है?

robots.txt file search engine crawlers को बताती है कि website के कनि हिस्सों को crawl करने की अनुमति नहीं है। यह file आम तौर पर website के root directory में होती है।

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

कहां सावधानी चाहिए?

ऐसे pages या resources जिन्हें search में crawl नहीं करवाना चाहते, उनके लिए robots.txt rules लगाए जा सकते हैं। लेकिन sensitive information को सिर्फ robots.txt से secure समझना सही नहीं है।

robots.txt access control या security wall नहीं है। Sensitive data को proper authentication/security से protect करें।

rel="nofollow" और Comment Spam

nofollow क्या है?

अगर आपकी website पर कोई ऐसा link है जसि आप endorse नहीं करना चाहते या जसिके साथ अपनी site reputation associate नहीं करना चाहते, तो nofollow का उपयोग एक option हो सकता है।

```
<a href="https://example.com" rel="nofollow">Example Link</a>
```

Comment spam से बचाव

Blogs और forums में spammers कभी-कभी अपने links डालने की कोशिश करते हैं। User-generated links को handle करने के लिए moderation और suitable link attributes उपयोगी हो सकते हैं।

Comments को blindly publish न करें।

Spam links और suspicious content को remove या moderate करें।

nofollow: कब इस्तेमाल करें?

Original guide के अनुसार nofollow का एक use-case तब है जब आप किसी website को reference तो करना चाहते हैं, लेकिन उस link के जरिए अपनी site reputation pass नहीं करना चाहते।

Example

मान लीजिए आप comment spam पर article लिख रहे हैं और किसी spammy site का example देना चाहते हैं। आप उस site का नाम/reference दे सकते हैं और link पर nofollow लगा सकते हैं।

एक और जरूरी बात

Links और crawl control के लिए robots meta tag जैसे दूसरे mechanisms भी मौजूद हैं। किस method का उपयोग करना है, यह इस बात पर depend करता है कि आप crawl, indexing या link relationship में से किस चीज को control करना चाहते हैं।

हर problem का solution nofollow नहीं है। पहले समझें कि आपको link को control करना है, page को index होने से रोकना है या crawler को page तक पहुंचने से रोकना है।

Mobile SEO: Google को Mobile Site सही तरह बताएं

Mobile और desktop results

Original guide में mobile search को desktop search से अलग experience के रूप में समझाया गया है। Mobile users के लिए सही page/version उपलब्ध होना जरूरी है।

Mobile site को accurately configure करें

Mobile pages सही content दिखाएं।

Google को mobile version तक पहुंचने दें जहां applicable हो।

Mobile page और desktop page के बीच सही relationship रखें।

Mobile indexing verify करें

यह check करना जरूरी है कि mobile version search engines के लिए accessible और properly configured है।

Mobile SEO का basic goal: user जिस device से आए, उसे सही और usable experience मलें।

Mobile SEO: Helpful Checks

Mobile-specific resources

Original guide mobile search, mobile sitemap और webmaster tools जैसे resources का reference देता है।

Googlebot को verify करना

जब technical investigation की जरूरत हो, crawler requests को सही तरीके से identify और verify करना useful हो सकता है।

Mobile Sitemap

Original guide के framework में mobile pages के लिए sitemap submission और webmaster tools का उपयोग भी बताया गया है।

इस guide के examples पुराने Google tool names का उपयोग करते हैं। इन्हें source के original context के रूप में पढ़ें।

Mobile Users को सही Version पर भेजे

Desktop और mobile versions

अगर website के desktop और mobile के अलग versions हैं, तो user को उसके device के हिसाब से सही version मलाना चाहिए।

Desktop Homepage
↓
Desktop Product Page

Mobile User
↓
Mobile Homepage
↓
Mobile Product Page

Redirect में सावधानी

सर्फ homepage पर भेजने की बजाय, अगर possible हो तो user को उसी content के mobile equivalent page पर भेजे।

User ने product page खोला है तो उसे सर्फ mobile homepage पर भेजने से बेहतर है कउसी product का mobile version देखे।

User-Agent और सही Mobile Experience

Original guide में example दिया गया है कि page का format User-agent के आधार पर बदल सकता है। उद्देश्य यह है कि desktop user को desktop experience और mobile user को mobile-friendly experience मिले।

Simple principle

Desktop user → desktop experience

Mobile user → mobile experience

Search crawler → वही important content समझ सके जो users को उपलब्ध है

सबसे जरूरी बात

Device के हिसाब से content दिखाते समय search engines को अलग और users को अलग misleading content न दें।

Mobile SEO सिर्फ screen छोटी करने का नाम नहीं है—navigation, content, speed और usability भी important हैं।

Website को सही तरीके से Promote करें

Backlinks का context

Original guide backlinks और online recognition की बात करता है। लेकिन सिर्फ links की संख्या बढ़ाना लक्ष्य नहीं होना चाहिए। Relevant community में useful content और genuine recognition ज्यादा meaningful है।

Online visibility बढ़ाएं

Useful research या unique content publish करें।

Industry blogs और communities में genuinely participate करें।

Interesting announcements को सही channels पर share करें।

Local business promotion

Original guide local business visibility और map/search presence के लिए local listings जैसे Google Places का reference देता है।

Promotion का goal सिर्फ backlink लेना नहीं, बल्कि सही audience तक useful content पहुंचाना होना चाहिए।

Promotion: Best Practices

Social media को समझो

User interaction और content sharing वाले platforms relevant audiences तक content पहुंचाने में मदद कर सकते हैं।

Related community तक पहुंचें

अपने topic से जुड़े communities identify करें।

पहले useful contribution दें, फिर अपनी content resource share करें।

Spammy profile links या mass promotion से बचें।

Local visibility

अगर business local है, तो accurate business information, location details और relevant local listings maintain करना useful है।

Good promotion = सही audience + useful content + सही channel. सिर्फ link count को success metric न बनाएं।

Free Webmaster Tools का उपयोग करें

Original guide के अनुसार major search engines webmasters को free tools देते हैं। ये tools website और search engine के बीच interaction समझने और technical issues पहचानने में मदद कर सकते हैं।

इन tools से क्या देखा जा सकता है?

Crawler को website के कनि हिस्सों में समस्या हुई।

XML Sitemap submit करना।

Search performance और site-related information देखना।

Technical issues identify करना।

एक जरूरी बात

Webmaster tools इस्तेमाल करने से website को कोई automatic preferential treatment नहीं मिलता। इनका फायदा यह है कि आपको problems और opportunities समझने के लिए useful data मिल सकता है।

Tool खोलना SEO नहीं है। Tool से data निकालकर सही action लेना SEO है।

SEO सीखने के लिए इस Guide को कैसे इस्तेमाल करें

एक practical checklist

- हर important page का unique title check करें।
- Relevant और useful meta description रखें।
- URLs readable और simple रखें।
- Navigation और internal linking logical रखें।
- Quality, fresh और user-focused content publish करें।
- Anchor text descriptive रखें।
- Images में useful alt text दें।
- Headings से content structure साफ करें।
- robots.txt और crawl rules carefully check करें।
- Mobile experience ठीक रखें।
- Website को genuine तरीके से promote करें।
- Search/webmaster tools से technical issues monitor करें।

SEO कोई एक बार करके खत्म होने वाला काम नहीं है। Website, content और search behavior बदलते रहते हैं, इसलिए regular review जरूरी है।

Final thought

SEO का सबसे simple rule यही है: ऐसी website बनाएं जो users के लिए genuinely useful हो और search engines के लिए उसे crawl और समझना आसान हो।

Hindi Edition — Source Note

यह document आपके द्वारा उपलब्ध कराए गए “Search Engine Optimization Starter Guide” PDF के आधार पर हिंदी में recreate/adapt किया गया है। मूल guide का structure, major topics और examples को ध्यान में रखते हुए भाषा को बोलचाल और practical Hindi में रखा गया है।

मुख्य topics

- SEO Basics
- Page Titles और Meta Descriptions
- URL Structure और Navigation
- Content और Anchor Text
- Image SEO और Heading Tags
- robots.txt और nofollow
- Mobile SEO
- Promotion और Webmaster Tools

यह official Google Hindi translation नहीं है। यह learning purpose के लिए तैयार किया गया Hindi adaptation है। Original PDF में दिए गए पुराने tool names, screenshots और URLs को उसी historical source context में समझना चाहिए।

Source: Google — Search Engine Optimization Starter Guide (uploaded PDF).