

PORTFOLIO.

I'M Alireza Leylizadeh

Content Specialist





سال‌ها پیش، تمام تمرکز و اشتیاق حرفه‌ای من بر برگزاری کلاس‌های آنلاین در حوزه روانشناسی استوار بود. همه چیز در آرامش پیش می‌رفت تا اینکه یک روز، با خبری ناگهانی شوکه شدم؛ یکی از مدرسان کلیدی و موفق مجموعه، همکاری خود را با ما قطع کرد و به موسسه رقیب پیوست.

وقتی با تعجب علت را جویا شدم، پاسخی کوتاه اما تکان‌دهنده داد: «آن موسسه وب‌سایت فروش آنلاین دارد.» این جمله برای من یک تلنگر جدی بود؛ چرا من نباید چنین امکانی داشته باشم؟

همین جرقه کافی بود تا بی‌درنگ آستین‌ها را بالا بزنم و در مسیری ناشناخته قدم بگذارم. در مدت کوتاهی، طراحی سایت با وردپرس را یاد گرفتم و پلتفرم خود را راه‌اندازی کردم. اما بلافاصله با دیواری بلند و ناامیدکننده روبرو شدم؛ روزها می‌گذشت و هیچ بازدیدکننده‌ای به سایت سر نمی‌زد. آنجا بود که با تمام وجود درک داشتم یک وب‌سایت بدون ترافیک، دقیقاً مانند ساختن یک مغازه مجلل و پرزرق‌وبرق در دل یک بیابان خالی و بی‌انتهاست؛ سازه‌ای زیبا که هیچ‌کس از وجودش باخبر نیست.

تصمیم گرفتم وارد دنیای مبهم سئو شوم و یک دوره فشرده و عمیق را بگذرانم. نقطه عطف و برگ برنده من دقیقاً اینجا رقم خورد: تلفیق دانش روانشناسی با تکنیک‌های فنی سئو.

به جای تمرکز صرف روی الگوریتم‌ها، با تک‌تک سلول‌هایم روی درک ذهن مخاطب تمرکز کردم. با استفاده از پیشنهادات گوگل و تحلیل موشکافانه رقبا، مقالاتی تالیف کردم که مستقیماً به گره‌های کور ذهنی کاربران پاسخ می‌داد. نتیجه این استراتژی، شگفت‌انگیز و فراتر از حد انتظار بود؛ مقالات من با سرعت خیره‌کننده‌ای صدر نتایج گوگل را تصاحب کردند.

هر روز صبح که با دلهره و اشتیاق، پنل گوگل سرچ کنسول را باز می‌کردم و با نمودارهای صعودی و موج ترافیک کاربران مواجه می‌شدم، بند دلم از شادی پاره می‌شد.

آن بحران بزرگ به من آموخت که دیده شدن در دنیای دیجیتال، هرگز یک اتفاق یا شانس نیست، بلکه حاصل یک استراتژی هوشمندانه است. از آن روز به بعد، تجربه عملی و آموزش مداوم به چراغ راه من تبدیل شد.

امروز من با افتخار اینجا هستم تا با تکیه بر دانش استراتژیک سئو و محتوا درک عمیق از رفتار روانشناختی مخاطب و ساختارهای اصولی، به کسب‌وکارهای دیگر کمک کنم تا از تاریکیِ مطلقِ ندیده شدن خارج شوند، مشتاق‌ترین مشتریان را به سمت خود جذب کنند و با اقتدار به اهداف تجاری‌شان دست یابند.

● موضوع کسب و کار: مارکتینگ اتومیشن (نماینده وب اینگیج)

● هدف اولیه (قبل از شروع همکاری):

- افزایش ترافیک
- رقابت در کلمات کلیدی استراتژیک
- پر کردن فرم دمو در سایت
- دیده شدن در چت بات های AI

“

فریما شاهگلدی

فروش و به طور کلی بازاریابی ما بصورت کلاسیک انجام میشد، تیم فروش، تماس تلفنی و.. که تصمیم گرفتیم در فضای دیجیتال حضور جدی و موثری داشته باشیم. بعد از اینکه آقای لیلی زاده برای ما رزومه و پرتفو ارسال کردند پس از بررسی دقیق و جلسات مصاحبه ایشان برای پوزیشن سئو انتخاب و کارشان را شروع کردند. در این مدت بسیار دقیق و علمی کار را دنبال کرده اند و خوشحالیم که چنین افراد مسئولیت پذیری را در کشورمان داریم.

چالش ها

ماینند یک کسب و کار SaaS است که مشتریان بالقوه آن کسب و کارهای جدی در اشل اسنپ، نوبیتکس و.. هستند. برای رسیدن به اهداف نیاز به یک رویکرد حرفه ای تر بود، برای همین منظور از رویکرد «سمنتیک وب» برای طراحی معماری محتوایی این برند استفاده کردم. تقویم محتوایی که طراحی شد فراتر از حضور در سرپ گوگل است. یک تقویم تمام جانبه برای رفع نیازهای محتوایی «پرسونای هدف» است.

راهکارها (The Solution)

تحقیقات: کلمات کلیدی هدف، آنالیز رقبا.

سئو فنی: رفع خطاها (مثل کندی سایت، مشکلات ایندکس، Schema)، بهبود تجربه کاربری.

سئو محتوا: استراتژی محتوا، تولید مقالات جدید، بهینه سازی محتوای موجود.

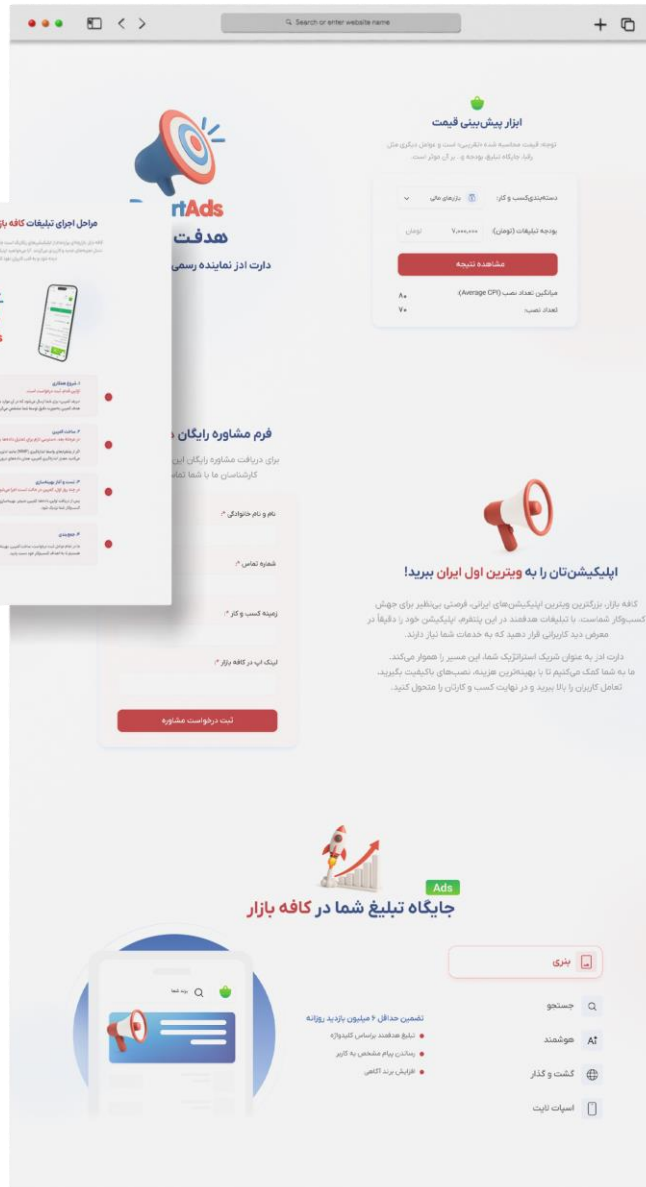
سئو خارجی: برنامه ی لینک سازی، تولید محتوای ارزشمند برای جذب بک لینک.

One Site SEO | طراحی لندینگ پیج

چالش و راهکار

یکی از سرویس‌های دارت اذ «تبلیغات نصب اپ در کافه بازار» بود. ما میخواستیم از طریق گوگل اذ برای این سرویس لید با کیفیت جمع کنیم. برای این منظور ابتدا یک پرسونای دقیق از مخاطب هدفمان ترسیم کردیم تا با نیازهایش آشنا شویم. بعد متوجه شدیم برای مدیران اطلاع از قیمت و هزینه اهمیت بالایی دارد. به همین منظور در هیرو سکشن این لندینگ یک **ابزار تخمین قیمت** تبلیغات نصب اپ طراحی کردیم. سپس توسط یک طراح رابط کاربری طراحی و توسط برنامه نویس پیاده سازی شد.

مشاهده



One Site SEO | طراحی چک لیست

چالش و راهکار

یکی از سرویس‌های دارت اذ «تبلیغات نصب اپ در کافه بازار» بود. ما میخواستیم از طریق گوگل اذ برای این سرویس لید با کیفیت جمع کنیم. برای این منظور ابتدا یک پرسونای دقیق از مخاطب هدفمان ترسیم کردیم تا با نیازهایش آشنا شویم. بعد متوجه شدیم برای مدیران اطلاع از قیمت و هزینه اهمیت بالایی در دارد. به همین منظور در هیرو سکشن این لندینگ یک ابزار تخمین قیمت تبلیغات نصب اپ طراحی کردیم. سپس توسط یک طراح رابط کاربری طراحی و توسط برنامه نویس پیاده سازی شد.



[مشاهده](#)

[illegible]

جدول ترافیک و الویت بندی تاییکها



تقویم سردیبری

چالش‌ها

رقابت با رقبای تا دندان مسلح و بازار بسیار رقابتی فروش بیمه‌های آنلاین یک محک جدی برایم بود. با تحلیل دقیق رقبا متوجه شدیم گپ‌ها کجا هستند. روی چه کلمات کلیدی و با چه استراتژی بهتر است مانور دهیم.

موضوع کسب‌وکار: استارت‌آپ بیمه‌های بازرگانی

هدف اولیه (قبل از شروع همکاری):

- رقابت با در کلمات کلیدی هدف با رقبایی مثل بیمه بازار، ازکی، بیمه دات کام
- افزایش فروش آنلاین بیمه‌های مسئولیت، ثالث و بدنه

راهکارها (The Solution)

تحقیقات: کلمات کلیدی هدف، آنالیز رقبا.

سئو فنی: رفع خطاها (مثل کندی سایت، مشکلات ایندکس، Schema)، بهبود تجربه کاربری.

سئو محتوا: استراتژی محتوا، تولید مقالات جدید، بهینه‌سازی محتوای موجود.

سئو خارجی: برنامه‌ی لینک‌سازی، تولید محتوای ارزشمند برای جذب بک‌لینک.

ابزارهای استفاده شده: (Google Analytics, Search Console SEMrush,)

Screaming Frog

“

مهدی باقری - مدیرعامل

ما در گل‌دیران، یک زیر برند بنام «اینزی» داریم. آقای لیلی زاده به ما در زمینه سئو آف پیج، تولید محتوای موثر و بهینه سازی صفحات هدف کمک بسیار موثری داشتند.

● OFF Page SEO | رپورتاژ

● بخش آف پیج ما یکی از مهمترین بخش ها بود. در ادامه برخی از رپورتاژه هایی که در این بخش رفتیم را مشاهده می کنید. مسئولیت بنده طراحی محتوا و سفارش رپورتاژها در سایت تریبون بود.

لینک	کیورد هدف	Moz Domain Authority	خبرگزاری
مشاهده	اینزی	۷۸	ایسنا
مشاهده	اینزی	۸۰	تسنیم
مشاهده	اینزی	۷۳	خبرگزاری مهر
مشاهده	بیمه لوازم خانگی اینزی	۷۱	ایرنا



Technical SEO | بهینه سازی سرعت

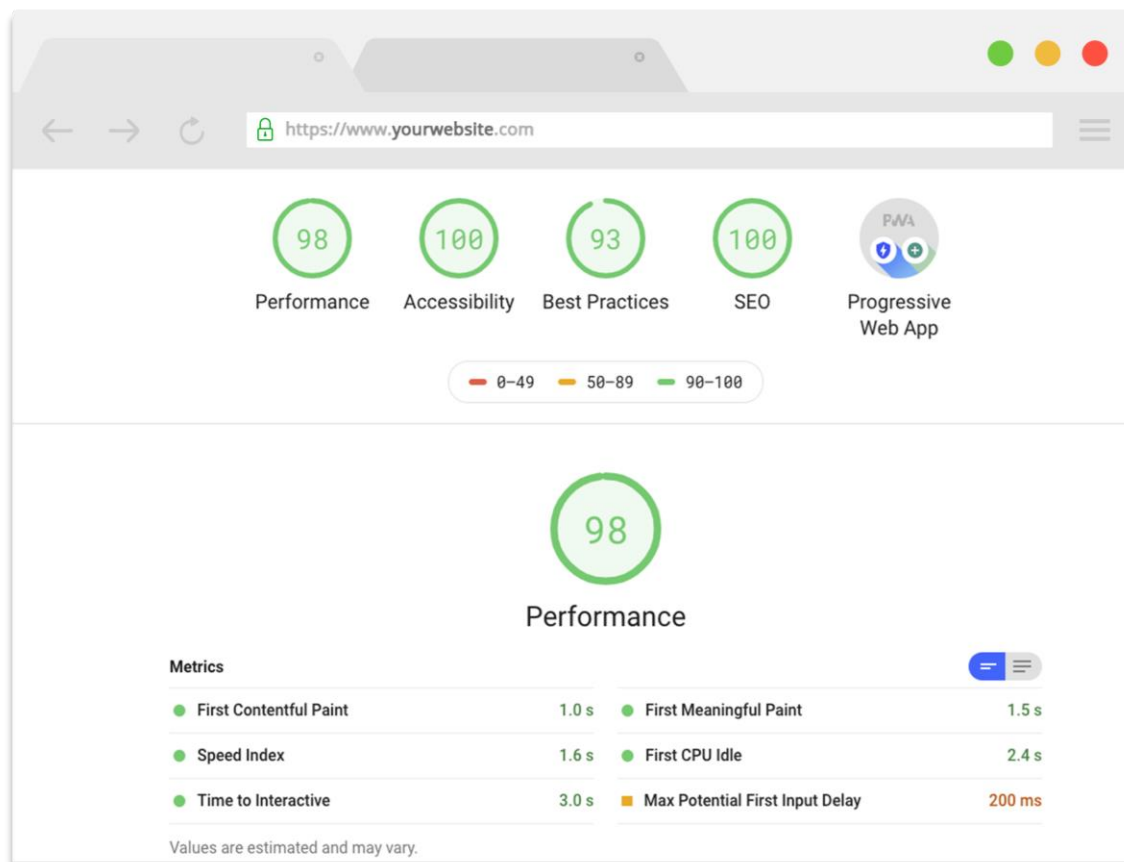
تحلیل سئو و کاربری: صفحه را از دید سئو و تجربه کاربری (UX) آنالیز کردم. مشکل اصلی، سرعت پایین بارگذاری به دلیل تصاویر حجیم و نبود یک دعوت به اقدام (Call to Action) واضح بود.

بهینه سازی فنی: با فشرده سازی تصاویر و بهینه سازی کدها، زمان بارگذاری صفحه را از ۷ ثانیه به ۲/۵ ثانیه کاهش دادم (بهبود نمره Core Web Vitals).

بهینه سازی محتوا (On-Page SEO & CRO): عنوان اصلی (۱H) را بر اساس کلمات کلیدی هدف و جذابیت برای کاربر بازنویسی کردم. فرم ثبت نام را ساده سازی کرده و دکمه دعوت به اقدام را برجسته تر و در دسترس تر قرار دادم.

نتایج (The Results):

- ❖ افزایش نرخ تبدیل از ۱٪ به ۴/۵٪.
- ❖ کاهش نرخ پرش از ۸۵٪ به ۵۰٪.
- ❖ افزایش میانگین زمان ماندن کاربر در صفحه که یک سیگنال مثبت برای گوگل است.
- ❖ کاهش ۴۰٪ در هزینه جذب هر مشتری از کمپین تبلیغاتی.



On Site SEO | رتبه گرفتن در کیورد

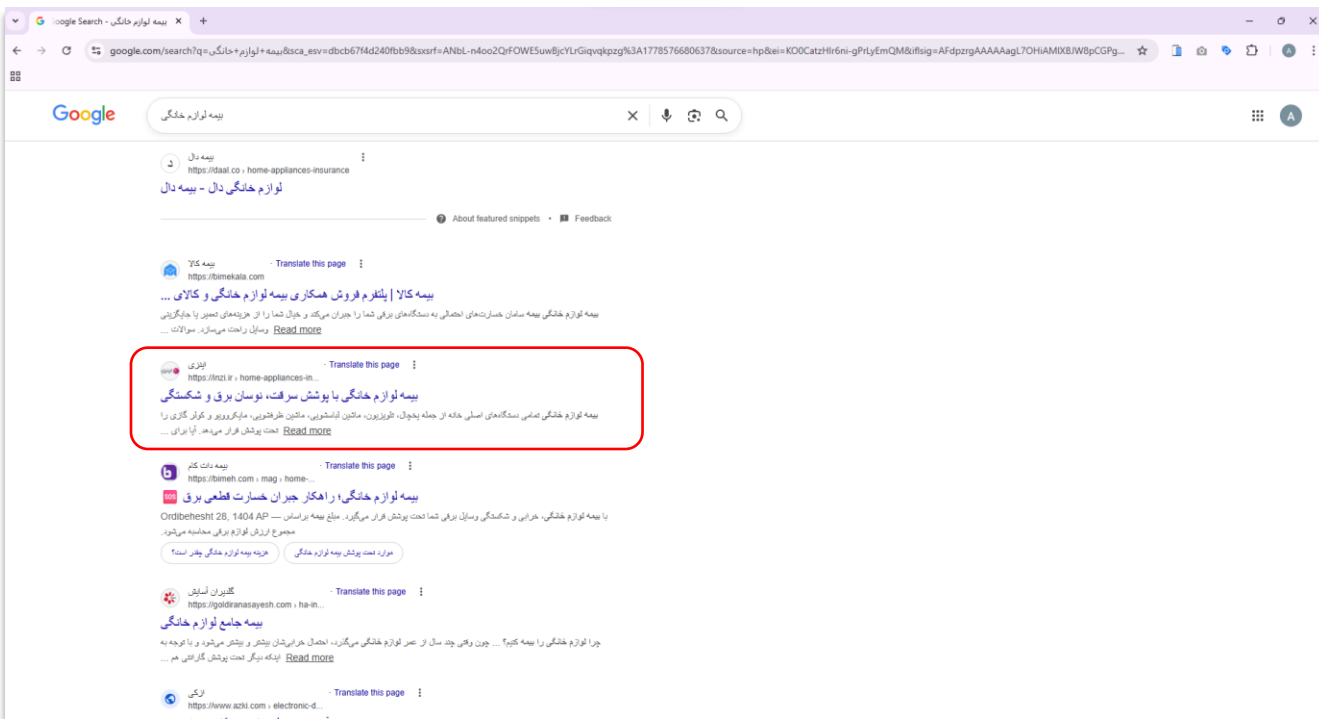
تحلیل سئو و کاربری: صفحه را از دید سئو و تجربه کاربری (UX) آنالیز کردم. مشکل اصلی، سرعت پایین بارگذاری به دلیل تصاویر حجیم و نبود یک دعوت به اقدام (Call to Action) واضح بود.

بهینه‌سازی فنی: با فشرده‌سازی تصاویر و بهینه‌سازی کدها، زمان بارگذاری صفحه را از ۷ ثانیه به ۲/۵ ثانیه کاهش دادم (بهبود نمره Core Web Vitals).

بهینه‌سازی محتوا (On-Page SEO & CRO): عنوان اصلی (۱H) را بر اساس کلمات کلیدی هدف و جذابیت برای کاربر بازنویسی کردم. فرم ثبت‌نام را ساده‌سازی کرده و دکمه دعوت به اقدام را برجسته‌تر و در دسترس‌تر قرار دادم.

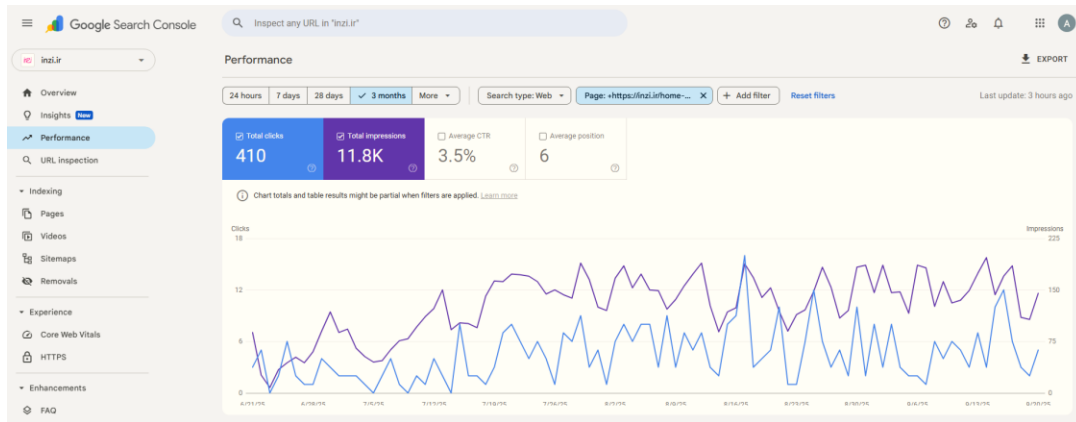
نتایج (The Results):

- ❖ افزایش نرخ تبدیل از ۱٪ به ۴/۵٪.
- ❖ کاهش نرخ پرش از ۸۵٪ به ۵۰٪.
- ❖ افزایش میانگین زمان ماندن کاربر در صفحه که یک سیگنال مثبت برای گوگل است.
- ❖ کاهش ۴۰٪ در هزینه جذب هر مشتری از کمپین تبلیغاتی.

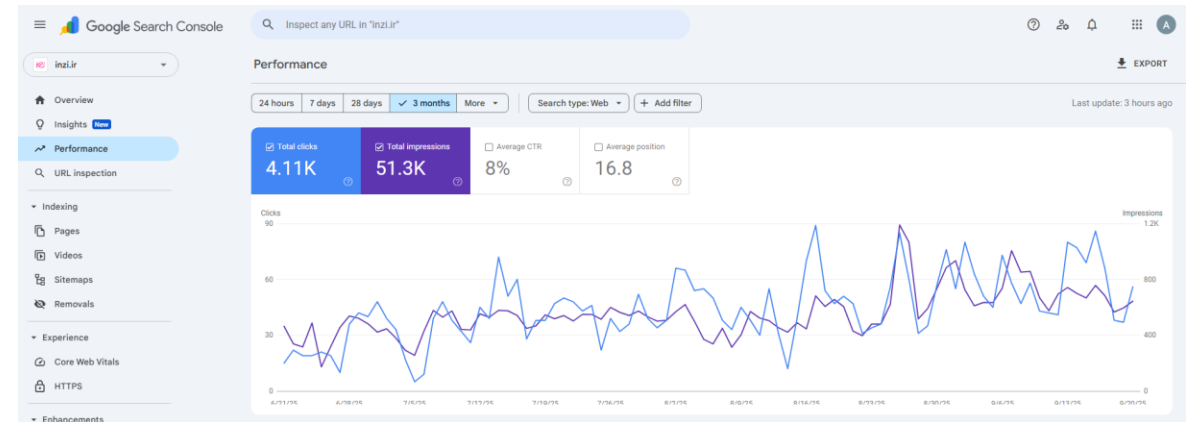


مقایسه نتایج

قبل



بعد



● موضوع کسب و کار: بازرگانی تجهیزات پزشکی

● هدف اولیه (قبل از شروع همکاری):

- افزایش ترافیک
- رقابت در کلمات کلیدی استراتژیک
- پر کردن فرم دمو در سایت
- دیده شدن در چت بات های AI

“

مهدی علوی - مدیر عامل

ما وبسایت فعال داشتیم اما استراتژی منظم و با برنامه ای نداشتیم. و آقای لیلی زاده به ما کمک کردند که تقویم محتوایی داشته باشیم و بر اساس یک نقشه راه دیجیتال مارکتینگ را در شرکت ادامه دهیم.

چالش ها

تجهیزات پزشکی کسب و کاری با رقابت بسیار بالا و حوزه محصولی بسیار متنوع است. فروش این شرکت در برخی از محصولات استراتژیک پایین بود و در حال از دست دادن بازار خود بود.

راهکارها

برای اولین بار توانستیم یک محصول کاملاً BYB را که تصمیم گیرندگان شرکتی تهیه می کنند به فروش آنلاین برسانیم. این محصول به درگاه پرداخت وصل شد و مشتریان زیادی را جذب کرد.

On Site SEO | رتبه گرفتن در کیورد

تحلیل سئو و کاربری: صفحه را از دید سئو و تجربه کاربری (UX) آنالیز کردم. مشکل اصلی، سرعت پایین بارگذاری به دلیل تصاویر حجیم و نبود یک دعوت به اقدام (Call to Action) واضح بود.

بهینه‌سازی فنی: با فشرده‌سازی تصاویر و بهینه‌سازی کدها، زمان بارگذاری صفحه را از ۷ ثانیه به ۲/۵ ثانیه کاهش دادیم (بهبود نمره Core Web Vitals).

بهینه‌سازی محتوا (On-Page SEO & CRO): عنوان اصلی (H1) را بر اساس کلمات کلیدی هدف و جذابیت برای کاربر بازنویسی کردم. فرم ثبت‌نام را ساده‌سازی کرده و دکمه دعوت به اقدام را برجسته‌تر و در دسترس‌تر قرار دادم.

نتائج (The Results)

- ❖ افزایش نرخ تبدیل از ۱٪ به ۴/۵٪.
- ❖ کاهش نرخ پرش از ۸۵٪ به ۵۰٪.
- ❖ افزایش میانگین زمان ماندن کاربر در صفحه که یک سیگنال مثبت برای گوگل است.
- ❖ کاهش ۴۰٪ در هزینه جذب هر مشتری از کمپین تبلیغاتی.

Search..								
Rows per page: 10 Go to: 1 < 1-10 of 305 >								
Page title and screen class +	↓ Views *****	Users *****	Views per user *****	Average engagement time *****	Event count ***** All events ▾	Conversions ***** All events ▾	Total revenue *****	
	6,217 100% of total	2,724 100% of total	2.28 Avg 0%	1m 38s Avg 0%	18,705 100% of total	0.00	£0.00	
1 صفحه پیدا نشد مان آرنا سلامت	436	266	1.64	0m 08s	1,454	0.00	£0.00	
2 [اندیکاتور بیولوژیک اتوکساز تست بیولوژیک (اسپور) اتوکساز بخار Crosstex SPSmedical	434	306	1.42	1m 24s	1,371	0.00	£0.00	
3 شرکت مان آرنا سلامت مان آرنا سلامت	236	124	1.90	0m 52s	687	0.00	£0.00	
4 دل پاک اقرویات فواید و شیوه های استفاده از کپرسن گرم یا سرد DISPOTECH s.r.l	204	175	1.17	0m 34s	734	0.00	£0.00	
5 اندیکاتور (STERIS) اندیکاتور اتوکساز اندیکاتور شیمیایی کاهش 6 بخار چیست؟ مان آرنا سلامت	165	122	1.35	0m 44s	538	0.00	£0.00	
6 تست اتوکساز کاهش 6 خرید اندیکاتور اندیکاتور شیمیایی اتوکساز	136	94	1.45	1m 22s	392	0.00	£0.00	
7 چند منظوره تست بیولوژیک PCD تست اتوکساز پر سی دی PCD اتوکساز Steris	133	102	1.30	1m 53s	411	0.00	£0.00	
8 فروش اندیکاتور Crosstex SPSmedical انواع تست اتوکساز بیولوژیک اتوکساز	126	101	1.25	1m 11s	380	0.00	£0.00	
9 Crosstex SPSmedical اسپور تست بوری نیک تست بوری نیک کارتریج	112	91	1.23	0m 57s	353	0.00	£0.00	
10 تست بیولوژیک اندیکاتور بیولوژیک اتوکساز	111	92	1.21	0m 25s	337	0.00	£0.00	

مطالعه موردی: ساخت ویدیوهای آموزشی پاسخ به سوالات متداول مشتریان

❖ چالش

واحد فروش با سوالات تکراری مشتریان در مراحل خرید، مواجه بود. این فرآیند پاسخگویی دستی، باعث اتلاف وقت تیم فروش می شد.

❖ راهکار

طراحی و اجرای یک «سیستم پاسخگویی خودکار» با استفاده از تولید ویدیوهای کوتاه آموزشی. هدف ما این بود که به جای پاسخگویی فرد به فرد، مسیری ایجاد کنیم که کاربر در هر مرحله از خرید، پاسخ سوالاتش را دریافت کند.



❖ اجرا

در این پروژه با استفاده از ظرفیت‌های داخلی سازمان (استودیو و همکاران متخصص)، ویدیوهای آموزشی کوتاهی تدوین و منتشر شد.

❖ نتایج

در نهایت منجر افزایش بهره‌وری تیم فروش برای تمرکز بر بستن قراردادها و بهبود تجربه مشتری از طریق دریافت پاسخ‌های سریع و دقیق گردید.



[مشاهده](#) ←

تجهیزات و ابزارهای مورد استفاده



Rode wireless Go



Canon 250D



Adobe Premiere

مطالعه موردی: ساخت ویدیوهای نحوه استفاده از محصول

❖ چالش

ناآگاهی مشتریان از نحوه استفاده صحیح از تجهیزات پزشکی تخصصی که منجر به افزایش مراجعات پشتیبانی و کاهش بهره‌وری تیم فروش می‌شد.

❖ راهکار

تولید محتوای آموزشی تخصصی با مشارکت مشتریان صاحب‌نام و متخصص در محیط‌های بیمارستانی برای افزایش اعتبار و دقت آموزشی.



❖ اجرا

تدوین استراتژی محتوایی و ضبط ویدیوهای آموزشی در مراکز درمانی با همکاری متخصصان؛ و توزیع یکپارچه آن در صفحات محصول، پلتفرم‌های اشتراک ویدیو و در اختیار تیم فروش.

❖ نتایج

کاهش بار پاسخگویی تیم فروش، ارتقای استانداردهای خدمات پس از فروش، و ایجاد یک دارایی آموزشی همیشگی برای افزایش اعتماد خریداران.



[مشاهده](#)

تجهیزات و ابزارهای مورد استفاده



Rode wireless Go



Canon 250D



Adobe Premiere

مطالعه موردی برگزاری لایو استریم

✓ چالش

محدودیت‌های فنی و تکراری بودن فرآیند برگزاری مسابقات CRM و قرعه‌کشی‌ها در لایو اینستاگرام، که منجر به کاهش جذابیت بصری و تعامل کاربران شده بود.

✓ راهکار

ارتقای کیفیت تولید محتوای قرعه‌کشی با انتقال بستر برگزاری به آپارات و استفاده از ابزارهای حرفه‌ای تدوین و پخش زنده.

✓ اجرا

پایاده‌سازی استودیوی مجازی با استفاده از نرم‌افزارهای OBS/vMix، بهره‌گیری از قابلیت کروماکی (حذف پرده سبز) برای ارتقای استانداردهای بصری و تغییر پلتفرم پخش به آپارات.

✓ نتایج

افزایش پرسنل حرفه‌ای برند در رویدادهای آنلاین، بهبود تجربه کاربری و ایجاد بستری پایدارتر و باکیفیت‌تر برای تعامل با مشتریان.



[مشاهده](#) ←

تجهیزات و ابزارهای مورد استفاده



Rode wireless Go



Canon 250D



Adobe Premiere



OBS Studio



[مشاهده](#) ←

تجهیزات و ابزارهای مورد استفاده



Maono MU-A01



Canva

- ❖ موضوع: ویدیو آموزشی
- ❖ تکنیک: استیک فیگور (Stick figure)
- ❖ پلتفرم انتشار: یوتوب
- ❖ تکنیک روایت گری: داستان‌گویی (Storytelling)



[مشاهده](#) ←

تجهیزات و ابزارهای مورد استفاده



Maono MU-A01



Canva

- ❖ موضوع: ویدیو آموزشی
- ❖ تکنیک: نریشن Voiceover Video
- ❖ پلتفرم انتشار: یوتوب
- ❖ تکنیک روایت گری: داستان‌گویی (Storytelling)

اطلاعات تماس

 09190963483

 arleylizadeh@Gmail.com

 [linkedin.com/in/alireza-leylizadeh](https://www.linkedin.com/in/alireza-leylizadeh)