



SeopexFlow
AI SEARCH GROWTH

AI SEARCH READINESS · CHECKLIST

قائمة فحص جاهزية موقعك AI Search

50 نقطة عملية تساعدك على مراجعة الجوانب التقنية والمحتوى والكيانات وقياس الظهور، وتحديد ما يستحق التحسين أولاً.

05

أولويات قابلة للتنفيذ

06

محاوِر أساسية

50

نقطة مراجعة

الموقع يعمل بـ HTTPS وشهادة SSL سارية المفعول

01

☐

تحقق: قفل أخضر في المتصفح + لا يوجد تحذير "غير آمن"

تقييم مؤشرات Core Web Vitals الأساسية (LCP و INP و CLS) باستخدام بيانات حقيقية عند توفرها

02

☐

استخدم PageSpeed Insights وبيانات CrUX؛ لا تختزل الأداء في زمن تحميل الصفحة.

الصفحات المهمة قابلة للاستخدام على الهاتف دون مشكلات عرض أو تفاعل

03

☐

افحص التصميم والتفاعل على أجهزة فعلية أو أدوات المتصفح.

مراجعة سياسات الزحف لكل روبوت بحسب هدفه ووظيفته

04

☐

Google-Extended و GPTBot وغيرهما لهم أغراض مختلفة؛ السماح بالزحف لا يضمن الاستشهاد أو الظهور.

Sitemap.xml محدث وقرسل لـ Google Search Console

05

☐

يجب أن يشمل كل الصفحات المهمة بتواريخ تحديث صحيحة

لا توجد صفحات مكسورة (404) في المسارات الرئيسية

06

☐

أداة: Screaming Frog أو Ahrefs Site Audit

Canonical tags صحيحة على جميع الصفحات لتجنب المحتوى المكرر

07

☐

مراجعة مشكلات الفهرسة والزحف ذات التأثير الفعلي في Google Search Console

08

☐

ليست كل حالة مستبعدة من الفهرسة خطأ.

ملاحظات هذا المحور / الأدلة / الصفحات المتأثرة...

تحديد النية الأساسية لكل صفحة ومراعاة النوايا الفرعية عند الحاجة

09

☐

قد تخدم الصفحة أكثر من نية متوافقة دون مشكلة.

تقديم إجابة واضحة مبكراً عندما يناسب ذلك نية المستخدم

10

☐

لا توجد ميغة تضمن اختيار المحتوى في إجابات الذكاء الاصطناعي.

العناوين H1/H2/H3 منظمة بشكل هرمي واضح ومنطقي

11

☐

شرح المصطلحات المتخصصة بدقة وربطها بسياقها وأمثلةها

12

☐

الوضوح مفيد للمستخدم، لكنه لا يضمن الاستشهاد.

الصفحات تتضمن أمثلة عملية وبيانات أصلية (وليست منقولة فقط)

13

☐

مراجعة المحتوى عند تغير المعلومات أو تراجع جودته أو دقته

14

☐

لا يوجد حد عام يلزم تحديث جميع الصفحات كل 6 أشهر.

مراجعة الصفحات المتشابهة للتحقق من اختلاف النية والقيمة

15

☐

التشابه وحده لا يثبت وجود Cannibalization.

إضافة أسئلة شائعة حقيقية عندما تضيف قيمة غير مكررة

16

☐

قسم FAQ ليس شرطاً لجميع الصفحات.

أسلوب الكتابة طبيعي ويطابق لغة البحث الفعلية للجمهور المستهدف

17

☐

ملاحظات هذا المحور / الأدلة / الصفحات المتأثرة...

إعداد Google Business Profile إذا كان النشاط مؤهلاً لملف نشاط تجاري

18

☐

غير مناسب تلقائياً لكل SaaS أو نشاط يعمل عبر الإنترنت فقط.

اتساق اسم العلامة ووصفها وروابطها الرسمية عبر القنوات المناسبة

19

☐

العنوان والهاتف مطلوبان فقط عندما ينطبقان على النشاط.

إتاحة معلومات واضحة وقابلة للتحقق عن هوية العلامة التجارية

20

☐

ظهور Knowledge Panel ليس شرطاً ولا يمكن ضمانه.

المنتجات والخدمات مُعرّفة بأسماء رسمية واضحة في كل المحتوى

21

☐

صفحة «من نحن» تعرض معلومات صحيحة عن الشركة والمنتج والفريق حسب المتاح

22

☐

لا تضاف تواريخ تأسيس أو مواقع أو أسماء غير مؤكدة.

العلامة مذكورة في مصادر خارجية موثوقة ومرتبطة بها

23

☐

مدونات متخصصة، مقالات صحفية، مواقع مرجعية في القطاع

الملفات الاجتماعية مترابطة مع الموقع (لينك في كل اتجاه)

24

☐

ربط الموقع بالمصادر المرجعية المستقلة المؤهلة عند وجودها

25

☐

لا تنشئ Wikipedia أو Wikidata بغرض الترويج؛ تُراعى معايير الملحوظية والمصادر.

ملاحظات هذا المحور / الأدلة / الصفحات المتأثرة...

Schema Organization موجود في الصفحة الرئيسية (الاسم، الوصف، الروابط الاجتماعية)

26

☐

استخدام WebSite schema عندما يصف الموقع بصورة صحيحة

27

☐

لا تعتمد على SearchAction لإظهار Sitelinks Search Box؛ أوقفت Google هذه الميزة.

Schema Article أو BlogPosting في جميع صفحات المقالات والمدونة

28

☐

استخدام FAQPage schema فقط عندما ينطبق على المحتوى والإرشادات

29

☐

لا تتوقع نتائج FAQ الغنية لمعظم المواقع التجارية.

تطبيق Product schema أو Service schema عندما يتوافق مع نوع الصفحة وخصائصه المدعومة

30

☐

تحقق من أهلية النوع والحقول المطلوبة دون إضافة أسعار غير ظاهرة.

Schema BreadcrumbList في جميع الصفحات الداخلية لتوضيح الهيكل

31

☐

فحص البيانات المنظمة بالأدوات المناسبة لنوعها

32

☐

Rich Results Test للأنواع المؤهلة Schema Markup Validator لفحص البنية العامة.

بيانات Schema تتطابق تماماً مع المحتوى الظاهر في الصفحة (لا تضمين معلومات مخفية)

33

☐

ملاحظات هذا المحور / الأدلة / الصفحات المتأثرة...

الصفحات المهمة تحصل على روابط داخلية سياقية كافية

34

☐

لا يوجد حد ثابت يلزم ثلاث روابط لكل صفحة.

نصوص الروابط (Anchor Text) وصفية ومتنوعة وليست "اضغط هنا" أو "اقرأ المزيد"

35

☐

لا توجد صفحات يتيمة (Orphan Pages) بدون أي روابط داخلية تشير إليها

36

☐

أداة: Screaming Frog → Reports → Orphan Pages

هيكل الموقع يعكس أولويات المحتوى (أهم الصفحات = أقل عمقاً في الهيكل)

37

☐

مراجعة الصفحات المتنافسة على نفس الاستعلام لتحديد النية والتداخل والأداء

38

☐

ظهور صفحتين لنفس الكلمة لا يثبت Cannibalization ولا يعني ضرورة الدمج.

صفحات المقالات مرتبطة بصفحات الخدمات أو المنتجات ذات الصلة (Topical Authority)

39

☐

مراجعة إشارات Cannibalization عند ظهور تقلبات أو تداخل مؤثر

40

☐

قرار Canonical أو Redirect أو الدمج يتطلب أدلة قبل التنفيذ.

لا توجد سلاسل تحويل (Redirect Chains) تتجاوز خطوتين متتاليتين

41

☐

هيكل الفئات والعلامات في المدونة منظم ولا ينشئ صفحات ضعيفة المحتوى

42

☐

ملاحظات هذا المحور / الأدلة / الصفحات المتأثرة...

اختيار مجموعة استعلامات تمثل نوايا المستخدمين ومراحل الشراء

43

☐

ابدأ بعينة عملية، ثم وسعها بحسب التغطية والموارد.

تسجيل نتائج اختبارات ChatGPT مع تاريخ الاختبار وسياقه

44

☐

تختلف الإجابات بحسب الواجهة والموقع والإعدادات؛ لا تثبت نموذجاً قديماً.

تسجيل نتائج اختبارات Gemini مع تاريخ الاختبار وسياقه

45

☐

قارن نفس الاستعلامات ضمن منهجية موثقة.

تسجيل نتائج اختبارات Perplexity مع تاريخ الاختبار وسياقه

46

☐

وثّق وجود الروابط والمصادر بدلاً من افتراض الاستشهاد.

فصل AI Mentions عن AI Citations وتوثيق الأدلة لكل نتيجة

47

☐

الذكر دون رابط ليس استشهاداً؛ وعدم الظهور في عينة ليس غياباً دائماً.

مقارنة العلامة بمنافسين مناسبين عبر عينة استعلامات موحدة

48

☐

اختر المنافسين بحسب السوق والنية، وليس عدداً ثابتاً.

متابعة نتائج العينة دورياً مع إظهار حجم العينة والتغيرات

49

☐

لا تعمم النتائج على جميع إجابات الذكاء الاصطناعي.

ربط ملاحظات القياس بفرص تحسين محددة قابلة للتحقق

50

☐

افصل الارتباط عن السببية عند تقييم الأثر.

ملاحظات هذا المحور / الأدلة / الصفحات المتأثرة...

ورقة أولويات التحسين

اختر أهم خمس مشكلات مثبتة بالدليل. رتبها حسب الأثر المتوقع، الجهد، والمخاطر، وليس حسب رقم البند فقط.

الأولوية	رقم البند	الإجراء المطلوب	المسؤول	الموعد
عالية	البند	الإجراء	الاسم	التاريخ
عالية	البند	الإجراء	الاسم	التاريخ
متوسطة	البند	الإجراء	الاسم	التاريخ
متوسطة	البند	الإجراء	الاسم	التاريخ
لاحقاً	البند	الإجراء	الاسم	التاريخ

هذه قائمة مراجعة ذاتية وليست فحصاً آلياً أو ضماناً للظهور في ChatGPT أو Gemini أو Google AI Overviews. بعض البنود لا تنطبق على جميع أنواع المواقع؛ استخدم الحكم المهني والأدلة الفعلية.

