

3 راه قیمت‌گذاری سئو

مجید عابد by مهر 10 1400 Posted on



تعدادی از شیوه‌های قیمت‌گذاری سئو مناسب برای فریلنسرها و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات سئو در این مقاله ارائه شده است

Categories: [بازاریابی و فروش](#), [آشنایی](#), [آموزش](#), [خدمات](#), [سئو](#)



احتمالا شما هم با شیوه‌های متفاوتی از قیمت‌گذاری سئو روبرو شده اید. شاید برای شما هم پیش‌آمده باشد که مشاهده کرده باشید فردی با یک کارشناس سئو تماس می‌گیرد و می‌گوید می‌خواهم در کلمه رتبه اول گوگل باشم و کارشناس مورد نظر هم به سرعت یک قیمت مشخص و دقیق اعلام می‌کند مثلا ۱۰۰ میلیون تومان یا ۳۰۰ هزار تومان.

این نوع قیمت‌گذاری معمولا با عجله، بدون آنالیز کیس مورد نظر و با تخمین ذهنی صورت می‌گیرد که معمولا اشتباه است. (اشتباه دوم اقدام به جرم فروش مال غیر یعنی رتبه گوگل است که می‌تواند پیگرد قانونی داشته باشد.)



ولی روش صحیح‌تر کدام است؟

برای تعیین قیمت خدمات سئو دیجیتال مارکتینگ ابتدا باید شیوه‌هایی که می‌توانیم با آنها به مشتریان خدمات ارائه کنیم را مشخص کنیم.

ما می‌توانیم به صورت یک فرد حقیقی (شخص) و یا فرد حقوقی (شرکت) با افراد و شرکت‌های مختلف قرارداد سئو و یا دیجیتال مارکتینگ ببندیم.

معمولا در ابتدا اکثر افراد به صورت مستقیم به عنوان یک شرکت یا آژانس ارائه‌دهنده خدمات سئو شروع به فعالیت نمی‌کنند. افراد می‌توانند به صورت استخدام برای یک مجموعه و یا ارائه خدمات به صورت Freelance (فریلنس) به صورت کارمزدی

بابت فعالیتی که انجام می‌دهند هزینه‌ای دریافت کنند.

تفاوت زیادی بین این دو شیوه همکاری نیست ولی یکی از مهمترین اقدامات این است که شما در ابتدا حتما سوالاتی را از مشتری احتمالی خود پرسیده و نیازسنجی کنید.

پیشنهاد می‌کنم در این رابطه مقاله [سوالاتی که در جلسه اول سئو بهتر است از کارفرما پرسید](#) را مطالعه کنید.

قیمت‌گذاری پروژه‌ای

برای قیمت‌گذاری خدمات به‌عنوان یک فری‌لنسر و یا شرکت سئو شما می‌توانید در ابتدا نیازها و چالش‌های مشتری را بررسی کرده و سپس راهکار مورد نظر خود را طی یک [پروپوزال سئو](#) ارائه دهید. هنگام ارائه راهکار می‌توانید با توجه به تجربه‌ای که از انجام فعالیت مشابه در سایر پروژه‌ها داشته‌اید به یک تخمین زمانی و امکانات و هزینه‌ای برای پروژه برسید.

به طور مثال فرض کنید می‌خواهید خدمات کیورد ریسرچ انجام دهید.

ابتدا این فرایند را تقسیم به اقدامات (تسک‌های) کوچک‌تر نمایید:

- بدست‌آوردن ۱۰۰۰ کلمه کلیدی در مورد موضوع مورد نظر (مثلا ۱۰ ساعت)
- بدست‌آوردن جزییات این کلمات کلیدی مانند میزان سرچ، PPC و ... (مثلا ۱۰ ساعت)
- بررسی وضعیت رتبه سایت مشتری و سه رقیب اصلی برای آن کلمات کلیدی (مثلا ۱۰ ساعت)
- و

حال برای اقدامات مورد نظر به طور مثال ۳۰ ساعت زمان در نظر گرفتیم که براساس تجربه قبلی تعیین کرده ایم و ۱۰ ساعت هم به‌عنوان هزینه پشتیبانی در نظر می‌گیریم.

مجموع این زمان به همراه هزینه‌ای که خودتان انتظار دارید از دانش و مهارت خود برای هر ساعت فعالیت کسب کنید را جمع‌بندی کنید.

توجه داشته باشید زمانی که شما به صورت فری‌لنس کار می‌کنید هزینه‌هایی را متحمل می‌شوید مانند هزینه مکان، تجهیزات، بیمه و ... که این هزینه‌ها را نیز در قیمت نهایی در نظر بگیرید. همچنین زمانی که به صورت یک شرکت اقدام به فعالیت می‌کنید هزینه‌هایی مانند بازاریابی و تبلیغات، دفتر شرکت، مالیات، هزینه کارمندان و ... را دارید.

یک دوستی می‌گفت: اگه لبتاپ ۳۰ میلیونی من وسط کار بسوزه کارفرما پولش رو به من نمی‌ده و من با ساعتی ۱۰۰ هزار تومن باید ۳۰۰ ساعت کار کنم تا دوباره اون لبتاپ رو تهیه کنم.

البته قرار نیست صفر تا صد هزینه خرید و تامین تجهیزات رو از هرکدام از کارفرماها بگیرید ولی هزینه اجاره به همراه بیمه اجاره را در ذهن خود در نظر داشته باشید.

در نظر داشته باشید که معمولا زمان بیشتری از شما کسر خواهد شد که این زمان را به‌عنوان پشتیبانی کار در نظر بگیرید. می‌توانید در قرارداد خود نیز هزینه‌ای را به‌عنوان هزینه پشتیبانی تعیین کنید.

قیمت‌گذاری براساس شارژ ماهانه

شیوه دیگری که می‌توانید آن را در زمان انجام خدمات سئو در نظر داشته باشید شیوه شارژ ماهانه است. این شیوه به این صورت است که شما مبلغی را به صورت ماهانه به کارفرما پیشنهاد می‌دهید و باتوجه به هزینه پرداخت شده خدماتی انجام می‌دهید و در گزارشی به صورت فاکتور به کارفرمای خود ارائه می‌دهید.

به طور مثال:

در این ماه فعالیت‌های زیر برای شما انجام شد:

- ۱۰ محتوا ایجاد شد (هر محتوا مثلا ۱۰۰ هزار تومان)
- ۱۰ بکلینک ایجاد شد (هر بکلینک مثلا ۱۰۰ هزار تومان)
- ۱۰ رپورتاژ در سایت های خبری برای شما منتشر شد (هر رپورتاژ مثلا ۱۰۰ هزار تومان)

مجموعا به همراه هزینه‌های دفتر و مالیات و X و Y می‌شود N میلیون تومان.

قیمت‌گذاری ساعتی

شیوه دیگر فعالیت به این صورت است که شما بجای تعیین یک مبلغ برای یک فعالیت خاص دقیقا به صورت ساعتی با کارفرماهای مختلف کار می‌کنید.

معمولا در این شیوه همکاری، تمام هزینه‌های جانبی مانند هزینه‌های رپورتاژ، ابزارها و ... توسط کارفرما تامین می‌شود. (حتما

جزئیات همکاری را در قرارداد مطرح کنید.)

معمولا این شیوه برای ارائه خدمات مشاوره‌ای شیوه مناسبی است.

شما مانند یک پزشک و یا روانشناس یک میزان مشخصی برای قیمت مشاوره و خدمات خود براساس ساعت در نظر می‌گیرید و مشتری مورد نظر راس ساعت به شما مراجعه می‌کند و هزینه را پرداخت می‌کند.

توجه داشته باشید که این شیوه برای پشتیبانی شیوه مناسبی نیست و در روز احتمالا ممکن است تا ۵۰ مرتبه از یک کارفرما با شما تماس‌های کوتاه مدت گرفته شود و تنظیم زمان برای هر دو طرف کار پیچیده، زمان‌بر و غیرمنطقی خواهد بود.

منابعی جهت مطالعه بیشتر

[SEO Cost Calculator: How Much Should You Budget for SEO Services?](#)

[The Truth About Search Engine Optimization Prices](#)

Comments



مجید عابد - 31-08-2022 16:19:16

ممنون از لطفتون



معصومه سادات طاهری - 11-08-2022 00:53:10

به نکات ریز و مفیدی اشاره کرده بودید. ممنون.



محمد سزاوار - 24-05-2022 08:22:41

ممنون از مطالبتون، مفید بود و کاربردی.



نادر کرم زاده - 07-04-2022 04:02:21

با سلام لطفا در مورد قیمت گذاری آموزش سئو و درآمد زایی از این راه نیز در سایت تان توضیح دهید ممنونم