FREE STUDY GUIDE · இலவசம்

SEO Basics Quiz — Practice Questions & Answer Key

SEO அடிப்படை Quiz · 49 MCQ · சரியான பதில் ✓ + ஒவ்வொன்றுக்கும் விளக்கம்

By Alston Antony · #1 Tamil Digital Marketing & SEO Expert · digitalmarketingtamil.com

இது practice/study PDF — சரியான பதில் ✓ சின்னத்துடன் highlight செய்யப்பட்டு, ஒவ்வொன்றுக்கும் விளக்கம் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. Live scoring + video timestamps வேண்டுமா? digitalmarketingtamil.com/free/-ல் interactive version-க்கு செல்லுங்கள்.

What is SEO — SEO என்றால் என்ன

1. SEO-ன் full form என்ன?

✓ Search Engine Optimization

Search Engine Operation

Social Engine Optimization

Site Engine Optimization

விளக்கம்: SEO = Search Engine Optimization. ஒரு சர்ச் இஞ்சினில் (Google, Bing) ஒருத்தர் தேடும்போது, உங்கள் website/business-ஐ ஆட்டோமேட்டிக்கா top-ல் காட்டுவதற்கான முறை.

2. வீடியோவில் SEO-ஐ எந்த உதாரணத்துடன் (analogy) விளக்குகிறார்?

✓ 100 floor shopping mall — உங்க shop-ஐ ground floor-க்கு கொண்டுவருவது

ஒரு பஸ் டிக்கெட்

ஒரு டிவி விளம்பரம்

ஒரு புத்தகம் எழுதுவது

விளக்கம்: Internet ஒரு 100 floor shopping mall போல. உங்க shop 100-வது floor-ல இருந்தால் யாரும் வரமாட்டாங்க. SEO உங்க shop-ஐ ground floor / best position-க்கு கொண்டுவருகிறது — அதனால் தேடி வரும் customer ஐ எளிதாக பெறலாம்.

3. Google-ஐ தவிர, வீடியோவில் எது ஒரு search engine-ஆக குறிப்பிடப்படுகிறது?

✓ Bing

WhatsApp

Gmail

Notepad

விளக்கம்: Google தான் மிக popular. ஆனா Bing-உம் ஒரு search engine. அதோடு social media platforms (Instagram, YouTube) கூட search engine போல செயல்படுகின்றன என்பதை later sections-ல் பார்ப்போம்.

SEO Benefits — SEO-ன் நன்மைகள்

4. Paid ads-ஐ விட SEO traffic-ன் முக்கிய நன்மை என்ன?

✓ **ஒவ்வொரு customer-க்கும் தனியா pay செய்ய தேவையில்லை (organic, targeted)**

Result உடனடியாக வரும்

எந்த வேலையும் தேவையில்லை

100% guarantee ர் ranking

விளக்கம்: Paid ads-ல் ஒவ்வொரு click / customer-க்கும் நீங்க pay செய்ய வேண்டும். SEO-ல் ஒரு கட்டத்துக்கு அப்புறம் natural-ஆ customer தேடி வருவாங்க — ஒவ்வொருத்தருக்கும் தனியா pay செய்ய தேவையில்லை.

---

5. SEO-ஐ ஒரு மரம் (tree) வளர்ப்பதற்கு ஒப்பிடுவது எதை சொல்லித்தருகிறது?

✓ **SEO ஒரு long-term investment — ஆரம்பத்தில் effort, பிறகு தொடர்ந்து benefit**

SEO ஒரு வாரத்தில் முடிந்துவிடும்

SEO-க்கு maintenance தேவையே இல்லை

மரம் போல SEO-ம் தானாக இறந்துவிடும்

விளக்கம்: மரம் போல — இன்னைக்கு விதை போட்டால் நாளைக்கே பழம் தராது. ஆரம்பத்தில் நல்ல effort போட்டு வளர்த்தால், ஒரு கட்டத்துக்கு அப்புறம் குறைந்த maintenance-ல் தொடர்ந்து benefit கொடுக்கும். SEO ஒரு long-term growth investment.

---

6. "Get found online" benefit-ஐ எந்த உதாரணத்துடன் சொல்கிறார்?

✓ **உங்க target customers மட்டும் நடக்கும் ஒரு street-ல் உங்க shop இருப்பது போல**

ஒரு காலி பாலைவனத்தில் shop வைப்பது போல

ஒரு பந்து விளையாடுவது போல

ஒரு போனில் பேசுவது போல

விளக்கம்: SEO மூலம் உங்க business, உங்க target customers தேடிக்கொண்டே இருக்கும் இடத்துல (search results) தெரியும். அது உங்க target customers மட்டும் நடக்கும் ஒரு main street-ல் shop வைத்திருப்பது போல — relevant visitors-ஐ கொண்டுவரும்.

---

7. ஒரு website top-ல் rank ஆவதால் கிடைக்கும் முக்கிய psychological benefit என்ன?

✓ **Trust / reputation — top-ல் இருப்பவர் best என்று மக்கள் நம்புகிறார்கள்**

Free hosting

தானாக social media followers

வரி (tax) விலக்கு

விளக்கம்: Search-ல் top-ல் வரும் website-ஐ மக்கள் automatically நம்புகிறார்கள் — "இவங்க best-ஆ இருக்கறதால தான் top-ல வராங்க" என்ற ஒரு trust / reputation உருவாகிறது.

SEO Problems & Limits — SEO-ன் பிரச்சினைகள்

8. SEO ஒரு "magic button" — அழுத்தினால் உடனே top-ல் வரும். இது சரியா?

✓ **இல்லை — SEO ஒரு procedure, அதற்கு time & patience தேவை**

ஆம், ஒரே நாளில் #1 வரலாம்

ஆம், button அழுத்தினால் போதும்

ஆம், ஆனா மட்டும் Bing-ல்

விளக்கம்: SEO ஒரு button இல்ல, ஒரு solution இல்ல — அது ஒரு procedure. கொஞ்சம் கொஞ்சமா, slow-ஆ result வரும். Patience, expertise, தொடர்ந்த work தேவை.

---

9. உங்களுக்கு instant / fast result வேண்டுமானால் வீடியோ எதை recommend செய்கிறது?

- **✓ Paid ads (paid advertising) போங்க**
- இன்னும் வேகமா SEO செய்யுங்க
- Website-ஐ delete செய்யுங்க
- ஒன்றும் செய்ய வேண்டாம்

விளக்கம்: SEO time எடுக்கும். உண்மையிலேயே fast / instant result வேண்டுமானால் paid ads தான் சரி. SEO-ஐ long-term-ஆ பார்க்கணும்.

---

10. Outdated / தவறான SEO advice-ஐ எந்த உதாரணத்துடன் சொல்கிறார்?

- **✓ ஒரு பழைய (outdated) map வைத்து இடம் தேடுவது போல — தவறான வழியில் போய்விடலாம்**
- ஒரு புதிய காரை ஓட்டுவது போல
- ஒரு நல்ல சாப்பாடு போல
- ஒரு புது போன் போல

விளக்கம்: பழைய map வைத்து போனால் தவறான இடத்துக்கு போய்விடலாம். அதேபோல, ஒரு காலத்தில் சரியாக இருந்த advice இப்போ தவறாக இருக்கலாம் — outdated advice உங்க result-ஐ late செய்யலாம் அல்லது பெரிய பாதிப்பு கொடுக்கலாம்.

---

11. தவறான (bad practice) SEO-ல் penalty வந்தால் என்ன ஆகும்?

- **✓ Ranking drop ஆகும், அதிலிருந்து recover செய்வது மிகவும் கடினம்**
- உடனடியாக #1 வரும்
- ஒன்றும் ஆகாது
- Google உங்களுக்கு பணம் தரும்

விளக்கம்: Penalty algorithm வந்தால் ranking drop ஆகும். அதிலிருந்து site-ஐ recover செய்வது மிகவும் கடினம். அதனால் தான் தெரியாமல் தவறான technique-ஐ apply செய்வது பெரிய risk.

Mindset — மைண்ட்செட்

12. "SEO time எடுக்கும்" — இந்த பிரச்சினையை மீற என்ன mindset சொல்கிறார்?

- **✓ பெரிய வேலையை சின்ன சின்ன tasks / goals-ஆ பிரித்து செய்வது**
- முழுவதையும் ஒரே நாளில் முடிப்பது
- SEO-ஐ விட்டுவிடுவது
- எதையும் plan செய்யாமல் இருப்பது

விளக்கம்: Time எடுக்கும் என்று தெரிந்தால், அதை சின்ன சின்ன tasks-ஆ பிரித்து செய்யுங்க. ஒவ்வொரு சின்ன task முடிக்கும்போது satisfaction கிடைக்கும், tracking-உம் எளிதாகும்.

---

13. Results guarantee இல்லை என்பதை சமாளிக்க கூடுதலா என்ன செய்யலாம்?

✓ Social media போன்ற வேற digital marketing channels-ஐயும் + low-competition keywords-ஐயும் பயன்படுத்துவது

ஒரே ஒரு keyword-ல் மட்டும் focus செய்வது

எந்த channel-ஐயும் பயன்படுத்தாமல் இருப்பது

Website-ஐ மறைப்பது

விளக்கம்: SEO result வர time எடுக்கும். அதனால் social media போன்ற parallel channels-ஐயும் use செய்யுங்க, மேலும் low-competition (long-tail) keywords-ல் முதலில் rank ஆகி confidence + early traffic பெறுங்க.

How Search Engines Work — சர்ச் இஞ்சின் எப்படி வேலை செய்கிறது

14. ஒரு search engine-ஐ எதனுடன் ஒப்பிடுகிறார்?

✓ ஒரு librarian (நூலகர்) — web-ல் இருக்கும் எல்லாவற்றையும் organize செய்து தருபவர்

ஒரு driver

ஒரு doctor

ஒரு teacher மட்டும்

விளக்கம்: Search engine = web-ன் librarian. Library-ல் books போல, web-ல் websites/pages-ஐ கண்டுபிடித்து, organize செய்து, user கேட்கும்போது சரியான ones-ஐ காட்டுகிறது.

15. ஒரு search engine-ன் முதல் step எது?

✓ Crawling — புதிய pages/websites-ஐ கண்டுபிடித்து links-ஐ follow செய்வது

Ranking

Indexing

Advertising

விளக்கம்: முதல் step Crawling. Librarian புது books-ஐ கண்டுபிடிப்பது போல, search engine புது web pages-ஐ கண்டுபிடித்து, ஒவ்வொரு link-ஐயும் follow செய்து basic notes எடுக்கிறது.

16. Indexing என்றால் என்ன?

✓ கண்டுபிடித்த information-ஐ analyze செய்து, page topic-ஐ புரிந்து, organize செய்து store செய்வது

Website-ஐ delete செய்வது

Ads காட்டுவது

Visitors-ஐ block செய்வது

விளக்கம்: Crawling-க்கு அப்புறம் Indexing. Librarian எந்த book-ஐ எந்த shelf-ல் வைக்கணும் என்று decide செய்வது போல — page-ன் content-ஐ deep-ஆ analyze செய்து, topic-ஐ புரிந்து, தேவையான information-ஐ organize செய்து store செய்கிறது.

17. Ranking stage-ல் search engine என்ன செய்கிறது?

✓ User-ன் query-ஐ புரிந்து, content quality + user experience வைத்து best results-ஐ வரிசைப்படுத்துகிறது

புது pages கண்டுபிடிக்கிறது

Page-ஐ store செய்கிறது மட்டும்

Email அனுப்புகிறது

விளக்கம்: கடைசி step Ranking. User எதை தேடுகிறார் என்று புரிந்து, index-ல் உள்ள pages-ன் content quality, value, user experience-ஐ மதிப்பிட்டு, ஒரு algorithm வைத்து best result-ஐ முதலில் காட்ட order செய்கிறது.

18. Search engine-ன் மூன்று முக்கிய steps சரியான வரிசையில் எவை?

✓ Crawling → Indexing → Ranking

Ranking → Crawling → Indexing

Indexing → Ranking → Crawling

Advertising → Crawling → Ranking

விளக்கம்: சரியான வரிசை: 1) Crawling (கண்டுபிடித்தல்) → 2) Indexing (organize + store) → 3) Ranking (best-ஐ order செய்தல்). இந்த மூன்றையும் எளிதாக்கினால் தான் நம் site நன்றாக rank ஆகும்.

Traditional vs AI Search — Traditional vs AI சர்ச்

19. Traditional search engine (Google, Bing) result எப்படி காட்டுகிறது?

✓ Title + description-உடன் websites-ன் ஒரு list (links)

ஒரே ஒரு direct answer மட்டும்

வீடியோ call

எதையும் காட்டாது

விளக்கம்: Traditional search engine — நீங்க search செய்தால் title, description, link-உடன் பல websites-ன் ஒரு list காட்டும். அதில் click செய்து நீங்க தான் சரியான பதிலை கண்டுபிடிக்கணும்.

20. AI search engine (ChatGPT, Perplexity, Gemini) எப்படி வேறுபடுகிறது?

✓ நேரடியா ஒரு answer கொடுக்கிறது + கீழே source citations (links) காட்டுகிறது

வெறும் links-ஐ மட்டும் காட்டுகிறது

எந்த answer-ம் கொடுக்காது

Ads மட்டும் காட்டுகிறது

விளக்கம்: AI search natural language-ஐ புரிந்து, பல sources-ல் இருந்து தகவல் சேகரித்து, நேரடியா ஒரு answer கொடுக்கிறது. அந்த answer-க்கு கீழே source citation links காட்டுகிறது.

21. AI search-ல் உங்க website எப்படி தோன்றும்?

✓ Answer-க்கு கீழே ஒரு source citation-ஆக

ஒரு pop-up ad-ஆக

ஒரு email-ஆக

தோன்றவே தோன்றாது

விளக்கம்: AI answer கொடுக்கும்போது, அந்த தகவல் எங்கிருந்து வந்தது என்று கீழே source citation links காட்டும். உங்க site அந்த citation-ஆ வந்தால் traffic + authority கிடைக்கும்.

22. Traditional search மட்டுமில்லாம AI search-க்கும் ஏன் optimize செய்யணும்?

✓ எல்லா search engines-ஐயும் cover செய்து future-க்கு ready ஆவதற்கு

Google-ஐ விட்டுவிடுவதற்கு

ஒரு கம்பெனியை மட்டும் சேர்க்க

எந்த காரணமும் இல்லை

விளக்கம்: மக்கள் இப்போ ChatGPT, Perplexity, Gemini போன்ற AI search-ஐயும் அதிகமா பயன்படுத்துகிறார்கள். எல்லா search engine-ஐயும் target செய்தால் தான் எல்லா traffic-ஐயும் பெற, future-க்கு ready ஆக முடியும்.

Social Media as Search — சோஷியல் மீடியா சர்ச்

23. Instagram, YouTube, Facebook போன்ற social media-ஐ எப்படி பார்க்கணும்?

✓ அவையும் ஒரு வகை search engine — நிறைய பேர் அங்கேயே தேடுகிறார்கள்

வெறும் entertainment மட்டும்

Search-க்கு உதவாது

Google-ன் ஒரு பகுதி

விளக்கம்: நிறைய பேர் — குறிப்பா young generation — Google-க்கு போகாமல், Instagram/YouTube-ல் தான் தேடுகிறார்கள் (ex: beauty salon, coffee shop). அதனால் social media-ஐயும் ஒரு search engine-ஆ consider செய்யணும்.

---

24. Google-ல் specific-ஆ தேடுபவர்களோடு ஒப்பிட்டால், social media-ல் users பெரும்பாலும் எந்த mood-ல் இருக்கிறார்கள்?

✓ Explore / trend mood-ல் (specific இல்லாமல் browse செய்வது)

எப்போதும் ஒரே ஒரு product-ஐ மட்டும் தேடுவது

எதையும் பார்க்காமல்

Email படிப்பது

விளக்கம்: Google-ல் users specific information-ஐ தேடுகிறார்கள். Social media-ல் அவர்கள் explore mode-ல் — "என்ன trending?", "recommendation என்ன?" என்ற mindset-ல் browse செய்கிறார்கள்.

---

25. Social media search-ல் என்ன content முதலில் காட்டப்படுகிறது (ranks)?

✓ Engagement metrics அதிகம் உள்ள content — likes, comments, shares, trending

எப்போதும் பழைய content

Random-ஆ எதுவும்

வெறும் text மட்டும்

விளக்கம்: Traditional search authority/links-ஐ பார்க்கிறது. Social media engagement-ஐ பார்க்கிறது — likes, comments, shares, bookmarks, எவ்வளவு trending, profile reach. அந்த metrics தான் priority.

Multi-platform Strategy — மல்டி-பிளாட்பார்ம் strategy

26. வீடியோ-ன்படி, primary focus எந்த platform-ல் இருக்கணும்?

✓ Google — இன்னும் market leader, அதிக targeted customers

ஒரே ஒரு புதிய app

Notepad

எதுவும் இல்லை

விளக்கம்: Bing, social search, AI search எல்லாம் வளர்ந்தாலும், Google தான் இன்னும் market leader. அதனால் Google-ஐ primary focus-ஆ வைத்து, மற்ற channels-க்கு parallel-ஆ ready ஆகணும்.

27. ஒரே ஒரு platform-ஐ மட்டும் நம்பி இருக்கக் கூடாது ஏன்?

✓ அந்த platform-ல் ban ஆனாலோ / negative நடந்தாலோ traffic-ஐ முழுவதும் இழந்துவிடுவீர்கள்

மற்ற platforms இலவசம் இல்லை

Google அதை அனுமதிக்காது

ஒரு platform போதாது என்று யாரும் சொல்லவில்லை

விளக்கம்: ஒரே platform-ஐ மட்டும் நம்பினால், அங்கே ஏதாவது negative நடந்தால் (ban, algorithm hit) traffic முழுவதும் போய்விடும். பல platforms-ல் presence இருந்தால் target customers-ஐ தொடர்ந்து reach செய்யலாம்.

Google Algorithm Updates — கூகுள் அல்காரிதம் அப்டேட்ஸ்

28. Google algorithm என்றால் என்ன?

✓ எந்த page முதலில், எது இரண்டாவது என்று decide செய்யும் ranking formula

ஒரு email service

ஒரு video editor

ஒரு payment gateway

விளக்கம்: Algorithm = Google-ன் ranking formula. ஒரு keyword-க்கு 10,000 pages இருந்தால், எதை முதலில், எதை இரண்டாவது காட்டணும் என்று இந்த formula தான் decide செய்கிறது.

29. Algorithm update-ஐ எந்த உதாரணத்துடன் விளக்குகிறார்?

✓ ஒரு recipe — அதன் ingredients மாறிக்கொண்டே இருக்கும், output-ஐ இன்னும் better ஆக்க

ஒரு கல்

ஒரு புத்தகம்

ஒரு பழைய காரு

விளக்கம்: Algorithm ஒரு recipe போல. Final output-ஐ (search result-ஐ) இன்னும் better ஆக்க, அதன் ingredients-ஐ Google மாற்றிக்கொண்டே இருக்கும் — அது தான் algorithm update.

30. ஒரு negative algorithm update உங்கள் site-க்கு என்ன செய்யலாம்?

✓ Ranking drop → traffic குறைவு → revenue decline

தானாக #1 ranking

Free backlinks

எந்த பாதிப்பும் இல்லை

விளக்கம்: உங்க method-ஐ Google bad-ஆ கருதினால் ranking significant-ஆ drop ஆகலாம். Ranking போனால் traffic போகும், traffic போனால் customers/revenue குறையும். அதனால் தான் algorithm updates முக்கியம்.

31. Algorithm updates-ல் safe-ஆ இருக்க best practice என்ன?

✓ Good practices, user experience focus, updated-ஆ இருப்பது + regular monitoring

எப்போதும் spam செய்வது

Update-களை ignore செய்வது

Site-ஐ மறைப்பது

விளக்கம்: Good (white hat) practices செய்து, user experience-ல் focus செய்து, புதிய updates-ஐ track செய்து (influencers follow செய்து), உங்க rankings-ஐ regularly monitor செய்தால் algorithm updates-ல் safe-ஆ இருக்கலாம்.

White / Black / Grey Hat — வைட் / பிளாக் / கிரே ஹாட்

32. White Hat SEO என்றால் என்ன?

✓ Genuine-ஆ, guidelines-ஐ follow செய்து, natural-ஆ செய்வது — slow ஆனா lasting

Spam links கொண்டு ஏமாற்றுவது

Content-ஐ copy செய்வது

Keyword stuffing செய்வது

விளக்கம்: White Hat = genuine, ethical SEO. Search engine guidelines-ஐ follow செய்து, natural-ஆ value கொடுத்து செய்வது. Result கொஞ்சம் slow ஆனா long-lasting.

33. Black Hat SEO-ன் சிறப்பியல்பு என்ன?

✓ Spam, keyword stuffing, spam links — high risk, temporary result

எப்போதும் safe & permanent

Google recommend செய்வது

Result-ஐ slow ஆக்குவது

விளக்கம்: Black Hat = guidelines-ஐ மீறி spam, keyword stuffing, mass spam links, copy content போன்ற tricks. Result fast-ஆ வரலாம் ஆனா risk அதிகம், temporary, penalty வாய்ப்பு.

34. Grey Hat SEO என்பது...

✓ White-க்கும் Black-க்கும் நடுவில் — சில shortcuts (ex: expired/aged domains)

முற்றிலும் illegal மட்டும்

100% Google approved

SEO-வே இல்லாதது

விளக்கம்: Grey Hat = white-க்கும் black-க்கும் middle ground. பெரும்பாலும் genuine, ஆனா சில shortcuts/loopholes (ex: aged/expired powerful domain வாங்குவது, link networks). சில இன்று grey, நாளை black ஆகலாம்.

35. வீடியோவில் எந்த approach-ஐ recommend செய்கிறார்?

✓ White Hat — long-term business-க்கு safe & lasting

Black Hat

எதையும் செய்யாதது

Grey Hat மட்டும்

விளக்கம்: Long-term business / website-க்கு White Hat தான் recommend. Risk குறைவு, lasting result. (3 மாதம் மட்டுமே தேவை என்றால் grey/black பற்றி தெரிந்துகொள்ளலாம், ஆனா risk-ஐ ஏற்க தயாராக இருக்கணும்.)

Technical / On-Page / Off-Page — SEO Categories

36. SEO-ன் மூன்று முக்கிய categories எவை?

✓ Technical SEO, On-Page SEO, Off-Page SEO

Red, Blue, Green SEO

Email, SMS, Call SEO

Fast, Slow, Medium SEO

விளக்கம்: எந்த method-ஆ இருந்தாலும், எல்லாமே மூன்று வகைகளுக்குள் வரும்: Technical SEO, On-Page SEO, Off-Page SEO. மூன்றையும் சரியா செய்தால் தான் success.

37. Technical SEO-ல் முக்கியமா எதை focus செய்வோம்?

✓ Website foundation — speed, mobile-friendliness, security, navigation

Backlinks மட்டும்

Social media posts

Email marketing

விளக்கம்: Technical SEO = website-ன் foundation. ஒரு வீடு கட்டும்போது blueprint, plumbing, electrical சரியா இருக்கணும் போல — site speed, mobile-friendly, security, clear navigation போன்ற technical problems-ஐ fix செய்வது.

38. On-Page SEO-ல் என்ன அடங்கும்?

✓ Content, keyword research, structure, title/meta, schema — site-க்குள் செய்வது

வேற websites-ல் links போடுவது

Server maintenance மட்டும்

Domain வாங்குவது

விளக்கம்: On-Page SEO = உங்க site-க்குள்ளேயே செய்யும் வேலை: keyword research, content creation, title & meta descriptions, structure, schema markup, permalinks. Customer-க்கும் search engine-க்கும் content-ஐ clear-ஆ காட்டுவது.

39. Off-Page SEO என்றால் என்ன?

✓ Site-க்கு வெளியே செய்யும் வேலை — backlinks, brand building, local citations

Site-க்குள் content எழுதுவது

Site speed-ஐ fix செய்வது

Title tag எழுதுவது

விளக்கம்: Off-Page SEO = உங்க website-ஐ தாண்டி, வெளியில் இருந்து செய்யும் வேலை. Main task backlinks / link building; அதோடு brand building, reviews, mentions, local citations.

40. Backlink என்றால் என்ன?

- **✓ வேற ஒரு website-ல் இருந்து உங்க website-க்கு வரும் link**
- உங்க site-க்குள் ஒரு page-ல் இருந்து இன்னொரு page-க்கு link
- ஒரு social media post
- ஒரு email

விளக்கம்: Backlink = இன்னொரு website உங்க website-க்கு link செய்வது. ஒரு வீட்டின் value சுற்றியுள்ள area-ஐ பொறுத்தது போல, உங்க page-க்கு வரும் powerful backlinks உங்க website authority-ஐ அதிகரிக்கும்.

How Fast Can You Rank? — எவ்வளவு சீக்கிரம் rank ஆகலாம்?

41. "எவ்வளவு நாளில் rank ஆகும்?" — இதற்கு சரியான பதில் என்ன?

- **✓ "It depends" — fixed answer இல்லை; ஒரு educated estimate மட்டும் தான்**
- சரியா 7 நாட்கள்
- சரியா 1 நாள்
- ஒருபோதும் rank ஆகாது

விளக்கம்: எந்த tool-ஆ, expert-ஆ இருந்தாலும் exact நாள் சொல்ல முடியாது. Best answer "it depends". Market, starting point, competition-ஐ வைத்து ஒரு educated estimate மட்டும் தான் சொல்ல முடியும்.

42. எப்போது comparatively எளிதாக rank ஆகலாம்?

- **✓ Competition குறைவா இருக்கும்போது / site-க்கு ஏற்கனவே authority & backlinks இருக்கும்போது**
- Competition அதிகமா இருக்கும்போது
- புதிய site-க்கு எந்த authority-ம் இல்லாதபோது
- எப்போதும் எளிதே இல்லை

விளக்கம்: Internet competition குறைவா இருந்தால், அல்லது site-க்கு ஏற்கனவே authority / strong backlink profile / regular content இருந்தால் ranking எளிது & வேகமாகும். அதிக competition இருந்தால் time அதிகம் எடுக்கும்.

SEO Competitors — SEO போட்டியாளர்கள்

43. உங்க business competitors-ம் SEO/search competitors-ம் ஒன்றுதானா?

- **✓ இல்லை — அவை வேறாக இருக்கலாம் (ஒரு blog / review site கூட உங்க search competitor)**
- ஆம், எப்போதும் ஒன்றுதான்
- Search competitors கிடையாது
- Business competitors முக்கியம் இல்லை

விளக்கம்: உதாரணம்: "best coffee shop"-க்கு உங்க direct business competitor இல்லாமல், ஒரு coffee guide blog அல்லது review platform rank ஆகலாம். அதனால் business competitor ≠ search competitor. நீங்க rank ஆக போராடுவது search competitors-ஒடு தான்.

44. Keyword research / technical / on-page-க்கு முன் ஏன் competitor analysis செய்யணும்?

- ✓ **யார் உங்க keywords-க்கு rank ஆகிறார்கள் என்று தெரிந்து, அவர்களை mimic + better செய்ய**
- Competitor-களை block செய்ய
- எந்த காரணமும் இல்லை
- Google கட்டாயப்படுத்துகிறது

விளக்கம்: ஒரு business start செய்வதுபோல, முதலில் யார் rank ஆகிறார்கள், அவர்கள் technical/on-page/off-page-ல் என்ன செய்கிறார்கள் என்று analyze செய்யணும். அவர்கள் நன்றாக செய்வதை mimic செய்து, gaps-ஐ கண்டுபிடித்து இன்னும் better செய்யலாம்.

Goal Planning — கோல் பிளானிங்

45. Goal / planning-ஐ எந்த உதாரணத்துடன் சொல்கிறார்?

- ✓ **GPS — எங்கு போகணும் என்று தெளிவா தெரிந்தால் தான் சரியான route எடுக்கலாம்**
- ஒரு கல்
- ஒரு புத்தகம்
- ஒரு டிவி

விளக்கம்: Goal இல்லாமல் SEO செய்வது, GPS இல்லாமல் driving செய்வது போல — எங்கு போறோம் என்று தெரியாமல் சுற்றிக்கொண்டே இருப்போம். Clear goal திசையை (direction) கொடுக்கிறது.

---

46. SEO-ல் முக்கியமா எந்த இரண்டு வகை investment-களை plan செய்யணும்?

- ✓ **Time investment & Money investment**
- Gold & Silver
- Car & Bike
- Email & SMS

விளக்கம்: SEO "free" போல தோன்றினாலும், அது இரண்டு வகையில் cost ஆகும்: Time investment (setup, daily monitoring, weekly content) மற்றும் Money investment (tools, services, experts). இரண்டையும் budget-க்கு ஏற்ப plan செய்யணும்.

---

47. எது ஒரு "smart" goal-க்கு சிறந்த உதாரணம்?

- ✓ **"6 மாதத்தில் Coimbatore textile keywords-ல் இருந்து organic traffic-ஐ X% அதிகரிப்பது"**
- "More visitors வேண்டும்"
- "நல்லா ஆகணும்"
- "எதோ ஒன்னு"

விளக்கம்: "More visitors" ஒரு poor goal — too vague. Smart goal specific-ஆ இருக்கும்: source (organic), location (Coimbatore), topic (textile), அளவு (X%), timeframe (6 மாதம்). Specific goal தான் track & achieve செய்ய எளிது.

Recap & Next Steps — தொகுப்பு & அடுத்த படி

48. இந்த fundamentals course-க்கு அப்புறம், அடுத்த course எது?

- **✓ Keyword Research**
- Video editing
- Logo design
- Email hosting

விளக்கம்: Fundamentals (what/why/how) முடிந்த பிறகு, அடுத்த step Keyword Research course — எப்படி keywords கண்டுபிடிப்பது, என்னென்ன types, methods, tools என்று detail-ஆ பார்ப்போம்.

49. SEO-ல் success-க்கு என்ன அவசியம் என்று வீடியோ வலியுறுத்துகிறது?

- **✓ 3 categories (technical + on-page + off-page) எல்லாவற்றையும் சரியா செய்வது + implement செய்வது**
- வெறும் படிப்பது மட்டும் போதும்
- ஒரே ஒரு backlink
- எதுவும் செய்ய வேண்டாம்

விளக்கம்: வெறும் கற்றுக்கொள்வது போதாது — apply + implement செய்யணும். Technical, On-Page, Off-Page மூன்றையும் சரியா செய்தால் தான் strong foundation + authority + experience உருவாகி success வரும். SEO ஒரு marathon, shortcut இல்லை.

© 2026 Digital Marketing Tamil · Alston Antony — மேலும் free resources: **digitalmarketingtamil.com/free/**
தமிழ் video பாடங்கள்: YouTube @DigitalMarketingTamil