

Technical SEO Quiz — Practice Questions & Answer Key

Technical SEO Quiz · 73 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.

Technical SEO Basics — தொழில்நுட்ப SEO அடிப்படை

1. Technical SEO என்றால் என்ன?

✓ Search engines, bots & AI agents உங்கள் website-ஐ எளிதில் crawl, index, render செய்யும்படி site infrastructure-ஐ structure செய்வது

Backlinks உருவாக்கும் process

Social media posts போடுவது

வெறும் keyword research மட்டும்

விளக்கம்: Technical SEO என்பது உங்கள் website-ஐ search engines, bots மற்றும் AI agents எளிதில் crawl, index, render செய்யும்படி அதன் technical foundation-ஐ ஒழுங்கமைப்பது. Pages discoverable-ஆ, properly indexed-ஆ, வேகமாக load ஆகும்படி பார்த்துக்கொள்வது.

2. Technical SEO ஏன் முக்கியம்? (வீடியோவின்படி)

✓ Technical issue-ஐ fix செய்து re-inspect கொடுத்தால் ranking-ல் உடனே recovery வரும்

அது backlinks-ஐ தானாக உருவாக்கும்

அது content எழுத தேவையில்லை என்பதால்

அதற்கு SEO-வுடன் தொடர்பில்லை

விளக்கம்: Content அல்லது link building-ஐ விட technical fixes-க்கு வேகமான return கிடைக்கும். ஒரு issue-ஐ fix செய்து Google-க்கு re-inspection கொடுத்தால், ranking பெரும்பாலும் உடனே recover ஆகும் — மாதக்கணக்கில் காத்திருக்க தேவையில்லை.

3. Link building-உடன் ஒப்பிடும்போது technical SEO-ன் சிறப்பு என்ன?

✓ Outreach / external actors தேவையில்லை — உங்கள் hosting, domain, site-க்குள் கட்டுப்பாட்டில் செய்யலாம்

வெளி websites-ஐ முழுவதும் சார்ந்தது

பணம் கட்டாயம் தேவை

Google தான் உங்களுக்காக செய்யும்

விளக்கம்: Off-page (link building) வெளி websites, outreach-ஐ சார்ந்தது. ஆனால் technical SEO முழுவதும் உங்கள் hosting, domain, code-க்குள் — உங்கள் கட்டுப்பாட்டில் இருக்கும் வேலை. அதனால் easy-ஆ பண்ணிவிடலாம்.

4. வீடியோவில் சொன்ன Google புள்ளிவிவரம் என்ன?

✓ 53%+ mobile users ஒரு site 3 second-க்குள் load ஆகவில்லை என்றால் வெளியேறிவிடுகிறார்கள்

10% users மட்டுமே mobile பயன்படுத்துகிறார்கள்

Speed ranking-ஐ பாதிக்காது

எல்லா users-ம் 10 second காத்திருப்பார்கள்

விளக்கம்: Google-ன் தரவுப்படி 53%-க்கும் மேற்பட்ட mobile users, ஒரு site 3 second-க்குள் load ஆகவில்லை என்றால் அதை விட்டு exit செய்துவிடுகிறார்கள். அதனால் speed ஒரு முக்கியமான technical factor.

5. Great content, pages, backlinks இருந்தாலும் ஏன் rank ஆகாமல் போகலாம்?

✓ Technical layer broken-ஆ இருந்தால் site crawl/index ஆகாது — solid foundation தேவை

Content தான் எல்லாம்

Backlinks மட்டும் போதும்

Technical SEO முற்றிலும் தேவையில்லை

விளக்கம்: Site-ல் great content, great pages, backlinks எல்லாம் இருந்தாலும் technical layer broken-ஆ இருந்தால் — crawl ஆகாமலோ, index reject ஆகியோ — எதுவும் rank ஆகாது. அதனால் technical SEO ஒரு அடித்தளம்.

Crawling & Crawl Budget — க்ராலிங் & க்ரால் பட்ஜெட்

6. Search engine-ன் அடிப்படை pipeline சரியான வரிசை எது?

✓ Discover → Crawl → Render/Read → Index → Rank

Rank → Index → Crawl → Discover

Index → Discover → Crawl → Rank

Crawl → Rank → Discover → Index

விளக்கம்: Google bot முதலில் URL-ஐ discover செய்து, crawl (request) செய்து, HTML-ஐ render/read செய்து, index செய்யலாமா என முடிவெடுத்து, signals வைத்து rank செய்கிறது. இது ஒரு தொடர் cycle-ஆக நடக்கிறது.

7. Crawl budget என்றால் என்ன?

✓ Google ஒரு site-க்கு எத்தனை pages-ஐ, எவ்வளவு அடிக்கடி crawl செய்வது என்ற வரம்பு

Site-ன் hosting cost

Backlink எண்ணிக்கை

Page-ன் word count

விளக்கம்: Google-க்கு millions of websites crawl செய்ய வேண்டும், எனவே ஒவ்வொரு site-க்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட crawl budget — எத்தனை pages, எவ்வளவு அடிக்கடி — ஒதுக்கப்படுகிறது. இந்த budget-க்குள் crawl ஆகாத pages index ஆகாது.

8. Crawl budget-ஐ எது அதிகம் பாதிக்கிறது?

✓ Site authority, server speed, response quality, content freshness, duplicate URLs

Site-ன் நிறம் & logo

Font size

Image alt text

விளக்கம்: Crawl budget — site authority (அதிக authority = அதிக budget), server speed, response quality (errors), content freshness, மற்றும் duplicate URL patterns-ஐ பொறுத்து மாறும். Amazon போன்ற authority site-க்கு budget அதிகம்.

9. Crawl budget வீணாகாமல் இருக்க என்ன செய்யணும்?

✓ Duplicate/thin pages-ஐ noindex செய்து, internal linking-ஐ சுத்தமாக வைத்து, முக்கிய pages-ஐ எளிதில் reach செய்யவும்

எல்லா pages-ஐயும் noindex செய்யவும்

Sitemap-ஐ delete செய்யவும்

Server-ஐ வேண்டுமென்றே slow ஆக்கவும்

விளக்கம்: Duplicate/thin pages-ஐ noindex செய்து, internal links-ஐ சுத்தமாக வைத்து, முக்கிய pages-ஐ 3 click-க்குள் reach செய்யக்கூடியதாக வைத்து, server speed-ஐ மேம்படுத்தினால் crawl budget வீணாகாது.

Robots.txt — ரோபோட்ஸ்.txt

10. robots.txt என்றால் என்ன?

✓ Root folder-ல் இருக்கும் ஒரு text file — எந்த bot எங்கு போகலாம்/போகக்கூடாது என்று சொல்கிறது

ஒரு image file

ஒரு CSS stylesheet

ஒரு database table

விளக்கம்: robots.txt என்பது உங்கள் domain-ன் root folder-ல் இருக்கும் ஒரு எளிய text file. எந்த bot எந்த பகுதிக்கு போகலாம் / போகக்கூடாது என்பதை இது சொல்கிறது. WordPress போன்ற CMS / plugins இதை உருவாக்கும்.

11. robots.txt-ல் பயன்படுத்தும் முக்கிய directives எவை?

✓ User-agent, Allow, Disallow (+ Sitemap location)

Title, Meta, H1

Red, Green, Blue

GET, POST, PUT

விளக்கம்: robots.txt-ல் User-agent (எந்த bot-க்கு), Allow / Disallow (எங்கு போகலாம்/கூடாது) directives பயன்படுத்துகிறோம். Sitemap location-ஐயும் இங்கே குறிப்பிடலாம் — அப்போது sitemap discover செய்வது எளிது.

12. Admin / private / internal-search pages-ஐ ஏன் Disallow செய்யணும்?

✓ அவை index ஆக தேவையில்லை — Disallow செய்தால் crawl budget வீணாகாது

அவை மிக முக்கியமான pages

அவை ranking-ஐ கூட்டும்

Google அதை கட்டாயப்படுத்துகிறது

விளக்கம்: Admin, private, internal search result pages எல்லாம் index ஆக தேவையில்லை. அவற்றை Disallow செய்தால், bot அவற்றை crawl செய்து crawl budget-ஐ வீணாக்காமல், முக்கிய pages-ஐ crawl செய்யும்.

13. robots.txt-ல் மிகப் பொதுவான ஆபத்தான தவறு என்ன?

✓ Development-ல் இட்L Disallow: / production-க்கு வந்த பிறகும் இருந்து முழு site-ஐயும் block செய்வது

Sitemap link சேர்ப்பது

User-agent: * பயன்படுத்துவது

File-ஐ root folder-ல் வைப்பது

விளக்கம்: Development/staging-ல் முழு site-ஐயும் block செய்ய இட்L Disallow: / production-க்கு போன பிறகும் தவறுதலாக இருந்துவிட்டால், உங்கள் முழு website-உம் Google-ல் இருந்து மறைந்துவிடும். Launch செய்த உடன் கட்டாயம் சரிபார்க்கவும்.

XML Sitemap — எக்ஸ்எம்எல் சைட்மேப்

14. XML sitemap என்றால் என்ன?

✓ Search engines-க்கு உங்கள் முக்கிய URLs-ன் structured list (modification dates உடன்)

Users பார்க்கும் visual menu மட்டும்

ஒரு backlink list

ஒரு CSS file

விளக்கம்: XML sitemap என்பது உங்கள் முக்கிய URLs-ன் structured list — modification dates உடன். இது search engines-க்கு உங்கள் priority pages-ஐ எளிதில் discover செய்ய உதவுகிறது. Visibility கூடும்.

15. Sitemap-ல் எந்த pages-ஐ சேர்க்கணும்?

✓ முக்கியமான, indexable, canonical pages மட்டும்

noindex pages-ஐயும் சேர்த்து

404 pages

எல்லா duplicate URLs-ம்

விளக்கம்: Best practice — sitemap-ல் முக்கியமான, indexable, canonical pages மட்டும் சேர்க்கவும். noindex / redirect / duplicate pages-ஐ சேர்த்தால் search engine-க்கு குழப்பம்.

16. ஒரு sitemap மிகப் பெரிதாக ஆனால் என்ன செய்யலாம்?

✓ தனித்தனி sitemaps + ஒரு sitemap index file உருவாக்கி, ஒரு section-க்கு ஒரு sitemap வைக்கலாம்

Pages-ஐ delete செய்யணும்

ஒன்றும் செய்ய முடியாது

Site-ஐ மூட வேண்டும்

விளக்கம்: Sitemap பெரிதாக ஆனால் (50,000 URL limit), ஒரு index sitemap file உருவாக்கி, section வாரியாக தனித்தனி sitemaps-ஐ அதனுள் link செய்யலாம். பிறகு அனைத்தையும் submit செய்யலாம்.

17. Sitemap-ஐ எங்கு submit செய்யணும்?

✓ Google Search Console & Bing Webmaster Tools

Facebook & Instagram

WhatsApp groups

எங்கும் submit செய்ய தேவையில்லை

விளக்கம்: உருவாக்கிய sitemaps-ஐ Google Search Console மற்றும் Bing Webmaster Tools-ல் submit செய்தால், அந்த platforms உங்கள் pages-ஐ வேகமாக discover & index செய்யும்.

Indexing & Coverage — இண்டெக்சிங் & கவரேஜ்

18. Google crawl செய்யும் எல்லா page-உம் index ஆகுமா?

✓ இல்லை — index செய்ய ஒரு quality & authority check உண்டு

ஆம், எல்லாமே index ஆகும்

ஆம், உடனடியாக

Crawl ஆனதே index ஆனதற்கு சமம்

விளக்கம்: Google crawl செய்யும் எல்லா page-உம் index ஆகாது — ஒரு quality & authority check உண்டு. Content தரமானதா, unique-ஆ, site authority போதுமா என்று பார்த்து தான் index செய்கிறது.

19. GSC-ல் 'Crawled – currently not indexed' என்றால் என்ன?

✓ Crawl ஆனது, ஆனால் index செய்ய Google தேர்வு செய்யவில்லை (content/authority பலவீனம்)

Page delete ஆனது

Page மிக வேகமாக உள்ளது

Backlink அதிகம் உள்ளது

விளக்கம்: 'Crawled – currently not indexed' என்றால் Google அந்த page-ஐ crawl செய்தது, ஆனால் index செய்ய தேர்வு செய்யவில்லை. பெரும்பாலும் காரணம் content thin/duplicate அல்லது authority போதவில்லை.

20. ஒரு முக்கிய page index ஆகாததற்கு பொதுவான காரணம் என்ன?

✓ Content thin/duplicate அல்லது site authority போதவில்லை

Page-ல் images அதிகம் உள்ளதால்

URL குறைவாக உள்ளதால்

Font சரியில்லாததால்

விளக்கம்: ஒரு page index ஆகவில்லை என்றால் பெரும்பாலான காரணம் — content thin / duplicate, அல்லது உங்கள் website authority அந்த page-ஐ index செய்யும் அளவுக்கு இல்லை.

21. Indexing-ஐ எப்படி மேம்படுத்தலாம்?

✓ Content-ஐ மேம்படுத்தி, internal links சேர்த்து, site authority build செய்வதன் மூலம்

Pages-ஐ delete செய்வதன் மூலம்

Sitemap-ஐ நீக்குவதன் மூலம்

Server-ஐ slow ஆக்குவதன் மூலம்

விளக்கம்: Content-ஐ ஆழமாக்கி, internal links சேர்த்து, மொத்த site authority-ஐ build செய்தால் — Google உங்கள் pages-ஐ index செய்யும் வாய்ப்பு அதிகரிக்கும்.

Meta Robots & Noindex — மெட்டா ரோபோட்ஸ்

22. Meta robots tag எதை control செய்கிறது?

✓ Page-level-ல் index/noindex மற்றும் follow/nofollow

Site-ன் நிறம்

Image size

Domain price

விளக்கம்: Meta robots tag (page-ன் head-ல் இடப்படும்) — அந்த குறிப்பிட்ட page-ஐ search engine எப்படி handle செய்யும் (index/noindex, follow/nofollow) என்பதை சொல்கிறது.

23. noindex என்றால் என்ன?

✓ இந்த page-ஐ search engine index செய்ய வேண்டாம் என்று சொல்வது

இந்த page-ஐ உடனே rank செய் என்பது

Backlink சேர் என்பது

Page-ஐ delete செய் என்பது

விளக்கம்: noindex = 'இந்த page-ஐ search engine-ல் காட்ட விரும்பவில்லை' என்று சொல்வது. அந்த page index ஆகாது, search results-ல் வராது (duplicate-ஆகவும் count ஆகாது).

24. nofollow என்றால் என்ன?

✓ இந்த page-ல் உள்ள links வழியாக authority pass செய்ய வேண்டாம் என்பது

இந்த page-ஐ index செய் என்பது

Page-ஐ வேகமாக்கு என்பது

Sitemap சேர் என்பது

விளக்கம்: nofollow = அந்த page-ல் இருக்கும் links-ஐ follow செய்து authority pass செய்ய வேண்டாம் என்று குறிக்கிறது. (index/noindex-உடன் சேர்த்து பயன்படுத்தலாம்.)

25. noindex-ஐ பொதுவாக எங்கு பயன்படுத்துவோம்?

✓ Thank-you pages, internal search results, thin tag/category pages

Homepage-ல்

முக்கிய service pages-ல்

எல்லா blog posts-ல்

விளக்கம்: noindex-ஐ thank-you pages, internal search result pages, low/thin content tag & category pages போன்றவற்றுக்கு பயன்படுத்துகிறோம் — ஏனெனில் அவை search-ல் வர தேவையில்லை.

26. noindex பற்றிய பொதுவான தவறு என்ன?

✓ Staging-ல் இட்ட noindex-ஐ production-க்கு போன பிறகு remove செய்ய மறப்பது

noindex-ஐ thank-you page-ல் வைப்பது

noindex-ஐ tag page-ல் வைப்பது

noindex-ஐ test page-ல் வைப்பது

விளக்கம்: Developers staging-ல் இட்ட noindex tag-ஐ production-க்கு போன பிறகு remove செய்ய மறந்துவிடுவார்கள் — அப்போது அந்த pages ஏன் rank ஆகவில்லை என்று குழம்புவார்கள். இதை fix செய்வது மிக முக்கியம்.

Duplicate Content & Canonical — ரூப்ளிகேட் & canonical

27. Duplicate content ஏன் ஒரு பிரச்சனை?

✓ ஒரே content பல URLs-ல் இருந்தால் நாமே நம் site-க்கு போட்டியாக மாறுகிறோம்

அது ranking-ஐ கூட்டும்

Google அதை மிகவும் விரும்புகிறது

எந்த பிரச்சனையும் இல்லை

விளக்கம்: ஒரே content பல URLs-ல் கிடைத்தால், எந்தப் பக்கத்தை rank செய்வது என்று Google குழம்பும் — நாமே நம் pages-க்கு போட்டியாக மாறி, authority-ஐ பிரித்துவிடுகிறோம்.

28. Duplicate content பெரும்பாலும் எதனால் ஏற்படுகிறது?

✓ HTTP/HTTPS, www/non-www, trailing slash, parameter URLs

அதிக images

நீண்ட content

Fast server

விளக்கம்: Duplicate content பெரும்பாலும் technical காரணங்களால் — http vs https, www vs non-www, trailing slash (/page vs /page/), parameter/query URLs — ஏற்படுகிறது. ஒரே content பல URL-களில் கிடைக்கும்.

29. Canonical tag என்ன செய்கிறது?

✓ Preferred version-ஐ குறித்து authority-ஐ ஒரே URL-ல் ஒருங்கிணைக்கிறது

Page-ஐ delete செய்கிறது

Server-ஐ வேகமாக்குகிறது

Backlink உருவாக்குகிறது

விளக்கம்: Canonical tag — பல similar URLs-ல் எது preferred (main) version என்று குறித்து, authority-ஐ ஒரே URL-ல் ஒருங்கிணைக்கிறது. இதனால் duplicate பிரச்சனை தீரும்.

30. Self-referencing canonical என்றால் என்ன?

✓ ஒவ்வொரு page-உம் தன்னையே preferred version-ஆக சுட்டிக்காட்டுவது

வேற site-ஐ சுட்டிக்காட்டுவது

Canonical-ஐ முற்றிலும் நீக்குவது

404-க்கு redirect செய்வது

விளக்கம்: Self-referencing canonical = ஒவ்வொரு page-உம் தன்னுடைய URL-ஐயே canonical- ஆக சுட்டிக்காட்டுவது. இது ஒரு சிறந்த practice — pages clean-ஆக, proper parent-ல் set ஆகி இருக்கும்.

HTTPS & WWW Consistency — HTTPS & www

31. HTTPS ஏன் முக்கியம்?

✓ Content-ஐ secure layer மூலம் அனுப்பி phishing-ல் இருந்து பாதுகாக்கிறது + ranking signal

Page-ஐ slow ஆக்குகிறது

Content-ஐ அழிக்கிறது

எந்த பயனும் இல்லை

விளக்கம்: HTTPS-ல் உங்கள் content secure layer மூலம் போவதால், passwords/user data safe-ஆக இருக்கும், phishing attacks-ல் இருந்து பாதுகாப்பு கிடைக்கும். மேலும் HTTPS ஒரு ranking signal.

32. SSL certificate பற்றிய உண்மை என்ன?

✓ Let's Encrypt போன்ற free / open-source SSL certificates கிடைக்கும்

எப்போதும் மிக அதிக விலை

Google மட்டும் தான் தரும்

SSL முற்றிலும் தேவையில்லை

விளக்கம்: இப்போது Let's Encrypt போன்ற நிறைய free SSL certificates கிடைக்கின்றன — காசே தேவையில்லை. Security level-ஐ பொறுத்து certificate type மாறும்; properly install செய்து சரிபார்க்கணும்.

33. www vs non-www / trailing slash விஷயத்தில் என்ன செய்யணும்?

✓ ஒரு version-ஐ preferred-ஆக தேர்ந்தெடுத்து மற்றதை 301 redirect செய்யணும்

இரண்டையும் தனித்தனி sites-ஆக வைக்கணும்

எதுவும் செய்ய தேவையில்லை

இரண்டையும் delete செய்யணும்

விளக்கம்: www vs non-www, trailing slash இரண்டையும் தனியாக விட்டால் சில search engines அவற்றை separate sites-ஆக கருதி duplicate பிரச்சனை வரும். ஒரு preferred version-ஐ தேர்ந்து மற்றதை 301 redirect செய்யணும்.

34. Site முழுவதும் HTTPS-க்கு என்ன தேவை?

✓ HTTP→HTTPS 301 redirect, HTTPS internal links, HTTPS canonicals & sitemap

வெறும் SSL install மட்டும் போதும்

Homepage-ல் மட்டும் HTTPS

எதுவும் கூடுதலாக தேவையில்லை

விளக்கம்: SSL install செய்தது மட்டும் போதாது — HTTP→HTTPS 301 redirect, internal links எல்லாம் HTTPS, canonicals HTTPS, sitemap-ல் HTTPS URLs — அனைத்தும் சரியாக இருந்தால் தான் முழு security வரும்.

HTTP Status Codes — HTTP ஸ்டேட்டஸ் கோட்ஸ்

35. 200 status code என்றால் என்ன?

✓ Page சரியாக load ஆகிறது (OK) — முக்கிய pages 200 return செய்யும்

Page இல்லை

Server error

Redirect

விளக்கம்: 200 OK = அந்த page சரியாக, ஓகே-ஆக load ஆகிறது என்று அர்த்தம். உங்கள் எல்லா முக்கிய ranking pages-உம் 200 return செய்ய வேண்டும்.

36. 301 status code எப்போது பயன்படுத்தணும்?

✓ URL நிரந்தரமாக மாறும்போது — link power-ஐ புதிய URL-க்கு transfer செய்கிறது

தற்காலிக மாற்றத்திற்கு

Page இல்லை எனக் காட்ட

Server error காட்ட

விளக்கம்: 301 = permanent redirect. ஒரு URL-ஐ நிரந்தரமாக இன்னொன்றுக்கு மாற்றும்போது (URL change / migration) இதை பயன்படுத்துகிறோம் — இது பழைய URL-ன் link power-ஐ புதிய URL-க்கு transfer செய்யும்.

37. 302 status code என்றால் என்ன?

✓ Temporary redirect — link power transfer ஆகாது

Permanent redirect

Page not found

Page OK

விளக்கம்: 302 = temporary redirect. 'இந்த page-ஐ தற்காலிகமாக மாற்றியுள்ளேன், திரும்ப live பண்ணுவேன்' என்னும்போது பயன்படுத்துகிறோம். இது link power-ஐ transfer செய்யாது — அதனால் நிரந்தர மாற்றத்திற்கு 302 பயன்படுத்தக்கூடாது.

38. 404 status code என்றால் என்ன?

✓ Page not found — முக்கிய/linked pages 404 ஆகக்கூடாது

Page சரியாக உள்ளது

Permanent redirect

Server slow

விளக்கம்: 404 = page not found (page இல்லை). சில 404 இயல்பானது, ஆனால் உங்கள் முக்கிய அல்லது internally-linked pages 404 ஆனால் அது பிரச்சனை — fix செய்யும்.

39. 410 status code 404-ல் இருந்து எப்படி வேறுபடுகிறது?

✓ Page நிரந்தரமாக நீக்கப்பட்டது — '404-ஐ விட வலுவான 'திரும்ப வராது' signal

Page சரியாக உள்ளது

Temporary redirect

எந்த வித்தியாசமும் இல்லை

விளக்கம்: 410 Gone = அந்த page நிரந்தரமாக நீக்கப்பட்டது, இனி திரும்ப வராது. 404-ஐ விட இது வலுவான signal — Google-க்கு 'இந்த URL இல்லவே இல்லை' என்று தெளிவாக சொல்கிறது.

40. 5xx status code எதை குறிக்கிறது?

✓ **Server / hosting error — crawl budget-ஐ வீணாக்கி rankings-ஐ பாதிக்கும்**

Page சரியாக உள்ளது

Permanent redirect

Page not found

விளக்கம்: 5xx = server-side error (hosting/server பிரச்சனை, maintenance, resource unavailable). அடிக்கடி 5xx வந்தால் crawl budget வீணாகி rankings பாதிக்கும் — உடனே சரிசெய்யுங்கள்.

41. Redirect chains / loops (A→B→A) ஏன் தவிர்க்கணும்?

✓ **Authority-ஐ வீணாக்கி, page load ஆகாமல் timeout ஆகும்**

அவை ranking-ஐ கூட்டும்

Google அவற்றை விரும்புகிறது

எந்த பிரச்சனையும் இல்லை

விளக்கம்: A→B→A loops அல்லது நீண்ட A→B→C chains — ஒவ்வொரு hop-லும் authority கம்மியாகி, page load ஆகாமல் timeout ஆகும். எப்போதும் single-step redirect (A→C) வைக்கணும்.

Site Speed — சைட் ஸ்பீடு

42. Site speed எதை பாதிக்கிறது?

✓ **Ranking, bounce rate, engagement, conversions/sales அனைத்தையும்**

வெறும் design-ஐ மட்டும்

எதையும் பாதிக்காது

வெறும் logo-ஐ

விளக்கம்: Speed ஒரு confirmed ranking factor மட்டுமல்ல — bounce rate, engagement, மற்றும் conversions/sales அனைத்தையும் நேரடியாக பாதிக்கிறது. மொபைல், rural users-க்கு குறிப்பாக முக்கியம்.

43. வீடியோவில் சொன்ன speed-sales case study என்ன?

✓ **ஒவ்வொரு 1 second load-time கூடுதலுக்கும் ~2% sales drop ஆகும்**

Speed sales-ஐ பாதிக்காது

Speed கூடினால் sales குறையும்

1 second = 50% sales drop

விளக்கம்: Ecommerce case study-ன்படி, ஒவ்வொரு 1 second load time கூடுதலுக்கும் கிட்டத்தட்ட 2% sales drop ஆகும். அதனால் speed business outcomes-க்கு நேரடி தாக்கம் உண்டு.

44. Site speed-க்கு பெரும்பாலான பிரச்சனை எதனால்?

✓ **Optimize செய்யாத பெரிய images / media files**

சிறிய text

Internal links

Schema markup

விளக்கம்: Big media — optimize செய்யாத images, videos — தான் பெரும்பாலான speed issues-க்கு காரணம். அதனால் browser-friendly format (WebP), compression பயன்படுத்தணும்.

45. Browser caching என்ன செய்கிறது?

✓ Repeat visitors-க்கு assets-ஐ அவர்கள் browser-ல் சேமித்து அடுத்த முறை வேகமாக load செய்கிறது

Page-ஐ delete செய்கிறது

Server-ஐ slow ஆக்குகிறது

Images-ஐ அழிக்கிறது

விளக்கம்: Caching — ஒரு page-க்கு தேவையான resources-ஐ user-ன் browser-ல் சேமித்துவைக்கிறது. அடுத்த முறை வரும்போது அவற்றை மீண்டும் download செய்யாமல், cache-ல் இருந்து வேகமாக load செய்யும். Plugins இதை automate செய்யும்.

46. CDN (Content Delivery Network) என்ன செய்கிறது?

✓ உலகெங்கும் உள்ள users-க்கு அருகில் உள்ள server-ல் இருந்து content deliver செய்து TTFB-ஐ குறைக்கிறது

Content-ஐ எழுதுகிறது

Keyword research செய்கிறது

Backlink உருவாக்குகிறது

விளக்கம்: உங்கள் hosting ஒரே இடத்தில் இருந்தாலும், CDN உலகெங்கும் உள்ள users-க்கு அருகில் உள்ள server-ல் இருந்து cached copy-ஐ deliver செய்து speed-ஐ (TTFB) மேம்படுத்தும். Cloudflare ஒரு பிரபலமான CDN.

Core Web Vitals — கோர் வெப் வைட்டல்ஸ்

47. Core Web Vitals என்றால் என்ன?

✓ Google அளவிடும் UX metrics (LCP, INP, CLS) — site speed optimization-ன் ஒரு பகுதி

Keyword metrics

Backlink metrics

Social media metrics

விளக்கம்: Core Web Vitals என்பது Google அளவிடும் குறிப்பிட்ட UX / page experience metrics — LCP, INP, CLS. இவை site speed optimization-உடன் நேரடியாக தொடர்புடையவை.

48. LCP (Largest Contentful Paint) எதை அளக்கிறது?

✓ முக்கிய content எவ்வளவு வேகமாக paint / load ஆகிறது

User interaction speed

Layout shift

Server cost

விளக்கம்: LCP = Largest Contentful Paint — page-ன் முக்கிய (largest) content எவ்வளவு வேகமாக paint ஆகிறது (loading time). நல்ல range ≤ 2.5 second.

49. CLS (Cumulative Layout Shift) எதை அளக்கிறது?

✓ Load ஆகும்போது layout எவ்வளவு குலங்குகிறது (visual stability)

Loading time

Server speed

Keyword density

விளக்கம்: CLS = Cumulative Layout Shift — page load ஆகும்போது elements எவ்வளவு unexpected-ஆக நகர்கின்றன / குலங்குகின்றன (visual stability). குறைவான CLS தான் நல்லது.

50. CLS-ஐ மேம்படுத்த ஒரு எளிய வழி என்ன?

✓ எல்லா images/embeds-க்கும் width & height attributes குறிப்பிடுவது

எல்லா images-ஐயும் நீக்குவது

Content-ஐ பாதியாக குறைப்பது

Server-ஐ மாற்றுவது

விளக்கம்: Images / embeds-க்கு width & height குறிப்பிட்டால், browser அந்த இடத்தை முன்கூட்டியே reserve செய்து, load ஆகும்போது layout shift ஆகாமல் (CLS குறைந்து) இருக்கும். Good hosting & optimized code-உம் CWV-ஐ மேம்படுத்தும்.

Mobile-First Indexing — மொபைல்-ஃபர்ஸ்ட் இண்டெக்சிங்

51. Mobile-first indexing என்றால் என்ன?

✓ Google உங்கள் mobile version-ஐ முதன்மையாக crawl & index செய்கிறது

Desktop version-ஐ மட்டும் crawl செய்கிறது

Mobile-ஐ ignore செய்கிறது

வெறும் tablet version-ஐ

விளக்கம்: Google ஒரு கட்டத்தில் mobile-first indexing-க்கு மாறியது — அதாவது உங்கள் site-ன் mobile version-ஐ தான் முதன்மையாக crawl, index, rank-க்கு பயன்படுத்துகிறது.

52. Google ஏன் mobile-first-க்கு மாறியது?

✓ Worldwide traffic-ல் பெரும்பகுதி mobile மூலம் வருகிறது

Desktop computers இல்லாததால்

Mobile screens சிறியதால்

Google-க்கு mobile பிடிக்கும் என்பதால்

விளக்கம்: World-wide traffic-ல் பெரும்பகுதி mobile மூலம் தான் வருகிறது — குறிப்பாக India, Sri Lanka போன்ற நாடுகளில், மற்றும் local business searches-ல். அதனால் Google mobile-first-க்கு மாறியது.

53. Mobile version-ல் என்ன இருக்க வேண்டும்?

✓ Desktop-ன் அதே content, schema, meta tags, internal links

குறைவான content

வெறும் images

ஒன்றும் தேவையில்லை

விளக்கம்: Mobile-first indexing-ல், mobile version-ல் desktop-ன் அதே content, schema, meta tags, internal links, targets எல்லாம் இருக்க வேண்டும் — இல்லையெனில் signals miss ஆகும்.

54. Aesthetic responsive design மட்டும் போதுமா?

- ✓ போதாது — functional-ஆகவும், same content & signals-உடன் வேகமாகவும் இருக்கணும்
- ஆம், அழகா இருந்தால் போதும்
- Mobile முற்றிலும் தேவையில்லை
- Desktop மட்டும் போதும்

விளக்கம்: வெறும் அழகான (aesthetic) responsive design போதாது — mobile-ல் same content/signals இருக்கணும், speed optimize ஆகி இருக்கணும், user experience நன்றாக இருக்கணும். அதுதான் உண்மையான mobile-first readiness.

Site Architecture & Internal Links — சைட் architecture & internal links

55. Internal linking ஏன் முக்கியம்?

- ✓ Crawlability-ஐ மேம்படுத்தி, authority-ஐ pages-க்கு பகிர்ந்து, users-ஐ வழிநடத்துகிறது
- அது முற்றிலும் தேவையில்லை
- அது site-ஐ slow ஆக்கும்
- Google அதை penalize செய்யும்

விளக்கம்: Internal links — bots உங்கள் pages-ஐ எளிதில் கண்டுபிடிக்க (crawlability), page authority-ஐ பகிர, மற்றும் users-ஐ தொடர்புடைய content-க்கு வழிநடத்த உதவுகின்றன.

56. Site architecture-ல் '3-click rule' என்ன சொல்கிறது?

- ✓ எந்த முக்கிய page-உம் homepage-ல் இருந்து சுமார் 3 click-க்குள் reach ஆக வேண்டும்
- Page-ல் 3 images இருக்கணும்
- 3 keywords போதும்
- 3 backlinks தேவை

விளக்கம்: நல்ல site architecture-ல் — logical hierarchy இருக்கணும், முக்கிய pages homepage-க்கு அருகில் (சுமார் 3 click-க்குள்) இருக்கணும். அப்போது users-உம் bots-உம் எளிதில் reach செய்வார்கள்.

57. Orphan page என்றால் என்ன?

- ✓ எந்த internal link-உம் இல்லாத page — crawl/discover செய்வது கஷ்டம்
- அதிக links உள்ள page
- Homepage
- ஒரு 404 page

விளக்கம்: Orphan page = எந்த internal link-உம் சுட்டிக்காட்டாத page. அதை bots discover/crawl செய்வது கஷ்டம். எனவே broken links-ஐ சரிசெய்து, ஒவ்வொரு முக்கிய page-க்கும் internal link இருக்கணும்.

Schema & Structured Data — ஸ்கீமா & structured data

58. Schema markup (structured data) என்றால் என்ன?

✓ Search engines & AI-க்கு content-ன் type/entity/context-ஐ சொல்லும் machine-readable JSON-LD code

ஒரு image format

ஒரு hosting type

ஒரு keyword research tool

விளக்கம்: Schema markup = search engines மற்றும் AI systems-க்கு உங்கள் content-ன் type, entity, context-ஐ machine-readable-ஆக (பொதுவாக JSON-LD) சொல்லும் code. Page-ன் head-ல் இடப்படும்.

59. பொதுவான முக்கியமான schema types எவை?

✓ Organization, LocalBusiness, Article, FAQ, Breadcrumb, Video

JPG, PNG, GIF

GET, POST, PUT

H1, H2, H3

விளக்கம்: முக்கிய schema types — Organization & Person (brand/author, E-E-A-T), LocalBusiness (local SEO), Article, FAQ, HowTo, Breadcrumb, Video. Agent-era-ல் Organization & authority schema இன்னும் முக்கியம்.

60. Schema-வின் ஒரு முக்கிய நன்மை என்ன?

✓ Rich results (FAQ accordions, breadcrumbs, ratings) வாய்ப்பு கிடைக்கும்

Page-ஐ slow ஆக்கும்

Content-ஐ மறைக்கும்

Backlink உருவாக்கும்

விளக்கம்: Schema search engines-க்கு context கொடுப்பதால் rich results (star ratings, FAQ accordions, breadcrumbs) வாய்ப்பு கிடைக்கிறது — SERP-ல் உங்கள் result இன்னும் கவர்ச்சியாக தெரியும்.

61. Schema AI agents-க்கு எப்படி உதவுகிறது?

✓ Page முழுவதையும் render செய்யாமல், schema-ல் இருந்து நேரடியாக entity & answer எடுக்க முடியும்

AI schema-ஐ படிக்காது

Schema AI-ஐ block செய்கிறது

எந்த தொடர்பும் இல்லை

விளக்கம்: AI agent-க்கு ஒரு page-ஐ முழுவதும் render செய்து படிக்க நேரம்/பொறுமை குறைவு. Schema இருந்தால், அதில் இருந்து நேரடியாக entity & answer-ஐ instant-ஆக புரிந்துகொள்ளும் — அதனால் schema இன்னும் முக்கியமாகிறது.

JavaScript & Website Migration — JavaScript & migration

62. JavaScript-heavy sites-ல் SEO பிரச்சனை என்ன?

✓ Content JS-க்கு பின் இருந்தால் bot அதை render/read செய்ய கூடுதல் முயற்சி தேவை — content-ஐ miss செய்யலாம்

JS sites எப்போதும் சிறந்தவை

JS தானாக ranking-ஐ கூட்டும்

எந்த பிரச்சனையும் இல்லை

விளக்கம்: Static HTML-ஐ தான் bots எளிதில் crawl/render செய்யும். JavaScript-heavy sites-ல் content JS மூலம் load ஆனால், bot அதை render செய்ய கூடுதல் step தேவை — சில நேரம் content-ஐ miss செய்யலாம்.

63. JavaScript rendering-க்கு தீர்வுகள் எவை?

✓ Server-side rendering (SSR), static site generation, dynamic rendering

Images-ஐ நீக்குவது

Backlinks சேர்ப்பது

Keywords stuff செய்வது

விளக்கம்: JavaScript rendering issues-க்கு — server-side rendering (SSR), static site generation, அல்லது dynamic rendering பயன்படுத்தலாம். Astro போன்ற static-first frameworks இதற்கு சிறந்தவை (content raw HTML-ல் ready).

64. Website migration என்றால் என்ன?

✓ Domain அல்லது URL structure-ஐ மாற்றுவது

புதிய content எழுதுவது

Backlink உருவாக்குவது

Image optimize செய்வது

விளக்கம்: Website migration = ஒரு domain-ல் இருந்து இன்னொரு domain-க்கு, அல்லது URL structure-ஐ மாற்றுவது. தவறாக செய்தால் traffic முழுவதையும் இழக்கலாம்.

65. Migration-ல் traffic loss இல்லாமல் இருக்க மிக முக்கியமானது எது?

✓ எல்லா old URLs-க்கும் சரியான 301 redirect + updated canonicals/links/sitemap + GSC monitoring

302 redirect பயன்படுத்துவது

Old domain-ஐ expire ஆக விடுவது

Redirects-ஐ skip செய்வது

விளக்கம்: Migration-ல் — எல்லா old URLs-க்கும் சரியான new URL-க்கு 301 redirect, updated canonicals, updated internal links, புதிய sitemap, மற்றும் Search Console-ல் monitoring தேவை. அப்போதுதான் authority பாதுகாக்கப்படும்.

66. Migration-ல் பொதுவான தவறு என்ன (விளைவு என்ன)?

✓ 301-க்கு பதிலாக 302 / old domain expire — domain authority முழுவதுமாக இழக்கும்

301 redirect பயன்படுத்துவது

Sitemap update செய்வது

Internal links update செய்வது

விளக்கம்: Migration-ல் 301-க்கு பதிலாக 302 பயன்படுத்துதல், old domain-ஐ expire ஆக விடுதல், redirects-ஐ proper-ஆ map செய்யாதது — இவை domain authority-ஐ முழுவதுமாக இழக்க வைக்கும். Alston-ம் பல முறை migrate செய்துள்ளார் (WordPress → Astro உட்பட).

AI Crawler Optimization (GEO) — AI crawler / GEO

67. AI crawler optimization (GEO) என்றால் என்ன?

✓ ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews போன்ற AI agents-க்காக site-ஐ optimize செய்தல்

Google ads-ஐ optimize செய்தல்

Social media posts போடுவது

Email marketing

விளக்கம்: AI crawler optimization (GEO / AI SEO) என்பது 2026-ன் புதிய frontier — ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews போன்ற AI assistants & LLM agents உங்கள் content-ஐ எளிதில் எடுக்கும்படி optimize செய்தல்.

68. AI crawler optimization-ல் முதலில் சரிபார்க்க வேண்டியது என்ன?

✓ robots.txt-ல் AI crawlers-ஐ தவறுதலாக block செய்துவிட்டீர்களா என்பது

Logo design

Font size

Backlink எண்ணிக்கை

விளக்கம்: முதலில் robots.txt-ல் GPTBot, PerplexityBot போன்ற AI crawlers-ஐ தவறுதலாக Disallow / block செய்துவிட்டீர்களா என்பதை சரிபார்க்கணும் — இல்லையென்றால் AI அந்த content-ஐ அணுக முடியாது.

69. AI agents-க்கு content எளிதில் கிடைக்க என்ன முக்கியம்?

✓ Content raw HTML-லேயே ready-ஆ இருக்கணும்; JavaScript-ஐ minimize செய்யணும்

அதிக JavaScript பயன்படுத்தணும்

Content-ஐ மறைக்கணும்

Server-ஐ slow ஆக்கணும்

விளக்கம்: AI-க்கு ஒரு page-ஐ render செய்து படிக்க நேரம்/பொறுமை குறைவு. அதனால் content raw HTML-லேயே meaningful-ஆக ready-ஆ இருக்கணும், JavaScript-ஐ minimize செய்யணும் — அப்போதுதான் AI அதை instant-ஆ எடுக்கும்.

70. AI discovery-க்கு சிறந்த அடித்தளம் என்ன?

✓ Clean HTML + fast server + correct robots + schema + answer-first content

அதிக ads + popups

Keyword stuffing

Slow server

விளக்கம்: சுருக்கமாக — clean HTML + fast server response + correct robots rules + clear schema + answer-first content. இவை சேர்ந்தால் AI agents உங்கள் content-ஐ எளிதில் கண்டுபிடித்து பயன்படுத்தும்.

Audit & Action Plan — ஆடிட் & action plan

71. Technical SEO audit-ஐ எங்கிருந்து தொடங்கணும்?

✓ **Google Search Console-ஐ connect செய்து, index coverage issues-ஐ review செய்வதில் இருந்து**

Backlinks வாங்குவதில் இருந்து

Social media-ல் இருந்து

Paid ads-ல் இருந்து

விளக்கம்: Technical audit-ன் முதல் step — Google Search Console-ஐ connect செய்வது (அனைத்திற்கும் அடித்தளம்), பிறகு index coverage issues, robots.txt, sitemap, status codes, speed, mobile, schema-ஐ வரிசையாக சரிபார்ப்பது.

72. வீடியோவின் முக்கிய அறிவுரை என்ன?

✓ **Practical-க்கு நேரடியா குதிக்காமல், முதலில் concepts-ஐ புரிந்துகொண்டு solid foundation அமைக்கணும்**

Concepts தேவையில்லை, practical மட்டும் போதும்

Tools மட்டும் தெரிந்தால் போதும்

Technical SEO முற்றிலும் தேவையில்லை

விளக்கம்: நிறைய பேர் solid foundation இல்லாமல் நேரடியா practical-க்கு குதிப்பார்கள். ஆனா concepts-ஐ புரிந்துகொண்டு தான் செய்தால் — எதை, ஏன் செய்கிறோம் என்று தெரிந்து, doubts வரும்போது தீர்க்க முடியும்.

73. வீடியோவின்படி சரியான SEO வரிசை என்ன?

✓ **On-page → Technical SEO → Off-page (link building)**

Off-page → Technical → On-page

Link building முதலில்

வரிசை முக்கியம் இல்லை

விளக்கம்: On-page content-ஐ users-க்கு optimize செய்கிறது; technical SEO அதை machines & indexing systems-க்கு புரியும்படி செய்கிறது. சரியான வரிசை: on-page → technical → off-page (link building). அடுத்த course off-page.