

Web Siteniz için **SEO***

Search
Engine
Optimization



adresgezgini®

Web Siteniz için **SEO**

*

Search Engine Optimization



Hazırlayanlar:

Emin Can SÜMER

www.adresgezgini.com/ekibimiz/emin-can-sumer

twitter.com/emincan

Dr. Bora MOCAN

www.adresgezgini.com/ekibimiz/bora-mocan

twitter.com/boramocan

S. Mahir SÜMER

www.adresgezgini.com/ekibimiz/mahir-sumer

twitter.com/mahirsumer

© 2013

Bu kitapçığın tüm yayın hakları AdresGezgini® firmasına aittir.



Web Siteniz için SEO

Önsöz

SEO, "arama motoru optimizasyonu" için kullanılan bir kısaltmadır. Bir SEO ajansı ile çalışma kararı, sitenizi geliştirebilecek ve size zaman kazandırabilecek büyük bir karardır, ancak sitenize ve itibarınıza zarar verme riski de vardır. SEO'nun sitenize kazandırabileceği avantajların yanı sıra sorumsuzca hazırlanmış bir SEO'nun verebileceği zararları da araştırdığınızdan emin olun.

Bu kitapçığı, SEO konusundaki kararınızı en sağlıklı şekilde alabilmenize yardımcı olabilecek bir kılavuz olarak hazırladık. SEO hakkında yapılması gerekenleri, eksik ve yanlış bilinen tüm noktaları açıklayarak bu konudaki soru işaretlerini gidermeyi ve web sitenizin yatırım getirisini arttırmaya yardımcı olmayı hedefliyoruz.

0. SEO Nedir? Neden Önemlidir?
1. Anahtar Kelimeleri Anlamak
2. Anahtar Kelimeler Nasıl Belirlenir?
 - 2.1. Ana ürün ve hizmetlerin listesini çıkarma
 - 2.2. Satış ve hizmet ile ilgili kelimeler belirleme
 - 2.3. Çok genel anahtar kelimelerden kaçınma
 - 2.4. Alakasız anahtar kelimelerden kaçınma
 - 2.5. Yerel anahtar kelimeler belirleme
3. Ana Sayfa: SEO Stratejinizin Anahtarı
4. Ürün/Hizmet Sayfaları
5. Etiketler (Tag), SEO'nun Anahtar Elemanları
 - 5.1. "Title" etiketi
 - 5.2. "Description" etiketi
 - 5.3. "H1" etiketi
 - 5.4. "H2" ve "H3" etiketleri
 - 5.5. "img" etiketi ve "alt" özelliği
6. Üretkenliğinizi Arttıracak Araçlar
 - 6.1. Google Analytics
 - 6.2. Google Webmaster Araçları
 - 6.3. Google PageSpeed Aracı
 - 6.4. GoMo - Mobil Uyumluluk Aracı
7. Geriye Kalanlar
8. AdresGezgini SEO Hizmetleri Neler İçerir?
9. Kaynakça



0. SEO Nedir? Neden Önemlidir?

Pek çok SEO ajansı ve danışmanı, web sitesi sahipleri için aşağıdakiler gibi yararlı hizmetler sunmaktadır:

- Sitenizin içeriğini veya yapısını inceleme
- Web sitesinin geliştirilmesiyle ilgili teknik önerilerde bulunma. *Örneğin, barındırma, yönlendirmeler, hata sayfaları, JavaScript kullanımı*
- İçerik geliştirme
- Çevrimiçi iş geliştirme kampanyalarının yönetimi
- Anahtar kelime araması
- SEO eğitimi
- Belirli pazarlarda ve bölgelerde uzmanlık

Google arama sonuçları sayfasının, organik arama sonuçları ve genellikle ödemeli reklamlar ("Reklamlar" başlığı altında gösterilir) içerdiğini unutmayın. Google ile reklam vermenizin, sitenizin organik arama sonuçlarındaki durumu üzerinde hiçbir etkisi olmaz. Google, siteleri ücret karşılığında arama sonuçlarına eklemeyi veya sitelerin sıralamasını değiştirmeyi. Organik arama sonuçlarında görünmenin herhangi bir maliyeti yoktur. Web Yöneticisi Araçları, resmi Web Yöneticisi Merkezi Blog'u ve tartışma forumu gibi ücretsiz kaynaklarda sitenizi organik arama için nasıl optimize edebileceğiniz konusunda bol miktarda bilgi bulabilirsiniz.

Bir SEO ile çalışmayı düşünüyorsanız, ne kadar çabuk harekete geçerseniz o kadar iyi olur. SEO ile çalışmaya başlamak için en uygun zaman bir siteyi yeniden tasarlamayı veya yeni bir siteyi devreye sokmayı düşündüğünüz zamandır. Bu şekilde SEO'nuz ve siz, daha en başından sitenizin, arama motorlarına uygun bir şekilde tasarlanmasını sağlayabilirsiniz. Bununla birlikte iyi bir SEO, mevcut bir siteyi de iyileştirmeye yardımcı olabilir.

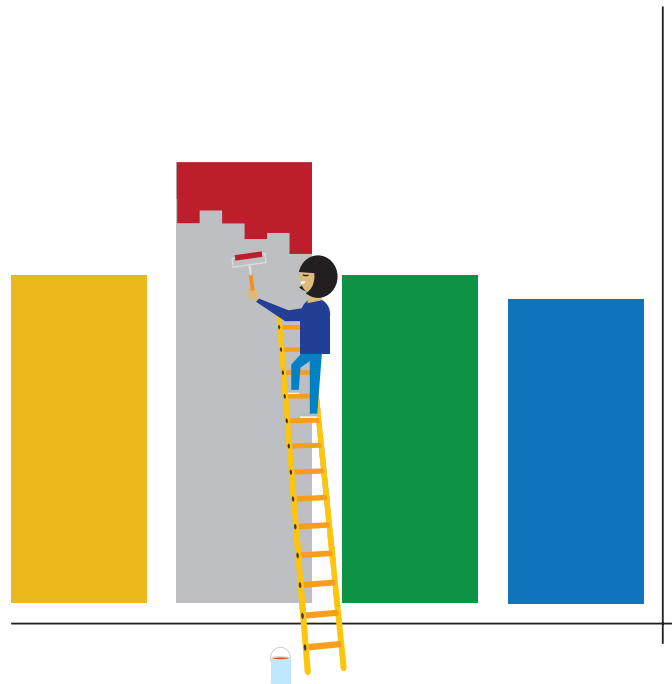
SEO'ya yöneltebileceğiniz yararlı sorulardan bazıları şunlardır:

- Google Web Yöneticisi Yönergeleri'ne uyuyor musunuz?
- Organik aramaya ek olarak çevrimiçi pazarlama hizmetleri veya önerisi sunuyor musunuz?
- Ne kadar zamanda, nasıl sonuçlar bekliyorsunuz? Başarınızı nasıl ölçüyorsunuz?
- Sektörümüzdeki deneyiminiz nedir?
- Ülkemizdeki/şehirimizdeki deneyiminiz nedir?
- Uluslararası siteler hazırlama konusunda deneyiminiz nedir?
- En önemli SEO teknikleriniz nelerdir?
- Ne kadar zamandır bu işle ilgileniyorsunuz?
- Sizinle nasıl iletişim kurabilirim? Sitemizde yaptığınız değişikliklerin tümünü bizimle paylaşıp nedenleriyle birlikte önerileriniz hakkında bize ayrıntılı bilgi verecek misiniz?

SEO'lar, müşterilerine değerli hizmetler sağlayabiliyor olsa da etik kuralları gözetmeyen bazı SEO'lar, agresif pazarlamacılık anlayışları ve arama sonuçlarına haksız yöntemlerle müdahale etme girişimleri yüzünden tüm sektörü şüpheli duruma düşürmektedir. Google Yönergeleri'ni ihlal eden uygulamalar, sitenizin Google'daki görünümü ile ilgili olumsuz düzenleme yapılmasına neden olabilir ve hatta sitenizin Google arama sonuçlarından kaldırılmasıyla sonuçlanabilir.

En yaygın hilelerden biri, aldatıcı yönlendirmeler kullanarak kullanıcıları başka bir siteye yönlendiren "gölge" alan adları oluşturmaktır. Çoğu zaman bu gölge alan adları, bir müşteri adına çalıştığını iddia eden SEO'nun kendisine aittir. Ancak aralarındaki ilişki bozulduğunda SEO alan adını farklı bir siteye, hatta rakibin alan adına yönlendirebilmektedir. Böyle bir durumda müşteri, tamamen SEO'ya ait olan bir rakip sitenin geliştirilmesi için para ödemiş olmaktadır.

Başka bir gayrimeşru uygulama da, müşterinin sitesinde bir yere anahtar kelimelerle yüklü "köprü" sayfalar yerleştirmektir(backlink hizmeti). SEO bu uygulamanın sayfayı daha fazla sorgu için daha alakalı hale getireceğini söylemektedir. Bu, doğası gereği yanlıştır; çünkü tek tek sayfalar çok çeşitli anahtar kelimeler ile nadiren alakalıdır. Bununla birlikte söz konusu hilelerin daha sinsisi, bu köprü sayfaların, genellikle SEO'nun diğer müşterilerine ait gizli bağlantılar da içermesidir. Bu tür köprü sayfalar sitenin bağlantı popürlüğünü yavaş yavaş azaltmakta ve siteyi çirkin veya yasa dışı içerik barındıran sitelere de sahip olabilecek SEO'ya ve SEO'nun diğer müşterilerine yönlendirmektedir.



Dikkat Edilmesi Gerekenler

- 1 - Durup dururken size SEO için reklam e-postası atan firmalara karşı şüpheli olun.
- 2 - Kimse Google'da birinci sıra garantisi veremez. Bu anlamda, sizi ikna etmek için her türlü yola başvuran veya Google'a öncelikli gönderime sahip olduğunu söyleyen SEO'lara karşı dikkatli olun. [Kimse Google'a öncelikli veya ücretli gönderime sahip değildir.](#)
- 3 - Anahtar kelimeleri düzensiz veya gizli bir şekilde sayfalarınıza eklemek olumlu değil aksine olumsuz bir etki yaratacaktır.
- 4 - SEO yaparken ne için para ödediğinizi her zaman öğrenin.
- 5 - Sitenizde, gizli linkler vermekten kaçınin. Gizli link vermenin birçok yöntemi vardır. Bunların hepsi Google tarafından farkedilmekte, siteniz cezalı duruma düşebilmektedir.
- 6 - Etrafta bu işten anladığını söyleyen birçok insan yer almaktadır. SEO anlamında duyduğunuz her şeyi uygulamadan önce sorgulayın. Çünkü faydalı olduğunu söylenen bir şeyin, sitenize zararı da olabilir.
- 7- Web sitenizi 1 milyon arama motoruna veya dizine eklemek gibi gerçek dışı vaatlerde bulunan SEO firmalarından uzak durun.



1. Anahtar Kelimeleri Anlamak

Anahtar kelime, internet kullanıcılarının arama motoruna yazdığı arama sorgusudur ve genellikle bir, iki, üç veya dört kelimeden oluşur.

Çiçek göndermek isteyen bir internet kullanıcısı, muhtemelen "çiçek siparişi" yazacak ve çiçeğin çabuk olarak iletilmesi için sorgunun sonuna çiçek göndereceği şehrin ismini yazacaktır. Çiçek göndermek istemeyip sadece nasıl çiçek dikildiğini öğrenmek isteyen bir kullanıcı ise "nasıl çiçek dikilir" yazacaktır. Sadece bu örneklerden bile özellikle internetten satış yapanlar için anahtar kelimelerin önemini görebilirsiniz.

Anahtar kelimeler girildikten sonra arama motoru, anahtar kelimelerle alakalı düzeyi en yüksek siteleri kullanıcıya gösterecektir.

Arama motorları nasıl çalışır?

- Web siteleri, arama motorları tarafından belirli aralıklarla ziyaret edilir ve tüm sayfalar analiz edilir.
- Analiz edilen tüm sayfalar için içerik ile alakalı olan anahtar kelimeler belirlenir.
- Bu anahtar kelimeler internet aramalarında kullanılmak üzere saklanır.
- Arama motoru, kullanıcının sorgusu ile anahtar kelimeler arasında yakın bir eşleşme görürse siteyi ilk sıralarda çıkarır. Aksi takdirde, site daha alt sıralarda veya arka sayfalarda görünecek ve ziyaretçiler daha çok rakiplerin sitesini ziyaret edecektir.

Bu nedenle, kullanıcıyı sitenize getirecek olan anahtar kelimelerin sayfa içeriklerinde yer aldığından emin olmalısınız.



2. Anahtar Kelimeler Nasıl Belirlenir?

Anahtar kelime seçiminin 5 altın kuralı vardır:

2.1. Ana ürün veya hizmetlerin listesini çıkarın

Bu liste çok genel olmamalı, ayrıca sitenizde öne çıkarmak istediğiniz tüm ürün veya hizmetleri içermelidir. Ancak "bilgisayar", "mobilya", "elbise" gibi kelimeler sizin ürün veya hizmetlerinizi tanımlasa bile yeterince özel değildir. Bu anahtar kelimeler için çok fazla arama trafiği olduğu için sitenizin bu anahtar kelimelerde üst sıralarda görünme olasılığı çok düşüktür.



İPUCU: Anahtar kelimelerinizi belirlemek için Google'ın arama kutusundaki "otomatik tamamlama" özelliğini veya yine Google'ın "Anahtar Kelime Aracı"nı kullanabilirsiniz.

2.2. İlk anahtar kelime listenizi satış veya hizmet ile alakalı kelimeler belirleyerek geliştirin

Bu adımın amacı, ürün veya hizmet satın almak isteyen kullanıcılar ile bilgi arayan kullanıcıları ayırabilmektir. Sizi daha çok ilgilendiren, büyük ihtimalle birincisi olacaktır.

Bu durumu daha iyi anlatabilmek için, bebek ürünleri satan bir e-ticaret sitesini örnek gösterebiliriz. Bu örnekleri, siz de kendi web sitenizdeki ürün ve hizmetleriniz için rahatlıkla uyarlayabilirsiniz.

Bebek ürünleri satış sitesi için 5 adet özel anahtar kelime belirliyoruz:

“bebek arabası”

Açık ve net, internet kullanıcısının tam aradığı ürünü anlatan bir anahtar kelime. Satıcı olarak, bebek arabası konusunda (fiyat, kalite vs.) iyi bir seçim olacağınızı düşünüyor musunuz? Yani verdiğiniz hizmet ve ürünlerin Google’da üst sıralarda olacağına inanıyor musunuz? Eğer öyleyse, bu sizin için mükemmel bir anahtar kelime olacaktır. Anahtar kelime listenize bu kelimeyi ve varyasyonlarını (bebek arabaları vs.) ekleyin.

“chicco bebek arabası”

Sitenizde “Chicco” markasının ürünlerini satıyor ve markanın güncel ürünlerini müşterilerinize sunuyor musunuz? O zaman bu kelimeyi ve varyasyonlarını da listenize ekleyin.

“bebek arabası satın al” “ucuz chicco bebek arabası”

Birçok kullanıcı arama yaparken, aramalarına “ucuz, hesaplı, uygun, satın al, fiyatları...” gibi kelimeler ekler. Bu kelimeler açıkça satışa yöneliktir. Dolayısıyla bu kelimeleri de listenize rahatlıkla ekleyebilirsiniz.

“chicco ct02 bebek arabası”

Web sitenize arama yaparak gelen kullanıcıları incelediğiniz zaman, sıklıkla detaylı arama yapan kullanıcılara da rastlayacaksınız. Dolayısı ile tüm ürünlerinizin isimleri potansiyel olarak sizin anahtar kelimenizdir. Tabi ki anahtar kelime sayınız buna bağlı olarak artacaktır. Ancak böylece ne aradığını tam olarak bilen kullanıcıları da gözardı etmemiş olacaksınız.

“ikiz bebek arabası”

Tam hedef belirten anahtar kelimeler belirlemek de faydalıdır. “ikiz bebek arabası” bunun için güzel bir örnektir. İkiz bebeğe sahip bir kullanıcının sadece “bebek arabası” yazarak arama yapacağını düşünmeyin. Gerçekte, aklına ilk gelen “ikiz bebek arabası”, “chicco ikiz bebek arabası”, “ucuz ikiz bebek arabası” gibi kelimelerle arama yapacaktır. Bu yüzden, bu türde kelimeleri de eklemeyi unutmayın.

2.3. Çok genel anahtar kelimelerden kaçının ve satışa yönelik kelimelerin eş anlamlılarına konsantre olun

İnternet kullanıcıları tarafından daha çok aranan genel kelimeler her zaman daha cazip görünür ve teoride ziyaretçi trafiğinin büyük bir bölümünü temsil eder. 100.000 defa aranan bir kelimenin %3'lük trafiğinden faydalanmak, 1.000 defa aranan bir kelimenin %20'lik trafiğinden faydalanmaktan daha kolay gibi düşünülebilir. Ancak bu, 3 sebepten dolayı doğru bir strateji değildir:

1- Genel kelimeler satışa yönelik değildir. Örneğin: internette bebek arabası arayacak bir kullanıcının sorgusu, "bebek" kelimesi değil "bebek arabası" olacaktır.

2- Etkili olmak için SEO stratejiniz birkaç anahtar kelime üzerinde yoğunlaşmalıdır. Dolayısı ile genel kelimeleri vurgulamak, ürünlerinizi satmak için pek de cazip olmayacaktır. Özel anahtar kelimeler size çok fazla trafik getirmez ancak satışlarınızı artırır.

3- Doğal arama sonuçlarındaki sıralamanız günlük bir çaba gerektirir. Sonuçlarınızı incelemeli, içeriğinizi geliştirmeli ve sayfalarınızı sürekli takip etmelisiniz. O yüzden genel kelimeler kullanarak, bunları takip etmek ve geliştirmek için çok fazla efor sarfetmenizi istemeyiz. Çünkü zamanınız değerli ve sınırlıdır.

2.4. Alakasız anahtar kelimelerden kaçın

Ürün ve hizmetlerinizle alakası olmayan kelimeleri listenize eklemekten kaçınmalısınız.

Çok fazla talep edilen ancak satmadığınız ürünler ve markalar cazip görünebilir. Bu kelimelerle sitenize gelen kullanıcıların fikrini değiştirip, sizin ürün veya hizmetlerinizden satın almasını umut edebilirsiniz.

Bu strateji sadece etkisiz değil, aynı zamanda zararlıdır. Böylece satmadığınız ürün markalarından gerekli görünürlüğü elde edemez ve bu anahtar kelime için gereksiz bir zaman harcamış olursunuz. Ayrıca aradığı ürünü satmadığınızı gören kullanıcı hayal kırıklığına uğrayabilir ve bu kelimeden hiçbir geri dönüş alamazsınız.

2.5. Kendi bölgeniz dışındaki yerel anahtar kelimelerden uzak durun

Sitenizdeki trafiği arttırmak için ülkenizdeki büyük şehirler ile alakalı anahtar kelimeler, o bölgelere ürün ve hizmet vereceğinizi düşünerek, size çok cazip gelebilir.

Ancak istatistiklere göre, yerel bir hizmet veya ürün arayan internet kullanıcısı, ürünün aynı gün elinde olmasını talep etmektedir. Bu tarz arama yapan kullanıcılar 24 saat içerisinde kendisine ulaşmayacak ürünü alma taraftarı olmayacak ve alternatiflere yönelecektir.



Sonuç:

Yukarıda açıkladığımız üzere, doğal arama sonuçlarınız için anahtar kelime seçiminde titiz davranmalı ve belirli bir yöntem takip etmelisiniz.

1 - Genel olarak, arama yapıp sitenize gelen bir kullanıcının memnun olup olmayacağını kendinize sormalısınız. Eğer cevap: "Evet" ise, o anahtar kelime sizin için önemlidir ve listeye dahil edilmelidir.

2 - Eğer cevap: "Hayır" ise, vaktinizi o kelimeyi vurgulamak için harcamayın ve listenize eklemeyin.

Eklediğiniz kelime sayısına göre, kaç tane anahtar kelime yöneteceğinizi hesaplamanın basit bir yöntemi vardır:

Anahtar kelime potansiyeli :

$$[\text{Ürün/hizmet sayısı} + \text{marka sayısı} + \text{kategori sayısı}] \times 1.5$$

(Anahtar kelime potansiyelini maksimum 300 sık kullanılan kelime ile sınırlandırınız)

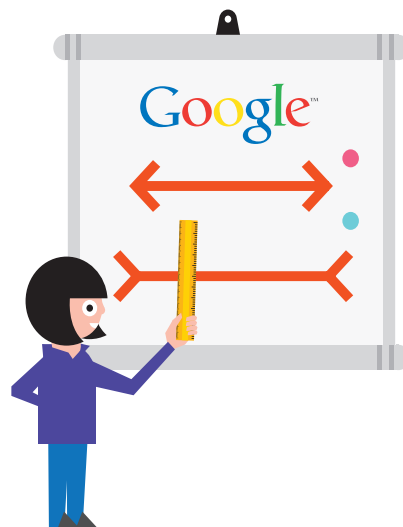
Eğer bu bölümdeki tüm tavsiyeleri uygularsanız, etkili ve alaka düzeyi yüksek bir anahtar kelime listesine sahip olacaksınız. SEO stratejinizin bundan sonraki adımına hazırsınız: bu anahtar kelimeleri vurgulayarak web sitenizi optimize etme

3. Ana sayfa: SEO Stratejinizin Anahtarı

Web sitenizin ana sayfası, arama motorlarına sitenizin içeriği konusunda bilgi vermesi açısından çok önemlidir. Doğal olarak, ana sayfa pazarlama yönteminizi de çok etkiler. Ziyaretçilerinize sizi doğru yansıtmalı ve satın alma isteği yaratmalıdır. SEO stratejiniz için ana sayfanızda dikkat etmeniz gereken birçok önemli kural vardır.

Birçok sitenin ana sayfasında reklamlar, bannerlar, görseller ve Flash animasyonlar sıklıkla bulunur.

Bu özellikler görsel açıdan çok cazip görünebilir. Ancak unutmayın; arama motorları görselleri okuyamaz veya yorumlayamaz. Bu da demektir ki, görsel formundaki her şey SEO anlamında 'yok' demektir. Görselleri çok fazla kullanarak, sayfa sıralamanızın (page rank) düşmesine yol açabilir ve müşteri kaybedebilirsiniz. Görsellerle alakalı olarak söylenen her şey Flash içerik için de geçerlidir.



En çok ilgi çekenleri her yerde vurgulayın

İçerik gereksinimini karşılamak için, en çok ilgi gören ürün ve hizmetlerinizi ana sayfa da dahil olmak üzere her sayfada kullanabilirsiniz. Bunun için ürünlerinizi, hoş görünen yazılarla anlatmalı ve daha önce seçtiğiniz anahtar kelimeleri kullanmalısınız.

Önde gelen markaların ürünlerini ön plana çıkarın

Güçlü markaların ürünlerini ana sayfanızda kullanmak sizi bir adım öne çıkarır. Örneğin; Chicco bebek arabasını ön plana çıkarmak, size Google'da önemli bir yer kazandıracaktır. Çünkü Google özellikle ana sayfanızı önemseyecek ve Chicco bebek arabası için alakalı sonuçlarda sizin sitenizi de ilişkilendirecektir.

Ana sayfa yapısını oluşturmak: H1 etiketine dikkat edin

Daha sonraki bölümlerde "tag" yani "etiket"lerin daha detaylı açıklamasını bulacaksınız. Ancak, ana sayfanızda sadece bir tane H1 etiketi bulunması gerektiğini hiçbir zaman unutmayın. Ayrıca bu etiket, ziyaretçileriniz için önemli olan bir anahtar kelimeyi de mutlaka içermelidir.

Ana sayfayı güncellemek: Her zaman güncellenmeli mi?

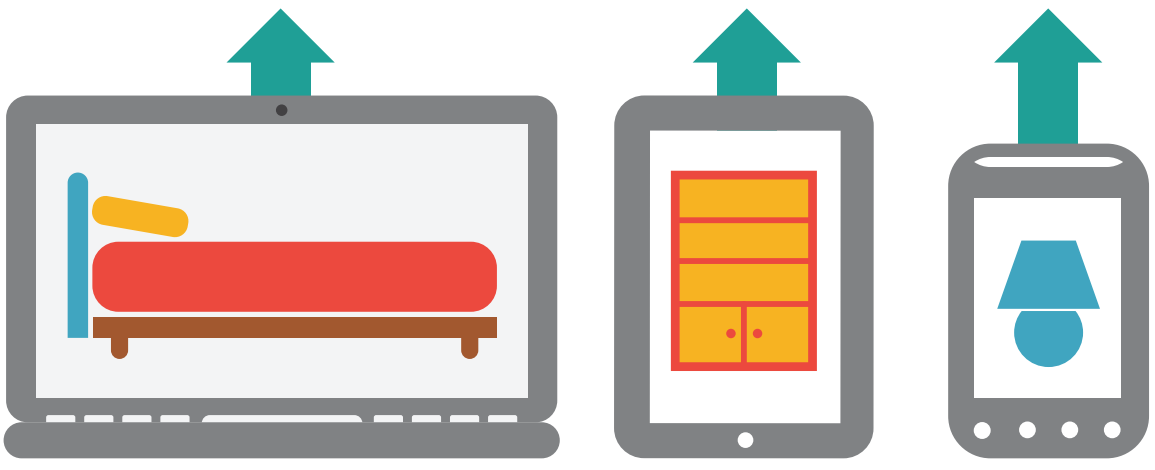
Genellikle, ana sayfadaki içeriğin sürekli değişmesinin Google açısından daha faydalı olduğunu duyarsınız. Açıkçası bu durum pek doğru değildir. Aksine, ürün veya hizmetlerinizin bulunduğu sayfalar dışındaki sayfaların tutarlılık açısından içerik olarak sabit olması her zaman faydalıdır. Kural olarak, ana sayfanızdaki içerik değişikliğinin yılda 3-4 defadan fazla olmaması gerekir.

Bu kuralı ana sayfanızda öne çıkardığınız ürün ve markalarda da uygulamanız faydalı olacaktır. Aksi takdirde, Google bu marka ve ürünlerin sizin için çok da önemli olmadığına karar verecektir.



Sonuç:

İkinci bölümde, ana sayfanın öneminden ve size, arama motorunda üst sıralarda yer sağlayacak olan ana faktörlerden bahsettik. Kısacası, görsellerinizi, anahtar kelimelerinizi içeren içerikle uyumlu bir şekilde harmanlamalısınız.



4. Ürün/Hizmet Sayfaları

Ürün/Hizmet sayfaları, web sitenizi, içerik sitelerinden ve bloglardan ayıran en önemli unsurdur. SEO stratejiniz açısından, bu sayfalarla ilgili olarak 6 ana faktörden bahsedeceğiz. Bu sayfaların istediğiniz yere gelmesi için yeterince zaman harcamaktan kaçınmamalısınız.

Ürün/Hizmet sayfalarınızı gözden geçirmek oldukça zamanınızı alabilir. Bunun için sunulan tüm araçları doğru bir şekilde kullanmalısınız.

Sayfalarınızdaki metin içerik

Daha önce bahsettiğimiz gibi, sayfa sıralamanızı yükseltmek için ürün sayfanızın içeriği yazı olmalı, görseller ise sadece ürünü göstermek için kullanılmalıdır. Detaylı resim kullanmanız ve kullanıcılara tüm detayları gösterebilmeniz çok önemlidir. Satış için önemli unsurlardan biri budur.

Tedarikçilerin sağladığı içeriği tekrar etmeyin

Sağlanan içeriği aynen alıp kullanmak her zaman daha cazip gelir. Ancak bunun iki tane dezavantajı vardır:

- 1- SEO için etkili değildir: Bu içeriklerde anahtar kelimeler yeterince kullanılmaz. İçerik daha çok size yöneliktir.
- 2- Orijinal içerik olmaması her zaman tehlikelidir: Bu içeriği kopyalarsanız, yazı muhtemelen başka bir sitedeki yazı ile aynı olacaktır. Google'ın algoritması ise bunu farkederek, sitenizi cezalandıracaktır.

Kullanıcıların ilgisini çekecek orijinal içerik oluşturun

Kesinlikle rakiplerinizden veya başka sitelerden içerik kopyalamayın. Çünkü arama motoru bu durumu farkedecek ve hangi sitenin yazısı daha önce indekslendiyse onu orijinal içerik olarak kabul edecektir. Bu dikkat etmeniz gereken altın kurallardan biridir.

Tanımlarınızda 10 satırlık açıklamayı hedefleyin

Ürün/Hizmet tanımlarınızda en azından 5-10 satırlık bir açıklama Google'ın o içeriği kullanması için faydalı olacaktır. Sadece teknik detayları belirtmek yerine hayal gücünüzü kullanarak ürünü tanımlayan cümleler kurmak çok faydalı olacaktır.



İPUCU: Açıklamalarda, "pamuklu tişört", "bahçeniz için ahşap masa" gibi kısa ve ilgi çekmeyen cümleler kullanmayın. Uyumlu, ürünü tanımlayan, marka ismini de içeren, anlaması kolay cümleler kullanın.

Bu yöntemleri kullanmak hem sayfa sıralamanızı artıracak hem de satışlarınızda artma sağlayacaktır.

Açık ve orijinal isimler kullanın

Google için en önemli kısım başlıktır ve ilk olarak başlık analiz edilir. Başlık, çok kısa olmamalı, tanımlayıcı ve her ürün/sayfa için tek olmalıdır. Önceki örneklere dönersek "chicco mama sandalyesi" cümlesi, sadece "sandalye" kelimesine göre çok daha açıktır. Ayrıca aynı ismin birden fazla ürün veya sayfada kullanılmamasına özen göstermeyi de unutmayın.

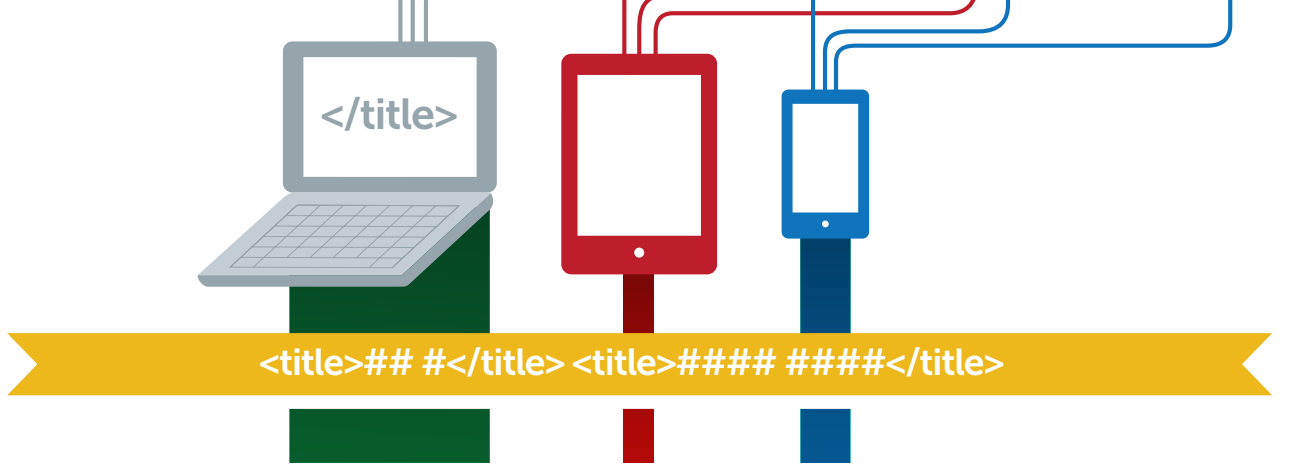
Sayfalar arası link oluşturun

Eğer bir markanın ismi, bir sayfada geçiyorsa o markanın sitenizdeki sayfasına link vermek Google açısından her zaman iyidir. Bu sayfalarınız arasında sağlam bir bağlantı ağı sağlayacaktır.



Sonuç:

Bu bölümde alakalı ve orijinal içerik içeren ürün/hizmet sayfalarının siteniz için öneminden bahsettik. Özellikle başlıklar ve tanımlara dikkat edilmesi gerektiğini unutmamalısınız.



5. Etiketler (Tag), SEO'nun Anahtar Elemanı

5.1. "Title" etiketi

Bir HTML kodu içerisinde 'title' etiketi `<title>Anahtar Kelime</title>` şekline görülür ve arama motorları için en önemli etikettir.

Bu etiketler Google arama sonuçlarında mavi renkle gösterilen başlık kısmındaki yazıyı içerir. O yüzden dikkat çekmesi ve ziyaretçileri tıklamaya yönlmesi açısından çok önemlidir.

Her sayfa için tek ve özel olmalıdır. Eğer çok fazla sayfanız varsa, 'title' etiketlerinin aynı olup olmadığını tespit etmek zordur. Bunun için daha sonra açıklayacağımız araçlardan faydalanabilirsiniz.

Bu etiket anahtar kelimelerinizi içermelidir. Böylece o anahtar kelimeler için sayfa sıralamanız artacaktır. 'title' etiketinizi oluştururken, 1. bölümde oluşturduğumuz kelime listesine bakmanızda fayda vardır.

Son olarak, 'title' etiketi içerisindeki anahtar kelimelerin boşluklar dahil olmak üzere 65 karakteri geçmemesi gerektiğini unutmayın.

Örnekler:

`<title>Ham Bez Çanta</title>`

`<title>İletişim | AdresGezgini</title>`

5.2. "Description" etiketi

Bu etiket Google arama sonuçlarındaki siyah renkli yazıyı içerir. 'title' etiketinde olduğu gibi dikkat çekmeli ve ziyaretçilerde sitenize tıklama isteği yaratmalıdır.

'Description' HTML içerisinde aşağıdaki gibi yazılır:

```
<meta name="description" content="Sayfanızın tanımı" />
```

Bu etiket de her sayfa ve ürün için tek ve özel olmalıdır. Sitenizdeki sayfaların içeriğin orijinal olması ile alakalı olan kuralların aynısı bu etiket için de geçerlidir. Yine bu etiketlerin de site içerisinde tekrar edip etmediğini anlamak için daha sonra bahsedeceğimiz araçlardan faydalanabilirsiniz.

Bunlar da sayfanızı yansıtan anahtar kelimeleri içermelidir. 'title' etiketinin aksine arama sonuçlarındaki konumunuza artırıcı bir etkisi olmasa da, ziyaretçilerin dikkatini çekmesi açısından çok önemlidir. Telefon numarası, adres bilgisi, ürün bilgisi veya fiyat gibi bilgilerin kullanılmasında bir sakınca yoktur.

'Description' etiketlerindeki yazının uzunluğu boşluklar dahil 100 - 155 karakter aralığında olmalıdır.

[Google Reklam Vermek Tel: 444 0 964](#)

www.reklamvermek.com/

Google Sertifikalı İş Ortağı: **Google**-Adwords Reklam ve Sponsor Bağlantı Reklam Yönetimi ve Kurumsal Çözümler için Bizi Arayın 444-0964 AdresGezgini Ltd.

Görüldüğü üzere, 'title' etiketi mavi, 'description' etiketi siyah, sayfanın bağlantısı ise yeşil renklidir.

5.3. "H1" etiketi

H1 etiketi HTML sayfaların yapısında yer alan ve sayfadaki ana başlıkları tanımlayan etikettir. 'H' harfini içeren etiketler sonlarına 1'den 6'ya kadar olan rakamlardan biri eklenerek, sayfa içerisindeki başlıklar en önemliden daha az önemliye doğru sıralanır. H1 her zaman ana başlık, H2 daha az önemli olan alt başlıktır. Daha sonra başlıklar H6'ya kadar gider.

Google'ın algoritması bu başlıkları inceleyerek sayfanın ana konusunun ne olduğunu öğrenir. Dolayısı ile bu etiketler doğal arama sonuçlarındaki konumunuz açısından çok önemlidir.

H1 etiketi kuralları:

1- Her sayfada bir adet H1 etiketi olmalıdır. En çok yapılan hatalardan biri, sayfada birden fazla H1 etiketi bulundurmaktır.

2- H1 etiketinin yapısı şu şekildedir: <h1>Anahtar kelime</h1>

3- H1, bir yazı alanı içerisinde olmalıdır. Google'ın etiketi önemsemesi için yazıyla ilişkilendirilmiş olduğunu görebilmesi gerekir.

4 - Her H1 etiketi, sitede tek olmalıdır. H1 etiketini logonun etrafına koymak SEO açısından tamamen anlamsızdır. Çünkü bu yazı alanı içerisinde olma ve sitede tek olma kurallarına aykırıdır.

5.4. "H2" ve "H3" etiketleri

H2, H3 etiketi kuralları:

1- Formatları şu şekildedir: <h2>Anahtar kelime</h2> <h3>Anahtar kelime</h3>

2- H1 etiketi gibi, yazı ile ilişkilendirilmiş bir yerde bulunmaları gerekir.

3- H1'in tersine, bu etiketler sayfada birden fazla olabilir. Paragrafların başlıklarını belirleyerek, Google'ın sayfaları okumasını kolaylaştırırlar.

Bunların dışındaki H4, H5, H6 ve diğer etiketlerin SEO açısından ciddi bir önemi olmadığını söylemekte fayda var.

5.5. "img" etiketi ve "alt" özelliği

"img" etiketi sitenizdeki görseller için kullanılır. 'img' etiketinin yapısı şu şekildedir:

```

```

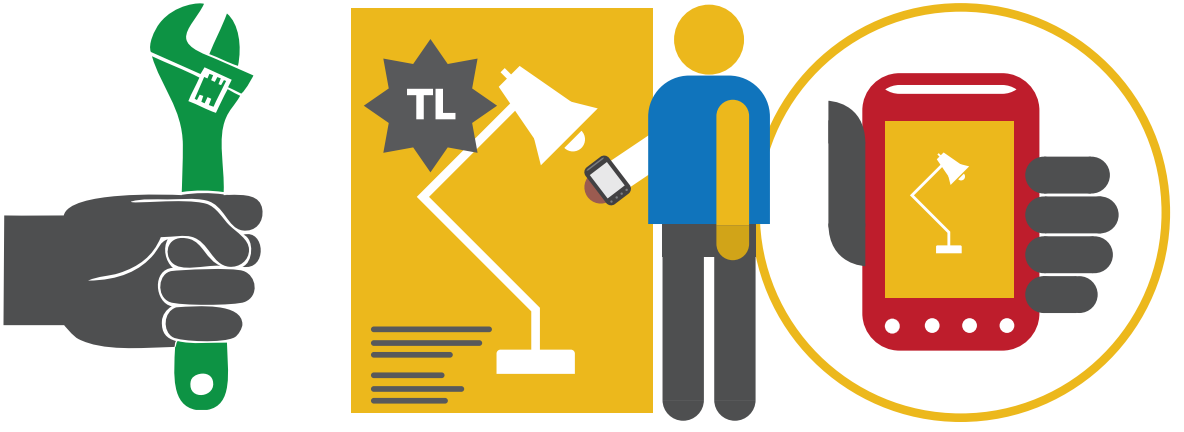
Daha önce de bahsettiğimiz gibi, görseller arama motorları için 'YOK' demektir. Ancak birkaç ufak kural ile görsellerinizi, arama motorları için 'VAR' hale getirebiliriz. 'alt' özelliğine görseli tanımlayıcı bir cümle yazmak ve görsel dosyalarının isimlerini yukarıdaki örnekteki gibi düzgün hale getirmek, görsellerinizin arama sonuçlarında çıkması için yeterli olacaktır.



Sonuç:

Bu bölümde, sayfalarınızdaki yapının, özellikle HTML etiketlerinin konumlarının sitenize olan önemini vurguladık. Bunlar SEO açısından çok önemlidir.

Bu etiketlerin doğru yerleştirilmesi için daha sonraki bölümde anlatacağımız araçlardan faydalanmalısınız.



6. Üretkenliğinizi Arttıracak Araçlar

6.1. Google Analytics

Sitenizde ziyaretçi trafiğinin istatistiklerini tutmak ve ziyaretçi profilini incelemek çok önemlidir. Bunun için en çok kullanılan, Google'ın ücretsiz aracı Google Analytics'tir. Google Analytics piyasadaki en güçlü ve detaylı araçlardan biridir. Şimdi Google Analytics'in hangi fonksiyonlarını kullanmanız gerektiğini kısaca anlatalım.

Doğal trafiğinizdeki değişiklikleri düzenli olarak takip etmek

Bunu yapmak için menüden Trafik Kaynakları > Genel Bakış bölümüne giriniz. Eğer burda yazdığımız her şeyi tam olarak uygulayabilirsiniz, bu bölümdeki ziyaret sayıları zamanla artış gösterecektir.

Hedefler belirleyin

Hedefler, web sitenizin amacına ne kadar ulaştığını ölçmek için kullanılabilecek en önemli özelliktir. Bunun için ilgili Analytics hesabınızdan ilgili profile girerek, Hedefler bölümünden yeni hedefler tanımlayabilirsiniz.

Örneğin; sitenizdeki iletişim sayfasına kaç kişinin girdiğini ölçmek için, URL Hedefi değerine '/iletisim.php' sayfasını ekleyebilirsiniz. Hedefler ile ilgili detaylı anlatımı aşağıdaki linkten görebilirsiniz:



<http://support.google.com/analytics/bin/answer.py?hl=tr&hlrm=en&answer=1032415>

Faydalı bir fonksiyon: "En çok hangi sayfalarınız ziyaret ediliyor?"

Menüdeki İçerik > Genel Bakış bölümünden en çok hangi sayfalarınızın ziyaretçi trafiği aldığını görebilirsiniz.

En çok ziyaretçi çeken sayfalarınız, en çok ilgi çeken sayfalarınız demektir. Dolayısı ile bu sayfaları sürekli geliştirmek ve geri dönüş sağlayabilmek mümkündür.

Bu bölümde Analytics'in sadece birkaç özelliğinden kısaca bahsettik. Daha detaylı bilgi için Analytics'in yardım sayfalarından faydalanabilirsiniz



<http://support.google.com/analytics/?hl=tr&hlrm=en>

6.2. Google Webmaster Araçları

Google Webmaster Araçları, size sayfalarınızın Google'daki görünürlüğüyle ilgili ayrıntılı raporlar sağlar. Bu araçları kullanabilmek için öncelikle sitenizi Webmaster Araçlarında doğrulamanız ve bağlamanız gerekmektedir.

Bu işlemten sonra gireceğiniz panelde, eğer sitenizde SEO açısından bazı problemler varsa bunları tespit edebileceksiniz.

Daha önceki bölümlerde etiketlerin doğru kullanılması gerektiğinden bahsetmiştik. Google Webmaster Araçları ile bu etiket hatalarını ve varsa tekrar eden etiketleri kontrol edebilirsiniz.

Menüdeki Optimizasyon > HTML Geliştirmeleri bağlantısına tıklayarak, sitenizde tekrar eden 'title' ve 'description' etiketlerinin sayısını ve bu sayfaların bağlantılarını görebilirsiniz. Böylece bu sayfalarda gerekli düzenlemeleri yaparak, bunları ortadan kaldırabilirsiniz.

Ayrıca websitenize XML formatında bir site haritası eklemek ve bu site haritasını tanımlamak faydalıdır. Site haritası ile, sitenizin erişilemeyen sayfalarına arama motorlarının erişmesini ve indekslenmesini sağlayabilirsiniz.

Webmaster Araçları ile ilgili daha detaylı bilgiyi aşağıdaki linkten alabilirsiniz:



<http://support.google.com/webmasters/?hl=tr&hlrm=en>

Kontrol paneli

Mesajlar

► Yapılandırma

► Sağlık

▼ Trafik

Arama Sorguları

Sitenize Bağlantılar

Dahili Bağlantılar

▼ Optimizasyon

Site Haritaları

URL'leri kaldır

HTML Geliştirmeleri

İçerik Anahtar Kelimeleri

Yapılandırılmış Veri

Veri İşaretleyici

Diğer Kaynaklar

► Laboratuvar

6.3. Google PageSpeed Aracı

Bu araç, sayfanızı inceleyerek, sitenizi hızlandırmanız için size bazı tavsiyelerde bulunur. Sitenizin açılış hızı, anahtar kelime ile alakalılık düzeyi kadar etkili olmasa da SEO için etkilidir. Düzeltilebileceğiniz her problemin SEO'nun yanı sıra kullanıcı deneyimini arttıracaklarını ve bunun size olumlu geri dönüş sağlayacağını unutmayın.



PageSpeed aracını aşağıdaki linkten kullanabilir veya tarayıcınıza eklenti olarak yükleyebilirsiniz:



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>

6.4. GoMo - Mobil Uyumluluk Aracı

Kullanıcıların çok büyük bir bölümü artık internete mobil cihazlarından bağlanmaktadır. Çok yakın bir gelecekte ise mobil cihazlardaki internet kullanımının masaüstü cihazlardan fazla olacağı öngörülmektedir. Web sitenizin mobil uyumluluğu bu noktada zorunlu bir hale gelmektedir.

İşletmenizin web sitesinin mobil cihazlara uyumluluğunu kontrol etmek için Google'ın hazırladığı GoMo aracını kullanabilirsiniz. Böylece sitenizin mobil cihazlarda oluşan hatalarını tespit edip düzelterek, sitenize mobil cihazlardan erişen kullanıcıların anında ayrılmasının önüne geçebilirsiniz.

GOMOMETRE

Bu araç, size mevcut sitenizin akıllı telefonlarda nasıl görüldüğünü göstererek, işletmenizin web sitesinin mobil cihazlar için nasıl daha uygun hale getirilebileceğine ilişkin kişiselleştirilmiş öneriler içeren ücretsiz bir rapor sunar. Başlamak için aşağıya URL'nizi girin.

1. Web sitenizin URL'sini girin:

Gizlilik Politikası: GoMoMetre, URL'niz gibi verileri üçüncü taraf bir site olan Amazon Web Hizmetleri'nde (Amazon Web Services) barındırılan yazılım aracılığıyla işler. [İlgili gizlilik politikasını inceleyin.](#)

SİTENİZİ TEST EDİN



Gomo aracını aşağıdaki linkten kullanabilirsiniz



<https://www.gomo.com.tr>



Sonuç:

Bu bölüm ile birlikte SEO için bazı temel araçları nasıl kullanabileceğinizi göstermeye çalıştık. Bu araçlar hatalarınızı görmek ve sitenizde geliştirme yapmak için bilgi toplamak anlamında çok faydalıdır.



7. Geriye Kalanlar

Tüm bu anlatılanlarla birlikte bazı küçük detayları da unutmamak gerekir. Arama motoru trafiğini çok büyük oranda Google size sağladığı için, Google kriterlerini uygulamak diğer arama motorları için de yeterlidir. Ancak yine de Bing-Yahoo ve Yandex gibi arama motorlarının Webmaster Araçlarında da sitenizi ve site haritanızı tanımlamanız yararlı olacaktır.

Blog

Eğer yeterli zamanınız ve kaynağınız varsa, sitenize bir blog ekleyip sitenizi içerik olarak her zaman güncel ve ilgili tutabilirsiniz.

Dizinler

Web sitenize başka sitelerden verilen linkler SEO için en önemli parametrelerden biridir. Bunun için DMOZ, Yahoo Web Directory vb. gibi dizin sitelerine sitenizi ekleyerek linkler oluşturabilirsiniz.

Link Yapısı

Mümkünse sitenizdeki tüm sayfaların linklerini SEO uyumlu yapmalısınız. Şöyle ki; sayfalarınızın linkleri sayfayı tanımlayan kelimelerden oluşmalı ilgili anahtar kelimeleri içermelidir.

Örneğin; <http://blog.adresgezgini.com/pazarlamada-video-etkisi/> linki anahtar kelimeleri içermesi ve SEO uyumluluğu açısından <http://blog.adresgezgini.com/?p=1234> linkinden çok daha iyidir.

Bu yapının web sitenizi kurarken yapılması, daha sonra değiştirmekten daha kolay olacaktır.

Keywords Etiketi

Hazırladığımız döküman boyunca 'keywords' etiketinin kullanılması gerektiğinden hiç bahsetmemiş olmamız dikkatinizi çekmiştir. 'keywords' etiketi, önceden SEO için en çok kullanılan etiketlerden biriydi.

Ancak son açıklamalara göre bu etiketi, arama sonuçlarındaki sıralamanızı hiçbir şekilde etkilememektedir.



<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2009/09/googledoesnotusekeywordsmetatag.html>

Sosyal Ağlar

Web sitenizi ve içeriklerinizi, sosyal ağlarda (Facebook, Twitter, Google+ vb.) paylaşmak SEO açısından önemli bir değerdir. Sosyal Medya'yı da bu anlamda, mümkün olduğu kadar kullanmaya çalışın.

Google Rehber

İnternet kullanıcılarının çok büyük bir bölümü yerel işletmeleri internette aramaktadır. Google Rehber hizmetine kayıt olup, işletme bilgilerini güncellerseniz, işletmenizin kullanıcılar tarafından fark edilmesini sağlayabilirsiniz. Bu şekilde, konuma göre ürün/hizmet arayan kullanıcıların sizi bulmasını kolaylaştırabilirsiniz.

Zengin Snippets

Sayfalarınızda -eğer buna uygunsa- zengin snippet'ları kullanmak arama sonuçlarında size bir fark yaratacaktır. Snippet'lar, her arama sonucunun altında çıkan birkaç satır metin olup, kullanıcılara sayfada neler olduğuyula ve sorgularıyla neden alakalı olduğuna ilişkin fikir vermek için tasarlanmıştır.

AdresGezgini - İzmir, Türkiye - Foursquare**foursquare.com › Professional & Other Places › Office › Tech Startup ▼****★★★★★ Derecelendirme: 6.3/10 - 40 inceleme****See 7 photos and 5 tips from 89 visitors to AdresGezgini. "Süper insanların toplandığı bir yer..."**

Örneğin, bir restoran snippet'i ortalama yorum ve fiyat aralığını gösterebilir; bir yemek tarifi sayfası snippet'i toplam hazırlama süresini, bir fotoğrafı ve yemek tarifinin yorumlarda aldığı kullanıcı oyunu gösterebilir; müzik albümü ise şarkıları sunarken snippet kullanarak her şarkının yanında dinlemek için bir bağlantı görüntüleyebilir.

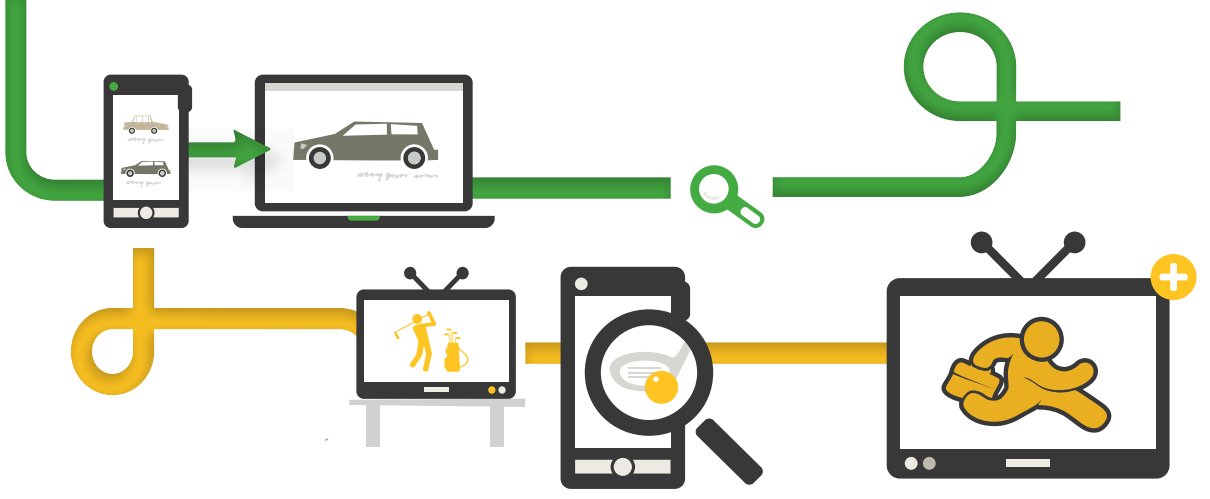
Bu zengin snippet'lar, kullanıcıların aramalarıyla siteniz alakalı olduğunda bunu fark etmelerine yardımcı olur ve sonuç olarak sayfalarınız daha fazla tıklanabilir. Snippet'lar hakkında daha fazla detay için aşağıdaki bağlantıyı kullanabilirsiniz:



<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=tr&hlrm=en&answer=99170>

Teknik Detaylar

Web siteniz geliştirilirken dikkat edilmesi gereken bazı kurallar vardır. Bu kuralların genel başlıkları; barındırma (hosting), sayfa yeniden yönlendirmeleri, Javascript kullanımı ve hata sayfalarıdır. Örneğin; sağlıklı bir barındırma hizmeti, sitenizin yayınında kesintilere sebep olacağı için SEO açısından olumsuz bir durum yaratacaktır. Bu yüzden barındırma hizmeti satın alırken, sunucunun ortalama kesintisiz yayın süresine dikkat etmelisiniz.



8. AdresGezgini SEO Hizmeti Neler İçerir ?

AdresGezgini SEO hizmeti, sitenizin altyapısı incelenerek uyumluluğu saptandıktan sonra, ağırlıklı olarak web sitenizin arama motorlarına uyumlu hale getirilmesi için yapılan işlemler toplamıdır. Bu hizmet genel olarak aşağıdaki düzenlemeleri içerir:

- ✓ Sayfalarda HTML ve Javascript kodlama hataları varsa tespit edilip, düzeltilmesi
- ✓ Zararlı kod ve içeriklerin tespit edilip, düzeltilmesi
- ✓ Her sayfanın title, description ve keywords meta tag'lerinin içeriğe göre düzenlenmesi
- ✓ H (Başlık) etiketlerinin kriterlere uyumlu hale getirilmesi
- ✓ Mümkünse, mevcut link yapısının SEO için uyumlu hale getirilerek, sayfa içeriğindeki anahtar kelimeler ile alakalı hale getirilmesi
- ✓ Sayfalarınızdaki kırık linklerin belirlenip, kaldırılması
- ✓ Sitenizden, başka sitelere verilen linklerin tespit edilip, incelenmesi
- ✓ Tüm görsellerin 'alt' elemanlarının girilmesi
- ✓ Görsellerin anlamlı şekilde isimlendirilmesinin sağlanması
- ✓ Yapılacak iyileştirmeler ile sitenizin Google PageSpeed skorunun yükseltilmesi
- ✓ Özellikle açılış sayfası için dosya boyutlarının düşürülmesi
- ✓ robots.txt dosyasının oluşturulup eklenmesi
- ✓ XML formatında site haritasının hazırlanması ve eklenmesi

- ✓ Google Webmaster Araçları ile sitenizin eşleştirilmesi ve site haritasını buraya gönderilmesi (Aynı işlemler Yandex ve Bing-Yahoo için de yapılacaktır)
- ✓ Web sitenizin, DMOZ.org ve Yahoo! Directory'e ekleme talebinin gönderilmesi
- ✓ Google Analytics hesabınızın kurulması ve temel hedeflerinizin belirlenmesi
- ✓ Wordpress veya Joomla gibi altyapılara sahip siteler için, gerekli eklentilerin kurulup güncellenmesi
- ✓ Favicon oluşturulup eklenmesi
- ✓ Web sitenizin W3 doğrulamasından hatasız olarak geçirilmesinin sağlanması

9. Kaynakça

Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)

<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=tr&answer=35291>

Beginner's Guide To SEO

<http://www.seomoz.org/beginners-guide-to-seo>

PrestaShop SEO Whitepaper

<http://www.prestashop.com/en/white-paper-seo>

Google PageSpeed Insights

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>

Google Analytics Help

<http://support.google.com/analytics/?hl=tr>

Google Webmaster Tools Help

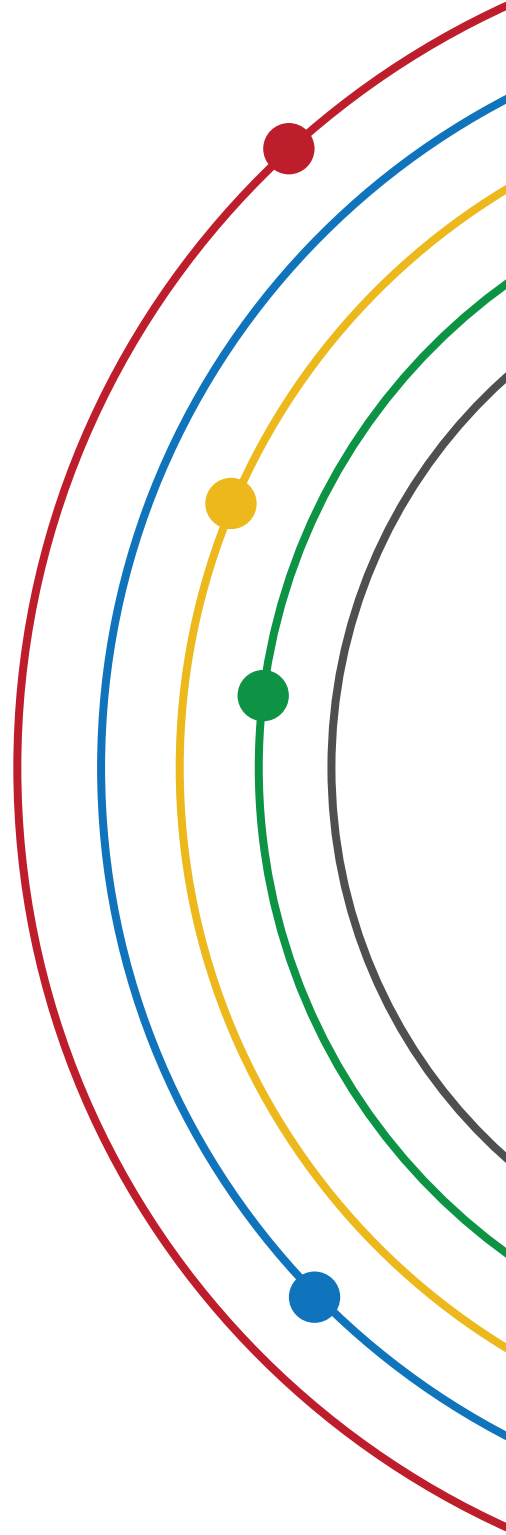
<http://support.google.com/webmasters/?hl=tr>

Rich snippets (microdata, microformats, RDFa, and Data Highlighter)

<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=99170>

Official Google Webmaster Central Blog

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/>



adresgezgini
444 0 964

 /adresgezgini |  /adresgezgini

Google AdWords Certified Partner
AdresGezgini Yazılım, Tasarım, Bilişim, İletişim ve Reklam Hiz. Ltd. Şti.
Tel: +90(232) 441 40 11 Fax: +90(232) 441 20 42 - www.adresgezgini.com