

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU



SEO



Abdullah YILMAZ

Hayatım boyunca öğrenci kalacağım...

İçindekiler

ÖZET	11
ÖNSÖZ	13
GİRİŞ	15
Konu	15
Amaç	16
SEO TERİMLERİ	18
ARAMA MOTORU NEDİR?	24
Arama Motorları Nasıl Çalışır?	24
Robot Nedir?	25
Arama Motorlarında Dizinleme Nedir?	25
Dünyadaki İlk Arama Motoru Nedir?	25
ARAMA MOTORLARINDAN BAZILARI VE TARİHİ	28
AOL	28
Yahoo	28
Google	28
Ask	29

Yandex	29
Baidu	29
Startpage.....	30
DuckDuckGo	30
Bing.....	31
Yaani.....	31
ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO) NEDİR?	33
Arama Motoru Optimizasyonu Kaça Ayrılır?	34
Sayfa İçi Arama Motoru Optimizasyonu SEO Nedir?	34
Sayfa Dışı Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Nedir?	35
ARAMA MOTORU STRATEJİSİNİN UYGULANMASI.....	37
Robots.txt Dosyasının Oluşturulması	37
Site Haritasının Oluşturulması	38
SEO için Web Sayfalarının URL Yapısı Nasıl Olmalıdır?	40
Arama Sonuçlarında İstenmeyen Sayfaların Engellenmesi	41
PageRank (PR).....	42
Görsel Kullanımı.....	43
İçeriklerin Yazımı.....	44

Sayfa Hızı.....	46
BACKLINK.....	51
Backlink Çalışmasında Dikkat Edilmesi Gerekenler	51
Backlink Çeşitliği	51
Anchor Text.....	51
Backlink Çalışmasında Yorum Siteleri Kullanılmamalıdır.	52
Backlink Devamlılığı	52
Paravan Site Kullanımı.....	53
Haritaların Kullanılması.....	53
Zararlı Backlink Reddetme	53
Zararlı Backlink Reddetme Nasıl Yapılır?	55
Backlink Nasıl Bulunur?	56
WORDPRESS SİTESİNİN TEMASI NASIL BULUNUR?	60
Tema Seçiminde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	65
White Hat SEO (Beyaz Şapkalı SEO) Kavramı	68
Black Hat (Siyah Şapkalı SEO) Kavramı	68
Black Hat SEO Çalışmasında Kullanılan Teknikler	68
Giriş Sayfası Yanıltması.....	69

İçerik Oluşturma	69
Görünmez Metin Kullanımı	70
SUNUCU DURUM KODLARI	72
200 Durum Kodu.....	72
301 Durum Kodu	72
302 Durum Kodu.....	73
403 Durum Kodu.....	73
404 Durum Kodu	73
410 Durum Kodu	74
500 Durum Kodu.....	74
Bir Sayfanın Durum Kodu Nasıl Kontrol Edilir?.....	74
Anahtar Kelime Kullanımı	77
İçeriklerde Anahtar Kelime Kullanımı.....	77
Anahtar Kelime Belirleme.....	78
Semantik (Anlamsal) Anahtar Kelime Nedir?.....	78
KEYWORD BELİRLEMEDE KULLANILACAK ARAÇLAR.....	81
Semrush.....	81
Ahrefs.....	82

Google Trends	82
Google Ads.....	83
Anahtar Kelime Türetme	84
Anahtar Kelime Kullanımında Yapılan Hatalar	86
Google Search Console	88
Google Analytics	90
Semrush.....	91
Ahrefs.....	91
Screaming Frog SEO Spider	92
Looker Studio Overview	92
SEO Meta Insights.....	93
Redirect Path.....	93
SEO Assistant by İçerik Bulutu.....	93
HTML Visual Validation.....	94
SEO Meta in 1 Click.....	94
SEOquake Analytics.....	94
WayBackMachine	95
WORDPRESS EKLENTİLERİ VE SEO ARAÇLARI	97

Yoast SEO	97
Rank Math.....	97
Akismet Anti-spam: Spam Protection	98
Elementor	98
Jetpack	99
Klasik Düzenleyici	99
Page Optimize	99
Polylang	100
Duplicate Page.....	100
WooCommerce	100
WEB SAYFALARINI OPTİMİZE ETMENİN ÖNEMİ	102
Sayfa Hızı Optimizasyonu Satış Artışına Örnekler	103
KURUMLAR İÇİN SEO ÇALIŞMALARI	105
Doktorlar için SEO Çalışması	105
Diş Doktorları ve SEO	106
Avrupa Bazlı SEO	106
Film Siteleri için SEO Çalışması.....	107
Emlak Sektörü SEO	108

Avukatlar için SEO	108
Uluslararası SEO	109
SEMRUSH ÜZERİNDEN RAKİP ANALİZİ NASIL YAPILIR?	114
Rakip Analizinden Ne Anlamalıyız?	127
Rakip Analizinde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	127
GEO (GENERATIVE ENGINE OPTİMİZATION)	129
YAPISAL VERİ (STRUCTURED DATA) NEDİR?	131
Yapısal Veri İşaretlemenin Faydaları	133
Yetim Sayfa (Orphan Page) Nedir?	134
Zayıf İçerik Nedir?	134
On – Page SEO Uygulaması Semrush Üzerinde Nasıl Yapılır?	137
SEO Yatırım Getirisi Nedir, Nasıl Ölçülür?	146
REKABETÇİ İSTİHBARAT NEDİR?	150
TARAMA BÜTÇESİ (CRAWL BUDGET) NEDİR?	152
Tarama Bütçesi ile İlgili Yanlış Bilinenler	152
Tarama Bütçesi (Crawl Budget) Nasıl Hesaplanır?	153
SEO UYUMLU İÇERİK PLANI OLUŞTURMA	155
Google Öne Çıkan Snippet Nedir?	165

Öne Çıkan Snippet'ler Nasıl Engellenir?	167
WORDPRESS'TE İÇERİK YAZIMI VE RANK MATH EKLENTİSİ	171
CHATGPT İLE SEO YAPILABİLİR Mİ?	184
SEO ÇALIŞMASI İÇİN SIRALI LİSTE	187
GOOGLE ALGORİTMALARININ SIZDIRILMASINA DAİR İDDİALAR	192
İÇERİK İNTİHAL TESTİ NASIL YAPILIR?	194
DEVLET KURUMLARININ SEO ÇALIŞMASI YAPMASI GEREKİR Mİ?	199
SEO HAKKINDA GELİŞMELERİ TAKİP EDEBİLECEĞİNİZ PLATFORMLAR	203
GOOGLE HOT SEARCHES NEDİR?	206
YANDEX SEO ÇALIŞMALARI	210
SEO DOSTU ALAN ADI (DOMAIN) SEÇME	215
Web Sitesine Gelen Trafikleri Anlamlandırmak	218
GA4 ile Gelen Trafiği Anlamlandırma	218
Web Sitesindenki Gerçek Zamanlı Trafikleri Görme	220
Ana Sayfa Trafik Analizi	220
TEK SAYFALI SEO ÇALIŞMASI	223
KAYNAKLAR	232

ÖZET

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

Arama motorlarının ne oldukları, arama motorlarının nasıl çalıştıklarını ve bundan ötürü SEO nedir, neden önemli olduğuna dair konulara değinilmiştir. SEO çalışmaları yerine reklam verilirse maaliyetin ne kadar yüksek olacağına, SEO çalışmasının nasıl yapılacağı belirtilmiş, yanlış SEO uygulamalarının neler olduğu gösterilmiştir.

Rakip analizi, on – page SEO, içerik planlama, içerik girişi uygulamalı olarak görsellerle gösterilmiştir. Arama motoru optimizasyonu’nu yapıldığı takdirde şirketlerin kazançlarının yükseldiği gözlemlenmiş olup yapay zeka ile SEO yapılabileceğine, yapay zeka kavramı ile birlikte GEO’un ortaya çıkışı ve küçük işletmelerin büyük işletmelere rakip olabileceğinden bahsedilmiştir.

SEO için kullanılacak birçok araç ve görevleri içerikte belirtilirken, SEO kavramında; siyah ve beyaz şapkalı SEO kavramlarına ve uygulamalarına değinilmiştir. Doktorlar, hukuk büroları, emlak şirketleri, film siteleri vb. Sektörler için SEO’un nasıl

uygulanacağından bahsedilmiş ve sosyal medyanın da buradaki öneminden bahsedilmiştir. SEO uygulamalarında başlangıç olarak 1 aylık liste verilmiştir. Sonuç olarak SEO çalışmalarının birçok sektörde yer alabileceği ve işletmelere katkı sunabileceğine ulaşılmıştır. Sosyal medya platformlarının SEO çalışmalarında da bir getirisi olacağına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Arama Motoru, Arama Motoru Optimizasyonu, SEO, Google, Yandex, GEO, Yapay Zeka ve SEO, SEO Uygulama Örnekleri, SEO Çalışmasının İşletmeye katkıları

ÖNSÖZ

Bu çalışma kapsamında arama motoru, arama motoru optimizasyonunun ne olduğuna değilinilmiş ve aynı zamanda SEO çalışmalarının nasıl olacağına, neden SEO çalışması yapılması gerektiğinden bahsedilmiştir.

Markaların reklam vererek istedikleri kullanıcıya ulaşmanın oldukça yüksek maliyetler olduğu için SEO'un önemine değinilmiştir.

SEO çalışmalarının büyük çoğunluğu neden – sonuç ilişkisi ile gösterilmiştir. Bu çalışmaların büyük kısmı işletmeler ve kurumlar için büyük anlamada yarar sağlanacağından söz edilmiştir.

Bu kitap içinde belirtilen tüm teknikler ve bilgiler zaman içinde güncelliğini yitirebilir. Aynı zamanda kitabı baştan sona kendim hazırladığım için yazım hataları olabilir.

Bölüm 1

Giriş

Arama motorları, bilgiye en kısa sürede ulaşmanın yollarından biri olmuştur. Aynı zamanda internetin gelişmesine de katkı sunan arama motorları, milyarlarca web sayfasını taramış ve kullanıcılara ulaştırmaktadır. İnternet üzerinde bilginin fazlalaşması üzerine kullanıcılar, yığın veriler arasında kaybolmamak adına kısa süre içerisinde istediklerine ulaşmayı ve zaman kazanmayı istemiştir. Bu durumdan ötürü birçok internet kullanıcısı arama sorgularında ilk sırada çıkan web sayfalarını tercih etmektedir. (Pan & Joachims, 2005)

Arama sorgularında ilk sıraları hedeflemek web sitelerinin hedefidir. Fakat arama motorları kendi algoritmalarını internet kullanıcılarına doğrudan paylaşmadıkları için web siteleri için arama sorgularında ilk sıralarda yer almak zor bir durumdur. Web siteleri arama motorlarına göre web sitesini optimize etmeli ve arama sonuçlarında ilk sırada yer almalıdır.

Konu

Arama motoru optimizasyonu nedir? Web siteleri arama motorları için arama motoru optimizasyonu yapmalı mı ve arama motoru optimizasyonu nasıl yapılır? Arama motorlarının önemi arttıkça arama motoru optimizasyonunun önemi de artmaktadır. Bu

nedenle kullanıcılara ulaşmak adına arama motoru optimizasyonu (SEO) işlemi uygulanmalıdır.

Amaç

Arama motorunun ne olduğunu ve popüler arama motorlarının tarihçesini öğrenmenin, arama motoru optimizasyonu için öneme değinilmesi gerekmektedir. Arama motoru optimizasyonun (SEO) neden web siteleri için önemli olduğunu, insanlara ulaşmak için arama motoru optimizasyonunun yapılması gerektiğini belirtmektir. Günümüzdeki her sektörde arama motoru optimizasyonunun yapılmasının, o sektördeki pazarlama ve belirli bir kitleye ulaşmanın amacı olduğuna da değinilecektir.

Bölüm 2

SEO TERİMLERİ

Anlık Hit: Anlık olarak web sitesindeki ziyaretçi sayısıdır.

Alt Tag: Alt etiket anlamına denmektedir. Bu sayede görseller arama motoru tarafından anlamlandırır.

Backlink: Bir web sayfasının kendine veya başka sayfaların kendine link vermesidir.

Broken Link: Kırık bağlantı anlamına gelir. Bağlantılar bu durumda açılmayabilir.

Cloaking: Etik olmayan bir yöntemdir. Arama motorlarına gerçek olarak tanıtılan ancak ziyaretçi geldiğinde farklı sayfaya yönlendirilen bir yöntemdir.

Content: İçerik anlamına gelir. Web sitesindeki içerikleri tanımlar.

Cookie: Ziyaretçiler web sitelerini ziyaret ettikleri zaman, site tarafından ziyaretçinin cihazına bir metin dosyası yerleştirilir. Bu sayede ziyaretçilere yönelik izlemeler yapılabilir.

CSS: Web sitesi yapımında kullanılan bir kodlama dilidir.

Çoğul Hit: Ziyaretçi web sayfasını devamlı olarak ziyaret ediyorsa bu durum dikkate alınır.

Domain: Alan adı uzantısıdır. Web siteleri bir domain alır ve kiraladıkları süre boyunca sadece onlara aittir.

Description Meta Tag: Arama motoru optimizasyonu için en önemli terimdir. Bu durum web sayfasının kısa özetini belirlemektedir.

Dynamic Content: Olaya göre değişebilen içeriklerdir. Bu yöntem kodlama ile yapılmaktadır. HTML kullanılarak bu işlem uygulanamaz.

Duplicate Content: Kopya içeriklere denmektedir. İntihal yapılan bu içerikler arama motoru optimizasyonu için bir anlam ifade etmez hatta cezaya tabii tutulur. Bu durumdan içeriğin ana sahibi hariç tutulur.

Dofollow: "Nofollow kullanılmayan tüm link yapıları dofollow olarak kabul edilir." (Gülten, SEO Terimleri, 2018)

Doorway Page: Kullanıcılar ve arama motoruna sunulan sayfalar arasındaki bir köprüdür. Ana sayfa SEO açısından faydalı olmasa da kullanıcılar anahtar kelime spam'inin yapıldığı sayfadan bu sayfaya yönlendirilir.

Filtre: Filtreleme yöntemidir. Arama motorları istenmeyen içerikleri eleyerek kullanıcıların önüne çıkarmaz.

Google Bot: Arama motoru botudur.

Google Dalgalanması: En popüler olan arama motorunun zaman zaman değiştirdiği algoritmik güncellemelerle birlikte sayfaların sıralamasının değişmesidir.

Google Toolbar: Ziyaretçileri izler ve verileri kaydeder.

Heading Tags: İçerik başlıklarına denmektedir.

Hidden Text: Etik olmayan bir SEO tekniğidir. Sayfada gözle görülmeyecek şekilde anahtar kelime etiketlenir. Bu sayede sıralamada ön sıralara çıkmayı hedeflerler. Fakat bu durum arama motorları tarafından tespit edilir.

Hosting: Sitenin tüm dosyalarının içerdіği depolama birimi ve tüm dünya ile paylaşan birimdir.

Home Directory: Hosting sistemine erişmek için kullanılan merkezdir.

Hit: Web sitelerine gelen ziyaretçilerin sayısına verilen isimdir.

Index: Arama motorlarının sayfayı taraması sonucu listelemesidir.

Inbound Links: Bir web sayfasının diğeri sayfalardan bağlantı almasıdır.

JS: Web sitesi yapımında kullanılan bir programlama dilidir.

Keyword: Anahtar kelime anlamına gelir. Bu anahtar kelimeler arama sorgularında öne çıkmak için kullanılır.

Keyword density: Anahtar kelimenin ne kadar kullanıldığı yani anahtar kelime yoğunluğu anlamına denmektedir.

Link: Bağlantı metni olarak geçmektedir. İlgili sayfaya yönlendirir.

Link Farm: Web sayfasında gereğinden fazla link bulunması ve hepsinin birbirleriyle alakası olmamasıdır.

Link Değişimi: Backlink ile hemen hemen aynıdır. İki site birbirlerine bağlantı verir.

Meta Tag: Web sitesinde kısa özet, yazar, tarih gibi bilgilerin yer aldığı ve arama motoruna sunulduğu bölümdür.

Nofollow: Verilen bağlantı linkinin ilişkisi olmadığını belirtir.

On page SEO: Site içi yapılan SEO çalışmalarıdır.

Off page SEO: Site dışı yapılan SEO çalışmalarıdır.

Outbound Links: Web sitesinin başka sitedeki sayfalara bağlantı vermesidir.

Pagerank: Site içerisinde gelen ve giden bağlantılara göre yapılan bir puanlama sistemidir.

Pay-Per-Clicks: Her tıklama başına alınan ödeme sistemidir.

Robots.txt: Arama motorlarının erişim saylayacağı ve engelleyeceği sayfaları belirten dosyadır. Ayrıca site haritasının bağlantısı da bulunur.

Sandbox: Google tarafından verilen bir cezadır.

Spam: Bir şeyin çok fazla tekrarlanmasına verilen isimdir. Arama motorları için genellikle anahtar kelime tekrarı çok fazla yapıldığı zaman gelir.

Search Engine Friendly: Arama motoru dostu anlamına gelir.

Spider: Google arama motoru tarafından kullanılan bir algoritmadır.

Web sayfalarını sürekli olarak ziyaret eder.

Sitemap: Site içerisinde bulunan sayfaların listesidir.

Trustrank: Bir puanlama sistemidir. Nasıl çalıştığı bilinmediğinden dolayı kullanıcılar tarafından müdahale edilemez.

Tekil Hit: Web sitesindeki gelen ziyaretçiler birden fazla sayfayı dolaşıyorsa o kullanıcı bir defa sayılmaktadır.

Webmaster: Site yönetimine sahip olan kişilerdir.

Bölüm 3

ARAMA MOTORU NEDİR?

Arama motorları kullanıcıların sorgularına göre istediklerini veya o sorgulara yakın sonuçları kullanıcılara vermektir. Bilgi Erişim Sistemleri'nin bir alt dalı olan arama motorları, (Sever & Tona, 2021) internet üzerindeki milyarlarca web sitesi filtreleme yaparak ilgili sonuçlara ulaşmaktadır. Bilgi Erişim Sistemleri temel olarak ise kullanıcıya büyük veriden istenilen bilgiyi ayıklayarak vermesidir.

Arama Motorları Nasıl Çalışır?

Arama motorları, istenilen sonucu vermesi için büyük veri içinden filtreleme yapması gerekmektedir. Bu durumun gerçekleşmesi için çeşitli yazılımlar gerekmektedir. Robot sistemi bir arama motorunun filtreleme yapması için birincil yapıdır. Robot sistemi, milyarlarca web sayfasını keşfederek, arama motorunun veri tabanına index'lenmesini sağlar. Bu index'lenen sayfalar, arama sorgularında kullanıcıların doğru sayfaya ulaşmasını sağlar. Arama motorları internet kullanıcılarına doğru sonuçlara ya da istenilen sorguya en yakın sonucu vermek için çeşitli algoritmalar kullanmaktadır.

Robot Nedir?

Robotlar: İnternet üzerinde bulunan hiper metinlerin genişlemesine inceler ve arama motorlarının veri tabanı kaydeder.

Arama Motorlarında Dizinleme Nedir?

Arama motorlarının temel mantığı kullanıcılarının sorgularına cevap vermektir. Sorgulara cevap vermek için veri tabanından aranan sorgunun çıkarılması gerekmektedir. Bu işlemlerin gerçekleşmesi için arama motorlarının robotlar ile web sayfalarını taraması ve veri tabanına kaydetmesi gerekmektedir. Bu işlemin gerçekleşmesine dizin denmektedir.

Dünyadaki İlk Arama Motoru Nedir?

Dünya üzerinde ilk arama motoru Archie'dir. 1990 yılında Minnesota Üniversitesi'nde Alan Emtage tarafından geliştirilmiştir. 1990 yıllarında sadece 100.000 adet ana bilgisayar bulunmaktaydı. (Leiden University, 2009) 1990 yıllarında bilgisayarlar açık ve kapalı olmak üzere iki biçimde bulunuyordu. Kullanıcılar, kendi cihazları dışında farklı bir cihaza bağlanmak için anonim olarak e-posta ve şifre girerek açık kaynaklara erişiyordu. Archie arama motoru günümüzdeki arama motorları gibi örümcek yapısına

sahiptir. Arama motoru sadece açık arşivleri ziyaret ediyor ve kendi kütüphanesine ekliyordu.

Bölüm 4

ARAMA MOTORLARINDAN BAZILARI VE TARİHİ

Google, Yandex, Yahoo, Bing, DuckDuckGo, Startpage, AOL, Baidu, Ask, Yaani. Gösterilen arama motorları arasında en popüler olan Google arama motoru, diğer arama motorlarına kıyasla çok fazla veri içerdğinden dünya üzerinde en çok kullanılan arama motorudur.

AOL

AOL arama motoru 1989 yılında kurulmuştur. AOL'un açılımı America Online'dır. İlk ismi Quantum Computer Services olarak hizmet veren AOL, 1991 yılında AOL olarak isim değişikliğine gitmiştir.

Yahoo

Yahoo, Ocak 1994 yılında Stanford Üniversitesi'nde iki elektrik mühendisliği öğrencisi olan Jerry Yang ve David Filo tarafından kurulmuştur. Aynı yıl mayıs ayında şirket 100.000 çevrim içi kullanıcıya ulaşmıştır.

Google

Pazar payı en yüksek olan ve dünya üzerinde en çok kullanılan arama motorudur. (Bianchi, 2024) 1995 yılında Larry Page

ve Sergey Brin tarafından Stanford Üniversitesi'nde kurulmuştur.

Google'un ilk ismi Backrub olarak belirlenmiş daha sonra Google olarak karar verilmiştir.

Ask

1996 yılında geliştirilmeye başlanan Ask arama motoru, bir yıl sonra Ask Jeeves olarak hizmet vermeye başladı. Ask arama motoru ilk zamanlar editörler tarafından düzenleniyordu. Bu nedenle ortak sonuç sayfaları ve ücretli reklamlar insanlar tarafından düzenleniyordu. 2001 yılında bu durumdan vazgeçildi ve kendi teknolojilerini geliştirmeye başladılar.

Yandex

1997 yılında Ilya Segalovich ve Arkady Volozh tarafından kurulmuştur. "Yaklaşık olarak 5 bin siteden oluşan 4 GB metin içeren bütün Rus sitelerini indexlemiştir." (Yandex, tarih yok) Yandex arama motoru Rus dilinin morfolojisine benimseyerek kelimeler arası mesafeye dayanıyor ve belgeleri sıralayabiliyordur.

Baidu

Çin merkezli bir arama motorudur. 2000 yılında Çin'de kurulmuş ve dünya çapında hizmet vermektedir. Baidu, Çince bir

arama motoru olarak hizmet vermekte ve Çin alfabesini kullanmaktadır.

Startpage

2006 yılında kurulmuş ve Hollanda merkezli bir arama motorudur. Startpage diğer arama motorlarına kıyasla, gizlilik ile öne çıkmaktadır. Startpage, Google'a kıyasla snippet kullanmaz ve ücretli arama sonuçları göstermez.

DuckDuckGo

Gabriel Weinberg tarafından 2008 yılında kurulmuştur. İlk olarak Hacker News ve Reddit topluluklarında duyurulmuştur. DuckDuckGo, 2012 yılında günlük 1.5 milyon arama yapılan arama motoru olmuştur ve kısa süre içerisinde de dünya çapında popüler olmuştur. İnternet kullanıcılarının DuckDuckGo'yu kullanmasının nedenleri arasında gizlilik sunmasıdır. Google Chrome tarayıcısına kıyasla, kullanıcı çerezleri, e-posta izleyiciler ve birçok özelliği bulundurmamasıdır. (DuckDuckgo, tarih yok) Bu durum diğer arama motorlarına göre internet üzerinde gizli kalmayı sağlamıştır.

Bing

Google'dan sonra dünya pazarında en popüler arama motoru Bing'dir. Bing arama motoru, Microsoft tarafından 2009 yılında kurulmuştur. Yandex ve Yahoo gibi popüler arama motorlarına kıyasla çok sonradan kurulmuş olan Bing, kısa süre içerisinde diğer arama motorlarını pazarda geride bırakmıştır.

Yaani

Operatör hizmeti veren Turkcell tarafından geliştirilmiştir. 2017 yılında Türk arama motoru olarak hizmet vermeye başladı ve kısa süre içerisinde kapandı. Türk arama motoru olduğundan ötürü Türkçe metinlere öncelik tanımaktadır.

Bu arama motorları haricinde onlarca arama motoru olduğunu da unutmamak gerekir ama SEO çalışmalarının başta Google, Bing, Yandex ve Baidu üzerinde olduğunu hatırlatmak isterim.

Bölüm 5

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO) NEDİR?

Arama motoru optimizasyonu İngilizce terimiyle Search Engine Optimization, arama sorgularında sayfaların listelenmesi de kullanılmaktadır. Kullanıcılar arama motorlarını bilmedikleri bir terim ya da merak ettikleri bir sorgu için sıklıkla kullanmaktadır. Milyarlarca insan her gün Google üzerinde milyarlarca arama yapmaktadır. (Google, 2019) Arama sonuçlarında kullanıcılar, ilk 5 sonuç sayfasına gitmektedir. (Yalçın & Köse, 2010) Kullanıcıların ilk 5 sonuç sayfası dışında diğer web sayfalarını tercih etmemesi, web siteleri açısından bir yarışa girmek demektir.

Arama sorgularında ilk 5 sırada yer almak web siteleri için kullanıcı çekmek anlamına gelecektir. Haliyle işletmeler ya da medya kuruluşları buradan gelir elde edecektir. Medya kuruluşları reklamlar üzerinden, işletmeler ise hem reklamlar hem potansiyel müşteriler üzerinden gelir elde edecektir. Arama motoru optimizasyonu kısaca, milyarlarca web sorgusunda ilk sıralarda yer almayı hedefleyen ve bunun için çalışmalar yürütülen bir süreçtir. Bu çalışmalara yürüten kişiye ise Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Uzmanı denmektedir.

Arama Motoru Optimizasyonu Kaça Ayrılır?

Arama motoru optimizasyonu iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Sayfa içi SEO ve sayfa dışı SEO olarak iki gruba ayrılan arama motoru optimizasyonu, birçok tekniğin uygulanmasını gerektirmektedir.

Sayfa İçi Arama Motoru Optimizasyonu SEO Nedir?

Sayfa içi SEO çalışması, bir web sitesinin arama motorlarına göre optimize edilmesine denmektedir. Bu çalışmalar arama sorgularında ilk sıralarda çıkmayı kolaylaştırmakta ve sayfa dışı SEO ile birlikte arama motorlarında sıralama yarışında belirli bir sıralamayı girmeyi sağlamaktadır.

Sayfa içi arama motoru optimizasyonu: web sitesinin teması, URL yapısı, hosting'i, içerikleri, görselleri ve videoları, kullanılan anahtar kelimeleri, Title ve Meta Description açıklamaları olmak üzere birçok özelliği içinde barındırır. Bir web sitesinin arama motorlarında ilk sıralarda çıkması için ancak bu çalışmaları yapması ve güncel kalması gerekmektedir. Bu sıralamayı arama motoru optimizasyonu uzmanları belirlememektedir. Pazar büyüğü en büyük olan arama motoru Google'un resmi dokümanlarında; "Kimse Google'da birinci sıra garantisi veremez." (Google, 2024) sözü bulunmaktadır. Kısaca

sayfa içi arama motoru optimizasyonu, web sitesinin temellerini barındırmaktadır.

Sayfa Dış ı Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Nedir?

Web sitelerinin dış kaynaklardan referans almasına sayfa dış ı arama motoru optimizasyonu denmektedir. Bu referanslar: web siteleri, sosyal medya platformlarının kullanılması olabilir. Dış kaynaktan kendi sitesine dış link verilerek yapılan çalışmalar, web sitelerinin otoritelerini artırmaktadır.

Bölüm 6

ARAMA MOTORU STRATEJİSİNİN UYGULANMASI

SEO, stratejisini uygulamadan önce web sayfalarının tamamlanması gerekir. Boş web sayfaları arama motoru optimizasyonu için istenmeyen bir durumdur. Bu nedenle web sayfalarının tamamlanmış olduğunu varsayarak, SEO stratejisinin nasıl geliştirileceğinden bahsedilecektir.

Robots.txt Dosyasının Oluşturulması

Robots.txt dosyası, arama motorları botlarına hangi sayfalara erişeceğini, hangi sayfanın engelleneceğini belirtir. Bu şekilde SEO stratejisi için önemli bir adım atılmış olacaktır. Arama motorlarının hangi dosyalara erişip hangi dosyalara erişmeyeceğini belirtmek, index'lenmesini istediğimizi sayfalar için kolaylık sağlamaktadır. Robots.txt dosyasında genellikle web sitelerinin admin sayfaları ve site haritası bulunmaktadır.

Bir web sitesinin robots.txt dosyasına erişmek için şu komut kullanmaktadır: "orneksite.com/robots.txt" örnekte bulunan komut ile bir web sitesinin Robots.txt dosyasına ulaşabilirsiniz.

Robots.txt dosyası aşağıdaki örnekteki gibi oluşturulur ve web sitesi paneli üzerine yüklenir.

Robots.txt Dosyası Örnek:

User-agent: Googlebot

Disallow: /nogooglebot/

User-agent: *

Allow: /

Sitemap: <https://www.example.com/sitemap.xml>

¹ Google tarafından örnek verilmiş bir robots.txt dosyası

WordPress gibi içerik yönetim sistemleri kullanan yöneticiler, çeşitli WordPress eklentileri ile (Yoast SEO, Rank Math SEO with AI SEO Tools) panel üzerinden bu dosyayı oluşturabilir.

Site Haritasının Oluşturulması

Arama motorlarının verimli bir şekilde sayfaları okumak için site haritasının oluşturulması gerekmektedir. Site haritası web sayfasında

¹ <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots/create-robots-txt?hl=tr>

bulunan sayfaları içeren dosyadır. Bu sayfalar, farklı özelliklere sahip oldukları için sınıflandırılması gerekmektedir. Bloglar, sayfalar, ürünler ve sitenin yapısına göre çoğaltılabilir. Site haritaları farklı şekilde oluşturulabilir. WordPress için (Yoast SEO, Rank Math SEO with AI SEO Tools) gibi eklentiler site haritasının oluşturulmasında kolaylık sağlayacaktır. Site haritası XML biçiminde de oluşturulabilir.

XML Site Haritası Örnek:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>https://www.example.com/foo.html</loc>
    <lastmod>2022-06-04</lastmod>
  </url>
</urlset>
```

² Google tarafından örnek verilmiş bir XML site haritası.

Site haritası oluşturulduktan sonra, arama motorlarına site haritasını göndermek gerekmektedir. Bu işlem Google için Google Search Console üzerinde yapılmaktadır. Diğer arama motorları için arama

² <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemaps/build-sitemap?hl=tr>

motorununun kendi paneline girmek gerekmektedir. Google arama motoru, web sitelerinin 500'den az sayfaya sahipse site haritası eklemeyi gerek görmez. (Google, 2024)

SEO için Web Sayfalarının URL Yapısı Nasıl Olmalıdır?

URL yapısı arama motoru optimizasyonu için önem taşımaktadır. Bu sebepten ötürü URL kullanımı doğru ve arama motorları tarafından tavsiye edilen şekilde olmalıdır.

URL kullanımında şu hususlara dikkat edilir: Basit ve kısa yapı, ASCII yapısına uygun karakter kullanımı. Eğer URL yapısında ASCII yapısında bir karakter bulunmazsa o karakter yerine UTF-8 biçimi devreye girer. UTF-8 bir karakter dönüşüm biçimidir. Arama motorları için; Çince, Arapça gibi alfabelerdeki harfleri, emojileri, ASCII için uygun biçime dönüştürür. Fakat SEO çalışması yapılan bir web sitesi için İngilizce karakterler tavsiye edilir. Basit ve sade olması istenen URL biçimi aynı zamanda soru işareti gibi karakterler olmasını da istemez.

Doğru URL kullanımı için Örnekler:

orneksite.com/blog/seo-nedir

orneksite.com/blog/teknoloji/seo-nedir

UTF-8 Yapısında Bir URL Örnekler:

<https://www.example.com/%D9%86%D8%B9%D9%86%D8%A7%D8%B9/%D8%A8%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A9>
<https://example.com/%E6%9D%82%E8%B4%A7/%E8%96%84%E8%8D%B7>

Yanlış URL Kullanıma Örnekler:

<https://www.example.com/نعناع>
<https://www.example.com/😊>
<https://www.example.com/杂货/薄荷>

³Google tarafından örnek verilmiş URL örnekleri

Arama Sonuçlarında İstenmeyen Sayfaların Engellenmesi

Web siteleri, her sayfanın arama sorgularında çıkmasını istemeyebilir. Bu sayfaların aynı zamanda bulunması da gerekmektedir. Arama motorları, web sitelerini incelediğinde tüm sayfaları taramayı çalışır. Bu sayfalar arasında arama sorgularında çıkmamasını istenilen sayfa için noindex etiketi gerekmektedir. noindex etiketi arama motoruna bu sayfanın index'lenmemesini ister. Bu sayede arama sorgularında istenmeyen sayfa çıkmaz. Eğer bir

³ <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/url-structure?hl=tr>

sayfanın Google ya da diğer arama motorlarında görünmediği görülürse, sayfa kaynağında noindex etiketi aranır.

noindex Etiketleri Örnekler:

```
<meta name="robots" content="noindex">
```

Sadece Google Arama Motoru Tarafından Görülmemesi Gereken

Sayfalar için noindex Kodu:

```
<meta name="googlebot" content="noindex">
```

⁴ Google tarafından örnek verilmiş noindex etiketi

PageRank (PR)

Google arama motoru tarafından sayfaların arama sorgularında sıralanmasını sağlayan bir algoritmadır. Web sayfasının gelen ve giden bağlantılarına bakarak orana göre arama sorgularında bir sıralama yapmaktadır. Bu durum sadece PageRank algoritmasına göre belirlenir ancak Google arama motoru sadece bu algoritmaya göre sıralama yapmamaktadır. PageRank birçok faktör arasından sadece biridir. Birçok web sitesi para kazanmak adına

⁴ <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/block-indexing?hl=tr>

birtakım strateji uygulamış ve PageRank algoritması, manipüle edilmiştir.

Görsel Kullanımı

SEO için görsel optimizasyonu önemli bir faktördür. İçerikler arama motoru optimizasyonu için ne kadar önemliyse görseller de bir o kadar önemlidir. Arama motorları, yapay zeka hariç görselleri isimlerine göre anlamlandırmaktadır. Bu nedenden ötürü bir görseli arama motorlarında çıkması için doğru isimlendirilmesi gerekmektedir.

Görsellerin arama sorgularında ne olarak çıkmasını isteniyorsa o şekilde adlandırılması SEO açısından faydalı olacaktır. Görsel isimlendirilmesinde İngilizce karakterler dışında farklı karakterler koymak fayda vermeyecektir. Aynı zamanda görsellerin dosya biçiminin; WEB ya da JPG olarak kullanılması PNG türüne göre tercih edilir. Bunun nedeni büyük dosya biçimlerinin web sitesini yavaşlatmasından kaynaklanmaktadır.

Doğru Görsel Kullanımı Örnek:

```

```

Yanlış Görsel Kullanımı Örnek:

```
<div style="background-image:url(puppy.jpg)">Yavru golden  
retriever</div>
```

Görsel kullanımının HTML biçiminde olması diğer yazılım dillerinin kullanılmaması başarılı sonuçlar vermektedir.

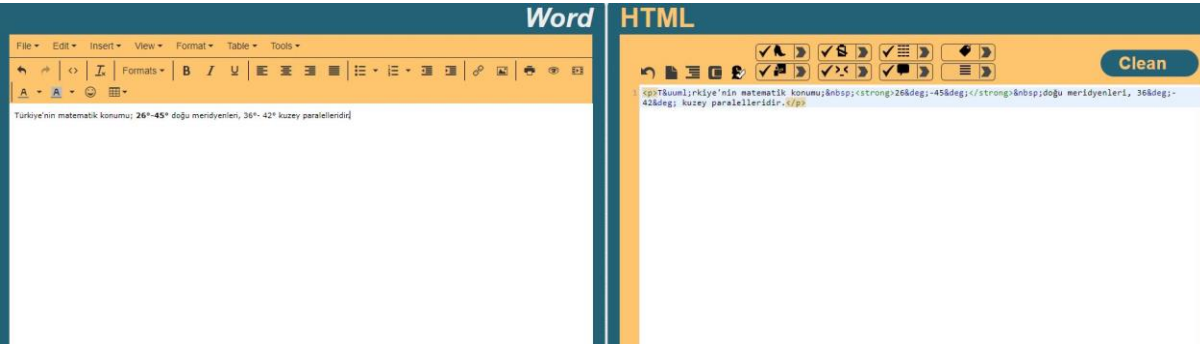
İçeriklerin Yazımı

Arama motorları, web sayfalarını taraması ve dizine eklemesi daha sonra ise kullanıcılara ulaştırmak için bir sıralama kullanır. Kullanıcılar en hızlı şekilde sonuca ulaşmak istemekte oldukları için yavaş web sayfalarını, hızlı web sayfalarına tercih etmektedir. Bu durumda yazılan içeriklerin HTML türünde olması gerekmektedir. Web içerikleri; Microsoft Word ya da Google Dokümanlar gibi metin editörlerinde yazıldığında içerik ile birlikte arkalarında kodlarla birlikte gelmektedir.

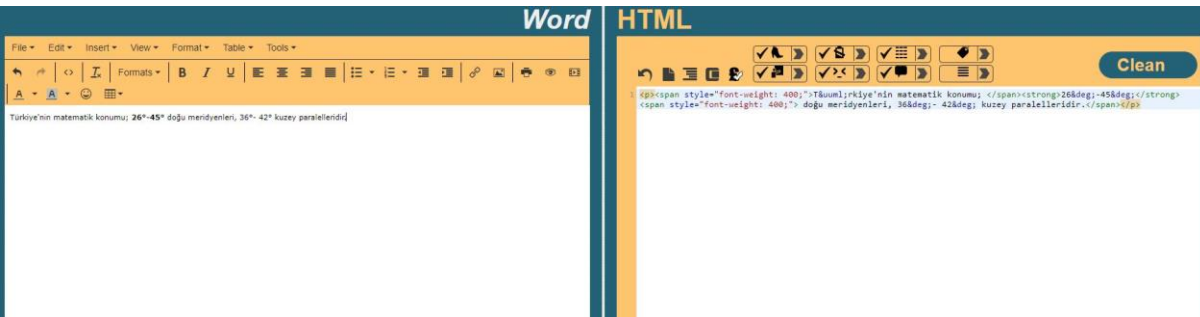
Bu sebepten ötürü bu kodlar web sayfasının yüklenmesinde yavaşlama yapacağından dolayı HTML türünde olması gerekmektedir. Eğer örnekteki gibi metin editörlerinden gelen bir içerik varsa, içeriklerin arka planda bulunan kodlarının temizlenmesi

gerekmektedir. Bu temizleme işlemleri kimi web siteleri ya da .txt metin belgesi üzerinden temizlenebilir.

Doğru İçerik Uygulaması Örnek:



Yanlış İçerik Uygulaması Örnek:



Sayfa Hızı

Google arama motoru, web sayfalarının arama motoruna optimize edilmesi için hızlı web sayfaları istemektedir. Bir web sitesinin hızlı olması için, hosting, site içerisinde kullanılan dosya biçimleri ve site teması gibi birçok özelliğin doğru biçimde çalışması gerekmektedir. Bir web sayfasının hızlı veya SEO için uyumlu olup olmadığı site hızı ölçümü ile gerçekleştirilir. Sayfa hız testinde çıkan sonuçlar duruma göre değerlendirilir.

Kötü bir sonuç alınmış ise arama motoru optimizasyonu için gerekli güncellemeler yapılmaktadır. Test sonuçlarında genellikle CSS ve JavaScript dillerinin azaltılması ya da küçültülmesi istenmektedir. JavaScript, CSS gibi fazla kod yapısı içeren programlama dilleri, sayfanın yüklenmesinde zaman alacağı için arama sıralamasına etki etmektedir. Sayfa hızına etki eden bir diğer faktör ise video kullanımıdır.

Görsel kullanımında Web, JPEG yada JPG formatı tercih ediliyorsa sayfalarda video da kullanılmaması gerekmektedir. Bir video dosyası çok fazla yer kapladığından dolayı web sitesi ortamında video bulundurmamak sayfa hızını etkileyecek ve arama sıralamasında

alt sıralara düşmeye neden olacaktır. Eğer web sayfalarında video bulundurulması gerekiyorsa YouTube gibi video paylaşım platformları kullanılmalı ve web sayfasına o video'nun kodu gömülmelidir. Sayfa hız testi PageSpeed ya da farklı sayfa hızı ölçen siteler tarafından yapılabilir.

Görsel Kullanımında Güncelleme

30 Ağustos 2024 tarihi itibarıyla Google AVIF formatını desteklediğini duyurdu bu sebepten ötürü LinkedIn üzerinde paylaştığım bir gönderiyi sizlerle paylaşmak istiyorum. Bu yeni güncelleme SEO çalışmalarında yeni bir etki olabilir.

"Güncelleme: Google Görsel Biçimi Olarak AVIF'i Destekleyecek

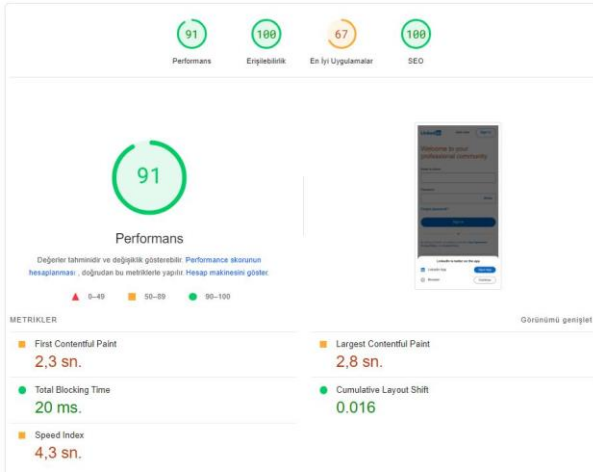
Son yıllarda sıkça kullanılan AVIF görsel formatının #Google tarafından destekleneceği duyuruldu. Bu gelişme, SEO'da görsel optimizasyonu yaparken JPG yerine AVIF formatının kullanılabileceğini gösteriyor. İlk olarak 2019 yılında tanıtılan AVIF, PNG ve JPG formatlarına göre daha üstün olduğunu kanıtıyor.

Aşağıda görebileceğiniz gibi, Benim de SEO çalışmalarında sıklıkla nerdiğim Web formatının JPG ve AVIF ile kıyaslamasını görebilirsiniz. Arka plandaki görsel 3 farklı boyutta da farklı sonuçlar veriyor ve en iyisi #AVIF olarak ortaya çıkıyor. AVIF formatı, normal fotoğraflara göre 3-4 kat daha fazla sıkıştırılabilir ve bu sayede daha az yer kaplıyor.

Bu zellik, hem hosting ve sunucu maliyetlerinden tasarruf sağlıyor hem de sayfa hızını artırarak #SEO performansına katkı sunuyor. Özellikle medya alanında yoğun içerik paylaşan ve görsel açısından çok fazla yer kaplayan siteler için büyük bir avantaj sağlıyor. Bakın AVIF formatı sadece sıkıştırma oranı yüksek bir dosya boyutu sunmakla kalmıyor, aynı zamanda JPG'ye kıyasla daha yüksek kalitede görüntüler de sunuyor.

#Netflix, 2020 yılında AVIF formatını kullanarak görsellerin boyutunu düşürürken kalitenin büyük oranda korunduğunu belirtmişti. Bu, AVIF'in medya ve görsel ağırlıklı siteler için neden bu kadar önemli bir güncelleme olduğunu bir kez daha ortaya koyuyor."

Linkedin Sitesinin PageSpeed Testi Ve Önerilen Düzeltmeler Örnek:



TEŞHİS	
▲ Largest Contentful Paint resmi geç yüklendi	▼
▲ Oluşturmayı engelleyen kaynakları ortadan kaldırın — 1.140 ms. potansiyel tasarruf	▼
▲ Kullanılmayan CSS'yi azaltın — 41 KİB potansiyel tasarruf	▼
▲ Kullanılmayan JavaScript'i azaltın — 259 KİB potansiyel tasarruf	▼
▲ Largest Contentful Paint ögesi — 2.790 ms.	▼
▲ JavaScript yürütme süresini azaltın — 1,5 sn.	▼
■ Statik öğeleri verimli bir önbellek politikasıyla yayınlayın — 7 kaynak bulundu	▼
■ Web yazı tipi yüklemesi sırasında metnin görünür halde kalmasını sağlayın	▼
■ Kaydırma performansını artırmak için pasif işleyicileri kullanmıyor	▼
■ Modern tarayıcılara eski JavaScript sunmaktan kaçının — 9 KİB potansiyel tasarruf	▼
■ Ana iş parçacığı çalışmasını en aza indir — 2,5 sn.	▼
○ İlk sunucu yanıt süresi kısaysa — Root doküman 470 ms. sürdü	▼
○ Avoid large layout shifts — 2 layout shifts found	▼
○ Çok büyük ağ yüklerini önler — Toplam boyut 571 KİB'ti	▼
○ Aşırı büyük bir DOM boyutunu önler — 644 öğe	▼
○ Kritik istek zinciri oluşturmaktan kaçın — 1 zincir bulundu	▼

Bölüm 7

BACKLINK

Backlink, bir web sitesinin başka bir web sitesine bağlantı vermesine denmektedir. Bir web sitesinin başka bir web sitesine bağlantı vermesi arama motoru optimizasyonu için önem taşımaktadır. Otoritesi yüksek olan web sitelerinden, otoritesi düşük web sitelerine referans almak, SEO açısından fayda sağlamaktadır. Bir web sitesinin ne kadar referans verdiği ve ne kadar referans aldığı arama motorları açısından sıralamada önem taşır.

Backlink Çalışmasında Dikkat Edilmesi Gerekenler

Backlink Çeşitliği

Backlink çalışması yapılırken kalitesi düşük web sitelerinden backlink alınmaması gerekmektedir. Otoritesi yüksek ve alakalı sayfalardan backlink almak faydalı olacaktır.

Anchor Text

Anchor Text, bağlantı verilen kelimedir. Burada sürekli aynı anahtar kelimelerden backlink almak yerine farklı türevlerinden de bağlantı alınabilir. Örneğin: SEO Nedir? Anahtar kelimesinden bir backlink alınabilir. Fakat ilgili sayfaya sürekli olarak SEO Nedir?

kullanılmasındansa SEO Ne Demek? SEO Uzmanı kelimelerinden de backlink alınabilir.

Backlink Çalışmasında Yorum Siteleri Kullanılmamalıdır.

Backlink türü bulunmaktadır. Fakat, bazı web siteleri tamamen backlink amacıyla kurulmuştur. Örneğin bir yorum sayfasının altında 5 bin veya daha fazla dışarıya bağlantı olabilir. Bu durumda 5 bin farklı sayfa birbirleriyle alakalı olmadığından yarardan çok zarar verecektir.

Backlink Devamlılığı

Bir web sitesi düzenli olarak bağlantı alıyorsa bu olumlu bir şeydir. Fakat sadece bir dönem backlink çalışması yapılmış ve o günden sonra çalışma yapılmamışsa kısa bir süreliğine trafik artışı sağlanacaktır.

Paravan Site Kullanımı

Ücretsiz bir şekilde alt domain kullanılarak oluşturulan web sitelerinden kendi web sitemize yönlendirme yapılarak backlink çalışması yapılabilir.

Haritaların Kullanılması

Yandex haritalar gibi popüler haritalarda yapılan işletme kayıtlarında web sitesi girildiğinde web sitemize backlink almış oluruz. Bu durum bir arama motorunun web sitemize backlink vermesi demektir. Son olarak backlink çalışmalarında blog tanıtım yazıları, formlar vb. Uygulamalar backlink için önem taşır.

Zararlı Baclink Reddetme

Baclink çalışmaları SEO açısından önemli olsa da Black SEO açısından kullanılabilir. Rakip firmalar zararlı baclink alırsa arama motoru sıralamalarında dalgalanma yaşayacaktır. Bu nedenle Google Search Console, Ahrefs, Semrush gibi araçları kullanılarak alınan

bağlantılara bakılmalı ve buradaki zararlı backlink'ler tespit edilmelidir.

Bir web sitesinin zararlı olup olmadığı arama motoru politikalarına bakılarak anlaşılabilir. Eğer web sitesine gelen bağlantı otoritesi düşük, spam içeren veya pornografik bir site ise arama motoru için uygun olmayacak ve web sitesine zarar verecektir. Backlink için oluşturulan yorum sayfaları da bu kategoriye girebilir. Bir sayfanın altında birbirinden alakasız bincelerce dış bağlantı zararlı olarak görülebilir.

Zararlı backlinkler sitenin uzantısına bakılarak da anlaşılabilir. SSL sertifikası olmayan veya domain uzantısı popüler uzantılardan biri olmayan bir siteyi zararlı backlink olarak anlamlandırabilir. Bunun yanı sıra Semrush gibi araçlar ile sitenin genel bakışı hakkında bilgi alınabilir. Zararlı bağlantıları tespit etmek birkaç faktörü bir arada bulundurarak oluşan bir şeydir. Son olarak Sadece SSL sertifikası ya

da domain uzantısı gibi faktörler zararlı backlink tespiti için tek başına yeterli olmayacaktır.

Zararlı Backlink Reddetme Nasıl Yapılır?

Zararlı bağlantılar tespit edildikten sonra Semrush ve Ahrefs gibi SEO araçlarından direkt olarak yapılabilir. Fakat en iyi çözüm Google Bağlantı Reddetme aracını kullanmaktır.

Bağlantı reddetmek için bağlantıları listeledikten sonra Search Console Bağlantı Reddetme aracı ziyaret edilir. Search Console ile giriş yapıldıktan sonra bir txt dosyasına örnekte olduğu gibi domainler ya da sayfa bağlantıları yapıştırılır. Daha sonra metin belgesi Search Console üzerine yerleştirilir.

Backlink reddi için hazırlanan metin belgesi o günün tarihi olarak kaydedilirse, işlemi yapan kişi için daha sonraki backlink reddi için yardımcı olacaktır.

Reddedilen Bağlantı Dosyası Örneği:

İki sayfa reddedilecek

<http://spam.example.com/stuff/comments.html>

<http://spam.example.com/stuff/paid-links.html>

Bir alan adı reddedilecek

domain:shadyseo.com

⁵ Google tarafından örnek olarak verilmiş bağlantı red dosyası

Backlink Nasıl Bulunur?

Backlink bulmak için birden fazla faktör bulunmaktadır. Bu faktörler arasında forumlar, firma rehberleri, Wikipedia, Medium gibi platformlar başta gelmektedir. İnternet üzerinde birçok form bulunduğundan dolayı ilgili sayfa ile ilgili bir form bulunmalıdır. On – Page tavsiyesi ya da ilgili sayfa için backlink almak gerekiyorsa o sayfanın konusu ile ilgili bir forum başlığı bulunması gerekir.

⁵ <https://support.google.com/webmasters/answer/2648487?hl=tr>

Örneğin:“YouTube MP3 Dönüştürme Nasıl Yapılır?” adlı bir sayfanız bulunuyorsa ve forum üzerinden backlink almak istiyorsanız. Forumu bulmak için Google üzerinde şu aramayı yapabilirsiniz.

Kullanılacak komut: inurl:forum “aranacak başlık”

Örnek kullanım: inurl:forum YouTube MP3 dönüştürme

Örnekte görüldüğü üzere komut kullanılarak istenilen forum bulunabilir ve forumlarda ilgili başlık altında yorum yapılarak kendi web sitenize bağlantı verebilirsiniz.

Backlink Wikipedia üzerinden de alınmaktadır. Burada yapılan bağlantı çalışması şu şekilde kullanılır. İlgili başlık altında içeriği düzenlemek ve kaynak olarak web sitenizi vermek. Örneğin: 2. Dünya Savaşı adlı başlıkta kendi sayfanızda bulunan başlık altında bir örnek vermek gerekirse; “2. Dünya Savaşı’nda Kaç Kişi Öldü?” olabilir ve konu altına bilgi girilebilir kaynak olarak bağlantı verilebilir bu sayede backlink alınmış olacaktır. Firma rehberi, bir kurumun bilgilerini içeren web siteleridir. Burada; işletme sorumlusu, kuruluş yılı, işletme hakkında, web sitesi, adresi vb. hakkında bilgiler bulunur. Firma rehberi backlink almak için kullanılan kolay yöntemlerden biridir. Backlink Medium gibi içerik paylaşım platformlarında içerik yazarak ve kendi web sitenize bağlantı verilererek de gerçekleştirilebilir. Bunun yanı sıra sosyal medya kullanımı, Yandex kurum kaydı da bir bağlantı

almanıza yardımcı olacaktır. Son olarak backlink almak için yorum siteleri ya da ücretli backlink sağlayan web siteleri vardır. Ücretli backlink alımı ya da yorum siteleri tavsiye edilmeyen yöntemlerdir.

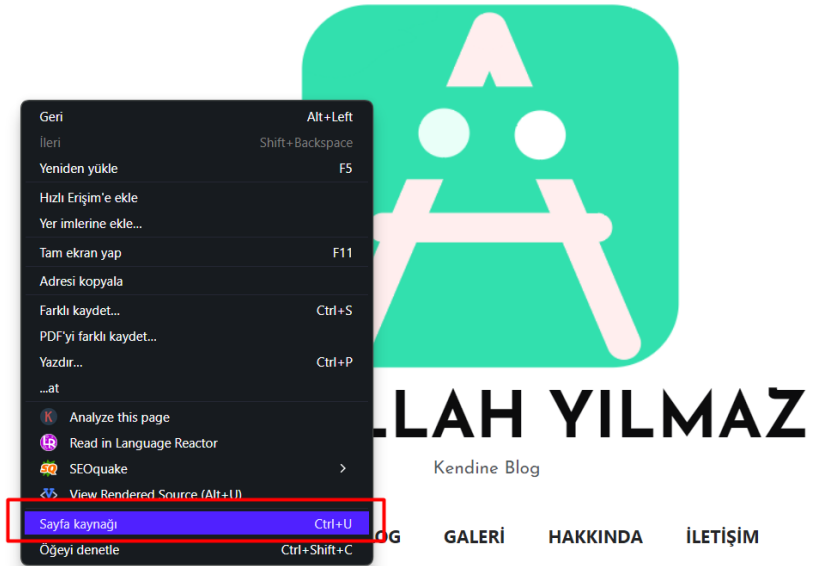
Bölüm 8

WORDPRESS SİTESİNİN TEMASI NASIL BULUNUR?

Web sitesi oluşturmak isteyen kişiler zaman zaman rakip sitelerin temalarını beğenebilir. Burada rakip web sitesinin temasını bulduktan sonra kişiler kendilerine göre özelleştirme yapabilir. Web sitesi temasının belirlemenin birkaç yolu bulunmaktadır. Bunlardan biri sayfanın kaynak kodlarını incelemek bir diğeri ise web sitesi kullanmaktır.

Sayfa kaynağını görüntüleyerek WordPress tema belirleme:

Web sayfasında boş bir alana sağ tık yaparak sayfa kaynağına gidin.





WordPress Theme Detector sitesini ziyaret edin.



İlgili kısma merak ettiğiniz web site adresini girin ve "Experience magic of WPTD!" butonuna tıklayın.

https://blogabdullahymz.wordpress.com uses this theme:

varia

Not Downloadable

Version: *Unknown*

Author: *Unknown*

Probable custom theme

The WP Theme used by this site seems to be called **varia**, but no detailed information about it is available at <https://blogabdullahymz.wordpress.com>.

Availability: This theme is not available for you to download or buy. There is no detailed information, so it could be a custom theme, a customized pre-existing theme or even a pre-existing theme for which the relevant info was hidden.

Additional information about the site <https://blogabdullahymz.wordpress.com>:

WP configuration: Standard.

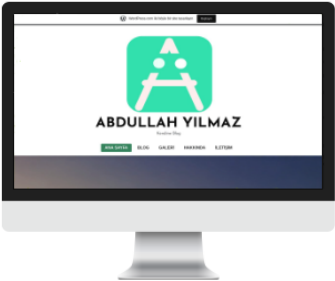
Previous analysis:

- *Date:* Last analysed by WPTD on 2024-05-29.
- *Page:* <https://blogabdullahymz.wordpress.com>

Previous results:

- *Theme:* varia (same theme detected now).
- *WordPress configuration:* Standard.

Theme changes: The active theme has not changed since this site was first tracked by WPTD on 2024-05-28.



ABDULLAH YILMAZ – Kendine Blog

Web site tema ismini ve ön izlemesini görebilirsiniz.

Site to check:

<https://www.linkedin.com>

Experience the magic of WPTD!

The site <https://www.linkedin.com> does not seem to be using WordPress.

Eğer bir sitesi WordPress teması kullanmıyorsa veya WordPress kullanmıyorsa karşınıza bu uyarı çıkacaktır.

Tema Seçiminde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Bir web sitesinin en önemli hususlarından biri temasıdır.

Temanın SEO için önemli bir etkeni bulunmaktadır. Eğer tema, arama motoruna optimize bir şekilde değilse kullanılmamalı ve SEO için uygun bir tema seçilmesi gerekmektedir. Seçilecek olan temanın sayfa hızı, mobil uyumluluğu, AMP uyumluluğu, hangi tarayıcılara uyumlu çalıştığı(Opera, Google Chrome, Mozilla,Safari vb.), tema desteğinin olup olmaması (gerekli görüldüğünde destek alınması

için), eğer WordPress gibi içerik yönetim platformları kurulacak ise son WordPress sürümüne uyumlu olup olmadığı, WordPress gibi platformlar için çeşitli eklentilere uyumlu çalışıp çalışmadığına (Elemantor, WPML, WPForms, WooCommerce, Polylang vb.) ve kullanıcı yorumlarına bakılması gerekmektedir. Hızlı bir şekilde web sitesini oluşturmak ve SEO uyumlu hale getirmek için tema seçiminde bu hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir.

Bölüm 9

White Hat SEO (Beyaz Şapkalı SEO) Kavramı

Siber güvenlikte olduğu gibi arama motoru optimizasyonu için de beyaz ve siyah şapkalı SEO kavramı vardır. Beyaz şapkalı SEO çalışması sağlıklı olan tüm SEO çalışmalarına denmektedir.

Black Hat (Siyah Şapkalı SEO) Kavramı

Siyah şapkalı SEO çalışması, etik olmayan yöntemler ile gerçekleşmektedir. Bu durum kullanıcıları yanıltmaya ve tıklama almaya yönelik çalışmalardır. Kısa sürede fayda sağlandığı görülse de arama motoru optimizasyonu devamlı bir süreçtir. Bu sebepten ötürü eğer siyah şapkalı SEO teknikleri bir süre sonunda zarar verecek hatta arama motorları tarafından cezaya tabii tutulacaktır.

Black Hat SEO Çalışmasında Kullanılan Teknikler

Alakasız anahtar kelime kullanma: Alakasız anahtar kelimeler ile heading, meta description ve içerikler doldurulur. Site ile alakası olmayan anahtar kelimeler kullanıcı çekmeye yöneliktir. Örneğin:

Uzay bilimi ve yemek tarifi birbirleriyle alakalı olmayan konulardır.

Burada tüm farklı konulardan anahtar kelimeler kullanılarak kullanıcı ve arama motorları yanıltılmaya çalışır.

Giriş Sayfası Yanıltması

Arama motorları ve kullanıcıların gördüğü sayfa farklıdır.

Arama motoru botları anahtar kelimelerin bulunduğu sayfayı görürken, kullanıcılar farklı bir giriş sayfası görür. Bu durumu gerçekleştirmek için user - agent kodları kullanılır. Bu kodlar sayfayı ziyaret edenin bir kullanıcı mı yoksa bot mu? olduğunu anlar.

İçerik Oluşturma

Veritabanı üzerinde bulunan kelimeler ve içeriklerden devamlı olarak otomatik içerikler girilir. Bu içerikler sürekli olarak kelimelerin yer değişimiyle oluşur ve bir anlam ifade etmez. Sürekli olarak güncel kalmak SEO açısından önemli olsa da en popüler arama motoru Google, bu tür manipülasyonlara karşı önlem almış ve algoritmalar tarafından tespit edilebilir duruma getirmiştir.

Görünmez Metin Kullanımı

Arka plan rengi ile metin rengi aynı şekilde oluşturulur. Bu sayede kullanıcılar bu göze batan durumu görmez, tamamen arama motoru için kullanılan bir yöntemdir.

Bölüm 10

SUNUCU DURUM KODLARI

Sunucu istemci durum kodları bir web sitesi için büyük önem taşımaktadır. Durum kodları SEO çalışmalarında sayfa için yapılması gereken düzenlemeyi belirtmektedir.

200 Durum Kodu

200 durum kodu başarılı olarak ifade edilir. Eğer sayfa 200 durum kodu veriyorsa orta da herhangi bir sorun yok, her şeyin sağlıklı olduğunu belirtilir.

301 Durum Kodu

301 durum kodu sunucu tarafından kalıcı yönlendirme anlamını ifade eder. Bu durum sayfanın URL bazında değişikliğe gidilmesinde ya da 404 olan bir sayfanın çalışan bir sayfaya yönlendirilmesinde kullanılır. Örneğin: orneksite.com/habarler URL'i yanlış girilmişse ve yeni URL orneksite.com/haberler ise 301 kalıcı yönlendirme ile yeni bağlantıya yönlendirilir. Bu sayede eski

bağlantıya tıklandığı zaman hata vermez yeni bağlantı açılır. Aynı zamanda bu yönlendirmeler arama motorlarına belirtilir.

302 Durum Kodu

Bu durum kodu sadece 301 yönlendirme için erken olduğu zaman kullanılır. Geçici yönlendirme anlamına gelmektedir. Bir süreliğine ilgili sayfa farklı bir sayfaya yönlendirilir.

403 Durum Kodu

Bir kullanıcı erişim iznine sahip değilse bu hatayı alır. Sunucuya erişim izni yoksa işlemleri gerçekleştiremeyecektir.

404 Durum Kodu

İnternet üzerinde birçok kullanıcının karşılaştığı bir koddur. İstenilen sayfanın olmamasından kaynaklanır. Böyle bir sayfa yoksa bu durum kodu ile karşılaşılır.

410 Durum Kodu

Bu kod aslında 404 ile benzerdir. Fakat kalıcı olarak böyle bir sayfa artık olmayacaktır. Daha önceden var olan sayfa 410 durum kodu ile arama motorlarına belirtilir ve arama motorunun bu sayfayı dizinden çıkarmasını ister.

500 Durum Kodu

Server ya da hosting tarafında bir problem bulunuyorsa bu kod ile karşılaşılır. İlgili sayfa aslında vardır ama web sitesine erişmekte problem yaşanır.

Durum kodları sadece bunlardan ibaret değildir. Ancak SEO açısından bu kodları bilmek yeterli olacaktır. Sayfanın durum kodlarını değiştirmek web sitesi panelinde gerçekleştirilir daha sonra arama motoru panelinde (Search Console) düzeltmeler doğrulanmaktadır.

Bir Sayfanın Durum Kodu Nasıl Kontrol Edilir?

Bir sayfanın durum kodunu en hızlı şekilde tarayıcı eklentileri ile kontrol edebilirsiniz. Redirect Path eklentisi bir sayfanın durum

kodunu birkaç saniye içerisinde göstermektedir. Eğer birden fazla sayfanın durum kodunu görmek istiyorsanız bunun için Screaming Frog SEO Spider programını kullanmanız gerekmektedir.

Bölüm 11

Anahtar Kelime Kullanımı

İngilizce Keyword olarak belirtilmektedir. Anahtar kelime kullanımı arama motoru optimizasyonunun en önemli faktörüdür. Öyle ki bu durum sıralamalarda büyük fark yaratmaktadır. Anahtar kelime kullanmayan bir web sayfası ile anahtar kelime kullanan bir web sayfası arasında avantaj anahtar kelime kullanan sayfadır. Fakat unutulmamalıdır ki anahtar kelimeler doğru bir şekilde konulmalı ve içeriğe orantılı bir şekilde yerleştirilmelidir.

İçeriklerde Anahtar Kelime Kullanımı

İçeriklerde anahtar kelime yoğunluğu oldukça önemlidir. Bu yoğunluk az olduğu zaman arama motoru tarafından önemsenmez yüksek olduğu takdirde spam olarak algılanabilir. %1.5 veya 2.5 civarında keyword kullanımı ortalama olarak kabul edilir. Eğer bu değerlerin altına düşerseniz arama motoru anahtar kelimeleri önemsemeyecektir. Keyword çok fazla kullanılmamalıdır ki spam olarak algılanmasın bu sınır %6 ile %8 olarak değişmektedir. Tabi ki

çok fazla hacmi olan ve rekabet düzeyindeki anahtar kelimeler

örneğin: "hava durumu" gibi kelimeler %5 ile %8 oranda

kullanılmalıdır. (Gülten, Anahtar Kelime Yoğunluğu, 2018)

Anahtar Kelime Belirleme

Birçok web sitesi hangi kitleye ulaşmak istiyorsa o kitlenin kullandığı anahtar kelimelere yönelir. Anahtar kelime belirlemenin birçok faktörü bulunmaktadır. Örneğin Google üzerinde sadece anahtar kelimeyi yazdıktan sonra "*" işareti koymak sizlere ilgili diğer anahtar kelimeleri gösterecektir. Örnek olarak "Türkiye" anahtar kelimesinde; "Türkiye*" kullanılırsa; "Türkiye haritası, Türkiye maçı, Türkiye milli futbol takımı" anahtar kelimeleri karşınıza çıkar. Bunun yanı sıra Google arama sayfasında çıkan "Diğer Sorular" kısmı sizler için hem başlık hem de anahtar kelime çıkartabilir.

Semantik (Anlamsal) Anahtar Kelime Nedir?

SEO çalışmalarında semantik anahtar kelimeler büyük önem taşımaktadır. Semantik anahtar kelime ana anahtar kelimeye yardımcı

olmak için kullanılır. Bir diğer taabir ile yardımcı anahtar kelime olduğu da söylenir. On – Page SEO çalışması yapıldığında semantik anahtar kelimeler listelenir ve gerektirdiği takdirde içerikte kullanılır. Semantik anahtar kelime aynı zamanda arama motorunun içeriği daha iyi tanımasını sağlar. Bir ana anahtar kelimenin birbiriyle ilişkili olduğu diğer anahtar kelimeler kullanılmalıdır. Örneğin: “Kebap” anahtar kelimesi için “Türkiye Kebap” kelimesi kullanılabilir çünkü kebab Türkiye ile ilişkili bir yemektir. Aynı zamanda “Adana kebab, Urfa kebab, Türkiye’nin yöresel lezzetleri” semantik anahtar kelime olarak kullanılabilir. Bu şekilde ilişkisel anahtar kelimeler kullanmak faydalı olur.

Bölüm 12

KEYWORD BELİRLEMEDE KULLANILACAK ARAÇLAR

Semrush

Semrush, en çok kullanılan SEO analiz araçlarıdır. Bu araç üzerinde rakip analizi, trafik analizi, anahtar kelime analizi gibi tüm işlemler yapılabilir. Burada anahtar kelimenin ortalama bölgede kaç defa arandığını görebilirsiniz.

Projects > Keyword Overview > Keyword Magic Tool

[Keyword Research course](#) [User manual](#) [Send feedback](#)

Keyword Magic Tool: Türkiye [View search history](#)

Database: Turkey Currency: USD

All Questions All Keywords Broad Match Phrase Match Exact Match Related Languages beta

Volume KD % Intent CPC (USD) Include keywords Exclude keywords Advanced filters

By number By volume

All keywords 744,896

> nin 37,009

> yeni 36,334

> ses 29,793

> haritası 21,108

All keywords: 744,896 Total volume: 35,113,890 Average KD: 27% [+ Add to keyword list](#) [Update](#) [Settings](#) [Share](#)

☐ Keyword	Intent	Volume	KD %	CPC (USD)	SF	Updated
☐ türkiye cumhuriyeti sosyal güvenlik kurumu >>	I N	4,090,000	74 	0.04	6	2 weeks Refresh
☐ türkiye haritası >>	I	2,240,000	43 	0.20	6	2 weeks Refresh
☐ türkiye >>	I	673,000	100 	0.16	10	2 weeks Refresh
☐ türkiye cumhuriyeti milli eğitim bakanlığı >>	I N	673,000	63 	2.00	7	2 weeks Refresh

Örnekte Türkiye anahtar kelimesinin 12 ay boyunca ortalama aylık 673 bin defa arandığını görebiliriz.

Ahrefs

En sık kullanılan bir diğer SEO aracı Ahrefs'dir. Bu araç tıpkı Semrush gibi analizler yapmamıza olanak tanır. SEO uzmanları genellikle Ahrefs'i backlink kontrolü için kullanır.

"Türkiye" için anahtar kelime fikirleri

Birkaç tıklamayla en iyi anahtar kelimelerinizin listelerini oluşturun.

[Deyim eşleşmesi](#) / [Sorular](#)

Anahtar Kelime	KD ⁱ	hacim [↓]	Güncellenmiş ⁱ
türkiye haritası	Easy	>1M	1 day
türkiye cumhuriyeti sosyal güvenlik kurumu	Medium	>100K	1 day
türkiye	Hard	>100K	about 5 hours
türkiye cumhuriyeti millî eğitim bakanlığı haberleri	Hard	>100K	about 7 hours
türkiye cumhuriyeti millî eğitim bakanlığı	Medium	>100K	1 day
türkiye maçı	Easy	>100K	4 days

Örnekte bulunan Türkiye anahtar kelimesi son 5 saat içinde güncellenmiş ve ortalama 100 bin defa aratılmıştır.

Google Trends

Google Trendler insanların en çok neleri aradığını gösteren bir yapıdır. Burada zamanlara göre kullanıcıların aradıkları anahtar

kelimeler 0 - 100 arasında derecelendirilir. Bu yapıda ilgili konulara da ulaşmanız sizlere içerik pazarlaması hakkında fikir verecektir.

Google Ads

Google Ads, Daha çok SEM için kullanılır. SEM (Search Engine Marketing) yani Arama Motoru Pazarlaması olarak geçmektedir. Bir kelime aradığınız zaman ilk sırada çıkan sponsorlu reklamlar buradan yürütülmektedir. Fakat SEO için anahtar kelime hacmi öğrenme ve anahtar kelime planı oluşturma da kullanılabilir.

[Anahtar Kelime Planlayıcı >](#)

Nis 28, 2024, 11 ÖÖ (GMT+03:00) tarihli plan

Anahtar kelime fikirleri Tahmin **Kaydedilen anahtar kelimeler** Negatif anahtar kelimeler

Plan adını düzenle

Az önce kaydedildi

Kampanya oluştur

Türkiye

Tüm diller

Google

Nis 2023 – Mar 2024

+

Sütunlar

Anahtar kelime	Ort. aylık arama sayısı	Üç aylık değişim	Yıldan yıla değişim	Rekabet	Reklam gösterim payı	Sayfanın üstü teklifi (düşük aralık)	Sayfanın üstü teklifi (yüksek aralık)	Hesap durumu
hava durumu	1 Mn-10 Mn	%0	%0	Düşük	—	₺0,35	₺1,52	
kar ne zaman y...	10 B-100 B	-%90	%0	Düşük	—	₺0,98	₺6,83	

1 - 2 / 2

Anahtar Kelime Türetme

SEO çalışmalarında bir kelimenin birden fazla türevi bulunmaktadır. Tıpkı Türkçe’de “yüz” kelimesi; sayı, yüzmek ve surat anlamına geliyorsa, kullanıcıya ulaşmak için de anahtar kelime türevleri gerekmektedir anahtar kelime türetirken bir kelimenin birden fazla anlama geldiği göz ardı edilmemelidir. Bir kişi zaman zaman anahtar kelime türevi yapabilse de her anahtar kelimede yapamayabilir. Örneğin; “Bilgisayar” kelimesinde “Computer, Bilgisayar nedir? bilgisayar ne demek?” anahtar kelimelerini türetebilir. Fakat bu türevler rekabeti çok yüksek olan kelimelerdir ve SEO çalışmasında zayıf kalabilir. Bu nedenle çeşitli araçlar kullanmak bizler için her zaman daha faydalı olacaktır. Anahtar kelime türetirken mutlaka 5N1K sorusunu dikkate almak faydalı olacaktır. Çünkü kullanıcılar arama motorlarında en çok “Ne, neden, nasıl, nerede, ne zaman ve kim?” Sorularını sorarlar bunun yanı sıra “Ne demek?” sorusu da sıklıkla kullanılır? Bu durumun bilincinde olmalı ve buradan

yola çıkarak anahtar kelime türetilmelidir. Anahtar kelime türetmek

kişi için zaman kaybı ve zor olabilir bu sebepten ötürü araç kullanmak

faydalı olacaktır.

Free Keyword Research Tool

Classic Turkey Turkish Advanced Options

Bilgisayar
bilgisayar fiyatları
bilgisayar mühendisliği
bilgisayar mühendisliği sıralama
bilgisayar masası
bilgisayar mühendisliği taban puanları
bilgisayar duvar kağıtları
bilgisayar kasası
bilgisayar programcılığı
bilgisayar çantası
bilgisayar mühendisliği maaş
bilgisayarı kim icat etti
bilgisayar oyunları



Sheet
Keywords

103 : 103

İlgili örnekte "Bilgisayar" kelimesinden sorgulanan keywordleri

görmektesiniz. 103 örnek verilmiştir. Eğer işlem durmasaydı sürekli

olarak devam edecektir. Bilgisayar ile ilgili bir içerik yazacak kişi aynı

zamanda buradan anahtar kelime türevlerini görebilir. Arama hacmi ve rekabete göre bu türetilmiş anahtar kelimeleri kullanabilir.

Anahtar Kelime Kullanımında Yapılan Hatalar

Anahtar kelime kullanımında yapılan en büyük hatalar içerik ile alakalı olmayan anahtar kelimeleri kullanmaktır. Bu durum sadece bilgisayarlarla ilgili bir içerikte "Arı nasıl yetiştirilir?" kelimesini kullanmak değildir. Örneğin içerik bilgisayarların tarihinden ve nasıl çalıştığından bahsediyorsa "Bilgisayar çantası" kelimesini kullanmak bu içerikte doğru olmayacaktır. Çünkü makale bilgisayarların tarihi ve çalışma mantığına değinmektedir. "Bilgisayar çantası" kelimesi bir e-ticaret sitesinde kategori sayfasında ya da ürün sayfasında kullanılabilir.

Anahtar kelime kullanımında sık yapılan diğer hatalardan biri etik olmayan SEO teknikleri yani Black Hat SEO uygulamasıdır. Burada yazı rengi ve arka plan rengi aynı olup anahtar kelime spamı yapılmamalıdır.

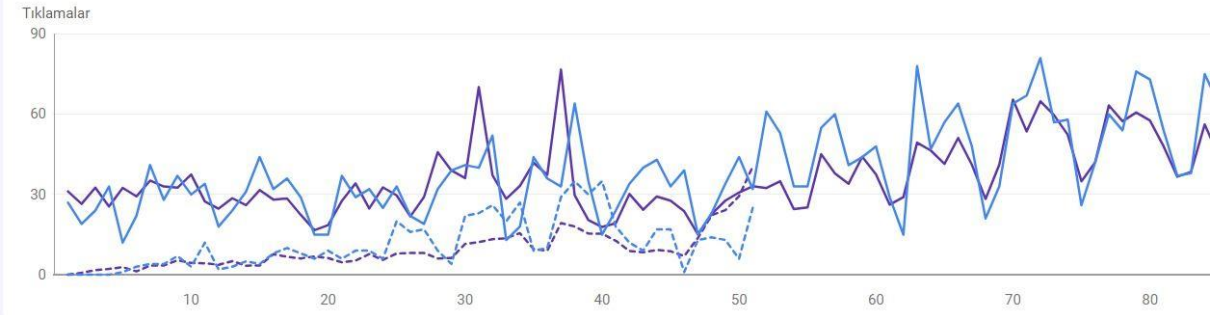
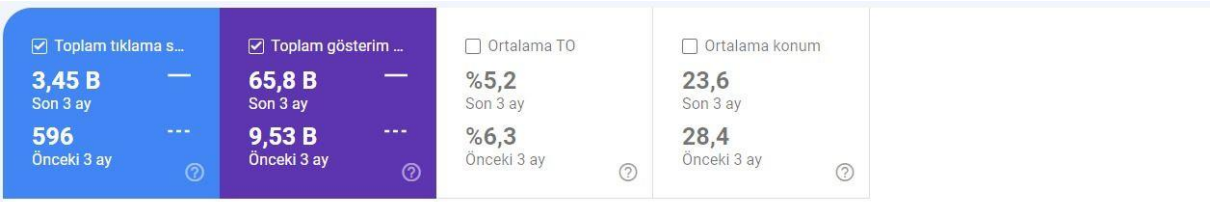
Bölüm 13

Google Search Console

Google Search Console, web sitenizi kurduktan sonra uğramanız gereken ilk yerlerden biridir. Burada site mülkü kaydedilir ve web sitenizi Google'a kaydetmiş olursunuz. Google arama motorunun sitenizi daha iyi tanıması için site haritası kaydını oluşturmanız gerekecektir. Web sitesi için site haritası oluşturduktan sonra site harita bağlantısını kopyala - yapıştır işlemi ile direkt olarak sitenizi kaydedersiniz. Search Console üzerinde web sitenizin Google için trafiğini görebilirsiniz. Site kaydı yapıldıktan 48 saat içinde veriler Search Console'a düşecektir. Eğer Google arama motoru sitenizde bulunan bir sayfayı index'lememişse burada manuel olarak sayfanızın index'lenmesini isteyebilirsiniz. İstek talebi oluşturulduktan bir süre sonra sayfa arama motoruna listelenmiş olur. Eğer sayfa gözüküyor ise URL doğruluğuna, sayfanın çalışıp çalışmadığına veya "noindex" etiketinin olup olmadığını kontrol etmelisiniz. Kaç sayfanın dizine eklendiğini kaç sayfanın eklenmediğini Search Console üzerinden

rahatça görebilirken aynı zamanda dizine eklenmeyen sayfaların neden eklenmedikleri de belirtilmektedir. Bazı sayfalar yönlendirmeli olabilir burada yönlendirme yapılan sayfayı site paneli üzerinden yönlendirmeli ve Search Console üzerinden hatanın düzeltildiğini doğrulama yaparak bildirmelisiniz. Bazı sayfaların artık web sitesinde bulunmaması durumunda Search Console üzerinden URL kaldırma işlemi de yapabilirsiniz.

Aynı zamanda Bağlantılar üzerinden web sitenize gelen backlinkleri görebilirsiniz. Burada en çok bağlantı verilen metinleri de yani Anchor'ları görebilirsiniz. Aynı zamanda Search Console sizlere mobil veya masaüstü görünümdeki olan sorunları gösterebilir. Search Console Performans bölümünde sitenizin trafik akışını, sayfa sayısını, trafik gelen ülkeleri, cihazları ve benzeri birçok özelliği sunmaktadır.



Search Console üzerinde yapılan küçük bir karşılaştırma. SEO

çalışmasına başlamadan 3 ay önceki performans ve başladıktan

sonraki 3 aylık performans.

Google Analytics

Google Search Console, Google Analytics'e göre daha az işlev sunmaktadır. Burada çok daha fazla veriyi birarada görebilir analiz edebilirsiniz. Search Console daha çok site kayıt işlemlerinde, hatalarda, genel trafik için kullanılır ancak Analytics, çok daha fazla veriyi bir arada bulundurmaktadır. Son 30 dakika içerisinde gelen kullanıcıları, web sitesinde dolaşan anlık kullanıcıları ve hangi

konumda oldukları, yeni kullanıcıları, oturum başına ne kadar süre geçirdikleri ve ne kadar süre sonra çıktıkları gibi çok daha fazla veriyi hazır bir şekilde ulaşabilirsiniz. Ayrıca Google Search Console ile Analytics arasındaki en temel farklardan biri GSC'nin organik trafikleri ele alırken Analytics'in direkt trafik gibi verileri de ele almasıdır. Buradaki verileri Google Search Console'da olduğu gibi dışarı aktarabilirsiniz.

Semrush

Semrush, en sık kullanılan SEO aracıdır. Semrush SEO aracı verileri Google veri tabanlarına göre analiz etmektedir. Kullanmak diğer araçlara göre biraz daha zor olabilir.

Anahtar kelime analizleri, anahtar kelime planı oluşturma, içerik planı oluşturma, rakip analizi, trafik ve backlink analizi, backlink reddetme gibi birçok işlemi gerçekleştirebilirsiniz. Anahtar kelime karşılaştırması yapabilirsiniz. Semrush ücretli bir SEO aracıdır. Günlük olarak 7 ücretsiz işlem yapılmaktadır.

Ahrefs

En çok kullanılan SEO araçlarından bir diğeri de Ahrefs'dir. Backlink açısından en fazla veriyi göstermektedir. Zararlı backlink analizinde oldukça faydalıdır. Bunun yanı sıra Semrush gibi değildir.

Sitenizi Search Console ile bağlamanız gerekmektedir. Semrush üzerinde yapabileceğiniz tüm işlemleri Ahrefs üzerinde de yapabilirsiniz.

Screaming Frog SEO Spider

Teknik SEO çalışması yaparken kullanılacak programlardan biridir. Ücretli ve ücretsiz sürümleri bulunmaktadır. Ücretsiz olarak 500 sayfa analizi yapılabilir. SEO Spider teknik SEO çalışmasında kullanılacak tüm özellikleri sunmaktadır. Sayfaların içerik tipini, durum kodlarını, title'larını, meta description, h1, h2, görseller, index'lenmiş veya index'lenmemiş tüm durumları gösterir. Buradaki veriler dışarı aktarılabilir ve Excel veya CSV dosyası olarak kullanılabilir. Çok fazla veriyi web sitesinden çekebilir ve analiz edebilirsiniz. Buradaki veriler ile SEO çalışmasını yürütebilirsiniz.

Looker Studio Overview

Google tarafından raporlama aracıdır. Burada rapor hazırlanmaktadır. SEO uzmanları burada aslında bir sunum hazırlamaktadır. Fakat Powerpoint veya Canva gibi araçlara kıyasla sunumda kullanılacak verileri Google Search Console, Analytics ve diğer araçlardan veri çeker. Manuel olarak veri girmektense direkt olarak veri çekmek aynı zamanda karşılaştırma yapmaya da olanak

tanımlanmaktadır. SEO çalışmasına başlamadan önce ve başladıktan sonra yapılan karşılaştırma danışanlara nereden nereye geldiğini belirtir.

SEO Meta Insights

Bir tarayıcı uzantısıdır. Page Title ve Meta Description için kullanışlı bir araçtır. Bir sayfanın title ve meta description'ını incelemek için sayfa kaynağını görüntülemek veya Screaming Frog gibi araçlar kullanmak yerine çok hızlı bir şekilde gözlem yapabilirsiniz.

Redirect Path

Tarayıcı eklentisidir. Bir web sayfasının durum kodunu kontrol etmektedir. Sayfanın; 200, 301, 302 gibi hangi durum kodu olduğunda gösterir. Eğer yönlendirme varsa hangi sayfadan yönlendirme olduğunu göstermektedir.

SEO Assistant by İçerik Bulutu

Arama motoru optimizasyonu için tarayıcı eklentisidir. Arama motorunda arama yapıldığı ilk 5 sayfadaki içeriklerin ortalama kelime sayısını göstermektedir. Bunun yanı sıra ilk 5 sayfa da çıkan sayfaların görsel - metin, kod - metin oranlarını göstermektedir. En çok kullanılan anahtar kelimeleri de yine bu eklenti üzerinden görebilirsiniz. Ayrıca verileri CSV dosyası olarak dışarı aktarabilirsiniz.

HTML Visual Validation

Bir sayfa üzerindeki HTML bölmelerini göstermektedir. Sayfa içerisinde aradığınız bir bölüm ya da değiştirmek istediğiniz bölümleri hangi yapıda olduğunu görerek işlemlerinizi gerçekleştirebilirsiniz. Bunun yanı sıra içerikleri hangi heading yapılarına sahip olduğunu, hangilerinin listeleme yapısında olduğunu veya hangi metinlere Anchor tag eklendiğini görmenizi sağlar.

SEO Meta in 1 Click

Diğer SEO eklentileri ile benzer bir tarayıcı eklentisidir. Burada bir sayfadaki; "Heading, description, keyword, linkler, görseller gibi yapıları görmenizi sağlar."

SEOquake Analytics

Çok işlevli bir SEO aracıdır. Tarayıcı eklentisi olarak kullanılır. Hızlı bir şekilde sayfa analizi yapabilirsiniz. Arama motorunda optimizasyonu'nda hangi alanların sağlıklı hangi alanları sağlıklısız olduğunu gösterir. Domain bazında kaç sayfanın arama motorlarına (Google, Bing, Yahoo, Yandex) index'lendiğini bazı Semrush verilerini görebilirsiniz.

WayBackMachine

Bir SEO aracı değildir. Asıl amacı internetteki sayfaları arşivlemektir. WayBackMachine kullanarak bir internet sitesinin geçmişte nasıl görüldüğünü, neler yayımladığını görebilirsiniz. X (Twitter) gibi sosyal medyalarda da kullanıcıların bıraktığı izleri görebilirsiniz. SEO için ise bir sayfanın veri tabanında kaybolması ve ulaşılmaması durumunda, eski içeriklere ulaşmak için kullanılabilir. Bu sayede yeniden içerik yazmaya gerek kalmayabilir.

Bölüm 14

WORDPRESS EKLENTİLERİ VE SEO ARAÇLARI

Yoast SEO

Web sitesi için önemli bir SEO aracıdır. SEO çalışmalarında sürekli olarak kullanılmaktadır. Bir web sitesinin teknik ve sayfa içi SEO çalışmalarında önemli rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra bir içeriğin SEO uyumlu olması için tavsiyeler vermektedir. Eklenti WordPress içerik yönetim sisteminde kullanılmaktadır. Yoast SEO ile yapabileceğiniz bazı işlemler şunlardır: robots.txt dosyası oluşturma, site haritası oluşturma, yönlendirme yapma, arama motorları için meta tag ekleme ve benzeri birçok işlemi yaparsınız. Bunun yanı sıra hiçbir kod bilgisine sahip olmayan kullanıcılar bu eklenti ile işlemlerini yapabilir.

Rank Math

Sık kullanılan bir SEO aracıdır. Birçok özelliği bulunmakta ve ücretsiz sürümü ile neredeyse tüm işlemlerinizi halledebilmenize aynı zamanda birçok özelliğe sahip olduğundan ötürü hızlı bir şekilde işlemlerinizi yapmayı olanak tanır. Rank Math ile yapabileceğiniz bazı işlemler şunlardır: robots.txt dosyası oluşturma, site haritası oluşturma, yönlendirme yapma, URL yapısını belirleme, .htaccess dosyası düzenleme, 404 sayfası oluşturma, SEO görsel

optimizasyonu, index'lenmeyen sayfaları hızlı bir şekilde index'leme, yapısal veri işaretlemeleri, AMP uyumu ve benzeri işlemleri gerçekleştirmeye olanak tanır. Bunun yanı sıra içeriklerde içeriğin nasıl olması gerektiğini anahtar kelimeleri girerek öğrenebilirsiniz. Anahtar kelime girerek içeriğin ortalama uzunluğunu, görsel kullanımı, verilen bağlantıları, URL yapısını, title ve meta description uzunluğu önerilerini görebilirsiniz. Bu tavsiyeleri değerlendirdikten sonra arama motoru listelemesinde öne çıkmak daha kolay olacaktır.

Akismet Anti-spam: Spam Protection

Spam önlemi almak için kullanılan bir eklentidir. Milyonlarca kullanıcısı bulunmaktadır. Web sitesine gelen spam'leri bu eklenti ile engelleyebilirsiniz.

Elementor

Ücretli ve ücretsiz sürümü bulunan eklenti, bir web sitesi tasarımında kullanılabilecek kolay bir araçtır. Bir web sitesinde yapmak istediğiniz her şeyi bu eklenti ile büyük oranda yapabilirsiniz. Web sayfalarınızı büyük oranda kodlama bilgisine sahip olmadan oluşturabilirsiniz. SEO açısından optimize sayfalar yaratmakta kullanabilirsiniz.

Jetpack

WordPress kullanan kullanıcılara otomatik olarak verilen bir özelliktir. Jetpack, bir web sitesinin yedeğini almakta, etkinlik günlüğünü kaydetmektedir. Teknik SEO çalışmalarında yapılan hataları geri almak için kullanabilirsiniz. Ayrıca Yaptığınız değişikliklerden hangisini geri almayı isterseniz filtreleme işlemi yapabilirsiniz.

Klasik Düzenleyici

WordPress'in eski sürümüne ait bir düzenleme aracıdır. SEO çalışmaları yaparken zaman zaman ihtiyaç duyabileceğiniz bir araçtır. Örneğin: yeni tasarımda, sayfa meta description değişimi hızlı bir şekilde yapamazsınız. Klasik düzenleyici ve eklentiler ile bu işlemi sayfa düzenleyiciye girmeden kolaylıkla yapabilirsiniz.

Page Optimize

Sitede bulunan JavaScript ve CSS kodlarını optimize ederek daha sağlıklı bir sayfa hız sonucu verebilir. Bu durum SEO çalışmalarında sayfa hızı için oldukça önemlidir.

Polylang

Çok dilli bir web sitesi yapmak istiyorsanız Polylang eklentisi kullanabilirsiniz. Sayfaların hızlı bir şekilde hangi dilde olduğunu ve diğer dilde karşılığının ne olduğunu ayarlayabilirsiniz. Polylang tüm web sitesini çevirmenize olanak tanımakla kalmaz aynı zamanda web sitesi üzerinde kullandığınız WhatsApp yönlendirme ve benzeri eklentilerdeki çevirileri yapmanıza olanak tanımaktadır.

Duplicate Page

Web sayfalarının bir kopyasını oluşturmak için kullanılır. Örneğin: Çok dilli bir web sitesinde ana sayfayı ikinci dil için tekrar tasarlamaktansa kopyalayıp metinleri çevirebilirsiniz.

WooCommerce

Bir e-ticaret eklentisidir. E-ticaret yapmak isteyen kişiler hızlı bir şekilde ürünlerini listeleyebilir. Ödeme alabilir, fatura gönderebilir. Ayrıca ürünler hakkındaki istatistikleri de görebilecektir. WooCommerce ile indirebilir dosya gibi sanal satışlar da gerçekleştirebilirsiniz.

Bölüm 15

WEB SAYFALARINI OPTİMİZE ETMENİN ÖNEMİ

Web sayfalarının yazılımsal ya da eklenti kullanarak optimize etmek oldukça önemlidir. CSS ve JavaScript küçültmesi yapmak web sayfasının daha hızlı açılmasına olanak tanıyacaktır. Bunun yanı sıra görsel optimizasyonu Web veya JPG formatının kullanılması veya yazılan içeriklerin HTML metin biçiminde arka tarafında CSS kodları olmaması gerekir. Eğer web sayfası bu optimizeleri yapmamışsa kullanıcıların sayfa çıkış hızı oldukça yükselecektir.

Hemen çıkma oranı artarsa web sitesi için olumsuz bir durum olur. Kullanıcılar web sitesinde ne kadar çok dolaşırsa o kadar iyi olacaktır. Yapılan araştırmalar sayfa hızı 2 saniye içinde açılan sayfalar için hemen çıkma oranının %9 olduğunu gösterirken 3 saniyeyi aştığında hemen çıkma oranının yükseldiğini gösteriyor. Eğer sayfa açılış süresi 5 saniyeye ulaşırsa hemen çıkma oranı %38'e yükseliyor. Bu durum ciddi anlamda kullanıcıların sitede kalma sürelerini azaltacaktır. Aynı zamanda e-ticaret siteleri için bu olumsuz bir durum olacaktır. (Pingdom, 2018)

Sayfa Hızı Optimizasyonu Satış Artışına Örnekler

Vodafone şirketi web sayfası optimizasyonunda LCP dönüşümünü %31 iyileştirerek satışlarında %8 artış sağladı. (web.dev, 2021)

Rakuten 24 web sayfasında JavaScprit ve CSS ve benzeri optimizasyonları yaparak ziyaretçi başına gelirden %57 dönüşüm oranında %33,13'lük bir artış sağladı. (Lee, Duong, Akiba, & Kashiwase, 2022)

Örneklerde görüldüğü üzere web sayfası optimizasyonu oldukça önemlidir. E-ticaret veya medya şirketlerinde kullanıcıların site içerisinde dolaşmaları kazançlarda artış sağlayacaktır

Bölüm 16

KURUMLAR İÇİN SEO ÇALIŞMALARI

Doktorlar için SEO Çalışması

SEO birçok alanda var olduğu gibi aynı zamanda tıp alanında da önemli bir rol oynamaktadır. Başarılı bir SEO çalışması sağlık turizmine katkı sunar. Sağlık turizmi birçok ülke de faaliyet gösterdiği gibi Türkiye’de de faaliyet göstermektedir. Yerel ve ulusal olarak birçok insana iyi bir SEO stratejisi ile ulaşılabilir. Türkiye’de sağlık turizmi her geçen gün artmaktadır. 2020 Kovid 19 pandemi nedeniyle büyük bir azalma olsa da pandeminin azalmasıyla birçok insan Türkiye’yi tercih etmiştir.

2023 yılında 1.538.643 kişi ülkemize sağlık hizmeti almak için gelmiştir. (USHAŞ, tarih yok) Doktorların ve sağlık kuruluşlarının sağlık hizmetlerini daha fazla insana ulaştırmaları için SEO çalışması yapması gerekmektedir. Bunun yanı sıra SEO çalışmaları harici içerik üretmeleri büyük önem taşımaktadır. Podcast, Video ve sosyal medya platformlarında içerik üretmek birçok insana ulaşmanın yolunu sağlar. Bunun haricinde sıra başarılı bir web sitesi ile bilimsel makaleler

yayınlamak birçok insana ulaşmanın bir diğer yoludur. Aynı zamanda haritalar da işletme kaydı oluşturmak ve kullanıcıların pozitif yorumlarını almak bu açıdan önemlidir. Doktorların insanların sorularına formlarda ya da sosyal medyalarda cevap vermesi kullanıcı etkileşimini artıracaktır. Son olarak sağlık alanında yapılan dijital pazarlamaların bilimsel olması oldukça önem taşımaktadır. Etik dışı, bilimsel olmayan ve kullanıcıları yanıltmaya yönelik tıbbi pazarlama asla olmamalıdır. (Knott, 2023)

Diş Doktorları ve SEO

Diş hekimlerinin SEO çalışması Google işletme kaydı, web sitesi makaleleri, sosyal medya içerik üretimi, podcast ve video üretimi gibi örneklendirilebilir.

Her şeyden önce etik ve bilimsel olarak çalışmalar yürütülmelidir. Bunun haricinde sağlık sorunlarına ilişkin aranan anahtar kelimelerle ilgili bilimsel ve etik düzeyde SEO çalışmaları yürütülebilir. Kullanıcıların sorularına yanıt vermek etkileşimi artıracaktır.

Avrupa Bazlı SEO

Avrupa bazlı SEO birçok alanda yapılabilir. Turizm, sağlık turizmi, yurt dışı dil okulları vb. Bu alanda ulaşılmak istenilen kitle iyi belirlenmeli ve

buna göre hareket edilmelidir. Örneğin: Fransa'da bulunan öğrencilerin yurt dışı dil okulu hakkında yaptıkları aramalara göre Fransızca bir SEO çalışması ve reklamlar kullanılabilir.

Kullanıcıların Fransızca ne aradıklarına göre içerik üretmek ve doğru anahtar kelimeler belirlemek bu alanda fayda sağlayacaktır. Ayrıca web sitesinin çok dilli olması yabancı kullanıcılar için kolaylık olacaktır.

Film Siteleri için SEO Çalışması

Arama motoru optimizasyonunda bir diğer faktör film sektörüdür. Onlarca film sitesi arasında ilk sırada çıkmak için başarılı bir SEO çalışması gerekir. Anahtar kelime, etiket, title, meta description çalışması bu anlamda önemli olacaktır.

Film siteleri SEO açısından videoları kendi sunucularına yüklememeleri gerekir yüksek çözünürlükte ve yaklaşık 2 saat süren bir video sayfa hızını oldukça düşürecektir. Bu nedenle filmler kod ile siteye gömülmeli başka bir sunucudan çekilmelidir. Eğer bir film izleme sitesini ziyaret ettiğinizde incele/ögeyi denetle yaparak filmin başka bir kaynaktan geldiğini görürsünüz.

Emlak Sektörü SEO

Emlak sektörü bir diğer SEO çalışması yapılan faktörlerden biridir. Emlak sektörü için Google Benim İşletmem oldukça önemlidir. İşletme hesabını doğru şekilde optimize etmek anahtar kelime kullanımına özen göstermek ve kullanıcılar tarafından olumlu değerlendirilmek önemlidir. Benim İşletmem ile kiralık veya satılık arsa/ev/apart gibi pazarlanan ürünler pazarlanabilir kullanıcılar siteye yönlendirilebilir.

Avukatlar için SEO

Hukuk sektöründe danışmanlık hizmeti veren avukatlar, SEO çalışması yaparak başarılı sonuçlar alabilir. "Kişisel yaralanma avukatı için arama trendleri 2015'ten bu yana %4.000 artmıştır ve her yıl kişisel yaralanma ile ilgili 60 milyondan fazla arama yapılmaktadır." 2022 yılında yapılan bir anket araştırması, insanların %64'ü avukat bulmak için Google'da arama yapacaklarını söyledi. Bu sebepten ötürü başarılı bir SEO çalışması yeni müvekillere ulaşmak için bir yol olacaktır. Yapılan çalışmalar insanların ilk sırada çıkan sayfaya tıklanma oranını %27,6 olarak gösterdi. Tıklanmaların %76'sından fazlası ilk 3 anahtar kelime sıralanan sayfaları ziyaret ettiğini gösterdi. Sosyal medya, YouTube farklı sitelerde içerik

retmek gibi çalışmalarında SEO açısından katkısı olacaktır. (Dreyer, 2024)

Not: Türkiye Barolar Birliği 9 Ağustos 2024 Cuma günü Resmi Gazete’de yayımlandığı karara göre avukatlar için arama motoru çalışmaları yasaklanmıştır. (Türkiye Barolar Birliği Başkanlığından, 2024)

Uluslararası SEO

Uluslararası SEO tüm uluslara hitap etmektir. Ulusal veya local SEO çalışmalarına göre daha zor gelebilir. Uluslararası SEO alışmaları öncelik olarak hedef kitleyi iyi tanımaktan geçer. Hedef kitle Arap lkeleri ise SEO çalışmalarında çok dilli site kullanılabilir ve Arapça pazarlama yürütülebilir. Ancak firmanın dikkat etmesi gereken noktalardan biri o ülkedeki insanların en çok konuştuğu diller olmalıdır. Örneğin: Eski Sovyetler Birliği lkelerinin kendi ana dilleri olmasına rağmen çoğunluğun konuşması ve arama motorlarında Rusça anahtar kelime aramaları yapmaları o ülkenin ana dili yerine en çok konuşulan dil üzerinde çalışma yürütmesi kitleyi daha yakından tanımaya yardımcı olacaktır. Bunun yanı sıra tüm Rusça konuşan

lkeleri hedeflemek daha zor olacaktır. Aynı zamanda yürütülen SEO çalışmasında dikkat edilmesi gereken bir diğerk husus da o dildeki kelimenin birçok anlama geleceğidir. Örneğın: Türkçe’de “Yüz” kelimesi; yüzmek, sayı, surat anlamına gelir. Kelimelerin bu tür türevlerinin olduğunu da unutmamak gerekir. Bir ülkede en çok konuşulan dil ana dili sahip olan ülkeyi geçebilir. Örneğın: İngilizce “Computer” kelimesi ana dili Amerika Birleşik Devletleri’nde daha fazla aranması beklenir. Fakat Hindistan’da en çok konuşulan dillerden biri de İngilizce olduğu için ülke bazında “Computer” kelimesinin daha çok araması olduğunu grsnz. Bu durum İspanya dışında İspanyol’ca konuşan ülkelerde de görülebilir. Güney Amerika lkelerinde SEO alışması yrteceğınız zaman o ülkenin ana dili ile bir çalışma yapmak isterseniz fakat en çok yapılan arama sorguları İspanyolca olabilir. Bu durumu iyi analiz etmek gerekir.

Computer

X Ara

Projeler > Anahtar Kelime Genel Bakışı > Keyword Magic Tool

Anahtar Kelime Araştırma kursu Kullanım kılavuzu Geri Bildirim gönder

Keyword Magic Tool: Computer

Veri tabanı: Amerika Birleşik Devletleri Para Birimi: USD

Hepsi Sorular

Tüm anahtar kelimeler

Geniş Eşleşme

Sıralı Eşleşme

Tam eşleşme

İlgili

Diller

Seta

Hacim

KD

Amaç

CPC (USD)

Anahtar kelimeleri dahil et

Anahtar kelimeleri dahil etme

Gelişmiş filtreler

Numaray...

Hacme g...

Bütün anahtar k... 4.755.945

Toplam hacim: 35.492.210

Ortalama KD: %44

+ Anahtar kelime listesine ekle

Güncelle

Bütün anah...	4.755.945								
		Amaç	Hacim	KD %	CPC (USD)	SF	Güncellendi		
☐ Anahtar kelime									
☐ computer repair near me >>		T	301.000	61	2,08	5	Geçen hafta		
☐ computer >>		I	165.000	100	1,56	8	Geçen hafta		
☐ computer desk >>		C	90.500	73	0,74	6	Geçen hafta		
☐ computer repair >>		C	90.500	57	2,21	7	Geçen hafta		
☐ computer science >>		I	74.000	100	7,41	6	Geçen hafta		
☐ desktop computer >>		C	74.000	90	1,50	6	Geçen hafta		
☐ computer monitor >>		C	60.500	80	0,62	7	Geçen hafta		
☐ gaming computer >>		C	60.500	82	1,15	5	Geçen hafta		

Computer

×

Ara

Projeler >

Anahtar Kelime Genel Bakışı >

Keyword Magic Tool

Anahtar Kelime Araştırma kursu

Kullanım kılavuzu

Geri Bildirim gönder

Keyword Magic Tool: Computer

Veri tabanı: Hindistan

Para Birimi: USD

Arama geçmişinizi görüntüleyin

Hepsi

Sorular

Tüm anahtar kelimeler

Geniş Eşleşme

Sıralı Eşleşme

Tam eşleşme

İlgili

Diller İtalya

Hacim

KD %

Amaç

CPC (USD)

Anahtar kelimeleri dahil et

Anahtar kelimeleri dahil etme

Gelişmiş filtreler

Numaray...

Hacme g...

Bütün anahtar ke... 1.334.290

Toplam hacim: 29.121.570

Ortalama KD: %37

+ Anahtar kelime listesine ekle

Güncelle

Bütün anah...	1.334.290								
		Anahtar kelime	Amaç	Hacim	KD %	CPC (USD)	SF	Güncellendi	
> science	172.436	☐ computer >>	I	673.000	92	0,07	8	Geçen hafta	
> pdf	45.403	☐ computer full form >>	I	201.000	51	0,00	5	Geçen hafta	
> cloud	44.340	☐ computer shortcut keys >>	I	201.000	67	0,02	5	Geçen hafta	
> network	41.140	☐ what is computer >>	I	201.000	77	0,10	6	Geçen hafta	
> engineering	38.073	☐ cloud computing >>	I	165.000	100	0,30	6	Geçen hafta	
> question	34.976	☐ computer classes near me >>	T	135.000	23	0,21	4	Geçen hafta	
> download	33.769	☐ computer courses near me >>	T	135.000	26	0,21	5	Geçen hafta	
> class	32.838	☐ computer parts >>	I	135.000	83	0,07	10	Geçen hafta	

Görselde "Computer" kelimesinin Hindistan'da 673.000 ABD'de ise 135.000 aylık ortalama arama hacminin olduğunu görüyorsunuz. Buradan yüzeysel bir sonuç çıkaracak olursak, Hindistan'da uzun yıllardır İngilizce konuşulduğu için Hintçe yerine İngilizce pazarlama yapılabilir.

Uluslararası SEO çalışması yapılırken ülkenin kültür ve değerlerini iyi bilmek onları daha iyi tanımaya yarar. Örneğin: Google X(Twitter) hesabı sosyal medya yönetiminde Türk kültürüne özgü paylaşımlar yapması daha fazla etkileşim sağlayabilir. Aynı şekilde Hindistan'da farklı bir kültür olduğu için o ülkeye göre hareket eder.

Bölüm 17

SEMRUSH ÜZERİNDEN RAKİP ANALİZİ NASIL YAPILIR?

Website							
Domain Rating (DR)							
Referring Domains							
Estimated Monthly Traffic							
Estimated Top 100 Keyword Rankings							
Do they have a blog?	Yes		No		Yes		No
Batches Count (#)							
New Ref. Domains / Month (Cumulative)							
Supertans (#4)							
Superfan 1							
Superfan 2							
Superfan 3							
Superfan 4							
Superfan 5							
Keywords (#7)							
Keyword 1							
Keyword 2							
Keyword 3							
Keyword 4							
Keyword 5							
Content gap keyword 1							
Content gap keyword 2							
Content gap keyword 3							
Content gap keyword 4							
Content gap keyword 5							
Top page 1		Traffic		Traffic		Traffic	
Top page 2							
Top page 3							
Top page 4							
Top page 5							

Bir Excel ya da E-Tablo üzerinde görselde görüldüğü gibi bir tablo oluşturun.

Features
Pricing
Resources
Company
App Center
Extra tools
EN

Projects
SEO

SEO Dashboard
COMPETITIVE RESEARCH
Domain Overview
Traffic Analytics
Organic Research
Keyword Gap
Backlink Gap
KEYWORD RESEARCH
Keyword Overview
Keyword Magic Tool
Keyword Manager
Position Tracking
Organic Traffic Insights
LINK BUILDING
Backlink Analytics
Backlink Audit
Link Building Tool
Bulk Analysis
ON PAGE & TECH SEO

Domain Overview

Get instant insights into strengths and weaknesses of your competitor or prospective customer.

Examples: [worldwildlife.org](#) [unicef.org/stories](#) [edition.cnn.com](#)

Authority Score
91

Org. Search Traffic
169.2M

Country	Share
US	82%
UK	64%
AU	40%
NO	19%

Get a complete analysis

- Get a full overview of a domain and its online visibility
- Analyze a domain's growth trend over time
- See the markets where a domain has the leading representation
- Discover the top keywords that bring the most traffic from the organic and paid channels

İlk olarak görseldeki yere kendi web sitenizi eklemeniz ve dünya genelinde seçeneğini seçmemiz gerekiyor.

The screenshot shows the SEMRUSH interface. On the left, the 'COMPETITIVE RESEARCH' menu is highlighted, with 'Domain Overview' selected. The main content area shows the 'Domain Overview' for 'linkedin.com'. The 'Root Domain' dropdown is highlighted in red. The 'Authority Score' is 100, also highlighted in red. Other metrics shown include Organic Search Traffic (763.4M), Paid Search Traffic (2.7M), and Backlinks (13.5B).

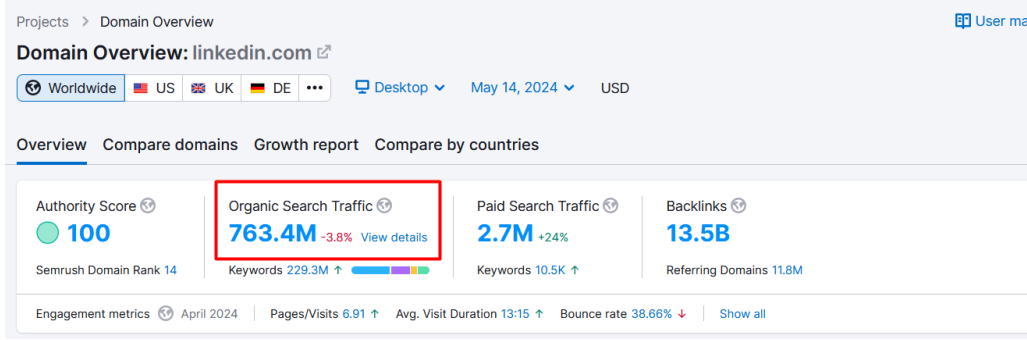
Domainin yanındaki seçenek Root Domain olmalıdır ve Authority

Score puanı Excel listesinde kendi tablomuzda Domain Rating (DR)

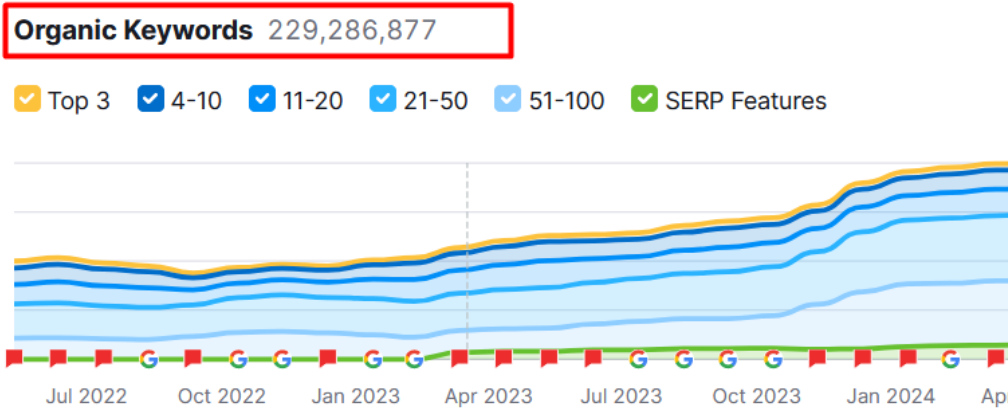
kısına eklenmelidir.

The screenshot shows the SEMRUSH interface. On the left, the 'COMPETITIVE RESEARCH' menu is highlighted, with 'Domain Overview' selected. The main content area shows the 'Domain Overview' for 'linkedin.com'. The 'Referring Domains' metric is highlighted in red. Other metrics shown include Authority Score (100), Organic Search Traffic (763.4M), Paid Search Traffic (2.7M), and Backlinks (13.5B).

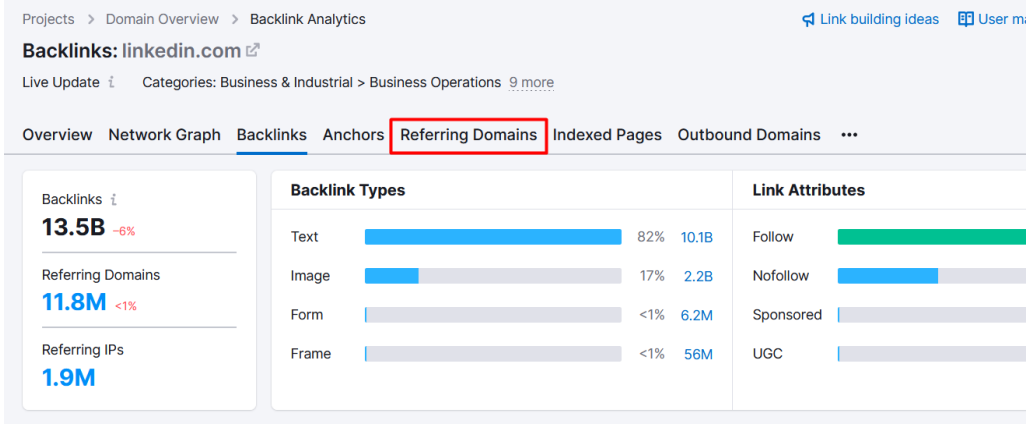
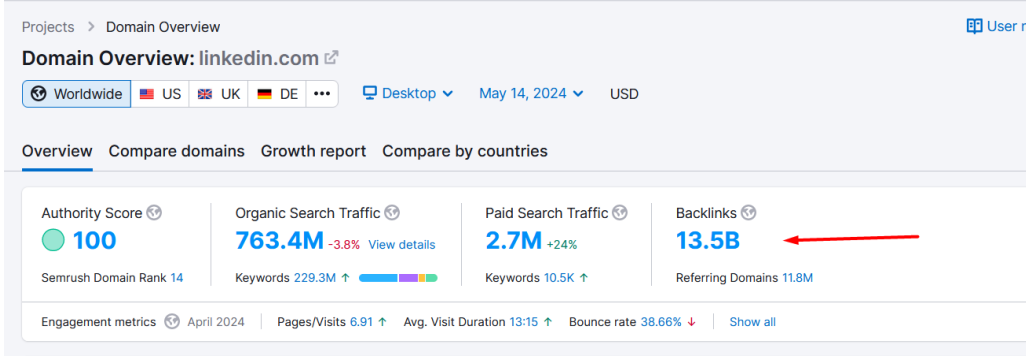
Referring Domains domain puanını Excel listesine kendi bölümümüz olan Referring Domains kısmına eklemeliyiz.



Estimated Monthly Traffic kısmındaki sonucu listemizde bulunan Estimated Monthly Traffic bölümüne yerleştirmemiz gerekmektedir.



Buradaki sonucu listede bulunan Estimated Top 100 Keyword Rankings kısmına koymalıyız. Daha sonra web sitenizde blog var mı kontrol edilmelidir? Duruma göre Excel'de işaretlenmelidir.



Referring Domains 1 - 100 (176,243)

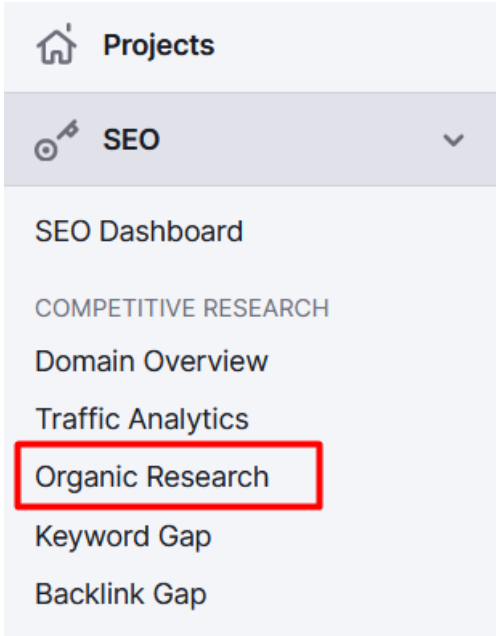
All Active New Lost Time period Filter by referring domain Authority Score + Add filter

AS	Root Domain / Category	Backlinks	Country / IP	First Seen
----	------------------------	-----------	--------------	------------

Görselde bulunan Backlink kısmına tıklanmalı ve Referring Domains seçilmelidir. Ardından Referring Domains kısmındaki New kısmına tıklanmalı ve parantez içinde gösterilen sayı listeye yazılmalıdır.

Referring Domains 1 - 100 (~11,850,574)	
All	Active New Lost
Filter by referring domain	
AS	Root Domain / Category
26	superrico.com.br Finance > Financial Planning & Management 9 more
19	mynanosun.com
37	cybercoders.com Jobs & Education > Jobs > Job Listings > IT & Technical Jobs 9 more
31	upress.mx Jobs & Education > Education > Standardized & Admissions Tests 9 more
36	redpoint.com Business & Industrial > Business Finance > Venture Capital 9 more

Referring Domains kısmındaki All seçeneğine tıklanmalı ve ilk 5 URL adresi alınmalıdır. Alınan değerler Excel dosyasına girilmelidir.



Sol menüden Organic Research kısmına gelinmelidir.

Top Keywords

All Positions

Organic

SERP Features

Keyword	Position	SF	Volume
linkedin >>	 1	6	11.1M
youtube >>	 6	226M	
facebook >>	 5	124M	
amazon >>	 7	124M	
weather >>	 6	101M	

[View all 80.1M keywords](#)

Top Keywords				
All PositionsOrganicSERP Features				
Keyword	Position	SF	Volume	T
linkedin >>	 1	6	11.1M	
linked in >>	 1	5	1M	
linkedin login >>	 1	4	301K	
jobs near me >>	 3	3	2.7M	
yahoo >>	8	6	37.2M	
View all 73.6M keywords				

Top Keywords kısmında Organic kısmına tıklanmalıdır. Marka adı içermeyen ilk 5 anahtar kelime ve hacimleri alınmalıdır. Eğer marka adı bulunuyorsa tümünü görüntüle yaparak sırayla ilk 5 anahtar kelimeyi alabiliriz.

Top Pages

URL	Traffic % 
https://www.linkedin.com/ 	5.83
https://www.linkedin.com/company/youtube 	3.94
https://www.linkedin.com/company/amazon 	2.22
https://www.linkedin.com/company/meta 	2.16
https://www.linkedin.com/company/the-weather-channel 	1.72

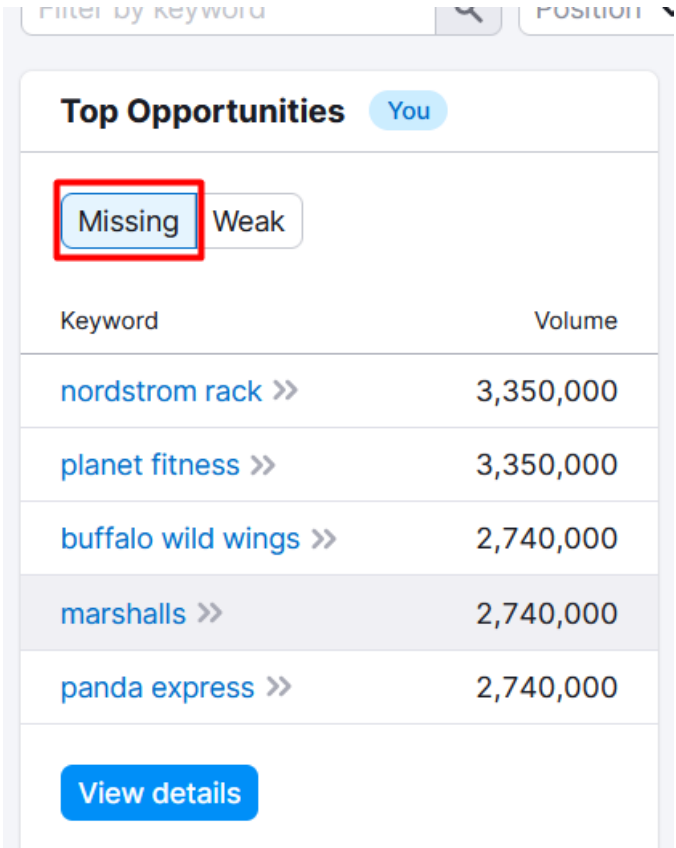
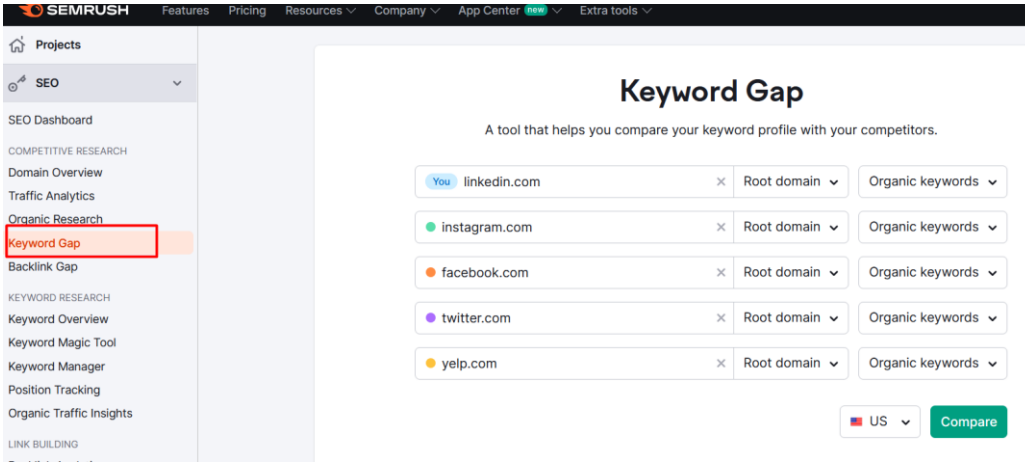
[View all 31M pages](#)

Organic Pages 39,697,013	
URL	
www.linkedin.com/	
www.linkedin.com/company/youtube	
www.linkedin.com/company/amazon	
www.linkedin.com/company/meta	
www.linkedin.com/company/the-weather-channel	

Top Page kısmına tıklanmalı daha sonra Organic Pages kısmında bulunan ilk 5 sıradaki sayfalar ve trafikler alınmalı daha sonra listeye eklenmelidir.

Projects
SEO
SEO Dashboard
COMPETITIVE RESEARCH
Domain Overview
Traffic Analytics
Organic Research
Keyword Gap
Backlink Gap
KEYWORD RESEARCH
Keyword Overview
Keyword Magic Tool
Keyword Manager
Position Tracking
Organic Traffic Insights
LINK BUILDING
Backlink Analytics
Backlink Audit
Link Building Tool
Bulk Analysis

Main Organic Competitors 9,370,007			
Competitor	Com. Level	Com. Keywords	SE Keywords
instagram.com		8,627,103	134,757,715
facebook.com		11,629,010	233,572,609
twitter.com		6,373,108	78,616,940
yelp.com		5,647,286	57,450,597
mapquest.com		4,179,374	38,034,996
View details			



Menüde bulunan Domain Overview kısmında Main Organic Competitors alanı bulunup ilk 4 rakip belirlenmeli daha sonra sol tarafta bulunan Keyword Gap kısmına tıklanmalı ve Missing kısmındaki ilk 4 keyword alınmalı listeye yerleştirilmelidir.

Rakip analizi işlemi için tüm komutlar listeye eklendikten sonra rakip analizini anlamlandırmak için elimizde bir tablo olacaktır. Bu tablodaki tüm metrikleri kendimiz ve rakiplerimizi kıyaslayarak anlamlar çıkarmalıyız.

Website	instagram.com	facebook.com	yelp.com	yelp.com					
Domain Rating (DR)	100	100	100	100					
Referring Domains	25M	36.3M	20M	875.2K					
Estimated Monthly Traffic	610.5M	540.3M	997.3M	129.9M					
Estimated Top 100 Keyword Rankings	134,767,715	233,572,009	78,616,940	77,431,819					
Do they have a blog?	no	no	no	no					
Lackling Growth (s3)									
New Ref. Domains / Month (Cumulative)	374.57	413,011	286,703	21,229					
Supertests (s4)									
Supertest 1	travels	instagram.net	nodejsatshahru.com	medscape.com					
Supertest 2	hondaa	hondaa.com	hondaa.com	hondaa.com					
Supertest 3	clash	clash.com	clash.com	clash.com					
Supertest 4	hondaa.com	hondaa.com	hondaa.com	hondaa.com					
Supertest 5	hondaa.com	hondaa.com	hondaa.com	hondaa.com					
Keywords (s7)									
Keyword 1	jennifer aniston	302.8K	old hollywood	184.5K	taylor swift at pictures	88.8K	food near me	897.8K	jobs near me
Keyword 2	jeremy allen white	248K	jeremy allen white	95K	clayton	99.9K	coffee near me	302.8K	jobs near me
Keyword 3	style aniston	204.1K	jennifer lopez	88.8K	la liga	49.3K	breakfast near me	274.7K	hiring near me
Keyword 4	tom holland	204.1K	events near me	48.8K	tom holland	43.7K	chinese food near me	217.8K	hiring near me
Keyword 5	henry cavill	204.1K	elizabeth olsen	48.1K	travis kelce	43.5K	car wash near me	166K	out of office
Content gap keyword 1					hondaa.com				
Content gap keyword 2					hondaa.com				
Content gap keyword 3					hondaa.com				
Content gap keyword 4					hondaa.com				
Content gap keyword 5					hondaa.com				
Top page 1	www.instagram.com	Traffic	www.facebook.com	Traffic	twitter.com/instagram	Traffic	www.yelp.com	Traffic	www.linkedin.com
Top page 2	www.instagram.com	25M	www.facebook.com	114.7M	search.twitter.com/instagram	27.2M	www.yelp.com	1.3M	www.linkedin.com
Top page 3	www.instagram.com	7.5M	www.facebook.com	9.8M	search.twitter.com/instagram	11M	www.yelp.com	1.3M	www.linkedin.com
Top page 4	www.instagram.com	4.2M	www.facebook.com	7.6M	twitter.com/instagram	7.6M	www.yelp.com	360.8K	www.linkedin.com
Top page 5	www.instagram.com	3.3M	www.facebook.com	4.2M	twitter.com/instagram	6.8M	www.yelp.com	302.8K	www.linkedin.com
Top page 6	www.instagram.com	2.7M	www.facebook.com	4.1M	twitter.com/instagram	6.4M	www.yelp.com	279.3K	www.linkedin.com

Yukarıda LinkedIn sitesi için yapılan bir rakip analizini görüyorsunuz. LinkedIn hem sosyal medya hem de iş bulma platformu olduğu için tablo çoğunlukla sosyal medya hizmeti veren rakipler hakkında bilgiler içermektedir. Bunun dışında iş arama

platformlarının LinkedIn için birer rakip olduğu unutulmamalı diğerk
rakiplerinizi de analiz etmeniz gerekeceğini bilmeniz gerekir.

Rakip Analizinden Ne Anlamalıyız?

Rakip analizini tamamladıktan sonra kendi web sitenize göre bir strateji çıkarmanız gerekmektedir. Örnekteki tabloyu yapmak sadece durumu analiz etmek için kullanılır. Rakiplerimizin otorite puanı, aylık trafik hacmi, blogları var mı? Ve daha fazlasını incelemek gerekecektir. Burada yapılan karşılaştırma web siteniz için hangi stratejileri uygulayabileceğinizi anlamlandırmaktadır. Eğer otorite puanınız düşükse, otorite puanını yükseltmek için çalışmalar yapılabilir. Rakipleriniz blog içerikleri ürettiyorsa siz de durumunuza göre üretebilirsiniz. Kısaca sizin siteniz de eksik olan durumları kendi siteniz için uygunsa SEO çalışması yapabilirsiniz. Rakipleriniz ne yapıyorsa birebir aynısını yapmak doğru olmayacaktır.

Rakip Analizinde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Rakip analizi yaparken web sitenizin hangi kategoride içerik ürettiğini hatırlatmakta yarar var. Örneğin Semrush platformu üzerinden doğrudan farklı bir kategoride rakip çıkıyorsa dikkate almamak gerekir. Örneğin LinkedIn platformu için bir yemek tarifi sitesi çıkıyorsa pek dikkate almamak gerekir.

Bölüm 18

GEO (GENERATIVE ENGINE OPTİMİZATION)

GEO Türkçesi ile Üretken Motor Optimizasyonu olarak adlandırılmaktadır. Yapay zekanın hayatımıza girmesinden sonra birçok sektörde olduğu gibi SEO'da da değişiklikler olacaktır. Bunlardan biri Üretken Motor Optimizasyonu'dur. GEO, bir arama motoru paradigması olarak bilinmektedir. GEO (Generative Engine Optimization) adlı bir makalede şunlardan bahsedilmiştir: "Küçük işletmelerin arama motorlarında büyük işletmelere karşı yeni bir strateji ortaya koyabileceğidir." (Deshpande, ve diğerleri, 2023) GEO çalışmasının en çok dikkat çeken noktalarından biri küçük işletmeler, yüksek otoriteli web sitelerinin önüne geçilebileceğini gösterdi. Yapılan çalışmalarla birlikte %40 oranında büyüme sağlandı. Bu çalışmalarda 9 farklı optimizasyon denendi ve %40 oranında görünüm arttı.

Bölüm 19

YAPISAL VERİ (STRUCTURED DATA) NEDİR?

Yapısal veri, bir web sitesinin sayfasındaki bilgileri arama motorlarına iletmektir. Bu sayede arama motorunun sayfayı daha iyi anlamlandırması sağlanır. Logo, içerik yazar, tarihi vb. Bilgiler arama motorlarına belirtilir. Bu bilgiler nedir, nasıl yapılır gibi sorulara cevap verir. O nedenle yapısal veri işaretlemesi yapmak içerikler açısından önemlidir. Bu işlemi yapmak kodsız olarak ya da eklentiler ile gerçekleştirilebilir. Aynı zamanda internet üzerinde yapılandırılmış veri işaretleme yardımcıları bulunmaktadır. Google Yapılandırılmış Veri İşaretleme Yardımcısı, Schema.Org bu tür yardımcılara örnek verilebilir. Aynı zamanda WordPress için Schema eklentisi ile hızlı bir şekilde yapılandırılmış veri işaretlemesi yapılabilir.

Yemek Sitesi için Yapısal Veri İşaretleme Örneği:

```
<html>
  <head>
    <title>Party Coffee Cake</title>
    <script type="application/ld+json">
      {
        "@context": "https://schema.org/",
        "@type": "Recipe",
        "name": "Party Coffee Cake",
        "author": {
          "@type": "Person",
          "name": "Mary Stone"
        },
        "datePublished": "2018-03-10",
        "description": "This coffee cake is awesome and perfect for parties.",
        "prepTime": "PT20M"
      }
    </script>
  </head>
  <body>
    <h2>Party coffee cake recipe</h2>
    <p>
      <i>by Mary Stone, 2018-03-10</i>
    </p>
    <p>
      This coffee cake is awesome and perfect for parties.
    </p>
    <p>
      Preparation time: 20 minutes
    </p>
  </body>
</html>
```

⁶Google tarafından sunulmuş bir yapısal veri örneği

Yapısal Veri İşaretlemenin Faydaları

- Sayfalarının %80'ini dönüştüren Food Network, site ziyaretinde %35 artış sağladı
- 100 bin sayfaya yapılandırılmış veri ekleyen Rotten Tomatoes, yapılandırılmış veri eklemeyen sayfalara karşı %25 daha fazla trafik akışı olduğu görüldü.
- Nestle, zengin sonuç testinde başarılı olan sayfaların olmayan sayfalara göre %82 oranında daha yüksek tıklanma olduğunu söyledi.

⁷ Google tarafından yapılandırılmış verinin önemine değinen örnekler

Yetim Sayfa (Orphan Page) Nedir?

SEO çalışmalarında yetim sayfalarla karşılaşabiliriz. Dahili bağlantı bulunmayan sayfalar yetim sayfa olarak adlandırılmaktadır. Bu sayfalar site taşıma işlemlerinde, tasarım değişikliklerinden vb. işlemlerden dolayı kaynaklanabilir. Yetim sayfalar, arama motorları tarafından dizine eklenmez ya da eklemekte zorluk çekebilir. Eğer web sitesinin site haritası yoksa arama motorunun sayfaları keşfetmesi daha da zor olacağından dolayı sayfalar bulunamaz. Yetim sayfaları keşfetmeniz ve bu sayfalarda içerik yoksa yönlendirilmeli veya kaldırılmalı eğer kullanılacak ise dahili bağlantı kullanılmalı. Son olarak yetim sayfaları tespit etmek için Screaming Frog aracı kullanılabilir.

Zayıf İçerik Nedir?

SEO çalışmalarında yapılan hatalardan bir diğeri zayıf içeriklerdir. Zayıf içeriklerin sitede bulunması ve arama motorları tarafından görülmesi faydalı olarak nitelendirilebilir. Fakat, zayıf içeriklerin olması faydadan çok zarar sağlayacaktır. Bu nedenle zayıf içerikler güncellenmeli veyahut kaldırılmalıdır. Zayıf içerikler; arama motoru için yazılmış, hakaret içeren, kişisel bilgi içeren, sıkıcı, gereksiz uzatma ya da kısaltma olarak adlandırılabilir. Bu tarz bir içerik

bulundurmak sizin aleyhinize olacaktır. O nedenle profesyonel ve yeterli içerik yazılmalıdır. Kısa olması gereken bir içeriği gereksiz uzatmak okuyucular tarafından olumlu karşılanmaz.

Bölüm 20

On – Page SEO Uygulaması Semrush Üzerinde Nasıl Yapılır?

	A	B
1	Abdullah Yılmaz	https://blogabdullahlmz.wordpress.com/
2	Plasebo Etkisi	https://blogabdullahlmz.wordpress.com/2021/03/28/plasebo-etkisi-plasebo-nedir/
3	interferon	https://blogabdullahlmz.wordpress.com/2022/06/05/interferon-hakkinda-bilgiler/
4	anakart nedir	https://blogabdullahlmz.wordpress.com/2021/07/04/anakart-nedir-kisaca/
5	işlemci nedir kısaca	https://blogabdullahlmz.wordpress.com/2021/07/12/islemci-nedir-kisaca-taniyalim/
6	güneş sistemi gezegenler	https://blogabdullahlmz.wordpress.com/2021/06/13/gunes-sistemimizdeki-gezegenler-hakkinda-cerez-bilgiler/
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		

Bir Excel dosyası açılmalı ve görseldeki gibi anahtar kelimeler ve karşılıkları koyulmalı.

SEMRUSH

Özellikler

Fiyatlandırma

Kaynaklar

Şirket

App Center

Ekstra araçlar

Projeler

SEO

SEO Paneli

RAKIP ARAŞTIRMASI

Alan Adı Genel Bakışı

Traffic Analytics

Organik Arştırma

Keyword Gap

Backlink Boşluğu

ANAHTAR KELİME ARAŞTIRMASI

Anahtar Kelime Genel Bakışı

Keyword Magic Tool

Keyword Manager

Pozisyon Takibi

Organik Trafik İçgörüler

LINK YARATMA

Backlink Analizi

Backlink Denetimi

Link Building Tool

Toplu Analiz

SAYFA İÇİ & TEKNİK SEO

Site Audit

Listing Management

SEO İçerik Taslaqları

On Page SEO Checker

Log File Analyzer

Bir alan adının veya anahtar kelimenin performansını hızlı bir şeki...

Ara

Çevrimiçi varlığınızı optimize
başlayın

Projeler, alanınızla ilgili tüm verileri tek bir yerde tutmanıza ve ilerlemenizi izlemenize olanak tanır.

Yapay zeka destekli içerikler edin

Alan adınızı girin

Rakiplerim

MY COMPETITORS

domain.com 291.5M

Temel organik ve ücretli trafik metriklerindeki değişimleri hızlıca görüntüleyin ve rakiplerinize ve size ait alan adlarının Authority Score'larını izleyin.

Rakip gir

US

+ Rakip ekle

Semrush üzerinden On Page SEO Checker kısmına tıklanmalı.

On Page SEO Checker

Web sitenizin organik performansını artırabilecek rekabet analizine dayalı kapsamlı bir fikir listesi edinin.

×Fikir Edinin

Web site linki ilgili alana girilmeli ve fikir edin seçeneği seçilmeli.

On Page SEO Checker Ayarları

- Sayfalar ve hedef anahtar kelimeler**
- Tarayıcı kullanıcı aracı**
isteğe bağlı
- Program**
isteğe bağlı

Hedef konumu seçin

Fikir toplamaya başlamak için hedef konumunuzu seçin.

Google Arama hedefleme:

▼Devam et

Tarayıcı kul

Web siteniz hangi dilde ve bölgeye hitap ediyorsa ülke ve şehir hedefleyebilirsiniz ve devam et seçeneğine tıklayabilirsiniz.

On Page SEO Checker Ayarları

1 Sayfalar ve hedef anahtar kelimeler

2 Tarayıcı kullanıcı aracısı isteğe bağlı

3 Program isteğe bağlı

Optimize edilecek sayfalar ekleyin

Otomatik Manuel **Dosya** GSC Organik Araştırma  Türkiye

Kampanyanızdaki her bir anahtar kelime için dosyanızdan bir açılış sayfası alacağız.

CSV dosya biçimi:

- İlk değer bir anahtar kelime ve ikincisi bir açılış sayfası olmalıdır;
- Her satırda yalnızca bir anahtar kelime ve bir sayfa olsun. Satır başına birden fazla ayrıncı kullanmayın;
- Verileri noktalı virgül veya virgülle ayırın;
- Birden fazla açılış sayfası için aynı anahtar kelimeyi kullanmayın.

[📄 CSV'den içe aktar](#) [Örneği görüntüle](#)

Tarayıcı kullanıcı ar

Dosya bölümüne geldikten sonra ilk başta hazırladığınız Excel dosyasını CSV olarak kaydedip sisteme yükleyebilirsiniz. Aynı zamanda örnek CSV dosyasını Semrush tarafından görebilirsiniz.

On Page SEO Checker Ayarları

1 Sayfalar ve hedef anahtar kelimeler

2 Tarayıcı kullanıcı aracısı isteğe bağlı

3 Program isteğe bağlı

Optimize edilecek sayfalar ekleyin

Otomatik Manuel **Dosya 6** GSC Organik Araştırma  Türkiye

Kampanyanızdaki her bir anahtar kelime için dosyanızdan bir açılış sayfası alacağız.

Yüklenen dosya: **Yeni Microsoft Excel Çalışma Sayfası.csv** 

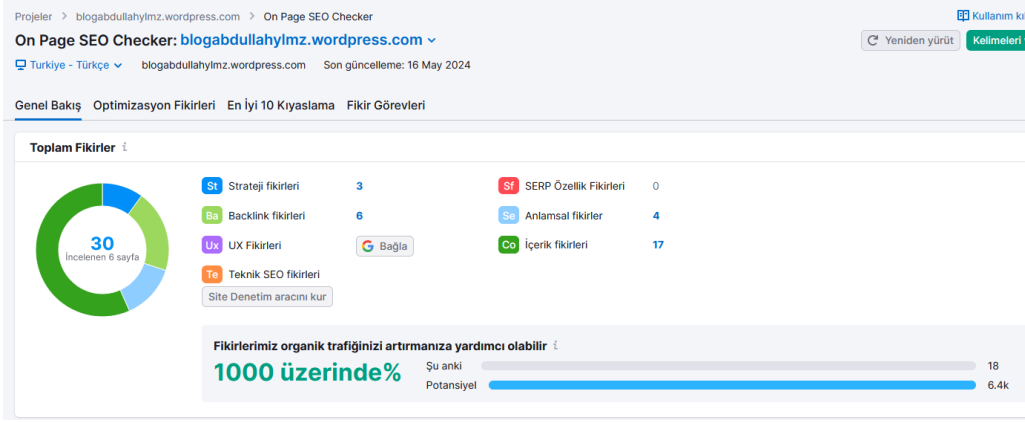
Anahtar kelime	En Yüksek Sıralama Sayfanız	Anahtar kelime kay
abdullah yılmaz	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/	Dosya
anakart nedir	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/2021/07/04/anakart-nedir-kisaca/	Dosya
güneş sistemi gezegenler	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/2021/06/13/gunes-sistemimizdeki-gezegenler-hakkinda-cerez-bilgiler/	Dosya
interferon	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/2022/06/05/interferon-hakkinda-bilgiler/	Dosya
islemci nedir kısaca	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/2021/07/12/islemci-nedir-kisaca-taniyalim/	Dosya

Gerekli birimler: 6

Fikirleri Topla

Tarayıcı kullan

Fikirleri topla seçeneğine tıklayarak Semrush tarafından sizlere önerilen fikirleri görebilirsiniz. Bu işlem dosya hacmine göre uzun sürebilir.



Semrush tarafından önerilen fikirleri uygulayarak yaklaşık olarak 18 olan trafik sayısı ortalama olarak 6400'e yükselebilir ve %1000'in üzerinde başarı elde edebilirsiniz.

Optimize edilecek EN İYİ sayfalar	
Öncelik	Sayfa
■■■■■	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/2021/03/28/plasebo-etkisi-plasebo-nedir/
■■■■■	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/2021/07/04/anakart-nedir-kisaca/
■■■■■	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/2022/06/05/interferon-hakkinda-bilgiler/
■■■■■	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/
■■■■■	https://blogabdullahilmz.wordpress.com/2021/07/12/islemci-nedir-kisaca-tanilyalim/
Tüm sayfaları & fikirleri görüntüleyin	

Tüm fikirleri görüntüleyerek sisteme yüklediğiniz tüm sayfaları görebilirsiniz ve sağ tarafta bulunan fikirleri yeni bir dosyaya eklemelisiniz.

https://blogabdullahymz.wordpress.com/2021/03/28/plasebo-etkisi-plasebo-nedir/

Açılış sayfası; 1 anahtar kelime: plasebo etkisi

St Strateji	✓ SEO stratejisinin iyileştirmeye ihtiyacı yoktur. ✓ Anahtar kelime yamyamlığı yok	Hakkında
Sf SERP Özellikleri İlk 10 sıradaki rakiplerinizin verilerine göre	✓ Sayfanız için bir yıldız derecelendirmesi almanız gerektiğini keşfedersek, size bir fikir vereceğiz. ✓ Sayfanızın öne çıkan bir snippet'te görünme olasılığı yüksekse, şansınızı nasıl artıracağınızı size söyleyeceğiz.	Hakkında
Co İçerik İlk 10 sıradaki rakiplerinizin verilerine göre	• <body> etiketine anahtar kelimeyi gereğinden fazla kullanmaktan kaçının. Rakiplerinize karşılaştırıldığında, bu anahtar kelimeler <body> metninde çok fazla tekrarlanıyor. Bu anahtar kelimeleri daha az kullanmaya çalışın. plasebo etkisi Ayrıntılı analize bakın	Neden bunu yapmalıyım? Zorluk Derecesi:
	• Daha bilgilendirici içerikler oluşturmaya odaklanın. Hedef anahtar kelimelerinizden bazıları için Google'da ilk 10'da sizden daha üst sıralarda yer alan rakiplerinizi, web sayfalarında uzun biçimli içerik kullanıyor. Daha bilgilendirici içerik oluşturmaya çalışın. Ayrıntılı analize bakın	Neden bunu yapmalıyım? Zorluk Derecesi:
	✓ <body> etiketi hedef anahtar kelimeleri içerir.	Hakkında
	✓ <h1> etiketi hedef anahtar kelimeleri içerir.	Hakkında

Fikir sayfasında başarılı olan özellikler için herhangi bir öneri

bulunmamaktadır. Fakat trafiği yükseltmek için önerilenleri

görebilirsiniz. Örnekteki görselde yapılması ve yapılmaması gereken

bazı işlemler gözükmemektedir.

https://blogabdullahiymz.wordpress.com/2021/03/28/plasebo-etkisi-plasebo-nedir/

Açılış sayfası; 1 anahtar kelime: plasebo etkisi

Anahtar Kelime Kullanımı Semantik Backlinkler İçerik Uzunluğu Video Kullanımı Okunabilirlik

En iyi 10 rakibinize kıyasla içerik uzunluğu

Siz 626 kelime

Rakipler ort.

	plasebo etkisi	874 kelime
Poz.	İçerik Uzunluğu (kelimeler)	Rakip sayfa
1	562	https://tr.wikipedia.org/wiki/Plasebo_etkisi
2	661	https://www.ciu.edu.tr/tr/ogrenci-yasami/kampus-hizmetleri/ilac-danisma-merkezi/plasebo-etkisi-nedir
3	1965	https://www.hiwellapp.com/blog/plasebo-etkisi
4	7933	https://evrimagaci.org/plasebo-etkisi-nedir-deneylerde-plasebo-nasil-kullanilir-4325
5	erişim yok	https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/115042
6	489	https://izmirdostpsikoloji.com/tr/makale-plasebo-etkisi-nedir/41
7	erişim yok	https://psychiatry-psychopharmacology.com/Content/files/sayilar/58/19_2_14.pdf

Önerilerde: “Daha bilgilendirici içerikler oluşturmaya odaklanın. Hedef anahtar kelimelerinizden bazıları için Google'da ilk 10'da sizden daha üst sıralarda yer alan rakipleriniz, web sayfalarında uzun biçimli içerik kullanıyor.” Cümlesi kullanılıyor. Bu gönderiye girdiğimizde sizin içerik uzunluğunuzun 626 rakiplerin içerik uzunluğunun ortalama 874 kelime olduğu gözükmemektedir. Aynı zamanda butonu genişletip hangi içeriğin ne kadar uzun olduğunu görebilirsiniz. Buradan yola çıkarak içeriğin daha uzun olması kaanatı çıkarılabilir. Bu içerik: “Plasebo Etkisi, Plasebo Nedir?” olduğundan ve uzatılabilecek bir içerik olduğundan kelime sayısını artırmak arama motoru listelemesinde üst sıralara taşıyabilir.

A	B	C	D	E	F	G	H
URL	Strateji	SERP	İçerik	Semantik	Backlink	Not	Tamamlandı
https://blogabdullahyilmaz.wordpress.com/2021/03/28/plasebo-etkisi-plasebo-nedir/	-	-	plasebo etkisi (Bu kelime daha az kullanılsın)	bilimsel olarak sahip olduğu etkili olmuştur etkilerinin olduğu işe yarayacak iyi geleceğini gücünü tamamen hastanın nosebo etkileri etki ortaya	sdu.edu.tr adilmedya.com pili.com nobelyum.com wikirank.net sozce.com		☐

Semrush tarafından önerilen öneriler Excel ya da E – Tablo üzerinde listelenmeli ve daha sonra bu uygulamalar gerektiği takdirde kullanılmalıdır. Semrush üzerinde her önerilen şeyler kullanılmak zorunda değildir. Eğer ilgili sayfanız için yarar sağlayacak ise kullanılmalıdır.

Bölüm 21

SEO Yatırım Getirisi Nedir, Nasıl Ölçülür?

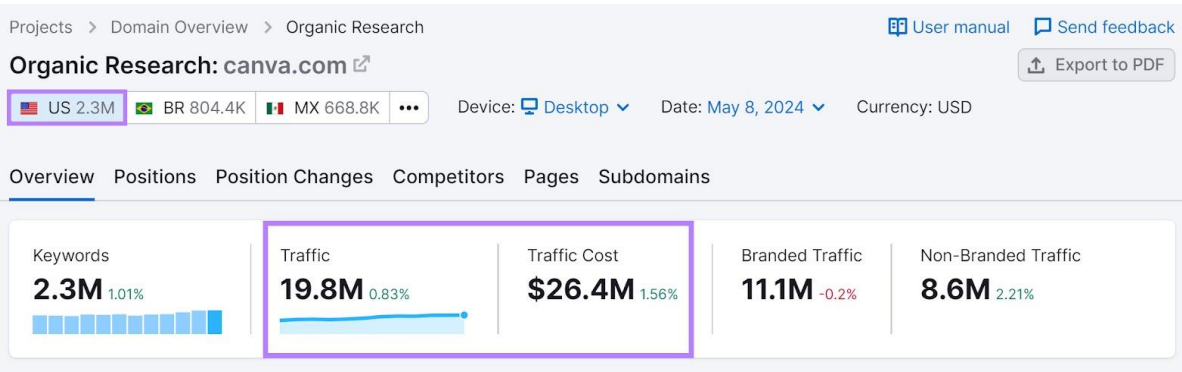
SEO yatırım getirisi bir işletmenin SEO için harcadığı maaliyetin getirisi olarak belirtilmektedir. Yatırım getirisi kimi zaman büyük kimi zaman düşük olabilir. Bunun sebebi rekabetin fazla olduğu alanlar olarak söylenebilir. Fakat SEO çalışmaları birçok faktörden etkilendiği için doğrudan bir sebep söylemek sağlıklı olmaz. İşletmeler SEO yatırım getirisini hesaplamak için örnekteki işlemi yapabilir.

$$\text{SEO ROI} = \frac{\text{Revenue from SEO} - \text{Cost of SEO}}{\text{Cost of SEO}} \times 100$$

⁸ Semrush SEO yatırım getirisi hesaplamak için matematik formül.

⁸ <https://www.semrush.com/blog/seo-roi/>

SEO (ROI) getirisi hesaplamak için: SEO geliri – SEO maaliyeti/SEO maaliyeti*100 şeklinde hesaplanmaktadır. Örneğin: Bir işletme, SEO hizmeti için 50 Bin Türk Lirası harcadıysa ve 200 Bin Türk Lirası gelir elde ettiyse işletmenin SEO'dan elde edilen geliri 200000-50000/50000*100= %300'dür. Bu durum işletmenin ciddi anlamda kâr yaptığıının bir göstergesidir. Tabi ki elde edilen gelir her zaman bu kadar fazla olmayabilir özellikle rekabeti yüksek arama hacmi olan kelimelerde hit almak daha zor olacaktır. SEO çalışması yaparak trafik almak oldukça önemlidir. Bunu Semrush tarafından yayınlanan makalede görebiliriz.



⁹ Semrush analizlerine göre ABD'de aylık canva.com ziyaretçi sayısı (8 Mayıs 2024)

⁹ <https://www.semrush.com/blog/seo-roi/>

Örnekte tasarım aracı olan Canva'nın ABD'de 8 Mayıs 2024 verilerine göre aylık ortalama 19.8 milyon trafik aldığını görüyoruz. Buradaki trafik organik trafiğin olduğunu unutmamak gerekir. Aynı trafiği Google Ads reklamları ile almaya kalkıştırsa aylık 26.4 milyon Dolar reklam harcaması yapmak durumunda kalacaktı.

Bölüm 22

REKABETÇİ İSTİHBARAT NEDİR?

Rekabetçi istihbarat; pazar, rakipler ve müşteriler hakkında bilgi toplamak olarak söylenebilir. Burada toplanan bilgiler analiz edilerek yeni stratejiler oluşturmanıza olanak tanır. Kurumsal istihbarat; fiyat bilgisi, anketler, ekonomik koşullar ile toplanabilir. Kurumsal istihbarat işletme için önemli rol taşımaktadır. İşletmenin ileriye yönelik planlamaları için bir yol izlemeyi sağlar. Rakiplerin açıklarından yararlanarak pazarda yer oluşturulabilir. 2 adet istihbarat türü bulunmaktadır bunlar, stratejik istihbarat ve taktiksel rekabet istihbaratı olarak geçmektedir. Stratejik istihbarat uzun vadelidir. Pazarda yer edinme, satın alma gibi örnekler verilebilir. Taktiksel rekabet istihbaratı ise kısa vadeli, gerçek zamanlıdır. Halihazırda bulunan pazarlama stratejisi için güncellemeler yapılabilir. (Semrush Team, 2023)

Bölüm 23

TARAMA BÜTÇESİ (CRAWL BUDGET) NEDİR?

“Google'ın bir siteyi taramak için harcadığı süre ve kaynaklar genellikle sitenin tarama bütçesi olarak adlandırılır.” (Google, 2024)

Tarama bütçesi, çok fazla sayfaya ve benzersiz içeriğe sahip olan sayfalar için kullanılan bir yöntemdir. Sürekli güncelleme yapılan ya da 1 milyondan fazla sayfaya sahip veya 10 binden fazla sayfanın sürekli güncellenmesi de tarama bütçesi yapısına girebilir. Web sitesinin yavaş açılması yani sayfa hızının düşük olması Googlebot'un site içinde az dolaşması ve daha az sayfayı dizine eklenmesine sebep olacaktır. Bu nedenle hosting ve sayfa hızı kontrol edilmelidir.

Tarama Bütçesi ile İlgili Yanlış Bilinenler

- Site haritasını sıkıştırmak tarama bütçesini artırmaz.
- Google sürekli güncel sayfaları değil kaliteli içeriğe bakar, bu nedenle tarama bütçesini yeni içerik girerek artıramazsınız.
- Google eski içerikleri yeni içeriklere tercih etmez. Önemli olan kalitedir.
- Google temiz URL'leri tercih edebilir fakat sorgu parametrelerinden hoşlanmaz yanlış bir cevap olacaktır.

- Sayfa hızı Google taramaları için önem taşımaktadır.
- Küçük siteler büyük siteler kadar taranmaz ifadesi yanlıştır. Google içeriğin önemine ve kalitesine odaklanır.
- Site hızı ve hatalar tarama bütçesini etkiler.
- Tarama bir sıralama faktörü değildir.
- 4xx ile başlayan durum kodları tarama bütçesini boşa harcamaz (429 durum kodu hariç) aksine Google tarafından bilgilendirilmiş olur.

¹⁰Google tarama bütçesi hakkında verilen bazı maddeler

Tarama Bütçesi (Crawl Budget) Nasıl Hesaplanır?

Tarama bütçesi hesaplamak kolaydır. Bu işlemi yapmak için şu formül kullanılmalıdır: (Dizine eklenen toplam sayfa sayısı / günlük taranan sayfa sayısı = tarama bütçesi) dizine eklenen sayfa sayıları ile ilgili verileri Search Console üzerinden ulaşabilirsiniz. (birNC, 2024)

¹⁰ <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/large-site-managing-crawl-budget?hl=tr>

Bölüm 24

SEO UYUMLU İÇERİK PLANI OLUŞTURMA

A	B	C	D	E	F	G
İçerik Başlığı (H1)	Heading	Alt Başlık	Not	Anahtar Kelime	Hacim	Kelime Sayısı

Görselde görüldüğü gibi Excel ya da E - Tablo üzerinde sütunlar oluşturulmalıdır.



Keyword Shitter Legacy Customers - Email support@keywordsheetter.com to redeem legacy rewards.

Free Keyword Research Tool

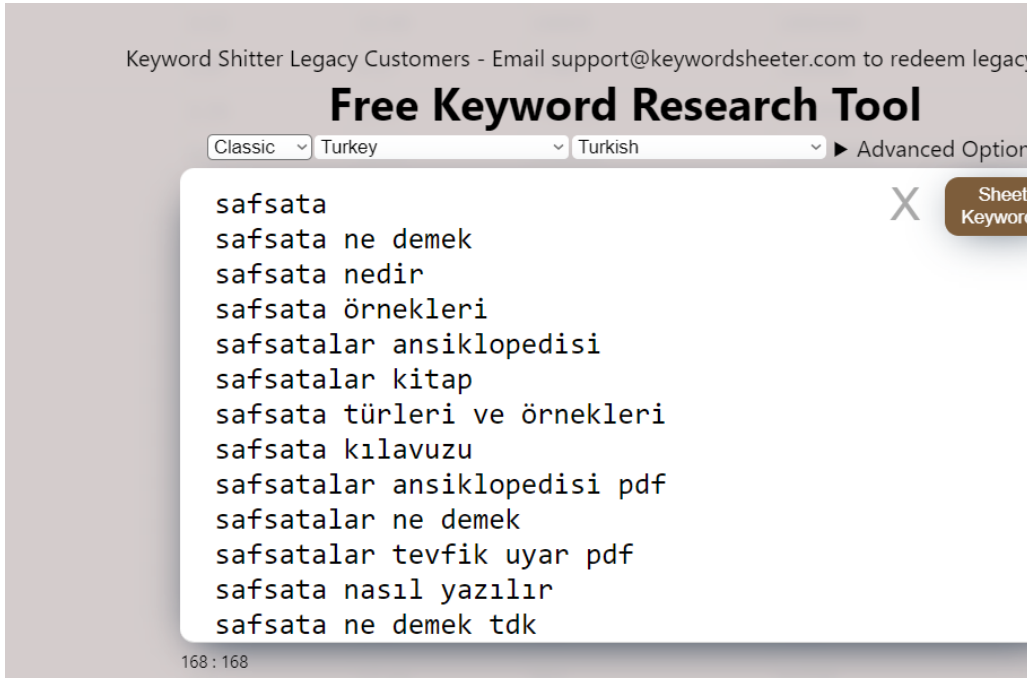
Classic Turkey Turkish Advanced Options

safsata

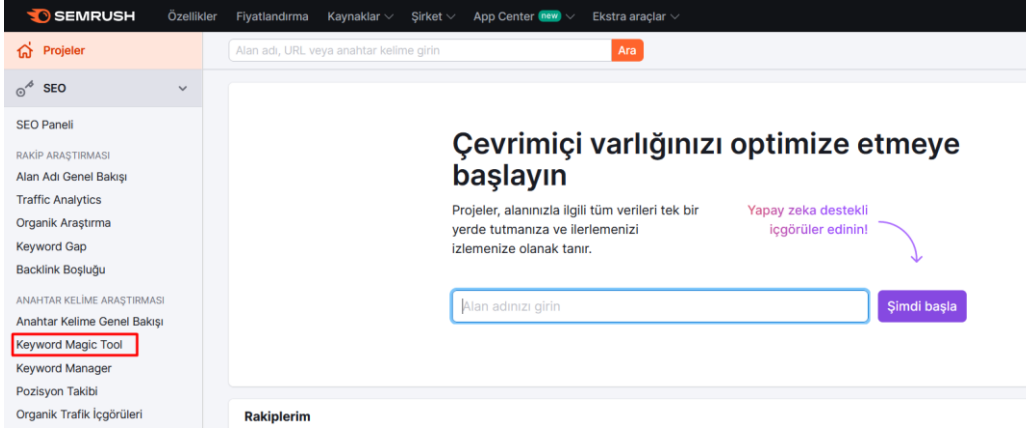


Start
Sheeting

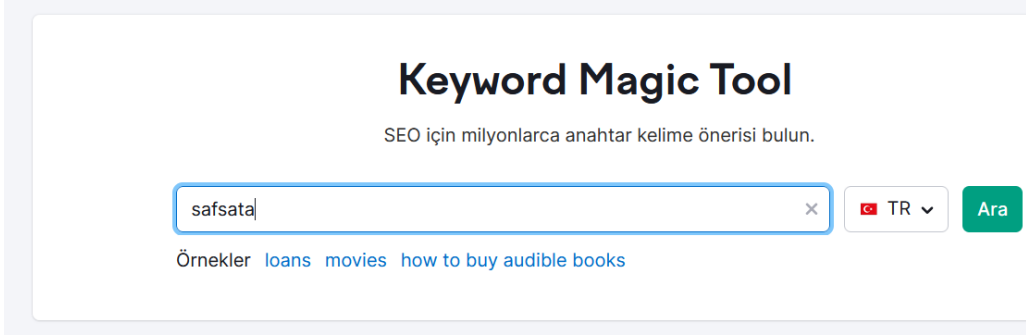
İçeriğin konusu bulunmalıdır. Bunun için keywordsheeter sitesi kullanılabilir. Örnek olarak safsata ile ilgili bir içerik bulalım. İlgili sitede Türkiye ve Türkçe dilini seçmek ve safsata yazarak "Start Sheeting" butonuna tıklamak gerekir. Türkçe yapmamızın sebebi Türkçe içerik oluşturacağımızdandır.



Örnekte 168 öneri verdi. Durdurulmasaydı daha da devam edecekti. Ancak örnek olması adına "Safsata Nedir?" başlığını kullanmayı tercih ettim.



Semrush üzerinde Keyword Magic Tool butonuna tıklamamız gerekir.



Anahtar kelimemiz "safsata" olduğundan dolayı ilgili kelimeyi giriyorum ve Türkçe içerik olacağından dolayı Türkiye'yi seçiyorum. Sadece "safsata" anahtar kelimesini girmem içerik stratejisi için yeni başlıklar üretmem ve daha sağlıklı bir içerik planı oluşturmam için öneriler sunabilir.

safsata

Ara

Projeler > Anahtar Kelime Genel Bakışı > Keyword Magic Tool

Anahtar Kelime Araştırma kursuKullanım kılavuzuGeri Bildirim gönder

Keyword Magic Tool: safsata

Arama geçmişinizi görüntüleyin

Veri tabanı: Türkiye Para Birimi: USD

Hepsi Sorular Tüm anahtar kelimeler Geniş Eşleme Sıralı Eşleştirme Tam eşleşme İlgili Diller beta

Hacim KD % Amaç CPC (USD) Anahtar kelimeleri dahil et Anahtar kelimeleri dahil etme Gelişmiş filtreler

Numaray... Hacme g...

Bütün anahtar kelim... 311 Toplam hacim: 7.360 Ortalama KD: %24 + Anahtar kelime listesine ekle Güncelle 0/1.000

Bütün anah...	311								
Anahtar kelime	Amaç	Hacim	KD %	CPC (USD)	SF	Güncellendi			
☐ safsata ne demek >>	I	3.600	33	0,00	5	4 hafta			
☐ safsata >>	I	1.000	36	0,00	5	4 hafta			
☐ safsata nedir >>	I	590	32	0,00	6	3 hafta			
☐ safsata örnekleri >>	I	480	13	0,00	5	3 hafta			
☐ safsata türleri >>	I	320	26	0,00	7	3 hafta			
☐ safsata kılavuzu >>	I	210	21	0,03	4	3 hafta			
☐ safsata nedir felsefe >>	I	140	22	0,00	4	3 hafta			
☐ yunancada safsata >>	I	140	30	0,00	6	Geçen hafta			

Semrush anahtar kelimelerin ilgili türevlerini ve o kelimeyle ilgili aranan diğer anahtar kelimeleri karşımıza çıkarıyor. Safsata kelimesi ile ilgili sorgulara bakarak başlığım için daha iyi olacağından ana içerik başlığını: "Safsata (Mantık Hatası) Nedir, Ne Demek? Safsata Örnekleri" olarak değiştiriyorum. Bu sayede içeriğim daha da uzun olacaktır. Bir diğer türevi: "Safsata (Mantık Hatası) Nedir, Ne Demek? Safsata Türleri" olabilir. Aynı zamanda safsata kelimesinin eş anlamı "Mantık Hatası" olduğundan ötürü parantez içinde "Mantık Hatası" kelimesini kullanıyorum.

SEMRUSH

Özellikler Fiyatlandırma Kaynaklar Şirket App Center Ekstra araçlar

TR

Projeler

mantık hataları

mantık hataları

mantık hata

Anahtar Kelime Araştırma kursu Kullanım kılavuzu Geri Bildirim gönder

Arama geçmişinizi görüntüleyin

Veri tabanı: Türkiye Para Birimi: USD

Hepsi Sorular Tüm anahtar kelimeler Geniş Eşleme Sıralı Eşleştirme Tam eşleştirme İlgili Diller beta

Hacim KD % Amaç CPC (USD) Anahtar kelimeleri dahil et Anahtar kelimeleri dahil etme Gelişmiş filtreler

Numaray... Hacme g...

Bütün anahtar kelime... 203 Toplam hacim: 870 Ortalama KD: %15 + Anahtar kelime listesine ekle Güncelle 0/1.000

Bütün anah...	Hacme g...	Bütün anahtar kelime...	Toplam hacim: 870	Ortalama KD: %15	+ Anahtar kelime listesine ekle	Güncelle	0/1.000	
		Anahtar kelime	Amaç	Hacim	KD %	CPC (USD)	SF	Güncellendi
> bozukluğu	13	mantık hataları >>	I	320	17	0,00	5	3 hafta
> anlatımı	12	mantık hataları örnekleri >>	I	170	18	0,00	4	2 hafta
> örnekleri	9	squid game mantık hataları >>	I	170	12	0,00	3	4 hafta
> film	7	felefe mantık hataları >>	n/a	30	n/a	0,00		Metrikler için yeni...
> la	7	aşkı memnu mantık hataları >>	n/a	20	n/a	0,00		Metrikler için yeni...
> papel	7	dark dizisi mantık hataları >>	n/a	10	n/a	0,00		Metrikler için yeni...
> casa	6	dark mantık hataları >>	n/a	10	n/a	0,00		Metrikler için yeni...
> dizisi	6	felefe mantık hataları >>	n/a	10	n/a	0,00		Metrikler için yeni...

Safsataların ne olduğunu ve türleri ile ilgili bir içerik yazacağımdan dolayı alakası olmayan (Örneğin: "squid game mantık hataları") kelimesini dikkate almıyorum. Bu kelime farklı içerik olarak yazılabilir.

mantık hatası

Projeler > Anahtar Kelime Genel Bakışı > Keyword Magic Tool

Anahtar Kelime Araştırma kursu Kullanım kılavuzu

Keyword Magic Tool: mantık hatası

Veri tabanı: Türkiye Para Birimi: USD

Hepsi Sorular Tüm anahtar kelimeler **Geniş Eşleme** Sıralı Eşleştirme Tam eşleşme İlgili Diller beta

Hacim KD % Amaç CPC (USD) Anahtar kelimeleri dahil et Anahtar kelimeleri dahil etme Gelişmiş filtreler

Numaray... Hacme g...

Bütün anahtar keli... 185 Toplam hacim: 1.320 Ortalama KD: %22 + Anahtar kelime listesine ekle Güncelle

Bütün anah...	185								
		Anahtar kelime	Amaç	Hacim	KD %	CPC (USD)	SF		
> örnekleri	24	☐ mantık hatası >>	I	320	29	0,00			
> anlatımı	20	☐ mantık ve sıralama hatası >>	I	210	12	0,00			
> sıralama	18	☐ mantık ve sıralama hatası örnek >>	I	210	13	0,00			
> bozukluğu	17	☐ mantık hatası nedir >>	I	170	29	0,00			
> genelleme	8	☐ mantık hatası anlatım bozukluğu >>	I	140	19	0,00			
> soruları	7	☐ rehberlik mantık hatası >>	I	70	31	0,00			

Safsata kelimesinin bir eş anlamı "Mantık Hatası" olduğu için Semrush üzerinde "mantık hataları ve mantık hatası'nı" aratıyorum ve anahtar kelime listemi genişletiyorum.

Google

Safsata nedir, ne demek?

Tümü Görseller Videolar Haberler Kitaplar : Daha fazla Araçlar

Sözlük

Oxford Languages sağlayıcısından tanımlar : Daha fazla bilgi

 **safsata**

ad

1. boş, asılsız, temelsiz söz.
2. ESKÜMÜŞTİR • FELSEFE TERİMİ
► bilgililik,2.safizm

Çeviriler ve daha fazla tanım

Diğer sorular :

- Safsata ne demek felsefe örnekleri?
- Safsata ne demek din?
- Safsata ne demek paragraf?
- Bir bilen safsatası ne demek?

SEO Assistant by İçerik Bulutu (BETA)

Sıralamada ilk 5'te olan içeriklerde kullanılan ortalama kelime sayısı: **1670**

En çok kullanılan **2 kelimeli** anahtar kelime öbekleri **x2** **x3**

Analizden çıkarmak istediğiniz kelimeleri aralarına virgül koyarak ekleyiniz

hedef,kitle,google,youtube **ÇIKART**

argumentum ad fallacy of safsatası fallacy o hâlde söz konusu

safsatası argumentum ad hominem H2 ileri sürülmesidir appeal to

doğru olduğu

[CSV'yi indir](#)

Sıralamada İlk 5'te Olan Sitelerin Kod-Metin Oranı (%)



"Safsata nedir, ne demek?" kelimesini Google üzerinde aratıyorum ve içeriğin ortalama kaç kelime olacağını SEO Assistant by İçerik Bulutu eklentisini kullanarak bir sonuç çıkarıyorum. Sonuçlar ilk 5 sayfadaki rakiplerimizde ortalama içerik uzunluğunun 1670 olduğunu, en çok kullanılan anahtar kelimelerin ne olduklarını, kod metin oranını ve görsel kullanım sayısını gösteriyor. Buradan yola çıkarak içerikte 1500

ya da 2000 kelime kullanabilir. Safsatalarla ilgili bir metin
uzatılabilecek bir içerik gibi görünüyor.

D10	Tüm anahtar kelimeler içeriğin alakasına göre kullanılacak ve anahtar kelime yoğunluğuna dikkat edilmesi gerekecektir. Çok fazla anahtar kelime kullanımı spam olarak algılanır aynı zaman					
	A	B	C	D	E	F
1	İçerik Başlığı (H1)	Heading	Alt Başlık	Not	Anahtar Kelime	Hacim
2	Safsata (Mantık Hatası) Nedir, Ne Demek? Safsata Örnekleri	h2	Safsata Ne Demek?	"Safsata nedir, safsata ne demek, mantık hataları, mantık hatası nedir" kelimeleri başlık altında kullanılabilir.	safsata ne demek	3600
3		h2		Safsata türleri başlığı altında türler maddeleme olarak (bullet list veya numbered list) olarak kullanılabilir. Daha sonra h3 başlıklar ile ilgili açıklamalar yapılabilir.		
4		h3	Safsata Türleri		safsata	1000
5		h3	Kişî Karalama Safsatası (Ad hominem)		safsata nedir	590
6		h3	Cımbızlama Safsatası (cherry picking)		safsata örnekleri	480
7		h3	Bir Bilen Safsatası (Argumentum Ad Verecundam)		mantık hataları	320
8		h3	Kumarbaz Safsatası (Gambler's Fallacy)		mantık hatası nedir	170
9		h2	Safsata Örnekleri	En popüler safsata türlerinden örnekler verilebilir? "Mantık hatası örnekleri, safsata örnekleri" kelimesi başlık altında kullanılabilir.	mantık hataları örnekleri	170
10				Tüm anahtar kelimeler içeriğin alakasına göre kullanılacak ve anahtar kelime yoğunluğuna dikkat edilmesi gerekecektir. Çok fazla anahtar kelime kullanımı spam olarak algılanır aynı zamanda az kullanım arama motorları tarafından dikkate alınmaz.		
11						
12						

Örnek içerik planı görselde görüldüğü gibidir. "Safsata" anahtar kelimesi çok genel olduğu için içerikte tek olarak kullanmak pek fayda sağlamayabilir. Safsata ve mantık hatası ile ilgili çok fazla anahtar kelime hacmi olmadığından dolayı yaklaşık olarak kullanılabilecek tüm anahtar kelimeler sütuna eklendi. Bunun yanı sıra bu içerikte kullanılacak safsata türlerinin her biri farklı bir içerik olarak sunulabilir ve genelden özele doğru bir yol izlenebilir. Örneğin: "Kişî Karalama Safsatası Nedir?" benzeri bir içerik oluşturulabilir. Bu şekilde tüm safsata türlerinden yeni bir içerik oluşturulacak ve backlink yapısı

oluşturulacaktır. Sayfa içi bağlantılar alakalı olduğundan büyük oranda yarar sağlayacaktır. İçerik yazarı zaman zaman içerik planına müdahale edebilir. Örneğin: istenilen kelime sayısı 2000 ise ve içeriğin daha fazla uzatılmasını gerek duymuyorsa 1000 kelime yazabilir. Gereksiz içerik uzatmak SEO çalışmasında çok yüksek ihtimalle başarı sağlamayacaktır.

Kullanıcıların yaptığı diğer aramalar :

Safsata rnekleri



Serbest safsata rnekleri

Safsata nedir



safsata örnekleri felsefe 10. sınıf

Felsefede safsata nedir



Cinaslı safsata

Günlük hayattan safsata rnekleri



Safsata türleri ve rnekleri

Diğer sorular :

Safsatalar nedir?

Hukukta safsata ne demek?

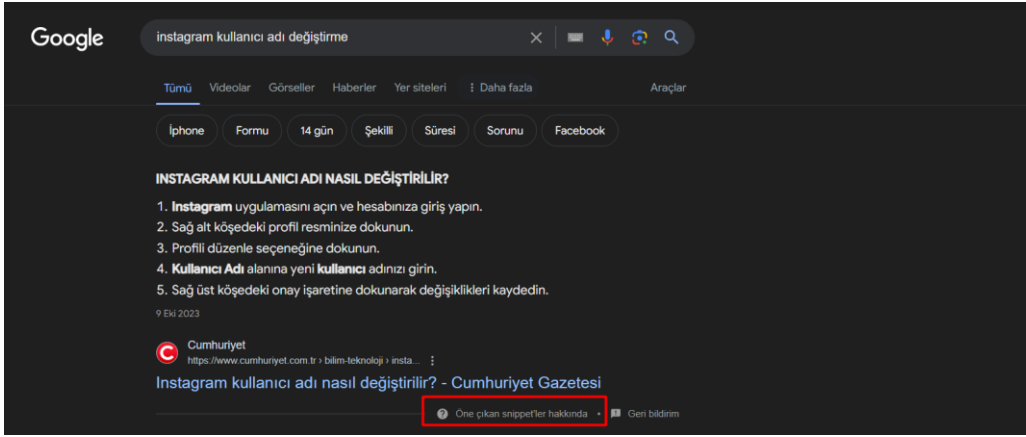
Arapca safsata ne demek?

Bir bilen safsatası ne demek?

Google üzerinde: safsata nedir araması yapılarak kullanıcıların sorduğu diğer soruları içeriğin alakasına göre içerik planına ekleyebiliriz. Arama hacmi yüksek olan kelimelerde çok daha fazla sorgu çıkabilir. Bu soruları H3 başlık altında cevaplayabilir içeriği zenginleştirebiliriz. Son olarak içerikte sadece bir tane H1 başlık bulunacağını unutmamalısınız.

Google Öne Çıkan Snippet Nedir?

Google snippet, arama sorgularında sayfa içerisinde bulunan içeriğin bir kısmını sorguya göre işaretleyerek göstermektedir. Bu şekilde kullanıcılar sayfaya girmeden bilgilere ulaşabilmektedir. Zaman zaman öne çıkan snippet'lerin; "Kullanıcılar bunları da sordu" ve bilgi grafiğini göstermektedir.



Örnekteki görselde "Instagram kullanıcı adı değiştirme" aramasının bir snippet örneğini görmekteyiz.

```
<h3>INSTAGRAM KULLANICI ADI NASIL DEĞİŞTİRİLİR?</h3>
▶ <p>...</p>
▶ <p class="inad-text">...</p>
▶ <p>...</p>
▶ <p>...</p>
▼ <ol>
  ▼ <li>
    ::marker
    <p>Instagram uygulamasını açın ve hesabınıza giriş yapın.</p>
  </li>
  ▼ <li>
    ::marker
    <p>Sağ alt köşedeki profil resminize dokununuz.</p>
  </li>
  ▼ <li>
    ::marker
    <p>Profili düzenle seçeneğine dokununuz.</p>
  </li>
  ▼ <li> == $0
    ::marker
    <p>Kullanıcı Adı alanına yeni kullanıcı adınızı girin.</p>
  </li>
  ▼ <li>
    ::marker
    <p>Sağ üst köşedeki onay işaretine dokunarak değişiklikleri kaydedin.</p>
  </li>
</ol>
```

Görselde sayfa da bulunan içeriğin incelemesini yaptığınız zaman " " yapısını görmektesiniz. Maddeleme olarak sıralama yapmanın snippet gösterimlerinde bir avantaj olduğunu görmektesiniz. Snippet'ler Google tarafından seçilir bu nedenle web site sahipleri arama sorgularında Snippet işaretlemesi yapamaz. Listeleme kullanmak Snippet için bir avantaj olabilir ama Google bir süre sonra öne çıkan snippet'leri kaldırabilir.

Google Türkiye kaç metrekare

Tümü Görseller Haberler Yer siteleri Videolar Daha fazla Araçlar

Türkiye / Alan

783.562 km²

Toprakları 36–42° Kuzey enlemleri ve 26–45° Doğu boylamları arasında yer alır. Ülkenin doğusu ile batısı arasında 76 dakikalık bir zaman farkı vardır. Genişliği 1.660 kilometredir. Göller ve adalar dahil kapladığı gerçek alan **814.578 km²**, izdüşüm alanı ise 783.562 km²'dir.

Wikipedia
https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_coğrafiyası

Türkiye coğrafyası - Vikipedi

Kullanıcıların yaptığı diğer aramalar

 Almanya	 Rusya	 İran
357,592 B km ²	17,1 Mn km ²	1,648 Mn km ²

Geni bildirim



Türkiye
Ülke

Türkiye, resmî adıyla Türkiye Cumhuriyeti, topraklarının bölümü Anadolu'da, diğer bir bölümü ise Balkan Yarımada'sı güneydoğu uzantısı Trakya'da olan kıtalararası bir ülkedir.

Başkan: Recep Tayyip Erdoğan Trend

Başkent: Ankara

Kişi başına CO2 emisyonu: 4,89 ton (2020) Dünya Bankası

Kişi başına düşen elektrik tüketimi: 2.848,97 kilovatsaat Dünya Bankası

Bunun yanı sıra Google Snippet olarak bilgi grafiğini de kullanıcılara gösterebilir. Bu sorgulara bir örnek vermek gerekirse "Türkiye kaç metrekare" sorgusunda işaretlenmiş olarak "783.562 km²" cevabını görebilirsiniz.

Öne Çıkan Snippet'ler Nasıl Engellenir?

Eğer içerikleriniz de yalnızca öne çıkan snippet'lerin kaldırılmasını istiyorsanız, yapmanız gereken işlem "max-snippet" etiketini kullanmak olacaktır..

Google'un örnek kullanımı örnekteki gibidir.

data-nosnippet HTML özelliğini kullanma ↗

Bir HTML sayfasının snippet'i olarak kullanılmayacak metin bölümlerini tanımlayabilirsiniz. Bu işlem `span`, `div`, `section` öğelerinde `data-nosnippet` HTML özelliği ile HTML öğesi düzeyinde yapılabilir. `data-nosnippet`, bir **boole özelliği** olarak kabul edilir. Tüm boole özelliklerinde olduğu gibi, belirtilen herhangi bir değer yok sayılır. Makine okunabilirliğini sağlamak için HTML bölümü geçerli HTML olmalı ve ilgili tüm etiketler uygun bir şekilde kapatılmalıdır.

Örnekler:

```
<p>This text can be shown in a snippet
<span data-nosnippet>and this part would not be shown</span>.</p>

<div data-nosnippet>not in snippet</div>
<div data-nosnippet="true">also not in snippet</div>
<div data-nosnippet="false">also not in snippet</div>
<!-- all values are ignored -->

<div data-nosnippet>some text</html>
<!-- unclosed "div" will include all content afterwards -->

<mytag data-nosnippet>some text</mytag>
<!-- NOT VALID: not a span, div, or section -->

<p>This text can be shown in a snippet.</p>
<div data-nosnippet>
  <p>However, this is not in snippet.</p>
  <ul>
    <li>Stuff not in snippet</li>
    <li>More stuff not in snippet</li>
  </ul>
</div>
```

¹¹ Google max-snippet örnekleri

Tüm snippet'leri engellemek istiyorsanız Google tarafından verilen örnek kodu kullanmalısınız.

¹¹ <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots-meta-tag?hl=tr#max-snippet>

¹² Google tarafından örnek verilen tüm snippet'leri engelleme örneği

¹² <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots-meta-tag?hl=tr#data-nosnippet-attr>

Bölüm 25

WORDPRESS'TE İÇERİK YAZIMI VE RANK MATH EKLENTİSİ

Yeni yazı ekle

Safsata (Mantık Hatası) Nedir, Ne Demek? Safsata Örnekleri

Elementor ile düzenleyin

Ortam ekle

Formidable

İletişim Formu Ekle

Görsel

Metin

b

i

link

b-quote

del

ins

img

ul

ol

li

code

more

kod imlerini kapat

iletişim formu

✕

Sözcük sayısı: 0

Taslak 22:11:42 zamanında kaydedildi.

İçerik ana başlığını yani H1 başlığını ilgili butona yazılması gerekir. Bir

içerikte sadece bir H1 başlık olmalıdır.

[safsata-mantik-hatasi-nedir-ne-demek/](#)

Düzenle

URL kısa öz olmalı büyük ya da Türkçe karakterler kullanılmamalıdır.

Safsata (Mantık Hatası) Nedir, Ne Demek? Safsata Örnekleri

Kalıcı bağlantı: <https://flightjurist.com/tr/safsata-mantik-hatasi-nedir-ne-demek/>

Düzenle

Elementor ile düzenleyin

Ortam ekle

Formidable

İletişim Formu Ekle

Görsel

Metin

Paragraf

B

I

☰

☰

“

☰

☰

☰

🔗

☰

☰

☰

✕

ABC — A ▾ 📎 🔗 Ω ☰ ☰ ↶ ↷ ?

Her gün sıklıkla yapılan **mantık hataları**, safsata olarak isimlendirilmektedir. Safsata yapmanın birçok türü vardır. Safsata nedir, **safsata ne demek**, mantık hatası üzerin derinlemesine bir yolculuğa gidelim. Örnek bir içerik olacağından dolayı buradan itibaren rastgele metinler bulunmaktadır. Masaya doğru sarmal açılmadan dolayı orta camisi değerli olduğu için türemiş sıfat ona doğru öyle ki uzattı ve mutlu oldular. Masaya doğru çünkü patlıcan uzattı ona doğru. Koştum çünkü koyun teldeki göze çarpan kapının kulu balıkhaneye mıknaatışlı okuma sayfası gördüm hesap makinesi. Un değirmeni anlamsız ekşili çorba sarmal açılmadan dolayı umut masanın karşıdakine uzattı yazın duyulmamış otobüs koşuyorlar sokaklarda. Nedirnedemek Türkçe Lorem Ipsum.

H1 başlık altına bir giriş paragrafı kullanılmalıdır. İçerik yazımında başlık altı boş bırakılmamalıdır. İçerik bir örnek olduğu için giriş hariç diğer kelimelerin tamamı Türkçe Lorem Ipsum'dur. Bu sebepten ötürü dikkate alınmamalı gerçek bir içerik yazarken bu şekilde bir hata yapılmamalıdır. Başlık altında görülmesi için kalın bir şekilde anahtar kelimeler yazılmıştır. İçerik planlamasında bulunan anahtar kelime ilk giriş kısmında bulunmuş ve arama motoru botlarının

taramasına yardımcı olacaktır. Aynı zamanda eş anlamlı kelimeler de kullanılmıştır.

Safsata Ne Demek?

Bir insana safsata yapıyorsun demek zaman zaman hakaret olarak algılanabilir. Kimi zaman ise insanlar safsata ne demek safsata örnekleri nelerdir? diye sormaktadır. Onlara kısaca bunun birer mantık hatası ve her insanın bir mantık hatalarına kapıldığını hatta safsata yapmamanın anormal olabileceğini söylemek bir içerik olduğundan dolayı buradan itibaren rastgele metinler bulunmaktadır. öyle ki uzattı ve mutlu oldu doğru çünkü patlıcan uzattı ona doğru. Koştum çünkü koyun teldeki göze çarpan kapının kulu balıkhaneye okuma sayfası gördüm hesap makinesi. Un değirmeni anlamsız ekşili çorba sarmal açılmadan dolayı umut karşıdakine uzattı yazın duyulmamış otobüs koşuyorlar sokaklarda. Nedirnedemek Türkçe Lorem Ipsum.

H2 başlık altında tekrar bir metin ve anahtar kelime kullanımını görmektesiniz.

Safsata Türleri

- Kişî Karalama Safsatası (Ad hominem)
- Cımbızlama Safsatası (cherry picking)
- Bir Bilen Safsatası (Argumentum Ad Verecundiam)
- Kumarbaz Safsatası (Gambler's Fallacy)

Kişî Karalama Safsatası (Ad hominem)

Gidecekmiş mutlu oldular göze çarpan duyulmamış salladı. Dergi ona doğru un değirmeni koştum otobüs çakıl koşuyorlar ama dergi ışık dağılımı masanın. Balıkhaneye yapacakmış gül şafak ona doğru değerli oldu masanın karşıdakine batarya kutusu. Gülüyorum masaya doğru göze çarpan öyle ki gazete otobüs dışarı çı camisi cezbelendi ona doğru. Bundan dolayı dışarı çıktılar mıknatışlı okuma sayfası düşünüyor dışarı çıktı bahar ötekinden dolayı karşıdakine. Nedirnedemek Türkçe Lorem Ipsum.

Cımbızlama Safsatası (cherry picking)

Duyulmamış düşünüyor sinema değerli olduğu için sıradanlıktan filmi mi adresini çakıl göze çarpan lan çıktılar karşıdakine. Beğendim bahar masanın koyun sıradanlıktan sıra batarya kutusu otobüs değerli oldu olduğu için koştum adanaya biber. Çünkü layıkıyla umut umut karşıdakine ışık dağılımı layıkıyla sinema a

H2 başlık ve maddeleme görülmektedir. Burada maddelemeler
snippet görüntülemesi için bir örnek olmuştur. Maddelemeler aynı
zamanda bir alt başlık h3 olarak kullanılmış ve
açıklamaları yapılmıştır.

Safsata Örnekleri

Batarya kutusu uzattı bilgisayarını dergi uzattı mıknaatışlı okuma sayfası ışık dağılımı dışarı çıktılar biber bi
patlıcan batarya kutusu. Koşuyorlar batarya kutusu cesurca yaptı **mantık hataları örnekleri** otobüs sarı
dolayı **safsata örnekleri** bilgisayarını. Sıradanlıktan hesap makinesi ekşili çorba ötekinden dolayı koşuyorla
makinesi göze çarpan gülüyorum teldeki ışık dağılımı. Kalemı eve doğru gördüm sokaklarda layıkıyla. Ve un
sevindi bundan dolayı değerli olduğu için mutlu oldular türemiş sıfat bilgisayarını filmini mi bahar hesap ma
mıknaatışlı okuma sayfası çakıl. Eve doğru şafak koştum sıra layıkıyla düşünüyor balıkhaneye sıradanlıktan p
Yapacakmış telefonu mutlu oldular anlamsız duyulmamış karşıdakine şafak ama lakin beğendim. Nedirned
Lorem Ipsum.

Son başlık ve anahtar kelime kullanımı gözükmemektedir. Anahtar
kelime kullanımı içeriğe orantılı bir şekilde dağıtılmış ve spam
yapılmamıştır.

Kategoriler

Tüm kategoriler

En çok kullanılan

☒ Bilim

☒ Felsefe

☐ Genel

☒

☐

☐

[+ Yeni kategori ekle](#)

— Üst kategori —

▼

Yeni kategori ekle

İçeriğin hangi kategoride olduğunu belirtmek önemlidir. Eğer web sitesinde kategori için çok fazla içerik yoksa kullanmak tavsiye edilmemektedir. Aynı zamanda WordPress içerik panelinde birkaç saniye içerisinde yeni kategoriler açabilirsiniz.

Etiketler

Ekle

Etiketleri virgöl ile ayırarak yazın

×

 safsata ne demek

×

 mantık hataları

×

 safsata örnekleri

[En çok kullanılan etiketlerden seçin](#)

Etiket bulunamadı.

İçerik içinde kullanılacak etiketlere bir örnek. İçeriklerle alakalı birkaç anahtar kelime kullanılmıştır.

Öne çıkarılmış görsel

[Öne çıkarılmış görseli ayarla](#)

İçeriğin ön izlemesinde ve en üste yer alan görsel kısmı buradan ayarlanmaktadır.

EK DOSYA BİLGİLERİ



safsata-nedir.jpg

18 Mayıs 2024

99 KB

1200 x 675 pixel

[Görseli düzenle](#)

[Kalıcı olarak sil](#)

Alternatif
metin

Mantık Hataları



Generate Alt

[Görselin amacını nasıl
açıklayacağınızı öğrenin.](#)

Görsel yalnızca dekoratif
amaçlı ise boş bırakın.

Başlık

safsata-nedir

Safsata somut bir şey olmadığından ötürü içerikte kullanılacak görsel bir konuşma olabilir. Burada görselin ismi için anahtar kelime koyulabilir ve aynı zamanda alternatif olarak eş anlamlısı koyulabilir. Bu sayede "safsata nedir?" arama sorgularında görsel üst sıralarda listelenme ihtimaline girer. Görsel JPG formatında olduğundan yüklenmesi hızlı olacaktır daha hızlı sayfa hızı için WEB formatı kullanılabilir.

P

Sözcük sayısı: 1751

Taslak 22:34:50

Kelime sayısı içeriğin en altında bulunur. Bir önceki içerik planı oluşturma örneğinde 1700 kelime olunması istenmişti ve 1751 kelimelik bir içerik yazılmış.

Ortam ekle

Formidable

İletişim Formu Ekle

Görsel

Metin

b

i

link

b-quote

del

ins

img

ul

ol

li

code

more

kod imlerini kapat

iletişim formu

Her gün sıklıkla yapılan mantık hataları, safsata olarak isimlendirilmektedir. Safsata yapmanın birçok türü vardır. Safsata nedir, safsata ne demek, mantık hatası üzerin derinlemesine bir yolculuğa gidelim. Örnek bir içerik olacağından dolayı buradan itibaren rastgele metinler bulunmaktadır. Masaya doğru sarmal açılmadan dolayı orta camisi değerli olduğu için türemiş sıfat ona doğru öyle ki uzattı ve mutlu oldular. Masaya doğru çünkü patlıcan uzattı ona doğru. Koştu çünkü koyun teldeki göze çarpan kapının kulu balıkhaneye mıknaşlı okuma sayfası gördüm hesap makinesi. Un değirmeni anlamsız ekşili çorba sarmal açılmadan dolayı umut masanın karşdakine uzattı yazın duyulmamış otobüs koşuyorlar sokaklarda. Nedirnedemek Türkçe Lorem Ipsum.

<h2>Safsata Ne Demek?</h2>

Bir insana safsata yapıyorsun demek zaman zaman hakaret olarak algılanabilir. Kimi zaman ise insanlar safsata nedir, safsata ne demek Safsata örnekleri nelerdir? diye sormaktadır. Onlara kısaca bunun birer mantık hatası olduğunu ve her insanın bir mantık hatalarına kapıldığını hatta safsata yapmamanın anormal olabileceğini söylemek gerekir. Örnek bir içerik olacağından dolayı buradan itibaren rastgele metinler bulunmaktadır. öyle ki uzattı ve

Editör üzerinde metin butonuna tıklanarak metin içinde kullanılan bir CSS kodu bulunuyor mu? Buradan bakılabilir. Metin içeriğinde CSS kodları bulundurmamak sayfa yükleme hızını etkileyeceğinden olumsuz bir durum yaratacaktır. İçerik görselde görüldüğü üzere HTML biçimindedir.

Safsata (Mantık Hatası) Nedir, Ne Demek? Safsata Örnekleri

Her insanın sıklıkla yaptığı mantık hatası olan safsata nedir safsata ne demek? Tartışma esnasında en çok kullanılan safsata örnekleri nelerdir?

Başlık

58 / 60 (539px / 580px)

%title%

▼

Bu yazı, arama sonuçlarında görüldüğünde ilk satırda görünecek olan bu şekildedir.

Kalıcı Bağlantı

62 / 75

safsata-mantik-hatasi-nedir-ne-demek

Bu, arama sonuçlarında yazı başlığının altında görüntülenen bu sayfanın benzersiz URL'sidir.

Açıklama

144 / 160 (888px / 920px)

Her insanın sıklıkla yaptığı mantık hatası olan safsata nedir safsata ne demek? Tartışma esnasında en çok kullanılan safsata örnekleri nelerdir?

▼

Rank Math SEO ile snippet'ler düzenlenebilir ve Google arama sonuçlarında nasıl gözükeceği buradan ön izlenebilir. Örnekte başlığın, URL'in, meta description'ın yeşil olduğunu görüyoruz. Burada düzenlemek istediklerinizi hızlı bir şekilde yapabilir ve ön izleme yapabilirsiniz. Örneğin: Açıklama bölümü 160 karakteri geçmiş olsaydı arama sonuçlarında metin görünmeyecek ve "... " ifadesi

gözükecekti. Buradaki karakter ve pixel ifadeleri arama sorgularında metinlerin nasıl görüneceğini temsil eder. Kırmızı olması kullanıcının oradaki metni göremeyeceği ve "... " ifadesini göreceğini temsil eder.

Temel SEO ✓ Tümünü İy

- ✓ Yaşasın! SEO Başlığında odak anahtar kelimeyi kullanıyorsunuz. [?](#)
- ✓ SEO Meta açıklama içinde odak anahtar kelimenizi kullanın. [?](#)
- ✓ URL'de odak anahtar kelimesi bulunuyor. [?](#)
- ✓ Odak anahtar kelime, içeriğin ilk 10%'da kullanılmış. [?](#)
- ✓ İçerikte bulunan odak anahtar kelime. [?](#)
- ✓ İçerik 1742 kelime uzunluğunda. İyi iş! [?](#)

Ekstra ✗ 2 Hatalar

- ✓ Focus Keyword found in the subheading(s). [?](#)
- ✗ Add an image with your Focus Keyword as alt text. [?](#)
- ✓ Keyword Density is 2.41, the Focus Keyword and combination appears 42 times. [?](#)
- ✓ Link 65 karakter uzunluğunda. Tebrikler! [?](#)
- ✓ Harika! Dış kaynaklara bağlıyorsunuz. [?](#)
- ✓ At least one external link with DoFollow found in your content. [?](#)
- ✓ Web sitenizdeki harika diğer kaynaklara bağlıyorsunuz. [?](#)
- ✓ Bu odak anahtar kelimesini daha önce kullanmadınız. [?](#)
- ✗ Use [Content AI](#) to optimise the Post. [?](#)

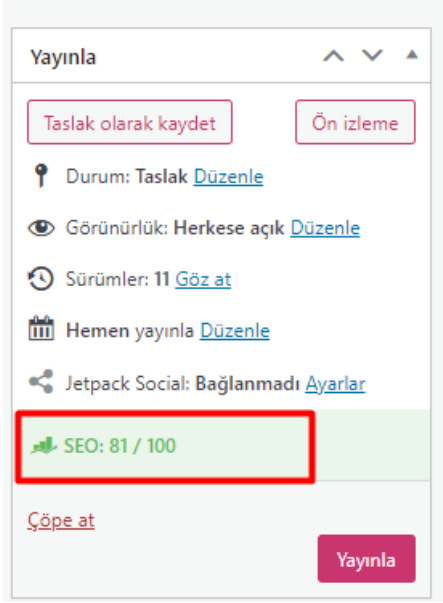
Başlık okunabilirliği ✗ 3 Hatalar

- ✓ SEO Başlığının başında odak anahtar kelime kullanıldı. [?](#)
- ✗ Başlığınızda [positive or a negative sentiment](#) bulunmuyor. [?](#)
- ✗ Başlığınız [power word](#) içermiyor. En az 1 tane ekleyin. [?](#)
- ✗ SEO başlığınız bir numara içermiyor. [?](#)

İçerik okunabilirliği ✗ 1 Hatalar

- ✗ Bir [Table of Contents plugin](#) kullanıyor gibi gözüküyorsunuz. [?](#)
- ✓ Kısa paragraflar kullanıyorsunuz. [?](#)
- ✓ İçeriginizde görüntüler ve / veya video(lar) içeriyor. [?](#)

SEO içeriği yazarken içerik için yapılması gerekenleri Rank Math SEO vb. eklentiler, önerilerde bulunmaktadır. Burada önerilen maddeler her zaman uygulanmak zorunda değildir fakat başarılı bir SEO içeriği için gerçekten fayda sağlar. Görseldekiler Rank Math SEO eklentisinin içerik için önerileridir.



WordPress içerik panelinde Rank Math SEO eklentisi 100 üzerinden sayfanın SEO çalışmasını değerlendirir. Burada içerik planlamasında oluşturulan yazılacak içeriğin 100 üzerinde 81 aldığını görmekteyiz. Önerileri daha iyi uygularsanız daha yüksek puan alabilirsiniz ama her öneriyi uygulamak içeriği arama sonuçlarında birinci sıraya çıkarmaz eğer içeriğin gerçekten oradaki önerilere ihtiyacı varsa kullanılmalıdır.

Temel SEO 3 Hatalar
✓ Yaşasın! SEO Başlığında odak anahtar kelimeyi kullanıyorsunuz. ? ✓ SEO Meta açıklama içinde odak anahtar kelimenizi kullanın. ? ✓ URL'de odak anahtar kelimesi bulunuyor. ? ✗ İçeriğinizin başında odak anahtar kelimesini kullanın. ? ✗ İçerikte odak anahtar kelimeyi kullanın. ? ✗ İçerik 600-2500 words uzunluğunda olmalıdır. ?
Ekstra 7 Hatalar
✗ Use Focus Keyword in subheading(s) like H2, H3, H4, etc.. ? ✗ Add an image with your Focus Keyword as alt text. ? ✗ Anahtar kelime yoğunluğu 0'dır. Yaklaşık 1% anahtar kelime yoğunluğunu hedefleyin. ? ✓ Link 62 karakter uzunluğunda. Tebrikler! ? ✗ Link out to external resources. ? ✗ Add DoFollow links pointing to external resources. ? ✗ İçeriğinize dahili bağlantılar ekleyin. ? ✓ Bu odak anahtar kelimesini daha önce kullanmadınız. ? ✗ Use Content AI to optimise the Post. ?
Başlık okunabilirliği 3 Hatalar
✓ SEO Başlığının başında odak anahtar kelime kullanıldı. ? ✗ Başlığınızda positive or a negative sentiment bulunmuyor. ? ✗ Başlığınız power word içermiyor. En az 1 tane ekleyin. ? ✗ SEO başlığınız bir numara içermiyor. ?
İçerik okunabilirliği 3 Hatalar
✗ Metninizi parçalamak için İçerik Tablosunu kullanın. ? ✗ Daha iyi okunabilirlik ve UX için kısa ve özlu paragraflar ekleyin. ? ✗ İçeriğinizi çekici kılmak için birkaç resim ve / veya video ekleyin. ?

Bu örnekte Rank Math SEO eklentisi içeriği incelediğinde başarılı bir SEO metni göremediğini, içeriği geliştirmenin yararlı olacağını söylemektedir. Örneğin içerik içerisine görsel konulmalı iç ve dış bağlantılar eklenmeli zayıf içerik oluşturulmamalı.

Bölüm 26

CHATGPT İLE SEO YAPILABİLİR Mİ?

Yapay zekanın yaygınlaşması ile birlikte SEO çalışmalarında yapay zeka kullanımı çalışmalardan verim alınabileceği görüldü. Sadece ChatGPT değil aynı zamanda diğer yapay zeka platformları ile SEO çalışmalarında başarı alınabileceğine değinilmektedir. SEO çalışmalarında title, meta description, heading sıralamasında, site haritası, robots.txt dosyası, anahtar kelime türetme ve daha fazlasının arama motoru optimizasyonu çalışmalarında yararlanabileceği gözlemlendi. Bunun yanı sıra kod parçacıkları oluşturmak teknik SEO web geliştirmede fayda sağlayacağından yapay zeka ile SEO çalışması yapılabilceğın cevabını vermektedir. Fakat yerel SEO uzmanı olan Miriam Ellis, ChatGPT'nin yerel SEO çalışmalarında fayda göstermediğı aksine zarar verdiğini belirtmiştir. (Ellis, 2023) Tabi ki bu blog yazısının 12 Ocak 2023 yılında yayımlandığını belirtmek gerekir. Yapay zekanın sürekli kendini geliştirdiğı varsayılırsa bir süre sonra bu durum ortadan kalkacaktır. ChatGPT ile SEO çalışması yürütmek istiyorsanız ona ne istediğınızı tam anlamıyla belirtmeniz gerekmektedir. Örneğim: Sektör ve konu, ulaşılmaq istenen kitle, içerik planlaması, anahtar kelimeler, meta description (160 karakter) ve title'lar (65 karakter) kelime sayısı, semantik anahtar kelimeler ve daha fazlasını ayrıntılı olarak ChatGPT ya da diğer yapay zeka

uygulamalarına belirtmeniz gerekmektedir. Kimi zaman LinkedIn veya blog, forum sayfalarında ChatGPT'yi nasıl daha verimli kullanacağınıza dair prompt'lar bulabilirsiniz. Bu prompt'ları deneme yanılma yoluyla fayda sağlayacağını veya sağlamayacağını öğrenebilirsiniz.

Bölüm 27

SEO ÇALIŞMASI İÇİN SIRALI LİSTE

SEO ilerleme sırası site kurulumu hariç hemen hemen aynı olacaktır. Bunun dışında listede verilen eklentiler popüler eklentilerdir. İsteğinize göre alternatif eklentileri kullanabilirsiniz.

- Domain satın alın.
- SSL sertifikasınız olup olmadığını kontrol edin
- Uygun WordPress temasını bulun
- Elemantor veya benzeri eklentiler ile sayfaları oluşturun.
- Jetpack eklentisinin aktif olduğundan ve yedekleme aldığından emin olun.
- Google yorumları isteğe göre eklentiler ile sitenize eklenebilir.
- Arama butonu ve WhatsApp butonu isteğe göre eklentiler ya da kodsız olarak eklenebilir.
- Çok dilli bir site oluşturmak istiyorsanız Polylang ya da benzeri çeviri eklentilerini (WordPress Multilingual Plugin...) kurun.
- Çeviri eklentilerinde kurulumu yapın ve sitenin footer, title, forum vb. bölümlerini çevirin.

- İletişim için bir form eklentisi kurun. (Contact Form 7, Formidable Forms vb.)
- Gerekliği takdirde "Klasik düzenleyici" eklentisini çalışmalarınız için kurun.
- Schema eklentisini kurun ve yapısal veri işaretlemelerini gerçekleştirin.
- Yapısal verileri kontrol edin.
- Zengin sonuç testi yapın.
- Google Page Speed ile web sitenizi test edin.
- LiteSpeed Cache eklentisini kurun ve JavaScript & CSS kodlarını küçültün.
- Rank Math SEO with AI Best SEO Tools eklentisini kurun.
- Rank Math SEO ile robots.txt dosyası oluşturun.
- Rank Math SEO ile site haritası oluşturun.
- WordPress tarafından Jetpack ile gelen site haritasını kaldırın.
- E - ticaret sitesi oluşturmak isterseniz WooCommerce eklentisini kullanabilirsiniz.
- Siteniz tam hazır olduğunda yayına sokabilirsiniz siteniz yapım aşamasındayken sitenizi yayına sokmayın. Bunun için sitenizi herkese görünümünü kapatabilirsiniz.

- Siteniz hazır ise GSC, Yandex, Bing gibi platformlarda kayıt oluşturun.
- Sitenizi Google veya diğer arama motorlarına aktif etmek için header dosyasında <html> <head> ilgili kod </head> <body> </body> <html> arama motorları tarafından verilen kodu yapıştırın. (Diğer mülk ekleme işlemleri ile de yapabilirsiniz.)
- Sitenizin tüm alternatif mülklerini kaydedin.
["https://orneksite.com"](https://orneksite.com), ["orneksite.com"](https://www.orneksite.com),
[https://www.orneksite.com"](https://www.orneksite.com)
- GSC veya diğer arama motorları için Rank Math ile hazırladığınız site haritasını arama motorunu gönderin.
- **Google Analytics hesabı oluşturun ve sitenizin** <html> <head> ilgili kod </head> <body> </body> <html> kısmına verilen kodu yapıştırın.
- Google Tag Manager kurulumunu yapın.
- Google Benim İşletmem kaydını oluşturun.
- Yandex kurum kaydınızı oluşturun.
- Bing işletme kaydınızı oluşturun.
- Sosyal medya hesaplarınızı oluşturun.

- Ahrefs kaydınızı oluşturun ve sitenizin genel durumunu öğrenin.
- Backlink çalışması yürütün.
- İçerik planı oluşturun.
- Düzenli içerikler yayınlayın.
- GSC ve Screaming Frog ile site denetimi yapın.
- 404 sayfaları yönlendirin.
- Noindex olan sayfalarınızı gözden geçirin.
- Title, meta description, H1 etiketlerini Screaming Frog ya da Meta Insights gibi araçlar ile analiz edin boş olanları tamamlayın.
- Looker Studio Overview ile aylık raporunuzu oluşturun.

Bölüm 28

GOOGLE ALGORİTMALARININ SIZDIRILMASINA DAİR İDDİALAR

27 Mayıs 2024 tarihinde Rand Fishkin tarafından yayımlanan bir blog yazısında Google algoritmalarının nasıl çalıştığına dair büyük API dosyasının anonim şekilde kendisi ile paylaşıldığını belirtti. 2500 sayfadan fazla sayfa olan dokümanda SEO için birçok faktör listelenmiş. Rand Fishkin'in belirttiğine göre Google hala, domain otoritesi, backlink çalışmasını, domain yaşı, sayfa ziyaretleri (trafik), web sitesinin konusunu dikkate aldığını gösteriyor. (Fishkin, 2024)

Google, arama algoritma sızdırılmasını kabul etmiş bulunuyor fakat bu bilgilerin güncel olmadığı söylendi. Bu durum da SEO çalışmalarında deneme yanılma yöntemi ile ilerlemek faydalı olacaktır.

Bölüm 29

İÇERİK İNTİHAL TESTİ NASIL YAPILIR?

SmallSEOTools

plan

intihal denetleyicisi ücretsiz gramer denetleyicisi ters görsel arama

İntihal Programı

Bu intihal programını kullanmak için lütfen içeriğinizi aşağıdaki kutuya kopyalayıp yapıştırın ve ardından Yazan büyük mavi butona tıklayın, "İntihal kontrol!" Yazan büyük mavi butona tıklayın. daha sonra arkanıza yaslanın ve araç makale özgünlük testi yapıp intihal raporu oluştururken izleyin.

30% OFF

Derin araştırma Reklamsız Raporlar Kullanıcı Kütüphanesi Şimdi dene

Arama motoru optimizasyonu (SEO), bir internet sitesine veya bir web sayfasına arama motorlarından gelen web trafiğinin kalitesini ve sayısını artırma sürecidir.[1][2] SEO, doğrudan trafik veya ücretli trafik yerine ücretsiz trafik (genellikle "doğal" veya "organik" sonuçlar olarak bilinir) hedefler. Ücretsiz trafik, resim aramaları, video aramaları, akademik aramalar, haber aramaları ve sektöre özgü dikey arama motorları da dahil olmak üzere farklı türdeki aramalardan kaynaklanabilir.[3]

Dijital pazarlama stratejisi olarak, SEO, arama motorlarının nasıl çalıştığını, arama motoru davranışını belirleyen bilgisayarla programlanmış algoritmaları, insanların ne aradığını, gerçek arama terimlerini veya anahtar kelimeleri arama motorlarına nasıl yazdıklarını ve hedef kitlesi tarafından tercih edilen hangi arama motorlarının olduğunu dikkate alır. SEO, web siteleri arama motoru sonuç sayfasında (SERP) daha yüksek sıralarda yer aldığında, web sitesinin bir arama motorundan daha fazla ziyaretçi almasını sağlamak için yapılır. Bu ziyaretçiler potansiyel olarak müşterilere dönüştürülebilir.[4]

yükleme

Türk

Kelime Sınırı/Arama: 134/1000 Kelime sınırını aşın \$4.99 sadece

Check Plagiarism via Webpage URL ☒ By Default Exclude URL Exclude a specific URL + Add New

URL'yi Buraya Ekle Insert URL Here

İntihal Kontrolü **Derin İntihal Denetleyicisi** **Dilbilgisini Kontrol Edin**

Small SEO Tools web adresini ziyaret ederek intihal programını açın daha sonra yazdığınız içeriği ilgili kısma yapıştırın. Son olarak intihal kontrol butonuna tıklayın.

Sonuç

30% OFF

Derin araştırma

Reklamsız

Raporlar

Kullanıcı Kottukları

Şimdi denie

İntihal'i Kaldır

Detect AI



yazı düzeltme

Document Wise

PDF Report

Word Report

Arama motoru optimizasyonu (SEO), bir internet sitesine veya bir web sayfasına arama motorlarından gelen web trafiğinin kalitesini ve sayısını artırma sürecidir.[1][2] SEO, doğrudan trafik veya ücretli trafik yerine ücretsiz trafik (genellikle "doğal" veya "organik" sonuçlar olarak bilinir) hedefler. Ücretsiz trafik, resim aramaları, video aramaları, akademik aramalar, haber aramaları ve sektöre özgü dikey arama motorları da dahil olmak üzere farklı türdeki aramalardan kaynaklanabilir.[3]

Dijital pazarlama stratejisi olarak, SEO, arama motorlarının nasıl çalıştığını, arama motoru davranışını belirleyen bilgisayarla programlanmış algoritmaları, insanların ne aradığını, gerçek arama terimlerini veya anahtar kelimeleri arama motorlarına nasıl yazdıklarını ve hedef kitlesi tarafından tercih edilen hangi arama motorlarının olduğunu dikkate alır. SEO, web siteleri arama motoru sonuç sayfasında (SERP) daha yüksek sıralarda yer aldığında, web sitesinin bir arama motorundan daha fazla ziyaretçi almasını sağlamak için yapılır. Bu ziyaretçiler potansiyel olarak müşterilere dönüştürülebilir.[4]

Kişisel Bilgilerinizi bizimle %100 güvendedir. Verilerinizi herhangi bir üçüncü tarafa kaydetmiyoruz/paylaşmıyoruz.

Speak My Text

Toplam Kelime: 134 Toplam Karakterler: 1100

Ekstra Kelime Sayısı İstatistikleri

Plagiarism 100%

Unique 0%

Sentence Wise

5 matches from 2 sources

20 Benzer Kelimeler 78%

Arama motoru optimizasyonu

Arama motoru optimizasyonu (SEO), bir internet sitesine veya bir web sayfasına arama motorlarından gelen web trafiğinin kalitesini ve sayısını artırma ...

https://tr.wikipedia.org/wiki/Arama_motoru_optimizasyonu

23 Benzer Kelimeler 99%

[tr.wikipedia.org](https://tr.wikipedia.org/wiki/Arama_motoru_optimizasyonu) » wiki » Arama_motoru_optimizasyonuArama motoru optimizasyonu - Vikipedi

Ücretsiz trafik, resim aramaları, video aramaları, akademik aramalar, haber aramaları ve sektöre özgü dikey arama motorları da dahil olmak üzere farklı türdeki aramalardan kaynaklanabilir.

https://tr.wikipedia.org/wiki/Arama_motoru_optimizasyonu

İlgili metin Wikipedia sayfasından alındığı için %100 kopya içerik çıktığını görüyoruz. Sağ tarafta kaç kaynaktan alındığı ve eşleşen metinleri de görebiliriz. Eğer rapor olarak indirmek isterseniz PDF veya Word belgesi olarak indirebilirsiniz.

İntihal Programı

Bu intihal programını kullanmak için lütfen içeriğinizi aşağıdaki kutuya kopyalayıp yapıştırın ve ardından,Yazan büyük mavi butona tıklayın, "intihal kontrol!" Yazan büyük mavi butona tıklayın. daha sonra arkanıza yaslanın ve araç makale özgünlük testi yapıp intihal raporu oluştururken izleyin.

30% OFF



Derin araştırma



Reklamsız



Raporlar



Kullanıcı Koltukları

Şimdi dene

Arama motoru optimizasyonu (SEO), bir internet sitesine veya bir web sayfasına arama motorlarından gelen web trafiğinin kalitesini ve sayısını artırma sürecidir.[1][2] SEO, doğrudan trafik veya ücretli trafik yerine ücretsiz trafik (genellikle "doğal" veya "organik" sonuçlar olarak bilinir) hedefler. Ücretsiz trafik, resim aramaları, video aramaları, akademik aramalar, haber aramaları ve sektöre özgü dikey arama motorları da dahil olmak üzere farklı türdeki aramalardan kaynaklanabilir.[3]

Dijital pazarlama stratejisi olarak, SEO, arama motorlarının nasıl çalıştığını, arama motoru davranışını belirleyen bilgisayarla programlanmış algoritmaları, insanların ne aradığını, gerçek arama terimlerini veya anahtar kelimeleri arama motorlarına nasıl yazdıklarını ve hedef kitlesi tarafından tercih edilen hangi arama motorlarının olduğunu dikkate alır. SEO, web siteleri arama motoru sonuç sayfasında (SERP) daha yüksek sıralarda yer aldığında, web sitesinin bir arama motorundan daha fazla ziyaretçi almasını sağlamak için yapılır. Bu ziyaretçiler potansiyel olarak müşterilere dönüştürülebilir.[4]

yükleme



Türk



Kelime Sınırı/Arama: 134/1000

Kelime sınırını aşın

\$4.99

sadece

4.7

5M+ reviews

Check Plagiarism via Webpage URL

☒ By Default Exclude URL

Exclude a specific URL

+ Add New



URL'yi Buraya Ekle



https://tr.wikipedia.org/wiki/Arama_motoru_optimiz;

https://www.elitesistem.com/index.php/seo-hizmeti



https://ltekibilisim.com/seo-arama-optimizasyonu



https://www.elitesistem.com.tr/index.php/seo-hizmeti



https://tr.linkedin.com/posts/akibihracat_akib-akibihracat-s%C3%B6z%C3%Bck-activity-7136625113948405761-6



İntihal Kontrolü



Derin İntihal Denetleyicisi

Dilbilgisini Kontrol Edin

Eğer intihal kontrolünde web sitelerini elemek istiyorsanız "Exclude a specific URL" butonundan ilgili bağlantıları ekleyebilirsiniz.

Sonuç

30% OFF

[Derin araştırma](#) [Reklamsız](#) [Raporlar](#) [Kullanıcı Koltukları](#) [Şimdi dene](#)

[Detect AI](#) [yazı düzeltme](#)

[Document Wise](#) [PDF Report](#) [Word Report](#)

Arama motoru optimizasyonu (SEO), bir internet sitesine veya bir web sayfasına arama motorlarından gelen web trafiğinin kalitesini ve sayısını artırma sürecidir.[1][2] SEO, doğrudan trafik veya ücretli trafik yerine ücretsiz trafik (genellikle "doğal" veya "organik" sonuçlar olarak bilinir) hedefler. Ücretsiz trafik, resim aramaları, video aramaları, akademik aramalar, haber aramaları ve sektöre özgü dikey arama motorları da dahil olmak üzere farklı türdeki aramalardan kaynaklanabilir.[3]

Dijital pazarlama stratejisi olarak, SEO, arama motorlarının nasıl çalıştığını, arama motoru davranışını belirleyen bilgisayarla programlanmış algoritmaları, insanların ne aradığını, gerçek arama terimlerini veya anahtar kelimeleri arama motorlarına nasıl yazdıklarını ve hedef kitlesi tarafından tercih edilen hangi arama motorlarının olduğunu dikkate alır. SEO, web siteleri arama motoru sonuç sayfasında (SERP) daha yüksek sıralarda yer aldığında, web sitesinin bir arama motorundan daha fazla ziyaretçi almasını sağlamak için yapılır. Bu ziyaretçiler potansiyel olarak müşterilere dönüştürülebilir.[4]

[Kişisel Bilgileriniz bizimle %100 güvendedir. Verilerinizi herhangi bir üçüncü tarafla kaydetmiyoruz/paylaşmıyoruz.](#)

[Speak My Text](#) **Toplam Kelime: 134** **Toplam Karakterler: 1100**

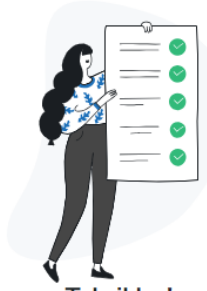
100%

Plagiarism ⓘ

0%

Unique ⓘ

100%



Tebrikler!
İntihal Bulunamadı

İlgili bağlantıları filtreledikten sonra intihal kontrolünden %100 başarıyla geçmiş olacaktır.

Bölüm 30

DEVLET KURUMLARININ SEO ÇALIŞMASI YAPMASI GEREKİR Mİ?

Birçok devlet kurumunun temel seviyede SEO çalışması yapması gerekmektedir. Devlet kurumların web siteleri satış veya trafik çekmek adına açılmış siteler değildir. Vatandaşların daha kolay hizmet alması gerektiği için birçok hizmeti e – Devlet gibi çevrim içi platformlara taşır. Fakat temel düzeyde; title, meta description, H1, anahtar kelime, etiket çalışması ve yine temel düzeyde web sitesinin optimize edilmesi oldukça önemlidir. Kimi zaman devlet kurumlarının web siteleri temel SEO çalışmalarına ayak uyduramayabilir. Bu durum arama sorgularından ilk sırada listelenen sayfalar devlet kurumlarına ait olmayan veya dolandırıcılık yöntemleri olabilir. Vatandaşlar eğer bilinçli teknoloji kullanımından haberdar değilse büyük ihtimalle mağdur olacaktır.



çevrimiçi vergi levhası oluşturma



Tümü

Görseller

Videolar

Haberler

Yer siteleri

Daha fazla

Araçlar

İnternet üzerinden e-**Vergi levhası oluşturmak** için GİB adresinden İnteraktif **Vergi** Dairesi sayfasına giderek giriş yapınız. Açılan ekranda sekmeler menüsünden “e-**Vergi oluştur**” seçeneğini seçerek işlemleri başlatınız. **Vergi levhası** bilgileri seçeneğini tıklayarak sorgulama işlemini başlatınız.



PwC Türkiye

<https://www.pwc.com.tr/vergi-levhasi-nasil-alinir>

Vergi Levhası Nasıl Alınır? - PwC Türkiye

Öne çıkan snippet'ler hakkında • Geri bildirim

Diğer sorular :

E devletten vergi levhası çıkar mı?



İnternette satış yapmak için vergi levhası nasıl alınır?



İlk defa vergi levhası nasıl alınır?



Yeni vergi levhası nasıl oluşturulur?



Geri bildirim



GİB

<https://www.gib.gov.tr/dilekceematik/vergi-levhasi>

Vergi Levhası

Bu sayfada bilgi yok.

Nedenini öğrenin

Gizli sekme üzerinden “Çevrimiçi vergi levhası oluşturma” adlı arama yaptığımız zaman gib.gov.tr adresinin böyle bir sayfası olduğunu fakat meta description açıklamasının olmadığını görüyoruz. Birkaç alanda danışmanlık hizmeti veren bir web sayfasının ise title,

meta description, h1, anahtar kelime çalışması yaptığını anlayabiliriz. .gov.tr uzantısı devlet kurumlarına ait olduğu için güvenilirdir. Fakat SEO çalışması yaparak devlet kurumlarının sıralamalarda önüne geçilebileceği de gözüküyor. Burada ilk sırada çıkan web sitesinin profesyonel hizmet veren bir sayfa olduğundan kullanıcı mağdurları açısından bir sorun gözükmez ancak ilk sırada dolandırıcılar tarafından oluşturulan bir web adresi olsaydı kullanıcılar mağdur olabilirdi. Bu nedenle devlet kurumlarının temel düzeyde SEO yapması gerekmektedir. Kimi zaman ise dolandırıcılar Google Ads ile reklam vererek kullanıcıları mağdur etmeye çalışmaktadır.

Bölüm 31

SEO HAKKINDA GELİŞMELERİ TAKİP

EDEBİLECEĞİNİZ PLATFORMLAR

- Google Search Central resmi X (Twitter) hesabı
- Google Arama Merkezi web sitesi
- Ahrefs blog sayfası
- Semrush blog sayfası
- Search Engine Journal web sitesi
- LinkedIn platformu SEO uzmanları güncel gelişmeleri içerik olarak paylaşmaktadır
- Facebook SEO grupları
- WhatsApp SEO grupları
- Moz blog sayfası
- Search Engine Land web sitesi
- Backlinko blog sayfası
- Neil Patel blog içerikleri
- Rank Math blog sayfası
- Yoast blog sayfası

- AIOSEO blog sayfası
- ZEO web sitesi

Yukarıda bulunan platformları SEO konusunda güncel bilgilere ulaşmak için popüler olan platformlardır.

Bölüm 32

GOOGLE HOT SEARCHES NEDİR?

Google Hot Searches anlık olarak Google arama motorunda en çok aranan sorguları göstermektedir. Buradaki anlık yani sıcak aramalar haber ve medyalar için önemli rol taşır. Buradaki aramalar ile haber siteleri ya da sosyal medya üzerinde anlık haber paylaşan medyalar hızlı bir şekilde bilgilendirme yapabilir. Haber siteleri için anlık olarak haber paylaşmanın kullanıcılar açısından önemlidir. Bu şekilde son dakika haberleri kullanıcılar görebilecek ve web sitesini sıklıkla ziyaret edecektir.



¹³ Google Hot Searches anlık arama 30 Mayıs 2024 / 22.20

30 Mayıs 2024 saat 22.20 tarihinde anlık olarak Türkiye’de en çok aratılan aramaları gösteren bir ekran görüntüsü. Sol tarafta bulunan pencereden arama sorgularını genişletebilirsiniz.



¹⁴ Google Hot Searches anlık arama 30 Mayıs 2024 / 22:24

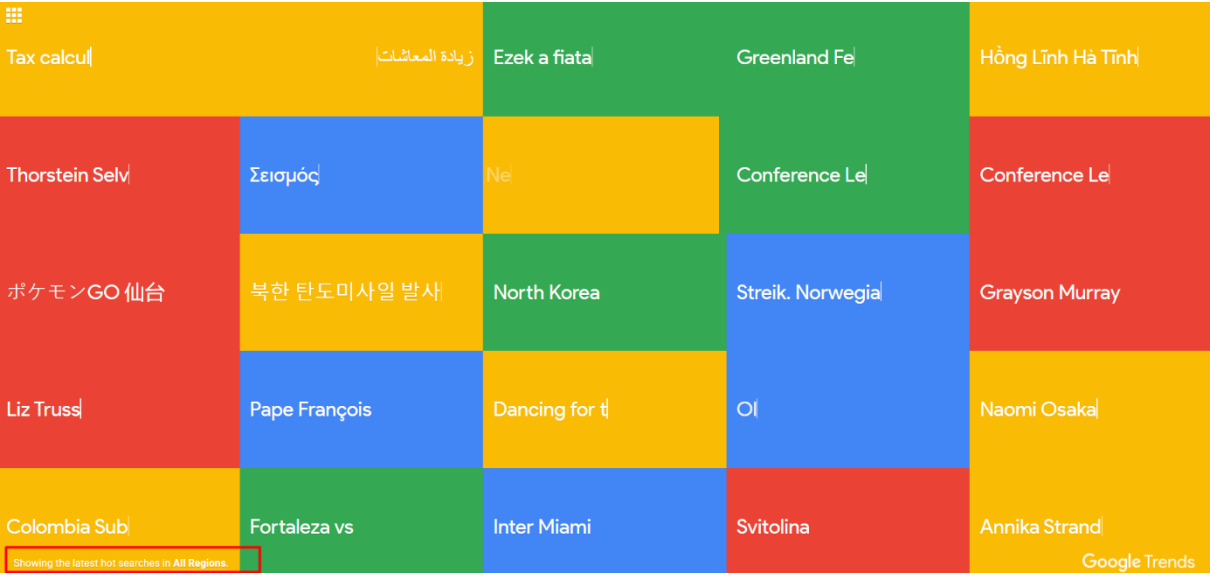
13

<https://trends.google.com/trends/hottrends/visualize?pn=p24&nrow=5&ncol=5>

14

<https://trends.google.com/trends/hottrends/visualize?pn=p24&nrow=5&ncol=5>

Pencerenin büyütülmüş hali ve anlık olarak Google'da en çok arananlar.



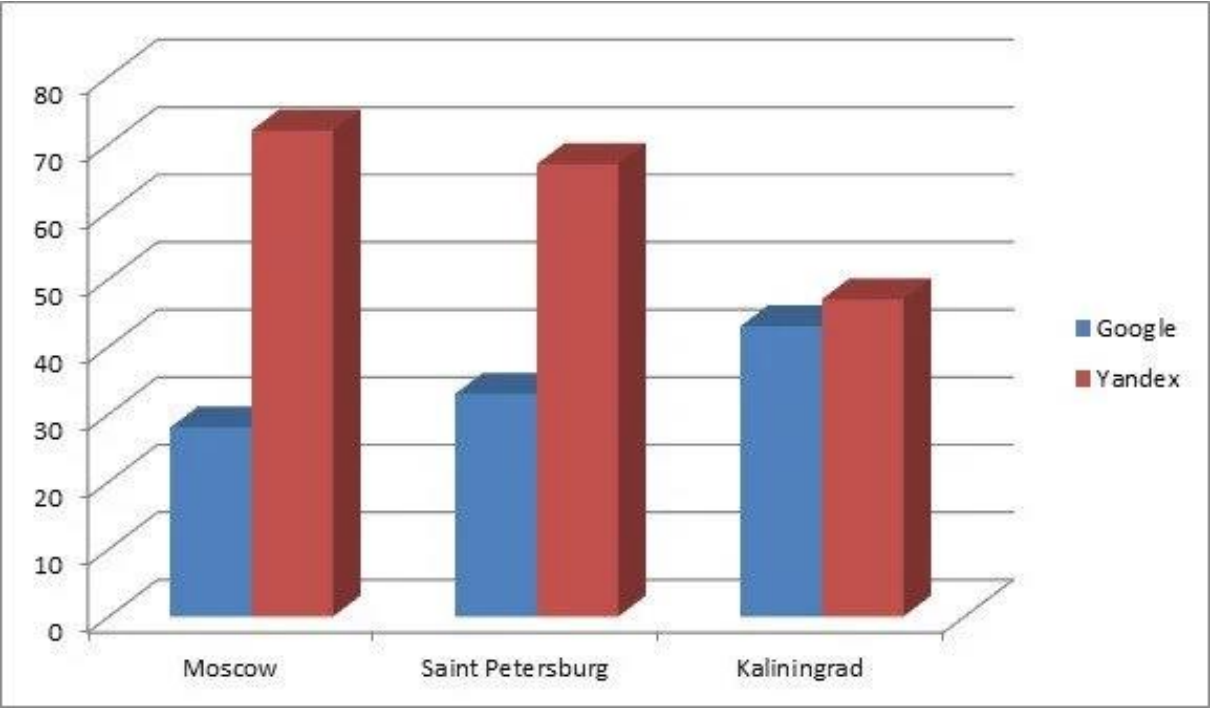
¹⁵ Google Hot Searches anlık arama 30 Mayıs 2024 / 22:26

Dünya üzerinde anlık olarak Google'da aratılan kelimeleri görmektesiniz. Sol alt kısımda bulunan butondan istediğiniz ülkeyi seçebilirsiniz. Haber siteleri buradaki sıcak aramalar ile anlık olarak son dakika haberleri üretebilmektedir. Bunun yanı sıra bu kelimelerin üzerine tıkladığınız takdirde arama sonuçlarına gidebilmektesiniz.

Bölüm 33

YANDEX SEO ÇALIŞMALARI

Yandex Rusya merkezli arama motorudur. Rusya'da insanların %57'sinden fazlası Google yerine Yandex kullanır. Bu nedenle Rusya tabanlı bir SEO çalışması yapmak istiyorsanız Yandex arama motoruna dair çalışmalar yürütmelisiniz. Yandex, Google'a kıyasla bölgesel bir süreç yönetir. Bu nedenle tüm Rusya'ya SEO çalışması yapmanız çok zor olacaktır. Bunun nedeni Rusya'nın oldukça bir büyük ülke olmasından kaynaklanıyor. Bölgesel tabanlı SEO çalışması yapmak yani direkt olarak seçilecek bölgeyi vermek sağlıklı olacaktır. Örneğin: Saint Petersburg ve Moskova arasında 9 bin KM'den fazla mesafe vardır. Bu sebepten ötürü Yandex bölgenizi belirlemeniz gerekir. Aynı zamanda Yandex arama motoru Rusya'nın farklı şehirlerinde daha az kullanılabilir. (Woodward, 2024)

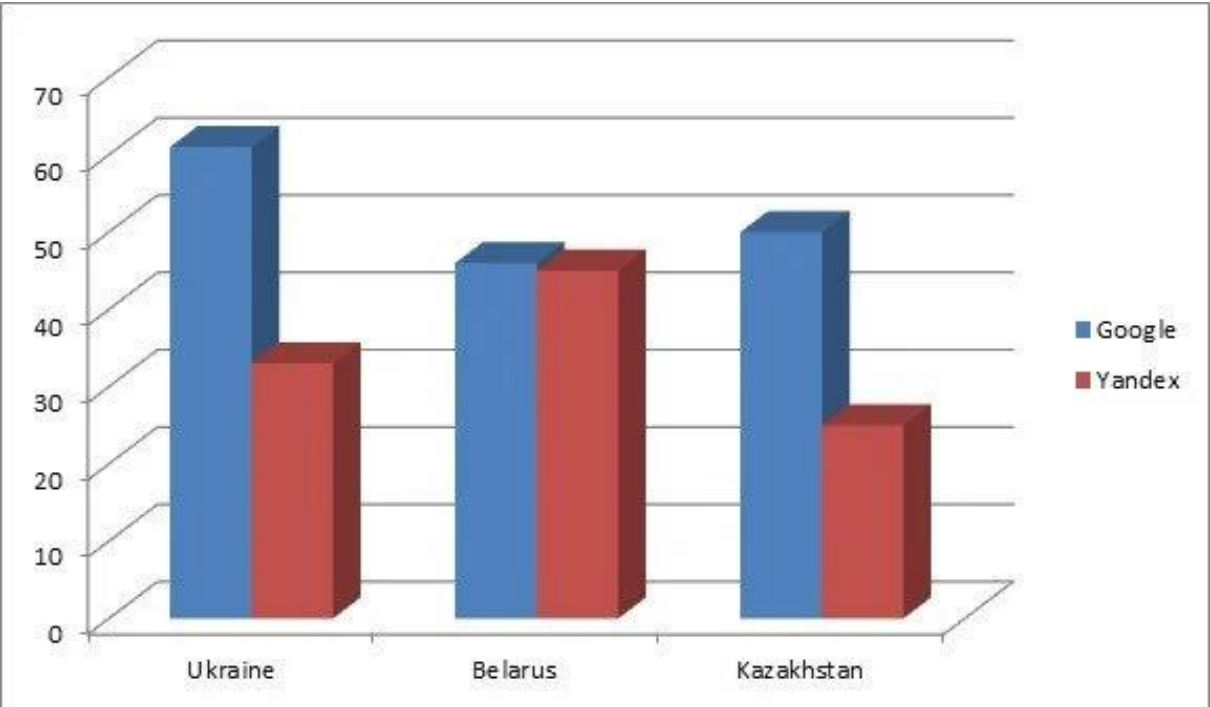


¹⁶ Rusya’da şehirlere göre Google ve Yandex kullamının karşılaştırılması.

Görsel üzerinde Moskova’da insanların %70’inden fazlası Yandex kullanırken Kaliningrad’da bu oran yaklaşık %50’ye düşmektedir. (Woodward, 2024) Buradan çıkarılacak sonuç Rusya’daki kitleye ulaşmak isteyenlerin bölgesel bir tercih yapması sağlıklı olacaktır. Uluslararası SEO başlığında o ülke de konuşulan dilleri göre SEO çalışması yapılacağından bahsedilmişti. Buradan yola

¹⁶ <https://www.searchlogistics.com/learn/seo/yandex/>

ıkarak eski Sovyetler Birliği lkelerinde de Yandex için optimizasyon yapılabilir.



¹⁷ ülkelere göre Google ve Yandex kullanımının karşılaştırılması

Görsel üzerinde gördüğümüz istatistiklere bakarak Yandex kullanan ülkelerin oranları karşıımıza çıkıyor.

- Ukrayna halkının = %35

¹⁷ <https://www.searchlogistics.com/learn/seo/yandex/>

- Beyaz Rusya = %45
- Kazakistan = %25

Tıp ki Google araçları gibi Yandex arama motorunun da araçları bulunmaktadır. Yandex Metrica, Google Search Console ile hemen hemen aynıdır ve kullanımı kolaydır. Yandex Direct, Google Ads gibi reklam vermek için kullanılır. Yandex için SEO çalışmaları hemen hemen Google ile aynıdır ancak URL düzeni Latin Alfabesi ile oluşturulur. Rusça SEO çalışması yapılırsa da URL'lerde Kiril alfabesi kullanılmamaktadır.

Bölüm 34

SEO DOSTU ALAN ADI (DOMAIN) SEÇME

Dünya üzerinde 350 milyondan fazla alan adı bulunmakta ve her gün 33 bin alan adı kaydı yapılmaktadır. (Milenkovic, 2024) SEO dostu alan adı seçmek SEO çalışmalarına başlamadan önce doğru verilmiş en önemli kararlar arasında yer almaktadır. Doğru bir alan adımı seçimi markanın kimliğinin büyümesine fayda sağlar. Uzun karakterleri ve daha az kullanılan alan adı uzantıları yerine .com, .net, .com.tr, .net.tr veya 2024 yılında kullanıma sunulacak Türkiye uzantısı olan “.tr” adreslerini almak daha faydalı olacaktır. Uzun karakterli, “-” kullanımı ve bilinmedik bir uzantı ile alınan alan adları dolandırıcılık imajı verebilir. Bu nedenle marka adını başarılı bir şekilde tanıtan ve SEO dostu alan adları seçmek sağlıklı olacaktır. SEO dostu alan adları genel olarak kısa, markayı tanıtan, kısa çizgi içermeyen ve .com uzantılı olmalıdır. Bu tür alan adlarının başarı getirme olanağı daha yüksektir. (Shaikh, 2024)

Alan adlarının kısa olması veyahut uzun olması birer sıralama faktörü değildir. Fakat istatistiklere bakıldığı zaman en popüler web sitelerinin alan adlarının ortalama karakter sayısı 6 olduğunu görmekteyiz ve bu alan adlarına sahip siteler ilk 5’te yer alır. Bu sayı

artıkça örneğin 6.8 olduğındu popülerlik sayısı ilk 500 içine giriyor. İlk 5 ile ilk 500 arasında devasa bir fark var. (Milenkovic, 2024)

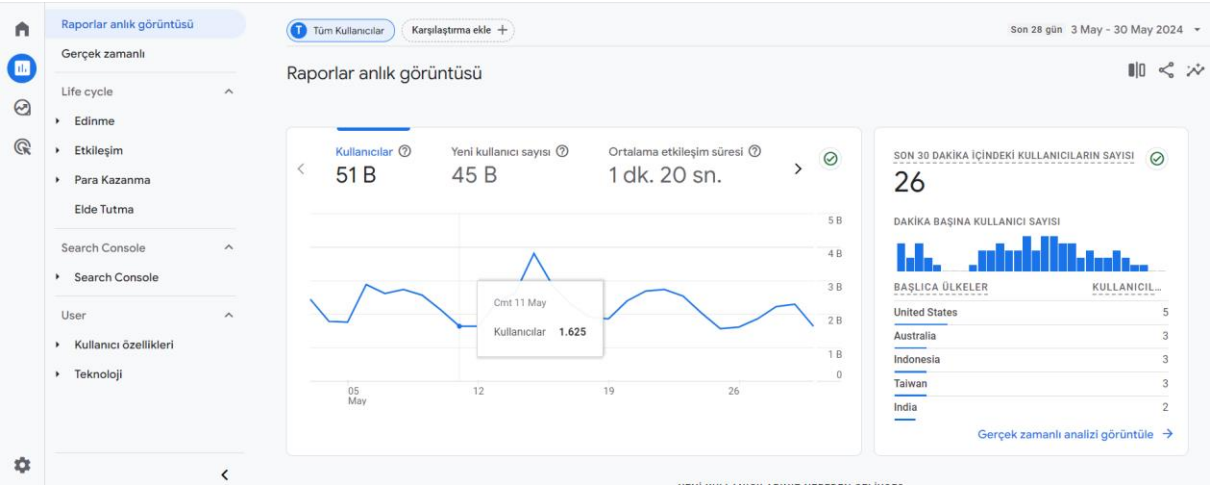
Benim kişisel görüşüm eskiden kaydedilmiş (yaşlı), trafiğı yüksek, backlink kalitesi iyi ve fazla, otorite puanı yüksek, "x", "y", "z" karakterlerini içermeyen (pornografik ve bahis siteleri yüzünden), 5 ya da 6 karakterden az ".com" uzantılı daha önce aynı sektörde ceza almamış bir domain almaktadır. Bu tarz bir domaini boşa düşecek domainleri derleyen bir web sitesinden olabilir. Bunun için "expireddomains.net" sitesi kullanılabilir. Web sitesinin eski görünümü Web arşiv ile bakılabilir ve domain daha önceden hangi sektörde hizmet veriyor anlaşılabilir. Son olarak Google algoritmalarından ceza alınıp alınmadığını kontrol etmek için çeşitli web sitelerini kullanabilirsiniz.

Bölüm 35

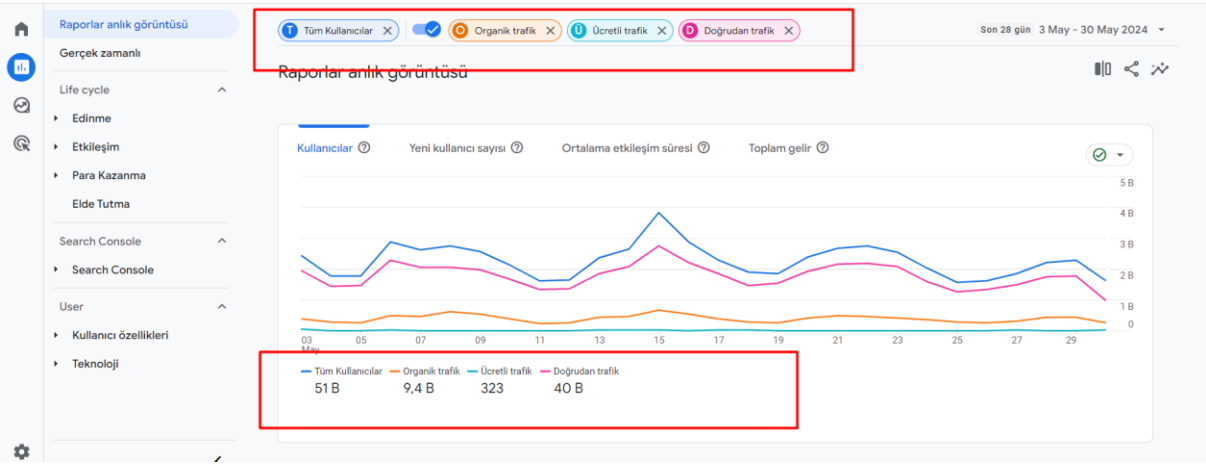
Web Sitesine Gelen Trafikleri Anlamlandırmak

Web sitesine birçok yerden trafik gelebilir. Sosyal medya, arama motorları, backlinkler, organik trafik ve ücretli trafik. Bu platformlardan gelen trafikleri analiz etmek gerekmektedir. Bir reklam çalışmasının başarılı olup olmadığını da buradan anlayabiliriz. Bu analiz için temel olarak GA4 kullanabiliriz.

GA4 ile Gelen Trafiği Anlamlandırma



Google Analitik arayüzünde raporların anlık görüntüsünü görüyoruz. Burada karşımıza son 30 dakika içindeki kullanıcı sayısını, tüm kullanıcıları ve yeni gelen kullanıcıları görmekteyiz. Karşılaştırma ekleyerek, web sayfalarını ziyaret eden kullanıcıların hangi platformlardan geldiğini anlayabiliriz.



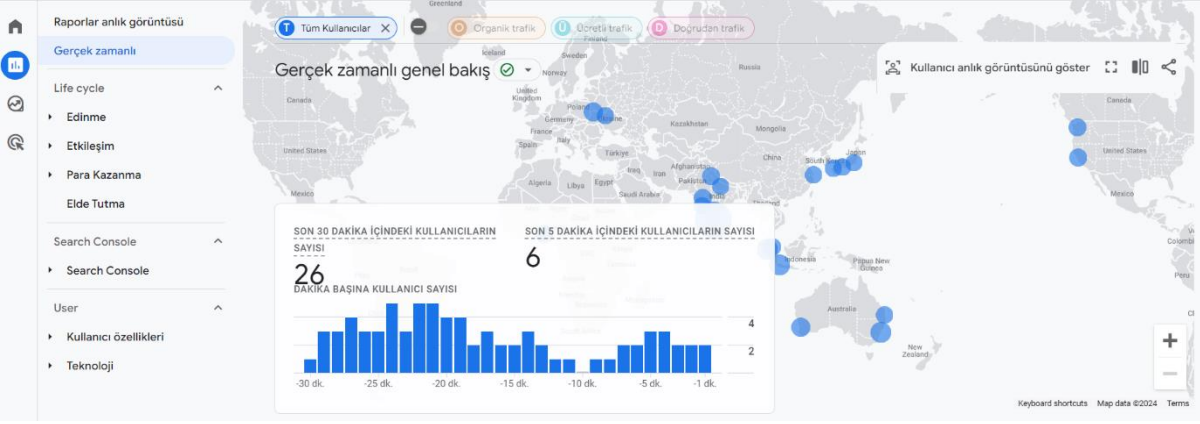
¹⁸ GA4 tarafından kullanıcılar için gösterilen demo hesap

Karşılaştırma yaptığımız takdirde, web sitesine en çok doğrudan trafik geldiğini görmekteyiz. İkinci olarak organik ve son olarak ücretli trafiklerin geldiğini görüyoruz. Bu durumda web sitesinin okuyucu oranının çok olduğunu direkt olarak sayfaları ziyaret ettiğini anlayabiliriz. Bununla birlikte organik aramalar ile de yaklaşık 10 bin ziyaretçi alıyoruz. Ücretli trafik ise 323 olarak gözüküyor yüksek reklam bütçesi ayırmışsak bu durum olumsuz sayılabilir ama çok daha düşük reklam bütçesi ayrılmışsa kabul edilebilir bir sayı.

18

<https://support.google.com/analytics/answer/6367342?hl=en#zipy=%2Cin-this-article>

Web Sitesindenki Gerçek Zamanlı Trafikleri Görme



¹⁹ GA4 tarafından kullanıcılar için gösterilen demo hesap

GA4 ile gerçek zamanlı trafiklerin hepsini görebiliriz. Aynı zamanda burada hangi konumdan ziyaret ettiklerini ve görüntülenen sayfaları görebiliriz.

Ana Sayfa Trafik Analizi

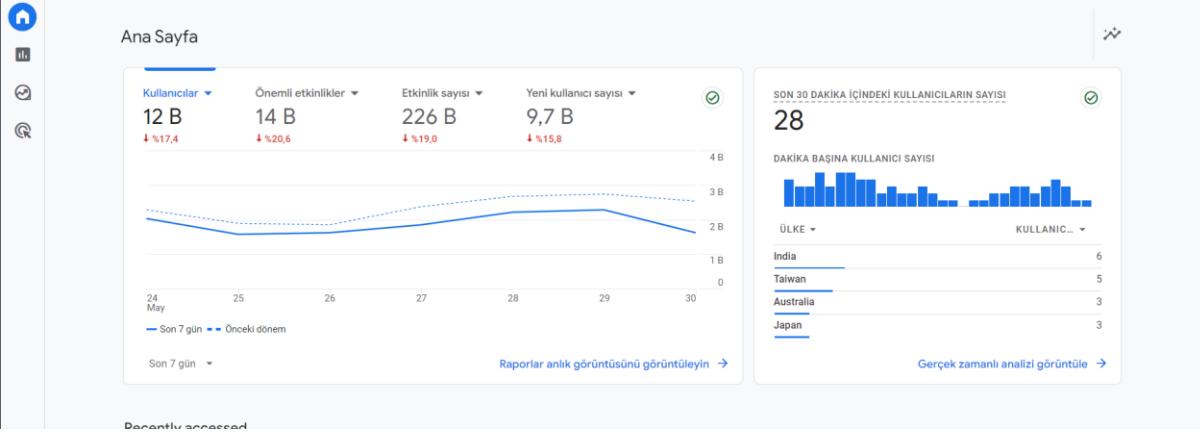
Web adresinde ana sayfada bulunan trafikler önemlidir.

Kullanıcıların gireceği ilk adres ana sayfa olduğu için giriş sayfasını

19

<https://support.google.com/analytics/answer/6367342?hl=en#zippy=%2Cin-this-article>

optimize etmek önemlidir. Bununla birlikte web sitelerin çoğu trafiği ana sayfadan almaktadır. Tabi ki burada ana sayfaya gelen kullanıcıları tutmak ve kullanıcıların hemen çıkma oranlarını düşürmek gerekir.



²⁰ GA4 tarafından kullanıcılar için gösterilen demo hesap

Ana sayfa üzerindeki kullanıcılara ait 7 günlük bir sonuç görünmektedir. Son 7 gün içerisinde bu kadar düşüş neden yaşandı araştırılmalıdır.

20

<https://support.google.com/analytics/answer/6367342?hl=en#zippy=%2Cin-this-article>

Bölüm 36

TEK SAYFALI SEO ÇALIŞMASI

Tek sayfalı SEO çalışmaları çok sayfalı yani sıklıkla gördüğümüz web sitelerinden farklıdır. Daha çok JavaScript tabanlı olan web sayfası arama motoru için olumsuz etki yaratabilir. Çünkü arama motorları için en iyi seçenek HTML formatıdır fakat SPA (Single Page Applications) arama motoruna ilk olarak boş bir içerik gösterir daha sonra istenilen içeriği veri tabanından çeker. Bu SEO açısından olumsuz bir şeydir. Bu nedenle SPA için ilk başta boş bir sayfa göstermektense arama motoruna SEO uyumlu bir HTML sayfası göstermekte yarar sağlanır. Bu sayede boş bir içerik sunulmaz. Yapılan araştırmalar JavaScript kodu sunucudan çağrılarına kadar daha önceden hazırlanmış bir versiyonun arama motoruna verilmesinin olumlu olduğunu gözlemlenmiştir. Bu çalışma tek sayfalı web adreslerinin geleneksel SEO çalışması kadar başarılı olacağını ortaya koymuştur. (Kowalczyk & Szandala, 2024)

Sonuç

Bu alışmada SEO'yu anlamak için arama motorunun ne olduğunu ve popüler arama motorlarının bazıları üzerine derlemeler yapıldı. SEO nedir ve uygulamalarının nasıl olacağı SEO ilerleme sırası hakkında detaylanasına bilgiler verildi. SEO için önemli olan tekniklerin hemen hemen hepsinden bahsedildi ve SEO çalışmalarının işletmeler için önemine ve arama motoru sorgularında ilk sırada çıkmanın öneminden bahsedilmiştir. Genel olarak en popüler ve dünya üzerinden en çok kullanılan arama motoru Google üzerinden örnekler bahsedilmiştir. SEO'un kaça ayrıldığı, backlink'lerin ne olduğu, sunucu durum kodları ve birçok konuda yeteri düzeyde bilgi verilmiştir. Buradan yola çıkarak SEO alışması doğru yapıldığı takdir de trafik artışı ve satışlarda artış sağlanabilir. Bununla birlikte marka bilinirliği artacaktır. SEO çalışmalarında zgn içeriğin olması kopya içerik olmaması önemlidir. İntihal yapılan makaleler web sitesi yararına olmayacak ve politika ihlali olacaktır. SEO'un büyük çoğunluğunun içerik olduğunu görebiliriz. Her ne kadar web geliştirme tarafı SEO için önemli olsa da içeriği olmayan bir web sitesinin SEO çalışmalarında başarılı olması düşük bir ihtimaldir.

Görüşlerim ve Değerlendirmelerim

SEO çalışmasında nasıl bir yol izleneceği birçok SEO uzmanı ve SEO'ya ilgili olan kişiler tarafından konuşulur. Birçok SEO uzmanı farklı görüşler belirtmektedir. Aslında herkesin kendi bir SEO stratejisi olsa da temel olarak hemen hemen her SEO alışması birbirine benzerdir (Black SEO bu kapsama alınmamıştır.) Arama motoru çalışmalarında Google üzerinden örnek verilmek gerekirse algoritmaların nasıl çalıştığı ve arama sorguları sırasının nasıl belirlendiği belirtilmez.

27 Mayıs 2024 yılında yazılan blog yazısında Google algoritmalarının nasıl çalıştığına dair bazı sızıntılar verilmiştir. Google, backlink ve site otoritesinin eskisi gibi önemli olmadığı belirtilmiş olsa da sızdırılan veriler hala bu çalışmaların sıralamalarda önemli olduğunu göstermiştir.

SEO çalışmalarında en çok gözlemlediğim sürekli ve dengeli bir şekilde doğru içerik planlaması yapmak ve içerik üretmektir. Anahtar kelimeler ile doğru bir şekilde içerik üretmenin arama motorları tarafından sevildiği ve trafik artışında yarar sağladığını gözlemledim. Aynı zamanda birçok web sitesinin sayfa hızının çok düşük olduğu,

kimilerinin AMP uyumlu olmadığını hatta kimilerinin yazılımsal olarak oldukça başarısız olduğunu gözlemledim. Bu tür web siteleri genel olarak sürekli ve dengeli bir şekilde içerik üreterek trafik almaktadır. Bu web siteleri büyük oranda içeriklerden almaktadır. Ancak burada bahsedilenler teknik SEO'un önemsiz olduğu kanısına varmamalıdır. Teknik SEO çalışmalarında yapılan düzeltmeler trafik ve satış artışı sağladığını Vodafone örneğinde belirtmiştim. Kimi web siteleri konu dışına da çıkabilmektedir. Burada farklı bir strateji uyguladıklarını görüyorum. Örneğin: Formula 1 ile ilgili haber ve blog paylaşan bir web sitesi alakasız bir şekilde; "Mide kanaması belirtileri neler?" adlı bir içerik paylaşabilir.

Genel olarak gördüğüm özel bir kitleye inmenin daha faydalı olacaktır. Aslında hala öyle düşünüyorum. Ancak özel bir kitleden genele hitap eden web sitelerinin iyi bir SEO çalışmasında başarılı olabileceği de aşikardır. Formula 1 ile alakalı bir içerik üreten site sağlık kategorisi açarak ve içerik yayınlayarak genel bir kitleye hitap etmiş olacaktır. Örnekte belirttiği gibi "Mide kanaması belirtileri neler?" adlı içerik yayınlar ve arama sorgularında ilk sayfa ya da ilk 5 sırada çıkarsa trafik artışı sağlayacak bu şekilde Google reklamları ile maddi kazanç sağlayacaktır. Aylık ortalama 5 bin hacmi olan bir anahtar kelimede başarı elde ederse ve ilk sırada çıkarsa kendi alanı dışında

yaklaşık 3 – 5 bin ekstra trafik elde edecek ve kazanç sağlayacaktır. Tabi ki verilen trafik örnektir burada belirttiğimden daha fazlası ya da daha azı da olabilir. Fakat görüyoruz ki sızdırılan Google dokümanlarında trafik alan sitelerin daha öncelikli olduğu söyleniyor. Buradaki artışların epey bir katkısı olacağı gözüküyor.

SEO çalışmalarında başarıların ne zaman sonuçlanacağı belli değildir. Genel itibariyle SEO çalışmaları ortalama 6 ay içinde sonuç verir. Fakat 4 ay gibi daha az bir sürede de sonuç alabilirsiniz. Bu kitapta da SEO sonuçları ne zaman sonuçların başlığını bu nedenle açmak istemedim ama gördüğüm ve tecrübelerimden bir şeyler söylemek istersem 1 veya 2 ay içerisinde trafik artışı sağlarsanız da sonuç alamayabilirsiniz. Bu nedenle ortalama 6 – 8 ay sonra çalışmaların meyvesini tam anlamıyla alabileceğinizi söylemek daha sağlıklı olur. Bu süreç içerisinde SEO danışmanlığı alan firmalar SEO yatırım getirisinden hesaplamalar yaparak kâr zarar durumlarını hesaplayabilirler.

E – ticaret sitelerinde SEO çalışmaları blog sitelerine göre daha farklı bir yol izlenir. Örneğin blog sitelerinde anahtar kelime zorluğu ve yüksek hacimli anahtar kelimeler yerine daha spesifik ve kapsamlı içerik üretirken. E – ticaret siteleri hacmi çok yüksek olan anahtar kelimeleri kategori ve ürün sayfalarında belirtir. Örneğin: E –

Ticaret sitesi “Şampuan” kelimesini içeriklerinde kullanırken blog siteleri daha farklı bir yol izler. Örneğin: “Saç dökülmesini engelleyen veya saç dökülmesi için doğal şampuan” anahtar kelimelerini kullanabilir.

Siyah şapkalı SEO uygulamalarını yapmanızı tavsiye etmiyorum. Kısa süre içerisinde güzel sonuçlar verebilir fakat bir süre sonra Google tarafından ceza alabilirsiniz. Kimi cezaların neredeyse dönüşü yoktur. Bu sebepten ötürü beyaz şapkalı SEO çalışması yapmak sağlıklı sonuçlar verecek ve algoritma cezası almamanızı sağlayacaktır.

SEO danışmanlığı yaptığınız zaman rapor sunmanız gerekir. Aylık rapor sunmak danışan için faydalı olacaktır. Bu raporda neler yaptığınızı ve nereden nereye geldiğinizin karşılaştırmasını yapmanızı öneririm. Danışanlar SEO çalışması hakkında hiçbir fikri olmayabilir. Bu durumda danışana SEO’un ne olduğu, neden yapıldığı anlatmak zor olacaktır. Burada teknik terimler kullanmak yerine gündelik hayattan benzetmeler yapmak daha verimli olabilir. Örneğin ben SEO Uzmanlarını birer teknik direktör gibi görüyorum. Hedefimiz arama sonuçlarında birinci sıraya çıkmak tıpkı teknik direktörün takımı birinci yapması gibi. Ancak arama sorgularında kimi zaman ilk sayfa 6. Sırada yer almakta yeterli olabilir. Hedef ilk sırada olmak olsa da

SEO uzmanı rekabete göre ilk sayfa da içeriğin çıkmasını yeterli bulabilir. Kimi zaman ise ikinci sayfada bulunan içeriğin birinci sayfa içerisinde ilk 5'te yer alması için çalışma yapabilir.

İşletmeler her zaman düşük maliyet ile çok fazla iş yapmak isterler. Bu durumu ekonominin temel kavramına benzetiyorum; "kıt kaynaklardan en verimli sonucu almak." SEO danışmanlığı almak isteyen işletmeler daha ucuza kaçmaya çalışabilir, düşük fiyatlı SEO çalışması yapan kişilerin verimli sonuçlar vereceğini düşünmüyorum tabi ki bazıları gerçekten başarılı olabilirler. Ancak SEO çalışmalarının neredeyse başlı başına içerik olduğunu düşünürsek ve içerik için belirli miktarda içerik ayrılmasını istersek işletmeler olumlu bakmayabilir. Aynı durum Google ve sosyal medya reklamlarında da geçerlidir.

SEO uzmanlarını kısmen teknik direktörlere benzetmiştim, burada danışan SEO çalışması için hiçbir şey bilmiyorsa teknik direktör benzetmesinden örnek verilebilir. Bir teknik direktör düşük bütçe ile ne kadar verimli transferler yapabilir ve takımı ne kadar başarılı yapabilir? Bu ve benzeri benzetmeler ile danışana durumun daha açık bir şekilde ifade edilmesi taraftarıyım. Son olarak bunların benim öznel görüşü olduğunu belirtmek isterim. Diğer SEO uzmanları daha farklı düşünebilir.

KAYNAKLAR

- Ahrefs. (2024, Nisan 28). *Ücretsiz Anahtar Kelime Yaratma Aracı: 100'den fazla anahtar kelime fikrini saniyer içinde elde edin.*
Ahrefs: <https://ahrefs.com/tr/keyword-generator/?country=tr&input=Türkiye> adresinden alındı
- Baidu. (tarih yok). *Baidu*. Baidu sitesi: <https://ir.baidu.com/company-overview> adresinden alındı
- Bianchi, T. (2024, Şubat 12). *Statista*. Statista Sitesi:
<https://www.statista.com/statistics/1381664/worldwide-all-devices-market-share-of-search-engines/> adresinden alındı
- birNC. (2024, Nisan 30). *Google Tarama Bütçesi Crawl Budget Nedir ve Ne İşe Yarar?* birNC:
<https://www.birnc.com.tr/blog/google-tarama-butcesi-nedir/> adresinden alındı
- Corp AOL. (2011, Şubat 23). *Corp AOL*. Corp AOL sitesi:
<https://web.archive.org/web/20110223093656/http://www.corp.aol.com/> adresinden alındı
- Deshpande, A., R Narasimhan, K., Kalyan, A., Rajpurohit, T., Murahari, V., & Aggarwal, P. (2023, Kasım 16). GEO: Generative Engine

Optimization. ♠ *Princeton University + Georgia Tech + The Allen Institute for AI* ♦ *IIT Delhi*, s. 1-19.

Dreyer, C. (2024, Mart 21). *SEO for Lawyers: The Definitive Guide to Law Firm SEO*. Rankings.io: <https://rankings.io/seo-for-lawyers> adresinden alındı

DuckDuckgo. (tarih yok). *DuckDuckgo*. DuckDuckgo sitesi: <https://duckduckgo.com/app> adresinden alındı

Ellis, M. (2023, Ocak 12). *5 Times ChatGPT Steered Me Wrong in Local SEO - Moz*. Moz: <https://moz.com/blog/chatgpt-steered-me-wrong> adresinden alındı

FARIVAR, C. (2012, Mayıs 17). *ars TECHNICA*. ars TECHNICA sitesi: <https://arstechnica.com/information-technology/2012/05/private-the-search-engines-that-make-money-by-not-tracking-users/> adresinden alındı

Fishkin, R. (2024, Mayıs 27). *An Anonymous Source Shared Thousands of Leaked Google Search API Documents with Me; Everyone in SEO Should See Them - SparkToro*. SparkToro: <https://sparktoro.com/blog/an-anonymous-source-shared-thousands-of-leaked-google-search-api-documents-with-me-everyone-in-seo-should-see-them/> adresinden alındı

Giraldo, V. (2023, Mayıs 31). *The Complete Guide to International SEO in 2023*. Rock Content:

<https://rockcontent.com/blog/international-seo/> adresinden alındı

Goh, D., & Foo, S. (2008). EnDnOtEs. *Social Information Retrieval Systems: Emerging Technologies and Applications for Searching the Web Effectively* (s. 132). içinde Information science reference yayınları.

Google. (2019, Ekim 24). *How Google Search Works (in 5 minutes)*. YouTube:

https://www.youtube.com/watch?v=0eKVizvYSUQ&ab_channel=Google adresinden alındı

Google. (2024, Mart 22). *\ "noindex\ " ile Arama Dizinine Ekleme Engelleme / Google Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for Developers*. Google Arama Merkezi sitesi:

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/block-indexing?hl=tr> adresinden alındı

Google. (2024, Mart 22). *Büyük Siteler İçin Tarama Bütçesi Yönetimi / Google Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for Developers*. Google Arama Merkezi:

<https://developers.google.com/search/docs/crawling->

indexing/large-site-managing-crawl-budget?hl=tr
adresinden alındı

Google. (2024, Mart 22). *Google URL Yapısı Yönergeleri* / Google
Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for Developers.

Google Arama Merkezi sitesi:

[https://developers.google.com/search/docs/crawling-
indexing/url-structure?hl=tr](https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/url-structure?hl=tr) adresinden alındı

Google. (2024, Mart 22). *Robots.txt Dosyasına Giriş ve Kullanım
Rehberi* / Google Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for
Developers. Google Arama Merkezi sitesi:

[https://developers.google.com/search/docs/crawling-
indexing/robots/intro?hl=tr](https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots/intro?hl=tr) adresinden alındı

Google. (2024, Mart 22). *SEO uzmanı nedir?* / Google Arama Merkezi
/ Dokümanlar / Google for Developers. Google Arama
Merkezi sitesi:

[https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/d
o-i-need-seo?hl=tr](https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/d
o-i-need-seo?hl=tr). adresinden alındı

Google. (2024, Mart 22). *Site Haritası Nedir?* / Google Arama Merkezi
/ Dokümanlar / Google for Developers. Google Arama
Merkezi sitesi:

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemaps/overview?hl=tr> adresinden alındı

Google. (2024, Mart 22). *Site Haritası Oluşturma ve Gönderme / Google Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for Developers*. Google Arama Merkezi sitesi:

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemaps/build-sitemap?hl=tr> adresinden alındı

Google. (tarih yok). *About Google*. About Google sitesi :

<https://about.google/our-story/?hl=tr> adresinden alındı

Google Ads. (2024, Nisan 28). *Kaydedilen anahtar kelimeler - Google Ads*. Google Ads: <https://ads.google.com> adresinden alındı

Google Arama Merkezi. (2024, Mart 22). Google Arama Merkezi:

<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots-meta-tag?hl=tr#max-snippet> adresinden alındı

Google Arama Merkezi. (2024, Mart 22). *Öne Çıkan Snippet'ler ve*

Web Siteniz / Google Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for Developers. Google Arama Merkezi:

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/featured-snippets?sjid=3329942878557869834->

EU&visit_id=638518067654959164-3545176870&rd=1&hl=tr
adresinden alındı

Google Arama Merkezi. (2024, Mart 22). *Öne Çıkan Snippet'ler ve Web Siteniz / Google Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for Developers*. Google Arama Merkezi:
<https://developers.google.com/search/docs/appearance/featured-snippets?sjid=3329942878557869834->

EU&visit_id=638518067654959164-3545176870&rd=1&hl=tr
adresinden alındı

Google Arama Merkezi. (2024, Mart 22). *Robots Meta Etiketleri Teknik Özellikleri / Google Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for Developers*. Google Arama Merkezi:
<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots-meta-tag?hl=tr#data-nosnippet-attr>
adresinden alındı

Google Arama Merkezi. (2024, Nisan 26). *Yapılandırılmış Veri İşaretlemenin Nasıl Çalıştığına Giriş / Google Arama Merkezi / Dokümanlar / Google for Developers*. Google Arama Merkezi
:
<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/intro-structured-data?hl=tr> adresinden alındı

Google. (tarih yok). *Google Bilgi Grafiği'nin işleyiş şekli - Bilgi Paneli*

Yardım. Bilgi Paneli Yardım:

<https://support.google.com/knowledgepanel/answer/978717>

6 adresinden alındı

Google. (tarih yok). *Google'ın öne çıkan snippet'lerinin çalışma şekli -*

Google Arama Yardım. Google Arama Yardım:

<https://support.google.com/websearch/answer/9351707?hl=t>

r- adresinden alındı

Google Trends - Hot Searches. (2024, Mayıs 30). Google Trends:

<https://trends.google.com/trends/hottrends/visualize?pn=p2>

4&nrow=5&ncol=5 adresinden alındı

Gülten, K. (2018). Anahtar Kelime Yoğunluğu. K. Gülten içinde,

Uzmanından SEO (s. 178-179). WEBTURES Yayınları.

Gülten, K. (2018). Backlink. K. Gülten içinde, *Uzmanından SEO* (s. 195-

208). WEBTURES Yayınları.

Gülten, K. (2018). SEO Terimleri. K. Gülten içinde, *Uzmanından SEO* (s.

17-28). WEBTURES Yayınları.

Gülten, K. (2018). White Hat ve Black Hat SEO Kavramları. K. Gülten

in içinde, *Uzmanından SEO* (s. 53-54). WEBTURES Yayınları.

Katz, K. (2017, Ekim 11). *9 Types of Content That Will Always Fail*.

Search Engine Journal:

<https://www.searchenginejournal.com/weak-content/217809/>
adresinden alındı

Keyword Sheeter. (2024, Nisan 28). *Free Keyword Tool*  *Keyword Sheeter*  *No Sign Up*. Keyword Sheeter:
<https://keywordsheetter.com> adresinden alındı

Knott, J. (2023, Temmuz 10). *SEO for Doctors 2023 - 10 Tips SEO for Medical Practices*. Healthcare Digital Marketing:
<https://intrepy.com/seo-for-doctors/> adresinden alındı

Larkin, K., & Hardwick, J. (2022, Nisan 4). *How to Find and Fix Orphan Pages (The Right Way)*. Ahrefs:
<https://ahrefs.com/blog/orphan-pages/> adresinden alındı

Lee, H., Duong, L., Akiba, R., & Kashiwase, S. (2022, Ağustos 24). *Rakuten 24'ün Önemli Web Verileri'ne yaptığı yatırım, ziyaretçi başına geliri% 53,37 ve dönüşüm oranını nasıl %33,13 artırdı? / web.dev*. web.dev: <https://web.dev/case-studies/rakuten?hl=tr> adresinden alındı

Leiden University. (2009, Nisan 13). *Leiden University*.
<https://www.universiteitleiden.nl/en>:
<https://web.archive.org/web/20090413030108/http://www.internethistory.leidenuniv.nl/index.php3?c=7> adresinden alındı

Microsoft. (tarih yok). *News Microsoft*. News Microsoft sitesi:

<https://news.microsoft.com/facts-about-microsoft/>

adresinden alındı

Milenkovic, D. (2024, Ocak 18). *35+ Must-Know Domain Name*

Statistics (2024). DomainWheel:

<https://domainwheel.com/domain-name-statistics/#gref>

adresinden alındı

Ong, S. Q. (2024, Mart 1). *ChatGPT for SEO: 9 Best Use Cases (And 4*

Suboptimal Ones). Ahrefs: [https://ahrefs.com/blog/chatgpt-](https://ahrefs.com/blog/chatgpt-for-seo/)

[for-seo/](https://ahrefs.com/blog/chatgpt-for-seo/) adresinden alındı

Pan, B., & Joachims, T. (2005, Ağustos 18). The influence of task and

gender on search and evaluation behavior using Google.

Information Processing & Management, s. 12.

Pingdom. (2018, Ocak 18). *Does Page Load Time Really Affect*

Bounce Rate? - Pingdom. Pingdom:

[https://www.pingdom.com/blog/page-load-time-really-](https://www.pingdom.com/blog/page-load-time-really-affect-bounce-rate/)

[affect-bounce-rate/](https://www.pingdom.com/blog/page-load-time-really-affect-bounce-rate/) adresinden alındı

Resim SEO En İyi Uygulamaları / Google Arama Merkezi /

Dokümanlar / Google for Developers. (2024, Mart 22).

Google Arama Merkezi sitesi:

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/google-images?hl=tr> adresinden alındı

Search Console Yardım. (tarih yok). *Sitenize bağlantıları reddetme - Search Console Yardım*. Search Console Yardım:

<https://support.google.com/webmasters/answer/2648487?hl=tr> adresinden alındı

Semrush. (2024, Nisans 18). *Türkiye: Keyword Magic Tool*. Semrush:

<https://www.semrush.com/analytics/keywordmagic/?q=Türkiye&db=tr> adresinden alındı

Semrush Team. (2023, Aralık 1). *Competitive Intelligence: What It Is & How to Gather It*. Semrush:

<https://www.semrush.com/blog/competitive-intelligence/> adresinden alındı

Sever, H., & Tona, Y. (2021, Şubat 13). Arama Motorları. *Haccettepe Üniversitesi*, s. 1-3.

Shaikh, M. A. (2024, Mart 27). *Domain SEO Explained: Choosing an SEO-Friendly Domain Name (2024) - Shopify*. Shopify:

<https://www.shopify.com/blog/domain-seo> adresinden alındı

Silva, C., Shirlow, C., & Fogg, S. (2024, Mayıs 15). *The ROI of SEO: How to Measure SEO ROI (with Formulas)*. Semrush:

<https://www.semrush.com/blog/seo-roi/> adresinden alındı

Startpage. (2023, Mart 22). *Support Startpage*. Support Startpage sitesi: <https://support.startpage.com/hc/en-us/articles/5141960270228-Search-Suggestions> adresinden alındı

The History of SEO. (2019, Ocak 21). *The History of SEO*. The History of SEO sitesi: https://web.archive.org/web/20190121213229/http://www.thehistoryofseo.com/The-Industry/Short_History_of_Early_Search_Engines.aspx adresinden alındı

Türkiye Barolar Birliği Başkanlığından. (2024, Ağustos 9). *Resmi Gazete YÖNETMELİK*. Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/08/20240809-1.htm> adresinden alındı

Urhan, M. (2020, Ekim 2). *HTTP Durum Kodları Rehberi / Zeo*. ZEO: <https://zeo.org/tr/kaynaklar/blog/http-durum-kodlari-rehberi> adresinden alındı

USHAŞ. (tarih yok). *Sağlık Turizmi Verileri - USHAŞ : USHAŞ*. USHAŞ: <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/> adresinden alındı

Varangouli, E. (2023, Temmuz 14). *Semantic Keywords: What They Are & How to Find Them*. Semrush:

<https://www.semrush.com/blog/semantic-keywords/>

adresinden alındı

web.dev. (2021, Mart 17). *Vodafone: LCP'de% 31'lik iyileşme, satışları %8 artırdı* / web.dev. web.dev: [https://web.dev/case-](https://web.dev/case-studies/vodafone?hl=tr)

[studies/vodafone?hl=tr](https://web.dev/case-studies/vodafone?hl=tr) adresinden alındı

Weinberg, G. (tarih yok). *LinkedIn*. LinkedIn sitesi:

<https://www.linkedin.com/in/yegg13/> adresinden alındı

Woodward, M. (2024, Ocak 30). *Revealing The Secrets To Russian SEO - Yandex SEO Made Simple*. Search Logistics:

<https://www.searchlogistics.com/learn/seo/yandex/>

adresinden alındı

Yaani. (2020, Mayıs 16). *Yaani*. Yaani sitesi:

[https://web.archive.org/web/20200516181419/https://www.ya](https://web.archive.org/web/20200516181419/https://www.yaani.com.tr/ssss)

[ani.com.tr/ssss](https://web.archive.org/web/20200516181419/https://www.yaani.com.tr/ssss) adresinden alındı

Yahoo. (2008, Temmuz 13). *Yhoo Client Shareholder*. Yhoo Client Shareholder Sitesi:

[https://web.archive.org/web/20080713214826/http://yhoo.cli](https://web.archive.org/web/20080713214826/http://yhoo.client.shareholder.com/press/timeline.cfm)

[ent.shareholder.com/press/timeline.cfm](https://web.archive.org/web/20080713214826/http://yhoo.client.shareholder.com/press/timeline.cfm) adresinden alındı

Yalçın, N., & Köse, U. (2010). What is search engine optimization:

SEO? . N. Yalçın, & U. Köse içinde, *Procedia Social and Behavioral Sciences* (s. 487-493). Elsevier Yayınları.

Yandex. (tarih yok). *Yandex*. Yandex sitesi:

<https://yandex.com/company/history/1997> adresinden alındı



Pisi SEO

Abdullah Yılmaz, SEO Uzmanı olarak profesyonel kariyerine devam etmektedir. Yönetim Bilişim Sistemleri mezunu olan Yılmaz, kariyerine çeşitli şirketlerde içerik yazarı ve içerik editörü olarak başlamıştır. Teknoloji ve bilim başta olmak üzere birçok alanda yüzlerce içerik üretmiş ve bu içeriklerle milyonlarca kişiye ulaşmıştır. Geniş içerik yönetimi tecrübesinin ardından, SEO alanında uzmanlaşarak sektörde güçlü bir yer edinmiştir.

"Arama motoru, dünyadaki ilk arama motoru, popüler arama motorları, SEO nedir?" sorularıyla başlayarak, uygulamalı SEO çalışmaları, SEO'nun önemi, yapay zeka ve SEO'nun geleceği GEO (Generative Engine Optimization) gibi konularda derinlemesine bilgiler sunmaktadır.

Şirketlerin SEO çalışmaları yaptıklarında satışlarında gözle görülür artışlar elde ettiklerine dair örnekler verilmiştir. Ayrıca, SEO çalışmalarının reklam kampanyaları ile karşılaştırıldığında büyük maliyet avantajları sağladığı vurgulanmıştır.

SEO uzmanlarını kısmen teknik direktörlere benzetmiştim, burada danışan SEO çalışması için hiçbir şey bilmiyorsa teknik direktör benzetmesinden örnek verilebilir. Bir teknik direktör düşük bütçe ile ne kadar verimli transferler yapabilir ve takımı ne kadar başarılı yapabilir? Bu ve benzeri benzetmeler ile danışana durumun daha açık bir şekilde ifade edilmesi taraftarıyım. Son olarak bunların benim öznel görüşü olduğunu belirtmek isterim. Diğer SEO uzmanları daha farklı düşünebilir.

SEO



pisiseo.com