

SEO VE ÖTESİ

GÖKHAN BARIŞKAN

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1: SEO NEDİR?	1
Giriş?	2
Lokal SEO	3
Google İndeksleme Mantığı	4
Arama Motorlarının Pazar Payı	5
White Hat SEO - Black Hat SEO	7
White Hat SEO Nedir?	7
White Hat SEO Teknikleri	8
Black Hat SEO	8
Black Hat SEO Teknikleri (Mesuliyet Kabul Etmem)	9
Neler Öğrendik?	10
BÖLÜM 2: SITE İÇİ SEO	11
Domain Seçimi	12
Hosting Seçimi	13
Anahtar Kelime Araştırması	14
URL Yapısı	15
Description (Açıklamalar)	16
Title (Sayfa Başlığı)	16
Görsel Optimizasyonu	17
Sayfa İçerik Yapısı	18
SEO Uyumlu İçerik Nasıl Geliştirilir?	20
İçeriğinin Okunma Oranını Nasıl Arttırırsınız?	20
İçerik Analizi için Yardımcı Araçlar	23
İçerik Kod Oranı	26
İdeal İçerik Kod Oranı Nedir?	26
İçerik Kod Oranı SEO'yu Nasıl Etkiler?	26

Site Açılış Hızı	28
Mobil Uyumlu Sitenin Önemi	32
Mobil SEO'da Başarılı Olmak İçin Uyulması Gerekenler	33
Performans İçin Tasarlayın	33
Kullanıcı Deneyimine Odaklanın	34
Lokal Aramalar İçin Optimize Edin	35
Mobil Keyword'leri Takip Edin	37
Google'a Mobil Olduğunuzu Söyleyin	37
Responsive Site Tasarımı	38
Dinamik Site Tasarımı	38
Farklı URL Mobil Sitesi	38
Open Graph Kullanımı	39
Siteye Open Graph Ekleme	40
Metadata Kullanımı	41
Sitemde Nasıl Kullanabilirim?	43
robots.txt Dosyası	48
Örnek Robots.txt Komutları	49
İdeal Format	49
Robots.txt Nedir?	49
Robot Engelleme Protokolü Tagle'ri	50
Mikroformatlar	51
Model Eşleşmesi	51
Kamu Bilgisi	51
Sayfa Engelleme	52
Flash Siteler İçin Site İçi SEO	55
Çok Dilli Siteler İçin Site İçi SEO	61

Domain ve URL Yapısı	62
Yüksek Seviye Domainler ile Alakalı Önemli Bilgiler	64
Genel Yüksek Seviye Domainler (GTLD)	64
Bölgesel Yüksek Seviye Domainler (RTLD)	64
Genel Ülke Kodlu Yüksek Seviye Domainler (GCCTLD)	64
Subdomain ve Directory Yapısı	65
CCTLD ve Webmaster Tools Coğrafi Hedefleme	66
Server Konumu Önemli Mi?	67
Site İçi (On-Page) Elementleri	68
Kullanıcı IP'si ve Kullandığı Platformun Belirlenmesi	69
Keyword'leri Araştırın	70
E-Ticaret Siteleri İçin Site İçi SEO Tavsiyeleri	70
Kesinlikle Kopya İçerik Kullanmayın!	71
XML ile Ürün Aktarmayın	71
Stratejik Anahtar Kelimelere Link Verin	71
Ürün Açıklamalarına Özen Gösterin	72
URL Yapısı	74
Ürün Resimlerini Optimize Edin	75
Trafığın Satışa Dönüşüp Dönüşmediğini Kontrol Edin	76
Ziyaretçilerin Ürün Sayfalarını Bulmalarını Kolaylaştırın	76
Sitenizde Yapılan Aramaları Öğrenin	76
Kullanıcıyı Yorumlarını Önemseyin	78
Mobil Platformdan Faydalanın	79
Kırık Linklerden Sakının	80
Stokta Kalmayan Ürünleri Optimize Edin	80
Site İçi SEO araçları	82
SEO Quake	82
Güvenlik	82

Woo Rank	83
Xenu's Link Sleuth	83
Robots.txt Generator	84
Robots.txt Checker	84
URI Valet	85
Title and Description Optimization Tool	85
Image SEO Tool	86
Schema Creator	86
XML Sitemap Inspector	87
Pingdom Website Speed Tool	87
Fiddler	88
Microsoft Free SEO Toolkit	88
Neler Öğrendik?	88

BÖLÜM 3: SİTE DIŞI SEO **91**

Giriş	92
Backlink Nedir? Ne İşe Yarar?	92
Aktif Backlink Mantığı	95
Footer Link	97
Footer Linkler Faydalı mı Zararlı mı?	100
Tanıtım Yazıları	101
Comment Link	101
CO-Citation	102
Örnek CO-Citation Çalışması	103
CO-Occurrence	103
Örnek CO-Occurrence Çalışması	104
Sözlük Siteleri	105
Haber Siteleri	106
Aktif Bloglar	106

Mikro Siteler	108
Link Piramidi	109
Link Döngüsü	110
Link Döngüsü İçin Kaynaklar	111
Örnek Link Döngüsü Şemaları	111
Dizin Siteleri	112
Site Dışı SEO Araçları	113
Blogger'lar için Backlink Yöntemleri	120
Blogger'lar İçin Backlink Yöntemleri	120
SEO Off Page Teknikleri 2015	121
Neler Öğrendik?	126
BÖLÜM 4: ZİYARETÇİ BAZLI SEO	129
Ziyaretçi Mantığı	130
Kullanıcı Deneyimi (UX)	130
Kullanıcı Deneyimi'nin (UX) Amacı Nedir?	131
SEO vs UX	131
Ziyaretçiyi Anlama	132
Genel Kullanıcı Amacına Göre Kategorize Etme	136
Kullanıcı Maksatlarını Daraltmak	137
Bounce Rate Nedir ?	141
Pogo Sticking Nedir?	143
Ücretli Ziyaretçi Platformları	144
Adrazzi	145
Facebook ADS	145
Twitter Reklamları	146
Instagram ADS	148
Linkedin ADS	148
Neler Öğrendik?	150

BÖLÜM 5: SON 2 YILIN GOOGLE ALGORİTMA GÜNCELLEMELERİ	151
Giriş	152
Panda 4.2 Gerçekten Etkili Oldu Mu?	152
Bu Bir Yenileme, Bir Güncelleme Değil!	153
Önümüzdeki Aylar!	153
Bu Güncelleme Kimleri Etkileyecek?	153
Panda 4.2'ye Neden Önem Vermelisiniz?	154
Görünmez Panda?	154
2014 Algoritma Güncellemeleri	156
Pirate 2.0 21 Ekim 2014	156
Penguin 3.0 17 Ekim 2014	156
"Haberler" Kutusu 1 Ekim 2014	156
Panda 4.1 (#27) 23 Eylül 2014	156
Yazarlık Kaldırıldı 28 Ağustos 2014	157
HTTPS/SSL Güncellemesi 6 Ağustos 2014	157
Pigeon 24 Temmuz 2014	157
Yazar Fotoğrafının Kaldırılması 28 Haziran 2014	157
Payday Loan 3.0 12 Haziran 2014	158
Panda 4.0 (#26) 19 Mayıs 2014	158
Payday Loan 2.0 16 Mayıs 2014	158
İsimsiz Güncelleme 24 Mart 2014	158
2013 Algoritma Güncellemeleri	158
Yazarlığın Tekrar Organize Edilmesi 19 Aralık 2013	158
Gizli Güncelleme 17 Aralık 2013	158
Gizli Güncelleme 14 Kasım 2013	158
Penguin 2.1 (#5) 4 Ekim 2013	158
Hummingbird 20 Ağustos 2013	159
Ayrıntılı Makaleler 6 Ağustos 2013	159

Knowledge Graph Genişlemesi 19 Temmuz 2013	159
Panda İyileştirmesi 18 Temmuz 2013	159
Birkaç Haftalık Güncelleme 27 Haziran 2013	159
Panda Dance 11 Haziran 2013	159
"Payday Loan" Güncellemesi 11 Haziran 2013	159
Penguin 2.0 (#4) 22 Mayıs 2013	160
Domain Kalabalıklaşması 21 Mayıs 2013	160
"Hayalet" 9 Mayıs 2013	160
Panda #25 14 Mart 2013	160
Panda #24 22 Ocak 2013	160
Neler Öğrendik?	160
BÖLÜM 6: GOOGLE FİLTRELERİ	161
Giriş	162
Google Filtreleri	162
Google - 30	162
Google Bombing	162
Google Sandbox	163
Google Kopya İçerik Filtresi	163
Google Domain Adı Yaşı Filtresi	163
Google Links.html Filtresi	163
Google Over Optimizasyon Filtresi	163
Google Çok Fazla Link Filtresi	164
Google Link Farming Filtresi	164
Google Güven Sıralaması Filtresi	164
Neler Öğrendik?	164
BÖLÜM 7: MUTLAKA BİLMENİZ GEREKEN SEO TERİMLERİ	165
SEO Terimleri	166
İndeks	173

2

SİTE İÇİ SEO

BU BÖLÜMDE

Domain Seçimi	12
Hosting Seçimi	13
Anahtar Kelime Araştırması	14
URL Yapısı	15
Description (Açıklamalar)	16
Title (Sayfa Başlığı)	16
Görsel Optimizasyonu	17
Sayfa İçerik Yapısı	18
İçerik Analizi için Yardımcı Araçlar	23
İçerik Kod Oranı	26
Site Açılış Hızı	28
Mobil Uyumlu Sitenin Önemi	32
Responsive Site Tasarımı	38
robots.txt Dosyası	48
Domain ve URL Yapısı	62
Subdomain ve Directory Yapısı	65
Site İçi (On-Page) Elementleri	68
E-Ticaret Siteleri için Site İçi SEO Tavsiyeleri	70
Site içi SEO araçları	82
Neler Öğrendik?	88

Bu bölümde

SEO çalışmalarının bence %30'luk kısmını oluşturan Site İçi SEO (On-Page SEO) ile ilgili bilmeniz gereken her şeyi öğreneceksiniz.

DOMAIN SEÇİMİ

Arama motorlarından maksimum verim almak için iyi bir site alan adına (domain) sahip olmanız gerekmektedir. Keyword domain diye tabir ettiğimiz faktör burada ortaya çıkıyor. Arama motorlarında anahtar kelime ile domain ilişkisi oldukça önemlidir. Arama motorları insan beynini taklit ederler. Taramayı soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru yaparlar. Bu durumda hem site alan adınız içinde anahtar kelime geçmeli hem de eğer site adınız iki kelimedenden oluşacaksa sola anahtar kelimeyi almalısınız.



Örneğin

Anahtar kelimeniz emlak ise alacağınız alan adı emlak ile başlamalıdır.

- » ***emlakuzmani.com***
- » ***emlakistanbul.com***
- » ***emlakci.com***

Sadece Türkiye pazarına yönelik bir çalışma yaparsanız **com.tr** uzantılı domainler markanız için daha prestijli olabilir.

Bana göre domain uzantılarının değeri aşağıdaki gibidir;

- » .com
- » .net
- » .com.tr
- » .co
- » .gen.tr
- » .web.tr

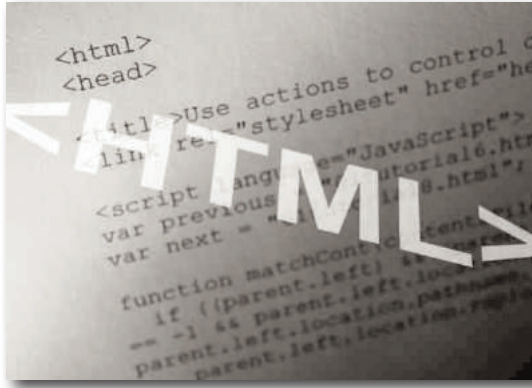
İki kelimeli alan adı seçimleri yaparken eğer alan adı başkası tarafından alındıysa aynı alan adının kelime arasına tire koyulmuşu da tercih edilebilir.

Örnek

Eğer ***emlakuzmani.com*** müsait değilse ***emlak-uzmani.com***' da alınabilir. Hatta arasına tire konan domainlerin özellikle Google tarafında daha çok sevildiğiyle ilgili birçok makale okudum ama Google bununla ilgili resmi bir açıklama yapmadı.

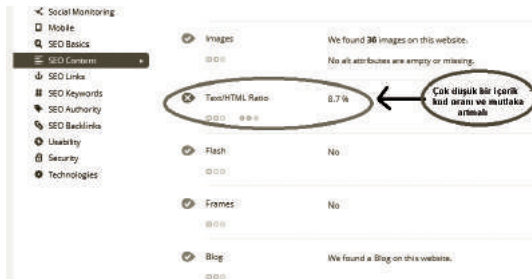
İÇERİK KOD ORANI

Her web sitesinde belirli miktarda arka plan kodu ve ön planda da belirli miktarda normal içerik bulunur. İçerik kod oranı (Text/HTML) bir sayfadaki içeriğin o sayfadaki HTML kodu sayısına oranıdır.



İDEAL İÇERİK KOD ORANI NEDİR?

İyi bir içerik kod oranı yüzde 25 ile 70 arasındır. Bu oran görülebilir içeriğin HTML elementlerine, resim etiketlerine ve diğer görünmeyen bilgiye oranıdır. Fark edebileceğiniz gibi yüksek ranking'i olan birçok sitede oldukça fazla görülebilir içerik vardır. Bu durum, özellikle Google Panda güncellemesini yaptıktan sonra ortaya çıktı. Çünkü Panda güncellemesi içerik zengini sitelere önem kazandırdı.



İÇERİK KOD ORANI SEO'YU NASIL ETKİLER?

İçerik kod oranı, arama motorları için doğrudan bir ranking faktörü değildir ama bu orana bağlı olan birçok faktör vardır. Bu oran en iyi SEO uygulaması için yol gösterir ve dolaylı yoldan yüksek ranking için etkili olur.

3

SİTE DIŞI SEO

BU BÖLÜMDE

Giriş	92
Backlink Nedir? Ne İşe Yarar?	92
CO-Citation	102
CO-Occurrence	103
Link Döngüsü	110
Blogger'lar için Backlink Yöntemleri	120
Neler Öğrendik?	126

Bu bölümde

Backlink'in ne olduğunu, neden bu kadar önemli olduğunu ve arama motorlarıyla başınız derde girmeden backlink'lerden nasıl faydalanabileceğinizi anlatacağım.

GİRİŞ

Site dışı SEO dediğimiz kavram web sitenizin saygınlığını, kendi kategorisindeki otoritesini arttırmaya yönelik yapılan çalışmaları kapsar. Örnek vermek gerekirse Google'da yaŐam kou yazıldığında ilk sırada olan sitenin site dışı SEO yapısını incelediğinizde, başka sitelerde bulunan yaŐam koçluğu ile ilgili bir çok makale ve yazıda bu siteye tavsiye linki verildiğini görürsünüz. Google o tavsiye linklerinden (backlink) yola çıkarak bu siteyi yaŐam kou kelimesiyle iliŐkilendirir ve ilgili sorgularda kullanıcılarına sunar. Tavsiye linklerinin verilif Őekilleri ve içeriklerine göre birçok çeŐidi vardır. Bu bölümde tavsiye linkleri ile ilgili bilmeniz gerek her Şeyi öğreneceksiniz. Bana göre Site Dışı SEO, SEO çalışmalarının % 40'ı demektir. Burada dikkat edilmesi gereken husus bu tavsiye linklerinin yapılıŐ Őekli ve organikliğidir. Hazırsanız baŐlıyoruz...

BACKLINK NEDİR? NE İŞE YARAR?

Őimdiye dek birak kez **backlink** (tavsiye linki) terimini duymuŐsunuzdur. Arama Motoru Optimizasyonu'na yeni olanlarınız backlink nedir diye merak ediyordur ve neden bu kadar önemli olduğunu. Backlink SEO için o çok önemlidir, hatta iyi bir SEO çalıŐmasının en önemli yapı taŐlarından biridir, Site Dışı SEO çalıŐmasının temelidir.



BACKLINK NEDİR?

Backlink doğrudan sitenize yönlendirilmiş linklerdir. Inbound link (IBL) olarak da bilinir. Backlinklerin sayısı sitenizin popürlüğinin ya da öneminin bir gösteresidir. Backlink'ler çok önemlidir çünkü bazı arama motorları, özellikle de Google, kaliteli backlink sayısı yüksek olan siteleri ödüllendirir ve o sitelerin arama sorgularında diğer sitelere göre daha alakalı olduğunu varsayar.

Arama motorları bir sitenin bir anahtar kelimeyle olan alakasını hesaplar, o siteye verilen kaliteli inbound link sayısına bakarlar. Bu yüzden yalnızca bir sürü backlink almak işi çözmiyor, bu backlink'lerin aynı zamanda kaliteli olması gerekiyor. Arama motorları bir linkin kalitesini ölçmek için sitelerin içeriğine bakar. Sitenize başka sitelerden backlink aldığınızda, eğer o sitenin içeriğiyle sizinki alakalıysa, bu backlinkler sizin sitenizle daha alakalı görünür. Eğer backlink alakasız içeriği olan bir siteden alındıysa, daha az alakalı olarak görülürler. Backlink'lerin alakası arttıkça, kalitesi de artar.

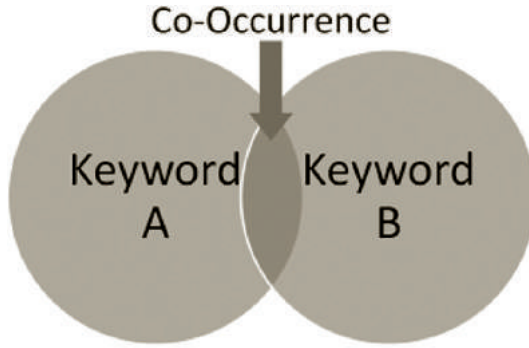
Örneğin, eğer bir webmaster'ın sokak kedilerinin sahiplenilmesiyle alakalı bir sitesi varsa ve eğer kedilerle alakalı bir siteden backlink almış diyelim. Bir de arabalarla alakalı bir siteden backlink almış diyelim. O zaman arama motorlarının gözünde kedi sitesinden alınan backlink araba sitesinden alınan backlink'ten çok daha alakalıdır ve kalitelidir. Backlink aldığınız sitenin içeriği ne kadar alakalıysa, aldığınız backlink de o kadar kalitelidir. Arama motorları sitelerin yavaşça, zamana yayarak doğal bir link inşası yapmasını istiyor. Yüksek sıralama elde etmek için link manipülasyonu yapmak çok kolayken, bir arama motorunu dışarıdan gelen backlink'le etkilemek çok zordur. Bu yüzden backlink faktörü arama motoru algoritmasında çok önemli bir yere sahiptir. Gizli link ya da tek amacı backlink sağlamak olan otomatik oluşturulan siteler gibi hileli yollarla backlink almaya çalışan ahlaksız webmasterlar yüzünden, son zamanlarda arama motorları backlink kalitesi konusunda daha da sertleşti. Bu tarz otomatik oluşturulan sitelere bağlantı çiftliği (link farm) denir. Ancak bir link farmdan backlink alırsanız, siteniz tamamen banlanabilir.

Kaliteli backlink almak için bir diğer sebepse ziyaretçileri sitenize gelmeleri için ayartmaktır. Bir site yapıp sonra da yolu göstermeden ziyaretçilerin onu bulmasını bekleyemezsiniz. Sitenizin ismini duyurmanız gerekiyor. Webmasterların bunu yapmak için kullandığı bir yol karşılıklı link vermedir. Kısaca karşılıklı linkten bahsedeyim biraz.



online alışveriş sitesi ile ilgili aramalar	
morhipo	online alışveriş sitesi giyim
koton	en iyi online alışveriş sitesi
online alışveriş ayakkabı	yurtdışı online alışveriş sitesi
online alışveriş sitesi kurmak	online alışveriş sitesi tasarımı

Bu duruma **morhipo.com**'u örnek gösterebiliriz. Siz online alışveriş sitesi yazdığınızda en alttaki kısımda arama motoru Morhipo'yu da seçenekler arasında gösteriyor. Tabiki sitenizden bir Morhipo performansı beklemeyin. Co-Occurrence yapısı ile başarıya ulaşmak kolay değildir.



Markanızın anahtar kelimeyle birlikte eşlenmesi ve bu sayede bir anda bir çok kullanıcının sizin sitenize yönlendirilmesini sağlayan bir yöntemdir ama kolay olmadığını da şimdiden belirteyim. Uzun vadeli ve istikrarlı bir çalışma yapmalısınız. Kısa vadede sonuç alamazsınız.

ÖRNEK CO-OCCURENCE ÇALIŞMASI

Co-Occurrence çalışmalarından kısa vadede sonuç almak istiyorsanız daha az popüler olan anahtar kelimeler bulmanızı tavsiye ederim. Anahtar kelimeyi belirledikten sonra içeriklerimizi de anahtar kelimeye göre oluşturup çalışmalarımızı yapabiliriz. 300 kelimelik bir makale içinde 3-4 kez anahtar kelimeyle markanızın ismini yan yana kullanabilirsiniz. Tabi etkisini hissetmek istiyorsanız her ay düzenli olarak benzer formatta yüksek page rank'lı olan yerlerden 8-9 adet içerik paylaşımı yapmalısınız. Sosyal medya hesaplarındaki paylaşımlarla da Co-Occurrence yapısına uygun olacak şekilde içerik oluşturabilirsiniz.

Ama daha önce de belirttiğim gibi bu yöntemle kısa vadede dönüş almak istiyorsanız daha az aranan anahtar kelimeler bulmalısınız. Long tail olarak bakış açısı co-occurrence çalışmaları için oldukça uygundur.

Linkbird SEO'cular için data takibi ve bilgi merkezi olarak çalışan çok yönlü bir araçtır. Ancak bence en çok link inşası yönüyle beğeniliyor. Link inşasının baştan sona neredeyse tüm adımlarında Linkbird işe dahil oluyor. İlk olarak, bir link bulma aracı var ve sizin için oldukça yoğun bir şekilde çalışıyor. Bu noktadan sonra araç yoluyla da bu link sahiplerine ulaşabilir ve bunları takip edebilirsiniz. Bu özellik sayesinde iletişime geçtiğiniz kişileri, siteleri kaydedebilir ve bunlar hakkında bilgi sahibi olabilirsiniz. İkinci olarak, Linkbird bir link inşa edildikten sonra çalışmayı bırakmaz, tüm backlink profilinizi izler ve sürekli kontrol eder. Yani kayıp ya da silinen hiçbir link gözünüzden kaçamaz.

Linkbird ayrıca bir alarm servisi de sunar. İnternette en önemli iş tabirlerinizi takip eder, kendi markanız olsun rakip olsun, işinizle alakalı konuları takip eder ve alarm verir.

BLOGGER'LAR İÇİN BACKLINK YÖNTEMLERİ

Verdiğimiz örneklerde genelde kurumsal siteler yada e-ticaret siteleri yapılması gereken site dışı SEO tekniklerine değindik. Ama SEO çalışmasına ihtiyaç duyan başka bir grup daha var, blogger'lar. Hem blogger'ları motive eder ve onlara fayda sağlarsak belki kitabımız hakkında da olumlu şeyler yazarlar :)

Aşağıda blogger'ların mutlaka uygulaması gereken backlink tekniklerini anlatacağım. Bu teknikler sayesinde hem siteleri için kaliteli ve istikrarlı bir link stratejisi oluşturacaklar, hem de postlarını organik olarak yeni kişilere ulaştıracaklar.

BLOGGER'LAR İÇİN BACKLINK YÖNTEMLERİ



Son olarak bir hatırlatma daha yapmak istiyorum; verdiğim örnekler genel örneklerdir, bu teknikleri bloğunuzun ve içeriklerinizin kategorisine göre uygun stratejiyi belirleyerek uygulamalısınız. Sırf bloğunuzu backlink almak için içeriğinizle alakası olmayan saçma sapan bir kategoriden alacağınız link size fayda sağlamaz, aksine kalitenizi düşürür.

Yapılması Gerekenler

1. Arama motorlarına kayıt,
2. Social Bookmarking stratejisi geliştirmek,
3. Dizin sitelerine kayıt,
4. Makale sitelerine kayıt,
5. Blog yorumları,
6. Ziyaretçi yorumları,
7. Forumlar,
8. İnfografik yayınlama (Infographic Submission),
9. Resim yayınlama (Image Submission),
10. Slayt paylaşımı,
11. Video Marketing,
12. Sosyal medya çalışmaları,
13. PDF yayınlama (PDF Submission),
14. Soru-cevap,

SEO OFF PAGE TEKNİKLERİ 2015

1. **Arama Motorlarına Kayıt:** Arama motorlarına kayıt yaptırmak Google, Yahoo ve Bing gibi büyük arama motorlarının sitenizi fark etmesini sağlamanın en iyi yoludur. Yani sitenize ya da bloğunuza daha fazla trafik çekebilmek ve büyük arama motorlarında listelenebilmek için tüm yeni içeriklerinizi **Webmaster Tools** aracılığıyla arama motorlarına kaydetmelisiniz. Bu sayede yüksek organik trafige sahip olabilir ve potansiyel müşterilere ulaşabilirsiniz.



2. **Social Bookmarking Stratejisi Geliştirmek:** Social Bookmarking siteleri oldukça fazla trafik alan sitelerdir ve off page SEO'nuzda inanılmaz derecede katkısı olabilir. GoArticles, Delicious, Digg, Stumble upon gibi popüler siteleri kullanarak bir strateji geliştirmek yararınıza olacaktır. Buradaki tek handikap bu sitelerin bazılarının Türkçe karakterleri desteklememesidir.