

**T.C. İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU  
TEKNİKLERİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Gökhan EĞRİ**

**0909102002**

**Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 15 Ocak 2013  
Tezin Savunulduğu Tarih: 21 Ocak 2013**

**Tez Danışmanı: Prof. Dr. Coşkun BAYRAK**

**OCAK 2013**

## **ÖNSÖZ**

Benden hiçbir zaman desteklerini esirgemeyen abilerim Hakan, Özkan ile Annem ve Babama, sorularıma verdiği cevaplar ve fikirleriyle katkıda bulunan değerli hocam Prof. Dr. Coşkun Bayrak'a, tez araştırma çalışmalarına beraber başladığımız Yrd. Doç. Dr. Güneş Erçal'a, bilgileriyle katkıda bulunan Hasan Yaşar'a ve desteklerinden ötürü Ahmet Can Koral'a teşekkürlerimi sunarım.

Ocak 2013

Gökhan EĞRİ

## İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR .....	iv
ŞEKİL LİSTESİ.....	v
TÜRKÇE ÖZET .....	vi
YABANCI DİL ÖZET.....	vii
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Konu .....	1
1.2 Arama Motorlarının Önemi.....	1
1.3 SEO'nun Önemi .....	3
2. SEO TEKNİKLERİ İNCELEMESİ: ALTYAPI ARAŞTIRMASI.....	4
2.1 Arama Motoru Sonuçlarının İncelenmesi .....	4
2.1.1 Arama Çubuğu .....	4
2.1.2 Reklamlar (İnorganik Sonuçlar).....	5
2.1.3 Organik Arama Sonuçları .....	5
2.1.4 İlgili Aramalar .....	6
2.2 Page Rank.....	7
2.3 TrustRank .....	9
2.4 Sayfa Başlığı – Title .....	10
2.5 Meta Description - İçerik Tanımı .....	11
2.6 Meta Keyword – Anahtar Kelimeler .....	12
2.7 Başlık Etiketleri – Heading Tag .....	13
2.8 Resim Etiketleri .....	14
2.9 Robots.txt .....	14
2.10 Google SEO Araçları.....	17
2.10.1 Google Webmaster Tools.....	17
2.10.2 Google Analytics.....	17
2.10.3 Google Adwords .....	18
2.10.4 Google Trends .....	18
3. SEO TEKNİKLERİNE YENİLİKÇİ BAKIŞ .....	19
3.1 Google Panda Algoritması Güncellemesi .....	19
3.2 Google Penguen Algoritması Güncellemesi .....	20
3.3 Sitede Kalma Süresi .....	22
3.3.1 Sitede Kalma Süresi Analizi .....	22
3.3.2 Son Sayfadan Çıkışlar .....	24
3.3.3 Örnek Kullanım.....	24
3.4 Kod Yapısı.....	26

3.5	Site Wide Link Kullanımı .....	27
3.6	İçerikle Örtüşmeyen Linklerin Engellenmesi.....	27
3.6.1	Google Disavow .....	27
3.7	Alan adının SEO'ya etkisi .....	29
3.8	Canonical Yönlendirmeler .....	31
3.9	Favicon Kullanımı .....	32
3.10	Breadcrumb yapısı.....	33
3.11	Verilen link sonradan değişmesi .....	34
3.12	Server'ın Bulunduğu Ülke.....	34
3.13	Open Graph .....	34
3.13.1	Örnek Kullanım.....	34
3.14	Twitter Card .....	35
3.14.1	Örnek Kullanım.....	35
4.	UYGULAMA VE ANALİZİ.....	37
4.1	Alan Adının Etkisi.....	37
4.2	Meta Etiketleri .....	39
4.3	Robots.txt .....	40
4.4	Server Yerleşkesi.....	42
4.5	Sayfadan Çıkan Linkler .....	42
4.6	Site Yaşı .....	43
4.7	Sitede Kalma Süresi .....	43
4.8	Siteye Gelen Linkler.....	45
4.9	Canonical Yönlendirmeler .....	47
4.10	Kod yapısı.....	47
4.11	Favicon .....	47
4.12	Open Graph .....	48
4.13	Twitter Card .....	48
5.	SONUÇ.....	50
6.	KAYNAKÇA.....	55

## **KISALTMALAR**

- SEO : Search Engine Optimization  
W3C : World Wide Web Consortium  
URL : Uniform Resource Locator  
PR : Page Rank  
IP : Internet Protocol  
DNS : Domain Name System  
TO : Tıklama Oranı  
ABD : Amerika Birleşik Devletleri

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1 – Dünyada arama motorları kullanım oranı .....	2
Şekil 2 - Türkiye'de arama motorları kullanım oranı .....	2
Şekil 3 - Reklam sonuçları .....	5
Şekil 4 - Organik arama sonucu .....	6
Şekil 5 - Birim dönüştürücü .....	6
Şekil 6 - Takım sonuçları .....	6
Şekil 7 - Restaurant ile ilgili aramalar.....	7
Şekil 8 - Link yapısı .....	8
Şekil 9 - Sayfa başlığının browser'da görünümü .....	10
Şekil 10 - Sayfa başlığının Google'da görünümü.....	11
Şekil 11 - Meta açıklamasının Google'da görünümü .....	12
Şekil 12 - Başlık Etiketleri Gösterimi .....	13
Şekil 13 - Resim Etiketi .....	14
Şekil 14 - Robots.txt ve örümceklerin davranışı .....	15
Şekil 15 - İçerik ile alakasız linkler.....	21
Şekil 16 - Ortalama Ziyaret Süreleri Grafik ve Oranları.....	23
Şekil 17 - Ziyaret Süresi ve Hemen Çıkma Oranları .....	24
Şekil 18 - W3C Doğrulayıcı.....	26
Şekil 19 - Sitenize ait bağlantıları yükleme .....	28
Şekil 20 - Bağlantıları reddetme .....	29
Şekil 21 - Engellemek istenen bağlantıların yüklenmesi .....	29
Şekil 22 - Aranılan kelime ve alan adı eşleşmesi.....	30
Şekil 23 - Aranılan kelime ve .com alan adları eşleşmesi.....	30
Şekil 24 - Yönlendirmeler ve linkler.....	32
Şekil 25 - Örnek favicon kullanımı .....	32
Şekil 26 – Sağ yönlü ok Breadcrumb Örneği.....	33
Şekil 27 - Google aramalarında Breadcrumb .....	33
Şekil 28 - Twitter Card görünümü .....	35
Şekil 29 – Google 09.01.2013 tarihli indir kelimesi arama sonucu .....	38
Şekil 30 - Bilgilendirme yazısı.....	43
Şekil 31 - Ziyaret süresi ve sayısı .....	44
Şekil 32 - Siteye gelen linkler ve rakamları .....	46
Şekil 33 - Alınan linklerin detaylı incelenmesi.....	46
Şekil 34 - W3C CSS Doğrulaması .....	47
Şekil 35 - Favicon görünümü .....	48
Şekil 36 – Google'da indir kelimesi arama sonuçlarındaki aylık bazda değişim .....	51
Şekil 37 - Aylık bazda ziyaretçi sayısı .....	51
Şekil 38 - Sıralamaya göre tıklama oranı .....	52
Şekil 39 - Anahtar kelimeler ve tıklama oranları .....	53
Şekil 40 – Google'daki indir kelimesi aramalarındaki sıra ile ziyaretçi sayısı orantısı .....	53

**Üniversite** : **İstanbul Kültür Üniversitesi**  
**Enstitüsü** : **Fen Bilimleri Enstitüsü**  
**Anabilim Dalı** : **Bilgisayar Mühendisliği**  
**Programı** : **Bilgisayar Mühendisliği**  
**Tez Danışmanı** : **Prof. Dr. Coşkun Bayrak**  
**Tez Türü ve Tarihi** : **Yüksek Lisans – Ocak 2013**

## **KISA ÖZET**

### **ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU TEKNİKLERİ**

**Gökhan Eğri**

Günümüz teknolojisinde internetin hayatımıza etkisi gün geçtikçe artmaktadır. İnternet üzerinden ticaret, reklam ve pek çok iş dalı hızla gelişmektedir. Ancak büyük bir hızla gelişen bu dünyada, bilgiye ulaşmak da bir o kadar karmaşık hale gelmeye başlamıştır. Kullanıcılar her gün onlarca açılan sitelerin hızına yetişemez hale gelmiştir. Bu noktada kullanıcıların hizmetine arama motorları girmektedir. İnternet trafiğinin %93'ü arama motorları tarafından sağlandığı düşünülürse, arama motorları adeta kullanıcıların diğer sitelere yönlendiren yegâne araçlar olmuşlardır.

Arama motorlarının bu denli önem kazandığı günümüzde, arama sonuçlarında üstte çıkabilmek ve daha çok kullanıcıya hitap edebilmek için web siteleri arasında ki rekabet artmış durumdadır. Bu rekabetteki bir numaralı unsur ise arama motoru optimizasyonudur.

Hazırladığım bu çalışmada öncelikle arama motorlarının önemine, arama motoru sonuçlarının genel hatlarıyla incelenmesine ve SEO'nun önemine değinilmiştir.

Ardından SEO'yu etkileyen başlıca faktörler olan PageRank ve TrustRank [1] algoritmaları ile Meta Etiketleri, Robots. txt dosyası ve SEO araçları incelenmiştir.

SEO tekniklerine yenilikçi bakış bölümünde ise, günümüzde arama motoru olarak akla gelen ilk isim olan Google'nın son yıllarda yaptığı Panda ve Penguen güncellemeleri analiz edilmiştir. Bu güncellemeler sonucunda SEO'ya etkisi olduğu düşünülen alan adı etkisi, sitede kalma süresi, server yerleşkesi ve kod yapısı gibi farklı etkenler detaylı olarak incelenmiştir.

Çalışmamın son aşamasında incelemiş olduğum SEO etkenleri bir proje üzerinde uygulanmıştır. Yapılan uygulama çalışmasında verilen kod örnekleri ile bu etkenlerin bir siteye nasıl uygulanacağı açıklanmış ve bu etkenlerin çalışmaya yaptığı katkılardan bahsedilmiştir.

Anahtar kelimeler: Arama Motoru Optimizasyonu, SEO, Google, PageRank

**University** : **Istanbul Kültür University**  
**Institute** : **Institute of Science**  
**Department** : **Computer Engineering**  
**Programme** : **Computer Engineering**  
**Supervisor** : **Prof. Dr. Coşkun Bayrak**  
**Degree Awarded and Date** : **MS – January 2013**

## **ABSTRACT**

### **SEARCH ENGINE OPTIMIZATION TECHNIQUES**

**Gökhan Eğri**

Nowadays the use of internet is getting more dominant in our lives. Business, advertisements and many new branches of job opportunities are developing through the internet. In this developing world, to reach the correct information, is getting more complicated. Everyday new websites are published and internet users cannot follow the traffic of new websites. Thus, search engines play an important roles for internet users. Assuming that 93% of the internet traffic is managed by search engines, it shows that search engine websites has a critical role on routing users to websites.

Due to the important effects of search engines, search results are getting more crucial for the websites to compete with other rivals. The most important part of defeating other rivals is optimization of search engines. After this optimization, website owners expect that the search engine results display their website first, before other websites.

In this study, I focus on the importance of search engines, the general examination of search results and the importance of SEO. Following these studies, I focused on the factors, PageRank and TrustRank algorithms, which affect SEO and additionally I focused on Meta Stickers and Robus.txt file.

At the innovation part of SEO, I tried to analyze the panda and penguin updates of Google Company which is the biggest search engine company in the world. According to these analyses, I studied on domain name, hold time on website, server placement and coding structure which are the factors that affect SEO.

In the conclusion part of my study, I used SEO factors on a project. In this project with some code examples, I tried to explain how to implement these factors to a website and how these factors results in a positive effect on websites.

Key words: Search Engine Optimization, SEO, Google and Pagerank.



## 1. GİRİŞ

Bu bölüm hazırladığım araştırma çalışması hakkında bilgi vermesi amaçlanmıştır. Bölüm 1.1’de çalışma konusu hakkında bilgi verilmiş, bölüm 1.2’de arama motorlarının kullanım miktarları ve önemi, bölüm 1.3’de ise SEO’nun önemi araştırma rakamları ile anlatılmıştır.

### 1.1 Konu

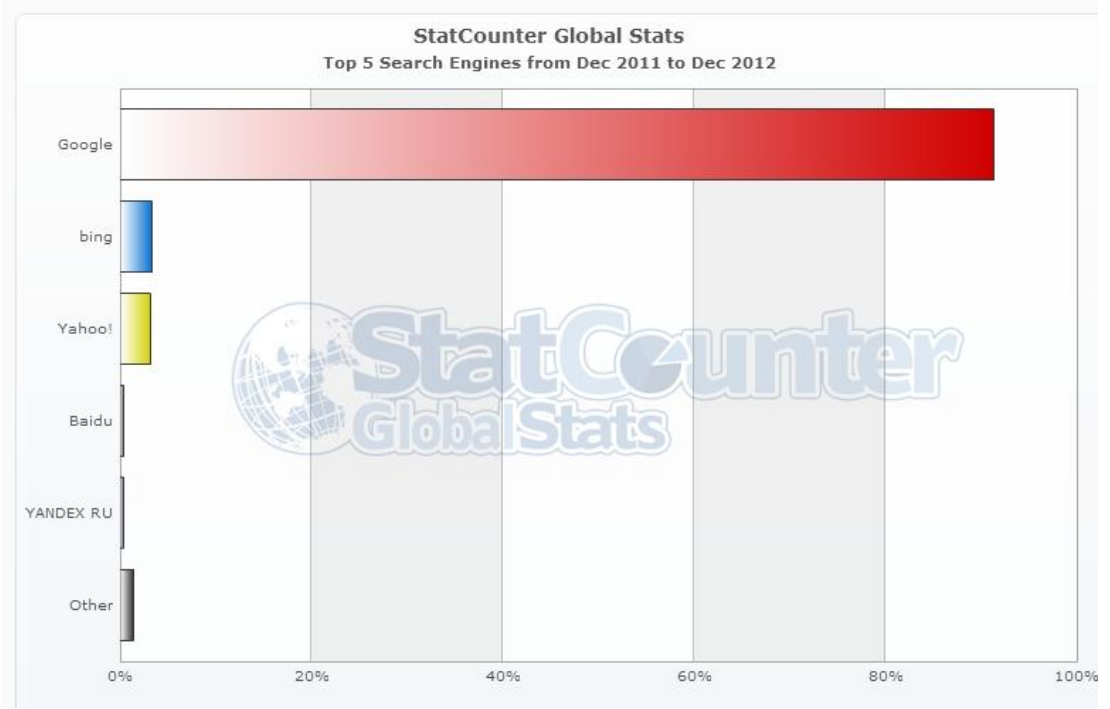
Bu çalışmada genel olarak günümüzde “Arama Motoru Optimizasyonu” olarak adlandırılan “arama motoru sonuç sıralamalarında üst sıralarda yer almak” için gerekli teknikler incelenmiştir.

Arama motorları tarafından değinilen ve vurgulanan SEO ipuçlarının yanı sıra, arama motoru denince ilk akla gelen Google tarafından son yıllarda yapılan algoritma güncellemeleri araştırılmıştır. Bu algoritmalar ile değişen ve gelişen “Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)” teknikleri incelenerek, sitelerin arama motoru sonuç sıralamalarında yükselmesine etki edecek faktörler sezgisel olarak anlatılmış ve bir proje üzerinde uygulanarak etkileri analiz edilmiştir.

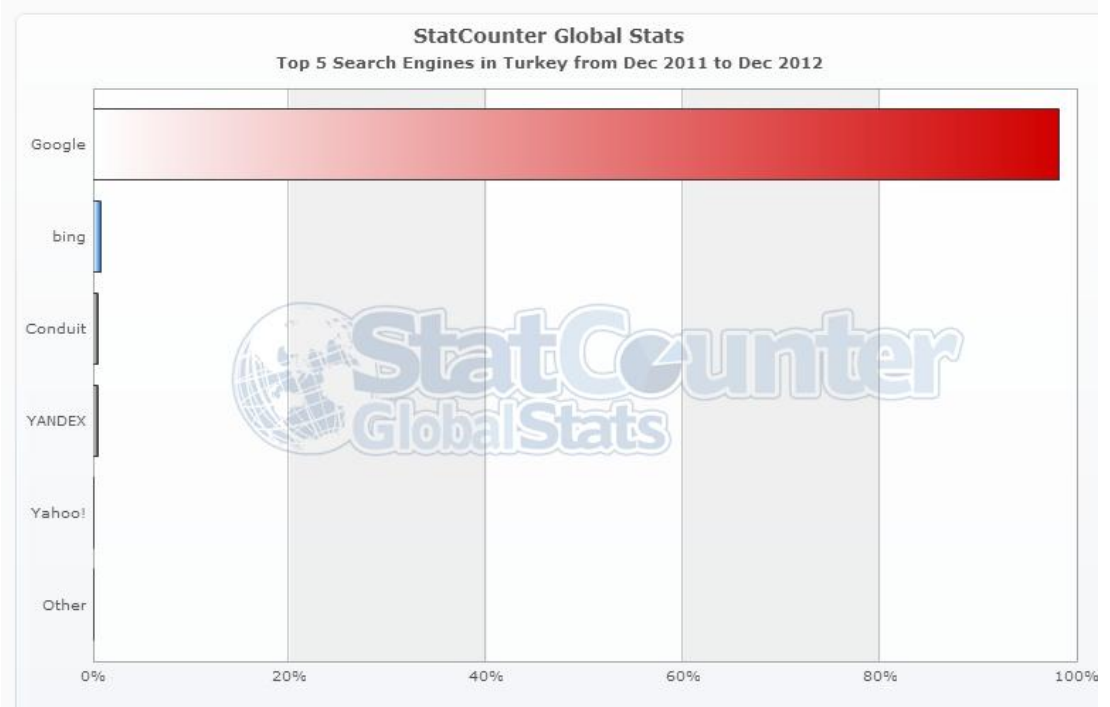
### 1.2 Arama Motorlarının Önemi

Günümüz teknolojisinde internetin hayatımıza etkisi gün geçtikçe artmaktadır. İnternet üzerinden ticaret, reklam ve pek çok iş dalı hızla gelişmektedir. Bu büyük alanda öne çıkmak için ve daha çok kullanıcıya hitap edebilmek önemi büyüktür. İnternette bilgiye ulaşmakta birinci kaynak arama motorları haline geldiği düşünülürse, arama motorları bir nevi sitelerin kullanıcılara ulaşma mecraları haline gelmişlerdir. Bir kullanıcı herhangi bir bilgiye ulaşmak istiyor ama onunla ilgili web sitelerinin adreslerini bilmiyorsa, arama motorlarını kullanacak ve karşına çıkan sonuçlardan birisine yönelecektir. Hatta pek çok kullanıcı web adreslerinin bir kısmını arama motorlarına yazarak ulaşmak istedikleri siteye oradan gitmektedir.

Arama motorları arasında şüphesiz ki Google’ın açık ara liderliği bulunmaktadır. Stat Counter tarafından Aralık 2011 – Aralık 2012 arasındaki süreç baz alınarak sağlanan veriler, dünya genelinde %91,35 , Türkiye’de ise %98,23 gibi bir oranla açık ara lider konumdadır, Şekil 1 gösterildiği gibi. Türkiye pazarına yaptığı yatırımlar neticesinde, 2013 yılında Yandex’in Pazar payının artması beklenmektedir.



**Şekil 1 – Dünyada arama motorları kullanım oranı [2]**



**Şekil 2 - Türkiye'de arama motorları kullanım oranı [2]**

ReachLocal [3] firması tarafından ABD kullanıcıları baz alınarak yapılan bir araştırmaya göre,

- İnternet trafiğinin %93'ü arama motorları tarafından sağlanmaktadır.
- Google'dan yapılan aylık arama sayısı 100 Milyar civarındır.
- Aramalarda ortalama 4,99 kelime kullanılmaktadır.
- ABD'de yaşayan yetişkinlerin %59'u günlük olarak arama motorlarından bilgiye erişmektedirler.

### 1.3 SEO'nun Önemi

Search Engine Optimzation (SEO), kelimelerinin baş harflerinden oluşan ve web sitelerinin arama motoru sonuçlarında daha yüksek sıralarda çıkmasını sağlamak amacıyla yapılan çalışmaların bütününe verilen isimdir. Her geçen gün artan web sitelerinin sayısı, rekabeti de bir o kadar zor kılmaktadır. Kullanıcılara ulaşmanın bir numaralı alanı olan arama motorlarında iyi bir derece elde etmek de kritik öneme sahip hale gelmiştir. BlueCaribu [4] firması tarafından yapılan araştırmaya sonucu yayınlanan infografikte SEO ile ilgili şu bilgilere yer verilmiştir.

- Dünyada 863 milyon web sitesinde SEO kelimesi yer almakta ve Youtube da SEO kelimesi ile ilgili 164.000 video bulunmaktadır.
- Saniye 3,5 kişi Google'da SEO kelimesini araştırmaktadır. Bu da demek oluyor ki ayda 9.1 milyon internet kullanıcısı SEO ile ilgilenmektedir.
- Ayda 2.24 Milyon Amerikalı SEO terimini arıyor. Bu kullanıcıların %52'si erkek ve erkeklerin %46'sı 35-44 yaş aralığındadır.
- SEO ile ilgili olarak en çok SEO Servisleri, SEO Şirketleri ve SEO Araçları aramaları yapılmıştır.
- SEO kelimesinin en çok araştırıldığı ay Mart, gün ise Perşembedir.
- SEO kelimesi ile en çok ilgilenen ülke Hindistan, Pakistan ve Filipinler
- Twitter'da her ay 248.000 kere SEO hakkında tweet atılıyor. Ve 60.194 profilin hakkında yazılarında SEO kelimesi geçiyor.
- 13 milyon blog içeriği SEO kelimesini içeriyor.
- Amazonda SEO ile ilgili 2969 kitap bulunuyor [4].

## 2. SEO TEKNİKLERİ İNCELEMESİ: ALTYAPI ARAŞTIRMASI

Arama motoru optimizasyonu tekniklerini inceleyen çalışmalar konusunda literatür incelemesi yapıldığında, Türkçe dilinde yapılmış ve YÖK tez merkezinde bulunan bir adet çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada çeşitli kaynaklarda SEO'ya etkisi olduğu vurgulanan PageRank algoritması, meta etiketleri ve robots.txt dosyası gibi genel etkenlere değinilmiştir. İngilizce dilinde yapılan çalışmalar daha detaylı olmakla birlikte, Google tarafından yapılan Panda ve Penguen güncellemeleri yer almamaktadır. Bu güncellemeler neticesinde Google sıralama sonuçları değişmiş ve gelişmiştir.

Hazırlamış olduğum bu çalışmada Google tarafından değinilen ve vurgulanan SEO ipuçlarının yanı sıra, algoritma güncellemeleri ile önem kazanan faktörlere değinilmiş ve bir proje üzerinde uygulanarak gözlem yapılmıştır.

Bu bölüm literatürde yer alan SEO teknikleri ve algoritmaları hakkında araştırmaları içermektedir. Bu araştırma mevcut SEO çalışmaları ve uygulanan teknikler açısından bilgi edinilebilmesi konusunda yardımcı olacaktır.

### 2.1 Arama Motoru Sonuçlarının İncelenmesi

Arama motoru tek bir parça olarak gözükseler de, 4 ayrı bölüm olarak ele alınır.

- Arama Çubuğu
- Reklamlar (ücret karşılığı çıkan arama sonuçları)
- Organik arama sonuçları
- İlgili aramalar

#### 2.1.1 Arama Çubuğu

Arama motorlarında aranacak kelimelerin yazıldığı alandır. Kullanıcılar tarafından farklı çeşitlerde yapılan aramalar üç kategori altında toplanmıştır; bilgi edinme amaçlı, yer bulma (navigasyon) amaçlı ve işleme yöneliktir.

Kullanıcılar “mont” gibi bir kelime arayarak o kelime hakkında bilgi toplayabilir, “Üsküdar mont dükkânı” gibi bir kelime grubuyla o civardaki bir dükkânı arayabilir

veya “mont al” gibi bir kelime grubuyla ise online olarak alışveriş yapmak isteyebilirler.

### 2.1.2 Reklamlar (İnorganik Sonuçlar)

Arama sonucunuza göre listelenecek sonuçlardan önce aradığınız kelimeye bağlı olarak şekil 3’de olduğu gibi reklam gösterimleri yapılmaktadır. Bu tür sonuçların reklam olduğu kullanıcılara başlık ile belirtilmektedir. Yapılan aramalarda [2] %93 oranında kullanıcılar tarafından bu reklam sonuçlarının incelendiği görülmüştür.

cep telefonu ile ilgili reklam ⓘ  
**Cep Telefonu %25 İndirim - vatanbilgisayar.com**  
[www.vatanbilgisayar.com/cep\\_telefonu](http://www.vatanbilgisayar.com/cep_telefonu)  
Vatan'da Bu Hafta Sonu Tüm Ürünler Bonus ve Akses İle 10 Taksitte %25!  
İstanbul içindeki 109 kişi bu sayfayı +1'ledi  
Bonus ve Akses'e Özel 10 Taksit - Toptan Fiyata Teknoloji Fırsatı

Reklamlar ⓘ  
**Cep Telefonu Fiyatları**  
[www.cimri.com/Cep\\_Telefonu\\_Fiyatları](http://www.cimri.com/Cep_Telefonu_Fiyatları)  
En Ucuz Cep Telefonu Fiyatı.  
Satış Mağazalarını Kıyasla,Ucuza Al

**Samsung Cep Telefonları**  
[www.istanbulbilisim.com.tr/samsung](http://www.istanbulbilisim.com.tr/samsung)  
Peşin fiyatına 12 Taksitle  
Tüm Cep Telefonlarında Kargo Bedava

**Cep Telefonu & PDA Ürün ve Aksesuarları - iPhone, Nokia, Samsung**  
[cep-telefonu.gittigidiyor.com/](http://cep-telefonu.gittigidiyor.com/)  
3G cep telefonları, PDA, Smartphone, iPhone 4, Nokia, Samsung, BlackBerry, HTC, LG ve diğer tüm cep telefonu modelleri ve fiyatları GittiGidiyor'da.

Şekil 3 - Reklam sonuçları

### 2.1.3 Organik Arama Sonuçları

Arama motorlarında, kalite algoritmalarına göre web sitelerinin sıralandığı sonuç sayfalarıdır. Organik arama sonuçları arama motorlarının kendi algoritmaları uyarınca listeledikleri sonuçları içerir ve herhangi bir şekilde ücret karşılığı sıralamada yer değiştirilmesi gibi bir durum söz konusu değildir.

Organik arama sonuçlarının şekil 4’de görüleceği gibi dört elementi vardır.

- I. Başlık
- II. URL
- III. Açıklama
- IV. Site Linkleri

## [Deprem Bilgi Bankası](#)

[www.afet.gen.tr/](http://www.afet.gen.tr/)

Deprem hakkında çeşitli öneriler sunan ve deprem ile ilgili bilgiler edinebileceğiniz bir deprem sayfası.

### [Son Depremler](#)

Tarih, Saat, Enlem(N), Boylam(E),  
Derinlik(km), MD, ML, MS, Yer ...

### [Deprem Şiddet Cetveli](#)

Deprem Şiddet Cetveli. Şiddet  
cetvellerinin açıklamasına ...

### [Altın Kurallar](#)

Türkiye Deprem Vakfı'nın hazırladığı  
"Deprem" adlı ...

### [Deprem Oluşumu](#)

Deprem Oluşumu ... Deprem yer  
içinde fay olarak adlandırılan ...

## Şekil 4 - Organik arama sonucu

Ayrıca Google ele alınacak olursa; aranan kelimeye göre lokal sonuçlar gösterilerek size tavsiyelerde bulunabilir, bir toplama işlemi yapılıyor ise şekil 5’de görüleceği gibi hesap makinesi gibi davranarak yapılan işlemin sonucu gösterilebilir, birim dönüştürücü gibi davranarak “1 inç kaç cm” gibi sorularınıza cevap verebilir, şekil 6’da görüleceği gibi takım adı aratarak o takımın maç bilgileri detaylarına ulaşabilir ve film sonuçları gibi bilgilere ulaşabilirsiniz [5].



1 inç = 2,54 cm

[Hesap makinesi hakkında...](#)

## Şekil 5 - Birim dönüştürücü

### [Süper Lig: Galatasaray](#)



[www.galatasaray.org](http://www.galatasaray.org)

18 Oca 20:00: - Kasimpasa S.K.

26 Oca 12:00: - Beşiktaş

## Şekil 6 - Takım sonuçları

### 2.1.4 İlgili Aramalar

Organik arama sonuçlarının en altında, konu ile ilgili en çok arama yapılan diğer anahtar kelimelerin listelenmesidir. Buradaki amaç, kullanıcıların benzer bilgilere de ihtiyacı olabileceklerini düşünerek onlara yardımcı olmaktır.

**restaurant** ile ilgili aramalar

[restaurant rehberi](#)

[restaurant menü örnekleri](#)

[restaurant isimleri](#)

[restaurant malzemeleri](#)

[restaurant işletmeciliği](#)

[restaurant nasıl yazılır](#)

**Şekil 7** - Restaurant ile ilgili aramalar

## 2.2 Page Rank

PageRank, Türkçe'ye "Sayfa Rütbesi" olarak çevrilebilir. PageRank kısaca açıklamak gerekirse; belli faktörler çerçevesinde sayfalara verilen nümerik puanlama algoritmasıdır. Bu puanlar, sayfaların belirtilen arama sorgusu ile alaka düzeyini belirlemede ve sitelerin kalite düzeylerini sıralamada arama motorları tarafından baz alınır.

Google kurucuları Sergey Brin ve Lawrence Page'in 1998 yılında yayınladıkları "PageRank Citation Ranking: Bringing Order to the Web" makalesinde, PageRank bir sitenin link yapıları arasındaki bağlantılara bağlıdır ve içerikle bir bağlantısı yoktur. Bu yapının modellenmesi Markov Model kullanılarak oluşturulmuştur.

Bir sayfanın PageRank değeri, o sayfanın aldığı link sayısı ve o linkler veren sayfaların önemine bağlıdır. Bir sayfa, yüksek PageRank değerine sahip başka bir siteden link almışsa, kendi PageRank değerini yükseltmek için katkıda bulunmuştur.

PageRank algoritmasında link yapılarının kullanılmasının temel nedenini örneklemek gerekirse; Bir X sitesi diğer Y sitesine link verdi ise, Y sitesinden kaynak olarak kullandığı bir içerik olduğunu veya Y sitesinin kullanıcılarına fayda sağlayabileceğini düşünmesidir. Bu şekilde siteler arası link grafikleri oluşturularak algoritmaya katkı sağlanır. Ancak burada X ve Y siteleri arasındaki linklerin birkaç detayına daha bakmak gereklidir:

- Link veren X sitesinin PageRank değeri ne kadar yüksek ise, link alan Y sitesinin PageRank değerine daha fazla katkı sağlar ve artmasına yardımcı olur. PageRank değeri yüksek bir siteden link almak, düşük değerli birkaç siteden link almaktan daha yararlı olabilir.

- Link veren X sitesinin dışarıya verdiği link sayısı ne kadar az ise, link alan Y sitesinin PageRank değerine katkısı o kadar fazla olur. X sitesinin dışarıya verdiği link sayısı arttıkça, linklerinin kalitesi ve önemi de azalacaktır.

Sergey Brin ve Lawrence Page'e göre PageRank şu şekilde hesaplanır:

$T_1...T_n$ , A sayfasına link veren sayfalar olarak kabul edelim.  $d$  parametresi 0 ile 1 arasında değişen ve genellikle 0,85 kabul edilen bir katsayıdır (damping faktör).  $C(A)$  ise A sayfasından dışarı verilen linklerin sayısıdır. Bu durumda  $PR(A)$ , A sayfasının PageRank değerini ifade eder.

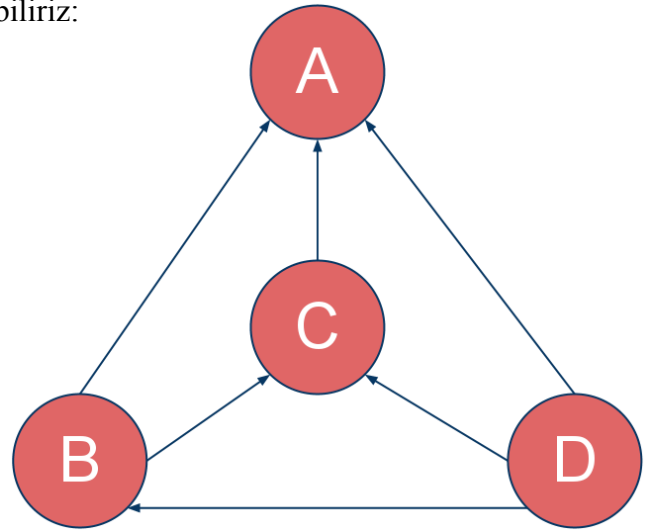
$$PR(A) = (1-d) + d (PR(T1)/C(T1) + ... + PR(Tn)/C(Tn)) - Eşitlik 1$$

A,B,C ve D sitelerinden oluştuğunu ve şekilde gibi link yapısına sahip olduğunu varsaydığımız bir kümede şu şekilde hesaplayabiliriz:

$$PR(A) = \frac{PR(B)}{2} + \frac{PR(C)}{1} + \frac{PR(D)}{3}$$

$$PR(B) = \frac{PR(D)}{3}$$

$$PR(C) = \frac{PR(B)}{2} + \frac{PR(D)}{3}$$



Şekil 8 - Link yapısı

Bu örneği analiz edecek olursak; en çok link'e sahip olan A sitesinin PageRank değeri en yüksek gözükmektedir. A sitesinin PageRank değeri; kendisine link vermiş olan B,C ve D sitelerinin PageRank değerleri ile o sitelerden dışarıya verilmiş linklerin sayısı kullanılarak hesaplanmıştır.



Bu örnekte yer almayan, ancak aynı sayıda link'e sahip farklı siteler olabilir. Burada önemli faktör link sayısından öte, alınan linklerin kalitesidir. Yani başka bir deyişle, dışarıya verdiği link sayısı az olan sitelerden alınan linklerin PageRank'e katkısı daha fazla olacaktır.

Günümüzde PageRank değerini etkileyen, çalışmamın ilerleyen aşamalarında değineceğim pek çok faktör vardır.

### 2.3 TrustRank

Web dünyasının günden güne gelişmesi ve sitelerin artması beraberinde rekabeti de getirmiştir. Arama motorlarından üst sıralarda yer alarak daha fazla ziyaretçi elde etmek isteyen ancak içerik ve kalite bakımından yeterli olmayan pek çok site, yaptıkları farklı yasal olmayan çalışmalar ile PageRank değerlerini yükseltmeye çalışmaktadır. PageRank algoritmasını etkisi bilinen faktörler bakımından yüksek ancak kullanıcılara yararı olmayan, sadece kar amacı güden bu sitelerin artması arama motorlarının sağladığı hizmet kalitesinde de düşüşe yol açmıştır.

Bunu engellemek ve kullanıcıları spam sitelerden önleyebilmek için PageRank algoritması her geçen gün yenilenmekte ve ek olarak TrustRank [2] algoritması kullanılmaktadır. TrustRank, güvenilir siteler ile spam siteleri birbirinden ayırmaya yarayan yarı otomatik bir metot olarak tanımlanmıştır. TrustRank'in çalışma mantığı ise şöyledir:

TrustRank ile uzmanlar tarafından güvenilir olduğu düşünülen siteler işaretlenir ve bu sitelere kök site ismi verilir. Kök sitelerden verilen linkler ile de diğer sitelerin TrustRank değerleri hesaplanarak devam edilir. Örnek ile anlatırsak; kök dizinden verilmiş bir link'in puanı 100 puan değerinde iken, bu 100 puanlık siteden verilen diğer bir link ise 85-90 puan aralığındadır [2].

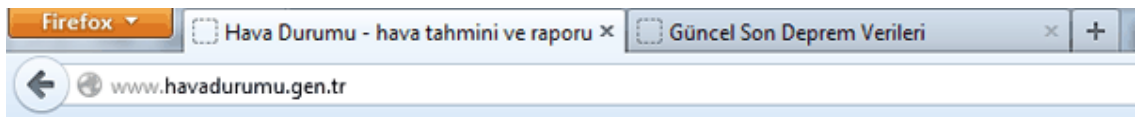
TrustRank'i etkileyen faktörler şu şekilde özetlenebilir:

- **Sayfanın yaşı:** Web dünyasında uzun yıllardır olan ve arama motorlarında yer edinmiş siteler daha güvenli olarak kabul görecektir ve güvenilirliği yeni açılmış bir siteye göre daha yüksek olacaktır.

- **Sayfaya gelen linkler:** Sitenize gelen linkler, sitenizin güvenilirliğini artırma konusundaki en büyük etkidir. TrustRank değerleri yüksek sitelerden link almak ise en önemli faktördür.
- **Gelen linklerin yaşı:** Sitenize gelen linklerin ne kadar süre ile geçerli olduğudur. Örneğin bir A sitesinden B sitesine verilen link 3 aydır, C sitesine verilen link ise 8 aydır yayında ise; aynı siteden link almalarına rağmen C sitesi bu konuda daha öndedir.
- **Sayfadan çıkan linkler:** Sayfadan çıkan linklerin sayısı kadarı, ne tür sitelere link verildiği de oldukça önemlidir. Spam veya içerik ile alakasız sitelere verilen linkler olumsuz yönde etkilemektedir.
- **Alan adının kayıt edilme süresi:** Alınan bir alan adının uzun süreli kaydının yapılması onun spam kategorisinde olmadığı konusundaki ipuçlarından biridir. Spam amaçlı açılan siteler genelde kısa süreli kullanılan ve cezalı konuma düştüğü anda kapatılması planlanan sitelerdir.
- **Dedicated IP:** Sitenize özel IP adresinin olması güvenilirliği artırıcı bir nedendir. Ayrıca genelde aynı Hosting’de bulunan 8-10 site de aynı IP’leri kullanmaktadır. Bu sitelerden bir tanesinin ceza alması durumunda aynı IP’deki diğer sitelerde etkilenecektir. Bu durumlarda da sitenize özel IP adresinin olması bir avantajdır.

## 2.4 Sayfa Başlığı – Title

Sayfa başlığı, arama motorlarına ve site kullanıcılarına sayfanın içeriği ve konusu hakkında bilgi veren önemli bir kısımdır. Sayfa başlığı HTML dokümanının <head> bölümünde <title> kodu içeriği ile tanımlanan bir metin dizesi vardır. Başlık tarayıcı penceresinin başlık çubuğunda ve arama motorlarında sonuç başlığı olarak görünür.



Şekil 9 - Sayfa başlığının browser’da görünümü

Arama motoru optimizasyonunda en önemli faktörlerden biri olmaya devam etmektedir. Arama motoru örümceğinin (crawler), sayfayı incelerken ilk baktığı

öğedir ve arama motoru sıralaması için algoritma da başlıca yeri olan faktörlerden biridir. Ayrıca kullanıcı bir kelime aradığında, listelenen sonuçlarda ilgili sayfaların başlıkları gözüktür. Arama motoru sonuçlarında kullanıcısının ilgisini çeken başlıklar ise tıklama oranını artırmaktadır. Ayrıca bazı dizin hizmeti veren siteler, sayfaları başlıklarına göre listelemektedirler [6].

[Hava Durumu - hava tahmini ve raporu](http://www.havadurumu.gen.tr/)  
[www.havadurumu.gen.tr/](http://www.havadurumu.gen.tr/)  
Günlük hava tahminleri ve hava haberlerini bulabilirsiniz.

### Şekil 10 - Sayfa başlığının Google'da görünümü

Teorik olarak başlık karakter sayısı için bir limit yoktur. Ancak World Wide Web Konsorsiyumunun (W3C) belirttiği referansa göre, başlık karakter sayısının boşluklar dahil 64 veya daha az olması tavsiye edilmektedir [7].

Başlık kullanımında sayfanın içeriğini özetleyen ve çok uzun olmayan bir kelime grubu tercih edilmelidir. Bir site altında bulunan tüm sayfalarda aynı başlık kullanılmamalı ve başlıklar olabildiğince sade olmalı, noktalama işaretlerinden olabildiğince kaçınılmalıdır.

### Örnek Kullanım

```
<head>  
  
<title>İstanbul Hava Durumu</title>  
  
</head>
```

## 2.5 Meta Description - İçerik Tanımı

Meta Description ile sitenizi kısa ama öz bir şekilde özetleyen ve hedef kelimelerinize de içeren bir açıklama cümlesi yerleştirebilirsiniz. Açıklama cümlesi kısa bir paragraf veya bir iki cümleden oluşabilir. İlerde bahsedeceğimiz Google Webmaster Tools'u kullanarak meta açıklama yazınızı analiz edebilirsiniz. Böylece açıklamanızın çok uzun veya kısa olması ya da tekrara düşüp düşmediğiniz

konularında bilgi sahibi olabilirsiniz. Birçok arama motoru sadece ilk 120 karakteri göstermektedir. Bu yüzden kısa ve açıklayıcı olması tavsiye edilir.

### [Deprem Bilgi Bankası](http://www.afet.gen.tr/)

[www.afet.gen.tr/](http://www.afet.gen.tr/)

Deprem hakkında çeşitli öneriler sunan ve deprem ile ilgili bilgiler edinebileceğiniz bir deprem sayfası.

## Şekil 11 - Meta açıklamasının Google'da görünümü

Meta açıklama yazısı, site başlığıyla beraber, sitelerinizin tıklama oranı (TO) artırmak için çok önemlidir. Google arama sonuçların da site başlıkların altında, çoğu zaman sayfaların Meta açıklamalarına yer verir. Böylece kullanıcılar yaptıkları arama sonucunda listelenen siteler hakkında, siteyi ziyaret etmeden önce genel bilgi sahibi olmuş olurlar. Bazı özel durumlarda ise site içerisinden çekilen belirli cümleler açıklama olarak belirebilir. Ayrıca pek çok dizin sitesi, sitenizin açıklaması olarak Meta açıklamasını kullanır.

### Örnek Kullanım

```
<meta name="Description" CONTENT=" Deprem hakkında çeşitli öneriler sunan ve deprem ile ilgili bilgiler edinebileceğiniz bir deprem sayfası.">
```

## 2.6 Meta Keyword – Anahtar Kelimeler

Meta Keyword, yani sayfanızın içeriği hakkında fikir veren anahtar kelimeler sayfanın <head> bölümünde bulunurlar ve arama motoru örümcekleri tarafından kullanılırlar.

Anahtar kelimeler, sayfanızın başlığı ve içeriği ile uyumlu olmalıdır. İçeriğinizde olmayan kelimeleri meta keyword olarak tanımlamanız, sayfanızın sıralamalarda geri plana itilmesine sebep olabilir.

### Örnek Kullanım:

```
<meta name="Keywords" CONTENT="15 günlük hava, hava raporu, hava bülteni, yol durumu, yoldurumu, istanbul canlı kamera">
```

## 2.7 Başlık Etiketleri – Heading Tag

Heading etiketleri, bir sayfadaki hiyerarşik başlık yapısını ifade eden etiketlerdir. Bu hiyerarşi ile başlıkların önemi, büyükten küçüğe listelenir ve başlık içerisinde geçen kelimelerin SEO'daki yeri büyük önem taşır.

Sayfalardaki başlık yapısı, kâğıtlarda olduğu gibi o içeriğin ilk bakışta ana hatlarının ortaya çıkmasında en önemli faktördür. İçeriğin ana ve alt başlıklarını açık bir şekilde görebilmek kullanıcılar sayfaya girdiği zaman onlara yardımcı olacaktır [8]. Şekil 12'de görüleceği gibi toplamda altı adet heading etiketi vardır. Etiketlerin hiyerarşik düzene uygun olarak kullanılması tavsiye edilmektedir. Yani h1 etiketinden sonra h2 etiketi kullanılmalıdır. Bir sayfada bir adet h1 etiketi idealdir.

**<h1>Gökhan</h1>**

**<h2>Gökhan</h2>**

**<h3>Gökhan</h3>**

**<h4>Gökhan</h4>**

**<h5>Gökhan</h5>**

**<h6>Gökhan</h6>**

**Şekil 12 - Başlık Etiketleri Gösterimi**

Başlık etiketleri SEO için ve kullanıcının hayatını kolaylaştırmada artı birer değer olsa da, etiketlerin yanlış kullanımı gibi durumların negatif olarak etkisi olmayacaktır [9].

### **Örnek Kullanım:**

**<h1>Başlık 1</h1>**

**<h2> Başlık 2 </h2>**

**<h3> Başlık 3 </h3>**

**<h4> Başlık 4 </h4>**

<h5> Başlık 5 </h5>

<h6> Başlık 6 </h6>

## 2.8 Resim Etiketleri

Sayfada bulunan içeriğin görsel ile desteklenmesi kullanıcı açısından anlamlıdır. Kullanıcılar mouse ile resmin üzerine geldiğinde, Şekil 13’de görüleceği gibi resim açıklaması belirir ve onlara resim hakkında fikir verir. Ayrıca düşük bağlantı hızlarında resimlerin açılmadığı durumlarda, açıklama yazıları kullanıcılar için daha önem taşır.

Arama motorları açısından da resim yazıları önemlidir. Arama motorları resimleri okuyamayacağı için, resim etiketlerini ve resim dosyalarının isimlerini tarar. O yüzden resimlerde açıklama etiketinin olması fayda verir. Ayrıca ‘‘Google Grsel Arama’’ sonuçlarında da bu etiketin önemi büyüktür.

O yüzden sitenize eklediğiniz resimlerin dosya isminin ve etiketinin düzenli ve açıklayıcı olmasına dikkat etmeniz tavsiye edilmektedir [8].



Şekil 13 - Resim Etiketi

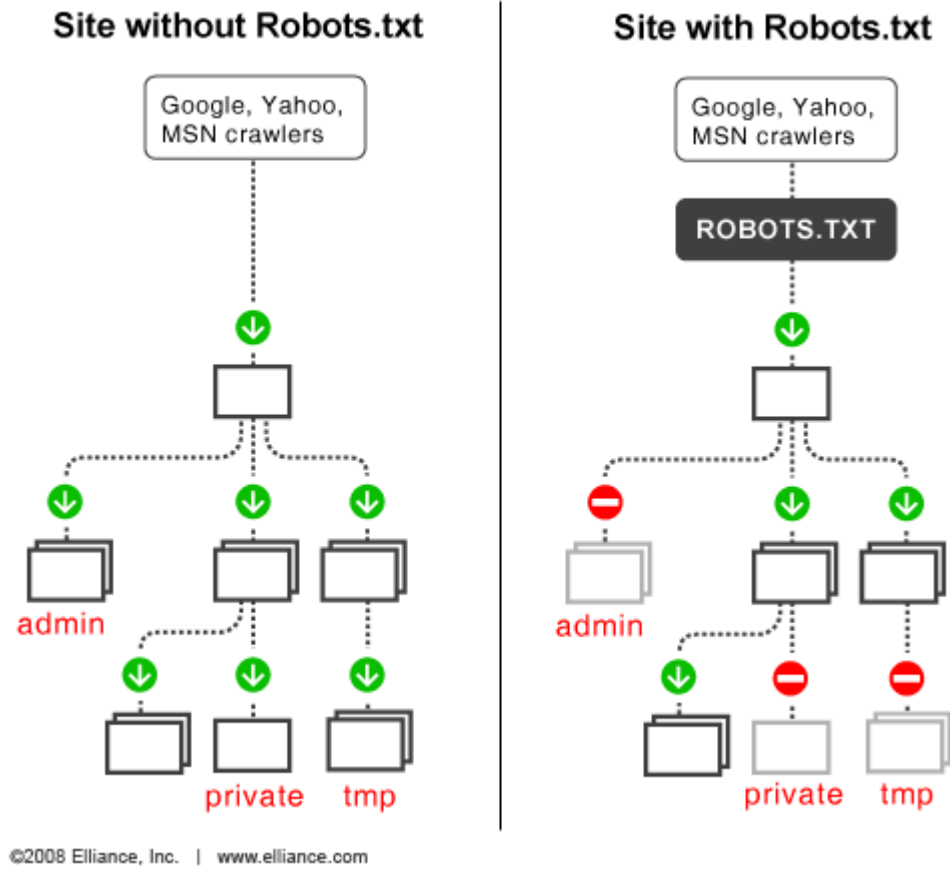
### rnek Kullanım:

```
<img src='matt-cutts.jpg' alt='Matt Cutts'>
```

## 2.9 Robots.txt

Sitenizi taramak üzere gelen arama motoru örümceği sitenizin sayfalarına erişmeden önce robot.txt dosyası olup olmadığını kontrol eder.

Robots.txt'i olan bir site ile olmayan bir site karşısında arama motoru örümceklerinin nasıl davrandığı aşağıdaki grafikte örneklendirilmiştir. Bu örneğe göre, robots.txt dosyası olmayan bir siteye gelen örümcek, site altındaki tüm dosya ve klasörleri indekslemek üzere tarar. Ancak eğer örümceğin geldiği sitede bir robots.txt dosyası var ise, onun yönlendirdiği şekilde taramaya devam eder ve istenmeyen dosya ve klasörleri taramaz.



Şekil 14 - Robots.txt ve örümceklerin davranışı [10]

En basit haliyle bir robots.txt dosyası iki kuralı kullanır:

- User-agent: aşağıdaki kuralın geçerli olduğu robot
- Disallow: engellemek istediğiniz URL

Bu iki satır, dosyada tek bir giriş sayılır. İstedığınız kadar çok giriş ekleyebilirsiniz. Tek girişe birden çok Disallow satırı ve birden çok user-agent ekleyebilirsiniz. [11]

Örnek 1:

User-agent: \*

Disallow:

Örnek 1 yorumlanacak olursa, ilk kod girişinde herhangi bir robot ismi belirtilmemiş, \* işareti kullanılmıştır. Bunun anlamı sitenizi taramak üzere gelen tüm robotlara izin verdiğiniz, hiçbirini engellemek istemediğinizdir. Ayrıca engellenmek istenen URL kısmı da boş bırakıldığı için, sitenize gelen tüm robotlar sitenizin tamamını tarayacaktır.

Örnek 2:

User-Agent: Googlebot

Disallow: /klasor2/

Disallow: /wp-admin/

Disallow: /private/

Örnek 2, sitenize gelen Googlebot'un, belirttiğiniz klasörler olan klasor2, wp-admin ve private klasörleri ve içindeki dosyaları taramasını ve indekslemesini istemediğinizi belirtmiş oldunuz. Bu belirtilen dosyalar haricindeki sitede yer alan tüm içerik taranmaya devam edecektir.

Örnek 3:

User-Agent: \*

Allow: /klasor2/sayfa1.html

Disallow: /klasor2/

Her ne kadar arama motorları tarafından taranmasını istemeyeceğiniz klasörler olabileceği gibi, o klasörlerin içindeki sadece belli dosyaları ayrı tutmak



isteyebilirsiniz. Örnek 3 sayfaya gelen arama motoru örümcekleri klasor2 dizinindeki sayfa1.html dosyası hariç diğer dosyaları taramayacak ve indekslemeyecektir.

## **2.10 Google SEO Araçları**

SEO ile ilgilenen ve sitesini SEO konusunda geliştirmek isteyen kullanıcılar için çok yararlı olan Google araçları mevcuttur.

### **2.10.1 Google Webmaster Tools**

Google Webmaster Aracı, site sahiplerine sitelerini daha iyi kontrol edebilme ve siteleri hakkında detaylı bilgilere ulaşma fırsatı tanımaktadır. Bu araç sayesinde sitenizdeki sorunları tespit edebilir ve arama motoru sonuçlarında sitenizin üst sıralarda yer alması konusundaki performansına yardımcı olabilirsiniz. Google Webmaster Aracı'nın faydalarını şu şekilde özetleyebiliriz: [12]

- Siteniz için robots.txt dosyası oluşturabilir ve analizini gerçekleştirebilirsiniz.
- Sitenize ait istemediğiniz linkleri Disavow ile kaldırabilirsiniz.
- Google Bot'larının sitenizi tararken karşılaştıkları ve rapor ettikleri hataları inceleyebilirsiniz.
- Google tarafından hali hazırda indekslenmiş olan ama indekslenmesini istemediğiniz sayfaları silebilirsiniz.
- Sitenizde kural ihlali gibi durumlar olduğu durumlarda bildirimler alarak bu durumdan haberdar olabilirsiniz.

### **2.10.2 Google Analytics**

Google Analitik bir site için en faydalı olabilecek araçlardan biridir. Google Analitik yardımı ile siteyi ziyaret eden kullanıcıların sayısı, tarayıcı özellikleri, işletim sistemi özellikleri hangi kaynağı kullanarak siteye ulaştıkları hakkında detaylı bilgi alınabilir. Kullanıcıların hangi içerikleri beğendikleri, ortalama ziyaret süreleri, hemen çıkma oranları gibi pek çok bilgiye erişim sağlanarak; sayfanın kullanıcı odaklı olarak geliştirilmesinin sağlanmasına yardımcı olur.

### **2.10.3 Google Adwords**

Yeni hayata geçirilen bir sitenin Google organik arama sonuçlarında yer etmesi belli bir süre almaktadır. Google'ın reklam programı olan Adwords sayesinde Google sonuç sayfalarına ve Adwords kullanıcı 3. şahıs sitelere reklam verebilirsiniz. Bu sayede yeni açılmış bir siteye ilk kullanıcıları çekebilir ve sitenizin ilk etkileşimlerini başlatabilirsiniz.

Adwords'ün içerisinde bulunan “Anahtar Kelime Aracı” ile bir kelimeye ait aylık bazda arama hacimlerini görebilir, girdiğiniz anahtar kelimeye benzer diğer kelime gruplarını görerek onları da kampanyalarınıza dahil edebilirsiniz.

### **2.10.4 Google Trends**

Google Trends, 2004'den başlayarak seçebileceğiniz zaman dilimleri arasında belirteceğiniz kelimelere ait arama istatistiklerini gösteren bir araçtır.

Google Trends ile bir veya birden çok kelime yazılarak bunlar arasında arama hacmi karşılaştırılması yaptırılabilir. Ayrıca sadece belirlenen ülkeeler seçilerek o ülkelerdeki arama sonuçları da incelenebilmektedir. Bu incelemeler sayesinde siteye gelebilecek yaklaşık ziyaretçi tahmini de yapılabilir.

### 3. SEO TEKNİKLERİNE YENİLİKÇİ BAKIŞ

Bu bölümde Google'ın Panda ve Penguen algoritma güncellemelerini inceleyecek ve bu güncellemelerin yorumlanmasıyla ortaya çıkan ve SEO'ya etkileri olduğu düşünülen etkenlerden bahsedeceğim.

#### 3.1 Google Panda Algoritması Güncellemesi

Google piyasada lider konumda olduğu arama motoru hizmetindeki liderliğini koruyabilmek ve kullanıcılarına verdiği hizmetin kalitesini koruyabilmek amacıyla yeni algoritmalar geliştirmeye devam ediyor. Google, 24 Şubat 2011 tarihinde yayınladığı ve günümüzde halen güncellemeleri devam eden algoritmaya Panda adını verdi ve bu algoritma ile sıralama ölçülerinde bazı değişikliklere gitti. Öncelikle İngilizce içeriklerde uygulanmaya başlayan bu algoritma zamanla diğer ülkelerde de uygulanmaya başlandı ve bu ülkelerin arasına Türkiye de katıldı. Algoritmanın devreye girmesiyle birlikte sıralamada gözle görülür değişiklikler olmaya başladı ve dolayısıyla internet üzerinden kazanç sağlayan pek çok kişi etkilenir konuma geldi.

Peki, Google'ın Panda algoritması ile web dünyasında neler değişti de bu kadar etkilenmeler ve dalgalanmalar meydana geldi? Aslında tam da Google'ın istediği gibi, algoritma hala tam olarak anlaşılabilmiş değil. Ancak verilen belli ipuçları sayesinde öne çıkan bazı kriterler var.

Öncelikle bu algoritmanın temel noktası özgün içeriktir. Google bu yeni algoritması ile kopya içerikleri ayıklamayı ve özgün içerik sahibi siteleri ön plana çıkararak, arama yapan kullanıcıları daha yararlı sitelere yönlendirmeyi hedefliyor. Panda Algoritması orijinal içeriğe sahip siteleri korumayı ve onları kopyalarından ayırarak ön plana çıkarmayı hedeflemektedir. Panda algoritmasının hayata geçmesiyle birlikte kopya içerikli siteler Google sıralamasında yavaş yavaş değer kaybederek arka plana atıldılar.

Google'ın resmi blog'undan paylaşılan bilgilerde sürekli olarak "Sayfaları kullanıcılar için tasarlayın, arama motorları için değil!" [13] konusu üzerinde vurguda bulunulur.

Ve Panda algoritması ile bu paylaşımı destekleyici bir ipucu ortaya çıkmaktadır; hemen çıkış oranının azaltılması. Yani hemen çıkış oranının azaltılması, sitede geçirilen sürenin artırılması anlamına da geliyor olarak yorumlanabilir ki bu da özgün içerik tezi ile bağdaşmaktadır. Özgün ve kullanıcıya yararlı bir sayfa da geçirilen zaman daha uzun olacaktır. Ayrıca site de tekrarlayan içeriklerin olmaması da önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Aynı içeriğin farklı sayfalarda farklı başlık ve anahtar kelimeler ile kullanılması sayfanın özgünlüğü konusunda soru işaretlerine yol açacaktır [14] [15].

İleriki bölümlerde ayrıntılı inceleyeceğimiz “Kod Yapısı” faktörü de algoritma ile ön plana çıkan faktörler arasındadır. Sitelerin kod yapısının W3C standartlarında olmasının yanı sıra; iPhone, iPad gibi mobil cihazlara uyumlu olması da özgünlüğüne katkıda bulunmaktadır.

### **3.2 Google Penguen Algoritması Güncellemesi**

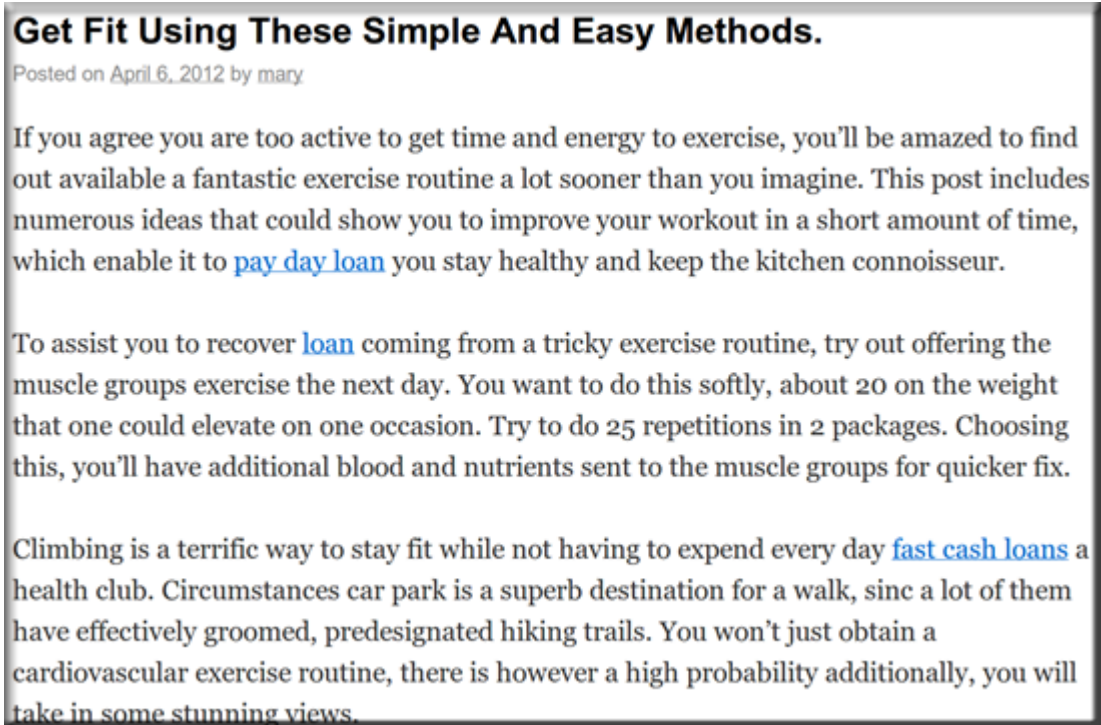
Google, 25 Nisan 2012 tarihinde tüm dünyada aynı yayına aldığı Penguen güncellemesi ile “webspam” ile daha etkin mücadele edebilmek ve Google kullanıcılarına yararlı olmaktan çok yasal olmayan çalışmalarla üst sıralar yükselmiş ve arama kalite standartlarına uymayan sitelerin artık daha etkin olarak cezalandırılacağını açıkladı. Penguen algoritması ile her dilde etkilenmelerin farklı olacağı belirtildi. Ve örnek olarak İngilizce dilindeki arama sonuçlarının %3.1 gibi bir miktarının; Almanca, Çince ve Arapça gibi dillerde %3'lük bir kesimin etkileneceğini ama Polonya (google.pl) aramalarında ise %5'lik bir kesimin etkileneceği ve bunun en yüksek etkilenme oranı olacağı verileri paylaşıldı [16].

Ancak güncellenmenin arama sonuçlarını etkilemeye başlamasıyla geçen süreçte gelen tepkiler ile bu miktarın çok üstünde bir etkilenmenin olduğu görülmüştür.

Penguen güncellemesi ile ön plana çıkan hususları özetlemek gerekirse;

- Sayfanın içeriğinde yer almayan, aldatıcı anahtar kelimelere sitenizde yer verilmemelidir.
- Gizli bağlantılar veya gizli metinler kullanılmamalıdır. Sayfada yer alan bir içeriğin içinde, o içerik ile alakasız linkler yer almamalıdır.

- Sitenizin PageRank değerini ve Google aramalarındaki sıralamasını artırmak amaçlı kurulan link gruplarına katılmamalıdır.
- Google aramalardaki sıralamanızı öğrenmek için hazırlanan program ve hizmetlerden yararlanılmamalıdır. Çünkü bu hizmetler Google'a otomatik sorgular gönderir ki Google otomatik sorgular gönderilmesi konusunu yasal olmayan ve ceza verilmesi gereken konular arasında olduğunu belirtmiştir.
- Alınacak linklere dikkat edilmelidir. Yararı olur düşüncesiyle içeriğinizle alakası pek çok siteden link almak, sayfanızı şüpheli konuma düşürecektir. Sayfa içeriğiyle paralel içerikte olan sitelerden link almak gerekliliği unutulmamalıdır. Pek çok siteye sahte yorumlar yazmak suretiyle sahte linkler kazanılmaya çalışılmamalıdır.
- Alınan linkler tek bir anahtar kelime odaklı olmamalıdır. Bu tür durumlar özel bir çalışma kapsamında linklerin alındığı gibi bir şüpheye yol açacaktır.
- Ve son olarak sayfa sıralamasını yükseltmek adına algoritmalar düşünerek sayfa içeriği oluşturulmamalı, kullanıcılar ön plana çıkarılmalıdır [17] [18].



Şekil 15 - İçerik ile alakasız linkler [16]

### 3.3 Sitede Kalma Süresi

Google Panda ve Penguen güncellemeleri ile SEO dünyasında büyük değişimler yaşandı. Bu değişimlerden biri de daha önceleri de etkisinin büyük olduğu düşünülen, sitenin kullanıcı gözünde beğenildiğinin bir göstergesi olan “sitede kalma süresi”dir. Sitede kalma süresinin belirli bir düzeyde olması Google açısından o sayfanın kullanıcı yararına bir site olup olmadığının ve içeriğinin kalitesinin bir sorgulamasıdır. Ayrıca belirli anahtar kelimelerden sayfanıza gelen kullanıcıların hemen çıkma oranı yüksek ise, o anahtar kelime ile siteniz arasında gerçekten içerik olarak ilişki olmadığı ve bir aldatmaca olduğu şüphesi belirebilir. Google’ın hemen çıkma oranı hakkındaki tavsiyelerinden ve kullanıcı odaklı düşünülmesi uyarılarından yola çıkılırsa sitede kalma süresinin SEO için önemli faktörlerden biri olduğu anlaşılabilir [19].

- Kullanıcıyı aldatıcı başlıklar kullanılmamalıdır. Çünkü böylesi durumlarda, arama motorundan başlığı bularak gelen bir kullanıcı içeriğin aradığı anahtar kelime ile alakasız olduğunu görünce siteden hemen çıkacaktır.
- İçerikler resim ve videolar ile zenginleştirilmelidir. Kullanıcılarınız için metin içerik kadar görselliğinde önemi büyüktür. Ayrıca içeriklerinizde yer alacak videolar, sitede kalma süresini artırmada olumlu katkıda bulunacaktır.
- Kullanıcılarınızın sitenizde hangi sayfalarda ne kadar vakit geçirdiği analiz edilmelidir.

#### 3.3.1 Sitede Kalma Süresi Analizi

Sitede kalma sürelerinize ait analiz ve ölçümler Google Analytics aracı kullanılarak yapılabilir. Yüksek hemen çıkma oranı olan sayfalarda farklı düzenlemeler yapılarak bu oran düşürülebilir. Ayrıca ilgili sayfaların ziyaretçi kaynaklarının hangi siteler olduğunu ve hangi anahtar kelimeler kullanılarak sayfalara ulaşıldığı bilgileri optimize etmede en faydalı yöntemlerdir.

- 1- Günlük bazda ortalama ziyaret sürelerinizi kontrol edin. Keskin bir düşüş olduğunu gözlemlediğiniz bir gün var ise o gün özelinde analizinizi derinleştirebilirsiniz. Google Analytics aracından, “Açılış Sayfaları” sekmesinden ulaşabilirsiniz.



**Şekil 16 - Ortalama Ziyaret Süreleri Grafik ve Oranları**

- 2- Sayfalar bazında kaynak, ziyaret süresi ve hemen çıkma oranlarını gözlemleyin. Böylece hangi kaynaktan, hangi içeriğe geldiği ve ortalama ne kadar bir süre geçirildiği bilgilerine ulaşabilirsiniz. Ayrıca isterseniz anahtar kelime bazlı olarak listeleme yaparak, hangi anahtar kelimelerde hemen çıkma oranlarının yüksek olduğunu tespit edebilirsiniz.





Sayfanın <head> bölümüne

```
<script type="text/javascript">
```

```
var _gaq = _gaq || [];
```

```
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-1308623-5']);
```

```
_gaq.push(['_trackPageLoadTime']);
```

```
_gaq.push(['_trackPageview']);
```

```
(function() {
```

```
var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
```

```
ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') +  
'google-analytics.com/ga.js';
```

```
var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga,  
s);
```

```
})();
```

```
</script>
```

Sayfanın en alt bölümüne

```
<script src="/ga.js" type="text/javascript"></script>
```

```
<script type="text/javascript">
```

```
_ga.trackSocial(null,null);
```

```
$(".out_link").click(function(){
```

```
_gaq.push(['_trackEvent', 'HariciLink', $(".out_link").attr('href'), 'AnaSayfa']);
```

```
});
```

```
</script>
```

### 3.4 Kod Yapısı

World Wide Consortium (W3C) tarafından sitelerin bu konsorsiyuma üye tüm tarayıcılarda sorunsuz görüntülenebilmesi için kod yazılım standartları konulmuştur. Bu standartlara dahil olabilmek için ise sayfalarda XHTML ve CSS kodlamalarının hatasız yapılmış olması gereklidir.

Arama motoru örümcekleri sayfalarda gezinirken kullanıcılar gibi önyüzde değil, kaynak kodlarında gezinmektedir. Kodları W3C standartlarında olan bir site pek çok tarayıcı da düzgün bir şekilde görüntülenebileceğinden, Google’da arama yaparak ilgili siteye giden kullanıcıya da daha iyi hizmet verebilecektir. Ayrıca sitelerin cep telefonu, iPad, iPhone ve diğer tablet cihazlara uyumlu hale getirilmesi de internet dünyasının gelişime dikkate alınırsa önemli bir faktör haline dönüşebilecektir.

W3C standartları kapsamında “Doğrulayıcı” hizmetleri verilerek kullanıcılara sayfalarını analiz etme ve hatalarını görme fırsatları verilmektedir. Bu doğrulayıcı araçlarını kullanarak isterseniz direk site adresini girerek inceleme yapabileceğiniz gibi isterseniz de dosya yükleyerek veya belirli bir kod parçasını girerek de inceleme yapabilirsiniz.

W3C® Unicorn - W3C'un Birleştirilmiş Doğrulayıcısı  
Web'in kalitesini yükseltin

Tüm-bağlantı ile Dosya yüklemesi ile Doğrudan girdi ile

Bir görev seçiniz

Görev: Genel Uygunluk Denetlemesi Mobil kullanıcı dostluğunu denetler

Tüm-bağlantı ile Genel Uygunluk Denetlemesi

Denetlenmes CSS Biçim Doğrulaması

Adres: MobileOK Denetleyicisi

Besleme Doğrulayıcısı

Özel görev

Denetle

Şekil 18 - W3C Doğrulayıcı

### **3.5 Site Wide Link Kullanımı**

Site Wide Link, her sayfada görünen link anlamına gelmektedir. SEO açısından en önemli faktörlerin başında gelen link edinimi webmaster'ları yeni arayışlara iterek, sayfaların altında sabit bir şekilde linkler edinmek hızla popüler hale gelmiştir. Özellikle son yıllarda pek çok sitenin alt yapı olarak kullandığı Wordpress gibi yapılarda, sayfaların “footer” diye adlandırılan en alt kısımlarına eklenen linkler sitenin tüm alt sayfalarında görüntülenmektedir. Böylece bir site altında pek çok sayfadan link alınmış ve link sayısı çok hızlı bir şekilde arttırılmış olmaktadır.

Ancak Google yaptığı son güncellemeler ile Site Wide Link kullanımının zararları olabileceğini belirtmiştir. Çünkü bir site altında tüm sayfalarda gösterilen link, pek çok sayfadaki içerik ile alakasız bir yapıda olacaktır ve bu da “spam link” hissi uyandıracaktır. Bu sebepten bu tür kullanımların negatif etkisi olacaktır [20].

### **3.6 İçerikle Örtüşmeyen Linklerin Engellenmesi**

Penguen güncellemesi ile ön plana çıkan faktörlerden biri de sayfanızın içeriğine paralel sitelerden link almaktır. Yararı olur düşüncesiyle içeriğinizle alakası pek çok siteden link almak, sayfanızı şüpheli konuma düşürecektir.

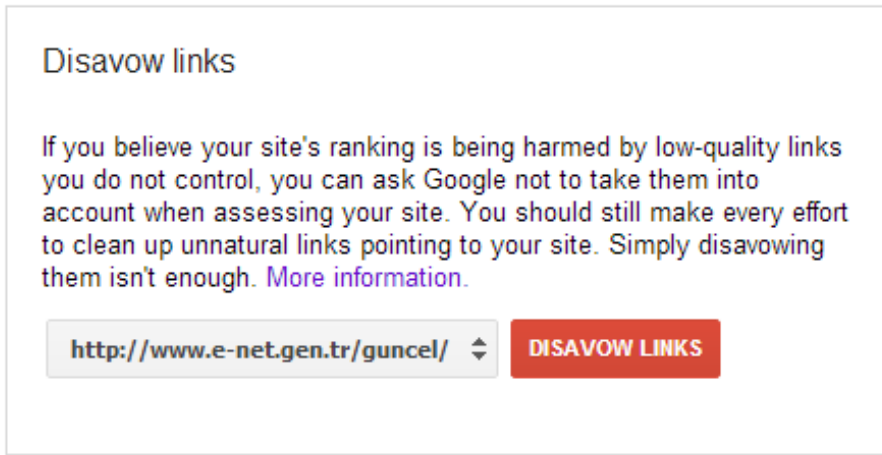
Bu nedenle daha önce sitenizin linkinin yer aldığı ama Penguen güncellemesi ile yarardan çok zarar getirecek bu linklerin engellenmesi gereklidir. Ayrıca farklı rakip sitelerden gelebilecek kötü niyetli müdahaleler ile sitenize içeriğinizle alakasız pek çok link sağlanarak ceza almanız sağlanabilir. İlgili sitelere müdahale edilerek linkler kaldırılamayacağı için “Google Disavow” aracını kullanarak geçmiş linkleri engellenebilmektedir.

#### **3.6.1 Google Disavow**

Yukarıda da bahsettiğimiz gibi sitenize geçmişte eklediğiniz veya rakipleriniz tarafından eklenen kötü niyetli linkleri Google Disavow aracılığı ile engelleyebilirsiniz.

Bu tür linkler potansiyel bir ceza tehlikesi oluştursa da her zaman her site için bu kuralın geçerli olacağı düşünülmemelidir. Google’da uzun süredir yerini koruyan siteler veya yüksek ziyaretçi potansiyeline ve dolayısıyla sosyal medya gibi pek çok alanda doğal linkleri çok olan siteler bu gibi durumlardan genellikle pek etkilenmezler. Ancak orta düzey ve yeni açılan siteler risk altındadır.

“Spam içeren veya düşük kaliteli bağlantıları Web'den kaldırmak için elinizden geleni yaptıysanız ancak bir noktadan sonra artık bağlantıları kaldırma konusunda daha fazla ilerleyemiyorsanız, geri kalan bağlantıları reddedebilirsiniz. Başka bir deyişle, Google'dan sitenizi değerlendirirken bazı bağlantıları dikkate almamasını isteyebilirsiniz.” [21]



**Şekil 19** - Sitenize ait bağlantıları yükleme

Öncelikle, şekil 20’de görülebilecek olan “bu tabloyu indirin” bağlantısı takip edilerek sitenize verilen bağlantıların listesini indirmeniz ve incelemeniz gerekmektedir. Excel formatında indirebileceğiniz bu doküman da sadece engellemek istediğiniz bağlantıları ayırarak farklı bir dosya oluşturmalısınız. Oluşturduğunuz bu yeni dosyayı şekil 21’de olduğu gibi Google’a yükleyerek işleminizi tamamlayabilirsiniz.

▼ Trafik [Ön İzleme » Tüm alanlar](#)  
Arama Sorguları Sitenizdeki sayfalara en çok bağlantı içeren ilk 15 alan.  
**Sitenize Bağlantılar** [Bu tabloyu indirin](#) [Daha fazla örnek bağlantı indir](#) [Son bağlantıları indir](#)  
Dahili Bağlantılar

**Şekil 20 - Bağlantıları reddetme**

### Disavow Links

This is an advanced feature and should only be used with caution. If used incorrectly, this feature can potentially harm your site's performance in Google's search results. We recommend that you only disavow backlinks if you believe you have a considerable number of spammy, artificial, or low-quality links pointing to your site, and if you are confident that the links are causing issues for you.

Upload a file containing **only** the links you want to disavow.

[Choose File](#)

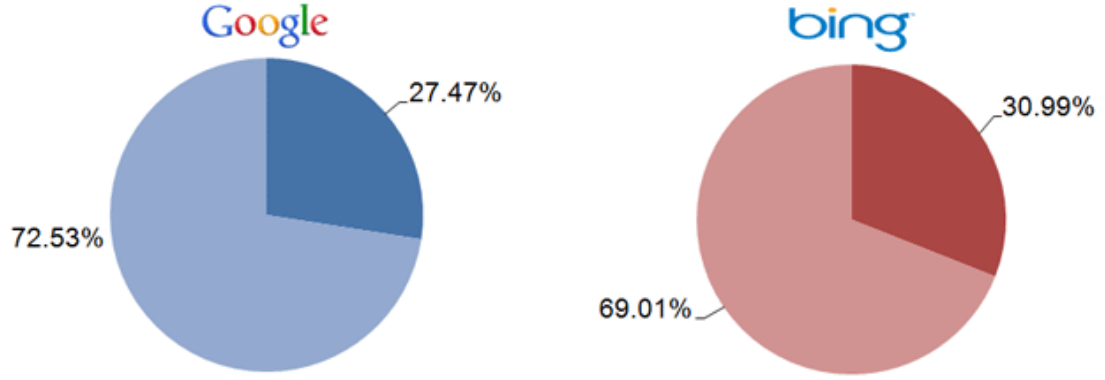
[Submit](#) [Done](#)

**Şekil 21 - Engellemek istenen bağlantıların yüklenmesi**

### 3.7 Alan adının SEO'ya etkisi

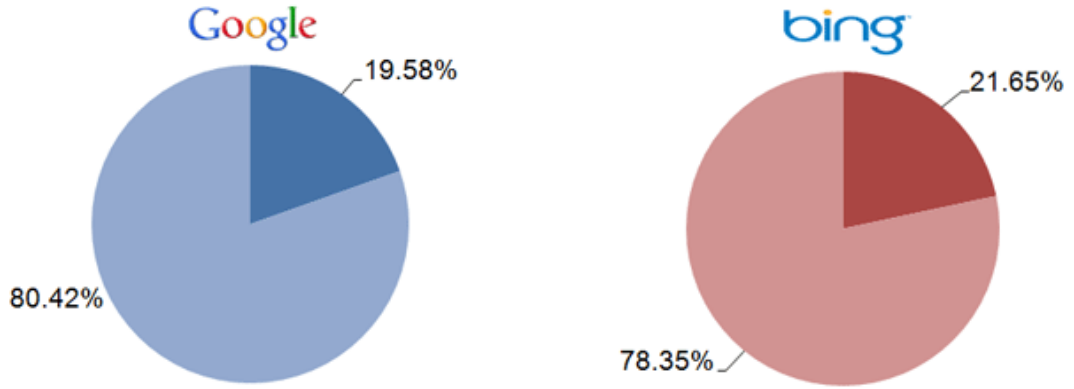
Alan adının SEO'ya etkisinin yüksek olduğu ve o yüzden de anahtar kelime odaklı bir alan adı seçilmesi gerekliliği hep vurgulanmaktadır.

SeoMoz tarafından yapılan bir araştırmaya göre, aranan kelime ile tam olarak eşleşen alan adlarının arama sonuçlarında çıkma oranı Google için %27,47 iken Bing için %30,99 oranındadır.



Şekil 22 - Aranan kelime ve alan adı eşleşmesi [22]

Biraz daha spesifik bakılır ve sadece “.com” uzantılı alan adları baz alındığı durumda ise oranlar Google için %19,58 Bing için ise %21,65’dir. [22]



Şekil 23 - Aranan kelime ve .com alan adları eşleşmesi [22]

Google Arama Kalitesi ve Webspam ekibinin başında bulunan Matt Cutts Pubcon konferansında bu konuya değinmiştir. Tam eşleşen alan adlarının Google aramalarında üst sıralarda yer alma oranının yüksek olduğunu kabul etmiş fakat spam amaçlı olarak alınan alan adlarının da elendiğini eklemiştir. Yani hemen-cicek-siparis-sitesi-istanbul.com gibi alan adlarının ayrıştırıldığını açıklamıştır [23].

Alan adının SEO’ya etkisinin yanı sıra; kullanıcının güvenini kazanma, hafızada kolay kalacağı için hatırlanarak sitenin tekrar tekrar ziyaret edilmesi gibi pek çok artışı vardır.

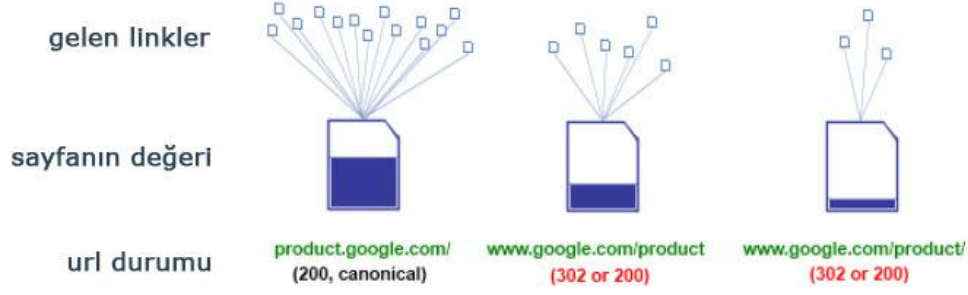
### 3.8 Canonical Yönlendirmeler

Sitelerin altında içeriği aynı olan fakat birkaç farklı adres altından ulaşılabilen içerikler mevcut olabilir. Bu durumda bu içerikler tekrar eden içerik olarak değerlendirileceği için “Canonical Yönlendirme” çözümü tavsiye edilmektedir.

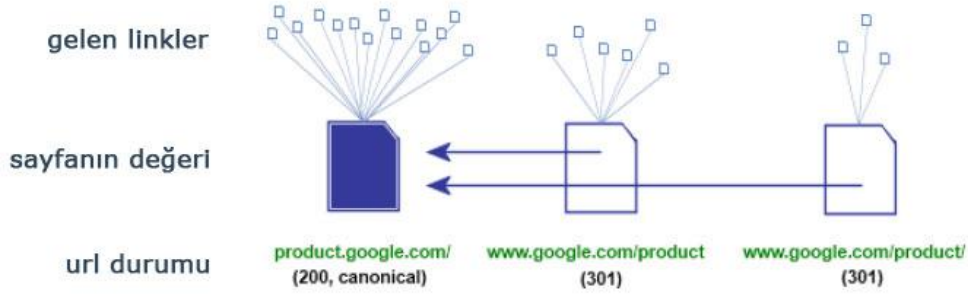
Bir site içerisinde ürünlerin alfabetik olarak listelendiği ve ürünlerin fiyatlarına göre listelendiği iki sayfa olabilir. Aslında bu iki sayfa içerik olarak tamamen aynıdır. Google bunların aynı içerikte sayfalar olduğunu bilerek sadece bir tanesini göstermek ister. Bu yüzden tekrar eden dokümanların HTML kodlarında <head> bölümüne canonical yönlendirme linki eklenmelidir [24] [25].

```
<link rel="canonical" href="http://www.example.com/article?story=abc&page=2"/>
```

Ayrıca aynı link gibi görünen ama aslında Google tarafından farklı birer link olarak algılanan durumlarda da yönlendirme yapılmalıdır. Örnek olarak, product.google.com, www.google.com/product ve www.google.com/product/ adresleri aynı gibi görünse de 3 farklı link olarak algılanmaktadır [8].



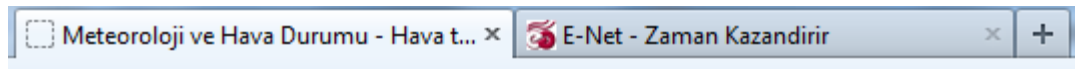
## değişikliklerden sonra



Şekil 24 - Yönlendirmeler ve linkler

### 3.9 Favicon Kullanımı

Sitenizin küçük logo veya ambleminin tarayıcıda gözüküyor olması, sitenizi diğerlerinden bir adım öne taşıyan bir faktör olacak ve sitenizin kalitesini kullanıcı gözünde artırıyor olacaktır.



Şekil 25 - Örnek favicon kullanımı

Google tarafından verilen ipuçları göz önüne alındığında sitelerin kullanıcıya yönelik olması gerektiğinin ısrarla vurgulandığı görülür. İşte bu noktada siteye olan katkısı ile “favicon” kullanımının SEO açısından önem siteye artı puan kazandırdığı düşünülmektedir.



### 3.10 Breadcrumb yapısı

Breadcrumb, Türkçe de “Ekmek Kırıntısı” anlamına gelen, sitelerde navigasyon link yapısı kullanılması anlamına gelmektedir. Örneğin, kategori > videolar > reklamlar gibi bir link yapısına Breadcrumb yani Ekmek Kırıntısı denir. Link yapısı bu şekilde kurulduğu takdirde kullanıcılara hangi kategorilerden yollarına devam ettiklerini görme, diledikleri durumda buldukları sayfadan geriye doğru kolaylıkla gidebilmeleri kolaylığı sağlanmış olur.

Mayıs 2012'de 75 site incelenerek yapılan bir araştırmada, breadcrumb linkleri yatay olarak, %5 oranında ise dikey olarak verilmektedir. Aynı araştırmaya göre linkler %65 sağ yönlü ok, %9 dik çizgi (pipe), %8 iki nokta ve %4 oranında ise bölü işaretiyle ayrılmaktadır [26].



Şekil 26 – Sağ yönlü ok Breadcrumb Örneği

Kullanıcıların hayatını kolaylaştıracak bir yapı olan Breadcrumb, Google arama sonuçlarında da kullanılmaya başlanmıştır. Böylece kullanıcılar aradığı içeriğin alt kategorilerini de görerek, ziyaret edecekleri sayfanın gerçekten aradıkları bilgiye ulaşabilecekleri bir sayfa mı olduğu hakkında tahminde bulunabilmektedirler.

[WhatsApp Messenger indir \(iPhone Uygulamaları\)](#)

[iphone.indir.com](#) > [iPhone Uygulamaları](#) > [İnternet](#) > [Sohbet](#)

10 Ağu 2012 – **WhatsApp** Messenger kullanılan en yaygın mobil iletişim araçlarından biridir.

Şekil 27 - Google aramalarında Breadcrumb

### **3.11 Verilen link sonradan değişmesi**

Sitenizde kaynak olarak veya farklı şekillerde verdiğiniz linklere ait sayfalardaki içerikler zamanla değişmiş olabilir. Spesifik olarak verdiğiniz linkleri belirli aralıklarla takip ediyor olabilirsiniz ama sürekli takip etmeniz mümkün değildir.

Google yetkilisi Matt Cutts'a konu ile ilgili sorulan bir soruda bu konu şu şekilde özetlenmiştir: Sitenize verdiğiniz linkleri sürekli kontrol edemeyeceğiniz için verdiğiniz linklerin içeriği zamanla değişmiş ve hatta bir porno siteye gidiyor bile olabilir. Sadece birkaç linkte böyle bir hata olurda farketmezseniz sorun oluşturmayacaktır. Çünkü Google genel olarak sitenin tamamını ele alır. Ama bu tür durumların fazlalaşması ve genel amacın kötüye kullanım olduğu izlenimi verildiği durumlarda ilgili siteler cezalı duruma dşebileceklerdir. [27]

### **3.12 Server'ın Bulunduğu lke**

Bir web sitesinin, kullanıcılarına hitap ettiği ülkedeki bir server'da barınıyor olması Google tarafından tavsiye edilmektedir. Google.com.tr gibi ülkeye spesifik Google sonuç sayfaları sıralamalarında IP adresleri önem sırasına etkide bulunmaktadır [28].

### **3.13 Open Graph**

Open Graph protokolü, Facebook'un başlattığı açık kaynak kodlu bir yapıdır. Kullanıcılar siteye "Facebook ile bağlan" seçeneğini kullanarak giriş yaptıklarında, yani Facebook hesaplarını eşleştirdiklerinde; kullanıcıların aktiviteleri Facebook tarafından kayıt altına alınabilecek ve haber akışlarında yayınlanabilecektir [29].

Bu sayede bir sayfaya ait içeriğin sosyal medyada daha fazla paylaşılmasına olanak sağlanacak ve Google Panda ve Penguen güncellemelerinde tavsiye edildiği üzere sayfaların sosyal medya etkileşimini artıracaktır.

#### **3.13.1 rnek Kullanım**

```
<META PROPERTY="og:title" content="indir.com - Bedava program indir"/>
```

```
<META PROPERTY="og:description" content="Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın."/>
```

```
<META PROPERTY="og:type" content="website"/>
```

```
<META PROPERTY="og:url" content=""/>
```

```
<META PROPERTY="og:image" content="http://www.indir.com/img/media/indir-logo-kare.png"/>
```

### 3.14 Twitter Card

Twitter'ın web ara yüzündeki güncellemeler sonrasında kullanıma sunulan Twitter Card ile, bir siteye ait içerik tweet'lendiği zaman, o tweet'e geniş olarak bakıldığında ilgili içeriğe ait başlık, resim, ön izleme, özet veya video görüntülenebilecektir [30].

Bu uygulama sayesinde sitelerin sosyal medya etkileşimi artmakta, ve kullanıcılar arasında site daha hızlı bir şekilde yaygınlaşabilmektedir.



Şekil 28 - Twitter Card görünümü

#### 3.14.1 Örnek Kullanım

```
<META name="twitter:card" content="summary">
```

```
<META name="twitter:site" content="@indir_com">
```

```
<META name="twitter:creator" content="@HasanYasar">
```

```
<META name="twitter:url" VALUE="" />
```

```
<META name="twitter:title" VALUE="indir.com - Bedava program indir" />
```

```
<META name="twitter:description" VALUE="Hızlı ve güvenli bir biçimde  
program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone)  
indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın." />
```

```
<META name="twitter:image" VALUE="http://www.indir.com/img/media/indir-  
logo-kare.png" />
```

## 4. UYGULAMA VE ANALİZİ

Yaklaşık 1 yıl önce, Ocak 2012’de “indir.com”u kullanıma açtık. Jenerik bir alan adı olması sebebiyle beklentilerimizin yüksek olduğu bir projeydi. O yüzden SEO konusunda titiz davranarak ilerledim.

Siteye yukarıda incelemesi yaptığın ve açıkladığım SEO teknikleri uygulandı. Ve 1 yıllık gelişimi sonucunda kullanıcı verileri ile gözlemlenerek iyileştirilmeler yapıldı. Bunlarında sonucunda Google sıralamasındaki gelişimi olumlu olarak gelişmeye başladı.

Yukarıda açıkladığım SEO etkenlerini üzerinde titizlikle uyguladığım “indir.com” hizmet vermeye başlamasından 2,5 ay gibi bir süre sonra Google sıralamasında ilk sayfada yer edinmeyi başardı.

Üzerinde çalıştığım pek çok site içerisinden incelemek için “indir.com”un seçmemin en temel sebebi “indir” kelimesinin arama hacminin yüksekliği ve bu kelimedeki rekabetin fazla olmasıdır. İndir kelimesi için Google aramalarında yaklaşık 46.300.000 sonuç bulunmaktadır. “Google Keyword Tool” kullanılarak “indir” kelimesinin aylık arama hacmine bakılacak olursa yaklaşık 55 Milyon civarında olduğu görülecektir [31].

Ayrıca jenerik bir alan adı olmasından dolayı, SEO’ya etkisinin büyük olduğu tahmin edilen “alan adı etkisini” de daha net olarak inceleme fırsatım oldu.

.

### 4.1 Alan Adının Etkisi

Yukarıda detaylarını incelediğimiz ve yapılan araştırmalar doğrultusunda elimde aranan kelime ile tam olarak eşleşen alan adlarının arama sonuçlarında çıkma oranı Google için %27,47 bilgisi vardı. Ayrıca “tamindir.com” ve “inndir.com” gibi pek çok benzer alan adı aktif halde hizmet vermeye devam etmekteydi. Bu da sitenin markalaşması ve kullanıcıların Google’da direk “indir.com” gibi arama yapmalarını artırıcı bir sebep oldu.

Google tarafından herhangi bir açıklama ile teyit edilmemiş ve net olarak ispatlanmamış da olsa, Google arama sonuçlarındaki tıklanma yoğunluğunun algoritmaları geliştirmek amacıyla kullanıldığı tahmin ediliyor. Burada da alan adının jenerik ve akılda kalıcı olması kullanıcıya güven duygusu verdiği için, bir üstündeki sonuçtan daha çok tıklanmasını sağlayabilir. Örnekle açıklayacak olursak; Google sonuçlarında “cicek.com” sitesi” hemen-cicek-siparis-sitesi-istanbul.com” gibi bir sitenin altında da yer alsa, daha çok tıklanması olası olduğu için arama sonuçlarında yükselmesi daha hızlı olacaktır.

Ayrıca “indir.com”un jenerik alan adı olmasından dolayı site henüz aktif hale gelmeden pek çok makale ve yazıda yer alan linki vardı. Şöyle ki, makale ve forum gibi alanlarda konular anlatılırken örnek olarak, “bir programı indirmek için indir.com adresine girdiğimizde” diye devam eden cümleler ile sağlanmış linkler bulunmaktaydı. Bu da sıralamalarda yükselmesine sebep olan etkenlerden biri olacaktır.

**Web** Görseller Videolar Uygulamalar Daha fazla ▾ Arama araçları

---

Yaklaşık 46.300.000 sonuç bulundu (0,12 saniye)

[Tam İndir - Oyun, Program ve Teknoloji Sitesi](#)  
[www.tamindir.com/](http://www.tamindir.com/)  
Program, oyun, web ve mobil uygulamaları ücretsiz **indir**. Teknoloji videoları izle, internet haberleri ve ürün inceleme bloglarını oku.  
[Çok İndirilen Programlar - Oyun - Video - Adobe Flash Player](#)

[inindir.com | Türkiye'nin en güvenilir program sitesi](#)  
[www.inindir.com/](http://www.inindir.com/)  
İnternet. Windows Live Messenger Türkçe - Google Chrome - BearShare - Free **Download** Manager. Son Eklenenler. Güncellenen; Yeni Eklenen. DiskMax ...  
[Virüs Koruma/Temizleme - ESET NOD32 Antivirus \(Türkçe\) - Tümünü Göster - Oyun](#)

[indir.com - Bedava program indir](#)  
[www.indir.com/](http://www.indir.com/)  
Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın.  
[Oyun - Tümünü Listele - Antivirüs - Adobe Flash Player](#)

Şekil 29 – Google 09.01.2013 tarihli indir kelimesi arama sonucu

## 4.2 Meta Etiketleri

Sayfa başlığı, açıklama, anahtar kelimeler ve başlık etiketleri gibi detaylara sitenin hayata geçmesi aşamasında dikkat edilen konular arasındaydı.

Başlık olarak hedef kullanıcı kitlesine yönelik olarak “Bedava program indir” başlığını tercih ederken, açıklama yazısı olarak ise “Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın.” gibi bir tanım cümlesini tercih ettim.

Başlık ve açıklama birbiriyle uyumlu ve uzunluklarının da uygun karakter limitleri dahilinde olmasına özen gösterdim. Sayfa içeriklerinde H1,H2 ve H3 etiketlerini düzenli ve sıralı olarak kullanarak sayfanın hiyerarşik bir yapıda olmasını sağladım. Sayfalarda 1 tane H1 etiketi kullanmaya özen gösterdim. İlgili içeriğin başlığını H1 etiketi ile, içeriğe ait ekran görüntüleri ve kullanıcı yorumları ile içeriğe benzer haberler başlığında H2 etiketleri kullandım. İçerikten bağımsız olarak sayfanın alt ve sağ tarafında ekrana gelen son haberler ve editörün seçtikleri başlıkları için ise H3 etiketini kullandım.

Başlık etiketleri örnek kullanım kodları aşağıdaki gibidir.

```
<H1>MSN Messenger Kapanıyor</H1>
```

```
<H2>Benzer Haberler</H2>
```

```
<H2>Ekran Görüntüleri</H2>
```

```
<H2>Kullanıcı Yorumları</H2>
```

```
<H3>Son Haberler</H3>
```

```
<H3>Editörün Seçtikleri</H3>
```

Sayfa ait meta etiketlerinin yer aldığı kodlar ise aşağıdaki gibidir:

```
<META http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
```

```
<TITLE>indir.com - Bedava program indir</TITLE>
```

<META name="description" content="Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın." />

<META name="twitter:card" content="summary">

<META name="twitter:site" content="@indir\_com">

<META name="twitter:creator" content="@HasanYasar">

<META name="twitter:url" VALUE="" />

<META name="twitter:title" VALUE="indir.com - Bedava program indir" />

<META name="twitter:description" VALUE="Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın." />

<META name="twitter:image" VALUE="http://www.indir.com/img/media/indir-logo-kare.png" />

<META PROPERTY="og:title" content="indir.com - Bedava program indir"/>

<META PROPERTY="og:description" content="Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın."/>

<META PROPERTY="og:type" content="website"/>

<META PROPERTY="og:url" content="" />

<META PROPERTY="og:image" content="http://www.indir.com/img/media/indir-logo-kare.png"/>

### **4.3 Robots.txt**

Arama motoru örümceklerine yön verebilmek amacıyla sitede “robots.txt” kullandım. Bu dosyada arama motorları tarafından indekslenmesini istemediğim "editoradmin.php", "yazilim.php", "profil.php", "editor\_profil.php" gibi kullanıcılara yönelik olmayıp, sitenin arka planda işleyişini sağlamak amaçlı kodlanmış bölümleri



"disallow" olarak işaretlerken bunlar haricindeki kalan sitenin tümünün, tüm arama motorları robotlarınca indekslenmesine izin vererek "Allow: /" olarak işaretledim. "Adsbot-Google" ve "Mediapartners-Google" robotlarına ise, AdSense ve Adwords reklamlarında gösterilecek reklamları ve kalite puanlarını analiz edebilmeleri için tüm sayfaları indeksleme yetkisi sağlandı.

Sayfaya ait robots.txt dosyası aşağıdaki gibidir.

User-agent: Mediapartners-Google

Disallow: /\*.swf\$

Allow: /

User-agent: Adsbot-Google

Allow: /

User-agent: \*

Disallow: /indiriliyor.php

Disallow: /arama.php

Disallow: /qr.php

Disallow: /program.php

Disallow: /serve.php

Disallow: /catch.php

Disallow: /g-common2BH.php

Disallow: /haberler.php

Disallow: /profil.php

Disallow: /ara.php

Disallow: /kategori.php

Disallow: /editor\_profil.php

Disallow: /yazilim.php

Disallow: /editoradmin.php

Disallow: /indir.php

Disallow: /kaydet.php

Allow: /

#### **4.4 Server Yerleşkesi**

Site Türkçe bir içeriğe sahip olduğundan ve hedef “Google.com.tr” aramalarında üst sıralarda yer almak olduğu için site Türkiye’deki serverlarda barındırılmaktadır.

Site ait DNS ve IP bilgileri aşağıdaki gibidir.

NS1.IMZA.COM 77.92.139.99

NS2.IMZA.COM 77.92.139.101

#### **4.5 Sayfadan Çıkan Linkler**

Sayfadan link çıkışlarına özen göstererek, kısıtla sayıda tuttum. Sitenin bağlı bulunduğu şirketin resmi sitesi ile sitenin Facebook, Twitter ve Google Plus hesaplarına link verildi. Siteden yüklenen tüm programlar kendi serverımızda barındırıldığı için o noktada da dış bir linke bağımlı olunmayarak avantaj sağlandı.

Ancak iPhone, Android ve Windows gibi mobil platformlar için indirme işlemi resmi sitelerden yapılması gerektiği için, mobil uygulamalarda linklerin ilgili uygulamanın resmi sayfasına yönlendirilmesi sağlandı.

Böylece sayfadan çıkan linkler minimuma indirilerek, sayfanın TrustRank’inin yükselmesi hedeflendi.

## 4.6 Site Yaşı

Sayfanın henüz yeni hizmet vermeye başlamasından ötürü, site yaşı bu projedeki en önemli negatif faktörlerden biri olarak ön plana çıkıyor. Google aramalarını da incelendiği zaman sayfamızın üzerinde bulunan “tamindir.com” ve “indir.com” sitelerinin hizmet verme süreleri çok daha eskiye dayanıyor. İnternet sitelerinin geçmiş zamanlı database’ini tutan “Archive.org” sitesi üzerinden yapılan araştırmaya göre “inindir.com” sitesinin 2002 yılından beri hizmet verdiği, “tamindir.com” sitesinin ise 2004 yılından beri hizmet verdiği görülmektedir.

Ayrıca sitenin aktif hizmet verme süresinin en çok karşımıza çıktığı alan, Google’da “indir.com” aramasının yapıldığı durumlardır. Bu aramalarda doğal olarak sayfamız birinci sırada gelmektedir ancak Google tarafından kullanıcılara şekil 30’da olduğu gibi bir bilgi mesajı çıkarılmaktadır: “Bunu mu demek istediniz? inindir.com”. Bunun sebebi ise, bir yıl öncesine kadar “indir.com”un hizmet vermiyor olması ve kullanıcıların “indir.com” diye arattıktan sonra “inindir.com” sitesine yönlenmesidir. Zamanla bu durumun normale dönmesi beklenmektedir.

Bunu mu demek istediniz? [inindir.com](#)

[indir.com](#) - Bedava program indir

[www.indir.com/](#)

Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın.

[Oyun - Tümünü Listele](#) - [Antivirüs](#) - [Adobe Flash Player](#)

### Şekil 30 - Bilgilendirme yazısı

Ayrıca alan adının TrustRank’ine katkıda bulunması amaçlanarak 5 yıllık kayıt yenilemesi yapılmıştır.

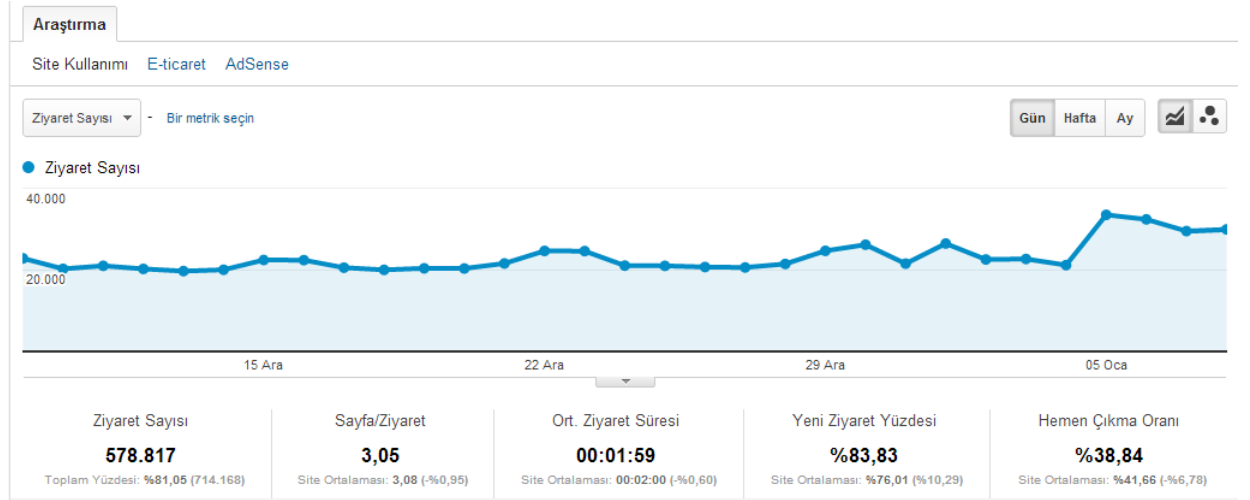
## 4.7 Sitede Kalma Süresi

Projemiz bir program yükleme sitesi olduğu için kullanıcıların istedikleri içeriklere erişerek hızlı bir şekilde işlerini tamamlaması ve bundan dolayı da sitede kalma süresinin az olması beklentiler arasındaydı. Bu noktada ekstra neler yapabiliriz diye düşünerek sitede kalma süresini artırabilecek bir dizi eklemelerde bulunuldu.

Öncelikle yüklenmek istenen program ile ilgili açıklama bilgisini eklendi. Bu içerik bilgisini destekleyici nitelikte program ile ilgili ekran görüntülerine yer verildi. Böylece hem kullanıcılar o program hakkında detaylı bilgiye ulaştırılarak kullanıcı memnuniyetleri artırıldı, hem de sitede kalma süresini artırma yönünde somut adımlar atılmış oldu.

Buna bağlı olarak hemen çıkma oranı düşmesi sağlandı ve “benzer haberler” gibi kısımlar ile kullanıcıların daha fazla sayfayı gezmesi sağlandı.

Aşağıdaki grafikten görülebileceği üzere günlük ziyaretçi sayısı 20 bin civarında ortalama ziyaret süresi ise 2 dakika dolaylarındadır.



Şekil 31 - Ziyaret süresi ve sayısı

Ayrıca kullanıcıların hareketlerini daha iyi izleyebilmek ve ona göre içeriği kullanıcı odaklı optimize edebilmek için siteye giren üyelerin kullanıcı adı, cinsiyeti, gezindikleri içeriklerin adresi gibi bilgileri aşağıdaki kod yardımıyla belirli aralıklarla Google'a aktarmak suretiyle Google Analytics verileri detaylandırılmaktadır.

```
<script type="text/javascript">var tarih_format="MjAxMy0wMS0xMyAyMDowNjovMg==";var _gaq=_gaq||[];_gaq.push(['_setAccount','UA-263945-1'],['_setDomainName','.indir.com']);if($.cookie('kullanici_adi')){var cins=new Array("", "Bay", "Bayan");_gaq.push(['_setCustomVar',1,'Kullanici
```

```
Tipi','Uye',2]);if($.cookie('uye_bilgi')){_gaq.push(['_setCustomVar',2,'Cinsiyet',cins[
$.cookie("uye_bilgi").split("-
")][1]],2),['_setCustomVar',3,'Yas',$.cookie("uye_bilgi").split("-
")[0],2]);} }else{_gaq.push(['_setCustomVar',1,'Kullanici Tipi','Ziyaretci',2]);}
_gaq.push(['_setSiteSpeedSampleRate',2],['_trackPageview'],['_trackEvent','bolum','
Blog',"0,true],['_trackEvent','altbolum','blogokuma',"0,true],['_trackEvent','kategori',
'Assassins creed, gta 4, skyrim, açık dünya oyunu, en iyi 10
oyun',"0,true],['_trackEvent','icerik','en-iyi-10-acik-dunya-
oyunu',"0,true],['p._setAccount','UA-26456767-
5'],['p._setDomainName','.indir.com'],['p._trackPageview','/pw/icerik_link/blog/oyun
, dosya konusu/en iyi 10 açık dünya oyunu']);(function(){var
ga=document.createElement('script');ga.type='text/javascript';ga.async=true;ga.src=('
https:'==document.location.protocol?'https://ssl':'http://www')+'.google-
analytics.com/ga.js';var
s=document.getElementsByTagName('script')[0];s.parentNode.insertBefore(ga,s);})(
);</script>
```

#### **4.8 Siteye Gelen Linkler**

Google Webmaster Tools aracılığıyla siteye gelen linklere bakıldığında alınan linkler de yoğunluğun ana sayfada olduğu görülüyor. Ana sayfayı oyun kategorisine ve diğer iki program takip ediyor.

Rakamlara bakıldığında da görülebileceği gibi, 57 bin civardı bir link sayısı gözükmemektedir. Bu kadar yüksek bir sayıya ulaşmada ki etkenlerden biri de, yukarıda da bahsettiğim gibi jenerik alan adı olmasıdır. Site henüz aktif hale gelmeden pek çok makale ve yazıda yer alan linklerin katkısı göz ardı edilemez.

## Sitenize Bağlantılar

Toplam bağlantı sayısı <b>56.919</b>	
<b>En çok bağlantı verenler</b>	<b>En çok bağlantı verilen içeriğiniz</b>
<a href="#">ejder.com</a> 45.876	<a href="http://www.indir.com/">http://www.indir.com/</a> 54.329
<a href="#">sayyac.com</a> 2.333	<a href="/oyun">/oyun</a> 296
<a href="#">r10.net</a> 1.804	<a href="/editor_profil.php?id=19579">/editor_profil.php?id=19579</a> 251
<a href="#">pastadeferi.com</a> 1.677	<a href="/wolfteam">/wolfteam</a> 215
<a href="#">turkeyforum.com</a> 438	<a href="/photoscape">/photoscape</a> 139
<a href="#">Diğer »</a>	<a href="#">Diğer »</a>

**Şekil 32 - Siteye gelen linkler ve rakamları**

Siteye gelen linklere detaylı olarak bakacak olursak, program siteleri ve forumlar ve bloglar gibi bir içerik yoğunluğuyla karşılaşıyoruz. Bu da aslında hedef kitlelerden link alındığını bizlere gösteriyor.

Alanlar	Bağlantı verilen sayfa sayısı
<a href="#">ejder.com</a>	1
<a href="#">sayyac.com</a>	1
<a href="#">r10.net</a>	2
<a href="#">pastadeferi.com</a>	1
<a href="#">turkeyforum.com</a>	1
<a href="#">searchtr.in</a>	69
<a href="#">arabulindir.com</a>	42
<a href="#">mp7indir.com</a>	1
<a href="#">bloggum.com</a>	1
<a href="#">yeniprogram.gen.tr</a>	7
<a href="#">programbul.com</a>	16

**Şekil 33 - Alınan linklerin detaylı incelenmesi**

## 4.9 Canonical Yönlendirmeler

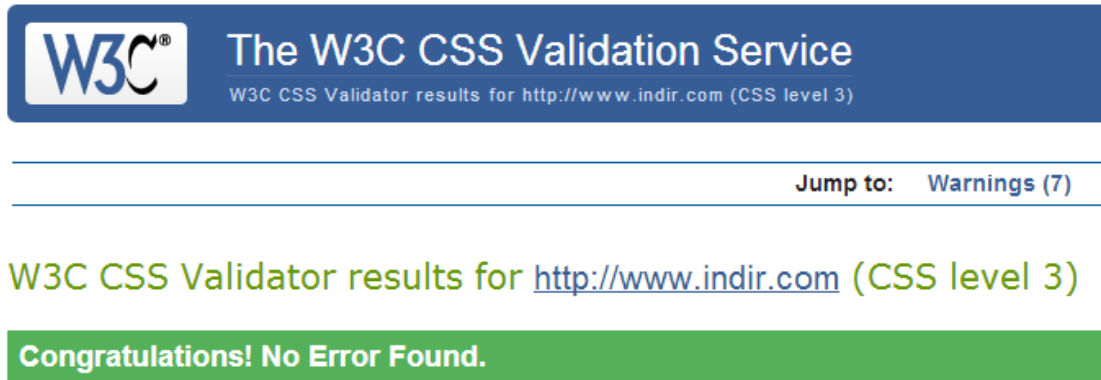
Aynı adres gibi gözükse de Google tarafından farklı iki adres olarak algılanacağı için [www.indir.com/](http://www.indir.com/) adresi canonical yönlendirme ile [www.indir.com](http://www.indir.com)'a yönlendirildi. Böylece link yapısı da güçlendirilmiş oldu.

Sayfa kodlarında <Head> bölümünde aşağıdaki kod kullanıldı.

```
<LINK rel="canonical" href="http://www.indir.com/" />
```

## 4.10 Kod yapısı

Sitenin görsel kodlaması XHTML ve CSS kodlama teknikleri kullanılarak, W3C standartlarına uygun olarak yapıldı.



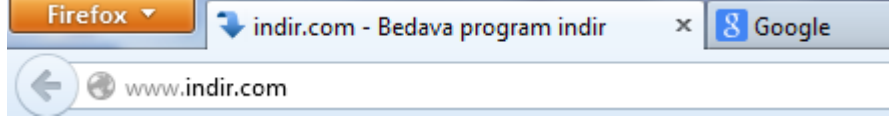
Şekil 34 - W3C CSS Doğrulaması

## 4.11 Favicon

Sitenin kullanıcı gözünde kalitesini artırarak, tarayıcı da açık bulunan diğer sitelerden de farklılaşmasını sağlayacak olan favicon kullanılmıştır.

Favicon dosyası site kodlarının <head> bölümünde aşağıdaki kod ile tanımlanmıştır.

```
<LINK rel="shortcut icon" href="http://www.indir.com/favicon.ico" />
```



**Şekil 35** - Favicon görünümü

#### 4.12 Open Graph

Son trendler göz önünde bulunarak ele alınan indir.com’da kullanıcılara “Facebook ile bağlan” seçeneği sunulmuş ve kullanıcıların hesaplarını eşleştirmeleri durumunda Facebook haber akışlarında aktivitelerinin görüntülenebilmesine yardımcı olmak amacıyla Open Graph protokolü kullanılmıştır.

Open Graph protokolü, <Head> bölümüne yerleştirilen aşağıdaki kodlar kullanılmıştır.

```
<META property="og:title" content="indir.com - Bedava program indir"/>
```

```
<META property="og:description" content="Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın."/>
```

```
<META property="og:type" content="website"/>
```

```
<META property="og:url" content=""/>
```

```
<META property="og:image" content="http://www.indir.com/img/media/indir-logo-kare.png"/>
```

#### 4.13 Twitter Card

Kullanıcıların Twitter’da bir içeriği paylaştıkları durumda, içerik ile ilgili özet bilgilerin görüntülenmesine izin veren Twitter Card yapısı kullanılarak, Twitter paylaşımlarının arttığı ve Twitter’den gelen kullanıcı sayısında artışlar olduğu gözlemlenmiştir.

Twitter Card, <Head> bölümüne yerleştirilen aşağıdaki kodlar kullanılmıştır.

```
<META name="twitter:card" content="summary">
```



```
<META name="twitter:site" content="@indir_com">
```

```
<META name="twitter:creator" content="@HasanYasar">
```

```
<META name="twitter:url" VALUE="" />
```

```
<META name="twitter:title" VALUE="indir.com - Bedava program indir" />
```

```
<META name="twitter:description" VALUE="Hızlı ve güvenli bir biçimde program, oyun ve mobil uygulamaları (iPhone, iPad, Android, Windows Phone) indirin. Aradıklarınıza kolayca ulaşın." />
```

```
<META name="twitter:image" VALUE="http://www.indir.com/img/media/indir-logo-kare.png" />
```

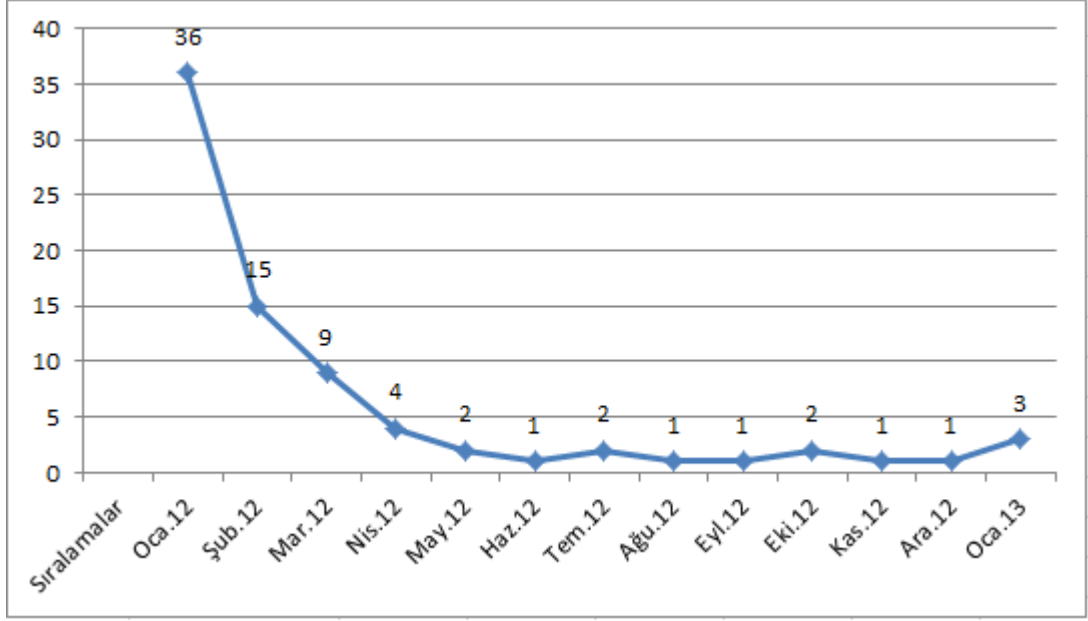
## 5. SONUÇ

İnternet'e bilgiye erişme konusunda en büyük kaynak haline gelen Web arama motorlarının önemi her geçen gün artmaktadır. Arama motorlarının bu denli önem kazandığı günümüzde, arama sonuçlarında üstte çıkabilmek ve daha çok kullanıcıya hitap edebilmek için web siteleri arasında ki rekabet artmış durumdadır. Bu rekabette siteleri sıralamalarda öne taşıyacak en önemli faktör ise arama motoru optimizasyonu çalışmalarıdır.

Arama motoru optimizasyonuna etkisi olduğu düşünülen ve Google tarafından da belli ipuçlarında vurgulanan PageRank ve TrustRank değerlerini artırmak amaçlı siteye gelen ve siteden çıkan linkler konusunda çok titiz olunmalıdır. Farklı kategori ve farklı dillerdeki sitelerden alınacak linklerin alınmamasına dikkat. Meta etiketleri ve robots.txt kullanımlarına dikkat edilmelidir. Sayfalarda başlık etiketleri mutlaka kullanılmalı ve sayfaya hiyerarşik bir yapı kazandırılmalıdır.

Google'ın son yıllarda yapmış olduğu Panda ve Penguen güncellemeleri incelendiğinde, spam sitelerle mücadele edebilmek için Google algoritmalarında yenilikler olduğu ve SEO konusunda yeni etkenlerin devreye girdiği görülmüştür. Sitede kalma süresi, alan adı etkisi, server yerleşkesi, canonical yönlendirmeler, favicon ve wide linkler ayrıntılı olarak incelenmiş; daha çok sosyal medya etkileşimine olanak sağlanabilmesi için Open Graph ve Twitter Card yapıları ele alınmıştır.

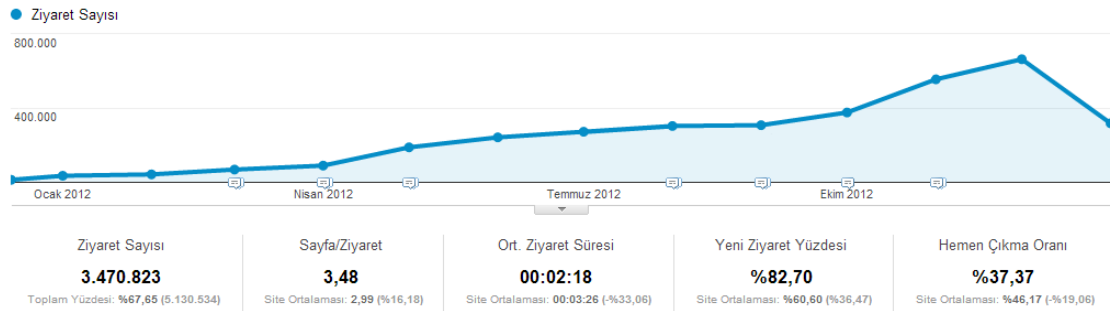
Yapılan uygulama sonucunda "indir.com" hizmet vermeye başlamasından 2,5 ay gibi bir süre sonra Google sıralamasında ilk sayfada yer edinmeyi başardı. Ve bir yıllık gelişimi sonucunda kullanıcı verileri ile gözlemlenerek iyileştirilmeler yapıldı. Bunlarında sonucunda Google sıralamasındaki gelişimi, şekilde 36'da da görüleceği üzere olumlu olarak gelişmeye devam etti.



Şekil 36 – Google’da indir kelimesi arama sonuçlarındaki aylık bazda değişim

Ocak 2012 – Ocak 2013 aralığı incelendiğinde arama motorlarında yeni yeni yer edinmeye başlayan ve aylık ziyaretçisi sayısı 35 bin civarında olan “indir.com” Aralık 2012 itibariyle aylık 570 bin ziyaretçi sayısına erişmiş ve Google sıralamasında 3. Sıraya yükselmiştir. Ziyaretçi sayısının %70 gibi bir miktarı Google arama sonuçlarından alındığı dikkate alınır, sıralamadaki yükseliş ile ziyaretçi sayısının artışının paralel olduğu anlaşılacaktır.

Şekil 37’de de görüleceği gibi, Ocak’12 – Ocak’13 aralığı için aylık bazda ziyaretçi sayıları da Google sonuç sayfalarındaki yükselişe doğru orantılı olarak yükselmiş ve gelişmiştir Ocak ayı verileri 1-10 Ocak arasında ait olduğu için grafik düşüş göstermektedir. Ocak ayı sonuna doğru grafiğin normale dönmesi beklenmektedir.



Şekil 37 - Aylık bazda ziyaretçi sayısı

İncelediğimiz kelime olan “indir” aramaları için indir.com’a ait son dört aylık istatistikler incelendiğinde sıralamadaki konum ile tıklama oranlarının değişimini daha net ortaya koyabiliriz. Şekilde 37’de görüleceği üzere indir.com’un, indir kelimesi aramalarında birinci sırada konumlandığı durumlarda tıklama oranı %56 iken, ikinci sıraya düştüğü durumlarda tıklama oranı yarıya yakın miktarda düşmekte ve %29 olmaktadır.

Arama sonuçlarındaki konumu	Gösterimler ▲	Tıklamalar	TO
1	450.000	250.000	%56
2	35.000	10.000	%29
3	18.000	2.500	%14
4	15.000	1.000	%7
5	600	30	%5
3. sayfa +	520	10	%2
6 - 10	430	22	%5
2. sayfa	35	<10	-

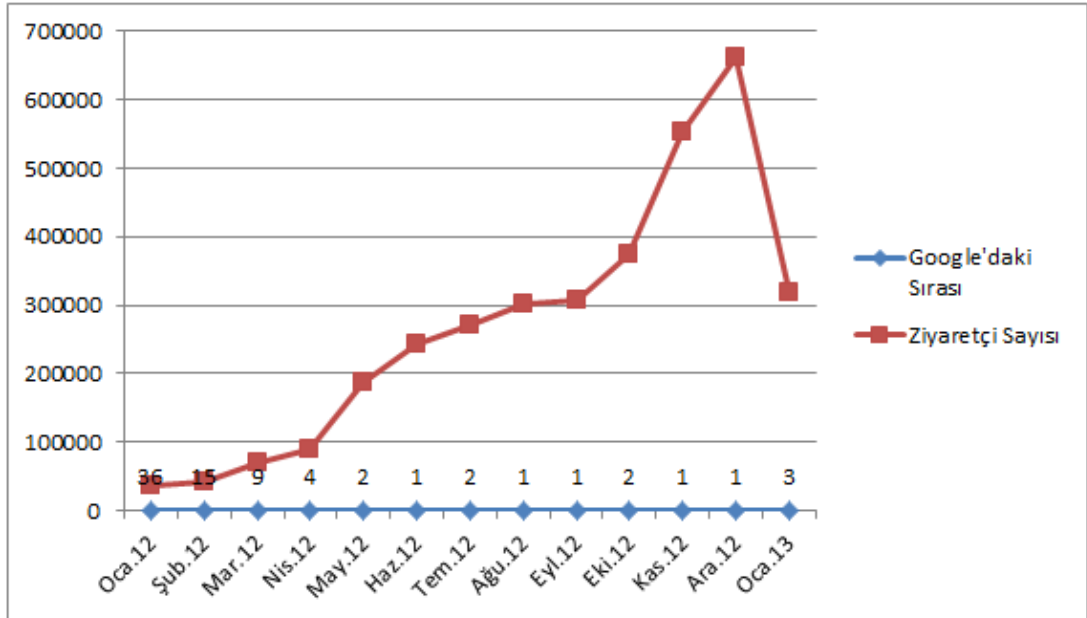
Şekil 38 - Sıralamaya göre tıklama oranı

Hedef kelitemiz olan “indir” kelimesi dışında, siteye ziyaretçi kaynağı sağlayan diğer anahtar kelimelerde incelendiğinde, şekil 39’da görüleceği üzere “oyun indir” kelimesinin daha fazla arama hacmine sahip olduğu görülmektedir. Ancak “oyun indir” kelimesinde ortalama Google konumu 5.9 olduğu için, tıklama oranları %9’da kalmıştır.

Sorgu	Gösterimler ▲	Tıklamalar	TO	Ort. konum
☆ oyun indir	800.000	75.000	%9	5,9
☆ indir	550.000	250.000	%45	1,2
☆ gta türk indir	450.000	75.000	%17	1,0
☆ wolfteam indir	450.000	8.000	%2	6,6
☆ ammyy	300.000	600	%0	6,0
☆ gta indir	200.000	12.000	%6	5,5
☆ lfs indir	170.000	18.000	%11	4,1
☆ gta türk	170.000	4.500	%3	6,3
☆ teamviewer indir	170.000	2.500	%1	5,6

Şekil 39 - Anahtar kelimeler ve tıklama oranları

Diğer anahtar kelimelerdeki pozisyonlardan dolayı alınan tıklamalar da, ziyaretçisi sayısını olumlu yönde etkilemiş, indir kelimesinde birkaç basamaklık değişimlere rağmen ziyaretçi sayısı şekil 40'da da gördüğümüz üzere her ay artışa devam etmiştir.



Şekil 40 – Google'daki indir kelimesi aramalarındaki sıra ile ziyaretçi sayısı orantısı

Yapılan uygulama sonucunda alan adının etkisinin optimizasyona katkısının kendisini gösterdiği görülmüştür. Hedef kitlesi Türk kullanıcılar olan sitenin

serverları Türkiye’de barındırılarak “Google.com.tr” aramalarında avantaj kazanması sağlanmıştır. Siteden çıkan linkler minimuma indirgenmiş ve TrustRank değerinin artırılması hedeflenmiştir. Başlık ve açıklama yazılarının birbiriyle uyumlu ve uzunluklarının da uygun karakter limitleri dahilinde olmasına özen gösterilmiştir. Robots.txt dosyasında gerekli düzenlemeler yapılarak arama motorları robotlarına yön gösterilmiştir. Editörlere spesifik olarak tasarlanan alanlar “disallow” olarak işaretlenmiştir. Kod yapısı W3C standartlarına uygun hale getirilmiş ve favicon kullanımına da dikkat edilerek, sitenin kalite düzeyinin artması amaçlanmıştır. Canonical yönlendirmeler ile hem tekrar eden içeriklerin önüne geçilmiş, hem de linklerin etkilerinin tek bir URL’de toplanması amaçlanmıştır. Yeni teknolojiler olan Open Graph ve Twitter Card siteye entegre edilerek, sosyal medyadaki etkileşimin artması amaçlanmıştır. Sosyal medya gibi mecralarda sitelerin paylaşılma sıklığı da artık bir etken haline geldiği unutulmamalıdır. Çünkü kullanıcılar sevdikleri ve başkalarının da işine yarayacağını düşündükleri sosyal medyada paylaşırlar. Doğal olarak paylaşmaya değerli görülen link, kullanıcı gözünde değerlidir. Arama motorları da kullanıcı odaklı düşünerek onlara değer vereceklerdir.

Google SEO araçları ile sitenin takibi yapılarak sitede kalma süresi ve alınan bağlantılar düzenli olarak kontrol edilmelidir. Gerektiği durumlarda istenmeyen linkler engellenmelidir.

Google’ında vurguladığı gibi sitelerin asıl ziyaretçisi arama motorları değil, kullanıcılarıdır. Bu nedenle arama motorları için değil, kullanıcılar düşünülerek site tasarlanmalıdır.

## 6. KAYNAKÇA

1. Gyöngyi, Z., Garcia-Molina, H., Pedersen, J. (2004). Combating web spam with TrustRank. Proc. 30th International Conference on Very Large Databases, Morgan Kaufmann, 2004, pp. 576–587
2. “Stat Counter Global Stats.” Erişim Tarihi: 06/03/12  
<http://gs.statcounter.com/>
3. “Anatomy of a SERP” Erişim Tarihi: 02/04/12  
<http://resource.reachlocal.com/infographics/anatomy-serp>
4. “How big is the SEO Industry on the Internet?” Erişim Tarihi: 10/03/12  
<http://www.bluecaribu.com/seo-industry>
5. “Google Search Features” Erişim Tarihi: 10/03/12  
<http://www.google.com/help/features.html>
6. Viney, David. Get to the Top on Google. Nicholas Brealey Publishing. 2008. ISBN: 978-1-85788-502-6
7. “The TITLE element in HTML” Erişim Tarihi: 13/03/12  
<http://www.w3.org/Provider/Style/TITLE.html>
8. “Google's SEO Report Card” Erişim Tarihi: 13/03/12  
[http://static.googleusercontent.com/external\\_content/untrusted\\_dlcp/www.google.com/en/webmasters/docs/google-seo-report-card.pdf](http://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.com/en/webmasters/docs/google-seo-report-card.pdf)
9. “Does the ordering of heading tags matter?” Erişim Tarihi: 02/04/12  
[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=iR5itZlq8sk](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=iR5itZlq8sk)
10. “Robots.txt File Explained” Erişim Tarihi: 05/04/12  
<http://www.elliance.com/aha/infographics/robotstxt-file-explained.aspx>
11. “Block or remove pages using a robots.txt file” Erişim Tarihi: 07/04/12  
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=tr&answer=156449>
12. Sirovich, J, Darie, C. Professional Search Engine Optimization with PHP, a Developer’s Guide to SEO. Wiley Publishing Inc. 2007. ISBN: 978-0-470-10092-9
13. “Webmaster Guidelines” Erişim Tarihi: 07/04/12  
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=35769#3>
14. “Duplicate content” Erişim Tarihi: 22/06/12  
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=66359>

15. "Google Panda in Plain English (Infographic)" Erişim Tarihi: 10/04/12  
<http://www.singlegrain.com/blog/google-panda-in-plain-english-infographic/>
16. "Another step to reward high-quality sites" Erişim Tarihi: 12/05/12  
<http://insidesearch.blogspot.com/2012/04/another-step-to-reward-high-quality.html>
17. "Keyword stuffing" Erişim Tarihi: 13/04/12  
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=66358>
18. "Link schemes" Erişim Tarihi: 07/07/12  
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=66356>
19. "High Bounce Rate" Erişim Tarihi: 12/10/12  
<https://support.google.com/analytics/bin/answer.py?hl=en&answer=1009409&topic=1120718&ctx=topic>
20. "How does Google consider site-wide backlinks?" Erişim Tarihi: 17/06/12  
<http://www.youtube.com/watch?v=mTjN9x-by-I&list=PL1BD7862D9A88EE2B>
21. "Disavow links" Erişim Tarihi: 16/04/12  
<https://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=tr&answer=2648487>
22. "Bing vs. Google: Prominence of Ranking Elements" Erişim Tarihi: 18/05/12  
<http://www.seomoz.org/blog/bing-vs-google-prominence-of-ranking-elements>
23. "Key Takeaways From Google's Matt Cutts Talk At PubCon" Erişim Tarihi: 20/10/12  
<http://searchengineland.com/key-takeaways-from-googles-matt-cutts-talk-at-pubcon-55457>
24. "About rel="canonical"" Erişim Tarihi: 22/10/12  
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=139394>
25. "Duplicate content" Erişim Tarihi: 22/09/12  
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=66359>
26. "Breadcrumb Navigation" Erişim Tarihi: 23/09/12  
<http://www.webdesignpractices.com/navigation/breadcrumb.html>
27. "What happens if I link to a good page that later becomes spammy?" Erişim Tarihi: 23/09/12



[http://www.youtube.com/watch?v=1yk1VktvGg8&list=UUWf2ZINsCGDS89VBF\\_awNvA](http://www.youtube.com/watch?v=1yk1VktvGg8&list=UUWf2ZINsCGDS89VBF_awNvA)

28. “What impact does server location have on rankings?” Erişim Tarihi: 02/11/12

<http://www.youtube.com/watch?v=hXt23AXIJJU>

29. “The Open Graph protocol” Erişim Tarihi: 02/12/12

<http://ogp.me/>

30. “Twitter Cards” Erişim Tarihi: 05/12/12

<https://dev.twitter.com/docs/cards>

31. “Find keywords” Erişim Tarihi: 14/10/12

<https://adwords.google.com/o/KeywordTool>