

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI
BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ BİLİM DALI

ARAMA MOTORLARININ DAVRANIŞLARININ
ÇÖZÜMLENMESİ VE WEB SAYFALARINA TASARIM
AŞAMASINDA YANSITILMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÖRKEM SEZGİN

070820006

TEZ DANIŞMANI: DR. RİFAT ÇÖLKESEN

HAZİRAN 2009

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI
BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ BİLİM DALI

ARAMA MOTORLARININ DAVRANIŞLARININ
ÇÖZÜMLENMESİ VE WEB SAYFALARINA TASARIM
AŞAMASINDA YANSITILMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÖRKEM SEZGİN

070820006

TEZ DANIŞMANI: DR. RİFAT ÇÖLKESEN

HAZİRAN 2009

ÖNSÖZ

İnternet günümüzde en kolay şekilde bilgiye ulaşmamızı sağlar. Durum böyle olunca Web siteleri büyük önem arz eder. Fakat burada önemli olan bir şey vardır. Bilgilerin bulunduğu bu sitelere bir şekilde aranılıp ulaşılması gereklidir. Bu işlemin gerçekleşmesini sağlayacak sistem bir arama motorudur. Bu çalışmamda arama motorlarının yapısı, davranışı ve buna uygun olarak Web sitelerinin nasıl tasarım ve kodlamasının yapılacağı, daha doğrusu arama motoru optimizasyonu kuralları sunulmuştur. Bu çalışmamda bana yol gösteren, desteğini esirgemeyen ve değerli fikirleriyle çalışmama katkı sağlayan hocam Dr. Rifat ÇÖLKESEN'e, ve benden hiçbir zaman desteklerini esirgemeyen canım ailem'e sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim.

İstanbul, 2009

Görkem SEZGİN

ÖZET

Günümüzde arama motoru denildiğinde ilk akla gelen elbette ki Google'dir. Google etkin Web dizinleme ve diğer arama motorlarına göre çok daha fazla tatmin edici arama sonuçları üretecek şekilde tasarlanmıştır. Arama motorları milyonlarca Web sayfasını dizinler ve her gün milyonlarca sorgulamayı cevaplar. Arama motorlarının önemine rağmen bu konuda yapılmış olan akademik araştırmalar azınlıktadır. Bu çalışma ile arama motorları hakkındaki araştırmaların artışına katkıda bulunacağımı umuyorum.

Hazırladığım bu çalışmada öncelikle kısaca Web arama motorlarının gelişiminden bahsedilmiştir. Ardından arama motoru sistemin özellikleri; sayfa rütbesi, bağlantı metinleri kavramları açıklandı, bu konularda Web sitelerinde neler yapılabileceğinden bahsedildi. Elbette Web sitelerinde arama motoru optimizasyonuna geçmeden önce Google arama motorunun yapısını anlatmak gerekliydi. Bu bağlamda Google'nin içyapısı, Google'nin Web sitelerini nasıl dizinlediği, arka planda arama işlemlerinin nasıl yapıldığı açıklanmıştır. Arkasından da Google'nin işleyişi ve yapısına uygun olarak bir site nasıl yapılabilir yani arama motoru optimizasyonu kurallarına değinilmiştir. Çalışmamın son aşamasında ise değinmiş olduğum arama motoru optimizasyonu kurallarının bazı sitelerde ne derece uygulandığı örneklerle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Arama Motoru Optimizasyonu, Google, Sayfa Rütbesi (Page Rank), Dizinleme, Meta Etiket, Referans Bağlantı (Backlink).

ABSTRACT

Google is the most important search engine in recently years. Google has active Web indexing and fast searching results. Therefore, Google was designed beter than another search engines. A search engine is indexes millions Web sites and millions queries are response by search engine. Although importance of search engines, researches are not enough related to this subject. I hope, I will give some help to search engine optimization by this study.

Firstly, I have mentioned briefly developping of Web search engines in this study. Then I explained properties of search engine optimization; page rank, anchor text and in this subject Web design – software. Later I described Google search engine structure. In additional, I have mentioned internal structure of Google, Web page indexing, searching subjects by this thesis. Secondly, this study was explained Web site design and software for search engine optimization. Finally, I investigated some Web site examples related to search engine optimization suitability.

Key Words: Search Engine Optimization, Google, Page Rank, Indexing, Meta Tag, Backlink.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
ÖZET	II
ABSTRACT	III
ŞEKİL LİSTESİ	VI
TABLO LİSTESİ	VII
1.Giriş	1
1.1. Web Arama Motorlarının Gelişimi	1
2.Arama Motoru Sisteminin Özellikleri	1
2.1. Sayfa Rütbesi	1
2.1.1. Sayfa Rütbesi Hesaplaması	3
2.1.2. Sayfa Rütbelelerinin Görevleri	4
2.1.3. Sayfa Rütbesi Değerini Arttırmak	5
2.2. Bağlantı Metinleri	5
2.2.1. Bağlantı Metinlerinin (Link) Popülerliğini Arttırmak	6
2.3. Diğer Özellikler	7
3.Arama Motoru Yapısı	7
3.1. Google Mimarisine Bakış	7
3.2. Google Veri Yapısı	8
3.2.1. Bilgi Havuzu	8
3.2.2. Belge Dizini	8
3.2.3. Özel Sözlük	8
3.2.4. Hit Listeleri	9
3.3. Web Arıları	9
3.4. Bir Web Sitesinin Dizinlenmesi	11
3.5. Arama	12
3.5.1. Arama Sonuçlarının Değerlendirilmesi	13
4. Arama Motoru Optimizasyonu	14
4.1. Arama Motoruna Uygun İçerikler Oluşturmak	14
4.2. Arama Motoruna Uygun İyi Bir Web Sitesinin Temel Özellikleri	21
4.3. En Yaygın Arama Motoru Optimizasyonu Hataları	23
4.3.1. Grafikselsel Başlık	23
4.3.2. Script Kullanarak Menüler Oluşturmak	23

4.3.3. Oturum Tanımlayıcılar	23
4.3.4. Redirect Yöntemi	23
4.3.5. Saklı Metinler	24
4.3.6. Bir Piksellik Bağlantılar	24
4.3.7. Çok Fazla Ajax Kullanımı	24
4.3.8. Sayfalara Verilen İsim	24
4.3.9. Kopya ya da Kötü İçerik	25
4.3.10. Kötü Olan Alt Sayfalardan Gelen Bağlantılar	25
5. Arama Motoru Optimizasyonu Örnekleri	25
5.1. Üniversite Anahtar Kelimesine Ait Sitelerin Optimizasyon İncelemesi	25
5.2. Eğitim Anahtar Kelimesine Ait Sitelerin Optimizasyon İncelemesi	31
5.3. Gazete Anahtar Kelimesine Ait Sitelerin Optimizasyon İncelemesi	37
KAYNAKÇA	45
ÖZGEÇMİŞ	46

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil-1	: www.dmoz.org Web Sitesi	6
Şekil-2	: Google Mimarisi	7
Şekil-3	: Google Arama Motoruna Web Sitesi Kaydı	11
Şekil-4	: Google'nin Çalışma İlkesi	13
Şekil-5	: Google'da Üniversite Kelimesinin Arama Sonucu	25
Şekil-6	: Üniversite Arama Sonucuna Göre İlk Sırada Çıkan Sayfa	26
Şekil-7	: YÖK Sitesine Ait Sayfanın Sayfa Rütbesi Değeri	27
Şekil-8	: YÖK Sitesine Ait Sayfanın Referans Bağlantıları	28
Şekil-9	: Üniversite Arama Sonucuna Göre 3. Sırada Çıkan Sayfa	28
Şekil-10	: Üniversite Kelimesinin www.dogrutercih.com Sitesindeki Yoğunluğu	29
Şekil-11	: www.dogrutercih.com Sitesinin Sayfa Rütbesi Değeri	31
Şekil-12	: Google'da Eğitim Kelimesinin Arama Sonucu	31
Şekil-13	: Eğitim Arama Sonucuna Göre İlk Sırada Çıkan Sayfa	32
Şekil-14	: Kelimelerin www.egitim.com Sitesindeki Yoğunluk Yüzdeleri	34
Şekil-15	: www.egitim.com Sitesinin Sayfa Rütbesi,Alexa,Referans Bağlantıları	34
Şekil-16	: Eğitim Arama Sonucuna Göre 2. Sırada Çıkan Sitenin İçeriği	35
Şekil-17	: www.egitim.gov.tr Sitesinin Sayfa Rütbesi,Alexa,Referans Bağlantıları ...	36
Şekil-18	: Gazete Kelimesi Arama Sonucuna Göre İlk Üç Sıradaki Siteler	37
Şekil-19	: Gazete Arama Sonucuna Göre İlk Sırada Çıkan Sitenin Ana Sayfası	38
Şekil-20	: www.gazeteler.com Sitesindeki Gazete Kelimesi Yoğunluk Oranları	39
Şekil-21	: www.gazeteler.com Sitesi Sayfa Rütbesi,Alexa,Referans Bağlantıları	41
Şekil-22	: Gazete Arama Sonucuna Göre 2. Sırada Çıkan Sitenin İçeriği	41
Şekil-23	: www.gazeteoku.com Sitesinin Anahtar Kelime Yoğunluğu	42
Şekil-24	: www.gazeteoku.com Sitesi Sayfa Rütbesi,Alexa,Referans Bağlantıları	43

TABLO LİSTESİ

Tablo - 1	: Sayfa Rütbesi Oranları	2
Tablo – 2	: Bilgi Havuzu Veri Yapısı	8
Tablo – 3	: Dizin Biçimi	9

ARAMA MOTORLARININ DAVRANIŞLARININ ÇÖZÜMLENMESİ VE WEB SAYFALARINA TASARIM AŞAMASINDA YANSITILMASI

1. Giriş

1.1. Web Arama Motorlarının Gelişimi

Arama motoru teknolojisi Web'in gelişmesine paralel yönde bir gelişme göstermiştir. 1994 yılında ilk Web arama motorlarından biri olan "Dünya Geniş Ağı Solucanı (World Wide Web Worm)" 110 bin Web sayfası ve belgesini dizinleyebiliyordu. 1997 yılı Kasım'ı gibi popüler arama motorları 100 milyon Web belgesinin dizinlendiğini iddia ediyorlardı. 2000 yılına gelindiğinde ise Web dizini kapsamı 1 milyarın üzerinde belgeler içermeye başlamıştı. Aynı zamanda arama motoruyla sorgulama sayısı da artmıştı. 1994 yılı Mart ve Nisanında "Dünya Geniş Ağı Solucanı" her gün ortalama 1500 sorgu almaya başladı. 1997 Kasım ayında Altavista'dan günlük 20 milyon sorgu talep edilmeye başlandı. Web'teki kullanıcı sayısının artışı ve arama motoru sorgularındaki artış ile arama motorları 2000 yılı itibariyle her gün 100 milyonlarca sorgulama yapılır hale geldi.

2. Arama Motoru Sisteminin Özellikleri

Google arama motoru, yüksek düzeyde doğru sonuçlar üretmeye yardımcı iki önemli özelliğe sahiptir. Birincisi, Google her Web sayfasının sıralamasını hesaplamak amacıyla Web'in bağlantı yapısını kullanır. Yapılan bu sıralamaya "Sayfa Rütbesi (Page Rank)" adı verilir. Bunu daha da açmak gerekirse; Google tarafından sitelerin birbirleriyle orantılı olarak önemlerini yani populeritelerini tespit etmek için kullanılan yöntemdir Sayfa Rütbesi. Google'nin ikinci önemli özelliği ise arama sonuçlarının da bağlantı yapısından yararlanılarak düzenlenmesidir.

2.1. Sayfa Rütbesi

Sayfa Rütbesi metodunda siteler arası bağlantılar temel alınmıştır. Sayfa Rütbesi'nin ana fikri şöyledir; Eğer bir A sitesi B sitesinin bağlantısını (link) yayınlamışsa bunun nedeni B sayfasının A sayfası ziyaretçileri tarafından dolaşılabilir olarak düşünülmüş olmasıdır. Bu yapıya göre A sayfası B sayfasının rütbesini yükseltmiş olacaktır. Elbette Sayfa Rütbesi kavramı bununla sınırlı değildir. Yukarıda belirtilenler dışında;

- A sayfasının rütbesi ne kadar yüksek ise B sayfasının rütbe değeri de buna orantılı olarak artacaktır.
- A sayfasında var olan dışarı bağlantılar (link) ne kadar az ise B sayfasının rütbe değeri o kadar yüksek olacaktır. Bu mantığa göre A sayfası sadece B sayfasını bağlantı (link) verilecek değerde görmüşse, B sayfasının rütbesi çok daha fazla artacaktır.

Herhangi bir sitenin Sayfa Rütbesi değerini Google araç çubuğu yardımıyla öğrenebiliriz. Araç çubuğu herhangi bir sitenin Sayfa Rütbesi değerini 0-10 arasında bir değerle göstermektedir. Araç çubuğu bir sitenin gerçek sayfa rütbesi değerini göstermemektedir. Araç çubuğu üzerinde görünen her değer bir ölçeğe göre değerlendirilir. Her sayfanın gerçek Sayfa Rütbesi değerini sadece Google bilir. Google araç çubuğu için logaritmik bir ölçek kullanır. Bu ölçek aşağıdaki gibi gösterilir.

Gerçek Sayfa Rütbesi Değeri	Araç Çubuğu Sayfa Rütbesi
1 – 10	1
10 – 100	2
100 – 1000	3
1000 - 10000	4

Tablo – 1 Sayfa Rütbesi Oranları [13]

Google araç çubuğu üzerinde görünen bu aralıkların arası asla birbirine eşit değildir. Sayfa Rütbesi değerini 1’den 2’ye çıkarmak çok kolaydır fakat bu değeri 6’dan 7’ye çıkartmak çok zordur [13]. Pratik anlamda Sayfa Rütbesi kavramı iki amaç için kullanılır;

1. Sitemizin popülaritesinin seviyesi hakkında bilgi sahibi olmamıza olanak tanır. Sayfa Rütbesi 4-5 olan siteler genel olarak ortalama popülariteye sahip sitelerdir. Bu sitelere bir örnek olarak www.hitsihirbazi.com isimli Google sıralamamızı ve sayfa rütbesi gibi birçok test yapabildiğimiz Web sitesini örnek verebiliriz. Sayfa Rütbesi 6 olan siteler popüler sitelerdir. Sayfa Rütbesi 7 ise herhangi bir Web masterin kolay kolay ulaşamayacağı bir popülerliktir. Sayfa Rütbesi değerleri 8, 9, 10 ise sadece Microsoft, Google, Yahoo gibi büyük şirketlerin ulaşmayı başarabildikleri seviyelerdir. Buna rağmen arama motoru optimizasyonu bilinmeye başlandıkça bu seviyelere ulaşan site sayısı da artmaktadır. Sayfa Rütbesi sayesinde bizden bağlantı

(link) talebinde bulunan sitelerin kalitesini kontrol etme ve kıyaslama olanağına kavuşuruz.

2. Arama sorguları açısından rekabet seviyesinin değerlendirilmesi arama motoru optimizasyonu için önemlidir. Örnek vermek gerekirse arama motoru sayfa rütbesi 6-7 olan siteleri gösteriyorsa aynı aramada sayfa rütbesi değeri 4 olan siteyi üst sıralarda görüntülemeyecektir. Sayfa Rütbesi değerlerinin değişimi nadir olarak Google araç çubuğu üzerine yansır. Bu da birkaç ayda bire tekabül etmektedir.

2.1.1. Sayfa Rütbesi Hesaplaması

Sayfa Rütbesi hesaplaması temel olarak aşağıdaki gibi tanımlanır. A_1, A_2, \dots, A_n B sitesindeki sayfaya bağlantı veren sayfalar olsun. $PR(A_k)$ 'yi da A_k sayfasının sayfa rütbesi olarak kabul edelim. $N(A_k)$ ise A_k sayfasının dış sayfalara verdiği bağlantı (link) sayısı olsun. d ise 0 ile 1 arasında değişen ve genellikle 0.85 olan bir katsayı olsun.

Bu bilgiler doğrultusunda sayfa rütbesinin formülü şöyle olacaktır:

$$PR(B) = (1-d) + d * (PR(A_1)/N(A_1) + \dots + PR(A_n)/N(A_n))$$

Bu formül karmaşık gelebilir. Çünkü hesaplamayı yapmak için daha önceden başka bir sitenin sayfa rütbesini hesaplamak gerekiyor. Aslında bu sorunun çözümü basittir. Tüm sayfa rütbeslerini belirli bir değerde sabitlersek bu sorun çözülür. Her sayfa için aynı değeri verdiğimizde bu değeri kaç alırsak alalım sonuç değişmeyecektir. Formül kendisini tekrarlamaya devam ettikçe sonuç bir önceki hesaplamaya bağlı olarak tekrar hesaplanacaktır. İşlem ilerledikçe sayfa rütbesi değerleri rayına oturacaktır. Bunun haricinde sayfa rütbesi değeri bir ziyaretçinin sayfada harcadığı süreye de bağlı olabilir. Şimdi Sayfa Rütbesine hesaplanmasına ait bir örnek vermek istiyorum. Örneğimizde 4 adet Web sitesini ele alalım. A, B, C, D siteleri... Tüm işlemleri bu 4 site üzerinde yapalım. Bu nedenle her bir sitenin başlangıçta 0,25 değerinde puan kazandırdığını varsayıyoruz. Örneğimizde B, C ve D siteleri sadece A sitesine bağlantı veriyor. Her bir sitenin A sitesine kazandırdığı 0,25 değerindeki puanları topluyoruz. Bu durumda tüm puanlar, bağlantıların hepsini alan A sitesinde toplanmış oluyor.

$$PR(A) = PR(B) + PR(C) + PR(D)$$

Şimdiki örneğimizde B sitesinin A ve C sitelerine bağlantı verdiğini ve D sitesinin de diğer 3 siteye geri bağlantı verdiğini varsayalım. Bu nedenle geri bağlantı değeri bir sitedeki dışarıya bağlantı sayısı arttıkça düşer. Dolayısıyla daha önceki örneğimizde 0,25 değerinde puan kazandıran B sitesi, şuan A sitesine 0,125 değerinde PR kazandırıyor. Çünkü B sitesinin 0,25 değerindeki puanı bağlantı verdiği A ve C siteleri

arasında paylaştırılıyor. Her üç siteye bağlantı veren D sitesi ise 0,25 değerindeki puanı üç site arasında paylaştırıyor. Bu nedenle D sitesinin A sitesine kazandırdığı puan 0,083'dür.

En son verdiğimiz örneğe göre her bir sitenin kazandığı PR değerini aşağıdaki formül ile tahmin edebiliriz:

$$PR(A)=[PR(B):2]+[PR(C):1]+[PR(D):3]$$

$$PR(A)=0,125+0,25+0,083$$

$$PR(A)=0,458$$

$$PR(B)=[PR(D):3]$$

$$PR(B)=0,083$$

$$PR(C)=[PR(B):2]+[PR(D):3]$$

$$PR(C)=0,125+0,083$$

$$PR(C)=0,208$$

$$PR(D)=0$$

Örnekte görüldüğü gibi en çok puanı toplayan A sitesidir. D sitesi ise bu üç siteden hiç bağlantı almadığı için puan almamıştır. Ancak D sitesi örnekte yer almayan X sitelerinden edindiği 0,25 puanı A, B ve C siteleri arasında paylaşmıştır. Buradan şunu anlıyoruz ki iki sitenin geri bağlantı sayısı aynı bile olsa PR değeri, geri bağlantı veren sitelerin kazandırdığı puana göre belirlenmektedir.

PR değeri aynı olan iki site varsayın: A ve B. Sizin siteniz de C olsun. A ve B siteleri için standart PR puanının 0,25 olduğunu varsayalım. A sitesi sadece C sitesine geri bağlantı versin. B sitesi ise hem C sitesine hem de D, E, F, G sitelerine geri bağlantı versin. Bu durumda sizin sitenize en çok puan kazandıran site sadece sizin sitenize geri bağlantı veren A sitesidir. A sitesi C sitesine 0,25 kazandırırken; B sitesi 0,25 değerindeki puanı C, D, E, F ve G siteleri arasında paylaştığı için sizin siteniz olan C'ye 0,05 puan kazandırır. Netice itibariyle bazen bir siteden alacağınız puan onlarca siteden aldığınız puandan daha fazla olabiliyor. [7]

2.1.2. Sayfa Rütbelerinin Görevleri

- Eğer puan yüksekse Google bizi önemsiyor demektir.
- Site içeriği ve sayfa rütbesi puanına göre sitenin arama motoru sıralaması şekillenir.
- Sitenin hızlı dizinlenmesine katkıda bulunur.
- Sitenin düzenli olarak dizinlenmesi sağlanmış olur.

2.1.3. Sayfa Rütbesi Değerini Arttırmak

Sayfa rütbesi değerini arttırmanın yolu sitenize pek çok site tarafından bağlantı (link) verilmesiyle olur. Bu sebeple yüksek rütbe elde etmiş sitelere bağlantı (link) verdirebilmek gerekir. Eğer rütbe değeri az olan sayfalarla bağlantı (link) kurulacaksa içinde az bağlantı (link) olan sayfalar tercih edilmelidir. Sayfa rütbesi değeri sıfır olan sayfalara bağlantı (link) verilmemelidir. Rütbe değeri 6 olup birçok bağlantı (link) veren sitenin etkisi rütbe değeri 4 ama çok az bağlantı (link) veren bir siteye oranla daha düşük olacaktır. Ayrıca alt sayfalarımızın ana sayfanın rütbesinden nasibini almasını istiyorsak, bu sayfalara ana sayfamızda bağlantı (link) vermeliyiz. [7]

2.2. Bağlantı Metinleri

Bağlantı metni Google’da zirveye çıkmak istediğiniz kelimelerde bağlantı (link) almaktır, bağlantı (link) içine girilmiş yazılara verilen isimdir. Temel olarak aşağıdaki koda benzer;

```
<a href="Default.aspx" runat="server">Ana Sayfa </a>
```

Bağlantı metni kullanımında hedeflenmiş kelimeler kullanılmalıdır. Aşağıda bazı ipuçları vardır:

- Sadece en önemli anahtar kelimeleri kullanın; bağlantı metinlerini sitenin açıklaması olarak kullanmayın. Örneğin seyahat ile ilgili bir Web sitesine sahipsek “Seyahat Bilgileri” bağlantı metni için idealdir. Fakat hiçbir zaman “En Önemli Seyahat Bilgilerini Bu Sitede Bulabilirsiniz” gibisinden bağlantı metni kullanmayınız. [8]
- Akılda kalıcı bağlantı metinleri kullanın; fazla anahtar kelime kullanmayın ve bağlantı metninde geçen anahtar kelimelerle birlikte noktalama işaretlerini kullanmayın.
- Gereksiz kelimelerden kaçınmak yerinde bir davranış olur. Örnek verirsek “Güncel Haberler – Okumak İçin Tıklayın” gibi bağlantı metinleri işimizi görmeyecektir. Bunun yerine akıllıca seçilmiş hedeflenmiş kelimeleri kullanmak lehimize olacaktır. [8]
- Bağlantıları kolayca ayırt edilecek şekilde biçimlendirin; Kullanıcıların normal metin ile bağlantı metnini ayırt edebilmelerini kolaylaştırın. Eğer kullanıcılar bağlantıları fark etmez veya yanlışlıkla tıklarsa içeriğiniz kullanışsız hale gelir.

Yanlışlar: Bağlantıları normal metin ile aynı şekilde biçimlendiren CSS kullanmaktan kaçının.

2.2.1. Bağlantı Metinlerinin (Link) Popülerliğini Arttırmak

Genel Amaçlı Rehberlere Sitenizi Ekleyin: İnternette farklı gruplara ayrılmış durumda rehberler bulunmaktadır. Bu rehberler ücretli veya ücretsiz olabilir. Arama motorları bu rehberleri dikkate alır ve arama sonuçlarındaki yerinizi değiştirebilir. Önemli olan nokta bu rehberler sitenize doğrudan bağlantı veriyorsa uğraşmaya değerdir. Script ile bağlantı veriyorsa o rehber kullanışsızdır. Çünkü arama motorları sadece direk olarak HTML kodlarıyla verilen bağlantıları (link) anlar. Sitenizi rehberlere eklemek çarpıcı bir site trafiğine yol açmasa da sitenizin arama motorunda yavaş yavaş üst sıralarda yer almasını sağlar. Bu yöntem çok fazla harcama yapamayacak ve pek fazla zamanı olmayanlar için kullanışlıdır. DMOZ İnternet üzerindeki en büyük rehberdir (www.dmoz.org). Sitenizi DMOZ' a eklerseniz hatırı sayılır bir bağlantı alıp birçok alakalı bağlantılara ulaşabileceksiniz. DMOZ' a site eklemek çok kolay değildir. Siteniz birkaç dakika içinde de birkaç içinde de sitede görüntülenebilir. Sitenizin detaylarını doğru şekilde ve sitenizle ilgili kategoride girdiyeniz eninde sonunda siteniz görüntülenecektir.

DMOZ open directory project ana sayfa

Açık Dizin'e Bir Site Gönder

Site Adresi:
Bu ne tür bir bağlaç? Normal PDF RSS Atom

⚠️ Adres (URL) web sitenizin internette bulunmasını sağlayan dizgedir. Örneğin: <http://www.dmoz.org>

- Yansı siteleri göndermeyin.
- Dizinde listelenmiş sitelerle aynı veya çok benzer içeriğe sahip olan siteleri göndermeyin. Aynı veya birbiriyle ilişkili sitelerin birden fazla gönderilmesi, ilgili sitelerin hepsinin dizinden silinmesiyle sonuçlanabilir.
- Aldatıcı tekniklerle sitenizi veya site adresinizi bir kereden fazla göndermeyin. **Örnek:** <http://www.dmoz.org> ve <http://www.dmoz.org/index.html>.
- Yasa dışı içeriğe sahip sitelerin Açık Dizin'de yer almaları olası değildir. Yasa dışı içeriğe örnekler: çocuk pornografisi, telif haklarına aykırı siteler (korsan materyal dağıtımı) ve yasa dışı etkinliklere (dolandırıcılık, şiddet vb.) teşvik eden siteler.
- "Yapım aşamasında" olan siteleri göndermeyin.
- Pornografik siteler 'Adult' kategorisi altındaki uygun kategorilere gönderilmelidir.
- İngilizce dilinde yazılmamış siteler 'World' kategorisi altındaki uygun bir altkategoriyeye gönderilmelidir.
- Komisyon amaçlı ortaklık bağlaçları içeren siteleri göndermeyin.

Site Başlığı:

⚠️ Lütfen kısa ve açıklayıcı bir başlık girin.

- Her zaman sitenin resmi ismini tercih edin.
- Başlığın tümünü **BUYUK HARFLERLE** yazmayın.
- Reklam nitelikli sözcük ve tümcecikler kullanmayın.

Site Açıklaması:

⚠️ Sitenizin açıklamasını kısa tutmaya çalışın: 25-30 sözcüğü geçmemesine özen gösterin.

- Hiçbir HTML imini kullanmayın.
- Reklam niteliği taşıyan sözcüklerden ve tümceciklerden kaçının (Örneğin 'dünya lideri', 'kaçınılmaz site' gibi terimler silinecektir).
- Açıklamalarınızı yazarken **SADECE BÜYÜK HARE** kullanmayın.

Şekil – 1 www.dmoz.org Web Sitesi

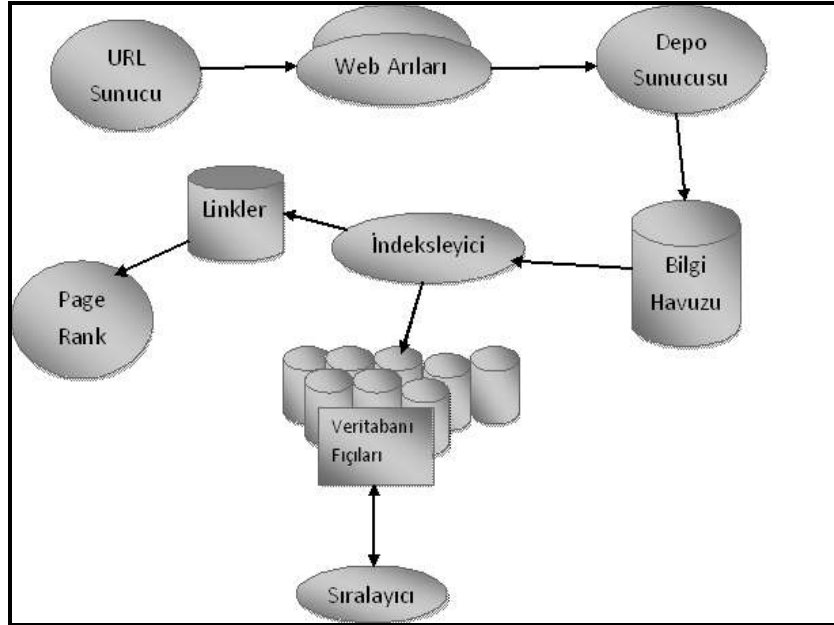
2.3. Diğer Özellikler

Google aranan şeye ait yer bilgilerine sahip olduğundan arama içinde yaygın olarak yakınlık kuralını uygular. Yani aranılan şeye yakın arama sonuçlarını da gösterir. Bunun dışında Google kelimelerin font boyutu gibi bazı görsel öğelerin izini de tutar. Daha büyük veya daha kalın fonttaki kelimeler, diğer kelimelerden daha yüksek ağırlığa sahiptir.

3. Arama Motoru Yapısı

3.1. Google Mimarisine Bakış

Bu kısımda Şekil – 2 ‘deki [1] gibi gösterilen sistemin nasıl çalıştığına bakacağız. Google’nin büyük kısmı Solaris ve Linux sistemlerinde de sorunsuz çalışabilmesi için C ve C++ programlama dillerinde hazırlanmıştır.



Şekil – 2 Google Mimarisi

Google’da Web tarama işlemi birkaç Web arısına (crawler) dağıtılmış şekilde yapılır. Web arıları ile Web sayfalarının alınıp Google’ye getirilmesi için URL’lerin listesini gönderen bir *URL sunucu* vardır. Alıp getirilen Web sayfaları daha sonra *depolama sunucusu* denilen sunucuya gönderilir. Daha sonra depolama sunucusu Web sayfalarını bir bilgi havuzu içine sıkıştırır ve depolar. Her Web sayfası *SayfaNo* denilen bir numaraya sahiptir. Dizinleme görevi dizinleyici tarafından icra edilir. Öncelikle Googlebot denilen Web arıları Web sayfalarını bulup Google’ye getirir. Dizinleyici ise her sayfadaki her kelimeyi ayıklar, sınıflandırır ve sonuçta oluşan kelime dizisini “*Kovan*” olarak adlandırılan devasa bir veritabanında saklar. Veritabanında saklanan bu

bilgiler alfabetik sıralıdır. Böylece sayfalara daha hızlı erişim sağlanır. Bunun yanında arama performansını arttırmak için Google “the, is, on, or, of, how, why” gibi kelimeleri dizinlemez. Dizinleyici, noktalama işaretlerini ve boşluk karakterlerini de ihmal ederek tüm kelimeleri küçük harflere çevirir.

Bunun dışında Google, küçük bir maliyet karşılığı dizinlenen geniş bir belge koleksiyonunu optimize eder. Büyük giriş-çıkış oranlarına sahip olmakla birlikte bir diskin okuma-yazma kafasının konumlanması için yaklaşık 10ms gerekir. Google bu konumlanma süresinden mümkün olduğunca sakınacak şekilde tasarlanmıştır.

3.2. Google Veri Yapısı

3.2.1. Bilgi Havuzu

Bilgi havuzu her Web sayfasının HTML'ini içerir. Her sayfa zlib kullanılarak sıkıştırılmıştır. Bilgi havuzu içinde belgeler Belge No, Uzunluk, URL olarak Tablo 2’de [1] görüldüğü gibi depolanır.

Bilgi Havuzu

Eş Zamanlılık	Uzunluk	Sıkıştırılmış Paket
Eş Zamanlılık	Uzunluk	Sıkıştırılmış Paket

Paket (Bilgi Havuzu içindeki sıkıştırılarak depolanan)

Doküman ID	URL Uzunluğu	Sayfa Uzunluğu	URL	Sayfa
------------	--------------	----------------	-----	-------

Tablo – 2 Bilgi Havuzu Veri Yapısı

3.2.2. Belge Dizini

Belge dizini her belge hakkında bilgileri tutar. Belgeler belge no’ya göre düzenlenir. Depolanmış bilgiler o andaki belgenin durumunu, belge doğruluğunu sağlayan bit dizisini ve çeşitli istatistiksel bilgileri kapsar. Ek olarak URL’leri belge no’lara çevirmekte kullanılan bir dosya da mevcuttur.

3.2.3. Özel Sözlük

Özel sözlük için Google’de arama sorgusu yaparken kullanıcıların yazdığı kelimelerin bir veritabanıdır denilebilir. Bu veritabanı 14 milyon kelime içerir. Her özel sözlük için onunla bağlantılı bir wordID vardır. Özel sözlük, kelimeler listesi ve işaretçi adres tablosu olarak 2 kısımdan oluşur.

3.2.4. Hit Listeleri

Bir hit listesi belirli bir belge içindeki pozisyon, font ve büyük harfle yazım gibi bilgileri kapsayan bir olaylar listesine benzer. İki tip hit vardır. Bunlar; imge hitler ve temel hitler. İmge hitler bir URL, başlık, bağlantı metni veya meta tag içinde meydana gelen hit olarak bilinir. Temel hit ise yazıtıpi, boyutu ve belge içindeki kelime pozisyonlarından oluşur. Kısaca açıkladığım bu yapılar haricinde “Hazır Dizin” ve “Sırası Değiştirilmiş Dizin” yapıları vardır. Hazır dizin her bir belge için bir kelimeler listesi depolar. Aşağıda temel bir hazır dizin biçimi görülmektedir.

Belgeler	Kelimeler
Belge1	The, cows, says, moo
Belge2	The, cat, and, hat
Belge3	The,dish,ran,away, with, the, spoon

Tablo – 3 Dizin Biçimi

Hazır dizin sonradan sırası değiştirilmiş dizin haline çevrilir. Bu dizin belge içindeki her kelimenin pozisyonunu içerir.

“the cows says moo”

The: (0)

Cow: (1)

Says:(2)

Moo: (3)

3.3. Web Arıları

Web arıları arama motorlarının önemli unsurlarındandır. İnternet üzerindeki bağlantıları (link) izleyip bilgi toplayan ve bütün İnterneti dolaşım sayfa ve sayfalardaki kelimeleri çıkartan İnternet bilgi toplayıcılarına Web arısı adı verilir. Web arıları aşağıda listelenen işlemleri yapmaktadır:

- Bir İnternet sayfasını indirir
- Sayfadaki bağlantıları (link) çıkarır
- Kelime ve sayfa bilgisini dizinleyiciye aktarır
- Bulduğu bağlantılara devam ederek yukarıdaki adımları bu yeni bağlantı metinleri için de tekrar eder.

Bu işlemler dışında bir Web arısı aşağıdaki hususlara göre sınıflandırılabilir.

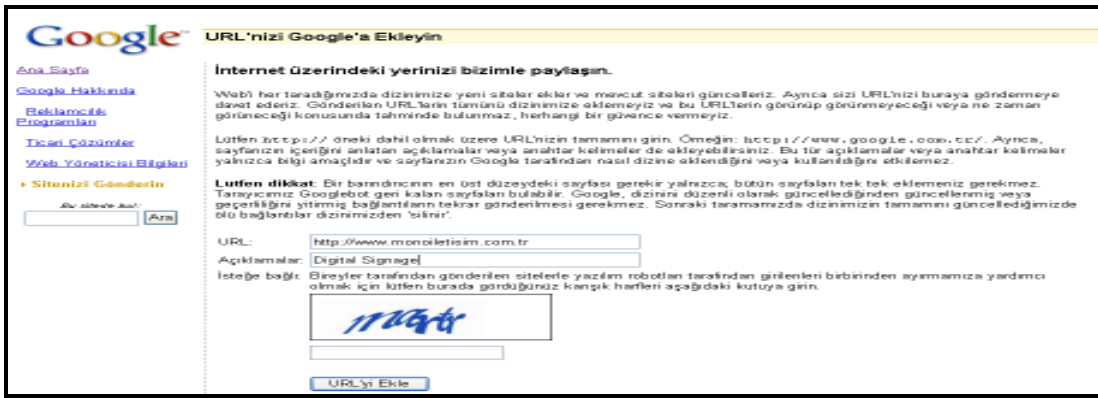
- Derin Tarama: Kabaca sayfanın ne kadar detayının dolaşılıp indeksleneceği, yani bir Web sitesindeki bağlantı metinlerini takip edip diğer Web sitelerine geçilip geçilmeyeceği belirlenir.
- Çerçeve Desteği: Sayfalarda bulunan çerçeveleri destekleyip desteklemediği belirlenir.
- Meta Robot Etiketi: Web sayfalarının üst bölgesinde yer alan robot etiketinin Web arısı tarafından desteklenip desteklenmediği belirlenir.
- Tam Belge (Full Body Text): Gezilen Web sayfasındaki bütün belgelerin mi yoksa bir kısmının mı çıkarılacağı belirlenir.
- Engellenen Kelimeler: Gezilen sayfada bulunan kelimelerden arama için anlamsız olan ve çok yer kaplayan kelimelerin dizinlenmesini engeller. Bu kelimelere “ve, veya, ile” örnek verilebilir.
- Üst Tanım (Meta Description): HTML sayfalarının üst kısmında bulunan tanım bilgilerinin dizinlenip dizinlenmeyeceği belirlenir.
- Üst Anahtar Kelimeler: HTML sayfalarının üst kısmında (meta tag) bulunan anahtar kelimelerin dizinlenip dizinlenmeyeceği belirlenir. [9]

Google'ın iyi bilinen 3 Web arısı vardır. Bunlar: AdSenseBot, FreshBot ve DeepCrawl. AdSense Google'ın Webmasterlar için sitelerinde içeriklerine göre reklam yayınlayıp para kazanabilecekleri bir sistemdir. Tahmin edeceğimiz gibi AdSense Botları bu reklamları yayınlayan siteler içindir. Sitenin içeriği değiştikçe veya yenisi eklendikçe AdSense reklamları içeriğe göre reklam yayınlamak için her değişmeden sonra 15 dakika içerisinde gelirler ve yeni yerleri dizinleyip giderler. Fakat bizim için önemli olanlar FreshBot ve DeepCrawl botlarıdır. Freshbot sitenizdeki en popüler ve yeni sayfalar ile ilgilenirler. Bunun bir veya binlerce olması önemli değildir. Amazon.com ve CNN.com gibi sitelerin sık sık güncellendiği ve çok talep aldığı Google tarafından fark edildiğinden beri bunun gibi siteleri her 10 dakikada bir ziyaret edip kaydeder. Diğer tipik sitelere bu botun uğrama sıklığı popülerlik ve güncelleme ile orantılı olarak 1 ile 14 gün arasında değişir. Bir FreshBot sitenizi ziyaret ettiğinde sitenizdeki bağlantıları (link) tek tek gezer ve onları bir veritabanına kaydeder. Bu sayede DeepCrawl sitenize geldiği zaman bu bağlantılar (link) ona yol gösterir ve işini yapmasına yardımcı olur. DeepCrawl ise ayda bir sitenize uğrar ve sitenizdeki bütün bilgileri dizinler. Bu sitenizdeki yeni bilgilerin Google sonuçlarında neden bir ay sonra çıktığının da göstergesidir. [10]

3.4. Bir Web Sitesinin Dizinlenmesi

Bir sitenin arama sonuçlarında gözükebilmesi için o sitenin arama motoru tarafından dizinlenmesi gerekir. Dizinlenen site Web arıları tarafından ziyaret ve edilecek ve sonuçta siteniz analiz edilip, ilgili bilgiler arama motoru veritabanına kaydedilecektir. Eğer site arama motoru dizininde yer alıyorsa arama sonuçlarında çıkabilir. Arama motorlarının sitenizin farkına varmasının iki yolu vardır. Bunlar;

- 1- Arama motoruna manuel olarak arama motorunun formundan sitenizi ekleyebilirsiniz. Dikkat edilecek nokta, arama motoruna sitenizi eklemek için URL ve sitenizin ana sayfasını yazmanız yeterlidir. Diğer sayfalar Web arıları tarafından eklenir. Bu işlem Google'de aşağıdaki gibi yapılır.



Şekil – 3 Google Arama Motoruna Web Sitesi Kaydı

- 2- Arama motorlarının sitenizi kendiliğinden bulması. Bu durum sitenizin başka dizinlenmiş siteden sizin sitenize bir bağlantı (link) vermiş olmasını gerektirir.

Unutulmaması gereken bir konu da arama motorları bir sayfadaki en fazla 100-200 KB'lık veriyi dizinleyebilir. Sayfanızın tam olarak dizinlenebilmesi için 100 KB üzeri sayfa oluşturmamaya çalışın. Ayrıca Robots.txt dosyası kullanarak Web arılarının davranışlarını yönetebilirsiniz. Bu dosya sitenizdeki hangi sayfaların dizinleneceğini ya da dizinlenmeyeceğini belirlemede kullanılır. Robots.txt dosyasının içerisinde Disallow ve Allow imleri bulunmaktadır. Bunlar Web arılarının nereye bakıp bakmaması gerektiğini söyler. Bu şekilde örneğin /admin klasörünüzün dizinlenmesini engellemiş olursunuz ya da asıl dizinlenmesini istediğiniz bölüm için Web arılarının işini kolaylaştırarak yardımcı olmuş olursunuz. Bir Robots.txt dosyasının içeriğinin örneği;

*User-Agent: **

Disallow all crawlers access to certain pages.

Disallow: /tr

Disallow: /xcart/admin

Disallow: /aboneform

Disallow: /admin

Disallow: /april

Disallow: /test

Disallow: /top

Disallow: /upgrade

Allow: /

Ve bu ayarlardan sonra sitenizin taglarının arasına ,

<META content=all name=robots>

satırınıda eklemekte fayda vardır. Bunun dışında eğer sitenizdeki sayfaların tamamının arama motoru veritabanına kaydedilmesini istiyorsanız aşağıdaki gibi yazmalısınız;

*User-agent: **

Disallow:

Burada User-agent arama motoru örümceğini belirtir. Mesajın hangi arama motoru örümceği için geçerli olduğunu belirtir. Yanındaki * işareti ise tamamı anlamına gelir. Yani User-agent: * komutu, robots.txt dosyasındaki yazılı komutların bütün arama motoru örümcekleri için geçerli olduğunu belirtir. Daha iyi anlamak için Google'nin örümceği olan Googlebot ile MSN arama motoru örümceği olan Msnbot için ayrı ayrı komutları aşağıdaki gibi girelim:

User-agent: Googlebot

Disallow:

User-agent: Msnbot

Disallow: /gizli.html

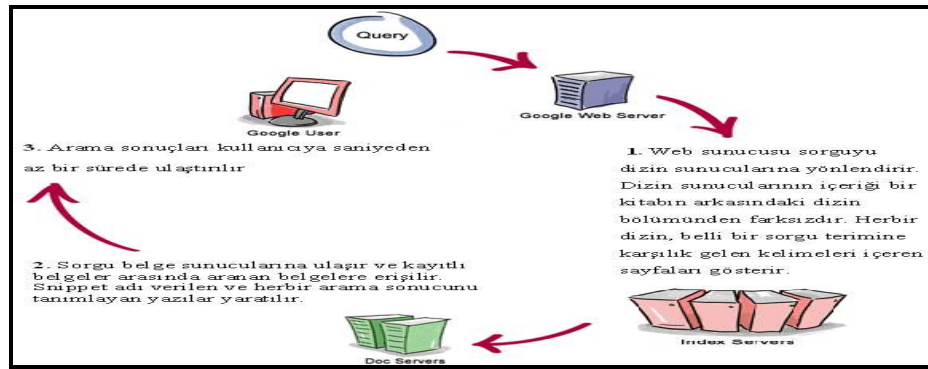
Yukarıda görüldüğü gibi iki farklı örümceğe farklı görevler verdik. Googlebot'dan sonra gelen disallow bölümü boş oluğu için sitemizin tüm sayfaları google veritabanına kaydedilir. Ancak Msnbot'dan sonra gelen disallow komutuna /gizli.html yazdık. Yani Msnbot sitemize uğradığı zaman gizli.html sayfasına girmeyecek ve bu sayfayı veritabanına eklemeyecek.

3.5. Arama

Amaç kaliteli ve etkin arama sonuçları üretmektir. Web arıları bulduğu sayfalara ait metin içeriğinin tamamını dizinleyiciye verir. Bu sayfalar Google'nin dizin

veritabanında tutulur. Bu dizin bilgisi arama terimine göre alfabetik sıralıdır. Bu yapı kullanıcı sorguları oluşturan terimleri içeren belgelere hızlı erişim sağlar.

Sorgu işleyici birimi kendi içinde birçok bölümden oluşur. Bunlar; kullanıcı ara yüzü (arama kutusu), sorguları işleyen ve ilgili belgelerle eşleştiren “engine (motor)” ve “sonuç biçimleyici” bölümleridir. Google, bir sorguyla en yakın ilişkili belgeleri bulmada yüzden fazla faktörü değerlendirir. Sayfanın gördüğü ilgi (popülarite), sayfa içinde arama terimlerinin konumu ve boyutları ve birbirine yakınlığı bu faktörlerden birkaçını oluşturur. Bu bağlamda sayfa rütbesi, Google’ın sayfa oylama sistemidir. Google, ayrıca kendi içindeki kendi kendine öğrenmeye yönelik tekniklerle kayıtlı veriler arası ilişkileri ve bağıntıları öğrenerek performansı artırır. Google, ilişkileri saptamak için kullandığı formülleri gizli tutmakta, kalite ve performansı artırmak için sürekli geliştirmektedir. Bu, Google sisteminin spam türü içerikten korunması için büyük önem taşır.



Şekil – 4 Google’nin Çalışma İlkesi [5&2]

3.5.1. Arama Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Arama sonuçları arama kelimesini esas alarak önbellekler üzerindeki incelemeler olarak değerlendiriliyor.

Belli kriterlere göre sıralama yapılıyor.

1. Site isminde aranan kelime olması öncelik için önemlidir.
2. Site içerisinde aranan kelimenin tekrarı önemlidir.

İpucu: Sitedeki sayfada 20’den fazla kelime tekrarı SPAM olarak kabul edilebilir ve siteniz sürekli olarak arama motorları kayıtlarından çıkartılabilir.

3. Sitenize diğer bağlantı (link) vermiş sitelerin çokluğu, sıralamadaki önceliğinizi belirleyecektir.

Sitenizin her sayfasına ayrı ayrı title ve description koymak dizinlenme ve bulunma açısından büyük önem taşımaktadır.

4. Arama Motoru Optimizasyonu

Arama motoru optimizasyonu (SEO) bir Web sitesinin belirli anahtar kelimeler için arama motorları sonuçlarında en yüksek sıralarda çıkmasını sağlamaktır. Bir Web sitesinin arama motorlarında ilk sıralarda çıkabilmesi için birçok etken bulunur. Bunlardan en önemlileri; Web sitenize bazı sitelerden bağlantı (link) verilmiş olması, Web sitenizde bulunan tüm sayfaların optimizasyon kurallarına göre dizayn edilmiş olmasıdır. Sitenize en fazla kaliteli ziyaretçi çekebilmenin en uygun yolu arama motoru optimizasyonu ile sağlayabilirsiniz. Çünkü arama motoru optimizasyonunun temelinde Web sitenize uygun ve hedef kitlenin arama motorları ile arayabileceği anahtar kelimeler yatar. Bir Web sitesinin arama motorları açısından optimize edilebilmesi için bazı teknik şartlara uygun olması gerekir. Örneğin; Web sitesinin sorunsuz erişilebilir ve Web sitesinde bulunan kodların doğru çalışır olması gerekir.

4.1. Arama Motoruna Uygun İçerikler Oluşturmak

1. Sayfaların İçerik Yazılarını Kusursuz Olarak Oluşturmak: Site içeriğindeki yazılar iyi ve düzenli yazılmalıdır. Kusursuz yazılar yazmak dışarıdan gelecek bağlantıları da (link) çeker. Ayrıca Google'nin iyi ve işe yarar içeriği tayin eden zekice metotları vardır. Bu metotlar dikkate alınarak aynı anahtar kelimeleri tekrar tekrar kullanmaktan kaçınılmalıdır. Aynı anahtar kelimeleri kullanmak yerine anahtar kelimelerin eş anlamlılarını kullanabiliriz. Böylece içeriğin işe yarar olduğu Google tarafından anlaşılabilir. Bunun yanında sitede kullandığınız dilin gramer kurallarına uymak zorundasınız. Google bu konuya da önem vermektedir. [11]

2. Düzenli İçerik Değişiklikleri: Google düzenli bir biçimde içerik eklenen Web sitelerini düzensiz biçimde güncellenenlere göre daha fazla dikkate alır. Bu yüzden düzenli olarak içerik değişimi bir avantajdır. Her sayfa içeriği için ideal kelime sayısı 500 ile 1500 arasında olmalıdır.

3. Google Sandbox Hizmetinden Yararlanmak: Kullanıcıların kısa bir süre önce yaptıkları arama sonuçlarına bakarak anahtar kelimeler önerebilen işe yarar bir araçtır. Ayrıca Google'nin yeni siteleri arama sonuçlarından çıkarmak için kullandığı yeni filtrenin adıdır. Örneğin Google Sandbox'a "SEO Danışmanı" yazdığınızda Google Sandbox ilave olarak "SEO Uzmanı" ve "SEO Servisleri" gibi aramaların da yapıldığını söyleyecektir. Ayrıca Google Sandbox yeni içerik üretmek için önemli fikirler verecektir. Kısaca Google Sandbox insanların neler aradıklarını gösterecek ve Web yazılımcılar da bu anahtar kelimeler üzerinden içerik üretebileceklerdir. Buradaki

hedefler bu kelimeler arandığında arama motoru sonuç sayfalarında üst sıralara çıkabilmektir.

4. Anahtar Kelime Yoğunluğu: Hedeflenen anahtar kelimeler sayfa içerisinde mantıklı bir sıklıkta yer almalıdır. Tıka basa anahtar kelimelerle doldurulmuş bir sayfa sitenizin kredisini düşürerek sitenizin rahatlıkla Google tarafından spam olarak tanımlanmasına sebep olur. Anahtar kelimeleri sayfa başlarına, paragraflara ve sayfa bitimine yakın bir yerlere yerleştirmek iyi bir çözüm olacaktır. En uygun anahtar kelime yoğunluğu %5-7 arasında olup %7-8'de hoş görülmektedir.

5. h1 Etiketini Kullanın: h1 etiketi arama motoru optimizasyonunun büyük sırlarından biridir. h1 etiketi arama motorlarına kullanılan ibarenin sayfanın ana başlığı olduğunu belirtmek için kullanılır. h1 etiketi sayfa içeriği ile ilişkili kullanıldığında Google'ın ciddiye aldığı güçlü bir araçtır. h1 etiketi ile kullanılan kelimeler diğer kelimeler içinde ön plana çıkar. h1 etiketi sayfanızı belirli anahtar kelimeler için optimize etmeye yarayan mükemmel bir yoldur. Aşağıda h1 etiketinin nasıl kullanılacağı görülmektedir:

```
<h1> anahtar kelime </h1>
```

h1 etiketi yazı fontunu büyük gösterecektir. Cascading Style Sheet (CSS) biçimlendirmelerini kullanarak h1 etiketindeki yazıların boyutu biçimlendirilebilir. Böylece istenilen faydayı sağlayabilirsiniz.

6. Title Etiketini: Title etiketi h1 etiketi gibi hayati bir öneme sahiptir. Arama motorlarına sayfanızın ne hakkında olduğunu söyler. Title etiketi h1 etiketi ile aynı içerikte olmalıdır. Bu sayfanın title etiketi şu şekildedir:

```
<title>SEO tips</title>
```

Kural olarak, 50-80 karakterlik title etiketi arama motoru sonuçlarında görüntülenir. Bu nedenle title etiketine yazılacakların bu uzunlukla sınırlandırılması gereklidir.

7. Kötü Web Sitelerine Bağlantı Vermeyin: Google tarafından cezalandırılmış veya herhangi bir sebepten dolayı kötü olarak kabul edilmiş bir Web sitesine bağlantı (link) verirseniz sizin sitenizde Google tarafından cezalandırılabilir. Google kötü bir site size bağlantı (link) verdiğinde sizi cezalandırmaz fakat siz kötü bir siteye bağlantı (link) verdiyseniz cezalandırılırsınız. Bu sebepten dolayı sadece iyi sitelere bağlantı (link) vermelisiniz. Ve düzenli aralıklarla bağlantı (link) verdiğiniz siteleri kontrol edin. Yoksa bağlantı (link) verdiğiniz Web sitesinin yeni sahibi bir spamcı olabilir.

8. Anahtar Kelimeleri Kalın, Eğik veya Altı Çizili Olarak Kullanın: Bir kelimeyi koyu, eğik veya altı çizili olarak yazdığınızda Google bu kelimenin anahtar kelimelerinizden

bir olduğunu düşünecekti. Fakat çok dikkatli olunmalıdır. Eğer kalın, eğik ve altı çizili olarak yazdığımız kelimeler anahtar kelimeleriniz değilse Google'ı şaşırtabilir ve bu biçimlendirmelerin anahtar kelimeleriniz üzerindeki etkisini kaybedebilirsiniz. Dikkat çekici kelimeleri kalın yapın ama asla tüm içeriği bu şekilde düzenlemeyin. Sadece birkaç anahtar kelimeyi bu şekilde kullanın. Sayfalarda *strong* etiketini kullanmak *bold* etiketini kullanmaktan daha fazla yarar sağlayabilir.

9. Sayfa Adreslerindeki Anahtar Kelimeler: Bir sayfanın adresine karar vermek SEO'nun önemli bir parçasıdır. Sayfamız anahtar kelimelerin içinde bulunduğu bir dosya adı olarak anılmalı ve sayfamız anahtar kelimelerin içinde bulunduğu bir klasörde yer almalıdır. Klasör ve sayfa adının beraber yer aldığı kullanımlarda anahtar kelimeler taksim işareti (/) ile ayrılmalıdır. Klasör ve dosya isimleriniz mantıklı bir temele dayandırılmalı çünkü bu yapı Web sitesinin doğal hiyerarşisini yansıtacaktır. Örneğin diğer sitelerden bağlantı (link) alma hakkında bir sayfa oluşturacaksınız. İyi bir sayfa adresi şu şekilde olmalıdır:

polySEO.com/SEO-tips/how-to-obtain-inbound-links.html (Bu adresi *polySEO.com/SEO-ipuclari/sitenize-nasil-link-alirsiniz.html* şeklinde tercüme edilebilir.)

Bu sayfa adresi şu sebeplerden dolayı iyidir:

- a) Google "SEO Tips" ve "how to obtain inbound links" ifadelerinin bu sayfayla ilgili sorgular olduğunu bilir.
- b) "how to obtain inbound links" ifadesi "SEO tips" ifadesinin alt kümesi olarak yer almıştır. Google hiyerarşik (sıralı) sayfa adresleri kullanıldığı için bu sayfaya fazladan ilgi gösterecektir. Şunu unutmayın Google iki zeki matematikçi tarafından geliştirilmiştir. Web sitenizde hangi sayfaları barındıracağınıza bağlı olarak sayfalara ad vermenin bir kaç yolu vardır. Örneğin yukarıdaki örnekten hareketle "links" başlığı altında, sayfa adresleri aşağıdaki gibi olan değişik yazılar yazabilirsiniz.

polySEO.com/SEO/links/how-to-obtain-inbound-links.html

Bu örnekte "how to obtain inbound links" ifadesi "link" ifadesinin, o da "SEO" ifadesinin alt kategorisi durumundadır. Bu üç eleman da gruptaki diğerleri ile ilişkilidir. Ayrıca hepsi SEO hakkındadır.

10. Mümkün Olduğunca Çerçeveler Kullanmayın: Arama motorları çerçeve kullanan Web sitelerini taramak için uygun değildir. Onların yapabileceği şey ana sayfayı

dizinlemek olur. Esas itibariyle eğer site çerçeveleri kullanıyorsa Web sitenizi arama motorlarının taramasına izin vermiyorsunuz demektir.

11. Siteleri Flash İle Oluşturmaktan Kaçının: Arama motorları flash dosyaları için uygun olmadığından dolayı flash içerisindeki herhangi bir metin arama motorları tarafından okunamaz. Gerçek kullanışlı Web siteleri dizinlenebilir içerikte olmalı ve tercihen html formatında kodlanmalıdır. İyi, temiz bir html kodu arama motoru optimizasyonunun en büyük dostudur.

12. Meta Etiketlerine Önem Verin: Arama motoru optimizasyonunun ilgilendiği üç meta etiketi vardır. Robots, Description, Keywords. İlk ikisi hayati iken üçüncüsü büyük bir rol oynamaz. Robot etiketi şu şekilde olmalıdır;

```
<meta name="robots" content="index, follow"/> veya <meta name="robots" content="all"/>
```

Content etiketi title etiketi ile özdeş veya benzer olmalıdır. Google'ın bundan daha çok hoşlandığı tespit edilmiştir. Bu sayfanın content etiketi şu şekildedir;

```
<meta name="description" content="A definitive guide to SEO (Search Engine Optimization)"/>
```

Description kısmında sitenin açıklaması, tanımlaması yapılmaktadır. Sayfanın tanımı 200 karakteri geçmemelidir.

Google öncesi eski dönemlerde keywords etiketleri ilk arama motorları tarafından ciddiye alınıyordu. Dolayısıyla spamcı Web siteleri meta taglerdeki anahtar kelimeleri kullanarak arama sonuçlarını etkiliyorlardı. Şimdilerde ise keyword etiketinin bir anlamı kalmadı. Elbette bunlar olmalı fakat bir anahtar kelime birden fazla tekrarlanacak biçimde olmamalıdır. Etiketin içine 20 den fazla kelime koymayın. Örnek keywords etiketi aşağıdaki gibidir;

```
<meta name="keywords" content="seo, tips, search, engine, optimization, google"/>
```

Şimdi başka meta etiketi örneklerini de açıklamak yerinde olacaktır.

```
<meta http-equiv="refresh" content="10; url=dosya.html">
```

Açıklaması: ismi belirtilen dosya 10 saniye sonra otomatik olarak yüklensin

```
<meta name="abstract" content="SEO (Search Engine Optimization) Nedir">
```

abstract: Arama motorları için sayfa içeriğini tanıtan tek bir cümle belirtilir. (description yerine tercih ediliyor) [12]

```
<meta name="author" content="Mert ögüt ">
```

author: Sayfayı hazırlayan kişi ya da kurum belirtilir.

<meta name="classification" content="İnternet Marketing">

classification: Sayfanın kategorisi en fazla 2 kelime içermesi önerilir. (Politics, Finance, Business, Web hosting gibi)

<meta name="copyright" content="28 şubat 2005 Gitme.net ">

copyright: Programın yayın hakkının sahibi yazılır.

<meta name="distribution" content="Global / Local">

distribution: Sayfa içeriğinin kime hitap ettiği belirtilir. (Yerel, Genel)

<meta name="content-language" content="tr">

language: Sayfada kullanılan dilin yazıldığı kısımdır.

<meta name="rating" content="General / Mature / Adult">

rating: Sayfa içeriğinin kime yönelik olduğu yazılır. Eğer herkese yönelikse "All" yapılmalıdır.

<meta name="resource-type" content="document">

resource-type: Sayfa içeriğinin tipinin belirtildiği yerdir. (belge)

<meta name="robots" content="index, follow">

robots: Robotun nasıl çalışacağını belirtir.

index / noindex: Sayfayı arşive alır / almaz.

follow / nofollow: Sayfaya bağlı diğer sayfaları da tarayıp dizinler/ dizinlemez.

imageindex / noimageindex: Resimleri dizinler/ dizinlemez.

imageclick / noimageclick: Resim bağlantıları dizinler/ dizinlemez.

archive / noarchive: Sayfayı arşivine al / alma (Google için özel).

all: Sayfanın her şeyi arşive alınır.

<meta name="revisit-after" content="7 days">

revisit-after: Robot sayfayı 7 gün sonra tekrar ziyaret eder.

<meta http-equiv="cache-control" content="no-cache">

cache-control: sayfa arama motoru tarafından arşivlenmez.

<meta http-equiv="expires" content="14 Feb 2006">

<meta http-equiv="expires" content="0">

Duyurduğunuz aktivitenin tarihini belirtir. Tarihe yaklaştıkça arama motorları sayfanızı daha üst sıralarda listeler. Tarih geçtiğinde artık bu sayfa listelenmez. Sitenizin özel bir gün için bölümü varsa örneğin 14 Şubat bu kodu kullanmanız fayda sağlar [12]

13. Arama Motorları Resimleri Okuyamaz: Jpeg dosyasında veya diğer resim dosyalarında gösterilen metinler arama motorları tarafından okunamaz. Bazen yazıların

jpeg dosyası şeklinde verildiğini görüyoruz. Sayfanın yazarı muhtemelen sitem Google'ın arama sonuçlarında niye çıkmıyor diye üzülüyordur. Bundan dolayı içeriği göstermek için grafik dosyalarını kullanmayın. Bu resim kullanmayacağınız anlamına gelmiyor. Uygun yerde kullanıldığında resimler kullanıcıların izlenimini güçlendirir ve içeriğinizi daha kullanışlı hale getirir.

ALT etiketini kullanarak arama motorlarına bir resmin ne hakkında olduğunu bildirebilirsiniz. Verilen tanımlamanın resmi iyi bir şekilde açıkladığından emin olunmalıdır. Alt etiketinde resimle alakasız kullanılan ibareler spam olarak kabul edilebilir. Bu durum siteleri Google'da arka planlara iter. ALT etiketine ait bir örnek aşağıda verilmiştir.

```

```

14. Robots Etiketinin “index, follow” Olarak Düzenlendiğine Emin Olun: Web sitelerindeki her sayfa bu etikete sahip olmalıdır. Bu etiket arama motoru örümceklerine sayfayı dizinlemesini ve ayrıca sayfadaki bağlantıları da izleyerek ayrı ayrı ele almasını söyler. Bu yol Web sitelerindeki bütün sayfaların dizinlenmesini sağlayan kullanışlı bir yoldur. Örümcekler arama motorlarının İnternetteki sayfaları analiz etmek için kullandığı programlardır. Bunlar bağlantıları (link) izleyerek sayfadan sayfaya geçerler ve bütün sayfaları okurlar, sayfanın kalitesi hakkında bir karar verip sayfanın kopyasını ilgili arama sorgularında göstermek üzere alırlar. [11]

15. Diğer Sitelerden Bağlantı (Link) Alın: Diğer sitelerden alınan bağlantılar (link) Google algoritmasının temelini teşkil eder. Google çevrimiçi aramayı tekrar yapılandırırken karmaşık sorulara karşı oldukça açıklayıcı bir cevap verdi. Bir kullanıcı “widget” hakkında bir arama yaptığında ve “widget” hakkında bir milyon Web sayfası olduğunda hangi sayfaların arama sonuçlarında gösterileceğine nasıl karar verilecek? Diğer bir deyişle bu sayfaları nasıl sıralayacağız? Larry Page ve Sergey Brin (Google'yi icat edenler) bu soruya basit bir cevap verdiler: Daha fazla bağlantıyla (link) işaretlenen Web sayfaları daha az bağlantı (link) ile işaretlenenlere göre daha güzel ve işe yaradılar. Google bir siteye verilen bağlantıları (link), o sitenin lehine verilmiş bir oy gibi kabul eder. Bu yüzden Web sitenize, Web sitenizdeki yazılara dışarıdan bağlantı (link) almak zorunludur. Bu bağlantıları (link) almanın en faydalı yolu sizin bağlantı aldığınız sitelere bağlantı vermemenizdir. Google bir sayfanın rütbe değerini hesaplarken bağlantı (link) değerlerini kullanır. Bu değeri verirken de bağlantı (link)

verilen sayfanın bağlantı (link) veren sayfa ile paralel içerikte olmasına dikkat eder. Diğer bir deyişle SEO ile ilgili bir noktaya işaret eden bağlantı (link) SEO ile ilgili bir sayfadan verildiyse daha etkili oluyor fakat bağlantı (link) arabalar ile ilgili bir sayfadan geliyorsa daha az etkili oluyor.

16. Bağlantı Metni Önemlidir: Bağlantıları oluştururken kullandığımız ibareler son derece önemlidir. Çünkü bu Google'ın birçok sorusunun cevabıdır. Gelen bağlantıların (link) bağlantı metinleri hedef sayfanın içeriği ile ne kadar ilgili ise o kadar fayda elde edilir. SEO için en faydalı bağlantılar (link) tek bir amaca yönelik, ilgili bağlantı metinleri içeren bağlantılardır (link). Eğer hedef sayfanın h1 etiketindeki kelimeleri barındıran bir bağlantı metni ile diğer sitelerden bağlantı alabilirseniz Google bunları bağımsız üçüncü bir kişinin yorumu olarak algılayacak ve sitenize daha yüksek değer verecektir. Bu diğer bağlantıların (link) kullanışsız olduğu anlamına gelmiyor. Yüksek sayfa rütbesi değeri olan sayfalardan bağlantı (link) alırken karşılıklı bile olsa fayda sağlanabilir. “Buraya Tıklayın” bağlantı metni ile bağlantı (link) verildiğinde Google bağlantı veren kişinin bağlantı verdiği sayfanın neden bahsettiğini bilmediğini düşünür.

17. Google İle Ters Düşmeyin: Arama motoru optimizasyonun temeli spam sayılan ve etik olmayan davranışlardan uzak kalmaktır. Google Web master kurallarını uygulamakta titiz olun. Google Web master kurallarına aykırı bir şey yapıldığında Google sizi cezalandıracaktır. Aşağıdaki hileler Google tarafından kesinlikle yasaklanmıştır:

Paravan: Bunun anlamı bir ip adresinden farklı bir siteye geçilmesidir.

Ana sayfanızı başka sayfaya yönlendirmek. Arka plan ile aynı renkte metinler kullanmak. Gizli bağlantılar (link). Google algoritması oldukça karmaşıklaşmıştır. Eğer Google Web master kurallarını ihlal ederseniz er ya da geç suçunuz tespit edilir bir cezanın muhatabı olursunuz.

18. Sitedeki Sayfaların Sayısı: Fazla sayfa sayısı daha iyidir. Artan sayfa sayısı arama motorlarındaki görünme ihtimalini artırır. Bunun yanında siteye yeni eklenen bilgiler arama motorları tarafından bir gelişme olarak algılanacak ve arama motoru sıralamasında bir avantaj sağlayacaktır.

19. Subdomainlerden Kaçınmak: Fazla sayıda sayfaya sahip değilseniz bu sayfaların tamamını ana dizinde saklamak yararlı olur. Arama motorları ana dizindeki sayfaların subdomaindeki sayfalara göre daha önemli olduğunu düşünürler.

20. Sitenizde Mutlaka Bir Site Haritası Bulundurun: Bu haritada sitenizde yer alan tüm sayfalara bağlantı verin. Bu sayfa, sitenize gelen arama motorlarının tüm sayfalarınızı bulmasına yardımcı olacaktır.

- Her sayfadan en fazla 50 bağlantı (link) verin.
- Eğer link vermeniz gereken 50 den fazla sayfanız varsa sadece önemli sayfalarınıza bağlantı (link) verin.
- Bazı arama motorları sadece bağlantılardan (link) oluşan sayfaları sevmezler. Bu yüzden bu sayfaya mutlaka biraz da metin ekleyin. Mesela sitenizin genel amacını bir paragraf halinde bu harita sayfasına ekleyin.

21. Sayfalarınızı olabildiğince kök dizine yakın yerleştirin: 3 seviyeden fazla iç içe dizin kullanmayın.

Örnek :

www.siteniz.com/index.html (1. seviye - harika)

www.siteniz.com/html/index.html (2. seviye - iyi)

www.siteniz.com/html/satis/index.html (3. seviye - idare eder)

www.siteniz.com/html/satis/arama/index.html (Çok yüksek seviye - arama motorları bu sayfayı çok içlerde gördüğü için erişilebilirliğini ve dolayısıyla önemini az kabul edecektir.)

22. Menü kodlarını sayfa sonuna yerleştirmeye özen gösterin: Eğer site içinde her sayfada sabit bir yerde çıkan menü barınız varsa, büyük ihtimalle tablo kodunuzu ana sayfa metinlerinden önce yerleştirmişsinizdir. Arama motorları sayfa kodunda başa yakın olan kelimelere, sayfa kodunda sonda olan kelimelerden daha çok önem verirler. Bu yüzden sayfanızı tasarlarken, menü bar kodunuzun sayfa içeriğinden sonra gelmesini sağlayın. [11]

4.2. Arama Motorlarına Uygun İyi Bir Web Sitesinin Temel Özellikleri

- Sayfalara çok yoğun içerik eklenmemeli
- Sayfa içerisindeki grafikler optimize edilip uygun formatlar seçilmelidir.
- Gerekirse çok boyutlu grafikler için sıkıştırma yöntemleri uygulanmalıdır.
- Alt sayfalara kolay ulaşımı sağlayacak iyi bir navigasyon yapısı sağlanmalıdır.
- Piramit mantığı olarak bilinen mantık Web sitelerinde uygulanmalıdır. Bu mantığa göre Web sitenin sahibi için en önemli olan bağlantı veya konu en üstte sunulmalıdır. Böylece hem kullanıcı sitenin amacını daha kolay kavrar hem de Google o ilgili bağlantıyı daha fazla önemser.

- Sitede meta bilgileri kullanılmalıdır. Meta bilgileri sitelerin kodlarının başına eklenir. Sitelerin içerisinde bulunan anahtar kelimelerin metalara yazılmasıyla arama motoru robotları bunları kayıt altına alır. Site hakkında bilgi, kimin oluşturduğu, hangi programla oluşturulduğu meta bilgisiyle belirtilir. Aşağıda *www.papatya.gen.tr* sitesinin meta bilgisi görülmektedir. [3]

```
<head>
<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=windows-1254">
<meta name="title" content="PAPATYA YAYINCILIK EĞİTİM">
<meta name="keywords" content="kitap yayınevi yayıncılık kitap book publisher
bilimsel teknik tıp hamilelik network çotuksöken programlama ağ temel bilim matematik
akademik kitabevi beta seçkin atlas hürriyet java TCP/IP kürtaj gebelik kurtaj hamilelik
hamile bebek gebe sezeryan jinekoloji anomali düşük kitapçı yayınev güvenlik">
<meta name="description" content="Bilimsel ve Teknik Kitaplar">
<meta name="author" content="Cengiz uğurkaya">
<meta name="copyright" content="Papatya Yayıncılık">
<meta name="description" content="Global">
<meta name="robots" content="All">
<meta name="rating" content="General">
<meta http-equiv="content-language" content="tr">
<meta name="GENERATOR" content="Microsoft Frontpage 6.0">
<meta name="progId" content="Frontpage.Editor.Document">
<title>PAPATYA YAYINCILIK EĞİTİM A.Ş.</title>
<meta name="Microsoft Theme" content="none,default">
<meta name="Microsoft Border" content="tlb">
</head>
```

- Site adları uzun olmamalı ve amaçtan sapmamalıdır. Site ismine tire, alttan çizgi gibi karakterler konulması sitenin sayfa rütbesini düşürür. Örneğin; *beykentuniversitesi.com* alınmışsa *beykent-universitesi.com* alınmamalıdır. Bunun yerine Web alanı uzantısı *.net* olarak alınabilir.

- Arama motorları resim bağlantılarını okuyamaz. Bu yüzden bağlantıların yazı olması daha avantajlıdır.

- Artık İnternette png uzantılı resimler tercih edilmektedir. Çünkü png uzantılı dosyaların kalitesi bozulmaz ve boyutu da küçüktür.

- Google robotlarını İnternet sayfasına yollarken arka planla aynı renk olan yazıları da hile olarak dikkate alır. Bu konuya dikkat edilmelidir.

4.3. En Yaygın Arama Motoru Optimizasyonu Hataları

4.3.1. Grafiksel Başlık

Sık sık şirket logolarını sayfanın en üstünde sayfa genişliğinde grafiksel olarak görürüz. Böyle bir şey yapılmamalıdır. Bir Web sitesi için sayfanın en üst kısmı gerçekten çok önemli bir alandır ve arama motoru optimizasyonu için gerekli en önemli kelimeler buraya konulabilir. Hepimiz biliyoruz ki arama motorları resim ve grafikleri yorumlayamaz. Bu nedenle Web sayfasının en önemli kısmına bir grafik, resim koymak hata olur. Bu yüzden sayfanın üst kısmında küçük bir logo kullanıp geri kalan kısmı metin olarak kullanmak yerinde bir karar olacaktır. [3]

4.3.2. Script Kullanarak Menüler Oluşturmak

Bazen site içi dolaşımında kullanılan menüler script kullanılarak oluşturulmuş oluyor. Şunu bilmeliyiz ki arama motorları scriptleri okuyamaz. Scriptler okunmadığı için arama motorları bağlantı metinlerini takip edemeyecek ve sitemizin bir kısmı hiç dizinlenemeyecektir. Eğer site içi dolaşım scriptleri kullanmak zorundaysanız, arama motorlarında görünürlüğü sağlamak için düzenli olarak HTML kodlarıyla çoklamalıyız ve sayfalarımıza bağlantı (link) vermeliyiz.

4.3.3. Oturum Tanımlayıcılar

Bazı siteler oturum tanımlayıcı kullanmaktadırlar. Oturum tanımlayıcısının yaptığı iş, siteye erişen her ziyaretçiye özgün bir parametre atanmasıdır. Kodlama kısmında aşağıdaki gibi kullanılır;

&session_id=

Bu ID ziyaret edilen her sayfanın adresine eklenir. Bu ID'ler site sahiplerinin kullanışlı istatistiksel veriler elde etmesine yardımcı olur. Bu istatistikler ile kullanıcıların davranışları hakkında bilgi sahibi olunabilir. Fakat oturum tanımlayıcılı sitelerin dizinlenmesi zordur ve doğru şekilde dizinlenmeyebilirler. Arama motoru optimizasyonu için mümkün olduğunca bu yöntemden kaçınınız.

4.3.4. Redirect Yöntemi

Redirect yöntemi bir site veya sayfa ile bağlantıyı sağlamak için kullanılan yöntemlerden biridir. Aşağıda verilen örnekteki gibi kullanılır;

Response.Redirect("http://www.beykent.edu.tr")

Redirect kullanmak arama robotlarının sitenizi analiz etmesinde zorluklara neden olabilir ve arama motoru optimizasyonu açısından ters tepki yaratabilir. Geçerli bir sebebiniz olmadıkça redirect yöntemini kullanmamanızı tavsiye ederiz. [13]

4.3.5. Saklı Metinler

Bu yöntem arama motorlarını kandırmak amacıyla yapılmış yasadışı arama motoru optimizasyonu metodudur. Gizli metinler sayfanın arka planı ile aynı renkte yazılmış yazılardır. Site sahiplerinin bunu yapmasındaki amaç haksız olarak arama motorlarında üst sıralarda çıkma isteğidir. Ziyaretçiler bu durumu fark etmeseler de arama motoru Web arıları tarafından bu durum fark edilir. Bu tarz aldatıcı metotlar sitenin arama motorlarında yasaklanması ile sonuçlanabilir ve siteniz arama motorlarının veritabanından silinebilir. [3]

4.3.6. Bir Piksellik Bağlantılar

Bu da bir diğer aldatıcı arama motoru optimizasyonu yöntemidir. Hemen hemen görünmez boyutta olan bağlantı metinleriyle yapılan aldatıcı tekniktir. Bu işlemin sonucu genellikle arama motorlarında yasaklanma ile sonuçlanır.

4.3.7. Çok Fazla Ajax Kullanımı

Birçok tasarımcı ziyaretçilerini etkilemek için Ajax özelliklerini kullanıyor. Ama bunun büyük bir arama motoru optimizasyonu hatası olduğunu biliyor muydunuz? Çünkü Ajax içeriği dinamik olarak sayfaya yükleniyor, yani arama motorları tarafından taranabilir ya da dizinlenebilir değildir. Ajax kullanmanın diğer bir dezavantajı ise; sayfa yenilenmesine rağmen sayfa URL adresi yenilenmediğinden, ziyaretçiler sayfanın yenilenmiş halinin adresini arkadaşlarına gönderemezler.

4.3.8. Sayfalara Verilen İsim (Uzantı)

Eğer dinamik bir Web sitesi kullanıyorsanız sayfalarınıza vereceğiniz isimler önemli olacaktır. Örneğin Joomla kullanan birinin sitesinde URL'ler "*index.php?option=com_mtree&task=listcats&cat_id=1766&Itemid=35*" olarak çıkar ve bu şekilde çıkan adreslerin ziyaretçiler ve elbette Web arıları tarafından anlaşılması güç olur. Bu yüzden arama motoru Web arıları için son derece iyi olabilecek arama motoru optimizasyonu eklentileri kullanarak sitemizdeki bağlantıları (link) anlaşılır bir hale getirmemiz gerekir.

4.3.9. Kopya ya da Kötü İçerik

Arama motoru optimizasyonu aşamasında Web sitelerinizdeki içeriği özgün ve güncel tutmalısınız. Genellikle Web siteleri kopya içerikle veya başkalarının fikirlerini çalarak oluşturulan içerikle doldurulmaktadır. Bu şekilde yapılmış olan Web sitelerin genellikle arama motorlarındaki popüleriği düşüktür. Böyle yapmak yerine insanların sitenize bağlantı (link) vermelerini sağlayacak güzel ve en önemlisi sizin düşüncelerinizden oluşmuş yazılar yazmalısınız.

4.3.10. Kötü Olan Alt Sayfalardan Gelen Bağlantılar

Alt sayfalardan gelen bağlantıların konuyla alakalı olması çok önemlidir. Her bağlantı (link) için doğru title girmeye özen göstermeliyiz. Hedef sayfanıza gelecek bağlantıları kontrol altına aldığımızdan emin olmalıyız aksi bir durumda kötü sonuçlarla karşılaşabiliriz. [3]

5. Arama Motoru Optimizasyonu Örnekleri

Bu bölümde arama motoru optimizasyonuna ait bazı örnekler vereceğim. 3 ayrı anahtar kelime seçip Google'da arama yaptım. Seçtiğim anahtar kelimeler *Üniversite*, *Eğitim*, *Gazete*. Bu kelimelerin arama sonuçlarında ilk 3'te yer alan Web sitelerinin önceki sayfalarda bahsettiğimiz optimizasyon kurallarına uygun olup olmadığını inceleyeceğim. (*Web sitelerinin sıralaması Mart-Nisan 2009 tarihlerindeki mevcut sıralamayı göstermektedir.*)

5.1. Üniversite Anahtar Kelimesine Ait Sitelerin Optimizasyon İncelemesi

Google arama motorunda *Üniversite* kelimesi arama sonucuna ait ilk sayfa aşağıda görülmektedir.



Şekil – 5 Google'da Üniversite Kelimesinin Arama Sonucu

Şekilden de görüldüğü gibi arama sonucunda ilk sırada www.yok.gov.tr İnternet sitesi bulunmaktadır. Şimdi bu sitenin arama motoru optimizasyonuna uygunluğunu inceleyelim.



Şekil – 6 Üniversite Arama Sonucuna Göre İlk Sırada Çıkan Sayfa

1. Aşağıda www.yok.gov.tr sitesinin meta etiketleri verilmiştir.

```
<head>
```

```
<title>Üniversitelerin Web Siteleri</title>
```

```
<meta http-equiv=Content-Type content="text/html; charset=windows-1254">
```

```
<meta http-equiv=Content-Language content=tr>
```

```
<meta content="MSHTML 6.00.2900.5726" name=GENERATOR>
```

```
<meta content=FrontPage.Editor.Document name=ProgId>
```

```
</head>
```

Meta etiketler olması gerektiği gibi <head>...</head> etiketleri arasında tanımlanmıştır. Devamına baktığımızda sayfamızın başlığını belirten title etiketine *Üniversitelerin Web Siteleri* yazılmıştır. Anlaşıyor ki bu sayfamız üniversiteler ile ilgili bilgiler içerir. Title kuralına da uyulmuştur. Sonrasında ki meta etiketleri kurallara uygun şekilde yazılmıştır. Karakter seti, sayfanın dili ve Web sayfanın yazıldığı program arama motoru kayıtlarına geçilmesi için meta etiketlerde belirtilmiştir. Fakat anahtar kelime ve site içeriğini belirten meta etiketler yazılmamıştır. Bu bir eksiklik olarak sayılabilir.

2. Sayfanın içerik yazısı ve tasarımı da düzenli bir şekilde oluşturulmuştur. Üniversite kelimesinin yani anahtar kelimenin düzenli sıklıklarla kullanılması bu sayfanın Google arama sonucunda ilk sırada yer almasına katkı sağlamıştır.

3. Bunun dışında Şekil – 6’da görüyoruz ki *Üniversiteler* ve *Devlet Üniversiteleri* kelimeleri kalın olarak yazılarak ayrı bir öneme sahip olduğunun arama motorları tarafından anlaşılması sağlanmıştır.

4. Şekil – 5’teki arama sonucuna baktığımızda ilk çıkan sitenin url’sine dikkat edelim. www.yok.gov.tr/universiteler/uni_Web.htm url’sinde Web sayfamızın *universiteler* isimli bir klasör içinde bulunduğunu görüyoruz. Klasör veya Web sayfasının adına anahtar kelimenin isminin verilmesi arama motoru optimizasyonu açısından akıllıca bir davranıştır.


5. Web sayfasında çokça bağlantı metni ve bağlantılar (link) kullanılmıştır. Bu kullanıma ait örnek kaynak kod aşağıdadır.

```
<a language=Javascript1.2 onmouseover=rollIn(this) style="COLOR: #ffffff; TEXT-DECORATION: none" onmouseout=rollOut(this) href="http://www.beykent.edu.tr/" fprolloverstyle="font-family: Arial; font-size: 10pt; color: #000000; text-decoration: underline" dynamicanimation="fpAnimformatRolloverFP1"><font face=Arial color=#000000 size=2>BEYKENT ÜNİVERSİTESİ </font></a>
```

6. Web sayfasında flash animasyonu da kullanılmamıştır.

7. Arama motoru optimizasyonunda sayfa rütbesi önemli bir değere sahiptir.

Şimdi www.yok.gov.tr/universiteler/uni_Web.htm sayfasının sayfa rütbesini ve bu siteye bağlantıyı kendi sitelerinde veren sitelerden bazılarını görelim. Sitelerin sayfa rütbesi değerinin incelenmesini <http://www.seocentro.com> İnternet adresindeki PageRank Check modülü ile gerçekleştirdim.

Pagerank Results		
#	Url	Pagerank
1	http://www.yok.gov.tr/universiteler/uni_web.htm	9 / 10 

Şekil – 7 YÖK Sitesine Ait Sayfanın Sayfa Rütbesi Değeri

Aşağıdaki şekilde incelediğimiz sayfaya ait referans bağlantılardan (backlink) bazıları listelenmiştir. Bildiğimiz gibi referans bağlantı başka sitelerin bizim sayfamıza bağlantı vermesi demektir. Başka sitelerin bizim sayfamıza bağlantı vermesi bizim sitemizin Google’deki popülerliğini arttırır. Şekil – 8’de bu referans bağlantılarından bazılarını görüyoruz. (Referans bağlantı sorgulama sonucu www.hitsihirbazi.com İnternet sitesinden alınmıştır.)

Google Backlink Sorgulama: Sonuçlar		
Toplam Backlink : 13266 Her Sayfada 100 Kayıt Sıralanmaktadır.		
Backlink	Backlink PR	Domain PR
http://www.allah.gen.tr/	3	3
http://sct.emu.edu.tr/	4/10	4/10
http://w3.gazi.edu.tr/~agunen/	3	7/10
http://www.fiu.edu/~tosun/tsa/	5/10	7/10
http://osmandere.googlepages.com/	4/10	4/10
http://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9Cniversite	5/10	7/10
http://fbe.erciyes.edu.tr/	4/10	4/10
http://www.turkishmusic.org/vchat/popuplogin.html	4/10	6/10
http://en.wikipedia.org/wiki/Bilkent_University	5/10	5/10
http://www.gazetemazete.com/	3	3
http://www.dilkofendershanesi.com/	1	1
http://nazengul.blogcu.com/	3	3
http://www.karaozucevresi.com/	0	0
http://esesliemre.spaces.live.com/	0	0
http://zorluguc.blogcu.com/	HATA	HATA
http://zirvedeki.blogcu.com/	2	2
http://gokdere66.blogcu.com/	3	3
http://www.gerislerkoyu.piczo.com/	0	0
http://cengiz23.googlepages.com/	3	3
http://educatedfuture.blogspot.com/	3	3
http://www.turkcebilgi.com/%FCniversiteler	HATA	6/10
http://www.allah.gen.tr/?p=276	0	3
http://www.allah.gen.tr/?p=280	0	3
http://turkey.usembassy.gov/about_turkey2.html	5/10	7/10
http://turkishcinema.blogcu.com/	1	1

Şekil – 8 YÖK Sitesine Ait Sayfanın Referans Bağlantıları

Şekil –8 ‘de görülen referans bağlantı sorgulama sonucunda özellikle sayfa rütbeleri 4 ve üzerinde olanlar sitenin Google’de üst sıralarda yer almasında önemli katkı sağlarlar.

Şimdi üniversite anahtar kelimesine göre yapılan aramada 3. sırada çıkan www.dogrutercih.com sitesinin arama motoru optimizasyonuna göre incelemesini yapalım.

Şekil – 9 Üniversite Arama Sonucuna Göre Üçüncü Sırada Çıkan Sayfa

1. Aşağıda www.dogrutercih.com sitesinin meta etiketleri verilmiştir.

<head>

```

<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=windows-1254">
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-9" />
<title>Doğru Tercih (ÖSS 2009) - Üniversiteye Hazırlanan Arkadaşlarımız Sitemize
Hoşgeldiniz - Üniversite ÖSS Sınav Tercih Tercihler Ösym</title>
<meta name="description" content="ÖSS 2008 Üniversite Adayları Hazırlık
Programları">
<meta name="keywords" content="öss,üniversite,ösym,öss
2008,üniversite,aday,ösys,burak kılanç,tercih motoru,tercih robotu,tercih matik">
<link rel="stylesheet href="dogrutercih.css">
</head>

```

Title etiketi içinde üniversite kelimesi geçmektedir. Demek ki bu site üniversiteler hakkında bilgiler içeren bir sitedir. Zaten description ve keywords kısımlarında da yine üniversite kelimesi geçmektedir. Bu şekilde sitenin üniversitelerden bahsettiği hakkında bir tutarlılık sağlanmıştır.

2. Şimdi bu site için üniversite anahtar kelimesinin yoğunluğunu ölçelim. Bu işlem için <http://googlerankings.com> sitesinden yararlanacağım. Aşağıda www.dogrutercih.com sitesindeki üniversite kelimesinin yoğunluğu belirtilmiştir.

Total words : 1			2 Word Phrases : 0			3 Word Phrases : 0		
Word	Count	Density	Phrase	Count	Density	Phrase	Count	Density
üniversite	5	100.00 %						

Additional examined areas of the web site	
Title :	doğru tercih (Öss 2009) - Üniversiteye hazırlanan arkadaşlarımız sitemize hoşgeldiniz - Üniversite Öss sınav tercih tercihler Ösym
MetaKeywords :	öss , üniversite , ösym , öss 2008 , üniversite , aday , ösys , burak kılanç , tercih motoru , tercih robotu , tercih matik ,
MetaDescription :	Öss 2008 Üniversite adayları hazırlık programları
Domain or URL of your website:	<input type="text" value="www.dogrutercih.com"/> eg.: google.com or geocities.com/mysite
Most often used keywords:	<input type="text" value="üniversite"/>

Şekil – 10 Üniversite Kelimesinin www.dogrutercih.com Sitesindeki Yoğunluk Yüzdesi
Yukarıdaki şekilde görüyoruz ki sitede en çok kullanılan anahtar kelime üniversitedir. Şekilde sitenin title, anahtar kelime ve description içerikleri de görülmektedir.

3. Sitenin kodlarını incelediğimizde diğer incelediğimiz sitede olduğu gibi düzenli şekilde bağlantı metinlerinin kullanıldığını görürüz. Bu kodlardan bir örneği aşağıda görmekteyiz.

```
<div id="anamenu">
<ul>
<li><a href="default.htm" title="Anasayfa"><span>Anasayfa</span></a></li>
<li><a href="dogruterchik-kafe.php" title="Doğru Tercih
Kafe"><span>Café</span></a></li>
<li><a href="tercikhler.php" title="Tercih Programları" onmouseover="document.
getElementById('menux').style.display = 'block';"><span>Tercihler</span></a></li>
<li><a href="soru-cevap.php" title="Soru Cevap"><span>Soru
Cevap</span></a></li>
<li><a href="..www2.dogruterchik.com/meslek-videolari.php" title="Meslekler">
<span>Meslekler</span></a></li>
<li><a href="..www2.dogruterchik.com/rehberlik.php"
title="Rehberlik"><span>Rehberlik </span></a></li>
<li><a href="ozel-dosyalar.php" title="Özel Dosyalar"><span>Özel
Dosyalar</span></a> </li>
<li><a href="sinav-gunlugu.php" title="Sınav Günlüğü"><span>Sınav
Günlüğü</span> </a></li>
<li><a href="..www2.dogruterchik.com/burak-kilanc.php" title="Burak
Kılanc"><span>Burak Hoca</span></a></li>
<li><a href="..www2.dogruterchik.com/dogruterchik.php"
title="DoğruTercih"><span> Hakkımızda</span></a></li>
<li><a href="proje-ekibi.php" title="Proje Ekibi"><span>Ekip</span></a></li>
<li><a href="haberler.php" title="Haberler"><span>Haberler</span></a></li>
</u>
</div>
```

Href ile bağlantı kurulacak sayfa belirtilmiştir. İlgili alana tıklanıldığında href ile belirtilen kısımdaki sayfa ile iletişim sağlanmaktadır.

4. Sitede flash animasyonu kullanılmamıştır. Bu da arama motoru optimizasyonu konusunda artı bir değer katar.

5. Sitede çokça resim kullanılmıştır. Fakat resim kullanılacağı zaman yapılması gerekli kural yani alt kelimesinde resmin ne ile ilgili olduğunun yazılması kuralı sitede başarıyla uygulanmıştır. Buna ait kodlardan bir tanesi aşağıda verilmiştir.

```

```

```

```

6. Bunun dışında sayfalar kök dizine yerleştirilmiştir. Hepimiz biliyoruz ki kök dizinden daha içteki dizinlere sayfalar yerleştirilirse Google tarafından o sayfanın önemi azalır.

7. Şimdi bu sitenin sayfa rütbesini görelim. Sayfa rütbesi <http://www.hitsihirbazi.com> sitesinden ölçülmüştür. Aşağıdaki şekilde sitenin sayfa rütbesinin 10 üzerinden 6 olduğunu görmekteyiz.

The screenshot shows a Google PageRank checker interface. At the top, it says "Google Pagerank Sorgulama". Below that, there is a search bar with the URL "www.dogrutercih.com" and a "Sorgula" button. Underneath, there is a section titled "Neye Yarar" with a blue information icon. It contains the following text: "İstediğiniz bir site veya kendi site adresinin Google Pagerank değerini gösterir." Below this, there are "Örnek Sorgular" and "Kullanım" instructions. The "Uyarılar" section states: "Site adresinizde, www. - http://www. kullanmak veya kullanmamak sonucu etkileyebilir her iki şekilde de deneyiniz." At the bottom, there is a table with two columns: "Ur" and "Pr". The "Ur" column contains "www.dogrutercih.com" and the "Pr" column contains "6". To the right of the "Pr" value, there is a green progress bar showing "6/10".

Şekil – 11 www.dogrutercih.com Sitesinin Sayfa Rütbesi Değeri

5.2. Eğitim Anahtar Kelimesine Ait Sitelerin Optimizasyon İncelemesi

Google arama motorunda *Eğitim* kelimesi arama sonucuna ait ilk sayfa aşağıda görülmektedir.

The screenshot shows a Google search results page for the keyword "Eğitim". The search bar at the top shows "Eğitim için yaklaşık 81.100.000 sonuçtan 1 - 10 arası sonuçlar (0,10". Below the search bar, there are several search suggestions: "İlgili Aramalar: eğitim nedir, eğitim siteleri, eğitimin önemi, ilköğretim". The main search results are listed below. The first result is "eğitim.com'a hoşgeldiniz - eğitim.com okul öncesi ilköğretim ...". The second result is "Türkiye'nin Eğitim Portalı". The third result is "Eğitim - Vikipedi". The fourth result is "Eğitim Siteleri - EĞİTİM SİTELERİ Eğitimde internete giris ...". The fifth result is "T.C. Millî Eğitim Bakanlığı". On the right side of the page, there are sponsored links: "Yasayarak Yerinde Öğrenin", "Eğitim Sertifika Programı", "Eğitimde Kalite", and "İngilizce Konusu".

Şekil – 12 Google'da Eğitim Kelimesinin Arama Sonucu

Arama sonucuna göre www.egitim.com sitesi ilk sırada çıkmaktadır. Şimdi bu sitenin arama motoru optimizasyonu kurallarına uyup uymadığını inceleyelim.



Şekil – 13 Eğitim Arama Sonucuna Göre İlk Sırada Çıkan Sayfa

1. Burada dikkatimi çeken en önemli şey eğitim anahtar kelimesinin domain (Web Alanı) adı olarak siteye verilmiş olmasıdır. Bu Google’da üst sıralarda yer almak için önemli bir avantaj sağlar.

2. www.egitim.com Web sitesinin meta etiketleri aşağıda verilmiştir.

<head>

<meta name="postinfo" content="/scripts/postinfo.asp">

<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-9">

<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=windows-1254">

<meta http-equiv="content-language" content="TR">

<meta name="description" content="egitim.com; okul öncesi, ilköğretim, lise, üniversite, aile ve eğitimciler için zengin Türkçe eğitim içeriği sunmaktadır. Ödev yardımcıları, eğitim olanakları, sınavlara hazırlık, ÖSS, burs olanakları, ana-baba okulu, özel eğitim, trafik, bilgisayar, İnternet, sağlık, spor, kültür-sanat konularını ayrıntılı olarak ele alır.">

<meta name="keywords" content="eğitim, öğretim, öğrenci, okul, okul öncesi, ana okulu, kreş, çocuk, ilköğretim, ilkokul, ortaokul, ergenlik, gençlik, lise, özel lise,

anadolu lisesi, meslek lisesi, üniversiteliler, üniversite, yüksekokul, veli, aile, anne baba, anne, baba, öğretmen, eğitimci, özel eğitim, trafik, bilgisayar, İnternet, ödev, ders, ÖSS">

<meta name="robots" content="ALL">

<link rel="SHORTCUT ICON" href="images/favicon.ico">

<title>egitim.com'a hoşgeldiniz... egitim.com; okul öncesi, ilköğretim, lise, üniversite, aile ve eğitimciler için zengin Türkçe eğitim içeriği sunmaktadır. Ödev yardımcısı, eğitim olanakları, sınavlara hazırlık, ÖSS, burs olanakları, ana-baba okulu, özel eğitim, trafik, bilgisayar, İnternet, sağlık, spor,kültür-sanat konularını ayrıntılı olarak ele alır.</title>

<link rel="stylesheet" href="include/styles/giris.css" type="text/css">

</head>

Meta etiketleri incelediğimizde 2 ayrı charset yazıldığını görüyoruz. iso-8859-9 charset ve windows-1254 charset sitenin farklı İnternet tarayıcılarda Türkçe karakterleri desteklemesi için kullanılan karakter setlerini belirtir. Description ve keywords belirtilen meta etiketleri incelediğimizde yazılan ilk kelimenin eğitim olduğunu görüyoruz. Durum böyle olunca Google arama motorunda ilk sırada çıkmak için önemli bir adım atılmış oluyor. Title etiketini incelediğimizde eğitim kelimesinin geçtiğini görüyoruz. Fakat burada gözden kaçan bir nokta olmuş. Title etiketi fazla uzun yazılmış. Kural olarak, en fazla 80 karakterlik title etiketi arama motoru sonuçlarında görüntülenir. Bundan daha uzun title etiketi arama motoru sonucunda yarım olarak gözükür.

3. Şekil – 13'ya baktığımızda sitenin içeriğinde de eğitim kelimesinin sıklıkla geçtiğini görmekteyiz. En uygun anahtar kelime yoğunluğu %5-%7 arasındır. Bu alandaki en üst sınır ise %20'yi geçmemelidir. Daha fazlası hile olarak anlaşılabilir. Ben www.googlerankings.com sitesi yardımıyla www.egitim.com sitesindeki anahtar kelime yoğunluğunu ölçtüğümde eğitim anahtar kelimesinin yoğunluğunun %2.58 olduğunu gördüm. Sonuçlar aşağıda Şekil – 14'de gözükmektedir.

Total words : 79			2 Word Phrases : 42			3 Word Phrases : 35		
Word	Count	Density	Phrase	Count	Density	Phrase	Count	Density
okul	24	6.19 %	okul öncesi	7	4.67 %	için zengin türkçe	5	4.46 %
lise	14	3.61 %	burs olanakları	6	4.00 %	konularını ayrıntılı olarak	5	4.46 %
olanakları	12	3.09 %	zengin türkçe	5	3.33 %	sanat konularını ayrıntılı	5	4.46 %
internet	12	3.09 %	baba okulu	5	3.33 %	eğitimciler için zengin	5	4.46 %
bilgi	11	2.84 %	içeriği sunmaktadır	5	3.33 %	özel trafik bilgisayar	4	3.57 %
üniversite	10	2.58 %	Ödev yardımcısı	5	3.33 %	trafik bilgisayar internet	4	3.57 %
egitim	10	2.58 %	bilgisayar internet	5	3.33 %	okulu özel trafik	3	2.68 %
için	10	2.58 %	eğitimciler için	5	3.33 %	olanakları baba okulu	3	2.68 %
özel	9	2.32 %	için zengin	5	3.33 %			
baba	9	2.32 %	sanat konularını	5	3.33 %			
öğretim	9	2.32 %	konularını ayrıntılı	5	3.33 %			
bilgisayar	8	2.06 %						

Şekil – 14 Kelimelerin www.egitim.com Sitesindeki Yoğunluk Yüzdeleri

4. Sitede bağlantılar (link) kullanılmış fakat bazı yerlerde bağlantıları belirten bağlantı metinleri yerine resimler kullanılmıştır. Resimler kullanılmış olmasına rağmen kurala uyulmuş ve resmin ne ile ilgili olduğu *alt* etiketi içinde belirtilmiştir. Aşağıda bir örneğini görmekteyiz.

```
<a target="_blank" href="/include/asp/bannerci.asp?BID=2&RID=34404"></a>
```

5. Şekil – 14’de gösterilen anahtar kelimelerin bazılarının sayfa 36’da meta etiketlerin listelendiği kısımdaki keywords alanında belirtildiğini görmekteyiz. Böylece anahtar kelimeler ve sayfa içerikleri arasında da bütünlük sağlanmış oluyor. Bunun anlamı; bu anahtar kelimelerde arama yapıldığında bu site üst sıralarda çıkar.
6. Aşağıdaki şekilde <http://backlinkchecker.net> sitesi yardımıyla www.egitim.com sitesinin sayfa rütbesi, alexa değeri ve bazı referans bağlantıları görülmektedir.

http://www.egitim.com statistics									
PageRank	Alexa	Yahoo	Google	Domain	Outbound Links				
PR: 5 False	347933	9946	1211	checked	8 outbound links				
356,082	356,082	356,082	356,082	country: Turkey	country: Turkey				
3,730	32,916								
http://www.egitim.com backlinks - (total backlinks: 10050)									
#	URL	PageRank	Alexa Rank	Google	Yahoo	Age	Outbound		
1	http://www.naberwinli.com/taoel.asp	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		
2	http://dablogretme.blogspot.com/	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		
3	http://www.geocities.com/stance2003/	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		
4	http://www.geocities.com/nermineliker/	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		
5	http://www.ardbn.org/	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		
6	http://www.insanoglu.org/	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		
7	http://www.naberbu.com/rendali_linkler/	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		
8	http://www.geocities.com/CollegParis/Guest/6263/ind...	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		
9	http://www.ankasirtipozitesi.com/default.asp?page=fa	PR: 5	n/a	G	Y	1	1		

Şekil – 15 www.egitim.com Sitesinin Sayfa Rütbesi, Alexa, Referans Bağlantıları

Yukarıdaki şekli incelediğimizde görüyoruz ki www.egitim.com sitesinin sayfa rütbesi değeri 5'tir. Bu siteden dışarıya 8 bağlantı verilmiştir. Ayrıca URL listesi verilen siteler www.egitim.com sitesine bağlantı (link) vermişlerdir. Listelenen bazı sitelerin sayfa rütbelerini de burada görmekteyiz. İncelediğimizde görüyoruz ki sitelerin sayfa rütbelerinin çoğunluğu yüksektir. Bu durum www.egitim.com sitesinin eğitim anahtar kelimesi konusunda ilk sırada yer almasına önemli katkı sağlar. Bunun dışında Şekil – 15'de sitenin alexa bilgileri de verilmiştir. Yeri gelmişken alexa nedir kısaca bundan bahsedeyim. Alexa, Web sitelerinin ziyaretçi sayılarına göre izlenerek, dünya sıralamasında kaçınıcı sırada olduğunu gösteren bir İnternet rating sistemidir. Aşağıdakine benzer bir sınıflandırmaya sahiptir.

2 milyondan büyük bir sıralama sonucu alındıysa sitenizin ziyaretçi sayısı durumu çok çok kötüdür. 2 milyon ile 1 milyon arasında ise kötüdür. 1 milyon ile 500 bin arasında ise vasat, 500 bin ile 250 bin arasında ise normaldir. 250 bin ile 100 bin arasında bir sonuç varsa durum iyidir. 100 bin ile 50 bin arasında ise çok iyi, 50 bin altı çok çok iyi olarak kabul edilebilmektedir. www.egitim.com sitesinin alexa değeri 358082'dir. Demek oluyor ki bu sitenin ziyaretçi durumu normal olarak kabul edilmektedir.

Şimdi eğitim kelimesi arama sonucunda 2. sırada çıkan www.egitim.gov.tr sitesini arama motoru optimizasyonu kurallarına göre inceleyeceğim.



Şekil – 16 Eğitim Arama Sonucuna Göre 2. Sırada Çıkan Sitenin İçeriği

1. Yine ilk dikkatimi çeken sitenin domain ve URL'si oluyor. www.egitim.gov.tr URL'si içinde eğitim anahtar kelimesinin bulunuyor olması sitenin ilk sıralarda çıkmasına önemli bir etkidir.
2. Sitenin meta etiketlerini incelemek istediğimde gördüm ki sitenin arama motoru optimizasyonu konusundaki belki de en büyük eksikliğinin meta etiketlerin yazılmamış olmasıdır. Sitede sadece aşağıdaki gibi bir title (başlık) belirtilmiştir.

<head>

<title>Türkiye'nin Eğitim Portalı</title>

</head>

Sitenin başlığı kuralına uygun şekilde head etiketleri arasına yazılmıştır ve başlık adında da eğitim kelimesi yer almaktadır. Oysa burada en azından description ve keywords içeren meta etiketleri de olmalıydı.

3. Sitenin html kodlarını incelediğimde büyük oranda javascript, resim ve bağlantı metinleri kullanıldığını gördüm. Bağlantı metinleri arama sonuçlarını etkileyen önemli bir faktördür.

Resimler kullanılmış fakat alt etiketi içine resmin ne ile ilgili olduğu belirtilmemiş. Bu eksikliğin giderilmiş olması gerekir.

4. Şimdi bir de sitenin sayfa rütbesi ve referans bağlantılarından bazılarını inceleyelim.

http://www.egitim.gov.tr statistics							
PageRank	Alexa	Yahoo	Google	Domain	Outbound Links		
PR 3 fabe	izlenme tarihi: n/a başlangıç: 367894 bitiş: 370.780 mekan: 580.638 ülke: Turkey ülke rank: 10.873 sıralar form: 100.0%	backlink: 33442 index: 298	backlink: - index: 442	created: - expired: -	external links from this site. if you want to see the list of links please click here		
http://www.egitim.gov.tr backlinks - (total backlinks: 53681)							
#	URL	PageRank	Alexa Rank	Google	Yahoo	Age	Outbound
1	http://www.gercektirik.net/	PR 3	n.a	G	Y	🕒	🔍
2	http://www.hilalegittim.net/	PR 3	n.a	G	Y	🕒	🔍
3	http://www.tesbitler.com/	PR 3	n.a	G	Y	🕒	🔍
4	http://www.sihahemli.com/	PR 2	n.a	G	Y	🕒	🔍
5	http://www.egitimkaynak.com/	PR 2	n.a	G	Y	🕒	🔍
6	http://www.cagibiyekiliz.tr/	PR 2	n.a	G	Y	🕒	🔍
7	http://www.kumlucaalkiz.tr/	PR 3	n.a	G	Y	🕒	🔍
8	http://www.guvenliAdanismanlik.com/	PR 2	n.a	G	Y	🕒	🔍
9	http://www.eskisehirsporlisesi.kiz.tr/	PR 3	n.a	G	Y	🕒	🔍
10	http://www.met.gov.tr/	PR 3	n.a	G	Y	🕒	🔍

Şekil – 17 www.egitim.gov.tr Sitesinin Sayfa Rütbesi, Alexa,Referans Bağlantıları

Sitenin referans bağlantılarının sayfa rütbeleri yüksek olmadığı halde www.egitim.gov.tr sitesinin sayfa rütbesi değeri 6'dır. Bu değeri elde etmesinin en büyük nedenlerinden birisi referans bağlantılar arasında sayfa rütbesi değeri 8 olan Milli Eğitim Bakanlığının www.meb.gov.tr sitesidir. Bunun yanı sıra bu sitenin toplam 53681 adet referans bağlantısı olduğunu görüyoruz. Hepimiz biliyoruz ki referans bağlantı başka sitelerin kendi sayfalarında bizim sitemizin bağlantısını (link) vermesi demektir. Alexa değerinin de 370795 olduğunu görüyoruz. Bu demek oluyor ki ziyaretçi düzeyi normal olan bir sitedir. Bütün bu bilgiler doğrultusunda incelediğimiz bu site Google'da 2. sırada çıkmaya hak kazanmıştır. Aslında sitenin geneline bakıldığında meta etiketlerde ve arama motoru optimizasyonuna uyum konusunda epey eksikleri olan bir sitedir. Buna rağmen 2. sırada yer alması akla Google'da üst sıralarda yer almak için yapılabilecek farklı bir yöntemi getirmektedir. Bu yöntemin arama motoru optimizasyonu ile pek alakası yoktur. Bu yöntemde bazı sitelerin belirli kelimedeki üst sıralarda yer alması için kişi ya da kurumlar Google firmasına belirli oranlarda para vermektedirler. Günümüz koşullarında maliyetli bir iş olsa da bazı siteler bu şekilde üst sıralarda yer almayı garantilemektedirler.

5.3. Gazete Anahtar Kelimesine Ait Sitelerin Optimizasyon İncelenmesi

Aşağıdaki şekilde gazete kelimesine göre Google arama motorunda ilk üçte çıkan sitelerin neler olduğunu görmekteyiz. Şimdi bu siteleri arama motoru optimizasyonu kurallarına göre inceleyeceğim.



The screenshot shows a Google search for 'gazete'. The search bar contains 'gazete' and the search button is labeled 'Ara'. Below the search bar, there are radio buttons for 'Web', 'Türkçe sayfalar', and 'Türkiye'den sayfalar'. The search results are displayed under the heading 'Web gazete için'. The first result is 'gazeteler.com' with a description: 'Türkiye'de ne olup bitiyor? Yerli ve yabancı kaynaklar; ulusal, yerel, konulu gazeteler! Habere giden en kısa yol için şimdi tıklayın...'. The second result is 'Gazete Oku - Bir tıkla dünyayı dolas' with a description: 'ATAKÖY GAZETE · HABER DIYARBAKIR · SAKARYA YENİ HABER · AYDIN SES · HABER GAZETESİ · SAKARYA YENİGÜN GAZETESİ · AYDINPOST · HABER GÜNEŞİ · SAKARYA YEREL ...'. The third result is 'gazete.org gazeteler gazete' with a description: 'Dünyanın bütün gazeteleri www.gazete.org 'ta. ... Kocaeli gazetesi · Kuşadası haber · Merhaba Gazete · Mudanya-online · Özgür-Kocaeli · Silivri internet ...'.

Şekil – 18 Gazete Kelimesi Arama Sonucuna Göre İlk Üç Sıradaki Siteler

İlk inceleyeceğim site birinci sırada yer alan www.gazeteler.com sitesi. Şekil – 19’de bu sitenin ana sayfasını görmekteyiz.



Şekil – 19 Gazete Arama Sonucuna Göre İlk Sırada Çıkan Sitenin Ana Sayfası

1. Yine dikkatimi ilk çeken şey gazete anahtar kelimesinin Web sitenin URL’inde yer almasıdır. Domain adında gazete anahtar kelimesinin olmasının büyük avantaj olduğunu önceden de bahsetmişim.
2. Şimdi sitenin meta etiketlerini inceleyeyim.

```
<head>
```

```
<title>gazeteler.com</title>
```

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

```
<meta content="gazete, gazeteler, haber, haberler, turkish, media, medya, medyasi, medyasi, siyaset, turk, turkiye, türk, türkiye, dunya, magazin, dergi, son dakika, turkishmedia" name="keywords">
```

```
<meta content="Türkiye`de ne olup bitiyor? Yerli ve yabancı kaynaklar; ulusal, yerel, konulu gazeteler! Habere giden en kısa yol için şimdi tıklayın..." name="description">
```

```
<meta http-equiv="Copyright" content="gazeteler.com">
```

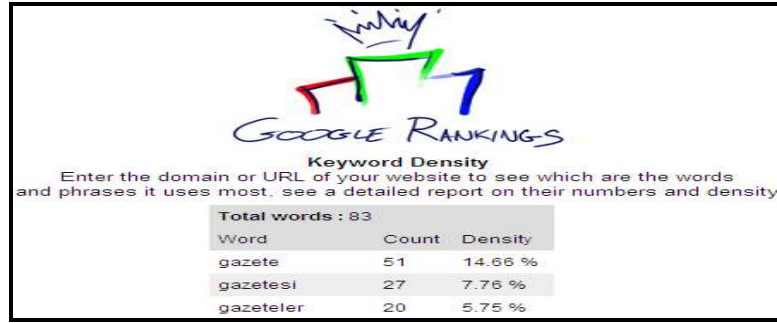
```
<link href="gazeteler_com_dosyalar/g2.css" type="text/css" rel="stylesheet">
```

```
</head>
```

Head etiketleri arasında öncelikle title belirtilmiştir. Title etiketinde gazete kelimesi belirtilmiştir. Sonraki satırda yer alan meta etikette sitenin karakter setinin Türkçe karakterlere uyumlu olduğu belirtilmiştir. Bir sonraki meta etiket anahtar kelimeleri

tanımlamıştır. Bakıldığında bir anahtar kelimenin çoğul hali de, Türkçe karactersiz hali de yazılmıştır. Bu durumda sitenin arama motoru sonuçlarında üst sıralarda çıkma olasılığı artmaktadır. Bu kelimeler içinde gazete kelimesi de geçmektedir. Ardından gelen meta etiket sitenin içeriğinin ne ile ilgili olduğunu arama motorlarına bildiren description bildirisidir. Description kısmında da sitenin gazeteler ile ilgili bir site olduğu tekrar teyit edilmiştir. Copyright ile ilgili meta etiket sitenin hak sahibinin www.gazeteler.com sitesinin olduğunu belirtmek için kullanılmıştır. En sondaki satırda css dosyasının çalışması için bir bağlantı satırı yazılmıştır. CSS Web sayfalarında çokça kullanılır. Açılımı Cascading Style Sheet'tir. Bu dosyalar Web Sayfaları ve sayfalarda kullanılan bileşenlerin görünümünün, stilinin kodlandığı dosyalardır.

3. Şimdi de sitedeki anahtar kelime yoğunluklarını analiz edelim.



The image shows a screenshot of a 'Keyword Density' tool. At the top, there is a logo with the text 'GOOGLE RANKINGS' and 'Keyword Density'. Below the logo, there is a text box with the instruction: 'Enter the domain or URL of your website to see which are the words and phrases it uses most. see a detailed report on their numbers and density'. Below this, there is a table with the following data:

Word	Count	Density
gazete	51	14.66 %
gazetesi	27	7.76 %
gazeteler	20	5.75 %

Şekil – 20 www.gazeteler.com Sitesindeki Gazete Kelimesi Yoğunluk Oranları

Şekil – 20'teki gazete kelimesine ait kelime yoğunluğu analizini incelediğimde gördüm ki sadece gazete kelimesi sayfa genelinde 51 defa kullanılmış ve sayfadaki diğer kelimeler ile kıyaslandığında da %14.66 yoğunluğa sahip olmuştur. En uygun yoğunluk oranı aşılmış olsa da üst sınır %20 olduğu için hile olarak algılanmaz.

4. Ardından sitenin bir kısım HTML kodlarının arama motoru optimizasyonu kurallarına uyup uymadığını inceledim. Aşağıda incelediğim kod satırlarından bir kısmı bulunmaktadır.

```
<h1>Ulusal Gazeteler</h1>
```

```
<p class=ulusal_gazeteler>
```

```
<a href="http://www.aksam.com.tr/" target=_new>Akşam Gazetesi</a> <br>
```

```
<a title="Atatürk'ün Gençliğe Hitabesi"
```

```
href="http://www.ataturkungencligehitabesi.com/" target=_new>Atatürk'ün Gençliğe Hitabesi</a> <br>
```

```
<a href="http://www.birgun.net/" target=_new>Birgün Gazetesi</a> <br>
```


Bugün Gazetesi

Cumhuriyet Gazetesi

Evrensel Gazetesi

Güneş Gazetesi

Halka ve Olaylara
Tercüman
 Hürriyet
Gazetesi

Kurultay

Milli Gazete

Milliyet Gazetesi

Ortadoğu Gazetesi

Radikal Gazetesi

Sabah Gazetesi

Kodları incelediğimde güzel bir ayrıntı dikkatimi çekti. “Ulusal Gazeteler” kelimesinin arama motorlarına önemini arz etmesi için bu kelime h1 etiketi arasında kullanılmıştır. Biliyoruz ki h1 etiketi kelimenin başlık olduğunu bildirir ve o kelimeyi büyük puntoda kalın harflerle yazar. Onun dışındaki kod satırlarında da kurallara uygun şekilde bolca bağlantı metinleri kullanılmıştır. Her bir bağlantı metni farklı bir gazetenin sitesine bağlanmaktadır ve gazete kelimesi, gazetesi kelimesi bağlantı metinlerinde sıkça kullanılmıştır.

5. Ardından sitenin sayfa rütbesi ve referans bağlantılarından bir kısmını ve alexa değerlerini inceledim. Aşağıda sitenin sayfa rütbesi, referans bağlantıları ile alexa değerleri görülmektedir.

http://www.gazeteler.com statistics							
PageRank	Alexa	Yahoo	Google	Domain	Outbound Links		
PR 4	10541	30744	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97
10541	30744	3010	3010	www.gazeteler.com	97	97	97

http://www.gazeteler.com backlinks - (total backlinks: 50960)							
#	URL	PageRank	Alexa Rank	Google	Yahoo	Age	Outbound
1	http://www.webservis.gen.tr/	PR 4	10541	3010	3010	97	97
2	http://www.yahar.com/	PR 5	10541	3010	3010	97	97
3	http://www.fakarar.com/	PR 5	10541	3010	3010	97	97
4	http://www.gazeteler.net/	PR 5	10541	3010	3010	97	97
5	http://www.stessakirfilm.com/	PR 5	10541	3010	3010	97	97
6	http://www.adnogazete.com/	PR 4	10541	3010	3010	97	97
7	http://www.bursagazete.com/	PR 4	10541	3010	3010	97	97
8	http://www.webservis.gen.tr/Kategori:Basin_ve_Yayin...	PR 4	10541	3010	3010	97	97
9	http://www.vitrifikazete.com/	PR 5	10541	3010	3010	97	97

Şekil-21 www.gazeteler.com Sitesinin Sayfa Rütbesi,Alexa,Referans Bağlantı Sorgusu
www.gazeteler.com sitesinin sayfa rütbesi değeri 4'tür. Fakat daha da önemli olan, sitenin 1. sırada yer almasına neden olan gördüğümüz gibi alexa değeridir. Sitenin alexa değeri 10541 gibi mükemmel bir sıradadır. Literatürde bu değer 50000'den küçük olduğu için çok çok iyi olarak nitelendirilmektedir. Referans bağlantıların birçoğunun sayfa rütbesi değeri normal düzeylerde 4-5'tir. www.gazeteler.com sitesini referans olarak gösteren toplam site sayısı da 50960'dır.

Şimdi de gazete kelimesi arama sonucuna göre 2. Sırada yer alan www.gazeteoku.com sitesinin arama motoru optimizasyonu kurallarına uygunluğunu inceleyelim. Şekil – 22'te www.gazeteoku.com sitesinin ana sayfasını görmekteyiz.

Şekil – 22 Gazete Arama Sonucuna Göre 2. Sırada Çıkan Sitenin İçeriği

1. URL adı gazete anahtar kelimesini içerdiği için arama motoru optimizasyonu açısından bir avantaj sağlanmıştır.
2. Aşağıda sitenin meta etiketlerini görmekteyiz.

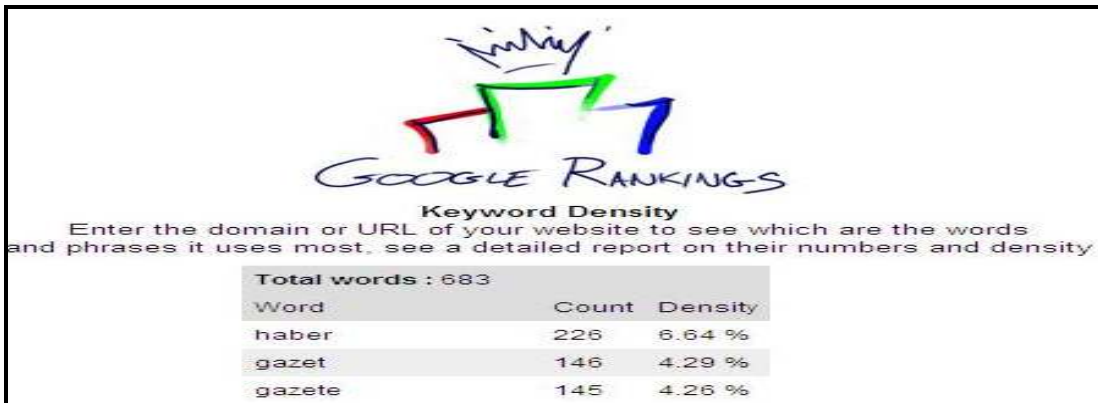
<head>

<title>Gazete Oku - Bir tıkla dünyayı dolaş</title>

```
<meta http-equiv=Content-Type content="text/html; charset=utf-8">
<meta content="Bir tıkla dünyayı dolaş!" name="Description">
<meta content="2000-2009 İnternethaber Yayıncılık. Tüm hakları saklıdır."
name="Copyright">
<meta content="Gazete, Gazeteler, Ulusal Gazeteler, Yerel Gazeteler, Yabancı
Gazeteler, Günlük Gazete Manşetleri, Resmi Gazete, Gazete Sitesi, Gazete Oku,
İnternethaber, haberturk, objektifhaber, hurriyet, milliyet, star, sabah, Turkey, turkiye,
haber, haberler, gazete, daily news, news, sport news, daily newspaper, newspaper,
basin, press, journal, international, dogan, journalist, muhabir, yazar, sayfa, spor,
sport, soccer, futbol, basketball, basketbol, volleyball, voleybol, at yarisi, horse racing,
fenerbahce, galatasaray, besiktas, trabzonspor, cimbom, fener, karakartal"
name="Keywords">
<meta content="25.04.2009 16:39" name="Update">
</head>
```

Head etiketleri arasında ilk olarak title belirtilmiştir. Başlık içinde gazete kelimesi geçmektedir. İlk iki meta etiket karakter seti ve sitenin ne ile ilgili olduğunu belirtir. Copyright ile ilgili meta etikette sitenin yayın hakkına sahip kişi ya da kurum arama motoruna bildirilmiştir. Keywords ile ilgili meta etiket içinde birçok anahtar kelime belirtilmiştir. Bu anahtar kelimelerin çoğu gazeteler ile ilgilidir. Ayrıca kurala uygun olarak anahtar kelimeler virgül ile ayrılarak yazılmıştır. Son meta etikette ise sitenin son güncellenme tarihi ve saati belirtilmiştir.

3. Sitenin gazete anahtar kelimesine göre kelime yoğunluğu aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Keyword Density

Enter the domain or URL of your website to see which are the words and phrases it uses most, see a detailed report on their numbers and density

Total words : 683

Word	Count	Density
haber	226	6.64 %
gazet	146	4.29 %
gazete	145	4.26 %

Şekil – 23 www.gazeteoku.com Sitesinin Anahtar Kelime Yoğunluğu

Gazete anahtar kelimesinin yoğunluk oranı % 4.26 ile % 5 en uygunluk alt sınırının biraz altında kalmıştır. Tabi site güncellendikçe bu oran normal değerlerine kolayca erişebilir.

4. Sitede pek çok bağlantı metni kullanılmıştır ve tasarımsal olarak bağlantı metnlerinin güzel gözükmeleri sağlanmıştır. (Şekil – 22’te görülmektedir.)

```
<li><a href="http://www.gazeteoku.com/popup.php?url=http://www.İnternetfinans.com" target="_blank"> İNTERNET FİNANS</a> </li>
```

```
<li><a href="http://www.gazeteoku.com/popup.php?url=http://www.gazeteciler.com" target="_blank">GAZETECİLER</a> </li>
```

```
<li><a href="http://www.gazeteoku.com/popup.php?url=http://www.İnternethaber.com/" target="_blank">İNTERNETHABER</a> </li>
```

li etiketi sıralı liste oluşturmak için kullanılır. Sonraki satırlarda bağlantı metnleri kullanılmıştır. Kısa ve akılda kalıcı bağlantı metnleri oluşturulmuştur. Target kısmında _blank yazılarak tıklanılan bağlantı metnine ait sitenin ayrı bir sayfada açılması sağlanmıştır.

5. Sitede fazla animasyon yani Flash kullanılmamıştır. Bu durum hem arama motoru optimizasyonu açısından hem de sitenin hızlı açılması açısından bir avantajdır.

6. Sitenin sayfa rütbesi ve alexa değerleri ile referans bağlantılardan bazıları aşağıdaki Şekil – 24’de görülmektedir.

http://www.gazeteoku.com statistics							
PageRank	Alexa	Yahoo	Google	Domain	Outbound Links		
PR 7 İsko	toplam trafik: n/a yesterday: 1544 today: 11,370 next rank: 11,431 country: Turkey country rank: 216 visitor from country: 30.8%	backlink: 11000 index: 210	backlink: 60 index: 60	created: -- expired: --	391 external links from this site. If you want to see the list of links, please click here.		
http://www.gazeteoku.com backlinks - (total backlinks: 109987)							
#	URL	PageRank	Alexa Rank	Google	Yahoo	Age	Outbound
1	http://www.kikapostasi.com/	PR 10	n/a	G	Y	🕒	🔍
2	http://www.ufokatesi.com/	PR 10	n/a	G	Y	🕒	🔍
3	http://www.ankayurtgazetesi.com/	PR 5	n/a	G	Y	🕒	🔍
4	http://www.asilsohbet.com/	PR 5	n/a	G	Y	🕒	🔍
5	http://asnev.blogfa.com/	PR 4	n/a	G	Y	🕒	🔍
6	http://www.gazetelik.com/	PR 4	n/a	G	Y	🕒	🔍
7	http://www.urfahayat.com/	PR 3	n/a	G	Y	🕒	🔍
8	http://www.sarabuyfam.net/	PR 3	n/a	G	Y	🕒	🔍
9	http://www.anu51.com/	PR 3	n/a	G	Y	🕒	🔍

Şekil-24 www.gazeteoku.com Sitesi Sayfa Rütbesi,Alexa,Referans Bağlantı Sorgusu

Web sitesi 7 sayfa rütbesi değeriyle arama motorlarınca hatırı sayılır bir önem kazanmıştır. Bu önemi alexa değeri daha da arttırmıştır. 11378 alexa değeri ile bir önceki incelediğim sitedeki gibi iyi bir oran tutturulmuştur. Fakat bir önceki incelediğim siteye kıyasla gördüm ki çok referans bağlantısı önemli değildir. Önemli olan bu referans bağlantılarının sayfa rütbesi değerlerinin yüksek olması ve bu yüksek sayfa rütbeli sitelerin az sayıda siteyi referans olarak göstermesidir.

KAYNAKÇA

- (1) BRIN, SERGEY and PAGE, LAWRENCE. “*The Anatomy Of A Large-Scale Hypertextual Web Search Engine*”, Standford University, April 1998, Australia.
- (2) MANTAR, FERHAT. “*Google Desktop Beta*”, Aralık 2005, Ankara, Türkiye.
- (3) MERT, MERTER CANSIN. “*Web Tasarımında Yapılan Yanlıklar ve Bu Yanlıkların Giderilmesi*”, Danışman: Dr. Rifat Çölkesen, Beykent Üniversitesi, 2008, İstanbul, Türkiye.

İnternet Kaynakları

- (4) BROWN, ERIC. “*101 Basics To Search Engine Optimization*”
<http://www.webseobook.com> Erişim Tarihi: 29/11/2008
- (5) “*How Google Works*”
http://www.googleguide.com/google_works.html Erişim Tarihi: 16/12/2008
- (6) “*Arama Motoru Google ve Pagerank*”
<http://www.bilgiportal.com/v1/idx/51/841/Arama-Motorlar-SEO/makale/Arama-motoru-Google-ve-Pagerank.html> Erişim Tarihi:16/12/2008
- (7) “*Page Rank Nedir?*” Erişim Tarihi: 04/01/2009
<http://www.pagerank.gen.tr/pagerank/content/pageranknedir>
- (8) “*Anahtar Kelimelerinizi Alternatif Metin Olarak Kullanın*”
<http://www.r10.net/google-optimizasyon/139342-ipucu-anahtar-kelimelerinizi-alternatif-metin-olarak-kullanin.html> Erişim Tarihi: 12/02/2009
- (9) ŞEKER, ŞADİ EVREN. “*Web Emeklemesi (Web Crawling)*”
<http://www.bilgisayarkavramlari.com> Erişim Tarihi: 05/03/2009
- (10) COŞKUN, DENİZ. “*Dersimiz Seo*”
<http://www.sanalkurs.net> Erişim Tarihi: 05/03/2009
- (11) “*Arama Motorlarında Üst Sıralara Çıkmak İçin 25 Bedava Tavsiye*”
<http://www.bilgiportal.com/v1/idx/51/1102/Arama-Motorlar-SEO/makale/Arama-Motorlarında-st-Sralara-kmak-iin-25-Bedava-Tavsiye.html> Erişim Tarihi: 17/03/2009
- (12) ÖĞÜT, MERT. “*Meta Tag Seo Optimization*”
<http://www.gitme.net/meta-tag-seo.php> Erişim Tarihi: 02/04/2009
- (13) “*Temel Seo El Kitabı*”
<http://www.seotr.com/temelseoelkitabi.pdf> Erişim Tarihi: 02/04/2009

ÖZGEÇMİŞ

Görkem SEZGİN, 1981 yılında İstanbul'da doğdu. Çatalca Endüstri Meslek Lisesi Bilgisayar bölümünde lise eğitimini tamamladıktan sonra Dumlupınar Üniversitesinde Bilgisayar ve Enformasyon Sistemleri bölümü Tavşanlı Meslek Yüksekokulunu bitirdi. Ardından dikey geçiş yaparak lisans eğitimini Lefke Avrupa Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği bölümünde 2007 yılında tamamladı. Günümüz çağının bilgi çağı olması ve bu bağlamda öğrenme isteğinin devam etmesi nedeniyle 2007 yılında Beykent Üniversitesinde Bilgisayar Mühendisliği dalında Yüksek Lisans eğitimine başladı. Kendisi özellikle yazılım ve Web alanlarına ilgi duymakta, bu alanlarda kendisini geliştirmeye devam etmekle birlikte bu sektörde yazılım üzerine çeşitli görevlerde yer almaktadır.