

TOOL 3

INTERNAL LINKING

İç Linkleme Stratejisi ve Otomasyonu

SENARYO A
Keyword Cluster
Tool 1'den Veri

SENARYO B
Konu Başlığı
Manuel Input

SENARYO C
URL/Sitemap
Teknik Analiz

TEKNİK DOKÜMANTASYON

Link Equity Akışı • Node Classification • Silo Stratejisi

Versiyon 1.0 • Aralık 2025

İÇİNDEKİLER

1. Tool Genel Bakış
2. Input Senaryoları
3. Node Classification (İçerik Roller)
4. Link Equity Akış Modelleri
5. Anchor Text Stratejisi
6. İç Linkleme Kuralları (Ruleset)
7. Silo ve Semantic Linking
8. Workflow Aşamaları
9. n8n Workflow Tasarımı
10. Veritabanı Eşleştirmesi
11. Output Formatları
12. Risk Yönetimi

1. TOOL GENEL BAKIŞ

1.1 Amaç

Tool 2, site içi link yapısını optimize ederek PageRank (Link Equity) akışını yönetir. Hedef: Doğru sayfaların doğru miktarda otorite almasını sağlamak ve kullanıcı deneyimini iyileştirmek.

1.2 Temel Yetenekler

- 3 farklı input senaryosu desteği (Keyword Cluster, Konu Başlığı, URL/Sitemap)
- Otomatik Node Classification (Pillar, Hub, Cluster, Money Page)
- Link Equity akış modeli belirleme (Top-Down, Bottom-Up, Lateral)
- Akıllı Anchor Text önerileri (Exact, Partial, Semantic, Brand)
- Silo yapısı oluşturma ve Virtual Siloing
- Orphan Page ve Dead-End tespiti
- Link Graph analizi ve görselleştirme
- Relevance Score bazlı link önerileri

1.3 Tool 1 ve Tool 2 ile Entegrasyon

Tool 3, Tool 1'den keyword cluster ve Pillar-Cluster yapısını, Tool 2'den ise üretilmiş içeriği alarak otomatik link stratejisi oluşturabilir. Manuel input da desteklenir.

2. INPUT SENARYOLARI

Tool 2, üç farklı input senaryosunu destekler. Her senaryo farklı analiz yaklaşımı gerektirir.

SENARYO A: Keyword Cluster Inputu

En temiz senaryo. Tool 1'den hazır Pillar-Cluster haritası gelir.

Kaynak

- Tool 1 keyword_projects tablosundan cluster yapısı
- Tool 2'den üretilmiş içerik (HTML/Markdown)
- Keyword hacimleri ve intent etiketleri

Analiz Yaklaşımı

- Hiyerarşi zaten belli: En yüksek hacimli keyword = Pillar
- Long-tail varyasyonlar = Cluster
- Linkleme şeması doğrudan semantik ilişkiye göre kurulur

SENARYO B: Konu Başlığı Inputu

Elimizde sadece başlıklar var. Kapsayıcılık düzeyine göre sınıflandırma yapılır.

Kapsayıcılık Hiyerarşisi

"Ayakkabı" (Kategori) > "Koşu Ayakkabısı" (Alt Kategori) > "X Marka İncelemesi" (İçerik)

Analiz Yaklaşımı

- Başlıklar mantıksal taksonomiye (taxonomy) oturtulur
- Sanal site ağacı çizilir
- Her başlığa rol atanır (Pillar, Hub, Cluster)

SENARYO C: Teknik URL Inputu (Sitemap/Liste)

En teknik analiz gerektiren senaryo. Pattern Matching ve Reverse Engineering uygulanır.

URL Desen Analizi (Pattern Matching)

URL Deseni	Sayfa Tipi	Intent
/blog/, /haber/, /guide/	Blog/Rehber	Informational
/product/, /urun/, /hizmet/	Ürün/Hizmet	Transactional
/kategori/, /collection/	Kategori	Navigational/Hub
/about/, /hakkimizda	Kurumsal	Brand

Derinlik Analizi (Depth)

URL'deki slash (/) sayısına göre hiyerarşik derinlik ölçülür:

- site.com/kategori ————— Derinlik 1 (Yüksek Otorite)
- site.com/kategori/alt ————— Derinlik 2 (Orta Otorite)
- site.com/kategori/alt/urun-adi — Derinlik 3 (Düşük Otorite)

3. NODE CLASSIFICATION (İÇERİK ROLLERİ)

Her URL bir Node (Düğüm)dur. Strateji kurmadan önce her URL'e rol atanır.

Rol	Tanım	Link Stratejisi
Pillar	Otorite Merkezi. Geniş hacimli ana konu.	En çok link girişi almalı. Tüm Cluster'lara link verir.
Hub	Dağıtıcı. Kategori sayfaları.	Trafığı alt sayfalara dağıtır. Çift yönlü link.
Cluster	Destekleyici. Blog/Alt sayfalar. Dönüşüm odaklı. Ürün/Satış sayfaları.	Pillar'a link verir. Sibling'lere lateral link.
Money Page	Yüksek backlink/trafik almış eski içerik.	Link çıkışı az, link girişi çok olmalı.
Booster	Köprü. Farklı silolar arası geçiş.	Link Juice deposu. Stratejik link çıkışı.
Bridge		Sadece güçlü semantik bağ varsa kullanılır.

△ Neden Kritik?

Bir Ürün Sayfasından başka Ürün Sayfasına link vermek dönüşümü düşürebilir. Ancak Blog'dan Ürün'e link vermek satışı artırır. Rolü bilmeden link stratejisi kurulamaz!

3.1 Otomatik Rol Atama Algoritması

1. URL Pattern Analysis: /blog/, /product/, /category/ desenlerine göre ilk tahmin
2. Depth Analysis: Derinlik 1 = Hub/Pillar adayı, Derinlik 3+ = Cluster
3. Keyword Volume (Tool 1'den): Yüksek hacim = Pillar, Düşük hacim = Cluster
4. Intent Label (Tool 1'den): Transactional = Money Page, Informational = Cluster
5. Backlink Count (varsa): Yüksek backlink = Booster

4. LINK EQUITY AKIŞ MODELLERİ

Sitedeki gücü (PageRank) nasıl dağıtacağımızı belirleriz.

4.1 Top-Down (Hiyerarşik) Akış

Ana Sayfa → Kategori → Alt Sayfa

- Yeni siteler ve Senaryo B için ideal
- Crawl bütçesini verimli kullanır
- Google'ın site yapısını anlamasını kolaylaştırır

4.2 Bottom-Up (Besleyici) Akış

Cluster → Pillar/Kategori (Yukarı Besleme)

- Zorlu anahtar kelimelerde sıralama almak için ZORUNLU
- Senaryo A (Tool 1'den gelen cluster) için ideal
- Pillar sayfasının otoritesini hızla yükseltir

4.3 Lateral (Yatay) Akış

Sibling ↔ Sibling (Aynı Seviye İçerikler)

- KURAL: Sadece konuyla TAM alakalıysa yapılır
- Aynı cluster içindeki içerikler birbirine link verir

4.4 Traffic Hubs → Money Pages

Özel strateji: Yüksek trafik alan ama satış yapmayan blog sayfalarından, düşük trafikli ama yüksek cirolu ürün sayfalarına akış kurulur.

❑ Strateji

Blog yazısı 10.000 ziyaretçi alıyor ama satış 0. Ürün sayfası 100 ziyaretçi alıyor ama %10 dönüşüm. Blog'dan ürüne link = Trafik + Dönüşüm birleşir.

5. ANCHOR TEXT STRATEJİSİ

Linkin tıklanabilir metni, Google'a hedef sayfanın ne hakkında olduğunu söyler.

Anchor Tipi	Açıklama	Örnek	Oran
Exact Match	Hedef kelime aynen	"Su deposu" "Paslanmaz su"	%5-10 (Riskli)
Partial Match	Kelime varyasyonu	depolama" "Depolama"	%20-30
Semantic	Anlamsal ilişkili	çözümleri"	%20-30
Brand	Marka adı	"ABC Firması"	%10-20
Generic	Genel ifade	"Buraya tıklayın"	%10-15
Naked URL	URL kendisi	"site.com/sayfa"	%5-10
Contextual	Cümle içinde doğal	"Detaylı rehberimize göz atın"	%15-20

5.1 Senaryo C İçin Otomatik Anchor Türetme

Elimizde sadece URL varsa, slug'dan anchor önerisi türetilir:

URL: site.com/blog/seo-nasil-yapilir Slug: seo-nasil-yapilir Anchor: "SEO Nasıl Yapılır"

5.2 Anchor Çeşitlilik Kontrolü

Aynı anchor text ile 100 link = SPAM sinyali. Sistem otomatik çeşitlilik kontrolü yapar:

- Aynı exact match anchor %10'u geçerse UYARI
- Her hedef URL için anchor dağılımı raporlanır
- Otomatik varyasyon önerileri sunulur

6. İÇ LİNKLEME KURALLARI (RULESET)

Enterprise projelerde kaos oluşmaması için katı kurallar belirlenir.

Kural	Açıklama
Link Sayısı	Her 150 kelimede maksimum 1 link. 1500 kelimelik içerik = max 10 link.
Orphan Page	Hiçbir iç link almayan sayfa kalmamalı. Her URL min 1 (tercihen 3) statik link almalı.
Dead-Ends	Link çıkışı olmayan sayfa olmamalı (Checkout/Teşekkür sayfası hariç).
Click Depth	Hiçbir önemli sayfa Ana Sayfa'dan 3 tıklamadan uzakta olmamalı.
Contextual Priority	İçerik içi (contextual) linkler, header/footer/sidebar linklerinden öncelikli.
Nofollow Usage	Login, sepet, yazdırma sayfalarına iç link veriliyorsa rel='nofollow' kullanılır.

6.1 Yeni İçerik Eklendiğinde

1. Parent Link: Yeni içerik hangi Pillar'a bağlıysa, ona link verir
2. Sibling Link: Aynı kümedeki en az 3 eski içeriğe link verir
3. Reverse Linking: Eski otoriter 3-5 içerik güncellenir, yeni yazıya link verilir (EN KRİTİK)

❏ Kritik Uyarı

Reverse Linking adımı genelde atlanır ama en kritik adımdır! Yeni içerik, eski otoriter sayfalardan link almazsa sıralama almakta zorlanır.

7. SİLO VE SEMANTIC LINKING YAPISI

Sitenin otoritesini konulara göre izole ederiz (Siloing).

7.1 Tematik Silo

Her konu kendi silolarında kalır, karışmaz:

SEO Silosu: — SEO Nedir? — On-Page SEO — Off-Page SEO — Teknik SEO

Sosyal Medya Silosu: — Instagram Marketing — LinkedIn Stratejisi — TikTok Reklamları

SEO silosundaki yazılar SADECE diğer SEO yazılarına ve SEO servis sayfalarına link verir.

7.2 Virtual Siloing (Sanal Silo)

URL yapısı fiziksel siloya uygun değilse (örn: tüm bloglar /blog/ altındaysa), linklemeyi SADECE konu bazlı yaparak sanal küme oluşturulur.

7.3 Bridge Pages (Köprü Sayfalar)

Farklı siloları birbirine bağlayan özel sayfalar. Sadece çok güçlü anlamsal bağ varsa kullanılır.

- Örnek: "Dijital Pazarlama Rehberi" hem SEO hem Sosyal Medya silolarına bağlanabilir

8. WORKFLOW AŞAMALARI

AŞAMA 1: Input Alımı ve Senaryo Belirleme

Öge	Detay
Tetikleyici	Kullanıcı yeni linking projesi başlatır
Input Seçenekleri	A) Tool 1'den proje seç, B) Konu başlıkları gir, C) Sitemap/URL listesi yükle
Output	linking_projects kaydı, senaryo tipi belirlenir

AŞAMA 2: Bilgi Mimarisi Çıkarımı

- Senaryo A: Cluster yapısı Tool 1'den alınır
- Senaryo B: Başlıklar taksonomiye oturtulur, sanal site ağacı çizilir
- Senaryo C: URL pattern analizi, derinlik analizi yapılır

AŞAMA 3: Node Classification

Her URL'e rol atanır: Pillar, Hub, Cluster, Money Page, Booster, Bridge

AŞAMA 4: Silo Yapısı Oluşturma

URL'ler tematik silolara ayrılır. Virtual siloing gerekiyorsa uygulanır.

AŞAMA 5: Link Equity Akış Planı

Top-Down, Bottom-Up ve Lateral akış stratejileri belirlenir.

AŞAMA 6: Link Önerisi Üretimi

1. Her URL için uygun hedef URL'ler belirlenir
2. Relevance Score hesaplanır (0-100)
3. Anchor text önerileri üretilir
4. Context sentence (linkin ekleneceği cümle) önerilir

AŞAMA 7: Kural Kontrolü ve Validasyon

Orphan page, dead-end, click depth, anchor çeşitlilik kontrolleri yapılır.

AŞAMA 8: Onay ve Uygulama

Öneriler kullanıcıya sunulur. Onaylanan linkler uygulanır veya rapor olarak export edilir.

9. N8N WORKFLOW TASARIMI

WF #	Workflow Adı	Açıklama
WF-301	Linking Project Initializer	Proje oluşturma, senaryo belirleme, input alımı
WF-302	Architecture Extractor	Bilgi mimarisi çıkarımı (3 senaryo için)
WF-303	Node Classifier	URL rol atama (Pillar, Hub, Cluster, Money)
WF-304	Silo Builder	Tematik silo yapısı oluşturma
WF-305	Equity Flow Planner	Link equity akış stratejisi belirleme
WF-306	Link Suggester	Link önerisi üretimi, relevance scoring
WF-307	Anchor Generator	Anchor text önerisi üretimi
WF-308	Rule Validator	Orphan, dead-end, depth, diversity kontrolleri
WF-309	Link Applier	Onaylanan linkleri içeriğe uygulama
WF-310	Report Generator	URL Mapping, Gap Analizi, Görsel harita export

9.1 Workflow Akış Şeması

WF-301: Project Initializer

- |
- Senaryo A? → Tool 1 + Tool 2'den veri çek
- Senaryo B? → Başlık parse et
- Senaryo C? → URL pattern analizi

|



WF-302: Architecture Extractor

|



WF-303: Node Classifier

|



WF-304: Silo Builder

|



WF-305 → WF-306 → WF-307 → WF-308

|



WF-309: Link Applier (Opsiyonel)

|



WF-310: Report Generator

10. VERİTABANI EŞLEŞTİRMESİ

Aşama	Tablo	Kaydedilen Veriler
1. Proje Oluşturma	linking_projects	project_name, input_source, scenario_type, settings
2. Mimari Çıkarımı	linking_projects	URL listesi, hiyerarşi yapısı
3. Node Classification	client_url_inventory	page_type, topic_cluster, authority_score
4. Silo Yapısı	client_url_inventory	topic_cluster (silo ataması)
5-7. Link Önerileri	linking_suggestions	target_url, anchor_text, relevance_score, context
8. Validasyon	linking_suggestions	is_approved, rejection_reason
9. Uygulama	linking_applied	applied_at, original_text, linked_text
10. Rapor	linking_projects	status: completed, output_content

11. OUTPUT FORMATLARI

11.1 Final Teslim Formatları

Output	İçerik
URL Mapping Dosyası	Excel: Kaynak URL, Hedef URL, Anchor Text, Link Tipi, Relevance Score
Görsel Site Mimarisi	Siloların ve akışın görselleştirilmiş haritası (SVG/PNG)
Gap Analizi Raporu	Yeterince link almayan önemli sayfalar listesi
Orphan Page Listesi	Hiç link almayan sayfalar ve öneriler
Dead-End Listesi	Link çıkışı olmayan sayfalar
Anchor Distribution	Her hedef URL için anchor dağılımı raporu
Teknik Düzenleme	404'e giden linkler, redirect chains, duplicate URL'ler
Linklenmiş İçerik	Tool 3'e aktarılacak linklenmiş içerik (HTML/Markdown)

11.2 Linklenmiş İçerik Çıktısı

Tool 3 çıktısı olarak publish-ready içerik:

- output_content: Linklenmiş içerik (Markdown veya HTML)
- linking_applied kayıtları: Hangi linklerin nereye eklendiği
- CMS'e direkt yüklenebilir format

12. RİSK YÖNETİMİ

12.1 Over-Optimization (Aşırı Optimizasyon)

Hep aynı anchor text ile 100 link = Google bunu SPAM olarak algılar.

- Çözüm: Anchor çeşitlilik kontrolü. Exact match %10'u geçmemeli.

12.2 Crawl Loops (Tarama Döngüleri)

Sayfa A → Sayfa B → Sayfa A sonsuz döngüleri, botun kaynaklarını tüketir.

- Çözüm: Link graph analizi ile döngü tespiti.

12.3 Header/Footer/Sidebar Link Enflasyonu

Site genelinde (sitewide) tekrarlanan linklerin değeri düşüktür.

- Çözüm: Contextual (içerik içi) linkler her zaman öncelikli.

12.4 Duplicate URL (Parametre Sorunu)

site.com/urun?renk=kirmizi ve site.com/urun aynı içerik.

- Çözüm: Sadece canonical URL'e link ver, parametrelili URL'leri yasakla.

12.5 Money Page Leak (Dönüşüm Kaçağı)

Ürün sayfasından başka ürün sayfasına link = Kullanıcı kaybı riski.

- Çözüm: Money Page'lerden çıkış kontrolü. Blog'a değil, ilgili kategori'ye link.

— DOKÜMAN SONU —

Tool 3: Internal Linking • Teknik Dokümantasyon v1.0

Aralık 2025